

快捷酒店低价转让
市区火车站附近,现有一经营中的快捷酒店欲低价转让,面积将近2000平方米,交通便利,有停车场,非诚勿扰!木易先生 18631736858

百亿补贴真相: 看不见的低价“潜规则”,你真的赚了吗?

凌晨1点,窗外一片静寂,但林洁(化名)却丝毫没有睡意。手机里“人间喇叭”李佳琦激昂的声音让她持续“中毒”,另一边,iPad页面上是某电商平台百亿补贴的大牌美妆专区,林洁正飞快地对比盘算着,怎么用最少的钱买到最合适的产品。

百亿补贴的战场正在无边界蔓延,万物皆可补贴。每日活跃人数惊人的快手、抖音也加入战事:农产品、食品生鲜、数码3C、美妆潮鞋都在补贴行列;甚至,旅游、电影、房产等多元化品类也开始出现在补贴专区。这就意味着,消费者可选择的更多了,而且看上去样样都很划算。但消费者真的省到钱了吗?商家真的在赔钱卖吆喝?平台真的补贴了百亿元吗?下一个补贴会是“千亿”吗?

消费者真的赚了?

林洁不希望百亿补贴“落幕”,因为既有便宜的价格,又有正品保障,她觉得没人会觉得“不香”。

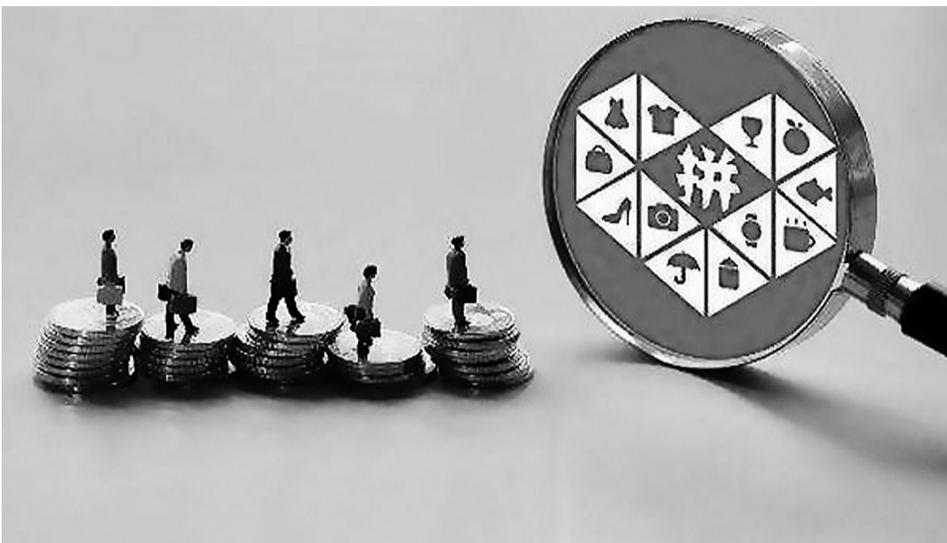
去年,她在某电商平台的百亿补贴专区,购买了两台iPhone,自此开启了她更为疯狂的比价购物。

蹲点抢“大额优惠券”、当“不要睡”女孩、在合适的时机用最优惠的价格买东西,曾经被林洁视为“新节俭主义”。李佳琦手里的计算器、产品页面上的原价删除线,都在告诉自己,一切“超值”。

事实上,林洁发现,自己购买的很多商品,是在反复比价过程中被“种草”的,平台通过“算法”摸透了她的喜好,精准推送了她的“最爱”。

看上去是消费者薅了平台和商家的羊毛,实际上,从逐月递增的账单看来,消费者也是被薅的一部分。

“如果商家发现赚得太少或者不赚钱了,肯定会提高价格,因为百亿补贴是竞价模式,同品叫最低价才能上,大家肯定不会赔着卖,自然就重新竞价,价格肯定要高于之前。”在化妆品行业打拼了10多年、代理经销了



若干大牌产品的刘佳(化名),道出了林洁不知道的“潜规则”。

商家还能不能玩得得起?

