

网络团购: 便宜背后暗藏麻烦

本报见习记者 刘志浩



“网络团购真好呀,我是忠实的‘团友’。”11日,家住济南文化东路的林小姐指着眼前的眼霜告诉记者,“这个是我刚刚‘团’来的,原价300多元,只花70元就买到了,正品,绝对超值。”林小姐告诉记者,网络团购兴起后,她的衣服、化妆品基本都是“团”来的。

日前,济南一团购网客服小李接到一个电话,让他感受到了网络团购的热度。一位60多岁的老人不知从哪打听到他们组织团购的消息,也想参加进来,但老人不会上网,也不知该如何交钱,于是就电话咨询。

从今年上半年开始,团购网雨后春笋般在各地生根发芽。随便登录一家团购网,“原价102元的大餐,仅需49元”、“原价1680元的瘦身套餐,0.1折即可享受”等推销口号会扑面而来。价格优、折扣多,让人难以抗拒。

探因

商家图个啥

网络团购让“团友”兴奋不已。那么,与团购网合作的商家们,打的又是什么算盘呢?

据维团网创始人康康介绍,在该团购网所接触的合作商家中,大致分为两类,“大商家看中的是广告效应,希望通过给‘团友’好的消费体验,带来更多的回头客。而规模小的商家,目的是营利。”

一些经营生活服务类商品的商家表示,团购网站在一定程度上解决了推广渠道的问题,所以愿意与其合作。

F团总裁林宁在接受采访时曾透露:“我们卖了5元钱的水煮鱼,之前就清楚地告诉商家这个就等于做了一期广告,商家只要理解这个就会很好地配合我们。”

团购导航网创始人王启亨接受媒体采访时表示,团购网站这种高度精准的推广渠道,具有传统广告无可比拟的优越性。但对于商户来说,最大的诱惑其实是推广费用会从最终消费的额度中进行分成,既不需要新的投资,也不会影响原有的价格体系。(刘志浩)

消费人群

七成以上是女性

“我‘团’的东西,绝大部分是吃的。”济南的高女士告诉记者,她平均每个月会在网上团购两三次。“吃的东西可以一次性消费完,不像衣服、化妆品,一旦出现质量问题,协调起来很麻烦。上个月‘团’了一家比萨店的券,原价98元,团购只要32元,太划算了。”

在北京移动公司工作的小王和男朋友都很喜欢看电影,“以前只有在打折的时候才舍得去看,一张电影票80元,太贵了。”后来,小王听说能团购电影票,她就试着“团”了几张,“原价80元,现价只要33元”。

记者从济南几家大型团购网

了解到,热衷网络团购的人群中,七成以上是女性消费者,“25—30岁之间,没生孩子或孩子很小,收入相对固定,有购买欲望但又希望省钱的女性,是目前团购的绝对主力。”维团网创始人康康对记者说。

正因如此,目前餐饮、美容、健

身、旅游、摄影等团购热门产品主要都是针对女性群体。对此,网友“似水骄阳”开玩笑说:“七成以上是女的,另外三成‘男团友’买下来是为了送给女生。”

记者随机采访了10个“团友”,其中8人是女性,只有两位男性。他们“团”过几次游戏币。

千团大战

“大鱼吃小鱼”的洗牌已经开始

今年1月16日,闯荡网络世界多年的冯晓海创办了国内首家Groupon模式(美国人梅森所创)团购网——“满座网”,并开通了北京、上海、青岛三家分站。

3月4日,校内网创始人王兴创建“美团网”,第一张单子是“50元体验4杯葡萄酒,兼免费传授品酒知识”。从这天的零点到23点59分,这份五折套餐共卖出79个。

随即,窝窝团、F团、拉手团、淘宝“聚划算”等团购网接连创

立,餐饮、化妆品、健身卡、电影票,越来越多的产品出现在团购网上,并以低廉的价格吊起年轻一族的胃口,尝鲜者不断加入。

团购网兴起,专门收录团购网的团购导航网应运而生。5月9日,国内第一家团购导航网创立。目前,该网站收录了上千家团购网站,几乎囊括了国内所有的团购网。

眼下,团购网站发展出现新局面,大型团购网因资金雄厚,

提供产品和服务相对更有保障,吸引了越来越多的消费者,优质团购资源(如大酒店、大型美容机构等)也不断向这些网站倾斜。

“不同于先前的‘百团大战’,我认为网络团购业‘大鱼吃小鱼’的洗牌已经开始。”济南最早的团购网站之一——维团网的创始人康康告诉记者。“之前虽然也有全国性的网站,如美团网、拉手团、F团、QQ团等,但它

