

聚焦双11·购物狂欢节

河南网商园单日销售额突破2亿

本报讯(记者 赵文静)双11网购狂欢节,河南网商园捷报频传。截至昨日24时,河南网商园入园的21家电商销售额总计突破2亿元,创造河南网商园新标杆。

网商电子商务有限公司承办的“双11购物狂欢节”观摩活动在河南网商园举办。在河南网商园双11实时交易数据中,记者看到大卫全球购、新格电子商务等园区21家企业和逸阳女裤、好想你红枣、洛阳哈他等省内知名品牌的实时交易数据正不断被刷新。实时交易数据显示,0:40,河南网商园入园企业销售额总计突破4500万,一个小时突破6600万,上午9:30突破8100万。截至昨日24时,河南网商园入园的21家电商销售额总计突破2亿元。

性产业园区。今后,河南网商园还将邀请天猫商家后台产品经理及淘宝专业讲师为园区入驻电商就产品推广、电商团队培养进行培训,通过与淘宝河南特色馆有机结合,积极开展“豫货网上行”活动,扩大网络消费,力争今年河南省网上购物总额增长60%。

今年大白菜有点贵

上月价格同比上涨一倍

本报讯(记者 侯爱敏 实习生 常二伟)喜好冬储大白菜的徐大妈准备买些储藏,谁知一问,大白菜竟然要1元钱1斤。据省地方经济社会调查队昨日公布的对全省18个省辖市冬储大白菜价格快速调查数据显示,10月份全省大白菜价格与去年同期相比大幅度上涨,价格同比翻番。调查分析了大白菜价格上涨的主要原因。首先是市场调节影响。由于去年种植大白菜的农户过多,白菜滞销,造成大白菜在“十一”过后价格一路走低,收益持续下滑,由此导致今年种植面积大幅减少,产量下滑较多,市场供应相应减少。其次,据菜农反映,受病虫害影响,产量较往年下降。同时,今年雨水偏少,致使大白菜生长缓慢,较去年上市较晚,产量较低。而种子、化肥、农药、雇工等农业生产资料价格一直趋于上涨,推升了白菜价格。分析预计,随着后期大白菜的大量上市,市场供应量增加,大白菜价格会有所回落。

住建部将集中开展工程质量专项治理

新华社北京11月11日电(记者 杜宇)住房城乡建设部决定用5年左右时间,在全国集中深入开展工程质量专项治理工作,包括房屋建筑工程勘察设计质量专项治理和住宅工程质量常见问题专项治理。这是记者11日从住房城乡建设部获悉的。

据住房城乡建设部有关负责人介绍,住宅工程质量常见问题专项治理的目标是通过5年努力,新建住宅工程质量常见问题预防和治理覆盖率达到100%,住宅工程质量水平明显提高,住宅性能明显改善,住宅质量投诉明显减少,住户质量满意度明显提高,专项治理工作取得显著成效。

治理范围为新建住宅工程特别是保障性安居工程,治理重点是渗漏、裂缝以及水暖、电气、节能保温等方面影响使用功能的质量常见问题。

房屋建筑工程勘察设计质量专项治理的目标是,争取2017年全国房屋建筑工程施工图设计文件审查每百个项目违反工程建设标准强制性条文数比2012年下降25%,勘察设计审查一次通过率在2012年基础上提高15%。勘察设计引起的房屋建筑工程质量问题明显减少,全国房屋建筑工程勘察设计质量总体水平显著提高。

勘察设计质量专项治理范围是以保障性安居工程为重点的住宅工程、大型公共建筑和超限高层建筑。

1547辆进口现代劳恩斯汽车被召回

新华社北京11月11日电(记者 陈炜伟)国家质检总局11日通报,现代汽车(中国)投资有限公司将自今年11月11日起,召回部分生产日期为2008年4月8日到2012年3月16日的进口现代劳恩斯汽车。据该公司统计,在中国大陆地区涉及1547辆。

