

# 宣战京东,苏宁618“J-10%”仅仅是一场价格炮轰?



知名青年历史学者施展在所著的图书《枢纽:3000年的中国》中,提出这样一个观点——“历史学就是未来学”。当我们能够更好地“审视历史”、“回顾过去”后,往往能找到或修正目标,更好地创造新未来。

而对于京东和苏宁而言,则正在把过去和未来重新演绎一次。但主角的身份,俨然已经发生了颠倒和重置。“从今天起,京东所有大家电保证比国美、苏宁连锁店便宜至少10%以上。”“如果苏宁敢卖1元,那京东的价格一定是0元!”8年前,刘强东在微博隔空喊话苏宁的情景依然令人记忆犹新。当时,京东是电商的后起之秀,想要通过挑战苏宁等老牌零售企业上位。

不过,苏宁在历经了多年紧随潮流的变革后,正在智慧零售、商业模式、渠道布局等方面步步紧逼京东,甚至在多个维度实现了对京东的反超。如今,在零售业价格战偃旗息鼓的618年中购物节,苏宁却高调启动“J-10%”省钱计划,隔空喊话要比京东“价低10%”!

苏宁与京东一进一退之间,反映出大众消费的趋势风向标,也佐证着零售业版图在加速重构的脚步。尤其是在当下疫情得到基本缓解,控制后,苏宁的价格战恰逢其会,get到消费者的痛点。甚至惊艳登场的苏宁“J-10%”省钱计划,也在暗示零售业的风雨欲来。那么,苏宁直面竞争的价格到底有多低?其带来酣畅淋漓的价格战底气之源为何?背后的零售逻辑又是怎样的呢?

无套路低价:苏宁的变革之举  
每年的各个购物节,都是众多零售平台施展浑身解数“宠爱”消费者的节点。

而最受消费者欢迎的,自然是商品价格猛然走低。这让消费者能够以较低的价格,入手心仪的商品。但正所谓,“从北京到南京,买的没有卖的精”。不少零售平台紧抓低价这个点,却从增强用户黏性、提高活跃度、玩转营销等角度考虑,把价格玩出了太多套路。

价格先涨后打折、预售支付定金、限时限量抢购、好评后返现、跨店铺满减、盖楼叠蛋糕……一个个价格套路让消费者耗尽心力。但最终的结果,却是很多消费者仍然难免跳入“价格陷阱”,最低价依然是那么遥不

可及。种种套路之下,消费者的消费欲望已经很难再被刺激、调动起来。苏宁易购集团副总裁顾伟近日所说的一句话,就能彰显出消费者的疲态。在他看来,“消费者苦电商大促优惠套路久矣。”

无套路的低价,才是购物节期间零售平台必须要做的变革举措。

在这样的态势下,像苏宁这样直接瞄准竞争对手打价格战,无套路玩转低价的举措,近年来极为少见。今年618年中购物节期间,京东宣布将推出超级百亿补贴,打造“史上优惠力度最大”的一次618活动。而苏宁则针锋相对,推出“J-10%”省钱计划。

这一计划很简单,苏宁直接宣称价格要“永远比你低”!这将让消费者省去“计算器比价”环节,直接买到性价比最高的产品。对此,苏宁承诺参加补贴活动的家电、手机、电脑、超市品类商品,比京东百亿补贴商品到手价至少低10%。

苏宁直面竞争的价格到底有多低?身为爆款商品,iPhone 11的128G版本在“J-10%”省钱计划主会场只要4599元,可以说是全网最低。而海信58英寸4K超高清电视的京东到手价1999元,苏宁直接满减300元,到手价仅1699元。甚至常用的生活品,消费者在苏宁也能以最低价入手。比如白猫总重12kg的洗衣液京东到手价为95.9元,苏宁则为59.9元,便宜30多元!

