

购买春装到手已是夏季 尝鲜价水果到家已成“白菜价” 迟迟不发货，预售成“期货”

春末夏初，不少人纷纷抢购换季服装、时令水果。然而，下单之后却迟迟等不来货品。仔细一看，才发现自己购买的原来是预售商品。这些商品拖延发货一星期甚至两三个月的情况屡见不鲜。网购的商品怎么成了“期货”？

遭遇1

网购春装一拖再拖 到手已是炎炎夏日

“想买几条裙子，休年假出去玩就可以美美地拍照了。”上个月底，温女士在淘宝上精挑细选了四五条裙子，结账时发现都是预售商品，预售期最少也要10天。“我5月6日出发，本来想4月27日下单，五一假期肯定能收到货，结果这一预售，完全不赶趟儿了。”她只得作罢。

现在，网购服装预售已不是新鲜事，尤其女装的预售情况更是普遍。记者登录某网购平台，搜索“连衣裙”“春夏衬衫”等关键词，发现预售的商品不在少数，而且预售期少则3天、多则45天。网友将这种现象戏称为“纯‘预’风”。

上个月10日，姚悦网购了两件长袖衬衫，付款之后才发现是预售商品，平台提示要10天才能发货。“我想着10天也不太长，4月中下旬也还能穿长袖。”结果，到了4月21日衣服还没有发货，而且商家单方面延长了发货时间，变成了4月30日发货。姚悦联系客服，对方表示是因为服装的面料出了问题，所以工厂没能按照约定时间出货。

可是，到了5月2日，衣服依然没有发货，商家表示还要再等3到5天。姚悦很气愤：“这天气都快冲击30℃了，很多人都穿短袖了，长袖衬衫还怎么穿？今年买的新衣服，要留到明年再穿吗？”对此，商家表示，可以申请退款，再赔偿5元购物券。“没有的商品就别上架，消费者先把钱付了，但商家这么长时间发不了货，还两次单方面延长发货时间，太坑人了。”姚悦说。

揭秘

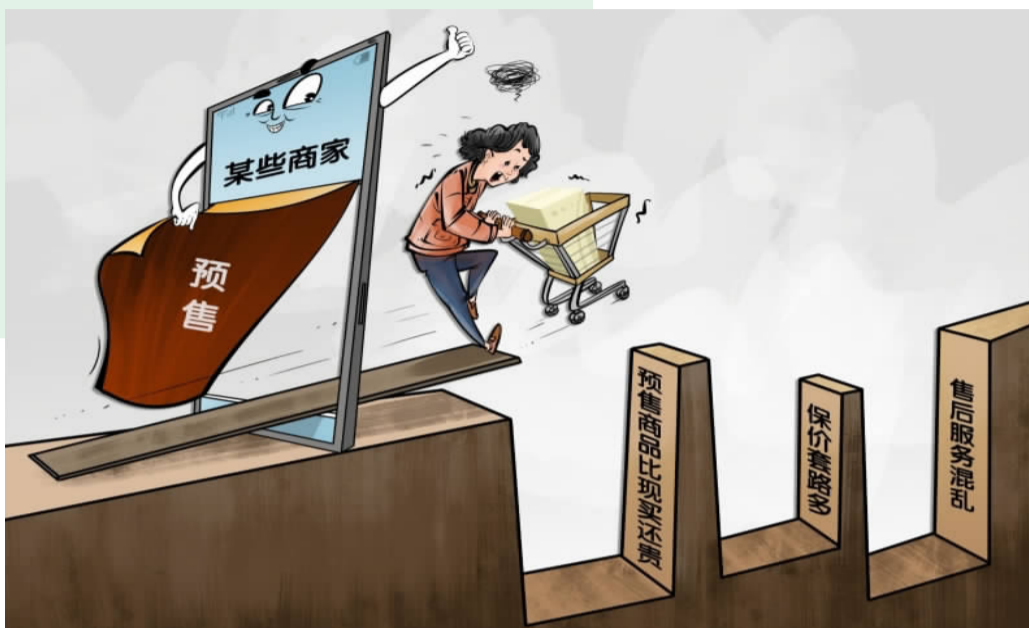
避免压货占库存 根据订单再生产

白女士也曾有过类似的经历。一次，她通过一个微信小程序网购衣服，2月初下单的毛衣，付款后商家竟表示会在4月1日前发货。“厚毛衣啊，4月份来了还怎么穿？”她感到不解。

当白女士质疑为什么商家没有提前告知预售期的时候，商家却表示网页上有标注。结果，白女士在商品详情页的一个小角落里发现了用灰色小字标注的发货时间。“这也太隐蔽了吧，要是真有心提示，干吗不用大号字放在最显眼的位置？”她说。

