



国人为啥青睐“黑色星期五”

中外有别的“黑色星期五”

刚“血拼”完“双11”不久的中国消费者，又卷入了美国“黑色星期五”的海淘大潮，刷新了一个又一个消费纪录。

海淘火爆，主要有两方面原因。“黑色星期五”是美国零售市场全年最大促销折扣季的代表日，商品价格一般低至三至五折，平时很少打折的名牌奢侈品也能打七至八折，很多商品即使加上关税、运费等，也比在国内买划算。另一方面，在母婴产品、保健品、奢侈品等领域，国内资源未能很好满足消费者的需求，海外商品填补了这个空缺。

不过，“黑色星期五”海淘大潮暂退，也露出不少苗头，留下一些问题，值得我们思考。

商务部数据显示，2013年中国内地“海淘族”已达1800万人，海淘消费额达330亿美元，预计到2018年，我国海淘年消费额有望达到1万亿元。国内消费者海淘的多是上档次、品质高、在国内很难买到或者很贵的商品，看来，这些年老百姓的消费能力日益提高了，越来越多的人开始追求有品质的生活。

由此可见，要刺激消费、扩大内需，除了提升百姓的消费能力外，还需提供物有所值的好商品，对商品来说，物美价廉才是王道。审视“中国制造”，在价廉方面，整体上有优势；在物美方面，还需多下功夫。我国的经济增长不能再走依靠价廉打天下的老路，也不能走扩张低水平产能的死路，而要走以质取胜的内涵式发展新路。

海淘退潮之后，还有一点看得更清晰：国门、关税已挡不住人们对价廉物美商品的追求，互联网联通一切，经济全球化势不可挡。把握这两股潮流，对我国经济行稳致远意义深远。

互联网风生水起，为我国经济转型发展提供了难得的战略机遇。中国连锁经营协会的调研显示，企业采用电子商务模式可不受地段限制，不受渠道制约，共可降低16%的总成本。

历史已经证明并将证明，利用开放、平等、互动、合作等互联网思维的核心特性，改造优化我国各个行业的各个环节，能大大提升其竞争力。

(中新)

“黑色星期五(以下简称“黑五”)”，除尝试了一把海淘的滋味外，还有哪些让你记忆深刻？是惊诧于国内外商品的价格差异，还是根本停不下来的购物欲，亦或是错过了限时特价的爆款？在“黑五”热度逐渐散去后，告诉你一个不一样的“黑五”。

最 遗憾：渠道设壁垒 商品直邮少

打开梅西百货官网搜索“COACH”，你会发现，网站告诉你“部分商品不支持国际配送”，类似的现象也发生在PRADA、BURBERRY等品牌身上。不过，如果你在美国登录梅西百货官网，做同样的事情，你可以轻松买到COACH的箱包、钱包、鞋、手表和配饰等各式各样的商品。

记者了解到，在支持直邮中国的海外电商中，绝大部分商品是经过挑选的，“一些品牌商会有压力，怕冲击到中国的渠道”。中国最早的海淘创业者之一、跨境网购平台洋码头CEO曾碧波表示，因此，中国消费者很难通过海外官网直邮和海外电商直供的方式，买到那些已经被中国消费者接受和认可的品牌商品。在曾碧波看来，这一问题其实是供应链问题，需要流通业的改革。“同样的商品在日本卖2000元，到了中国就要卖4000元，如果消费者从日本买，就变成了走私、水货。从零售角度看，这是不合理的。”

不过，中国消费者也有“见招拆招”的本事，其中转运成为最普遍的方式。消费者将商品发到美国的储物箱，通过转运公司邮回国内。一名海淘资讯平台负责人认为，这就是“用耐心换金钱的方式，虽然没有直邮方便，但可以完美绕过商品品类和价格的跷跷板”。

最 坑爹：同款不同价 花钱容易省钱难

曾碧波告诉记者，使用中国的IP地址，在很多海外购物网站上看到的价格与商品都是不一样的，有些网站的价格差高达一倍，其中美国时尚品牌Abercrombie Fitch最为“彻底”。

记者体验发现，同样输入“www.abercrombie.com”，大中华区的IP地址会进入香港官网，而北美的IP地址则会进入北美官网。消费者如果不“翻墙”使用美国IP进入AF官网，看到的价格和商品会高出很多，基本与大中华区旗舰店的定价保持一致，也无法享受到北美地区的优惠码。

不过，“翻墙”对于大多数购买AF产品的年轻女性来说，都是个高难度动作。“你可以说AF差别定价或者消费歧视，但作为一个完全自主经营的品牌，AF保护各大区商品的相对独立无可厚非。”一名资深北美AF代购表示。

除了本身定价不同外，记者了解到，海外直邮无法使用优惠码、赠品无法邮寄必须放弃，也是不少海淘用户的“不公平对待”方式。“梅西百货在‘黑五’期间有折上8.5折的优惠码，但是国际邮寄的订单则无法享受，我买了一个258美元的挎包，如果使用优惠码，还可以再便宜39美元。”消费者陈女士表示。

最 期待：明年大爆发 国人要“占领黑五”吗

不过，尽管引来不少吐槽声，但“黑五”在今天的崛起已经成为大势。在业内人士看来，经过今年的牛刀小试和未来一年的消化，明年“黑五”将迎来最大爆发。除了朝野中的“海淘剁手党”数量增加外，大公司的重视程度也会提升。

“这其中包括一些国外的上游企业，今年亚马逊和COSTCO的做法让很多美国零售商醒过来了，冲击很大。”曾碧波说，从数据层面看，今年的各个数据都是去年的5~6倍。不过与急速发展的跨境网购增势相比，物流、支付等配套环节的发展进程还没有跟上节奏。但是，今年“黑五”期间，除了海外商品直邮中国之外，中国消费者的另一个“福利”，就是不少海外电商都提供了中文页面和人民币显示服务。还有观点认为，由于“双11”与“黑五”在时间上相差不远，二者甚至可能进行联动。对此，阿里巴巴相关负责人回应称，“今后，‘双11’都会是线上线下、国内国外打通的”。

不过，按照美国全国零售商联合会公布的调查结果，今年美国感恩节周末零售总额为509亿美元，折合人民币超过3000亿元。尽管连续两年走低，但由于基数巨大，中国“剁手党”在这之中仍显得十分渺小。要“占领‘黑五’”，“剁手党们”任重道远。

(北商)

