

年末来袭

国外版的“购物节”如何吸引消费者？

“双12”购物节过去，大家都购入了心仪已久的什么物品呢？“双11”“双12”这类源于国内某购物平台在“光棍节”策划的促销活动，现已成为中国每年最盛大的消费时段之一。这种因商家的营销策划而促成的群体效应，在不同国家也有类似的体现。“购物节”这种集中型消费都是怎么演变来的？商家活动又是如何改变消费者消费习惯的？在互联网购物兴起的情况下，外国的购物促销有没有类似“直播带货”“小黄车”等新型购物方式呢？

德国：“购物节”竟是逆向发展？

在过去的十年中，“黑色星期五”成为一种全球现象，现在不仅在巴西、日本、南非、墨西哥、澳大利亚和阿根廷进行黑色星期五促销，而且在英国、法国、瑞典、波兰、丹麦、匈牙利、瑞士和奥地利等许多欧洲国家都有开展。从2006年开始，“黑五”活动由苹果公司带入德国，从此一发不可收拾。

而随着网络电商的快速发展，“黑五”活动的激烈竞争不仅限于周五一天，还包括接下来的“网络星期一”，以及亚马逊持续一周的“网络促销周”，“黑五”即成为年末促销季的开始。

“黑五”名字的来源 竟是商场用黑笔记录盈利

“黑色星期五”起源自美国，因为美国的商场一般以红笔记录赤字，以黑笔记录盈利，而这一天疯狂的抢购使得商场盈利大增，因此被称为黑色星期五。

自2006年以来，德国一直庆祝黑色星期五。苹果是第一家将美国知名优惠带到德国的公司，并根据美国黑色星期五在德国苹果商店组织了为期1天的购物活动。渐渐地，越来越多的零售商开始关注这个话题，并以特别折扣和促销来庆祝黑色星期五，这一天在德国越来越流行，最终变成了如今一年中最大的促销活动。

2016年黑色星期五活动 才真正入驻市中心和购物中心

在美国，黑色星期五主要是针对固定零售的活动，几十年来一直在实体店进行。在2000年代，在线零售商创建了网络星期一，这是购物活动的

在线变体，以便同时从在线折扣中更大幅受益。

而在德国，“黑五”的发展方向恰恰相反。苹果公司于2006年将黑色星期五的想法带到德国之后，主要是网络零售商占据了这一天，并通过年复一年的折扣活动让人们更加了解这个活动。与此同时，零售商一直在尝试将在线优惠券与固定门店的折扣挂钩，但直到2016年，黑色星期五活动才真正入驻市中心和购物中心。从那时起，参与的分店数量迅速增加，现在几乎进驻了德国所有城市。

年末购物节 男性购买者竟高于女性

德国比价网站与统计数据网站日前联合发布的调查数据结论是：从大的类别上来说，“黑五”购买娱乐电器/电子产品是最划算的。因此历年德国“黑五”畅销商品中，电器和电子产品销量独占鳌头，数据显示，销量领先的产品依次是：电子产品、电影/游戏/音乐、家居产品、服饰、移动通讯产品。

据《明镜在线》报道的调查问卷显示，三分之一的德国人明确表示，在“黑五”购物的预算大约300欧元。67%的德国人会提前制定购物计划，而55%的人表示不太相信“黑五”的折扣，还要再观望一下。

或许是德国“黑五”折扣主要倾向于电器和电子产品这一特性，导致“黑五”剁手党中竟然男性占了压倒性多数——在“黑五”期间的购物男女比例中，德国男性以76%的占比远高于女性购物者24%的比例。

文/赵思远（现居德国）

西班牙：趋向于实体购物

在西班牙，“黑五”这段时间，国外的小伙伴们是不是也和国内的朋友一样，剁手买买买呢？这就带大家一起在文章中感受最地道的西班牙本土薅羊毛攻略。

“黑五”的来源 有黑压压排队队长等说法

聊到“黑五”，我们就要先和大家说说它的由来：西方人把11月第四个的星期五叫做“黑色星期五”（国人喜欢简称：“黑五”），关于“黑色星期五”的由来有多种说法，除了较普遍的看法认为商场传统上用不同颜色的墨水来记账，红色表示亏损即赤字、黑色表示盈利。所以把这个星期五叫做黑色星期五，用以表示这一天期待会有盈利。

还有一种说法就是指黑压压的一片人在感恩节后的星期五去商场排队购物。因为商店的打折活动一般都在每年11月第四个星期四结束的午夜（即周五零点）开始，感恩节的次日开始，想要大力度折扣和便宜货的人必须摸着黑冲到商场排队买，这也可以视为是“黑色星期五”的一个来历。

