

又到一年“6·18”，今年电商竞争比往年来得更加激烈——

# 从“做蛋糕”到“抢地盘”

本报记者 陈 静

视点

“6·18”这个原本京东商城的成立日,已成为每年最重要的电商促销节点之一。从2012年京东、苏宁、国美“三国杀”到2013年的“别闹”、“别慌”、“别吹”的“别字系列”,电商在“6·18”大促销的舞台上不断制造着话题。那么,今年的“6·18”将有何不同?电商舞台上的“主角”与“配角”又将采取怎样的策略?

“6·18”本来是电商平台刻意制造出来的“节日”,但今年的“6·18”却有所不同,这是京东上市后第一个“6·18”。从6月1日起,京东就通过京东APP、微信、手机QQ发放了价值10亿元的京东红包,向市场“秀”成绩。而随着京东与腾讯的“联姻”,B2C平台的“老大”天猫也终于感受到了挑战。来自第三方电商比价软件惠惠购物助手的数据显示,截至6月17日16时,京东流量占比达47.5%,几乎正好是天猫流量占比23.8%的两倍。与此同时,舞台上诸多“配角”也在因京东上市改变着自己的策略。“6·18”已从昔日大家合力赚眼球做大蛋糕的“游戏”,成了真刀真枪的“抢地盘”之战。

## “猫狗大战”各攻腹地

京东的标志是一只小狗,天猫与京东之战被业界形象地称为“猫狗大战”。仅从盈利能力来看,京东与阿里巴巴之间的差距表现在数据上似乎是遥不可及的。京东过去3年均未盈利,而阿里巴巴则在过去的财年盈利234.02亿元。但在企业对个人电子商务领域,京东的上市融资、合并易迅网、开设微信一级入口等诸多大动作,却让天猫心生忌惮。市场研究机构易观智库高级分析师卓堡君表示,“阿里巴巴仅仅是电商平台,其所有产业与产品都基于虚拟平台,真正对产业链产生影响的能力有限;而京东对产品源与物流的控制力都要强于阿里巴巴。”

“从此次‘6·18’的促销方式可以看出,天猫直指京东,其玩法就是冲击京东重点自营品类的销售,直捣老巢。”市场研究机构易观商业解决方案副总裁田峥告诉《经济日报》记者。

所谓的重点自营品类,正是以手机为代表的3C。京东是国内电商中3C品类的状元,而3C却恰恰是天猫的“短板”。6月5日,中兴、华为、酷派、联想宣布力挺天猫“6·18”,不仅备货量超去年“双11”,还纷纷拿出天猫定制款和首发新品进行促销。田峥还透露说,“在天猫开设旗舰店的苹果也有可能参



战‘6·18’,这将是苹果第一次为中国电商价格战‘出战’。”

不过,京东也并非完全被动防守,其在“6·18”促销中增强了对开放平台商家的曝光力度。据田峥介绍,今年京东特别增加了针对开放平台商家的一口价、狂欢有理、信得过、爆品阶梯购和拍卖5个促销页,反映出其希望将“主场”从原有自营向开放平台转移的趋势。

## 移动端成最热“战场”

其实,电商平台的针锋相对不仅仅停留在商品品类上。与往年停留在PC端不同,今年“6·18”大促的焦点来到了移动端。当当网手机端在“6·18”期间推出“首单送10元现金”;国美在线则尝试在移动端发放红包,红包金额从5元到200元不等。国美在线营销副总裁黄向平坦言,“得移动者得天下。最根本的原因在于移动端流量来源的成本大大下降,在PC端,导入流量是电商平台最大的成本,但如果下载了APP,手机上点击它的概率就会大大提升。”

凭借腾讯手机QQ和微信两大“超级入口”打了一场翻身仗的京东,似乎是移动端的最大赢家。根据其公布的数

据,截至6月4日,从“我的银行卡”二级入口换到一级入口后,京东在微信上的成交量一周提高了8倍,“6·18”大促红包通过微信、手机QQ和京东手机客户端发放的总额突破2亿元。

缺乏这样超级入口的阿里巴巴,则将移动互联网的入口“下移”至二维码。阿里巴巴上周同样以移动端作为卖点推出了“码上淘”,公布了商品码、服务码、码上店等运用手机扫码实现的购物、营销等功能。阿里巴巴集团首席运营官张勇将“码上淘”定义为以“云+端”为核心的阿里无线战略纽带,比如“商品码”将接入阿里的10亿级商品库,为商品打上专属的电子身份证。

不过,二维码入口也并非阿里巴巴独享。美的厨房电器事业部电商总监章越表示,未来美的豆浆机的包装箱上可能会出现同时印上几个二维码,有美的官方商城,也有天猫店和京东店的销售地址。