们在与地方团购网站的较量中占不了上风。”不过,随着网络团购门槛越来越高,全国性网站的后发优势逐渐显现,青岛、西安等地的市场基本都被这些大网站占领。

团购网市场目前已过了“群雄逐鹿”的时代,大型团购网开始瓜分地盘。创新工场董事长兼首席执行官李开复认为,1000多家团购网血拼后会剩下约10家有规模、能营利的。

鼻祖

Groupon模式

2008年,美国芝加哥诞生了一家名为“Groupon.com”的网站,它以极其简单的团购模式,只用了7个月就实现了盈亏平衡,第一年便有了5000万美元纯收入,2010年预计收入将超过5亿美元。“网络团购”从此走入人们视野,“Groupon.com”被尊为网络团购的鼻祖,也是中国团购网的榜样。

“Groupon.com”创建者梅森并非硅谷中人,他毕业于美国西北大学音乐系,曾经的梦想是成为一个摇滚音乐家。

“团友”之苦

部分网站收款后玩蒸发

尽管消费者从网络团购中得到不少实惠,但由于一些网站或盲目追求团单的数量,或急于扩大网站影响力,前期对商家资质审查不严,导致消费者通过网站团购的产品、服务与网站所宣传的不一致。

网友“踢踏舞”告诉记者,她团购了某理发店的优惠券,该店声称可以让消费者低价享受“中

国美发优质品牌连锁”式服务。“踢踏舞”到了理发店后却发现,店面非常小,总共也就十几个平方米,卫生条件很差,工作人员态度也不好,跟网上宣传的有天壤之别,于是她转身就走。

还有一些所谓“团友”盯上了团购商品低廉的价格,大量低价购进,再以低于市场价的价格售出,在一定程度上影响了团购

的信誉。据报道,济南某影院的电影票通过团购售出15000多张,但很大一部分被“倒票党”搞到手,高价转卖后赚取中间差额。有律师表示,这种倒卖行为一旦造成纠纷,消费者利益难以保障,对团购网信誉也会造成不利影响。

据统计,2010年以来,中国电子商务会主办的315消费电子投诉

网收到团购方面的投诉共计850宗,在第三季度投诉势头尤为猛烈,主要集中在货不对版、商品假冒伪劣、发货不及时、收款不发货、虚假宣传等方面。还有不少消费者反映部分团购网以低价产品先骗取信任,收取货款后便人间蒸发,或者以团购失败的名义诱导“团友”再次支付货款。

各方支招

应留存消费凭证

针对网络团购中出现的问题,济南中正荣凯法律事务所的李庄国律师坦言,目前我国在网络购物方面的法律尚不健全,不少人向他咨询相关问题,但真正解决的问题却很少。消费者在网络团购过程中一旦发生纠纷,若走法律途径,将面临两方面问题:一是网站只有网

址,导致被告难以确定;二是诉讼成本较高,费时耗力。

李庄国律师建议,消费者在网购过程中,一定要留存消费凭证,如发票、小票等,同时,选择一些信誉度高、口碑好的大网站进行物品购买,尽可能到实体店查看相关物品,是否与网站宣传相

符。

维团网的创始人康康表示,实现健康购物,网站要自律,要严格审查代理商资格,同时国家也需尽快出台相关规定,规范网络团购市场。他建议消费者尽量不要去无资质保障的小团购网,对于一些价格明显低于市场价的产

品,要保持足够警惕,擦亮眼睛,避免上当受骗。

还有资深“团友”表示,网购过程中一定要理性,尽量减少购买不必要的物品,这样遇到纠纷的几率就会降低。同时,多跟其他“团友”交流,购物过程中遇到问题,及时找网站反映。

