

百元内商品最受欢迎,旅游餐饮成热点

微利时代
看看电商的“赚钱道”

性价比成首选

百元内商品最受欢迎

从年初开始,哈尔滨主播小娟就发现,如今货越来越难卖了。短短两三年时间,粉丝就涨到180万的小娟可以说是边吃边播的“始祖”,以前,她和丈夫以及团队每天下午两点半开始一边播一边吃,一直到晚上七八点下播,订单满屏飞。今年,不仅直播间的人数不如以往,粉丝的下单量也降了下来。

“消费者的消费趋于保守,因而‘报复性消费’并不会到来。”管宏强说,今后一段时间,“性价比商品”将成电商消费的主角。

今年中秋节,不管是线上还是线下,月饼销售都走起了平民路线。往年高端礼盒包装的月饼几乎不见踪影,平均价位在一两百元左右。在白酒领域,物美价廉的光瓶酒迎来爆发式增长。抖音发布的《酒水节趋势报告》显示,今年1月至7月,酒类线上销售同比增长75%,消费者的订单单价以几元到几十元的白酒居多。

“总的来说,越来越多的消费者更注重性价比,不再为营销买单,而是为质量买单。”管宏强说,实际上,很多企业对于平价卖货是持欢迎态度的,因为过去即便价格高,也并没有给企业带来更多的营收和利润,中间的差价都让经销商或电商赚去了。如今,大家都进入微利时代,价格更加实在,更能刺激消费者的购买欲。

旅游餐饮成热点

消费以电商平台导流为主

今年以来,旅行、自驾等休闲、放松的治愈性消费成为很多消费者的选择。“双节”期间,宝妈大玲子带孩子到北京玩了几天。从景区景点门票到车船飞机、住宿酒店,无一不是在网上提前预订。就连吃饭,大玲子都是在网上提前踩好点,看看哪家口碑好又排队时间少,最重要的是经济实惠。

“大部分来店就餐的外地消费者都是从大众点评、美团、小红书等电子平台上导流过来的。”老仁义饭店总经理李玉萍说,现在年轻人很精明,消费不踩坑的“法宝”就是借助电子平台上的各种种草。

实际上,线上种草、线下消费,不仅是年轻人的生活方式,如今已经扩展到更广泛的消费群体,60岁的王晓波就是其中一员。她平时和老伴、老姐妹们根据抖音、小红书上的旅游攻略,从“五一”就开始进入到马不停蹄的旅游模式,从贵州千户苗寨到哈尔滨周边自驾游,从新疆火车漫游到黑瞎子岛边境游。

“治愈性消费的特点就是颜值高,悦己性强,更注重精神消费。”哈尔滨主播大碗说,治愈性消费不需要花很多钱,而是在消费者自己的生活场景中更加善待自己。“一碗家乡米饭、一根甜糯玉米,不就是生活吗?许多年轻人学会用简约精致生活治愈自己。”

本土品牌进一步崛起

食品制造企业全员进军

黑龙江省长水河粮油加工有限公司进驻抖音

平台不到四个月,粉丝已经累积到近万人,11种产品的销量达1371单。作为一个刚刚进军电商的传统企业来说,能在如今激烈的电商竞争中取得如此战绩已属不易。

“对于这种初入电商的企业,我们采取的办法是组织专业直播团队代播。”管宏强说,从6月初到目前,已经进行了120多场直播,几乎每天一场、每次二三个小时。“除了一个企业号,我们还在其他账号同时推荐长水河产品。此外还组织了一个粉丝群,通过不定期在群里推出各种优惠销售来增加销量。从销售业绩上看,效果非常不错。”

从今年初开始,我省多个企业先后涉足电商平台,开通企业账号,正面融入电商大潮。哈尔滨千优科技是专门给制造业企业拍摄短视频宣传片的公司,“公司成立8年来,今年活最多。”公司总经理说,之前是跑断腿跟企业说拍片,今年许多企业是自己找上门,这说明企业意识到互联网平台的巨大流量和商机。

“今年可以说是企业大量涌入电商领域的一年,大约全国约有八成左右的企业进入电商。”管宏强说,尤其是食品制造业企业,几乎全员进入。他们进入电商领域的企业大概分两大类,一类是自己培养电商团队,这个占比约在10%至20%之间;另一类是企业选择专业的电商团队代播,企业只提供产品。这样做能降低销售成本,但销售返点也比较低,利润比较低。

“本土企业的进一步崛起,为向电商转型提供了基础。企业逐渐意识到了规模效应叠加品牌效应的附加值,会去更积极地尝试品牌化转型。同时,电商去中间化的销售平台也逐渐成熟,也为企业创造了转型的机会。”管宏强说,本土产品具有更接近消费者的主场优势,能更快地对相关趋势做出反应。



管宏强在授课。

链接

近年来,中国电子商务创新发展,规模和质量持续提升,融合创新态势不断深化。2023年电子商务大会数据显示,电商是数字经济中规模最大,覆盖面最广的,2022年电商的整体的规模已经突破50万亿。商务是数字经济中发展规模最大、覆盖范围最广的重要组成部分。2023年上半年,哈尔滨市实现电子商务交易额1160亿元,同比增长6.1%,占全省55.9%;网络零售额203.8亿元,同比增长46%,占全省56.6%。

□本报记者
万佳

今年中秋国庆假期,各路电商主播“超长待机”的销售业绩并没有像往常那样抢眼。许多主播感慨预想中的报复性消费并没有到来,电商带货的钱越来越难赚了。“一方面是由于消费者更加理性,不再一味囤货,另一方面也说明进入电商行业的人越来越多。”黑龙江电商专家管宏强说,大批企业与电商深度结合,约有八成企业进军电商直播,食品行业几乎全员上线,尤其是中小型企业借助电商直播迅速上位。毫不夸张地说,只要有产品的企业如今都涉足电商领域。