

· 资讯 ·

“双11”网购安全报告发布

北京商报讯(记者 王晓然 孔瑶瑶)针对刚刚过去的“双11”购物节,11月14日,北京市公安局网络安全保卫总队猎网平台发布《网购安全生态报告》。其中显示,假冒购物软件和专业电商购物平台成为网络黑客的新目标。“双11”前,各类仿冒购物App数量激增,达到近4000个,手机淘宝、拼多多、天猫、京东、美团、唯品会等购物平台进入了被仿冒名单的前十名。这些虚假购物应用软件与钓鱼网站危害类似,黑客可盗取用户账户信息,造成财产损失。报告还显示,垂直电商成为网购高危漏洞重灾区。500个购物类应用软件中,近九成存在高危漏洞,三成多垂直电商存在高危漏洞。

1446万人次 “双11”借返利网省钱

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评)11月12日,导购电商返利网公布了“双11”消费数据。数据显示,11日当天返利网累计省钱人次达到1446万,同比增长70%。不仅限于电商平台,生活服务类平台与旅游服务类网站的订单总量也在快速增加。数据显示,在返利网平台,淘宝成交额同比增长77.8%,位列综合网购平台第一位,京东和苏宁易购分列二、三位。饿了么、大众点评等生活服务平台订单总量同比也增加了157%。此外,驴妈妈、途家网、艺龙旅行网、同程旅游等旅游服务类网站的订单总量整体同比增长40%。

北京西城启动37个主题电商促销

北京商报讯(记者 王晓然 闫岩)由西城区商联会主办的大型电子商务促销平台活动“e时代·西城——2018北京西城电子商务促进大会暨系列活动”于11月12日正式启动。本次促进大会的重点活动包括开展西城区大型电商促销活动,西城全区19家大型综合商场、近百家老字号企业、优质电子商务企业和生活性服务企业将携手为消费者奉献集合冬装鞋帽、服饰腕表、珠宝首饰、电子产品、精品美食、社区服务等,共37个主题、300余个品牌、2万余项优惠的全品类、全方位商业服务业实力促销。

北京菜价10月环比下降6.8%

北京商报讯(记者 王晓然 孔瑶瑶)国家统计局北京调查总队11月12日发布北京10月CPI数据显示,10月,北京CPI环比上涨0.5%;同比上涨3.0%,涨幅比9月高0.2个百分点;1-10月,北京CPI比上年同期上涨2.5%。从环比看,菜价、鸡蛋价格下降;脐橙、梨和苹果等新果上市,鲜瓜果价格出现季节性上涨,涨幅为4%;气温下降后肉类需求上升,猪、牛、羊肉价格环比分别上涨0.5%、0.6%和1.4%。10月北京菜价环比下降6.8%。目前,秋季菜、冬储菜供应充足,夏季台风影响的部分地区补种蔬菜也在10月中下旬上市。

“丝绸之路复兴鼎”上市

北京商报讯(记者 王晓然 刘卓澜)中国黄金近日在其北京旗舰店发布了由陕西历史博物馆、陕西秦艺坊、中国黄金三方联合共同打造的“丝绸之路复兴鼎”。“丝绸之路复兴鼎”由法门寺艺术馆馆长聂宗科设计,采用失蜡法热铸冷刻工艺,经过塑型翻模、压制蜡型、焙烧脱蜡、浇铸原型、热镗冷刻、抛光打磨等30多道工序手工制作,作品具备了艺术品的独一性,被联合国世界丝路论坛确定为指定收藏品。本次首发“丝绸之路复兴鼎”为999足银材质,分500克、2000克两种规格,每款限量发行。此外,目前正值中国黄金北京旗舰店12周年店庆月,“中国黄金珍·如金”系列在店庆月推出新品,并有店庆月专属优惠活动。

一入秋冬换季,女孩们的衣橱又要开始更新。但不管是众星捧月的奢侈品牌还是时尚前卫的潮牌,都有不少消费者追逐的经典和新品。但伴随消费升级,消费者观念也在不断改变,已经成为市场消费主流群体的年轻一代消费者,不再唯品牌论,而更看重产品的品质和创新的设计。这一消费观念的改变,也给设计师等小众品牌带来市场机遇。



