

市场纵横

Shi chang zong heng

10月CPI
创2月以来新高

导报讯 11月9日,国家统计局公布,10月全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨3.2%,创今年2月份以来新高,环比上升0.1%。相比9月3.1%的同比增幅,增速略有上升。10月CPI的同比增速低于市场预期预期的3.3%。

专家预计,短期货币政策将保持中性,财政政策将取得更多的进展。但CPI同比增幅如破3.5%,利率有可能上升。四季度流动性不乐观,A股或有压力。(闫铮)

生姜零售价
逼近10元1斤

导报讯 今年6月以来,全国生姜价格一路看涨,至今仍保持高位运行,在济南市场上的零售价甚至逼近1斤10元钱。有分析认为,生姜价格走强,受到种植面积减少、不利天气以致减产及“待价而沽”的惜售心理等多因素影响。专家建议建立健全农产品信息保障机制,避免农产品价格频繁大起大落。

据新华社全国农副产品和农资价格行情系统监测,6月中旬以来,全国生姜价格持续上涨。与6月14日相比,11月1日,生姜全国日均上涨90.6%。分地区来看,全国各省市生姜价格全部上涨,其中北京、河北、山东等十几个省市生姜价格均上涨了一倍以上。(萧海川 张志龙)

可口可乐将投40亿美元
在华建新厂



导报讯 据外媒报道,全球最大饮料制造商可口可乐表示,将于2015-2017年在中国市场投资40亿美元并建设新厂,以此抵御竞争。业内竞争已使该公司在规模达4210亿元人民币中国软饮料市场的市占率正在缩减。据市场研究公司Euromonitor公布的数据,该公司2012年时的市占率为16%,低于5年之前的16.6%。

分析师称,这可能有助于该公司把握中国市场趋势,更加侧重本土特色的凉茶及养生饮品。

“饮料市场目前的竞争相当激烈,可口可乐必须开展更多并购活动,而不是通过内生增长来谋求发展。”中国市场研究集团驻上海的董事总经理Shaun Rein表示。(伊拉)

探局“双11”

编者按:疯狂的“双11”又来了,曾经的屌丝光棍专属节日,如今俨然演变成网购达人的“血拼日”。去年的“双11”,截至2012年11月12日零点,淘宝网购物狂欢节以全网总销售额191亿元结束,如此辉煌战绩让人们对于今年的“双11”活动尤为看好。面对这场攻坚战,商家别出心裁地推出了各种策划活动,应急预案层出不穷,快递公司也不敢掉以轻心,为防爆仓,也在全面备战。

观点变化

老牌电商转战品牌积累

导报记者 张家然 济南报道

中国最大的网上购物节日“双11”来袭,没有电商会错过这场消费盛宴。中国电子商务研究中心数据显示,约77.5%的商家表示“双11”期间将推出促销活动,“抢红包”、“秒杀”、“返现”等促销招数届时将同步使用。“双11”已不局限于淘宝天猫聚划算在内的大淘宝范畴,京东商城、苏宁易购、当当网、1号店等综合B2C商城,以及韩都衣舍、唯品会、优购网、梦芭莎等垂直B2C商城都将在“双11”有不同程度的促销活动。

“韩都衣舍6月初就开始进行各种筹备工作,成立了‘双11’指挥部,由总经办负责统筹和协调。”9日,经济导报记者在山东韩都衣舍电子商务有限公司(下称“韩都衣舍”)看到,其办公区内贴满了“双11”的宣传海报和内部激励标语,韩都衣舍董事长兼CEO赵迎光表示,韩都衣舍今年是精细化运营,重点在练内功,没有设定“双11”的销售目标,也不看重“双11”一天的销量,而是更加注重品牌积累。

售前全面布局

“在供应链方面,韩都衣舍从今年6月开始储备面料、辅料,7、8、9月开始下单生产,10、11月开始质检入库。”赵迎光介绍说,为迎今年“双11”,目前,货品已经提前质检入库,准备到位。

