

# 价保成“烟雾弹” 满减券派不上用场 打折商品优惠前已涨价 “双11”消费者想“占点便宜”不容易



双11预售开启 钜惠来袭

全场  
五折

一年一度的“双11”来了！今年“双11”依然很热闹，“低价”“降价”“满减”“赠品”“优惠券”等各种营销手段扑面而来，还有许多平台提供全程价保服务，最长价保时间甚至超过30天。然而，记者调查发现，一些商家推出的优惠举措背后暗藏各种套路，有的将价格先升后降，有的修改链接逃避价保责任，有的随意设定满减规则等。

据《法治日报》

## 一些商家提前改价 实际价格不降反升

临近“双11”，不少消费者为了以更划算的价格购买所需商品，特意将商品提前加入购物车，等大促时再购买。可到了大促日，有不少消费者发现，一些商品的价格反而比平常更贵了。

来自广东深圳的陈女士提前加入购物车的衬衫，“双11”期间竟然涨了149元。“这件衬衫价格本来是150元，‘双11’大促开始后，我打开购物车发现价格涨到299元，还标注是打完折的价格，简直太离谱了。”陈女士说。

记者采访发现，有不少消费者反映自己加购的商品临时涨价了，品类涉及家居用品、衣服、鞋、零食、家电等，涨价幅度在几元至几百元不等。

很多消费者吐槽，“这是把消费者当韭菜”。

更让人生气的是，发现商品临时涨价后想找客服维权，大多得不到满意答复。来自浙江杭州的麦女士发现自己加购的商品存在临时涨价的情况，便向电商平台客服反馈，希望对方采取措施取消其所购店铺的满减活动资格。但电商平台客服回复称，店家此举属于正常经营行为。

## 优惠活动眼花缭乱 随意设定满减规则

记者调查发现，商家的价格套路远不止于此。各种消费券、满减优惠的使用规则，让不少消费者直呼眼花缭乱。

来自上海的吴女士在一商家购买保健品却无法使用其推出的优惠券。“在该店铺购买了两盒不同功效的保健品，价格刚好满3000元，可店铺推出的‘满3000元减300元’的优惠券怎么也用不了。客服告诉我这张优惠券只能在一个商品上使用，哪怕是同一个店铺购买的两个商品都不能用，而商家一开始并没有注明优惠券的使用范围。”吴女士说。

来自湖北武汉的李女士遇到的满减套路又有所不同。在“双11”活动开始前，李女士便在某电商平台上将自己心仪的商品放入购物车，等到活动开始后连着满减优惠一起结算。她在不同商家处一共购买了3800元的商品，电商平台给出的模拟结算金额中，正好达到“满3800元减300元”的条件。可到了活动当天，李女士结账时发现，扣的钱变多了。她急忙返回查看账单，发现此时的满减活动并不是“满3800元减300元”，而是变成了“满1000元减50元”。

记者发现，不少网友在社交平台上吐槽“双11”活动，其中针对“满减”和“优惠券”的吐槽不在少数。有网友称，许多优惠券设置的条件过于苛刻，很多商品无法使用，要将秒杀商品和活动商品分开结算，否则许多满减券都派不上用场；还有网友说，商家宣传的最低价实际是需要消费者叠加“跨店满减”的满减券，如果不购买其他商品并达到一定金额，就无法使用满减券。

## 修改链接躲避价保 想退差价异常艰难

记者注意到，今年许多电商平台在“双11”期间提供全程价保服务，最长价保时间超过30天。

全程价保是指从买家下单到确认收货时间内，若商品降价，买家可以申请价保服务，比如买家于当晚20时以100元的价格购买一件衣服，第二天该店铺开展全店“满100元减15元”的活动，购买该件衣服的价格为85元，这时买家即可申请15元的价保服务。然而，记者采访发现，不少消费者反映价保没有落到实处，成了吸引消费者消费的“烟雾弹”。很多店铺以“不同情况不同”或者直接更改链接、下架消费券等手段逃避价保服务，让价保服务成了“空头支票”。

前不久，来自天津的林女士在某直播间以178元4支的价格购入某品牌洗面奶，并享受了价保服务。随后她发现在该品牌官方旗舰店直播间只需要99元即可获得4支，于是她向商家申请价保，要求退还差价。但是该商家回应是系统出现错误，设置了错误的优惠券所致。

“现在商家下架链接，我无法提出价保请求。我怀疑商家说系统设置错误都是借口，这就是一个陷阱。”林女士气愤地说。

记者在某直播间回话中发现像林女士这样的经历不是个例。来自广西南宁的李先生分享了自己依法维权并成功拿到差价的经历后，聚集了141条评论和91条点赞。评论区有不少消费者称自己在维权时遇到了“客服不管”“小二扯皮”的情况。

来自浙江杭州的罗女士称自己已经看透了“双11”的商家手段，“旗舰店挂着某直播间链接，店铺放‘满1500元减120元’的券，被发现就删券、改活动、锁链接。叠加券后350元买的产品很多人300元出头就到手了。”

“买的不如卖的精，消费之前宣传做得响当当，花钱之后说好的价保都是泡影，合理退差价的请求还要消费者自己弯弯绕绕各种打电话联系维权。”罗女士感慨道。

## 临时涨价涉嫌违法 价保失信或为欺诈

在北京云嘉律师事务所律师赵占领看来，判断先涨价再降价的改价行为是否属于虚标原价，需对“原价”进行界定。

“根据国家发展改革委《关于〈禁止价格欺诈行为的规定〉有关条款解释的通知》，原价是指经营者在本次促销活动前七日内在本交易场所成交，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。因此，经营者在促销活动中采用‘原价’标示，或使用‘日常价’等类似表述实际传达‘原价’含义的，应当符合这一规定。”赵占领说，“双11”之前确实有一些商家先涨价再降价，是否违规要看两者的时间相差是否在七日以上，如果在七日以上，不属于虚标原价，所以有的商家常常提前一段时间就开始操作涨价，以规避法律规定。

中国人民大学法学院教授刘俊海说，商家临时涨价涉嫌违法，该行为违背了消费者权益保护法所规定的向消费者提供真实、全面信息的义务，也侵犯了消费者的知情权、选择权和公平交易权。而商家和平台所推出的各种满减优惠规则，其实就是想让消费者循环消费，消费者为了享受满减和使用优惠券不得不凑单买其他商品。

“商家的满减促销规则是否违规主要看两点，一是在消费者符合满减规则时是否享受受到相应优惠，如未享受到，则商家构成合同违约；二是商家对于促销活动是否存在虚假宣传，比如根据其满减规则，实际享受到的优惠与商家宣传不符。”赵占领说。

对于平台支持“双11”全程价保的现象，刘俊海认为，如果价保在商家处成为“空头支票”，那就是一种失信行为，存在欺诈的嫌疑。如果确实存在商品欺诈行为，则可适用退一赔三的惩罚性赔偿。

消费者在购物时遇到上述情况，该如何维权呢？赵占领建议，若消费者遇到商家有价格违法行为，则可向价格主管部门举报；若遇到商家存在违约行为，则可向市场监管部门举报或者向法院起诉。刘俊海则建议消费者最好先与商家协商退钱，实在不行再向消费者协会投诉或向法院起诉。

多位受访的消费者提议，希望电商平台加大技术和人力投入，对消费者的相关投诉及时介入处理，核实商家存在违法违规行为侵害消费者权益的，将其纳入黑名单，在一定范围和时间内阻止其参加各类促销活动。