



迎接“剁手节” 先来一次“摸底考”

——电商“双11”预热启动提前剧透

比起冷空气来袭，今年的“双11”似乎比以往任何时候都来得更早一些。还有不到一个月，苏宁易购、天猫、京东等主流电商的“双11”纷纷预热启动，各种促销方案和玩法争相出炉。

对于消费者而言，每一次“双11”的到来，都显得非常“烧脑”，主要是要在铺天盖地的促销中寻找最佳的购物方案，获得实惠的最大化——这还真不亚于一次数学大考。不如提前来个“摸底考”，先探个底，看看今年的“双11”都有哪些“看数”可以“捞一把”。

A 全场景狂欢—— “双11”购物领域纵深发展

过去，“双11”主要以单纯的电商销售为主；如今，随着商家线上线下一体化、场景化布局的完成，“双11”的购物领域蔓延到实体门店，继而不断向多领域纵深拓展。众多购物元素融会贯通，形成了覆盖多元场景下的购物狂欢。电商提供的完整场景，服务权益全面打通，享受到社区、社群、体育、娱乐、母婴等，涉及各领域消费体验和权益。

今年值得一提的是，苏宁在不久前入股收购家乐福之后，超市类消费融入到“双11”大潮中。家乐福中国商品副总裁龚文瑞宣布，家乐福今年将首次参加“双11”。作为实体门店，家乐福将上线“履约中心”，接入家乐福小程序、苏宁小店APP及第三方平台。消费者通过这些线上入口下单，由家乐福履约中心承接服务。

“着数”分析——“多买多得”才划算

随着“双11”全面拓展购物品类、领域等，显然是“多买多得”。电商惯用的直减、满减、用券、红包等，建立在一定量数额基础上。从今年“双11”商家祭出的各种促销举措看，多种多样的方案都瞄准了“买得越多越划算”，尤其“满减”更为划算，符合“薄利多销”的原则。

B 简单化玩法——要实时关注购物车

很多人喜欢把心仪的物品放置到电商手机应用的购物车内，每天都关注价格和优惠促销变化。一是要不断关注电商推行的促销，包括每天签到、领券等；二是精算好促销方案，“满减”不够数的话还要其它商品凑数，但有的非自己所需，翻来覆去要找到最合适自己的商品。

还是那句话，“买的没有卖的精”，众多促销方案其实都在电商掌控之中。今年“双11”，电商普遍强调“简化方案”。“双11”期间，苏宁易购针对全场景玩法提供瓜分红包，与家乐福联动，使用苏宁

支付还将实现分类折扣，叠加五折；家乐福设置会员专享价和会员专区，双方会员权益打通；此外，苏宁易购 plaza、苏宁易购电器店与家乐福也将实现联动返券。

天猫方面甚至给出了优惠计算公式，“活动价-购物津贴-券-红包=到手价”，而如果采用分期方式，“到手价÷24=每月还款金额”，甚至打出了“最后≈不要钱”的概念。

“着数”分析——精打细算“不入坑”

听起来，“简化方案”很容

文/羊城晚报记者 黄启兵
图/视觉中国

C 精明眼保价—— “贵就赔”真有那么靠谱吗？

每到大促，消费者最担心的就是商家“提前涨价再减价”；而每一次过完“双11”可能又会发现，好像还有更实惠的促销。“贵就赔”是最近一两年电商稳住消费者的一种策略。电商是否提供“贵就赔”的措施，下单前要特别留意。苏宁“双11”启动之际，实施“全场景贵就赔”，购买全场景保价产品可就近在门店“贵就赔”，苏宁与家乐福联动提供“全场景补差价”，价高者全场景随时随地退货；国美方面，“双11”同样推行“贵就赔”。

与此相配套的是“双11”期间的购物服务。苏宁易购今年“双11”提出“1小时场景生活圈”新概念，1小

时内解决消费者在购物、服务、内容、社交等方面的需求；京东方面强调物流提速，“最后一公里30分钟消费”。这些举措有望增强“双11”的购物体验。

“着数”分析——看清规则“贵就赔”

很多“贵就赔”是有限定条件的，比如限制在某个时段内购买，或者限制购买指定商品才能享受“贵就赔”。购物前一定要看好条款。

此外，“双11”促销涉及退换货，要减免掉抵扣券等优惠，计算上颇费周折，退款流程相对会繁琐些。这些事先更应当心中有数。

D 选平台慎重—— 有的电商或有“雷区”

值得留意的是，今年“双11”开始之前，很多电商不同程度地出现了一些运营上的问题。跟拼多多的购物模式有点类似的淘集集，最近一周曝出了拖欠供应商货款的问题，官方层面表示，将向供应商提出债转股的方案，化解当前危机。

不仅如此，最近一段时间电商小红书也曾出现过短期下架之事。早年在电商兴起之初火的一时的乐蜂网，经过多次转型之后，最近宣布关闭，停止运营，官方页面已经打不开。

“着数”分析——选择靠谱电商平台

电商领域优胜劣汰，在充分竞争之下，越来越向主流电商靠拢。跟当前主流知名电商相比，很多特色鲜明的垂直类或者新颖模式类的电商，或者经营实力不够，或者服务能力不足，往往容易成为“雷区”。“双11”开始之前，消费者非常有必要选择有实力的靠谱平台。

行业速报

LVMH要收购蒂芙尼? 报价太低或被拒

10月28日最轰动新闻之一，莫过于一则强强收购但恐将惨被打脸的“奢侈品业最大收购案”。

据外媒报道，LV的母公司LVMH路易酩轩集团，计划以总价145亿美元收购美国珠宝品牌蒂芙尼(Tiffany & Co.)。若收购成功，这将是LVMH集团历史上收购规模最大的一笔交易，超过2017年以70亿美元收购Dior的规模，同时也将是奢侈品行业最大规模的并购。

