

只打价格战 缺乏创新力 电商巨头上演家电促销三国杀

价格战是烧钱换市场

整个5月，几大电商掀起的价
格战在线上烧得沸沸扬扬，被媒体
称为电商“史上最强价格战”。6月1
日起，这场战斗再度升级。苏宁易购
投入10亿元促销后再度发力，易付
宝由充100返100，改为充100变
200；国美电器推出“6月1日—30
日年中底价震惊大促”；京东开展
“诺曼底史上最强店庆月，全场0
利”。而此前加入价格战的各家电
商，促销依旧——天猫网延续“狂暑
季”，当当网继续“年中庆”……

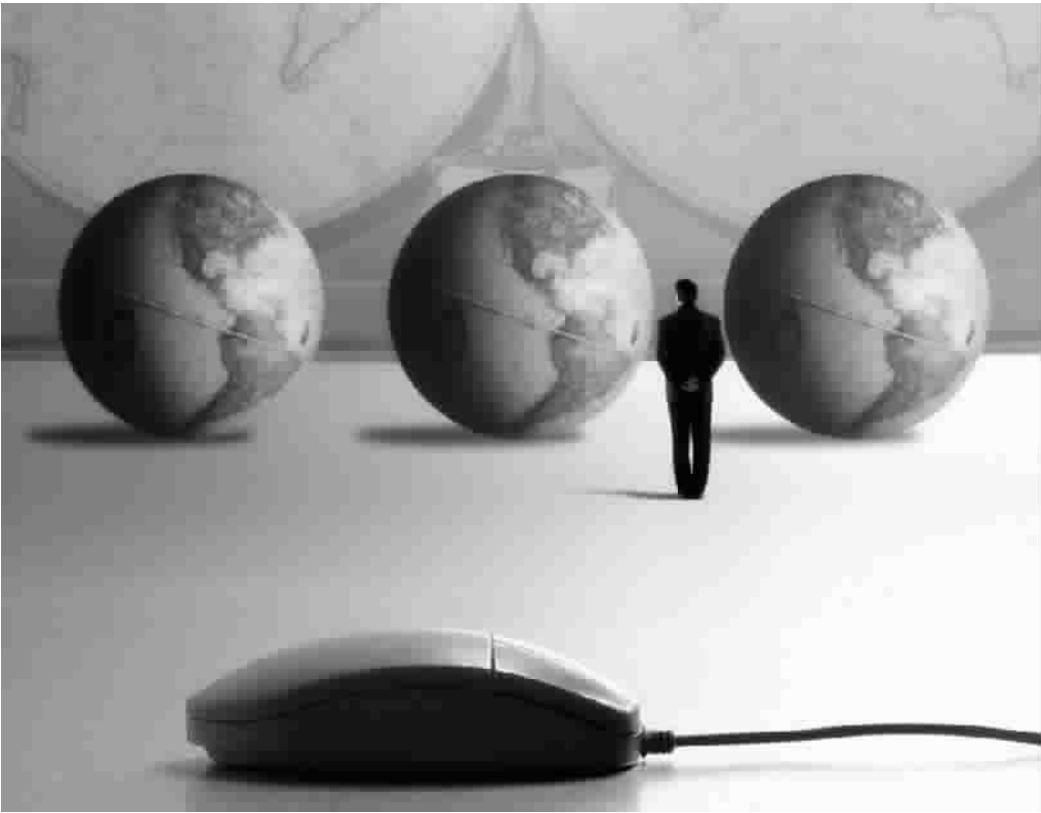
此次价格战先由苏宁易购发
起，苏宁和国美投入都颇为可观，似
乎要在后发的电子商务领域挽回近
年来被京东商城等纯电商企业蚕食
的市场份额。而国内电子商务领域
还处在“抢地盘”阶段，价格战一旦
点燃，各家电商都为保市场份额而
纷纷应战。

对此，某电商行业从业人士表
示：价格战已经被视作电商快速圈
地的主要方式，价格对于交易额的
拉动作用非常明显，电商均为在价
格战中抢占市场份额摩拳擦掌，而
大量的投入显然已经使一些电商难
堪重负。易观国际分析师陈寿送认
为，电商企业发动价格战，要量力而
为，注重产品的改善和服务能力提
升，避免低质竞争。“电商之间的
价格战是一种同质化的竞争，长此以
往将导致电商自己和供应商两败俱
伤。”中国社会科学院财经战略研
究院副院长荆林波说。

