

走到第14个年头的“双11”今年又有新招数——

# 延长价保期能治“虚假低价”吗

本报记者 金志刚

民生调查

今天是“双11”的“正日子”，但其实今年“双11”，各大电商平台基本从10月下旬就开启预售了。作为国内最老牌的电商促销季，“双11”今年走到了第14个年头，已成为全球最大的购物狂欢盛宴。如何再次点燃消费热情、刺激更多消费，各大电商平台和商家都使出了浑身解数，其中简化促销规则、延长价保周期，成为今年“双11”的新“标配”。但延长价保期到底能不能治“虚假低价”呢？

## “直给”让规则变简单

有一种声音在质疑“我们还需要‘双11’吗？”，理由是随着越来越多电商零售购物节和直播电商购物节的推出，“现在天天都有打折、都是‘双11’”。事实上，“双11”依然是满足消费需求甚至“创造”消费需求的重要购物季，有机结构预测，今年“双11”的商品成交额(GMV)有望突破1万亿元人民币大关。

不过，往年套路重重的“双11”也的确被人诟病。观察今年的“双11”会发现，平台和商家们已意识到，往年越来越多的折扣玩法和算不清楚的优惠政策，已逐渐浇灭了消费者的购物热情，所以今年很多平台都是“直给”——打折规则变简单了。

天猫可以叠加使用“三重优惠”：1700万商品集体打折、全场跨店每满300元减50元、88VIP会员再领820元大额券，“喵糖”“盖楼”等这些复杂玩法全部取消；京东则是跨店每满299元减50元、每满1000元减100元，不用领券，下单即享；拼多多全场商品每满300元减50元，上不封顶；唯品会一件商品也可享受优惠……

## 延长价保成为“标配”

不可否认，低价依然是“双11”吸引消费者的重要“砝码”，因此，商家纷纷宣布“‘双11’是全年最低价”，平台也暗暗较劲：我们家才是“全网最低价”。但“没有最低，只有更低”，到底“最低价”在哪里呢？

“先涨后降”“虚假标价”等恶意虚假低价行为，也成了今年“双11”重点整治的问题。主要的电商平台都升级了价格保护等服务，力图打消用户“早买吃亏”的顾虑，刺激更多消费。

“双11”期间，天猫从以往付款后15天内价保，改为“双11”结束后15天内全程价保，最长价保时间从15天延长至27天；京东提出30天超长价保，而且在价保期内可以“多次”申请，相当于能延长到“双十二”；用户在苏宁易购选购带有“30天价保”标识的商品，也可享受30天价保服务，部分家电商品还可享受“30365”的服务，即30天内包退，365天内包换；抖音电商从原先付款后15天价保期，延长至11月11日活动结束后的15天内全程价保，即到11月26日，这意味着该平台最长价保时间延长到了34天。

## “倒逼”商家真实出价

用户购买带价保标识的商品，在价保期内，若同一商家的同一商品降价，都可以发起价保申请退还差价。价保是一个约束，价保时间延长则对商家的定价约束增加，所以在减少“双11”虚假优惠方面有一定作用。由于价保时间能够覆盖整个“双11”期间，这也“倒逼”商家在此期间给出客观的低价。

价保服务由来已久，早在2008年，京东就在业内首创价保服务。今年“双11”，延长价保期成为各大平台的“标配”，是希望争取更多的消费者到本平台“任性”购物，“退了差价是惊喜，没有差价可退是放心，怎么都不亏。”

这一举措对于消费者来说确实是好消息。据京东介绍，截至11月8日，今年“双11”已有超过2亿人次通过京东App申请价保服务。云南消费者小张、小杨上个月为自己开办的民宿购置了一批电器，京东“双11”开启后，他们发现这批电器中有一些降价了，总价相差约1.5万元，好在通过“一键价保”，成功申请并退回了所有差价。

## 依然存在“先涨再降”

10月11日，为了规范“双11”期间网络集中促销经营行为，上海市市场监管局发布了相关合规指导书，明确禁止电子商务企业采取“虚假打折”“虚假标价”、不履行价格承诺等违法方式开展促销。

