

“互联网+”时代怎么玩？直播+体验’芝麻开门尚五金直通淘宝网开启新零售模式

从概念到趋势，新零售时代强势来临，传统市场该如何站上风口，玩转新营销，借梯上行？3月29日至30日，五金城电商公司联合淘宝企业服务平台共同举办的2017年五金类目春季采购节率先示范，线上引流造势、线下办节现场采购，融合互通，形成O2O闭环共创增量价值。

□记者 应柳依 通讯员 何春艳

◆两大巨头联袂，嫁接平台参与内容营销

6、89、296、789、1023……3月30日刚过10时，采购节直播一开幕，观看人数就‘噌噌噌’不停上涨，越来越多的人‘走’进直播间参与互动。主播吴明明穿梭于五金城市场，在商铺间游走，选出各类精品五金工具，请出经营户作为直播嘉宾，一起吆喝展示产品性能，同时直播页面下方附上产品购买链接，方便客户眼见为实后直接下单订购，生动活泼地营销模式增强了用户体验，明显提升了

转化率。“直播购物反响热烈，点赞次数高达四万多次。”经营户李先生兴奋地表示，线上线下联动直播的创新玩法，将淘宝、商家和消费者联系在一起，为店铺带来了最直接的经济效益，一上午卖出了十几套组合五金工具。作为春季采购节的重头戏，这次直播也是五金城集团探索市场发展的一种全新营销模式。该活动采

用线上线下联合互动的方式进行，线上会场为‘尚五金’商城及淘宝企业服务春季采购节活动页面，线下会场则为拥有3000多户商家的五金城市场，线上引流造势线下办节现场采购，不仅提升了五金城市场和‘尚五金’平台影响力，在为我市五金小微企业主和专业买家提供全方位的采购服务之余，对参与商家的品牌推广、销量和曝光率都大有裨益。

◆玩转新零售，双线整合资源优势互补

随着互联网+时代发展，营销方式已逐步向专业化、垂直化的直播体验发展。如果说发迹于秀场和游戏领域的直播是近几年移动互联网市场上的一匹黑马，那么今天，在玩法上不断推陈出新，整合线上线下的资源优势已成为能够撼动新格局的‘杀手锏’。“后电商时代，不进则退”，对于想要以五金集群优势叫响品牌的‘尚五金’而言，必须向先进

营销模式看齐。虽不使用常规套路，不依赖明星造势，作为专业的五金批发平台，天生背靠优渥五金实体市场的‘尚五金’联姻对电商运营运筹帷幄的淘宝大平台，线上借力引流参与互动，同时结合线上消费人群的购买习惯，对专业买家、小微企业主精准推送，吸引其进入线下市场，凭淘宝的采购订单，在线下参与扫码抽奖、猜对赢奖

品等活动，把采购节推向一个又一个高潮。随着双方的运营能力进一步释放，内容核心驱动优势不断凸显，在竞争激烈、暗潮涌动的电商战场，毫无疑问，‘尚五金’又完成一次高转化率的市场营销战役。淘宝网家居版块负责人修谷赞赏直播良好效应的同时，更希望能与‘尚五金’平台继续开展家居、日用五金的直播合作。

■记者手记

传统市场升级的样板

树立一个品牌市场标杆，并非是一件容易的事。除了在管理上要日益精进，还要紧跟时代发展的脉搏。作为省网上网下融合示范市场试点、金华市现代服务业综合改革试点，近年来，五金城集团始终未曾停下创新步伐。不管是自建‘尚五金’电商平台到开启‘三网’营销，再到结合展会举办网货节、“走出去”发展等，五金城集团都对新营销运用得十分彻底。这种品牌高举高打的模式，在形象效应、口碑传播、高端渠道、线下服务等方面多管齐下全面发力，让五金城真正成为具有高品牌价值的行业领跑者，也为传统市场转型升级提供了样板。“随着新零售时代到来，传统市场又迎来了新风口，只有将五金城跨越的每一个新高度都作为新起点，才能成为领先行业的时代弄潮儿。”作为‘尚五金’品牌的‘幕后推手’，五金城电商产业公司总经理徐美珍踌躇满志，下一步，五金城集团还会加强与淘宝网合作，将针对‘五金优选’版块通过达人秀等形式开展更多更新颖的营销模式，并在5月份的第八届中国国际门博会上，与淘宝家居版块继续开展逛展会直播等多形式深化合作。



无线局域网扩围
智慧城市再升级

1日，市经信局和金华市无线WIFI产业联盟共同开展的无线局域网宣传活动举行，吸引了众多市民驻足询问。无限局域网的进一步扩围，让智慧城市建设再升级。
记者 吕高攀 摄

甲醛可分解 环保应用材料 倍受市场青睐

最近，由莫干山板材引进并独家专供的圣戈班专业分解甲醛石膏板系列产品深受市场青睐。该板材是欧洲石膏板产品研发专家Ken smieh潜心多年打造的全新配方、全面升级的绿色环保建材，包括常用的水曲柳面板、木工板、多层板、免漆板等。圣戈班石膏建材率先通过了ISO9001质量认证体系，专业生产石膏板及石膏制品、隔音保温材料、天花板及配件，在全球50多个国家拥有130多家工厂，销售服务网络遍及全球五大洲，提供的所有材料均超过我国国家标准，并通过绿色产品认证。其中，石膏板的全球销量超过10亿平方米，约占全球20%的市场份额。产品系统广泛应用于办公楼、酒店宾馆、医院学校、商业网点、住宅厂房等项目。

5日至14日‘工银融e借’推出月利3.625%优惠

随着消费金融市场的蓬勃发展，工商银行凭借‘低息’战略，推出个人信用消费贷款‘融e借’，发力个人纯信用贷款。“融e借”既有资金和客户多的优势，也有大数据做风控保证，得到市场关注。工商银行永康支行个金科副科长沈珊珊介绍，“融e借”无担保、无抵押、纯信用，从申请到放款均线上办理，自助操作，分秒到账。该行5日至14日特推出12期内(含)基准月率3.625%的优惠，相当于贷款1万元，日息约0.7

元，随借随还，提前还款不收手续费。那么，哪些人可申请呢？沈珊珊说，公务员、事业单位和国有企业的正式员工、当地正常缴纳公积金连续半年以上的客户、工商银行的优质客户等均可申请。申请人登录工银个人手机银行或网上银行，在‘贷款’栏目中选择“融e借”，点击‘申请贷款’，就可看能否贷款，及最高可贷额度，填写相关信息后提交申请。需要注意的是，最高可贷额度因个人信用状况有所差别，目前自助最高贷款额度30万元。

如有客户遇到目前还无授信额度，原因是工行基于风险管控规则采用了“白名单”管理模式，符合信贷门槛的客户才能予以准入。“工行正在逐步引入第三方互联网平台数据，社保、税务、公积金等行外可证实收入信息，再将现有白名单客户数量扩大。”沈珊珊解释。工商银行借助银行的传统优势，依靠长期积累的线下信贷管理经验和专业化团队，对行里全体客户和全部信贷资产实行风控排查，再采用‘数

据+模型’的方式，使‘融e借’实现客户准入、授信、放款、监控和催收管理的智能化运作。值得一提的是，工行还给客户需求建立了产品分析模型，根据借款人的不同特征为其匹配相应的融资产品和还款方式。贷款放出后，银行还会通过系统持续跟踪、监控资金流向。在此期间，如果借款人的还款数据、资信数据出现持续性变化，银行会分析原因，并相应调整其授信。更多详情请咨询工商银行永康支行各网点，热线电话：87139561。