



我扮“萝莉”你看“欧洲”

——6月男女网购“卖点”大不同

6月，阳光明媚，网购“开大会”。最开心的除了“小盆友”，还有不少80后的老顽童和90后的大儿童。有意思的是，6月里男女网购主力军的方向大不同：女人爱扮萌，男人等看球。萝卜青菜各取所爱，让这个月的网购热门有了明显的性别差异。

女人网购“爱撒娇”

来自支付宝的统计显示，今年“六一”前后“撒娇支付”渐流行，支付宝代付量同比去年增63%。

这种购物方式因女性需求度高、男性付款比例居高而被戏称为“撒娇支付”。据支付宝方面介绍，“撒娇支付”在情侣间的使用率更频繁，尤其五六月间连衣裙、T恤、饰品、护肤品、女包、女鞋等女性商品占据各类代付商品总量的近四成，而这些代付需求中80%以上的申请得到了“心爱的他”的回应。

不过，对于这一新生购物方式，男方与女方的态度还是有所差异：

“只要在付款之前勾选‘我要代付’的按钮，填写好老公的支付宝账号就行。愿不愿意付，就看他的表现啦！”经常网购的苏小姐这样说。而身为男同胞的朱先生，在被问及如果每个月收到老婆的“撒娇”需求会如何处理时，便立刻直呼“吃不消！”



男人网购“欧洲杯”

本周末，2012年欧洲杯战幕即将拉开，一场围绕足球展开的盛宴也蓄势待发。在国内最大的购物搜索平台一淘网上，各类国旗、球衣、球鞋、啤酒等“看球必备”的关键词搜索量，近两周内也飙升300%以上。

目前，淘宝上与欧洲杯相关的体育产品，从数十元到几千元的价格不一，涵盖球衣、比赛用球、参赛国国旗、水杯、球星人偶等。其中，西班牙队的球衣最火，最近一个月卖出超过5000

件，紧随其后的是德国队和意大利队。

而相比有机会亲临现场的极少部分球迷，只能依靠屏幕看球赛的大部分球迷正酝酿着在沪看球的乐事。“虽然自己不动脚但还是可以动手嘛”——起源于欧美的桌上足球，最近一个月淘宝网交易量达到了20000多件。

另外，除各类进口原装啤酒商品被网上热抢外，啤酒机、啤酒杯也非常畅销。尤其400-500毫升左右的大杯子，近期销量过3000件。约上三五好友“宅”在家看球，将成为接下来上海球迷们生活常态。
文 / 刘千一



慈善“六一”网购爱心

当不少有妈的孩子拿到“六一”礼物时，没爸没妈的孤儿们今年有礼物收吗？当许多白领妈妈正为宝宝吃哪个牌子的洋奶粉而烦心时，连国产奶粉都未必吃得起的宝宝们如今有奶喝吗？“六一”儿童节，孤儿不孤单，宝宝有奶喝——关注弱势儿童身体的爱心接力棒，正在网上“热传导”。

在国内最大的团购平台聚划算上，儿童节“1元团购孤儿保障大行动”进行得如火如荼。从5月30日上午10时到6月4日早上8时，网购捐款已达3513360元。按每募集50元就能为一名孤儿提供一年期保额为10万元的少儿疾病公益保险计算，共计可帮助70267名孤儿应对包括恶性肿瘤（含白血病）、重大器官移植术或造血干细胞移植术、急性肾功能衰竭或终末期肾病等在内的12种儿童常发重大疾病。作为国内规模最大的一次公益团购，这个由阿里巴巴和中国儿童少年基金会联合推出的“六一”爱心行动，不仅创造了草根公益的奇迹，更给孤儿们送去一份特殊的节日礼物。

而除了团购保险，今年为孤儿儿童送去放心奶也成为另一种慈善态度。作为日本最大的奶业品牌，明治也是目前在天猫、淘宝等网购平台上销量最大的奶粉品牌。今年“六一”，现奶源地已移师澳大利亚的明治乳业在沪启动了向中国弱势儿童捐赠安心安全奶粉的“澳洲之源 纯爱之援”儿童关爱行动，向上海、广东、江苏、浙江、辽宁的慈善团体及儿童机构免费捐赠总计约50000罐、价值一千万元以上的“珍爱系列”奶粉。拿出一部分的网购收益做慈善，让孤儿儿童们也能切身体验到网购绿色生态的力量。

e吃货 正大天地 养身支招



缤纷六月，正大天地网罗的特大新奇士脐橙正在火热促销中！

加州充足的日照赋予了新奇士橙肉质鲜滑细嫩、果肉饱满多汁的独特口感。只有80卡路里的新奇士脐橙，是给孩子提供优质健康零食，不会增加多余的卡路里或饱和脂肪；而维生素C则帮助身体康复、促进铁质的吸收，有利于建立强健的身体组织、骨骼和血管；另有丰富的膳食纤维不仅有助于降低罹患某些癌症和心脏病的可能性，还能帮助促进饱足感，而这正是减轻和保持体重的重要部分；脐橙中的钾，是维持体液平衡、细胞强度和结构以及神经传递的重要矿物质，同时还含有叶酸、果胶和钾质，以及胡萝卜素和生物类黄酮等。

