

## 消费日报

2016年11月4日  
星期五  
总第6857期  
第3916期  
今日4版

## 新消费周刊

FAX:(010)67684012

E-mail:xinxiaofei@sohu.com

A

版

■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号



## 汽车电商

## “双11”又“二”又全!

一年一度的“双11剁手节”即将来临,随着电商平台崛起,“双11光棍节”逐渐沦为全民购物狂欢节。自然,汽车界也不会错过这样的盛会,现在距离“双11”还有一周时间,但主流电商平台早已亮出了促销方案。天猫平台的汽车频道推出了促销方案,“特卖一口价,购车送大礼”的口号格外显眼;易车网则宣布,在原有找寻底价、专业建议、陪同到店的基础上,新增汽车金融、车险办理等服务项目;汽车之家也宣布启动2016年11·11疯狂购车节,并提出“4+1”发展战略。

“双11”期间,各品牌车型的价格都有大幅松动,这对消费者而言非常具有诱惑。

□ 实习记者 陈晓萌

## 新车旧车都有

据记者调查发现,今年除了传统的车企电商旗舰店、网购电商平台外,还有更多的汽车电商和汽车专业类网站平台加入了“双11”促销大战。譬如神州买卖车的天猫官方旗舰店,提前开启“双11”预售,销售额已经突破亿元大关。“购买新车还送iPhone电脑手机;订金直接抵消车款,买汽车送保险等”促销广告遍地都是。而相比在实体店中,虽然优惠也有但是却没有这么多。消费者郭先生近期打算购置一台十万左右的轿车代步,她告诉记者自己去了实体店后,店员表示由于“双11”的临近,推荐客户去网上下单买车,然后选择相应经销商提车,这样就可以享受“双11”电商的优惠。

据悉今年的“双11”电商的汽车大战中,不仅有全新车进行促销,二手车也加入了其中。天猫平台为此开辟了二手车频道,据记者调查发现,一辆2014款的奥迪A4舒适型,仅售19.88万元。同时电商平台还提供优惠按揭,可以办理一年免息,首付才30%,与购买新车相比真的很划算。不仅如此,为保障消费者的权益,平台还提供“7天无理由退车”,连锁售后服务、一年质保期、上门看车后付款等服务。但业内人士同时也提醒消费者:二手车售后质保都没有新车健全,车况是最令人担忧的,网上买卖有风险,所以一定要在现场检验过实车车况后,再付款购买为好。

为提升用户在线购车体验的满意度,今年电商平台的“一条龙”服务相比去年更为充分,在去年热推的半价购车基础上,配套系列的边缘产品,如按揭车贷、汽车保险、售后服务保养、维修工

了按揭购买,她表示今年点上卖车的优惠幅度真的不小,不仅如此还开通了车贷通道,审批快捷不说,低首付低利息也让她激动不已。从提交网上看车预定提交材料到审批放款,总共才用了不到

## 周边服务也配套

时券等供购车者选购。记者还留意到,部分车贷和保险产品甚至比厂家提供的更为优惠,很多商家都打出了低首付,1—3年免息的宣传。

从事会计职业的董女士准搭上“双11”这艘优惠“列车”,购买一辆小排量的两厢轿车代步,由于存款有限她选择

一周的时间,看来自己马上就可以开着新车上路啦。

据观察发现,在各大电商汽车销售平台上,还有非汽车类的周边产品优惠销售。譬如与某保险公司推出的保险基金、与某旅游平台合作奖励的旅游基金等等。

## 选择还需谨慎

虽说双11选择电商购车可以让我们享受大幅度的优惠和更多配套服务,但是也有不少消费者表示,汽车毕竟属于大件物品,还是在4s店购车有保障。

据记者查询各大电商平台汽车销售频道发现,想要订购选中的车型都需要支付一些定金,而支付定金的金额也

从1000元—10000元不等。尤其是一些“半价购车”的抢购大战,订金更成为必须支付的款项。虽然这些订金最后都可以抵扣部分车款,但是注意:如果抢购失败,订金不能退!譬如某猫电商平台上,对于“双11”所售车型有“重点提醒”,最关键的一条就是:订金和尾款不予退还!另外还有很多车型都为预售款,具体发车的时间不能确定,很可能消费者支付了定金之后却等的遥遥无期,非常耽误时间。

