数学不够好,今年“双十一”玩不转?

商家各种预售套路名目繁多让人看花眼,专家教你“避坑攻略”

距离“双十一”的脚步越来越近,淘宝、天猫、京东等各大电商平台已纷纷开启预售模式。对于买家而言,只有提前参与商家的预售活动,“双十一”当天才能确保享受到实惠。然而,仔细研究一番“双十一”各种预售规则后,很多“剁手族”开始犯蒙:很多规则看起来热闹,实际上太“烧脑”,如果脑洞不够大、数学不够好,还真心有点玩不转!

>> 线上预售花样多:各种红包各种秒杀,让你看花眼

所谓“预售”,指的是提前缴纳定金,销售当天可以获得最低价格。记者浏览天猫页面发现,满屏的定金支付活动已经开始,比如定金翻倍、火炬红包、购物津贴、上不封顶、优惠分摊等。

而京东“双十一”的活动名目繁多,有会员日、全球品牌日、母婴日、专场期(吃货日、男神日、家电日、超市日、家居日、3C日)等,其中11月10日—11月12日是高潮期。比如,消费者在会员日可领1111元神券大礼包;PLUS正式会员在“双十一”期间,购物返京豆从10倍提升到20倍。在超级秒杀日期间,京东会有系列秒杀活动,主打“111款精品秒”,秒杀的货源有2000万件的库存。京东今年“双十一”还专为女性用户推出了“女神日”,联合国际顶尖品牌促销,包括“女神”专享价折上折等。此外,一些明星也粉墨登场做起“双十一”代言。

>> 消费者有点晕:数学不够好,想买到便宜货还真不容易

记者注意到,淘宝官方出品的“双十一”攻略里,从10月20日—11月11日期间,各种名目的活动就有14种。与往年相比,今年的“双十一”,更加考验买家手速和“脑洞开放度”。

“剁手族”练女士专门买了新手机,来抢预售优惠礼包。“以往‘双十一’都只是定金翻番,但今年,在指定时间内前多少名,定金甚至可以膨胀9倍,想要优惠,还得要抢。”

还有不少“剁手族”犯蒙吐槽:数学学不好、脑洞不够大,今年“双十一”真不知怎么玩了。有网友发帖称,光是“购物津贴”就有叠加顺序:大促价(促销价)→单品级优惠→店铺级优惠→优惠券→购物津贴→红包等,这些看着相似实则大有不同的名词,就能把人绕昏了头。

以京东为例,不同时期还有不同的主题购,且多以10-30元定金为主,成1.5-3倍翻倍。定金是10月20日0点“双十一”预售开始时付,尾款是“双十一”当天1点开始付,个别店家会在某一天(大多是预售开售前几天)有定金免单活动,先付收货后返还。

而苏宁易购刚推的O2O购物节,“剁手族”在线上可以通过玩游戏的方式赚红包,甚至抢1111元大奖,很多货品不止五折。

>> 线下商家不示弱:双线作战,苏宁阿里京东“近身肉搏”

线上电商预售火热,线下商家也没闲着。记者这两天走访了众多商家,大家都表示将积极备战“双十一”,有的商家除了推优惠促销活动外,还设有丰富的礼品;有的商家已在10月23日就推出了“双十一”促销活动,提前预热。

对于一些“双栖”商家,比如苏宁、阿里和京东,除了各种花式线上预售活动外,线下的促销活动也开展得如火如荼。苏宁今年将通过线上线下联动的方式,开展O2O购物节,时间从11月1日持续到11月11日。苏宁全国30家云店和1000家易购直营店,将与线上同步启动促销,还将联合科沃斯共同推出智能导购机器人旺宝,通过后台大数据与消费者的定向绑定反馈,直接向消费者推荐其最为想买或者经常购买的商品。苏宁易购覆盖全国120个城市的“嗨购市集”也将在11月初亮相,包括5个主题形象馆、15个超级品牌馆和100个流动嗨购车。在县镇市场,苏宁易购直营店网络还将安排1000场夜场团购活动。

在新零售背景下,今年阿里“双十一”线下规模升级,不仅参与的线下门店数量突破了百万量级,业态从现有的品牌商家,扩展至整个商圈,乃至诸多布局在三四线城市的社区“夫妻店”。

