

# 趁双节优惠 对折就能淘到新款冬靴

去商场血拼是每年黄金周的“必选节目”。记者走访发现,今年各大商场服饰类商品促销力度与往年持平,但参加活动的大多是八月款,九月上市的秋冬新品大多不参加。

与之形成对比的是,多家商场的鞋类商品促销幅度和参与度都很大,冬靴刚上市就对折促销。记者推荐了性价比较高的促销品类,可以趁双节淘个即买即穿的实惠。

本报记者 陈诗松



中秋 国庆 双节联庆

新品单笔实际消费 满2千元 可享受7折优惠。

单笔消费 满6千元 可享受6折优惠。(或办金卡)



本版制图 俞霞  
摄影 记者 贺佳颖

## 九月上市秋冬装多不参加活动 八月款数量有限 可提前预订

服装是各大商场促销的主力,中秋、黄金双节来临,大部分商场都推出了服饰商品满额立减或满额送券的促销活动。不过记者调查发现,商家的海报标出的都是最高折扣,但实际参与最高折扣的商户只有四成至七成。

天山路上的汇金百货推出了满198减100的周年庆和双节促销活动,在二楼的服装专区,记者采访发现,29家商户只有18家参与满199减100的优惠,剩下的商家则是满199减80。同样在进行周年庆的淮海百盛,则推出了满188元减100元的促销方案。记者在三楼的女装品牌楼层看到,19家商户,只有7家真的是满188减100,其余的大多都是满188减60至80,参与最高优惠的商家不到四成。

然而即使是参与活动的服装商户,也不是所有的当季服装都在活动范围内。前天记者前往巴黎春天虹口店“打样”时,一家服装专柜的工作人员明确告诉记者:“当天专柜上的秋冬新品在双节期间都是要收起来的,到时候大多数促销商品还是夏装和去年的库存。如果要买秋冬新品,最好在节前抓紧买,不然就要等到黄金周以后了。”

在采访期间,记者碰到了几个同样提前来“打样”的顾客,消费者顾小姐告诉记者,每几年商场促销活动多了,商家都可以接受提前预订,所以抓紧时间,在双节前趁人少先来挑好款式。一家韩国品牌服装专柜的工作人员就告诉记者,已经有十多个顾客订好了衣服。

记者询问发现,虽然夏装大多已撤柜,但在双节期间促销的多数为八月份上市的秋款,而这两周上

市的秋冬新款绝大部分是不参加活动的。“八月旧款的数量不是太多,如果要买的或是要预订的话得抓紧,估计过了10月3日以后款式更少了。”工作人员说。

【Tips】  
雪纺热度延续到秋天  
针织衫百搭不过时

虽然冬装大多不参与活动,但是八月和九月上市的秋装如果是同类型的,除了一些设计的细节,其他差别其实并不是太大。黄金周期间在参与活动的秋装里淘到几件百搭的衣服,也可以获得一种即买即穿的实惠。

记者在巴黎春天、百盛、东方商厦等商场走访发现,女性消费者对雪纺衬衫的热度从夏季一直延续到了秋天。各大服装专柜几乎都有一定数量款式的雪纺衬衫,短袖现在变为了长袖,但款式设计还是很相近,因其上市得比较早,很多都是参与商场活动的。以Etam的一款雪纺衬衫为例,标价399元,参与满额立减活动的折后价大多在200元左右,相当于对折。

不少专柜的工作人员不约而同地向记者推荐了针织衫。记者在走访中也发现,百搭的针织衫是此次促销的主力军。工作人员告诉记者,“针织衫的款式创新不多,一般都是经典款,销量稳定,货源也充足。关键是款式简洁、百搭,日常穿的机会也多,永远不会过时。”记者注意到,在拉夏贝尔、Etam等一些畅销专柜,一件普通长袖针织衫的折后价基本都在250-350元左右。



## 鞋类折扣力度大过服饰 当季单鞋折后350-600元

与商场服饰促销形成鲜明对比的是,今年双节期间鞋类的折扣力度非常大。在天山路上的汇金百货,记者发现大多数鞋类专柜都在显眼的位置贴出了满188减100的促销标牌,比服饰类商品更优惠。

