

电商重拾打折利器 实体店忙“双蛋”

# “双十二”购物狂潮恐难再现

“双十一”的余热还未褪去，“双十二”的购物狂欢又提前打响，记者调查发现，虽然“双十二”也华丽转型成为网络“促销”的狂欢节，但是和上个月刚过完的“双十一”相比，“双十二”的氛围却显得不是那么浓重。

### 电商卯足劲促销

“年终盛典”、“全场五折起”、“全民疯砍”、“1元秒杀”、“现金红包等你拿”、“双蛋提前疯，年终抄底游，12·12一起私奔一起二！机票千万红包大放送！”……在网络上，“双十一”的热度刚刚“退烧”，“双十二”的促销大战又一触即发。

记者在淘宝网上看到，原价178元的欧式田园餐厅吊灯，商家给出了17.8元秒杀价；原来卖156元的欧美大牌女包，秒杀期间只卖13元；178元的装饰品创意摆设工艺品，“双十二”期间的售价为68元……此外，商家还推出了红包折扣、包邮等优惠活动，促销商品包括衣服、电器、珠宝、婴幼儿用品、洗化等。据某家纺网店的客服表示：“从12月1日就打出了‘双十二’期间的促销广告，并于当天更改了部分折扣商品的价格，折扣销售会一直持续到‘双十二’当天。”不过记者注意到，尽管还没到“双十二”促销的当天，但不少卖家已经提前放出了促销，而多数的卖家则将折扣留到了12月12日当天，并预告了当天的促销价。

对于网上的商家们来说，为了能够在这场促销大战中脱颖而出，他们已经使出浑身解数。与商家们卖力地促销相比，大批的网购达人也提前多日就摩拳擦掌，准备在“双十二”这天

一展身手，不光早早地制定了一份购物计划，还将挑好的各种商品放进了“购物车”准备在“双十二”这天将商品收入囊中。“秒杀商品确实很让人兴奋，我都连续奋斗四五天了一件商品也没抢到，虽然有些小失望，但也不苛求。”网购达人“喵喵的猫”表示。

### 线下商家不“感冒”

“砸金蛋、抽红包”、“满198元，送10元代金券”、“进店就有礼”……线上商家卯足干劲忙促销，线下的商家也没闲着，家居建材商家的优惠活动一场接一场，各家电卖家的“促销短信”铺天盖地得袭来，但记者发现与线上大肆渲染“双十二”不同，线下商家瞄准的却是“圣诞经济”。

对于由电子卖家发起的“双十一”促销季来说，作为实体店也不甘示弱，不少商家也盯上“双十一”经济，纷纷打广告、搞促销。然而记者在走访中发现，与“双十一”线上线下齐促销相比，实体店对“双十二”并不来电。10日上午，记者在文化路的一家服装卖场看到，门口醒目的位置仍然贴着“双十一”打折促销的广告。据该卖场的一位销售人员介绍，“消费者越来越关注电子商务的‘双十一’活动，因此，店方也赶在‘双十一’期间推出了相关活动，对于即将到来的‘双十二’店方并没有进行促销活动，下一轮的促销活动将在圣诞节展开。”

“从去年开始，受经济大环境和电商冲击等影响，多数商场盈利水平呈下降趋势，这个季节正值实体店销售的淡季，但‘双十一’却掀起一阵购物狂潮，实体店也只能趁机加大打折

力度，冲刺今年业绩，但从今年‘双十一’期间的业绩来看，销售额并不理想，所以实体店商家并不指望‘双十二’能扭转局面，面对电商的频繁挑衅，不少实体店都选择避免与其‘双十二’时的正面交锋，而是专注于打好圣诞、元旦之战。再者，从11月11日到12月12日，再到12月25日、1月1日这之间隔得太近，市民整个一‘审美疲劳’，与其匆忙备战‘双十二’还不如打好‘圣诞节’来得轻松。”君山路某商场的销售人员表示。

### 网购达人较淡定

“双十二”即在眼前，采访中记者发现，淡定的不只是市区的各实体店商家，就连平日里争先恐后逛“商城”的网购达人们也显得格外平静，丝毫感觉不到“双十一”时的紧迫感，面对电商不遗余力的宣传造势和大力度促销优惠，网购达人的热情明显比“双十一”减少很多。

