

# 电商“春节不打烊”含金量缩水

尽管春节前各大电商纷纷表示“不打烊”，但北京商报记者调查发现，“不打烊”企业的配送效率也有大幅下滑，此前可以做到“当日达”、“隔日达”的电商，配送周期普遍延长3天左右，这一现象到初五之后有所缓解。但对于含金量缩水的“不打烊”，消费者却大多表示理解。



## 意在维护品牌形象

由于长假返乡和物流停业，春节期间一直是一年之中的网购最低点。北京商报记者查询 alexa 流量排名发现，从1月27日开始，主流电商流量开始走低，1月31日降至谷底，至今仍未完全走出低谷。

电商分析师鲁振旺向记者表示，春节期间网络购物订单量基本跌至冰点，网商提出“春节不打烊”也大多是出于宣传目的。基于中国传统文化，消费者会在节前置备好过年时所需的年货，因此真正在春节需要网购的人很少。此外，由于城市间运输干线上的运输员也会放假，商品发往外地就会在路上被耽搁。

某电商企业高管也坦言，承诺“不打烊”其实意在维护品牌形象，由于订单需求量骤降，春节期间维持运行必定入不敷出，因此企业大多会将运力维持在最低水平，效率其实很难与平时同日而语。不过这并没有遭到消费者的指摘，消费者李小姐直言，春节期间快递员也要放假休息，只要不超过一周，东西晚点到也可以接受。

北京商报记者 耿嘉俊/文  
CFP/图

## 齐推“春节不打烊”

春节之前，多家电商企业都挂出了春节配送客服“不打烊”的公告，其中既有京东、易迅这样的自营型B2C，也包括天猫平台中的部分品牌店铺。本报此前的调查结果显示，京东、苏宁易购、易迅网、乐蜂网、1号店、亚马逊和当当网等企业均承诺在春节期间正常配送。

接受北京商报记者采访时，拥有“双线”资源的苏宁表示，其线上及线下门店春节期间正常营业，苏宁自营商品基本保

持正常配送以及售后服务网点的正常运营。京东相关负责人表示，春节期间包括北京、上海、广州、成都、武汉、西安等29个城市在内的物流“不打烊”，照常接受普通订单，目前并未收到物流运送速度过慢的回馈。乐蜂网相关负责人表示，2014年春节与去年一样仍照常处理订单的配送。易迅网也表示会维持正常配送状态，假期有人值班进行配送，但不同城市之间的配送速度将会有所差异。当当网方面表示，2014年春节当当网的配送政策

与2013年相似，自营商品在重点城市的物流配送并不因节庆而中断，而在覆盖范围上，今年比去年扩大了50%的覆盖范围。而平台商品将由第三方商家自行决定春节营业时间，当当和平常一样提供货到付款的配送服务支持。

## 配送效率降低

为了解电商“春节不打烊”的实际效果，北京商报记者于春节过后对多家B2C电商平台进行了采访。有消费者表示，春节期间自建物流的

B2C企业的确基本做到了“无休”，但多名消费者的订单记录显示，订单日期在1月30日-31日的几乎没有物流进展，一位消费者在某大型电商平台购买的年货，显示1月30日已出库，但到2月1日才送达。

有业内人士坦言，尽管大多数B2C电商都宣称春节期间基本照常配送，但由于配送点快递人员轮休，实际配送效率也受到一定影响，部分当日达的配送服务缩水为次日达。当当网相关负责人表示，就当当网的订单数量

来看，今年比去年春节同期增长了30%，订单数量的增长也给快递带来一些压力。

虽然配送效率有所降低，但大多数消费者仍给B2C企业的春节服务打了及格分。在北京商报记者调查的订单信息中，除除夕至初三的订单多有延迟外，春节假期其他几天的包裹基本保证了“次日达”的速度，而且这样的速度不止适用于北上广等一线城市，也包括山东省、内蒙古自治区和河南省等地区的三四线城市。

## · 资讯 ·

### 三亚开天猫旅游旗舰店

日前，域名为“syly.tmall.com”的三亚旅游官方旗舰店登陆天猫，游客可在该店铺浏览三亚30多家企业的50多个旅游产品。

据介绍，该旗舰店由三亚市旅游发展委员会主办，并授权委托三亚天涯通信息科技有限公司负责日常运营工作。首页设有三亚城市形象区、产品陈列区、特色推荐区、购买付费区、店铺评分区等功能区。据淘宝旅行方面介绍，2013年淘宝的三亚旅游交易额超过10亿元，市场潜力巨大。不过与巨额交易相伴而生的还有一系列旅游服务质量问题。因此，三亚市旅游委与淘宝网联合研究监管对策，希望在《旅游法》框架下建立科学有效的网络监管办法。“此次旗舰店的上线正是三亚推行在线旅游服务监管的重要一环。”三亚市旅游委方面表示。

### 小米热销威胁苹果利益

小米手机成为中国销量最高的智能手机品牌。资料显示，2013年12月小米超越了苹果和三星，2013年小米智能手机的销售量达到1900万部，2014年小米计划扩大东南亚市场，销售目标达到4000万部。这个成绩对于2010年才在众多厂商中脱颖而出，且几乎完全靠网络销售的小米公司来说十分不错。

市场调研机构Kantar Worldpanel ComTech策略分析主管Dominic Sunnebo表示，“小米手机拥有较高的性价比，且营销手段出色，凭借这些优势小米获得了大量中国消费者的青睐”。Sunnebo表示：“2013年，安卓在全球12个主要市场中表现出强劲的增长势头，包括欧洲、美国、拉丁美洲、中国和日本。与2012年同期相比，苹果在多数国家的市场份额出现下滑。”

北京商报综合报道

## 读图

# 北京步入“指尖消费”时代

近日，大众点评发布《2013北京城市生活消费报告》，报告显示，随着移动互联网在北京市民生活的逐步深入，北京消费者的生活已全面进入指尖消费时代，在移动设备上进行搜索决策已成为当前北京市民的一大趋势。

大众点评方面表示，美食、休闲娱乐和酒店等轻决策消费类目在移动设备端口的浏览量普遍高于PC端，而诸如结婚、家装等需要长时间做决策且单次消费金额较高的类目仍然在PC端较为受欢迎。

除此之外，电子会员卡已有取代实体会员卡的趋势。有消费者表示，储存于手机端的电子会员卡不仅无需携带，还可以自助查询消费记录，较实体会员卡方便得多。

报告显示，2013年北京有超过475万张的电子会员卡被申领，覆盖美食、

休闲娱乐、生活服务、购物、运动健身等多个类目。而在申领电子会员卡的用户中，女性用户数量是男性的2倍，从年龄角度来看，20-30岁的年轻用户数量最多。

值得注意的是，团购已成为北京主流消费方式

## 大众点评使用数据一览

科目	数量
月活跃用户	超过9000万
点评数量	超过3000万条
收录商户数量	超过800万家
覆盖区域	全国2300多个城市
月综合浏览量	超过35亿
移动客户端累计独立用户	超过9000万
(截至2013年四季度)	

之一。受政策的影响，今年高端餐饮也纷纷降低身段加入团购的阵列。

截至2013年底，大众点评收录餐饮单次人均消费在200元以上的餐饮商户累计超过600家，其中接近1/4的餐饮商户做过团购，参团商户数量是2012

年的2.4倍。而在餐饮服务中，在线预订服务颇受消费者喜爱。

报告显示，餐厅在线预订的订单量已经是电话预订的3倍，平均提交餐厅预订时间也仅需20秒。北京商报记者 卢亦杉/文 宋媛媛/制图