

网络消费

“三八”节电商促销汇总

□ 丁宁

“三八”节即将来临,各大电商已纷纷摩拳擦掌,准备大战一场。本期连载文章为读者带来各大电商的促销汇总,看看哪家促销最给力。

苏宁易购:“闺蜜节”何止5折

针对即将到来的“三八”节,在2016年春节刚过之际,苏宁易购便推出“闺蜜同行抢先购”的闺蜜节预售活动。闺蜜之间,不仅要美在一起,还要一起吃好、用好、喝好。2月16日至3月1日,除大牌美妆个护产品外,闺蜜节还推进出口食品、水果生鲜、生活日用、酒水等多品类预售活动,并充分利用苏宁易购大聚惠、手机专享、掌上抢等营销平台为闺蜜节造势。在美妆个护品类预售方面,苏宁易购闺蜜节还玩出新花样,采用“订金膨胀”方式让利消费者,数元订金最高可“膨胀”至三倍使用。此外,为体现本次闺蜜节“相同的品质、更低的价格”这一宗旨,苏宁易购闺蜜节还将全程实时对标京东商城,部分爆款单品价格可比京东便宜15%以上。

而2月29日至3月9日,则是苏宁易购闺蜜节大促阶段。不仅提供大品牌联合促销满198元减100元的巨幅让利,同时还可叠加免费赠送给消费者满100元减10元、满200减20元、满300减40元、满500减70元多档优惠券,如果实现完美凑单甚至可以实现低于5折的超值优惠。此外,苏宁易购还在每天上午10点和下午16点推出两档38元秒杀活动,满足“快手党”秒杀超值商品的需求。至于苏宁易购的线下活动,则是在2月29日至3月9日期间陆续走进北京、上海、南京共60所高校,现场送出6万份美妆个护礼包。学生们还可通过线上H5游戏,免费领取苏宁易购满减红包、免费面膜、试用小样等多重好礼。

京东商城:“蝴蝶节”偏爱白条

2016年2月22日,由京东商城主办的第三届京东蝴蝶节盛大启幕。此次京东蝴蝶节不仅有宝洁、联合利华、欧莱雅、SK-II、韩束等国内外知名品牌参与,且还有蔡依林、邓紫棋、高云翔、明道等明星助阵,更有“大牌0元购”惊喜促销,俨然一场春日盛宴。京东蝴蝶节的寓意不仅是美丽更意味着化茧成蝶的蜕变,而品牌美妆和个护产品则是蜕变的起点。在2月22日至2月28日预热期,包括薇姿、欧莱雅、海飞丝、玉兰油、汉高、清扬、韩束等美妆、个护品类当仁不让地打起了头阵,带来低至满199元减100元、买2免1、低至3.8折等优惠。同时,在美妆分会场,还有跨界品牌“满199减100元”,自营国际护肤馆还推出9.9元秒杀,更有“满199元减100元”、“满499元减150元”等不同力度的满减惊喜,以及面膜低至3折的优惠。在个护品类,还会有大牌1元秒杀,满199元减100元的常规优惠,更有“满199减80元”、“满199减100元”神券奉送,给消费者带来叠加满减的超值特惠。对于喜爱海外品牌的消费者则不能错过全球购的促销优惠,预热期间,全球购个护推出“满199减100元”、“蝴蝶节会员福利周1元秒杀”等促销,机不可失。

而2月29日至3月8日则是京东商城的蝴蝶节大促阶段。美妆品类依然延续预热期的促销力度,美妆分会场跨品牌满199元减100元,自营国际护肤馆低至9.9元秒杀,面膜馆低至3折。每天上午10点和下午14点还推出两档免单券限量领取活动,购买指定商品即可实现零元购。此外,针对京东商城一直主推的白条金融服务,京东商城还推出激活白条免费获得白条专属满减券促销。其中包括满99元减5元、满199元减10元、满299元减15元等多种促销优惠。如果能与满199元减100元促销活动相互叠加并进行完美凑单,同样可以实现5折以下超值优惠。

