



“双11”促销花样多 购物莫冲动

编者按

一年一度的“双11”购物节已经拉开大幕，五花八门的商品预售信息纷至沓来，除了那些我们熟知的网购平台，新兴的网购形式如短视频和直播也丰富着我们的消费生活。面对纷繁复杂的购物环境和火热的网络推销，提醒大家在享受购物乐趣的同时不要忘了擦亮双眼，提高安全防范意识，购物时保持头脑清醒，理性购物、防范套路、依法维权，避免落入网络消费陷阱。



本报讯(记者 林金彦)一年一度的“双11”即将到来,11月4日,聊城市市场监督管理局、聊城市消费者协会发布“双11”消费提示,广大消费者要理性购物,科学消费。

“双11”期间,商家各种各样的促销和打折活动层出不穷。消费者要按需购物,理性参与各种打折、促销活动,从信誉度、成交记录、评价详情等多方面对卖家信誉进行评估,对于甩卖、清仓、最低价等优惠打折的商品,要对比平时的销售价格,警惕价格陷阱;参与预售活动要重点关注支付和退款规则;参加拼团购物前应仔细查看商品介绍、发货时间、退换货服务等信息,尤其是大件商品、贵重商品,建议多比较,选择口碑较好的平台。

消费者要选择正规平台,谨慎预付定金。网购时,应选择具有一定规模且信誉良好的电商平台,从信誉度、成交记录、评价详情等多方面对网店进行评估,做到货比三家,防范刷单炒信。“双11”预售期间,不少商家通过预付定金等方式售卖商品,消费者要注意“定金”不等同于“订金”,一般情况下,预付的定金是不可以退的。建议消费者慎重交“定金”,详细了解“定金”使用规则,做到三思而后行。网购支付时,消费者要通过平台提供的正规支付渠道和正规流程购买,绝对不要轻信卖家提供的第三方支付链接或二维码。

消费者要保留购物凭证,积极依法维权。消费者在网上购物时应及时保留好相关原始记录,如该产品页面宣传、直播时的广告宣传、商家承诺内容截图、聊天记录、购买记录、支付凭证、物流信息等,防止商家删除相关信息后难以恢复,给后期消费维权带来难度。同时,消费者在发现商品质量不合格或与宣传不相符等问题时,应及时与商家协商解决;如果协商不成,首先向平台客服反馈,交涉不成,可拨打市民热线12345或12315维权热线进行投诉举报,或者通过诉讼维护自身合法权益。

此外,消费者也要注意“双11”期间交易量激增可能导致商家备货不足,为避免退货损失运费,消费者可选择自带运费险的商品或在下单时购买运费险,也可提前与商家明确发货时间,对于食品类、易腐易坏类商品,最好提前选购,避开物流高峰。在疫情防控期间,消费者应尽量采取无接触收取快递的方式,注意自我防护,对快递外包装进行消杀,做到外包装不入家门,及时洗手减少感染风险。

理性购物 科学消费

我市发布『双11』消费提示

按需购物,理性参与

平台,谨慎预付定金
要选择正规

保留购物凭证,积极依法维权

注意『双11』期间交易量激增可能导致商家备货不足



制图:丁兴业

中消协点评快递业“霸王条款” 未保价快件受损按低限赔偿不公平

“双11”购物节开启,全国快递业进入黄金运输期。11月4日,中国消费者协会邀请中消协律师团律师从法律层面,对消费者反映强烈的快递业“霸王条款”进行点评。

消费者在寄递快件时,常会遇到这样的格式条款:未保价的普通快件破损、毁损,文件、物品破损但不影响主要功能,若您可提供有效货值证明,加盟网点按照有效货值的20%赔偿,文件类最高赔偿100元,物品类最高赔偿300元;若您不能提供有效货值证明,加盟网点按最多10倍运费赔偿,文件类最高赔偿100元,物品类最高赔偿300元。

中消协律师表示,各快递公司都在快递服务合同中约定了各自在一定限额内的未保价赔偿规则,但这些规则并没有消费者协商修改的余地。而且,快递公司约定的限额赔偿责任低于快件实际价值时,消费者的实际损失得不到补偿,减轻了快递公司的赔偿责任,对于消费者显失公平。

