

迎战双11,线下“造节”吸客,线上“狠送”优惠 海南实体店出招谋双赢

电商的双11促销大招已经提前启动,线下的实体店如何应对?海南日报商业周刊记者走访发现,海口多家电卖场已经掀起了一波促销潮,打出“买家电不用等到双11”的口号,和电商叫起了板。

■本报记者 蔡佳倩

没节就造节,提前截客流

今年双11的一大特点就是家电销售巨头之一苏宁和阿里首次联手,线下电器类销售商难免有压力。
“先下手为强,后下手遭殃”,本土家电卖场的杀手锏是通过造节促销,把线上消费客流吸引到线下实体店中来,同时弥补线上店铺不能实际体验家电的缺憾。
美都家电商城就将在10月31日至11月1日推出厨卫生活节。活动期间,不仅每一品类家电都有特价款,购买家电者还能参加抽奖、获赠礼品。
美都海口新华南店的导购员告诉记者,双11会掀起购物潮,家电厂商深谙同时打通线上线下市场、客源会更广的道理,不少型号的家电,线下价格已和线上价格

一致,消费者选择线下或线上购物,区别并不大,而实体店还能提供试用体验等增值服务。
另一家家电卖场也将在10月31日推出“超级内购会”,以卖给员工家属或合作伙伴的底价供货,消费者需凭票入场,虽然看起来门槛有点高,可是在价格上,其宣传单页上宣称:比十一、比店庆、比网购更低。
“今年的双11促销预热较早,我们可以根据线上的特点来调整线下的营销策略。”该卖场的一名工作人员告诉记者,从往年的情况来看,电商的炒作和宣传会波及实体店,他们时刻在观望和调整,“及时和厂家沟通,争取拿到和线上同样的价格甚至更低,以此来留住或争取到更多的本土客源。”
多家实体店家电卖场的负责人表示,他们决不甘心在双11的促销战中受冷落。电商炒热了市场,本土商家则有“过节过节,没节造节”。据介绍,除了拼价格以外,实体店还以直观、快捷的购物方式和售后、服务方面的优势阻击电商。

线上线下联动,开辟全新战场

近年的双11,由于买家集中下单,经常出现电商发货迟缓,快递公司爆仓、送货一拖再拖,厂

商售后不到位等问题。本土实体店家电卖场入驻电商平台,则有望补齐这些“短板”。记者了解到,美都等本土家电卖场已入驻京东,开启了O2O(线上线下融合)购物模式,开辟了“泛双11战场”。
据了解,这几家卖场都参加了京东双11促销,并在京东店上同时派送优惠券,优惠幅度也保持一致:满300元减30元,满500元减50元,满1000元减100元,满2000元减200元,满4000元减400元,满6000元减700元。
“往年的双11,有消费者网购了家电,等了很长时间才收到。如果本土的消费者在我们的京东店购买,我们自己的物流可以保证及时配送,消费者的退换货也十分方便。”美都家电卖场新华南店的工作人员告诉记者。
“双11前,本土家电卖场靠造节截客流,双11期间,

又能靠开展线上线下同步促销来分一杯羹。”有业内人士评价称,线下家电连锁具有大采购和大物流平台的双向支持,确保了家电卖场在双11大促销中货源充足、配送及时,再加上价格也不输线上,无疑惠及到本土消费者。

虽然双11未至,但电商大佬们的火拼已提前上演。
日前,国美推出了“真品质、真低价、真快速”的“真战11.11”承诺,还亮出“贵就赔、晚就赔”两大售后杀手锏。国美在线CEO还放话:“用户如果发现我们比京东贵就奖励100元,买贵则赔300元。”
双11注定是孕育商战智慧的梦工厂。苏宁云商COO上周在微博提到新的“战役”时,没引起多少人注意,但近日苏宁的布局 and 动作,似乎让大家看到电商版的“于无声处”。

俗话说,外行人看热闹内行人看门道。今年电商行业竞争可谓“步步惊心”。巨头之间战略合作风起云涌,大吃小并购潮一浪接一浪。这周,携程和去哪儿也“联姻”了。然而,人们更多看到的是阿里、京东气场盛,却忽略了一个“低调”的身影——苏宁。从供应链、物流、服务等零售CPU能力对外开放,到与阿里420亿元的战略互投,再到与万达集团线下的私密合作……6年砥砺,苏宁互联网转型之梦终于实现。但是,仅止于此吗?

