

网络消费

## 电商平台之怪现象

□ 丁宁

网络购物已越来越普及,但不少电商平台出现的怪现象,仍然让人无法理解。本期系列文章特为广大读者带来相关内容。

### 非卖品被电商单独销售

长久以来,线下实体店铺在面对非卖品和赠品时,通常都不进行单独销售。一旦消费者在实体店花钱买到带有“非卖品”、“赠品”、“体验装”、“试用装”字样的商品,就会对实体店进行投诉。但就目前来看,电商平台却完全不同,包括京东、苏宁、当当在内的主流电商,几乎家家都在单独销售上述种类的“非卖品”。且根据相关法律法规来看,电商这样的销售方式也并不违法。

因此,消费者一旦在电商平台买到此类商品,也无需特别纠结。更为重要的是,此类商品的售价往往很便宜,比如说苏宁易购,就曾把2片装的尿不湿试用装卖出0.1元的超低价,限购数量也不是只有一件,而是非常夸张的20件,可谓是性价比逆天。所以消费者在购买此类商品时,只需在意保质期即可。

### 一个快递员负责两家电商

一个快递员同时负责两家电商,且还同时负责两家电商的货到付款订单,更奇葩的是连POS机都有。这不由得让人生疑,难道是遇到了专门诈骗的假快递?但送到的货物却是绝对正确,这样的情况不得不说是电商的一种怪现象。

实际上,这其实是两家电商同时雇佣一家快递公司所造成的结果。以笔者为例,虽然居住地也不算是小城市,但亚马逊和当当这两家主流电商,就同时在使用同一家快递公司,快递员自然也就是同一个人。遇到此种情况时,消费者无需在意快递员身份。如果是第一次碰到,只需在收货时仔细验货就可以了。而如果是购买iPhone手机这样的贵重物品时,则最好选择在线付款而不是货到付款。这样的话,就可彻底避免专门诈骗的假快递,拿山寨iPhone手机骗走货款的惨剧发生。

### 临期商品不写明

在线下实体店购物时,消费者通常会关注商品生产日期。尤其是在购买食品时,更是非常关注是否已临期或过期。且在处理临期商品时也比较规范,不仅会大幅降价,而且还会特别标注是“临期商品”。然而令人失望的是,很多主流电商在处理临期商品时却并不坦然。虽也会大幅降价,但却很少会写明是否为“临期商品”。面对此种情况时,消费者最好的应对方法就是先看用户评价再下单。如果是临期商品,用户的中差评评价中肯定会包含相关信息。

此外,对于那些喜欢“囤货”的消费者来说,在收货时并不需要关注商品是否完好,而且还要关注商品是否临期。如果真的遇到临期商品,并且卖家十分抗拒的话,不妨拨打电商400电话进行投诉反馈。通常消费者的诉求只要是合理的话,电商客服就会同意拒收,同时也不需要负担退货运费。另外需要注意的是,目前只有天猫超市等少数电商,承诺不低于商品保质期的四分之三。所以如果是在天猫超市买到临期商品,即便已签收也可通过旺旺进行拍照投诉,很快便可完成退款退货。

### 自提商品只保留3天

目前来看,很多电商都提供自提服务。对于那些购买小额订单商品,又不想凑单包邮的用户来说,自提服务绝对是免去运费的最佳选择。然而令人比较气愤的是,主流电商的自提商品只保留很短时间。一旦消费者遇到头疼脑热,或发生周末加班,就很难顺利完成自提。以京东和当当为例,自提商品就只保留3天。且京东只有国家法定节假日才能除外,而当当竟然还要自提订单达到29元才能免运费。相对来说,亚马逊中国和苏宁易购还算不错,自提商品可以保留5天和7天,相对更人性化一些。

另外需要注意的是,如果多次放弃自提订单的话,还有可能遭到电商处罚。以京东为例,如果一个ID账号在一个月内有过1次以上或一年内有过3次以上,在规定时间内因客户原因不履行提货,京东将在相应ID账户中每单扣除50积分(或500京豆)作为运费。

### 赔本赚吆喝比比皆是

熟悉网购的消费者,经常会遇到商家赔本赚吆喝事件。比如说一件质量还算凑合的纯棉T恤,就经常在天猫或淘宝上打出9.9元包邮的旗号,且收货之后还可5分好评返现2元,消费者仅需7.9元便可将其买到。在此,先不考虑这件T恤究竟值不值7.9元,只考虑全国大部分地区包邮的运费,通常一个包裹普遍都在5元左右。这时就难免让消费者产生疑问,难道商家的T恤是白来的?还是商家在赔本赚吆喝?

