

被曝成交16亿元,退货率却高达95% 高档品牌成双11“凑单神器”?

“双11”是电商的促销打折季,但近年来,电商推出的促销活动越来越复杂,网友们也开始将满减活动当成“数学题”开始列公式。天猫88VIP会员专享的大额消费券加入“战场”后,公式也变得更加复杂。

由于使用门槛要达到1500元至7000元,许多网友将目光转向了轻奢、高档时尚品牌。今年社交平台更是流行起了用拉夫劳伦服装凑满减。据此前媒体报道,该品牌在某电商平台“双11”的GMV(商品交易总额)超过16亿元,但退货率却达到了惊人的95%。

有网友认为,这是在利用电商平台漏洞,也有网友表示,这是电商平台本身允许的消费规则,其行为无可厚非。记者留意到,社交平台还有不少网友专门推出“满减攻略”。



电商平台推出高额消费券 轻奢、高档品牌成“凑单工具”

近年来,“双11”促销活动早已不再局限于11月11日前后,电商平台从10月开始就预热推出各项活动,如“定尾模式”,就是商家提前释出商品活动折扣价,消费者先交纳定金后“锁单”,等到活动正式开始再支付尾款等待商家发货。淘宝官方也不再局限于传统的“满300-50”“满200-30”等折扣活动,给开通了88VIP会员的用户提供多轮专享消费券,以期推动用户的消费欲望。

记者看到,该消费券并非直接获得,而是需要会员使用积分进行兑换。如520元消费券,需要使用188积分进行兑换,积分来源则是用户此前消费累计获得。该520元消费券分为两张,分别为实付满5000元减400元,以及实付满1500元减120元。在此前,官方还发出过满7000元减560元等更高额度的消费券。

由于使用门槛过高,许多网友在列出计算公式后发现,该消费券与通用的“满减”折扣可以叠加享受,便纷纷开始凑单,于是单价则上千的拉夫劳伦等轻奢、高档品牌成为热门“凑单工具”。将该品牌商品加入购物车后一起下单,订单的总价会多轮“满减”,并体现为订单内的每件商品实付价都是折扣后的价格,此刻将未发货的凑单商品以“七天无理由退款”的方式直接退货,保留自己实际需要的商品,就完成了凑单的最后一步。

据报道,拉夫劳伦在天猫“双11”的GMV(商品交易总额)超过16亿,但退货率却达到了惊人的95%。拉夫劳伦淘宝客服坦言已注意到此次的凑单退货情况,针对商铺

在退货过程中造成的损失,拉夫劳伦客服称可与物流公司或平台寻求解决。

不过,记者11月11日就此信息咨询天猫,相关负责人回复称,该品牌的退货率并没有那么高。他强调,关于拉夫劳伦退货率的数据是错误信息,严重失实。

值得注意的是,记者采访一些行业从业人士了解到,“双11”期间的退货率确实高于平时,毕竟大促期间成交量也激增。大促期间很多人都是冲动消费,在半夜下单后,第二天又后悔决定不买的不在少数。此外,退货激增也存在凑单因素,因为各种优惠叠加,一些人之前价格没算好,在拿到新的优惠券以后就会把早前购买的退掉再重新购买。“当然,我们也会遇到一些人就是纯粹为了凑3000元、5000元这样的大金额减免的。这些人通常是在全部付款完毕以后将部分凑单的、不需要的商品秒退。”一家国际美妆大牌的工作人员告诉记者。



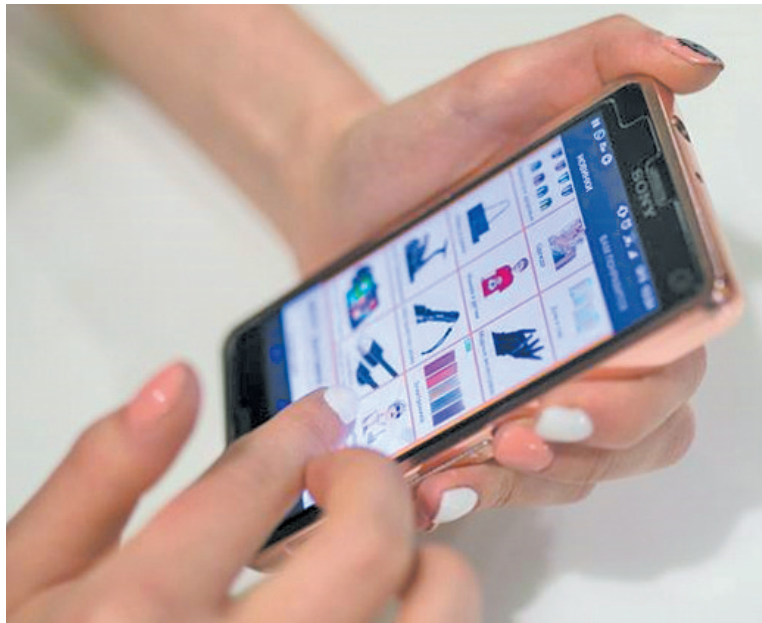
如何卡到极限? 满屏乱飞“数学公式”

