

折扣满减优惠令人眼花缭乱,有消费者吐槽:

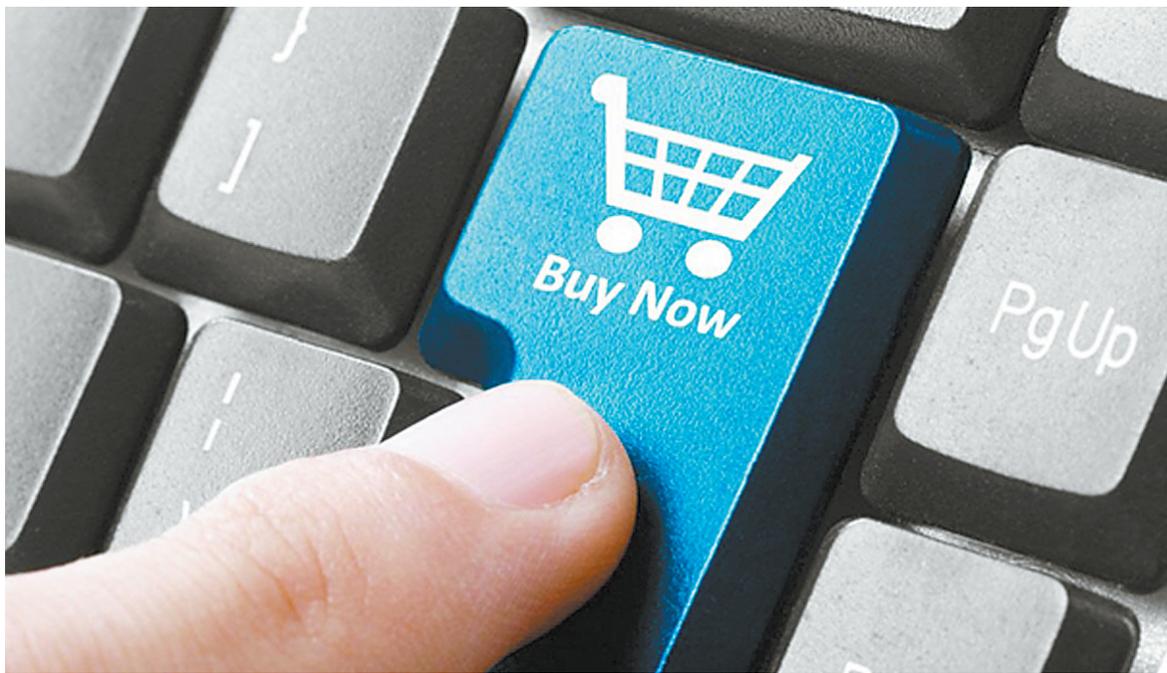
# 没点奥数功底都不配过“双11”?

10月31日晚,“95后”姑娘小韩睡觉前打开手机上的购物App,想给自己添两件新衣,但看着满屏幕的“双11”打折、抢购、优惠券广告,一时犯了难。

“原价1299元,预售价1199元,跨店优惠券每300元减40元,店铺优惠券满200元减30元,预付定金50元享两倍优惠,加购指定商品满200元减20元……”在经历一番复杂的计算和操作后,小韩才下了单。

2021年的“双11”,不少网友和小韩一样翘首以盼。然而,一些平台、商家“乱花渐欲迷人眼”的套路,不禁让他们感慨“复杂规则难坏‘尾款人’”“没点奥数功底都不配过‘双11’了”。

法治日报记者近日调查采访发现,今年“双11”,“商家先涨价再降价,最终折扣商品比原来还贵”“说是满减,当次购物不能使用,还得等到下次购物才能优惠”等问题依然存在,各种优惠规则让人很是“心累”。



## 优惠规则多且复杂 让消费者眼花缭乱

小韩是辽宁营口人,目前在家备考研究生。从大学开始,小韩便在电商平台上频繁购物,每年“双11”期间,都会与室友们一起拼单买东西。

“‘双11’最令人头疼的就是计算优惠方式,电商平台的满减优惠券、商家店铺的优惠券、品牌厂家的折扣券领了一大堆,各种优惠各种规则,付款时常常不知从何入手。如果直接买的话,可能花的钱比平时还要多。”小韩感叹道。

11月2日,法治日报记者进入某电商平台的“双11”领券会场看到,优惠券种类繁多,不同商品种类的优惠力度不同,不同品牌的活动也有较大差异。此外,店铺商家还有折扣券、限时买一送一、全场满赠等活动。

“每年‘双11’我都会购物,领取的优惠券非常多。如果想使用好优惠券,需要将购物车里的商品进行分类,计算出最划算的下单方式。”北京市民谭成深有体会地说,计算优惠的方式实在太麻烦了,浪费了大量时间和精力。

小韩说,满减优惠券的门槛较高,需要购买到一定金额才可以,比如超市满199元减30元,很多时候并不会正巧凑够这个数,就需要额外购买一些商品凑单,凑单的大多是她平时不太需要的东西。

