

双十一来了

【调查篇】

2014年11月11日 星期二 统筹:王长善 编辑:薛璐 美编:王小羽 校对:刘畅

相比前两年,今年的双十一似乎有一种激情过后归复平淡的感觉。消费者选择理性消费,而商家不再盲目追求销售额,更加注重每一个客户的购物体验。此外,双十一促销从电商扩展至房地产、车企、旅游以及餐饮等,商家还推出线上线下打包优惠,分流了双十一的购物需求。 郑州晚报记者 赵柳影 徐智慧

不搭白不搭,双十一成全民狂欢 促销从电商扩展至房地产、旅游、餐饮、车企等实体企业 抢占先机提前促销,线上线下联合优惠



双十一促销从电商扩展至各个实体

如今的双十一,如果大家还以为仅仅是电商人的狂欢,那你就错了。从房地产、车企,到餐饮业,甚至街边小店小铺,都在抢滩这个节日。双十一俨然已经成为名副其实的消费节。走在郑州的大街小巷,无时无刻不都被各种双十一促销广告淹没,相比之前,房地产、车企的宣传更为普遍。“观察往年的活动,基本上是车企与电商合作线上搞活动的多,而今年几乎都是线上线下齐发力,线上与电商‘联姻’,线下与消费者互动,增加亲近感。至于房地产,市场不太景气,需要借助促销来增加人气和购买力,双十一无疑是个很好的切入口。”郑州一位业内人士介绍。 众多细心的市民或许会发现,最近去吃饭,餐饮行业也在搞双十一活动。先是本土餐饮企业姐弟俩土豆粉组织了“双11郑州全城征集1111人免费尝新粉”活动,博得了不少市民的眼球和关注;接着豪客来宣布凡是关注“豪客来”微信公众平台,分享优惠信息至朋友圈,即可半价享用美食; 旅游业也全面加入双十一促销大战。近日,阿里巴巴旗下在线旅行平台“去哪儿”发布数据显示,众多旅行社、航空公司、旅行服务提供商正在为双十一“备战”,纷纷推出大量优惠机票和出国游产品。在“去哪儿”在线平台上,为应对双十一激增的预订量,中青旅推出“自由行”旗舰店,提前包下马尔代夫吉哈德岛整个岛的酒店房间。从11月底到明年5月,该旗舰店备足产品以满足消费者的疯狂预订。 且不说这些活动的优惠力度如何,最起码可以证明双十一在所有从事第三产业的人看来,已经成为一个不搭白不搭的促销机会。

线下分流和理性消费降低网购冲动

“往年双十一之前,身边朋友同事都天天在讨论买什么,购物车里也会放很多东西,但今年感觉气氛没有那么明显了。”曾经的“剁手党”谷女士说。 其实,谷女士的感受代表了很多市民今年对双十一的态度。近两天时间,记者咨询了身边的朋友、同事,包括市民,大约30人,其中有8位表示要血拼,14位表示只会购买自己需要的或折扣力度大的,剩下的则表示不是很关心。 为什么今年双十一会出现“商家很疯狂,消费者很淡定”的局面呢?线下零售业的分流也许是其中一个重要的原因。 10月末以来,郑州各大商场已经以各种理由推出了一系列的优惠活动。例如10月31日至11月2日,中原万达广场步行街和百货店现冰点折扣,秋冬新品全场五折起,吃喝玩乐等消费甚至低至1元入场。11月8日至12日,大商集团及旗下天猫网举行的“天猫购物节”活动,线上推出秒杀、送红包等促销活动,线下活动则包括大商新玛特郑州总店、金博大店等的“满返”活动。 11月7日,持续6天6夜的苏宁第二届O2O购物节线上线下同步开始“开闸泄洪”。记者获悉,截至11月9日,苏宁易购在郑州地区就斩获10万件订单,线下创造了历史最高纪录,门店也全线飘红,周末两天高峰期时段郑州大区的门店每小时拥入近1万人。 据郑州苏宁营销中心负责人介绍预测,这个数据在双十一当天肯定会再度打破。 资深业内专家认为,苏宁O2O购物节的喜人业绩也极大地分流了本周二开始的双十一消费,客观上推动了网购理性消费、市场平稳增长和社会资源合理配置。

扩展阅读

今年双十一,阿里巴巴要当“国际阿里”

双十一又来了。一年前,阿里巴巴还仅是中国本土知名电商,一年后,阿里巴巴市值达2620亿美元,超过美国零售业巨头沃尔玛。携国际品牌,迎国际宾客,走国际物流。今年“光棍节”,阿里巴巴要当“国际阿里”。