然而此番收购案，不仅被业内人士预判为不会成功，蒂芙尼更是“人狠话不多”，即日实力反击：股价当日已经暴涨超过30%。

截至至美东时间28日下午4点(北京时间29日凌晨4:00)，蒂芙尼在美股收盘时，股价已经上涨31.63%，每股达到129.72美元，总市值156.70亿美元——已经超过了LVMH开出的收购价。

奢侈品行业最大收购案“眼看要黄”

目前看来，这个报价的收购计划，很有可能不会成功。毕竟，LVMH开出的收购价格，不仅低于蒂芙尼在2018年7月创出的每股139.50美元的历史最高收盘价，而且收购消息传出后，蒂芙尼一日就已涨价超过LVMH的开价，这实在令LVMH尴尬。难怪有网友表示，这恐怕是醉心于收购事业的LVMH，日常无聊。

据悉，此次LVMH发出的初步且无约束力的收购提议，蒂芙尼已确认收到要约，并聘请顾问来审视此项提案。相关消息指蒂芙尼建议股东先不要采取行动，以等待董事会审核。

热爱收购，富豪被嘲?

如此巨额收购，为何会被网友群嘲？除了价码被嫌便宜外，其实也是因为LVMH醉心于收购事业，溢于言表。实际上，LVMH集团主席Bernard Arnault已经是全球排名第三的富豪。然而他

显然希望在财富的道路上继续前进，因此对于收购非常积极。

2011年，LVMH以52亿美元从其创始家族手中收购了宝格丽，宝格丽为LVMH集团贡献良多，成为其头部品牌。

今年以来，关于LVMH收购PRADA的传言也曾甚嚣尘上，但最后据《金融时报》报道称，双方的意向谈判在今年6月份已终止。

而LVMH另一为人津津乐道的轶事，是它曾想下手收购Gucci但最终失败。眼看着拥有Gucci的开云集团，变成自己强有力的竞争对手，LVMH心里肯定也不好过。

大手笔收购为什么？珠宝谁不爱！

LVMH集团近年来一直保持着稳健的增长。2019财年第三季度关键财务数据显示，其净销售额同比增长17%至133亿欧元，有机增长11%。但可惜的是，LVMH的腕表与珠宝业务，表现一直差强人意。除了宝格丽贡献良多，CHAUMET(尚美)、宇舶表维持各自领域的知名度，旗下其他珠宝腕表表现差强人意。

相对比其竞争对手历峰集团，旗下珠宝腕表兵强马壮，卡地亚、梵克雅宝、积家、万宝龙等珠宝腕表品牌，架构清晰。LVMH集团恐怕是有些眼红的。

反观被收购方蒂芙尼，前两年发布的腕表，毫无创意令到记者感到惊讶。而近两年却凭借各种“网红”首饰刷爆社交圈，更有咖啡快闪店等年轻化的时髦举措。由于年轻化策略取得了可观的成效，今年表现可期。一扫前两年颓态。在今年8月公布的第二季度财务数据显示，它在中国市场取得了双位数增长的突出表现。

显然，LVMH认为，蒂芙尼的加入，可以补充自身珠宝短板，尤其在轻奢珠宝领域可以直接填空。但是，价钱没舍得开高些，失算。很可能只会得到蒂芙尼的一个“傲娇脸”回应。

GO ME 国美

国美购物节 10.30-11.13

红包满天飞 十亿任性花

扫一扫，更多惊喜

购物满额返红包

逢10000元返1000元红包

认筹50元得1000元神券

刷卡建行龙卡信用卡

6期分期0利率0手续费 成交价基础上再减100-500元

家电以旧换新

得1000元

11月8日 国美之夜

认筹50元得1000元神券

购物满额返红包

逢10000元返1000元红包

华帝燃气热水器 抢1999元

华为Mate 30 5G 抢4999元

小天鹅10公斤滚筒洗衣机 抢8999元

在延长保修期内维修费用为“0”修不好“免费换新机”

广告

秋凉天气带不走家中“恒温的爱” ——格力“热炫”空气能热水器送来“爱的暖流”

升、260升、300升水箱容量任由用户选择设计，总有一款满足家庭使用。

高保障——多重安防，守护有力

很多消费者对于热水器最大的担忧就是安全问题，热炫空气能热水器建立起“3+5”安全防护系统，在安全使用方面不遗余力，带来最安心的体验。

“3+5”安全系统包含了三重防电和五重保护措施，对整机内外进行立体环绕保护。当出现漏电时，保护开关会及时全面切断电源，还采用安全双防电墙，降低水流触电的隐患；同时，还设置了停水防倒流保护、系统高压保护、超温保护、排气过热保护、防干烧保护等措施，认真守护每一位用户的安全。

GREE 格力
格力中央热水

格力热炫空气能热水器 G-Power 高水温系统

热水量多100L 全家畅快浴

75℃高温 节能省电 热水恒温 健康净水



高智能——多重模式，体贴自如

除了这些，热炫空气能热水器还非常智能，它设置了标准模式、节能模式、快速模式等多种模式可供选择，还配有向日葵、增容、外出、度假、单次、i-know、消毒七种个性化功能，一键开启，热水无忧。尤其是一键开启i-know功能就能记住用户的用水习惯，自动准备热水，带来贴心的温暖。

此外，配合“热炫”空气能热水器，格力当下旗舰型的i尚柜式空调、i铂柜式空调、T迪柜式空调，以及晶弘魔法冰箱、净静洗衣机，组成了成套化的“格力之家”，彰显家庭生活品质。即便是在温度清凉的时段，总能带给人满屋子“家与爱”的温暖。

文/黄启兵