

编者按

11月12日,阿里巴巴宣布,2018天猫“双11”全球狂欢节成交额为2135亿元人民币,超过2017年的1682亿元。同时,线上的热度也全面延伸到线下,全面推动消费升级情绪下的购买力释放。

从2009年开始,每年的11月11日,以淘宝为代表的一批大型电子商务网站在全国范围内掀起大型购物促销狂欢。由此,“双11”也成为观察中国电商乃至互联网产业、消费变迁的重要样本。

热情参与“双11”,同时也被“双11”深深影响着的人们,在数据之外,与“双11”发生了哪些故事?本期,让我们来听听。

我的“双

我和老友们的“双11”戏码

徐招治

“双11”,我这老太婆也“冲锋陷阵”了。退休的老友们见面,大家都热烈地聊开了:

“你刷了多少钱?我一个月的退休金妥妥地全没了,唉……”

“我熬到零点才下单,老伴都睡着了。结果第二天清晨,他听说我在网上下了30单,就对我翻了一个白眼,不跟我说话了。你说我勤俭持家容易吗?孙子的,孩子的,他的,连我家狗的,我都没忘!吃穿住行,哪样不用买啊?”

“可不是,我下完单,算了一下,比活动前便宜了2000多呢!”

“这么多!那我才下两单,是不是买少了?”

“两单?这么牛!你竟然不是‘剁手党’?”

“唉,看来我又买多了。你说拼颜值、拼学识、拼财富,我们都榜上无名,一个‘双11’竟然让我们老同志都挤进社区‘剁手榜’前100名了!”

“双11”过去,但好戏才刚刚开始。

买得多了,恨不得“剁手”,买得少了,觉得亏欠了自己;买得贵了,恨自己“一时冲动”,看别人买便宜了,后悔当时怎么不凑个单……就连到超市买菜,也得跑到本来不需购买的商品区仔细端详,就为了找找自己“双11”买的同款商品什么价格。如果超市卖得价高,内心顿时骄傲得意,但是万一赶上超市卖得便宜,感觉相当于“伤口上撒盐”。

闲聊下单,比较价格,只是“双11”后续大戏的开幕式,接下来,收快递的“戏份”迅速登场。都说收快递是“疗伤”的不二法宝,但快递多了,也让人很烦恼。

“老徐,你的快递送到啦,真快啊,我的怎么还没到?”

“人啊,我家小区门岗的快递都快堆成山了,我本来就老眼昏花,找完一圈老腰都快直不起来了。”

“可不是,我天天打扮得漂漂亮亮,在快递堆里找一圈,抱着大包小包回家,路都看不到了,哪还有形象。”

……

回家拆包犹如“开奖”,这可是“双11”的重头戏。拆开衣服包装盒,如果宝贝和预想的一样,便赶紧试试效果,剪裁得体,款式抢眼,再想想下单时省了几百“大洋”,心情舒畅得简直要飞上天——完美!但是万一试衣效果不佳,一不小心还整成雷人的买家秀,那心情瞬间跌到谷底。最纠结的就是,价格说高不高说低不低,质量中规中矩,效果马马虎虎,没捡到宝也不至于吃亏,到底退不退,足够自己纠结好几天。

收的收,退的退,“双11”大戏原该华丽落幕了。中午和朋友约吃饭,大家都在饭桌上用手机刷刷刷。“你们在干嘛呢?菜全凉了。”

“我最喜欢的这家店,还有新的活动促销,我先看看。”

“哪家?我也要看看!”

“双11买少了,我要继续补单!”

唉,“双11”的戏码太长了……

我的“双11”促销“囧事”

汪志

家里经营着一家小超市。眼下,生意不太好。前几天,跟几个超市店老板在一起闲聊,他们都说不生意不如往年,搞促销让利活动吧,效果也不明显。原因是多方面的,这其中,网购的确冲击力不小。有道是“先下手为强”,“双11”前,我家的小超市也开始搞起了促销。

我家小超市位于城乡接合部,附近有一所几千人的中学,消费者大部分是农民和中学生。针对这部分消费群体,我决定让利促销。我在店门前挂了一个“优惠价促销,惠及乡亲”的大条幅和几个大热气球,并将部分商品摆在店门前,营造了一种促销气氛。同时,还印制了不少优惠促销的宣传单。

我站在店铺前的马路边向每一个从门厅前路过的人发放我精心设计印刷的宣传单,上面印着促销优惠商品名称及原销售价格、现优惠价格,降价幅度也不小。可有的人摆手根本不要接;有的人即使接在手里,撇了几下,走了几步就扔到地上,踩在脚下;有的人虽然没扔,却用手一搓揣在口袋里不看。更有一个人在撇右撇左宣传单后对我说:“你们这些生意人,所谓的降价优惠,就是将原商品价格抬高,然后大喊‘降价优惠’,谁不知道你们在欺骗消费者!”我那个气呀,心疼呀,花了几百元精心印制的宣传单不仅打了水漂,还惹了一肚子气。