B2C网站出现倒闭潮

尽管有种种原因推动电商进行
价格战，但“价格战不是持久之道，其
本质是电商创新不足，缺乏核心竞

新一轮的战火正在电商巨头之间点燃，继苏宁易购宣布计划投入特价货源将超20亿元，让利额度4亿元；紧接着，国内B2C交易量第一的淘宝天猫电器城声称将投入2亿元，并直接拿现金补贴低价战中亏损的商家，号称价格突破底线；同时间，京东商城也表示将斥资5亿元进行家电促销。专家表示，价格战本质是创新不足，长期同质竞争可能导致电商和供应商两败俱伤。



力，无法差异化竞争。”荆林波说。

无独有偶，在电子商务看似蓬
勃发展的今天，已有十余家B2C网
站在近半年内倒闭。“乐酷天”、“淘
日本”、“后玛特”等也于近期纷纷宣
告停业。一边是家电卖场纷纷转型，
热火朝天地投身B2C网站大潮，一

边又是B2C网站因资金问题倒闭，
先前千万投资付诸东流。业内人士
认为，冰火两重天的境况预示着，规
模效应很可能逼迫还未来得及壮大
的小公司提前出局。资本圈地、价
格竞赛、亏损运营，伴随着电商市场
价格战愈演愈烈，一场惨烈的优胜劣

汰正在上演。电商平台频频歇业的
背后，是不断升级的价格竞赛。

对此，高街网CEO李云称，当
很多机构巨额融资进入之后，部分
电商企业过于高举高打，以大规模
的营销投入来换取规模的增长。“这
不是良性的成长路径，当你的营销

成本降下来了用户是否还来，这才
是电商的核心价值”。派代网分析师
李成东也认为应该理性看待目前较
冷的资本环境，“融资困难对业内
企业来说是好事情，让电商公司能
更多地聚焦核心竞争力及内部管理”。

售后服务对电商更重要

然而，在激烈的行业竞争中，是
不是资金雄厚、赢得了价格战的企
业就能够成为最终的强者？“电子
商务发展的突出问题是如何突破价
格层面竞争。”复旦大学副教授朱
春阳认为，只有营造相比于实体模
式更好的体验和价格优势，才能形
成消费信赖，降低目前高企的营销
成本。细心的消费者会发现，几乎
每家B2C商家都会以低价吸引客
户。与此同时，完备的物流及配套
服务也是电商平台胜出的关键。中
国电子商会副秘书长陆刃波认为，
电商发展的物流、派送及售后服务
仍不成熟，这些都是制约电商发展
的“短板”，亟待加强。也有业内
人士认为，价格战是抢夺市场份额
和提高关注度的重要手段，最终依
赖的是产品和服务的质量和创新能
力。目前，电商普遍存在的问题是
竞争手段的单一化和核心价值的缺
失。

对于消费者而言，除了关注产品
价格本身的高低，也会关注物流配
送、售后服务等一些附加条件，这
场电商大战，最终将是一场“综合
价值战”，而并非单纯的“价格战”。
专家表示，价格战是B2C商家中最
原始、最基础的竞争手段，但消费
者购买商品的过程并不只是“一手
交钱，一手交货”的流程，所以，
商家除了在价格上体现优势外，更
要关注细节，才能成为B2C行业的
领导者。业内人士预计，未来5年
后，电商平台“领头羊”不会超过
3家。 莹悦

4001818580 空调清洗我帮您

每年6月都是空调清洗的高峰
期，清洗空调，老百姓最怕啥？花了
冤枉钱，还享受不到好的服务。哪
里能找到专业、放心的空调清洗机
构？上海空调清洗行业协会联合上
海市企业诚信创建活动组委会办
公室于2010年成立了上海空调清
洗公共服务平台，服务热线：
4001818580（拨一拨我帮您），向
市民提供专业的空调深度清洗服务。

■ 快速下单 市民可通过服
务热线4001818580直接咨
询和预约服务，也可以通过
平台官方网站：www.
4001818580.com查看标准
清洗流程视频、了解最新
新闻动态或直接网上预约
服务。客服人员会与您登
记联系信息和清洗台数，
并告诉您上门收取的费用
总数。

■ 及时上门 平台在
全市有13个服务点，服
务点收到订单后会及时
与您取得联系，并预约
具体上门日期和时间。
清洗人员清洗时，会
拆掉整个外壳、导风
板、小摆页，清洗包
括外壳、滤网、散热
片、出风口、风轮等
在内的各种部件，每
台空调需要清洗40-
60分钟，甚至更多。