据通报,上述受影响车辆高温的制动油与液压电子控制模块(HECU)内镀锌柱塞经过长时间的化学反应,柱塞表面形成腐蚀层及凝胶物,影响柱塞工作。电子控制模块内柱塞形成腐蚀层及凝胶物时,发生制动踏板变软及降低制动效能现象,存在安全隐患。对于涉及缺陷的车辆,现代汽车(中国)投资有限公司将通过现代汽车经销商免费清洗及更换制动油,消除安全隐患。

现代汽车经销商将从11日起以网站、短信、电话、电子邮件等方式通知用户,如需了解本次汽车召回的详细信息,可致电现代汽车(中国)客服热线4008853388或登录现代汽车网站。车主也可登录质检总局网站业务频道—进出口商品检验、缺陷产品管理中心网站—现代汽车召回网,或拨打质检总局缺陷产品管理中心的热线电话010-59799616、65537365了解更多信息。

80后不会做针线催生“棉衣妈妈”

本报讯(记者 刘招)伴随着越来越多的80后做了母亲,因为多数不会做针线而催生了专门为婴幼儿做棉衣的“棉衣妈妈”,从手工缝制肚兜、棉衣、背带裤、小褥子、棉被,到虎头靴子,甚至定期负责拆洗,这些“棉衣妈妈”用自己的巧手为这些80后母亲解了燃眉之急。

丰产路妇幼市场内有四个“棉衣妈妈”,位于西南角的李女士是从两年前开始经营她的小店的。两年前,李女士帮邻居的孩子做了一套棉衣,后来院子里的其他年轻妈妈都来找她,并主动提出一件棉衣给25元的加工费。后来活越接越多,她便在妇幼市场内租了个10平方米的摊位。李女士介绍,刚出生的小宝宝皮肤娇嫩,市场上卖的丝绵袄比较硬,也没棉花暖和、柔软,所以生意越来越好,干这一行的也越来越多。“棉衣妈妈”以四五十岁的中年女性居多。

记者在调查中发现,市内人流密集的地方,如陈寨、庙李、姜寨、南阳寨等,每个村里都有一二十家做棉衣的小店,一些卖窗帘、床单以及一些洗衣店内,也挂着“定做棉衣”的招牌。据南阳路与兴隆铺路附近一家帮忙裁剪的人士透露,旺季时“棉衣妈妈”每个月营业额可达上万元。

郑州吹响线上线下“集结号”

本报记者 成燕

电商 双11成交额火爆

从2009年起,阿里集团在每年11月11日都会举行大规模购物狂欢节。去年,天猫双11购物狂欢节更以191亿元的成交额让业界惊叹。5年来,发轫于电商的这股营销热潮,不仅在网频频掀起销售狂飙,今年还首次引发郑州众多实体店纷纷举起营销大旗。以店庆促销等为由头,省会多家百货商场、超市在双11前夕纷纷推出大力度促销活动,吹响线上线下大促销“集结号”。

旅游业 首次抢搭双11快车

11日零时6分7秒,天猫双11购物狂欢节支付宝交易额突破10亿元。达到这一数值,去年双11用了37分钟,而今年只花了不到7分钟。13点04分,阿里集团双11交易额突破191亿元大关,相当于去年双11全天交易额。截至昨日24时,阿里公布了双11全天的交易数据:支付宝全天成交额突破350亿元,比去年增长83%。据了解,今年双11购物狂欢节参与商家规模增至2万家,是去年的两倍,涵盖电器、服装、家装装饰、箱包、汽车、洗

