

双11 消费电子产品迎冲量期 降价手机受欢迎 音箱再陷价格战

作为每年电商行业规模最大的促销节点,双11期间各类消费电子产品迎来了冲击销量的时期,各大厂商也趁着年底将至和购物节的时间点,推出了多款新品并将老产品降价混战消费市场。

上代产品降价 手机市场再度热闹

对于国内的大体量手机厂商而言,10月底已成为发布下半年旗舰机的固定时间。

今年10月底,华为发布了Mate 20系列手机,荣耀推出了定位高端的Magic 2,全面屏概念的提出者小米也更新了全面屏旗舰产品线,带来了MIX3,甚至联想也推出了手机品牌重启后自家定位最高的Z5 Pro,一时间,国内手机市场出现了久违的热闹局面。

而10月19日开售的iPhone XR尽管是新一代iPhone中价格最便宜的型号,但售价依然超过了6000元,仍属高端机范畴,是国内手机厂商们主推高端新品的头号竞争对手。

根据京东平台的双11期间手机排行榜,截至11月8日20:00,手机单品当日销量冠军是iPhone XR,由此可见尽管近期有消息称因新款手机销量低迷,苹果已对富士康砍单10%,或导致富士康裁员,但实际上消费者对iPhone XR的热情并不低。

值得注意的是,随着产品换代,降价后的iPhone X也受到了消费者的继续追捧,在单品排行榜上位列第二,力压价格高企的iPhone XS和XS MAX。

排名第三的小米8同样说明着消费者对于真正折扣的渴望,这款发布于今年6月的旗舰机型双11前夕降价500元,进一步强化了小米早年主打的性价比属性,也因此得以在销量榜上排名飙升,风头盖过了自家新旗舰MIX3。

和小米8同时期发布的OPPO Find X、vivo NEX等曾经话题度较高的产品并没有在双十一期间取得明显的销量增长。

而华为Mate 20、荣耀Magic 2以及小米MIX3等最新安卓旗舰没有出现在单品榜上,与消费者仍处于对新品的观望期,以及厂商在热门配色的供货数量不足等情况有关。

无须频繁迭代 智能家居格局稳定

进入冬季,空气净化器、加湿器等产品迎来了消费旺季。

经历了去年的遇冷后,今年主流厂商相对谨慎,且因为空气净化器产品形态相对固定,并不像手机等产品一样需要频繁迭代,所以今年小米、352等国内头部空气净化器玩家还没有发布新品。



而去年在成都发布了增加空气净化器产品的锤子科技,今年屡屡被传出经营不善的消息,则选择了在成都再次举行一场发布会来回应传闻,并发布了自家的空气加湿器产品。

从京东平台公布的双11电脑数码产品榜单来看,智能家居领域销售额前三甲的公司是小米、萤石和360,除了小米的智能家居产品线较为丰富外,萤石和360的主打品类是智能监控摄像头和行车记录仪、儿童手表等设备,这些也是在手机领域较为强势的厂商没有发力的产品线。

智能家居设备中的一个枢纽品类,智能音箱产品也在双十一再度开启了促销战。

小米的小爱同学,阿里的天猫精灵以及百度的小度在家是智能音箱价

格战的主要竞争者,三家的主力产品在双11期间价格均没有超过300元,甚至还有价格不到100元的智能音箱单品。整个智能音箱领域在财力雄厚的巨头争斗中利润被一压再压,中小公司也无力迎接价格战,锤子科技公布的售价899元的智能音箱也选择了回避双11的促销战,明年春季才会正式销售。

今年双11期间的消费电子类产品中,除了iPhone XR这样的新品以外,大部分高销量产品都是有较高价格优惠的老产品,有些厂商在清理库存,有些厂商在趁机抢占市场。用户的选择也说明,在购物节繁多的促销手段包围下,理性消费正在成为更多人的选择。

华西都市报-封面新闻记者 蔡世奇

双11已经进入倒计时,买家购物车中囤积已久的商品,就等11日零点“开闸”。历了九年的线上购物狂欢,电商平台已经培养了大批忠实的剁手党。

“空仓钜惠”、“特价无库存”、“概不退还”……依然有不法商家的诱惑性宣传和强制性条款,让原本淘实惠的买家苦不堪言。大家在买买买时候,怎样才能避开陷阱,维护自身权益?双11前夕,华西都市报-封面新闻记者采访了四川开山律师事务所孙羿律师,为大家提供一些购物避坑小“贴士”。

双11来了 请收下购物避坑小“贴士”

《电子商务法》有哪些影响?

