

电商“618”接近尾声 消费表现超预期

呈现价值型购买、反差式购物两大趋势

消费需求消失?网民不再剁手?消费后劲不足?……针对这些说法,今年“618”给出了响亮回答:不是!截至6月18日,京东“618”期间累计下单金额超3793亿元,再创新高;拼多多“618”期间多品类消费复苏,家电、日化产品销售额均实现同比翻倍增长。

多重利好引爆购物热情

那个繁华、热闹、充满活力的上海,又回来了。记者在普陀区和长宁区多家快递公司采访发现,多个快递网点每天快递派件量是3月份疫情暴发前的两到三倍,超过了去年“618”。

“感觉大家都憋着劲,许多网购都是批量地在买。”在挤满快递包裹的京东快递上海大沽营业部,站长葛家晟对记者说,他们近期的快递派单量是3月的3倍以上,快递员每天早上5点半就开始上班,把快递送完下班,有的要忙到晚上10点多。现在80多名快递员不够用,还安排了达达快递等第三方快递公司的员工帮忙派送。

京东、天猫等电商平台补贴折扣力度加大,为消费加了一把火。在极兔速递上海中山北路网点,网点负责人张明东表示,他们主要配送来自拼多多平台的订单,目前订单量为3月的两倍以上。

北京东风公园附近申通快递中转站,“618”期间提前一个小时上班。货车司机徐超在网点开车4年,今年是他经历的第三个“618”。“现在一天大概拉4趟货,每车的快递量4000-5000件,多数都是电商平台的发货。如果搞慢了,货物就会堆成山。”徐超说。

今年“618”,一些地方政府发放消费券,大手笔派发“红包”,拉动消费增长。从5月至7月,深圳市通过京东平台派发4亿元购物消费券,使用范围覆盖消费电子、服装服饰、黄金珠宝等。

“预售极速达”单量同比增长200%

高效的物流配送是中国经济的重要底牌,也是消费的底气所在。记者在上海、北京等地发现,虽然当地疫情并未完全消退,但物流没有受到太大影响,在做好疫情防控的前提下,基本畅通无阻。

“上海部分区域受疫情影响,一些快递时效延期。”圆通速递长宁区镇宁路网点负



北京东风公园附近申通快递中转站快递员装卸货 中国证券报记者摄

责人胡永胜说,除此之外,其他区域基本恢复正常,与北京、深圳等地一样,扫码登记、测体温后,就可以正常派送快递。

疫情防控形势好转,为快递行业注入“强心剂”。目前,极兔速递、菜鸟驿站等在上海市的网点复工率达到90%。极兔速递方面表示,公司在上海市网点出港量、进港量分别占平日的90%、140%,车线已全部恢复。

记者从顺丰了解到,今年,顺丰在深圳配备了1.7万名快递员,“618”期间全员投入保障快递物流顺畅。6月1日-7日,深圳派单量同比增长10%,环比增长34%。

“毛细血管”畅通,良性循环加速。“618”繁忙之时,一些快递企业借机更新设备、迭代服务。京东物流“织网”忙,以43座“亚洲一号”大型智能物流园区和全国运营的约1400个仓库为核心,搭建高度协同的物流网络,助力约90%的京东自营线上订单实现当日和次日达,以及全国94%的区县、84%的乡镇实现当日达和次日达。

申通快递“618”项目负责人思树介绍,今年主推“预售极速达”服务,将消费者支付定金的商品提前运送至离收货地点最近的转运中心和末端网点,消费者支付完尾款

后,快递包裹即从最近网点发出,极大提升了物流效率。申通快递“预售极速达”单量同比增长200%,覆盖城市253座,同比增长27%。

新兴小家电产品很走俏

记者采访多位快递员了解到,今年“618”,除了柴米油盐之外,空气炸锅、扫地机器人、投影仪等品质升级的新兴小家电产品很走俏。

站在消费升级的“新风口”,一些公司销售行情火爆,主打扫地机器人的石头科技就是其中之一。截至5月31日晚10点半,石头科技全渠道销售额突破2亿元,超过去年“618”全阶段销售总额,表现优异。

石头科技营销副总裁程飞对记者说,今年公司刚推出的新品产品力强,“618”备货充足,销售行情火爆。截至6月18日,“618”期间公司产品销售10万台左右,超过去年“618”期间的销量。目前,公司还在追加生产订单,代工厂正在加班加点生产,保证消费者能够及时收到商品。

成立5年的深圳市橙子数字科技有限公司,为阿里、腾讯、联想、科大讯飞、夏普等

知名企业提供投影仪解决方案。公司与联想合作的一款产品已经量产,在“618”前成功交付了10000台。公司董事长刘正华说,智能投影适合人们的宅家场景,消费的复苏和升级给了他继续扩大生产的信心。

6月1日京东“618”首日开门红,京东家电全品类整体成交额同比增长近50%,其中家电新品成交额同比增长超3倍。财信证券研报称,考虑到全国重点区域的疫情防控相较得当,预计国内经济复苏节奏或将进一步加快。同时,叠加各地发放消费券的政策刺激,消费者在“618”的消费意愿得到提振。受疫情居家办公和消费观念的升级影响,家用小电器企业率先受益。

消费市场呈现恢复势头

作为与“双11”遥相呼应的全民网购狂欢节,“618”肇始于京东,持续时间从5月下旬至6月中旬,基本上所有电商平台都会参与。经过10多年的发展,越来越成为反映中国消费的一面镜子。

目前,消费市场呈现恢复势头。国家统计局数据显示,5月,社会消费品零售总额33547亿元,同比下降6.7%,降幅比上月收窄4.4个百分点;环比增长0.05%。1-5月,社会消费品零售总额171689亿元,同比下降1.5%。全国网上零售额49604亿元,增长2.9%。

