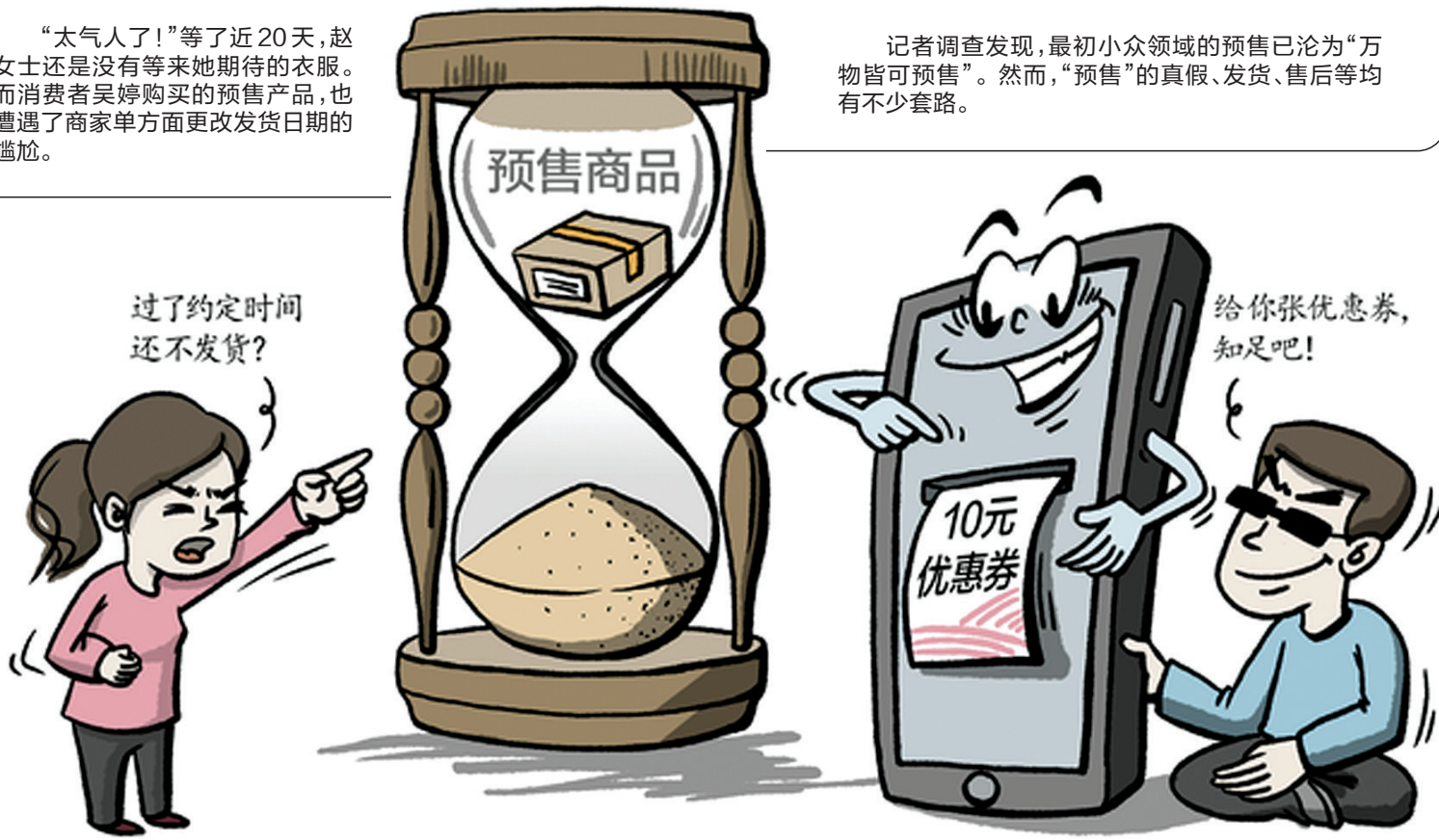


记者调查发现:预售商品拖的时间越来越长

“预售”的东西想得到不易

“太气人了!”等了近20天,赵女士还是没有等来她期待的衣服。而消费者吴婷购买的预售产品,也遭遇了商家单方面更改发货日期的尴尬。

记者调查发现,最初小众领域的预售已沦为“万物皆可预售”。然而,“预售”的真假、发货、售后等均有不少套路。



糟心事

二十天等来一场空

明明写着付款后15天之内发货,等了近一周却仍没有动静。联系商家客服,迎接她的都是“机器人”,这是北京的赵女士此前购买预售商品时遇到的糟心事。

对于预售,赵女士并不陌生,之前买过的商品也基本能在约定时间顺利拿到。然而这次,她在某电商平台一家女装品牌店购买了一件外套,当时约定付款后15天之内发货,但此后商家却一拖再拖,发货遥遥无期,联系商家也颇为曲折。

“后来联系平台官方客服。客服告诉我,他们联系商家,得知商家根本没有货,所以发不出来。”赵女士无法理解,既然没有货,为什么每天还都在做预售。“这种行为挺让人生气的,有的商家就是拿预售当幌子。”她说,自己之前买的预售商品基本都是5天、7天左右发货,这次不仅不发货,售后体验感还很差。最终,在等待近20天后,平台介入之下,赵女士得以退款并获得10元优惠券。

