

创新营销方式，让消费者得实惠、商家业务增长、平台获得流量——

“免单1分钟”，算算这笔经济账

本报记者 孔德晨

“您刚才下的外卖订单，饿了么给您免单了”——这两个月，不少消费者陆续收到来自饿了么的免单短信通知。“蹲”一个今天的免单时间“确实收到了免单的钱”——在微博搜索饿了么免单，可以看到消费热度在上升，还有人打趣自己“今天又‘要饭’成功了”。

不同于按点“报到”的线上购物节，“免单1分钟”活动凭借其趣味性强、门槛低的特点，受到消费者欢迎。“免单”怎么免？免的是真金白银吗？这项活动对平台促消费有什么启发？



今年上海“五五购物节”时间跨越7月至9月，吸引拼多多等企业积极参与。本届“五五购物节”相关活动包括“国际消费季”“全球首发季”“全城打折季”等，将打响12个标杆活动IP、推出16个“一区一主题”活动以及多场特色主题活动。图为市民在上海南京路步行街一家商店内购物。

王初摄 (人民视觉)

7月18日起面向全市消费者发放

让年轻消费者边玩边省钱

“目前为止，我已经成功免单8次了，又直接又有趣。”家住深圳的张嘉伟告诉记者。“免单1分钟”，具体怎么玩？

在饿了么应用程序搜索免单答题，可以得知当天免单的时间。每天共有3场免单，每场名额有限，在特定的1分钟时间段内下单，排名靠前的用户就可以被免单。张嘉伟说：“我总结了一套成功免单的经验，比如最好用不同的手机号、不同的设备，提前进入结算页面，下单后成功率会高些。”宁波姑娘杨雨丰的乐趣在于集结一批小伙伴，每天参与免单答题，并将答案发布至网络。“解谜的过程充满很多趣味，有很多讨论点，也有很多知识点。”杨雨丰说，“题目涉及化学、气象、人文等多个领域，有些确实有难度，但好在平台方面给的提示很到位，增加了活动的可玩性。”

饿了么到家业务中心用户运营部负责人、饿了么副总裁杨晓告诉记者，“免单1分钟”是饿了么今年“夏季行动”的一部分，一方面积极服务消费者夏季需求，另一方面帮助商家抓住夏季消费高峰，加快商家生意复苏。“对消费者特别是年轻人而言，最怕的就是设置一堆复杂的规则而不是真优惠。”杨晓说，“所以我们在做免单活动时，有两个设计初衷：一个是要简单、直白，参与门槛低，活动力度有诚意；第二是要有趣味，符合年轻人的喜好，能让用户玩起来、有收获，有一份快乐的夏日记忆。”

有人好奇，免单返还的金额是真金白银吗？

“在前几秒内下单成功并签收后大约半个小时，就会收到免单成功的短信。订单金额会全额返回饿了么APP用户的钱包里。”张嘉伟说，“这笔金额可在下次点外卖时抵扣，也可以提现至自己的银行卡。”

杨晓介绍，免单活动的成本全部由平台承担。“免单活动刚刚上线时，我们每一笔订单免单上限是200元。后来我们采纳网友建议，将每笔订单免单上限调整为56元，让更多人得到免单机会。”杨晓说。

给商家带来“流量大礼包”

平台促消费活动，一头连着消费者，一头连着商家。

数据显示，截至8月3日，“免单1分钟”活动总计已免350万笔订单，直接覆盖60万户商家。“许多商家将‘免单’活动视为新的运营抓手，借助免单的契机，及时推出配套动作加强私域运营，承接住了平台提供的‘流量大礼包’，也把免单活动引燃的火苗烧得更旺。”杨晓说。



▲发放消费券是各地促进消费的重要手段。北京市7月18日起面向全市消费者发放“重逢美好”餐饮消费券，由政府提供餐饮类服务的平台企业共同出资，推出外卖类、到店类、养老助残类三种消费券累计1亿元。