京东在全国线下布局的超过160家门店、近200家母婴体验店、超过1700家京东帮服务店、超过5000家家电专卖店,沃尔玛在全国的400余家门店、合作品牌商家的近万家门店,以及数十万家便利店,都将参与京东全球好物节。

消费提醒 擦亮眼,避开这五个“坑”

中国电子商务研究中心曹磊主任近日向记者梳理了“双十一”五大“网络消费坑”,为大家作了提醒和建议。

线上线下同款商品,有差别

【提醒】“电商专供”商品与实体店销售的产品看似一模一样,仔细看会发现颜色、内件配备或某些功能存在差别,购买时要注意。

【背景】“电商专供”商品大致有三种情形:一是“电商专供”商品外观编码与实体店商品完全相同;二是“电商专供”商品外观编码与实体店商品仅有细微区别,内置部件或产品的原料等也有细微不同;三是“电商专供”商品在网店展示的广告图片,与实体店陈列商品一模一样,商品的外观编码与实体店商品的区别在广告图片上有所显示,并且网店销售页面或商品显著位置也标明了“电商专供”。

【建议】网络交易平台应加强卖家货源的审核以及商品页面信息披露的监测,对于电商专供产品使用实体店商品图片的、虚假描述的予以监督和处罚。

消费者下单易退款难

【提醒】下单前仔细查看商品的介绍,并保留下单凭证(订单截图、与卖家沟通时的聊天凭证等);遇到退换货的提前与商家商议运费事宜,并进行截图等信息保存,同时保存好寄递快递单;遇到商家不守承诺或售假,向平台和相关监管部门举报维权。

【背景】目前,除大部分商品享有7天无理由退换货外,部分退换货需消费者举证,尤其是对卖家售假的消费者面临举证无门(网购商品专柜不支持验货、品牌商不予开具检测证明等)。而且对于大多数预售商品的规则中,都有定金不退的说明。

【建议】网络交易平台将退换货规则置顶,兼顾商家和消费者利益。

赠品不能享受常规售后服务

【提醒】下单前,请于商家宣传页面进行截图保留,以防商家耍赖不发赠品;法律已明确规定赠品也要保修。赠品通常都没有发票,所以质保卡就成赠品保修时的唯一凭证。消费者在购物时,一定要让商家在质保卡上加盖公章。

【背景】电商促销的惯用伎俩之一是商品附带赠品,而赠品如果出现质量问题,卖家通常都会以是赠品为由拒绝保修。《网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定》明确规定,网络促销经营者在促销活动中销售、附赠的商品,应符合《产品质量法》的规定,不得销售、附赠国家明令禁止销售的商品,不得因促销降低商品质量。附赠的商品,应提供“三包”服务。

【建议】网络交易平台应强化商家对赠品的规定,符合三包要求的赠品享有正常三包服务。

先涨后打折成“潜规则”

【提醒】面对商家促销,消费者需保持清醒,货比三家,对于心仪的商品,关注平时销售价格,与“双十一”价格进行对比,是否存在真正实惠;对先涨后打折的行为可向平台和监管部门举报。

【背景】一般网络商家都会把一年中商品的最低价放在“双十一”当天,吸引消费者剁手。而为制造低价,先涨价后降价已成为电商行业“潜规则”。比如,某款女装平时的网络售价为200元,标示原价为300元,在“双十一”前商家突然将原价标示为390元,活动为打五折,实际销售价格为195元,比平常售价只低5元。

【建议】交易平台加强对商家的价格监控,对于虚标原价的行为进行取消促销资格等处罚。

各种中奖、退款、秒杀诈骗

【提醒】消费者不要轻易点击不明链接,以防落入陷阱;保护自身的信息安全,不要向陌生人透露自己的重要信息。对于货到付款的,要先验货再付款。

【背景】“双十一”等电商大促期间往往是网络诈骗活跃期,各类诈骗如钓鱼木马、中奖诈骗、退款诈骗、货到付款诈骗、秒杀诈骗等让消费者防不胜防。电商大促期间的各类陷阱归根于信息泄露和消费者贪小心理。

【建议】网络交易平台应当加强促销期间的各类监控,切实保护消费者信息安全,对于平台的聊天工具内存在的有毒链接,对消费者进行提醒。

据新华网