

· 资讯 ·

盒马北京上线付费会员

北京商报讯(记者 王晓然 徐天悦)记者获悉,盒马鲜生付费会员项目于4月4日在北京上线。据了解,盒马鲜生付费会员年费价格为218元/年,会员可以享受会员专享价、充值返现、奶票餐票、海鲜加工费减免等权益。

事实上,为了提供差异化服务,与消费者产生更高频的互动,已经有不少零售商尝试付费会员制。电商平台中天猫、京东、每日优鲜等均纷纷试水,实体零售企业中全家、便利蜂等也都有自己的付费会员制度。北京商业经济学会副会长赖阳认为,企业推出付费会员可以很好地锁定消费者忠诚度,不过,付费会员对于消费者来说吸引力未必很大。目前付费会员制在国内的发展仍处于初级阶段,究竟能为企业带来多大价值还有待验证。

H&M研发AR虚拟试衣技术

北京商报讯(记者 王晓然 陈韵哲)快时尚品牌进入中国市场后,经历了快速发展的阶段,但随着市场饱和与品牌间的竞争,快时尚逐渐进入了瓶颈期,为了改变逐年放缓的业绩,品牌方都开始尝试新的改变,朝数字化、科技化迈进。

H&M首席执行官Karl-Johan Persson近日在接受北京商报记者采访时表示,未来一段时间内,将加强人工智能、AR技术等数字化投资,以便保持价格竞争优势。据了解,H&M正研发一项新型AR技术,智能机器可识别消费者轮廓。被识别出的消费者可根据自身需求,选择不同尺寸的虚拟服装,通过机器搭配出不同场景的服装以满足需求,机器甚至可以通过不同肤色、样貌特征选择最适合自己的个性化商品。H&M近期投资了不同领域的数字化技术,例如一款测试衣服是否合身的技术,消费者可以根据该技术查看衣服的合身程度。

购买需求存差异 老年消费 心手不一

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评)老年消费者的消费升级欲望正被逐渐释放。4月1日,北京商报记者从在线导购平台返利网发布的一组数据发现,进口商品和高科技商品在老年消费群中逐渐走俏。同时,购买数据与浏览数据的重叠度几乎为零,意味着老年消费者的消费行为在实际表现和真实需求上存在较大差异。

根据返利网数据显示,2019年1月到3月底,50岁以上消费者搜索和浏览次数最多的商品依次是塔罗科血橙、越南进口青芒果、墨西哥牛油果、德国原装进口纯牛奶等。其中,8个与吃得健康相关,2个与美容相关,并且这组最受老年人青睐的商品几乎全部都是进口产品。50岁以上消费者对进口商品青睐有加,但购买频次居多的为家庭日用品,例如老花镜、鱼油软胶囊、婴幼儿纸尿裤、婴幼儿奶粉、植物食用油等。购买数据与浏览数据零重叠反映出老年人在消费上的实际表现与其真实需求呈现出“心手不一”的特点。

5月的母亲节,6月的父亲节很快即将接踵而至。返利网相关负责人表示,平台将在母亲节前夕,通过平台大数据分析及用户调研,发布母亲节送礼指南,提供选购商品的指南。实际上,“科技范”的家居类产品已经引发了老年消费者的关注,相比2018年同期,2019年返利网平台50岁以上老年用户购买增幅最大的商品是空气净化器、体脂秤和净水器滤芯,越来越多的老年人倾向于选择高科技产品来改善生活品质和家居状况。与年轻人一样,老年消费者也在享受科技带来的生活便利。

闲置物变商品
二手交易认可度上升

一款功能、外观完好的手机,在主人眼中可能已经过时,但在他人眼中它却是一件不错的商品。二手交易让闲置物“重现”价值,头部企业也在加紧布局该市场。近日,阿里在10个城市的商圈落地了闲鱼小站,提供手机回收、手机维修等服务,完善线下体验场景。在手机上新时期,二手手机交易也迎来一波高峰。随着大量闲置物品的使用价值被释放,二手交易市场将有巨大增长空间。

拓展场景 二手市场“培育中”

“二手”在一些人看来是别人“剩的”,这个贬义词正逐渐渗透到人们的日常消费中。面对万亿级市场,头部企业也不断深度布局。阿里近日宣布,阿里在10个城市的商圈落地了闲鱼小站,提供手机回收、手机维修等服务。背靠阿里,闲鱼在二手市场的竞争中有着独特优势,但同为二手市场活跃玩家的转转频繁得到58集团资源倾斜,京东高调复活拍拍二手。