快递业 严阵以待保畅通

双11被称为中国快递业的“春运”。短期内迅猛激增的包裹,考验着各大快递公司的应对能力。不少消费者反映,在“网购节”期间,买下的商品常常迟迟收不到货,快递成了“慢递”。今年双11期间,我省快递企业如何确保运行平稳?据省邮政管理局相关负责人介绍,为保障旺季安全平稳运行,该局和郑州市邮政管理局、省快递协会已联合组成我省旺季生产快递服务保障工作领导小组。按照要求,11月8日至11月21日,省会承担双11电子商务快件服务的主要企业建立进、出、转口业务量日报制度,EMS、顺丰、宅急送、申通、圆通、韵达、中通、百事汇通等12家重点快递企业指定专人,每天上午8:30向该小组办公室报告前一天本企业全省的进、出、转口业务量情况。同时该小组将及时掌握企业业务量变化,对达到或超过企业现有能力处理上限的,指派专人赶赴现场协助企业做好处置工作,防止快件积压、延误。

昨日,上海韵达速递河南公司总经理赵建平介绍,阿里集团今年首次派员进驻我省韵达及申通、圆通、中通等速递企业,适时监控现场运行情况,预防发生爆仓情况。为保障

实体店 扛起双11营销战大旗

双11网络大促销已满5年。从鲜为人知到形成线上线下燎原之势,这场从电商引发的促销大战,对实体店营销影响可谓深远。从去年开始,郑州部分百货店已开始试水加入双11营销战。今年,丹尼斯百货、正道花园百货、郑百大楼、大商新玛特、世纪联华、沃尔玛超市等众多商家更是从11月初开始,就借到店庆回馈、冬品上市等由头,纷纷推出送券、折扣、满减送赠品等大力度促销活动。刚刚过去的双休日,郑州多家商场、超市出现人头攒动、排队交款的热闹场面,花园路、农业路、人民路等繁华路段持续出现交通拥堵。

除了省会零售企业大举跟进,不少汽车专卖店、通信商、餐饮企业也纷纷借双11推出五花八门的促销活动。刚刚过去的双11,俨然成为线上、线下商家的集体购物狂欢节。针对这一现象,正道花园百货企业企划部经理刘新义分析说,从零售业全年营销波动值来看,11月份属于消费淡季。今年省会诸多商家之所以选择在双11前后启动集中促销,一是因为此期间恰逢郑州多家百货店推出店庆促销,二是随着双11购物狂欢节渐入人心,借助冬季新品上市,实体店也想找个促销卖点。

面对网上销售的诱人蛋糕,郑州服装企业“触屏”热情异常高涨。据市工商联服装商会会长金全福介绍,为备战今年双11,郑州“逸阳”女裤备货达40万条,该公司定下当日销售目标为3000万元。统计数字显示,截至昨日16:45,逸阳双11线上销售已完成当日销售目标的三分之二。

继去年之后,娅丽达服饰昨日再次参与双11活动。在天猫、京东商城、淘宝等5个线上平台,娅丽达定出的总销售目标是600万元。该公司相关负责人告诉记者,截至昨日18时,当日线上销售已突破550万元,完成600万元的销售目标毫无悬念。而这一销售目标是去年双11销售额的10倍。

经济观点

“人工造节”刺激了谁?

电商在双11期间最大的杀手锏,就是所谓“绝对低价”。天猫造节,各大电商平台也不甘寂寞:平台之间的“排他化”竞争,暴露出对这一轰动数字的“你争我夺”。

业内人士表示理解但不赞同。中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平说,虽然排他性经营是企业的权利,但是这种做法未必明智。在开放的互联网行业,依赖压制商家的经营方式也是难以持续的。

压力之下,不少促销都暗藏消费陷阱。一是故意标错价格,吸引点击量后商家再取消订单。二是对促销商品先提价再打折,实际上促销力度小甚至更贵。网民“天天有钱人说”,他一个月前购买的棉服价格为88.47元还包邮,而在双11的“促销”价格却高达169元。三是想要的促销,促销的是“陈年旧货”。一位业内人士对记者说,前些日子去浙江桐乡一带出差,看到很多地方挂着大横幅收购库存,用于双11清仓用。

