

618

关注重庆6·18电商节

商场上“云”带火消费

——重庆传统商场多渠道全方位吸引消费者

□本报记者 向菊梅

上周末,受益于“重庆六六数字消费节”发的消费券大礼包,新光天地、大都会东方广场等商场人流大增。

其实,发放消费券只是商场上“云”的一种方式。为最大限度刺激消费,传统商场通过开通直播、云上商城等方式,全方位引流。

商场线上线下加速融合已成必然趋势。

消费券、直播、云商城成商场引流工具

在重庆,消费券、直播、云商城成为传统商场新的引流工具。

“消费券的带动作用很大,我非常鼓励商家参与活动。”新光天地推广负责人杨馨说,“新光天地的多家门店都参与了‘重庆六六数字消费节’活动,人流明显得到提升。”

直播在传统商场的促销中应用也很广,受到消费者欢迎。杨馨介绍,现在商场平均一周做2—3场直播,此外商家自己也会做直播。大都会东方广场相关负责人宋荣达称,大都会东方广场一场直播最高观看人次超过2万人。

腾讯提供的数据显示,最近3个月,腾讯为重庆50余家企业提供了“云直播”服务,重点聚焦购物中心和综合百货业态,“我们与协信星光时代广场合作直播卖兰蔻产品,2个小时卖了30多万元,相当于商场一天的销量。”腾讯零售行业总监崔岩说。

“云商城能够让商场在线上获得有效的商机,甚至直接完成消费转化。”崔岩介绍,云商城往往会和企业微信绑定,快速实现商品的自助管理以及产品、员工、客户三者互通,实现高效的会员运营及管理。

数据显示,截至5月底,腾讯已经为重庆20余家企业提供云商城相关服务,包括WFC、劲浪体育、水星家纺、远东百货等商场和门店。

线上应用创新方便消费者

消费券、直播、云商城的广泛应用,能给消费者带来哪些便利呢?

“以前没有在商场的云商城上买过东西,最近试了一下,挺方便的。”新世纪百



6月7日晚,渝北新光天地餐饮美食街,市民正品尝美食。据了解,随着市民消费信心提升,我市主城各大美食街人气恢复,再现繁荣兴旺的“烟火景象”。

货江南商都开通云商城以来,市民李勤(化名)在上面购买化妆品的次数增多,“可信度提高了,每次看到导购在朋友圈推,我都会点进去仔细看。”

李勤说的可信度,其实是商业模式的创新。“云商城有别于单纯的网上开店,更多的是助力商贸零售企业建立‘私域流量池’,让流量池里的消费者互相建立信任。”崔岩说。

以爱琴海购物公园孩子王门店为例,导购们往往会建立多个客户微信群,消费者、导购在群里互动讨论,增加对品牌的黏性和知晓度。

除了可信度,价格优惠和使用便捷也是吸引消费者的一个重要原因。“每次直播,我们都会推折扣价,再送一些抵用券、小礼品,算起来比平时线下购买要划算。”

阿里本地生活相关负责人邹杰说。

6月6日结束的龙湖“66天街欢抢节”,得到市民好评。“去年‘66天街欢抢节’,抢券麻烦。今年通过小程序,一键领取,而且领的券都可在附近的天街消费,购物方便。”李勤说。

加速融合是商场发展趋势

消费券、直播、云商城受到各方青睐的背后,是线上线下加速融合的发展趋势。重庆不少商场已经开始布局。

“去年7月,大都会东方广场就在做直播了。”宋荣达说,“虽然当时效果还不明显,但必须抢占线上流量。”

宋荣达认为,商场做直播需要培育,一开始赤裸裸地推秒杀、大促,效果有限。因此,大都会东方广场的直播与众不

同,整场直播有故事、有情节、娱乐性强。“首先得吸引消费者看,看了过后才是买买买。”

重庆工商大学教授沈红兵指出,商场线下线上融合是必然趋势。直播有视频化、实时、互动、真实等特征,能真正实现“云逛街”,甚至比传统线下逛街体验感更强。“突破了传统逛街的时空限制,商品选择更多,对品牌故事有更多机会了解,效率也提高了。”

不过,对于不少初次尝试“云”上卖货的商家来说,还有一些环节需要优化,比如商品快递。怎样打通商品流通环节,以更快的速度把商品送达消费者手中,值得探索。邹杰透露,未来,阿里本地生活会和菜鸟打通,解决门店快递配送问题。

重庆移动将发放亿元5G消费券

每人最高可领2020元

据悉,本次5G消费券的使用范围广泛。市民领取到消费券后,不仅可用于购买华为、小米和OPPO等品牌手机,音箱、路由器和电视等智能家居类产品,还能享受主流视频网站会员等互联网会员权益。

此外,还可把消费券用于5G套餐和话费抵扣。

中国移动重庆公司相关负责人表示,今年以来,该公司积极助力重庆推动“线上业态、线上服务、线上管理”发展,于5

月派发了亿元5G终端购机券。在此基础上,该公司作为参加2020重庆6.18电商节的唯一通信运营商,再次为市民带来一波优惠福利,持续以5G业务带动信息消费升级,助力重庆经济加快复苏。

