

中消协喊话消费者提防商家促销套路

“双11”别光顾买买买，注意六大陷阱

“双11”第一波已经开启，这几天“人上人—定金人—尾款人—吃土人”也都让网友玩坏了！

商家纷纷进行大促活动，推出多种多样的促销手段，也让广大消费者“目不暇接”“眼花缭乱”。对此，11月3日，中消协喊话：“提防商家促销套路，做精明的消费者。”

中消协通过对近几年在“双11”“6·18”等大促期间开展消费维权工作所了解的情况进行梳理，给消费者列出了“双11”期间六大消费陷阱。

直播带货槽点多

近年来，随着网购消费升级的日益加速，消费领域新场景、新业态、新应用不断涌现。2016年开始，“直播+电商”成为一种新兴的网购引流方式，消费者对于网红流量的关注度、对商品的兴趣度、对体验互动的认知度都有了不同程度的提升，越来越多的消费者通过观看网络直播下单购物。

但在直播带货“光鲜”的背后，还存在着许多不规范之处，暗藏一些消费陷阱，在销售量不断攀升的同时，一桩桩带货主播“翻车”事件也引发了不少消费者的吐槽。

据统计，消费者反映的“槽点”主要有：直播带货商家未能充分履行证照信息公示义务；部分主播在直播带货过程中涉嫌存在宣传产品功效或使用极限词等违规宣传问题；产品质量货不对板，兜售“三无”产品、假冒伪劣商品等；直播刷屏数据、销售量刷单造假“杀猪”；主播将消费者引至第三方，该平台信用资质不佳或是引诱消费者进行私下交易；部分商品售后无保障，消费者难享“三包”权利等。

中消协发布“双11”消费提示

慎重预付定金 警惕明降实涨

中消协指出，为尽量规避上述问题，让消费者在“双11”等大促期间享受更好的消费体验，提醒广大消费者注意以下几点：

一是坚定理性消费心态，切记量需而入。面对各种促销、优惠广告，消费者首先要保持理智，树立科学消费、理性消费意识，根据自己或者家庭的实际需求选购商品，不被商家的各种促销活动冲昏头脑。在面对商家为“清库存”而进行大促时，消费者最好先清理一下自己的“库存”，也许家里还囤积着上次大促时血拼的商品。因此，建议消费者量需而入，千万不要为自己并不需要的物品再浪费精力和金钱。

二是尽量选择资质齐全、信誉较高的商家进行交易。资质齐全、信誉较高的商家，其经营行为相对较为规范，商品质



优惠活动水分多

红包活动一直以来是各大电商平台吸引用户、提升销量的惯用手段。但是，消费者发现，有时候这些红包活动看似优惠多多，实际上却很鸡肋。

有消费者反映，其在某网络购物平台参加抢红包活动，一共抢到了900多个红包，但实际优惠金额累计不到10元，花费了很大精力，最后只有满满的失落感；有的商家使用“限时抢购”“爆款秒杀”“巨惠特卖”等极具诱惑力的宣传用语来吸引消费者下单，实际上是“先涨后降”的套路；还有的优惠活动可能就消费期限、商品品类、消费金额等设置一定的“门槛”，消费者达不到这些门槛，就不能享受到优惠。

近年来，越来越多的平台与商家推出商品预售的促销模式，以支付定金能够享受优惠的方式来吸引消费者提前下单。这种商品预售模式看似优惠，但消费者应了解“定金”与“订金”的区别，通常情况下“定金”支付后，如果消费者没有在规定时间内支付尾款，“定金”

不予退还，如果商家违约，则退还消费者定金的双倍。

商品质量问题多

商品质量问题是网络购物和电视购物领域的消费痛点问题，由于消费者在购买前无法直接看到商品，只能通过广告或者其他消费者评价来了解商品的质量和性能。一些不法商家就利用这种信息不对称，通过虚假宣传或者虚假好评、“刷单”等方式，诱导消费者选购。

在“双11”等大促活动期间，部分平台、商家会以促销活动的名义进行推广，表面上是让利消费者，实则清库存，甚至借助低价来推销其劣质商品，消费者一旦禁不住诱惑就很容易上当受骗，引发消费纠纷。

售后服务诟病多

一些商家重视销售轻视售后服务，也招致消费者的不满。

比较常见的问题有不履行《消费者权益保护法》作出的七日无理由退货规定、不向消费者提供购物发票、售后电话无

人接听形同虚设、商品存在明显的质量问题却要求消费者去鉴定、不履行“三包”义务、对消费者退货或者退款请求拖延处理等。尤其是在直播带货、微商等电子商务新业态以及中小型电商中，这些售后服务问题更为突出，消费者的合法权益难以得到保障。

订单合同违约多

促销期间，有的商家为了冲击销量而虚标库存，还有的商家可能只是为了推广或是收集消费者的个人信息打出“秒杀”“竞拍”等低价促销活动。

在吸引大量消费者下单购买后，商家或是迟迟不发货等待消费者主动取消订单，或是以“订单异常”“商品缺货”“操作失误”“系统错误”等借口为由单方面强制“砍单”。由于下单的消费者数量较多，若商家不能妥善处理，极易引发群体性消费纠纷。

