

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日左右，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。



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一定差异。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日的基本没有物流进展，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京、上海、广州等一线城市，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。

意在维护品牌形象

由于长假返乡和物流停业，春节期间一直是年中的网购最低点。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，因此真正在春节期间需要网购的人很少。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

· 资讯 ·

三亚开天猫旅游旗舰店

日前，域名为“sly.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位。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

大众点评使用数据一览



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 卢亦彬/文
宋媛媛/制图

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。

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