

“618”线上购物要谨防哪些消费陷阱

消费投诉指向电商平台营销、售后服务、物流配送等问题

今年的“618”年中大促已于5月24日开始。记者发现,近日,各投诉平台和社交平台上,有不少消费者将矛头指向电商平台营销、售后服务、物流配送等方面的问题。每年的各大购物节是这类问题暴露的高峰期。据微热度大数据研究院统计,2021年“双十一”期间,全网有关“双十一”的消费投诉信息量达1429万条,平均每天超过5万条。

记者通过观察各电商平台活动以及投诉平台、社交平台消费者投诉,整理了以下常见平台漏洞及套路。“618”大促期间,消费者在感受狂欢的同时,也需提高警惕、审慎消费。

商家营销

优惠券、满减福利暗藏玄机

优惠券、满减福利等是购物节常见营销手段,其中大多确实为消费者带来实际的优惠,而有些优惠只是诱导消费的噱头。有消费者爆料,5月28日那天,他原本打算在淘宝上买一款价格2699元的电动马桶盖,客服告知他6月18日当天购买可能有更多优惠。5月31日,他再次打开该商品页面,价格显示提高了200元,同时平台发放“满2000减200”福利补贴。也就是说,获得补贴后实付价格与原价一致。

另一唯品会用户爆料了相似的套路。该用户表示,唯品会给用户发放会员“满2000减200”、“满1000减100”等优惠券,并显示次日10点截

止使用。为了享受优惠,该用户下单了共3000元的商品。几日后查看物流时才发现,商品售价比自己使用会员优惠券后还要低。

还有消费者反映,有的商家在大促前几日才上线商品,消费者只能在大促期间购买,而且无法得知商品原价,自然也无从对比得出自己是否真正得到优惠。

满减优惠则有可能驱使消费者非理性购物。为了凑单,消费者往往会加购自己不需要的商品。一消费者反映,自己要买的洗发水在活动期间的售价为98.5元,而商家发放的优惠券是满99元减50元。该消费者还发现,98.5元并非该商品原先的价



格,而是商家在活动前提价后的价格。

“前100名购买享五折优惠、前101-200名购买享七折优惠”也是购物节常见的优惠方式。为了得到优惠,不少消费者苦守至半夜零点。消费者张华(化名)告诉记者,他曾经在6

月18日当晚准备了两部手机,只用40秒就进入了下单页面,但仍然没有抢到前100名优惠。他质疑自己是否真的没抢到,还是抢到了却被商家欺骗。“我提前做了功课,我买的两件商品月销量分别只有1600件和1000件,所以不相信是真的没抢到。”

电商平台

“瓜分红包”实则增加用户量

“组队喵喵,瓜分百万喵币”、“组队瓜分百万红包”等,是各大电商平台常用的玩法。这类活动通常需要用户将活动信息分享至微信好友,好友进入电商平台才能组队,组队后需

要玩小游戏才能瓜分金额不等的红包,在购买商品时使用。

记者注意到,一直以来都有用户对这类活动提出投诉。多名用户表示,“天天领现金”活动要求好友助

力,最开始一位朋友助力0.1元现金,后来再助力变成金币,再后来助力就变成了金币碎片,面额越来越小,提现越来越困难。“好不容易集了99.99个金币碎片,就再也助力不了了。”有

用户表示,相关平台宣称只要好友助力就能提现上百元,然而这个过程需要用户花大量时间,有些人到最后也没有领到红包,而平台因“好友助力”获得了大量新用户。

直播电商

价格误导 主播利用粉丝信任行骗

中国互联网信息中心数据显示,观看直播的用户中,66.2%的用户都在直播中购买过商品。记者发现,一些直播电商以附赠大量产品小样的方式吸引用户,实则将小样的价格折算至商品价格中。直播电

商还常常使用饥饿营销的方式,以“还有100套”、“倒计时”等口号向消费者传达心理暗示。

据统计,在“双十一”预售直播中,一平台头部主播共宣传了252款产品,平均57秒一款,主播以超

高语速给消费者营造紧张氛围。

有的主播利用消费者对自己的信任欺骗消费者,“辛巴”售卖假燕窝案就是一例。“辛巴”辛有志以“农民的儿子”为人设卖点,打着“只为老百姓服务”的口号,吸引了大量粉

丝。然而,粉丝没有想到,辛有志卖给他们的燕窝是假的,100克“燕窝”中,含有功效物质的燕窝价值只有0.07元。

目前,广州市场监管部门已对此立案侦查。

会员服务

被质疑“隐藏消费”

“微信被唯品会先享后付扣费了,也不知道怎么开通的。”记者发现,近日,不少唯品会用户在各社交平台和投诉平台上反映,自己的微信账户被唯品会无端扣费。账单上显示,用户使用了“唯品会超级VIP先享权益后付款”服务。

记者经过了解得知,“超级VIP先享后付”服务面向受邀且微信支付分达到600分以上的用户,这类用户申请开通超级VIP时无需支付年

费,有效期365天结束后微信自动扣费结算年费。而年费的结算方式为:当节省金额低于超级VIP年费,支付节省费用;节省金额高于超级VIP年费,封顶为超级VIP年费;节省金额计算项目包括超级VIP无限免邮、唯品会自营商品折扣、超级VIP生日券等。也就是说,只有当节省金额超过超级VIP年费时,用户才算真正有资格享受超级VIP的各项服务。

有用户提到,“当时没有仔细看规则,知道能先享受VIP就用了,一年后的今天却说要扣封顶年费149元,而连续包年只要69元,几乎是一半。”据了解,该用户一年前开通“超级VIP先享后付”时,超级VIP年费价格为149元;而一年后的今天,年费价格降到了69元。

不少对该服务提出不满的用户都提到,自己当时在“不知情”的情况下开通了该服务,而开通后无法取

消。一名用户而开通服务时的页面截图上显示着“0元开通先享后付”、“1年后付费,不用不付费”等,而付费金额、能否取消服务等规则在“用户协议”中才有所提及。不少用户认为,这有误导消费者的嫌疑。也有用户表示,自己的唯品会账号是“自动进入先享后付政策”的,消费过程中只能使用“先享后付”,而不能使用自主购买的VIP服务,“让消费者放弃更好的选择”。

物流配送

下单近一个月不发货 收货前不能取消订单

“在当当网买书一个月未收到货”、“订单无法取消,客服不回复”……记者发现,在各大投诉平台上,许多当当网用户指控当当发货慢的问题。有用户投诉,4月下单的商品,到5月底还没有发货,其间问过

几次客服,都没有得到回复。5月25日,该用户再次询问客服,客服表示将发出一部分,缺货的商品无法发货。该用户提出质疑:“既然部分商品有货,为什么之前一直不发?”

另一名用户于5月12日在当当

网上买了一本书,发货地址和收货地址都在广州,但截至5月27日,物流信息都停留在“商品出库”。“按了无数次催货都没有任何跟进,打了客服投诉电话后物流仍然没有跟进,过两天又打电话投诉,好几次都没有客服

接听。”随后,她想要取消订单,却被告知“没有收到货不能取消”,申请售后服务时也被告知“没有收到货就不能使用售后服务”。“要是我买的书一直不更新物流,这个钱是不是就一直没法退给我了?” (北青报)