

少了套路优了体验

电商大促“火药味”激起消费“热闹劲”

新华社北京6月3日电《中国证券报》3日刊发文章《少了套路优了体验 电商大促“火药味”激起消费“热闹劲”》。文章称,2023年“618”大促如期而至,作为疫情防控措施调整转段后的首场电商大促,这场“战役”的“火药味”似乎比以往更浓。

中国证券报记者调研了解到,今年的“618”电商年中大促被业界看作消费潜力集中释放的“关键一战”。行业观察人士指出,今年“618”大促少了套路,更加注重通过让利促销提振消费、优化服务改善体验、丰富产品满足需求,充分发挥平台促消费优势,激发释放各层次消费潜力活力。

“省钱又省心” 减价让利优惠多

5月23日,京东、唯品会均启动2023年“618”预售;5月25日,电商“新势力”抖音宣布预售开启;5月26日,淘宝天猫和苏宁易购预售开始……和前几年一样,2023年“618”大促,从5月底就逐步拉开战幕。

5月31日20时,各大电商平台付尾款活动开启,“尾款人”纷纷上线,2023年“618”也从预热走向高潮。

少了套路,多了真诚,今年“618”优惠措施更直接。

京东“618”在补贴力度上远超以往,继3月初全面上线百亿补贴频道后,“618”参与百亿补贴的商品数量达到3月的10倍以上,在全场商品价格直降基础上,消费者有机会每天领取三张“满

200元减20元”补贴券,除特殊商品外全场所有商品均可使用;淘宝宣布加码百亿补贴,发起“击穿底价”行动,包括手机、数码、美妆、母婴、酒水等商品补贴至全网底价;唯品会则采取一件立减无需凑单的优惠方式,还推出“狂秒”栏目,500款爆款商品在60天最低价的基础上再降至8折,部分商品甚至降至5折……

“这次‘618’我买了两瓶面霜,不光‘速’到了好价,还有赠品,感觉不错,省钱又省心。”在某互联网公司工作的张瑞说。张瑞的好友则告诉记者,这次“618”主要给爸爸买了几双鞋子,自己也买了一些化妆品,确实比平时便宜不少。

“效率杠杠的” 极速送达体验优

在广州,有消费者付完尾款11分钟后,就收到了购买的徕芬吹风机。在上海,有消费者称人还在加班,包裹就已经送达……

线上消费活力四射,离不开快递小哥在线下卖力冲刺。

相比于20年前要等一周才能收到网购商品,今年,消费者最快在数分钟就收到了自己订购的预售商品。

6月1日上午8时,海量京东“618”开门红商品已完成出库,身处新疆维吾尔自治区昌吉回族自治州玛纳斯县的消费者在6月1日上午就收到了前一晚下单的商品。至中午12时,全国92%的区县已收到京东快递小哥送货上门的商品。京东到家联合全国超38万家全品类线下实体店,带给消费者“全品类小

时达”即时零售服务。

记者从菜鸟了解到,截至6月1日中午,菜鸟数据显示,全国有超过一半的预售包裹实现半日达,不仅一线城市和新一线城市快,三四线城市也快。其中,杭州、上海和孝感预售包裹半日达签收率位居前三,均超过70%,此外,北京、广州、深圳、成都、太原、沈阳、南昌、内江和开封等城预售包裹半日达签收率均超过65%。

国家邮政局监测数据显示,截至5月31日,今年我国快递业务量已达500亿件,比2019年达到500亿件提前155天,比2022年提前27天。破500亿件仅用5个月。

“从39天破100亿件,到5个月破500亿件,快递业务量月均‘百亿级’增长的背后,是中国经济活力的缩影与写照。”专家表示,上述数据不仅展现了邮政快递业的强劲增长和发展韧性,更体现了今年以来我国消费需求加快释放、经济发展具备活力的态势。

追求美好生活 升级类消费需求释放

多位业内人士提到,从现有“战报”不难窥见消费者对生活品质的要求越来越高,消费升级趋势愈发明显。

5月31日20时开售后,各大奢侈品牌官方旗舰店在天猫奢品的表现亮眼。Burberry、Chloe、Miu Miu、De Beers等超12家奢侈品牌前30分钟成交量超过去年同期全天水平。箱包品牌TUMI、英国奢侈品牌Stella McCartney,小众奢

品Jil Sander、Amiri等品牌也荣登“618”成交榜前列,10分钟成交量都超过了去年同期全天水平。

京东的电器同样卖得非常火爆。除了美的、海尔、小米、格力等品牌家电的销售瞬间破亿元,中小商家的销售额也迎来爆发。开卖10分钟破亿元的品牌数量同比增加23%,超六成的新商家10分钟成交额突破5月日均值,近五成中小商家成交额增长超200%。

