

一年一度的“6·18”年中惠购活动如期启幕。今年,各大主流电商平台早早对外公布了活动相关细则,消费氛围拉满。反观我市线下实体消费市场,惠购活动在不同领域的冷热度分化明显。



## “6·18”启幕 线下家电行业乘势先行

本报记者 楚女

5月23日,记者走访市内各大商圈发现,对于“6·18”活动所带来的商业流量,多数综合类购物商超反应迟缓,暂未推出专属配套惠购措施,市场节奏滞后于线上。而家电、电子消费类卖场敏锐抢抓消费契机,深度绑定省、市以旧换新政策,提前落地系列促销举措,多款主流家电、数码产品线下成交价低于线上平台,凭借价格优势与实体服务体验,力求在消费竞争中突围。

### 网商平台多重优惠已上线

记者浏览各大网商销售平台发现,今年“6·18”惠购活动延续了以往的长周期促销模式,天猫、京东、拼多多等核心线上平台均早早开启预热造势,统一采用“分阶段放价、多福利叠加”的促销模式,活动规则清晰、优惠力度透明。而且,各大平台的付款模式让以旧换新补贴与平台优惠无缝衔接,为消费者提供多重让利福利。

天猫商城在“6·18”活动期内,全程执行满300减50跨店立减政策,叠加88VIP专属券、平台加码券后,多品类商品可低至7.3折。平台每晚开启现价秒杀、超级红包放送活动,无门槛红包全天候可领取,覆盖全品类消费场景。

京东平台的家电数码专区,推出国补、平台红包、品类满减三重福利叠加模式,平台专属优惠券常态化发放,符合国家标准的一级能效冰箱、空调、洗衣机等六大类家电,可享受成交价15%的专项补贴,单件最高补贴1500元,数码产品单件最高补贴500元。多款高关注度家电直降千元以上,让利空间较大。

拼多多依托“百亿补贴”团购拼单模式,使商品补贴后的价格普遍低于行业均价。消费者下单可自动叠加平台补贴、店铺优惠与其他补贴,无需手动申领,操作便捷高效。

据大同市商务局发布的信息显示,2026年我市家电数码以旧换新补贴政策全面对接各大主流电商平台,消费者线上购买合规产品,可享受政府补贴,简化申领流程,有效降低线上商品消费成本。

### 线下实体店反应分化有别

相较线上商超,我市线下消费市场对此次“6·18”活动表现较为慢热。记者在平城区多家主流综合商超了解到,截至5月24日,沃尔玛、永辉、百盛购物中心等大型综合卖场,均未出台统一的“6·18”主题促销方案。目前门店仅有个别服饰、美妆品牌自主开展零散折扣活动,无全场主题让利等规模化促销举措。多家商超工作人员向记者证实,商场“6·18”活动仍在筹备规划阶段,正式活动预计6月上旬上线,现阶段暂不推出集中性年中惠购活动。

不同于综合商超的滞后反应,我市北方电器、春毅电器、苏宁易购等家电专业卖场已提前布局,将“6·18”促销与地方惠购政策深度融合,推出“国补+店补+品牌让利+以旧换新”多重叠加优惠,打破线下售价高于线上的固有认知,多款家电、数码产品线下成交价显著低于线上店铺。

教场街北方电器城早早启动了“6·18”国补焕新活动,落地全套惠民促销政策。一款卡萨帝致境系列530L十字开门冰箱,某宝平台线上叠加优惠到手价11699元,店内在售同款产

品,在享受15%国家级补贴的基础上,叠加门店“6·18”专属补贴与以旧换新专项福利,最终到手价仅11000元,单台价格较线上优惠699元。同时,门店在售的新款海尔立式一级能效冰柜,线下叠加多重补贴后售价2200元,低于线上2400元的券后价,且免费提供拆机、安装等增值服务,而线上同类增值服务需额外付费。

平城区京东家电卖场推出了最高30%的综合让利优惠,所有合规一级能效家电均可享受国家补贴,叠加平台与门店双重福利,性价比优势突出。门店在售华为Mate80 Pro 512GB版本,线上官方售价6999元,门店叠加重补贴后仅6099元,直降900元,且现货充足、即买即提,无需等待预售发货;苏宁易购店聚焦多重福利消费,推出全民抢家电最高优惠至8折等系列活动。

线下即时让利、实打实的优惠和服务,得到了本地消费者的认可。消费者张先生近期在春毅电器购置智能电视,对比主流电商平台价格后发现,同款产品线下叠加补贴后价格更低,还附赠配套礼品,整体性价比反超线上。不少受访消费者表示,大件家电线下可实地验货、即时售后、免费安装,叠加政策补贴后价格更划算,更愿意选择线下门店消费。

我市家电行业资深业内人士表示,当前大同“6·18”消费市场呈现线上预热领跑、线下家电品类逆势突围的格局。随着惠购活动持续升温,线下家电卖场的价格与服务优势将进一步凸显,有望撬动本地实体消费升温,形成“线上引流、线下落地、政策赋能、双向互补”的良性消费生态。

