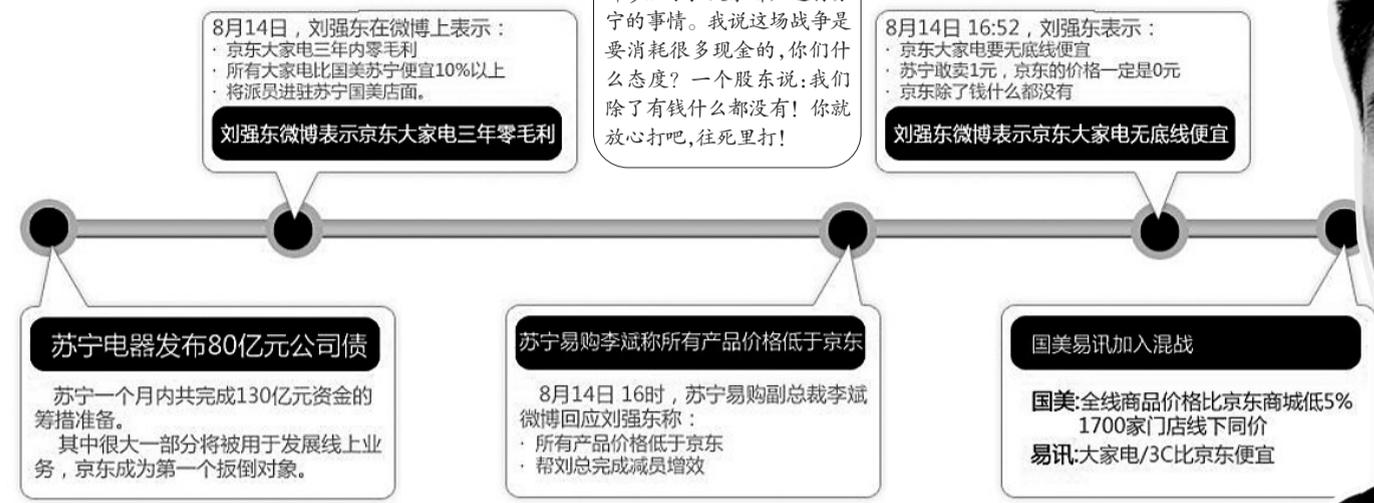




京苏美大战历程



约架可以, 但请别这样忽悠人

京东叫板苏宁引发电商混战

此前, 京东商城大家电品类近50件商品悄悄涨价

京东商城降价大家电的比例仅有6%

许多商家标榜“最低价”的商品半数无货

其实, 这不只是一场价格战

更多是自媒体时代一场营销游戏

从京东的刘强东发起此次价格战开始, 原本是京东向苏宁叫板, 这两家也被所有人认为是最大的对手, 然而经过淘宝网旗下的一淘网数据对比, 国美此次却成为价格擂台战中的黑马。

来自一淘网价格监测显示, 截至15日下午5时, 苏宁比京东价格高的大家电商品有297件, 占比25%, 京东价格比苏宁高的商品475件, 占比41%; 剩下33%的商品两者价格相同。

国美则成为本次价格擂台的黑马, 一淘网监测显示, 当天国美在大家电(电视、冰箱、空调、洗衣机)领域的降价商品数量比例远远高于京东商城与苏宁。

记者 辛晓青 李丽君 程国平 徐刚领

刘强东的微博营销之道

此次价格战, 从预热到真正开打, 京东CEO刘强东都是亲自上阵。仅仅是通过微博出口, 刘强东的优势在哪里呢?

首先, 刘强东利用自己的名声聚集了169万的粉丝。

第二, 在微博上总是爆料最劲爆的公司动态, 价格战, 优惠, 招聘。

第三, 有一些八卦资讯, 比如西红柿。

第四, 不断掀起和当当李国庆, 苏宁李斌等的论战, 强调自己行业领先地位, 传播很广, 看得很爽。

说到底, 东哥你们学不会, 因为你们没有他这么大的名声。假如普通人要借助影响力, 可以通过微博大号传播。

商务部今日将对电商大战表态

如此竞争, 到底政府部门出不出手? 有网友认为, 在价格战发展到现在, 大家都期待着政府部门的发声, “旅游电商的价格战我关注过, 也与携程的朋友聊过, 其实他们是因为太过被动而发起价格战的, 可想而知, 作为行业老大, 携程日子都非常难过, 何况其他企业。因此, 就京东而言, 可能也是无奈, 但是这样的结局肯定是行业的损失, 作为政府, 应该有声音出来, 不然就是失职, 就是看着国内企业被外资侵蚀。”

