

剁手太上头?“尾款人”笑中带泪

“双十一”各平台预售前置到货提速,“促销套路”在变、剁手族的冲动消费不变

□文/图 半岛全媒体见习记者 白菊

白天努力赚钱养家,晚上熬夜付尾款……随着“双十一”火热推进,“尾款人”无疑是这几天热度最高的词汇,即在商品预售时付了定金现在支付尾款的消费者。11月1日凌晨起,数亿“尾款人”拥入天猫、京东等平台下单,“清空购物车”“冲啊尾款人”等话题登上热搜。

一年一度“双十一”如约而至,不过今年的“狂欢”比往年来得更早。随着天猫、京东等平台10月21日开启预售,“双十一”线上争夺战正式打响:消费者可分两波支付预售商品的尾款,11月1日~11月3日为第一波,11月11日为第二波。与此同时,“叫醒我的不是闹钟,是快递小哥的电话。”很多人凌晨付完尾款不久,一觉醒来就收到了心心念念的商品。

更有网友调侃:“昨天是‘定金人’,今天同为‘尾款人’,明天一起做‘分期人’。”

>>>变化

预售前置,晒单变晒实物

10月31日晚,尽管已经困得睁不开眼,市民李女士仍坚持抱着手机等待着新一天的到来,并且定好闹钟提醒自己付款。随着铃声一响,她迅速刷新网购平台页面,结清购物车里已付定金商品的尾款。

看着空空荡荡的购物车页面,李女士长舒一口气。“姐妹们,第一场‘战役’结束了,坐等收货。”在一个因为分享购物攻略组建起来的微信群里,她和朋友们分享着彼此的“双十一”战绩,一夜之间仿佛获得过年般的喜悦。

付完款了啥时候能收到快递?

令人意外的是,11月1日一早,李女士和朋友们就陆续收到取货码,他们网购的电子产品已经送到身边的快递点。“今年‘双十一’快递咋这么快?完全不给退货的机会。”“我还没来得及改地址就发货了。”“我怀疑卖家住我隔壁。”微信朋友圈和微博里,类似的调侃铺天盖地。

今年“双十一”快递配送速度之快,不仅出现在快递业发达的一二线城市。在中国最北端的黑龙江省漠河市,荣女士也在支付尾款6分钟后,就收到了在京东平台购买的口红。

记者了解到,今年“预售+尾款”的方式让商家有了更充分准备,分散了物流配送压力。

京东物流青岛地区负责人告诉记者:“为了尽快把‘双十一’包裹送到千家万户,京东物流采取预售前置模式,待消费者支付定金后,就把商品提前部署到距离消费者最近的仓库,消费者支付完尾款,我们的快递小哥立马进行配送,快递半日达、分钟达已成普遍现象。”

据记者了解,今年“双十一”除前置备货以外,基于交易、物流数据之上的区域内用户画像和消费预判,也对提前备货、疏导物流压力有所助力。

>>>吐槽

规则复杂,有焦虑有坚持

“前50名半价,但是收到货后才公布名单,感觉被欺骗了。”“凌晨付款更容易冲动,一般大家都误以为0点,结果还有半小时,逼迫大家在困倦不清醒的状态下再挑选半小时,又促进了消费。”“今年的规则太复杂,真心觉得脑子不够用。感觉便宜就下手了。”付完尾款后,不少网友在社交媒体上“吐槽”。

经历了多年的“双十一”,不少消费者摸清了商家、平台惯用的“套路”,面对今年的活动望而却步。

记者了解到,今年“双十一”相比以往提前开售并延长售卖期,战线更长、品类更多、热度更高,规则也不简单,做不完的“功课”、抢不到的预售产品、算不清的付款规则、输不起的战队,一并成为不少消费者面对“双十一”的焦虑来源。

“快帮我助力一下,你也能领喵币。”观望“双十一”而岿然不动的市民陈先生感慨:“怎么一夜之间,身边人都养起了‘猫’。”

每年电商平台的社交游戏都会成为关注焦点,去年“双十一”盖楼挑战,忙活了半个月最后分到两三元红包,喊着“真心累了,再也不参与‘双十一’战队比拼”的不少人,今年又风风火火加入“养猫”大军,并不禁感叹一句“真香”。

