

年年节相似,今年犹胜昔 女神节,全城双赢!

尽管昨天才是三八妇女节的正日,但在市场的整体预热下,锡城市民早已“醉”在节日氛围中。女神节让商家看到了商机,让消费者享受到幸福,更让市场见证了女性的力量。

够拼

商家花式揽客「求逛」

“忽然一夜之间,商家都在打折焕新。”带着女儿用餐的市民范女士告诉记者,她已好久没有到综合体用餐,除了疫情期间自我防范的原因,还因为她觉得商场的可逛性越来越小。但如今,不少商场加大了室内软装布置,还推出有意思的互动性活动,逛商场又有了兴奋感。记者随机采访了多名市民,他们都表示今年开春后商场都挺“努力”,“连我这个宅男都想四处逛逛了!”20岁的游戏控朱亦然说,一些商场的互动性设施参考网络游戏的娱乐方式,值得亲身体验。

记者采访发现,锡城商场的促销内容和揽客招式有了新花样。恒隆广场此前推出的限时停车福利在本月进一步加码,场内任意消费就有3小时免费停车券,餐饮或电影院消费后免费停车时长达4小时。海岸城为吸引客源,商场活动拉满了汉唐复古感。无论是身着唐装巡游的不倒翁小姐姐,还是投壶、捶丸等唐风游戏,观赏性和互动性俱佳。参加游戏并打卡完成任务后还能领取精美奖品,很具圈粉实力。商场中堂春日游的软装美陈也成了不少自拍人士的打卡地。此外,商家为了让市民走出家门,还费心设计了别出心裁的促销模式,如某品牌生煎店不仅上市了新品小炒牛肉生煎,还推出走路步数换生煎活动,步数达到6000步和12000步分别享受8.5折和7折优惠。从各大商场的反馈来看,这些巧思初见成效,到店率提升了,入店客人也增多了,商场人气正在不断攀升。

“希望更多的人能走出家门,沐浴春光之余,到店享受更多的服务。”某商场相关负责人周女士表示,到店消费是一件双赢的事:对消费者来说,不仅能亲身感受商品甚至尝试体验,还能享受更多便利与服务;对商家来说,客人到店能带来更多的全场一站式消费,不仅仅利于某个单一商户,人气的聚集也有利于“商气”的积累。她说,随着线下回流趋势的日渐形成,未来锡城商家将更加注重到店体验感,锡城商场会更好逛。

给力

促销走心效果双赢

今年的促销活动和往年单纯让利相比,手段更高明了。产品走心,让女神们感到满满的诚意。以某酒店推出的女神节限定下午茶为例。首饰匣的陈列架中心,一位红衣女士人偶占据C位,她的周围被心爱之物所包围:用费列罗做成的旗袍、巧克力和草莓混搭而成的包袋、口红巧克力、巧克力烈焰红唇等,尽显妩媚。别出心裁的还有花捧蛋糕。花束的外包装中,以奶油为芯,以草莓寓意玫瑰,满是芬芳。“虽然前两年就有类似的口红巧克力产品,但却是比较小众化,品类也有限,如今有了成套产品,感觉到惊喜和被宠爱。”市民过女士说。一些餐厅推出的琥珀桂圆桃胶露,也让不少女生大呼“精致”。

传统的鲜花消费也迎来高峰。电商平台叮咚买菜在3月2日开启“女神鲜花节”预定,销售情况火爆,6日就达到近50%的预售量。7日下午17点还出现了一波鲜花消费高峰,截至当晚18点,部分单品已经销售一空。昨天,叮咚买菜鲜花单日销量预计超出平时的5倍,整个“女神鲜花节”活动期间的销量预计同比增长250%以上。平台相关负责人表示,除了传统妇女节主打的康乃馨花束,叮咚买菜这次主推的鲜花还有以郁金香和洋牡丹为主的精致小花束,极具女性魅力属性。平台还另外为企业用户准备了单枝装康乃馨,满足企业福利场景需求,在过去几天中,平均每单都有着几十份的购买量。

与此同时,和鲜花同为“甜蜜”象征的甜品,销量也出现了明显增长。经典的下午茶标配“意式风味提拉米苏蛋糕”、奥利奥碎加持的“奥可虎皮卷”、点缀着花瓣的“女神蛋糕”,都是三八节期间的热销品种。

解读

数字经济让女性更自信

近日,阿里研究院与中国就业形态研究中心课题组联合发布《数字经济与中国妇女就业创业研究报告》。据《报告》统计,在数字贸易、电商、直播等领域,数字经济已创造5700万女性就业机会。电商平台上,约有2358万女性淘宝店主,其中农村淘宝女店主有392万人;淘宝直播和抖音上约有1244万女性主播;饿了么与美团平台上约有18万女骑手;出行平台上约有136万女司机;微信生态上约有1749万女性社群经济参与者……数字经济提升了女性在劳动力市场的价值,减少了女性在劳动力市场的弱势,为女性开创了新的就业空间和领域。在无锡,数字经济也让不少女性更为自信、自立和自强。

作为较早试水数字经济的女性,宏凤年糕坊的负责人沈静娟几乎没有落下任何一个电商风口。起初,她开微博写博客推广产品,社群经济兴起后,又用起了公众号、小程序,还组建了人数不少的福利群。短视频风口来了,她在经营淘宝店的同时,又开始研究短视频营销,糕团的制作、乡间的家长里短,都能在平台上拉近销售距离。如今,直播带货如火如荼,她拉起团队亲自直播,产品在直播间里常常“开播即售罄”。通过数字平台,她把生意从一家门店开到了全国范围,天南海北都有她的粉丝与客户。随着行业名气越来越大,不少贴牌生意找上门来,她的企业日渐成为专业供应商。“数字经济平台让女性更有力量,让女性事业更有市场。”她说,数字经济的出现带来了一种新的经济形式,让女性通过互联网扩展家庭以外的社会网络,积累更多人脉资源。

在无锡首届直播电商达人大赛上,女性报名人数亦远高于男性,而最后进入决赛场的也大多为女性。“数字经济放大了女性的情感优势,扩展了女性的价值发挥空间。”大赛主办方相关负责人表示,女性“洞察消费者和感知市场的能力”、“同理心、理解力”更强,这些软技能优势,在数字连接下变成就业优势。女性劳动者在追求自身价值的同时,更愿意主动沟通,分享经验,在充满“分享”精神的数字世界中是一种优势。

(晚报记者 天易/文、摄)

特别关注
“她”