

“五一”将至,商战已打得硝烟四起,各“参战方”以家电为“棋”、价格为“刃”,最大看点是苏宁易购向京东“叫板”——

暗着打“口水战” 明着打“价格战”

本报记者 胡晓晶

“击穿全网最低价,何必东比西淘!”虽然距离“五一”小长假还有十天,但苏宁电器旗下的网上商城苏宁易购已“先声夺人”,周三起力推“易付宝支付充100元返100元”“连续三天每天三场三折卖”。随后,国美旗下的库巴购物网抢先推出了“48小时终极疯抢惠”,国美网上商城又与当当网联手“熬夜惠”……做3C起家的国内B2C大腕京东商城也“hold”不住,在线上提前打起了价格大战。



中国网购人群不断扩大

图 CFP

各施其能争抢线上“蓝海”

伴随线下家电市场的低迷,国美、苏宁更重视线上“蓝海”,更舍得在线上销售方面“下血本”。就在苏宁易购高调宣布掀起价格战后,国美系旗下两家电商网站(库巴网和国美网上商城)也在第一时间跟进。

据国内最大的购物比价平台一淘网公布的最新数据,在抽样调研的近两百件近期热销商品中,苏宁易购和库巴网拥有价格优势的商品占比分别达到了41%和27%,而一直以“全网最低价”著称的京东商城则只有22%。在近两周内网友搜索热度排名最高的30类180余件商品上,苏宁易购近期的低价策略初见成效,共有77件商品有明显的价格优势,占总商品数的41%;国美旗下的库巴网约有27%的商品价格优势明显。相比之下,京东商城以22%的占比在四家B2C商中位列第三,其价格优

势仍高于后起之秀国美网上商城。

从具体品类看,苏宁易购在空调、洗衣机、电视等大家电上的价格领先优势更明显,尤其在白电和黑电领域的低价产品占到六成。像海尔的一款两门冰箱(型号BCD-186KB 186升),京东、易讯和国美上都卖1499元,苏宁易购上则特价只要1299元。而国美系电商在3C数码商品领域优势较大,其中库巴网在手机上的价格优势明显,国美网上商城则在相机领域的优势略高于其他商家。

即使是一些热门焦点商品,京东商城目前也难显优势。像16GB的苹果iPhone 4S,昨天京东价4888元,国美价4788元,易讯价4777元,苏宁易购价4699元。来自一淘网旗下的浏览器购物比价客户端“如意淘”监测表明,即使是在京东首页各种促销活动推荐的数百款商品

中,也有60%以上不能在B2C领域做到“全网最低”了。

实际上,苏宁易购此次“五一”促销矛头直指京东商城。苏宁易购市场管理中心常务副总监闵涓清在微博上明确表示:“这是市场模式之争,电商终究是商务,苏宁易购代表了传统企业的转型之路!这是模式主流之争,实力是内因,价格是外在,必须分出高下。”

有意思的是,在线下彼此不服气的苏宁与国美,此番却在“五一”电商价格战上颇为默契。就在苏宁向京东发起战书后,国美旗下两家网站就在第一时间跟打“降价牌”。有关电商行业专家认为,今年一季度以来由于实体家电零售市场萎靡,苏宁、国美想重新开源的意志强烈,线上同步降价形成“剪刀差”,无疑就是在叫板京东。

向全品类、综合网购平台拓展

电商大战不限于家电,像苏宁易购、库巴、国美网上商城等“背靠”传统零售大鳄的新电商们,从家电、3C起家,逐步开卖百货、服装、汽车用品等多品类产品,由单品类电商向全品类、综合网购平台拓展。

苏宁电器日前定向增发获批后,宣布将募集55亿元资金重点投入物流建设、信息开发等后台,大力发展线上销售。苏宁电器副董事长孙为民表示,今年线上营收目标为300亿元,将以“抄底”方式赶超京东。4月份除原有的3C、家电产品价格动作外,5个月前以“0元售书”轰动上线的苏宁易购图书频道将全新改版,新增科技、人文、教育、旅游等图书品类;

以机票、酒店为主营的商旅频道将在4月25日上线;以优惠的正宗五粮液、茅台、拉菲等高档酒为卖点的酒类频道将于4月29日全网公测;到6月,苏宁易购旗下的金融产品频道、百货频道、彩票频道也有望亮相。

刚在当当网建起一个“国美”的国美总裁王俊洲也放言,国美要在电商领域推双品牌模式,用500亿元的销售规模来做的架构、人员、技术、物流等业务体系的后台打造和支撑,从而今年把国美网上商城做到中国家电B2C市场第一,未来两三年内占到中国网购市场份额的15%,排上中国综合B2C市场的前三名。

