

◆ 中消协发布《2017年“双11”网购商品价格报告》显示,先涨价后降价、虚构“原  
◆ 价”、随意标价等情况较为突出

# “双11”近八成商品没便宜

规模越大,是非越多,“双11”秋后算账,价格先涨后降已成为普遍现象,几大主流电商平台无一幸免。11月29日,中消协发布《2017年“双11”网购商品价格报告》(以下简称“报告”)显示,今年宣称参加“双11”促销活动的539款非预售商品中,78.1%的商品在平时也能以“双11”的价格甚至更低价格买到。这也意味着,近八成商品没便宜。



## 近八成商品不便宜

中消协报告显示,本次价格跟踪调查涉及16家网络购物平台,均为国内主流电商平台。对平台中宣称折扣较大、销量相对较多的668款商品进行了有效的价格跟踪调查后,从价格记录统计结果来看,其中129款预售商品价格行为总体表现较好,仅有4款存在价格问题,或涉嫌价格违规。此外,在539款非预售商品中,不在11月11日也能以“双11”的价格或更低价格购买的比例达到78.1%,与2016年同期相比有所增加,其中部分平台和商家的商品存在先涨价后降价、“双11”价格不降反升等问题。

同时,中消协表示,部分平台和商家复杂的价格表示方式和促销规则,降低了消费者的网购消费体验。在调查体验中发现,部分促销活动徒有其表,消费者难得实惠,主要问题包括:部分预售商品在预售期间定金随意改变,预售商品价格反而要高出11月11日价格;部分将“划线价格”解释为参考价、建议价或曾经展示过的销售价等,以避免“虚构原价”相关法规的约束,给随意标注划线价格、误导消费留出余地;还有部分商品先涨价后降价、虚构原价,给消费者造成折扣力度大的假象,损害了消费者的合法权益。

对于上述情形,中消协建议,政府有关部门应进一步完善适应网络购物方式的价格法律规定,加大动态监测力度,适时公布监测结果,将严重违法行为列入失信黑名单并公示。同时建议电商平台及商家建立健全集中促销期间的价格监控机制。



## 价格先涨后降成惯例

每年“双11”,平台和商家先涨价后降价的玩法已然成为行业潜规则,但真正执行的处罚案例仍是少数。对此,中国电子商务研究中心特约研究员、知名IT律师赵占领表示,先涨价后降价并不等于违反了价格监管的相关规定,只有在夸大促销力度、虚构原价等情况下,才可能会面临处罚。此外,有分析人士认为,在相关规定和实际市场表现中,避免不了所谓的灰色地带。

据了解,常见的网络交易价格违法行为主要包括明码标价不规范、虚构原价、不履行价格承诺、虚假宣传、捆绑销售等

几种,其中虚构原价在过去几年的“双11”中屡次提及。

举例来说,在网购商品时,经常能看到在某一件商品的正式售价旁会标有“参考价”“出厂价”“柜台价”等类似商品原价含义的字样,前者显示的标价会低于后者,两相对比,会让消费者产生该商品远低于平常价格的认知,从而刺激消费者下单。而对于所谓的“参考价”“出厂价”“柜台价”,若确实为平台此前售价,则需按照《禁止价格欺诈行为的规定》,视情况判定是否违规;若为虚构价格,则已违反了《禁止价格欺诈行为的规定》。

根据国家发改委出台并在2002年起施行的《禁止价格欺诈行为的规定》,以及在2015年7月做出的有关条款解释,对原价的解释为经营者在当次促销活动前七日内,在同一交易场所成交,有交易票据的最低交易价格;如果前七日内没有交易,以本次促销活动前最后一次交易价格作为原价。从本次调查的几起案例来看,不少平台在“双11”的6天前,也就是在11月5日进行提价,但“双11”当天的销售页面仍可按照11月4日未提价时的价格标注,因此并不构成违规。

## 花样促销利弊两说

值得注意的是,报告中对“双11”商品零售价的表述特别提到,在不考虑联动活动情况下,消费者在平时就能以“双11”或低于“双11”价格买到商品的比例为78.1%。但对于大多数平台来说,“双11”期间往往也有着一系列的联动促销。今年多数平台都推出了如定金预售、红包、满减、折扣券等让利玩法,还有可以叠加使用

的优惠。优惠规则过于复杂引发网友吐槽。促销商品需要经过复杂计算才能知晓实际价格。另一方面,也有分析认为,主打低价的价格战已经不是“双11”的重头戏,包括阿里、京东、苏宁等在内的电商平台,已经把重点放在了塑造品牌、优化效率以及试水新模式、新理念等方面。

曾有服饰品牌商家表示,通过“双11”期间的营销玩法,

有助于品牌和消费者更好地互动沟通,相较于计算让利成本,促销对于塑造品牌形象、提升用户黏性的意义更大。此外,对于今年“双11”各大平台推出的预售玩法,不少电商和物流行业的负责人都表示,通过提前获取消费者订单信息,协调仓储、物流等资源,可以极大缓解“双11”过后的物流压力,从而进一步提升消费者体验。

## 价格监管日趋严格

“双11”价格乱象的话题已经是老生常谈,但也可以看到,不论是政府监管部门还是电商平台,都在有意加大规范价格的监管力度。

今年“双11”前夕,国家发改委曾召开网络零售业和快递业价格法规政策提醒告诫会,提醒告诫各网络零售企业

和快递企业,要依法诚信经营、加强价格自律,规范价格行为,公平有序竞争。明确提出,不得未按规定明码标价;不得利用虚假或者使人误解的标价形式或价格手段,诱骗消费者或者其他经营者进行交易,实施价格欺诈。

在赵占领看来,根据电商

行业商品种类多、价格实时变动等特点,对于政府监管部门而言,想要实现实时监管并不容易,需要电商平台加强自律。但他也表示,随着大数据等智能化技术的普及应用,监管手段的不断升级也将使得监管能力提升。

(据《北京商报》)