虽然各平台在今年“双11”期间都延长了价保时间，但要完全杜绝“先涨后降”“虚假标价”等恶意虚假优惠行为，并不容易。不少网友发现，电商平台在售的手机等商品出现先涨价再降价的现象，最终的价格甚至比平时还要高。比如，某品牌的一款手机在同一平台上10月16日、18日、19日、24日的价格变了四次，网友截图显示，价格先从2099元降至2069元，随后突然涨至2469元，又回落到2299元，而10月24日正是今年“双11”大部分平台预售首日，这种行为带有明显的“先涨后降”嫌疑。

专家指出，商家先涨价后降价，以制造降价假象，是典型的不诚信行为，涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权，还可能构成欺诈。根据相关法律规定，消费者可截屏保存好相关证据，要求三倍赔偿。此外，也有人建议价保政策继续进行升级，直接自动退差价，当前的价保机制下还是需要用户申请才能退差价，这对消费者并不公平。



■ 电商企业全力备战“双11”  
本报记者 陶磊 通讯员 蔡斌 摄

## 最快分钟级收货 让你“来不及反悔”

比拼物流速度和稳定性，是今年“双11”各平台的重点之一。很多消费者都有个疑问：为什么“双11”的时间越来越长？“双11”难道不应该是11月11日这一天的事情吗？为何要分预售、付尾款等诸多环节呢？……其实，增加预售环节、“双11”整体时间拉长，除了增长销售业绩外，还有利于物流的稳定性，尽可能避免“爆仓”。

通过预售，货物可以提前运至离消费者最近的仓库，还可以通过大数据分析，紧急增加“爆款”商品的供应量。今年“双11”，很多消费者感叹“深夜下单、一大早快递员就来敲门了，一点‘反悔’‘退单’的机会都不给我”，原因就是你的“意向”商品早就“等”在离你家最近的前置仓里了。

今年“双11”，菜鸟表示将增加10万短期用工人员，通过多种方式加大送货上门力度。同时，菜鸟在全国20多个城市额外储备超400万平方米仓库，把预售的订单前置生产，并将实物包裹提前下沉至距离消费者最近的菜鸟直送和多家快递公司分拨中心和网点，付款即发货、配送。

而以自营物流为主的京东，强调京东物流将在全国范围内确保送货上门与稳定的服务时效。通过前置仓布局，全国超200个城市的消费者只要参与预售，都有机会体验最快分钟级的收货体验。

## “狂宠会员” 培养加深客户忠诚度

根据贝恩公司发布的《2022年“双11”：客户忠诚度比万亿级销售更值得追求》报告，2021年，有56%的受访者表示，他们计划于“双11”期间在3个或以上的平台购物，今年这一比例上升至69%。同时，有37%的受访者表示，今年计划去5个及以上的平台购物。这表明，很多消费者认为不同零售商的“双11”优惠力度大同小异，不必忠于一家。

因此，各大电商平台今年也把“宠会员”摆在非常重要的地位，将重点从过去的打折促销调整为培养加深客户忠诚度。在天猫上，有42个品牌拥有超过1000万会员，600个品牌拥有超过100万会员，其中，大部分品牌会员带来的成交额超过其总成交额的40%。今年“双11”，天猫88VIP会员，不仅以正常的折扣消费，还可以再领820元大额券。

京东方面，PLUS会员除了享受正常的折扣，每人还可领超千元超级补贴，比如购家电PLUS会员享超级补贴，以旧换新再减300元起，成套买再享折上折。

电商平台未来发力点  
拼服务 守城池

随着竞争的日趋激烈，各家电商平台在价格上的让利空间已经越来越小；同时，挖掘新的消费人群已变得越来越难，可以说，从吸引流量到留住流量，“双11”的商业逻辑也已经变了，提升服务价值已成为电商平台的共识。今年的“双11”，不仅是平台们真正拼服务、深耕用户的一次集中考验，还是生态重塑的一次大练兵。

江苏银行 上海分行  
Bank of Jiangsu Shanghai Branch

外币定期存款

币种：美元

1年期 利率：4.20% 1万起

详询江苏银行上海分行各营业网点  
021-22258262 021-22258273