西班牙的“黑五” 不是一天而是一个月

据了解，黑色星期五购物节可能会绵延一整月，原本11月25日是“黑五”促销的正日子，但经过多年发展，商家早已将其促销期延长。西班牙的“黑五”购物节并不是只有在周五一天，而是更久，也就是说，基本上从11月中旬开始，各大商家就已经开始疯狂打折了。在“黑五”的过去几

年中，我们可以看到很多西班牙购物网站都开有“黑五”折扣专区，甚至有些促销商品在“黑五”来临之前就早已售罄。

西班牙购物节迎合走亲访友需要 与国内春节大采购类似

西班牙当地最大百货公司是英格列斯百货公司，可以说是西班牙人的最爱，里面的商品应有尽有，从“黑五”到圣诞节前折扣力度也是每年最大的时候。对比咱们国内农历新年前大家各种置办年货的场景，也就不难理解。

一般在百货公司的折扣中，礼品礼盒是非常受欢迎的产品，也是折扣力度最大的。和国内不太一样的是，国内的购物节在买单品的时候促销价格往往是要比礼盒便宜很多，但是在西班牙，考虑到“黑五”之后是一个全民的长假期，送礼的需求也比较大，所以商家往往会把最大力度大折扣都放在不同品类的礼盒中了。可以说是非常符合西班牙当地人的一个消费心理，既实用又优惠。

直播平台带货在西班牙尚未兴起 仍旧以商场线下购物为主

与国内的购物平台类似，西班牙“黑五”活动也有“好评返现”“提高快递收货速度”“限时网站会员卡免费使用”等促销手段。

然而，在传统的百货公司促销下，当地人的购物方式还是更接近于线下实体购物。在“黑五”来临前小编想拿起社交软件比如外国版的某短视频软件，打开看看有没有“直播带货”等前期商品宣传模式，很显然这种国内流行的下单方式在西班牙并没有完全地兴起。

文/二宝（现居西班牙）



日本：为何人们逃不过商家琳琅满目的推销术？

每年日本有两个传统的商品大降价时期，即1月和8月，冬季和夏季的衣服、日用品等大促销。近年降价时期有所扩展。从12月起商家就开始降价促销活动，街头处处可见SALE的字眼。比如服装店，开始降价推销时，打折10%到50%是比较常见的。有些商店，购买两件以上在原有折扣的基础上再打折10%。还有一种时间段打折活动，比如到了一家店，突然店员就冲你喊话：“时间段打折活动开始了，从现在开始两个小时所有物品半价！”于是见者有份似的，人们觉得自己遇上购物良机了，至少顺手买一件才不枉此行。

日本也有11月11日购物节 或是受到中国购物节的影响

其实日本也有“双11”购物节，雅虎和软银两家公司从2015年开始，把11月11日定为“购物好日子”，举办各种促销盛典。2020年，据说是为了促进电子支

付，把名称改为“超PayPay节”，同样是11月11日。2021年两家公司把活动时间延长到一个月，全国的PayPay加盟店和雅虎购物网店，一起开展各种促销降价活动。毋庸置疑，这是受了中国“双11”购物节的影响。

商家的优惠手段层出不穷 流行一种“早预约优惠”方式

日本商家的另一种促销方式是早预约优惠。比如日本人的新年的御节料理，从8月就开始预订了，越早订优惠越多。旅行社亦是如此推销旅游商品，提早21日、45日、60日申请旅程，分别有不同程度的优惠。

日本的电视台设有专门的购物节目，有些社长亲自上电视带货直播，生动演示产品的使用方法，吸尘器、洗衣机等等都限时大幅打折。“从现在开始两个小时打电话购买商品享受特别优惠，根据以往经验，订购者众多，大家一定抓住

时机。”社长们大多会这么说。

日本也有“免费陷阱” 很重视“生日推销”打感情牌

日本有一句谚语叫做“没有比免费更贵的东西了”。但是偏偏消费者总是容易掉进“免费的陷阱”里。比如，网上搜一搜，发现有很多化妆品小套装可以免费申请获得，但是你必须输入自己的名字、电话、邮箱等信息。得到小礼物后，商家就会频频向你发推销产品的邮件。疫情前，日本的超市里“试吃”是很常见的，比如牛肉现场煮切成小块，客人自由品尝。寿司亦可免费试吃，香檳可以免费试喝……

日本商家很重视“生日推销”，比如全日空航空公司，我之前曾注册成为会员，每年到生日这天，总会收到全日空发来的邮件，除了写着本人名字的祝贺生日之赞辞外，还附上几张精美的飞机图片壁纸，每年我都会下载做手机封面。

另外，生日的月份还能收到好多商家的明信片 and 邮件，无非就是消费给予特别打折，生日那天住宿酒店有特别礼物等等。

日本的多数商家也会采用积分卡方式进行推销商品，积分卡促销活动很大程度上改变了消费者的消费习惯。

文/黄文炜（现居日本）
据《北京青年报》