程硕作 (新华社发)

中式快餐全国连锁品牌“外婆屯”相关负责人介绍，6月23日开始，该品牌门店销量日均增长400单左右。“我们捕捉到活动信息后，及时同步告知店长，并让店长转发到朋友圈、粉丝群，吸引了更多消费者参与。”该负责人说，“同时，我们做好备餐工作，保持服务水平，让短期的活动释放出长期的效应。”

杨晓告诉记者，“免单1分钟”活动有可能在未来成为常态化活动。“近期，很多商家反馈说，活动对门店订单增长带动很明显，希望活动能持续下去，因而我们也正在探讨将‘免单’持续化的可行性。”杨晓说。

提振消费是目前稳经济措施的重要一环。今年以来，多个电商平台加大投入，推出各具特色的活动。

商务部组织开展的“2022国际消费季”及第三届上海“五五购物节”近日在上海启动。拼多多高级副总裁王坚介绍，拼多多将投入38亿元消费补贴设立上海专区，并通过百亿补贴等多种方式，持续释放平台的消费潜力。“这是拼多多连续第三年参与‘五五购物节’，也是投入力度最大的一年。”王坚说。美团有关负责人告诉记者，2022国际消费季期间，美团将投入超过18亿元资金及补贴，联合超过10万家商超、餐饮、品牌门店等各类线下主体，通过发放优惠券、举办创意活动等，助力促消费。“在此基础上，我们还将投入10亿元，从运营支持、现金流补给、配送补贴等多个维度，为上海地区商户提供精准帮扶，通过‘商户消费者两头补、线上线下联动融合’的方式，持续助推商户扩大交易规模。”该负责人说。

北京大学光华管理学院副院长张彭认为，这类活动是电商平台努力创新的缩影。“从中可以看出，平台在持续探索怎样让商家、消费者、平台以及各种新媒体平台实现更紧密的结合，既能让商家直接得利，也吸引更多消费者直接参与、直接获利，形成各方共赢的协同效果。”张彭说。

带动消费者的参与热情

在消费者眼中，“免单”活动本质上是一次“薅羊毛”的机会。

北京“95后”姑娘张涵告诉记者，除了饿了么的这次活动，各大电商平台以及银行信用卡等都有福利可“薅”，主动让消费者“占便宜”。“比如淘宝、京东等会有一些不定时的抽奖活动，完成平台内部的任务可以领免费水果等，都属于平台发给消费者的小福利。”张涵说，“这些活动补贴给消费者的金额不算多，但对我来说不失为一种既省钱又增添乐趣的方式。”

“我每个月通过‘薅羊毛’可以增加1000元左右的收入。”张嘉伟笑着说，“一般银行信用卡积分可以抵扣消费、购买代金券。不同银行积分获取的成本不同，规则也不同，这需要花时间去仔细研究。”张嘉伟举例，如广发银行在美团、京东、拼多多等渠道的一些特殊卡种可以获取8倍积分。“大多数情况下我都是消费过程中顺带刷信用卡，使用长期积累的积分获取收益。”

业内人士分析，主动让消费者“薅羊毛”，虽然需要平台在一段时期内承受更多成本，但是算大账，可使多方受益，对行业发展产生直接推动作用。值得一提的是，消费者对于常见的促销活动也会有“审美疲劳”，针对不同的消费者，促进消费的方法应更加精准。比如，对中老年人来说，消费券就是看得见的实惠，其中一些人还青睐传统的纸质消费券。而对年轻人来说，促消费的方式趣味性强、带有一定的社交属性，更容易受到欢迎。

“我们发现，直接、刺激、有趣、新颖的活动，能够吸引城市年轻人快速参与。把消费热情和消费意愿先带动起来，才好实现行业快速回血。”杨晓说，“‘免单1分钟’在年轻人中热起来，使我们意识到应从不同消费群体的特点出发，围绕其需求进行方案设计，将平台势能和流量导入行业，实现共赢。”