近日有报道称,黑电、冰洗、数码等行业的上百家供应商排队造访苏宁总部,完成了数个大单签约。回头看7月中旬,苏宁一口气与国内数十家巨头签了350亿元合约。干嘛?为双11储存弹药,打新的“战役”:“全线商品价格要比京东低,爆品的价格要比京东再低20%。后者随后表态“把价格降到第三位,未来不会再打价格战”等等。而在物流方面,苏宁452万平方米的仓储面积,已把只有200多万平方米仓储面积的京东甩在后面。此外,苏宁家电的免费送装一体、全国线下1600多家门店提供售后服务,也让京东感到了压力。

依笔者之见,生活没法虚拟,消费者买产品总归要拿来用。今年双11,电商们别只顾着在线上“逐鹿”,售后之类接地气的话也

■本报记者 蔡佳倩

离双11还有十多天,一些网站已提前开启了热火朝天的大促销。商家厉兵秣马,买家摩拳擦掌。面对电商铺天盖地的打折促销攻势,消费者尤其需要看紧钱包理性消费,真正从双11中得到实惠。
海南日报商业周刊记者注意到,天猫商城已经在首页,置顶推出了“双11

京东会服「苏」? 电商线上逐鹿

e时评

萧清

抢购攻略”,分出各种特色会场,包括今年新增的“天猫国际国际馆”“进口食品会场”“居家电器会场”“天猫网厅”等,同时还细分有“双11众筹”“全球狂欢不只是5折”等活动,囊括的产品包括珠宝、服饰、鞋包、食品、家装、母婴用品、家电数码等种类。
不过,尽管双11促销都能调动消费者的购物神经;低至5折的价格,也让不少消费者觉得占了便宜,可是如何能抢到物美价廉的商品,也并非想象的那么轻松。

同款产品线上线下质量不同?

海口市市民蔡小姐就有一次“看得见摸不着”的双11购物经历。去年的双11前,她看中了一件羊绒大衣。守到11月11日零时,终于可以点击购买按钮了,但是页面一直提示“系统忙,请稍

后再试。”她想可能是家里的网络太差,就不停地刷新页面,近半小时后,她终于成功登录商品页面,然而看到的却是“活动商品抢购已完”的商品下架通知……
让蔡小姐感到郁闷的事情还不止这一件。双11结束后,她过了半个月才收到了在双11抢购的宝贝。而一次逛街时,她又发现双11期间网购的一双某品牌的靴子,商场里也有同款,可是商场的靴子,无论是材质还是配件,都比她网购的要好。
蔡小姐后来了解到,即便是一个品牌的厂商,也会根据线上线下消费者分布的特点投放不同的产品。一般来讲,网购的消费者价格敏感,厂家给网店和实体店的同一款产品,线上产品的制造成本可能会比线下的低一些,实体店和网店的售价也会有所区别。也就是说,选择实体店购物还是网店,还得看

编者按

京东携手腾讯启动“京腾计划”,苏宁邀约阿里打响新的“战役”……被誉为“全民购物节”的双11快来了,不少电商已提前亮出“底牌”,网购族也跃跃欲试。
在这场厮杀中,本地家电卖场丝毫不敢懈怠,抱团取暖,线下“造节”,火热之势不逊线上。如此辛劳,能否撑住销售的“半壁江山”,悬念留待节后揭晓。本期IT家电周刊既为您介绍今年双11前卖家的妙招,也整理了往年一些“剁手族”的“痛”,为您理性、快乐网购提供前车之鉴。

