

避坑指南！“剁手”忍不住，怎样“剁”得好

新华社杭州11月10日电(记者王俊禄、张璇)每年的“双十一”电商购物节，各大平台总是打着诱人的“特惠促销”“百万补贴”“满减优惠”“限时秒杀”等口号，大幅度的优惠吸引着消费者的目光。然而，优惠背后也有不少“套路”，消费者需要擦亮双眼，理性消费。

新华社“新华视点”微博发出的网络调查“‘双十一’活动你最担心什么”问题下面，多数网友选择了“套路太多，价格不香”。针对相关规则的调查中，1922人选择“规则复杂、放弃剁手”；1151人选择“本想薅羊毛，结果被薅”；364人选择“机智如我，跳坑高手”。不少网友在跟帖留言中表示，“只有简单粗暴的直接打折才是真打折”“我所知道的一些商品，打折后比平时还



扫码二维码，关注新华社民生直通车栏目

昨日「定金人」，今日「尾款人」，
聊聊双十一定金预售那些事

新华社北京11月10日电(记者周圆、赵文君)“冲啊，尾款人！”随着带货主播的这声吆喝，今年“双十一”掀起第一波购物高潮。

买！买！买！屏幕前，数亿消费者争分夺秒“剁手”。不到两小时，近百个品牌交易额破亿元。与此同时，新梗“尾款人”席卷各大社交平台。

所谓“尾款人”，来源于电商平台的预售活动，是指那些支付定金，参加预售活动，之后还需支付尾款的消费者。在快活的空气中，今年许多“尾款人”秒变“收货人”。

11月1日凌晨，在中国最北端的黑龙江漠河，荣女士支付尾款6分钟后，就收到预定的口红。更有网友晒图，付完尾款不到1分钟快递就进了快递柜……快递送达速度之快，网友不禁感慨“简直是邻居给自己发的货”“快递比外卖还快”。

“凌晨下单，早上收货。”今年快递为何这么快？其中定金预售功不可没。菜鸟网络国内供应链总经理黄娟表示，消费者支付定金后，快递企业根据大数据分析进行仓储调度。今年更是首次将预售订单提前下沉到配送网点和社区，待买家付完尾款后，就开始“最后一公里”配送，分钟级送达成为普遍现象。

定金预售模式并不新鲜，今年部分电商平台将“双十一”预售活动提前到10月21日开启，加上带货主播的宣传，有统计显示，“定金预售”成为仅次于“直播活动”的热门话题，并衍生出“定金人”“分期人”等网络新梗。

“预售模式对消费者和商家是双赢的。”中国人民大学公共管理学院教授许光建认为，消费者通过预售活动能提前锁定爆款商品，并且还能享受“定金膨胀”“付定金立减”等优惠。对于商家而言，预售活动可以帮助他们开展计划性生产和仓储，降低企业成本等，“预售活动能够营造更加稳定的消费环境，帮助买卖双方做出理性的选择。”

但同时，“付尾款后才能退款是否合理”“想退款发现居然发货了”“定金不能退”……关于定金预售的争议相继上了热搜。

北京的李女士像守岁一样，顶着黑眼圈，熬到凌晨，“付尾款时发现预购的13件商品中，有四五六件的价格和正常购买没有区别。”因为付定金时间定了定金不退协议，自觉没有“薅到羊毛”的李女士计划先付了尾款，再申请退款。

但李女士申请退款时，电商平台以维护系统稳定运行为由，暂时关闭申请退款渠道，早上再次申请退款时，其中一件商品已经发货，“套路太多，防不胜防。”

像李女士这样的情况不在少数。预售活动猫腻多，其中“付尾款后才能退款是否合理”成为众多“尾款人”关心的问题。

北京中闻律师事务所赵虎律师表示，按照法律规定，消费者支付定金后，如果没有在规定时间内支付尾款，定金是不予退还的。同时，法律也规定，除一些特殊商品外，消费者在电商平台购买物品，7天内可以无理由退货，商家需要退回全部价款，包括定金。

“消费者可以通过申请7天无理由退货来退回定金。”赵虎认为，消费者不能退定金，但能退货，这就很容易造成快递资源和商家运营资源的浪费。如果网购平台能够及时开放退款申请，则可以有效避免类似情况的发生。

