2块钱的拖鞋、3块钱的手机壳、30块钱的被套,孜孜不倦淘便宜货

越省越快乐,精打细算的“抠组”火了

本报记者 祝瑶

“一款全新180×200cm被套,再送2个枕套,一共33元”,“2.92元一双拖鞋,1.84元一只的盘子,3.21元的手机壳,14.5元一只的潮流小方包……”这些让人惊叹的“震撼价”商品,来自一群“抠组”成员们的日常分享。

最近,分享省钱经的各大“抠组”火了,“十多年专注源头厂货”的1688、“让你花钱不肉痛”的淘宝特价版,也因此不断焕发出强大的生命力。

在抠组成员看来,抠门,是一种生活态度。你以为抠很简单?不,其中蕴藏了太多的智慧。

分享省钱经的各大“抠组”火了

A/集结全国最抠网民的“抠组”火了

抠门女性联合会小组、抠门男性联合会小组、丧心病狂攒钱小组、FIRE生活小组、低消费研究所小组……从这些爆红的“抠组”名中,你大概就能看出他们是在干吗。

作为95后“后浪”,真正让“萌新”许婷有了存钱想法的,来源于“抠组”里年轻人的小故事。

“靠着抠抠抠,有组员30岁前存下了100万。”许婷告诉钱江晚报记者,自己关注的一个“丧心病狂攒钱小组”,近期活跃度暴增到46万成员参与。

“在这里,省下的每一块钱都能成为快乐的源泉。”入群不久,抠友“涛克”说,随便点开一条,都能感受到大家扑面而来的“抠气”。“刚结识抠组时,还有点旁观心态,现在不知不觉也融入其中了。”

小组成员们每天会晒出各种成就,有人一个月挑战只花900元;有人晒出40元买了3件T恤,并附上体验评价,“白牌,价格公道、质量可以,穿一个夏天不成问题”。

“我可能快被外卖平台拉黑了,每顿都在用概率论和树状图筛选结合优惠券,看哪家价格最低。”也有人默默吐槽,却得到了“抠友”一边倒的支持,“你这算啥,抠组成员人均数学专业博士好嘛”……

如何才能淘到便宜货?原本只服务于批发商的1688、上线没几个月的淘宝特价版,也被“抠友”研究出了无数种购物经。

喜欢手冲咖啡的Nicole是“抠组”常客,孜孜不倦地分享“抠的技术和艺术”。

常备挂耳滤纸的她,在1688上找到温州一家做咖啡包装周边的企业,“对比了一下我之前买的,价格差了几乎一半。”Nicole还分享了不少“抠门经”,例如,买东西的时候留心工厂位置——买袜子可以选诸暨厂家,夏季薄款的女生船袜,一双1.25元,好穿不贵;义乌聚集了不少小百货,修眉刀、发卡、拖把头,不超过10块钱,下手不心疼。

B/大数据找“抠友”,工厂嗅到不一样的商机

“事实上,很多电商卖家本身不生产商品,同样要从源头厂家拿货。”网友“杉杉”表示,工厂直购,这也是不少抠友入坑的原因。

“杉杉”说,源头厂货充满诱惑力,床品、餐盘、纸巾等家居日用小杂货,在一些电商网站,价格明显更友好。一款曾经霸榜的纸巾,出自福建工厂,特价26.69元的抽纸(最多40包),平均不到7毛钱一包。商家在页面上介绍,累计卖出了220万箱,商品评论达到了102万条。

同样也感受到“抠友”对“去哪里淘便宜”的热情,数据显示,6月以来,淘宝特价版增长势头进一步加速。

在刚刚结束的618期间,淘宝特价版APP在各大应用市场下载量持续飙升,多次在APP Store购物应用榜霸榜,仅6月15日一天,新注册用户就超过100万。

面对井喷式增长的C端用户,不少工厂老板迅速地抓住了C2M(从消费者到生产者)所带来的机会,转型线上零售——刚刚结束的618,江苏扬州曙光牙刷厂一天就卖出了16万支牙刷。其中一款智能声波电动牙刷,二十多元的售价,在淘宝特价版上累计卖出10万件,是追求高性价比的学生族、辣妈们的心头好。

1976年建厂的江苏扬州曙光牙刷厂是一家老牌外贸工厂。如今成长为平台头部,厂长屠新业告诉钱江晚报记者,省去了多个冗杂环节,直接由厂家对接消费者,让牙刷这样的生活用品,有了更高的性价比,“就是网友们口中的‘天天工厂价’。”

前端的消费者在想什么?想要什么?最在乎什么?也是屠新业最关心的。“通过大数据分析,发现电动牙刷有明显增长趋势,我们进行了品控、再包装,生产线转型调整。25至35岁的年轻女性群体,她们对牙刷的选购更有发言权,她们是我们的主要客源。”

扫一扫
了解身边
财经大小事

C/年轻人变抠了吗?不,这是努力为未来攒钱的态度

问题来了,这代年轻人变抠了吗?这代年轻人的“抠门”行为,是对实用主义有了不同的理解。

上个月,在“抠组”颇为活跃的组长卢十四,上了播客节目为“抠友”正名。用他的话说,“抠组从一开始就强调,我们抠,是只抠自己,不抠家人和朋友。”

“我不是觉得那点剩余的牙膏对我来讲多么值钱,而是拿到一件东西,我的本能就是物尽其用,一定要把它用完、用干净,心里才舒服。”卢十四说。

心态从“猎奇”到“理解”,抠友小白觉得“入坑不亏”。除了找到了坚持实用主义的同好们,更重要的一点是,他看到了“抠友们”在认真地考虑未来,努力地为未来攒钱的态度。

与“抠组”大火相类似的,“我是这样攒到买房首付的”这样的小组也在“出圈”,目前已拥有3万多成员。小白说,“勤勤恳恳地攒下本职工作的收入,外加打理一些理财,希望能达成一些未来的目标。”

“所有的消费者都会去关注性价比,不管有钱还是没钱,一个共同的心理是不愿意花冤枉钱。”面对来势汹汹的“抠组”、“抠友”,业内人士表现得更为理性,当消费决策考虑实用性和性价比,而非品牌溢价时,这倒逼了工厂进行更多的思考与尝试。

“将C2M模式赋能给工厂,工厂可以直接触摸消费者需求,通过基于大数据的商品企划能力、基于整个商品周期的规划能力,做到持续地生产消费者欢迎的商品。”有业内人士指出,不光是实惠,更重要的是好用。

如何让越来越多的工厂顺利打开销路,阿里巴巴副总裁、C2M事业部总经理汪海认为,“如果真正把C2M模式让越来越多的工厂具备,消费者会用脚投票。如果能够源源不断地生产出消费者喜闻乐见的商品,那么各行各业所有的商品都存在着被重新定义的机会。”