## “第二梯队”紧抓特色

“随着京东的上市,电商领域的马太效应正在加剧。大型综合类电商凭借其市场优势地位,不断挤压中小型电商和垂直类电商的市场空间。”卓堡君这

# 冲动消费渐行渐远

安 之

传统零售转向网络购物的消费者正在减少、网购群体日益成熟,网购消费者已很难一看到电商的促销就冲动消费。

其实,消费者的淡定并非意味着他们真的不为所动,只是对各种促销已习以为常。对于他们来说,“价格战”、“口水战”这些具有电商特色的促销手段似乎已成为生活中的“规定动作”。

不过,电商平台对“价格战”的热衷,也说明尽管各家都在强调诸如搜索、物流配送、售后服务等用户体验环节在电商核心竞争力中的重要作用,但从目前来看,吸引网购消费者的最有力

样认为。

其实,京东带来的压力已在本次“6·18”促销中展现出来。“第二梯队”的电商平台不再一哄而上,它们开始稳住阵地,强化其特色在消费者中的印象。乐蜂网主打女性用品及化妆品,亚马逊则以“Kindle电子书店3万本电子书1.99元封顶”为卖点。

国美正是这些“第二梯队”电商的代表。在此次“6·18”大促中,国美在线的声音格外响亮和集中:瞄准京东,瞄准家电。国美在线在官方微博宣布,“国美在线再砸10亿,家电一降到底,全线底价,发现比京东贵就奖100,买贵就赔300。”黄向平告诉记者,在电商平台上,销售规律是高价类目容易带动低价产品销售,以家电作为主打促销类目,其实也能带动百货类销售。

“不过,真想让消费者认同你的特色,还需要提供有价值的服务。”黄向平透露说,国美在线正在尝试线上技术创新。“我们即将推出一项服务,用户选择自己的户型图、调整面积,我们就会根据你的实际情况,比如沙发到墙壁的距离,推荐尺寸适合的电视、空调、冰箱等家电用品,实现三维导购。”

的因素依然是价格。

然而,砸下“真金白银”真的就能增强用户黏性、培养消费习惯吗?电商平台应考虑如何让“价格战”更有效率,比如将优惠活动与互联网金融结合,针对不同地域、年龄乃至消费习惯的细分人群给出不同形式的优惠,或者通过增强线上线下活动让消费者适应更多网购的应用场景。

消费者对“6·18”的淡定也许并非“审美疲劳”,但如果仍然是简单粗暴的“你降价来我更低”,将越来越难实现电商平台们争夺地盘的最终目的。

## 热点直击

## 前5月实际使用外资同比增2.8%

## 服务业成为“新高地”

本报北京6月17日讯 记者李予阳报道:商务部发布的最新统计数据 displays,今年1至5月,外商投资在我国新设立企业8744家,同比增长1.6%;我国实际使用外资3010.9亿元人民币(折合489.1亿美元),同比增长2.8%(未含银行、证券、保险领域数据,下同)。其中,服务业利用外资金额275亿美元,增长19.5%,领先于外资整体增速,服务业外资在全国总量中的比重也继续攀升达到56.2%。

商务部新闻发言人沈丹阳在月度例行发布会上介绍说,1至5月,我国制造业实际使用外资金额174亿美元,同比下降16.5%,在全国总量中的比重为35.6%;其中通信设备、计算机等电子设备制造业,交通运输设备制造业,化学原料及化学制品制造业实际使用外资规模较大。

“制造业在整个中国利用外资中的比重趋于下降,但我们也不希望下降得太多。”沈丹阳说,中国仍希望引导外商投资技术先进、有利于产业结构调整的制造业。他还介绍说,目前商务部正会同有关部门抓紧研究,制定出台进一步推进服务业有序开放和服务贸易发展的相关政策。

从区域来看,中部地区实际使用外资增长较快。前5个月,中部地区实际使用外资49亿美元,同比增长16.7%;东部地区实际使用外资增长2.2%,西部地区同比下降7.3%。在全国吸引外资总量中,东、中、西部地区所占比重分别为82.9%、10%和7.1%。与去年同期相比,中西部总体在全国总量中的份额略有提升。

对外直接投资方面,1至5月,我国境内投资者共对全球146个国家和地区的2766家境外企业进行了直接投资,累计实现非金融类对外直接投资308.1亿美元(折合1890.2亿元人民币),同比下降10.2%。

