

不少电商推出的“专供”商品与实体卖场所售产品有明显差别

“电商专供”:价格打折,品质缩水?

核心提示

新年伊始,网络购物又迎来新一轮热潮。不少电商借“迎新年”之机开展各种促销活动。然而一些消费者发现,网购的部分商品包装上有“电商专供”或“电子商务专供”字样,且产品品质与实体卖场所售产品有明显差别。

1 “电商专供”产品与实体店所售差别明显

“去年12月底时,我在网上看到一家品牌官方旗舰店搞促销活动,其中一款皮鞋吊牌价为898元,促销价仅为328元。买回来才发现,产品价格便宜,质量也跟着打了折扣。”市民马晓光说,自己收到货品时看到,外包装上印有“电商专供”字样。他起初并没有在意,试穿皮鞋后才发现,与实体卖场销售的同品牌相似款产品相比,

“电商专供”产品采用的真皮明显薄了不少,而且鞋内异味较大。

经常网购的杨少卿也反映,前几天他在实体卖场看上一款微波炉,售价996元,电商促销价只要600元。当时网店商家称,这是“电子商务专供”产品,由厂家直接供货,因此价格才这么低。可买回来后,才发现该款产品与实体卖场销售的产品型号有细微差别,外壳也明显偏薄。

2 生产企业对网售商品特殊对待

“在一些较受欢迎的高端品牌企业官方旗舰店内,经常会出售标注有‘电商专供’或‘电子商务专供’的产品。商家这样做,是为了区别对待不同需求的消费群体。”家电商销售商宋思辰说,所谓“电商专供”产品,顾名思义,就是指只能在网上交易平台流通的产品。相关企业推出此类产品,主要是为了满足越来越多的网购者想要低价购买大品牌产品的需求。

宋思辰说,以中高端品牌家电产品为例,相关生产企业向实体卖场投放的绝对是自家旗下的正统产品。因为消费者在实体卖场购物,可以现场体验产品的功能、品质。如果消费者觉得不好,自然会影响到产品销量以及企业品牌形象。

选择在网上购物的消费者,大多希望能以更低的价格买到大品牌产品。一些生产企业为了确保利润,提升销量,就根据网购消费群体需求特点,在不影响产品主体质量的情况下,推出部分材料、功能“缩水”的低价“专供”产品。

“中高端服装品牌企业对供货和销售渠道有着严格规定,除非是处理库存,否则不允许代理商在网上销售品牌旗下的正牌产品。”在我市经营一家品牌服装店的李素芳说,各家电商交易平台的产品价格战已白热化,面对这种情况,有些品牌服装企业压低成本,推出各类“电商专供”产品;有些企业还设立“电商专供”产品独立生产线,以此避免线上商品流入线下销售。



(资料图片)

3 网淘咋买到低价高质货

那么,是否网上购物就买不到高品质货呢?对此,在我市经营一家网店多年的杨茜说,只要掌握好方法,网上也是能以较低的价格淘到高品质的大品牌产品的。

首先,如果消费者在某品牌企业的官方旗舰店内看到一款产品特价促销,可以记录下该款产品的型号,在电商交易平台上搜索,看有没有其他卖家在销售此款产品。如果没有,则可以认定这是一款由生产企业专门定制的“电商专供”商品。

其次,以服装为例,消费者可在实体

卖场选好产品,并记下产品代码,到网上寻找一些提供“代购”服务的商家代到实体店购买商品。不过,为避免遭遇不良商家欺骗,消费者最好选择店铺信誉度高且已向电商交易平台支付过保证金,保证提供商品为正品商家。

再次,消费者在网上购物前,最好问清楚商家,自己想买的这款商品是否为线上线下同步款,如果是同步款产品,则在实体店也有售,且产品品质不会有差别。

本报记者 王蕾 实习生 李佳

胡立松:当好学校“掌舵人”



胡立松(右)正在和学生谈心

作为洛龙区长城双语初级中学的校长,胡立松把“让每名学生在原有基础上显著提高,培养全人格的学生”当成教育理念,在教育这片热土上默默耕耘。

1993年,胡立松毕业于信阳师范学院,1993年8月至1997年12月在洛阳市第四十中学任教;1998年1月在洛龙区长城双语初级中学任教,2009年任校长至今。

2000年,胡立松在全省创新开发了家校联欢校本课程,利用每年五一、十一等节假日,在学校操场搭建舞台,让学生、家长、老师共同登台表演。除常规特长生展示外,学生们将课堂上的语文、历史、英语等书本知识迁移到舞台上,通过课本剧、情景剧等形式展示出来。