■ 每单回访 平台会对每个
订单进行回访，了解清
洗人员服务态度、专
业技能、清洗效果以
及收费金额，充分保
障消费者权益。

为回馈广大晚报读者，现预
约挂壁式、柜式空调
内机深度清洗服务，
可享受100元/台的
优惠价（原价140
元/台），预约家用
中央空调内机深度清
洗服务，可享受160
元/组的优惠价并赠
送外机清洗，上门
费20元/次，服务时
间：9:00—19:00。

海信巨资奖励开发者 征集电视应用APP

日前，海信集团在京召开发
布会，悬赏一千万奖金，发出“海
信智能电视应用大赛”的号令。本
次大赛由海信集团与《创业家》杂
志联合主办，将与国内创业融资
选拔大赛——“黑马大赛”相结
合，并将先后在北京、深圳两地
举办分赛，总决赛定于今年11
月举行。

“迄今为止，移植到电视上的
手机应用还没有出现商业成功的
案例，高清、大屏、多人分享的
电视视

势尚未发挥，这正是电视APP开
发的基石。”海信集团副总裁王
志浩表示，智能电视呈几何级增
长，加上全国13亿潜在用户、海
信6000万用户群体垫底，智能
电视视频应用、增值服务正在呈
现“蓝海”前景，“电视”也将
成为移动互联网之后的商战新战
场，围绕智能电视所形成的生态
链将真正使这个产业的收入规模
高速增长。此次海信作为彩电厂
商率先大范围发起应用大

赛，一方面希望安卓手机开发
者掉转头主攻电视应用开发；另
一方面，通过开放其智能电视
SDK工具包，理顺平台，设立基
金、联袂风投，笼络差异化应用
和安卓开发者的群体、物色人
才，借此激活海信内部思维，
增强智能化优势。海信承诺，除
了奖金之外，开发者将参与后期
分成，而“一个亿”的智能电视
开发者专项基金和天使及风投表
达的十亿风投意向也在等待“被
开发”。

告别超市购物卡 送礼就选满橙大礼包

一年一度的端午即将来临，最近，一种全新的送礼模式——满橙大礼包打破了我们传统的送礼方式。

满橙大礼包实际上就是一本制作精美的小册子，内含30款知名品牌粽子和50多种精美礼品，收礼者可任选其一，然后拨打电话（400—181—5555）或者在满橙官网进行兑换，满橙公司就会把选中的礼品免费送到收礼者手中的送礼方式。

和传统的送超市购物卡模式对比，满橙大礼包中选择的礼品更加实惠。例如，满橙大礼包新推出的896元价位礼册中的产品目前在沃尔玛、家乐福等超市中的售价均在千元以上，颇具性价比。同时，满橙礼品册还包含了中国大陆地区免费送货上门的附加服务，而这一点，更是其最吸引人的特别之处。

在端午选择满橙大礼包这种超值、便捷、贴心的礼品馈赠模式，乃是各大企业商务交往的上选。

登录满橙大礼包网站兑换 更多惊喜等着你
满橙官网: WWW.dalibao.com.cn
满橙热线: 400-181-5555

九阳豆浆机“以旧换新”啦！

您还为家里的老式网罩豆浆机难于清洗而纠结吗？
您还为豆浆精添加剂而小心翼翼的在街边、超市挑选豆浆而发愁吗？
您还为家里的老旧小家电扔掉或以废品卖掉而心痛吗？

九阳为您排忧解难，从6月6日开始，九阳联合上海家乐福、大润发、乐购、苏宁、易买得、欧尚等连锁卖场共同打造九阳豆浆机、压力煲以旧换新活动。

从6月6日开始消费者凭任意品牌、任意型号豆浆机、料理机、榨汁机到沪上家乐福、大润发、乐购、苏宁、易买得、欧尚中任意门店购买九阳豆浆机DJ13B-D31D享受100元折价。凭任意品牌、任意型号电饭煲、高压锅、电压力煲到以上系统门店购买九阳压力煲JYY-50YS10享受100元折价。

豆浆是最适合东方人体质的营养饮品之一，被誉为“植物牛奶”。它富含植物蛋白，有益于人体健康。豆浆机九阳新推出“植物奶牛”系列豆浆机，以超微原磨、环绕立体加热、智能温控三大技术全面改写豆浆机技术指标。

九阳植物奶牛豆浆机 DJ13B-D31D
创新超微原磨技术，让每一颗豆子都能被充分研磨，释放植物蛋白，还原大豆原香，保证豆浆营养以往网罩设计，一体成型没有死角用水一冲就干净。运用304优质不锈钢全钢杯体、全钢下盖健康更安全。