



抢领消费礼包，打卡艺术市集 “五·一”广州商场 逛买小攻略

文/图 羊城晚报记者 郑少玲

1 吃货最爱餐饮代金券 助你“报复性省钱”

“五·一”假期即将来临，今年的“五·一”与往年有何不同？受疫情影响，广州多家商场今年“五·一”在升级防疫措施的基础上，推出了一系列促销活动，多以发放餐饮代金券、消费券和创新活动体验来刺激消费。但有专家指出，消费券及大力度打折促销只适合短时间里促进消费，这种方式并非商场恢复元气的长久之计。于是，也有商场另辟蹊径，以创新艺术活动来带旺人气。

羊城晚报记者观察到，今年“五·一”各大商场在优惠促销活动方面，更加注重发放餐饮福利，吸引吃货们前往商场消费。

凯德乐峰广场相关负责人告诉记者，这个“五·一”，乐峰广场将推出“充1000送500”的活动，会员在指定商户消费满1000元，可获500元餐饮代金券大礼包。在凯德广场·云尚，“五·一”期间到指定租户进行充值消费，也可获得相应的餐饮和停车票“福利”。

广州友谊旗下各门店在“五·一”期间则积极与周边商圈餐饮企业开展跨界联动，向广大消费者派送“千元美食券”。参与联动的商家包括广州酒家、绿茵阁、金井寿司、喜贺烤肉、太平洋咖啡、COVA蛋糕等约20多家食肆，让顾客在逛

街扫货之余，可以充分满足足味蕾的享受。



“五·一”逛商场各种“着数”等你拿

天环广场从4月27日起推出天环美食节，有团购、免单等多重优惠，助力餐饮回暖。igc天汇广场也联合大众点评网推出23元抵50元零售券秒杀的福利，还有大量会员积分兑换优惠。吃货们趁这段时间到商场边食边逛，不但有机会领券吃霸王餐，连停车都有各种“着数”，据说可以“报复性省钱”！

在罗永浩最新的一场抖音直播里，原创罐装鲜米品牌“龙米家”就获得了罗永浩抖音直播米类首推合作资格，成为全网直播米类品牌销量第一。

龙米家创始人兼CEO姜丰在接受记者采访时表示，“龙米家”今年第一时间拥抱了直播带货这种新型营销模式，“跟罗永浩的这次抖音直播合作，是一个开始，我们欢迎更多认可我们产品的意见领袖、餐饮企业与我们合作，探索新渠道背景下的更多双赢玩法。”

据记者观察，除了抖音、淘宝、快手外，近来京东、苏宁易购、拼多多等平台也持续加码直播带货。疫情期间，宅经济给“直播带货”增添热度，茶、家电、服饰、化妆品等众多线下商家纷纷入局，加快了直播带货的发展速度。而直播行业的一姐一哥——薇娅和李佳琦，也持续引起关注，成为话题发动机。

“全民直播时代”来临

宅经济助力直播带货驶上快车道

文/羊城晚报记者 郑少玲 施沛霖 图/受访者提供

疫情之下，在线下消费备受冲击的同时，直播带货却闯出了一条新路。一时间，各行各业的企业老板纷纷找来帅哥美女，甚至亲自上阵，直播带货。直播的大热意味着新的商业模式兴起，艾媒咨询研究数据显示，2020年直播电商市场规模将达到9610亿，同比增长111%，这意味着当下直播带货仍然有巨大的红利。



罗永浩的直播相当吸睛

共计带来20场主题活动，28个品牌/设计师新品发布，内容包含广东服装大会云上系列、秀场激活、新品发布会系列以及直播带货节等三大部分。

9天3148万人次，2020广东时装周特别版交出亮眼成绩单。云上的时装周，直播间里的上新，是疫情之下广东时装界的一次新尝试，同时也开启了广东时装周数字化转型的序幕。

据报道，广州市商务局此前曾发布了《广州市直播电商发展行动方案(2020-2022年)》，提出包括培训10000名带货达人在内的16条政策措施，计划用三年时间将广州打造成为全国著名的直播电商之都。

广东省商业经济学会会长、广东财经大学商贸流通研究院院长王先庆教授认为：“广州打造直播电商之都，站在了数字化经济变革的新起点，广东时装周引领了这个新时尚和产业转型升级。”

据了解，截至4月24日，广东全省已发放超过10亿元消费券，覆盖深圳、佛山、中山、清远、东莞、江门、珠海等7个城市。微信支付数据显示，消费券对餐饮、零售、休闲娱乐、服饰美业、交通出行和旅游业拉动效果显著。

为了激活“五·一”长假消费热潮，万达商管集团决定，“五·一”长假这5天全国万达广场消费券线上发券量比平时增加一倍，即节日期间每天每座万达广场增发200张消费券，全国广场增发32

万张，以吸引更多消费者走出家门，来万达广场享受消费的乐趣。

不过，中国百货商业协会秘书长杨青松指出，商业企业发放消费券的行为虽然是最直接拉回消费者的方式，但消费券及大力度打折促销的方式并非商场恢复元气的长久之计，如果长期使用满减活动或补贴的方式去刺激消费，消费者会更加依赖折扣活动而选择去消费，从而导致“无折扣不购买”的结果，也会造成商家毛利损失巨大。

为此，万达商管集团决定，“五·一”长假这5天全国万达广场消费券线上发券量比平时增加一倍，即节日期间每天每座万达广场增发200张消费券，全国广场增发32

万张，以吸引更多消费者走出家门，来万达广场享受消费的乐趣。

不过，中国百货商业协会秘书长杨青松指出，商业企业发放消费券的行为虽然是最直接拉回消费者的方式，但消费券及大力度打折促销的方式并非商场恢复元气的长久之计，如果长期使用满减活动或补贴的方式去刺激消费，消费者会更加依赖折扣活动而选择去消费，从而导致“无折扣不购买”的结果，也会造成商家毛利损失巨大。</p