

“双十一”速度

天猫52秒成交额突破10亿
6分58秒成交额达百亿

11月11日凌晨,天猫“双十一”大促正式开始。市场星报、安徽财经网记者从现场获悉,今年的“双十一”一开场就出现成交额飙升的状况,52秒的成交额突破10亿元;零点3分16秒,菜鸟网络包裹超过100万单;6分58秒成交额达到100亿元,有142个国家的公民参加“双十一”购物狂欢节活动。

VR购物、人工智能、无人机
电商大佬纷纷
搭乘“新科技”

今年是“双十一”购物狂欢节的第八个年头,核心仍是“买买买”,但电商大佬们今年的新玩法就是把VR购物、人工智能、现场直播等新科技带到活动中。

■ 记者 王伟伟

“双十一”首次采用VR伴购

打开手机,戴上VR眼镜,就可以体验虚拟场景购物。从最早的购物狂欢节的“价格战”,到如今各路商家比拼新技术、提升消费体验的“科技战”。在科技领域,以云计算为代表的新技术、以数据和人工智能为代表的新能源则是“双十一”的最大看点。

市场星报、安徽财经网记者从天猫“双十一”晚会筹备委员会了解到,今年“双十一”期间,淘宝开通全球首个虚拟现实购物商场。届时,消费者打开手机淘宝,选择VR购物,然后戴上一款VR眼镜,进入淘宝设立的7个虚拟场景体验中心进行购物。

而在晚会的筹备上,为了吸引更多的消费者,电商们可谓砸“重金”举办晚会。据介绍,今年天猫“双十一”狂欢夜于11月10日晚20:00在深圳大运中心盛大启幕。晚会不仅在平衡娱乐性和消费属性中不断创新,还引入国际化明星和新玩法。

物流无人机、智能机器人齐上阵

今年“双十一”京东商城则将宝押在了“无人仓”上。日前,京东首次向外界展示了其在无人科技领域的研发成果,包括无人仓、无人机和无人车。

据了解,该无人仓投入使用后预计每单平均仓储成本可降低50%;同时,在今年“双十一”无人仓的部分技术也将应用到物流系统中,通过核心智慧物流设备与人工智能算法,达到提升仓储配送工作效率的目的。

在物流方面,与往年“双十一”物流配送相比,今年“双十一”最大的不同之处是快递公司更大规模使用数据产品,物流配送逐渐走向自动化。

阿里巴巴集团旗下菜鸟网络除用自身的互联网基因帮助快递公司进入物流DT时代外,还搭建起了一个用数据驱动的协同平台。

此外,直播也成为今年的一大亮点。除了各大网红纷纷开直播外,许多品牌的明星代言人等都将参与商家的直播。苏宁易购的方式是造一座城,并通过网红进行直播。阿里巴巴则让消费者通过电视、网络、手机等平台,实现边看边玩边买,通过多场景互动,与全球亿万“双十一”粉丝共同参与。

双十一“剁手”大战开启
安徽电商大鳄：
今天要卖5个亿

今年“双十一”,在电商巨头们花样翻新的营销手段刺激下,销售额将再创新纪录。昨日,市场星报、安徽财经网记者从我省知名电商品牌“三只松鼠”了解到,他们今年“双十一”这一天要达成5个亿的销售目标。而面对电商的强势,合肥不少实体店商家也开始发力,借助网络争抢促销“蛋糕”。

■ 记者 任金如

本土电商大鳄：今天要卖5亿

截至记者发稿时,在“三只松鼠”淘宝网的旗舰店,记者看到针对“双十一”的宣传预售已经启动。从3元到100元的红包可供领取,还有抽奖和新品限时抢活动。店里的300余种零食涵盖了坚果炒货、果干蜜饯、卤味点心、传统茶饮等等,页面上也做了“进店必买”、“潮礼频道”等导航,各种散装、简装、礼盒装商品琳琅满目。

“三只松鼠”的行政总经理潘道伟介绍说,这是“三只松鼠”第5次参加“双十一”活动,去年这一天销售额2.66亿,而今年目标是超过5个亿。全年“三只松鼠”线上线下销售目标是营业额超过50亿。“对于三只松鼠而言,‘双十一’的意义不仅仅是促销这么简单,更重要的是考验公司整体的实力,在五天内是否能发完这一天所有订单……届时将有一万多人参加这次的大促销,”潘道伟说,“三只松鼠”更重视的是“保底”,即保证每个消费者的满意度,这比销售数字更重要。“三只松鼠”要求“双十一”这一天满意度要比平常更高,而这一天的价格是全年最低。

