

百家争鸣

“9.9元一件连衣裙,是真的吗?”近日,宁波的袁女士对记者表示,8月3日,她在某电商平台上购物时,结算页面出现了“顺手买1件”的促销商品,一件连衣裙仅售9.9元。半信半疑的她决定下单试一试。然而,8月7日,袁女士发现,商品被寄到了另一个地址并显示已签收,联系平台客服才得知自己遭遇了店家虚假发货。

“顺手买1件”是多个电商平台推出的营销新模式,当消费者订单总额达到活动门槛后,便可在下单页勾选1件包邮商品进行超值换购。有消费者买到了物美价廉的商品,表示“顺手买1件”很划算。然而,只有在付款后才能点击查看商品详情,也导致不少消费者付款后遇到虚假发货、商品质量差、退换货难等问题。

8月17日《工人日报》

严勇杰 绘



网络购物“顺手买”岂能沦为“套路卖”

苑广阔

消费者付了钱,却没有收到货,事后查明,自己遭遇了店家的虚假发货,随后店家更是清空了商品,彻底失联了。而这只是消费者在网络购物过程中进行“顺手买”是众多遭遇的一个缩影。

很多网络购物平台推出的“顺手买”功能,其模式很像实体超市在收银台附近摆放的各种小商品,就是让消费者在排队结账的时候,顺手买点小物件,像是口香糖、巧克力、面巾纸等等,也算是一种比较精明的营销手段。但是和实体店不同的是,网络购物平台的“顺手买”却频频遭遇消费者的吐槽,事实成了一种“套路卖”。

其一,购物平台在消费者结账的页面设置了“顺手买”功能,向消费者推荐商品,同时标明这些商品的原价是多少,如果“顺手买”的话,价格又是多少,给人以“顺手买”的商品要比原价便宜了很多的感觉,于是很多消费者为了省钱,就真的“顺手买”了。结果一些比较细心的消费者去同一个平台搜索其推荐的“顺手买”商品,发现其“顺手买”的价格和原价相差无几,这就有点忽悠人的感觉了,涉嫌虚标价格、虚假宣传。

其二,经常网购的消费者都知道,点击商品详情以后,会有关于商品的各种详细

的信息,但是“顺手买”的商品,消费者无法进入商品详情,也没有办法对商品材料、评论、规格等进行更多比较和了解。但根据相关规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利,所以这种模式可能已经涉嫌侵害消费者知情权。

其三,在实体超市、商场,消费者对于收银台附近摆放的商品买不买,都由自己决定,但是在购物网站的支付页面,推荐的“顺手买一件”就在结账页面下方,一旦在后面点一下,就和原商品一起付款,一不注意就被搭售购买。这样的做法,已经涉嫌诱导消费了,也是“顺手买”模式最为遭受消费者质疑的地方。

在商言商,“顺手买”作为网络购物的一种模式,具有一定的创新性,无可厚非,但是不能把消费者的“顺手买”变成了商家的“套路卖”。购物平台应尽快完善改进这一营销模式,充分满足和保障消费者的知情权。而对消费者来说,则应在付款页面仔细辨别商品,尽可能多了解商品信息后再根据需求决定是否下单。同时付款购买其他商品的时候,多加留意,不要误点了“顺手买”的商品,买了一些自己本来不需要的东西,既浪费钱,也浪费资源。

防“顺手买”变“顺便坑”需多方努力

何勇海

对商家来说,“顺手买1件”可增加商品的曝光率,帮助推广新品、加速消化库存、增加营收;对消费者而言,“顺手买1件”是通过大数据,按其以往的购物偏好推送商品,可以提高人货匹配的效率,甚至可以跨店购买,进一步享受网购的便捷。

不过,“顺手买1件”的商品价格更应优惠、更有品质保证,才可能吸引消费者“顺手”下单。然而,从诸多市场反馈来说,事实并非如此。有些“顺手买1件”的商品,定价高于直接购买价格,还存在质量差、临期食品、缺斤少两等问题,换言之,“顺手买1件”并不划算,且暗藏假冒伪劣,消费者极可能被“顺便坑1次”。

