



到乐语 买手机 新品全 没有奖50元

详询: 66388888
0371-

国内上市的正规品牌、正规货源

实体店忙于架设WiFi 电商急于物流送货 网上比价门店下单让消费者得实惠 谨防“双11”促销后遗症,买必需品最好避开网购高峰期

Online还是Offline? 仅仅在两年前,老百姓问起上哪儿买家电,郑州的消费者不约而同会选择苏宁、国美、永乐、五星和大商电器,或者郑汴路东家电城,许昌、新乡和巩义、新密等三、四线城市以及农村地区消费者则多从当地的各大品牌经销商处采购。在“空冰洗电”四大家族还是生活中的耐用消费层面的商品时,网购大家电对于当年的大多数人来说似乎多少有些担忧其安全性,而宁可选择就近知名大店。而当时光进入2013年后,这一切正在发生翻天覆地的变化,天猫、京东,以及转型进驻线上的国美在线、苏宁易购则是争先恐后地“添油加醋”,使得线上和线下开始融为一体。

郑州晚报记者 樊无敌



大力度 “双11”促销电商动作大

今年的“双11”已不再是天猫的独角戏。苏宁易购、国美在线、京东商城等国内各大电商在“双11”购物狂欢节前,早已摩拳擦掌,推出了各类“双11”促销活动。

从10月中旬起,各大电商轮番推出了各类促销活动。京东商城发起“沙漠风暴”,称活动整体让利10亿元;当当网推出“119惹火行动”;腾讯更是投入了3亿元发礼包举办“QQ网购疯狂抢购节”,就连低调的亚马逊中国也表示,将举行为期一周的大型神秘促销活动。

各大电商,在抢占市场的同时也不忘阻击竞争对手,天猫副总裁王煜磊称:“我们希望消费者能够在11月11日购物狂欢节24小时不睡觉。”早在10月11日,天猫就已经开始预热。

苏宁、国美也不甘示弱。“苏宁易购今年要在‘双11’O2O促销上与天猫一决高下。从今天开始到11月12日止苏宁推出中国首届O2O购物节,苏宁将以自身的1600多家门店网络和苏宁易购为购物节主会场,同时和线下商家展开合作,展开线上线下同步大力度促销。”苏宁易购执行副总裁李斌宣布,将在“双11”期间启动“三天三夜超级零元购”计划,以最大力度的促销向各大电商宣战。而国美网上商城总经理韩德鹏说:“在‘双11’期间,国美网上商城总体让利规模超过10亿元,拉低全网市场价40%左右。”



要注意

购买必需品应避开网购高峰期

从近两年“双11”的情况来看,一些电商没有合理的规划,也缺乏完善的物流、售后保障体系,确实造成了“双11”促销后遗症。

“双11”这样的促销活动,根本目的在于通过让利消费者,扩大销售额,达到商家和消费者双赢的局面。彭亮建议消费者,如需购买一些生活必需品,可选择同城网络商家或实体店。尽管不少消费者做好了快递延迟的准备,但仍需注意,在没有收到货的情况下,消费者要留意交易系统自动打款时间。如果消费者发现自己购买的商品迟迟没有收到,可以在自动确认收货前3天,联系卖家或自助延长确认收货时间。

在网上交易、充值时,切记核对官网地址,以防误入“钓鱼”网站。另外,不要轻易尝试点击卖家通过MSN、QQ或E-mail等方式提供的交易链接或图片等,不要轻易支付第三方给你的非所需商品的链接,防止电脑被木马软件操控。对于自己不熟悉的网站,最好不要轻信付款。如果自己无法分辨网站真假,可使用相关软件帮助识别拦截,保护网购安全。

河南苏宁总经理钱成建提醒说,在购物时要货比三家。不要被一些网站上价格低廉的商品迷惑。消费者应理性选择商品,一方面可根据各个电商的优势选取所需商品,如购买电器和数码,京东、苏宁、国美的价格相对比较有优势;另一方面,消费者有时间可以去线下实体店抄下商品货号并记住价格,然后再和电商的促销价格比较,看看是否是真打折,做到货比三家。

