

面对倾斜的双十一,他们不服气

一边打折,一边“抗议”,实体店对网购狂欢爱恨交织

双十一来了,省城不少商场瞅准网络购物狂欢前最后一个周末大打价格战,多家商场可见“50买100”、“折上折”、“抢红包”等促销方式,商场内人气爆棚。实体店价钱合适,不少市民试后直接购买,提前“剁手”过起了双十一。也有商家花钱做广告,呼吁市民抵制双十一,避免过度消费。

本报记者 王皇 崔岩 实习生 马丽林

商场大打价格战 市民“剁手”购买

上周末,不少准备到商场试衣服记货号备战双十一的市民发现,商场已经提前过起了双十一,而且连支付方式也和网上类似。

记者在泉城广场地下的银座购物广场看到,店内几乎所有专柜都贴上了50变100,60变100或70变100的折扣条,大部分鞋子能打五折。几乎每个专柜前都站满了试鞋、试衣服的市民。在广场内各个收银台,有五六人排队缴费。

“双十一要来了,想来店里试试,记个大小和货号网购,比较靠谱,但没想到店里也打5折。”在一家专柜试鞋的刘女士试了两双后,当即购买了一双原价900多元,折后近500元的靴子。销售人员说,专柜接到商场的通知,7日至11

日全面打折。“很多新款鞋也直接5折,几乎和网上的打折力度一致。”

“抢红包”支付方式也植入店内,在商场内用支付宝支付满299元有机会得到50—4999元不等的红包。

在优品汇奥特莱斯,部分品牌断码和换季服装正在打“折上折”,吸引了大批市民前往试衣。在七里山奥特莱斯店,二楼的几大运动品牌和一楼的鞋子专区几乎每天都有大量市民购买。

“网上不就是实惠嘛,要是店里也一样实惠,谁都愿意就近买啊。”市民邱女士说,自己虽然已经在网上放入了不少双十一的货品,但她更喜欢在店里试后立马就买。“我觉得商家让利应该更多一些。”邱女士说。



做广告抵制双十一 呼吁市民理性消费

10日上午,济南街头出现了几辆奇怪的厢式货车,车身上贴着大横幅,呼吁人们抵制双十一,抵制“垃圾”消费。车上工作人员称,这是由实体店老板投放的广告,呼吁大家“双11”期间理性消费。

“今天上午,在槐园东齐鲁路上,看到有两辆厢式货车抵制双十一呢,挺奇怪,还让我签名。”10日上午10点,市民刘先生致电本报。

随后,记者联系到了这两辆搬

家车所属的搬家公司,工作人员说,他们也是接到公司总部的通知,说有人花了不少钱包了搬家车,在很多城市做这样的车体宣传。记者查询发现,南京、西安等地确实已有对此事的报道。

梁益清透露,打广告的客户是一家实体店的老板,电商双十一对他的生意影响很大,对方打广告是呼吁消费者双十一期间理性消费,不要过度消费。

运营费用为1000元,广告制作由客户自己完成,做好后运往各点。如果按7天计算,100辆车的运营费用就是70万元。谁花这么多钱做这样的广告呢?出于商业秘密的考虑,该负责人并没有透露雇主的信息。

前几年吃过促销的亏,今年不再凑热闹

双十一狂欢中也有“淡定族”

坐在电脑前挑选比价熬到眼睛通红,购物车里的商品看了一遍又一遍,添了再删,删了再添……双十一之前,这成为很多网购一族的生活常态。但是还有一些人,在这场狂欢之前却保持着冷静,不是他们不爱网购,而是经过几年的狂欢,逐渐变得理智。

本报记者 刘雅菲

促销不一定是真便宜

历女士从第一次双十一活动开始就参与了,“当时说都是五折,太有吸引力了,而且看起来的确是很便宜,我第一年买了七八样东西。”但后来一次无意的发现,给了历女士这脱得意洋洋的劲儿重重一击。“我当时给孩子买了一件羽绒服,标价500多块,半价200多块,我毫不犹豫地就买了。没想到,促销活动结束后,这件羽绒服还是卖200多块,而且当时卖家自己又搞活动,比我双十一买的还便宜十几块钱。”

既浪费了时间还受累

有人在双十一浪费了感情,也有人浪费了时间。

“上班的时候开着电脑,干着工作的间隙就把淘宝打开了,浏览浏览商品,不知不觉几十分钟就过去了,那一段时间工作效率特别低。”不仅是上班的时候,晚上睡觉前,刘女士也会拿着手机再翻翻看看有什么便宜的东西。“就像是上了瘾,忍不住。”

唐女士参与了两年的双十一狂欢,“第一年的时候我的热情很高涨,到处比价,真的是太累了。”唐女

士说,第二年的时候,本来不想再参与了,但是在周围人的带动下,还是加入了购物的行列,“第二年我学聪明了,用了比价软件,没有头一年那么累了,但是我发现比来比去,促销期间只便宜了十几块钱,浪费了这么多时间真是得不偿失。”去年,唐女士已经打定主意,说什么也不去凑那个热闹了。

冲动买来多余的东西

“我是个‘剁手族’,一买起来,简直停不下来。”陈女士这样向记者形容自己。

在陈女士的衣橱里,还挂着四件去年双十一时买来的大衣,其中一件连吊牌都没有拆,“当时只是觉得便宜,机不可失,如果再不买以后就贵了,所以就买了。”去年,光大陈女士就买了四件,再加上其他的商品,总数得有十几件。

