



家居电商造节：喧嚣过后，人心渐冷

今日女报/凤网记者 海帆

刚过去的6·18电商大促，京东商城凭借其店庆促销活动，在6月18日当天获得了同比增长超过100%的下单量佳绩。然而，这样闪亮亮的销量背后，消费者对电商促销的态度却越来越冷漠。

6·18节前：全面覆盖，大肆宣传

近年来，天猫、京东、淘宝、阿里巴巴等电商巨头习惯但主动造节营销，比如：“双十一”“双十二”“年终大促”和“6·18年中大促”。但在一波又一波的造节大促浪潮过后，消费者似乎也渐渐看清楚了这些电商大促的“把戏”，所谓大促，“低至一折”、“零元秒杀”、“白菜价”往往都是商家的噱头而已。渐渐地，审美疲劳的消费者对于大促的热情也日渐冷却。

此次6·18促销，京东商城大有将6·18打造为另一个淘宝“双十一”之意。5月中旬，京东商城便陆续开启6·18的相关整合营销活动，发出了以“6·18, PARTY ON!购省”为主题的电视广告和平面广告。6月初，京东更是全面覆盖，纷纷在电视、报纸、网站等媒体平台上打出大幅广告，宣传6·18店庆大促。

随着世界杯的火热开幕，其他电商也不甘落后，趁势加大促销宣传，天猫、国美在线、阿里等家电商都纷纷使出自己的撒手铜大搞“6·18”年中大促。

6·18当天：家电促销商品无价格优势、秒杀成功无望、虚假无货

京东6·18大促 部分家电比正价还贵
网友吐槽道，6月18日促销当天，京东、天猫、当当、国美在线、阿里等8家网店商品促销价格存有猫腻，很多商品

所谓的促销价格不但不是历史最低价，甚至创下商品价格历史最高价的纪录。数据显示，6月18日当天，8家网店的历史最高价商品超过88万件。

6月18日当天，记者把京东6·18活动的商品与国内其他几家电商平台做了价格对比，发现京东商城部分家电比其他电商平台高出好几百元。如京东6·18促销活动中长虹1.5匹冷暖空调KFR-35GW/ZDHR(W1-H)+A3，价格为2849元，同一款空调在国美的价格为2399元，京东比国美贵了450元。

此外，记者还发现，此次京东大促中声称超值秒杀价格的价值4599元的美菱BCD-278WP3BD 278升变频风冷三门冰箱，在天猫和国美在线的同款冰箱价格为4299元，比京东便宜了300元，再加上国美在线满4000元减400元的优惠，这款冰箱在国美的售价仅为3899，比京东便宜了700元。

这种同款电器比其他电商平台贵几百元现象不仅存在于今年的6·18大促中，在往年的6·18中也有。记者了解到，2012年的京东6·18大促之时，更是出现同款电视比天猫贵3000多元的暴利现象。

秒杀成功无望 商品虚假无货

电商促销中，低价秒杀也是其促销招数之一。消费者为了获取低价商品，往往长时间寸步不离地守在电脑旁，秒杀时间一到，就进入了万分紧张的抢购状态。很多电商喜欢把秒杀时间安排在凌晨时分，彼时大多数消费者已进入睡眠状态，然而，低价的诱惑，还是使得不少消费者宁愿牺牲睡眠时间，希望借此机会搏得低价。

然而，就在消费者苦苦守候多久之

时，此次6·18大促中，京东的部分参与秒杀活动的商品却一直显示“无货”状态，这不禁让人生疑。众多网友反映，京东一些优惠力度大的“秒杀”活动，成功几率几乎为零。到底是瞬间被秒杀完了，还是货物数量屈指可数？事实不言而喻。据了解，6月18日当天在微博上搜索“京东 无货”的关键词，显示的相关信息竟有44万条。

6·18后：商品质量难保障 发货时间延迟

尽管许多网友纷纷吐槽此次6·18中存在的种种猫腻，但也是在参与了6·18活动之后才发出的抱怨。所以，此次的6·18促销，似乎是京东一手策划、自导自演，但大幅增长订单量却硬生生的摆在那里，昭示着此次促销的喧嚣与成功。

