



揪團吧! 網路團購正夯

2010-12-12 記者 陳羽涵 報導



只要上網，就可以買到生活中的大小物品，這股網路宅經濟，發展實力不容小覷。

(照片來源/泡泡網)

近年來隨著網路宅經濟崛起、物價日漸高漲，轉向網路購物的人數逐漸增加。而伴隨這股風潮出現的「團購」現象，更提供了消費者新的購物選擇！

團購的起點是以民眾在論壇自發性地開團為主，從2008年美國出現第一個團購網站並廣受歡迎後，俄羅斯、德國、英國、日本、中國大陸等地也開始跟進。其中，最為明顯的莫過於中國大陸，團購網站從2009年到2010年突然大量出現，大大小小加起來超過2000家，這或許可以解釋為是為了因應中國廣大市場而出現的現象，但不可否認的是，團購逐漸吸引人們的目光。



團購的項目無奇不有，在大眾眼中有著昂貴印象的鑽石也可以團購！(照片來源/西祠胡同)

買越多賺越多的團購哲學

何謂團購？簡單地說就是買越多賺越多，不僅可以利用集體購買的行為向賣方索取較多折扣，也可以將運費、手續費等集體分擔，所以跟傳統消費行為相比，團購是較為省錢的購物方式。根據資策會2010針對台灣網友網路購物行為的調查指出，每月至少團購一次的網友占18.5%，其中又有42.9%是因價格較為低廉而選擇團購，不難發現，「省錢」是網友們的共識。大致瀏覽網路上的團購平台，不難發現團購的商品非常廣泛，小至零食、小吃大至家電、汽車都有，生活中的食衣住行育樂都可以在團購中獲得滿足。當你想要購買一項物品，但卻因為價格昂貴或沒有時間而望之卻步，那就揪團吧！

以台灣來說，團購的平台相當多元，可以是左右鄰居街坊或同事、可以是PTT合購版，更可以是近來流行的團購網站。身為家庭主婦的陳媽媽就表示她經常和隔壁鄰居一起團購美食小吃，不僅

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思享 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

東西好吃而且還很方便，「我就常和隔壁的黃太太、劉太太一起團購，不僅可以不用出門買菜，東西也比我自已煮的好吃，老公和小孩都很愛。」由此可知，團購之所以吸引人是因為它提供的不僅僅價格上的優惠，它也給予人們更多的選擇。在陳媽媽的陳述中可以發現，團購除了讓陳媽媽用便宜的價格買到食物之外，也使她不用侷限於自我廚藝或是區域上的限制，享受其他地方的美食。

小心!便宜背後的商家花招

然而也有消費者認為雖然團購即使便宜又方便，但卻會因為大量購買而品質下降，台中教育大學賴同學說：「網站都說兩人同行只要599就可以享受到原價1000的美食，但是實際去了之後才發現，它雖然標榜是兩人的套餐，但實際餐點卻只夠一個人吃，根本沒有比較好。」所以消費者在享受優惠的同時，卻也有可能因而受到損失，商家利用這些優惠抓住消費者的心理，卻在履行時提供與消費者認知相差甚遠的服務，這樣的行為是否稱得上是一種欺騙呢？

針對這項問題，消基會表示：「在團購前消費者需確認 1.對團購商品要先有初步認識，以降低交易風險2.清楚查證業者背景 3.確認團購平台有無過濾網路詐騙機制4.了解業者維護消費者隱私的做法 5.查詢業者有無建立消費爭議處理辦法 6.確認付款安全機制 7.交易資料需清楚紀錄並保留，如經上述的確認之後還是產生問題，根據消保法第19條規定，消費者得以在取得產品後7天內，不需任何理由，要求解約、退貨與還款。」因此，根據消基會的回答，消費者應在事前做好完善的資料蒐集工作，但若在消費時感覺到自身權益受損，仍可向消基會反映。



「限時團購和優惠」的標語抓住消費者不喜歡錯失良機的消費心理。(圖片來源/團購麻吉)

除此之外，商家所提供的「限時限量優惠」也會讓消費者產生衝動性的消費行為，賴同學表示：「看到的時候就只會覺得好便宜，又看到限量，怕自己買不到，又想說反正那麼便宜買回家就算不到也沒關係，但之後就會覺得很占空間，覺得自己亂花錢，之後還要騙那男朋友或是朋友送的。」然而，綜觀目前的社會消費型態，這個問題僅侷限於團購嗎？這個現象其實是所有消費環境所共有的問題，根本的原因來自於消費者，若消費者不能在消費時理性思考，那麼無論是傳統消費或是新興網路團購，都會造成同樣的問題。

精打細算 才能真撿到便宜

面對網路時代的來臨，傳統實體店面的經營模式也逐漸開始改變，團購網站提供傳統經營業者一個發展平台，不難發現他試圖創造的是一個消費者、商家、網路平台三方共享利益的環境。然而，前陣子PTT上卻爆發一件主購利用團購謀取利益的事件，在過程向跟團的人吹抬運費運量等價格，從中賺取不當的利潤。即使目前這問題仍不普及，但由此可以發現團購以後可能衍生的弊端，面對如此的團購環境，消費更需留心注意！

團購做為一個新興的消費模式，改變以往傳統消費裡消費者多為弱勢的局面。然而不管是傳統或是新興的消費模式，只要消費者擁有理性的思考與判斷，就會是最大的贏家！你今天團購了嗎？



變化自如 幕後的聲音演員

資深配音員蔣篤慧，娓娓道來身為臺灣配音員的酸甜苦辣。

追本溯源 探究大地之聲



大地音樂製作人吳金黛，藉著音樂的力量，使聽者重新審視自我與土地之間的連結，並以尊重的態度看待生命。