▲ COCCINELLE B14系列

◀ CHIZHANG卫衣

种草小众品牌  
秋冬心机搭配变身时尚达人

据天猫“双11”数据显示,国产小众品牌于今年“双11”期间成销量黑马,HomeFacialPro、张大奕、棉森、完美日记等越来越多的小众品牌,开始活跃于年轻一代消费群体的购物车。据悉,完美日记×大英博物馆联名款16色眼影盘,在天猫预售每11.5秒卖出一盘,10万盘已售罄;棉森一次性棉柔巾,今年预售销量就已超去年2倍。显然,小众品牌的表现越来越突出。

而小众品牌的崛起与年轻一代的消费观念改变密不可分。天猫“双11”数据显示,“90后”消费者占比46%。苏宁数据也显示,“90后”消费者占比达42%,超过占比38%

的“80后”,成为新的消费主力军。而作为消费主流的“90后”,对品牌溢价的支付欲望降低,变品牌性价比为产品性价比,品牌之间的竞争由市场传播和渠道运营的竞争,变为产品创新和服务品质的竞争。因此,消费趋势由品牌个性到消费者个性转变。因品牌个性而购买转变为因品牌适合自己个性而购买,消费与别人不一样的产品和服务成为很多消费者的核心诉求,导致品牌多极化趋势,高端小众设计师品牌迅速崛起,冲击传统大品牌市场相对地位。

由此来看,越来越多的年轻消费者开始追求小众又不失创意的

“冷门”品牌,在时尚个性的同时又可以避免撞衫的困扰,这也让越来越多的年轻消费者开始追求潮牌。设计师张驰在接受北京商报记者采访时曾表示,品牌若在产品设计和品牌宣传形式上创新,以消费者更喜欢的潮流方式去展现,反而容易吸引更多的年轻消费者。业内分析表示,小众文化就是当下年轻人的文化趋势。如今的年轻人在互联网浪潮中成长,高度个性化,每个人都藏着自己的情绪,需要极致、独特的表达。尤其是“90后”、“95后”一代,他们喜欢在小众文化圈层实现自我,找到认同感。

北京商报记者 王晓然 魏茹

穿搭指南

品牌推荐:CHIZHANG

推荐理由:该品牌风格定位前卫潮流的酷感风格。以“中国制造”为标签的CHIZHANG,一向推崇年轻生活态度,在最新一季的产品中,选用不同质感的丝绒、麂皮绒、PVC及漆皮等面料,并融入撞色格纹、金葱线流苏以及条纹织带等极具青春色彩的时尚元素。

购买渠道:CHIZHANG 京东、天猫旗舰店

单品推荐:2019年新款蓝色麂皮绒卫衣

搭配单品:VANS经典款板鞋



VANS经典鞋



COS卡其大衣

品牌推荐: COS

推荐理由: COS作为H&M旗下高端品牌,在欧洲以简约且不退潮流的美学设计而闻名。该品牌服装设计简约、颜色大多以纯色为主,风格以性冷淡风为主,不少消费者将该品牌作为CELINE的替代者。

购买渠道: COS北京三里屯门店

单品推荐: 卡其色羊毛混纺大衣

搭配单品: 同品牌浅卡其色高领羊绒衫

品牌推荐: human made

推荐理由: nigo主理街头休闲潮牌,由nigo和陈冠希参与设计,主要用料是竹节棉,特色也是竹节棉T恤,在中国内地一直不火,但比较受潮流大牛喜欢。

购买渠道: 寺庙旗舰店

单品推荐: Clot x Alienegra 17FW 黑荆棘冲锋夹克

搭配单品: 川久保玲纯灰色卫衣



配饰推荐: APM Monaco

推荐理由: APM Monaco是来自摩纳哥的时尚首饰品牌,专攻以设计为主的纯银首饰。不少购买APM Monaco的消费者都是刚刚踏入职场的年轻女性,设计新颖、价格合理的轻奢珠宝也许是她们踏入珠宝消费的第一步。

单品推荐: 不对称纯银镶晶钻多色嘴唇耳环



配饰推荐: COCCINELLE包袋

推荐理由: 经典的皮革到充满趣味的剪羊毛,粒面皮革质感饱满,易于搭配,简单的牛仔裤和高跟鞋便能迅速打造优雅干练的职场女性形象。绒面皮和麂皮则为秋冬带来最美好的温暖触感,是风衣和大衣最绝佳的搭配选择。

单品推荐: 秋冬B14系列