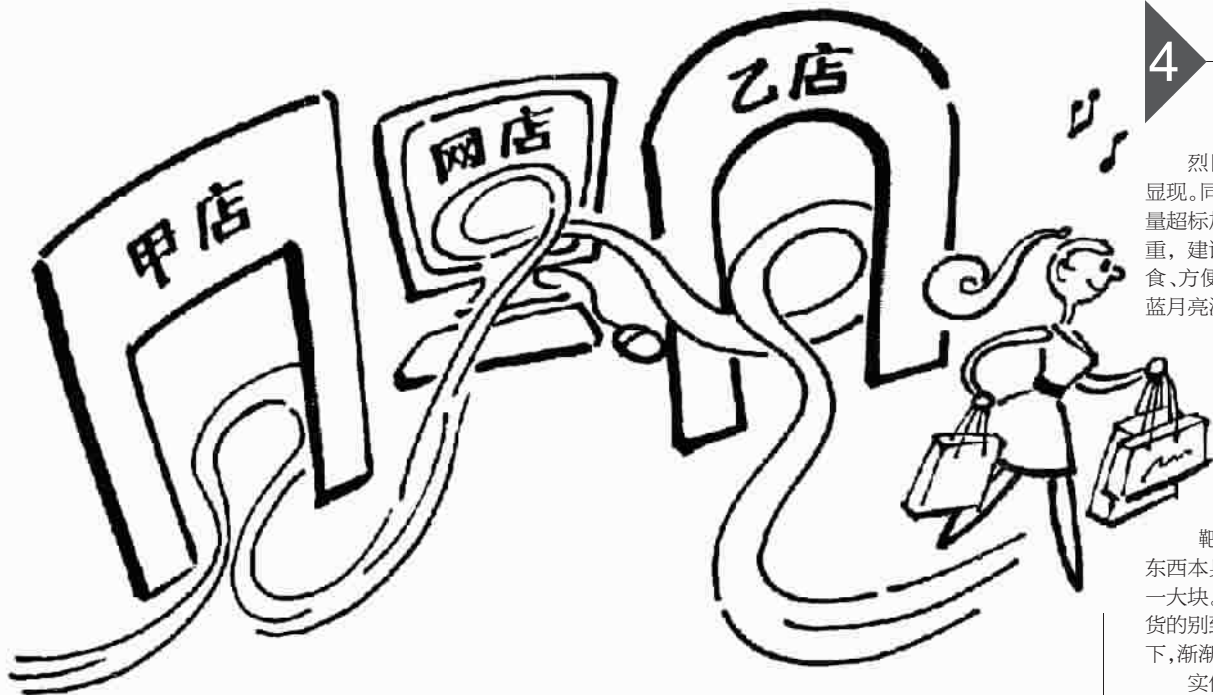


让工薪收入达到最高性价比 资深采购狂 网上网下忙

本版撰稿 蓝宁

亦舒说过: 家庭主妇和职业妇女, 是最乏味的两个职业。但多数女性无法免俗, 半辈子在两个身份中努力求得平衡。身为上班族, 工作繁重自不必言, 深夜陆家嘴摩天楼的灯火, 告诉下班的你, 还有人走得更晚。但家庭生活同样要经营得有声有色, 工作永远不是生活的全部。美好生活, 自采购始, 网上网下, 货比三家。



货比三家不吃亏

辛遥 画

4 家居用品 轻松网购

烈日炎炎少出门, 一号店优势显现。同事网购了啤酒, 但是因总量超标加收了送货费。牛奶分量也重, 建议分批购买, 搭配轻巧的零食、方便面或者口罩等, 控制总量。蓝月亮洗衣液在一号店促销的价格吸引人, 比超市的简易装还便宜。

大件的家居用品, 京东的选择多, 送货效率高。小件的, 不管如何稀奇古怪, 上“万能的淘宝”多半能找到, 比如跆拳道脚靶, 舀蜂蜜的木勺。只是有些东西本身便宜, 运费就占了总价的一大块。怀念小马路上那些售卖杂货的别致小店, 在城市改造的步伐下, 渐渐无处容身。

实体店的家电价格跟网商差距不是一点点。自从几年前在新蛋网上买了相机, 从此一发不可收, 陆续在京东、百联电商上购买了空调、液晶电视等大件商品, 质量没问题。依然是多看评论, 货比三家, 等于多了一位行家指导。唯一一次遇到质量问题是在一号店买了促销的电话机, 无法通话, 换了一只同样有问题, 经过一番电话联络折腾, 终于退货。

