

商家转换思路 线上线下发力

实体店探索销售新模式

本报讯(记者 高欣)受疫情影响,线下实体店的消费需求被抑制,许多商家积极转换思路,通过直播带货、线下秒杀等方式,积极探索线下+线上销售新模式,力争在危机中不断突破,寻求新商机。

“家人们,今天店里要上5款新品,请大家在直播间等待,还有限量秒杀哦!”13日早上,在东信商圈某商场内,经营女装店

的小陈正对着手机直播卖货。她边试穿衣服边和网友积极互动,仅开播10多分钟,就有200多人上线,不时有网友询价,还有人直接下单购买。小陈向记者介绍,直播卖货不仅要对产品进行全方位的介绍,还要跟网友不停地互动、培养粉丝群体,这样才能提升顾客的购买率。她坦言,刚开始挺有压力的,生怕没人光顾直播间,慢慢地回头

客就多了起来,除了本地老顾客外,还吸引了很多外地网友,线上生意越来越好了。

和小陈一样,在我市永泰南路经营首饰店的秦佳琪告诉记者,去年店铺开张不久来了疫情,店里每天几乎没有客人光顾。后来,看淘宝服装店主直播时受到启发,于是决定学着在线上直播卖货。“经过一年多的线上直播销售,我也积累了许多

经验。现在直播过程中,会穿插一些满百人抽奖、满500人送礼物以及限量秒杀等活动,粉丝的粘度越来越高,有些单品常出现一上架就秒空的状态。”秦佳琪笑着说,现在一个人有点儿忙不过来了,打算今年再雇一名导购专注店里的线下销售,自己专心在线上直播,争取把小店经营得有声有色。

● 记者走市场 ●

“牛”气十足 牛年饰品走俏市场

本报讯(记者 李兴华)虽然距离牛年春节还有一个月的时间,记者昨日走访市场发现,红红的春联、福字,寓意团圆的红灯笼,喜庆的卡通牛饰品,“牛”气十足地挂满了各大超市和批发市场的货柜,春节气息愈渐浓厚,喜庆的氛围迎面而来。

在永康批发城一楼的多条过道内,红红的灯笼、卡通牛窗花等各种牛年主题的节日饰品已提前上市,呈现出一派红红火火迎大年的喜庆景象。据几位销售商介绍,2021年元旦刚过,他们就着手各种春节饰品的进货了。2021年是农历牛年,他们进的货主要是以“牛”为题材的饰品,其中,卡通造型、富有美好寓意的饰品十分受孩子们的喜爱。

在魏都大道和武定北路的几家超市里,红红火火的新年装饰品抢占了超市入口显眼位置,红彤彤的福字、年年有余的挂件,特别是农历牛年的特色商品,如卡通牛毛绒玩偶等都是春节饰品市场的宠儿。

生肖贺岁黄金饰品也是每年春节前夕金店必推的商品,记者走访多家金店了解到,目前不少金店已纷纷推出一些



超市入口显眼位置摆放的牛年春节饰品 李兴华 摄

包含牛元素的饰品。鼓楼东街附近一家金店销售员说:“小牛是生肖金饰的‘主角儿’,这几天店里销量最好的就是印有卡通小牛形象的牛年转运珠和小牛系列手编绳,价格在三五百元之间,市

民接受度比较高。”一位年轻消费者说:“我属牛,想买个小牛吊坠,希望2021年牛年‘牛’气冲天。”

车厘子价格腰斩 榴莲身价翻倍

本报讯(记者 高欣)11日晚间,“车厘子价格腰斩”登上微博热搜,吸引了近9亿多网友阅读讨论。那么,我市车厘子价格是否“亲民”了呢?

