

宣称三年不赚钱，京东要学雷锋？

CEO刘强东微博“挑衅” 电商打响新一轮价格战

从来没有不起风云的江湖，而在电商江湖里，暂时的风平浪静都罕有。

继“6·18狙击京东店庆日”各大电商混战后，“规模最大、最惨烈、最全面”的价格战，随着京东商城董事局主席兼首席执行官刘强东一条不到140字的微博，果断点燃。

一边是京东商城大家电三年零毛利，一边是苏宁电器宣称的线上线下一价、甚至店庆0元购，紧接着就是当当网及国美在线的“全品种迎战”……欢畅激战之下，“鹬蚌相争、渔翁得利”似乎没有理由不奏效，消费者们乐得其所。

然而，在切断了商品利润来源后，消费者的狂欢会持久吗？价格战的再三爆发，到底是促进竞争还是消灭竞争呢？

■见习记者 朱蓉 黄利飞



■漫画/陈琮元

微评论

@ISABELLE翠:最靠谱的苏宁易购、京东大战结果:苏宁易购有的东西京东没有,京东有的东西苏宁易购没有。少数两家都有的都是不受欢迎产品,假模假式打价格战吸引眼球。九点以后你们可以来膜拜我。

@晓非Dyson: 经商不能意气用事啊,不过价格战打来打去收益的都是消费者……

@VicodinXYZ: 国美苏宁赶快去京东大采购->放在自己店里平价出售->观察员看到后通知京东降价->国美苏宁再进行采购->放在自己店里平价出售->观察员看到后通知京东降价。

叶檀:电商现在是“三国”混战。刘强东现在提出零毛利销售,其实这是一个比较虚的概念,事实上现在电商基本上都没有赚钱,所以说零毛利是表明他的一个态度,背水一战的态度。

记者手记

京东“零毛利”点燃战火

“今晚,莫名其妙的兴奋”,8月13日23时25分,新浪微博认证资料显示为“京东商城董事局主席兼首席执行官”的“刘强东”,写下了这样一条微博。14日10时21分,刘强东揭晓了“兴奋”的原因:“今天,我再次做出一个决定:京东大家电三年内零毛利!如果三年内,任何采销人员在大家电加上哪怕一元的毛利,都将立即遭到辞退!从今天起,京东所有大家电保证比国美、苏宁连锁店便宜至少10%以上。”

而就在前一日的晚间,苏宁电器发布了向社会公众发行80亿元公司债券的公告。显然,刘强东的微博挑衅是对苏宁电器副董事长孙为民“不赚钱,也要堵截京东”的应战,直接而鲜明。几乎所有人都知道会有这么一战,只是没有料到果真如刘强东此前公开宣称的那样,“规模最大、最惨烈、最全面的价格战”。

苏宁电器的执行副总裁李斌14日下午回应:“苏宁易购包括家电在内的所有产品价格必然低于京东。各方似乎都做好了“价格持久战”的准备。”

继宣布京东大家电三年零毛利后,刘强东还称京东将在全国招收5000名美苏价格情报员,每店派驻2名。

京东意欲何为

三年零毛利?对于一个以利润为先的商家来说,需要极大的勇气和决心,而人们的不可思议,恰巧也在这里。

“这是出的什么牌,雷锋式的?还是黄继光式的?”从刘强东发布消息的那一刻,类似的疑问便充斥着网络。

京东想获得什么样的效果呢?中国电子商务协会副秘书长陆刃波认为,京东现阶段处在一个发展成长期,前期的低利润、无利润甚至是亏损,都是为了以后市场份额的扩大。

“此次事件拉来消费者对京东商城的关注,也就能够带动其他产品的销售,大家电的损失便得以填补。”陆刃波说。

中国电子商务协会湖南推广中心总经理张金炜则认为,如此虽然失去了商

品利润点,但购买者蜂拥而至带来的物流收入,将会产生巨额利润,“另外,京东能以此获得投资者青睐,风投带来的效益更是不可预计。”

同行纷纷“跟战”

京东“三年零毛利”宣言一出,无疑又在本就不算平静的电商圈内扔下了一枚重磅炸弹。上半年的“价格战”硝烟尚未散去,新一轮的经营斗法又强势来袭。京东的同行大佬们也纷纷在微博上表态,似乎谁也不愿意在战争尚未打响时就处下风。

针对京东“零毛利”的举措,苏宁易购执行副总裁李斌14日下午4时在微博上也做出了反应。他表示苏宁易购将“及时调价,并给予已经购买反馈者两倍差价赔付”,同时强调“苏宁易购将启动史上最强力度的促销”。

当当网CEO李国庆也积极备战,于当日下午5时宣布“当当网手机、电脑和小家电等及当当网国美在线大家电旗舰店全品种迎战”。

消费者“渔翁得利”?