据经济之声记者王思远报道, 商务部将在今日的新闻例会中针对京东和

本地家电卖场表示: 无压力

昨日, 国美河南公司相关负责人也表态, 26年来, 国美从不回避价格战, 而低价也是国美最引以为豪的事情。在此次由京东、苏宁两大B2C巨头挑起的“大家电”网购价格战中, 国美直接宣布, 其官网上全线商品比京东低5%。

国美河南公司上述负责人还表示, 为了方便不同类型的消费者购买, 从本周五(17日)开始, 国美全国1700多家门店实行线上线下一个价, 均以低于同类商品价格出现。

针对来自电商的压力, 国美上述负责人表示, 国美系统的采购量远高于京东商城等电商, 所以从采购、物流、服务

苏宁价格战表态。

此前已经有相关监管部门表态的报道, 该报道称, 鉴于京东和苏宁还不属于恶性竞争, 不会采取行动。按照国家的规定, 恶性竞争需满足两个条件: 一是在市场上具有垄断支配地位, 京东和苏宁无论怎样竞争, 都达不到垄断支配地位; 二是低成本倾销。据监管部门观察, 京东和苏宁的网店成本比实体店低得多, 仍然有利可图, 根本不是低成本倾销。

监管部门表示, 他们也在关注这场价格战, 但并不会采取什么行动和措施。他们认为, 对老百姓有利, 是好事。

等方面, 国美都优于京东。

苏宁对此次价格战的评价则较为谨慎, 昨日, 苏宁河南区负责人表示, 苏宁的态度以苏宁易购总经理李斌的微博发言为准, “我们对于非理性的竞争不予评价, 苏宁致力于与各方共同打造有利于行业健康可持续发展的生态环境。”该负责人称, 苏宁一贯以来坚持的是给消费者提供最好的服务和最有竞争力的产品, 薄利多销是我们坚持的经营宗旨。苏宁一直以来坚持通过提升供应链、物流、人才等方面的核心竞争能力, 给消费者持续性提供性价比最优的产品和服务。

【实情】

超半数商品缺货

记者通过实时查看一淘网比价擂台排行榜发现, 在许多商家标榜“最低价”的商品数据中, 竟然超过半数都处于无货状态。以在空调类比价排行榜中位列前两位的GREE/格力72LW(72568)FNCG-3 3匹立柜式冷暖空调及大金FVXB360LC-W 2.5匹立柜式冷暖空调为例, 除易迅外, 库巴、京东、苏宁三家通通缺货, 而在电视、冰箱等榜单中, 记者也发现超过半数的商品出现缺货情况。难怪有网友会表示, “网页打不开, 即使打开了也缺货, 洗洗睡吧!”

先涨再降: 跟消费者玩躲猫猫

虽然价格战开始的时间是早上9点, 但前一天晚上就有商家开始早作准备。网友发现, “前一刻明明还是2699元的电视, 马上就涨到4099元了。”来自一淘网的监测数据显示, 京东商城14日晚上在大家电品类上有近50件商品悄悄涨价, 价格涨幅从30%到100%不等, 位列商家“悄悄涨价”排行榜榜首。对比之下, 苏宁、易迅等商家在涨价商品数量远低于京东商城。

【数据】

苏宁略胜京东 国美成为黑马

截至15日下午5点的的天数据。

一淘网价格显示, 8月15日当天共监测全网6大B2C商家网购大家电商品11.7万余件。其中仅有5000多件商品价格有所下降, 总占比仅4.2%。在宣布参加价格战的商家中, 国美电器官网的降价商品比例达到了16.6%, 也是最实在最给力的商家。京东商城降价大家电的比例仅有6%。

商家	总商品数	价格变化商品数	价格变化商品占比	涨跌幅	涨跌值
当当网	69444	1643	2.4%	-2.9%	-94
国美	5636	937	16.6%	-4.4%	-134
京东	15901	959	6.0%	-4.7%	-158
库巴购物	7935	349	4.4%	0.4%	9
苏宁易购	7995	763	9.5%	-4.4%	-160
易迅网	10639	442	4.2%	-3.0%	-51

【观点】

马光远博士: 京东试图毁灭一个世界, 但它似乎并没有为毁灭后的重建做点什么。不过, 就京东现在的举动而言, 只是一个调皮的孩子的孩子, 突然有了钱之后的异想天开而已, 它注定既毁灭不了世界, 也改变不了世界。

@浪子回头的郎朗: 简单估算一下刘强东这次“成功”的微博营销的成本, N条微博(0元)+微访谈一次(6万元)+一次新闻通报会(估计1万元), 7万元换来的是号称3亿元的当天销售额, 以及近8000万的微博访问量, 还有对手市值一度蒸发的50亿元, 这是一次奇迹啊, 但是在失信后可能导致几十万次的投诉和更多忠诚用户的流失。