

集体告别超长“预售” 今年618大促还有什么可以期待?

■VCG供图

4月27日,快手电商率先宣布今年618大促于5月20日起正式“现货开卖”,锚定低价好物,从商城/泛货架、直播、短视频等场域协同发力。

5月6日,淘天集团公布今年天猫618取消官方预售环节,5月20日晚8点将直接第一波开卖,还推出了新的玩法:淘宝、天猫可合并凑单,每满300减50元,支持商品从付款后至7月5日期间进行全程价保服务。

5月8日,京东自宣“先人一步作出改变”,称京东618从5月31日晚上8点现货开卖,“让618回归6月”,“消费者不用熬夜抢购,不用蹲点付尾款,不用拉长战线,想买就买,即刻拥有”。同时,还将同步推出百亿补贴日活动,在6月2日、6月3日、6月8日先后推出9.9包邮日、超级直播日、PLUS会员日等主题活动。

问题在于,在电商购物节同质化竞争严重、消费者对此明显退烧的今天,今年的618年中大促还能有什么吸引力呢?

■新快报记者 郑志辉

“预售制”问题频现,适时取消是好选择

从几家电商巨头最新公告来看,今年618最大的变化是不约而同放弃了沿用十余年之后的预售机制,“简单、直接”成为今年的卖点。

鲍姆咨询董事长鲍跃忠认为,预售其实就是一个竞争的手段,提前用一些更优惠的价格、服务锁定用户,对市场来说这并不是一个很合理的现象,让用户针对自己的现实消费需要去实时购买,这可能更合理。未来类似618、双11这样的促销可能会逐步消失,这种提前、集中式的消费或许并不合理。因此今年618做出改变,是一

个很好的选择。

百联咨询创始人庄帅表示,随着大促规模的加大,参与预售的商家和消费群体不断扩大,问题也开始出现:例如预售的商品不能按期发货、补差价出现涨价情况、售后服务与常规销售商品不一致等,甚至出现金融风险,如商家收到预售定金后“跑路”,钱款无法追回。消费体验变差、风险上升,使得平台口碑和平台其他正常售卖商品的商家均受影响,所以京东和淘天才会不约而同取消预售制。

DCCI互联网研究院院长刘兴亮总结

表示,随着消费者购物习惯的变化和直播电商等新兴模式的冲击,取消预售可能成为未来电商平台的一个趋势,但其影响会因平台定位和业务策略而有所不同。

“对于平台,取消预售能简化购物流程,提高用户体验和平台竞争力,但也需要更完善的物流、技术和供应链支持。对于商家,需要适应新的销售策略和库存管理方式,提高即时销售的灵活性与数据分析能力。对于消费者,简化购物流程有助于提高购物体验,增加购物透明度,满足即时消费需求。”

更好的消费体验与更低的价格,能两全吗?

其实,预售制的出炉,再到集体下线,电商平台都是以“提升购物体验”之名。那今年618,还有哪些提升用户购物体验的举措值得期待呢?

天猫618今年打出了“史上最简单”的口号,除了取消预售外,还将升级价格保障,让消费者“简单买、放心买”。平台除了进行先涨后降管控外,天猫支持商品从付款后至7月5日期间进行全程价保服务。此外,618期间还将推出多个升级购物体验举措,如活动商品包邮、提供运费险等。

另外,记者还留意到,淘宝网页版时隔7年后终于做了一次重大升级,对众多影响用户体验的功能作出了整改,比如网页加载提速、购物车首次展示券后价、商品详情做了优惠自动领取等。

淘宝网站业务部负责人空无表示,升级淘宝网是淘宝全局体验优化的一部分。

淘宝网与淘宝APP相互补充,其中淘宝网提供的是差异化的、有增量服务,下阶段淘宝网将在AI电商场景上深入探索,充分发掘大屏优势,给用户更广阔的视野,更沉浸、有效的购物体验。

京东声称今年618不卷时长“卷体验”,将通过免费上门退换、以旧换新、送装一体、过敏无忧、不爱吃包退等一系列服务,提升消费体验,还有超长周期的价格保障服务,解决消费者买贵、买早的后顾之忧。

