



从布局物流基地到搭车"电商专列",种种迹象表明,今年下半年,将是电商"死磕"的开始。近日,苏宁董事长张近东的一封内部邮件曝光,8月,苏宁将启动"百日会战"魔鬼赛程,要推同城"一小时达"。截至目前,国美在线、淘宝、京东等竞争对手,虽都未与其拉开正面"口水仗",但种种迹象表明,都在暗自筹备。 郑州晚报记者 樊无敌

8月18日 电商大战再掀低价风暴

国美与苏宁两强相争各自吆喝

天猫"双11"和京东6·18是广受关注的两个节日,也是网购狂欢高峰。而电商激战8月陡然升温。国美在线8月3日推出了首个电商8·3男人节,8月4日下午,苏宁云商宣布启动从8月到11月的"百日会战",首发之作就是8·18 苏宁易购周年庆大促。此前被外界传得沸沸扬扬的苏宁微信发放红包的消息,也首次得到了苏宁正面回复。

"眼下的市场则相对真空,8月份这个档期给了商家最好的造节理由。"国美在线董事长牟贵先表示,对于8·3男人节,国美在线就是要将其打造成比肩"双11"的又一个重要的网购节。

国美在线一改往常的低调,动作频频,其对手苏宁易购也没闲着。苏宁云商运营总部执行副总裁李斌透露,苏宁易购将在8月17日前在微信上发放18亿元周年庆红包。该红包用户不仅可以领取,还可以复制发放给好友,好友领了多少,该用户可以得到总额累计额的奖金红包,最高可达818元。所发红包可在苏宁易购客户端、m.suning.com、中国大陆门店抵现使用。

对于线上线下共有优势,也是国美最为看重的。国美在线董事长 牟贵先表示,将用半年的时间做3年的事,用1年的时间做5年的事。

"烧钱"后祭出服务大招

相比在今年6·18电商大战中的低调, 苏宁8·18大促显得格外高调, 活动期间,包括 iPhone5S、iPad、茅台酒、LV包乃至10辆汽车在内的高价值商品, 绝大多数的起拍价都低于一折, 甚至出现大批1元和0元起拍的情况。据苏宁披露的数据显示, 2013年苏宁在8.18大促中, 8月15日促销首日就创造了双线销售增长200%, 移动订单增长875%的历史最好销售纪录。

也正是由于去年8·18高增长的销售数据,今年苏宁在8·18上加大了宣传和促销力度,并且把8·18促销延长至11月初。去年8·18大促中,京东商场、国美在线、苏宁易购通过微博口、以及线上线下比价,甚至是派出探子到对手

门店探价等方式,把8·18 价格战炒得热热闹闹。今年京东暂还未放话8·18 将如何促销,而国美已经"意有所指":在苏宁宣布签单60 亿彩电单备战8·18 大促的时候,国美宣布:国美签818 万台大单也启动彩电节。

对消费者来说,电商大战已经演变成几乎"每月一次"的节奏。"越来越频繁的造节背后,有些带来了真正实变惠,有些只是噱头。"对此,电商"人格战"的背后是供应商和钱"的背后是供应商和"烧钱"带来的运营成本压力,"烧钱常大。但是电子商务企业原有地下。但是电子商有起顾客的消费。

最主要手段。不过,"烧钱" 毕竟不是长久之计。不少电 商也在绸缪"价格战"之后的 发展。其中,供应链、物流体 系、服务体系、后台建设等成 为重要支撑点。

的确,在比价格、比品类的同时,仓储物流系统才是对电商企业最大的考验。国美在不少城市推出"一日三达"的配送范围,并在业内首次流生。 他说这范围,并在业内首次,是一个人。 他说这"3小时日报出的"他一个时达"更令同行作是了,早高峰不少人上班都不止花一个小时。 新写算,找货,打单、包装怎么也得花 20 分钟,只给"快要给每个包裹配"专车"的节奏?