新一轮“双十一”预售活动正如火如荼进行，“尾款人”如何“避雷”呢？

针对预售活动，中国消费者协会和各地消费者协会相继发布消费提示：消费者参与预售活动时，下单前务必确认好消费需求，切莫因促销优惠而冲动支付定金；定金支付后，要及时关注商品进展，在约定的期限内支付尾款，避免因违约而遭受经济损失；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。

贵”“一直关注和收藏的常用商品，突然贵了好多”……

据电商专业调查机构统计，电商大促后往往出现消费者爆发式投诉，问题集中表现为：先涨后降、虚假宣传、定金不退、发货迟缓、退换货受限、信息泄露、快递延误等。

指南一：防范主播“带节奏”。今年直播带货无疑是最大的业态。然而，一些主播身上绚丽夺目的同款同价衣服，到了消费者手中黯然失色，“卖家秀”和“买家秀”差别巨大。此外，一些商家及带货主播“钻空子”，虚假宣传、质量掺水、售后服务不到位等问题层出不穷。

对此，专业人士提醒，消费者要提高对商品的判断能力，对于低价、小众的商品应当理性购买；其次，消费者在购买商品时，要有取证维权意识，及时保留网红推荐图片、视频等作为证据；遇到消费维权“瓶颈”时，可以选择向消协等部门投诉，甚至提起法律诉讼。

指南二：提防折扣“难兑现”。据不完全统

计，电商推出的玩法包括秒杀折扣、百亿补贴、消费券、现金补贴、现金红包、优惠券叠加等。其中，部分商家的预付定金直减的活动，消费者需提前支付定金，如未支付尾款则定金不退，不少消费者未仔细区分“定金”和“订金”，丧失了“后悔权”。此外，部分商品悄悄偷偷换“身价”，商家“先涨后降”玩套路。部分商家借促销表面让利实则清库存，甚至出售质量较差的商品。

面对商家的各类促销活动，消费者一定要理性购物，避免因冲动消费落入商家“套路”。好消息是，打击“先涨后降”有了制度“撑腰”：国家市场监管总局11月5日公布了《规范促销行为暂行规定》，针对经营者在开展促销时“先提价、再折价”的现象，明确规定折价、降价的基准等。经营者开展价格促销活动有附加条件或者期限的，应当显著标明。对于“先涨后降”的消费套路，消费者可以向相关监管部门反馈。建议电商平台建立相应的价格保护机制，避免商家虚抬价格。

指南三：留心快递“慢吞吞”。“双十一”期间，商家的发货能力有限，面对大量的订单压力，发货慢也将影响用户体验，部分打着“闪电发货”的商家也不能及时发货。对此，消费者需做好物流滞后的心准备。对于一些急需的商品，提前咨询商家发货时间，对于一些食品类、易腐易坏类商品，最好避开物流高峰。签收时先验货后签收，对于未经同意就放代收点的物流行为可以向有关部门举报。

指南四：谨防骗子“搭便车”。在购物狂欢的同时，许多不法分子也盯上了“双十一”，通过假冒电商客服、快递物流，以“解决售后”“退货退款”为名实施诈骗。消协提示，消费者千万不能贪图价格便宜，登录陌生网站或者点击不明链接进行交易，更不要随意添加陌生人的微信、QQ等进行私下交易，以免吃亏上当。遇到商家虚假促销、霸王条款，以及遭遇各类诈骗陷阱的，消费者可以向监管部门和维权平台进行投诉，维护自身正当权益。

“买它，买它，买它……”。今年“双十一”来得比以往早。超前预售、直播轰炸，在一片叫卖声中，各个平台、商家早早布局、更快抢跑，一个购物节恨不得“掰”成两次过。

进入第十二年，从单一平台的“打折日”到“全民响应”的消费情绪，“双十一”早已从消费“备选项”蜕变为“必选项”。不断刷新上扬的销售数据、不断拉长变厚的消费清单显示，似乎没人愿意错过这场“流量盛宴”。

