

挥一挥手开启 人走自动关闭 智能感应垃圾桶“更懂”消费者

当垃圾桶插上智能翅膀后,会如何翱翔?近两年,我市生产企业新出炉自动开盖的感应垃圾桶,赶上消费升级的转角,通过礼品市场等渠道,逐渐渗入家用市场。在产品更新换代的时代,这种感应垃圾桶市场有多大?



双十二 线上遇冷线下热闹 商超接连大动作 市民狂捡 便宜

记者 应柳依

时至年末,不少线下百货商场开启狂促销、冲业绩的超级折扣直抢线上的优惠力度,新一轮的“双十二”,不少高喊已剁手的消费者经过短暂休整后,又开启了“买买买”模式,虽然仍有不少人是在网上血拼,但大多“剁手党”已转战实体店。在这刚过去的周末,拖家带口连扫各大卖场的不在少数。

超市商品五折促销

10日,双十二促销活动第一天,9时许,超市、蛋糕店、早餐店陆续排起了长队,优惠力度把四面八方的人从家里早早地吸引出来,好似互联网时代的“赶集”。

中午时分的物美大卖场早已被人潮挤满,摩肩接踵的景象让不少来购物的市民感慨不已。面对火爆的销售场面,物美大卖场客服经理彭火兰也直呼:没想到!活动首日,多个货架产品就被抢购一空,整个活动的营业额更是达到平时的5倍,最后一日甚至延时到近凌晨才打烊。

前来抢购的市民王小姐说,双十二线上的优惠力度不及双十一,所以她们决定全家组团来商场看看,本来计划单买点生活用品,但看活动力度大,便顺手挑了其它产品,林林总总折算下来,便宜了好几十元。

低价是聚集超高人气的重要原因,这次活动力度大,接连三天,每张会员卡每天均可享受全场商品5折,50元封顶。彭火兰分析,年底日常百货刚需旺盛,圣诞、元旦、春节等一系列节日即将到来,也刺激了消费。

随后,记者又走访了南龙、华联、世纪联华等各大商超,发现均有不同程度的优惠活动,目测人流量比平日有大幅度增加。

线下开启智能商业

双十二来了,这个被称为“线下版双十一”的节日,今年掀起了线下消费浪潮。所有参与活动的线下商家,也在摸索自我升级的路径。对他们来说,互联网的能量和能力确实超出他们的想象。

事实上,一直以来,双十二的地位都有些尴尬,双十一集中透支了一批购置力,圣诞、元旦等节日紧随其后,前后夹击之下,短期内很难触发新一轮的消费热情。不过,今年双十二,马云玩够线上打折促销活动后,瞄上线下生活,再次任性地请大家五折吃喝玩乐,只要活动期内使用支付宝钱包付款就可享受优惠。

在马云推动下,我市不仅有商超百货抢滩大放价,新华书店等提供吃喝玩乐的商店也带来了满满诚意。如新华书店10日当天,推出的支付宝到店可打五折(优惠30元封顶),满1000元减100元,部分商品更是折后折,力度之大,门店不到14时额度便达到了上限。

新华书店门店经理黄志韶说:鉴于双十一没有促销,且以往的活动大多只是某个时段享优惠,所以这次大力度的活动使当天销量增三成以上,其中少儿读物占45%,文教类27%,文学11%。

黄志韶认为,所谓“无数据,不智能;无智能,不商业”。数据智能将成为商业的基础。随着互联网加速普及,未来,线上线下将是拥抱关系,所有的数据都在线,双十二之后,互联网和线下商业的结合势必将更加紧密。

记者 田妙联

智能感应自动开启

日前,在高镇商业街,一款智能垃圾桶吸引了不少消费者的注意。从外形上看,该产品类似普通的脚踏式垃圾桶,双层设计,内有手提桶。近看还会发现,和普通的垃圾桶不同,一旦手靠近垃圾盖,红光闪耀,盖子自动开启,约5-10秒后,人走盖合(见上图)。

相比传统脚踏式垃圾桶,这种能充电的感应垃圾桶售价高出不少,目前市场售价在100元至200元之间。

仅这一变动,较普通垃圾桶利润多10%至15%。市正帝工贸有限公司负责人程磊介绍,感应垃圾桶的秘密全藏在桶盖里,只需加上芯片、红外线感应装置、锂电池,就能通过红外线感应实现自动开启了。