刚刚上班两年,陈女士还没有太多积蓄,去年那一天的购物狂欢,花掉了她卡上几乎所有的钱。“太冲动了!买的时候心里很爽,收包裹的时候感觉像收礼物。可是看着还剩三位数的银行卡,真的很后悔,有些东西我根本就用不上。”今年,陈女士下定决心与“剁手族”说拜拜。



公交车一进站,有市民拿起手机拍照。
本报记者 刘雅菲 摄



▲出现在济南街头的抵制双十一车身广告,有市民在签名。 热心读者提供

◀10日,在济南泉城路上,一商家在门面大窗上贴出了双十一的促销活动,“省钱到失眠”的标语着实引人注目。
本报记者 王媛 摄

双十一被淡忘的光棍们也不甘寂寞

俩小伙公交车体打征婚广告

本报11月10日讯(记者 刘雅菲) 10日早上的经十路上,开来了一辆不太一样的117路公交车,公交车的两面各印着一个小伙子的照片和征婚宣言。这是一次征婚还是一场炒作呢?

一上午没接到一个征婚电话

据记者了解,车体广告上的两个小伙一个叫李洪亮,一个叫魏衍超,俩人今年都是26岁,能登上车体广告还源于两人的一句玩笑话。“咱俩要去参加非诚勿扰肯定行。”在一次朋友聚会中,魏衍超对李洪亮说道,“上非诚勿扰耽误时间,成功率也不一定高,咱还不如在公交车上登个车体广告呢。”在广告公司工作的李洪亮很快想到了自己的本行。

一句玩笑话说着说着也就成真了,俩小伙子开始张罗起来做车体广告征婚的事情。经过一番研究,俩人选择

了双层的117路和5路公交车登广告,每一辆车一个月的费用大约是3万元。李洪亮的工作就是广告公司销售员,车体广告的业务对他来说已经十分熟悉。要做车体广告,首先要到工商局进行户外广告的审批。“我一开始想用个化名呢,审批的时候人家不同意,说是必须得用真实信息”,李洪亮说,而在车体的尾部,俩人都留下了邮箱,李洪亮还专门去开通了一个新的手机号,供征婚对象联系。“我不太想因为这件事打扰我的正常生活”,魏衍超说,因此他没有留下自己的联系电话。

对于车体广告征婚的效果,李洪亮表示:“我还是挺期待的,不过也有一些担心,你说我不会被别人肉搜索吧?”

为了扩大征婚的影响力,李洪亮还专门联系了济南的各个媒体,想通过媒体的报道让更多的人知道。但一上午过去了,李洪亮的征婚电话除了记者的电话,并没有接到别的征婚者的电话。

征婚还是炒作 市民看法不一

10日早上,在体育中心北门的公交车站,这辆117路一进站,就有几位等车的市民看到了车体上的广告,还有一些好奇的市民拿出手机来拍照。

“我觉得这种方式挺好的,现在的征婚方式越来越多了,电视征婚什么的都不新鲜了,这也是一种新的征婚方式。现在有些年轻人的交往面比较窄,这样可以扩大接触面。”市民陈先生说。

“炒作!这肯定是炒作!要不就是广告公司做广告”

郑女士则从车体上的联系方式里发现了一些问题,“两个人就留一个联系电话,这一看就不太对劲,这个电话可能是做广告的吧,反正我是不会去打电话应征的。”

刘光伟 院长 主任医生

—全球十佳丰胸大师—
—专业乳房整形20多年—
—15000多例安全丰胸零事故—
—海峡沸腾丰胸专家组核心专家—
—网络红人沸腾女孩茜茜丰胸主刀专家—
—世界五大假体联合指定亚太区技术培训官—
擅长领域: 沸腾丰胸术、韩式无痕隆胸、注射隆胸修复、自体脂肪隆胸、乳房再造、乳房整形失败修复、巨乳缩小等。

在第12届美国洛杉矶国际乳房整形技术交流高峰论坛上,海峡整形丰胸专家组代表林沸腾展示的海峡乳房整形科研成果,被国际整形大会命名为“海峡沸腾沟”。国际整形医师协会主席托马斯教授称其为完美自然乳沟的象征,是国际丰胸金标准。

假体制入后的内缘点距离越短,乳沟就越深越集中。海峡沸腾丰胸假体制入位置比普通丰胸术深入1cm,两侧合计至少靠近2cm,塑造出的乳沟效果更集中、更性感。

▲红线为普通丰胸术示意图 ▲红线为沸腾丰胸术示意图

网络红人 沸腾女孩 茜茜 代言海峡沸腾丰胸

扫一扫 立减380元

★齐鲁最大国际整形基地
★全国十大整形连锁品牌
★亚洲5A级医学美容基地
★台湾明星微整形领导品牌

美丽热线 /0531-5881 9999
地址: 济南二环东路2828号省图书馆北邻

购车俱乐部

吉利汽车 GEELY AUTO

五座升七座

送6千补贴

另送: 30000公里免费保养

11月15日, 晚报带您换新车, 仅限50台!

活动地点: 吉利汽车超市经十西路店

11月22日吉利越野车厂家直惠价暨陆骏购车俱乐部, 当天再送万元超值大礼, 敬请期待!

买吉利到吉利汽车超市 69928000/87292222