

ECONOMY 经济

打造数字生活开放平台 支付宝公布首张成绩单
每发1元优惠券带动8元消费

在线新经济

■本报记者 张淑贤

首个支付宝数字生活城市落地,首批5G数字出行样板车推出,1000家数字景区,300个数字市民中心,100+数字消费券城市……在昨日下午举行的线上支付宝合作伙伴大会上,蚂蚁集团CEO胡晓明公开了支付宝升级为数字生活开放平台两个月后的首份“成绩单”。其中,在这份成绩单中,掀起全国发券热潮的支付宝消费券最引人关注。最新数据显示,目前全国已有逾100个城市通过支付宝发券,平均每1元支付宝消费券可直接拉动8元消费,9成受益商家为中小企业。

据介绍,今年3月,总部位于浦东的支付宝由金融支付平台升级为数字生活开放平台,打造服务业数字化的“新基建”。两个月来,各行各业把服务搬进支

付宝,设立“数字办事处”,线上线下全域数字化的服务体验成为新趋势。

在支付宝合作伙伴大会上,胡晓明透露,支付宝还将推出消费券升级计划,为4000万商家降低数字化经营的门槛,今后,不仅是商圈综合体和品牌商家,街边小店也能通过支付宝做数字化发券营销。

据悉,支付宝升级版消费券,一个地区的商家可以联合发券,跨店通用。对小商家来说,最大的好处是可以抱团取暖,只在一个店能用的消费券,对消费者吸引力有限,但成千上万个商家都能使用的消费券,消费者的领取和使用概率将大幅度增长。

此外,为更契合数字生活开放平台这一定位,支付宝App首页还将再次改版:“出行”将首次出现在支付宝首页顶栏位置,“应用中心”将为更多小程序提供曝光位置,“市民中心”则成为各类民生服务统一入口。而首页的收钱码和付钱码合并,空出的位置留给“出行”。以后不管是坐公交地铁、骑共享单车、出门打车,都可以在这个固定入口,一键直达,这也是“出

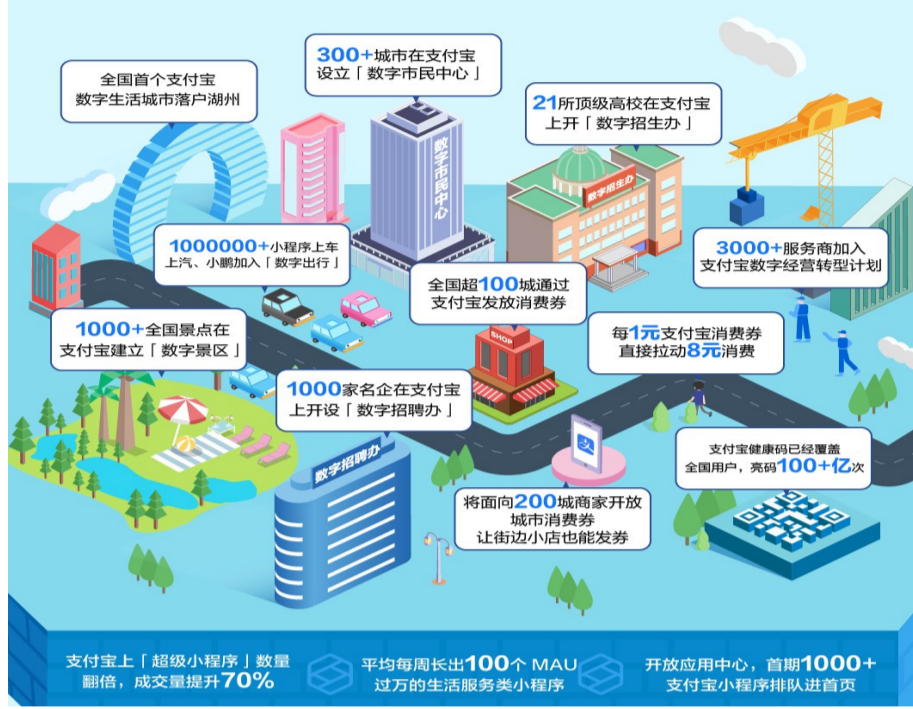
行”首次出现在顶栏位置,仅次于“扫一扫”“收付款”。

据了解,目前首批已经有超过1000个小程序进入了应用中心,平均每周新增100个生活服务类小程序。“支付宝充分发挥去中心化+中心化的平台运营优势,帮助商家数字化生意获得可持续的良性增长。”胡晓明说。

支付宝数字生活平台的建设也带来了周边效应,数字化服务商生意火爆。餐饮服务商企迈云商为商家提供支付宝扫码点餐、智能排队等服务,一个月时间接入商家数量猛增2万家。

此前,支付宝表示,未来3年,将联合5万服务商帮助4000万商家数字化升级,响应阿里巴巴春雷计划,还推出了数字化门店改造、流量曝光等七大举措力撑服务业。“数字生活新服务将是下一个十年最大的互联网红利。”胡晓明表示,“数字生活带来新服务、新消费和新机遇,开放是我们不变的追求,支付宝将持续加大生态开放,与合作伙伴携手助力商家享受数字生活的新红利。”

