

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：刘紫瑜

学号：W19194053

学校院系：国家发展研究院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

## 关于双十一预售的经济学本质探究

近年来，双十一在各大电商平台的倾力打造下已成为全民的购物狂欢。早早做好了攻略、把心仪的商品加入购物车，在零点到来、准备付款的一刻却收到提示“您挑选的商品已下架”、“网络错误，请稍后重试”……针对这种状况，今年双十一商家纷纷玩起了“预售付定金，当天付尾款”的新套路，淘宝、京东等主流电商平台提早启动双十一活动，在 10 月份开启各种预售活动，通过预售提前锁定用户购买力。淘宝提供定金立减的分阶段付款预售，京东提供定金翻倍、定金抵现、尾款立减、件数阶梯等预售形式。

预售的一大好处是对平台压力的疏解。首先，预售流量是对双十一时期流量的有效预测，以便电商提前准备足够的带宽和服务器资源。预售要求消费者提前交定金，并放宽了补交尾款的时间期限，从而缓解双十一当日的瞬时流量压力。另外，平台通过预售提前掌握订单量，可以事先调动相应的快递资源，缓解物流体系的压力。

预售也方便了商家和消费者。预售一方面能够帮助卖家提前获得一部分资金，同时通过预定量来预测商品的需求量，另一方面通过展示预受商品来提高商品的曝光率，进而提高销量和顾客购买的网络外部性，抢占商业先机<sup>[1]</sup>。而消费者提前在预售期间的任意时间点上交付定金，就可以免去在特定时间点上定闹钟、拼手速的麻烦，用较低的沉没成本换取到良好的购物体验。

从双十一期间网络上“尾款人”的动态不难看出，加入这场狂欢的主力军大多具有这样的特点：与收货时间相比，消费者对商品价格更为敏感，因此他们乐于花时间算清复杂的预售规则；对预售商品喜爱程度较高，具有强烈的购买冲动；具有一定的风险偏好，由于预收定金本身存在沉没成本，我们认为现货比预售更易规避风险。<sup>[2]</sup>因此双十一预售的运作机制可以概括为：通过复杂的满减、返券、购物津贴等优惠规则区分消费者，根据消费者的行为

偏好，实施价格歧视策略，以达到扩大整体消费量的目的，最终实现国内的消费大循环。

双十一购物节降低了商家、消费者和购物平台三方的交易成本，是助推三方利益达到最优化的良好契机。但双十一的种种乱象，也暴露出供给侧和需求侧的矛盾：对于商家而言，热销商品的库存不足；对于平台而言，同时下单导致网络系统瞬时流量压力巨大，快递爆单、包裹无法及时送达，加大了物流体系的压力。对于消费者来说，熬夜拼手速、还存在着抢不到心仪商品的风险，购物体验差。

从本质上看，预售模式是通过缓解供给侧和需求侧的矛盾，实现资源的优化配置。商家和平台采用预售的方式变革自身，围绕消费者需求这一基本出发点，提供多元化的服务，增加劳动要素的有效投入。预售增加了供给侧和需求侧的互动，给商家和平台提供了充分发挥自身积极性和创造性的时间和空间，减少无效和低端供给，并扩大有效和高质量的供给，提高全要素生产率，从而促进消费总量的增加。提高供给体系质量，助力供给侧改革，实现资源的优化配置。

进一步看，在短期内，商品生产能力、网络信息技术和物流运送能力还受到技术水平的限制，电商平台的“生产力”一定时期内不会出现明显的提高。但可以通过供给侧改革来改变生产关系，使得生产关系反作用于生产力，并在其自身调整发展到一定程度时，助推生产力的发展。

当然，根据《2020 年“双十一”消费投诉数据报告》，近 60%的购物平台投诉量涨幅也暴露出预售中的信用风险问题。对于供给侧，物流成本提高的涨价风险、平台“二选一”霸王规定的经营受限风险和因为营销延长愈演愈烈的正反双向的“暴力”刷单风险增加了商家的压力，恶化营商环境。对于需求侧，虚假让利的促销风险、“电商专供”差别供货风险和海淘商品以假乱真风险也会损害消费者权益，削弱其购物获得的效用。

可以想见，在未来，随着商品生产、信息技术和物流体系生产力水平的进步，以及信用环境的改善，预售模式还会被新的销售模式取代。

2000 字

**WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本文字和以下内容消失)**

**成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ:  
3049816538**

---

<sup>[1]</sup> 朱婷. 预售模式下考虑消费者行为的 E-供应链决策研究[D].中国矿业大学,2020

<sup>[2]</sup> Drazen Prelec, George Loewenstein. The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt. 1998, 17(1)

2000 字