如何才能最大化利用电商平台的折扣和消费券?记者看到,社交平台上许多博主推出了面向新手的“攻略”,手把手教你如何代入“公式”。

“第一步,凑购物券,满a减b,最好只凑到商品的总和=a”“第二步,凑满减,勾选已经凑好购物券的商品+所有要买的商品,凑每300-50”“第三步,凑消费券,勾选上述2步都已经凑好的商品,看红包旁边显示还差多少可以使用消费券,凑满消费金额,此时挑选的商品只使用消费券”……除了一系列令人眼花缭乱的公式,博主还推荐了耐克、拉夫劳伦、巴宝莉等自己常用的凑单品牌。

要是看不懂显示差多少可以使用消费券,博主还贴心地给出了解决方法:“用3000或7000-红包-礼金-定金-合计=c,此时c就是你要凑的消费券金额”。如何算自己的实付?“红包+定金+礼金+合计=d,此时d就是你的实付金额”。如何才能卡到极限?“那要看d与3000或7000之间的差距”。

“为了用上5000-400,我凑到了5000.05!”不少网友晒出了自己的凑单“战绩”。有网友表示,自己只想购买100元左右的商品,硬是用化妆品凑单4900元再退款,最后100多元的商品只花了60多元就成功“拿下”,非常划算。



资料图(新华社)



小商家直呼“吃不消” 满减机制该升级了?

然而,除了拉夫劳伦等大商家被卷入了“凑单大战”,许多体量较小的商家也受到波及,“双11”期间下单量飙升,但可惜都是被拿去凑单了,有商家直接晒出后台记录,直呼吃不消:“新链接78个订单,百分之百的退款率!”

有业内人士表示,消费者选择退货时,未发货的商品,商家需要承担2元至3元的面单和出库成本,发了货召回的,至少要承担近5元的快递费。如果是用户签收后再退货的,商家还要承担运费险抵扣之后的部分返程费用。即便是用户立即申请退货,也浪费了商家的推广和运营投入。

有媒体报道称,电商平台的高退货率曾压垮一家七年老店。有商家告诉记者,大促期间不配合平台就没流量,但配合平台游戏规则又赚不到

钱已是近年的大概率事件,若在平台长期承压受伤害,选择离场也是被逼无奈。

有业内人士分析指出,在平台默许可以退单后,“先凑再退”虽然提高了大促期间的GMV,让成交数字非常辉煌漂亮,但实际上不仅用户疲惫,被选择为“凑单神器”的商家也受到了伤害。

“其实归根到底,还是现在的优惠、打折活动太复杂了,简直就像是在做数学题。这让消费者身心俱疲,也让商家无力招架。”网友“多多”表示,现在不少消费者都希望电商平台简化折扣活动内容,像早先的“双11”活动一样直接打折、让利给消费者,这样才会有更多的消费者愿意买单,购物的体验感也会更好。

(九派新闻 第一财经)



网友闲话

@小汽车:拉夫劳伦:“双11”我就是个陪衬,被无情地选择,又被无情地抛弃。

@蔡文:谁叫它卖这么贵。

@灰色本质:毕竟很多东西满减下来的比补贴直降的便宜,所以我还是宁愿凑单。

@Sub1e:凑了一些小单退了,没办法,平台规则太烦太难搞。

@幸运的兔子:给人凑就得给人退。

@猫猫狗狗:你以为人家干这个活动会不知道这么简单的漏洞所在?人家肯定是知道的。既然知道不去修

改,就是希望买家抓住漏洞带动消费。表面看买家占便宜,实则最占便宜的还是搞活动的人,然后是卖家。

@小云哥家的展会簿:我是商家,不好意思,我没参与。作为买家,我也没那么精明,没想到薅羊毛还有那么多方法。

@Davy.Z:如果各个平台都能像第一届“双11”那样,没那么多花样经,实实在在的优惠,消费者和商家也都不会为了凑单而烦恼。

@枫叶fim:以前“双11”只有两天,现在要一个月,时间跨度长+数学马虎的人真心累!