重庆新开外卖小店可享受一个月免息贷款

美团在渝发布“春风行动”计划

款。同时为解决小店经营周转问题,美团生意贷还为商户提供了绿色通道,符合条件的生意贷商户可以通过组合还款合理安排资金,前三个月无需偿还本金。

为支持重庆传统小店快速入网,美团

外卖专门推出小店“急速上线”通道。符合条件的商户,最快3小时就能完成从申请到开店流程,还有机会获得平台赠送的复工“流量红包”。

此外,美团大学将根据商户反馈提供专业的课程培训服务,精准助力小店

线上化运营。美团相关负责人介绍,目前美团大学发起的“商家加油”计划已经免费开放超过2500门线上精品课程。未来,美团大学将重点为重庆小店商家提供从平台“新手”到优质运营者的全流程培训。

重庆直播产业急需“李佳琦”

□本报记者 黄乔

前不久,受人社部委托,中国就业培训技术指导中心发布了《关于对拟发布新职业信息进行公示的公告》,拟新增10个新职业,其中包括:互联网营销师、核酸检测员、在线学习服务师、社群健康助理员等。

重庆日报记者注意到,“互联网营销师”职业下增设了“直播销售员”工种,其主要工作任务包括:搭建数字化营销场景,通过直播或短视频等形式对产品进行多平台营销推广。提升自身传播影响力,加强用户群体活跃度,促进产品从关注到购买的转化率等。对此,不少网友直呼:“李佳琦们终于转正了!”

那么,重庆直播产业发展形势究竟如何?人才供需究竟怎样?重庆日报记者对此进行了采访调查。

招聘需求同比逆势上涨

日前,智联招聘发布了《2020年春季直播产业人才报告》。《报告》显示,受疫情影响,2020年春节复工后一个月内,企业整体招聘职位数与招聘人数分别同比下降31.43%和28.12%,但直播行业人才需求量却逆势猛增,招聘职位数在一个月内同比上涨83.95%,招聘人数增幅更是达132.55%。

重庆吃货王联合创始人、重庆有点牛新媒体腾讯直播产品负责人许朕告诉重庆日报记者,重庆电商直播板块未受疫情影响,由于疫情期间市民在家不出门,反倒培养出大量的用户,电商直播整体销量提升了不少,对人才的需求也随之增加。

“以我们公司为例,一场直播会按照1+3或者1+4人员配置模式策划执行,这对直播人员需求是比较大的。”许朕说,疫情发生

重报电商与铜梁开展全方位商贸合作

本报讯(记者 陈维灯)近日,重报电商物流有限公司在铜梁区商务委牵线搭桥下,与铜梁国有企业重庆润文商贸有限公司签订合作框架协议,并将以此协议为基础,与铜梁开展全方位商贸合作。

重报电商物流有限公司副总经理谢京蓉介绍,协议签订不久,重庆润文商贸有限公司就开始对规范商品下单订购,首次订购的5公斤装金龙鱼寒地东北大米、25公斤装卫丰面粉、10升装福临门非转基因压榨一级菜籽油、1.5升装黄花园黄豆酱油、10公斤装洁劲100专业除油污洗洁精等5种商品,订购数量1000余件,金额达12万余元,均由重报电商物流有限公司生鲜配送中心配送到

此外,重报电商物流有限公司还联合铜梁区委、重庆润文商贸有限公司向铜梁区中小学捐赠了20公斤装的消毒液180桶,价值6万余元。

重报电商物流有限公司生鲜配送中心是以党报发行网络渠道为核心,依托覆盖全市的发

后,该公司直播人员从18人增加到了53人,现在依然在持续增加,预计今年年内,招聘需求会超过100人。

薪酬高于全行业平均水平

智联招聘重庆分公司总经理康怡介绍,薪酬方面,今年春节后一个月内,直播相关岗位的平均招聘薪酬为9845元/月,高于全行业平均水平。

据业内人士透露,在重庆,出镜主播月收入一般在1万元以上,带货主播按业绩高低提成,月收入从几万到十几万元不等。视频编导月收入在6000到1.2万之间,商务经理或市场销售月收入在5000到1.5万,主播运营和直播助理在4000到8000。

电商带货成直播人才吸纳大户

《报告》显示,从具体领域来看,侧重卖货的互联网、电子商务平台招聘的直播岗位数量在所有直播岗位中占三分之一,比例最高。以内容为驱动的媒体、出版、影视、文化传播领域招聘的直播岗位占28.58%,排名第二。

涵盖电竞、赛事、秀场直播等消遣功能强的娱乐、体育、休闲行业招聘直播职位数占比由去年同期的4.97%扩张至16.39%。“这与疫情期间网络游戏等‘宅经济’的爆发不无关系,娱乐直播行业也由此受益。”康怡说,此外,商家也开始将直播纳入营销和销售计划对直播人才需求增加。

“我们主要是品牌传播和营销为主的直播服务。”许朕举例说,以重庆重要的支柱产业——汽车产业为例,该公司抓住机会,与各汽车品牌合作,通过直播互动的形式搭建品牌和消费者之间的沟通途径和媒介。