## 消费观察

### 理性看待促销 保持按需消费

焦燃

一年一度的“6·18”年中促销如期而至,各大电商平台、线下商家纷纷打出大幅让利、专属惠购等宣传标语,各类醒目的优惠海报、折扣词条刷屏网络。在常态化的年中消费节点下,不少消费者习惯性跟风下单,将“6·18”视为薅取低价福利的重要时机。但透过热闹的促销表象不难发现,诸多线上优惠存在包装化、套路化问题,实际让利幅度有限。

近年来,“6·18”促销周期持续拉长,从单日促销延伸至近40天的超长周期,平台与商家通过密集的宣传造势、复杂的满减规则、叠加券包吸引消费者入局。大量醒目的优惠宣传、限时折扣、专属补贴等营销话术,极易误导消费者产生“全年最低价”的认知。但从实际消费体验来看,多数线上优惠存在明显水分,不少商品采用先涨价后降价、拆分优惠门槛、限量限时锁单等套路,看似折扣力度可观,实际到手价格并无太大优势。对比双11全年力度最大的普惠让利,“6·18”的优惠覆盖面、单品降幅、叠加福利均存在明显差距,多数商品品类的真实性性价比远不及年末大促。

褪去营销滤镜,“6·18”年中大促有着清晰的行业底层逻辑,核心是服务企业年度产销节奏。每年上半年,各大消费品类尤其是家电、数码、日用百货等行业,会积累一定规模的库存商品。受产品迭代、市场需求更新、产能周转等因素影响,上半年滞销、积压的货品需要集中出清,以此回笼流动资金,缓解仓储压力,盘活整体产销体系。“6·18”作为年中规模最大的消费节点,自然成为商家清仓去库存的关键窗口期。

面对火热的“6·18”促销氛围,广大市民应摒弃盲从心态,擦亮消费双眼,跳出商家的营销话术陷阱,理性甄别各类优惠活动,按需消费、比价消费,避免被夸张的宣传噱头误导,产生冲动消费和无效消费。

## 建行动态

建行大同分行

### 普及征信知识 守护金融安全

为切实增强社会公众信用安全意识和风险防范能力,建行大同分行立足网点服务实际,精心组织开展征信主题系列宣传活动,以务实举措引导广大群众珍视个人信用、守护金融安全。

一是强化部署,细化落实。该行认真梳理宣传重点,明确人员分工与宣传流程,统一宣传口径与服务规范,确保宣传工作有序开展、落地见效。二是立足阵地,延伸服务。该行充分发挥厅堂主阵地作用,在营业网点摆放征信宣传折页,利用电子屏滚动播放宣传内容,营造浓厚宣传氛围。三是注重实效,长效推进。该行派出工作人员走进周边商户、社区,积极开展面对面宣传讲解,扩大宣传覆盖面与影响力。

建行大同分行将持续把征信宣传融入日常金融服务,坚持常态化、多样化开展宣传教育,不断提升金融服务质效,以实际行动践行“金融为民”服务理念,守护群众信用权益。  
(培煜 姚利宝)

建行大同分行

### 在气排球比赛中勇夺佳绩

为丰富职工文体生活,凝聚团队奋进力量,近日,中国建设银行山西省分行职工气排球比赛初赛第一组在建行大同分行火热开赛。本次赛事聚焦文体赋能、聚力同行,由建行大同分行与建行朔州分行展开激烈角逐。

赛场上,各代表队精神抖擞、斗志昂扬,充分展现了奋勇拼搏、团结协作的良好风貌。随着哨声响起,双方队员迅速进入状态,传球精准默契、拦网果断有力、扣杀凌厉迅猛,每一个动作都凝聚着团队的智慧与汗水,每一次得分都伴随着阵阵呐喊与喝彩。队员们不畏强手、每球必争,无论是巧妙轻吊还是奋力救球,都彰显着永不言弃、奋勇争先的体育精神,赛场之上既有竞技的激烈对抗,更有互助的温暖情谊。

经过多轮紧张激烈的角逐,建行大同分行代表队凭借扎实的技术功底、默契的团队配合以及顽强的拼搏劲头,最终斩获大同赛区胜利,用实力诠释了团结奋进的深刻内涵。  
(培煜 韩玫 杨雪峰)

建行大同分行

### 一站式查询服务解民忧

亲人离世后,继承人往往面临不清楚逝者在哪些银行留有存款账户的难题。以往,家属需携带死亡证明、亲属关系证明等材料,逐家银行查询,耗时耗力。

为切实解决这一“急难愁盼”问题,中国银联联合多家商业银行推出“已故人员银行卡账户线索查询”便民服务,实现“一次申请、跨行通查”。建行大同分行作为我省首批试点单位,近日迎来系统上线后的首位客户。业务办理过程中,工作人员严格执行合规审核流程,确保各项资料真实、有效、完整,通过“一窗办”为客户创建申请单。客户登录“云闪付”App,进入“已故人员银行卡账户线索查询”小程序,输入授权码并提交申请。系统自动检索逝者在多家银行的开户信息,24小时内生成查询报告并以短信通知,既减轻了群众负担、提高了办理效率,更彰显了建行的责任与担当。  
(江华 樊雪妍 杨雪峰)

善建者行 成其久远  
An Excellence Partner A Partner Forever