

快手 记录了了不起的中国人

夏装打折出清 你买对了吗?

■本报记者 王明哲

8月,是夏装出清低价打折的尾巴。近日,记者走访天津各大商场发现,不少夏装品牌在低价打折。对于消费者来说,现在不失为低价入手夏装的好时机,除了仍然可以美上半个夏天之外,经典款即便来年继续穿也不过时。品牌因换季而低价出清夏装,确实可以让消费者享受到更优惠的商品折扣,但消费者必须要掌握一些窍门,真正实现低价入手好货。

大量夏装低至3折

在大悦城、伊势丹、恒隆等大型商场里,许多服装店的玻璃上都贴着硕大的“打折”字样,在整个商场各式各样的海报里,夏装出清低价打折海报最为抢眼。

8月接近尾声,在各大百货店和购物中心内外,都可以看到夏装低价出清的海报。具体到各服装品牌,尽管商场海报折扣大部分呈现全场品牌商的最低折扣,一般数量较少,但如今的打折力度也都较大,一般在5折或以下。记者在走访中看到,快时尚品牌MANGO的折扣为3折至5折、中端品牌ochirly的折扣为5折至7折、ZARA的折扣为3折等。

与此同时,记者在走访时发现,现在各个服装品牌店已陆续上新秋装。部分品牌如ONLY、VERO MODE等已进入秋季新品销售阶段,早已结束夏装清仓活动。ONLY的店员向记者表示:“一般6月就开始夏装换季,8月打折的已经很少了”。

某女装品牌店铺负责人向记者透露,夏季新品在4月开始上新,每两个月上一次新品,所以清仓活动一般从6月中旬就开始。消费者在6月中旬到8月初这一个半月内,能够享受到4月至6月和6月至8月出品的夏装出清低价折扣,紧接着8月就开始上秋季新品。

而整体来看,各个品牌店虽然集中有较低折扣的出清款式,但数量其实较少,平均只有一两个服装架上是打折款,衣服的款式也相对一般。部分店员表示,这些打折的衣服都是不太畅销的款式,且剩下的件数也不多,部分甚至是断码。但记者在走访中发现,打折衣服的码数基本上还是比较齐全。除此以外,不只是夏装清仓,有部分商家会把今年春季卖剩的衣服拿出来促销。

消费者乐见好价格

说起夏装打折力度之厉害,市民小文深有感触,因为前两天她就买到了超值的衣服。“我买的衣服是一套运动装。当时试穿的时候就觉得很适合夏天运动,但是看了标价要500多元,觉得贵了。”小文笑着说,“后来热情的店员过来和我说,这套衣服是可以打三折,我一算才100多一点,当时就有点心动了。”

就在小文打算买下这套衣服的时候,店员问她是不是第一次来这家店购买衣服,最近店里有一个微信活动,主要针对新客户,新用户只要通过微信摇一摇就可以得到一定价格的红包。“最高60余元,最低都有30余元”,小文一听可乐坏了,因为这还真是她第一次来这家店消费。

“我当时就使劲摇微信,没想到让我摇到47元。”最终小文以100元出头的

价格买下了这套运动装,“去网上买一套好一点的运动装也要这个价格,更何况这是牌子商品,瞬间觉得自己赚了。”这次购物给了她很大的惊喜。

品牌促销,价格实惠,一些平时觉得稍贵的衣服在打折,恐怕最按捺不住的就是广大女性同胞。“觉得衣服好看,吸引力度大,我还是会选择购买的。”市民王小姐说。

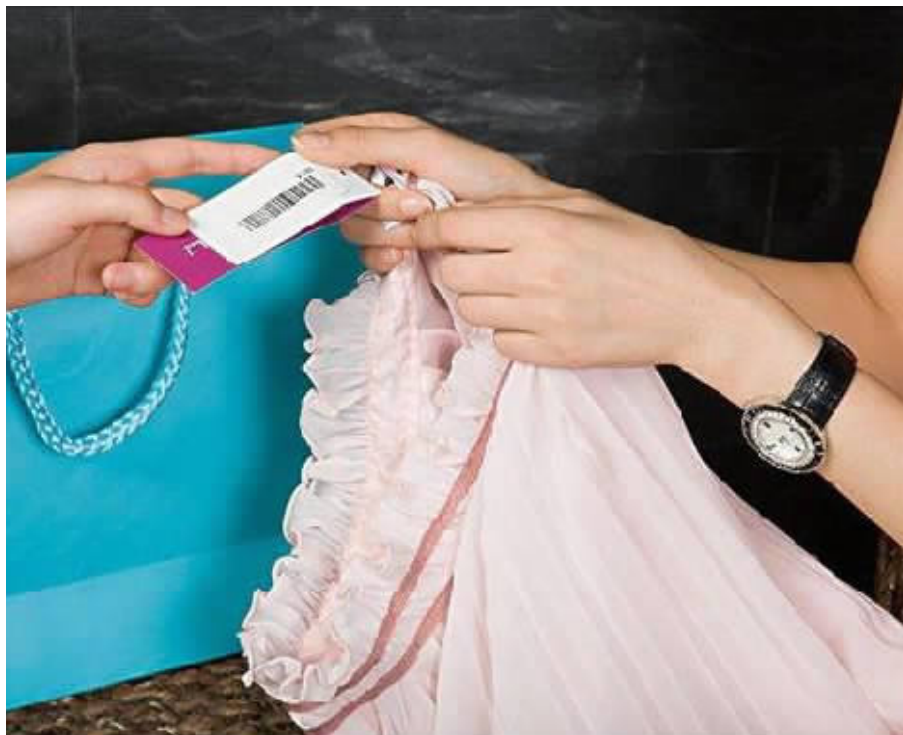
线上线下一起打折

打折促销吸引最多的还是一些对价格比较敏感的消费者。如今服装的销售早已不止线下实体店一个渠道,同样包括线上的天猫、京东旗舰店。为了获得最划算的价格,记者比较了打折商品线上线下的价格。记者注意到,对比官方渠道,即便在打折期间,线下和线上的价格基本是保持一致的,部分产品甚至存在线下的打折价格还要低于线上价格的情况。上述店铺负责人告诉记者:“现在都是线上线下统一调配,就官方渠道来看,一般不会出现线上价格低于线下价格的情况”。