6月1日,“什么值得买”发布的平台“618”开门红成绩显示,此次“618”开门红期间,消费者展现出充沛的消费热情,大件换新需求高涨。截至6月1日中午12时,什么值得买站内GMC(商品交易额)前五的品类分别为手机通讯、大家电、电脑配件、电脑整机和住宅家具。同时,消费者坚持对美好生活的追求,期待通过消费获得由内到外的幸福感。户外运动、护肤美妆、摄影摄像、珠宝首饰等品类均增长快速,并呈现出从入门款向高阶产品升级的趋势,始祖鸟Squamish Hoody冲锋衣、攀山鼠巨人岛冲锋衣、蒙贝欧冲锋衣包揽冲锋衣品类交易额前三名。

什么值得买“618”总负责人张宇昂分析,从今年“618”消费趋势来看,平台让利于消费者,低价策略富有成效,市场消费行为更加活跃,但不可忽略的是,用户消费行为更加理性科学,品质因素在消费决策中的比重增加。开门红数据反映了消费者对品质生活的向往和追求,而用心满足消费者需求的商品与品牌,也能获得来自市场的认同。

首都功能核心区传统地名保护名录

新增500多处传统地名

国兴胡同、龙潭路、天安门广场、钟鼓楼、什刹海、三里河……经北京市政府批准,首都功能核心区传统地名保护名录新增500多处传统地名,包括513处街巷胡同名称和46处片状地名。

这是记者从北京历史文化名城保护委员会办公室获悉的。在首都功能核心区传统地名保护名录2022年公布的名单基础上,北京目前已有1157处传统地名纳入保护名录,包括1111处街巷胡同名称、46处片状地名。

据介绍,这次列入保护名录的街巷胡同,空间分布广泛、地名类型丰富多样,充分体现了北京的文化特点。其中

包括不少北京中轴线与长安街沿线的传统地名,比如地安门东大街、地安门西大街、钟库胡同、钟声胡同、成方街、北京站街等;并且大部分列入保护名录的片状地名位于北京中轴线上或沿北京中轴线对称分布,比如永定门、前门、天安门、地安门、钟鼓楼、左安门、右安门、广安门、广渠门等。

入选保护名录的街巷胡同名称、片状地名充分体现了尊重历史、兼顾古今的特点,地名出现年代包括了元代、明代、清代、民国,直至二十世纪七十年代,新中国成立后命名的地名比例大增。

新华社记者 罗鑫(据新华社电)



集合内地26个省份家乡特色产品

“家乡市集嘉年华”在港启动

据新华社香港6月3日电(记者谢娟)听乡音、叙乡情、品乡味、解乡愁,为期三天的“乡情聚香江 迈向新征程——庆祝香港回归祖国26周年家乡市集嘉年华”活动3日在港启动。

来自陕西的肉夹馍、泉州的肉粽、黑龙江的红肠……超过200个摊位,集合内地26个省份的家乡特色产品亮相维多利亚公园,市民足不出港即可感受各地风味。

启动仪式上,香港特区政府政务司司长陈国基致辞时表示,随着香港同内地自今年2月起全面恢复通关,人员跨境往来复常,为社会经济和旅游活动注入新动力。多个同乡社团已经陆续复办内地交流活动,带领市民认识祖国的最新发展,

增强他们对国家和民族的归属感。

香港广东社团总会主席龚俊龙表示,希望通过“家乡市集嘉年华”活动增进香港市民对国家的了解,加强市民对国家和香港的归属感。26个省级同乡社团首次联合举办本次活动,希望到场的每位市民和游客都能够全情投入,留下难忘美好的回忆。

活动现场许多市民拉着购物车前来“扫货”。居住在香港多年的陕西人张女士表示,听到熟悉的乡音感觉非常亲切。“很多年没有回到家乡,今天看到很多同乡人,好像回家一样。”

上图 人们在活动现场体验。

新华社记者 李钢摄

591岁! 全国最老龙舟出水

锣鼓喧天,醒狮劲舞。全国现存最老、已经有591岁的盐步老龙抖落一身淤泥,与世人再次见面。

2日,盐步老龙起龙仪式在广东省佛山市南海区大沥镇举行。“龙床”旁摆好案台、龙头龙尾、祝文,盐步老龙礼俗省级传承人邵钜熙朗读祝文后,富有经验的盐步村民按部就班地进行祭龙、起龙、洗龙等仪式。

随着几名老师傅开动水泵,藏龙地水位渐渐下降,老师傅们跳进齐腰深的水中,拔除覆盖在涌面的水葫芦、用小桶舀出船身的水……乌黑的老龙舟缓缓

从水中浮起,沉睡一年的盐步老龙再次露出真容。

据介绍,盐步老龙最早可追溯到明朝宣德七年(1432年),船身为坤甸木,全长36.8米(不含龙头、龙尾),座位68个,重约4吨。

据《南海县志》记载,河东、河中(今盐步)、河西三个社区,被称为“三河”,盐步老龙就是由“三河”乡民共同出资建造。经历了几百年的风风雨雨,老龙不断修补,劈波斩浪至今。

新华社记者 王浩明(据新华社广州6月2日电)