“从11月1日开始我就整天的在网上逛，购物车里的商品换了一茬又一茬，同一件商品被反反复复地放入或删除，仅‘双十一’当天，购物总额就在1667.8元。与‘双十一’当天整夜守在电脑前充值、秒杀相比，‘双十二’我已经不打算熬夜守候了。除了现金红包外，吸引我的还有秒杀活动，为了能随时随地进行秒杀活动，我还专门下载了手机淘宝客户端，以便能秒杀成功。”截至10日17时，网购达人“兜兜里有糖”的购物车里有2件商品，这与“双十一”购物车里爆满的商品相比少了很多。

(记者 张莉萍)

### 质检总局：

## 统一和强生

## 部分食品、化妆品不合格

据国家质检总局网站消息，国家质检总局近日公布10月份进境不合格食品、化妆品名单，其中包括新西兰育婴宝初生婴儿配方奶粉、台湾统一企业产品、强生(中国)进口的婴儿润肤霜、润肤油、爽身粉等，这些产品都未在中国市场销售。

数据显示，2013年10月，全国出入境检验检疫机构共检出质量安全项目不合格的进口食品194批、化妆品8批。不合格食品涉及18类产品，主要不合格产品是酒类、粮谷及制品类和糕点饼干类，来自29个国家和地区，品质、食品添加剂和微生物污染等项目为主要不合格原因。不合格化妆品涉及3类，分别是护肤用化妆品、口腔类化妆品和其他类化妆品，来自5个国家，货证不符、污染物和微生物污染为主要不合格原因。

国家质检总局表示，对以上不合格的进口食品、化妆品，口岸出入境检验检疫机构均采取了退运或销毁等措施，未进入国内市场。(中新)

## 空气净化器价格虚高

标价7000元，成本不超2000元

雾霾天气催生了空气净化器热销的狂潮，但其价格虚高的诟病也逐渐显现。据某媒体援引业内人士说法称，“目前中国内地空气净化器市场尚处于起步阶段，其产品价格严重不透明，更多产品价格虚高，一台标价7000元人民币的高档空气净化器产品，其成本不超过2000元人民币。”

公开资料显示，空气净化器工作原理并不复杂，通过三层过滤，包括物理过滤、化学分解以及杀菌，把有细菌、灰尘的空气变成清新空气，其主要部件就是滤芯和送风机。

“跟液晶电视、空调压缩机等不同的是，空气净化器技术门槛很低，目前主要采用碳吸附技术，无论是国内还是国外品牌，我们还没有发现有更先进的技术。”业内人士表示。

家电调研公司中怡康的监测数据显示，外资品牌占据了约四分之三的市场份额，其中飞利浦和松下的零售量份额分别为33.4%和28.5%，位居第一和第二；本土品牌亚都和美美的零售量份额分别下滑至18.5%和3.9%。

家电产业经济观察家梁振鹏对媒体表示，“中国的空气净化器行业还处于高速增长期，整体利润都很高。空气净化器毛利率至少达到100%。”(文摘)

## 专家称吃猪血黑木耳

## 可防雾霾说法不科学

这几天全国大范围雾霾，网上又涌现出不少防雾霾的“怪招”，其中提到吃猪血、鸭血、黑木耳可清肺去尘，这真的管用吗？近日，相关食品和卫生环境专家均表示：PM2.5是通过呼吸进入到肺泡，而猪血、黑木耳等是消化吸收入肠胃，对呼吸系统中的PM2.5显然难以触及。所谓“吃猪血、鸭血、黑木耳可防雾霾”，根本没有一点科学依据。

### 无专防PM2.5食品

按照网上的说法，吃猪血、鸭血、黑木耳等，可清除掉进入肺部的PM2.5。

北京大学公共卫生学院教授潘小川明确表示，PM2.5是一种由多种化学物质组成的细颗粒物，各地PM2.5成分也很复杂，可能会有所不同，并没有专门针对防治PM2.5的食品，各种食疗对防护PM2.5真正作用不大，因此“某种食品可以防PM2.5”，没有科学依据。