根据我国价格法,经营者不得利用虚假的或者使人误解的价格手段,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。市场监管总局出台的《明码标价和禁止价格欺诈规定》也早就明确:经营者如利用虚假的或者使人误解的价格手段,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易,则可能涉嫌价格欺诈。

而报道,“顺手买1件”还无法查看具体商品详情,这种“打闷包”的营销手段,又涉嫌侵害消费者的知情权。我国消费者权益保护法规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。然而,不少商家推出的“顺手买1件”就像开盲盒,一切皆不可知,全凭碰运气,因此被“套路”者大有人在。同时,为部分店铺、商品价格造假、品质造假提供了机会。

因此,监管部门应对“顺手买1件”予以监管。不论何种促销方式,都应遵守法律法规,尊重消费者权益。否则,就应受到制约。监管部门应要求平台和商家加强自律,诚实守信经营,营销手段可以创新,但不能“耍花招”;要对各平台的商家进行不定期抽查,一旦发现“顺手买”实际是“顺便坑”,就要依法处罚、以儆效尤,以保护消费者权益。

各平台要落实主体责任,不断完善销售规则,严把“顺手买1件”入口关,并让有足够的公开透明度,让消费者可以比质比价。如果不及及时进行治理,会影响消费者对平台的信任。商家更要拿出诚意,促销有诚意,消费者才会愿意消费、敢于消费。

当然,无论是“满减”还是“顺手买”等,无疑都是为了刺激那些对价格敏感、且有着“不买白不买”心态的消费者。由此而言,要避免“顺手买”变成被“顺便坑”,消费者也要坚持理性消费,增强防范意识,切莫因贪图“便宜”,而掉入商家精心设计的陷阱。一旦被“顺便坑”,要敢于举报和维权,以维护自身合法权益。

“顺手买”变“顺便坑”,需补上规则漏洞

江德斌

在线下商超的收银台旁,往往会放置口香糖、饮料、巧克力等小件商品,价格不高,还有优惠,消费者在买单之际,收银员也会提醒可以用来凑单,享受折扣优惠福利,很多消费者就顺手买几个。可见,网购平台的“顺手买1件”功能,与线下收银员的推荐服务,有异曲同工之妙,都是合理利用购物空间,增加商品曝光机会,采取凑单、优惠、折扣等方式,刺激消费者购买。

具体而言,“顺手买1件”就是平台面向商家推出的营销工具,通过推送促销商品选项,引导消费者在购物结算时,再额外增加购买其他商品,从而促进销售额的增长,达到刺激消费、增加利润的目的。可见,“顺手买1件”做为促销工具,并无原罪,但在具体使用过程中,由于规则设计不严谨,存在一些漏洞可钻,让不良商家有机可乘,将其当成价格欺诈的利器,利用信息差蒙骗消费者。

按照规则,平台支持跨店“顺手买1件”,这是增加店铺之间的联动促销机会,实现不同品类商品的联合促销,但是,在出现价格纠纷、产品质量问题时,原店铺又不对“顺手买1件”商品负责,则就令店家无所顾忌,不

再为品质把关。同时,“顺手买1件”的页面设计比较简单,不支持跳转,消费者埋单前,无法查看产品详情,又为部分店铺、商品价格造假、品质造假提供了空间。

问题一目了然,即可对症下药。“顺手买1件”的促销作用不必否定,关键是平台要尽快修订规则,弥补漏洞,让不良商家无空子可钻。所以,平台应限制店铺的使用条件,可以按照消费者购买金额为基准,分级设定推荐分类商品的门槛,消费金额越高,推荐商品价值越高;明确在跨店推荐时,原店铺要分担商品售后责任,从而迫使商家谨慎选择合作对象;所推荐的超值换购商品支持跳转链接,优惠价与原价需与商品原页面保持一致,禁止虚标价格。

电商是营销创新模式较为集中的领域,平台会推出各种新促销方案,藉此活跃气氛,吸引消费者眼球,引流促销。可是,有些方案拿消费者当“冤大头”,挖了坑等消费者往下跳,这样最终会倒了口碑,遭到社会舆论的批评和监管部门的惩治。因此,电商平台在制定促销方案时,一定要遵守法律、尊重消费者,仔细审核促销方案,让消费者享受到真正的优惠待遇。