

分享 交流 发展

汉斯出版社 (Hans Publishers, www.hanspub.org) 聚焦于国际开源 (Open Access) 中文期刊的出版发行, 覆盖以下领域: 数学物理、生命科学、化学材料、地球环境、医药卫生、工程技术、信息通讯、人文社科、经济管理等。

首页 >> 经济与管理 >> 现代市场营销 >>

MOM >> Vol. 3 No. 1 (February 2013)

秒杀福袋在“三八”节促销策略中的应用分析

Application Analysis on “Seckilling” in Fukubukuro’s Promotion Strategy of Women’s Day

全文免费下载:(271KB) PP.4-8 DOI: 10.12677/MOM.2013.31002

作者:

潘英凝:电子科技大学经济与管理学院;

王慧:无锡八佰伴;

乔宏:电子科技大学经济与管理学院

关键词:

秒杀; 福袋; 三八促销; 她经济; Seckill; Lucky Bags; Women’s Day Promotion; Womenomics


摘要:


“秒杀”原本是电脑游戏中的语汇, 意为瞬间击杀对手, 该概念延伸到电子商务领域, 网络卖家以超低价格发布一些商品, 买家在规定时间内进行网络抢购行为[1], 这种模式被无锡八佰伴应用于2011年“三八”节福袋促销活动中, 使企业获得短期的业绩增长。八佰伴采用传统促销策略的同时创新应用福袋“秒杀”这种网络促销模式, 为中国零售业在传统营销模式下如何巧妙借鉴网络工具提供了参考。

Seckilling is a term originated from computed games, meaning kill the rival within a second. The concept of Seckilling has been extended to e-commerce to refer to rush purchase in the internet when a web-seller releases some commodities at ultra-low price for the buyers to buy within named period of time. This mode was applied by Wuxi Yaohan in Fukubukuro’s Promotion of Women’s Day, which increased the enterprise performance in a short time. Yohan creatively used Seckilling, a web promotion mode together with traditional promotion strategy, and therefore provided a reference for Chinese retail industry as how to bring the web-tool into the traditional marketing mode in a smart way.

参考文献

- [1] 王斌辉.“秒杀”营销的攻略秘籍[J]. 中外管理, 2010, 6: 90.
- [2] 肖楠.“秒杀”营销的理论探究——基于在线服装营销[J]. 山东纺织经济, 2010, 27(7): 30-31.
- [3] 王兴明.“秒杀”促销的昨天、今天与明天[J]. 江苏商论, 2011, 2: 23.
- [4] “她经济”渐成网络新一轮细分市场[N]. 中国服饰报, 2012-3-23(B39版).
- [5] 方蔚琼. 关注“她经济”时代女性消费影响力研究[J]. 商丘师范学院学报, 2010, 29(10): 79-82.
- [6] 姚金武. 当代女性消费的新特征与女性市场营销策略[J]. 消费经济, 2010, 26(4): 62-64.

 推荐给个人

 推荐给图书馆

分享到:

更多

加入审稿人 | 创办特刊

☆ 当前期刊访问量 102,825

📄 当前期刊下载量 31,099

友情链接

尔湾阅读

科研出版社

开放图书馆

千人杂志

教育杂志

[7] <http://www.jhnews.com.cn/jhrb/2010-10/22>

[8] <http://zh.wikipedia.org/wiki>

推荐文章

· [消费者选购名牌产品动机实证研究](#)

[An Empirical Study of Consumers' Motives for Purchasing Branded Products](#)

· [城市转型中的营销策略——广州亚运营销解读](#)

[The Marketing Strategy of Urban Transformation——An Interpretation of the Guangzhou Asian Games Marketing](#)

· [论海南省节庆旅游市场的开发问题及对策](#)

[The Analysis of the Problems and Strategies of the Hai-nan Festival Tourism Market](#)

· [欠发达地区居民旅游动机及其影响因素分析——以广东普宁为例](#)

[A Study on the Residents of Less Developed Regions Travel Motivations and Its Influencing Factors—A Case Study of Puning](#)

· [社会网络经济案例研究与分析](#)

[Research and Analysis of Economic Case Based on Social Network](#)

版权所有：汉斯出版社 (Hans Publishers)

Copyright © 2014 Hans Publishers Inc. All rights reserved.  RSS