截至5月底,我国累计非金融类对外直接投资5565亿美元(折合34142亿元人民币)。

## 观点声音

全国政协副主席、国家民委主任王正伟——

# 推动民族地区资本市场建设

本报北京6月17日讯 记者王晋报道:“民族地区是全面建成小康社会的重点、难点和短板。”全国政协副主席、国家民委主任王正伟今天在国家民委、中国证监会联合召开的支持民族地区资本市场发展工作座谈会上表示,金融市场体系建设滞后及资本缺乏,是长期制约民族地区经济发展的关键因素之一。

据了解,中国证监会在内蒙古、广西、西藏、宁夏、新疆等5个自治区分别设立了资本市场培训基金,由相关证券、期货交易所作为首批捐赠人,向民族地区资本市场培训基金捐助1亿元,主要用于为民族地区证券期货行业人才培养、培训项目提供经费支持,以及为民族地区投资者教育提供经费支持等。为管好用好基金,今天,中国证监会、国家民委发布实施《民族地区资本市场培训基金管理办法(试行)》。王正伟说,此次相关证券交易所出资设立民族地区资本市场培训基金是一个有益尝试,将有助于5个自治区培养金融证券人才。

王正伟表示,完善资本市场对确保民族地区与全国同步全面建成小康社会意义重大。在他看来,积极发展民族地区资本市场,应着力抓好4方面的工作:一是要积极推进民族地区的经济体制改革和制度创新,培育有竞争力的市场主体;二是要加强民族地区金融基础设施建设,建立健全资本市场体系;三是要推动民族地区加大对外开放力度,积极利用国际资本市场;四是要注意防范和化解金融风险。

## 现场

## “无人驾驶”地铁亮相上海



6月17日,参观者从“无人驾驶”地铁列车旁经过。当日,国内首列“无人驾驶”地铁列车在上海亮相。据介绍,该车无需司机操控,即可实现列车自动唤醒、自检、自动发车离站、上下坡行驶、到站精准停车。

新华社记者 裴 鑫摄

最高检发布的统计数据显示——

# 环境保护“失职渎职”犯罪严重

本报记者 李万祥

部分地方领导干部放任破坏生态环境资源违法犯罪活动,有的企业以重点项目为借口,随意污染环境。生态环境领域渎职犯罪案件中窝案、串案较多,且渎职犯罪与贪污贿赂等经济犯罪相互交织。加强警示教育、树立正确的执法观、提高领导干部防腐拒变的能力尤为重要

根据最高检最新统计数据,2013年,全国检察机关共批捕破坏环境资源犯罪5013件7237人,起诉20969人,有效震慑了破坏环境资源犯罪。与此同时,检察机关会同有关部门,对破坏环境资源犯罪,集中排查有案不移、有案不立等情况。今年3月至4月,检察机关监督公安机关立案破坏环境资源涉嫌犯罪案件228件,批准逮捕929件1375人。

“破坏环境资源犯罪多发的原因主

要集中在4方面。”最高检侦查监督厅副厅长元明分析指出,其一,部分地方领导干部生态意识和法律意识淡薄,放任破坏生态环境资源违法犯罪活动,甚至干预执法。其二,有的企业以重点项目为借口,随意污染环境。其三,不法分子大肆猎捕、砍伐、攫取森林和野生动植物资源。其四,部分破坏环境资源犯罪处罚较轻,震慑力度不够。

同时,侦办破坏环境资源犯罪案件往往面临着发现难、取证难、鉴定难、

认定难。元明说,“个别地方领导干部以发展经济为借口干预执法,甚至有的负有监管职责的行政执法人员徇私舞弊、失职渎职,充当‘保护伞’,这都在不同程度上影响了案件的查办。”

最高检去年督办的生态环境领域渎职犯罪案件说明,破坏环境资源犯罪案件背后的监管失职渎职问题是十分严重的。

生态环境领域渎职犯罪案件中窝案、串案较多,且渎职犯罪与贪污贿赂

等经济犯罪相互交织。“这类案件涉嫌罪名主要集中在玩忽职守罪和滥用职权罪,涉案部门和涉案人员主要以林业、环境监管、水利、国土等部门国家机关工作人员为主,犯罪嫌疑人多为基层监管人员和执法人员。”最高检渎职侵权检察厅副厅长李忠诚同时指出。

现实中,有的行政执法部门迫于上级干扰或者碍于“人情脸面”,不敢依法行政,影响和削弱了对资源环境的监管职能。“不正确的发展观、政绩观,干扰了监管部门依法行政,监管不力是导致环境恶化的重要因素,‘在其位不谋其政’最终必然引发渎职犯罪。”

“绝大多数生态环境领域渎职犯罪都是国家机关工作人员私心作祟,同时还伴随着错误的执法观念。”李忠诚强调说,加强警示教育、树立正确的执法观、提高领导干部防腐拒变的能力尤为重要。