

毕业季,把同学“穿”上身

淘宝数据显示:毕业季人均月花销 1729 元;“黄昏”示爱用品网购最火



购
态
度

七月花开毕业季。来自淘宝网的数据显示:在全国 116 所“211”工程大学中,近两个月有 25 万毕业生购买过毕业相关商品,共花费 8.64 亿元。为了纪念即将逝去的青春,定制毕业 T 恤把同学们“穿”上身,全班来个集体的户外毕业旅行,保鲜花传达出埋在心底四年的情愫……

要穿“同学 T 恤” 上海毕业生花销最大

把同学的照片印在 T 恤上,想念时拿出来穿一穿,这是毕业生之间的最新流行。在淘宝上,现在能搜到过 5000 件相关商品,销量最好的一家最近一个月成交了 1.3 万件。6 月份,个性 T 恤定制成交 217.9 万件,环比涨了近 451%,购买者以 18-24 岁的学生为主。

从城市看,上海是“同学 T 恤”花销最高的城市,购买人数接近 5000 人。从学校看,“211”工程大学里,毕业生上两个月花费 173.3 万元购买 20.8 万件定制 T 恤。

毕业游恋上户外 三成装备毕业生买

作为踏入社会前的学生时代最后一次旅行,毕业游绝对会让毕业生们毕生难忘。而相对于传统的景点游,青春洋溢的毕业生们越来越青睐户外自由行。“和同学骑自行车去四



川,是我毕业后的第一个梦想”,来自上海交大的毕业生“磐石”这两天已经整装待发。

7 月份以来,像“磐石”这样的年轻人不在少数。近两个月,淘宝上户外旅行装备的页面搜索次数达 1.2 亿次,成交 5262 万件相关产品,其中帐篷、望远镜最热。在购买户外装备的大学生中,毕业生占了 35.8%,有 2.1 万名毕业生购买过户外装备,花费 455 万元。一向以“宅男宅女”标榜



的大学生们,到毕业季更愿意外出做个“行者”。

“黄昏恋”也疯狂 巧克力 PK 保鲜花

毕业季的最后一个主题,永远与爱情有关。数据显示:近两个月毕业生用于示爱的花费,高达 4169 万元。其中,网购鲜花、饰品、巧克力的人数占了在校生的六成,高居所有毕业商品的榜首。

像暗藏玄机的手工巧克力,对那些期待“黄昏恋”的毕业生们再合适不过了,只要打开盖子,就能看到刻在巧克力身上的表白语:“一辈子很短,我们一起去走吧。”而目前在淘宝上卖得最好的花,不是暴发户式的大捧花,而是精致的保鲜花。采一朵玫瑰,用特殊工艺加工,长久保持花的新鲜度,再放入精细的戒指盒,以花为媒传达“为爱受戒”的承诺。

文 / 刘千一



购
主
张

团购趣味图谱公布

团购两年能省多少钱?日前,沪上主流团购平台大众点评网公布了首份团购数据趣味图谱:开团两年间,点评团上线的团购数超过 2.5 万单,销售券数超过 40000 万份,总交易金额超过 16 亿元,如果把钞票变现至少能堆满 1.2 万辆宝马 MINI 轿车;总计为用户节省金额超过 40 亿元,可供全国每人买一斤大米。

在美食类团购中,面包甜点所占比例遥遥领先,成为吃货最爱。在休闲购物类团购里,电影、服饰鞋帽和美容 SPA 分别占据了半壁江山,尤其电影更是以 72% 的比例稳坐休闲类第一。

从买家性别看,77.57% 的团购爱好者为女性,3.5 倍于男性。有趣的是,12 星座中天蝎座最爱血拼,蝎男蝎女两年成交量总计 160 万次,遥遥领先于其他星座。

具体到年度“大团”:汉拿山韩国料理成团最多,已超过 500 多次,至今依然活跃在点评团上。

POLO 衫白上粉下

作为休闲服史上的经典款之一,POLO 衫兼具休闲和正式,既不像 T 恤那样过于随意,又不会像衬衫那样正式,所以在男人衣橱中一直享有很高地位。你知道今年 POLO 衫啥颜色最流行吗?据凡客诚品最新发布的 2012 年 POLO 衫流行色排行榜显示:白色 POLO 衫今年最 IN,花灰色次之,而前几年红过的粉色基本“失宠”。同时,上海人还偏爱湖蓝色和薰衣草色。

在 2010 年春夏,包括 Bottega Veneta、Burberry Prorsum 等国际大牌都推出了粉色男装,粉色已不是女装的专利,而粉色 POLO 衫更是当时的潮款。不过,今年白色完胜粉色成流行色,像 Louis Vuitton 今年的春夏时装发布会连背景墙的旋转木马和地板也全用白色。于是,风水轮流转,白色回归“主流”,成为 6 月份销量冠军;而去年还是流行的粉色则销售明显下滑,差点排到 10 名开外。