记者昨日在平城区友谊南街几家水果店看到,每家店铺最显眼的位都摆上了不同品种的车厘子。一位田姓店主向顾客们介绍说:“这个是2J车厘子,每斤30元,口感稍硬,但经济实惠;这个果肉饱满、甜度高,每斤40元;像这种4J车厘子,每斤60元,味道细腻甜美。和往

年相比,最近车厘子的价格降了近每斤40多元,所以现在购买很实惠。”店主田先生告诉记者,车厘子价格的高低与品种和“J”值相关,“J”值越大,果粒越大,价格就越高。

在友谊南街一家水果超市内,消费者王阿姨对记者说:“听说车厘子降价了就过来看看,价格虽然比往年便宜不少,但也不低呢。”据超市工作人员介绍,今年,智利的车厘子产量增长了近30%,必然会导致车厘子价格下降。另外,受疫

情影响,进口水果的需求大幅下降,这也让车厘子的价格出现了明显下降。

记者走访发现,与车厘子价格腰斩形成鲜明对比的是,泰国金枕榴莲、菠萝蜜的“身价”翻倍。“这几天榴莲价格涨到了每斤50元左右,比往年上涨了近20多块钱。菠萝蜜由于体积大、易受冻、运输成本增加,价格也稍有上涨。”一位水果店店主说,造成榴莲和菠萝蜜涨价的主要原因是原产地泰国减产,且对出口价格有所把控。

“人物地”同防

邮管部门严防 寄递渠道疫情输入

本报讯(记者 李兴华)在当前疫情防控形势下,如何保障全市寄递渠道安全稳定运行,市邮管局紧急部署“人物地”同防,严防疫情通过寄递渠道传播。这是记者昨日从市邮管局了解到的。

“首先,对快递从业人员普及防控知识,提高大家自我防护意识和能力,并完善疫情信息监测报告网络,做到早发现、早隔离、早治疗;其次,建立快速反应机制,一旦发现疫情,确保发现、报告、指挥、处置等环节紧密衔接;同时,遵循‘谁主管谁负责’和‘属地管理’原则,分级防控,指导督促各快递企业制定疫情期间专项应急预案,确保疫情防控期间寄递服务渠道安全畅通。”市邮管局相关负责人介绍。

据了解,此次防控各寄递企业将定期开展人员核酸检测、环境采样检测,并按照规定开展封存及溯源调查,在疾控部门的技术指导下对相关快件收派、贮存、处理场所或设施设备采取封存封闭紧急措施;协助开展新冠病毒核酸阳性快件的溯源和流向调查,对涉及到的收(派)件人、密切接触者、运输者、仓储者、同批次快件、处理设施设备、场所等进行采样检测,根据检测结果研判污染源。

传统糖葫芦巧变身 口味多变受追捧

本报讯(记者 高欣)提起冰糖葫芦,总会勾起人们对童年的美好记忆。这个冬天,冰糖葫芦再次以一种小巧精致的形象走进大众视野,成为人们口中的“网红”小吃。

日前,记者在永泰南路一家商场内,远远就看到人群中一列排起的长队,走近后发现,是人们在排队购买冰糖葫芦。区别于传统的冰糖葫芦,柜台里陈列的每串糖葫芦都由2到3颗山楂或水果串成,每颗山楂中间夹有糯米、榴莲、玫瑰、紫薯等馅料。商家论盒售卖,每盒一般有5串,价格在15到20元之间。“前几天刷到这家‘网红’小串糖葫芦店的视频,今天顺路过来看看,没

想到排队的人这么多!”正在排队等候的马女士说:“大串糖葫芦一个人吃不了浪费,小串不仅颜值高口味还多,但价格有点小贵。”

据这家糖葫芦店的店主介绍,小串冰糖葫芦对工艺有着较高的要求,比如多大的山楂搭配多少馅料,在配比上都有相应的标准,这样才能保证吃起来酸甜适中,口感最佳。而传统的大串糖葫芦在制作上就没有这么精细了。“从开业到现在,平均每天都能卖出500多单,生意好的时候,一天能卖出1000多单。”店主表示,小串糖葫芦是传统食物在表现形式上的一种创新,能够更好地迎合当下年轻客群的消费心理和行为。



不同口味的“网红”小串冰糖葫芦 高欣 摄