行站点构建的融食材集采、智能分拣、食品安全、物流配送为一体的全国资质生鲜食材配送平台,主营“团餐配送、检测溯源、食材批发、超市供应、社区宅配”五大业务板块。重报电商物流有限公司生鲜配送中心不断整合生鲜食材上下游资源、不断完善全流程系统化管理体系、进一步缩短流通环节,致力于降低用户采购成本 and 流通损耗、提高配送质量和时效,力争成为一站式生鲜直配解决方案提供商。

谢京蓉介绍,重报电商物流有限公司生鲜配送中心,将利用自身在生鲜食材配送方面的优势,将铜梁生产的农副产品销往全市。并以此为基础,重报电商物流有限公司与铜梁区重庆特牧实业有限公司签订了鸡鸭鹅等禽类产品的采购合同。

“我们希望充分利用重报电商物流的优势,将具有一定价格优势和市场需求的商品引入铜梁,同时为铜梁的农副产品外销拓展渠道,开展全方位的商贸合作。”铜梁区商务委党组书记陈方正表示。

时下,黔江区蓬东乡麻田村阳光明媚,鸟语花香。走进这里,映入眼帘的是村容整洁、村貌美丽,平坦的水泥路修到家门口,行道树喷绿吐翠,房前屋后瓜果累累,真是一幅乡村美景。

美景麻田,是黔江区着力解决“两不愁三保障”突出问题的缩影。2019年,黔江区年度脱贫攻坚考核取得“两好一优”佳绩,“两不愁三保障”问题动态清零,413户1531名贫困群众搬进新家,2563名贫困群众脱贫,42120人脱贫成果持续巩固,贫困发生率降至0.05%。

夯实基础 解决“两不愁三保障”突出问题

“现在政策太好了,我们年老了,没想到公路修到家门口,还能住进这么好的房子。”6月3日,63岁的麻田村村民钟贵英看着家门口的公路和道旁的楼房,很是感慨。钟贵英一家因病致贫,在脱贫攻坚开展以来,房屋得以重建,还落实了医疗保险等政策,顺利实现脱贫。

与钟贵英一样,自脱贫攻坚开展以来,麻田村大批贫困户已完成了危房改造,困难群众的住房问题也得到了彻底解决,有效推进解决了整村“两

不愁三保障”突出问题。在基础设施建设方面,该村还整治水厂1座,维修安装供水管道2000米,巩固提升人畜安全饮水问题。建成垃圾中转站1座、污水处理厂1座,修缮污水管网3000米,实施“三改”“五改”44户,清理垃圾750余吨,农村人居环境得到明显改善……2012年以来,累计实现搬迁安置160户604人。

纵观全区,2019年,黔江区实施扶贫项目293个,改造农村危房354户,实施旧房整治3000户,完成易地扶贫搬迁2000人,实现建卡贫困人口医疗保险参保和家庭医生签约服务全覆盖,救治建卡贫困人口3.8万人次,贫困村自来水覆盖率、建卡贫困人口安全饮水保障率100%。

做强产业 贫困户持续增收有保障

6月1日,在金溪镇谭家坪现代农业园,几十个村民正在忙碌着管理

夯实基础 做强产业 智志双扶 黔江精准施策巩固脱贫成果



蓬东乡麻田村果农给葡萄修枝

中药材,金丝皇菊、剔骨草、党参等药材郁郁葱葱,一幅生机勃勃的景象。

产业的兴旺,承载着老百姓致富的希望和对美好生活的向往。近年来,以国土综合整治2300亩土地项目

为基础,打造的谭家坪现代生态农业园正成为这里百姓致富的实际载体。通过金溪社区集体经济股份合作社经营,目前这里已入社土地500亩,受益186户680人,其中建卡贫困户17户69人。

作为根本来抓,结合全区实际,创造性地开展扶贫工作。

贫困户喻祖章、欧秋平一家因病致贫,夫妻俩去年开始养殖生猪,受非洲猪瘟和疫情影响,加上养殖技术不够成熟,规模小质量不高,帮扶干部看在眼里急在心里,知道情况后带领相关技术人员送技术下乡,讲解传授养殖技术,解决了养殖户燃眉之急。

“村里帮忙解决了启动资金,又学习了养殖技术,今年养30几头生猪,相信会有个好收益。”欧秋平说,“上门服务,送技到家,我们脱贫致富有了很大信心。”

“只有让群众看到希望、看到未来,才能使他们树立脱贫致富的信心。”黔江团区委驻麻田村“第一书记”张皓感慨地说。

为了让脱贫见到实效,黔江区扎实开展“智志”双扶行动,讲好“我的脱贫故事、我的扶贫故事、我的创业故事”“三个故事”,感染了大批的困难群众用实际行动实现脱贫致富。同时还开发公益性岗位安置建卡贫困人口459人,开展建卡贫困人口技能培训5788人次,兑现各类教育资助9600万元,惠及学生13.8万人次。

文/图 费玉琼