可众多订单的背后，物流配送与商品质量却难以得到保障。消费者陈女士6月18日前几天在京东购买了一台康佳冰箱，虽然价格上比平时优惠了50元，但京东方面却延迟送货，许是订单太多，物流配送不及时的缘故。收到货物之后，陈女士期待已久的冰箱里面竟有一条长长的裂缝，冰箱表面还有一条非常明显深刻的刮痕，惊讶失望之余，陈女士选择了换货。目前，陈女士告诉记者，冰箱已经换好了，但是对此次的购物体验并不满意，感觉京东的促销并不那么实在。

此次6·18大促，京东方面或许获得了销量上的暴增，表面上战绩辉煌，然而，这喧嚣闹腾之中，京东仿佛也失去了消费者的信赖，虚假打折、虚假无货、当天提价等促销手法实在是伤了广大消费者的心。一片喧哗过后，留下的，却是消费者对此种家居电商大促现象渐渐冷却的态度。

助阵世界杯 美的凡帝罗双系统 高端冰箱闪亮上市

今日女报/凤网记者 海帆

世界杯，不仅意味着一个多月的足球狂欢，也意味着需要存储更多的食物和啤酒。因此，囤积食物也算是“世界杯”大事，这也促使着冰箱销售步入高峰期。

近日，记者从美的冰箱有关负责人处获悉，美的凡帝罗双系统高端产品近期批量面世，重磅登场。

美的冰箱也重磅推出 高端冰箱

美的冰箱相关负责人告诉记者，伴随着世界杯的火热，近期各大冰箱厂商争相促销。在此之际，美的冰箱也重磅推出凡帝罗双系统高端冰箱产品，包括美的BCD-642WKDV以及BCD-620WKGDV两款型号的冰箱，主要有两个原因。

一方面，现下正处炎夏，再加上适逢世界杯期间，冰箱的需求量会大增，需求也会升级，如在容量、制冷、保鲜、节能方面有更高要求，因此推出高端产品以满足用户在看球期间更高的需求。

另一方面，近年来随着人们生活水平的不断提高，越来越多的冰箱厂商开始针对高端人群设计出智能与人性化并重的高端产品。据《2013-2014年中国电冰箱市场研究报告》显示，2014年1-4月份，在重点城市市场，单价4500元以上的高端冰箱销量已攀升至22.45%，销售额占比更是高达48.46%，2014年我国冰箱市场消费高端化趋势明显。

满足消费者多元化需求

据介绍，美的凡帝罗双压缩机双系统高端冰箱，采用国内首创双压缩技术，开创双制冷系统对开门冰箱新时代，实现真正意义上的冷藏室、冷冻室各自独立制冷，速度快、不串味、高保湿，确保食物更新鲜，保存时间更长。具体说来，美的凡帝罗双系统高端冰箱，双蒸发器、双风扇和双风道分别独立给冷藏室、冷冻室输送冷量。这样可以有效避免冷藏室空气进入冷冻室，实现冷藏冷冻零串味，确保冷藏室保湿效果高达80%以上，同时有效提升制冷速度，实现80分钟极速制冷，较传统冰箱提升一倍。

该负责人表示，从卖场数据监测来看，50%以上的消费者在购买冰箱时考虑保鲜、抗菌、除菌、除异味等功能，80%的消费者愿意为这类健康功能多支付近300元。而美的冰箱这两款高端新品的上市，能够满足消费者多元化需求，相信会取得不错的反响。



豪客来冰饮上市，第二杯享半价



今日女报/凤网讯(记者 王珏)近日，豪客来三款全新冰饮“芒果蜜柚汁”、“百香柳橙蜜”和“冰糖雪梨爽”上市，即日起至7月11日可享受第二杯半价的优惠。全新冰饮或热情如火的芒果配西柚；或口感丰富的百香柳橙；再或清爽的冰糖与雪梨，加入晶莹剔透的冰块，让果汁的色泽更加鲜亮，溢满阳光般动人的香气与韵味，清爽而甘甜，还带着微妙的酸，喝上一口，那冰爽，凉丝丝的感觉溢满齿间。

豪客来是全国最大的主营牛排的西式餐饮连锁企业，截止目前，在全国20多个省、90多个城市开设了超过280家的直营连锁餐厅，是中国规模最大、发展最快的西式餐饮连锁品牌之一。