甚至为了将低价进行到底,苏宁还在总部设立“J-10%”作战指挥部。指挥部内设供应链优化、平台比价、运营、市场、公关等多个岗位,主要针对家电、手机、电脑、超市等品类进行定价,即时调整。这样的举措,无疑能让消费者吃下低价“定心丸”。

此外,苏宁还带来“千万爆款计划”活动。这一活动包括200万台手机、100万台电脑、100万台空调、100万台彩电、1000万箱酒、1000万箱奶制品、1000万桶食用油、1000万袋大米、1000万斤牛肉……从家电3C到日常生活必需品,苏宁都宣布为全网最低价,且直降到底,买贵就赔。

我们不难发现,苏宁通过无套路的低价,Get到大促的精髓。在经过今年618年中购物节这场价格战后,那些根基不牢的小零售平台,或将因生存土壤遭剥离而枯萎凋敝。而功力深厚,将价格拉至最低的苏宁等零售平台,将迎来规模和关注度增长的新机遇。

场景与供应链铸造底气源头  
价格,每每都是零售平台的竞争着力点。

毕竟残酷的事实证明,消费者对价格是非常敏感的。尤其是在疫情刚刚得到缓解、控制的后疫情时代,收入锐减的消费者,对价格的敏感程度再次提升。同样的商品,消费者首先感知到的就是在价格维度有着怎样不同。甚至从商品价格的高低,消费者也能

敏锐洞察到零售平台的实力、诚意。

对消费者而言,能否把价格做低,在很大程度上能够反映出零售平台的规模、议价能力等。其实,不少零售平台也是想将价格拉至最低以留住老客户、拓展新客户。但在价格战中胜出,并非那么简单。

价格太高,零售平台只能在价格战中黯然退出,丢掉不少消费者和市场份额。价格太低,会让零售平台做“亏本买卖”,对自身长远发展不利。可以说,价格的高低,是零售平台综合实力的直观、集中体现。

就目前来看,零售平台的综合实力,与场景搭建、供应链效率等有直接关系。而场景搭建、供应链效率等,恰恰是苏宁的优势所在。所以持续发力并完成全场景融合、提升供应链效率的苏宁,有底气将价格战进行到底。

一方面,苏宁实现着全场景的融合。除了在线上渠道发力外,苏宁还在线下门店不断深耕。要知道,价格战不仅仅是在线上,线下市场依然是618的重要战场。顾伟就强调,后疫情时代线上电商将加快向线下的发展,线下门店则加速向线上数字化转型演进,“所有的服务都需要落地,所有的店铺都应该上线。”在他看来,融合线上线下的云店就是零售的终极形态。为此,苏宁在线下不断拓展。

今年一季度财报显示,截至2020年3月31日,苏宁易购零售云加盟店数量为4963家,比去年年底净增加377家。苏宁提供的数据还显示,主攻县镇市场的零售云4月新开门店突破410家,5月GMV增长156%,整体门店规模将突破6000家。而通过线下门店的“上线”举措,苏宁将场景融合在一起,既降低了成本,又强化了消费感知的多元化。

另一方面,苏宁通过多种举措增强供应链云化能力,效率实现质的飞跃。供应链云化,带来两方面的改变。对于消费者,苏宁设置前置仓和中心仓两大体系。618期间消费者在苏宁下单后,如果是高频商品,前置仓急速配送,大大提高送货速度,消费体验大幅提升。

对于供应商,苏宁通过对用户消费数据的研究,进一步向上游供应链去做深度定制。这样就把原本不确定的销售情况,用“云化”大数据变成确定性批量采购,给消费者带来更符合消费需求和实惠价格的商品。以家电为例,各大品牌对苏宁均给予货源及价格力度倾斜,合作的爆款均具有绝对价格优势。

同时,618期间,苏宁要在全国范围内建成12条生产带、买断200条生产线、包下1000个平价工厂和50个原产地。大规模的产业聚集势必降低商品成本,加上苏宁易购线上销售能力,降低流通成本,实现“双降”好货。

