



# 拒绝套路 “618” 电商有何新玩法

文羊城晚报记者 汪曼

作为一年一度消费风向标的“618”网购狂欢节在6月1日凌晨正式打响。早在5月20日,在这个撒狗粮的特殊日子里,有著名电商平台召开了“618”发布会,号称要以“新生活、新消费、新趋势、新供给”来刷新“618”。今年的“618”,是时候转变玩法了,电商平台玩法的变与不变体现在哪些方面?它们如何在激烈的竞争中抢得一杯羹?羊城晚报记者为你率先打探——



插图 陈健怡

## 预售和现货阶段 同时进行

今年的“618”和以往不一样,分为预售阶段和现货阶段。有著名电商平台针对今年“618”的玩法,将预售期提前了4小时,从原先的凌晨0时改为晚上8时,这就意味着消费者不用熬夜加购了,用户体验更佳。该平台之所以将预售期提前,大概是为了增加直播带货对购买的驱动力,往年“618”预售期都有网红直播带货,不是所有人都能通宵看直播,提前4小时,直播带货反倒是可以覆盖更多的消费者。

在现货阶段方面,从6月1日-20日,按照不同的时间段,现货产品可在不同的范围内使用“每满200元减30元”的跨店满减优惠。不少消费者表示,比起预售的玩法,现货产品的跨店满减优惠“简单粗暴”,具有一定的吸引力。



## 消毒抗菌产品花样繁多,你会选吗?

# 防疫不容忽视 消毒抗菌两手抓

文/羊城晚报记者 施沛霖 实习生 金瑜

### 防疫已成日常 防护不忘防晒降温

戴口罩、勤洗手是个人防疫最基本的要求。家住荔湾区的居民夏先生告诉记者,家里囤的个人防护用品以口罩和消毒洗手液为主,虽然不多也够用。居民张女士则表示,最近留意到附近药店把消毒液、口罩等放到最显眼的地方卖,这段时期自家也买了两瓶消毒液和100个口罩作为备用。

淘宝、天猫等平台上,当下最为畅销的防护用品还是口罩。而口罩搭配消毒湿巾、碘酒等的各式个人防护用品因便携好用、价格适中,特别受家长的欢迎。许多妈妈都给孩子配备了这种便携套装,让上学的孩子们多一层防护。

夏日炎炎,长时间佩戴口罩,除了皮肤可能会过敏、长痘外,还容易有闷热、呼吸困难等问题。针对近期南方的炎热天气,不少商家推出了特色口罩。如蕉下推出的最新夏季防晒口罩,不仅加大防护面积,全脸防晒,而且触感冰凉、立体剪裁,让消费者戴上口罩也能顺畅呼吸。

今年夏天,还有品牌推出了专为口罩设计的迷你风扇。据商家称,迷你风扇主要是通过往口罩内部送风,使空气循环来消除口罩佩戴过程中产生的热气,使用方法很简单,夹在所有类型口罩,且适用于市面上所有类型口罩。风扇一般自带USB充电线可随时充电,还有不同风速可自由切换。

### 爆款新品推出 杀菌烘干一键搞定

病毒的传播不只是靠飞沫,接触传播也是主要传播途径,所以外出除了勤洗手,衣服也要勤消毒。衣服消毒,家里的挂烫机能派上用场,但常见的挂烫机又大又笨重,最近体积小、外形精致的手持挂烫机成为电商平台上的热门货。它不但能省去日常收纳麻烦,超过100℃的高温强蒸汽也能有效杀菌。有的手持挂烫机水箱里还创新置入了紫外线LED灭菌灯,对熨烫用水进行杀菌。除了衣服,床单、枕套、毛绒玩具也能用它杀菌。

此外,各种方便轻巧的紫外线消毒产品也纷纷面市。电商平台上新,新款的紫外线消毒盒大受欢迎。口罩消毒盒可以消毒和干燥口罩,让一次性口罩能重复使用。体积稍大的家用小型衣物消毒包,不但能消毒还带烘干功能,特别适用于内衣裤消毒。而家用智能消毒盒则广泛用于手机、耳机、化妆工具、玩具等小件物品的杀菌消毒。各式新款便携式手持消毒棒也陆续登场,移动便携,搭载UVC LED杀菌功能,据称直接照射即可杀灭细菌。另外,车载紫外线灯也成为一些车主们的新宠。

