

“黑五”背后存猫腻

打折季推衍生品，请擦亮眼

经济复苏稳健、失业率持续回落、消费信心维持高位、大部地区天气晴好……所有这些有利因素均预示着在今年美国年底购物季,商家将有“好收成”。不过从今年美国消费者的购物选择看,以亚马逊为代表的网络零售商显然将从“好收成”中分到更大一杯羹。此外,虽然黑五一番热闹场面,但是其背后也存在着一些“猫腻”。记者通过媒体报道盘点了“黑五”的打折乱象。



市场

线上热火朝天 实体店顾客寥寥

11月的最后一个星期五,在美国被称为“黑色星期五”,是全年最重要的购物节。而感恩节后的第一个星期一又被称为“网络星期一”,已成为美国全年最大的网络购物日。从感恩节到圣诞节,也是美国一年中最重要的购物季,零售商全年三至四成销售额都来自于这一时段。

据了解,今年美国感恩节和“黑色星期五”两天的网络销售额达79亿美元,同比增长17.9%,创下历史最高纪录。报告还预计,在感恩节后的“网络星期一”,预计全美网络销售额将达66亿美元,也将创下美国单日最高网络零售纪录。

网店销售热火朝天,而实体店表现则不尽如人意。据美国零售业调查机构购物者跟踪市场调查公司的统计,今年感恩节和“黑五”期间光临实体商店的客流量较去年减少了1.6%。

记者在感恩节当晚来到华盛顿梅西百货商场,虽然这里折扣力度很大,但却顾客寥寥。不远处的诺德斯特龙商场情况也类似。除了华盛顿远郊的各大奥特莱斯名牌折扣店依然人头攒动外,多数传统商场都难掩颓势。

另据市场研究数据,今年迄今为止,杰西潘尼百货店在全美已关闭了138家门店,梅西百货关闭了68家,希尔斯关闭了150家。虽然在今年年末购物季期间,实体店零售额最终依然将高于网络零售额,但两者之间的差距在快速缩小,临界点可能随时到来。

乱象 1

打折品牌都来自“第二阵营”

英国《卫报》在今年黑五前就给消费者打了一个“预防针”——不是所有的商品都会降价。报道称,如果你期望新发布的设备和产品能以极低的价格出售,你将会大失所望,更别指望能找到打七折的新iPhone X。

往年黑色星期五的主打产品之一是电视。一般来说,较为知名的电视品牌有三星、索尼、松下等这些位列“第一阵营”家喻户晓的品牌。美国投资网站(Motley Fool)早前报道,黑色星期五很多商家打折扣的电视品牌都来自

“第二阵营”。

例如沃尔玛在黑色星期五广告首页承诺提供40英寸的高清电视,价格为149美元,50英寸的高清电视售价为269美元。不过广告指出:“品牌因商店而异。”这样的广告促销让大家“盲抢”。

此外,报道称,一些零售商在打折季会与电视制造商合作生产特殊的“衍生产品”,即市面上现有销售电视的简化版。这些电视的制作完全是为了在黑色星期五打出“折扣价格”卖给那些不知情的买家。

报道举例称,百思买的黑色星期五广告打出60英寸的三星电视(型号UN60JU6390FXZA),产品售价为799.99美元,看起来相当不错,尤其是因为它是一款超高清4K显示器(而不是标准720p或1080p)。不过,这些专门为黑色星期五制作的电视,通常不像商家所称那样好,可能是因为图片质量不高,但真正的问题在于产品会出现一些缺失的特性或组件。简而言之,你在黑色星期五买的42英寸的三星电视机可能不如去年10月买的42英寸的三星那么好。

乱象 2

零售商会先提价后降价

有时,零售商会首先提高产品的价格,然后再把价格降下来,以欺骗消费者购买。举个例子,一部手机通常的价格为5000元,商家会把价格飙升到8000元。随后,零售商会将原来的价格进行定价,并且给你35%的折扣,价格最终定为5200元。所以,消费者应该时刻关注产品的价格。然后把它们和黑色星期五的价格进行比较,以防被商家的“小伎俩”所欺骗。

英国《卫报》去年就报道称,

调查显示,许多被宣传为“打折”的产品在促销活动前或后的商品价格更便宜。

英国知名消费者组织Which调查了2015年黑色星期五的178笔交易,追踪了亚马逊、AO、百货零售商Argos、家电产品商场Currys以及百货公司约翰·路易斯(John Lewis)等公司20个受欢迎的电子产品在黑色星期五前以及两个月后的每日价格变动。

他们调查后发现,在黑色星期

五,只有90笔交易算得上是最便宜的。以商家销售的三星产品为例,Currys卖的一款产品价格并不像承诺的那样便宜,因为748英镑的价格只比黑色星期五少了1英镑,而且在9月这款手机曾以699英镑的价格促销过。AO公司鼓吹200英镑Vax真空吸尘器只卖99英镑,但是之前曾经卖过69英镑,而且在黑色星期五之前的三个月里,它的平均售价为96.5英镑。

乱象 3

“欺诈”广告搭上社交媒体

除了美国,近年来欧洲一些国家也开始流行黑色星期五,将传统打折季节提前了一个月。

据报道,这个原本应该省钱的日子,不少人因为被欺骗而损失了更多的金钱。报道称,从11月下旬开始,一些欺诈广告通过谷歌、脸书和照片墙等跨国网络和社交媒体大量向用户推送。

以一款加拿大著名的品牌羽

绒服为例,其实际售价在1000美元左右,而在这些由社交网络自动推送的广告中,她的价格以黑色星期五的名义降到了300美元不等。而且这类欺诈广告往往还标明是“限时销售”。这使得急于购买“年货”的消费者放松了警惕,往往在被骗之后才醒悟到这是网络欺诈。

英国毕马威公司的调查显示,

去年以来,英国的欺诈类犯罪爆发性增长。2016年法庭受理的各类欺诈犯罪涉案总额首次超过10亿英镑。在同一年,谷歌与脸书公司的广告收入占到全球所有媒体广告收入的20%,超过1000亿美元。对于许多消费者而言,如果不是这些跨国网络不负责任的自动推送广告,他们本没有机会接触到这些信息。

乱象 4

海淘代购出现问题维权难

许多喜欢海淘的国内消费者也喜欢“凑热闹”,选择在黑色星期五这一天入手心仪已久的产品。但是美国华人律师邓洪在接受记者采访时表示,海淘产品如果出了问题,维权起来较为困难。

邓洪告诉记者,在美国黑五期间会出现很多来自中国的代购来替国内消费者来抢购。但是海淘往往会出现两大问题,第一个就是出现货物无法送到的情况。很多代购接到订单买到货物之后,为了避免

关税,很多快递会将这些货物一起当作一般的出口商品以货柜的形式寄回,但是清关的时候会出现被海关扣下而无法解除的情况。

邓洪表示,还有一种常见的纠纷是比较高档的货物,比如手机、皮包等名牌产品因为质量问题产生退货的问题,或是因为产品是冒牌的需要退货的情况。但是一般代购没有任何人管制,他们没有执照和营业部,他们可以换个账号或是手机就能人间蒸发。如果要追究代

购的责任的话,需要到美国来起诉。比如在加州如果是1000元以下的商品当事人需要到加州来起诉。这样就得得不偿失了。又或者一些产品出现质量问题无法退货只能换货,但是要把产品寄回到美国的话就不是很现实。大部分的美国产品包括苹果、奔驰已经在中国设立了商店,美国很多大的厂商也能在国内发货,因此国内消费者最好在国内购买产品,因为产品和售后比较有保障。(法晚)