京东昨天高调宣布,已与海尔、美的、松

下、三星等30多家知名品牌签署了总额达800亿元的未来三年家电采购协议,大举攻入苏宁、国美的优势地盘。京东还公布了今年针对大家电业务的物流仓储建设计划:年内新开6个物流仓库,未来三年实现全国50-60个物流仓库的建设,覆盖全国绝大多数核心城市等。京东将与苏宁易购在供应链上正面较量。

中投顾问IT行业研究员王宁远指出,正是淘便宜心态让国内消费者热衷网购,所以电商企业大多用价格来“黏”住忠实用户。在服务相差无几的前提下,价格还是影响买家下单和“回头”的最大因素,这也是此番各大电商巨头争相开打“价格战”的一大原因。



消费提醒

电商价格战打得狠,痛的是商家,乐的是买家。不过,家电连锁巨头们在电商领域发力的同时,也绝不会忘记线下“大本营”。

由于国家节能和以旧换新两大补贴“青黄不接”,加上楼市低迷带来的连带效应,让一季度申城家电市场销量总量下滑接近40%。据上海交电商业行业协会统计,清明小长假以来沪市三大家电连锁卖场纷纷打出“降”字,不同品类家电降幅达10%-30%,促销力度超过元旦和春节。

目前,家电厂商对“五一”黄金周寄予厚望,为一扫一季度的市场“阴霾天”,各大厂商都推出了实打实的促销牌。比如,苏宁电器联手六大银行推出“0利息、0首付、0手续费”分期付款买家电,像一台6000元的彩电,用12期分期付款每月只花500元,大大减小了一次性付款压力。国美电器与中国银联联合推“消费促进月”电器刷卡补贴,即持卡号“62”开头的银联卡买家电超过1000元(3C产品2000元)可享100元消费补贴券。永乐推出10%的经适房新机补贴,彩电、冰箱、洗衣机、空调、厨卫、电脑等6大家电品类最高补贴累计可达2000元。上海商务中心家电城则以“绿色家电”为主题的第14届上海家用电器节,西门子、松下、LG等20多个家电品牌的近百款新品都打低碳节能牌。

上海商业信息中心首席研究员齐晓斋指出,尤其对于不太会上网的消费者而言,“五一”未必一定要上网淘便宜,传统连锁渠道还是值得多比比。而且,尽管看起来线上价格要比线下价格便宜,但伴随电商物流压力的加大,黄金周前正是配送旺季,送货、安装等售后问题可能无法像线下实体店那么快。

不要被「表面优惠」欺骗 旺季购物服务可能滞后
冲动不可取 消费宜冷静

贵妃牌水溶珍珠粉,补钙上品,源自天然,每粒只需几毛钱 喜迎五一 送爸妈超级好礼

五一黄金周,爸妈去哪里? 体格强健腿脚好, 游山玩水更逍遥! 快用贵妃牌水溶珍珠粉补一补吧, 补钙上品, 更适合送爸爸妈妈!

即日起, 至2012年5月15日, 凡购买贵妃牌水溶珍珠粉的顾客, 将享受

惊喜优惠套餐1:

凡购买3个月保健用量(3瓶)的新客户, 套餐价仅需260元(原价336元)

惊喜优惠套餐2:

凡购买6个月保健用量(6瓶)的新客户, 套餐价仅需460元(原价672元)

惊喜优惠套餐3:

凡购买1年保健用量的新客户, 套餐价仅需800元(12瓶原价1344元!) 喜上加喜, 再赠送2瓶贵妃牌水溶珍珠粉和会员卡1张, 终身享受会员优惠!

老客户将尊享更多优惠, 详情请电话咨询。

贵妃水溶珍珠粉



- 全成分
- 高水溶
- 高吸收

永仁药业郑重承诺:

贵妃牌水溶珍珠粉, 全部选用100%优质的淡水珍珠为原料, 所选用的空心胶囊符合国家标准。

如果有假一瓶赔您1万元!

热销全国的五大理由

- 真: 通过国家药品GMP认证, 江苏省医药行业诚信企业, 值得信赖;
- 优: 只选用4年以上优质淡水珍珠为原料, 营养成分含量更充足;
- 纯: 独家采用珍珠内去污技术, 产品溶于水后能做到溶液清澈透明;
- 高: 采用先进的喷雾干燥设备, 上海医药工业研究院研发的生物降解技术, 营养更全, 更易吸收;
- 惠: 厂家直销, 省去中间层层加价环节, 每粒仅合几毛钱, 价格实惠。

上海免费送货 全国免费邮寄

专卖店地址: 上海中山北一路1111号-9(近地铁3号线大柏树站) 电话: 021-33811038 33811022

总发行所: 上海中山北一路1111号