> 在“顺手买一件”时这种限时稀缺的情境下，**消费者很容易“上头”下单，不过这背后也隐含着一些消费陷阱。**

下单了 10 件“1 元商品”，最终 10 件商品都将放在一个包裹中发货至消费者手中，这样一来，自然节省了成本。

## “顺手买一件”是套路吗？

资深买手会发现，如今买完东西打算结算时，往往还会看到一件由平台推荐的“顺手买一件”商品。

它的设计初衷并不复杂：消费者订单达到一定金额后，结算页底部会根据消费者过往的购买习惯推送一件包邮低价商品，帮助商家提升客单价、清理尾货或派发小样。对商家而言，省去了搜索排名和广告投放的费用，这几乎是一种零流量成本的曝光。对于消费者来说，“顺手买一件”的价格一般比平时低上不少，不由怦然心动，随后冲动消费。

这个场景是否让你想起在传统超市 / 便利店排队结账时，随手拿起收银台旁的口香糖？这是有心理学依据的，结账时，消费者处于一种“完成任务”的快速、情绪化的思维模式，直觉反应占主导地位，消费决策受到即时情绪和环境刺激的影响，没有时间去理性思考是否真的需要。在“反正也不贵”等心理因素影响下，很容易就让额外消费看起来更加合理。

一般来说，消费者在“顺手买一件”时，大数据为其匹配的商品往往需要跨店购买。然而，消费者点击该商品时，无法查询详尽信息。一旦退出结算页面去搜索同款，返回后推荐商品就已经换了，在这种限时稀缺的情境下，消费者很容易“上头”下单，不过这背后也隐含着一些消费陷阱。

消费者桂先生在某平台“顺手买一件”中，看到有商家“12 瓶矿泉水”仅售 2 元，果断下单，但收到货却只有一瓶水，商家却辩称“1 件就是 1 瓶”。桂先生认为，商家在商品名称上玩了文字游戏，有误导和欺骗消费者的嫌疑。

小秦也曾在“顺手买一件”时下单了平时常备的某款辣椒粉，价格虽然便宜，但到货后发现产品散装在一个廉价塑料袋里，和平时的正规包装很不一样，与她的预期大不相同，但最终她放弃了退货，“运费都比价格贵，算了算了”。

还有消费者在网上分享自己的经历时表示，自己“顺手买一件”购入的身体乳，付款金额 19.9 元。然而过后重新点开详情页面，发现实际价格才 9.9 元！“瞬间感觉自己上当受骗了”。事实上，多个平台的消费者都曾反馈，部分“顺手买一件”商品的“原价”标注存在虚高，用划线价和“顺手价”制造出的折扣感，实际可能并不成立。

根据国家市场监督管理总局出台的《明码标价和禁止价格欺诈规定》，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。

从这方面看，电商平台应当要落实主体责任，综合考量店铺口碑、商品定价及质量、用户评价和反馈等多重因素，对“顺手买一件”商品预先筛选，严把入口关。另一方面，市场监督管理部门也要加强监管，对电商平台进行不定期抽查，建立“顺手买一件”商家黑名单制度，一旦发现，依法处罚。

愿所有人买得开心、买得实惠、买得放心。