折扣品牌诱惑全球客户消费

为使“光棍节”购物狂欢变成全球电商盛事,天猫国际和全球速卖通今年也参加了双十一的促销活动。全球速卖通部分商品届时将打出五折价格。巴西、西班牙、俄罗斯等主要市场的消费者将享受部分商品的包邮服务。 英国巴克莱银行分析师阿利格雅普说:“220多个国家和地区的消费者将有机会通过全球速卖通购买打折商品,而中国消费者可通过天猫国际从外国直接购买打折商品。中国双十一购物可能引发全球购物狂欢。”

大品牌集体尝鲜,参加双十一

阿里巴巴已与多个国家的政府和商家达成协议,提供更多商品供消费者选择。 天猫国际今年重点关注欧洲、美国、日本、韩国、澳大利亚和新西兰的商家。9个国家的商品将为双十一打折促销。 为备战双十一,海外商品已提前数月运入中国的库房。商品在库房内分类并打包。这种做法可使商家降低至多90%的物流成本。 据阿里巴巴电商新闻网站alibaba.com,库房内堆积最多的产品是德国、澳大利亚的奶粉,日本、韩国的化妆品,以及东南亚的调料。

物流网通达四方 可达220多个国家和地区

阿里巴巴打造的中国智能物流骨干网将携手中国邮政,为双十一提供物流保障,确保全球速卖通的货物送达220多个国家和地区的消费者手中。 智能物流骨干网将与新加坡邮政、国际邮政特快专递(EMS)、德国DHL快递公司、美国联邦快递公司、美国联合包裹运送服务公司和澳大利亚托马斯全国运输有限公司合作。 中国邮政的合作伙伴包括俄罗斯、巴西和西班牙的政府邮政机构。

预计阿里今年全球销售额突破80亿美元

双十一的热浪同样波及洋电商。亚马逊中国网站去年双十一已推出促销活动,今年打算再次参与。美国纽约时报广场今年首次呈现双十一气氛。8家中国一线珠宝商在广场打出大幅双十一电子屏广告。 美国乔治敦大学营销学教授马琳·莫里斯·汤斯说,“光棍节”可在美国轻易推广,“随着越来越多人保持单身,专心事业发展和独立生活,它有机会打破情人节”。 阿里巴巴旗下网站淘宝和天猫去年双十一销售额突破350亿元人民币。分析师预期,阿里巴巴今年全球销售额有望突破80亿美元(约合489亿元人民币)。 据新华社

网言网语

对抗双十一 网友发明“防破产”攻略

在全民疯狂的双十一购物日,除了网络商家相互较劲外,网友们各出奇思妙想,微博上也在流行双十一的各种段子。不仅流传各种防破产攻略,更有网友求把双十一变成假日。 一时间,双十一成为11月11日当天最热的热搜词。 郑州晚报记者 张勤 整理

防破产 防“破产”攻略:普通青年会打开老婆(女友)的淘宝账户,点开购物车,点下删除键;二傻青年会偷老婆银行卡、信用卡、IC、IP、IQ卡;高智商青年则登录老婆的支付宝和网银,输错三次密码,然后上班去。

请假监督 一位徐姓的工程师如此写下请假条:她妈收藏了不少天猫,拉手网的团购,11月11日请假1天,回家看着媳妇,防止败家,请领导批准。主

拉闸断电 零零零分。某小区的几十栋高层仍是灯火通明,家家亮着灯。那是一种寂静的明亮,没有电视和音响的嘈杂,没有夫妻的争吵,

网购,男女都平等 “双十一零零零分,好好珍惜现在已经睡觉的纸妹吧……”当各种黑女人的双十一段子蠢蠢欲动时,百度指数忍不住站出来说话了:2013年双十一前后,关注购物狂欢节的男女占比是77.58%:22.42%。而来自阿里的

银,输错三次密码,然后上班去。 反击:如果你起床打开购物网站,采购完毕准备支付时,发现自己的支付宝和网银已被老公锁死,莫怕,打开微信。

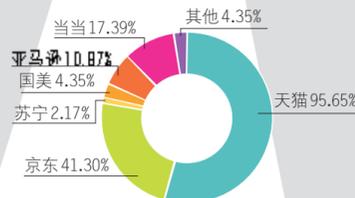
管在假条上批复:“准了,不过当领导的要批评你一下,她妈花钱正常。”随后,经理也签字“同意”准假,还提醒“注意家庭和睦”。

只有鼠标嗒嗒嗒的响声,还有不时传出的叮咚、叮咚……小区传达室的王大爷默默注视着这一切,思索良久,又点上一根烟,最

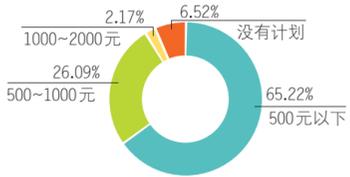
数据也显示,2013年双十一,男性购买的商品件数占总体成交50.3%,首度超过女性。 不过,女性仍然是不可否认的主力军,而且花钱更大方。这一点,从@新闻的问卷调查中也能看出端倪,258位受访者中,女性占到

大学生双十一消费行为调查

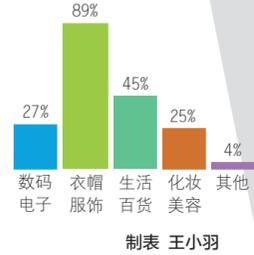
你会关注哪些电商网站?



