

农历新年将近,线上、线下卖家为抢占商机频频促销

瞄准最后的年货节 各路商家“狠招”不断

本报记者 孙川

又是一年一度的春节,在大家欢天喜地迎接节日的同时,电商、微商、年货商贩等,也瞅准年前商机,通过各种渠道进行促销,力图在年货市场上分一杯羹。



电商： 开展网络年货节,推广东营特产

东营市咪咪电子商务有限公司旗下经营着两家淘宝C店,主要销售黄河口大米、黄河口大闸蟹、丽日锄禾酱油醋等东营本地特产,从公司成立至今,他们先后经历了“双十一”、“双十二”网购节以及淘宝年货节。临近春节,他们又开始筹备起了东营网络年货节,充分发挥线上线下的各自优势,赢取东营的“年货市场”。

“年前这段时间,市民都集中购置年货,在这个时候搞促销,效果比其他时段要好不少。”咪咪电子商务有限公司的总经理商亚伟说,这次的东营网络年货节,卖的是东营本地的特产,针对的消费群体也是东营市民,“这么做就是想让东营本地特产被广大市民熟知、认可。”

据介绍,商亚伟联系了一邦农业、丽日锄禾、黄河口大闸蟹、三丰香油、友盛干果等厂商作为商品供货方,提供黄河口大米、黄河口大闸蟹、葡萄酱油核桃醋等具有东营特色的年货商品,“我们在东西城分别选定了鸿诚商行和西城丽日锄禾体验店作为落地门头,落地门头里有我们所有线上商品的实物。”商亚伟说,市民可以到店里自取,也可在店里看好后扫描商品上的二维码,进入促销页面,从网上进行购买。

“此次活动打折促销的力度相比平常也要大一些”,商亚伟告诉记者,用大的折扣促销来换取销售额对商家和市民来讲都是好事。为保证效果,前几天,商亚伟在自己的朋友圈里已经做了一个小“试验”,“效果非常不错,一条‘黄河口大米一元抢’的促销信息在朋友去圈被转了200多次。活动将于春节前一星期正式展开,我们也非常期望能有个好的‘战绩’。”



微商： 提前一个月促销,清仓多销两不误

作为近年来突起的一只“异军”,有不少微商商家也“瞄上”了春节,纷纷在春节前退出打折、“满减”等促销活动。家住东城的杨女士也是微商大军中的一员,她主要销售的是韩国化妆品和手机,今年一进入腊月,杨女士就在朋友圈里打出了她的打折促销的“广告”,搞起了“年末清仓”的促销活动。

“根据去年的经验,春节前这段时间销量比平时会有所增加。”杨女士介绍,在春节前一个月开始打折促销,一是为了清空手里的商品存货,过了年好上新品;二是在年前需求量大增的好时机用促销吸引客源,薄利多销。

杨女士进行促销的商品主要是化妆品和面膜,化妆品都有力度不同的打折活动,面膜类则多是“买二送一”等“满送”促销,“还有就是顾客购买一定数量的商品后可以赠送一些小礼品、赠品等小件商品。”杨女士说,这样的打折促销,送赠品等方式对销售只是起到一个推动作用,“春节前人们购物量本就会有所增长,再进行打折等刺激,销量自然会增长不少。”

杨女士介绍,年末本应该是好好放松的时候,但是周边的微商都在进行促销“抢市场”,自己也坐不住,“年前这段时间虽然挺辛苦,但是联系卖货的顾客的确多了不少,生意比平常也好了很多,收入有所上升,还回笼了资金,这样过完年就可以上新货了!”



年货商贩： 忙碌10多天,寒风中有丰厚回报

今年45岁的刘先生已经有10年春节前赶集卖春联的经历了,拉货的货车也从最初的三轮车变成现在的面包车。“春联是家家户户不可或缺的年货。”刘先生说,贴春联是传统习俗,现在自己写的也不多,因为大家都需要,所以销量不错。

10年前的春联以手写居多,年货集上卖春联的也没多少。“现在卖得好的春联都是用油墨印的,红纸也变成了越晒越红的‘四季红’,现在讲究春联要长,春联上的字要黑的发亮。”刘先生说,近几年新出的“金字春联”也越来越受欢迎。

刘先生介绍,进腊月没几天他就开始张罗着进货,然后等着腊月二十以后开始赶集卖春联,“每年都是腊月二十开始,但是前几个集相对不那么火爆,过了小年,春联市场才算真正火起来。”

卖春联的钱可不那么好挣。赶集卖春联最大的挑战在于天气,一般早上七八点才开集,但是刘先生往往要早上三四点就得去“占位”,占好地方后还要等三四个小时才开始准备卖。“天气冷,还不能戴手套,因为戴了手套春联就不好揭起来。”刘先生说,年前这七八天,最害怕的就是天气不好,“一旦遇上大风天或者雨雪天,这一天就没法卖了。”

虽然辛苦,但是回报也是丰厚的,最多的时候一天能卖3000多块钱,这七八天的年货大集下来,刘先生和妻子能卖一万多块钱的春联,除去成本费,能赚七八千。对刘先生来说,这七八千块钱算是在寒风中忙碌的丰厚回报。

今年,刘先生又准备了不少春联,虽然随着农村搬迁,不少人已经不再重视贴春联这一传统,但是刘先生认为,这一传统不会那么快“消亡”,他的“饭碗”也不会那么快丢。

