



电商优惠券难抢 背后灰色产业链捣鬼

套路1:网售抢券软件

原本以为只是运气差、手机卡顿、手速慢,实际上,很多优惠券你“永远”抢不到。北京商报记者在不少电商平台发现,有商家、网店正在销售“抢券软件”、“抢券神器”等商品。

其中,二手电商闲鱼平台有卖家销售一款“抢券”软件,售价为5元。商品介绍显示,在电脑上安装这款抢券软件后,可将软件嵌入到浏览器中。当优惠券商品倒计时,用户点击抢券软件内的“秒杀”键,可以提前预约抢券时间。

这位闲鱼卖家表示,这款软件可以预约抢天猫、淘宝的店铺限时满减券,并且不限制使用频次。

抢券神器在消费群体中也受到欢迎。上述闲鱼卖家向北京商报记者透露,抢券软件在学生群体中销量不错。在闲鱼平台上已发布的多款抢券神器商品中,每个商品页面显示有数十位用户想要购买这款产品。

套路2:代下单赚取差价

对普通消费者而言,花费几元钱便可以“优先”抢折扣券,是一笔划算的交易。也有人在抢到优惠券后(通过使用上述软件或者不使用的方式),再将优惠券售出,赚取收益。在淘宝、闲鱼以及一些微信群中,会有人号称享有内部折

扣、优惠资格等,通过帮用户代下单,收取代买费用。

一位名为“YFYF”的买手声称,他有一张舒客牙膏40元的优惠券,一款三只装舒客牙膏售价为79.9元,优惠后的购买价格则是39.9元。如果消费者通过YFYF购买这款牙膏,需要支付2元的代买费用。最后相当于,消费者花费41.9元买到了上述商品,少支出38元。

北京商报记者在闲鱼上找到一位销售家乐福满减券的卖家。商品介绍显示,“99-50”的满减券可以在全国使用。用户下单后,需要提供自己的姓名、地址、联系方式。这张可以减免50元的券,售价为4元。一位上海的闲鱼卖家线上销售毒App的满减券8张,每张售价2.6元。北京商报记者向卖家咨询时被告知,满1200-100元的券已售出。

知名IT法律专家赵占领对北京商报记者表示,这样会导致消费者无法正常获得促销优惠,或者需要付费从第三方处购买优惠券,导致实际享受到的优惠减少。

扣、优惠资格等,通过帮用户代下单,收取代买费用。

知名IT法律专家赵占领对北京商报记者表示,这样会导致消费者无法正常获得促销优惠,或者需要付费从第三方处购买优惠券,导致实际享受到的优惠减少。

求公平:平台应堵漏洞

针对上述网售抢券软件、销售优惠券赚差价的情况,北京商报记者联系闲鱼平台。不过,截至发稿,闲鱼相关负责人并未给予回应。

一位负责平台运营的管理者解释称,单个活动提供秒杀、满减、优惠券的总金额都是有限的,数量也是有限的。消费者领取优惠券可以强化用户对产品价格的认可。而优惠券抢购、代下单行为的存在,让最终效果适得其反。

优惠券本该是品牌、平台用来回馈消费者、增强用户黏性的方式,却让别有用心的人拿来谋取利益。网经社法律权益分析师姚建芳表示,利用软件抢电商平台优惠券违背了公平消费权益,容易扰乱抢购秩序,也打击了部分消费者的消费积极性。而“代买”服务,消费者需提供自己的电商账号等个人隐私信息,有可能造成个人信息的泄露。同时也可能遇到专业的诈骗团伙,利用代买收集个人信息用作后续的网络诈骗。

赵占领同样认为,通过软件抢券的做法会影响电商平台内正常的促销秩序,也损害了消费者的权益。

一位不愿透露姓名的行业专家表示,优惠券集中在少部分人手中,再通过代买的方式从消费者手中得到利益。这不仅损害了消费者的利益,还不利于平台吸引新流量、盘活现有流量。

对于平台的监管,姚建芳表示,同一体系的两个平台,既发放优惠券,又销售抢券软件和二手优惠券,这是一种管理混乱。闲鱼平台“默许”抢券神器的存在是平台监管上的疏漏。对于软件抢券行为的杜绝,一方面需要电商平台设置更为合理的优惠券发放机制,另一方面,也要加强技术的审查筛查,通过检测IP、大数据侦查等方式判断出异常账号并对之进行处理。同时电商平台间最好能协同作战、信息共享,共同打击不正当的抢券行为。