实际上,商家这么做是有明确目的的。要么是提升单一商品好评率,从而可以日后提价,卖出199元、299元甚至499元的暴利高价。要么是店铺总体评分略微偏低,不仅吸引不了消费者,而且也参加不了天猫淘宝举行的大型促销活动。这样一来,通过大量廉价订单,便可换来很多5分好评,店铺总体评分立刻扶摇直上。

### 海外购商品包装有嫌疑

现如今,越来越多主流电商已推出海外购频道,诸如婴儿奶粉、尿不湿、化妆品之类的进口商品,便可通过海外购频道下单购买。但令人担心的是,海外购商品在包装上却经常有嫌疑。举例来说,两次买的是同一品牌同规格的尿不湿,但两次的包装却不一样。这不由得让人怀疑,难道其中的一种包装是假货,或者两种干脆都是假货?

实际上,上述情况非常普遍,但并不一定就是假货。国内尿不湿产品,也经常会电商平台写上“新旧包装随机发货”字样。而海外购商品时,其实也有很多是由于生产批次、产地不同,新旧包装等原因所导致的包装差异。不过需要注意的是,海外购商品也确实存在假冒伪劣商品的重灾区。所以消费者在购物时,最好选择口碑较好的电商自营。比如说天猫国际、京东海外购自营及苏宁易购香港旗舰店,都是非常不错的选择。

风尚

□ 本报记者 徐金忠

中秋、国庆双节期间,消费授信带来的“赊账”消费,成为节日消费的一大看点。在今年“黄金周”期间,苏宁在线下实体店发起“全民授信”的赊账活动,蚂蚁金服“花呗”、京东金融“白条”等消费授信、“赊账”消费工具则更是不断深入人们的消费生活,不少在校学生、公司白领等已成为消费授信的“忠实粉丝”。

阿里、京东、苏宁等推出的消费授信,正在成为银行消费信贷之外的新选择。“相比传统的银行信用卡申请等,‘花呗’、‘白条’等的申请更简单,授信额度也比较合适,主要是与自己的网购资金需求等联系起来,感觉像是‘专款专用’,更方便。”消费者祁小姐表示。

### 激战消费授信

电商巨头们推出的消费授信,类似于信用卡的透支功能,它为用户提供一定授信额度,支持用户在其电商平台上使用。用户的信用额度则根据消费记录、配送信息、退货信息、购物评价等数据进行评估确认。用户在获得授信购买商品后,将有一定时间的免息期限,用户可以选择银行借记卡等进行还款。超期未还清余额则将计收相应利息。

资料显示,目前市场流行的消费授信服务,在产品基本设计上大同小异。“花呗”是由蚂蚁微贷提供给消费者“这月买、下月还”(确认收货后下月再还款)的网购服务,支持天猫和淘宝相关商户或商品。其授信额度在3万元以内,一般为3000元至6000元,用户最多可以享受41天免息期,也可以选择相应的分期付款服务。京东“白条”是消费者在京东购物便可申请最高1.5万元的个人贷款支付,但在实际中,一股授信额度在3000元至5000元,用户自消费日起最长享受30天免息期,用户可以选择在3个月至24个月内分期还款。京东“白条”支持购买京东商城自营产品,但暂不支持第三方卖家产品,也不支持购买虚拟产品。

流行

# 咖啡馆慢生活 别具一格的长假休闲

□ 本报记者 叶斯琦

国庆长假期间,人们集中出游,享受假期的欢乐时光。不过,吴葵并没有加入火热的“朋友圈摄影大赛”。这个假期,她将一大半时间都“浪费”在慢节奏的咖啡馆中,与朋友一起度过简单而充实的时光。