能够拿到平台方补贴的商家是幸运的,但却难言轻松。

“以前没有那么多商家想参加百亿补贴,但现在需要PK了。”刘佳说。

作为代理商,刘佳今年重点运营的是,把部分产品放在某电商平台的百亿补贴流量池内。可以发现,这些商品的价格较其他电商平台的销售价格要低不少,价格低了,销量自然上来了。刘佳在该电商平台的店铺里面销量排名前三的产品,全部都是参加了百亿补贴的产品。

“参加这个活动,并不容易,平台方卡得很严。”刘佳说,首先需要比价,同样的产品,价低者得,这就得在供应链上下工夫。其次是要得到品牌方的授权和证明,只有授权还不行,还得让品牌方出具官方邮件来做证明,让经销商参加百亿补贴活动。

“我得把控价格,还得和品牌方沟通。”在一轮又一轮的争夺下,胜者加入百亿补贴流量池,败者只能继续准备,等一切齐全再卷土重来。

刘佳告诉记者,百亿补贴对

他而言,意味着可以集中去库存。“确实有流量,都是跑量在挣钱,薄利多销。”刘佳直言,商家也不傻,不会亏钱做生意。刘佳却对百亿补贴又爱又恨。

“一些电商平台,对商家的补贴金额没有固定比率,大量的资金补贴在能引流的产品上,比如苹果手机、海蓝之谜这类大牌。而我们这些中小品牌就拿不到那么多补贴金额,甚至是没有补贴了。”刘佳语气中充满可惜。

在刘佳看来,初期的百亿补贴必须真金白银花钱,但比如某平台的百亿补贴已经成为了吸引商家的流量池,有些产品商家也要压低价格,平台有没有花钱就不得而知了。

“就怕平台因为客户黏性有了,就开始通过收割商家来变相收割消费者,羊毛出在羊身上。”刘佳表示。

但从目前来看,商家只能跟着这场巨大的“补贴盛宴”前进,改变自己适应规则。

“如果百亿补贴变成了常态化活动,就不能称为活动了,而是标配。商家没有选择权,因为消费者认知已经被培养起来,商家只能去匹配消费者需求和平台的要求,从供应链和产品上去做调整。”上述商家表示。

“我肯定不会放弃百亿补贴活动,但需要去找些更合适百

亿补贴活动的商品。”尽管难度在增大,但刘佳依旧会持续参加百亿补贴活动,毕竟在流量的带动下,他还是赚到了钱。

电商平台真的花了百亿元吗?

肉眼可见的,今年的双十一来得比往年更早一些,或许是因为百亿补贴在这一年从未离开过。各平台再不下点猛料,已然天天是购物节了,还如何显现出双十一的热门抢手?

但贯穿全年的百亿补贴显然门槛更高。有的企业被贴上“山寨版”百亿补贴标签,而有的企业补贴确实砸下真金白银。

今年3月末,趣店旗下的跨境电商平台万里目,一局就大搞“百亿补贴”的噱头,以低价奢侈品的打法试图抢占市场。

趣店2019年四季度财报显示,截至2019年12月31日,其账面现金及现金等价物仅为28.6亿元。截至10月30日收盘,趣店的总市值约为22.74亿元。显然,趣店体量离百亿相差甚远。

而拼多多“百亿补贴”真的有100亿吗?

