

# 苏宁京东搅局天猫“双11”

■苏宁线上线下昨日已启动“0元购”，活动将持续三天三夜  
■京东商城一改高调做派，昨日低调公布活动细则

明天就是光棍节，但硝烟早已弥漫。京东昨天正式向天猫宣战，而苏宁易购更是线上线下联动，昨日已经开始启动“零元购”，抢占先机。记者昨天从天猫获悉，目前已经有超过3.2亿人次疯狂抢天猫红包，11月11日当天，恐怕又是一场电商界的大战。

□现代快报记者 张波



## 苏宁声势浩大 “0元购”持续三天三夜

苏宁早就宣布将展开“0元购”活动，线下苏宁门店和线上苏宁易购协同启动。记者从苏宁电器了解到，此次总体让利规模超过15亿，销售任务将冲刺50亿。同时线上线下联动促销，全天候时间覆盖，全消费人群覆

盖，以争取销售规模的最大化。

苏宁南京大区将再次携手南京、镇江、泰州、扬州四城市78家门店展开“双11”促销。“0元购”商品将不限购，单一会员账户将可进行多次积分返还。

据了解苏宁易购“双11”已经

提前启动，“三天三夜0元购”昨天就已经上线。

同时易购为保障本次大促订单的配送时效，防止仓库爆仓，特别向白领和大学生两大人群，招聘1000名对本地城市路线非常熟悉的兼职快递员。

## 天猫启动早 3.2亿人次疯狂抢红包

天猫的“1111”活动其实一个月前就已经开始，许多消费者早就在天猫预售平台和聚划算团购锁定中意商品，只等在11月11日当天支付余款。根据天猫的数据，超过5000套房子、数千辆汽车、3万件太平鸟四件

套、10万斤有机稻花香新米等商品被疯抢。

“通过预售、O2O（从线上到线下）和C2B（消费者定制）的模式，聚合消费需求，反向影响厂家，从而大大降低成本，使消费者享受到更大实惠。”天猫预售平台

负责人马学军提醒消费者11月11日当天支付余款，否则定金不退。

不少用户在11月1日就开始准备用支付宝余额和红包在光棍节当天支付，在短短几天时间里，有超过32亿人次登录天猫瞄星球抢红包，在线人数累计已经超过1.25亿。

## 京东姗姗来迟 优惠细则力度不小

原本只属于天猫的“光棍节”，如今变成了整个电商行业的“双11促销日”，今年的11月11日甚至被业内视为“2012年最后一场价格战”。

目前，已经有当当网、天猫、苏宁易购、国美、亚马逊、腾讯易

迅网等多家电商网站提前公布了各自的促销计划。

不过此前，天猫的老对手京东商城却并没有公布针对“光棍节”的活动。

直到昨天上午，京东商城才公布了最新的活动。昨天京东商城的

官方微博称：京东商城11·11专场，五折基础再送优惠！满99送1010礼券，日用百货满4件立减1件，4件只要3件钱！此外，奶粉最高499减200，尿裤399减100！食品最高满300减200。活动从11月10持续到12日。

## “大战”花絮

### 搜罗商品太多 丈夫要离婚 天猫回应愿意为其买单

11月11日“光棍节”将至，天猫、苏宁易购、当当网等电商纷纷推出各种降价活动，网购价格大战一触即发。不少网友也铆足了劲，疯狂往“购物车”里搜罗商品，只等打折当日放手一搏。

昨天有媒体报道称，一位网友王女士在网上发帖诉苦说，自己准备在“光棍节”当日过足网购瘾，“购物车”里的商品已经有30多种，价值近万元。可让王女士没想到的是，自己却遭遇老公

的“威胁”：“双11”你要敢乱花钱，咱们就离婚！”

对此天猫总裁“逍遥子”昨天在微博中表示：“搞光棍节促销不是为了制造光棍。”“逍遥子”表示，想劝说他们两位，“这位老公，别为了一万块钱重新变成光棍。为了避免走到那一步，天猫甚至愿意为你老婆已决定要买的东西买单。”

记者看到，不少网友在跟帖中表示，自己所收藏的商品远远超过了万元，纷纷呼唤天猫买单。

## 网友热回复

现金不等于钞票：我老婆购物车里有好几万货物，我希望她都能买下，但卡里没这么多钱，我今天跑去卖肾了，但是收购方说相关体检基本要一个礼拜才出结果，能不能先给我老婆免个单？回头卖肾补上。

小佳William：哈哈，我准备买N多东西去表白，脱光！天猫还支持啊？！

琳宝：啊，我购物车也有超过一万的，我男朋友说买了就不娶我了，求买单！如果我嫁不掉了，天猫负责娶我吗？

# 电商大佬：消费者不再容易被“忽悠”

■央视对话电商高层，详解价格战内幕  
■行业呼唤盈利体系与诚信体系

“双11”电商大战在即，多家电商高层作客央视财经微博友会，畅谈此次光棍节促销大战内幕，也就此深入探讨了一些行业发展趋势。有嘉宾总结称，这样的价格战当中每一个人都会是赢家。