聚美优品:“301”六周年店庆

每年的“三八”节刚好与聚美优品的“301”店庆相互叠加,所以聚美优品几乎每年都是3月的绝对主角。作为聚美优品六周年店庆的造势活动,在2月29日晚19点,由聚美优品与时尚芭莎联手主办并同步直播“聚星之美”颁奖盛典。包括乌叔、李光洙、尹恩惠、郑秀晶、郑姓、贾乃亮、宋茜、颖儿、盛一伦、何穗、鲍春来、SNH48等中韩明星悉数亮相,更有好莱坞巨星杰森斯坦森空降京城。聚美CEO陈欧携手中韩美三地明星一起点亮属于聚美优品的颜值之夜,庆贺聚美“301”六周年生日。

至于聚美优品的主打活动,则从2016年2月29日的晚21点正式开始。在秒杀活动方面,每天都提供包括零点、10点、12点、14点、16点、18点、20点、22点在内的八个时间段最低1元的秒杀活动,明显强于苏宁易购和京东商城的秒杀活动,同时还一并推出满199元减100元再返200元现金券大礼包的超值活动。至于200元现金券大礼包则由两批共8张现金券所组成,第一批现金券的生效日期从3月4日开始,包括两张满100元减10元、一张满199元减30元、一张满299元减50元三种,限美妆团购和商城,极速免税店美妆及食品保健品、洗护用品使用。第二批生效日期从3月20日开始,同样包括两张满100元减10元、一张满199元减30元、一张满299元减50元三种,并同样限美妆团购和商城,极速免税店美妆及食品保健品、洗护用品使用。

天猫超市:“女王节”成看点

由于天猫商城普遍都是由第三方加盟店铺所组成,所以天猫商城的“三八”节促销很难汇总。如此一来,反倒是自营特性的天猫超市成为2016年“三八”节期间最大看点。在3月1日至3月8日期间,天猫超市推出女王节大型促销活动。美妆频道推出1分钱任性购活动,每天两档的限量促销,且货源充足几乎都算不上秒杀。至于进口会场则推出满8元

风尚

从小玩意到大电影 众筹消费还能颠覆什么

□ 本报记者 陈莹莹

“在众筹平台上搞了个三个爸爸空气净化器,目测还不错。”刚刚当上妈妈的菁菁兴奋地在自己的微信群里分享众筹产品的使用心得。她告诉中国证券报记者,有了孩子之后,比以往更注重生活细节,也比以往更精打细算。在菁菁看来,通过众筹消费获得自己中意的商品,不失为一个高性价比的选择。

零壹财经、零壹研究院最新发布的《2015中国互联网众筹年度报告》(以下简称《报告》)称,2015年我国互联网众筹运营机构超280家,年度规模迈上百亿元门槛,是2014年的六倍有余。但在提升消费和万众创业大氛围下,相较于我国中小微企业巨大的融资缺口,互联网众筹市场仍存在广阔发展空间,预计2016年行业整体规模有望达到300亿元以上。

净化器大电影样样来

菁菁告诉中国证券报记者,除空气净化器,自己以前也参与过大电影的众筹项目。她表示,“不过当时就是跟风玩一玩,消费体验其实并不太好。”

业内人士指出,文化影视众筹作为众筹消费最早涉及的领域之一,起源于电影工业极为成熟的美国。一些独立电影、纪录片利用这一模式通过众筹平台或社交网络公开展示创意,进而获取启动资金。而近期,展现文化影视众筹魅力的当属去年暑期大热的《大圣归来》,其在两个月档期内,《大圣归来》票房更是突破9.6亿元,荣膺中国动画电影票房总冠军。据了解,参与《大圣归来》投资的有89位众筹投资人,总计投入780万元,兑付时预计可以获得本息约3000万元。也就是说,在几个月等待后,89位众筹投资人平均每人获益25万元,人均投资回报率高达300%。

中国人民银行金融研究所所长姚余栋在中国文化金融50人论坛(CCF50)春季峰会上表示,创意文化



漫画/赵天奇

产业最适合进行众筹,包括股权和非股权众筹。“因为在创意中有主观价值的发现,而主观价值的发现往往是通过众筹形式体现。有些粉丝就喜欢某一个特定项目,没有具体原因。可以说无创意不众筹,众筹往往都有创意。”