还有消费者反映，网购商品预售有时还伴随着预付金不退等规则。在直播间或“双11”“3·8”等促销节时下单的商品，商家或平台往往会在付款页面约定预付金不退等条款，或是必须付尾款后才能选择退货，到时才能退预付金。这就让消费者骑虎难下，想要拿回预付金，就还得继续等待付尾款的时间。

为什么以前网购衣服都是现货，现在却都搞预售呢？从事服装生意的蓝女士告诉记者：“服装行业面临的最大难题就是库存。因为不能预估销售情况，做得多了，卖不出去就会导致库存积压，占压资金。所以，很多商家搞预售，可以根据订单量来生产、进货。为了避免囤货出现损失，商家可能会先做一部分货发出去，等消费者退货，再发给另一部分消费者，这样也可以避免商品大量积压。”



遭遇2

现摘樱桃空等一月 尝鲜价买了大路货

搞预售的不只是服装，还有水果。初夏时节，荔枝、樱桃等时令水果即将大量上市。4月底、5月初，这些水果还处于量少价高的“尝鲜”阶段，但网上有时卖得挺便宜。

清明假期，孙涛在购物平台上搜索“山东大樱桃”，推送的店家让人应接不暇。他选中的那家商户，樱桃价格比超市便宜很多，不仅“券后18.8元起”的价格非常诱人，而且买1.5公斤还送1.5公斤，3公斤只需要79.79元。产品页面上用醒目的大字标明“空运直达”“现摘现发”“应季水果批发”，孙涛便想当然地认为，肯定很快就会发货了，就下了单。

可是，一个星期过去了，孙涛还没有收到樱桃。咨询客服才知道，原来他购买的是预售产品，预售时间长达一个多月，要到5月下旬才能收到货。

孙涛回到购物的页面仔细查看，才在产品标题的最后面，看到两个很不起眼的小字——预售，点开显示：“该商品为预售商品，支付完成后最迟将在5月21日发货完毕。”

“那时候，樱桃已经大量上市，价格‘大跳水’。在网上购买普通品质的樱桃，一斤也就是十几元钱。我提前一个半月在网上买的一点都不便宜，还空等了一个半月，我图啥啊？”孙涛直呼上当。

记者在淘宝、拼多多、抖音、小红书等平台上搜索，发现水果预售十分普遍。4月底、5月初时，大搞预售的是荔枝、樱桃等时令水果。到了5月中旬，则轮到了杏子、桃子等。

记者在一个购物平台上搜索“新疆小白杏”，跳出来的前10个产品中，7个是预售。另外3个虽然没有在首页标明预售，但也是“期货”。记者向客服咨询什么时间发货，客

服只是模糊地回答：“下单支付后会尽快安排。”在记者的追问下，对方才说：“现在活动预订中。15天左右成熟发出。”另一家直接回答：“小白杏6月初成熟。”

可是，很多商家都在显著位置写着“树上自然熟”“现摘现发”“凌晨采摘当天发”之类的宣传语，很容易让消费者误以为是现货速发。一些正常发货的商家还要专门用大字号标上“不是预售！现摘”“拒绝预售”之类的字样来“自证清白”。

揭秘

低价预售冲排名 价高订单先发货

结在树上的果子为什么也搞预售呢？很多消费者的经历反映了商家的伎俩——“一直不发货，等外面市场价都比它便宜了，才发给我一袋子残次品，水果全是烂的。”“为了尝鲜买的樱桃，结果拖了一个月才发货，是最差最小的果子。”还有网友说，等了半个月也没等到自己买的榴莲，于是便在同一家店下了一单高价格、非预售的，东西跟上一单一模一样，结果后买的这一单立即就发货了。

小田是做水果网店的，对同行的这种行为气愤不已。“先用极低的价格和文案吸引眼球，靠加购和点赞、购买冲到销售量前几页，等到预售结束就提高价格。然后先发那些价格高的订单，最后剩下的小果、烂果，发给预售的订单。有的商家甚至都懒得发货了，等消费者退款。还有的商家，等到消费者收到了一堆劣果，差评上来了，直接关店跑路，明年重新注册开店，同样的套路再来一遍。”

律师说法

预售发货日期应以显著方式提示

北京市盈科律师事务所黄晓宇律师表示，预售商品作为买卖方式的一种，法律并不加以禁止。与现货交易类似，商家与消费者之间构成的仍是网络购物合同关系。“既然是合同关系，商家就应当按约定履行。”黄晓宇解释说，在合同履行过程中，商家的责任是保质保量地按期发货，“如果超过期限不发货，商家违约无疑。除了退还消费者已支付货款外，还应当承担违约责任。”

“商品送达时间，对消费者的购买决策影响非常大。尤其是水果等商品，受时令影响，送达时间也直接影响价格。因此无论是预售还是现货销售，对消费者都属于重大利害关系条款，必须明确提示。”黄晓宇说，依据民法典及消费者权益保护法规定，应当采取显著方式提示消费者该商品属预售以及发货日期。

据北京晚报