促销广告骚扰多

很多消费者表示，一到大促期间，手机上、网络上就会收到各种广告促销信息，有的甚至能够根据消费者的消费习惯进行精准推送，即使消费者并没有购物的打算，也难以逃脱这些广告的轮番“轰炸”，让人“不堪其扰”“防不胜防”。

为此，中消协提醒广大消费者：面对各种促销、优惠广告，要保持理智，根据实际需求选购商品；尽量选择资质齐全、信誉较高的商家进行交易；提前做足“功课”，不被各种“假优惠”陷阱误导；慎重预付定金，防范消费陷阱；认真行使“先验后签”权利，确认无误再签收；重视个人信息保护，不轻易向商家授权，丢弃快递包装前，先将个人信息撕毁或涂抹；注意留存购物证据。 本报综合

“双11”点燃促消费下半场

市场回暖更多利好可期

据新华社北京11月3日电 一年一度的“双11”电商促销活动已经开启。记者从几大电商平台了解到，今年“双11”购物季消费力再创新高，在3C类家电、美妆、时尚居家等消费重头依然表现抢眼的时候，健康消费快速升温，县镇市场消费潜力进一步释放。多个部门还在推出更多支持新型消费的举措。分析指出，随着国内疫情防控的常态化以及新型消费的快速崛起，将为市场回暖带来更多积极因素，有望点燃经济增长“新引擎”。

电商平台的促销数据显示，3C类家电、美妆、时尚居家等依然是消费重头。天猫平台上，开场1分钟后，科沃斯、百雀羚等国货品牌销售额争相破亿。智能和中高端产品备受青睐。在苏宁易购平台上，干衣机销售同比增长6倍、智能马桶销售增幅为近7倍，功能沙发销售增长近5倍。

健康消费上升趋势明显。在京东平台上，医疗器械品类的首日成交额同比近2倍，滋补养生品类成交额同比超200%，营养保健品类首日成交额同比增长超200%。11月1日全天，苏宁易购多门保鲜除菌冰箱销售同比增长133%，刀具砧板消毒机销售同比提升543%。

直播等创新模式快速壮大，解锁了新场景，激发消费新增点。京东直播前10秒带货破亿，11月1日超60位明星、超100位总裁进入京东直播间；苏宁易购11月1日晚超级买手直播间，150分钟销售额破亿。

“双11”叠加小家电出口猛增

有望实现业绩爆发

据新华社北京11月3日电 11月2日，小家电板块涨幅居前，表现抢眼。数据显示，当天，白色家电板块上涨2.80%，生活电器板块上涨2.70%。上半年疫情防控期间“逆袭”增长的小家电，最近捷报频传。“双11”购物节的来临叠加快速增长的出口量，小家电行业有望迎来业绩的强势爆发。

11月2日，京东发布“双11”首日战报，京东大数据显示，11月1日全天，个人护理小家电成交额同比增长180%，生活电器成交额同比增长200%。此前的10月21日零点，2020天猫“双11”大幕正式拉开。10月22日当天，在天猫渠道中，科沃斯、九阳、小熊单日预售额同比增长分别为161.79%、95.59%、191.54%。

中国电子信息产业发展研究院发布的《2020第三季度中国家电市场报告》显示，今年7至9月，我国家电市场零售额比去年同期微增1.6%。从具体产品看，空气炸锅、绞肉机、咖啡机等细分功能产品增幅均在30%以上。

随着“双11”大促活动来临，线上销售占比较高的小家电板块有望充分受益，小家电消费有望迎来新一轮高潮。另一方面，最近国内小家电出口开启“爆单”模式。统计显示，今年上半年，我国电炒锅、面包机、榨汁机等出口同比分别增长62.9%、34.7%、12.1%。

支付尾款，避免因违约而遭受经济上的损失。在支付尾款时还要留意支付的金额是否与当时承诺的优惠一致，商家是否存在虚假宣传等。

五是认真行使“先验后签”权利，确认无误再签收。收到商品时，消费者应当行使“先验后签”权利，仔细验货。尤其是一些贵重物品和易碎品，一定要确认货品完好无损并符合双方的约定后再签收。遇到快递商品损毁或者与约定严重不符的，消费者有权拒签。

六是重视个人信息保护，不轻易向商家授权。消费者要重视对自身个人信息的保护，非确有必要，尽量不向商家提供或者授权，以免被商家过度收集或是用来推送广告信息。同时，快递包装上也常常含有消费者的姓名、电话和地址等个人信息，消费者应在丢

弃快递包装前，先将个人信息撕毁或涂抹，防止泄露。

七是注意留存购物证据，依法维护权益有保障。消费者要注意索取并保存购物凭证以及相应的商家承诺，通过网络购物的，还应将订单信息、购物聊天记录等留存，作为维权证据。发生消费纠纷时，可先与商家以及平台进行沟通，如联系不上或者无法达成一致，可向12315或者消协组织进行投诉，也可以通过向仲裁机构提请仲裁、向人民法院提起诉讼等方式维护自身合法权益。

此外，中消协呼吁经营者要少一份“套路”，多一份“真诚”，大促期间要切实为消费者提供物美价廉的商品并提升服务水平，真正为消费者提供“看得见、摸得着”的实惠，在带动销量的同时，让消费者更温暖。

本报综合