



取消预售的这届“618”，你会玩了吗？

舟山线下商家参与度不高 市民购物回归理性

□记者 姚舜妤 文/摄

刚进入5月下旬，年中电商大促“618”的战鼓已早早敲响。对比往年，今年“618”最大的玩法变化无疑是多平台取消预售，更有平台称今年是“史上最简单618”。优惠机制简化虽然在最初获得好评，但随着部分平台首轮活动开启，网友的吐槽声量也逐渐变大：活动战线过长、商家节前涨价、优惠力度不如平时、品类券用法复杂……

有岛城市民表示，近两年电商平台优惠活动层出不穷，“618”“双十一”这样的大促活动已经丧失了最初的“惊艳感”；也有人选择回归理性购物的生活模式，非必需品不“剁手”，年中、年末不囤货。

饱受诟病 十年预售机制取消

5月中旬，多个主流电商平台就发布了今年“618”的活动促销策略，其中淘宝、天猫、京东、快手等平台宣布“取消预售”成为最大亮点，消息一出就登上微博热搜。

“预售”概念的提出要追溯到2012年，当时淘宝平台率先提出并在次年的“双十一”大促中采用预售模式，用于提前锁定目标客户，缓解服务器和商家备货压力，这一模式在之后长达十年的时间里被多个平台沿用。

但繁琐的购买机制，交付定金后漫长的等待带来了较差的消费体验，定金纠纷、商家延期交付、优惠力度未达预期、发货等待期越来越长等问题更是让消费者们对预售机制愈发反感，在差价不大的前提下，人们更愿意选择去其他平台购买现货。

今年1月31日，中消协发布2023全国消协组织受理投诉情况分析，“十大消费投诉热点”第一条就是“电商平台预售模式亟待规范”。中消协指出，电商平台预售模式存在以下问题：一是“尾款”涨价不诚信；二是预售商品不保价；三是承诺赠品不兑现；四是承诺时间不发货；五是“最低价”宣传不属实。

去年“双十一”，京东平台率先宣布取消预售，而今年的“618”，更多平台加入了这个队伍，消费者们也对新玩法抱有了新期待。

“过去两三年，我每逢大促就要做笔记，和朋

友讨论怎么买最划算，比读书做题还要烧脑。今年取消了预售，总算简单点了。”今年33岁的市民岑女士说。

“618”变“520” 商家拉长战线抓市场

今年“618”的另一大变化就是活动战线被显著拉长。如淘宝、天猫平台去年的“618”首轮预售于5月26日开始，今年首轮活动则提前到了5月20日；快手去年的活动期为5月18日至6月18日，今年则变成了5月20日至6月30日，大促持续42天，成为史上最“长”618周期。这一变化也引起了部分网友的不满，有小红书网友吐槽称：“这究竟是‘618’还是‘520’？”

过早的开始时间也加大了消费者们做购物攻略的难度，市民邹女士就表示，自己错过了5月20日当天的优惠，事后被同事告知已经错过了最优惠的一轮活动，不少商家开始调价，“根本来不及做攻略活动就已经开始了，稀里糊涂加购了一堆，不知道该怎么现在下单还是等下一个活动节点。”她说。

相较电商平台，舟山各线下门店的“年中大战”态度相对淡定。距离电商“618”活动正式开始已有两天，5月22日上午，记者走访新城商圈时了解到，很多店家目前还未确定玩法。如华润万家京东电器门店还未收到活动通知。宝龙广场国美电器门店已经开始推出优惠，但很多具体玩法还未落地，“目前还没有推满减、优惠券之类的机制，优惠力度各个品牌和型号都不一样。”国美店员顾女士说。

新城凯虹广场的老凤祥专柜店员表示，自家店铺今年的优惠力度一般，主要活动是黄金克减30元和钻石折上折，“今年金价太高，我们店铺的生意也比较淡，所以‘618’的活动周期也拉得比较长，从5月20号就开始了。”

新城凯虹广场小米门店店长王女士告诉记者，门店线下活动与线上保持一致，叠加各类满减券优惠力度较大，且高考生还可凭准考证享受额外优惠，“目前店内消费热度还不算高，活动也是在‘开门红’的预热阶段。等高考结束后，学生主力消费群体才会到场，那时候热度会有显著提升。”

虽然目前舟山大多数线下门店商家“618”参与度还不高，仍处于预热阶段，但在玩法机制上大多同步线上做了简化。如往年也玩预售的源氏木语，今年年中大促就取消了预售，而是推出满减、指定产品打折、满额加赠、线下购物补贴路费等优惠措施。“‘618’一直是我们全年优惠力度最大的购物节，最近店里也忙了起来，一天的流水就能有好几万元。”源氏木语店员苗先生表示，舟山消费者对预售取消的接受度良好，“因为有保价机制，大家买起来也比较放心。”

宝龙国美电器也采用直接打折的方式，“我们有以旧换新的服务，但算下来优惠力度一般且申报流程复杂，不如直接给到消费者优惠。”顾女士说。

线上线下 同时钜惠 考生优惠 力度叠加

小米618
科技焕新季

预售没了 套路仍在

虽然今年“618”取消了预售机制，多平台以“简单直接”作为活动亮点吸引消费者，但随着活动进程推进，不少“槽点”也跟着暴露了出来。

“下午购物车里50多元的东西，到晚上就成了70多元。”市民姜先生在5月20日发现，自己加购的商品在活动正式开始前被商家暗中调高了价格，“还好做了截图对比，不然混在一堆商品里真的很难发现。”

无独有偶，市民张女士也发现，自己看中的一款除湿机，原价被商家上调了400元。“活动前它的价格是1288元，我用了满300元减50元的优惠和淘宝‘88vip’的满1200元减100元大额券等，结果发现优惠后的价格是1281.5元，只便宜了6元多，这才发现被调价了。”

诸如此类的吐槽还有很多，有网友发现由于淘宝有价格监控机制，商家就提前把商品链接下架，上架了调高价格的商品链接再参与活动。“还有很多商家打出‘5折’的旗号，点进去看到一行小字‘限前5名’，比演唱会门票还难抢。”市民闫女士在5月20日晚上试图抢购一张实木床，谁知不到一秒就被抢购一空，链接直接下架，“我真的不信一张床有那么多人抢。”

“按需购买不囤货” 消费者回归理性

活动规则做减法，但商家套路依旧层出不穷，在参与了多年大促活动后，也曾“热血上头”做攻略的曾女士表示自己已经回归理性，戒掉了逢大促必囤货的习惯，“囤货就是浪费，用不完不说还挤占了家里的空间。”

曾女士说，自己曾经每逢“双十一”“618”必囤卫生用品、食品和宠物用品，隔几年还会给自己买个数码产品作为礼物。但使用速度跟不上囤货速度，家里的抽屉都被各种东西填满，食品吃不完就过期，数码产品的使用率奇低，回头一看贬值严重，“有时候也不是真想买，就是想用掉那张满几千减几百的大额券。现在我只买当下需要的东西。”

近几年，电商平台越来越频繁的优惠活动也降低了不少消费者在年中、年末大促的消费欲望。市民小傅就表示，5月20日之前很多店铺就有满200减30的优惠，那会儿她就已经购入了想要的东西，“‘618’虽然力度更大，但不是所有商品都参与满减，取自己所需就可以了，其余不买立省百分百。”