至于买书, 我喜欢上当当网, 品类齐全, 折扣喜人, 介绍较详尽, 基本已经不去书店买书。找不到的, 去淘宝搜。但一位朋友说他认定卓越, 作为爱书人, 他对书籍在运输途中受到的爱护更为看重。

对网店的几点建议

网店购物, 动动鼠标就有海量货物可供挑选。但是除了没有实体店现场体验的缺憾, 一些服务上的不足需改进。

■ **送货时间不精确** 下了订单, 只知道哪天送到, 不能具体到上午、下午或晚上。往往为了收一单包裹, 在家里干等一天。有时出门办点事, 快递员到了, 正好错过, 只能下次再送。如果是生鲜商品, 担心这会影

■ **商品原价随便标** 这在淘宝上最常见, 所谓的优惠价基本上就是原价, 而标出的“原价”在历史成交上查不到。我曾在限时优惠结束前 20 分钟抢购到一个对折的颈托, 第二天一看, 限时优惠 24 小时周而复始进行。一段时间以后, 真正开始打折, 上了“限时优惠”的当。

■ **退换货扯皮** 退换货便利是网购让客户安心购买的必备条件, 但是人为设置的一些障碍让买家不爽。比如购买衣服时由于尺码不全只好选了大一号, 收到货后发现合适的号码出现, 要求换货, 客服以刚好超出 7 天退换货期无法入库重新销售的理由拒绝。

寻找“达人”

本版长期征集聪明消费的话题和稿件, 可长可短。来邮请发 tangy@wxjt.com.cn。欢迎各路“达人”贡献经验。

1 男装皮鞋 宜商场购

逛商店, 对男人来说算苦差事, 于女人而言是休闲娱乐, 汲取时尚灵感的重要源泉。但是这种乐趣现在有些变味了。价格虚高, 平日顾客寥寥, 打折促销, 造“节”突击销售。商场的这种营销思路无异于“慢性毒药”。一条普通的半身裙, 在大众化商场里就能标近千元的原价, 人民币又不是橘子皮, 这不是把顾客当“冲头”又是啥呢?

也难怪, 房租涨、税收高、人工贵, 商场的货品标价难以跟网店比“亲民”。不过网下购物仍有不少优势, 听我一道来。

特卖会 平时逛商厦时打打样, 中意的几个牌子摸个底, 然后是等待, 等一年一次或两次的品牌特卖会开场。消息灵通的打折网站几乎每天有特卖会的消息, 晚报上偶有广告, 有的特卖会在商厦, 有的则在郊区的工厂仓库。特卖会也有含金量的差别。个人比较推荐男士休闲装、女士内衣以及著名品牌如双立人的特卖会, 最好

是单个品牌的特卖而非“拼盘”。我曾在卡帝乐、汤尼威尔、苏格兰飞人等的特卖会上购入衬衣和休闲裤, 皆不满百元, 质量上乘, 基本款不容易过时。有一次同事告诉我 CROCS 周末在世贸商城特卖, 火速前往。一开门人如潮水涌入, 一举拿下 9 双鞋、4 件全棉 T 恤, 送人的送人, 自用的自用, 皆大欢喜。总价 600 元整, 到专柜最多才能买两双。

特卖会最重要的是认准品牌, 不要因为价格低而放低对品质的要求。否则买回一堆质次价廉的东西, 其实是浪费。为什么不推荐女装特卖会? 女装的流行趋势变换迅速, 使用价值贬值最快。

促销打折 到了长假、周年庆或换季, 再购买不迟。一般而言, 女装的生产成本在标价的一折上下, 所以五折卖出商家仍大有赚头。换季时, 女装三折上下可以出手了, 再等可能尺寸不全或者货已下架。相比促销赠券购物, 直接减扣更好, 免得了凑足数字, 买入不需要的东西。“300 送 300”不如“买 300 减 150”, 当然最好是“买 99 减 50 或减 70”, 买家的收益可以最大化。

有些商品在促销时购买最合适。比如男士

正装, 几乎很少有特卖会, 即使有品类也不全。在新世界等商厦全场促销活动中, 中等品牌的西服套装可以用五到六折的价格买到, 可试穿可修改, 商场服务也有它独特的优势。而像 ECCO 等品牌的鞋子, 打折机会不多, 看到周年庆时几乎打了对折的“买就减”活动不要错过, 这时的价格已经低于同一双鞋在香港的售价了。况且鞋子合不合适只有脚知道, 需要试穿的尽量在商场买。我唯一一双网购来的鞋子, 以送人告终。