据零壹研究院数据中心不完全统计,截至2015年年底,我国产品众筹累计筹款金额达到30.7亿元,迈上30亿元台阶。其中,2015年筹款金额高达27亿元,是去年(2.7亿元)的10倍。京东众筹、淘宝众筹和苏宁众筹稳居第一梯队,筹款金额均在亿元级别;众筹网、环杉众筹、青橘众筹、创客星球、DREAMORE和开始众筹在1000万元至8000万元之间,位列第二梯队;其余平台中还有15家金额在百万元级别,排在第三梯队。

买房也能众筹

而除空气净化器、数码3C等产品众筹,2015年互联网众筹出现很多新的“玩法”。股权众筹在生态圈建设、众筹机制及退出渠道方面的创新,也为投融资双方提供更好的服务,房地产众筹更是在2015年异军突起。中国证券报记者采访时了解到,尽管目前大部分消费者都未参与过房地产众筹,但对此种购房模式表现出较强兴趣。

《报告》指出,房地产众筹始于2014年,2015年开始受到业内广泛关注。2015年5月底,国内首个“房地产众筹联盟”成立,成员包括平安、绿地、万科、碧桂园、SOHO中国、万通等一线房地产商。据零壹研究院数据中心不完全统计,截至

2015年上半年,国内推出房地产众筹产品的平台共有17家,募得资金超9亿元;到年底平台数量超20家,累计募得资金估计超20亿元。

房地产业内人士指出,当前国内房产众筹模式多样,主要为开发融资真实购房型、开发融资投资理财型、营销去化真实购房型及营销去化投资理财型四种。而几位参与房地产众筹的消费者告诉记者,“众筹买房其实并不复杂,就是几个朋友凑齐首付,并准备好两年左右月供资金,大家签订一个合约,以其中某一位的名义买房,约定房价上涨到某个点时抛出,获利按出资比例分成。”

而联合炒房的极端便是“包楼”。一些有实力的投资客会抱团,在看好某个新楼盘后,与房地产开发商协商以某个价格承包下整栋

前沿

走近心理咨询服务

□ 本报记者 张玉洁

市场空间巨大

当你心情抑郁时,会选择如何管理情绪?近日,北大医疗心理学院情绪管理课程吸引了近百人前来聆听。主讲专家是来自北京大学第六医院心理治疗科主任唐登华,而他在这里开讲的信息仅仅发布几分钟,名额就被报满,甚至有不少夫妻、情侣一起报名前来听课,希望通过这次讲座能了解一些情绪控制的科学知识。为庆祝开业,北大医疗心理学院3月推出多项针对常见心理问题的免费讲座,除情绪管理,目前较受欢迎的讲座还包括亲子问题和婚恋关系。这显示出,公众对心理咨询的认知度正在不断加深,面临心理问题,越来越多的人选择通过专业心理咨询寻求帮助,相关消费需求已越来越多。

潮流

出境游消费习惯初养成

□ 本报记者 蒋洁琼

如果说五年前,出境游还是一件“高大上”的事情,在五年后的今天,对于相当一部分中国消费者而言,这已成为一件再正常不过的事情。2016年春节假期,据有关数据预计,有570万到600万中国人在境外过年,成为史上人气最高的黄金周。在出境人次增加的同时,境外消费规模快速增长,其中商机自有“人”看见。

出境消费“姿势”多

过年期间,笔者的朋友圈曾被出境游的小伙伴刷爆。中国旅游研究院曾发布2016春节旅游报告称,按照2016年春节假期出境人次600万、人均海外消费1.5万元计算,预计春节期间中国游客出境花费达到900亿元。

强劲的消费能力造就出境消费的多种“姿势”。具体来看,中国游客出境消费“姿势”包括购物、休闲、观光、医疗、养生、品尝美食、观看体育赛事等。

购物:购物是国人旅游出行一贯的主题。2016年春节假期,日本、韩国、台湾、美国、阿联酋、澳大利亚、欧洲列为最受中国游客欢迎的海外购物目的地,有日本媒体用“爆买”这个词来形容春节期间赴日购物的中国游客。据了解,春节期间中国游客赴日购物最爱化妆品、生活用品、小家电、药品和零食,而赴欧洲、美国则主要买衣服、奢侈品、化妆品等。

