

“6·18”告别预售 消费者避免踩坑

从5月20日开始,部分电商平台宣布今年“618”年中消费大促正式拉开帷幕。相比往年传统玩法,今年各大电商平台做出的最重大调整可能就是取消官方预售模式,取而代之的是现货售卖模式。

除了取消预售,“低价”“简单”“直接”等关键词也是电商们在今年“618”大促主打的核心。实际上,包括618年中大促在内,越来越多的电商大促玩法“化繁为简”是近年的整体趋势。一方面,传统电商要将低价策略贯彻到底,另一方面,消费者的消费观念回归理性,新电商、直播电商的涌现,让消费者了解到电商低价已经趋于常态化,那么购物的“简单”化自然而然成为一个刚性的需求。

对此,网经社电子商务研究中心主任曹磊表示,预售制相当于一个“蓄水池”,锁定了订单,即锁定了用户购买力及产能预测,帮助确定市场份额、回笼资金。其实不管是预售的还是现货销售,都是用于平台整体的交易规则,那么也同样适用于消保法、合同法和一些相关的规定。

曹磊认为,对预售的讨伐,已经屡见不鲜,特别是“双十一”“618”这些大促。等待时间长关乎消费者购物体验,预售商品要确保消费者的知情权。消费者下单预售商品前,一定要关注预售数量和时长,一般在商品详情页上有明确提示。



(网络图)

年中大促取消预售制

在年中大促中,预售制的存在由来已久。早在2011年,京东率先引入了“双11”预售的概念。他们提前数天开始接受订单并预留库存,以保证在“双11”当天有足够的货品供应。这个举措在市场上引起了广泛关注,其他电商平台也纷纷效仿。从此,预售成为了“双11”“618”等购物狂欢节不可或缺的一部分。如今,沿用了十余年之久的预售机制有望结束了。

5月6日,天猫“618”宣布开始接受报名。相比往年,今年天猫“618”也开始变得极致简单,最大的变化在于取消官方预售环节,面向消费者,5月20日晚八点直接一波开卖。面向商家,今年天猫“618”简化报名环节,满足条件的商家直接进行商品报名即可。

无独有偶,一天后的5月7日,京东也宣布“618”大促将于5月31日开启现货销售,主推每满300元减50元的跨店满减力度,促销生效期间,商家的同一款商品可全程参与,重点鼓励全品类商家参与。

而在更早之前,快手电商启动“618”大促招商,商家报名从4月27日开始,一直持续至大促收官。同样,快手电商今年大促也取消了预售玩法,5月20日起正式“现货开卖”,开启为期42天的购物狂欢节。

对于突然成为焦点的“预售制”,网经社电子商务研究中心特约研究员、百联咨询创始人庄帅表示,随着大促规模的加大,参与预售的商家和消费群体不断扩大,问题也开始出现:例如预售的商品不能按期发货、补差价出现涨价情况、售后服务与常规销售商品不一致等,甚至出现金融风险,如商家收到预售定金后“跑路”,钱款无法

追回。消费体验变差、风险上升,使得平台口碑和平台其他正常售卖商品的商家均受影响,所以京东和淘天才不会约而同取消预售制。

鲍姆咨询有限公司董事长鲍跃忠也认为,过去预售机制是一个很好的模式,会提前锁定用户的订单,但是最近几年可能达不到想要的效果,甚至开始后也会不了了之。因此今年“618”做出改变,是一个很好的选择。

对于正在弱化的“预售制”,DCCI互联网研究院院长刘兴亮分析到,取消预售机制对天猫平台可能会产生一定影响。短期上来看,可能导致“618”期间的成交额出现波动,因为预售机制提供了提前锁定订单的保障。商家无法依靠预售数据来预测需求,可能对即时供货的策略带来挑战。

