

# 团购问题频发 凸显管理瓶颈

央视《消费主张》栏目近日接连曝光噢美美、饰品团、58团购等团购网站涉嫌消费欺诈及售假问题,继《3·15在行动》后,再次将团购行业的乱象搬上台面。审核机制漏洞、市场监管不力、诚信缺失、管理效率低……团购企业经过一年的发展,却仍存在种种问题。对此,某团购网站高管认为,这与团购行业的快速发展和团购企业的盲目扩张有直接关系。

噢美美凭借超低价格的“1元团购”方式,吸引消费者购买后,团购订单却“离奇失踪”。客服电话一直无法接通,而该团购网站主办单位电话则“是空号”。

消费者在饰品团购买的“耐克运动鞋”,原价988元,团购价205元。拿到鞋后,消费者却发现鞋的用料差、标识不是耐克的,而且做工粗糙。饰品团购网工作人员解释,该鞋“不是正品而是尾单,且不支持专卖店验货”。

58团购项目,原价2190元、团购价399元的“100%保真卡西欧手表”被消费者指出,“维修保证书

并没有填写完整,手表外壳上的字迹也是模糊的”。随后,消费者与卡西欧公司工作人员电话确认,证实该款手表的确为“冒牌货”。几乎同时,58团购以3.8折价格团购的“美即面膜”也受到消费者投诉。经广州美即化妆品有限公司工作人员证实,该面膜也未获得授权,属于假冒商品。

加上此前高朋团购“抽奖舞弊”和爱帮团出售“精仿耐克鞋”等事件,近期团购网站欺骗消费者、涉嫌售假的现象屡见不鲜。经过一年多的发展,团购行业仍然处在舆论的风口浪尖,曝出各种消费陷阱。

如果说噢美美、饰品团这类小型网站只是团购行业中的“不良小贩”,58团购、爱帮团等知名团购网站涉嫌售假则具有行业代表性。

一位知名团购网站高管表示,如今团购行业发展速度过快,导致在操作过程中,一些企业员工为了完成任务盲目选择合作商家。而由于某些网站对商户审核不严,就会产生

上述问题。

“发展速度是行业性的,而团队管理水平是反映企业发展的重要指标。”该人士表示,企业应增强团队管理,并且完善对商家和用户的服务体系。爱帮团售出假鞋后,曾在致消费者信中表示,将“汲取此事的经验教训,优化内部管理流程,进一步加强商户监督、管理工作”。似乎也验证了这一说法。

也有业内人士认为:“无论是团购涉嫌售假,还是此前曝出网站恶意挖脚,都体现出这种比较浮躁的行业现状。”因此,消费者在购买过程中依然要拥有一双“慧眼”。

记者注意到,现在有很多团购网站都加入了“网信认证”和“商务部电子商务中心信用认证”。业内人士普遍认为,第三方认证可在一定程度上对团购市场起到规范作用。目前,同时加入这两项认证并获得较高评级的团购网站虽然不多,但诸如满座网、点评网、拉手网等规模较大的团购网站都榜上有名。商报记者 崇晓萌

## 明星效应显现

### 杨幂代言走秀网性感广告亮相

继姚晨代言赶集网、黄晓明出演凡客广告、葛优加盟拉手网广告之后,奢侈品时尚网站走秀网的“杨幂出浴”广告近日也出现在了北京地铁里。互联网时代的明星效应日益凸显。

VC支持下海量出现的互联网品牌开始进入极度竞争时代。占据品类位置、选择明星代言,利用明星特质与品牌建立关联,成为诸多互联网品牌赢得消费者心智的法宝。

姚晨骑驴赶集喊出

一句“啥都有”,帮赶集网在分类信息管理领域梳理出一块天地。葛优更是以亲民的姿态代言拉手网,说的就是团购的特色。一时间,明星代言风靡互联网品牌。业内人士评价说:“明星代言是一种品牌策略选择。在好产品、好服务之外,重资本和差异化的策略可以提高行业竞争门槛。”

“这与烧钱无关,我们的目的是狙击。并不一定轰炸式地投很多广告。”走秀网解释,此次杨幂拍摄

的这组广告片传递了在消费升级的时代,消费者可以享受消费、尽情地拥抱时尚的信息。让登录xiu.com变成大家的习惯,走秀网占据的就是在线时尚百货这一阵地。

走秀网副总裁马晓辉介绍说:“邀请杨幂出演的走秀网广告会在2011年分夏、冬两季发布。夏季的立意将杨幂热辣、性感的清新形象与走秀网时尚在线百货定位结合,提倡品牌时尚消费。”

商报记者 白森森

## 团购网站开始注重打造软实力

易观国际最新发布的团购行业调查显示,今年,团购企业竞争态势开始有明显向线下转化的趋势。大规模的户外广告竞赛将告一段落,而领先团购网站已经开始注重服务水平的提升和未来差异化模式的塑造。拉手网开始积极拓展多品类服务;美团、24券等网站则定位于本地生活服务电子商务平台,对

于重点城市的本地化业务运营将更加落地。

在易观国际4月份团购业统计数据中,24券团购网的页面销售额已经超越了美团,跃居中国团购网站排名榜的第二位,紧逼行业首位的拉手网。18日,24券又推出“精品商城”,旨在“趁热打铁”。

在经历了3个月的狂热后,团购客已逐渐冷静下

来。铺天盖地的广告已经不再是引导消费的主力,超低价格的团购项目也不会再引起万人抢购。项目质量和商家口碑成为了消费者考量团购网站的主要指标。

《福布斯》此前发布评论表示,面对中国互联网的泡沫,大量烧钱并不能最快地抢占市场份额,品牌效应才是最有效的应对方式。

商报记者 崇晓萌



## 热烈祝贺 北京稻香村荣获 全国五一劳动奖状

北京稻香村拥有110家连锁店,一个物流配送中心,300多个销售网点和独具特色的社区连锁店体系;一个占地200亩、建筑面积15万平方米的现代化生产基地;生产糕点、肉食、速冻食品、月饼、元宵、粽子等特色食品,共16大类600多个品种。