休闲:在工作之余,许多出境游消费者都希望能换个环境,享受假期的“慢”时光,这也是岛旅游近两年迅速兴起的原因之一。据了解,小谢一家是典型的80后双外家庭,夫

构内实施。然而心理治疗花费时间长,收费低,所以很少在高效率精神类专科医院中开展。此外,虽部分人群希望寻求心理疏导,然而很多人并不愿意去精神类专科医院。

由于心理治疗只允许在医疗机构开展,市场上目前更多的心理服务为心理咨询。相比心理治疗,心理咨询服务通过谈话沟通进行治疗,不允许使用药物,执业人员主要是取得劳动部资格认可的心理咨询师。“心理咨询更多的是针对心理问题而非精神疾病。”心理咨询师何老师告诉记者。

尽管心理健康行业属于高薪、朝阳行业,但成为合格心理咨询师道路坎坷,心理咨询师从学生到咨询师及成为咨询师后整个执业过程中,均需进行持续的督导、培训,花费不菲。此外,心理专业学生毕业后

仅有少部分从事心理咨询行业,整个市场上优秀的心理咨询师仍属于稀缺资源。相反,行业还呈现出鱼龙混杂局面,在百度搜索心理咨询,居于搜索结果前几页大多是名称中含有“心理咨询”的各类机构,是否正规及服务水平如何不得而知。

如何对接供需

其实对于不少消费者来说,在出现心理问题时,难以及时对接到靠谱专业的心理咨询师是很多人放弃心理治疗的主要原因。

此外,优质服务价格过高也是很多人对心理咨询望而却步的一个原因。目前,心理咨询服务收费标准则较为多元,市面上普通心理咨询服务通常在600元至1000元/小时,而业务顶级心理咨询师则达到5000元/小时。而大众心理健康讲堂也由

主讲人和课程服务水平决定,通常在几百元左右。业内人士指出,一个合格的心理咨询师除在校期间学习外,后期还需大量实践。

随着市场升温和对供需双方需求的存在,心理咨询师也打破过去个人诊所的形式,寻求与各类医疗机构合作,共同开拓市场。一些网络预约平台也应运而生,简单心理APP上就提供大量心理咨询师可以供客户挑选,一旦成功预约,客户既可以匿名通过电话进行心理咨询,也可以和咨询师开展线下面对面交流,而简单心里平台则在其中赚取佣金。

业内人士告诉记者,通过面对面交流才能更好保证心理咨询效果,且心理咨询也需一个私密安全的环境,同时心理咨询师一定要足够专业。

在很多人看来,只要建立一个能快速与专业心理咨询师对接的场景或地点,同时消费价格合理,市场中大量尚未被发掘的心理咨询服务需求便会涌现出来。

“有钱暂时没时间”等一系列出行问题,众信旅游未来还将针对客户需求做细分市场的产品。比如,针对出境客户的理财、境外置业、境外医疗等产品。

而在出境游业务的“旅游+金融”方面,已布局的上市公司还有凯撒旅游、腾邦国际等。

据了解,凯撒旅游已与易生金服联手,双方将就境内旅游金融与旅游支付开展深度合作探索,其中易生为海航旗下互联网支付核心业务,双方拟打造凯撒旅游集合支付接口,并在供应链金融方面展开深度合作。具体布局将体现在两方面:一是与海航旅游旗下很多金融类公司和资产合作;二是构建一套ToB金融服务和ToC的金融服务。

腾邦国际2月4日在投资者关系互动平台上表示,公司自2014年底把公司战略升级为“旅游+互联网+金融”。经过一年多实践,验证模式可行,并取得业务快速增长。公司将进一步完善该模式下各要素能力,实现持续快速增长。

已成为世界主要的旅游消费群体。去年中国境外游客达到1.2亿人次,且是在居民护照拥有率不到7%情况下。由此可以预测,随着金融工具的蔓延,未来中国境外出行潜力依旧巨大。

另一方面,境外游消费模式不断增多,出境消费潜力也逐渐被发掘。在此背景下,多家出境游上市公司嗅准境外商机、抢滩布局“旅游+金融”,开发境外游“金矿”。

日前,众信旅游与致富达成战略合作,以“旅游+互联网金融”模式,进一步升级出境旅游消费者的旅游体验。双方将推出旅游场景分期服务,布局旅游消费信贷、供应链信贷等领域,并推出与出境游结合的理财产品,与出境游、出境服务结合的P2P及众筹产品等。

据介绍,“旅游+金融”的产品可以解决消费者“有时间没钱”、