“不过从长期来看,取消预售能提供更为简化的购物体验,使消费者不必在支付尾款和等待发货上花费时间和精力,从而提升用户对平台的满意度。也能促使商家更加注重实时的销售数据,提高供应链管理的能力,更好地匹配供需。天猫也可借此机会进行差异化定位,突出现货即购即得的竞争优势。”刘兴亮补充道。

抱有类似观点的,还有网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青。莫岱青也认为,取消预售制后最直观的影响就是商家库存压力增加,过往电商通过预售可以提前锁定销量,同时,通过预售数据可以更好地引导企业生产,避免存货积压。对于商家而言,可以提前回笼资金。不过从长远来看这肯定是有利的,因为平台可能会通过优化购物流程、提高物流配送效率等方式来提升用户体验,从而吸引更多消费者。

消费者要警惕消费“陷阱”

今年“618”电商年中大促营销活动已经开启,虽然“预售制”得以取消,但是包括百亿补贴、红包、满减等活动仍然让消费者眼花缭乱。为此,我们梳理了“618”大促的各个环节,提醒广大消费者冷静对待促销宣传,避免落入消费陷阱。

首先是购买前环节,消费者需谨慎评估。消费者在网购时要注意选择在成熟正规的电商平台官网上购买,不要轻易点击来源不明的网页链接。在平台选购商品时除了价格,也要关注店铺是否值得信赖,可以从经营时间、消费者口碑、信用等级等方面判断。部分社交媒体与搜索平台上的商家或代购缺乏第三方平台作为保障,商家资质、地址等信息无法确认,存在较大的消费安全隐患,消费者对此类交易一定要警惕。此外,购买直播商品也需多面评估,直播带货模式蓬勃发展,但也存在一些问题。消费者尽量在正规直播带货平台购买商品,同时要认真查看经营者在直播平台的资质公示情况。购买商品时不能轻信主播的口头宣传介绍,要从信誉度、成交记录、评价详情等多方面对商品进行评估。

其次,在下单购买环节,消费者要注意核对,按需消费。比如,在使用红包时,消费者需注意核对金额。消费者在领取使用各类红包时,需要提前了解清楚它们的使用条件,付款之前要核对一下,与自己计算的优惠价格是否一致,避免出现“满减不减”的情况,此外消费者还需要注意商品的历史价格,防止出现商家先涨价后降价的套路。

为了刺激消费,平台商家往往会推出各种优惠活动或官方直播

吸引消费者选购,不少消费者在比较、选购、凑单的过程中迷失了初心,为“优惠”而购物,为“省钱”而凑单,购买了超过实际使用需求量的商品。所以我们建议消费者在购物前提前拟定购物清单,列出所需商品;购物时依据清单挑选商品,避免冲动消费;购买后发现自己囤货过多,可在商品不影响二次销售的情况下,及时向商家提出退货,避免发生浪费。

再次,消费者在购买后及时与商家沟通。每年“618”期间订单暴涨,给商家发货和物流送货都带来了一定的压力,延迟发货、错误发货、快递丢失等问题出现概率提高。

为此,消费者要提前做好心理准备,避免购买急于使用或保质期较短的商品。网购时提前与商家就发货时间、发货地点、退换货方式、运费险等信息做好确认。收货时最好当场查验商品,如发现外包装破损、实物与宣传有出入、质量存在瑕疵等问题,要尽快联系商家进行退换货。对未能按时送达的货物,消费者要留意交易系统自动确认收货时间,及时联系卖家延长收货时间。

最后,消费者要树立防范意识,保护个人信息。对当前互联网上以各种理由要求消费者添加所谓“官方客服”微信并进行转账的来电、广告或短信,消费者要保持警惕。网购时要通过平台官方支付渠道交易才有保障,不要直接私下转账或扫描来路不明的二维码付款,不要随意点击商家发送的链接。此外,消费者还要注意保护个人信息安全,不轻易将身份证号、银行卡号、手机号、验证码等透露给他人,防止信息遭到不法分子利用。

(据新华网)