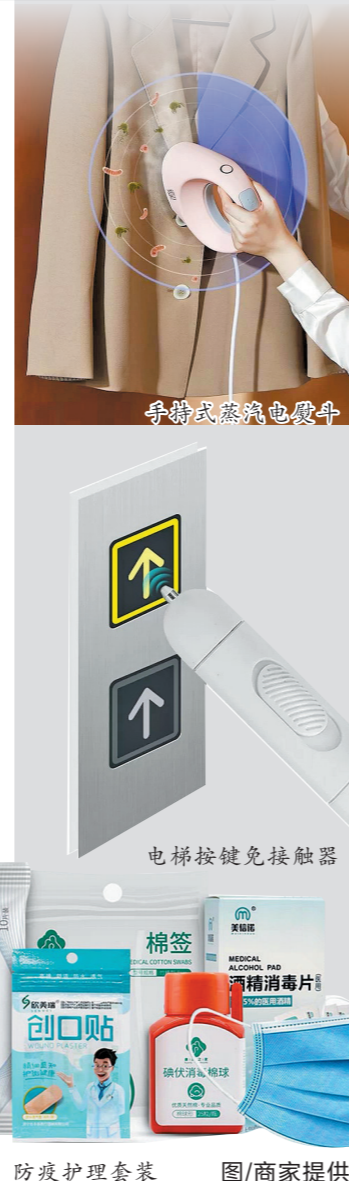
今夏,搭载UVC LED杀菌功效的空调机种也出现了。如海尔的一款空调据说具有UVC紫外线杀菌功能,通过照射经过机器

内部的空气,杀死部分细菌及病毒,再通过空气循环反复杀菌,降低整体室内环境的病菌数量。

### 消费也要健康 “绿色消毒”正当时

夏日里,天气闷热、容易出汗,除了体感不适外,高温高湿更容易导致螨虫、细菌等的大量繁殖,所以勤洗手尤为重要。对于各种洗涤用品,除了洁净护色等功能外,杀菌除螨也是消费者的重要诉求。今夏,市面上不少著名日化品牌都推出洗衣新品。5月下旬,花王推出号称衣物清洗“组合拳”的抗菌、除螨洗衣产品。据品牌介绍,新款洗衣液不仅可以去除标准规定的3种细菌,对另外12种致病菌的去除率也在90%以上,可满足人们对日常衣物抗菌、除螨的需求。

家居消毒液也是时下家庭必备品。消费者不但希望消毒液能消毒,而且气味清新,对人体无害,“绿色消毒”正成为流行概念。像叁贰柒消毒液便号称“无色无味无污染”,其主要成分为复合季铵盐及植物提取物。浓度为70%-75%的医用酒精及食用酒精消毒液也较受青睐,后者较适用于餐具消毒及有宠物的家庭消毒使用。



图/商家提供

## 榜单登场 “618” 电商有新玩法

与往年“618”活动不同,今年天猫推出了天猫榜单,该榜单涵盖了衣服、日常用品、玩具、电子产品等。天猫榜单是第一次在大促活动中出现的新玩法。按照官方的说法,“618”期间,消费者只需在搜索栏中输入“天猫榜单”,便可以看到小二榜单、热销榜、人群榜等各类榜单。值得一提的是,当消费者搜索一件商品时,商品详情页也会显示该商品在榜单中的排名。

对于普通消费者来说,榜单的作用在于引导或直接推动消费者决策。事实上,榜单是一种很常见的营销手法。天猫榜单负责人江念表示,“618”期间,天猫会发布几个维度的榜单,包括销量榜、好评榜和回购榜。记者了解到,天猫榜单对消费者的引导较为明显,在此前的灰度测试中,天猫榜单标注的商品,成交转化率是普通商品的5倍。也就是说,有不少用户是看了这个榜单之后,才决定购买商品的。对于商家而言,天猫榜单可以说是一个巨大的“流量入口”,不仅有助于提升自家商品的曝光

量,还可以带动消费者购买自家商品。但天猫副总裁吹雪表示,天猫榜单是一个算法型产品,不会通过竞价进行排名,更不会把它做成广告类产品。这意味着不管是什么品牌,都有机会登上天猫榜单,前提条件是这款产品拥有很高的用户评价。早期的天猫,是通过竞价的方式让商品能够排在搜索结果的前列的,现在天猫榜单的出现,或许会打破这种固有的商品曝光模式,形成新的良性循环竞争。

# 盘点 新打卡地

文/羊城晚报记者 汪曼 实习生 王文杰 图/受访者提供

今年“五一”期间,花都雅乐城正式开业,在开业首日斩获18万客流。事实上,在今年下半年,广州将有不少商场登台亮相。今年拟开业商场的供应区域,增加了一些“新面孔”——往年极少有增量供应的花都区,以5座全新商场亮相的态势,成了广州的“供应大户”,此外,增城、番禺、天河将分别以4座、3座、3座商场亮相位列供应区季军。

