

洛阳·消费



决战前夕,看各路电商大“惠”战

□记者 范瑞

“双11”购物节已进入倒计时,各大电商开始发力,在11月11日挑战天猫。此时,传出阿里巴巴已经注册“双11”商标的消息。目前,各家电商围绕“双11”商标的争夺还在继续,但围绕“双11”的各种促销活动已硝烟渐起。

在今年这场电商大战中,各电商都使出了哪些“撒手锏”?哪家推出的活动更适合您?洛阳晚报记者为您盘点。



天猫

关键词:全球买、全球卖

数据显示,2013年“双11”当天全网交易额超500亿元,其中天猫的交易额就占362亿元。今年“双11”,是阿里巴巴上市后的第一个“双11”,日前,阿里巴巴宣布“双11”战略,提出“全球化”“无线化”“平台化”三大方向,同时天猫副总裁王煜磊表示,“全球买、全球卖”将成为今年“双11”的最大亮点。

“惠”点:目前,已有20多个国家和地区的200多个海外品牌加入天猫“双11”直通车,大量国际商家将通过天猫国

际、淘宝海外、速卖通等平台首发新品和全球特供品;同时,200多个国家和地区的海外消费者将首次参与购买中国国内的商品。此外,阿里巴巴为保障国际业务顺利进行,首次在国外布置服务器。

此外,今年“双11”,天猫入围商家2.7万家,新增汽车、生鲜等特色品类。在优惠力度上,依然是主会场五折优惠,“双11”活动商品低于最低价九折,提前可领店铺优惠券、红包,天猫红包等,而各类竞拍、秒杀活动也同步开启。



当当

关键词:不止五折,不止一天

当当网今年以“‘双11’15周年庆”为主题,推出“当当15周年,大闹15天”活动。

“惠”点:目前促销活动已经进入第二阶段,从11月4日到8日,是“百货+服装”的第二弹,主打“专场四九折、提前放价、同价双11”的概念,百货中自营各个品类几乎悉数参加活动,这意味着商家会参加提前放价,即与“双11”同价。图书方面则会提前进入四九折的同价“双11”的节奏。

11月9日到11日将进入第三阶段高峰期,这3天,全场百万商品四九折,其中百货商家、服装商家会有叠加的店铺满减或店铺使用券活动;与此同时在图书、百货、服装都会有积分奖券的激励措施。



京东商城

关键词:新消费主义

10月21日,京东正式发布“新消费主义”宣言,这成为京东在今年“双11”大战中的核心主题。中国正进入“消费升级”的窗口期,越来越多的消费者更加重视商品的品质和服务,价格不再是影响其网购的最重要因素。

“惠”点:今年“京东11·11”大促在11月1日已拉开帷幕,从11月1日至12

日,京东将在官网、移动客户端、微信购物和手机QQ购物全平台同步开展大力度、全品类的促销活动,同时发起“一价到底12天”的活动,要求参与促销活动的品牌商和商家11月1日至9日参与促销的商品,价格不会高于11月10日至12日高峰期的价格,如果您不想在11月11日和众多网友抢着下单,现在就可以出手。



亚马逊

关键词:直邮中国

10月30日,亚马逊中国宣布正式开通直邮中国业务,亚马逊美国、德国、西班牙、法国和意大利开通直邮中国服务。此外,亚马逊“海外购”服务将于近日开始试运行。

“惠”点:亚马逊中国副总裁牛英华在接受媒体采访时介绍,亚马逊中国直邮合作伙伴包括EMS、UPS等,海外直邮可以帮助消费者快速处理清关手续,六大站点“三日达”会比正常直邮快10天左右。

据介绍,亚马逊直邮中国物品丰富,包括来自美国的2500万种、德国的1200万种、西班牙的1200万种、英国的1000万种、意大利的800万种,品类则包括鞋靴、服饰、母婴、健康营养以及个人护理等。



苏宁易购

关键词:O2O购物节

“疯抢百亿元礼券”“抢金币”“玩转S码,享专属特权”……苏宁易购也提前吹响了狂欢的号角,主打“超省”概念的第二届“O2O购物节”已开启首波大促。

“惠”点:自10月27日起,苏宁易购接二连三地开启粮油大作战、汽车用品节、坚果大挑战、母婴美妆超省大挑战等非电器品类商品大促。

今年苏宁易购“O2O购物节”推出

了抢红包、大聚惠、买赠返券、零点免单、1元秒杀、五折抢购等多种活动,配合微信游戏、社交媒体传播等整合营销。

除了这些优惠活动,近日苏宁易购还针对手机端用户推出“碎屏险”活动,只要下载苏宁易购客户端并注册为实名会员即可领取一份“碎屏险”,手机显示屏在6个月保障期内意外损毁就能在苏宁免费换屏。

■名词解释

O2O

O2O就是Online To Offline,也就是说将线下商务的机会与互联网结合在一起,让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客,消费者可以用线上来筛选服务,有成交即可以在线结算。