消费重塑了我们的生活，也为世界创造着财富。从“卖全球”到“买全球”，消费不仅成为推动中国发展的力量，也在不断刷新认知，成为能够冠以“世界级”“新纪元”之名的力量。中国超大规模市场好似一块“超级蛋糕”，吸引着万千品牌、全球好物纷至沓来。人们不用再担心能不能买到东西、折扣是不是最优，而是开始焦虑“该买什么”。

当扩容升级的“中国购物车”足够装下天下好物，支持人们消费决策的除了秒杀降价，还有对“严选”“优选”的追求。消费行为从“价格敏感型”转向追求高性价比、更有内涵的品牌以及更精准、高效的消费体验，人人都希望买到不后悔的好货。

相比于“上一辈人”谨慎的消费观念，时下的年轻人拥有更乐观的消费态度。但消费不等于浪费，“敢消费”不代表消费无度。“该省的省，该花的花”“不求贵的，只买对的”，不受物欲挟裹，理性消费也是一种消费姿态。更成熟的消费观念、更自信的生活方式，是对美好生活向往的缩影。

在一片未知疆域中，正是有了一个个敬业的“齿轮”维护着庞大消费“机器”的健康运转，消费者才能毫无顾虑地点下“购买”键。同样，消费追求从更多转向更好，才能倒逼生产者提升消费品的品质，为高质量发展而创造。

(记者潘晔)新华社南京11月10日电

可以更多，但更要更好

警惕以退款、赔偿、抢红包等为由的诈骗

新华社合肥电(记者汪奥娜、陈诺)“因业务员操作失误，现在要取消您的购物交易，请点击以下网址，帮您办理退款……”当你收到这样的短信，可得多个心眼，小心有诈！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布的验证码，以此骗取账户内资金。还有骗子冒充快递小哥称快递丢失，要给予赔偿，同样要求消费者点击其提供的链接，并按要求填写。对此，消费者在得知网购退款、包裹丢失等消息后，应第一时间与卖家咨询、确认，同时，不要轻易将银行发来的验证码泄露给陌生人。

此外，合肥警方提醒广大消费者，不能轻信各式各样的中奖信息，当消费者收到一些商家的中奖信息、微信红包、QQ红包等，切记不要随意拨打其中提供的电话号码或点击发来的网站链接，否则有可能会让手机或电脑感染上木马病毒，导致银行账户被盗。如果不小心点击，应第一时间关闭手机网络，修改网银、支付宝等重要账户密码，并通过安全软件查杀木马病毒。

“双十一”来了！关爱快递员在行动

新华社北京11月10日电(记者赵文君)由国家邮政局主办的“关爱快递员”暨第五届“快递员关爱周”活动10日在京启动。来自中国邮政、顺丰等11家企业的100名快递员代表在活动现场领取了“关爱大礼包”，包括冬季骑行手套、护肤品、食品等慰问品。

据介绍，活动为期一周，将开展七大主题活动：捕捉快递小哥旺季奋斗瞬间，即时打印并装进相框，赠送给快递小哥；在企业部分门店或网点设置互助区域，容纳快递小哥歇脚、喝水；用镜头、文字记录快递小哥的工作感言；随机邀请行人谈谈“双十一”“剁手”感受，并致谢勤劳的“小蜜蜂”；为快递小哥送上手套、护手霜等暖心物品；邀请快递员子女讲述在他们眼中的爸爸妈妈，并评出相关奖项；呼吁消费者爱护环境，主动选择环保类包装。

国家邮政局副局长杨春光表示，通过开展系列“暖蜂行动”，让全社会对穿梭于天南海北、田间地头、大街小巷的快递小哥多一些关心呵护。希望大家对快递业务旺季高峰期快件时效多一些宽容，收到快件时说一声谢谢，来一个好评。