支付宝建设数字生活开放平台两个月



□支付宝 供图

新能源汽车驶进电视“直播间”
一家人看直播 线上预订 线下成交

■本报记者 须双双

新能源汽车驶进“直播间”,“带货”情况如何?5月19日晚,最新上市的长续航智能轿跑“小鹏P7”、智能SUV“小鹏G3”在东方购物频道首次亮相,一个小时内,总计订购额突破217万元,仅App平台就吸引了两万余人次观看。

通过在电视荧屏、App等渠道收看直播,消费者打进电话或在线上下单后,将由东方购物收取5000元的订购预付款,4S店将在两个工作日内联系客户到店进行试驾及签约。预付款可以在后续支付车款时抵扣,如最终未达成购车合同,则全额退款。

直播间内,两款车型在可旋转的舞台上进行360度的全方位展示,随着主持人对车型、售价、相关优惠活动的介

绍,屏幕上切换着实车和售价信息,各项购车权益、优惠补贴、赠送套餐一目了然。

“相比到4S店,或是单一的线上看车,电视直播的形式为客户提供了更加便利的看车模式,收看直播的过程中,一家人可以坐在一起,一边获取专业、全面的车型信息,一边商量。另一方面,直播间的曝光量相比线下门店高出很多,货源上也能拿到不错的价格和优惠活动。”东方购物相关负责人介绍。

据了解,东方购物早从2015年9月开始就尝试“带货”新能源汽车产品,先后呈现了威马、雷诺、奥迪、别克等品牌旗下新能源车型。今年3月,东方购物开设了新能源汽车栏目——汽车新势力,每月第三、第四周的周二在东方购物频道推出新能源汽车。此前,已有威马EX6 Plus 400轻享版、雷诺e诺e智

型、奥迪Q2L e-tron纯电智享型、别克Velite 6微蓝互联智享PLUS等多款车型登陆直播间。至今,其新能源汽车累计销售5200多辆,订购额超3.2亿元。

相关负责人表示,促进“汽车消费”是“五五购物节”的重要内容之一,同时,新能源汽车作为我国汽车产业发展的未来趋势和方向,近期国家、上海市连续出台多项相关扶持政策,加速新能源汽车的推广及应用,鼓励企业发展高品质、符合市场实际需求的新能源产品。

作为全国服务业企业500强、上海百强企业,东方购物将发挥自身视频购物平台的优势,后续将在“汽车新势力”栏目的基础上,着力发展新能源汽车销售,联动天猫等网络直播平台,引入小鹏、雷克萨斯等众多汽车品牌旗下的新能源车型,服务更多消费者。

聚焦品牌经济、首发经济、夜间经济
长三角城市群商贸服务业
发展促进联盟成立

本报讯(见习记者 张诗欢 记者 许素菲)“几天前,一名嘉兴消费者专程赶来上海参加新世界大九百货五周年店庆,原价17万元多的积家手表,折后13万多元,这名消费者考虑不到5分钟就下单。那一天,整个积家专柜共卖出超过500块手表。”

在5月19日举办的长三角城市群商贸服务业发展促进联盟首次会议上,中国国际进口博览会局副局长、上海市商务委副主任孔福安用“五五购物节”期间的一个鲜活案例指出,长三角地区消费潜力强大。据悉,新成立的长三角城市群商贸服务业发展促进联盟后将秉持“共同市场、共同文化、共同平台、共同分享”的宗旨,促进长三角城市商业的协同发展。

据介绍,长三角城市群商贸服务业发展促进联盟是由长三角地区商业联合会、商业总会及部分商贸企业组成的松散型平台,商议区域内商贸服务业发展事宜、开展相关项目合作,属于非法人机构。“联盟一手牵着政府,一手牵着企业,承担着桥梁纽带作用,很有意义。”浦东新区商务委副主任李晓明表示。

会议现场,还审议通过了《长三角城市群商贸服务业发展促进联盟工作条例(草案)》。根据草案,发展品牌经济、首发经济、夜间经济,将成为联盟的部分主要任务。具体来说,在发展品牌经济方面,联盟计划推选长三角地区知名品牌、老字号产品、非遗产品、优县良品、名特优商品等,建立区域一体化的展示展销平台,并开展区域品牌提升行动,协同推进服务标准化建设,打造一批展示长三角地区的高端服务品牌;在发展首发经济方面,将吸引国际国内名牌新品、老牌新品、名家新品和新人新品在长三角进行新品首发和新店落户,引领国际消费潮流;在发展夜间经济方面,将围绕夜购、夜食、夜秀等,推进长三角商、旅、文有机融合,结合各城市特点培育品牌活动。