对那些不喜欢各种花样促销只想要简单粗暴“最低价”的消费者,今年618仍然值得期待。

“五五购物节”百亿补贴是拼多多今年618前夕推出的商品补贴活动,其间国内外品牌商品补贴后的超低价格,实际上成为了其他平台618大促定价的标杆。

就在本月初,市场流传消息称,今年

618“价格力”依旧是各个平台的重点发力方向。据说京东部分品类业务小组已经成立了单独的比价团队,对标淘宝天猫平台的商品价格,并随时扫描友商平台新品,判断是否引进自家平台。

尽管相关平台不愿回应这则消息,但有商家承认,4月中旬就收到了淘天、京东等平台的邀请,部分平台效仿拼多多以“低价”为流量倾斜标准。

据记者了解,淘宝自4月23日正式开启百亿补贴秒杀节后,通过1688的“入淘”,引进了大批品牌“平替”和大牌代工厂直供商品,低价供给大大丰富。最近一波动作是用每斤22元的价格将进口榴莲补贴到全网低价,让中国吃货们实现“榴莲自由”。

京东自去年3月上线百亿补贴项目以来,今年618也会同步推出百亿补贴日等主题活动,进一步强化平台的低价、实惠标签。

小米SU7新车落地不足一月刹车失灵 回应:小概率事件,已修复

新快报讯 记者郑志辉报道 自3月28日上市以来一直处于舆论漩涡中的小米汽车SU7,频频因为各种状况登上热搜排行榜,最新一宗是有用户提车不满月即发生疑似刹车失灵故障。

5月13日,小米集团公关部总经理王化发布微博回应该事件,表示故障是系统软件误识别所致,但目前已对这种“小概率事件”进行修复,并请用户不必惊慌,只是用户似乎并未完全接受这一技术解释。

据媒体报道,5月8日晚,湖南耒阳李先生开着新购未满一个月的小米SU7(标准创始版,售价为215900元)在停车过程中,刹车疑似突然失灵,车内发出警报声,屏幕随后出现“制动系统故障”等4条异常信息。

车辆因此自动停止后,李先生尝试呼叫车内的SOS急救系统,但长时间无

人接听,最后才由本地道路救援赶来将车辆拖走。

奇怪的是,在这台车送检后突然又“自愈”了。虽然小米售后表示可以随时开走,但李先生却不敢,他希望查明车辆故障原因。

王化13日通过微博回应称,经分析确认,车辆当时为制动主控制器(DPB/BCP)的系统误识别降级触发备用制动策略,制动辅控制器(ESP/BCS)直接响应制动需求为车辆提供刹车减速的情况;同时,车辆大屏因此也报了制动系统故障提示。过程中,车辆进入制动系统备用策略,ESP抽取DPB制动液为车轮增加制动压力让车辆制动刹车,制动主缸压力快速降低,此时驾驶员踩踏板出现“脚感力不足”。

但王化强调,这并不意味着丧失全部制动力,因为小米SU7的制动系统采

用DPB+ESP双备份机制设计。此时ESP介入制动,未出现刹车系统完全失灵和车辆失控的情况。

王化表示,目前车辆已经恢复正常,工作人员已向用户表示可以支持用户的退车/换车诉求,同时覆盖因退换车而产生的费用(如换车,将按照原订单号优先排产,并给予等待期的代步补偿)。

对于王化的回应,李先生并不认可,称技术专家只说脚感不足,但在查看数据时车主发现,大概有1-2秒压力bar为0,也就是在切换的时候失去了制动效果,认为如果发生在高速上,1-2秒也十分危险。而王化则坚称不是刹车失灵,而是软件误报,并称小米SU7一共有四重制动,能够极大地保障安全。

另外,针对通话未应答问题,王化表示当时处于进线高峰期,对没能及时接通表示歉意。随后用户专属服务群响应

车主需求,并安排了道路救援支持。4月公司已经紧急启动相关招聘,预计5月底在线客服接起率会大幅提升。

这不是小米SU7首次因为交付后短期出现事故引发关注。一周前,福建厦门温先生提的SU7新车第一次行驶就发生了故障,停在路边无法启动,里程表仅39公里,车辆未能检查出问题。小米汽车也向车主提供了“退车与换车承诺”,车主最终选择了换车。

官方公布的最新数据显示,小米SU7自4月3日首次交付起,当月已完成交付7058辆。截至4月底,小米SU7锁单量达8.81万辆。小米董事长雷军本月初表示,正全力扩充产能,确保今年交付10万辆。



一起了解更多
数智资讯