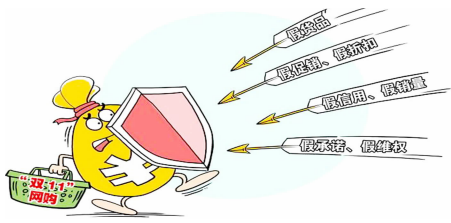


『双11』电商应多些创新少点『套路』

奉上剁手攻略
坚持理性消费



本版文字 记者 杨一之

最近，天猫的“双11”预售开启，铺天盖地的促销活动席卷而来，兰溪的剁手族们也开始忙着添加购物车，只等一次清空。

近年来，“双11”“6·18”等促销节，正成为众多电商和零售平台提升销售成绩的“黄金节日”。仅去年，中国网络零售市场额就突破7万亿元，年度促销节、线上线下融合成为新的助推力量。然而，历经多次电商促销之后，消费者已变得成熟，对电商促销也有了新期盼：多些创新，少些“套路”。

促销规则五花八门很“烧脑”

距离“双11”不到半个月，网上各商家纷纷开启各种促销活动吸引消费者，预售、定金膨胀金、领取购物津贴等。与往年相比，今年各家网站的规则都不尽相同，且花样更多、玩法更复杂。许多市民表示方式虽然奇特，但还是不如降价来得直接。

打开淘宝网上商城，“双11”主会场中“提前抢大额优惠券”“前1万名享超值赠礼”“瓜分10亿红包”等字样十分醒目，多数商品的实际售价优惠力度不小。某品牌专柜价近800元的大衣，实际销售价格仅为398元，便宜了一半。

但记者注意到，商家标出的价格仅为预售价，消费者需在11月10日之前付定金140元，并在11月11日内支付尾款。

更有意思的是，这只是商店的基础活动，店里还推出定金翻倍活动，即部分参加抵3倍定金款的商品，拍下后，会标出翻倍金额，例如定金50元，翻倍金额100元。商家表示，如果拍下了自动抵一倍定金的商品，收货后可联系商家退定金100元。

记者随后点进了其他店铺看到，参与“双11”活动的商品有不少都是预售，要抢优惠券、付定金和尾

款后，商家才发货。支付定金后，如果未在规定时间内付尾款，则购买不成功，定金不退还。

“太复杂了，先不说预售价格是否真的在原来基础上打折了，就是真的要买，也要花时间研究才弄得懂这些规则。”90后网购达人小马表示，近两年，“双11”的促销活动越来越复杂，费时又“烧脑”，往年简单的直接打折降价鲜见。

再如苏宁易购，10月17日零点开始推出抢先购活动，与“双11”同样的力度；10月30日有主打低价正品的拼购日活动；11月1日有全品类超级秒杀日活动；11月8日有

第二场拼购日活动；11月10日~11日有超级秒杀日。而在京东商城，10月25日至31日为预热期，PLUS Day、全球品牌日、母婴日将轮番登场；11月1日至9日为专场期，吃货日、男神日、家电日、超市日、家居日、3C日，每天都有不一样的主题购；11月10日至12日迎来高潮期。

“活动一波接着一波，比奥数还难！计算能力不好连东西都不会买了。”市民小王吐槽，自己一碰到各种让人眼花缭乱的用券规则就头晕。

消费者网购趋于理性

十年“双11”，网友从最开始的凌晨蹲点“手速网速双拼”，到如今的“洗洗睡”，这也与消费者网购更理性有关。

从前每年都会参加“双11”的市民周先生说，他去年就遇到过预售价比“双11”当天价格贵的情况。“优惠条件有限制，反悔后定金退回困难，这些情况让购物体验大打折扣，原本属于消费者的狂欢节已经变成了商家的狂欢。”周先生表示，今年他不想再参加网上商城的活动了，相反会更留意一些品牌实体店推出的折扣，换种方式过“双11”。

“同品牌同款的网店价格只是实体店的1/3。但我购买后才发现，

虽然看起来一样，但在材质上感觉差距有点大。”市民陈小姐怀疑，去年“双11”自己买到了电商专供商品。电商专供是指一些厂家为了解决线上、线下的矛盾冲突，不得不进行产品差异化布局。大部分电商专供商品一般是价格较低而品质稍逊的商品，可以说是“一分价钱一分货”。

去年，中消协跟踪了京东、天猫、淘宝、网易考拉、拼多多等16家电商平台，发布了《“双11”网购商品价格跟踪调查报告》，在参与去年“双11”促销活动的539款非预售商品中，高于全年最低价的有33个，持平的有388个，也就是说，

不在“双11”也能以同样或者更低价格（不考虑联动情况）买到的比例达到78.1%。其中，先涨价后降价、虚构“原价”、随意标注价格的情况较为突出，促销虽然有价格优惠，但部分商品的打折力度并没有它宣传的那么优惠。

“‘双11’让利给消费者，幅度还要大，商家又不能做亏本买卖，看起来折扣很低，实际上只是玩数字游戏。”一位曾在网上开店的老板说，有些店家会同时几个活动叠加，然后在页面上显示一个预估到手价，看上去很便宜，但那是要在价格凑得非常理想的前提下，不然很难达到商家所说的预估折扣。

“一款英国梳子，‘双11’付定金最低价要110元，‘6·18’电商节，90多元钱。”微信好友向记者发来了截图。“商场每隔一段时间搞促销，除了‘双11’以外，‘6·18’之类的节庆不断，稀释了‘双11’带来的井喷效应。”一业内人士分析说，此外，还有一些电商平台的促销“套路”很多：有的因促销降低商品质量，借机以次充好，以假充真；有的先涨价再打折；有的通过虚构交易、成交量或者虚假用户评价等虚抬商品信誉……种种“套路”让消费者对电商促销节的兴趣大减。

剁手前做好“防坑”攻略

“双11”扑面而来，既然剁手忍不住，那就“防坑”攻略做起来。

“定金”不等于“订金”。目前，不少网店已推出了“双11”“特权定金”，付款购买优惠资格。根据《合同法》的规定，“定金”属于一种法律上的担保方式，如果付定金一方没有履行债务，就无权要求另一方返还定金；“订金”不

具备定金所具有的担保性质，可视为“预付款”，不具有明显的担保性质。“定金”和“订金”是有严格区别的，“定金”一旦支付，一般不可退的，而“订金”是可以退的。

警惕价格套路。预售价、到手价、销售价、尾款价……这么多“价”你分清楚了吗？比如某商品日常销售价

是399元，“双11”预售价是299元，预售定金是20元，定金膨胀两倍。那么尾款价是多少？到手价是多少？到底打了几折？答案是：尾款价是259（299-20×2）元，到手价是279（259+20），打了7折（279/399）。消费者千万别把尾款价当成到手价，“预估到手价”也不是你真正的购买价。

消费者在购买前，要仔细审阅网页，看清“游戏”规则。包括查看所购店铺参加活动商品是否

可以调换、是否可以七天无理由退货、是否延期发货等。同时，消费者也要与商家约定好相关运费、快递公司、是否进行保价等细节内容，并及时索要购物凭证，对聊天内容进行截图保存等作为发生纠纷时的维权依据。另外，收到商品后一定要先验货后签收，以防损失。如合法权益被侵害，兰溪市民要及时向市场监管部门或消保委投诉。

此外，今年“双11”期间，兰溪市市场监管部门也将聚焦网络集中促销时段以及重点类目、重点对象、重点商品和重点行为，运用网监系统功能进行监控，打击违法。

