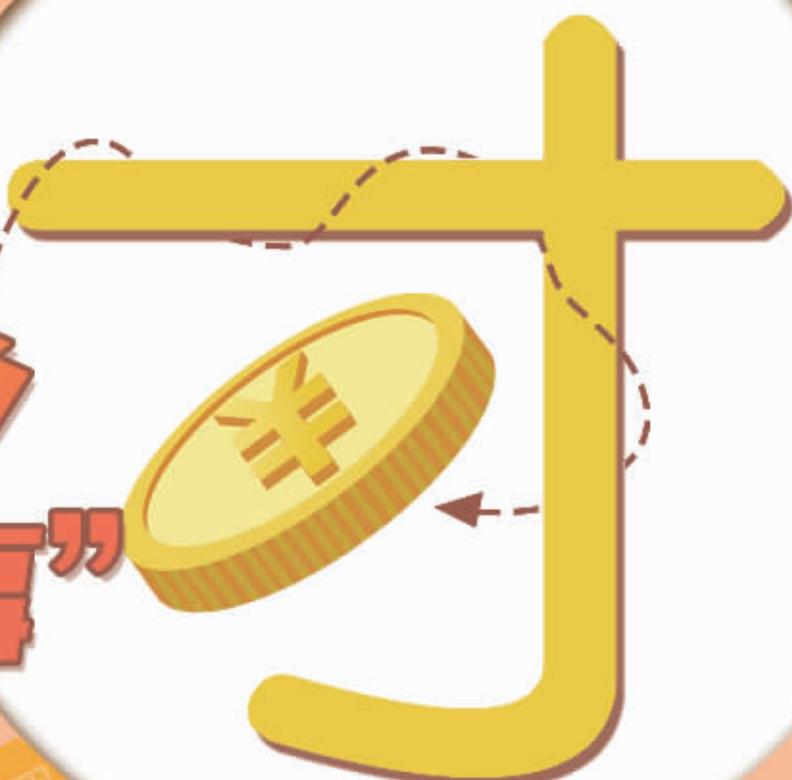




本地 团购的 “中场战事”



抖音 美团
…… 京东 大众点评

卷首语

本地团购的“好戏”开始上演了

曾经在很长一段日子里波澜不惊的本地生活服务,正随着抖音、京东、高德等搅局者的快速涌入和全力押注,变得异常热闹。

通俗说来,本地生活服务主要是本地团购,即美团、大众点评、抖音等平台对接餐饮、娱乐、休闲服务等本地生活服务商家,上线折扣类优惠产品。

与美团、大众点评图文宣传模式不同,抖音等短视频平台的入局,让团购变得更有视觉冲击力和购买吸引力,也催生并捧红了一大批探店达人。业内人士透露,长沙部分头部抖音探店达人,月收入超过20万元。目前,长沙的抖音探店达人已超

过1.6万人,不过,探店达人想要从众多的竞争者中脱颖而出赚大钱,并非易事。

新平台的入局,无疑会带来新一轮竞争,消费者“大薅羊毛”成为可能,让商家也有了更多推广的机会和选择。商家能否借助新平台、新模式乘势而起,营销策划以及运营能力非常关键。

新的消费空间、新的交易场景,正推动着互联网巨头们围绕吃喝玩乐开展商业谋划,进入一个新的竞争维度。

一出本地团购的“好戏”,正在上演。

■黄亚苹 潘显璇

●迎变局
新“玩家”来搅局
“本地生活”战火再起

●酿商机
线上低价吸客
高频曝光造“网红”?

●新职业
免费吃喝玩乐
探店达人月入超20万

02-04



扫码看视频

出品:周文博
策划/执行:黄亚苹 潘显璇
统筹:朱蓉 匡萍 曾小舟