快件已经保价,因格式条款的设置,仍然会存在不公平。快递企业对“保价”的解释与消费者的理解存在分歧。快递企业的“保价”规则属于最高赔偿限额,实际赔偿时

要根据快件的损毁情况确定具体金额,最高不超过保价金额。普通消费者对“保价”的理解是快件出现损毁情况,快递企业就应当按照保价金额进行赔偿。快递企业有义务在接受托寄前,向消费者主动阐明具体的保价赔偿规则,如果告知不清楚,对格式条款的理解发生争议时,应当作出不利于提供格式条款一方的解释。

疫情期间,部分小区被划定为高风险地区而导致快件需要消杀、管控等,小区解封后,消费者发现其暂停配送,保存在快递网点的物品丢失了,快递公司无法完成送达,并以疫情防控措施为由拒绝赔付。

针对这种情况,中消协律师认为,疫情期间,因防疫需要对快件进行消杀或者由快递网点保存而暂停配送,并不等于快递企业可以随意处置消费者的快件。防疫期间,快递企业应当妥善保管好消费者的快件,出现快件丢失、破损、短少等情况的,应当按照约定进行赔偿,不能以防疫措施为理由推卸赔偿责任。防疫措施解除后,快递公司应当按照收件地址尽快安全送达。

据《北京青年报》记者 王薇

“双11”购物车里的消费新变化

新华社记者 王雨萧 白田田

一年一度的“双11”购物节正在火热进行中。作为观察中国消费的一扇重要窗口,今年“双11”,购物车里呈现哪些消费新风?

国货国潮“出海”,全球好物“上新”

10月31日晚,天猫“双11”开启售卖1小时,102个成交额过亿元的品牌中,国货品牌占比过半,部分国货品牌1小时成交额超过去年全天。

随着中国制造转型升级和本土品牌创新力不断增强,国货国潮愈发走俏市场。今年“双11”,不少国货品牌更是漂洋过海,“圈粉”一大批海外消费者。

京东全球售数据显示,“双11”预售期间,布鞋、绣花鞋等国潮好物颇受海外消费者欢迎,订单额同比增长400%;国潮走红还带动了传统文化产品消费增长,在一些国家和地区,历史小说成交额同比增长380%,海外消费者尝试通过书本深入了解中国。

“国货逆袭的背后,是国产品牌质量和影响力不断提升。未来,持续通过产品和服务创新,不断满足和创造新的消费需求,将是国货实现长远发展的关键。”中国宏观经济研究院研究员王蕴说。

今年“双11”,国货“出海”的同时,来自全球的进口商品也在加速“上新”。新西兰、墨西哥、马来西亚等近20个国家的商品正陆续在京东上线国家馆,“双11”开门红10分钟,京东国际国家馆整体成交额同比增长超过12倍。

“理性”“绿色”“银发经济”成为关键词

“今年买的东西不多,但都是自己需要的。”家住湖南长沙的席女士告诉记者,往年“双11”总忍不住囤货,有些快过期了还没用完,今年决定按需购买,不再冲动下单。

随着各地促进绿色节能家电消费等举措持续落地,绿色、低碳消费理念成为今年“双11”的主旋律之一。

“双11”开门红期间,苏宁易购全国门店一站式以旧换新订单量环比增长122%,绿色节能家电销量环比增长126%。

此外,更多垂直细分领域消费正在崛起,在各大电商平台,提升生活幸福感的网红小家电、美妆香氛、原创饰品等消费增长迅速。

能实现心率、呼吸、体动等体征实时监测的5G智能护理床;根据银发群体口味和营养需要量身定制的奶粉;专为老年人研发的无线蓝牙助听器……正在上海举行的第五届进博会上,针对老年群体设计研发的健康好物,彰显银发经济的广阔前景。

今年“双11”,淘宝天猫、拼多多、抖音等电商平台数据显示,中老年体检服务、营养保健品、家用医疗器械等产品销售均迎来大幅增长。

中国国际经济交流中心副理事长王一鸣表示,中国老年人口规模大,老年产品和服务市场发展潜力巨大。随着老年人消费需求从“生存型”向“发展型”转变,消费层次不断提升,医疗健康、智慧家居、旅游度假、文化娱乐等产业将提质扩容,有效拓展国内需求,孕育经济增长新动能。

新华社北京11月7日电