上海市商业联合会副会长、浦东新区商业联合会会长蒋智敏表示,眼下“五五购物节”正如火如荼开展中,打造了商业消费回补的大好局面。“长三角城市群商贸服务业发展促进联盟的成立,恰逢其时,这个经济联盟新平台将会助力于长三角地区经济的繁荣发展。”

永乐开启“520美好生活节” 提供亿元消费大补贴
气温升高 空调等制冷产品迎来热销

■本报记者 须双双

夏季来临,冰箱、空调等制冷电器,又登上了市民的购物清单。日前,永乐生活电器开启“520美好生活节”,作为“五五购物节”期间的又一重要活动,为市民提供一系列优惠和补贴。

据了解,永乐“520美好生活节”推出了“以旧换新最高补贴2000元”“空调24小时送装同步”“中央空调享三免服务再赠礼”“签约装修送全套健康家电”等多重活动,涵盖多个知名品牌。

记者从永乐德平旗舰店了解到,店内近期畅销一款美的智能家用对开门电冰箱,原价7999元,活动期间享优惠价,而且市民通过领取消费补贴券,还可以抵扣500元,在此基础上,还能享受以旧换新补贴200元,最低入手价6099元。

永乐总经理陶奋表示,由于疫情原因,很多家庭的生活提升计划受到了影响和延迟,近日随着市场的日益复苏和申城入夏,这些被延迟的购买计划正在大量的集中恢复。数据显示,永乐近一周以来门店接待的中央空调等咨询量激增,预约免费上门专业测量的用户络绎不绝。

4月下旬以来,永乐全面启动“亿元消费大补贴”行动,随后又增补了家装家居专项补贴券,为广大市民家庭提供了更丰富的消费选择。根据永乐门店的销售数据统计显示,随着申城入夏等



永乐“520美好生活节”甜蜜来袭,助力市民美好生活。 □永乐生活电器 供图

因素,消费者普遍对于空调、冰箱、洗衣机、中央空调设备、全屋净水设备等家居家电产品,以及风扇、空气净化器等应季热门产品比较关注。在补贴的使用上,近70%用于购买以上产品,空调冰箱等制冷产品销售也增长了近一倍。

同时,疫情发生以来,人们对于健康生活的需求和对老旧产品的更新换代需求,对功能化家电设备的提升需求,也在明显释放。

“一些顾客在选购空调的时候,会问是否有除菌功能。前段时间,空气净

化器、消毒柜的销量也很不错。大家对于家电的健康、节能、除菌净化等功能需求明显。”永乐德平旗舰店店长许玮丽说。

从永乐终端销售情况也可见,市民在使用补贴购买具体家用电器等产品选择上,对大容量冰箱、烘干除菌类型洗衣烘干机等产品关注度很高,空调产品出现两件以上成套购买明显增多的现象,而净水设备、空气净化器、洗碗多用消毒柜等健康型电器用品更加受到市民青睐。

中国迪士尼商店迎来5周年“生日”
发售限量版米奇马卡龙珍藏系列

本报讯(记者 沈馨艺)5年前的5月20日13点14分,承载着美好寓意“我爱你一生一世”的中国首家迪士尼商店正式落户上海陆家嘴,标志着全球最大零售面积的迪士尼旗舰店正式开业。昨日,中国迪士尼商店迎来了5周年的“生日”,特别推出限量版米奇马卡龙珍藏系列,以及丰富多彩的福利活动回馈粉丝。

此次推出的米奇马卡龙珍藏系列由迪士尼四位当家明星:米奇、米妮、唐老

鸭和黛丝,“变身”为软萌甜蜜的米奇马卡龙色毛绒公仔。每个公仔脚上都有“中国迪士尼商店5周年庆”字样的英文经典标志,全球仅限中国迪士尼商店发售,具有珍藏意义。

日前,米奇马卡龙珍藏系列已在两家迪士尼天猫旗舰店率先限量首发。即日起至5月24日,顾客可通过迪士尼商店微信公众号免费获取优惠券,在两家迪士尼商店实体店享受优惠活动。

京东礼品成交额增长227%
口红、香水高居榜首

本报讯(见习记者 张诗欢 记者 许素菲)又是一年“520”,送礼有哪些新趋势,电商平台大数据可见一斑。京东大数据显示,今年5月,平台礼品成交额同比增长227%,口红、香水增长108%,鲜花增长80%,K金饰品增长40%。

从男性送女性礼物来看,选择最多的是香水、口红、黄金和时尚饰品。品类变化不大,但消费能力大大提高,今年男性在珠宝和化妆品上的消费同比涨了两成多,其中口红、香水的消费额涨了130%。

值得一提的是,一些商家专门推出了迷你多支装口红礼盒,方便不太会挑颜色的男性消费者选择。此外,金银投资品成交额增长两成多,其中男性消费额增长超过40%。

从女性送男性礼物来看,女性购买“腕表”和“精品男包”的消费额同比增长了32%和24%,其他较热门的礼品还有剃须刀、腰带、男装。

从网友关注度来看,排名前列的搜索热词为:我爱你、520、钻戒、口红等。