

# “双十一”上半场开启 复杂规则难坏“尾款人”

经过十多年的发展,“双十一”在消费品丰富程度、物流体验等方面不断升级。

不过,商家在优惠条件、规则设置上却花样翻新,复杂程度有增无减

□ 孙奇茹

11月1日0点,“囤货党”“养生族”、美妆爱好者等各种消费群体纷纷涌入天猫、京东等电商平台。疫情给经济造成严重冲击,但也充分展现了数字经济的活力。作为年度消费大戏,今年“双十一”购物节更被寄予厚望,成为消费者、电商巨头、品牌、实体店等各行各业积极参与的消费嘉年华。

值得注意的是,人们在“买买买”途中,仍要避开不少商家、平台“乱花渐欲迷人眼”的套路。

## “双十一”消费力再创新高

“买到凌晨1点多,接下来一个月要‘吃土’啦。”大学毕业两年的白领章女士积极参与了今年的“双十一”。在11月1日到来的前几天,她就提前和闺蜜研究好了今年“双十一”的“剁手攻略”。

“0点没付定金的先刷一波抢购,再把之前付过定金的订单付尾款。等第一波抢购高潮过去,再打扫‘战场’,看看有没有之前没注意到的。”章女士说。

根据经验,她每年固定需要购置的冬装、护肤品和健身装备等,在“双十一”期间还是能比平日里便宜不少。

11月1日一大早,“清空购物车”“今晚好忙”“冲啊尾款人”等众多与忙碌的“双十一”首日有关的词上微博

热搜前十名。

天猫数据显示,开场1分钟,阿迪达斯成交额超1亿元,耐克紧随其后超1亿元。随后,科沃斯、巴拉巴拉、百雀羚、全家家居等国货品牌也争相破亿。1日开场前2小时,就有百个品牌成交破亿元。

京东方面,11月1日消费者的购物热情也空前高涨,预售订单额同比大增108%。

在凌晨付完尾款后6分钟,家住我国最北端黑龙江漠河的荣女士就收到了此前在京东预订的口红。0点下单后,成都市武侯区的一位消费者仅等待11分钟就收到了在天猫“双十一”购买的蚊香液。

“睡前下单、醒来收货”“躺着下单、开门收货”……在技术助力下,“双十一”的物流配送时效性和服务体验不断刷新人们的认知。

## 规则复杂程度有增无减

经过十多年的发展,“双十一”在消费品丰富程度、物流体验等方面不断升级。不过,商家在优惠条件、规则设置上却花样翻新,复杂程度有增无减。

“总听朋友说在直播间买东西,也尝试过点进直播间,可是主播忙不迭地推销了半天,我根本没搞明白怎么购买。”对“双十一”规则有些摸不着头

脑的消费者季先生表示。

“在直播间里买东西,抢到了还不算完,你还得备注一个暗号,如果忘记备注,那承诺赠送的高额赠品就没有你的份。”季先生说。

与季先生有类似苦恼的消费者不在少数。一位喜欢在购物节给家里囤货的消费者表示,今年“双十一”,她至少在令人“头秃”的比价算数题里纠结。比方说,同样是一盒牙膏,两个品牌的销售策略分别是“20元一盒,买一送一”和“29.5元一盒,现在六五折,如果消费满100元,再返还20元购物券”,到底买哪家更划算?“实在算不清楚,看起来好像哪个都很划算,最后只好闭着眼睛选一个。”她说。

比价不容易,想要获得平台的额外优惠,也要花一番工夫。

与去年“盖楼”玩法类似,天猫“双十一”今年又推出了新玩法,用户均被邀请在线喂养一只才有才艺的喵星人,还能同好友的猫组队与其他队伍同台PK,赢得购物津贴。除了淘宝,其他电商平台也推出了优惠活动,例如拼多多的组队赛车和京东的组队摆摊等。

“想要省钱就得多花时间,没有白来的优惠。”去年参与了天猫“盖楼”活动,今年没有再在任何一家平台参与这类活动的市民郭先生说。

## “佛系”买家错峰购物

今年天猫“双十一”最大的变化是提前开售并延长售卖期。今年天猫“双十一”设置了两个售卖期,11月1日~3日和11月11日会有两波售卖。京东零售集团平台业务中心负责人韩瑞此前介绍,“2020 京东 11.11 全球热爱季”从10月21日正式开启,11月11日截止,为期22天。

售卖期延长,一定程度上缓解了消费者的冲动购物。“1日当天买了一些急需的、家里必囤的东西,有些没来得及及买的,可以再考虑几天,等11日再买。”不少网友分享新的“剁手”经验。

也有一些消费者选择“佛系”购物。“今年‘双十一’我状态不对了,往年动辄几十个包裹待收,今年却没什么可买的。”市民唐女士说。

经历了多年的“双十一”,商家和平台历年沿袭的一些固有“套路”,也让一些消费者却步。

最为常见的是先涨价再降价。“终于等到了‘双十一’,赶紧打开购物车,突然发现自己之前收藏的产品涨价200元,各种满减、领券之后,也未必便宜多少。本想薅平台羊毛,结果差点被薅,还是商家套路深啊。”网友海港说。