其实,在现代快节奏的工作和生活中方式中,越来越多人们开始体会和享受咖啡文化,在咖啡馆中学习、交流,甚至工作。咖啡文化的流行,还催生出一各具特色的咖啡馆,从创业者以作坊、到投资客乐园,咖啡馆正在以一种别样的方式融入现代人的生活中。

### 咖啡馆中的慢生活

在北京工作的吴葵,经常去的是一家坐落于皇城根儿西什库教堂

前沿

# “互联网+”拓展零售支付场景

□ 本报记者 张玉洁

尽管资本市场的快速降温,使得互联网产业热度有所降低,但移动支付拓展线下应用场景的脚步却未停歇。互联网巨头通过拓展线下使用移动支付场景,吸引越来越多消费者在线下使用移动支付。在这背后,改变用户使用小额现金的习惯,或许才是互联网巨头真金白银大投入的深意。

### 传统零售搭上移动支付

国庆假期,不少人选择购物血拼。近年来,随着移动支付的兴起,不少大型百货巨头,都开始引入微信支付等移动支付,并凭自身建立大数据系统是一件耗费颇大的大工程。部分商场则选择直接与支付巨



漫画/赵天奇

头合作。记者“十一”期间在西单百货发现,商场内有不少身着同一款T恤的推广人员,向进店消费者推荐扫码下载一款名为“喵街”的APP,当场下载安装这款APP的消费者,还将获得饮料赠礼。据了解,喵街是由阿里巴巴新推出的一款消费者逛街神器,下载后能基于用户当前位置,汇集周边商场及其品牌门店优惠打折和新品信息,同时提供一键Wi-Fi、室内导航、停车找车、停车缴费、在线排队等智慧逛街服务。媒体报道显示,9月初开始,喵街已陆续进入北京、上海、深圳、南京、武汉、杭州等9大城市40家购物中心,3296家品牌商户入驻喵街,开通消费端APP及商家运营、营销平台。

不过,以记者的观察来看,喵街众多功能中最为实惠的是即时优惠和抢红包。以西单商场某鞋类品牌专柜为例,使用喵街通过支付宝付款可享受每600元减60元的优惠活动。同时,通过喵街还可以抢得几十元数量不等的红包,红包均可在支付时使用,再叠加品牌本身的促销活动,整体算下来相当实惠。有意思的是,由于西单商场不少消费者是中老年消费者,不少消费者不会使用手机下载APP或支付宝。一位正在排队交费的大妈,听到相关优惠介绍后当即决定不买了,表示要学会使用该款APP之后再购买。

除百货商场,移动支付还广泛渗透到便利店和超市等更多基层零售网点中。尤其是平均消费金额低、高峰期等待时间较长的便利店中,移动支付已成为不少便利店的标配。如今只要通过轻轻一扫,用户便可通过支付宝或微信支付轻松买单,而移动支付定期或不定期推出

## 消费授信走红

# “赊账”消费搅起一池春水

□ 本报记者 徐金忠

而此次苏宁推出的“全民授信”,则更是在用户覆盖上“跃进”。另外,苏宁将线下门店也作为授信的消费地点,拓展“赊账”模式使用范围。业内人士认为,理论上,只要有相应的信用支撑,所有消费行为都可以纳入“赊账”模式,在具体实施中则主要看商家和消费者的使用意愿,在网购发达、互联网金融发展的情况下,预计将会有越来越多商家和消费者,接受“赊账”消费模式。

### 创新不止

对于用户来说,各大电商推出的消费授信,实际上是提供更多的信用额度,这部分增加的额度可以用来满足一定时期的消费需求。网上甚至已出现各种“攻略”,教大家如何巧妙运用各种消费授信来节省资金、安排自己的支出。“希望电商推出的消费授信覆盖的范围能更广,最好是各种平台之间有一定连通性,当然还希望有更高额度、更方便的分期等。”祁小姐表示。

另外,对于电商来说,推出消费授信在刺激平台上的商品消费等的同时,更是看中背后的金融服务衍生可能。今年9月,京东金融披露,其“京东白条资产证券化”项目已获证监会批复,将于今年10月在深交所挂牌,融资总额为8亿元,这是资本市场第一个基于互联网消费金融资产的资产证券化项目。京东白条资产证券化的基础资产为个人用户端的白条资产。京东消费金融事业部总经理许凌表示,白条资产证券化的开启,意味着京东金融大数据征信体系开始向更多领域进行输出。据悉,京东金融已通过推出信用评级产品“白热度”、中信京东白条联名信用卡“小白卡”等产品,对外输出大数据征信和风控体系。