初三学生周菲园说,同学们把语文课上的《雷雨》《孔乙己》等课文编排成话剧,在舞台上展示,表演过后,很多重点知识都“印”在脑子里了,比死记硬背好得多。

2006年,胡立松带领学校师生、家长,在全省率先开辟了家本课程。所谓家本课程,是由学校牵头,带领各学科教师到户外进行实地探究,并将相关学科知识编制形成的课程“作业”,这种作业要求学生和家长共同实践探究完成,是校本课程的延伸。

如今,洛龙民俗博物馆、八路军驻洛办事处、龙门海洋馆等地,均已成为胡立松家本课程的“试验田”。“一个好校长就是一所好学校。校长要有乘风破浪的胆识,当好学校的‘掌舵人’,带领全校师生一起向前奔跑。”胡立松坚定地说。 本报记者 王蕾 文/图



每日一稿

“同父异母”6虎崽儿,等您来取名

本报讯(记者 赵佳 实习生 冯婷婷 通讯员 乔丽娜)昨日从王城公园获悉,即日起至16日,该园动物园6只“同父异母”(父亲都是“旺旺”)的华南虎宝宝将公开向社会征名。如果您起的名字被采用,您将获得王城公园年卡一张,全年不限时逛公园。

该园动物园副园长刘兆阳介绍,在这6只华南虎宝宝中,住在虎山南侧的3只虎宝宝是2013年3月21日出生的,均为母虎,母亲是“虎虎”。如今,这3只虎宝宝由人工饲养,体重已有50公斤,体长约90厘米。另外3只虎宝宝是2013年8月16日出生的,一公二母,母亲是“南南”。这3只虎宝宝较特殊,是该动物园中饲养的老虎中第一次由虎妈妈母乳喂养的。相比人工饲养的虎宝宝,它们的体格更为结实,也更具野性。

刘兆阳说,市民在给华南虎宝宝起名字的时候,可充分参考它们的习性和特点,名字既要朗朗上口,又要突出个



性。您可通过以下方式给6只小家伙起名字:拨打电话0379-63923119,登录王城公园网站www.lywch.cn寄信至洛阳市王城公园组织人事科或动

物园,发送电子邮件至lywcdw@126.com。

上图 憨态可掬的小老虎 记者梅占国摄

相关链接

洛阳是长江以北最大的华南虎繁育地

目前,全国仅有4个城市的动物园有能力人工繁育华南虎,我市是长江以北最大的华南虎繁育地。

王城公园动物园自1985年开始饲养华南虎;2006年,首次独立人工繁育华南虎;2009年,成功繁育出4只虎宝宝,实现了华南虎在长江以北地区繁殖成活的突破;2010年,再次成功繁育4只华南虎,创造长江以北地区华南虎高产的奇迹;2011年,又添4只虎宝宝;2013年,王城公园动物园华南虎家族再添6只华南虎宝宝。

目前,王城公园动物园共有华南虎19只,数量位居全国第二。

(赵佳)

80后女孩的“彩妆”事业

【创富主角】

32岁的陈曦曾在杭州学习专业影视人物造型设计,并在广州、深圳等地的婚纱摄影机构做彩妆导师。2007年,她回到家乡洛阳,在市区一商业繁华地带开了一家彩妆店,销售某品牌化妆品。凭借着丰富的经验,小店生意一直不错,目前已积累固定会员客户约400人。

【创富过程】

■从专业化妆师到彩妆店老板

女孩子天性爱美,陈曦也不例外。“小时候我就特别喜欢看电视里那些模特,很好奇他们是如何把自己打扮得如此漂亮的。正是这份好奇心,让我选择了学习做彩妆师。”陈曦说,2000年,她只身前往杭州,学习影视人物造型设计。学业期满,在做毕业设计时,她尝试着将一位模特装扮成冷艳的古罗马女战士,获得广泛好评,被评为一等奖。这次获奖使她信心倍增。

在随后的4年时间里,她又先后到广州、深圳等地的婚纱摄影机构做彩妆

导师。“由于父母亲人都都在洛阳,总觉得在外‘漂着’不是长法,于是决定回乡发展。”陈曦说,2007年,她在市区一商业繁华地带开了一家彩妆店,销售某品牌化妆品。

■体验式营销留住顾客心

创业之初,由于自家店销售的产品,在洛阳的知名度不是很高。为了吸引顾客购买自己的化妆品,她采用了体验式营销的方法。

“仅凭口头推介,是很难让消费者信服的。”陈曦说,为了赢得更多顾客的心,每逢有顾客进店,她都会给顾客做半边面部化妆,让其对比化妆前后的效果。

功夫不负有心人。陈曦的体验式营销为她赢得了很多客户。“目前,店内已有固定会员客户约400人。”陈曦说,每一位顾客都是自己店内的宝贵资源,多为顾客提供贴心服务,就能有效提升自家小店的口碑,以此带来更多客源。