在此业内人士也提示消费者:千万别被“五折”、“秒杀”等优惠闪瞎了眼,购买前一定要细读购买条约。不要贪图一时便宜而遭受损失。

## 欢迎订阅2017年《消费日报》

## 消费日报

消费日报由国务院国有资产监督管理委员会举办,中国轻工业联合会主管主办。

信息传播定位:产业基础上的市场化表述。

综合服务平台:为行业企业产品提供服务。

## 合作共赢

全国各地邮局均可订阅。

邮发代号81—9。

国内统一刊号CN11—0057

季价63元,全年订价252元。

发行电话:010-67604545

□ 双鱼/文

一年一度的“双11”又要来了。纵观当今,好像什么都阻挡不了“双11”剁手的节奏。不过笔者发现,今年的“双11”似乎并没有迎来七年之痒,大部分消费者依旧按捺不住购物的狂热,但似乎也在逐渐摆脱一股脑儿的买买买,开始趋于理性。

为什么这么说呢?笔者注意到,随手记理财社区近日发起的调查数据显示,超九成网友有在今年的“双11”期间网购的意向。53.2%的网友表示已有中意商品,等待“双11”降价购买;37.9%的网友虽暂时没有网购的计划,但活动期间优惠幅度大则考虑购买。挖财发布的“2016年挖财“双11”防刺

着商家的信用透支,在“七年之痒”来临之际,如何才能跨过这一道坎,是购物网站以及各个电商应该解决的问题。

虽然商家在“双11”期间打折促销吸引消费者购买,消费者也能以优惠的价格购得商品,但由于部分商家的“猫腻”所引发的消费纠纷也屡见不鲜。当然,笔者口说无凭,调查数据显示,59.5%的网友表示在往年的“双11”网购节期间遇到过“商品先涨价再减价”的问题,48.1%的网友反馈“领券容易用券难”,27.9%的网友表示遇到过“特价商品”缺货,19.0%的网友则表示商家售卖的商品以次充好。难怪有超过一半的网友认为“双11”虽然比平时省钱,但费时费力,还有超过一成的

## “双11”的七年不太“痒”

手数据研究”显示:男性消费者出手更加豪气;与“上有老下有小”的80后相比,60后的“爸爸妈妈”群体购买热情更高。购买零食饮料等;服饰鞋包仍将为重点扫货对象。此外,8.9%的网友则表示不感兴趣,不购买。其中,九成以上消费者选择理性对待“双11”,让笔者看到消费者回归理性购物的曙光。

对比数据、方便快捷的背后,网络购物也存在着不少的弊端。各个商家在“双11”开始前一个月就开始“打仗”,从广告片,广告语到店铺活动都在打口水战。笔者以为,这种小孩子过家家式的宣传方式也正暴露着网络购物的弊端,商家不以质量、服务为条件,一味地在价格、促销等形式上玩噱头,那最终受害的是普通消费者,以消费者为主体的网络购物不能满足消费者的需求和利益,这不就是“打脸”吗?

而网络购物中的价格虚高、平台售假、促销玩噱头、刷单造数据、过度包装不环保和浪费等问题几乎成为电商领域的通病,如果不及时治病,这种病只会大肆扩张,最后无药可治而走向深渊。“双11”发展的第七个年头,积累的人气是毋庸置疑的,但也警示

网友则表示存在欺诈,不满意。

笔者以为,与往年“双11”促销活动对比,今年“双11”正在由从价格战向营销新玩法转变,消费者也逐渐趋于理性,无论是线上还是线下产品的选择,也都不在只注重价格,而更加重视商品的品质和购物体验。当然,电商的崛起是经济发展的必然结果,发展的过程已是一个常态化的变化,每一点小的变化都是我们关注的焦点,也正因为如此,在网络的发展中才更应该忽略任何一点细小的问题,质量问题、信誉危机、网络刷单等带来的必将是自食恶果。竞争中的优胜略汰是市场的选择,也是消费者的选择,商家只有在竞争中不断发展,不断进步,才能在激烈的竞争中站稳脚步。

从2009年的5000万,到2015年的912.57亿,“双11”交易额的意义已超过购物本身,在这个以电商为代表的“互联网+”时代,为中国经济带来信心和变革。笔者以为,“双11”的奇迹会继续发生,因为消费这驾“马车”正在全力奔跑,但如果要获得长足发展,无论是商家还是消费者,都必须有更多的理性。记录只是一个数字,让中国经济不断稳步前进才是永恒的主题。



搜狐新闻客户端



快来扫描我吧!



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端

步骤二:打开应用点击上方“订阅”

步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”

步骤四:点击右上角“+关注”即可

## 本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67604554 67604747

● 消费日报社出版

● 社长、总编辑:王卫平

● 副总编辑:单纪文 刘丁

● 主编:王春宝

● 责编:陈晓萌

● 新闻热线传真:67604999

● http://www.xfbr.com.cn

● 北京市丰台区定安东里20号楼

● 邮编:100075

● 监督电话:67604747

● 总编室:67605115

● 广告处:67604888

● 发行处:67604545

● 印刷:人民日报印刷厂

● 照排:网络照排中心