据央视

## 行业须建立两个体系

问：这一轮11月11号大战，已经记不清是第几轮电商大战了，很多消费者越来越理性，电商也越来越理性。对于各位来说，你们觉得这一次11月11号能够赚多少钱，或者准备了多少钱去赔？

韩德鹏：其实现在电子商务行业处于非常不健康的状态。现在行业处于初级阶段，而且现在在电子商务行业真正赚钱的，包括已经上市的电子商务行业，在中国电子商务圈内，能数得着几大家有谁赚钱。依我看，到现在为止，盈利的基本没有。

第一，行业必须建立盈利体系，所有企业建立基础盈利能力，没有盈利的企业谈不上对消费者负责，而且没有盈利的行业，这个行业也没有任何发展前途。

第二，一定要建立诚信体系，国家相关部委正在出台关于电子商务的营销规范和电子商务自律准则，我们也是参与发起单位，也在做相关的调研，在此呼吁大家一起能够自律。国美会跟大家一起做这个事情，确保行业可持续发展，这样才能确保我们在这个行业内能够跟国际上的巨头竞争，来确保我们大家所有人的收益。

## 嘉宾



北京苏宁易购电子商务有限公司总经理助理车宏亮



国美网上商城总经理韩德鹏



知我网CEO苏海峰



中国消费者报副总编辑张建

## 企业发展要靠盈利，价格战不会不计成本

问：电商大战准备烧多少钱还是赚一些钱，价格战赚钱是很正常的事情？

车宏亮：企业发展必须要在盈利基础上，如果不计成本地亏损，企业肯定发展不下去。刚才也提到了从以往促销来看，价格是促销的一种方式，同时也提到，我们要实实在在让利给消费者。我觉得从苏宁来讲，一直也是围绕我们刚刚提到的理念，我们让利消费者之后，我们更多除了价格促销之外，我们还有更好的服务配套，这样我觉得最后消费者综合判断之后，他就能够得出到底有没有得到更多的实惠的结论，不是简简单单光是看价格。发展到现在不简简单单靠看似很低的价格，就能够吸引消费者过去，

消费者已经有更多理性选择在里面，不是说靠纯忽悠能忽悠过去。我刚才讲到让利肯定是实实在在在做。

最后会根据我们整个销售状况来看，我可以举个例子，我们这一次针对“双11”，去年考虑结合线上线下相结合做这一次促销，我们也定了线上线下合在一起定了50亿的目标，而且在活动期间苏宁还是坚持全场免运费，现在无论什么时候去苏宁易购购物，都是任何价值的产品都是不收运费的，在这一次“双11”期间仍然也会这样做。这个我们粗算一下，如果250万份订单，每单亏损费用平均20块钱一单，亏损也会有5000万。有可能消费者不能直接去看到，没有一个数字很清晰计算出来，最终通过购买以及在

产品上选择，以及售后服务、物流配送各方面得到体验之后会有自己一个认知。

苏海峰：从我们行业角度来讲，我们把“双11”看作更多是回馈的活动，不是完全各个公司打的纯价格战。电商有两个方式是利润来源点，一个叫做价格差，另外一个流量，买用户这些成本，也是公司运营很重要一块。我们虽然是百度投资的，我们也要算一个客户进来要多少钱，如果我们搞“双11”把这个节日做起来，变成来到网站入店客户广告成本降低了，我们在毛利上回馈给很多客户，我们总体上这边虽然少赚了，但是因为造成这样的节日，我积攒十倍五倍的人来进店，他们一起做的消费，实际上公司整体还是赚的，因为它节省了大量广告成本。

## 每一个人在价格战中都会是赢家

问：更加理性的参与者会以什么样的态度来进行这轮博弈呢？能够有所盈利、让利，还是打起价格战来会亏本呢？

张建：每一个人在价格战中都会是赢家。首先不是零和游戏，我不可能不花钱让消费者拿走，保证他能生存下去，价格一定是能生存下去，由于参与者多

或者按苏总的话讲“双11”是一个节日，我们高兴高兴，价格水平降低一些。

但是大家一定是挣钱的，这个不用替他们担心，你的话题很清楚，准备让利多少，不会赔钱。

第二个，网购消费者比平时便宜一些价格获得心仪的商品，他也是受益者。价格往上涨就

难，这个价格永远要下跌，从这个角度来看，价格战是永远的，这是企业生存竞争之道。不能取悦消费者，不能获得消费者对你青睐，就没有办法生存。苏总说在某些商品是挣钱，总体看来在提高店面知名度方面投入减少，算起来还是合算的，刚才那笔帐苏总算得很清楚，还是那句话，买的没有卖的精，谁也不会做亏本的买卖。