

线上E购冲击实体店家

年关购年货网上“秒杀”去

专刊记者 牛蕊

年关将至,岁末的Sale的确令人疯狂。无论是线下百货商场,还是线上各大购物网站,都紧锣密鼓的准备迎接年底购物高峰的到来。许多平时高高在上的大牌商场也在此时推出了年度折扣,更有商家趁节庆喊出了“海啸价”的决绝口号,于是“天将降大任,必先抢红包”、“满150送150,全民疯抢进行时”、“圣诞‘价’给我吧”等充满诱惑而又非常给力的折扣信息,一浪高过一浪的正从四面八方飘进大家的耳朵。

血拼的是感觉
秒杀的是实惠

将时间和精力花在“讨好自己”上,尽情宠爱自己,这是一种新的生活方式。

在规定时间内抢购,只要以最快的速度点击鼠标,就有上百上千个大牌潮品,以低至2-7折的价格等着你!没错,这里说的正是日渐流行的网络限时“秒杀”。

与商场的血拼抢购不同,秒杀的商品一般都是消费者期待已久的东西,并且在下手“秒杀”之前,已经做出了一定的前期工作,比如看评价,对比价格等。所以一旦“秒杀”成功,几乎后悔的几率很小。而在商场血拼时,与其说是购物欲望膨胀,不如说是受周围抢购者的感染,往往买回家后细细算起来,划算不划算只有自己心知肚明。

白领李青最近一直“趴”在这些年终折扣网上,想淘些宝贝。不过很郁闷,虽然折扣够诱人,但是基本上“抢”不到。因为在网上淘货的买家实在太多。“现在是抢购状态,我才看中一件衣服,只是略微耽搁了几秒,再点击购买,网页上就显示没货了,可是我刚才打开该网页时,上面还显示着有上百件呢。”李青懊恼地说。

在和一家贴出“秒杀”通知的卖家的聊天中,记者了解到,贴出“秒杀”的这件商品每天都有上万人购买,库存已经没货了,需要等三四天以后新货才能到。由于要回复买家的询问、验货、发货等问题,他每天忙得晕头转向,即使新增加了十个帮手,还是忙不过来。

网上商城提前打折
线上促销先声夺人

“没有人上街,不代表没有人逛街。”正如淘宝商城这句颇有寓意的广告语所说,今年烟台市场上各家商场好像没有往年热闹,来到商场并没有我们想像中的门可罗雀和人头攒动的景象。

任凭销售小姐“喊破了嗓子,磨破了嘴”,顾客的消费情绪明显没有往年的高。周末本应热闹非凡的血拼现场,为何变为如今的不温不火?烟台一家大型购物商场的销售人员告诉记者:“目前来看,今年来买东西的人明显比去年少了,而且经常西的人明显比去东的。”难道这些顾客来店里只是试穿不买?客试穿衣服仅仅是为了过过瘾么?其实这些顾客是想买衣服的,来试穿衣服只是为了记下货号,然后到网上购物商城一搜货号,基本上就能找得到一样的衣服。”据销售人员介绍,来试穿衣服的人有三成是醉翁之意不在酒的,表面看在试衣服做工,实际要看的是衣服的货号代码。

看来网上商城对线下市场的冲击力度确实不小。

网店的销售价格原本就要比实体店便宜些,临近年底,网店纷纷推出送礼、返券、限时折扣、秒杀等促销手段。在烟台一家外贸公司担任销售工作的王女士彻底地抛弃了商场,她的理论听起来还挺有道理“在这个什么都涨价的时代,如果在大商场里要买一双好皮靴,低于1800元几乎买不到。网上商城早一个月前,就已经开始打折了,而且折扣比商场要低得多。网上6折就折拍下的靴子,市面上最多也就打个8-9折。”“17号开始网上就已经开始派送抵值券了,当天就被抢得差不多了,我只抢到了两张面值50的家具用品抵值券。就等着21号的始抢购啦,早就看好一套富安娜的床上用品四件套了,正好这次抢到的抵值券能派上用场。”热衷于“淘宝”的王婧告诉记者。

来得更给力些吧
促销的暴风雨

这个通胀的2010年冬季,还有什么不再涨的呢?关于物价飞涨的事儿,不用多说,你懂的。同时拥有双节的12月底,无疑是火热而疯狂,对热衷于网购的“淘宝”一族来说更是如此,用时下最流行的话:省时省力还省钱。尤其是在这个通胀的大背景下,网购风潮更是愈刮愈烈。

12月21日,淘宝网启动本年度最给力的让利大促销活动“全民疯抢”,还全场包邮,而且卖家承诺活

动当天绝不临时提价。“太兴奋了,淘宝能在年底送上这么一个大规模促销,简直太给力了!”烟台某家模设计公司的绘图员小徐说,“现在很多东西,我都是在网上买的了。给老公买的皮带,给父母买的保健品,还有我自己喜欢的衣服、包包。我们现在还在商量,买些什么年货来迎接新年。”人到不了现场也能来迎接新年。像小徐这样的网购“淘淘”一族俨然已成为一支规模颇为壮观的大军。