动新型消费扩容提质,努力实现新型消费加快发展,推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。10月29日,国家发改委会同财政部等13个部门发布的《近期扩内需促消费的工作方案》提到,推动线下服务消费加速“触网”,充分释放线上经济潜力;在做好常态化疫情防控基础上,开辟服务消费新模式。

谈及接下来如何助力新消费模式发展,陶金表示,目前,平台经济和线上服务业规模增长速度仍低于网上实物消费增速,亟待相关政策扶持鼓励,“对症下药”。其中,5G、物联网等技术商用的发展将明显改善线上服务业的消费体验,因此需要进一步鼓励相关领域的产业政策。同时,线上服务业尚缺乏系统的监管和规范,因此也需要对数据安全共享、支付安全等方面的隐患进行监管,杜绝行业快速发展过程中的不规范行为。

疫情给经济造成严重冲击,但也充分展现了数字经济的活力。作为年度消费大戏,今年“双十一”购物节更被寄予厚望,成为消费者、电商巨头、品牌、实体店等各行各业积极参与的消费嘉年华。值得注意的是,人们在“买买买”途中,仍要避开不少商家、平台“乱花渐欲迷人眼”的套路。



贵州龙里:积极准备 应对“双十一”

“双十一”将近,位于贵州省龙里县的贵州快递物流园内一派繁忙景象,电商企业拓宽进货渠道、全力备足货源,快递企业更新智能分拣设备、增派人手,积极应对即将到来的购物和物流高峰。图为快递公司工作人员在扫描分拣快件。

新华社发(龙 毅 摄)

相关链接

# 购物节引爆内需市场 新消费强势占据“购物车”

□ 昌校宇 杨 洁

“双十一”火爆,消费者“购物车”的清单也是五花八门。

“由于不敢信任朋友圈微商代购,以前我需要海外商品时,都是自己出国旅游时大包小包的带回来。而现在很多海外品牌在电商平台上都有旗舰店,随买随用,价格也较实体店划算。”家住北京市西城区的常女士11月3日告诉《证券日报》记者,她在“双十一”抢先购期间,花1000多元从某电商平台旗舰店下单两件原价为1200元的德国某品牌护肤品,现物流显示已从保税仓发货,预计11月6日左右就能收到货。

与此同时,在疫情常态化防控背景下,健康与品质的居家生活等消费升级概念已成为消费者关注的焦点。苏宁易购“双十一”全民嘉年华首日速报显示,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%。大家在疫情时期练就的做饭热情依然不减,微蒸烤一体机销售增长也达到6倍。同时,服务于舒适生活的智能和中高端产品持续热销,能够呵护高品质衣物的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。

“双十一”火爆的背后,凸显国内消费正持续复苏并升级,也显示出更多线上线下融合的新消费模式正在释放活力。

在线医疗就是新消费模式的代表之一。“上午问医生,下午药就送到家了,仿佛把医院、药房都装进了手机里。”深圳市民陆先生患有慢性病,需服药2年左右。以前,他每个月都要去医院复诊、开药,耗时费力;后来,由于疫情出门不便,他体验了某在线诊疗平台的服务,而一次体验就让他成

了线上问诊的“铁粉”。陆先生表示:“只需通过在线诊疗平台App续方、购药后,选择医保卡报销,线上支付个人承担的医药费即可,整个过程不到15分钟。”

苏宁金融研究院高级研究员陶金表示,近年来,以平台经济为代表的基于数字经济、线上线下融合等新消费模式在电商发展的基础上经历了更快的增长。这些新消费商业模式以互联网为基础设施,提供不止于线上购物的多元消费服务,实际消费发生在线下,交易则通过线上高效匹配。

据不完全统计,今年以来,国家连续出台扩内需措施。其中,支持新模式加快发展、推动新型消费扩容提质等成为主要内容。

9月21日,国务院办公厅发布《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》指出,坚定实施扩大内需战略,以新业态新模式为引领,加快推

诚信杂谈

## 将直播带货纳入有效监管

□ 林丽颖

今年“双十一”电商促销预售第一天,仅10分钟,淘宝直播的销售额就已超过去年全天,有两位主播的直播累计观看人数破亿。在美妆领域,有12个单品直播1小时成交过亿元。直播带货再度成为市场关注的热点。

直播带货兴起于2016年,短短几年时间,这种用互联网直播的方式展示、讲解、销售商品的新模式迅速发展起来。特别是今年以来,受新冠肺炎疫情影响,线下交易受到冲击,“直播间”被搬到田间地头、工厂车间,农民主播叫卖自产果蔬,企业家为自家产品站台。直播带货让供需快速对接,有效地推动了消费复苏。

然而,直播带货在快速发展的同时也存在一些问题。前三季度,全国12315平台共接受与直播相关的投诉举报2.19万件,同比增长479.6%,其中与直播带货相关的占比近六成,问题主要集中在产品质量不过关、夸大宣传诱导消费者冲动消费、售后退换货难以保障等。

