

从2009年到2023年,电商“双11”购物节已行至第15年,从最早的淘宝孤独狂欢,到如今天猫淘宝、京东、拼多多以及抖音、快手等全网一同参加的电商节日。近期,各大电商平台纷纷公布了规则与玩法,今年“双11”,“低价”似乎成了几家电商巨头们的共同主题。都说今年“双11”商品价格低,是真噱头还是真便宜?

电商争抢全网最低价 摒弃套路,规则更简单

相比以往复杂的玩法和规则,今年各大电商平台纷纷打出“低价、便宜”的口号。

淘天集团明确将“全网最低价”作为其今年双11的核心KPI,10月24日晚8时,天猫“双11”开启预售,1小时内,成交额同比增长超200%的品牌达1300多个,成交同比超500%的品牌数近700个。具体到玩法规则上,在跨店满减基础上,首次大规模推出“官方立减”,预计将有超过8000万商品降至全年最低价;首次新增了“双11天天低价”活动;面向淘宝客群体投入10亿元佣金激励,以帮助商家降低流量成本;面向天猫品牌商家,提供总额20亿元的经营激励;淘宝直播联合18位主播、100多家天猫品牌,发放超10亿元现金红包。

京东今年“双11”大促主题定在了“真便宜,闭眼买”,于10月23日晚8时开启,没有预售,现货开卖,超8亿商品整个“双11”期间全程价保,参与百亿补贴的商品数量将达到“618”时的2倍。京东零售CEO辛利军说:“低价是刻在京东骨子里的基因。”万亿电商业务的掌舵人,这一刻像极了直播间卖力吆喝的新主播,总是想着帮“家人们”把价格打下来。

拼多多的活动时间表与去年变化不大,是从10月20日至11月13日。拼多多方面称,与去年大促相比,今年百亿补贴的品牌商品池预计同比增长110%,尤其是美妆、洗护、文具、服饰、清洁等国货商品的增长最为显著。

快手称,10月18日至10月30日为预售期,10月31日至11月3日为尾款期,10月31日至11月11日为正式周期,在保证低价的同时,针对所有大牌商品,同步上线正品险。

唯品会“双11”特卖自10月20日晚8时开启提前购,活动将延续至11月14日早10时。

小红书表示,在玩法上,为用户提供跨店满减+直降、主会场领券和直播间红包等三大玩法。其中主会场领券最高可得1111元无门槛购物红包。

和往年的熬夜等优惠、拼单凑满减,规则云里雾里不同,今年多个电商平台宣布拒绝套路,直接“血拼”低价。

例如唯品会称,摒弃套路,坚持贯彻优惠规则简化的原则,消费者无需凑单,一件商品即可享受超值优惠。天猫也表示,标有“官方立减”和“闪电标”这两个标的商品都无需凑单,一件就打折。

抖音打出“不凑单”的口号,推出官方立减。

此外,今年“双11”电商平台家纷纷上线“买贵就赔”的服务。淘宝表示,平台上所有百亿补贴商品承诺“买贵必赔”,如果买贵了,平台将补偿差价等额红包。

今年“双11”各大电商平台还在物流上“比拼”。例如,京东近日推出即时零售的“三公里模式”,实现3公里-5公里内“消费者下单、门店发货、商品小时内送达”的闭环。

菜鸟则表示,“双11”继续提供半日达、送货上门服务,电器家装保证“一次上门,免费送装”,通过预售极速达模式,部分预售订单甚至要快于日常。

今年

双11

平台齐打『低价牌』

观消费

1.1

消费者会买账吗

回望首届“双11”,2009年11月11日,凭借20余个品牌、5000万元成交额,通过五折清仓的手段,“双11”开始了它的造富神话。

随后,2010年,交易额达到了第一年的17倍;2017年,11秒破亿元,9小时破千亿元……当数字庞大到失去感知,人们逐渐用分、秒代替天、年,去计算“双11”的交易额增速。截至去年,仅天猫“双11”就已经有了超过29万个品牌,商家也早已不再只卖清仓,而是把这个大促当作跟用户推介全部商品的最好时机。

然而,狂欢过后,各种问题开始暴露出来,货不对板、先涨再降、物流不畅,还有预售、订金、尾款、秒杀、膨胀金、抢红包等繁琐的规则,遭到消费者的吐槽。

中国新闻网微博10月20日针对“今年‘双11’你打算囤货吗”发起调查。结果显示,选择“不买”和“看情况”的网友最多。但从往年看,网友向来是“嘴硬身体诚实”,最终或还是忍不住下单。

数据显示,网购依然是消费者青睐的购物方式之一。据商务部网站20日消息,网络零售拉动消费效应显著。前三季度,全国网上年货节、双品网购节共举办系列活动100余场。

国家统计局数据显示,1月-9月,全国网上零售额10.8万亿元,增长11.6%,高于社会消费品零售总额增速4.8个百分点,实物网零对社零增长贡献率达33.9%。

今年“双11”最终表现如何,决定权还在消费者手中。

消费提示

面对眼花缭乱的“双11”宣传,消费者要理性消费,合理选购,做一个精明的购买者。

选购平台要正规,直播带货有风险 消费者认准正规平台,优先选择经营时间长、信誉度高、资质齐全的购物网站及直播平台,下单前了解清楚网页、直播间推荐的商品来源、功能、质量及价格等情况。

优惠促销方式多,各项规则需厘清 选购商品时,消费者应该仔细阅读商家促销活动规则。提前关注商品的价格变化,避免落入商家“先涨价再降价”的消费套路。不要为了凑单而盲目购买不必要的商品。

商品收货重验收,退换时限要把握 消费者下单后关注物流信息,避免错收和漏收快递。收货时先查看购买商品的规格、数量、赠品等是否与订单一致,一旦发现商品或赠品出现问题,尤其是对于退货理赔条件较为严格的生鲜食品,应尽快与商家或平台联系,把握好退换货的时限,避免产生不必要的售后维权纠纷。

网购凭证要留存,依法维权有保障 通过网络购买商品时,消费者要及时向商家索取并妥善保管支付记录、电子交易码等有效购物凭证。发生消费纠纷时,要及时与商家、平台协商,协商不成可拨打12345、12315热线,或通过“全国12315”网站、公众号、手机APP等渠道投诉举报,依法维护自身合法权益。

本报综合