商家在台面上争得你死我活,最终还是想赢得消费者。这场无声的战争所产生的直接后果便是商家大家电产品售价一路走低,对持币待购的消费者来说,是不是算得上是一件“大好事”?

对此,陆刃波表示,商家之间的竞争,压低销售价格对有购买需求的消费者来说,能够花更少的钱买到自己心仪的商品,可说是“有百利而无一害”的。张金炜也表示了相似的观点,认为短期内对消费者来说是好事。

站在消费者的立场上,大多数网友都对此次价格战表示了“乐观其成”的态度。值得注意的是,也有业内人士对销售平台一味压低价格,是否将资金压力嫁到供货商和家电企业身上,从而导致商品研发、质量把关等各种问题出现,最终致使消费者为“不合格产品”买单提出了担忧。张金炜就认为,如果价格战一味恶性循环,从长期来看对消费者未必是件好事。

企业盈利、消费者获益,才是合理的

价格竞争是市场竞争永恒的主题,无怪乎刘强东在面对质疑和指责时,还特别理直气壮地说:只要合理合法、光明正大的竞争,只要是有利消费者的竞争就不是恶性竞争!

不过,谁先降价谁占便宜、谁不跟进谁倒霉、谁先退出谁倒霉,在价格竞争的客观规律之下,除非各方妥协停战,否则难以自停。于是,电商企业赔本销售的杠杆作用将自然显现:卖价相对高的产品出现滞销,引发价格的连锁反应。

实际上,无论价格连锁反应导致什么后果,最终买单的都是家电生产企业。电商一浪高过一浪的促销大战,都是拿制造企业的钱豪赌,在这场没有硝烟的价格战中,无论输赢,为之付出无辜代价的往往还是家电企业自身。

而对消费者而言,用最少的钱买最好的东西,这几乎是人的天性所在。只不过因价格战而引起购买欲望的狂欢者,都要记住这么一个永恒不变的真理——“天下没有免费的午餐和晚餐”,低于成本的销售产品,买下来真的就心安理得了吗?

还记得新千年之初,各大彩电企业的价格厮杀,在我们都认为将出现你死我活的惨烈景象时,彩电行业却优化业态,在产品升级的同时还维持着不是特别高的价位。此所谓“消费者与企业共赢”。

如果电商之间这场“规模最大、最惨烈、最全面”的价格战,标志着家电进入超强竞争时代,那么优胜劣汰的行业大洗牌其实也已经开始。而如果仅为存活打价格战,那就只是一个字:傻!

■见习记者 黄利飞

相关链接

2012电商战火大事记

1. 京东店庆月: 2012年6月18日,京东商城启动“6·18京东店庆月 让利10亿元”活动,同时,国美网上商城、苏宁易购、淘宝天猫都相应推出了各种优惠活动。据当时数据显示,京东、苏宁易购、淘宝天猫等7家电商在此番价格战中投入58亿元,使电商价格战在之前的小打小闹后达到第一个高潮。
2. 奥运经济热: 7月9日亚马逊中国推出奥运互动活动,7月21日,苏宁易购也推出奥运主题促销活动。京东毫不示弱,喊出“每天获得几枚金牌,京东就降几折”的口号。淘宝天猫跟着推出参与游戏赢红包活动。

外币	钞买价	外币	钞买价
英镑	963.75	日元	7.8166
港币	81.15	加元	618.67
美元	629.49	澳元	646.22
瑞郎	632.12	欧元	759.12

(截止到8月14日17时44分,数据仅供参考)

外匯牌價由中國銀行
 湖南省分行友情提供
 諮詢電話: 0731-
82580629
 中國銀行網上銀行提供個人結售匯業務

振升鋁材專家解答熱線

鋁型材消費, 購牌最安全。國標GB3281, 鋁合金配製材料。規定: 鋁型材最小公稱壁厚應不小於1.20mm, 其中空心型材壁厚允許偏差0.15mm, 空心型材壁厚允許偏差0.23mm。國標中規定的專業測量工具均十分, 精度可達100微米。壁厚不達標的劣質鋁材, 其抗壓強度大大減弱, 容易發生斷裂變形, 甚至出現窗面凹塌情況。消費者選購鋁型材, 應認準“購牌最安全”。

振升鋁材
 全國服務熱線: 400 839 8899