



N 综合北京晚报 扬子晚报

距今年“双11”还有十来天,无论你想不想,在这场狂欢中都难逃促销信息的轰炸。

面对越来越复杂的规则,参与其中的消费者不仅要“做功课”“抄作业”,还要忙着加群、拼团。与此同时,“黄牛党”、“山寨店”也在蠢蠢欲动。

又到一年“双11” 小心陷阱防套路

攻略满天飞 惹人频怀旧

“今年跨店满减的优惠券去哪领呀?”周末,看着自己购物车陆续添加进来的十几种商品,小姚突然想起一个关键问题——平台宣称的满减优惠,印象中往年需要提前用购物积分去兑换优惠券,结算的时候使用。今年翻遍了页面,也没找到领优惠券的位置。

“目前不用领,到时候满金额了会直接减掉。”发出求救信息后,小姚很快收到表姐这位“优惠券达人”的回复。她刚感慨了一句“还好,这样还挺方便”,手机又传来

震动,是表姐补了句叮嘱,“提前一两天很可能会有大额券出来,满一两千减一两百或几千减几百那种,有的话就领,和满减都可以叠加使用。”

“怎么还有个大额券,提前放出来是放在哪里,要不要掐点去抢……”小姚感觉自己的脑袋又成了糨糊,将手机扔在一边表示放弃。经历了多年“双11”,对她而言,伴随“战线”抻得愈长,玩法也愈发复杂,要记的时间节点和新概念名词更是层出不穷。“其实这一次规则还算是简

化了的,我印象中最复杂的是两三年前,组队叠猫猫那会儿,定金膨胀、盖楼返现……页面宣传的到手价怎么也凑不到,想捡点便宜,需要花费大量时间成本。”

今年“双11”,小姚感受到最多的关键词是“攻略”。哪个东西怎么买更加划算,打从10月中旬开始,各种比价价格就满天飞了。和各平台比、和免税店比、和往年“双11”甚至6·18比,还要精确换算到每克、每毫升的价格……社交平台搭上“购买攻略”的帖子都有着不错

的阅读量,但她实在没有耐心细看。

回想起自己首次掺和“双11”,还是在2014年。小姚特意翻出当时的订单——那会儿没有“预售”更没有“抢跑”。11月11日当天下单的三本书,原价108.8元,不需要定金、红包、满减,直接五折54.4元。天猫积分自动优惠0.87元,最终支付53.53元。“其实现在促销后也差不多是这个折扣,却要求你早早关注、提前付款,还得完成各种活动任务,好怀念曾经轻松简单的双11呀!”

体验感打折 囤货恐浪费

磨毛四件套、电饭煲、吹风机……在格格的手手机备忘录中,“双11”“待购名单”已经列了一屏幕,且还在不断添加。对她这种适应了“双11”玩法的买家来说,规则复杂程度并不是门槛,甚至通过加加减减拼凑优惠,可能还是一种乐趣。“最难克服的,是自己看什么都心动的情绪。”

作为独居青年,格格日常消耗各种物料的速度本就不快。家里翻

翻,还能找到去年的卷纸、前年的洗衣液,足够再用三年的粉底。“可是促销信息接连轰炸,只要看上一场直播,你总能挖掘出自己还需要补货的地方,如果不抓住机会就亏了。”

和格格一样陷入矛盾的年轻人不在少数,一边疯狂心动,一边努力收集残余理智,与自身的“仓鼠囤积症”做斗争。社交平台上,不少用户纷纷晒出家中库存图片,尤

其是昂贵的美妆护肤产品,“就为了看直播的时候,摆在旁边提醒自己少买。”有位用户提问,自己的库存如果这次不买,能不能撑到下个“双11”?评论中上演花式劝阻,“醒醒姐妹,中间咱还有6·18”“用不完的护肤品,终将会变成身体乳,你花那么多钱,最后都抹身上不心疼吗?”