类似购买预售商品的糟心经历,不是个案,有的消费者还被商家随意更改发货日期。之前,吴婷在某拼单软件购买了预售食品,付款后显示“此商品为预售商品,6月11日发货”。然而,等到6月中旬时,她发现商家仍未发货。询问客服后才得知,这款商品“7月8日前发完”。一脸懵的吴婷质问客服为何发货一拖再拖?却得到“收到仓库消息,临时改时间的”,且“不能保证具体发货时间。”对此,吴婷直言,商家只是拿产品太火爆来打发消费者,她并不接受这个说法。

记者发现,在多个平台上,都有网友吐槽和投诉预售商品延迟发货、不发货、更改发货日期等问题。在“黑猫投诉”平台,仅以“预售不发货”为关键词进行检索,就能查到5900余起投诉。其中,投诉对象多为电商平台、拼单软件、短视频直播平台及其入驻的商家。

算盘精

买家担了经营风险

记者了解到,预售起源于一些小众服饰领域,至今从形式上却已发展成“万物皆可预售”,且预售的发货时间、质量等均呈现出鱼龙混杂、缺乏标准的一面。

由于这些行业和品牌的产能、成本、销量等因素限制,商家很难提前大量囤货。然而,随着直播带货和“网红经济”的发展,预售呈现出“遍地开花”之势。而这背后,风险更多转嫁给了消费者。

“最开始的预售,一般7天、10天发货,15天就算比较长的了,现在动辄一两个月。”白领吴玉萍说,自己经常在电商平台网购,发现不少商家的预售时间越来越长,最长的甚至都超过了45天。难怪有网友感叹,“夏天都来了,买的冬装还没到。”

在多个电商平台,预售产品不仅存在发货周期偏长的问题,在警示性标识上,不同平台商家对预售商品的标识也五花八门。有的商家在商品主页面标题中有“预售”二字,有的则并未有“预售”提示;有的以“x月x日前发完”替代,有的只是以小字隐藏在商品说明中。更有商家,玩起“x月x日前缺货”的文字游戏。

“为什么现在预售的产品越来越多?主要是降低了商家囤货和资金链方面的风险。”某网红服装

品牌负责人刘美向记者介绍,预售首先要收取客户的钱,而且大多收取的都是全款。商家在拿到客户所付的款项后,再去对着人数差额联系生产,产销上的风险就相对小了很多。

除此之外,预售约定的时间,对于商家和工厂来说也是难得的缓冲期——尤其在近两年的疫情背景下。

“比如预售出去500件衣服,那我的目标就是做550件,有一个缓冲的时间和余地。不像以前,可能我生产了1000件,卖出去500件,库存还压着500件,压力得多大?”刘美认为,预售对商家和工厂的备货生产、物流周期等等都是有好处,但“坦白说,对客户没啥好处”。

在降低成本、转嫁风险的同时,预售商品更存在偷工减料、货不对板的一面。

“预售火了,似乎什么都要套个‘预售’。行业内一些不良商家,预售展示的是一款,实际生产又偷工减料。”刘美介绍说,有的商家在预售阶段,给网友看的样品是这一款,实际上预售出来的货,又是另外一种材质的货品。“网上说‘我永远忘不了你手里那一件’,就是因为预售商品的实际出货偷工减料了。”

假预售

“低价让利”只为引流

服装、鞋子、化妆品、茶具、白酒、连环画册……“万物皆可预售”的背后,预售甚至被一些人当成了“挡箭牌”,大搞引流营销。原本应该是让利的预售,最终成为了骗人的把戏。

“这个预售彻头彻尾就是骗人的,白等了45天。到底算非法融资还是诈骗行为呢?平台前不久才把他账号封禁了。”今年年初,石峰在某短视频平台的直播间看到,主播正在吆喝“1元秒杀”,预售一款造型稀有的茶具。当时的约定条件是,关注主播后付款一元钱即可,约定付款后45天发货。在主播的热情推销下,石峰果断付款。

然而直到两个月后,一直都在直播的那位商家,都并未发货。石峰多次联系无果,才感到自己和网友受骗了,“很多人都付款了,算不清有多少人付钱了。这就是骗局啊,骗了不少钱。”石峰表示,这次直播间里的预售经历,让自己明白有些预售根本就是虚假的。“反复投诉之下,平台给我强制赔了3倍,也就是3元钱的优惠券,打我账户了,但是我不买他家东西了。”石峰说,对于预售商品的真假问题,平台有其审核责任。“再说了,预售时间太长了,你说十天半个月还可以,45天的预售周期实在有些坑人。”

“现在直播间确实有不

少假预售。目的就是以预售的方式来引流。”中国政法大学传播法研究中心副主任、中国消费者协会专家委员会委员朱巍指出,这些预售大多以极低价格的“秒杀”“抽奖”“福利”等名头出现。然而最终却根本不发货,大不了退款,或者最多赔几块钱。“把预售当成引流的手段和产品,是把消费者当韭菜来割的。”

朱巍表示,各电商、短视频平台都有对预售把关审核的责任。对于不良商家,要列入“黑名单”,市场监管部门也要介入处罚。而短视频平台,尤其要对商家在直播营销的前后认真审核把关。对于假预售,发现一个就要查处一个。

“预售这种模式,严格来说是不应该出现的。何况,一些预售行为的本身就是欺诈。《网络交易监督管理办法》中明文规定,不允许在没有货的时候就来搞预售,更不能搞虚假预售。”朱巍说。而对于一些商家和平台退款且以优惠券的方式赔偿消费者,他认为也是不行的。“《民法典》和《电子商务法》说得很清楚,符合要约条件的,就要达成要约合同,必须履行发货所购买实物的责任义务,而不能退钱赔优惠券来了事。否则的话,就属于《消费者权益保护法》中的欺诈,更要受到严格查处。”

据《北京晚报》