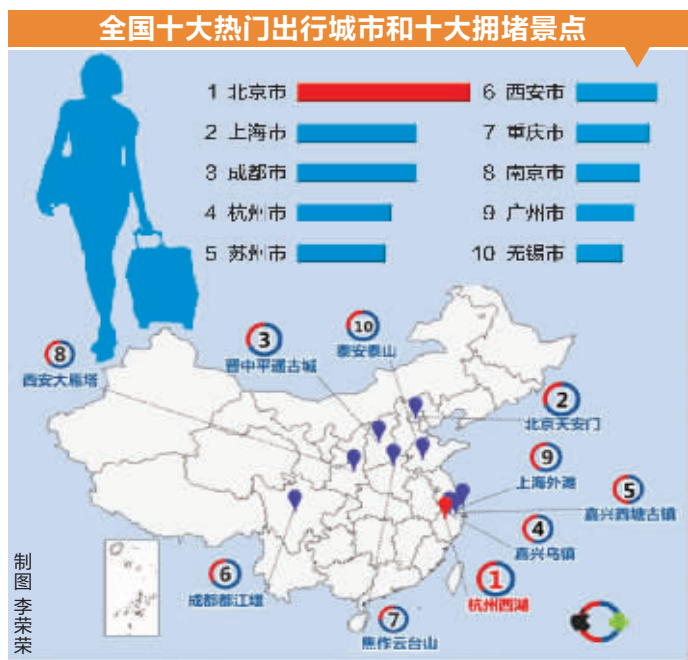


# 国庆十大热门旅游城市, 宁苏锡入围

## 假期路况预测和避堵攻略出炉, 杭州西湖成最堵景点

中秋、国庆临近, 很多人早就坐不住了, 半个月前就开始谋划出游线路。而这一点, 在近日高德地图联合全国多家交通管理部门正式发布的《2015年中秋&十一出行路况预测及避堵指南》中也有了明显体现。其中, 在涉及全国十大热门出行城市中, 苏州、南京、无锡入围。

现代快报记者 王瑞



### 十大热门出行城市 南京排第八

此次发布的《2015年中秋&十一出行路况预测及避堵指南》, 除了基于自身用户往年同时段历史出行数据, 各地预测内容还结合了全国多家交通管理部门的权威数据, 如江苏省公安厅交通巡逻警察总队高速公路支队、深圳市公安局交通警察局智能管理平台等。

发布的数据显示, 两节期间, 全国最热门的出行城市依次为北京、上海、成都、杭州、苏州、西安、重庆、南京、广州、无锡。其中, 长三角地区的高速公路流量最大, 去往苏州、南京和杭州方向的最为集中。

长假期间将出现驼峰式拥堵趋势。其中, 第一个出行高峰出现在9月25日, 第二个出行高峰出现在9月30日。

### 十大拥堵景点 杭州西湖拔头筹

由于今年双节相邻, 很多人早就开始盘算如何休假更划算。有网友发布攻略, 如果中秋节后三天请假, 就可以直接从中秋节一直休到国庆长假结束。

这份避堵指南还发布了今年假期十大拥堵景点排名, 其中杭州西湖很有可能成为今年“最堵”景点, 其它最堵景点依次为天安门、平遥古城、嘉兴乌镇、西塘古镇、都江堰、云台山、大雁塔、上海外滩、泰山。

值得一提的是, 排名前10名的拥堵景点中android和ios用户也呈现不同的出行偏好: 嘉兴的乌镇和西塘古镇ios用户占比较高; 去往山川古迹的景点中android用户占比较高。

### 十大拥堵高速 京藏高速居首

根据预测, 今年假期全国高速, 从9月30日14:00左右开始至10月1日的14:00左右为集中出行的高峰, 部分高速将出现严重拥堵; 返程高峰出现在10月6日15:00左右, 至长假最后一天的23:00左右。

与此同时, 这份避堵指南还发布了今年假期十大拥堵高速排名, 指出京藏高速八达岭大桥至康庄收费站将为全国最堵路段, 其余拥堵路段主要集中在沈海、莞佛、沪昆、乐广、长深等高速上。