“电商巨头在消费端积累的数据、用户、资源等,最终导向金融领域,电商巨头发展至今同样是金融巨头,相比于消费端的开拓,金融领域的创新将成为消费授信的另一大看点。”上述业内人士认为。

### 消费新体验

尽管消费授信服务领域已是大佬云集,但后续的进入者仍是层出不穷。在今年国庆黄金周期间,苏宁推出“全民授信”服务,凡在苏宁易购或线下门店购物的消费者,均可通过苏宁旗下的易付宝平台申请“先消费,后买单”,继续催热“赊账”模式

的新型互联网信用支付。上海苏宁仪

回顾历史,咖啡馆常常伴随着思想的碰撞和进步。例如,十九世纪法国塞纳河的左岸,林立着许多咖啡馆,很多著名的学者都在那里碰撞思想,最终发展出丰沛的人文思潮。其实,现代生活中,越来越多人和吴葵一样,开始享受咖啡文化,将咖啡当成日常生活中的一部分。伴随着一杯散发馥郁香气的热咖啡,人们可以自由地阅读、交谈、休息,甚至可以

### 主题咖啡馆成流行文化

咖啡馆还可以成为同业人士交流的平台。比如,一家名为“投资者”的咖啡馆,就是由多位金融及衍生品投资领域相关人士众筹筹建,定位于全国首面向“金融及衍生品”投资者的主题咖啡馆。这家咖啡馆时常举办金融及衍生品相关的交流活动,在圈内已小有名气。

也有人把咖啡馆“开”进了家里。在大学任教的周先生就是咖啡爱好者,对咖啡颇有研究的他,买了

两台咖啡机,备上诸多品种的咖啡豆、咖啡粉,经常邀请学生和朋友到家中,一边享用美味的咖啡,一边交流学习术问题。几组数据可以诠释中国的“咖啡前景”:其一,中国咖啡需求年均增长15%至20%,而世界平均水平是2%;中国潜在的咖啡消费者达2亿多人,人均消费8杯/年,低于东南亚的100杯/年,更低于日本的300杯/年。其二,西欧人均年消费咖啡5.4公斤,新加坡和我国台湾地区人均年消费量分别为1.9公斤和1.4公斤,我国大陆尚不足50克。

### 改变传统支付习惯

在互联网巨头与零售商合作是否能形成双赢呢?在一些业内人士看来,类似“喵街”等APP对不同零售形态的影响不同。对于便利店和超市等来说,推广移动支付有助于缩短买单时间,杜绝假币隐患,同时在会员服务方面,则可以缩短会员申请、积分等会员服务时间。而对于传统百货来说,一定时间内有助于提升销售业绩,但中长期还难以做到扭转传统百货的颓势。

上述人士进一步指出,传统百货零售业目前面临发展困境,原因非常复杂。从外部环境看,经济下行、打击公款消费等多种因素,使得市场需求降低;其次,超饱和的同业竞争、新兴

零售业态的快速兴起、电商日益主流化发展带来的冲击,也分流不少消费者;而百货零售业企业经营能力缺失、服务能力不足及高赋税、高成本等形成的制约,则是多年存在的老问题。因此,百货零售业要想扭转颓势还需更多内外部变革。

不过,对于互联网巨头来说,前期在信息系统和补贴中投入的大量“真金白银”,正在慢慢发挥作用。以记者自身和周围观察的例子来看,围绕衣食住行的生活需求,几乎都有大量移动支付场景存在,例如出行用车会经常使用滴滴出行等。为追求支付便捷,不少消费者会在支付宝或微信零钱中储值,支付时直接消费余额支付。尽管大多数人的储值金额只有数百元,但随着消费习惯的逐步养成和使用移动支付人群的不断增加,平台上沉淀的资金会越来越多。另一方面,围绕着支付需求,针对移动支付消费者的理财、信贷等综合金融需求,也将不断被拓展和开发。