“6.18”玩出新动向 湖南人都买了什么

数据：长沙衡阳株洲“爱出手” 追问：跟着主播“买买买”靠谱吗

从“双11”到“6.18”，国内互联网的造节狂欢还在继续。

6月18日，京东、苏宁、天猫、网易等线上电商平台同步开启“促销模式”。与以往不同的是，今年的活动时间，由6月18日当天提前至6月16日，更有商家从6月1日便开始推出“与大促同价”的活动。

今年湖南消费者在网上买了什么？“保价大促”等全新促销方式的背后又在暗示着什么？ ■记者 朱蓉 潘显璇

【购买力】1天变1周，提前半月推“保价”服务

“5月底就在网上给孩子买了一辆轻便推车，商家推出了‘保价6.18’的活动，价格、赠品都与今天相同。”6月18日，长沙市民罗女士告诉三湘都市报记者，自己与“6.18”同价购买的手推车已经用了近1个月时间。

三湘都市报记者统计发现，在京东、天猫、苏宁等平台上，均有商家推出了“保价6.18”、“15天价保”等服务，而这一服务的出现，则将大促的活动期拉长至1周至半个月不等，如商品在保价期出现降价，消费者可享受退补差额。

不过，消费者购买力的爆发仍集中在6月18日当天。来自京东集团销售数据就显示，第一个小时的交易额同比增长65%。其中，仅用2分36秒，京东家电销售额便突破10亿元大关，美的、海尔、格力三大品牌均在3分钟内销售额破亿元。

值得一提的是，长沙、衡阳、株洲三个城市分列京东“6.18”湖南省购买力前三名，而在这场大促中，最受湖南消费者喜爱是手机等数码产品，华为、小米、格力空调上榜“热搜关键词”。

【战斗力】家电品牌销售竞争，格力小胜奥克斯

作为“6.18”的重要品类之一，6月18日当天，家电品类在各个平台上的销售数据也十分受到关注。

苏宁悟空榜显示，截至18日12时，在空调销售榜上，美的、格力位居两强，奥克斯位列第三。

此外，京东实时更新的家电排行榜单显示，截至18日21时，美的、奥克斯、格力位列空调销售前三甲。而在该平台强调“品质”的京品家电销售榜上，格力位列第5，奥克斯则名列第10。另外，根据京东、天猫、苏宁三大电商平台发布的首小时战报显示，格力在天猫、苏宁、京东三大平台均迅速跻身“亿元俱乐部”。

由目前销售数据看来，格力在几大平台的销售数据略优于奥克斯。此前，格力电器因在官方微博上发布举报信称，“奥克斯空调多型号产品能效比和制冷消耗功率检测均不合格，涉嫌生产销售不合格产品且销售金额巨大”而引发关注。

【主力军】七成农产品订单来自一二线城市

一二线城市的消费者已经成为产地直发的平价农产品最大的消费群体。“6.18期间，一二线城市最大的消费亮点之一是农产品。”来自拼多多的数据显示，平台大促期间，水果生鲜、食品等农(副)产品订单中，约七成来自一二线城市。

记者注意到，“6.18”期间，在拼多多与平台商家联合的补贴，各种水果和农副产品可谓十分亲民，成为平台爆款产品，比如11.75元三斤包邮的海南红心木瓜，每斤不到3元的秭归脐橙等。

拼多多相关负责人表示，“以前是农业农民支持工业和城市，现在一二线城市居民通过电商平台更多地消费农产品，这也是一种消费反哺。”

【新趋势】直播成“带货”利器，90后成消费主力

记者从天猫获悉，今年直播成为“带货”的一大利器，边看边剁手成为越来越多人网购的新方式。

数据显示，90后已经成为直播间的消费主力。从不同年龄段最爱在直播间购买的商品类型来看，90后、00后最爱买的前三名分别是美容护肤、女装和彩妆香水，而60后、70后则更喜爱在直播间购买珠宝翡翠等。

尤其值得一提的是，网红主播们还将摄像头架到了瓜田、鱼塘、果林里，吆喝家乡农产品，这让各种土味农产品成为“6.18”期间的网红。数据显示，今年3月份才摘掉国家级贫困县帽子的平江县，从全国一众已脱贫或待脱贫的县城中脱颖而出，凭借平江豆腐干勇夺天猫6.18贫困县“土货”销量榜第一名。