“三只松鼠”力争打造的是安徽最好的电商平台——进入电商2.0娱乐时代,在很多电视剧中看到“三只松鼠”的软植入也是为了这个原因。

实体商家：“蹭”全民消费节

“双十一”网上抢购的气氛浓烈,相对于往年,不少被电商“秒杀”的没有还手之力的实体店,今年也“奋起反抗”,在线下展开了“双十一”促销,将体验式消费和大促销结合起来,以对抗“双十一”电商的冲击。

在合肥市望江西路,记者发现,不少商家和实体零售店都打出了“双十一”商品促销、抽奖等活动。“因为‘双十一’临近,厂家搞活动,原来300多的镜架,现在只售100多元,如果和镜片一起配,原价一套400多的眼镜,现在只售200多元,除此外,还赠送礼物,非常合适。”一位眼镜店的店员说,如果是老客户,下次配眼镜就可以不用到店里来,只需关注微信,想配什么样式、多少价钱的眼镜,直接网上下单就可以。



合肥市公布十大家装违规行为
偷工减料占1/3 甲醛超标超一成

家装质量问题投诉,连续多年在消费者投诉中位居前10名。那么,如何保障家装质量?去年以来,合肥市家装行业协会创新开展上门巡检工作,并公布了十大家装违规或质量安全行为。

■ 韩理桦 记者 祝亮

据悉,截至上月,合肥市家装行业协会共对凯旋门、柏悦公馆、中铁滨湖名邸、琥珀五环城、梧桐语、馥邦天下、绿色港湾、海量九玺等19个小区的261户家装工程进行逐户巡检,发现家装施工中的违规问题699个,质量安全问题491处。随后,行业协会与承揽施工的家装企业和业主进行了现场沟通和协调,发现的问题都得到了解决。同时,协会受理家装投诉166件,已全部调解和处理完毕。

来自合肥市家装协会的数据显示,合肥市民针对家装投诉的主要问题有:

(1)建材质量差,甲醛等有害物质严重超标(约占总投诉量的11%);

(2)装修工程偷工减料,工艺差,质量差,粗制滥造(占35%);

(3)隐蔽工程施工安全隐患多(占5%);

(4)冒牌家装公司越来越多,卷款潜逃事件不断发生(占6%);

(5)大量使用虚假和不规范合同(占7%);

(6)拖延工期长甚至搞“半截子工程”(占5%);

(7)售后服务、工程维修保修不兑现(占11%);

(8)野蛮施工屡禁不止,甚至发生游击队施工致死人命(占3%);

(9)虚假宣传、虚假承诺,冒充资质企业欺骗业主(占7%);

(10)以所谓“套餐”设套,收取高额“定金”套人,以及“低进高出”,不断“加价升级”逼人就范(占10%)等。这些问题除建材质量外,集中体现为部分家装企业诚信度低,自律水平差。

针对市民投诉的这些问题,合肥市家装协会规定,属

于一般施工质量问题,经派员现场勘验后提出整改办法,现场协商解决。较大质量或安全问题召集投诉人、被投诉人及相关人员,召开问题处理协调会。通过协调解决问题,协调过程要有记录,投诉人、被投诉人双方达成一致意见后,将协调结果以协调意见的形式下发给投诉人、被投诉人及相关人员,并留存调处结论及现场图片备案。投诉处理人员调查核实投诉信息,证实投诉人反映情况属实,被投诉人确实存在违法违规行为,投诉人员须出具书面处理意见并督促被投诉人整改落实到位。对市民投诉已去现场进行过两次以上协调处理的企业,合肥市家装协会在协会网站予以曝光,施加舆论压力迫其落实。

对于违法违规行为较为严重及被投诉人拒不按照处理意见进行整改的投诉,报请行业行政主管部门进行立案查处。此外,为减少市民家装投诉量,拟将关口前移增加对交房装修小区的巡检,及时发现和现场处理存在的质量、安全隐患,有效减少业主装修支出和问题出现后造成的更大损失。