

能摸能试还同价

## 实体店满减+好礼更划算

济宁晚报全媒体记者 万德龙

“不用等快递,能摸能试还和线上一个价,这才是‘双11’该有的样子!”11月4日,在金宇路龙贵广场,市民张女士购买了一款心仪已久的手提包,5折优惠后售价2250元,与线上同价,且同时享受商场积分、品牌积分、支付立减等服务,综合优惠后比从官方旗舰店购买还要实惠。随着2025年“双11”消费季拉开帷幕,我市各大商场超市不再是线上狂欢的“旁观者”,通过线上线下同价、政策补贴叠加、精准适配需求等组合拳,让线下消费重拾热度。



## 同价策略破壁垒 品质消费聚人气

“以前总担心线下买贵了,现在认准‘同品同质同价’的牌子,逛实体店更踏实。”在太白楼路某商场服饰区,销售人员向记者展示线上商城与线下价签的对比界面,秋冬新款羽绒服线上线下均标注“满1000减300”“满2000减800”,这种定价策略正成为知名品牌线下专卖店的标配。与此同时,线上也推出“线下同款”专区,与线下专卖店互动,吸引追求品质的消费者。

相较于夏装侧重于网购,不少市民在购买秋冬服饰时更青睐在线下购物。“线上和线下的服装还是有区别的,就拿羽绒服来说,即便是同一品牌、同一价位段,线下

售卖的羽绒服充绒量往往更高,穿起来更暖和。”在某金融机构前台工作的张丽告诉记者,“冬天我习惯工作制服内搭羊毛衫,既轻便又保暖。前两年我在网上买的羊毛衫虽然很便宜,但是洗两次就不保暖了。这次趁着‘双11’的活动,在线下专卖店购入一款羊绒背心,虽说价格比网上贵了一些,但是品质要好许多。”

据太白楼路某商场企划负责人介绍,自商场10月下旬启动“双11”活动以来,服饰、食品等品类线下销量较去年同期增长约20%,其中执行“同价政策”的品牌客流占比超六成。

## 清单式购物随处见 商家推出精准服务

“先列好购物清单,只买真正需要的,绝不凑单囤货。”11月5日上午,在运河城商业摩尔超市,市民刘女士的购物篮里只有一桶食用油、两提卫生纸和几双秋冬棉袜,“以前‘双11’总被满减吸引,买一堆用不上的东西,现在更看重实用性。”这种“清单式购物”的场景,在今年我市线下“双11”市场消费中随处可见,消费者日趋理性的态度,正倒逼线下商家调整服务策略。

服饰品类理性消费的特征更为明显。在金宇路某商场女装区,销售人员告诉记者,今年“双11”,消费者不再盲目追求低价,而是更关注面料、版型和实用性,“以前一天能卖十几件促销款,现在消费者会反复对比不同款式的细节,更愿意为适合自己的产品买单。”

为适配这种消费趋势,我市线下商家还推出了“精准服务”。某超市针对家庭消费者推出“定制化购物方案”,根据顾客家庭人数推荐食材分量;某家居商场提供“空间测量+软装搭配”免费服务,避免消费者因盲目购买导致家具尺寸不符;某家电卖场推出“产品试用”活动,消费者可先体验家电性能再决定是否购买。

据市商务局相关负责人介绍,消费者理性消费意识的提升,不仅推动线下商家优化产品与服务,也让我们市线下消费市场朝着更健康、可持续发展的方向发展。

## 三重补贴促下单 数码家电成爆点

“叠加国补和品牌补贴,这台净水器比平时省了近千元!”在金宇路某家电卖场,市民王先生刚办完付款手续,他选购的一级能效净水器正等待上门安装。记者了解到,第四批690亿元国补政策的落地,为线下数码家电消费注入强心剂,叠加品牌补贴后形成“省上加省”的消费窗口。

一家卖场的负责人给记者算了一笔账:一款售价4999元的笔记本电脑,享受15%国补后立减750元,叠加品牌“以旧换新”补贴300元,实际支付仅3949元;一级

能效空调单台最高可享2000元国补,部分机型还能叠加商场“满5000减500”活动。这种多重优惠组合促使消费者提前下单,该门店10月下旬以来的数码家电销量已突破千台,较9月环比增长180%。

为抢占市场,我市不少线下商家纷纷拉长促销周期。某家居品牌销售人员许女士告诉记者,线下活动从10月下旬持续至11月中旬,不仅保证价格不高于线上,还提供免费安装、延长保修等增值服务,目前预约订单已排至11月中旬。