

# 双11消费陷阱提前看 不怕商家“套路”深



10月20日晚8点,天猫、京东正式开启预售,意味着双11购物季迎来第十三次“消费狂欢”。另一方面,国家市场监督管理总局在10月9日的《对十三届全国人大四次会议第6187号建议的答复》表示,围绕“双十一”等重要时间节点、关系民生的重要商品和服务领域,开展行政指导,压实平台主体责任。

为了让消费者尽可能避免在商家各类“优惠”活动冲击下,忘了“下单一时爽,维权很艰难”,第三方研究机构网经社电子商务研究中心近日围绕今年“双十一”电商大促的一些特点,发布了十大消费陷阱预警。新快报记者节选如下,希望大家在疯狂“买买买”时也能有所预防,避免“入坑”。

■新快报记者 郑志辉

## 1 预售“定金”要警惕

如今各大电商平台玩法不断升级,一些商家通过预付定金直减的活动,消费者提前支付定金,如未支付尾款则定金不退。一些消费者对此了解不足,因而购物节常常伴随着定金纠纷。

### ●消费提醒

浙江泽大律师事务所马恺浓律师表示,预售通常需分两笔付款,分头款和尾款,很多商家标注如不支付尾款,则已支付的头款拒不退还,这有可能侵害到消费者的合法权益,如果平台内经营者无任何损失,其已收到的头款可能构成不当得利,消费者可要求退还。

而针对商家玩弄“订金不退”和“定金不退”的文字游戏,国家工商总局网监司有关负责人曾表示,将订金改为定金、提出此定金非彼订金不予退还的条款,属于商家打擦边球,“定金不退”仍属霸王条款,将依照《合同违法行为监督处理办法》进行查处。因此,在实践中,商家如果规定“定金不退”的条款,将可能遭受行政处罚。

## 2 商家“优惠”套路深

根据货物的性质,不同种类货品可使用的满减优惠不同,可能存在“300-30”“200-20”等多种满减优惠,且各类优惠分别计量,不能互通。消费者应在网购时注意平台优惠种类,以及平台优惠可否与商家优惠及其他种类优惠共同使用,尽最大可能维护自身权益。

拼团、秒杀作为购物形式,仍存在大大小小的订单中。拼团的价格往往低于一般销售价格,导致消费者冲动消费。而秒杀则通过短暂的时间和低

廉的价格,使得消费者丧失思考空间,从而匆忙下单。

除了满减、秒杀等活动套路外,一些商家还会推出特价限购、消费返现等活动,如商品页面显示特价商品限购50件,前50名下单的用户签收后联系客服返现,然而实际上,消费者签收后,商家却以已达上限等理由,拒绝返现。

### ●消费提醒

上海汉盛律师事务所高级合伙人李旻旻律师表示,先了解优惠规则再消费,以免因规则不明影响消费体验。尽量选择规则完善的购物平台和资质齐全、信誉良好的商家购物,即使商家不愿意配合售后,平台会为消费者提供基础保障。除此以外,也可以联系所在地消委会组织或拨打12315反映情况。

另外,马恺浓表示,“先付后退”的商家,往往承诺前几小时购物的给予价格优惠,但并非购买时直接抵价,而是成交后予以退费。大部分商家会信守承诺,按照付款时间予以退费,但也有部分商家在活动结束后修改页面,矢口否认。建议消费者预先截屏或录屏,保存好相关的活动页面优惠政策,再下单购物。

## 3 直播带货槽点多

直播带货如今成了最火热的消费渠道,“双十一”更是如此。然而在火热现象的背后,直播购物翻车事件频频发生,货不对板、商品质量难以保障、假冒伪劣产品层出不穷、商品性能被夸大等问题成为消费者投诉维权最多的事情。

### ●消费提醒

对此,马恺浓表示,由于直播的即时性,可能出现直播的广告描述与实际不符、消费者实际收到的货物

与主播讲解的货物货不对板等情况,此外,直播购物还涉及退换货难、售后不及时等情况。消费者应理智甄别,不要冲动消费,购物前查看下店铺的评分和商品的评价,这些都能最大限度避免消费者被“玩”。

## 4 警惕商品为“电商专供”

同样的产品,线上较线下便宜许多,仔细一看,原来是品质、服务大打折扣的“电商专供”,怎能不叫消费者生气。

### ●消费提醒

在产品品质上“电商专供”商品与实体店销售的产品看似一模一样,仔细看会发现颜色、内件配备或某些功能存在差别。实际上“电商专供”商品一般是价格较低而品质稍逊的商品。“电商专供”商品一般在服装、电器、鞋帽、箱包等品类较多,消费者要擦亮眼睛。

## 5 消费金融高息无提示

大促期间为刺激消费,电商纷纷推出类似于信用卡的“赊账服务”,而且不少平台为鼓励消费者使用消费金融付款给出了更多的优惠。大部分电商平台的消费金融服务分为一次性还款的免息服务,以及分期付款的收手续费服务,并且多数标明具体的还款金额。

### ●消费提醒

消费者需明白任何的“赊账服务”都需还款,并且不同平台的消费金融服务分期手续费存在较大差异。有些平台甚至没有明确标示具体还款金额,待还款时高额手续费让消费者咄咄。此外,开通并使用多个平台的消费金融服务容易造成忘记还款,影响个人信用的情况。

## 前三季度国内5G手机出货量同比增长七成

新快报讯 记者陈学东报道 近日,中国信通院发布2021年9月国内手机市场运行分析报告。2021年1-9月,国内市场手机总体出货量累计2.49亿部,同比增长10.2%,其中,5G手机出货量1.83亿部,同比增长70.4%,占同期手机出货量的73.8%。

9月,国内手机上市新机型58款,同比下降3.3%,其中5G手机24款,同比下降14.3%,占同期手机上市新机型数量的41.4%。2021年1-9月,上市新机型累计354款,与上年同期持平,其中5G手机172款,同比增长1.8%,占同期手机上市新机型数量的48.6%。

## 前三季度出货量累计2.49亿部

2021年第三季度,国内市场手机总体出货量累计7442.2万部,同比增长2.6%,其中5G手机出货量5564.0万部,同比增长26.3%,占同期手机出货量的74.8%。放在全年看,2021年1-9月,国内市场手机总体出货量累计2.49亿部,同比增长10.2%,其中,5G手机出货量1.83亿部,同比增长70.4%,占同期手机出货量的73.8%。

在上市机型方面,2021年9月,国内手机上市新机型58款,同比下降3.3%,其中5G手机24款,同比下降14.3%,占同期手机上市新机型数量的41.4%。2021年第三季度,国内手机上市新机型141款,同比增长0.7%,其中5G手机62款,同比增长1.6%,占同期手机上市新机型数量的44.0%。2021年1-9月,上市新机型累计354款,与上年同期持平,其中5G手机172款,同比增长1.8%,占同期手机上市新机型数量的48.6%。

## 国产手机品牌份额超九成

而在市场份额方面,但国产手机继续保持强势。2021年9月,国产品牌手机出货量2026.8万部,占同期手机出货量的94.5%;上市新机型54款,占同期手机上市新机型数量的93.1%。2021年第三季度,国产品牌手机出货量6896.2万部,同比增长3.4%,占同期手机出货量的92.7%;上市新机型126款,同比增长3.3%,占同期手机上市新机型数量的89.4%。

综合前三季度看,2021年1-9月国产品牌手机出货量累计2.24亿部,同比增长8.9%,占同期手机出货量的90.3%;上市新机型累计320款,同比增长0.6%,占同期手机上市新机型数量的90.4%。



一起了解更多3C前沿资讯