“亮丽”的数据也可能暗藏水分。来自北京的徐小姐就说,去年双11她买了一件大衣,后来发现代购的价格远远低于促销价,无奈地选择了退货,像她这样的顾客不在少数。

对于卖家来说,双11固然是冲量的好机会,但“豪赌”也代价不菲。为了备足双11的存货,一些卖家从8月份就开始四处借钱,如果最终效果不佳,可能带来新一轮积压。由于透支消费力,商家还可能遭遇“冰火两重天”,承受节后一两个月的“门可罗雀”。

不计成本的短期刺激,极易造成资源浪费。中国电子商务协会政策法律委员会专家委员赵占领说,消费者冲动消费,购买自己根本不需要的东西;快递业必须根据双11需求加大力度配置软硬件设施,却只能用那么几天;商家加大力度进货,如无法售完又导致积压。

记者在调查中发现,网购之所以诱人,正是由于它省去了传统卖场的进场费、运营费、促销费和“提点”,而这部分成本占到商品成本的近三成。通过电子银行等新型支付方式将消费延伸至更偏远的地区,将“宅男宅女”的消费刺激出来,“人造节”的背后,也让人看到中国内需市场的巨大潜力。专家测算,如果按照年均40%增速计算,预计“十二五”末我国网络消费交易额将突破3万亿元。如果电商

也走上“坐地收钱”的老路,与传统商场收进场费就并无区别,优势也将不再。

“目前电商仍处于发展初级阶段,思维上更像传统渠道,追求低价走量。”姜奇平直言不讳地说,但互联网最大长处不在比价,而是实现差异化。

毫无疑问,电商拿走的这块“蛋糕”,有相当一部分来自于传统商场。对于线下商场而言,购物节甚至类似“生死劫”。根据中华全国商业信息中心数据,今年8月,全国50家重点大型零售企业服装类商品销售增速仅为4.7%,处于持续低迷状态。巨大冲击面前,一些商场主动放低身段打出“甘当试衣间”的旗号,鼓励消费者前来拍价签、抄货号,试图分一杯羹。专家认为,传统企业需尽快降低促销费、进场费等各种费用,减库存成本,提升体验效果,改变固有管理模式,方能抵御来势汹汹的各方挑战。

中国消费者协会律师团团长邱宝昌认为,双11带来的盛宴,消费者关心的并不仅是购买方式,更是购买成本、产品的质量和服务的品质。能为消费者提供更多便捷的服务者,才是未来的大赢家。 据新华社电



商家纷纷推出促销活动,打出大幅广告。 本报记者 宋晔图

网上“血拼”要理性

本报讯(记者 宋建巧 通讯员 陈晓燕)双11购物狂欢的余热仍在持续,根据以往网购消费中容易出现的问题,市工商局、消协昨日联合发布提醒,网上“血拼”时要保持理性,慎点鼠标。

注意交易安全。选择相对知名或专业的网站,并尽量选择有一定规模且有第三方支付平台的网站商辅,使用具有安全功能的浏览器,不要点击卖家通过MSN、QQ或E-mail等方式提供的交易链接或图片,不要直接汇款给网站或是付款到个人账户,以免造成经济损失。

求“价廉”还要重“物美”。双11期间,消费者千万不能贪便宜。不仅要货比三家,还要注重产品质量,在“低价”的同时力求“物美”,谨防价格阴降暗涨,商品以次充好,买到“垃圾货”。

留存消费证据。消费者在下单时注意保留聊天记录、下单截图、认证短信、确认邮件等信息,待交易整体流程结束,确定卖家无违约行为后再另行处置。

仔细查验货品。双11快递业务量大增,消费者对“快递变慢递”要有所预计。在签收包裹前更要仔细检查,确定商品包装是否完好、货品是否有破损。

工商部门提醒消费者,在选购商品前要详细了解卖家退换货相关规定,遇到纠纷,可及时拨打12315电话咨询、投诉。