“云养猫”能感受到快乐,也能带来忧愁。“上班光顾着‘养猫’了,每次都要逛店铺,每个任务15秒,一上午就过去了。”市民李女士坦言,“养猫”里的比拼让玩家投入大量时间:“为了不让我的战队在比拼中输掉,我每天都让朋友助力,一天都没停过‘喂猫’。昨天我的战队输了,很影响心情。”

为了付出过的成本,李女士只能在焦虑中坚持“养猫”,直到瓜分红包那一天的到来。



今年“双十一”预售前置让包裹分钟级送达变成现实。

去年囤购的面膜,现在还没有用完

“李佳琦敲响锣喊我别睡的那一刻,我就知道钱包不保了。”李女士告诉记者,今年前100件优惠、下单立减、赠送正品小样、优惠券津贴等各种优惠玩法层出不穷:“直播间里的气氛造成一种大家都在蹲点抢的紧张感,我会有‘不买错亿’的担忧,就跟着大家一起下单了,其实买了根本用不完。”

李女士坦言,她在去年“双十一”囤购的面膜,现在还没有用完,只能想办法出售。

观察

准备薅羊毛,事实被平台薅了羊毛

付定金有多快乐,付尾款就有多卑微,付定金时的喜悦都变成了付尾款的心碎。

记者观察到,在闲鱼、转转等用户活跃的二手商品交易平台上,已经不少人打着“双十一囤多了”的标题售卖商品,或者通过平台找人凑单快速“回血”。

在今年“双十一”开始之前,微博等社交平台就有许多人整理优惠规则,设计出最佳消费攻略,试图为买到性价比最高的产品找到捷径。“想要凭借‘双十一’翻身是不可能的,今年信心满满做好准备薅羊毛,可事实上又被平台薅了羊毛。”不少消费者觉得,他们被平台规则“玩得团团转”,到头来还是得老老实实还花呗。

团团转”,到头来还是得老老实实还花呗。

要理性消费,钱又不是大风刮来的

“今年各种平台的玩法云里雾里,很多产品的确有优惠,大家手速太快了,李佳琦直播间里几千块钱一瓶的面霜一抢而空,真是奇观,不知道是有钱人变多了还是大家太疯狂了。”参与“双十一”多年的林女士同时是位美妆博主:“其实参与购物节的大部分都是年轻人,尤其是有很多大学生,消费能力并没有那么强,我觉得大家还是要理性消费,毕竟花钱容易赚钱难,钱又不是大风刮来的。”

在这场“双十一”疯狂消费中,“尾款人”搞笑梗的背后是“打工”用金钱堆砌起来的心酸。敢于消费并不代表消费无度,“尾款人”还是应该秉持理性消费观念。

与此同时,规则不断推陈出新,商家也应“返璞归真”,在商品上多下一些功夫,多一些真诚少一些套路,毕竟产品质量才是赢得口碑、吸引消费者回购的关键。



扫码参与新闻互动

第三十届中国新闻奖揭晓

大众报业集团5件作品获奖

本报济南11月2日讯(大众日报记者李扬杨鹏)中华全国新闻工作者协会主办的第三十届中国新闻奖评选结果11月2日揭晓。来自全国各级各类媒体的348件作品获中国新闻奖,大众报业集团5件作品获一、二、三等奖,涵盖网络专题、文字通讯与深度报道、文字消息、新闻论文和国际传播等类别。

在大众报业集团的获奖作品中,大众网刊播的网络专题《行走黄河滩·我的迁建故事》获一等奖,《大众日报》刊发的文字通讯与深度报道《36小时,一切为了11名矿工兄弟!——山东能源肥矿集团梁宝寺能源公司“11·19”火灾事故救援纪实》、《青年记者》刊发的新闻论文《把握“系统性问题的典型呈现”——对

党报舆论监督报道的思考》获二等奖。《大众日报》刊发的文字消息《沂蒙老区驶出首班“复兴号”》、《大众日报海外版(北美版)》刊发的国际传播作品《一个朋友引来五个朋友》获三等奖。

中国新闻奖是经中央批准常设的全国优秀新闻作品最高奖。作为山东新闻舆论宣传主阵地,2019年以来,大众报

业集团以习近平总书记对大众日报创刊80周年重要批示精神为统领,切实提高政治站位,围绕中心、服务大局,深入基层、锤炼“四力”,改革创新、深化融合,不断提高新闻报道质量水平,不断加快新型主流媒体建设步伐,涌现出一大批群众喜闻乐见的优秀作品,传播力引导力影响力公信力不断提升。