闲鱼通过线下引流的同时,转转则在拓展平台的流量入口。转转除了搭建了App,还在微信社交场景下建立交易体验,转转支持微信一键注册、登录以及一键转发等服务。

相比新品市场,传统二手市场的交易中间环节存在着多级中间商,这些商家呈现出分散、量大、规模小的特点,规范性存在欠缺。二手商品的“非标”属性使得商品缺乏统一标准,普遍存在着质量难以保障、商品评判缺乏规范性、信用惩罚机制缺失等痛点。

观念转变 二手交易渐增

从几年前,二手电商开始萌发到如今预计的万亿元市场规模,阿里的闲鱼、58的转转、京东的拍拍都已经深入这一市场,在细分领域也有花粉、心上、Plum、孔夫子旧书



网等平台。在资本与市场需求的助力之下,二手交易平台正在崛起,二手消费也已经逐渐开始成熟。

二手交易有着“低支出”的特点,不少年轻人通过闲置物品交换、交易,以有限的收入获得品质生活。因此,品质不错的二手物品成为年轻人的消费选择之一。

对于消费者来说,随着商品更新加速,消费频率加快,二手交易为购买新商品提供了成本。比如说,在闲鱼上销售的一些二手手机、箱包等,使用的时间大概在一年左右。消费者王女士表示,她从年会抽奖获得的一台回音壁音响放在闲鱼上销售,虽然是全新的音响,但在平台上以原价60%的价格出售。

除此之外,很多代购商品也在以闲置物形式向外销售。消费者李先生表示,一些智能产品,国内可能尚未开售,通过转转平台可以搜到,请网络另一端的“陌生人”帮忙购买,省去了不少交流、沟通的成本。

熟悉套路 可以绕开这些坑

有二手商品回收商家向北京商报记者表示,会有一些卖家“伪装”成数码、手伴、旅行爱好者,在平台上的商家形象较好,但他们销售的可能是假货。

另外,消费者在购买二手商品时一定要谨慎付款。如果消费者先付款,对方可以任何理由,让你先确认收货后再发货。这时消费者应该关闭订单。而且消费者不要脱离平台,选择私下交易,在平台的交流记录可以成为后期维权的依据。

再者,消费者收货后不必急着确认,留着时间慢慢试用。如果遇到不好的商品,发现有任何问题,要立刻与卖家进行协商。

北京商报记者 王晓然 王维祎

相关链接

闲鱼将扶植10万名玩家
拉流量

北京商报讯(记者 王晓然 王维祎)内容或许是撬动二手电商流量的方式之一。4月11日,北京商报记者从二手电商平台闲鱼了解到,今年,闲鱼将扶植10万名玩家,对其进行资源倾斜,通过玩家分享内容带动用户在闲鱼的交易。

闲鱼创始人谌伟业表示,目前,每天有200多万件闲置商品在闲鱼平台上线,61%的用户为“90后”消费者。2018年,闲鱼的交易规模超过1000亿元。谌伟业表示,闲置物交易,会释放更多的消费价值。

去年线上外卖交易规模翻倍增长

北京商报讯(记者 郭诗卉)近日,Analysys 易观发布《2019互联网餐饮外卖市场年度综合分析》明确指出,得益于口碑饿了么与阿里生态融合后推动的新零售与数字化赋能,整个本地生活服务行业从传统粗暴的流量收割中及时转身,开始了新一轮的强劲增长。

易观报告显示,2018年互联网餐饮市场规模同比增长112.5%,订单量同比增长近200%,饿了么App季活用户数同比增长72.5%,

领先竞争对手20%,口碑所在的到店市场交易同比增长31%。随着口碑饿了么融入阿里体系,将包括飞猪、淘票票、天猫、银泰等商业体全面纳入配送体系,本地生活与阿里新零售大体系全面协同,深入探索全场景服务。这一方面促进了新零售业务开始全面协同整合,另一方面也促进了到家和到店业务进一步扩大服务承载。

在这样的互动下,根据Analysys 易观千帆监测数据显示,

互联网餐饮外卖月度活跃用户整体保持上涨态势。截至2018年底,餐饮外卖月活用户数达10288.5万人。其中饿了么App月活人数达6268.93万人,超出行业同类App近2000万人。饿了么季度活跃用户规模同比增长72.5%,高出美团外卖20%。

除了释放新零售红利,口碑饿了么在2019年1月提出的“3个100万”等数字化方案,也让行业有了全新生机。