大家有个印象, 网上的东西比店里的便宜。未必尽然。优衣库是最好的例子。在天猫的优衣库店限时抢购时入手的童装长裤, 过一阵却在实体店看到又便宜了 20 元。更何况优衣库店里试衣场地宽敞, 选择又多, 换季商品一折再折, 价格令人惊喜, 而网店还要付快递费用。一位朋友告诉我, 网上品牌商店的最大消费群体在二三线城市。一线城市商业设施和服务发达, 消费者可以有更多选择。

再比如说超市。三四个月前, 世纪联华曾经有过 5 天的促销, 非食品类商品一律七五折。机会难得, 精致碗碟、日化用品、内衣袜子等一下子装满一个手推车, 一号店只好靠边站。

饭喂饱一家子的主妇来说, 宛如福音。煲鸡汤、做红烧肉比较费时, 列入周末菜谱。易果网最近还大搞秒杀和买就赠活动, 送的鸡蛋、童子鸡皆实用。

前一阵牛奶品质不时成为报纸连篇报道的主角, 除了到超市购买光明的酸奶和小房子牛奶, 常温奶我就在一号店采购, 进口的利乐包牛奶买一送一, 品种和价格明显优于各家超市。

总结一句, 网上买菜图的就是新鲜和省时。也希望进口牛奶的商品介绍中能把本批次的生产日期和保质期也一起标上, 客人才会更放心地购买。

穿效果不如另一件浅蓝条纹的。网上网下联动购物, 效果不错。

即使很中意, 也不要着急, 漂亮衣服是没有穷尽的。只要不是只剩一两件, 先搁购物车。一来防止冲动购物, 二来购物网站时不时搞活动, 买下隔个七天十天, 价格跌了几百元的吐血场景, 评论里头也不少见。有一次这样的惨痛经历就学乖了, 没准你心仪的那一件, 就是下期活动的特卖款之一呢。最狠的一招, 是上淘宝或其他网站, 粘贴搜索同一品牌同款服装, 没准可以找到一家卖正品尾货的商店, 再打个四五折, 收获惊喜。

大大方便了我等懒人。

天天果园、易果网以卖新鲜水果起家, 到了现在天猫、一号店都开卖了生鲜食品。这些网上生鲜店, 我常光顾的是易果网。

原先在上面买水果、订蛋糕, 只是偶尔为之, 毕竟这些在超市和西饼店里也能买到, 只觉得东西新鲜、包装精致。今年易果网的扩张力度一下子增大。鲜活水产、肉类禽蛋、蔬菜菌菇, 整个是“超市+菜场”的升级版, 工作间隙在网上搭配好菜, 隔天就送到, 保温措施到位。有些菜拆封即食, 比如熟冻龙虾、烟熏三文鱼, 有些简单烧煮一下即可, 网页还附有菜谱, 比如煎牛排、奶油芦笋汤, 这对期望下班后需火速烧好晚

多的是。

看中衣服先别急着买, 研究一下买家的评论。在天猫的店里, 评分低于 4.8 分的购买需谨慎。多看看不满的意见, 别人用“血的教训”作出的评论, 帮你少花冤枉钱。衣服的洗涤方式和材质不要忽视, 直接影响打理的难易。有问题多向客服请教。收货后不满意的, 坚决退货。

天猫店里的有些商品并不便宜, 有的甚至比实体店贵。比如某牌子的羊绒衫, 我在网上看中, 最后到南京东路的商场里买下, 便宜了 100 多元, 而且发现网上看中的浅绿条纹款, 现场试

2 食讲新鲜 省时省力

但是不管如何, 实体店的黄金时代过去了。无论是置地广场地下二层、巴黎春天顶楼的常设特卖场, 还是八佰伴、新世界的跨年通宵营销, 都无法挽回传统商业的颓势。网上商业时代的到来水到渠成。

当加班成为一种“文化”, 生活随之改变。菜市场很少去了, 超市购物时顺便把蔬菜肉类豆制品也买了塞进冰箱。生鲜商品销售网站的出现,

3 衣选大方 不易过时

买衣服, 少不了提淘宝, 现在更多了京东和天猫。衣贵精不贵多。淘宝品种多, 但廉价的居多, 挑起来麻烦, 货不对板的也多, 要认准品牌, 保证是专柜正品。看中的款式, 用一淘网搜一下, 没准别家会低不少。如同一品牌分别在天猫和京东开店, 孰高孰低一目了然, 价差几十元的