记者从江苏交管部门获悉, 节假日江苏境内易拥堵路段包括: 1、3座易拥堵大桥: 江阴大桥、

苏通大桥、南京二桥。  
 2、2座流量较大大桥: 润扬大桥、南京三桥。  
 3、易拥堵路段: 沪蓉高速南京汤山至马群段, 京沪高速广陵枢纽至花桥段, 沈海高速南通北枢纽至太仓段, 宁洛高速南京段, 常台高速苏州段。

### 十大魔鬼路段 沪昆高速杭州段排第一

根据交通事件平台数据分析, 今年长假期间事故多发的“魔鬼路段”, 将会主要集中在车流量大、隧道、立交出入口、货车较多、坡度的地段。其中, 事故高发排名第一的高速为沪昆高速杭州段(直埠枢纽—下沙大桥段)。

十大魔鬼路段中, 没有南京境内的高速公路。那么, 南京各高速公路、快速路事故易发路段有哪些? 对此, 记者咨询南京交管部门了解到, 其中包括:

- 1、沪蓉高速: 沪宁方向274公里处、278公里处以及南京收费站;
- 2、长江二桥高速;
- 3、绕城公路: 绕城公路匝道口多达二十几个, 很多人因道路不熟, 发现走错路而违停, 很容易引发事故。尤其是凤台南路匝道、机场(花神庙互通)匝道。

# 国美9.17销售破42亿 创国美家电零售单日成交量新纪录

今天收获颇丰! 一共花了5.2万多, 把新房所需要的家电都买齐了! 省了大约1万多块钱, 国美这次活动真是太给力了! 刚刚在收款台结账的南京顾客张先生激动地说道, 张先生手里的发票足足有两米多长, 包含了彩电、冰箱、洗衣机等全套家电。

42亿元! 截止24时, 国美9.17亲友福利日全国门店销售额创造历史新高。据国美官方提供的数据显示, 9月17日当天, 国美全国1714家线下门店实现销售额42亿元。截止17日18时, 国美在线销售额同比增长468%, 移动端同比提升680%, 移动端占比已达全站52%。国美9.17大获全胜, 再次印证了国美全零售战略的正确和可持续性。



## 国美女掌门亲临门店 变身导购人员现场销售

9月17日晚8点, 位于北三环的国美电器马甸旗舰店内人声鼎沸, 前来购买家电的消费者络绎不绝, 收银台前排起了长长的队伍。据悉, 这是正在进行的“国美9.17亲友福利日”活动, 而在忙碌的员工中出现了一个特殊的“身影”: 国美控股集团CEO、国美决策委员会主席杜鹃。这位国美女掌门亲临门店, 变身一名普通导购人员, 与身处一线的国美员工共同见证了国美家电零售行业单日最高销售记录。

### 国美“女掌门”杜鹃 耐心为顾客介绍店内商品

当晚, 杜鹃先后在美国门店中的苹果体验区、电视区和厨电区为消费者提供服务, 并与他们进行了深入的面对面沟通。在苹果体验区, 杜鹃为消费者演示了苹果产品的多项功能, 并与消费者畅聊了苹果产品的优质体验感; 在电视专区, 杜鹃为消费者介绍了曲面与平面电视之间的区别。

在接受提问时杜鹃表示, 首先要感谢消费者29年来对国美的大力支持, 其次对于自己而言, 通过与门店消费者的面对面沟通, 能够切身了解他们对于国美的真实看法和意见。更为重要的是, 到门店做一名普通的导购人员, 能够使国美员工提升信心, 让员工感受到国美当下选择的路是对的, 而且的确可以做好。

当前, 中国零售格局分为纯电商平台, 以国美为代表的全零售平台等, 而对于线上与线下的关系, 杜鹃用形象的比喻阐述了她的理解。她对于中国零售的理解。“天上飞的要落下来, 地上长的要学会飞”, 杜鹃表示, 虽然线上给消费者提供了便利的购买渠道, 但对于需要深入体验产品的消费者来说并不方便, 而拥有全渠道优势的国美恰恰弥补了这一不足, 为消费者深入了解产品提供了诸多便利。

在谈及未来发展时, 杜鹃表示, 随着经济环境和消费环境的改变, 消费者对于商品体验有着更高需求, 他们更希望走进门店进行真机体验, 并通过专业的导购人员了解商品性能, 这是纯电商平台所不能匹配的, 而这恰恰是国美的全零售生态所擅长的。未来我们会继续围绕消费者需求, 不断完善升级国美生态圈, 给消费者极佳的购物体验。



