



一年一度的京东“6·18”店庆大促和阿里的“双 11”活动,已经成为中国消费者喜闻乐见的全年两大电商促销节点。和往年一样,今年京东不但自己准备了规模空前且长达 1 个月的全品类特惠活动,其他大小电商同样也热情洋溢地“借题发挥”,大搞促销。

许多消费者都明显地感觉到,今年的“6·18”电商促销季少了往年那种隔空交战的浓浓火药味,却多了一阵阵的“海水味”,经跨境电商进口的各种洋货成为主角。乘着国家政策支持东风,一些新兴的垂直跨境电商直接向传统巨头们叫阵“单品最低价”,巨头们则以大规模、多品类的“集团军”反击,结果乐坏了广大的消费者,选购国际尖货的感觉真是非一般的爽!只不过,消费者在激情购买之余,也要时时保持警惕之心,因为电商售假的恶之花也在悄然盛放。

# 巨头发力 海淘不再只有奶粉尿布

## 全球直供成最大亮点

在“6·18”促销中,京东是主场,全球直供成为今年京东大促的一大亮点。2015 年是京东全球化布局加速的一年,继法国、韩国、日本三个国家馆开馆之后,京东全球购业务开始全面出击。今年“6·18”期间,京东全球购推出了 20 余万款出国必买的洋货,为消费者带来涵盖母婴用品、食品保健、个护化妆、服装鞋靴、礼品箱包等众多特惠商品:澳大利亚的 Swisse 胶原蛋白/叶绿素、法国的拉菲古堡干红葡萄酒、荷兰的牛栏奶粉等洋货已经备齐,还能花 618 元全线秒杀韩国的 MCM 手包、美国的 Move Free 维骨力、日本的花王纸尿裤等爆品,上述所有产品保证 100%海外发货,假一赔三。

今年的年中大促,天猫称共有 3 万商家报名,2 万多商家最终参加年中大促,为全国消费者提供 25 个国家、30 万种以上的进口商品;100 个顶级酒庄的酒类、全球四大渔场的海鲜、超过 10 个国家的 50 多个品种的进口水果,独家直供天猫。全球排名前 30 的保健品、顶级母婴品牌也和天猫达成战略合作,并深度参与年中大促。

不过,和传统海淘萌芽地的亚马逊相比,这两大巨头暂时要落后一个量级。亚马逊中国近日宣布,在为期两周的“全球钜惠

狂欢节”期间,国际选品数量已多达 250 万种的“海外购”业务,也会掀起一场海外正品狂欢风暴。

在 6 月 8 日至 14 日的首发阶段,亚马逊中国与美国亚马逊大促的价格保持实时同步,服饰类折扣力度低至 8 折。消费者可通过今日最低价和全球尖货等方式参与海外直购的爆品囤货,满 150 美元即免运费。以“母婴国际惠”为主题的亚马逊中国母婴 5 周年活动,将提供高达 500 元的优惠券,服饰、鞋靴、珠宝、手表、箱包等可享受最高 6 折的超值优惠,为消费者带来前所未有的超值体验。6 月 15 日至 21 日,亚马逊中国以权威排行榜的形式,分别向消费者呈现“海外购”的前十大热门单品及各品类前十大畅销品牌的实时排行趋势,并推出实时国际价,让消费者第一时间买到高品质的全球尖货。

## 母婴用品依然唱主角

距上次纸尿裤价格战还不到 4 个月,“6·18”期间,几家主要的跨境垂直电商又开启了新一轮的母婴用品价格战。

每个月的两次大促,已经是网易考拉海购的常态。据记者了解,在 6 月份,考拉海购仍将筹划两次大促,以前所未有的巨资补贴

掀起年中大战。6 月大促除了继续巩固母婴类第一的优势外,考拉海购还将上线一大批美妆,面膜是最大的促销重点,不仅集结了可莱丝、丽得姿等日韩的一线面膜品牌,在马油、BB 霜、CC 霜、彩妆等单品上,考拉海购也会囊括日韩一线的美妆品牌,如奇迹、得鲜、3CE 等,以更低的价格与京东、聚美优品等进行短兵相接。

聚美优品方面表示,年中大促将针对母婴类目给予亿元级别的补贴。上一轮纸尿裤价格战的主要参与者——母婴电商蜜芽宝贝以及此前从未参与过母婴商品价格战的苏宁红孩子母婴等,都宣布以较大的折扣加入战团,共同面对几大电商巨头的“6·18”发力促销。独立海外购物平台洋码头于“6·16 洋货节”期间狂砸 1 亿元补贴,囊括 10 余个热门品类(包括美妆、个护、时尚、户外等),打造百个折扣团,全部以最低价无限量供应,一些海淘明星商品更是低至 1 折。

洋码头的 CEO 曾碧波表示,跨境电商目前的市场还很成熟,销量主要来自母婴、保健、美妆三大主要品类爆款商品的促销。但全球有大量性价比超高的好货,而大多数中国消费者还不知道,消费习惯和认知还需要培养,在这个阶段实施的价格战,是最高效的武器。

## 跨境电商的最美好时代来临

今年以来,跨境电商的利好政策一直不断,每个月出台一个新政的节奏,让从业者都有点应接不暇的感觉。“现在真是跨境电商最美好的时代,过去连做梦都不敢想的,如设立跨境电商试验区、24 小时通关等都一一实现了”,亚马逊中国副总裁牛英华用这样的一句话概括了当前的利好形势。

然而,近期到韩国及日本接洽品牌授权的数位跨境电商人士向记者透露,对方已经发现,经跨境渠道进入中国销售的他们的产品,累计销量已大大超过了他们的自身产量,这表明行业内的造假现象正日趋严重,涉及商品包括奶粉、纸尿裤、面膜等。

为了避免买到假货,消费者在选择跨境电商平台时也要多个心眼,“海外直采”也不能等同于正品。

就“保真”问题,各商家也都有增强消费者信心的杀手锏。譬如说,亚马逊中国是唯一一家为海外购商品提供退换货服务的平台;网易考拉海购还与杭州海关联合开发了二维码防伪追溯系统,用于追踪商品的进货源头并辨别真伪等,这些努力,相信更能赢得消费者的信赖。

(新快)