家电网主编李韬指出,为维护消费者自身权益,消费者应保存网上商品的图片和介绍以及商家聊天记录等资料,在收到商品出现问题,且无法与商家达成一致的情况下,及时向电商企业平台本身自身的维权团队投诉。若纠纷仍不能协商解决,可向有关部门投诉。

新特点 “双11”首次线上线下联合大促销

昨日,天猫公布了“双11”促销细节,苏宁、国美等传统连锁渠道起家的企业也正在酝酿最后时刻的促销大计。记者从各个渠道获得的信息显示,今年“双11”促销战最明显的特征是“打破线上线下商业界线”,即线上品牌进入线下、线下企业触网经营,部分传统商场甚至开始尝试与电商“化敌为友”,加紧在门店铺设免费WiFi。

电商的冲击一直被视为零售行业的洪水猛兽,但随着

越来越多的传统百货业实现线上线下联动和平衡,在一些传统百货开办的网上商城中,有20%以上的商品就是来自实体店。王煜磊表示,今年“双11”将首次打通线上线下,300多品牌线下3万门店将同时参加天猫“双11”购物狂欢节。

据透露,阿里巴巴还将与高端商业零售巨头银泰百货联手推出“双11”最新O2O玩法,同时,银泰正在其百货店和购物中心铺设免费WiFi。国美将在全国门店设置比价

区域,主力门店开启WiFi设置,配备电脑、电视等设备供消费者随时比价。

而号称要实现“线上线下同价”的苏宁也在酝酿首届O2O购物节。苏宁称,打通线上线下,推出无界同步购物模式,苏宁将以自身的1600多家门店网络和苏宁易购为购物节主会场,同时与线下商家合作,展开线上线下同步大力度促销。苏宁云商集团董事长张近东表示,要把苏宁线上线下的资源融为一体。

比价格 线上比价门店下单消费者得实惠

“互联网时代,现在的比价没有时间和空间的障碍”,河南永乐总经理王巍说,国美、苏宁、永乐于线下大张旗鼓地操办“双11”,京东的刺激显然是关键的催化剂,而比价则是历来常不离嘴的口头禅。

据悉,去年“8·15”之际,京东曾声称要在全国招收5000名价格情报员,苏宁、国美每家店面派驻两名。任何客户到苏宁、国美购买大家电时,拿出手机用京东客户端比价,如果便宜不足10%,价格情报员现场核实属实,京东立即降价或者现场发券,确保便宜10%。

价格战依然是本次“双

11”的核心战术。“以我们自营为主的3C和大家电来说,苏宁此次联合了众多国内外知名品牌,推出了千万台特价机,总金额超过了60亿元。”苏宁云商李斌向说,“我们总计投入200亿元的特价货源,预期实现100亿元的销售规模。此外,苏宁将再次推出‘超级0元购’,双线同步推出‘买多少返多少全场通用券’。”自今年6月份以来,线上线下同价成为继电商大战、零售业转型外,广为业界传播的热门话题。苏宁将实现线上线下活动的全面同步,活动力度保持一致,线上线下各类返券均可以通用,不受限制。

“当前的经营成本是首要考量的因素。”国美在线副总裁彭亮说,今年国美“双11”所推行的全网比价,国美、永乐目前同属于国美集团,和国美在线共享同一个采购系统,但在国美“双11”促销中,目标是全网比价,不仅局限于天猫、京东、易购等,同时也包括嫡系国美电商。就国美而言,一些ODM品牌同样可以做到线上线下同价,且均低于全网价格,其他品项类凭借国美电器采购中心的集中采购优势,紧贴市场的实际变化,也将同步确保国美一贯的“低价”竞争优势。