“双十一”的外国身影



◀这是2017年4月21日在波兰中部城市罗兹的铁路枢纽货运站内拍摄的印有“中欧班列”标识的集装箱。

新华社记者
陈序摄



▶11月5日，一名店员在波兰首都华沙的超市里展示妙可牌低脂牛奶。妙可牛奶是波兰知名的牛奶品牌之一，近日，妙可牛奶搭乘中欧班列乳制品专列出口中国，备战“双十一”。

据波兰牛奶商会主席阿格涅什卡·马利谢夫斯卡介绍，欧盟是中国奶制品进口最大的来源之一。奶制品作为波兰的传统优势产业，今年上半年波兰对华奶制品出口同比增长70%。中国“双十一”临近之际，波兰纯牛奶、乳粉搭乘中欧班列抵达中国，为中国各大电商备战“双十一”提供充足稳定的货源。

新华社发(亚普·阿林摄)

买买买，南美消费者也能乐享“双十一”

中国电商积极准备“双十一”大促销的时候，地球另一端智利的物流工作者也在准备迎接“大考”。

与中国智慧物流平台菜鸟网络有着近四年精细化、深度合作的智利最大物流企业——智利邮政预计今年“双十一”将给智利带来上百万件来自中国的包裹。

智利邮政商务经理玛塞拉·索托对新华社记者说，近几年智利邮政就“双十一”进行了一些宣传，很多智利人都知道这是“中国电商购物节”，因为临近圣诞节，智利消费者在中国跨境电商平台购物的意愿相当强烈。

索托说：“我们进行了细致的准备和筹划，从数月前就同菜鸟一道对‘双十一’的总单量和每日单量进行预估，协调海关和

配送环节，优化运营、包裹追踪和客户沟通。”

菜鸟出口业务美洲地区负责人邓浩然对新华社记者说，智利是菜鸟“深耕的市场”，疫情中，菜鸟的运营模式和服务质量都在不断提升，每个月的业务量“大步快跑”，这都仰仗今年5月菜鸟所做的一个“大胆的决策”。

邓浩然说，疫情之前，菜鸟网络通过客运航班向智利运输包裹，疫情发生后，客运航班停航令菜鸟一度陷入困境。5月起，菜鸟启动香港出发经巴西到达智利圣地亚哥的包机，包机的频率从开始的每周一班逐渐增加至“双十一”期间的每周三班。

他说，因为这条线路航程远，货量不稳定，一直较少有企业尝试，但事实证明，启用包机“效果相当好”，包机开通后，菜鸟从中国运往智利的货量是去年同期的近30倍，运输效率大增。

新华社圣地亚哥11月10日电

“双十一”，“买买买”变成“算算算”？

新华社北京11月10日电(记者樊曦)年度“剁手节”“双十一”又来了！定金、尾款、津贴，你都知道吗？“养猫”、组队、领红包，你都做了吗？跨店满减、新人优惠、限时秒杀，你都试了吗？

各大电商平台设计的促销规则，让“买买买”变成了“算算算”。很多消费者摇晃着早已远离数学的脑袋拼命思考，到头来才发现平时没便宜多少。

近几年来，“双十一”花样越玩越多，促销规则复杂烧脑，套路满满。有人在网络购物平台上抢了900多个红包，实际优惠金额累

计不到10元，花费了巨大精力，最后只有满满的失落感；有的商家号称“限时抢购”“爆款秒杀”“巨惠特卖”，实际上却是“先涨后降”；还有优惠对消费期限、商品品类、消费金额等设置“门槛”，达不到就不能享受……难怪不少人感叹，不是我管不住自己的手，是平台太会玩、太能玩。

宏观上看，“双十一”激发了消费热情，推动了经济发展。微观上看，商家为促进销售而创新促销手段也无可厚非。但某些游戏规则的设计着实让人有坠入云里雾里之感。消费者一边担心“不买就错过一个亿”，需要不需要的东西扫

了一大堆，一边算上半天也算不清，最后发现时间花了不少，钱没省下几毛。

这样的促销方式实在让消费者有点消受不起。有网友感叹，自己已经从计算折扣变成了被算计，引发不少共鸣。

“双十一”成交量的不断扩大反映了大众的认可，但漂亮的销售数字并不代表商业模式的完美无缺，一个可持续发展的市场应该是理性繁荣的市场。如何让“双十一”重归简简单单打折、实实在在让利，让商家和消费者真正共享数字经济平台的方便快捷，也许是销售狂欢过后各方都该冷静思考的问题。



新华社发 王琪作