2012年韩都衣舍女装销量在淘宝(天猫)平台和京东商城均为第1位。

“韩风快时尚女装HSTYLE,从10月初策划了三波新品和特供款预售,并开展了逛店铺先领取优惠券的活动。”韩都衣舍媒体公关总监魏力告诉导报记者,为了回馈老客户,“双11”会推出近300款精挑细选的特供款产品,并计划将要发放1万张10元面值优惠券。

据中国电子商务研究中心监测数据显示,2012年“双11”促销

数据已不是“双11”的唯一标准,沉淀用户、提升商家服务能力才是大促销的重要考核指标

的支付宝总销售额191亿,同比增长260%;其中天猫为132亿,淘宝为59亿元。有媒体报道称,淘宝系今年“双11”的销售目标为,淘宝网和天猫在11月11日当天实现300亿元的销售目标,并将挑战450亿元的极限目标。

中国电子商务研究中心分析师莫岱青表示,预计有92%的网购用户表示会在2013年的“双11”网购,人数达2.4亿人,预计在天猫、淘宝、京东、苏宁、易迅、唯品会等电商网站将产生772亿元人民币的消费,2013年全年网络购物市场总体规模将突破2万亿元。

电商面对这块“大蛋糕”自然不能单线进攻。魏力表示,韩都衣舍旗下男装AMH团队也进行了缜密地筹备,从本月初开始,男装AMH开展了包括收藏引导、加入购物车、提前充值等活动进行全预热。

便捷购物体验

“客服部‘双11’期间实行三班倒。”韩都衣舍客服部负责人介绍说,高峰期客服人员达500人,对近300人的外部支援大学生团队进行了提前培训上岗;物流部那边也实行三班倒,外部培训了近700名大学生支援,同时公司全部员工支援储运发货。

“今年移动端的主要发力点会在顾客的购物体验上。”赵迎光表示,公司为移动端做了充足的准备,在前期预热上整合了淘内淘外



商家备战“双11”,图为韩都衣舍办公区贴满了激励标语

张家然 摄

媒体资源,在移动端的微博、微信、微商进行统一推广,整合了移动端与PC端的流量入口,便捷付款,让抢货变得更简单。在同步店铺活动的同时,有效引导买家加入购物车,实现手机客户端的付款。

企划部工作人员告诉导报记者,韩都衣舍“双11”期间流量预计过千万元,所以公司购买了天猫流量资源位拓展和直通车,并建立了流量应急预案;对海外流量进行了集中拓展和购买,以淘宝宝客为主,针对“双11”期间合作的淘宝宝客做额外的奖励计划,将与淘宝宝客实现共赢。

“数据已不是‘双11’的唯一标准,沉淀用户、提升商家服务能力才是大促销的重要考核指标。”莫岱青认为,往年网购大促过后,销售额、数据分析是大头,今年的进步是电商开始重服务不重数据,网促从“价格战”逐渐向“价值战”过渡。

莫岱青补充说,当前网购市场客户依赖度还不是很高,更少有电商能在客户体验上做得很有突破性,而现在多数电商转做体验,无疑将引领这个开放的市场向提供给消费者更优体验的方向转变。

赵迎光还告诉导报记者,韩都衣舍今年“双11”将把AMH男装、Miniruzu童装、原创设计师品牌等推给更多的消费者。在回馈老客户的同时也实现“冲业绩”的目标。

“购物节”将成常态

导报记者调查发现,今年“双11”电商促销活动时间较往年有了很大延伸与扩展,不再集中“双11”那一天或前后三天;今年从10月国庆黄金周后陆续开始,至11月11日之后一周,这长达一个月的时间俨然成为各家电商网站争夺用户与订单的促销季;其中,又以“双11”前后一周最为密集,也最为惨烈。