直播带货涉及众多消费者,将直播带货纳入有效监管的呼声越来越大。不久前向社会征求意见的《网络交易监督管理办法(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)及时回应市场呼声,明确直播带货要以显著方式展示实际经营主体、售后服务等信息。即使个人上网销售自

产农副产品、家庭手工业产品也要公示实际地址、联系方式。同时,直播带货必须提供回看功能,如果主播涉嫌虚假宣传,将留下确凿证据。这些新规定将大大降低消费者维权的难度,有助于直播带货规范化经营。

将直播带货纳入有效监管,还须抓住平台这个“牛鼻子”。前三季度,与直播相关的投诉举报共涉及8079家企业,排名前五位的均为较大的电商平台和短视频平台。规范直播带货首先应从这些平台着手。《征求意见稿》提出,平台应建立检查监控制度。期待有关部门进一步细化这一要求,特别是要明确平台应建立哪些检查监控制度。

此外,鼓励商家自播,让产销直接对接,也能更好地规范直播带货。目前,企业请知名主播直播带货,需要不菲的费用,成本高且分成环节复杂,不少企业赔本赚吆喝,不可持续。如果商家自播,直接把产品卖给消费者,能省去中间环节,更多让利给消费者,同时消费者售后维权也更为直接、高效,避免一些主播、直播平台、商家之间推诿扯皮。

在做到有效监管的同时,也应坚持包容审慎的原则,为直播带货等网络交易新业态、新模式留足合理发展空间。我们有理由相信,更为规范的直播带货会加速行业优胜劣汰,改善消费者体验,从而迎来更大的发展机遇,进一步激发我国巨大的消费潜力。

诚信快讯

## 北京:五部门对重点电商平台开展行政指导

本报讯 近日,北京市市场监督管理局联合北京市互联网信息办公室、北京市公安局、北京市通信管理局、北京市邮政管理局召开规范“双十一”网络集中促销活动行政指导座谈会,以引导电商企业进一步规范网络促销行为,保护消费者合法权益,促进公平竞争。京东、天猫、美团等9家重点电子商务平台企业参会。

会上,北京市互联网信息办公室要求企业依法合规经营,严格规范直播带货行为,严厉打击宣扬错误思潮、虚假宣传等行为。

北京市公安局提示企业要强化网络安全监测预警,做好违禁违法物品清查,严防各类电信网络诈骗。北京市通信管理局要求企业开

展网络安全风险排查,整治高危漏洞、恶意程序等问题,加强网络安全防护,保障个人信息数据安全。

北京市邮政管理局要求企业及时发布消费提醒,做好数据共享提高快件揽收效率,推广绿色包装并要杜绝“空包”刷单。

北京市市场监督管理局围绕平台治理、网络广告、产品质量、价格监管、诉求解决等内容,要求企业加强对平台内网店资质信息、商品质量、信用评价、促销措施、售后服务等合法合规性的管控,积极配合监管部门依法查处平台内经营者相关违法违规行为,形成平台自治与政府监管的良性互动,共同提高平台内经营者的守法经营意识,切实维护消费者合法权益。(杜 燕)

## 广西:消委会提示理性消费防范“套路”

本报讯 2020年“双十一”即将到来,广西消委会发布消费提示,提醒广大消费者做到理性消费、冷静参与、防范“套路”、及时维权。广西消委会提示,对于预售商品,下单前要了解促销规则,避免付定金后出现支付尾款无法享受优惠、规定时间内无法支付尾款、七日无理由退货不兑现、定金不予退还等问题。

消费者在支付货款时要小心谨慎,不要登录陌生网站或点击不明链接,不要随意透露身份信息、银行账户及密码等,不要在没有可靠的第三方支付平台担保的情况下,直接将钱款汇入对方账户。

商家所送赠品也应符合产品质量法等相关规定,消费者发现赠品有质量问题,可依法向商家索赔。购物后,消费者要向商家索要发票或收据,对商家的活动信息、聊天记录、订单详情等做好截屏保存,做到有据可查,防止后期权益受到侵害。

广西消委会提示,消费者在购物过程中发生消费纠纷时,要第一时间与卖家或购物平台联系协调,如不能协商解决,消费者可联系所在地消委会组织或拨打12315热线寻求帮助,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,依法维护自身合法权益。(何 程)

## 安徽合肥:警方提醒不能轻信各种中奖信息

本报讯 又到“双十一”购物季,安徽省合肥市警方发出提醒,警惕各类购物退款诈骗行为。

合肥警方提醒,在“双十一”期间的网络购物诈骗案中,各类购物退款诈骗案件占比较高。骗子通过非法手段获取了消费者的购物信息,冒充电商客服,告知消费者购买的物品有问题,并提出退款,让消费者登录其提供的“退款网址”,输入账户密码与银行发来的验证码,以此骗取账户内资金。(汪安娜 陈 诺)