记者也随机对一些女装品牌进行了比较,包括伊芙丽、E·LAND、ochirly、I.T、GUESS、Five Plus等,线上和线下的价格基本一致。此外,记者注意到,部分品牌在线上也是以折扣方式来进行降价,如品牌的天猫旗舰店会以聚划算的方式使线上商品降价,从而保证线上价格和实体店折后价格相同。如Teenie Weenie的某件印花T恤,线下标签价是598元,打5折后是299元。记者查看Teenie Weenie的天猫旗舰店,发现该商品加入聚划算活动,活动价就是299元。不过,有时电商平台也会有相关的促销活动,在执行电商平台的优惠政策情况下,产品的线上价格可能会比线下便宜。

值得注意的是,小部分的品牌其线上价格甚至要高于线下价格。在线下实体店,商品在标签价的基础上进行了打折,但线上依然维持标签价,未能有改变。比如,伊芙丽线下标签价498元,打6折后价格为299元,但该商品在伊芙丽天猫旗舰店的价格依然为498元,没有任何活动与折扣。

一些原本没有网店的品牌,也开始重视网络销售。7月,美国休闲品牌Abercrombie & Fitch(A&F)宣布独家入驻天猫,开设Abercrombie & Fitch旗舰店,A&F旗下男装、女装、童装等全系列经典款以及天猫定制款一同上线。目前,Abercrombie & Fitch旗舰店所售商品已经达到692种。天猫商城页面显示,A&F服饰的销量前几位均来自Abercrombie & Fitch官方旗舰店,一款售价254元的男款T恤排在销量首位,成交量已经达到了293笔。



新旧款、活动价要分清

夏装低价出清并不是线下实体店的专属活动,线上的各种品牌商也同样发力低价促销夏装。许多消费者因线上购物便利,而选择参与线上的夏季出清促销活动。但线上仍存在不少错觉和假象,比如划线价格对比未划线价格,相差幅度较大,从而给消费者营造降价幅度大的错觉。

以I.T服装品牌的出清价格为例,记者在天猫上查询商品价格,页面显示其划线价格为299元,未划线价格(即促销活动价)为240元。如果就此而论,二者金额相差幅度之大,确实对消费者具有一定的吸引力。但事实上,240元的促销价似乎并非真的那么便宜。记者通过比价软件观察该款T恤的历史价格,发现在此次促销前不足一个月的时间内,T恤曾有过持续一段时间的150元低价。

在2015年6月发布的《国家发展改革委关于禁止价格欺诈行为的规定》有关条款解释的通知中提到,“原价”是指经营者在本次促销活动前七日内在本交易场所成交、有交易票据的最低交易价格;如果前七日内没有交易,以本次促销活动前最后一次交易价格作为原价。

在线上购物中,误把划线价格当做原价是消费者最直接的反应,消费者需注意,电商平台的划线价格并非原价。如上述商品在天猫旗舰店展示页面底部有一个价格说明,里面强调,划线指商品的专柜价、吊牌价、正品零售价、厂商指导价或该商品曾经展示过的销售价,并非原价。而该款T恤在实体店的标签价就是299元,所以说I.T品牌的划线价格实际上是标签价,而非近期商品的线上销售价格。

除提高促销前的商品价格,服装品牌商也有可能把往年的库存放到此次夏季出清活动中进行促销。互联网服装品

牌“阔色”在天猫旗舰店促销的某款牛仔长裤,商品页面显示为2017秋装新款,但记者翻阅商品的相关评论,发现有消费者在2016年10月和11月发表过评价,而评价的发表必须是在购买商品、确认收货后方能执行。由此可见,这款所谓的“2017秋装新款”也并非今年新款,极有可能是去年留下的库存品。

少数商家用低价“博噱头”

“全场2折,欢迎进店选购。”店员的熱情,让小童走进了一家品牌店,颜色跳跃的夏季服饰一下子吸引了她的视线。在店员的推荐下,她看中了一条连衣裙,进入试衣间试衣服。

“你看,衣服很合身的,穿在你身上很好看。”店员的赞美,小童嘻嘻一笑,“价格是多少?”“你这件衣服是新款,要1580元。”小童一听不禁疑惑,忙问道:“不是说打折吗,怎么要这么贵?”面对她的疑惑,店员解释道:“这是我们昨天才到的新款,原则上是不打折的,打两折的在这边。”顺着店员指的方向,小童一看,感觉是一些过时款式的衣服,她觉得自己有一种被欺骗的感觉,换上自己的衣服,就走出了那家店。

像小童这样的经历,相信很多的市民都有经历过,很多的品牌店打着“全场两折”、“买一条送一条”、“买满多少减多少”等宣传口号。很多顾客被吸引进入店铺了,才发现原来全场两折的衣服就那么几条,而且大多数还是秋冬款;买一条送的那条,都是指定的那么几件过季衣服;满多少减多少的结果是你永远不可能刚刚好凑满他们规定的数字。

“看清商家‘低价’来吸引你的手段,实在喜欢就买,不喜欢也别不好意思拒绝店员的熱情推荐,不买就闪人。货比三家,谨慎购买,总会选到你心仪的衣服。”小童说。