

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。业内人士表示,简化购物流程有助于提高消费者的购物体验,满足即时消费的需求。但面对纷繁的促销宣传,消费者也要理性购物,避免落入消费陷阱。



“618”告别预售 消费者避免踩坑

电商平台取消预售制

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。“更简单”,正在成为传统电商平台对购物节大促的新定义。

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8时直接第一波开卖。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。

记者注意到,这并非电商平台第一次提出“不预售”。2023年“双11”,京东提前活动时间并取消预售。而拼多多则在2021年、2022年“双11”就打出了“无定金、不预售”的口号。

“这次终于听劝了!”有不少网友对此表示。

预售制为何被吐槽

在部分网友看来,预售制剥夺了购物的“快乐”。“提前一周下定金,一周后再补款,等拿到快递的时候,已经忘了自己买了啥。”“90后”乐乐(化名)表示,下单预售商品犹如跑了一场“马拉松”,而且不知道自己的努力是否“划得来”,“预售前做攻略,可有时候发现预售并没有比现货便宜,可能还更贵。规则那么复杂,只觉得心累”。

对电商大促的“疲惫感”也体现在商家群体中。“每逢大促都要加人、加班,退货又很多,库存全搞乱了,很累。”一名电商平台的商家告诉记者,他们店很少参加平台的大促活动。

易观流通行业高级分析师陈涛表示,在电商大促早期,很多商家不敢大规模提前生产、备货,导致商品现货有限,很多消费者抢购不到,而预售制则避免了这一情况,同时也给消费者提供了更多优惠。“预售制不仅可以让电商平台提前带动市场氛围,争抢第一波流量并锁定消费用户和销售额,还能使商家减少参与大促的风险。然而在电商飞速发展十几年后,商品供应已充足且成熟,预售制的弊端也开始暴露。”陈涛说。

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,预售制的问题越来越多。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,所以很多电商平台会不约而同取消预售制。



预售取消后会有哪些变化

“现在消费者在购物时的新愿景是,拿到商品的预期时间越短越好,而每个平台都想提高用户体验,因此都在采取相似举措,以后的购物节可能都不会再有预售制。”在陈涛看来,在争夺用户、以用户体验为首要原则的当下,电商在大促活动中取消预售或将成一种趋势。

对于正在弱化的“预售制”,DCCI互联网研究院院长刘兴亮分析道,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,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优势。”刘兴亮说。

对于取消预售可能会给商家带来的不确定性,陈涛认为,取消预售不意味着平台和商家不进行提前规划。“平台和商家可能利用AI手段,或者根据前几年或者近期的销售情况去预测销售,这样既提高了用户的体验,也避免出现供不应求或者说供过于求的情况。”陈涛说,此外,这次电商虽然取消预售,但还是会实行分段销售,可以明显减轻物流在短時間內爆发带来的压力。

不过,对于消费者来说,在如今的大促常态化”下,“618”的规则变化,或许已没有那么激动人心。

“现在一打开购物软件,就发现在搞满减促销。”乐乐告诉记者,在过去的几个月中,电商平台几乎月月都有促销活动,自己已完全放平了对大促的心态。

冷静对待促销宣传 避免落入消费陷阱

虽然预售制得以取消,但是包括百亿补贴、红包、满减等活动仍然让人眼花缭乱,消费者一定要冷静对待促销宣传,避免落入消费陷阱。

在购买前需要谨慎评估。选择在成熟正规的电商平台官网上购物,不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、信誉等级等方面判断。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;购买直播商品也需多面评估,不能轻信主播的口头宣传介绍,要从成交记录、评价详情等多方面对商品进行评估。

在下单购买环节,消费者要注意核对。比如,消费者在领取和使用各类红包时要注意核对金额,提前了解清楚它们的使用条件,付款之前要再次核对,看看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。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。

按需消费。面对商家推出的各种优惠活动,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,购买了超过实际需求量的商品。建议在购物前提前拟定购物清单,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,避免造成浪费。

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。最好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,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。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《北京晚报》、中国新闻网

