

# 京苏大战炒了盘大菜,全国一半大家电库存一天吃光?

酣战昨9点打响,“过山车价”让网友忙着下单撤单;一天下来,

京东和苏宁的家电战火,从昨天烧到今天,从线上烧到线下,从京东和苏宁,烧到了当当网、国美网上商城、易迅网。京东商城CEO刘强东“往死里打”,而苏宁易购也不甘示弱,网友们更是乐得看到这样一场无底线的价格战。不少消费者多方比价,有的甚至多次下单多次撤单,为了拿到更低的价格。而京东和苏宁易购的价格也在不断更新,有的商品一上午屡次更新价格。国美、当当、库巴等网站纷纷加入混战,有网友笑称:“似乎没参战都不好意思说自己是电商。”

不过,有专家认为,这样的价格战未必利于电子商务的发展,也不要指望经过这一战就能奠定新的格局,电商的价格战可能还要僵持一阵子。

□现代快报记者 张波 何冬蕾

## 第1战场 拼价格

### 开战 “过山车价”忙坏了网友们

昨天上午9点,价格战刚开打,苏宁易购和京东商城的商品价格就开始不断刷新。网友们忙着下单的同时也在忙着撤单。

南京消费者刘小姐正在为新房选购家电,看中了一款洗衣机,但不一会儿价格就出现了变化,“本来标价是2000多元,没多久京东的价格就不到2000元了,我刚下了单又要撤单,后来索性不下单了,因为价格变化太快,我也不知道到底最低价会在哪里。”

### 相持 降价风逐步减弱,缺货的多

从昨天上午9点开始,各家互相比价,价格在不断更新。不管嘴上说得天花乱坠,最终看比价数据,谁的价格高,谁的降幅大,一目了然。

根据有道购物助手的监测,截至上午11点,京东的商品均价为3496元,相比10点钟下降63元;苏宁商品均价为3298元,相比10点钟下降22元。1小时内,京东调价19%,苏宁调价17%,降幅已明显小于前1小时。到昨天下午,京东的商品均价为3464元,

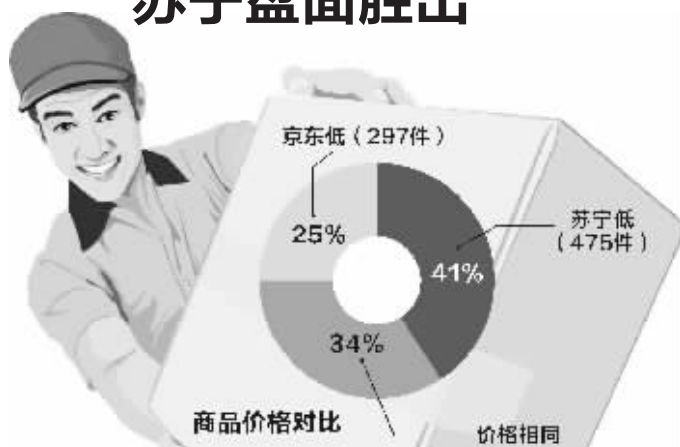
### 战果 京东秘而不宣,苏宁增10倍

大家电比拼如此惨烈,双方却都不急着公布战果。到昨晚7点多,苏宁电器公布了全天的数据,而京东商城则表示:“今天不会出相关数据。”

京东方面表示,截至昨天中午,京东商城大家电销售额突破2亿。京东商城CEO刘强东表示,价



## 京苏大战第一回合 苏宁盘面胜出



化所以又撤了单,一直到晚上下班前才敢确认买下。”

网友也担起“价格情报员”的角色,有网友发现8月14日晚上,京东商城一款夏普LCD-32LX330A 32英寸高清液晶电视的价格从2699元上升至4099元,但在昨日9点以后,这个商品价格又从4099降至2399,随后又再次下降至2288元,然后又涨到4099元,像是坐上了过山车。

网购大家电商品11.7万余件。其中仅有5000多件商品价格有所下降,总占比仅4.2%。

记者通过实时查看一淘网比价平台排行榜发现,在商家标榜“最低价”的商品数据中,超过半数都处于无货状态。以在空调类比价排行榜中位列前两位的格力72LW/(72568)FNCG-3.3匹柜式冷暖空调及大金FVXB360L-W 2.5匹柜式冷暖空调为例,除易迅外,库巴、京东、苏宁三家通通缺货。

到昨天晚上7点发布了最新数据,截止到18:00,苏宁易购网站访客数比去年同期增长了近10倍,PV数增长了近12倍,而整体销售规模也同比增长了10倍多。苏宁易购执行副总裁李斌表示,各项运营数值均远远超过了苏宁易购之前“6·18”创下的最高纪录。

比6月上涨了1.2个百分点并与今年4月的价格指数持平。这也说明不少电商的降价力度已经远不及五六月份来得实在。一淘网称,7月28日奥运会开幕以后,很多企业都对价格进行了大幅调整,价格呼声最高的京东商城价格甚至突然上涨了18.5%。