除了补充几个粘贴灯带、收纳抽屉、桌布桌垫等家居用品外,孙妍已

经决定今年不再囤货了。“之前买的很多东西,还没用完就有点腻了,只想尽快消耗掉,体验并不好,那种‘每次多用点儿’的紧迫感,无形之中也造成了浪费。”

在她看来,如今商家创建的“消费节”林林总总,除了“双11”还有年货节、6·18、双12……互相之间都会衡量,价格不会相差太多。还是随着心情,随买随用新鲜的更好。

官方不保准 谨慎辨山寨

大促期间、推广之余,不少博主还会出来打假,其对象是电商平台的一些官方旗舰店。可能人们没有意识到,在官方旗舰店里往往也会买到原本想买的那款产品的山寨版。

“收到货我就发现,不仅颜色和之前在推荐图片上看的相差甚远,还有出水不畅的问题,外包装看着却几乎一样。”网

友小果发帖称,自己在某官方旗舰店购买了一款眼线笔,再三追问客服,才发现只是国内厂家的同名产品,与“种草”的那个外国品牌没有关系。

业内人士告诉记者,知识产权具有地域性特征,海外品牌进入中国市场时,需要在我国注册本地商标,并不是在国外拥有了某个商标,在中国就能自然拥有。

那么,如果先于尚未进入国内的品牌抢注本地商标,商家即可向电商平台提供商标注册证或商标受理通知书,从而注册品牌旗舰店。被抢注的品牌后续如果想要入驻国内电商平台,就得换别称的名字才行。

记者发现,商标抢注造成的“品牌迷惑”在电商平台十分常见。虽然这些山寨店看上去钻了

漏洞,但于现行资质流程而言并不违规。询问客服,通常也会对出身如实相告,如无实质性的质量问题,是不能称为假冒产品或虚假宣传的。消费者如果不想被蒙在鼓里,购买前需要了解目标品牌有无在国内开设官方旗舰店,准确名称叫什么,以及查看店铺的企业资质相关信息,再作出具体判断。



新华/图

□ 新闻延伸

“双11”前的保价怎么保 靠谱不?

“我到底要不要在‘双11’之前买这个东西?”“双11”之前的一段日子,有些人感到尤为难熬:当有心仪的商品时,早买早享受,但又怕被“双11”价格“伤害”;熬到“双11”,又怕价格并没有什么折扣,白受了这段时间的煎熬。

因此,最近,不少商家推出了“保价”,希望给消费者一颗“定心丸”。但它靠谱吗?

记者在一些电商平台看到,诸多商家早早就已经在商品页面打出了“保价”“保价双11”“担心买贵?买贵退差”的字样。这些“保价”是怎么“保”的?

一家知名电器品牌的旗舰店打出“保价”字样。记者联系客服得知,目前可以“1

元预约保价双11”,即消费者可以拍下一个“1元保价”,再拍下心仪的商品,如果买贵了,差价可以退还,“保价”时间为180天。记者贴出一台售价6000多元的干衣机的链接,客服明确表示在“保价”之列,并表示现在下单还可以限量送炒锅。

在一家家具店,一款实木床+床垫商家贴出“保价11·11”的字样,但后面也有说明,“每天限30张”。

一款懒人沙发也有“保价双11”的宣传,但页面的“满199减10”“满99减5”“满2减1”“满299减15”让人眼花缭乱。这个“保价”的价格,究竟是保的原价,还是“领券后的价”,光看页面无法领会。

□ 建议

理性购物,了解清楚保价规则

“保价”顾名思义,就是消费者购买的产品,在承诺的保价期间若价格下降,则商家赔付消费者多付的差价。但是结合往年经验,保价似乎也不保险,有消费者发现自己购买的商品降价了,去向商家寻求补偿时被拒。客服的理由通常是,店铺和平台优惠券、限时活动以及赠品等均不在保价范围内。也有商家为了规避保价规则,下架原商品,重新上新的购买链接或者只是更改商品名称。

据《消费者权益保护法》规定,消费者有权知悉所接受的服务的真实情况,经营者不应当做虚假或者引人误解的宣传,但是大部分商品的购买页面中通常不会显示保价的除外规则,容易让消费者产生误解。

对此,江苏省消保委提醒电商平台和广大商家,通常

来说各电商平台的商家所标注的产品价格不会有太大的波动,各类优惠的实现主要靠商家赔付消费者多付的差价,如果将这些活动都排除在保价范围之外,那么“保价”意义也不太大。对此,江苏省消保委希望广大经营者进一步完善保价制度,诚信经营,保障消费者知情权,将保价的排除情况明示消费者。

同时,江苏省消保委也建议消费者理性购物,合理安排购物计划。遇到保价不盲目不冲动,先确认商家的保价是店铺承诺还是平台活动,了解商家的保价规则以及理赔流程,计算好保价时间,并将上述信息及时截图或录屏留存。购买商品后,可以密切关注产品价格波动,如果发现商家降价,注意截图,和商家沟通解决,发现商家恶意规避保价规则的及时向平台投诉。