白领佟女士涉足网购已经有些年头,不过早前因为风险因素,在网上购物一直限于小金额的操作,基本上几百元已经是上限,几乎从不敢操作大笔的“买卖”。不过近来正好家里有些家电设备故障高发,受同事每日网购的影响,于是产生了尝试一下网购的念头。佟女士表示:“我刚在网上买的飞利浦19英寸LED宽屏液晶显示器才花了700多元,还返了20元的购物券,要在实体店这个价位还真买不下来。”

脸地忍受漫长的排队煎熬。在今年初她发现,办公室的女同事在中午休息时,经常上网淘货,渐渐的她也加入到网购一族中去。“拍拍网这次的圣诞促销太给力了,卖场里的不少商品,像倩碧、欧莱雅等品牌的护肤品,居然比代购还要便宜,这次真是赚翻了。不但省了去了因购物产生的路费,还省了不少时间。”

记者在采访中了解到,除了价格和品种齐全也是越来越多的网民选择网购的原因。白

都是浮云
什么通货膨胀

“越到年底我们越忙,网购确实为我节省了很多时间和金钱。”在烟台从事财务工作的周女士给记者算了一笔账,“我从网上买的品牌衣服比商场专柜便宜了一半多,关键是逛街的机成本太大,我把逛街的时间用于工作可能就会少加班一天呢。”

购物达人菲菲表示,前两年每到圣诞节这个时候,她都会奔赴烟台、青岛、上海各大商场血拼。不过,疯狂过后往往会上“乐极生悲”,她不得不拎着大包小包挤在拥挤的人潮中,灰头土

“购物狂”公开打折省钱秘籍

遭遇篇

赠送代金券得看清花法

在各种促销活动中,商家的利益总保持在一定的范围内,最终吃亏的,花高价的是那部分不爱动脑筋的消费者。前几天,小杨到某品牌服装店闲逛,被打折促销的大招牌所吸引,“买200送200”!小杨是一个月光族,平时买东西不怎么算计,他大致一想“这不等于5折吗?挺划算!”便开始挑选衣服了。结果,他买了一件599元的羽绒服,距离1元就到600元,商场仅赠送了他4张代金券,每张100元。小杨仔细一看,商场规定“每组200元的现金券中有100元是鞋券,100元是衣服券”,每次仅可以使用一张。小杨又挑了好久,结果发现,只要看眼上的衣服和鞋子都没有低于300元的,为了把这400元花出去,小杨还要花掉2000多元钱。无奈之下,他只好带着羽绒服走了。小杨感慨地说:“买的永远没有卖的精!”

对策篇

公式1 商场平均折扣

朋友听说他的遭遇后,向他传授了一套最近在网上比较流行的“省钱公式”公式为: $[100+(N-1) \times 70] / N \times 100\%$ =折扣(N为消费者购买的满100的个数)。

套用了该公式:以某商场即将在圣诞节推出的“买300赠100”为例,看上去是打了6.8折。实际上当消费者购买第一个300元商品时,享受到的折扣是6.8折,但当购物超过300元后,折扣就再也达不到6.8折了。按照公式计算, $[100+(3-1) \times 70] / 3 \times 100\% = 0.8$,该商场的平均折扣为8折。

而且搞这种活动时,商场大多将商品价格调在389元、398元这样的区间。如果按照第二件商品价格389元来计算,花掉100元的券,就相当于花了289元买了价值389元的商品,最低折扣也只有7.42折。也就是说,在消费者购买第一件商品后,无论再消费多少个300元,折扣都不能达到6.8折,只能是买得越多,折扣越接近6.8折。

公式2 赠券“黄牛”利润值

最后,朋友还传授给小杨一个和倒券“黄牛”讨价还价的方法。假如买m返n,用 $m/(m+n)=x$,算出来的这个数x就是最理想的折扣价,也就是这个活动折扣的理论值。但出这个价钱黄牛不卖券,因为会零利润,这时在这个理论的基础上加上0.01-0.03(即0.1折或0.3折),设这个数为a,这个数就是黄牛的利润比例。应出的价一般应该是 $y=x+a$,注意a应该等于0.01-0.03左右。

根据黄牛公式,以某商场活动是199元返99元为例,那么 $199/(199+99)=0.67$ 折,购买者给黄牛的价应该是0.67+(0.01至0.03),即0.68至0.7之间,一般用六八折至七折价位比较理想。如一次购买的商品总价大,可以给黄牛增加0.1折,就有希望成交,如果总价低就可增加0.3折。这样用最少的钱购买到“黄牛”手中的券,既保证“黄牛”得到一定利润,又将利润压到最低值。

圣诞节、元旦即将来临,又到了烟台商家促销打折的高峰,各大商场都会推出“满赠”、“满减”、“折券”活动。时下,在烟台一些“购物狂”中开始流传的“促销打折省钱公式”,将把“便宜”最大化。