有专家认为,这样的价格战未必利于电子商务的发展,也不要指望经过这一战就能奠定新的格局,电商的价格战可能还要僵持一阵子。

京东秘而不宣,苏宁易购访客销售猛增,接下来或还有恶战

据悉,8月18日是苏宁易购上线三周年的生日,苏宁易购此番大促会从8月15日一直持续到20日。不仅如此,据了解,苏宁易购线上线下的同价促销在北京也正式启动,线上线下同价品类已由电脑、通讯品类扩充至传统家电的畅销品牌型号。李斌表示,苏宁易购与线下实体店达成协同作战,将苏宁电器未来战略提升到实操阶段,下一阶段将分批在上海、杭州、广州等地陆续进行价格的同步。

记者从苏宁电器了解到,从8月17日起,苏宁将在全国范围1700家门店同步启动“全国惠战”。苏宁电器总裁金明告诉记者,之所以选择这个时间操作全国性大力度的促销,一方面,基于市场需求和行业发展情况,各大工厂为了进一步优化产品结构存在一定出货需求,提前释放市场库存;另一方面,苏宁作为家电连锁行业第一的领导者,积极响应国家拉动内需的号召,引领全球供应链整合渠道资源,大力度促销提前启动“金九银十”市场。

## 苏宁

线上线下联动,门店启动“全国惠战”

## 恶战还在后面

## 京东

主要针对苏宁,其他都是“擦皮鞋的”

刘强东昨天坐镇京东,微博却也没有闲着,始终在不断更新,几乎在给网友做导购服务。当有网友抱怨京东物流不给力时,刘强东再发微博表示:“这次抢购活动,很多网友抱怨京东大家电不能配送到自己的城市,我宣布,在年底前,京东商城重新开设10个家电仓,并且在2013年再开设25个家电仓,届时基本可以覆盖所有美苏能够覆盖到的城市。”

在忙着发微博的同时,刘强东还在北京京东的办公室召开了沟通会。会上,刘强东表示,京东商城目前拥有87亿现金,为了明年大小家电300亿元销售任务,必须要和苏宁国美打本次价格战。原本预计,这场恶战会发生在今年第四季度,但由于微博上一些压力,所以提前。刘强东还十分乐观地表示,此次价格战目前未受到投资方和股东反对。刘强东强调,本次价格战主要针对苏宁,而对于国美、易迅、当当等加入混战,刘强东似乎并不关注,他甚至表示他们只是“擦皮鞋的”。

这一战不是决胜盘

有电子商务专家表示,目前线上家电大战谁胜谁负还不好说,电子商业平台从销量上还不能与实

### 监管部门

### 江苏省物价局:正在跟踪,是否违法要看具体行为

快报讯(记者 张瑜)对于这轮“京苏大战”,江苏省物价局监察分局副局长鞠汉芳表示,物价部门不会主动去查处这样的行为,只要商家宣称的最低价不损害公平合理的竞争,让消费者买到便宜的商品,那就不存在违法违规行为。“价格是否最低是可比的,商家如果能证明自己的价格最低,法律不会禁止,但如果消费者能找到更低的价格,那“最低价”的宣传可能就存在欺作行为了。”他说。

鞠汉芳表示,从目前的价格法律、法规来看,对于电子商务的管理,并没有特定的规范,主要是原则上的要求,比如明码标价、诚实守信,以及交易过程中公平、合法等。“物价部门也在跟踪一些电商企业,我们会根据消费者投诉以及调研中发现的问题,希望针对电商这种新的销售平台,出台一些新的规定或者规范。”他说。

在这轮电商企业间的价格战

### 专家观点

#### 苏宁实力占据优势

从目前电商市场的情况来看,京东的发展速度放缓,苏宁易购却高速发展。而在经营模式上京东遇到非常大的困难与挑战,目前京东自营+开放平台模式已经无法适应国内电商的发展趋势,其模式已经不再被投资者认可,再加上其IPO受阻,寻找私募资金的机会也越来越渺小。

最终企业的竞争,一定是企业综合实力的比拼,由于苏宁采购规模大,在产品成本上有较大的优势,加之成功的零售经验,可以为消费者提供良好的用户体验,此外,在原有物流基地、仓储基地的优势资源上,加大建设,通过增加服务呼叫中心,保证消费者权益。良好的产品质量,也为企业的品牌提升加分不少。苏宁虚实结合,线上线下协同发展的举措,得到了包括政府职能部门、行业主管部门、投资商在内的各界广泛认可。

#### 背后是资本的火并

昨天,有业内人士指出,京东如此高调地挑起战火,其背后的核心原因在于,VC们已经被资本绑架,而下一步,将要动用的是供应商的资金。换言之,就此轮价格战而言,京东的底气来自两个方面:经过三轮融资,其账面上尚余部分资金,而投资者对上述资金走向已经失去控制权,此即业界所谓“绑架VC”,假如不支持价格战,则京东的市场份额将会一败涂地,而支持价格战,或将会有一线生机,这是目前京东投资者的绝对困境。