“商家设置满减优惠规则,目的是引诱消费者消费。虽然进行销售模式的创新是商家的自由,但是在其中设置陷阱导致消费者权益受损,则需要依法对商家的行为进行规制。”中国政法大学民商经济法学院副教授朱晓娟说。

中国传媒大学文化法治研究中心副主任程科说:“面对越来越复杂的交易条款,商家应当提供清晰的交易规则,特别是对于促销规则中可能对消费者不利的限制性条件,电商平台有义务进行统一公示,以保障消费者的知情权。此外,对商家的违法促销行为,平台方也有义务制止,并在主管部门对相关商家进行违法查处时,给予必要协助。”

## 商品先涨价再促销 一些满减并不靠谱

“眼瞅着购物车里的面膜从今天下午的800元涨到920元,所谓的大促狂欢,就是这么玩的?!”10月31日晚上,北京市民刘霞在网上发文吐槽。

“有些商品的价格看起来降了,但实际上却是商家先涨价再降价的结果。”小韩说,今年上半年,她买了一件睡衣送给朋友,当时的价格是79元。但到了“双11”期间,这套睡衣已经变成“原价”199元,即使用优惠券仍比之前买更贵。

“近年来,虚标原价行为都是主管部门‘双11’前后价格监管的重点。”北京云嘉律师事务所律师赵占领说,该行为违反了《价格违法行为处罚规定》等,依法应当承担行政处罚责任;同时违反了消费者权益保护法,构成欺诈。

除了价格变动外,隐藏优惠

渠道导致部分消费者无法使用优惠券购买商品,也成为很多消费者所诟病的地方。小韩告诉记者,“双11”期间,有的电商平台宣传页面上显示,进店铺可领取优惠券,但店家却告知,只有在直播间内领取优惠券才有效。

在调查中,记者还发现,不同账号在购买同一商品时价格也会有所不同。以某品牌雪地靴为例,店铺放出的优惠券分别为满799元可减170元、满1299元可减310元、满400元可减30元,但注册会员后还可再领取一张会员专属券—满1200元减200元。同时,是否为“回头客”也可能影响最终付款金额,客服会随机发放额外的优惠券。

在价格设置上,一些商家套路满满。记者调查发现,部分商品页面显示低至××元,当点进

去准备购买时才发现,页面显示的低价只是商品的配件,实际商品价格高得多,仔细查看才发现,××元后还有一个小小的“起”字。

除了满减优惠券外,商家最常做的促销活动还有“买一送一”和“满赠”,很能激发消费者的购买欲,然而其中也充斥着“文字游戏”。

来自云南昆明的任任前几天买了套护肤品,商品页面上写着“买一送一”。但收到商品时却发现,所谓的“买一送一”是买正装送小样。再三追问商家为何不注明,商家对此根本不理睬。

还有的商家会在商品页面上标注,前××名消费者有赠送。多位受访者说,自己从未收到过赠送,到底进没进前××名,到底有没有赠送,只有商家自己清楚。

## 促销方式套路满满 商家行为如何规制

宣称降价打折,但商品“双11”价格却高于平时;付完尾款,商家次日就下调了商品价格……一些受访者提出,商品明降暗涨算不算欺诈?商家的这些行为如何规制?

在程科看来,对于消费者而言,首先要有防范意识,注意预售规则、满减的具体范围、优惠券适用范围、定金退还规则等,避免落入消费陷阱;其次要保存好相关的购物凭证以及与商家的沟通记录,包括电商直播过程中主播提到的商品信息和优惠政策等,留存证据,以便出现问题后维权。

“商家应该对营销规则及相关信息进行及时公开,明确规则与信息的具体内容,做好相关术语的主动解释,对消费者清晰解释优惠与满减等条款的具体适用。信息不对称和对术语理解不

一致,会影响交易的公平性和持续性,甚至可能导致大量交易纠纷产生。”朱晓娟说。

朱晓娟提到,电子商务法中有一个特别重要的原则叫“社会共治”,这就意味着除了依赖平台通过交易规则与服务协议对商家进行规范和引导外,行业协会也应及时出台一些行业自律规则,为商家行为提供行业标准。此外,行政机关应该针对消费者的投诉建立快速反应机制。消费者也应该擦亮眼睛,防范陷阱,有意识地保存消费记录,在权益遭受损害时积极维权。

采访中,不少消费者呼吁,“双11”活动为何不能简单明了,减少套路?

对此,程科分析认为,复杂的促销规则主要是出于平台及商家的商业考量,通过优惠券的分享

等行为增加平台活跃用户,并通过尾款的支付吸引消费者二次购买等。此外,预售的规则也可能是基于确定商品销量,缓解物流压力的考量。

在朱晓娟看来,消费者提出这样的诉求非常正常、合理,商家追求利润是本能,通过创新商业模式实现营利属于经营自由,但当营利行为侵犯到消费者权益,甚至通过创造复杂的交易模式实际损害消费者的合法权益的,该营利行为应该受到法律的规制。

“各方应该共同努力,积极营造健康有序的商业环境,消费者的参与是电子商务发展的动力源,应当在尊重和保护消费者合法权益的前提下,促进电子商务行业健康发展。”朱晓娟说。

(赵丽 杨轶男)