



某商场的促销海报引人注意。 (见习记者 张锐鑫 摄)

## 以爱之名 商家促销花样多



### 实体店大打爱情牌

□见习记者 张锐鑫 通讯员 肖慧

继“双11”后,实体商家又瞅准2012年12月12日这一吉日,推出各类促销活动。市消费者协会工作人员提醒,作为商家炒作出来的购物节,“双12”当天的实际优惠或存在水分,建议消费者冷静对待,按需消费。

#### 搞促销,实体店大打爱情牌

12日上午,记者走访了王府井百货、苏宁电器等市内部分大型商场,发现部分商场以爱的名义张贴出有关“双12”的宣传品和装饰品,颇有气氛。

“要爱的节日,要爱的礼物,要爱的记

忆……”在王府井百货入口处,白色百合花镶边的海报格外抢眼。海报前,一对天鹅雕塑将商场烘托得颇为温馨。商场内的化妆品、首饰专柜上,也贴上了有关海报。王府井百货营销部工作人员刘先生称,该百货在12日当天推出一系列促销活动,如购物满1212元赠好时巧克力一袋,同时进行的还有购物打折等促销活动。

此外,部分家电商家也趁“双12”的消费热潮,推出了促销活动。在位于中央百货附近的苏宁电器店内,商家推出了“苏宁爱购节”活动,12月8日到12月12日被定为年终大促销活动日,针对全场指定的生活电器、配件类商品、厨卫净水设备,买多少元返多少元礼券,300元封顶,消费者使用礼券可实现“零元购”。

#### 消费者宜冷静对待,按需消费

走访中记者发现,在此次电器促销活动中,多数优惠力度较大的商品品牌知名度不高,如苏宁电器海报中推介的“零元购”电器品牌,多为百诺、雷柏、松桥等知名度相对较低的品牌。

对此,洛阳市消协有关负责人肖女士称,“双12”和“双11”一样,是商家近年来炒作形成的购物节。个别实体商家可能先提价再降价,制造促销假象;有一些商家推出的促销活动只针对积压商品,消费者享受的优惠力度并没有看起来那么大。因此,肖女士建议,对于商家的“大促销”“大减价”等口号,消费者不要被其迷惑,按照自身需求购物才是最划算的。

#### 相关链接

#### 网友追捧的“数字节”

□据《重庆商报》

##### ●最圆节

2月22日。这个节日来源于一个常被用来形容一个人很傻或很不给力的数字——“2”。2011年2月22日,农历正月二十,星期二,这个有着6个“2”的一天被网友们评为充满“杯具”(悲剧)和“洗具”(喜剧)的“最圆节”。下一个“最圆节”将出现在2022年2月22日,农历正月二十二,星期二。

##### ●派节

3月14日。因为数学中圆周率的数字是3.1415926……所以网友们认为,只要在3月14日15时9分26秒,大家一起吃个“派”(英文“Pie”的发音与“π”相同),数学就能学好了。

##### ●网络情人节

5月20日。这个日期与“我爱你”谐音,于是网友们便发起创立了“网络情人节”。

##### ●示爱节

9月12日。这一天的谐音是“就要爱”,网友们便自发创立了“示爱节”。

##### ●分手节

9月13日。虽然紧接“示爱节”,但这一天的谐音刚好是“就要散”,因此被网友们称为“分手节”。

##### ●萝莉节

10月11日。“萝莉”是指那些身着华丽洋装、嗓音稚嫩、相貌甜美的可爱少女。萝莉的英文是“Loli”,该单词与阿拉伯数字10和11合起来神似,即1011=loli,所以,网友们把10月11日称为“萝莉节”。

##### ●光棍节

11月11日。这一天,4个阿拉伯数字“1”形似四根光滑的棍子,这个日子便被称为“光棍节”。

### 网购“狂欢”继续上演

□记者 宋扬

“双11”网购战争的硝烟还没有散去,“双12”又成为网络商家们热捧的促销节日。

昨日,记者登录各大购物网站发现,各商家在“12.12(要爱要爱)”上大做文章,纷纷推出“双12”购物狂欢节。业内人士认为,由于透支消费带来的一些后遗症还没有解决,“双12”很难重现今年“双11”的盛况。

#### 购物网站继续“狂欢”

昨日,记者在百度上搜索“双12”,竟搜出“双12”年终大促销,全民疯抢入口”,点击即进入淘宝网的“双12”专区页面。

淘宝网页面上赫然显示着“2012.12.12全民疯抢”等广告语,该网站还声称“全场

五折、历史最低、7天无理由退换货、全国包邮”等。记者发现,在“女人精品馆”“潮男风尚店”“居家生活馆”“美食大卖场”等专区,所有商品标价均低于五折,有的商品甚至低至两折。在天猫网站,有“2012.12.12终极盛宴”的血拼专区,涉及家纺、家具、建材、汽车、箱包等各类商品,并声称“五折封顶”。

凡客诚品网站推出“全场零利抢”活动,卫衣49元、雪地靴59元、羊毛衫68元、羽绒服99元等,还推出满200元减40元、满300元减80元等促销活动,力度之大足以吸引网购达人的眼球。

京东商城、优购网等一些网站,“双12”优惠促销活动也在进行。

#### 网民不再有“双11”的热情

面对又一个人造购物节的诱惑,很多网

购达人表示,不会再有之前的狂热劲儿。有网友戏言,“双11”的快递还在路上呢,“双12”又要开抢了,这要闹成啥样?

记者在大豫网推出的“抢过‘双11’还抢‘双12’吗?”调查中看到,表示不会再抢购的人数超过77%,对“双11”抢购的商品质量和“双11”店家的服务态度,大部分网友表示“马马虎虎”,表示“满意”的只占一小部分。另外,有的网友表示,对商家“造节”的行为很不赞成。

面对电商如此频繁的促销行为,有的消费者欣喜,有的消费者表示“已经疲劳”。在“双11”抢购了不少商品的网购达人陈女士说,对于“双12”她已不感兴趣,因为当时抢购非常累,店家态度也不热情。在“双11”低价购买了电烤箱的林女士虽然认为比较划算,但她说12月本来节日就挺多,后面还有圣诞节和元旦,“担心口袋里的钱不够消费,还是捂紧点好”。