专家指出，中国的电商平台在实践中创造出不少效果好、持续久、带动性强的品牌促销活动，如“双十一购物节”“618购物节”“百亿补贴”等。今后平台应不断创新，围绕消费者的新特点、新需求，以更多商业模式、营销方式的创新为行业注入活力，进一步提振消费。

今年夏季，饿了么策划并推出多种优惠活动，满足消费者需求，助力餐饮业商家改善经营状况。图为饿了么平台外卖配送员在山东省滕州市街头送餐。

李立摄 (人民视觉)



暑假期间，孩子们捧着儿童电子产品聊天、读书成了许多家庭的一景。儿童智能手表、儿童学习机、儿童平板电脑等各类儿童电子产品，兼有社交、上网、拍摄、娱乐等功能，如今在少年儿童中十分流行，不少家长也习惯于在假期“数字化带娃”。

儿童消费市场是一块“蛋糕”。中国儿童产业中心公布的数据显示，中国约八成家庭的儿童支出占家庭总支出比重达30%-50%，家庭儿童年平均消费支出达1.7万-2.55万元。

家长舍得给孩子们花钱，儿童电子产品及其相关行业也随之兴旺。腾讯研究院发布的数据显示，国内电子产品教育智能硬件品类市场规模增长迅速，从2018年的214亿元攀升至2021年的292亿元，预计将于2024年突破400亿元。

不少互联网行业头部企业纷纷进军相关市场，不断加大对学习平板电脑、学习机、早教机、儿童智能手表等产品的生产和研发投入。仅儿童智能手表一项，就有机构预计该产品市场规模将以每年20%左右的复合增长率持续扩张，并有望于2023年突破200亿元。

与此同时，消费者发现，市场上流行的一些儿童电子产品质量良莠不齐，变相诱导消费、投放虚假广告、收集用户信息、传播低俗内容等问题较为突出。

家住北京市丰台区的宋女士给上小学二年级的孩子购置了一款售价约1000元的儿童平板电脑。“才用了不到半年，就出现了充电时发烫、触屏反应迟缓等问题。广告里把‘课本点读’功能说得天花乱坠，实际上消费者将电脑买到手后，还要额外付费才能下载电子课本。”宋女士说。

采访中，儿童智能手表是各类问题多发的“重灾区”。“碰一碰加好友，和小伙伴社交更方便”“班上同学都在用，不给孩子买，担心影响孩子融入集体”……不少消费者反映，一些儿童智能手表通过营造封闭生态抬高用户黏性，配置低、溢价高却又“不得不买”，买了以后还变相诱导孩子获取家长授权进行消费，令家长们头疼不已。

今年央视“3.15”晚会就对一款销量较高的儿童智能手表隐私安全问题进行了曝光。该产品操作系统老旧，无需用户授权即可开启定位、麦克风、摄像头等权限，甚至可以通过安装恶意程序远程控制，获取隐私信息，产生安全隐患。

面对种种乱象，多地多部门联手规范相关行业。7月18日，因某知名品牌儿童平板电脑部分应用程序含有色情、血腥、暴力内容，北京、天津、河北三地消费者权益保护委员会联合约谈相关企业。同日，中央网信办等部门聚焦儿童智能设备等平台，启动“清明·2022年暑期未成年人网络环境整治”专项行动，强化对专门供未成年人使用的智能手表、平板电脑等智能设备信息的内容管理，排查语音、视频、文字、图片、游戏等场景，全面清理违法不良信息。

面对儿童电子产品行业的粗放式发展，一些消费者认为，儿童电子产品的研发和销售，应制定更加科学、严格的生产服务标准和更为明晰、专业的监管措施。“希望监管部门和从业者能确保儿童电子产品的质量和安全性，让家长放心消费，让孩子学习更高效、出行更安全、课余生活更加丰富多彩。”宋女士说。



