



作为年度网购大战的“巅峰之战”，5年前由阿里巴巴最先造节而成的“双十一”，又进入今年最后倒计时。这次，除了“全场5折”等价格战卖点不变，阿里首次和亚马逊在“海淘”上较起了劲，京东拿出1000万元保证金向消费者签下无假货“军令状”，苏宁易购和国美在线与线下门店联动做足O2O，消费群更年轻的拍拍网则用足红包社交……各家电商齐集“光棍节”，乱花渐欲迷人眼，且看小编为您推荐——

① “洋货”直邮加保税

“海外代购们又要哭了”，这话这两天在各大网购论坛里被反复“置顶”。与往年拼价格不同，这次几大电商平台不约而同打起了“海淘”牌，成千上万的“海货”无疑将是今年“光棍节”里最吸引买家的“尖货”。

200粒/瓶的美国Nature Made深海鱼油2瓶，国内市场价419元，天猫“双十一”价126元；3.5L规格的德国Brita滤水壶，国内市场价428元，天猫“双十一”价134.9元；500克/盒的台湾糖村牛轧糖，网上代购价平均120元，天猫“双十一”价72元……这次有超过200家的海外商家直接入库天猫来抢“双十一”，其定金预售模式上线半月来，不少海外商品甚至短短几天内就暂告售罄。而面对天猫在赴美IPO后首次暴涨的“国际范”，有着美国血统的亚马逊中国自然也不甘人后，这次亚马逊美国、德国、西班牙、法国、英国和意大利六大海外站点首次开通直邮，只要你看得懂相关语言即有可能买到与上述地区同价的8000多万种国际选品，不用你再找海外代购、不用转运、更不用亲身出国逛商场，只需付出船邮税费。此外，在上海自贸区驻点的1号店也正为“双十一”摩拳擦掌，通过拓展和美国、波兰、意大利等国的使馆资源，目前“1号海购”上已有近百家商家、SKU（单品）数约1.2万个。

直邮真不真？“直邮”怎么邮？据悉，今年“双十一”多家电商敢打“海淘”牌，靠的就是直邮和保税的底气。比如：阿里首次主打的“全球化”概念，是让天猫国际、支付宝、菜鸟物流三方的底层数据统一接入了海关信息系统。据阿里巴巴集团COO张勇介绍，国际卖家和买家通过天猫国际直接交易，再加上目前保税备货模式节省的物流，在一定程度上大大降低了双方的成本。而亚马逊的海外直邮，是帮消费者快速处理清关手续，并提供三种（标准、加快、特快）可选配送服务。此外，“1号海购”也采用保税进口模式，即1号店通过提前集中采购，以批量海运或空运的方式将商品从国外直接运至上海自贸区备货，等买下单后相关商品可直接从保税区仓库报关报检后发货，这样买家不仅最快可在下单后2天内收货，且按个人包裹收税的话行邮税在50元以下还免征。

来自易观最新发布的中国网购商品雷达监测数据显示：截至10月28日，天猫国际的SKU数量近100000种，京东海外购SKU数量11000多种，1号海购SKU数量5000多种，看似数量上和亚马逊的直邮8000万种相差甚远。不过，业内人士也指出，因为产品质量标准中外不统一，以及亚马逊自身销售区域限制问题，实际上并不是8000万种“海货”只只都能进来。此外，由于涉及到不少是第三方卖家供货，“海淘”货品真不真也是问题。为此，京东日前发起真货宣言，设立“1000万元保证金”，以避免商家拖延买家合理的退换货需求，即如果买家在退货10天后第三方卖家仍未给出处理意见的，京东平台将启用保证金先行退还消费者相应货款，这其中也包括“海货”。 本报记者 胡晓晶



今年「光棍节」什么值得买？



② 旅游：畅玩“一元区”

1元秒杀京都、札幌、苏梅岛、清迈等境外热门酒店，500家一元景点门票等你来预定……“双十一”倒计时，半价还不够，多家在线旅游平台也纷纷PK各类旅游产品大促。

同程旅游针对“双十一”推出了500家1元游景点、200家半价玩景点，涵盖景点、酒店、周边游、机票、酒店、出境游、邮轮等多种具体产品。据同程方面介绍，如有1元货抢不到，当天还会有数量都相当可观的9元住酒店，111元买机票，预定邮轮路线送邮轮卡等，所有活动都在11月11日当天开始预订。

而在境外游方面，京都、札幌、苏梅岛、清迈、首尔等地的酒店，这次也不惜血本以1元秒杀“双十一”。在携程网上，“1元秒杀海外酒店”已于10月底提前启动，每天上午10点开杀，其间不乏热门的特色酒店。比如：以13世纪泰国北部兰纳王朝古典皇宫为设计蓝本的清迈黛兰塔维顶级度假酒店，有无敌景致口碑极佳的普吉岛艾华迪世外桃源度假村及水疗中心，位于京都市中心地带出行便捷的京都皇家SPA饭店等。此外，携程这次还出现了秒杀长线境外游产品，像优惠幅度最大的法国+瑞士+意大利10日跟团游，原价13999元，而秒杀价仅15元。

今年“双十一”买旅游，价格不是硬道理，路线设计才是购买力。比如，携程就据此发现了韩国首尔是女性游客最青睐的海外目的地，60%以上是女生结伴出游且最爱圣诞和跨年，为此携程的“闺蜜游”首推韩国首尔+江原道4日跟团游，这条线路原价2899元，但“双十一”秒杀价被“腰斩”到1489元。携程旅游事业部营销总监戴宇指出，结合数百万出行人群的大数据，将是在线旅游平台“双十一”拼货的前提，对如今已把“双十一”玩得越来越熟练的消费者而言也更对胃口。 本报记者 杨玉红