另一方面,京东通过积压供应商账期,获得了短期流水,用以扩大再生产,简单来说,这就是一个循环,用别人的钱做市场,用市场的款填账单。

苏宁电器昨天的股价走了一个“V”字。昨天开盘后,苏宁电器股价下跌3.4%,资金净流出达2.2亿元。然而午后,受大股东增持的良好影响,苏宁电器股价大幅拉升,一度冲击涨停板,截至13:30,报于6.38元,上涨8.50%。

南京大学电子商务专家周耿则认为,目前这种多家电商的价格战局面,恐怕不会经过这一次战役就此结束,而是会僵持相当长的一段时期。

### 微博热议

截至昨晚11点半,新浪微博上电商价格大战相关微博数量已经超过5654万条,并登上微博话题榜的首位,远远超出其他热门话题。

@深圳穆刚:京东商城是在经营企业吗?是在毁灭社会财富!

@梦松堂:打价格战,如动用自己的本钱倒也罢,问题是一定转嫁给生产厂家!诸多生产商莫名其妙地被卷入经销商的战争,成了垫背的牺牲品!

@抽风的苹果汁:这毛利指的是前台呢?还是前台+后台呢?前台为0,后台补不就好了嘛~再说了,谁又能证明毛利是0呢?事情还没做,埋头搞这么大~

@小林树s:政府应该出面制定对电商的管理制度,避免无序的,不正常的竞争。

@青花纵横:几乎没有重复的商品,而且价钱也没比门店便宜多少啊!

@L林桃淘:管他怎么打,价格降下来是主要的。

@非职业业酱油男:太坑爹了,看中佳能600D,价格倒是下来了,同时无货,有价无货吵吵个啥!

@斯大叔:某东明显带有炒作嫌疑,但确实是波及到了某宁,伤害到了某美。

@何大公:明降暗涨,差额的没货

@玛奇朵不焦糖:什么时候家电全都降价?

@杭杭:一切都是为了赢得客户和利益。

## 第2战场 拼口水

#### 苏宁始终坚持薄利多销

昨天下午两点多,有消息称,苏宁易购执行副总裁李斌宣布,苏宁此次的打折季结束之后,即使京东继续打价格战,苏宁易购也不会继续跟进。不过,很快,李斌表示,自己从未有过类似表述。李斌表示:“价格竞争是市场竞争永恒的主题,苏宁易购始终坚持薄利多销的原则和既定的营销节奏。”

#### 厂商躺着也中枪

打开价格战,最纠结、最受伤的莫过于家电品牌供货商。TCL集团助理总裁、品牌管理中心总经理梁启春表示:“投下的炮弹,泼出的口水,其实都是家电厂商的血汗。珍惜世界和平吧!”

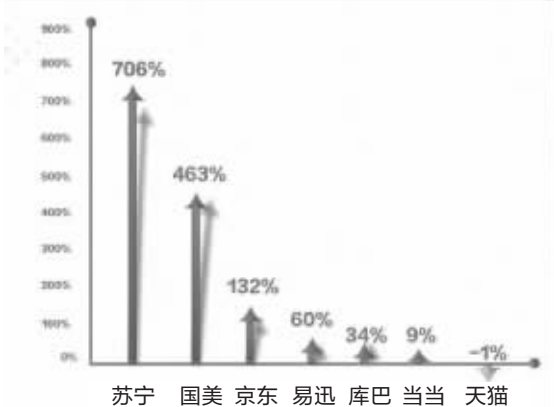
而8月14日,有媒体称“价格太低,海尔8月停止与京东合作”。昨天,记者联系到了海尔集团新闻处,在其发给记者的邮件中明确表示:“海尔官方从未对外表示过停止和京东合作。”但对于记者提出的海尔如何看待“电商价格战”的问题,海尔方面并没有正面回应。

作为口水战场的新浪微博,深圳康佳副总裁穆刚曾通过微博质疑:“京东商城是在经营企业吗?是在毁灭社会财富!中国企业如果如此发展下去——浮躁张扬而不尊重对手将在不久的将来必败无疑!企业如人一样没有良好的品行和修为终究不会也不可能成大事。”但穆刚随后将该条微博删除。

采访中,更多的供应商不约而同保持了沉默。“现在情况不明朗,没人会跳出来表态的。”一家家电品牌相关人士直言不讳。另外一家家电品牌有关人士甚至怀疑,有些消息是刻意在炒作供应商的态度,“背后是不是有推手?”

### 800M 商城流量增降对比

相比14日同期商城流量变化,明确参与价格战的苏宁,国美,京东,易迅均有大幅流量增长,其中苏宁增长幅度最大,高达706%



(数据来自有道购物助手) 截至昨天18点的的天