正大天地网站秉持着“新鲜、健康、专注”的理念，精选全球美食生鲜、高端有机、干货特产、热销零食等多品类商品，24小时新鲜直送，倾力为广大用户打造健康、潮流的优质生活。（以上内容由正大天地网站www.itruelife.com和可道网www.talkdao.com联手提供）

国美引发电商格局变革

在全网鼠标比价的网购时代，近期线下零售业老大和线上B2C老大终于交火。在一线阵营家电电商战中，国美、苏宁、京东的“三国演义”最盛。

其中，国美在投入20亿促销资源、连续3个月让利超过5亿元之后，全面点燃了家电网购的低价战火。从独家携手当当网开拓线上多渠道的“当当国美电器城”，到日前国美电气创始人黄光裕加码电商，都令业界深感国美涉水电商让家电网购格局发生了剧变。国美电器总裁王倬洲日前表示，国美电器网上商城是国美电器发力电商的桥头堡，意在将前者打造成为中国最大的线上家电零售商。

据一淘网对网购搜索前180余件热门商品

进行的比价抽查显示：包括手机、笔记本、相机、电视、洗衣机、冰箱等六大类3C数码家电在内，国美网上商城拥有的价格优势使商品销售增长达到46%。同时，母公司国美本身拥有超过1800家的线下连锁门店优势，这让国美电器网上商城也坐拥全国最大的本地化自有物流配送网络，尤其大家电在200个国内重点城市拥有家电仓储基地，冰箱、空调、彩电等全部实现全国本地化物流配送安装。

业内资深人士认为，“目前国美网上商城在线上全面发起的低价竞争，让主要竞争对手不得不进入这个低价壁垒中。但在不具备供应链优势的情况下，传统电商盲目持续跟进低价，势必导致亏损面扩大，将威胁到资金链”。

e 比价 6月热门优惠券排行榜	
优惠券名称	商城
当当网满50送20贝壳券	当当网
新蛋满3000减60优惠券	新蛋网
中国零食网满100减15优惠券	中国零食网
聚美优品满100减10优惠券	聚美优品
亚马逊满50送50贝壳券	亚马逊
梦芭莎满200减20优惠券	梦芭莎
凡客Vjia满200减50优惠券	凡客Vjia
99书城满50减10优惠券	99书城
俏物悄语满100送100贝壳券	俏物悄语
银泰网满198减30优惠券	银泰网

(注：数据统计截止到6月7日 数据来源：51比购网)



今年网购奢侈品或破200亿元

你敢网购过万元的“宝贝”吗？据淘宝网最近发布的我国首份《网购奢侈品行业解析报告》显示：网购奢侈品成交量正以每年过100%的速度递增，预计2012年将破200亿元。其中，沪、京、杭三城分列网购奢侈品“热地”前三名。

数据显示，LV、GUCCI、PRADA、CHANEL等国际大牌的淘宝代购价约是国内专柜价的7-8折，而更多如COACH、CK、IT等二线时尚潮牌，即使有些在国内专柜有出售但海外代购价仍可达到5折甚至更低，另外还有如TOPSHOP、ASOS、Miss Selfridge等一些还没在国内开专柜的更是通过网购渠道得以和中国买家“面对面”。

有意思的是，除了箱包皮具、大牌服装、化妆品等还是网购奢侈品的“重头戏”，国际最新的奢侈生活方式也进入了高端网购族的视野。在上月底在沪举办的第17届中国厨卫展上，日本松下宣布正式开展在中国市场的住宅设备建材事业，并展示了一系列全新的顶级“生活方式”：淋浴臂上有12个喷淋口，背后还有2个喷淋口的座式淋浴器，可360度靠着温暖疲惫的全身，短短6分钟便可快速实现等同于泡浴缸的温热效果；配有温度调节的卧室面板，无需消耗能源，即可实现“吸湿”、“放湿”和“除味”“换新风”的几大功能，抑制令人不悦的生活垃圾、宠物臭味等气味。松下方面有关人士透露，正是海外代购需求的兴起，让松下等国际巨头敢于把“领先一步的智能生活”带进中国市场。