事实上,去年广州已有12座商场“顶住压力”逆势开业,在这一年里,招商难度大、工程进度慢……各大商场能在大同小异的难题中迎难而上,实属不易。作为广州最高端的商业综合体,太古汇仅3月初至5月上旬举行的三次促销活动,就累计实现了过亿元的销售额,显示了广州高涨的消费热情。然而,在新冠疫情防控升级的态势下,下半年广州拟开业的商场是否如期开业?在防疫不放松的情况下,是否能给市民提供更好的消费体验?我们拭目以待。

### 美林M·LIVE天地二期 拟开业时间:2021年6月23日



继美林M·LIVE天地一期2019年8月开业后,二期计划今年6月,携手广州城区唯一山姆会员店重磅亮相。美林M·LIVE天地二期规划总建筑面积约12万㎡,拥有逾2000个车位,采用主题街区式的经营模式,在定位、经营模式与品牌组合上,与项目I期形成互补。

## 把握新消费趋势 电商节期待新招数

2020年的疫情冲击,令消费趋势形成从线下到线上结构性转移。与此同时,下沉市场等新客群崛起。中国消费市场广阔,消费增长规模增速出现了从一二线城市到三四线城市再到农村的阶梯式上升,消费市场下沉明显。

截至2021年3月31日,淘宝特价版的年度活跃消费者超过1.5亿;整个2021财年,阿里巴巴只有30%的新增年度活跃消费者来自一二线城市。而拥有近七成人口

的下沉市场,消费潜力巨大,也是新品牌、新品类、新产品的主要增量场和主要孵化地,有着“小镇F4”之称的德克士、蜜雪冰城、娇兰佳人以及正新鸡排,就潜伏在下沉市场。有业内人士认为,在“618”“双11”这类电商节中,电商平台与品牌如何抓住下沉市场的活跃消费者,推出更吸引人的优惠招数,提供更优质的产品和服务,将是赢得市场的关键之一。



## 广州下半年 多座商场开业

据了解,山姆会员店跨越了商场1-3层,打造逾2万㎡超大仓储空间,拥有逾4000款超高性价比商品。除山姆会员店之外,美林M·LIVE天地二期还规划了零售旗舰店、体验旗舰店、艺术品文化及品牌餐饮等多种业态,引进金逸IMAX双巨幕影院、小米旗舰店、星巴克、麦当劳城市餐厅等品牌。

### 广州Cloud-9 (心悦城·邮轮广场) 拟开业时间:2021年8月

广州Cloud-9(心悦城·邮轮广场)位于港前大道南沙客运港正对面,地铁南沙客运港站可直达。历时5年建设的广中交心悦城·邮轮广场,是圈内鲜有的巨无霸邮轮母港商业。项目总建筑面积35.2万㎡,商业建筑面积约3.2万㎡,整体建筑造型以“鲸舟”立意,使整个项目看似巨鲸跃海而出。

商场部分采用“盒子+街区+独栋商墅”的建筑形态设计,规划了海洋文化IP、时尚与活力、舌尖的邮轮、夜经济、特色配套五大主题业态,独占1.6公里黄金海岸线,不仅能够让观众近距离观赏邮轮和海景,还能提供餐饮、娱乐、会展等业态提供硬件支持,打造沉浸式邮轮主题消费体验。

### 环贸天地ICC MALL 拟开业时间:2021年9月28日



环贸天地 ICC MALL

这是由越秀商投打造的又一个标杆作品,背靠广州核心枢纽广州东站。环贸天地ICC MALL虽为写字楼商业配套,且商业面积仅45万㎡,但主题亮点与商业创意相当出众。商场以“Metro Park都会绿林”为定位,规划了逾200米的景观长廊,将原本属于室外的绿植引入室内,营造森林中购物的意境和体验,汇集了时尚零售、艺术文创、美容运动养生、教育培训、智能科技、家居生活、休闲娱乐、精致餐饮等八大业态,零售、餐饮和体验各占1/3。

### 时代CR8 拟开业时间:2021年12月

时代CR8坐落番禺汉溪长隆商圈,以“都市菁英的格调社交场”为定位,规划了社交创意、文艺写意、潮流趣意三大业态,集轻餐美食、休闲夜经济、潮玩娱乐、生活配套等功能于一体,打造了四大特色空间。一是打卡阶梯,网红打卡新媒体艺术阶梯,三层设计聚引庞大客流;二是低密度新氧花园,提供灵活多元的商业经营空间;三是休闲街街,为全时段品质美食打卡地;四是云端剧场,承载戏剧、脱口秀、live house等多元功能,打造商业与剧场融合的新模式。

除了上述商场外,广州今年还将迎来合景·悠方(广州知识城)、太和铂天地、新塘铂天地、凯达尔广场、星寰国际商业中心、天河高登汇、乐活港·健康方舟商场等值得期待的商场亮相。