中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅表示，PM2.5能到达并沉积在肺部的细支气管，而目前并无科学证据表明猪血、鸭血、黑木耳在消化吸收进入血液后，还能抵达PM2.5的集散地，起到“清道夫”的作用。

### ■支招

#### 多吃蔬菜水果

朱毅说，真正要抵御雾霾，应该尽量减少外出，少抽烟，饮食清淡，少吃刺激性食物，建议多吃新鲜蔬菜水果，至少保证每人每天一斤蔬菜半斤水果，补充维生素，多喝水。总之均衡膳食、适度运动、充足睡眠，让身体处于健康状态才是正道。(理想)



## 高价停车费难挡停车人

“禁止停车，停车收费50元每小时。”近日，有市民反映中天步行街一商铺门口的停车费让人咋舌，但是即便是如此高昂的停车费还是没有“吓唬”住来这里停车的车主。(记者 马帅 摄)

## 圣诞商品价格涨了5—10% 市民看的多买的少

# 这个圣诞节，市场有点“冷”

金光闪烁的星星、挂满各种礼物的圣诞树、拉着马车的圣诞老人、红色的圣诞帽和袜子，圣诞贺卡、雪花、圣诞贴画……商场、超市里时而飘出的圣诞歌曲时刻提醒市民迎接即将到来的圣诞节。记者在走访中发现，城区商场、超市和批发市场关于“圣诞主题”的促销活动已经全面拉开。

### 商家进货少

眼下，圣诞节的氛围弥漫了市区的大街小巷。每年的这个时候，圣诞节都会让不少商家赚得盆满钵满，今年自然也不例外，一进入12月份，城区各大商场内的圣诞商品就陆续上架。一些经营圣诞饰品的店铺已被圣诞铃铛、圣诞老人画像、圣诞树等各式各样的饰品塞得满满当当。10日，记者在香港街批发市场看到，精品饰品专卖店里不乏传统的圣诞树、圣诞帽、圣诞袜、圣诞老人贴等饰品，也有不少受电路彩灯控制的金黄色的圣

诞鹿、清脆耀眼的圣诞铃铛、洁白的雪花、五彩斑斓的彩球、色彩艳丽的松树球等流行商品。

在新昌批发城二楼，一位店主正在整理货物，店内挂满了圣诞老人纸贴、铃铛、圣诞帽等各种圣诞装饰。“虽然11月底，就已经陆陆续续有人来订购过节的饰品，但来买饰品的人群多为商家，零卖的散客很少，为了营造节日气氛，不少商家都会提前在店内放置圣诞树，目前圣诞老人头像、圣诞树、雪花小饰品等销量还算不错，但与往年的这个时候相比，销量还是有所减少，究其原因，圣诞商品价格上涨是主因。根据以往经验，12月15日至20日前后才会迎来销售高峰。就今年的圣诞饰品来说，档次高、种类也越来越多，圣诞帽、圣诞袜、圣诞衣服这些大小加起来近千种，不过相比于去年，今年进货量少了不少。”该店主告诉记者。

市场有点“冷”

记者在新昌批发城的几家小商品店里看到，尽管各商家的圣诞饰品琳琅满目，但看的人多买的人少。虽然距离圣诞节还有10多天，但是销售圣诞商品的商家已开始发愁了。9日，记者在市区一些超市走访时发现，圣诞饰品集中开卖，价格比去年上浮5%—10%。

“虽然今年圣诞装饰品款式多、品种全，但价格上涨不少，市民还是看的多买的少。眼看圣诞节越来越近了，可生意一点也不好，到目前为止，店里也就卖出四五单生意，销量不容乐观，只有寄希望于12月中旬。”香港街一家礼品店的老板无奈地表示：“受人力、房租、物流成本上涨的影响，今年的进货价就比去年高，所以零售价也随之提高。不光圣诞老人玩偶涨，这圣诞帽、圣诞树也在涨，像这棵1.5米的圣诞树去年的价格也就25块钱，今年就涨到28元了。”(记者 马帅)