网络购物,高抬贵手 理性消费,手下留钱

双十一到,小心“猫”腻

消费者的需求和消费类型。

理性消费才能真得实惠

今年双11将至,怎样买到心仪的东西又不至于“挨刺”,或者成为激情消费的“剁手族”,买了一大堆派不上用场的“便宜货”?有业内人士提出了以下几点建言。

要领优惠券

经常网购的“童鞋”应该很熟悉双11的促销规则,其中可以好好利用的便是各家网店的优惠券。这些优惠券虽然看起来只能省几元或几十元,但是能省则省。

记者了解到,今年的双11与往年最大的不同地方,就是比去年多了一个“天猫购物券”,除了领取商家店铺的优惠券以外,还能使用天猫平台发布的购



海口家电卖场积极备战。本报记者 陈元才 摄

国内媒体 一周曝光

苹果陷“芯片门” 客服称不碍事

近日,有网友发现苹果iPhone6S的A9处理器芯片包括两种不同版本,代工厂分别来自三星和台积电。测试视频显示,在显示性能和续航方面,台积电的A9芯片的表现明显优于三星版。苹果方面回应称,他们从内部的测试和来自用户的数据反馈可以显示出iPhone 6S与iPhone 6S Plus真正的电池续航力,即便考量到采用不同零件的情况,差别都维持在2%-3%。而苹果客服人员表示,两种芯片版本的差异不大,不影响实际使用。
有专家认为,苹果使用不同厂商的芯片,可能因为两家或以上厂商代工会带来议价空间。至于有消费者提到维权的问题,专家表示,“除非苹果涉及虚假宣传,消费者可以提出更换,但是如果仅仅因为芯片版本去换机,有点大费周折。”
(羊城晚报)

2015 潮家电系列报道之17

拿下“互照” 要“降脾气” 选购互联网电视,你得注意啥

■本报记者 张婷
近期,互联网电视厂商打起了价格战,甚至不惜“割肉”促销,小米电视3的发布,令价格战再度“升级”。消费者该如何选购互联网电视?近日,海南日报商业周刊记者在海口进行了走访。

大牌玩得起,“割肉”不算啥

记者在海口的一家乐视专卖体验店里看到,一台50英寸的乐视超级电视只要3000元。正带着家人一起选购的王先生说,“最近准备换电视,就带着父母一起来看看,他们对乐视这款电视挺满意。”
在另一家卖场,记者也看到了近日上市的小米电视3,60英寸也才4999元。销售人员介绍,它的最大卖点是可以将主机与屏幕、音响分开升级,并跟其他品牌相连接,“如果您家已经有一台电视,可以选择单独购买主机,就可将家里的传统电视变为互联网电视。”
“如果这样的价格您觉得还不够低,被苏宁收购的PPTV,也将在10月底开始促销,55英寸4K电视不过2799元!”这名销售员把记者当成潜在客户了。
据了解,目前,互联网电视品牌竞争日趋白热化。一方面传统家电企业寻求转型升级,TCL、长虹、海信等家电厂商都推出了多款互联网电视;另一方面是乐视、小米等“新军”大牌不惜血本投入。难怪促销降价潮一浪高过一浪。

看上去很美,但还不完美

一边是厂商厮杀正酣,忍痛“割肉”拼价格,另一边是消费者享实惠,快乐购。但互联网电视是否真的像看上去那么美呢?
一名业内人士认为,相比普通电视,互联网电视确实功能多,玩的内容也不少,但不是十全十美——有的互联网电视主打“高清”牌,但视频信号源尚未达到高清标准;有的产品受制于网络带宽限制,难以让用户体验顺畅无卡顿的观看感受。而且,互联网与传统电子产品融合,还会带来一定的安全风险,下载视频时容易感染病毒。
记者注意到,在网上,的确有不少消费者反映互联网电视出现故障、维修困难的问题。

选购需仔细,留心才称心

面对市场上互联网电视的宣传噱头,消费者选购时需格外留心,以免掉进陷阱。有业内人士就此支了三招:
1.影片解码功能要强。具有更强解码能力的互联网电视,既能支持高清格式影片的播放,还可以快速搜片,观看时画面也更为流畅。
2.要搞清楚电视机的点播形式是单点播还是双点播。双点播的产品对机芯的要求更高,下载速度会更快。
3.要问明白产品是4K还是1080P全高清。全高清可以收看更清晰逼真的画面,也支持字幕格式,让您更完整欣赏大片。

版面联系



查找公共账号“海南日报商业周刊”或者搜索微信号“hndaily_syzk”即可了解更多IT家电资讯
联系人:王艺 18608986288