③ 汽车：首次全额在线付

相比往年的“双十一”网上先付定金、线下再去等车拿，今年“双十一”网上买车将首次可全额在线付款了。日前，汽车之家宣布从11月11日零点起，用户不仅能在汽车之家商城上以“双十一”低价专场定车，更可选择在线支付全部购车款，而且在线全款购车的用户还可享受各种优惠后现金再减3000元的政策。据悉，这是国内汽车电商首次开通大额支付功能，标志着中国汽车电商正式跨入真实交易阶段。

截至目前，确认参加汽车之家“双十一”的品牌有奥迪、宝马、英菲尼迪、福特、大众、马自达等70家；其中68个品牌均有车型支持全款购车。汽车之家CEO秦致说，真正的汽车电商需要在电商平台和消费者之间产生直接交易，这样一来汽车之家商城和经销商后台系统能直接对接，可保证线上、线下信息保持一致，避免用户下单之后买不到车的情况出现；二来汽车之家的专业编辑也可以担当“双十一”客服，在线实时对消费者进行购车答疑。

易观商业解决方案副总裁田峥分析指出，目前汽车电商的模式还在拓展中，主要需要解决的问题是货源本身，因为今天的汽车电商更多的还是先要从4S店拿货，即走4S店O2O线上引流的玩法，自己直接从厂家拿货的比较少。不过，虽然线下的汽车零售分期付款已经做得很成熟了，但消费者对网上直购的接受度和需求量也在持续增高。汽车之家第一个“吃螃蟹”全额在线卖车，涉及到线上线下价格和渠道体系的打通，将考验汽车电商与传统汽车经销商之间的磨合能力。 本报记者 胡晓晶

“双十一”快件量或同比增70%

“双十一”是快递公司的机遇，5年来韵达、中通等都是通过“双十一”提升市场份额。据中国快递协会最新预测，今年“双十一”当天的快件量将达到2.51亿件，比去年同期增长1亿件；今年11月11日至20日的快件总量则将达到5.1亿件，同比增幅超过70%。据了解，去年“双十一”期间快递全行业的快件处理量达到日常量的230%。

“双十一”开启104天旺季

“双十一”，不止忙11月11日这1天。国家邮政局预计：今年“双十一”或持续到春节前夕，共计104天。对此，国家邮政局提出要特别重视对北京、上海、广州、成都等20多个电商出货量较大城市的揽收、转运高峰，以及三四线城市和农村地区投递高峰的压力疏导。

而面对高业务量、长时间旺季的双重压力，上海市邮政管理局副局长夏颐近日也在上海快递业务旺季服务与安全保障工作动员大会上提出，要继续保持全网不瘫痪、重要节点不爆仓。目前，顺丰、申通、圆通、韵达、中通等快递企业，均升级了信息系统，增加了运力、场地、人力储备，并完善了安全预案。其中，民营快递业“老大”顺丰速运推出了一项投保服务，即在运费基础上加付1元保费，一旦物流过程中快件损坏或遗失，商家最高可获得运费的100倍赔偿，最高不超过3000元。

可能诞生快递业“黑马”

反观2013年“双十一”，其实是在第4天才进入签收高峰，而且波峰持续了6天左右，快递公司末端的派送高峰持续了6至10天。据快递业业内人士预测，今年“双十一”当天的销售额出来之后，往后的30天才是快递公司压力最大的日子。

“双十一”诞生5年来，快递公司当天产生的订单（包裹）量均呈现倍数级的增长，至少可以翻一番。一般来说，快递市场份额在日常日子表现得相对稳定，但在“双十一”期间会出现跳跃性改变，因为只有“双十一”期间，大客户才会考虑在稳定的合作伙伴外引入其他公司。因此，对小小快递企业而言“双十一”也意味着有借势发力的新机会。

本报记者 金志刚

城 消费提醒

“双十一”网购莫盲目

伴随目前越来越多的“剁手党”在网上晒出网上购物车，市消保委日前也专门做出“双十一”消费提醒：面对商家推出的抽奖秒杀、促销等让利活动，消费者还是应全面考量、慎点鼠标、理性消费。

- **买贵重物品前先线下试**
不少年轻消费者拟乘“双十一”，买家装材料、家用电器、成套家具等总价不菲商品。专家建议，买贵重、大件物品最好先去实体店进行体验，详细了解商品的型号、材质、性能、价格等关键信息后，再线上操作。网购后切记妥善保管好发票、快递单等凭证，以备日后维权。
- **清晰知晓商家活动规则**
实际上，各家电商推出的优惠券、抽奖、秒杀等促销活动，都有着相对有利于商家的规则，消费者应事先了解好优惠券的使用范围和时效后再定购物攻略，以免出现“双十一”当天优惠券无法使用、使用优惠券无法享受礼品赠送等纠纷。
- **问清商品售后服务承诺**
“双十一”商品销量大可能造成货运积压，消费者常常需要等待较长时间才能收货。对于急需物品，消费者可提前“错峰”购买；对于非急需物品，则可事先咨询商家送达时间，耐心等待到货。
- **莫轻信电话或短信付款**
近期有不少消费者来电反映，接收到冒充商家客服要求付款的电话和短信，因对方能准确陈述自己购买物品的详细情况、送货地址等信息而轻信了对方，付款后再咨询官方客服时才发现上当受骗。对此，建议如遇类似付款要求，先跟官网客服核实。
- **理性消费不要做乱买族**
面对扑面而来的打折促销，消费者还是要保持镇定谨慎购物，最好按实际需要和经济状况定好购物计划，以免在商家的多重诱惑下，冲动盲目消费。 本报记者 陈杰