可以看到,苏宁针对价格战有着充足的

底气,更多地是想强调自身场景搭建和供应链效率的优势。苏宁的价格战表面上是针对京东,实际上并不是要与京东干架,而是想让整个零售业跳出桎梏,比拼、升级综合实力。

交出亮眼答卷的背后零售逻辑  
付出,终有回报。

苏宁的综合实力表现在价格战方面后,正受到消费者的青睐。在这段时间,苏宁交出了一份亮眼答卷。

苏宁发布的“J-10%”省钱计划首日战报显示,5月25日当天,关键词“J-10%”全网搜索量猛增9倍。苏宁有3000多款爆款商品降价,其中不乏戴森吹风机、AirPods、荣耀手机等大牌商品,每款商品比京东低10%-17%之间,首日“J-10%”补贴商品订单量增长426%。

苏宁相关负责人对此表示,“首日降价的3000款商品只是冰山一角,之后每天都有新的降价商品加入‘J-10%’计划,毕竟618才刚刚开始。”可以预见,后续的竞争还将更为激烈。

618期间,苏宁拼购的全新电商平台“易值买”将精选200家核心商铺和1000款超低价商品,在苏宁易购、拼购、推客等流量矩阵的支持下,打响平台上线第一枪。而在此前,苏宁私享家还携手海尔、美的、大金、酷风、志高等多个中央空调品牌,开启中央空调万人抢活动,5匹一拖四低至19888元,最高24期免息购,整机质保延长到10年。

此外,苏宁618的双百亿补贴针对畅销TOP单品实行“一品一议”,在近30天全网最低价基础上再加码。房产、汽车等也全面加入补贴计划,618期间苏宁不仅将推出1000套特价房,还会联合大众、斯柯达、吉利、宝骏等品牌推出半价车秒杀,此外还有5折房车、直播卖飞机等活动。

在消费体验方面,双线并行的模式让苏宁可最大限度地覆盖到不同需求的消费者。无论是到店还是到家业务,都在此次618迎来全面升级。以“云店”为例,苏宁通过“店播”的形式切入直播下半场。618期间,10万支网红商品、500个大牌总裁直播、20亿云店红包等,都将共同促成这场双线渠道极致融合的盛宴。

当消费者需要线下体验时,苏宁有众多的零售业态场景。苏宁小店、家乐福一店就在消费者身边的社区基建,业务覆盖52个城市,3公里范围内最快25分钟送达,3-10公里实现一日三送。当消费者需要线上消费时,苏宁可将门店作为直播内容中的重要一环,增加场景展示。消费者感官得以丰富的同时,苏宁又能节省运营成本,让利更多补贴,在线上实现新的货场共融。

可见,有着独具一份的零售逻辑,成为苏宁零售能力的最好诠释。由苏宁发起的良性竞争,正在一点点倒逼其他零售平台乃至整个零售业,朝着更为健康的态势推进。



## 川陕名吃

地址 (DC店和Rockville店)  
2700 New York Ave. NE,  
Washington, DC 20002  
316 N. Washington St.,  
Rockville, MD, 20850

营业时间  
周日到周四: 11am-10pm  
周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)  
(202)534-1620 (DC)  
(301)-875-5144 (MD)

\* 从马里兰大学沿1号路南下,从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行,均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食,纵情欢歌。

凉皮



肉夹馍



羊肉泡馍



夫妻肺片



长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理,有意者请电洽。

钓鱼台豪华包厢



地道陕西名吃,聘请原陕西文汇报国典馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺;同时聘有精通川菜,粤菜和各类家常菜的驻店厨师;新的经营理念,为您提供一流的服务。店内设钓鱼台豪华包厢(最多容纳60人)及大型宴会厅(可容纳300人以上),酒水齐全,卡拉OK助兴。环境优雅,空间宽敞,自拥上百停车位,可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊,交通便利,诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长: 柳奇 敬呈