



02 迎变局

提醒

低价团购易踩坑 消费时多当心

“人均三四十元就能吃饱的烤肉店,你不心动吗?”

湖南涉外经济学院大四学生小邹在刷抖音时,被这条视频所吸引。“大学城周边物价低,但人均三十多元的烤肉店还挺少见。”小邹表示,看到烤肉不限量以及探店达人的“薅羊毛”攻略,便抱着试一试的心态去体验了一番。

菜上桌了才发现,看似低价的团购套餐中,却包含了纸巾、餐位费、茶水费、蘸料碟等内容,实际折扣率并没有商家标注的那么低。“99元的2-3人餐中,进店正常消费即可赠送的辣白菜也被算进优惠折扣。3个人还额外点了60多元的菜品才吃饱,人均得50元了。”

“抖音团购里,探店视频太多了,很难一眼看到有效的评价。很多好评的视频,一看拍照技术、剪辑运镜就知道,妥妥是店家安排的。”一名兼职探店博主表示,探店团购达人有流量扶持及带货分佣,“达人拿钱办事,反话正着说,导致不少顾客体验团购后认为套餐没有达到预期。”

她表示,商家既想赚得人气,又不想亏本,因此会在详情页上添加消费限制,如,有的团购会根据到店人数提供不同档位的套餐、有的需要提前1天预约、有的则购买后无法退款,“不要輕易被‘便宜到离谱’‘人均30-40元就能吃饱’等推销话术蒙蔽激情下单,购买前还是要多留个心眼。”

行业变局

明星赛道

补贴大战

“99元的双人餐中有虾饺、口水鸡、菠萝包共6样单品,两个人能吃饱,消费体验还不错。”1月6日,长沙市民陈小姐花99元在抖音上买了一份“稻香”经典双人餐,消费后留下好评。此类团购套餐是抖音于2021年在长沙开通的“本地生活”服务,与已在长沙流行七八年的美团、大众点评类似消费者可在平台上以优惠价买到餐饮、美容美发、娱乐休闲等本地商家的套餐券或现金抵用券。

数据显示,2020年,中国本地生活服务市场规模为19.5万亿元。巨大的本地生活“蛋糕”,吸引了京东、快手、阿里巴巴等互联网大咖入局。本地生活领域的贴身肉搏战,已然打响。

■文/图 三湘都市报全媒体记者 黄亚苹 实习生 宁瑞欣 卢奥

玩家四起,“本地生活”再燃战火

抖音、快手、京东等相继入局 竞争加剧掀起低价攻势



京东同城购进入长沙时,可在“京东同城购”微信小程序上以0.01元的新用户专享价买到柠季“鸭屎香柠檬茶”。

抖音、京东来势汹汹,本地生活局势生变

本地生活,即接洽餐饮、娱乐、美妆等消费类商家,将商家的折扣类优惠产品上线到相应平台,当顾客完成交易后,平台将与商家进行分佣获得收入。在美团、大众点评、口碑等本地生活APP上,商家还可通过购买资源位、推荐位获得额外曝光机会。

一周前,快手与美团宣布达成互联互通战略合作,美团将在快手开放平台上线美团小程序,为美团商家提供套餐、代金券、预订等商品展示、线上交易和售后服务等完整服务能力。快手方面称,凑凑火锅、书亦烧仙草、CoCo都可等已作为首批商家入驻;未来,小程序内还将接入酒店、景区、休闲娱乐、美容美发、剧本杀等生活服务品类。

美团与快手的“公敌”抖音,抢占本地生活这块

融资频现,市场规模破万亿

如今,瞄准本地生活板块的,不仅有抖音、京东、阿里巴巴等互联网大佬,还有食物主义、颜食生活、联想周边游等本地生活类服务新电商。半年内,本地生活领域便发生多起融资事件,足以见得,该领域已成为颇受资本喜爱的明星赛道。

1月5日,成立于2015年的本地生活类新消费公司“大事件”获得数千万pre-A轮融资,资金将用于市场拓展及团队升级。半个月前,本地生活服务电商“食物主义”完成数千万美元B1轮融资,食物主义已在长沙、武汉等103个城市开通本地生活服务,融资后将继续

低至3折,补贴大战重新打响

补贴,似乎是获客最便捷、最有效的途径。三湘都市报记者了解到,抖音、京东同城购、颜食生活等本地生活服务商,均在“开城”时,给出9.9元吃100根串串、0.1元吃2个炸鸡腿、99元一份羊蝎子等令人咋舌的低价秒杀活动,吸引消费者点击、浏览、购买。

三湘都市报记者了解到,2021年11月底,用户可在“京东同城购”微信小程序上以0.01元的新用户专享价买到柠季、吴酥生、颜家辣酱鸭等品牌的王牌商品。“柠季与京东同城购合作,在回馈消费者时,也能有效帮助门店提升业绩。”柠季商务总监刘顺顺说。

“天宝兄弟58元抵100元的优惠券,凭手速也很难抢到,优惠券在二手交易平台上一度卖出85元一

蛋糕的野心也显而易见。早在2020年,抖音在商家个人主页中新增“门票预订”“酒店预订”等功能,支持从视频“种草”到交易都在APP内完成;随后,从抖音探店到抖音同城、抖音团购,抖音在本地生活服务板块已基本实现从“种草”到消费、从内容到交易的闭环。

该领域入局者远不止如此。2021年7月,阿里巴巴宣布组织架构升级,将高德、本地生活和飞猪三大基于地理位置服务的业务共同组成生活服务板块,以此形成多引擎驱动、多业务赛道发展局面。2021年“双11”前夕,京东整合即时零售业务资源推出“小时购”,提供3C、快消、生鲜等商品1小时配送到家服务;11月底,在长沙推出“帮助消费者发现城市好店”的京东同城购业务,消费者可在小程序上买到餐饮、茶饮、时尚美妆等折扣商品。

大力投入市场业务拓展,并在短视频领域持续发力。

本地生活市场规模有多大?数据研究机构艾瑞咨询发布的数据显示,2020年,中国本地生活服务市场规模为19.5万亿元,到2025年这一数字将会增长为35.3万亿元。不过,万亿元级的庞大市场之下,生活服务渗透率仅12.7%,这也意味着,谁能在深入渗透的赛道上领跑,谁就能争取到更大的价值。有分析认为,在互联网向本地生活服务持续渗透、消费者生活需求和消费要求不断攀高的过程中,只有抢占先机、优化服务、注重体验,才能够分得市场红利,形成优势地位。

张的转手价。”消费者陈小姐清晰地记得,2021年7月,颜食生活在“长沙超级品牌日”活动期间,推出铁竹堂、阿杜打边炉、天宝兄弟、天然台等品牌58元抵100元代金券,数百张代金券在顷刻间售罄。

同样,在抖音团购页面,更不乏折扣低至3折的团购商品。如,兴汉食府一款标称3.1折的团购中,原价379元的套餐限时促销价为118元,其中包括汽锅肉丸汤、香辣跳跳蛙、蒜蓉生煎虾等13款单品。

大众点评忠实用户小李表示,在抖音、京东同城购的低价团购攻势下,自己的消费习惯有了明显改变,“以前习惯打开大众点评,但现在吃饭前得刷刷抖音、京东,看看有没有更优惠的套餐。”