

“618”电商大战“开撕”

宁波传统商超也加入“火拼”战团

“

今天是618电商大促销的日子。继双十一之后，“618”成为又一个“造”出来的消费热点。今年的“618”大促销，战线进一步拉长，参与的不再仅仅是京东、天猫等电商，宁波的传统商超也纷纷加入“火拼”。

记者 史妮超



漫画 章丽珍

“618”电商集体“放大招”

这段时间，网购达人徐女士几乎天天要清理手机短信。京东、天猫、苏宁易购等网站天天都有数十条618促销推送信息，不及时清理删除，手机就爆满了。

6月的促销，以“618”为主题，各大电商集体肉搏，放出大力度促销。

所谓“618”，最初是

京东店庆日，并以此为节点，开启持续20天的年中促销，商品大幅优惠拉动销售。

最近几年，天猫、苏宁易购、国美在线、1号店等也加入战团，火力全开，使得“618”变成电商行业又一个“人工节”。

连续几日，记者登录各大电商网站，“年中大促”“超低价秒杀”“钜惠红六月”等鸡血标语都挂在网页最显眼的位置。

6月1日至6月20日期间，京东推出大量“满减”“秒杀”“1元抢”等活动，对日用百货、图书、家电、数码等全品类商品进行促销，其中对家电产品的促销力度最大。

从18日开始至20日，京东的促销进入高峰。

几乎与京东店庆周期同步，天猫的618狂欢粉丝节也在进行中，号称“精选6个类目的尖货商品，特价源源不绝，剁手

生生不息。”除了和以往其他节日一样的大促销，此次还联动阿里云、优土等合作方，对众多平台核心会员推出超级粉丝权益，享受极速退款、当日送达等服务。

苏宁易购则将3C数码产品作为主战场，并推出全场六折、满减等活动。

“618”已经成为双十一之外，电商行业第二大“人工节”。

中国电子商务研究中心监测数据显示，2013年6月18日，电商网站的访问量平均增长65.4%。京东当日的访客到达率增长70%，浏览量增长60%，单日订单量突破300万，家电销售额7.5亿元。

2015年6月18日，京东下单量超过1500万单，订单量同比超过100%，移动端占比超60%；苏宁线上销售同比增长426%，门店同比增长353%；国美在线订单量同比增486%。

实体商超吐血大促销“抢跑”

与往年相比，今年的618大促不再只是电商巨头的独舞。宁波传统商超也纷纷加入“火拼”。

记者从宁波第二百货、银泰百货了解到，18日至20日也将同步展开618大促，以拉长今年年中庆战线。“包括化妆品、珠宝、男女装等在内的多个品类都会参与，内衣区部分品牌买二送一、女装楼层部分品牌5~6折，男装楼层也有部分品牌低至5折。此外，年中庆的预购卡也已经开售，可以享受额外9.6折。”银泰百货企划部有关负责人汪主管告诉记者。

欧尚超市则“抢跑”618，在6月15日、6月16日启动“疯狂购物节”，纺织品、百货全场5折，

洗化用品7折，食品杂货、南北干货、锅具、休闲小吃、酒水饮料等全场7.5折，奶粉、尿布买三送一。

昨日，在欧尚超市，回忆起前一日场景，在结算台整理提货篮的一位工作人员对记者说，这是她第一次见到收银台前排着这么长的队，购物车里都是满当当的商品。听说前一日超市有关商品全场5至7.5折，一些未赶上趟的市民流露出些许遗憾。有些老顾客告诉记者，自己平常在超市压根碰不到这样的优惠，但随着网络购物的冲击变大，实体超市的优惠活动也慢慢多了起来。

欧尚超市海曙店昨日统计数据显示，6月15日

单日营业额188万元，6月16日单日营业额230万元。而平常工作日的单日营业额为45万元左右，双休日也在60万元左右。其中一款标价3.4元的T恤半天就售空了，卖了1680件。

此外，全国范围内拥有实体门店的苏宁、国美线上线下同步出击，比起单纯线上大促销更有优势。苏宁的“618”年中大促，全国2700家门店同步启动，线下主打是超级比价，低至5折。

国美也参与了这场年中狂欢，从6月8日起，国美旗下1700多家卖场，将全面启动高效家电产品消费补贴，补贴活动涉及空调、冰箱、洗衣机、彩电、厨电在内的50多个品牌、2000多个型号。

闺蜜组合显胜“基友”

女性出游量比男性高出一成

宁波男性和女性，谁更爱出门旅游？答案是女性。记者通过采访获悉，目前我市女性总体出游量比男性高出10%左右。“女游群体”正日益引起旅游业界的重视。

旅行团里女游客普遍多

“300多名游客排队长上6辆车，我站在那有点儿扎眼，前后左右都是女同胞。”上周末，市民王先生与妻子、小姨子报名参加了一个规模较大的绍兴常规旅行团。一路上，身边庞大的女性群体，令其强烈感受到男女游客间比例落差。

在一些体量较大

的包机、邮轮产品当中尤为明显，比如前往韩国的一些包机团，女性比例占比普遍在65%以上。

从携程针对自2015年以来近百万名实际参与出行的游客统计数据看，女性游客的比例约为55%，比男性游客多10%。我们宁波也是这个情况。携程网宁波分公司有关负责人介绍。

闺蜜同游拉开男女比例

“中老年、青年女性群体都有自己的闺蜜圈，她们结伴出游很常见，相反，单纯的男性同伴间为伍却是罕见得很。”浙江飞扬国际旅游集团执行董事李达介绍。

探究更为深层次的原因，“男性比较看中投资回报，旅游一趟几千上万元砸下去收益不稳定不说，还要安排线路、酒店等繁琐事宜，

这与普遍肩负买房、买车、还贷重责的男性而言，不一定是最佳休闲方式。相比之下，女性没有这么多顾虑，可以‘任性’。”就物质方面的原因，资深旅友夏磊如此解释。

另据佰程旅行网的统计数据，大部分情况下，女性是出游决策的主导者、旅游计划的制定者，由女性完成的出行决策比例高达60%。

业内开始重视这块市场

“旅游企业有必要动动脑筋，将闺蜜们爱旅游的神经挑动起来，做好闺蜜们出游的服务，或可无往不胜。”采访中，不少旅行社表示了对这一商机的重视。

目前，我市已有旅行社陆续推出相关

产品。记者在一些旅行社网站上看到，“闺蜜首选”“带上你的闺蜜吧”“为闺蜜专属打造”等宣传语不断，相关产品多设置主题乐园、亲水海岛行程，注重游乐互动体验。

记者 谢舒奕



融e联·容易联
专属、安全的移动金融服务客户端
社交应用与银行服务融合

ICBC 工银融e联