中国电子商务研究中心统计显示,90%以上的电商年内还将推出或参加“双十二”、圣诞节、元旦、春节前等节庆的重大电商行业促销活动。此外,今年涉及的促销品类空前丰盛,从化妆品、服装、鞋靴、家电到食品、运动、珠宝,无所不包,如苏宁启动线上线下全品类同价促销,优购网上鞋城活动涉及运动、男女鞋、男女装、户外等多个品类。

莫岱青认为,电商企业向线下延伸、搭建完整销售与体验链,传统零售企业跨界向线上延展已成趋势。“O2O模式”在推动电商行业商业模式升级的同时,也为传统零售企业打通线上渠道。

“我们平时也会推出一些韩都衣舍自己的大力度活动,也不排除推出自己的‘购物节’。”赵迎光表示,此外,公司未来3年计划在济南建设山东韩都衣舍电子商务产业园,打造生产、仓储、销售为一体的配套园区,成为在全国电子商务行业和服装行业更具影响力的多品牌运营集团公司。

解难点

快递公司
严阵以待防爆仓

导报记者 张家然 济南报道

对于快递行业而言,“双11”网购狂欢无异于一场大考。9日,经济导报记者从韵达快递山东省公司了解到,公司预计“双11”将从11日开始,持续一周左右,至21日将日趋平稳,主要的快件高峰将在12、13日两天出现。“双11”业务高峰期间,业务量将比平时增长60%-70%。

韵达快递山东省公司负责人徐春华9日接受导报记者采访时表示,韵达快递为保障业务旺季高峰期间快件安全、及时,积极备战“双11”,在合理预估快件业务量的基础上,已全面做好场地、车辆、人员储备等方面的准备工作。

国家邮政局市场监管司王丰近日公开表示,为了应对爆仓,国家邮政局在10月初成立了旺季保障领导小组,几次召开电商与快递企业信息对接会,确定了“集中下单、错峰发货”的分流调节原则,要求快递企业按照每日最大处理能力与电商企业衔接发货批次和数量,从而避免出现“上游集中放水、下游快件爆仓”问题。

国家邮政局预计,今年“双11”期间(11月11日-16日),全行业处理的快件业务量将超过3.23亿件,其中最高日处理量可能突破7000万件。

中国电子商务研究中心分析师莫岱青说,“双11”为物流带来很大经济效益,但快递丢单、送货迟缓一直是消费者投诉的热点,快递是电商最接近消费者的环节,也是衡量网购体验的重要指标,快递企业需谨防“掉队”。

据徐春华介绍,为迎接“双11”业务高峰,韵达快递山东省公司与多家物流公司签订合同,车辆基本配置相当于平时的两倍;此外,通过与多家外包公司签订合作协议,在原有近千名一线员工的基础上,新增近千名外包服务人员加入快件分拣、扫描操作大军;另外,各分拨中心还新增2000多米流水线,用于快件分拣的硬件设施已按照相当于平时3倍的配置准备到位。

“进入11月份就经常加班。”济南市中通快递员小王告诉导报记者,从目前情况来看,“双11”网购节已变身购物月,渗透在11月的每一天,至少要忙一个月。

徐春华表示,后勤部门已妥善定制好了加餐菜单,营养搭配合理,增加了夜宵品种,保障业务高峰期间各个班次的员工都能吃饱吃好。此外,韵达山东省公司前期通过改善操作大厅等工作场所的工作环境,完善操作流程,更新设备等措施,已给基层一线员工创造了更加良好的工作环境,保障员工以最好的身体状态和精神状态投入到快递业务高峰“大战”中去。



以综合化的财富管理能力,
助您实现人生价值!

传承百年底蕴,交通银行以涵盖银行、基金、证券、保险、信托、租赁等业务的综合化、国际化财富管理能力,成为您实现人生价值的金融伙伴。

客服热线: 95559 www.bankcomm.com

交通銀行
BANK OF COMMUNICATIONS

您的财富管理银行