

“双11”商家忙—— 水城实体商场 全力迎战“购物节”

本报讯(文/图 刘亚杰)“双11”在电商平台的带动下,不知不觉成了一年一度的购物狂欢节。11月9日,笔者从水城各大商场了解到,今年“双11”期间,线下商场也做足了功课,各式各样的优惠活动能给消费者带来实实在在的福利。不玩套路,不搞噱头,实体商场在不断满足消费者购物体验的同时,迎接着线上购物的挑战。

“全场商品两件8折,折扣基础上再享10倍积分,超低价格,空前让利!”在金鼎购物中心,斐乐运动专柜工作人员说,今年“双11”期间,专柜推出的活动力度是历年来所没有的。作为国内知名品牌,斐乐运动一直是年轻人追求的潮流品牌,自入驻金鼎购物中心以来,超高的人气和品牌效应让其始终占据众多运动品牌的销量前沿。

在金鼎购物中心,“全民扫货节”活动全面开启,笔者注意到,包

括黄金珠宝名表、日化、皮鞋、女士正装、少淑装、男装、运动休闲、儿童针纺等八大品类商品品牌都打出了“敢与网上比价”的宣传口号。

“同样的新款羽绒服,在实体店购买比网购还要实惠。”在斐乐童装柜台,消费者王女士说,和线上购物比起来,自己更愿意在实体店消费,一方面商品看得见摸得着,质量有保障;另一方面,专柜和商家联袂给消费者让利,价格比线上还实惠。

不出远门就能买到国际一线品牌商品,在金鼎购物中心迪奥柜台,时尚潮流的秋冬季新品成了抢手货。

笔者从百大百货事业部了解到,今年“双11”期间,他们不仅推出了“八大品类全场出击同款比价,价高差额退还”的活动,还推出了会员享受11倍积分、满额送、亲友内购会、特卖会、电影票免费领等活动,让消费者在得到等价商品的同时还

能得到增值福利。

“要实现销量高质量增长,就要向消费者看齐,以更高的效率、更低的价格让利消费者。”百大百货事业部行政总监李桂华介绍,大牌好物不仅看得见摸得着,而且敢于和网上比价格,这体现了实体商场敢于革新自我的勇气,大流量带来高收益,实体商店通过充分发挥自身优势重新抢占消费市场也成为当下的一种必然选择。

如今的百大金鼎,不仅能够满足消费者吃喝娱乐购的需求,还能提供细节满满的服务,疫情当下,实体店的优势越发显现。李桂华说,聊城百大金鼎不断转型升级,创新求变,紧跟时尚潮流,离不开水城消费者的大力支持;未来,百大金鼎将以多样化的活动为契机,充分展现本地企业的责任和担当,大力为消费者营造“有温度”“有情怀”的时尚消费空间。

11月11日会员狂享11倍积分—— 百大金鼎“全民扫货节”火热开启

本报讯(文/图 刘亚杰)同款比价,比网购更给力!11月9日上午,笔者从百大金鼎了解到,为迎接“双11”购物狂欢节,以“全民扫货节”为主题的消费活动掀起消费小高潮。黄金珠宝名表、日化、皮鞋、女士正装、少淑装、男装、运动休闲、儿童针纺等八大类商品品牌,线上线下齐发力拉开狂欢节的序幕。

刷银联暖冬购。活动期间凡是持银联卡消费的顾客均可享受满1000元减150元的活动优惠。

好礼“双11”,欢乐抽盲盒。11月11日当天,顾客购物满300元以上,可以凭当日单张购物小票,在金鼎购物中心及金鼎商厦两店一楼抽盲盒处免费抽好礼。

欢乐“双11”,花开富贵。11月

11日当天,在金鼎两店消费满10000元就送著名画家刘金玉的“花开富贵”牡丹真品一幅,送完为止。

羽绒服亲友内购会。11月11日—13日,波司登、坦博尔、暖频道、千仞岗、雅鹿、羊老大、七只羊等七大品牌联袂让利,凭邀请券可享特供价格。

共享“双11”,专场电影票免费等您拿。11月4日—11日,关注“BDJDBH”订阅号或“聊城金鼎百货”官方抖音号,私信文字“姓名+电话+观影”即可提前预约电影票,免费到鲁信影城观看电影。11月11日下午5—7时、晚9—11时专场电影等你来。

现货更实惠。六福珠宝计价黄金铂金首饰满11克减1克;潮宏基黄

金每克低至398元,黄金免费换新款;思加图5.5—6.5折,折后再减100元;百丽秋冬款低至5折;他她全场3—6折,线上线下同价;意尔康6折优惠;所罗定制大衣节,VIP可享立减500元优惠。诗梦冬款8.5折,充值就赠诗梦家居服、羊绒针织衫;全棉时代5—6折;利来势限时直播秒杀低至99元;威可多9折起;MisBxu全场两件3.9折;百武西新款6折;本依凡满1111元送1件衣服。

“双11”特卖会。在金鼎购物中心中厅,耐克、安德玛、阿迪达斯特卖会2—6.8折。

此外,活动期间,百大金鼎还有百万礼券大放送,11月5日—11日,百大金鼎、百大三联、百大连锁超市三大业态联播,福利折扣享不停。

①②③金鼎购物中心
斐乐专柜迎战“双11”

羽绒服亲友内购会开启

迪奥专柜

□消费观察

今年“双11” 有点不一样

“双11”自诞生之日起,就是一场属于电商的狂欢,相比而言,线下商超则有些无力和落寞。不过,随着疫情的反复和快递配送的不确定性,有报告预计今年的“双11”消费增长将进一步趋缓。线上消费增长速度的放缓并不意

味着消费者购买欲望的降低,疫情发生以来,许多人的生活方式和消费方式悄悄发生了改变。不能出门,快递发不出去,让部分消费者的消费习惯有了细微改变。能吃能玩能购物能娱乐,家门口的实体商场渐渐回归大家的视野。

没有复杂多样的玩法却有更高的正品保障,没有过多的套路,却有同样的折扣与促销力度,随着实体商业的革新升级,凭借更加优良的购物环境,更多细致入微的服务,实体店渐渐俘获了消费者的芳心。

刘亚杰