■将进入百货卖场提升品牌形象

谈起未来的事业发展计划,陈曦说,做化妆品行业,品牌的形象很重要。即便一款质量还不错的产品,如果没有在高档百货商场开设专柜,该品牌也很难得到顾客的认可。

目前,她代理的这家化妆品企业,已经和市内两家高档百货商场达成协议,明年将会在商场开设专柜。届时,她会将经



陈曦(左)正在给顾客化妆

营的“主战场”转入百货卖场内。“我正考虑开设专门的会所机构,定期向自己的会员顾客传授化妆知识。”陈曦说。

【创富点评】

■选好品牌是关键

洛阳商业联合会副秘书长王鹏:知名品牌的彩妆产品专柜均设在各家百货卖场的明显区域,这是该产品档次和品位的象征。因此,对于想要开彩妆店的创业

者,首先要注意选择大众较为熟知的品牌产品。如有可能,可以在初期多销售几种品牌的产品,根据后期销量情况,再确定主打某一个品牌的产品。

同时,店内销售的商品不应大而全,可根据消费群体的特点来确定走高端产品路线还是走中低端路线;对于店内的老顾客,应经常提供一些专享的优惠、让利活动,以便老顾客为店内带来更多新顾客。

本报记者 王蕾 实习生 李佳 文/图

“富可敌国”? “看上去很美”!

有这样一个说法:如果加利福尼亚是一个国家而非美国的一个州,那么它将是全球第八大经济体。现在,如果将中国各省近年的GDP总量与世界上其他国家作一个对比,你会发现,中国很多省份也已“富可敌国”。

上周,《第一财经日报》将中国各省GDP与同时期其他国家相对比,发现GDP在国内排名第5的河南省,在世界上排第24位;而排名第1的广东省,预计2013年GDP将首次突破1万亿美元,在全球排第16位。

“总量是上去了,可这只是看上去很美。”有专家说,振奋人心的数据背后依然是发展模式亟待改变的现状,经济增长的质量和效益都还有待提高。

新的一年,中国经济引发人们新的猜想。中央经济工作会议结束半个月后,传闻中的几项宏观经济预期目标大抵勾勒出2014年中国宏观调控政策“组合拳”的主导方向。

权威人士分析,2014年国内生产总值(GDP)增长、通货膨胀控制以及进出口增长等几项指标的预期目标值,有可能与2013年预定目标看齐或略有下调。坚持“稳中求进”,既能给结构调整适度压力,又能为企业转型提供空间,有利于推动产业升级和发展方式转变、形成新的发展优势。

上海国资国企改革已进入制度改革与企业创新并举的新阶段。上周,创新监管、多方式引入非公有资本发展混合所有制经济等制度改革具体实施路线已现端倪,调整资本结构、引入战略投资者等企业创新举措已在跟进落实,甚至已先行实施。

也是在上周,一则粤港澳自贸区有望1月底获批的消息引发热议。与上海自贸区一样,粤港澳自贸区分散在四个不同区域,但面积远超过上海自贸区的28.78平方公里。它包括广州南沙新区、深圳前海新区、珠海横琴新区、白云机场综合保税区共931.385平方公里,到2020年可开发面积为295.385平方公里。(赵志伟)



示范区创建标准

坚持公益性、基本性、均等性、便利性,深化改革,加快城乡文化一体化发展,突出软件建设,率先建成符合当地实际情况、覆盖城乡、结构合理、功能健全、实用高效的公共文化服务体系,推动公共文化服务持续发展的长效机制基本形成,广大群众特别是农民群众基本文化权益得到有效保障,对公共文化服务的满意度明显提高。

一、公共文化设施网络建设方面

1.图书馆、博物馆、文化馆(站)、影剧院等公共文化设施完善,布局合理,方便群众参加活动。实现市有文化馆、图书馆、博物馆、影剧院等公共文化设施,具有图书馆、文化馆,乡镇(街道)有综合文化站,行政村(社区)建有文体活动室(文化广场)。(未完待续)(龚雯)