业内人士认为,从目前反馈的数据来看,尽管今年“618”面临多重压力,但是疫情并未改变网民网购习惯。随着疫情防控形势好转,前期被压抑的消费需求得到释放,消费复苏在“618”体现得更加充分。

进入6月,全国快递行业稳中有进。国家邮政局数据显示,今年端午节放假期间(6月3日-5日),全国邮政快递业揽收快递包裹约9.4亿件,同比增长17%;投递快递包裹约9.7亿件,同比增长13.1%。

北京大学经济学院教授、北大国民经济研究中心主任苏剑说,在上半年的抗疫、保供工作中,物流运输和供应链畅通受到了社会各界的高度关注,稳定的供应链在促进消费中扮演着重要的角色。今年“618”带动了一轮居民消费高峰,有利于消费潜力的释放。

(据《中国证券报》报道)

网上购物需谨慎 多看多选再支付

本报记者●王雅妮●郭惠心

“618”电商购物节刚刚过去,各大电商平台相继推出各种打折促销活动,在充斥着定金、满减、打折券等字眼的购物节中,消费者需要注意些什么呢?让我们跟随记者一起从12315平台的投诉单中寻找答案。

食品遇“变质”尴尬

2021年5月,李先生在某购物平台一家食品店下单购买了一袋香肠,收件后发现香肠已经变质,随即要求商家退货退款,没想到遭到了商家的拒绝。

明明标注了“七天无理由退货”,但即便商品已经变质,商家都不接受退款的要求。李先生认为,该商家没有履行承诺的行为已经构成欺诈消费者,带着怒气,李先生拨通了投诉电话,希望商家尽快办理退货退款。

后经呼和浩特市玉泉区市场监督管理局介入,最终商家为李先生退款。

节日惊喜打折扣

5月初,路女士通过微信联系到一家花店,选购了一款“母亲节花束”,想要给母亲一个节日惊喜。

节日当天收到快递后,路女士发现物品与商家承诺制作的成品图片不符,花品的

种类与总数量对不上,便联络花店沟通解决。商讨过程中,商家始终回避问题,只承诺以后有订花需求会补偿路女士。但路女士认为,母亲节是很重要的节日,也是花品销售热度很高的一天,但商家不应以此为借口降低商品质量,以次充好,既降低了顾客的好感度,又丢失了平台的好评分,还让自己因对花束不满意而感到遗憾,希望商家尽快办理退款并在平台致歉。

乌鲁木齐市海勃湾区市场监督管理局经办该投诉后,与商家取得了联系,最终双方协商退款。

“强买强卖”拒收难

去年中秋节期间,王女士在购物平台某食品旗舰店购买了月饼礼盒。订单确认后,王女士迟迟没有查到商品的发货消息,联络商家催促,收到的回复也只是会尽快发货。之后便是看到已发货但没有物流消息的界面,在与快递公司多次沟通后,王女士才得知因商家缺货,包裹并未发出。王女士立即联系商家明确表示,若商品缺货,希望商家尽快办理退款;若商家延迟发货,自己会拒收货物。但商家仍然在延迟时间后发货,并在王女士拒收后,以各种理由拒绝退款,王女士选择了投诉。

经乌兰察布市丰镇市市场监督管理局

介入,商家为王女士退款退货。

“强制退款”很抓狂

今年春节前期,罗女士趁着零点优惠“淘金节”在限时店微信小程序上抢购了一条休闲裤,付款完成后,便心满意足地等待商品到货,谁知第二天一看,该订单在付款十分钟后就被商家单方面取消并强制退款成功了。一腔期待化为不解,又不甘心被强制退货,罗女士便向12315平台进行了投诉,她认为该店铺违约,要求恢复订单正常发货,并按照订单总额的30%进行赔偿。

经鄂尔多斯市东胜区市场监督管理局介入,与双方进行沟通后,双方同意自行协商处理。

网购运费险“不保险”

因“双十一”期间网购的裤子不合适,吕女士按照售后流程进行退货。快递员上门取货时,吕女士被告知运费需要自己承担。看着商品详情页上“含运费险”的字样,吕女士很不解。

联系商家后,商家表示,不能以商品简介为准,日常销售是不含运费险的,所以退货运费必须由买家承担。店铺界面标明的运费险却被告告知不作数了,吕女士认为,这

显然是欺诈消费者的行为,虽然金额较小,可销售行为失当却不能接受,于是进行了投诉。

在鄂尔多斯市东胜区市场监督管理局的介入和沟通下,商家最终退还吕女士10元运费。

类似的购物体验还有很多,据自治区消费者权益保护服务中心数据统计,2021年至目前,涉及网络购物类投诉共567起,具体投诉类别有商家不履行义务、虚假广告问题、售后三包问题等等。自治区消费者权益保护服务中心工作人员王梅提醒广大消费者,在享受“购物狂欢”的同时,要理性对待促销宣传,提高警惕以防被骗。尽量选择经营规模和交易量较大且评价较好的购物网站及店铺,如接到自称“平台客服”“某商家”的电话或信息,以退款、快递受损理赔、产品召回等理由添加微信、QQ的不要轻易相信,及时拨打平台官方电话或者通过平台官方聊天工具核实,不点击陌生链接,不要将个人身份信息、账号密码、验证码等透露给陌生人,避免陷入网络诈骗。如在网购过程中发生消费纠纷时,消费者可先行与经营者或交易平台协商解决,如协商不成,可以拨打平台经营者所在地辖区的12345、12315热线或向当地消协组织反映,也可以登录全国12315平台网站、小程序、公众号投诉举报。