近日举行的2022年淮北市中小学生对“AI创新挑战赛”上，无人机组装障碍项目参赛选手使用平板电脑对无人机进行编程。

李鑫摄 (人民视觉)

存在诱导消费、内容低俗等问题——

儿童电子产品不可粗放发展

汪文正 李婕

全国首批“数据经纪人”授牌

本报广州电 (记者罗艾桦) 8月10日，广东省发布全国首份区县数据要素市场化配置改革行动方案，并对首批“数据经纪人”进行授牌。它们分别是广东电网能源投资有限公司、广州金控征信服务有限公司和广州唯品会数据科技有限公司，均来自国家人工智能和数字经济试验区——广州市海珠区琶洲人工智能与数字经济试验区。

广东省政务服务数据管理局局长杨鹏飞介绍，“数据经纪人”是指在政府监管下具备开展数据经纪活动资质的机构，主要担负三方面职责：一是受托行权，即数据拥有者可以授权数据经纪人行使权力；二是风险控制

制，在数据流通交易过程中起到中介担保作用；三是价值挖掘，挖掘数据要素价值，充当数据价值发现者、数据交易组织者、交易公平保障者、交易主体权益维护者等多重角色。首批数据经纪人中，广东电网能源投资有限公司将从“电力看制造”“智能制造数据服务”“产业诊断分析服务”三个应用场景着手，利用电力数据解读产业、行业机遇；广州金控征信服务有限公司将为产业链上下游企业提供金融及数据服务，在信贷等领域提升企业融资效率；广州唯品会数据科技有限公司将从行业销售分析、市场反馈、定价指引、细分属性分析四个方面提供数据产品服务。

北京绿色生活碳普惠平台上线

本报北京电 (记者寇江泽) 8月10日，北京绿色生活碳普惠平台“绿色生活季”小程序暨北京个人碳账户正式上线，为市民积极践行绿色生活、参与减污降碳提供重要抓手。

碳普惠机制是指推动公众、社区、中小微企业等自愿开展绿色低碳、资源节约行动的激励机制。北京绿色生活碳普惠平台涵盖了居民生活食、住、行、游、购，分为绿享生活、绿碳积分、绿畅出行、绿助光盘等8个板块，市民绿色骑行、驾驶新能源汽车、拒绝使用一次性餐具等绿色行为，都可以被数字化记录到碳账户中，并获得相应的绿色积分激励。绿色积分可兑换多种奖励，如地铁卡、骑行卡、停车券及其他绿色消费券等。

据介绍，北京绿色生活碳普惠平台基于标准和算法，利用数字技术打通出行、快速、外卖、消费等各个场景，实现个人减排量的滤重和融合汇总，建立个人碳账户，以市场化方式带动市民减污降碳，增加了用户的参与感和获得感。市民可登录“绿色生活季”小程序查看个人碳账户，兑换多种奖励，一起为绿色低碳贡献更多力量。

化记录到碳账户中，并获得相应的绿色积分激励。绿色积分可兑换多种奖励，如地铁卡、骑行卡、停车券及其他绿色消费券等。

据介绍，北京绿色生活碳普惠平台基于标准和算法，利用数字技术打通出行、快速、外卖、消费等各个场景，实现个人减排量的滤重和融合汇总，建立个人碳账户，以市场化方式带动市民减污降碳，增加了用户的参与感和获得感。市民可登录“绿色生活季”小程序查看个人碳账户，兑换多种奖励，一起为绿色低碳贡献更多力量。

据介绍，北京绿色生活碳普惠平台基于标准和算法，利用数字技术打通出行、快速、外卖、消费等各个场景，实现个人减排量的滤重和融合汇总，建立个人碳账户，以市场化方式带动市民减污降碳，增加了用户的参与感和获得感。市民可登录“绿色生活季”小程序查看个人碳账户，兑换多种奖励，一起为绿色低碳贡献更多力量。