### 大数据精准洞察需求 粉丝经济聚客引流

在非节假日时段实现单日销售42亿, 这在家电零售领域非常罕见, 对于正处在转型期的传统零售业来讲, 这是一次实体零售适应互联网+的经典案例。国美成功的因素是什么? 国美电器营销负责人介绍, 本次9.17活动国美除了保持惯有的“价格利器”外, 基于对消费需求精准洞察的提前备货、粉丝经济实现的聚客引流手段和中高端商品展示方式等都是本次国美9.17销售额创造历史纪录的关键。

国美首先筛选出最受消费者关注和喜爱的上百款明星商品, 依托强大的供应链优势, 对这些市场畅销品进行足量备货。同时, 在互联网大环境下, 国美以粉丝经济的聚客引流方式带来了门店客流成倍增长和销售的大幅提升。

9.17活动前期宣传时, 国美摒弃了以往大量广告宣传的模式, 采用了粉丝经济的聚客手法, 员工走进大中型企事业单位进行统一的活动宣讲, 将国美在9月17日的低价政策直接传递给他们, 再经由这些潜在消费者传递给他们各自的亲朋好友, 达成范围极广的口碑影响力。据了解, 截止9月16日18时, 国美全国门店共发放9.17活动入场券230多万张, 实际进店人数超过300万人次。

此外, 活动期间, 国美30万员工自发在微信朋友圈发布活动信息, 实现有效传播, 聚集有效客源, 而这些潜在消

费者在发现活动信息后, 自发传递给更多有购买需求的好友, 产生二次、甚至多次的有效传递, 这种基于信赖基础口碑传播大大提高了9.17活动的关注度 and 影响力。

相比网上冷冰冰的数据, 国美线下1714家门店提供的真机体验, 和门店导购人员的专业推荐, 让消费者能够更加了解自己的购买诉求, 给消费者带来了更极致的购物体验。这种面对面交互式的服务以及个性化的家电解决方案, 让消费者成功锁定在实体门店。

通过大数据分析, 国美发现消费者正初步形成“购买标准化和低端商品选择线上购买, 购买需体验性和高客单价商品、同时还需安装及未来售后服务的商品更愿意选择线下实体店购买”的消费理念。针对这种变化, 国美加大了中高端商品的门店出样率和展示方式。如对于苹果、三星、华为这类消费者喜爱的品牌, 其展台均位于国美门店最主要的位置, 其中苹果店中更是实现了与苹果官方体验店在商品展示上的一致。因此, 中高端家电商品的成交量在本次活动中明显提升。

### 国美在线开创网上内购模式 移动端份额占比过半

国美在线9.17超级福利日活动, 创造性的将线下内购会模式搬到线上, 消费者可凭借前期领取的电子入场券, 在9月17日当天享受员工内部价优惠, 开创了

网上内购会模式。截止17日18时, 国美在线交易额突破4亿元, 同比增长达到468%, 国美在线移动端销售额同比提升达680%, 占比已达全站52%。

值得注意的是, 此次9.17活动中, 国美在线移动端份额占比已超过全站的50%, “免单”、“赚钱”、“抽奖”是国美在线9.17活动的三大引流利器。其中, “免单”是指国美在线与中国电信翼支付的跨界合作, 首次下载翼支付APP客户端, 并绑定银行卡的用户可享受15-20元商品免单, 且包邮到家; “赚钱”是指用户利用国美在线分享宝将单品或活动信息分享至微博、微信等社交媒体, 凡有用户点击链接购买, 分享者即可获得佣金; “抽奖”是指用户购物满999元即可抽取4999元的滴滴专车券。

国美在线相关负责人表示, 内购会原本是企业对内部员工的特殊福利, 也是线下实体店广为流传的一种营销模式。国美在线9.17首次将属于线下的内购会模式搬到线上, 让消费者能够以较低的门槛参与其中, 共享企业员工的福利待遇, 相信这种网络内购会的形式将会成为互联网营销的一大重要手段。

业内专家表示, 实体店在面对互联网冲击中已经找到了适合自己、适合市场的发展道路, 最有效的人际交互方式是实体店天然的无可比拟的优势; 同时在智能化家居家电不断发展的今天, 实体店将有更多可以发展的空间。