北京商报不等式调查组

关于消费不等式

在这里我们向您征集最近在消费过程中亲身遇到的、困扰您的具体问题。您可以在微信公众号“商业那点事儿”后台、邮箱 syzx10@126.com 给我们留言,或添加个人微信 Bbtyanyan。

京东汽车后市场扩容 智慧服务打通全产业链

京车会门店将达400家

去年“11·11”京东带着京车会首批200家门店与消费者见面,2019年,京车会的合作门店规模将达到400家。据京东零售集团汽车后市场总经理庆岩表示,消费者可以直接在线上下单,到合作门店体验服务。目前,京车会的200多家门店以一二线城市门店为主,门店资源也将不断下沉。

一直以来,汽车后市场存在乱收费、使用伪劣产品的情况。庆岩表示,加入京车会的汽修店需在京东订货,保证商品的质量、品牌真实性。另外,京东在不影响门店合理利润的同时,实现线下服务透明化,让门店做到线上线下价格统一、服务标准化。

值得一提的是,汽修店加入京车会,解决了新店获客的难题。李松海在通州区的汽修门店是第一批加入京车会的门店(以下简称“京车会台湖店”),他将自己的第一家汽修门店入驻到京东。李松海介绍称,他在汽修行业有20多年的从业经验,一家新开的汽修门店的盈利周期是两年,而他的门店在开业的第五个月就实现了盈亏平衡,现在门店已经处于盈利状态。

在李松海看来,门店能够实现快速盈利,得益于京东为门店引流,使门店快速积累客源。京车会台湖店每天会有70-80辆车进店保养或维修,大多数订单来自于京东。随着订单量的

电商为汽车后服务市场扩张增加更多可能性。京东的汽车后市场服务连通上中下游资源,为维修门店提供订单数据管理服务,并且对接厂商、门店两端供需。深耕C端市场的京东,将销售的藤蔓延伸到维修门店,服务网络扩大,覆盖汽车后市场的深度与广度。

增加,店内对汽车零配件需求较刚开业时增长数倍,该店80%的零配件会从京东采购。

大数据优化库存

“前一天下单,次日配送到店,很方便”,李松海称,门店备货不足时,可以在京东云配下单、大批量采购。根据店内的销售、库存数据,当个别配件用量大时,京东云配系统会提醒店内工作人员及时补货。如果有配件存量太多,系统也会提醒工作人员上线相应的促销活动,消化现有的库存。

针对经销商,京东的大数据解决库存问题。厦门华禹贸易有限公司(以下简称“厦门华禹”)创始人李继安在接受



利益链条,只是将原有的利益链条针对不同商家进行重新分配,控制交易中不合理的、不标准的支付。

自有品牌降成本

据悉,京东汽车业务自有品牌京安途上线,涉及的产品有轮胎、机油、汽车配件等。其中,京安途轮胎的制造商是双星集团。李松海表示,在同品质商品中,京安途轮胎的价格低20%左右,自采购京安途轮胎以来,京车会台湖店每天都会使用2-3条京安途轮胎。有40%的汽修店客户愿意接受并使用京安途的轮胎,客户对京安途机油的接受度更高。

实际上,国内轮胎市场仍以国际品牌为主,京安途产品上市也面临着激烈的竞争。青岛双星轮胎工业有限公司乘用车胎总经理苏明认为,国际轮胎品牌在市场中占比大,是因为外资车品牌没有对中国轮胎开放。随着中国轮胎市场扩大,国内优质企业的产品品质已经赶上或超越国外品牌。国内品牌轮胎具备20%-30%的价格优势,未来前景看好。

除此之外,针对门店流动资金短缺的问题,庆岩表示,京东会对门店进行风控评估,京东金融会对符合条件的京车会门店提供分期付款的优惠条件。在今年四季度,京东汽车业务还将启动消费金融服务,支持京东白条消费,不过这需要门店C端信用体系进一步完善。

采访时表示,该公司进驻京东一年,最近一个月的销售额是进驻第一个月的10倍。厦门华禹的电商业务量已经占到总业务量的30%。

据悉,除了销售业务以外,厦门华禹还将组建专属京东的服务团队,解决售后问题。双方也将进一步合作,例如,京东将分析数据分享给厦门华禹,帮助公司做好前端的备货、采购工作。李继安表示,与京东最理想的合作形式是,厦门华禹通过京东保税区对接国外的供应商资源,并由京东的配送服务将商品送达客户手中,压缩国际贸易的中间环节。

对此,庆岩强调:京东开放仓配、产品、数据、系统等资源,不是挑战原有的