第三方数据研究团队“超对称技术”报告显示,仅2019年第四季度,拼多多为百亿补贴投入的补贴额就达到50亿元左右,平

均每件商品的补贴率约为15%。再根据拼多多2020年第二季度的财报数据显示,在补贴和推广费用上,就花了91.14亿元,同比增长49%。如果照此估算,拼多多的百亿补贴只会多不会少,大概率不会低于100亿元。

互联网补贴时代厮杀

互联网补贴最早被人熟知的,是网约车领域。2014年,滴滴打车和快的打车发生激烈的补贴大战,堪称“请全国人民打车”。网约车企业用烧钱的方式,烧出了人气和流量。

无补贴难扩张,不论是新创企业,还是老牌巨头,补贴成为招牌动作。看上去是平台心甘情愿被“薅羊毛”,实际上是生死大战,熬不住的,只能倒下。

“平台拼多多去年率先‘百亿补贴’+‘天天领现金’等策略,快速拉高了拼购类电商获客成本,加上京东、苏宁易购、聚划算等的加入,在这种激烈竞争的局面下,中小社交电商自然无以为继,‘丛林法则’导致优胜劣汰。”网经社电子商务研究中心主任曹磊表示。

王欣(化名)是全球最大布匹纺织品集散地、广州中大纺织产业商圈的一名个体户,主要做布料花边生意,是服装纺织行业的供应链上游商家。但平台的补贴低价风暴依然波及她的生计。“电商平台上的服装价格卖得有多低,我的批发价格就会被压得更低。”早在去年,王欣曾对记者如此表示。

“百亿补贴如果持续,一方面消费者有可能产生消费疲惫感,也可能像直播一样,形成‘唯价格论’的消费习惯。”上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽娟向记者表示,平台营销策略与消费者的消费行为之间肯定会有一定的相互关系,但应该是良性的相辅相成,互相适配才对。

毫无悬念的是,互联网的补贴大战只会愈演愈烈。而消费者或许只想问,什么时候会出现千亿补贴?

据《时代周报》

市场监管部门公布促销新规:

不得先提价再折价

据新华社电 电商促销先提价再折价行不通了。市场监管总局5日公布《规范促销行为暂行规定》,涵盖有奖销售、价格、免费试用等促销方式,自今年12月起施行。

暂行规定对虚假促销、不履行优惠承诺、巨奖销售等行为明确了相关的监管原则,规范经营者促销行为,维护公平竞争市场秩序。

针对经营者在开展促销时“先提价、再折价”的现象,明确

规定折价、降价的基准等。经营者开展价格促销活动有附加条件或者期限的,应当显著标明。

暂行规定还明确,经营者在促销活动中提供的奖品或者赠品,必须符合国家有关规定,侵

权产品、不合格产品、国家明令淘汰并停止销售的商品,不得作为奖品和赠品。

针对有奖销售方式等促销经营行为,暂行规定明确了有奖销售的类别,细化了不正当有奖

销售行为的认定标准,将抽奖式有奖销售的最高奖金额由原来的五千元提高到五万元,并对经营者在有奖销售过程中的义务进行了规定,为企业合规提供更明确的指引。

秋色已老,红叶满阶

今日7时14分“立冬”

据新华社电 “细雨生寒未有霜,庭前木叶半青黄。”《中国天文年历》显示,北京时间11月7日7时14分将迎来“立冬”节气。此时节,水始冰,地渐冻,日照短,寒风劲。历史学者、天津社科院研究

员罗澍伟介绍,“立冬”节气在每年的11月7日或8日,它是二十四节气中的第十九个节气,也是冬季的第一个节气。我国民间习惯上把这一天当作冬季的开始。古籍《月令七十二候集解》说:“冬,终也,万物收藏也。”意

思是说,此时节万物趋于休止,以养精蓄锐,为来年春季勃发“蓄能积势”。

“古人认为,秋冬之气交于‘立冬’。‘立冬’过后,‘西风渐作北风呼’,冬季来临。我国民间素有‘立冬补冬’的习俗,据传以饺

子进补,冬天才不会怕冷。”罗澍伟说。

“立冬”过后,日照逐渐缩短,气温继续下降,“纷纷红叶满阶头”“今宵寒较昨宵多”。虽然偶尔也会出现日丽风和、舒适温暖的“小阳春”天气,但冷空气已

具较强的态势,活动开始频繁。

古人认为,一过“立冬”,阳气潜藏,阴气盛极,寒为阴邪,最易伤阳。“因此,除适时进补外,还要增加睡眠时间,以利封藏而养阳气。”罗澍伟说。