

“买赠”产品未必真便宜 货架底层的玩具可能更贵 理货员揭秘超市摆货“潜规则”

□本报记者 董琳

逛超市,你是不是明明列好了清单,却抵不住“降价、买赠、捆绑销售”的诱惑,一不小心买了一堆本不需要的东西?挑选商品时是不是顺手就拿,为了方便直接选购预包装的果蔬?

“其实,超市要想多卖货、多赚钱,除了物美价廉以外,还要运用一定的摆放技巧和促销手段,有时稍作调整,销量就能提升。”曾在多家超市当过理货员小张给记者讲解了一些超市摆货惯用的“潜规则”,看看下面这几条,以后你逛超市购物时或许用得上。

选货手别懒 货架外层的商品生产日期未必『友好』

“超市一定会把最想卖出去的商品,尤其是那些利润最高的,放在顾客视线最容易看到的地方。这是有一定规律的,视线平齐的位置是黄金位置,然后是腰部平齐的,最后是膝盖平齐的位置,所以性价比比较高,也就是大家觉得比较实惠但是商家利润薄的产品,可能会在需要踮脚或弯腰的地方。”小张说。

比如在酸奶区,生产日期比较早的一定放在第一排,那些日期较新鲜的肯定是放在货架深处。因为商家也希望保质期稍短的商品早点卖空,消费者如果担心买回家的酸奶放两天就要过期,最好伸手往里掏。

孩子的钱好赚 儿童区商品位置越低价格可能越贵

孩子容易冲动消费,而且还能够“操纵”父母的钱包。超市赚孩子的钱的办法有很多种。比如精心装点的儿童玩具展示区,在孩子经常去的区域会摆放精美的食物。

玩具区摆在在中上层位置的是价格相对实惠的玩具,摆在底层的玩具价格相对较高,因为对于小孩子的身高来讲,底层刚好是他们的视线所及之处。现在人们生活水平提高了,孩子集全家的宠爱于一身,孩子想要什么父母就给买什么。利用家长的这一心理,商家很容易将价格偏高的玩具卖出。

卖家更会算 大包装、『买一送一』未必真划算

你是不是也认为越大的包装越符合薄利多销的原则?特别是那些家庭装、捆绑销售、有买有赠的促销款买了一定不吃亏?对于大家的这个感觉,小张说,“其实也不一定!有时候买两个小包装要比买一个大包装还划算。”

“买一赠一”或是捆绑销售是超市常用的促销手段,有时商家已经将单价提高,促销员会告诉你之前是新品促销,现在恢复原价了,但原价多少,很少有人知道。

超市商品促销活动中经常会搭送一些小商品,让消费者觉得自己赚到了,其本质是超市在进行商品清仓或是为了业绩冲销量。例如:买方便面时常会赠送塑料碗,由于质量一般,通常带回家也用不上,最后还是被扔掉。这些有买赠促销的商品,如果对比一下同类商品其他品牌价格,你会发现,自己可能已经为赠品买了单。

“当然,捆绑或买赠售卖的商品在原价总和的基础上真便宜了,这些商品还是自己需要的,参与活动有实惠。如果不是自己想要的,甚至带回家毫无用处,就不划算了。”小张说。

超市替你包装好商品?当心有『坑』

逛超市时,你一定见过同一种商品,有的已经进行了预包装贴好了价签,有的还处于散装销售状态。为了省去挑选过称的麻烦,很多人往往会直接选购预包装商品。但实际上,这些有可能是之前没有清空的商品,虽然没过期,但有的生产日期相对较早。特别是包装好的水果蔬菜更需注意。超市一般每天早上把前一天夜里到货的新鲜蔬菜水果摆上摊位,之前剩余的蔬菜水果会被分装打包,并适当降价处理。一些人会因为价格便宜,且看起来和同种商品又没有太大的区别而直接选购包装好的果蔬。回家打开包装才发现,比起摊位上的果蔬,包装好的商品新鲜度大打折扣。

另外,装盘的水果可能也有“坑”。有时超市会把那些外观有破损或者是不太新鲜的水果,去皮或切碎,摆盘儿出售。所以,想100%保证买到新鲜水果,还是挑好了回家自己切。

东西好不好,灯光有『学问』

消费者总感觉逛超市,逛着逛着就饿了,因为熟食区的味道太香了。要是饿着肚子逛超市,一定会买一堆东西回家,这其中的奥妙就是通过感官体验,让消费者情不自禁买买买。好吃的谁都抵御不了,熟食的香味成功把顾客吸引过去,然后就会看到旁边是面包区。通常这时候顾客会发现,超市的面包总是看着特别诱人,不光是面包,还有一些肉类、水产品等等,这里又涉及到灯光的“学问”了。超市里面面包柜台的灯光一般是黄色的,肉制品区的灯是红色的,海产品区的灯则是蓝色的。这些灯光一打上去特别吸引人,会刺激消费者的购买欲。

这些其实只是超市“潜规则”的冰山一角,小张说,消费者无论去哪里购物,最好先列好清单,避免冲动消费,也不要占有便宜的心理,毕竟“一分钱一分货”,在都一样。



目前,市民对“2022新晚报·冰城口碑榜”之“超市榜”活动关注度越来越高。记者也将对消费者反映的在超市消费中遇到的各类问题继续进行走访调查,欢迎广大读者网友继续为本次活动提供相关线索。

活动热线:18246099110

(每日8时30分至12时、13时30分至17时受理投诉)

跨省团队游恢复,这个端午去哪玩? 哈尔滨访问热度环比增长103%

本报讯(记者 李佳琪)跨省团队游恢复了,这个端午打算去哪玩?近日,携程发布了《2022端午假期出游趋势预测报告》(以下简称报告)。数据显示,跨省游回暖、大西北游升温、住宿体验和花式玩法持续创新,成为今年端午旅游市场的主要特点。根据黑龙江本地数据显示,近一周黑龙江旅游产品整体订单量相较上月同期增长117%,黑龙江旅游市场逐渐升温。

报告数据显示,在游客旅行决策周期

显著缩短的背景下,跨省团队游仍有较大的复苏潜力,部分旅游业态相比今年“五一”和清明假期呈现好转迹象。携程数据显示,近一周黑龙江旅游产品整体订单量相较上月同期增长117%,预订人次增长114%。

随着黑龙江跨省团队游的恢复,哈尔滨本地市民对于出省游,以及外省旅游消费者来哈尔滨旅游的意愿均逐步增加。携程数据显示,近三天携程平台上哈尔滨的访问热度环比增长103%。从跨省跟团游

的用户构成来看,80后、90后、00后仍是市场主力军。从跨省自由行来看,与去年同期相比,端午假期的机票均价相比去年同期减少近10%,相比今年“五一”假期减少16%。携程研究院战略研究中心副主任张致宁认为,受毕业季临近等因素影响,大学生群体出游意愿增加,这部分年轻用户不仅将为端午旅游市场的复苏注入活力,也将为接下来的暑期旅游市场回暖提供助力。

端午假期哈尔滨旅游市场哪里将“热

起来”?携程平台通过近日用户搜索、预订数据,对端午假期哈尔滨旅游市场进行了预判。从住宿方面看,哈尔滨酒店预订量较清明假期将增长78%,较“五一”假期将增长250%。端午小长假,市民、游客休闲消遣将不局限于“赏风光”,能让自己放松的目的地将成为出行热门。携程预计,哈尔滨端午小长假热门景区为枫叶小镇温泉度假村、哈尔滨融创乐园、哈尔滨青瓦台温泉、大江户汤池、平山神鹿旅游区、东北虎林园等。