在促销期间,我将店内一些离保质期还有近两个月的食品进行赠送或大降价。比如,今年中秋节没有销完的月饼,当时一个月饼的卖价在3元到5元之间,中秋节过后,我将价格降到25元,效果还是很明显。“双11”前,

我又将剩下不多、离保质期还有一个月的月饼,以每个八毛钱出售。这天,一个顾客拿起一个月饼对我说:“中秋节那天我在你这儿买了10个月饼,三五十块钱就没有了,而同样的月饼,你们现在只卖几毛钱。可想而知,你们卖月饼的利润有多大!”我忙解释说,厂家给我们的价格就高,现在只好赔本卖了。

现如今很多小超市都流行“鸡蛋促销”,就是用低价鸡蛋来吸引消费者,通过买鸡蛋的过程能带动其它商品销售,我们管这叫“堤内损失堤外补”。我决定试用这个“鸡蛋促销”法,基本上是零利润甚至贴本销售。可想不到的是,每天前来买鸡蛋的全是老头老太太,并排起了长队,全部冲着低价鸡蛋来的,买完鸡蛋就走,其它商品根本不同津,我只好干赔。

唉,如今小超市的生意真是好看做呀,就看元旦春节有没有好转了……



一起行动,让「买买买」更加理性

杜学峰

近日,一项对1969名18岁至35岁的青年调查显示,68.1%的受访者消费时看重性价比,58.3%的受访者会考虑实用性和必要性,61.1%的受访者认为年轻人应为兴趣和自我提升消费。专家分析认为,当下年轻人消费更加理性,增加知识和健康方面消费正成为年轻人的消费趋势。

“双11”时,年轻人“买买买”更少盲目性,确实令人感到欣慰。这一方面是由于其自身总结经验和做出判断后的选择,另一方面说明消费多样化正在形成。年轻人更加注重商品和服务的品质、性价比,消费更趋成熟、理性,这是中国经济高质量发展引领的“高质量消费”在青年群体中的一个突出反映。一般来说,当消费满足了人们对数量的要求后,向质量方向转变就是大势所趋,也是消费结构升级的体现。

“双11”进入第十个年头,回顾过去发生的事情,电商节日过后满心欢喜,不少“剁手党”(指沉溺于网络购物的人群。这些人游荡于各大购物网站,兴致勃勃地搜索、比价、购物。周而复始,乐此不疲。往往看似货比三家精打细算,实际上买回了大量没有实用价值的物品。这类人自己在冷静之后也会意识到问题所在,甚至有痛定思痛、剁手明志的冲动,但购物瘾一犯即把决心忘得一干二净)因为“手痒”而“悔恨不已”。更有甚者,“双11”过后,由于盲目消费而陷入负债的泥潭的例子并不鲜见。很多“剁手党”的理性消费意识,在电商的宣传和打折中丢得一点儿不剩,原来没想买的买了,原来很贵买不起的也可以够一下了,原来只想要一件的现在买了一堆……透支就这么发生了。购物狂欢节一过,这些人的“苦日子”就开始了:节衣缩食,窘境频现。这种不好的购物倾向引起了很多人的警觉。

笔者认为,应当向消费者发出不要盲目“买买买”的理性消费信号,各方都该对此有所行动。

商家对此也要做出应对,在“双11”之前,必须考虑自身的生产和服务也要随之升级,做到“精耕细作”,不断优化促销经营模式,为消费者提供质量上乘、实用的产品和服务。商家面对理性消费和高质量服务的要求只有及时做出调整和改变,才能在竞争中立于不败之地。

商家的自律总不会很到位,需要他律规范和约束。而监管部门也应该及时跟进,把好质量关,构建更加科学而高效的监管体制,如此才能为更加精彩的“双11”保驾护航。

征稿启事

现代城市生活中,我们的衣食住行都离不开他人的帮助。那些萍水相逢的人与你的交会留下了哪些温暖你、感动你的故事?“送人玫瑰,手留余香”,当素不相识的人需要帮助时,你又是如何做的?以此为话题,说说那些我与陌生人之间的事儿。

欢迎大家来稿与我们交流!字数1200左右为宜。请在文末标明您的姓名、地址、邮编、电话,并在邮件标题中注明参与讨论的话题。如果您还有其它不吐不快的想法看法,欢迎告知我们,我们将根据关注点的热度进行策划。稿件请发至邮箱:jswm1@163.com 或 853255285@qq.com

“故事

“双11”的烦恼

陈来峰

不知从什么时候开始,“光棍节”变成了网上购物的盛会。不仅是网上,商场、超市,就连那路边的小店铺也早早地就挂出了“双11”优惠大酬宾的牌子。妻子更是不甘落后。

时间还未进入11月,她便开始筹划“双11”的行动。家里的旧衣服扔掉,旧家什扔掉,一切看似不顺眼的物件统统给丢弃了,就静等这“双11”的来临。

晚饭后,我们的常规活动散步也取消了,看电视也被妻子逛网店给取代了。看着她一屁股陷进沙发里,手指灵活地在手机屏幕上划来划去,眼睛上下左右应接不暇的样子,我的心隐隐作痛。

我感觉到空气似乎都是紧张的。我预感到一场家庭疯狂购物物的风暴即将来临。

当然,妻子闲暇的时候,我也跟她交流过。我说,这“双11”网上的东西真的就那么便宜吗?我的话刚出口,她便抛给我一个极其不耐烦的白眼,小嘴一撇叫道:“你懂什么啊!我都研究好久了,这优惠券、红包我早抢了不少呢,保证便宜不少的啊!再说一年就这一次,怎么?你还想阻止我啊咋的?!”