孙羿表示,对于电商行业的影响主要集中在两个方面:一、对于电商的经营主体及经营范围做了明确。以前,行业主体不明确,各类违规网络经营活动层出不穷,没有统一的监管部门,没有统一的行业标准,经营范围没有限制落实,行业乱象丛生。二、消费者权益损害有了法律保障。《电子商务法》颁布将有利于维护整个电商市场秩序,对于消费者在购买产品时出现权益损害,可以直接通过相关渠道反馈,有整套的法律处理机制得以保障,以前消费者在遇到权益损害时无路可寻的情况将得以改善。

成都的电商数量及电商消费者数量一直位居全国前列,今年也举办了全国移动电子商务年会,成都的电子商务行业发展处于中西部首位。所以《电子商务法》的颁布,对于成都电商发展的影响将更为深刻。

“消费陷阱”要如何预防?

孙羿提醒,消费者在选择网购商家及产品时,要先做好核实真假的工作。网购商家相关信息是否知晓,是否真实,消费者评价如何等。产品基本信息是否清楚,产品有无质量问题,商家有无售后保障等,不要轻信商家或者店铺的一些误导性宣传。在不规范的电商平台或商家中,经常会出现一些“隐藏霸王条款”、“双重标价误导”、“特价无库存”、“概不退还”等消费陷阱,一旦消费者选择或者购买相关产品,会带来诸多不利后果。

在成都上一年度的数据统计中,出现了较多的“消费陷阱”的情况,这也提醒广大消费者在进行产品选择时一定要警觉,一定要选择正规合法的电商平台,选择有相关

质量保证的产品,在产品的信息了解上要做好功课,才能从源头防范“消费陷阱”的出现。

网购遇到问题如何维权?

孙羿介绍,对于在网购中购买到了不符合质量标准或者虚假产品,消费者应当通过正当渠道进行维权,《电子商务法》就消费者维权的方式进行了规范。消费者在收到产品后发现问题,应当及时向电商平台以及商家反馈,对于问题商品进行取证。店家及平台也应当在合理范围内给予答复并处理,若无法得到解决,消费者再向消费者协会进行告知协调,若还得不到合理解决,消费者可以考虑诉讼等途径解决。

这个维权过程,其实对于消费者及商家都提出了要求。对于商家而言,消费者合理的诉求必须得到满足与保障;对于消费者而言,维权的权利不能滥用,必须有理有据,有法可依。

赠品是否需要符合“三包规定”?

孙羿表示,依据法律的规定,赠品依然属于商品,同样应当享受商品“三包”的服务。按照《合同法》的相关规定,经营者以消费者购买商品或者接受服务为条件,以奖励、赠品等促销形式向消费者提供商品或者服务的,不免除经营者对该奖品、赠品或者奖励、赠品服务所承担的修理、更换、重做、退货等责任。商家有义务对奖品或赠品包修、包退、包换,消费者也有权要求商家对奖品和赠品履行“三包”义务。

对消费者来说,赠品出现质量问题,造成自身权益受到损害时,同样也适用正当的维权措施。

华西都市报-封面新闻记者 雷强

单身经济崛起 “一人份”商品走热

悄然间,一人分量的商品正在爆款中迅速蹿红:迷你微波炉销量增970%、迷你洗衣机销量增630%、一人份火锅销量增200%……

11月6日,来自天猫榜单的“小报告”发现,过去10年,从快消品、家电、家居,到美妆护肤,人们的日用品在集体变小、功能更细分。而这些日常细节,正在不动声色地折射“单身经济”的崛起。

单身人群 对生活品质要求更高

两年前,民政部数据就显示中国成年单身人口超过2亿,平均结婚年龄27岁,一线城市更推迟近30岁。

报告显示,迷你微波炉和迷你洗衣机的购买人数增长最快,过去一年,就分别增长了970%和630%。其中,迷你款的销售增速比普通款还要高出15个百分点。而100克装大米、200毫升的红酒在同类单品中销量增速最快。“一人量”商品成大势所趋。就连社交属性最强的火锅,也开始流行一个人吃,速食小火锅购买人数同比增

加了208%。

一个人生活,更要对自己好。近两年,功能细分的迷你家电新物种不断诞生。此外,食物垃圾处理机、体脂称重仪、按摩椅在过去9个月,销售增速分别超过了160%、120%和110%。