据悉,两年前,该公司涉水智能垃圾桶市场,通过礼品市场、淘宝、微信三种渠道销售,销量连年上升,仅微信端,义乌、永康两地的月均销量就达7000多只。

我们还能私人订制,前不久,步阳集团就订购了一批智能

垃圾桶,作为礼品送给客户。程磊说,虽然价格略高,但吸引了不少尝鲜者。

去年,刚上市智能垃圾桶的龙山镇某生产厂家也获得不俗成绩,仅淘宝月销量就有5000多只。今年,在原有基础上,我们重新刻了模,产研出密封性更好的第二代产品,加上线路板也做了防潮处理,能放在卫生间使用。该厂家负责人吕经理说,智能化产品符合“懒人”的需求,发展空间不容小觑。目前,他们正积极对接外销,开拓更大市场。

个性消费引领创新

事实上,早在七八年前,我市就有人编写程序,研发感应垃圾桶。据知情人金岩海介绍,由于当时市场还不成熟,感应技术尚不稳定,最后不了了之。但现在看来,智能垃圾桶市场已经蠢蠢欲动了。

一些城市正尝试在公共场合安装智能垃圾桶,如重庆江北嘴就亮相了首批太阳能智能垃圾箱。该垃圾箱具有压缩功能,能把20立方米的垃圾压成2立方米,同时,还能实时监控垃圾箱内

的垃圾数量,提供免费WiFi服务;日本甚至研发出会说话、会走路接垃圾的智能垃圾桶;一些科技公司也把注意力转向垃圾箱、垃圾车和垃圾填埋场的世界,通过建立垃圾数据库,让“肮脏”的生意变得高效益。

不过,要使智能化产品真正扎根市场,还需要真正回归用户的需求,如果只是实现简单的智能控制,很容易变为市场营销的噱头。

目前,市场上在售的普通感应垃圾桶多为家用,反映速度为0.3秒,感应窗上方能达45cm,离真正智能尚有很长距离。比如,延长垃圾桶充电寿命,从3个月延长至1年,款式更符合个性化装修。吕经理表示,不仅要智能,垃圾桶还要符合家装风格需求。

市场上一些号称能自动更换垃圾袋的智能垃圾桶引起了程磊的注意:这种垃圾桶只是把垃圾袋事先藏在桶底,最终还需手动套袋,不过这是智能升级的一个方向。

程磊说,垃圾桶产品真正做到颠覆,仍需消费者参与其中,随着技术成熟,价格趋于合理,智能垃圾桶才能迎来真正的腾飞。

招商实现满堂红 创新服务走出去 五金城：三百 竞赛拼实绩力冲全年红

记者 田妙联 通讯员 项红友

本报讯 岁末脚步临近,我市各企事业单位又要接受新一轮的期末考试。在今年这份答卷上,浙江中国科技五金城集团有限公司从容不迫地应试,并取得了优异成绩。前三季度,实现实体市场成交额326亿元,同比增长6.5%;网上交易额218.5亿元,同比增长10.9%。

实体经济实现逆势增长是五金城“三百”竞赛活动取得突破的一个缩影。自“三百”竞赛活动开展以来,五金城突出“电商引领发展、走出去发展、繁荣会展经济”三条主线,创新举措,夯实基础,加快线上线下全面融合发展,确保“三百”竞赛活动取得实效,为我市经济社会平稳发展做出了贡献。

在“百日服务”中,五金城推出智慧展商名录,为参展企业商家

提供了更加信息化、智慧化、人性化的推广方式,实现“一机在手,轻松逛展会”。全面升级“尚五金”平台,品牌自营定制产品,通过在百度、360、新浪、腾讯以及全国各地新闻媒体、电台的大力推广,取得了显著成效。目前在网销售各类五金产品6万余件,辐射全国10多个省市和地区。前11个月,平台新增注册会员35.24万个,入驻商户6754家。

电商服务实现多元化。联手淘宝网·中国质造,扎实开展永康商盟业务,成功引进入驻商户56家,涉及保温杯、厨具、清洁用品、健身器材等产品类目。跨境业务稳步扩大,下属电商公司签约了日用五金、健身器材、厨卫用品等数十家有资质的跨境产品供货商,产品种类达200多种,仅在亚马逊平台,就已揽接来自新加坡、意大

利、美国等境外订单上千笔。

会展经济逆势而上。五金城充分利用好国际会展中心平台和我市五金产业资源,实行线上线下互动办展,招商工作实现了“满堂红”,先后举办各类展会32次,总展出面积42万㎡,总交易额达196亿元,分别增长14.3%、13.5%、3.7%。

向“展会+互联网”升级,实现两个首次:首次引进举办浙江第三届省外浙商市场采购浙货对接会,吸引全国各地200多名总经销、总代理,以及采购商参加展会采购,直接促成交易5000万元,达成合作意向1.5亿元;首次走出去,成功举办中国(北京)国际自动门电动门展览会,展出面积达13000㎡,提升我市展会品牌影响力,拓展五金产品外销新空间,也为我市进一步开拓省外市场开辟了新路径。