我乖乖地败下阵来。进入11月,距离“双11”的日子越来越接近,空气似乎都要被点燃了。

这两天,妻子饭后更是别的不做,拿出自己列好的购物单——密密麻麻的一张纸,翻来覆去地在那儿看。我眼晕。

懒得跟她计较了,我想去痛痛快快地洗个热水澡。可是,洗发水没有了,沐浴露也见了底儿。

问她,她竟然叫道,忍一忍,好不好!马上就到“双11”了,就两天,就两天!

天啊!这也能忍。我气呼呼地拿车钥匙,去超市买。

身后的妻子怒不可遏地对着我叫,你去吧,去吧!车子昨天就没有汽油了。

天啊!那为啥不加油呢?妻子又是那句话,再忍忍,再忍忍,“双11”加油站汽油直降一元呢!

博物馆的“双11”,文创产品别开生面

杜浩

今年,国家博物馆、故宫博物院、苏州博物馆、陕西历史博物馆等都参与到了“双11”的热潮中,在“双11”首发百余款文创新品,而这些文创产品,很多都是这些博物馆的“镇馆之宝”。

国家博物馆重点推出文创产品首款“国博日历”,在“双11”到来之际开启了预售。从国家博物馆旗舰店的销量榜上看,大家喜欢购买的是那些“接地气”、生活味足的文创产品,比如书签、钥匙扣、购物包等;

故宫博物院文创旗舰店推出“双11爆款商品”,最受欢迎的要数“千里江山”系列的文创产品。比如,排在热销榜首位的,便是一款“千里江山手提袋”。此外,“千里江山小方巾”“千里江山艺术折扇”等均有不俗的表现;

苏州博物馆推出传统非遗技术缂丝水袖团扇,由《延禧攻略》道具提供方原班人马打造……

无论是“国博日历”、千里江山图手提袋还是缂丝团扇,这些文创产品把人们曾经只能在博物馆展台上看到的历史文物生动地融入到我们生活中的细节,它们正在用一种文化的方式、文化的样式,讲述着人类的历史、远古的生活、先贤的荣光、悠远的文明。

这是文创产品富有价值和让人玩味的地方,在于使我们发生了历史的兴趣,激起了我们探寻历史生活的愿望,激发了我们研究历史人物生活乃至其历史细节的兴味,增加了对历史的想象。这种创意文化形式,激活了过去历史的沉淀,使过去的人物和生活“活”起来,使文物,使历史富有生命力和观照的价值。

“双11”零点刚过,我就问客服:质量是否有保证,价位是否公道?客服说:放心吧,价格保证是最低的,售后服务尽管放心。

待到收货那天,商家送货上门并派人把电脑安装好,设备一应俱全。我乐得合不拢嘴,心存感激地点了收货,并给予好评。

好景不长,让人崩溃的事情发生了:开机时,电脑主机发出尖细的“吱吱”噪音,时断时续。我与客服沟通,也不能很好解决,退货也不成,还要我

网购维权记

汪秀红

“双11”、换季打折、周年庆和购物节被很多人当成“血拼”的好日子,我也是。热衷网购的我,很早就找到了心仪的台式电脑,放在购物车里。

“双11”零点刚过,我就问客服:质量是否有保证,价位是否公道?客服说:放心吧,价格保证是最低的,售后服务尽管放心。

待到收货那天,商家送货上门并派人把电脑安装好,设备一应俱全。我乐得合不拢嘴,心存感激地点了收货,并给予好评。

好景不长,让人崩溃的事情发生了:开机时,电脑主机发出尖细的“吱吱”噪音,时断时续。我与客服沟通,也不能很好解决,退货也不成,还要我

承担部分维修费用和运费。我拨通了电脑公司的电话,对方说,这种情况找本品牌当地的售后维修店,说完就挂了。平时“多一事不如少一事”的我,瞬间被激起“斗志”,难道消费者对抗无良的网络商家,想要维权就没有胜算?

我当时果断上网搜索《消费者权益保护法》,学习了法律,我有了勇气。我拿起手机拨打12315。在我将诉求简单陈述后,话务员对我说:“我们帮你协调处理。”

翌日清晨,一位女性工商管理师人员到了我家,查看了电脑的情况,确定主机有问题。在我面前,她拨打了电脑公司的电话,摆事实讲法律,进行协调。电脑公司最终答应更换新的电脑并承担运费。我也拿到了赔偿款。

现在回想起来,我觉得如果当时不打12315,凭着自持的理由和电脑公司扯下去,恐怕难以得到这样满意的结果。比起实体店消费,电子商务的监管难度更大,只有更多的消费者重视和坚持自己的权益,才能让电商企业更加重视消费者权益保护。