在淮海百盛,百丽、莱尔斯丹等多家专柜的工作人员都向记者推荐了千鸟格样式的高跟鞋,“这是今年最流行的款式。”记者注意到,今年单鞋原价大多在800-1000元上下,按商场折扣,算下来一双单鞋基本都在350-600元左右。

专柜工作人员告诉记者,今年黄金周鞋类折扣如此优惠,一方面是因为双节逢商场周年庆,另一方面也因为今年鞋类上市时涨得厉害,跟往年相比销量不好,希望通过大幅降价薄利多销。

【Tips】  
对折可买到新款冬靴  
旧款超低价只要299元

记者发现,绝大部分新款冬靴都参加黄金周促销活动,Nine West专柜,黑色长款牛皮靴,原价1832元,折后只要900多元。莱尔斯丹一双2498元的棕色毛靴,满188元减100元后为1198元,相当于4.7折。

记者还发现了299元的冬靴,询问店员得知,是去年的冬靴。在天美意专柜,工作人员告诉记者,花车里都是去年的冬靴,短款一口价299元,长款599元。在百丽,工作人员表示,超低价冬靴并非新款,“但这些一口价的靴子都是经典款,不管什么时候穿都不过时。”

## 网购一族

### 防折扣“虚高” 用券限制多

在车多、人多的双节期间,通过线上平台的网购方式对不爱凑热闹的网购一族更具吸引力。记者在京东商城、天猫、1号店等网站上的焦点图板块看到,“直降”“返利”已经被设计成了最抓人眼球的词汇。

### 各网站促销各有侧重

记者查看各大电商网站发现,虽然各家纷纷打出的超低价口号无形中又将挑起一场价格战,但是各大电商在国庆期间的促销重点各有不同。记者为你一一列明。

京东商城“3亿双节券”是此次双节活动的主题,主推的都是平板电视、空调、冰箱等大家电。

1号店,记者看到其主推的是豆浆机、电饭煲、电水壶等小家电。

天猫商城,双节庆期间打出“惠战到底”的百货万人团促销活动,记者在活动页面看到,母婴产品、美妆护肤、家纺产品等成为了促销主打。

酒仙网,专营酒类产品,“亿元豪礼惠天下”的霸气标语推出的是低至2折的酒类促销,茅台、泸州老窖、剑南春等品牌纷纷位于促销页面的显著位置,而针对双节特推的酒类健康礼盒额外受欢迎。

易果网,专营水果的网站,记者看到了针对双节应景推出的水果礼盒,石榴、黄桃、猕猴桃等当季水果也打出了七至九折的促销价。

### 力度低至1折 需防“虚高”

价格是网商吸引消费者的最大要素之一。记者在各大电商网站看到,疯狂秒杀、限时抢购等铺天盖地,折扣程度更是频现“1折起”等字样。例如在京东,记者看到网站主推的活动商品是夏普的一款40英寸平板电视,原价4999元,促销价3999元,如果用双节券再加上节能补贴,总价只要3549元。

不过,电商的价格牌在越来越多的消费者心里渐渐沦为了一种噱头,有关数据显示,在电商9月促销活动的商品中依然存在“涨价”的情况,目前许多商家促销商品的价格都“高于近三个月的平均价格”。“低价无货”“先涨价再降价”“一天内价格数次波动”等真相也提醒消费者在网购时,还需要多一份理性。

### 用券限制多 事先看仔细

满额送券是电商最常用的一种促销手段,双节期间也不例外。不过记者发现,商家在优惠券使用上还是设定了很多林林总总的规则,在此提醒消费者在下单前务必多留一个心眼,将具体规则看仔细。

以京东的双节券为例,虽然只要是铁牌以上的会员就可以免费申领,但是只有家用电器是可以使用双节券的,且不能叠加使用,商家还表示双节券的数量有限,但又没有写清限额具体是多少份。在1号店,也推出了满100元送10元话费的话费促销活动。然而记者发现,活动仅限于购买“1号生活”范围内的商品,且赠送的名额每天限定在200名,要拿到这10元的话费还得等到15个工作日。