

线上突围与线下让利并行 我市多领域点燃 双十一 市场



随着一年一度的 双十一 购物狂欢季正式启幕,为抢抓消费机遇、加速释放市场潜能,我市商超、五金企业、物流企业提前布局、多措并举,从本土好物供给、线下优惠让利到物流高效保障全方位发力,共同点燃本地消费市场新活力,为 双十一 盛宴筑牢坚实支撑。



带货主播在介绍锅具



快递员在分拣快递

借势电商突围

多品牌销量迎爆发式增长

11月3日,不少品牌在永康万达商场开展溯源直播活动。记者在采访中发现,TZT、伊之福、烹科等品牌通过参加抖音 服务商源起好地方 去永康铸好锅 活动,开展线上线下联动、技术升级迭代产品,拓宽销售渠道,在今年 双十一 交出了亮眼的答卷。

最初选择入驻抖音电商,是看中平台对新商家的利好政策和巨大的流量载体。TZT抖音部负责人施灵波介绍,这家在永康深耕20余年的企业,之前以线下销售与外贸渠道为主,今年正式布局抖音电商,开启线上转型之路。

施灵波向记者透露,加入抖音电商后,企业订单量环比增长68%,成功

打开了线上市场新局面。今年 双十一 期间,TZT重点推出的有钛锻打铁锅成为爆款。该产品采用最新等离子钛熔射技术,搭配精铁锻打纹理,实现双重物理不粘,且底厚壁薄、导热均匀,因重量轻盈,上线后迅速赢得消费者青睐。

从杭州专程赶来参加线下会展直播的伊之福品牌厨具主播邓孔洋,首次到永康源头工厂探访,了解线下工厂的制锅工艺,感受线上线下联动的独特优势。

商场里逛展的客户主动过来了解产品,既能增加客户对品牌的信任度,也能让他们更直观地感受。邓孔洋表示,

伊之福今年推出的钛陶瓷不粘锅是 双十一 的主打产品,该锅采用钛加陶瓷互渗工艺,既保留了陶瓷的抗粘性能,又提升了锅体强度与硬度。直播间推出了拍1到手7件套的福利活动。据了解,自伊之福加入抖音电商后,该款不粘锅销量实现翻倍增长,全平台日均销量可达三四千单。

今年 双十一 的销售额,比去年同期增长了不少。烹科品牌厨具华北地区负责人岳小奇的话语中难掩喜悦。双十一 期间,烹科组建了团队,安排3名主播,每天从10时直播至22时,12小时不间断带货。该公司带来的多功能炖煮一体微压锅是今年的新

品,也是永康厂家生产的产品。这款微压锅比老式高压锅更安全,可以随时开盖,还兼具高压锅功能与普通锅的实用性,而且不挑灶具。岳小奇介绍,产品的高性价比与溯源直播的信任感加持,让这款微压锅成为 双十一 期间的热销单品,也让企业切实感受到了线上渠道的爆发力。

有业内人士指出,从依赖线下销售与外贸,到拥抱抖音电商,从单一线上直播,到线上线下联动溯源,永康厨具企业在今年 双十一 期间的转型实践,不仅印证了短视频电商平台对传统制造业的赋能作用,也为更多地方企业探索销售新路径提供了参考。

物流高峰来袭

网点全力保障收发畅通

在顺丰速运浙南区永康片长城大件营业网点的分拣场地内,一件件包裹整齐堆放,工作人员穿梭其间,扫码、分类、装车等流程有条不紊,一派忙碌的景象。这是今天从金华到永康的第二班次到件,我们正在抓紧分拣,方便后续及时派送。近段时间正值 双十一 物流高峰,该营业网点经理李康一边盯着分拣现场,一边向记者介绍。

作为一家专注大件货物的快递网

点,这里的收件品类颇具特色。李康介绍,网点主要承接哑铃、动感单车、跑步机等健身器材和轮椅车等助老用品,以及保险柜、炒锅、保温杯等民生与工业用品,合作客户以企业为主。

企业选择我们,核心在于我们的综合服务优势。李康坦言,企业十分重视物流服务质量、售后响应速度、快件时效与安全性,尤其在 双十一 物流高峰期,网点做到时效与平日持

平,十分高效。此外,该网点已实现偏远地区服务全覆盖,还可以根据客户的产品特性与件量,提供一客一议的定制化价格方案,最大程度满足企业需求。

此外,随着 双十一 消费热潮的蔓延,该网点的到件量大幅增长。平时到件大概需要6辆车运输,现在直接增加到11辆,整体到件量比平时多了将近一倍。李康说,为应对激增的

快件量,该网点制定了周密的保障计划。每天,工作人员提前一天预测次日到件量,晚上再针对预测情况进行复盘,细化人员排班、场地分配方案。针对发件环节,精准规划车辆调度,同时对小客户的件量进行预判,确保每一票快件都能按时、安全发出。我们的目标是在高峰期,不积压一件货、不耽误一个件,保障物流链路全程畅通。李康说。

线上线下同价

家电促销收获亮眼成绩单

随着 双十一 消费热潮持续升温,我市家电商场通过线上线下联动、价格让利、福利叠加等举措,取得了不错的效益。在今年的市场大环境下,我们销量比上个月增长了30%-40%。永康市小小电器有限公司(以下简称小小电器)总经理黄萍说。

11月初,小小电器开启了线下 双十一 提前购 活动。这两天门店客流量和成交量明显增加,很多顾客都是冲着实惠来购买的。黄萍介绍,今年 双十一 的核心竞争力在于 双保障 :一方

面,线下产品可享受齐补政策,进一步降低消费成本;另一方面,线下价格与线上保持同价,彻底打破了消费者线上更划算的固有认知,成功吸引了大批线下客流。

门店内,一款美的电热水器成为热销单品,直观体现了此次促销活动的力度。据了解,这款搭载2500瓦功率、防电墙设计的产品,不仅安全系数高,还配备变频无缝蓝钻内胆,且享有八年质保,日常售价1299元。双十一 期间,该产品优惠价降至999元,叠加齐补政策后,

消费者仅需840余元就能将其带回家,价格直降近三成,高性价比成为其畅销的关键。

除了价格让利,相关品牌还推出积分兑换福利,进一步提升消费者购物体验。现在顾客问得最多的是有什么赠品,我们的答案是 让你自己选 。黄萍笑着说,比如消费者在购买美的品牌产品后可获得相应积分,登录美的商城即可用积分兑换礼品。商城内涵盖三四十种商品,小到纸巾、洗衣液、洗洁精等日常用品,大到电水壶、电饭煲等家电,消

费者可以根据自身需求灵活选择,让福利真正落到实处。

从提前开启线下促销,到价格、福利双重发力,小小电器的 双十一 策略既贴合了消费者对实惠的核心需求,也展现了中小家电企业在促消费中的积极探索。黄萍说,随着 双十一 消费周期进入后半程,企业将继续保障产品供应和服务质量,让更多消费者以优惠价格买到高品质家电,进一步释放消费潜力。

融媒记者 程明