这种集体情绪和生活观,甚至悄然改变了家的模样:迷你冰箱在2018年购买人数增长超过33%,这类冰箱常常放在卧室,用来冰镇小支酒、水果和面膜;专用于清洗女士内衣的壁挂式洗衣机,仅2018年6月的单月销量,就抵过了这个品牌第一季度总销量;还有迷你投影仪,双11开启预售,超过10万人把它加入了购物车。

商业模式 因需求改革而定制化升级

上海社会科学院青少年研究所所长杨雄认为,社会经济水平提高后,人们的价值观也发生了改变,不再认为结婚、养家糊口是头等大事,而更注重追寻个人梦想。而互联网技术的发展,也敏锐捕捉到这一需求变革。过去几年,天猫一直在利用大数据算法帮助商家“看见未来”,与商家一起孵化越来越小、越发细分的商品。据悉,100克装米也是在天猫快消事业部的推动下诞生的。天猫总监王丹说,2017年他们从

用户行为数据中发现大家爱买的快消品越来越小这个趋势后,还专门做了用户调研,发现购买主力军是90后,之所以喜欢买小袋独立包装食品,主要是一个人生活,对食材的新鲜度非常在意和敏感。

一位冰箱专卖店人士说,专门用于冰酒、冰面膜的迷你小冰箱的销量增速要高出普通款,“单身群体是拉动消费升级的主力大军,这个趋势将会持续很长一段时间。商品越来越小,功能越来越细分,是眼下我们正在经历的时代的缩影。”王丹说。

华西都市报-封面新闻记者 王婷

效力双11 功夫小子变身快递员

天猫双11正在倒计时,毫无意外,今年又有新的快递纪录诞生。据预测,今年包裹有望出现1天10亿的天文数字。当前,快递网点都在全力备战。

搬运“叠罗汉”、爬楼“草上飞”……最近,在河南登封一处天猫直送网点,临时来了两个送快递的功夫小子,功夫+快递吸引不少关注。

“去年初才200件,现在每天1000件是常态,到双11,这个数字得2000件。”网点老板老梁说,一年半增长10倍,天猫双11前,网点在人力、场地方面都进行了积极准备。

登封是武术之乡。这里是中岳嵩山所在,前有电影《少林寺》火爆全国,后有2008年登封提出打造“世界功夫之都”,让功夫成为城市名片。当前,仅市内就有大小武校70多家,10月底刚刚举办的国际少林武术节,有8.6万名武校学生参与。

“这里人人都会一些功夫。”老梁说,功夫赶上快,也给紧张的备战带来一丝轻松快乐。

每天清晨7点,网点一天的工作就开始了。“临时工”大周、小周直接穿着练功服就到了网点。他们已习武数年,散打、套路、棍棒等不在话下。有良好的武术功底,送快递只是“一桩小事”。

老员工只简单教了一会儿,两人很快投入“战斗”。8点前是入库、分拨时间。随着行业的技术化、互联网化,以往靠人力手写脑记的事情,现在巴枪+电子面单,分分钟就可以搞定。

半个多小时,早上500件包裹已分拨完毕。然后装车、配送,发往不同的承包区。两人分到的区域有小区、武校和城郊。

华峰苑小区是当地的老小区,没有电梯。大周带着两袋大米、一箱生

活物品,飞奔着就把快递送上了四楼,不带喘一口气。

收到功夫快递的吴女士乐呵起来。“现在快递太快了,太方便了。”她家米面粮油都在网上买,这在以前不可想象。在当地,一天两次派送快递的方式,甚至让早晨下的订单最快下午就能送到。这背后,国家智能骨干物流网正在让越来越多的人更加便利。

提起马上就到了的天猫双11,吴女士笑了,“别说了,还没到几千块已经花出去了,购物车还满满的等着清空。”

送快递间隙,大周小周不改功夫小子本色:下楼来了滑滑梯;走在小巷里一时兴起展示下“飞檐走壁”;小路上一个跳跃腾空,动作姿势潇洒,工作也就没那么辛苦。两人私下开玩笑,“说不定快递+功夫能创出新招式。”

华西都市报-封面新闻记者 王婷



功夫快递。



20

华西都市报

封面

2018.11.9
星期五
爆料热线
028-96111

责编 仲伟
版式 罗梅
校对 廖焱焱



下载封面新闻APP
浏览最新资讯