抢流量

线下卖场到线上抢流量

进入6月，线上争得热闹的同时，线下商家也没闲着。

6月18日当天，三湘都市报记者在五一广场地铁换乘站便看到，平和堂“网上商城6.18年中清仓”的广告随处可见。而在家乐福芙蓉广场店内，也正在进行如阿迪达斯、舒肤佳等品牌“2件75折”，洗发用品“买一送一”等日化用品的促销活动。

在华远悠优港、长沙海信广场等购物中心，也推出了促销活动，前者与线上平台大众点评共同推出“全场5折起”的促销，后者则在自家的“聚划算商城”推出了不少折扣“爆款”。

此外，如沃尔玛、山姆会员商店等超市，将促销活动的引流服务做到了“朋友圈”里。长沙市民姚小姐就表示，上周开始，频繁在朋友圈刷到各大超市的促销活动，“有一种所有商家都在过‘6.18’的既视感。”

拼服务

大促开始转场 更好服务体验取胜

“6.18”从最初的京东店庆日变成了全网、全零售行业的“狂欢”。而今年，不难注意到，价格已并非各大商家平台握在这场“销售战”中的唯一法宝。

苏宁推出的“以旧换新”等服务，京东的急速配送服务，天猫的“15天价保”等等，各大平台都开始从销售周边进行服务延伸，而消费者对平台的选择也开始根据自己看中的那一部分服务是否能更好地得到满足来进行平台的选择。

从“6.18”到“双11”，大促零点“服务器挂了”的各类现象越来越少，销售数字却一年高过一年，这似乎也在说明，正在进入下半场的促销大战，需要以更好的服务、体验取胜。

● 购物节·车市

汽车圈刮起“6.18”风 不少人加入“剁手”

5月汽车产销降幅扩大 业内人士：下半年或回暖

“汽车业也刮起了6.18风，而且折扣来得更真实，更猛烈。”6月18日，长沙市民周女士感叹，她咨询的一款合资品牌汽车价格15.49万元，现在只卖9.69万元。一股汽车圈的降价潮让不少消费者坐不住了，赶在6月加入“剁手”行列。

6月18日，记者通过查询专业汽车网站及走访4S店的方式了解到，自6月份起，各大汽车品牌纷纷掀起降价潮，其中不乏众多热销品牌与热销车型。相比往年的淡季汽车促销，今年的优惠力度更大。

日前，中国汽车工业协会发布的最新数据显示，今年1–5月，汽车产销量同比均下降13%，降幅比1–4月分别扩大2和0.8个百分点。

汽车业内人士受访时表示，前五月汽车产销处于低位运行主要是受国六排放标准即将实施等因素影响。“汽车刚需在某种程度上被暂时抑制了，与此同时国五车也变得更加难卖了。”上述业内人士认为，这时清库存无疑成为各大汽车厂商的一大主要工作。

中汽协预测，今年下半年车市或将开始回暖。

■记者 胡锐

● 购物节·提醒

直播天花乱坠、售后无人问津 跟着主播“买买买”靠谱吗？

诱人的海鲜直播吃，好看的裙子现场试，边看视频边下单的新鲜体验让“剁手”变得更加有趣轻松。但光鲜的直播背后，问题产品退货难、投诉难，跟着主播“买买买”并非毫无风险。

——售后服务堪忧。在流量变现的助推下，抖音、快手等拥有大量受众的视频平台均开设了自己的购物平台，或与其他电商平台合作，在视频中直接贴入购物链接。由于平台缺乏对售货商家的有效监管，不少商家并不按照电商有关规定执行退换货政策，售后服务态度恶劣。网友李先生在某视频APP直连的购物平台上买了海鲜，但到货后发现已经变质，出售者拒不退货。李先生联系平台客服，却被告知“我们无从判断产品质量，无能为力”。

——虚假宣传横行。很多消费者投诉，他们在短视频平台上购买的商品与视频直播中的产品严重不符，商家虚假宣传成为“常规操作”。网友贺女士通过一位号称玉石专家的主播购买了一块玉牌，收到后却发现，这块号称“飘绿”“水头好”的翡翠已经被磕碰缺角，颜色也与视频中明显不符。

——价格信息不对称。业内人士表示，这类电商青睐那些对网上购物不太熟悉的群体，他们缺少对比同类商品和比价的意识，只要产品看起来新奇实用就会产生购买欲望，而部分商户定价可以做到大型电商平台的2—3倍，利润空间极大。

中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江表示，消费者通过抖音、快手官方购物渠道购买的商品出现质量问题，可以向销售者要求赔偿。如果平台不能提供销售者的真实名称、地址和有效联系方式，消费者也可以向平台要求赔偿。平台赔偿消费者后，可以向销售者追偿。 ■据新华社