你在双十一的预算是?



你打算买啥?



“大学生双十一消费行为”调查显示

近八成大学生 欲在双十一购物

衣帽服饰是网购首选,占到九成

人人网发起“大学生双十一消费行为”调查显示,近八成大学生准备加入今年的双十一购物大军,有网友戏称:“光棍节的忧伤需要通过疯狂购物来填补!” 据了解,此次调查收集1739份问卷,其中有效问卷1502份,覆盖人人网近百所高校。调查显示,不打算参与购物的学生占到了二成,他们的理由比较理性和直接,其中认为“双十一是商家吸引眼球的活动,价格未必优惠的”的同学占比最高,达到57%;28%表示没有合适的购买商品;15%表示没有多余预算可以用来参与网购。 郑州晚报记者 张亮映

近六成不赶零点而选预购

每年的双十一,零点抢购最为火热,支付往往出现“井喷”,不少网友因网络拥挤,无法及时完成支付。不过,调查显示,近六成的大学生表示,不会在零点开始抢购,而是更多地倾向预购。 据了解,为了抢货源,不少商家开启提前促销模式,推出“预购”模式抢先机,网购用户预先支付部分货款以便在活动调价当天拍下商品,这在很大程度上缓解了消费者集中零点抢购的现象。

近七成消费预算在500元以下

尽管网购已经成为年轻人最主要的购物方式之一,不过,此次调查显示,大部分大学生并不会盲目参与抢购,冲动消费。在所有参与调查的大学生中,65.22%在双十一预算在500元以下,在500~1000元之间的占到26.09%,另有6.52%的用户暂无明确计划。 他们当中,大部分大学生的月生活费在2000元以下,其中,在500~1000元之间的超过总数的一半,达到55.93%,仅有1.69%的大学生月生活费在2000元以上。对此,人人网分析,作为在校大学生,经济未独立也是制约他们消费的另一主要原因。

超九成选天猫,京东紧随其后

双十一期间,选择哪个购物平台?调查显示,超过一半的大学生同时关注多家购物网站的促销活动,通过比价方式买到更加实惠的商品。有95.65%的大学生选择了天猫,其次是京东的41.30%、当当网的17.39%以及亚马逊的10.87%。 针对这一现象,人人网大学生用户研究中心负责人表示,天猫是双十一购物节的首个发起者,阿里巴巴早在2012年12月28日便取得了“双十一”商标的专用权,天猫在双十一购物节上相对更具权威,这也是众多消费者都会首选天猫的原因。

网上购物男生不输女生

都说爱购物是女生的天性,不过,此次调查显示,网购方面,男生并不逊色于女生,在准备参加双十一购物的近八成大学生中,女生占53%,男生占47%,几乎各占半壁江山。有分析认为,随着互联网带来的便利,男生对网购的热衷度直线上升,紧追女生。 不过,调查显示,男生、女生网购的产品种类不太相同,女生更喜欢购买衣帽服饰、化妆品和零食;男生多偏爱购买电子产品及运动用品。

大四学生是网购主力

大四学生是双十一网购主力军,占30%,排名第二的是大一新生,占27%,大二、大三分别占24%和19%。 对此,人人网大学生用户研究中心负责人表示,大四学生之所以花费比较多,与他们社会实践久,已经有一定的经济能力有关。另外,大一学生排在第二位的理由也比较充分,一方面因为新生入学没多久,在一段时间的适应期后发现自己实际需要的东西来陆续为自己添加所需物品,以便生活便利;另一方面,新生对自己的生活费花销仍然比较随性。

衣帽服饰是网购首选

针对大学生购买品类的调查显示:89%的学生会选择网购衣帽服饰,45%的学生网购生活百货,27%的学生网购数码电子,25%的学生选择网购化妆品,而书籍和零食等其他物品仅为4%。 对此,人人网大学生用户研究中心负责人表示,之所以衣帽服饰会成为购买度最高的品类,主要是因为其种类繁多,且折扣较大。在电脑数码产品方面,25.58%的大学生表示会在此期间购置新的电脑及数码设备,其中,有购买笔记本意向的高居榜首,占78.35%,69.48%表示会购买手机,U盘34.84%。数码相机和平板电脑分别为25.3%和17.51%。