微博走出网络赛龙舟

端午小长假,沪上各大微博群用龙舟赛来过节。在东方绿舟,由新浪微博、浦发银行等联合主办的微博龙舟赛人气旺,包括 @ 浦东发布、@ 上海静安、@ 闸北公安分局、@ 上海地铁 shmetro 等 11 支政务微博队,以及媒体微博、企业微博共 20 支队参赛。这是上海相关微博团队首次集体从线上走到线下,与微博网友零距离接触,一起赛龙舟、包粽子、猜谜语、爱心义卖,并通过微博全程直播弘扬民俗。

在上海,各委办局已基本开通政务微博,17 个区县政府也已全部开通政务微博,微博已成政府发布信息、市民投诉和提建议的新平台。

“裤”爽一夏



短裤是夏天的标志,男士们一直对凉爽、舒适、百搭的短裤情有独钟。2012 佐丹奴隆重为各位男士带来了全新技术升级版的极酷短裤系列。

G-Cool 是功能性合成纤维面料,持久透气,吸湿性能强,排气能力比纯棉高 50%,是休闲户外穿着的必备单品。

除了面料极酷,款式和颜色也为您提供更多选择,彩色活力五分裤、细纹多袋五分裤、细纹束脚短裤、格子百慕大短裤、束脚滑板中裤、颜色鲜艳丰富,裤型剪裁不一,迎合不同搭配需要,科技升级,G-Cool 极酷短裤系列让你活力酷爽一整夏!

国内首台云电脑亮相

未来电脑可以更轻薄,只需要一台显示器,它的 CPU、硬盘等全部移到了另一台“电脑”(云端),这台“电脑”有着强大的存储和计算能力,“存储”就是“云存储”,相当于一个大型的网络硬盘。日前,由本土云计算企业——天霆云计算自主研发的中国首台云电脑在沪亮相。天霆董事长谈天霆介绍:“只要有网络的地方,哪怕只有三四十个终端用户,云电脑都可以即插即用,用户每次登录时只要输入用户名和密码即可。”

据悉,通过云电脑服务,实现了从传统购买硬件到购买资源的转

变,将 IT 作为一种服务提供给用户,使用户完全摆脱繁复的传统 IT,像使用水电一样使用 IT 资源,按需购买,精确计费。云电脑服务将大量节省 IT 基础设施资金投入、节约能源及减少电子垃圾。对于公众普遍关心的安全问题,一方面,服务器端可以统一进行加密和病毒防护;另一方面,又可以对单独的终端单独部署安全策略。目前,国内已有 3000 所学校以及不少制造业、广告业企业都用上了这样“没有机箱”的云电脑。未来三年内,天霆还计划建设 10 个数据中心,让本土云服务覆盖面更广。

7 月促销全面启动

国美网上商城成全网底价新坐标

当 6 月电商“最惨烈价格战”渐渐平息时,国美网上商城的更大一轮规模促销正悄悄袭来。得益于国美电器集团注入的上百亿元的促销资源,在全网价格透明对比下,整个 7 月国美网上商城上的大部分家电及 3C 商品已经做到了全网最低价,价格优势将保持在 5%-15% 以上,由此或拉动线上家电价格继续深幅下降。

特价机直降 4 成

6 月份,国美电器与海尔、三星、海

信、联想等品牌签下总额达 220 亿的采购订单,厂家直供特价机接近 30%,而这部分总金额超过百亿的特价机,将与国美电器网上商城形成资源共享,直接拉低全网市场价 40% 左右。

苹果专场 5 折起

国美网上促销力度之大在大牌商品上的表现尤为显著。7 月国美网上商城苹果系列产品促销专场,包括苹果 iPad 系列平板电脑,苹果 Mac 系列笔记本电脑、苹果一体机、苹果

手机和苹果播放器等,全部商品 5 折起。如苹果 iPad 平板电脑 2788 元、苹果笔记本电脑 5979 元等。

高端冰洗大惠师

申城出梅气温飙升,也让冰洗等清凉商品热销。有数据显示,国美网上商城和淘宝网已成冰箱、空调和洗衣机线上销售的两大阵营,各占半壁江山。此前,国美网上商城“高端冰洗大惠师”和众多空调生产厂家达成联合让利协议,包括伊莱克斯、三洋、

LG、海尔、容声、海信、三菱、三星、小天鹅、松下、卡迪等市场主流的全部品牌,到下周一的降幅都会高达 50%,最高直降 2000 元,这样一来像海信冰箱仅需 3299 元、松下洗衣机只要 1499 元……

据透露,国美电器网上商城在采购成本上有着低于行业 10%-15% 的价格优势,同时拥有全国最大的自有电商物流网络。“低价常态化”+全物流的销售策略,将让国美网上商城的价格优势在电商价格战中更凸显。