

“双十一”结束后一些消费者发现：

# 预售比现买还贵，保价售后套路多

“一年一度的‘双十一’正式落下帷幕。虽然销售总量依旧火爆，但今年各大电商平台纷纷推出的预售模式引发了不小争议。

“新华视点”记者调查发现，预售引发大量吐槽。有不少消费者反映，付完尾款后发现，有些号称最低价的预售商品比现买还贵；找商家协商，却发现保价套路多，售后服务混乱。



“双十一”促销



(新华社发)

## 预售比现买还贵

自10月下旬以来，各大电商平台纷纷开启预售活动，以最低价、限量款等吸引消费者预付下单。

数据显示，今年“双十一”期间，各大电商平台预售期热度同比大幅增长。10月20日，天猫、京东同时开启“双十一”预售。据淘宝直播数据显示，仅首日，两名头部主播首场直播观看人次均在2亿以上，销售额合计逾200亿元，其中不少是预售商品。11月1日0时后，“尾款人”陆续开始支付。

记者采访发现，很多消费者反映，有的商品预售价高于现价。

邓邓购买一款品牌手机，原价近4000元，商家称预售可以优惠500元。但付完尾款后几天，邓邓发现该产品以现货方式上架，可优惠700元。邓邓质疑，之前等链接上架、蹲点付款，等了快半个月价格却更贵，那么预售的意义是什么？

天津市民小张也遇到同样情况。熬夜付完一件大衣的尾款，她再进直播间发现，预售总价比直播间现货价贵了100元。“当时问过客服预售价是否是最低价，客服很肯定地承诺，所以我才下单。”

还有消费者发现，需要支付的尾款高于预售时标出的尾款。预售期间，小彭看到一家体育品牌网店打出的优惠：指定日期时间段下单，算上送定金和符合该商品价格段的满减优惠，一双运动鞋到手价只需268元。等到付尾款，他一步步操作下来需要支付287元。

一名大学生告诉记者，她发现个别商家在“到手价”上做手脚。“消费者通常认为的‘到手价’等于‘定金+尾款’，但有商家故意将‘到手价’解释为‘尾款’，隐蔽地提高了价格。”

在黑猫投诉上，有消费者投诉称，商家承诺预付减双倍定金，结果只减了一倍。某运动品牌被消费者大量投诉，均称商家在承诺预售价为最低价后，放出力度更大的优惠券。

业内人士表示，一些商家标榜的最低预售价高于直接支付价，属于不履行价格承诺，涉嫌虚假宣传。

商品惯例，但不少消费者表示，预售商品想退款却没那么便捷。

记者调查发现，定金是很多消费者对预售吐槽最多的。虽然有些商家承诺可以退还定金，但一些消费者按照预售协议申请时发现困难重重。

天津一位消费者告诉记者，某运动品牌商家曾表示，预售期间前4小时内付定金，后期不满意可以退定金。但后来要退货时商家说，需要等到收货后才能申请退款，结果长时间都无法拿到退款。

一些已经提交退定金申请的消费者还表示，被告知无法退还。“服务助手发来的好几条信息都是‘提交成功、处理中’，但后来就没消息了。几天后再去问客服，对方却表示退定金时间已经过了。”北京的小王告诉记者。

“退起来太复杂了，而且全是机器客服，光是等人工就要等好久。”一位消费者表示。

许多平台宣传的保价服务也很难实现。小吕发现，某电商推出的保价规则避开了“双十一”当天，还有的商家在预售结束时下架商品链接，使该商品无法保价。一位消费者告诉记者，付定金购买某品牌乳液时客服承诺享受保价，等收到货后，却发现无法申请保价。

此外，预售期过长、收货时间晚、无法修改寄送地址等，也是消费者反映比较集中的问题。据黑猫投诉统计，10月20日至11月13日，涉及预售的投诉量达5280条，投诉主要集中在服饰、美妆等。

近日，市场监管总局下发《关于规范“双十一”网络促销经营活动的工作提示》指出，禁止采取“先提价后打折”、虚构原价、不履行价格承诺等违法方式开展促销，杜绝虚假宣传，妥善化解网络消费纠纷。

中国消费者协会也发出消费提示，提醒消费者购买预售产品的，要明确预付款和尾款的支付时间及金额、商家的发货时间、双方的违约责任等重要事项。

针对预售出现的问题，电商平台是否已有监管举措？记者以消费者身份咨询了多家平台的客服，对方均表示注意到今年消费者关于预售的投诉，会向商家发出通知规范相关行为。

天猫及京东平台预售成交总额高达1863亿元，同比增长34.4%。

记者发现，预售不仅是“双十一”促销手段，其实早已存在于电商日常销售中，其中尤其以服装类居多。不少小的服装品牌长年就是付款后7天发货、14天发货，有的甚至45天发货。

业内人士表示，对消费者而言，电商平台往往会对预售商品给予一定的价格优惠；对商家而言，通过预售可以事先锁定部分用户，从而对销售额有更准确的预判及准备，备货也更加从容。表面上看，这应该是一种消费者和商家双赢的方式，因此在电商平台竞争日趋激烈的背景下，吸引了不少商家参与。但由于相关规则不够完善，易给消费者带来不满意体验。

“一些预售商品的供应周期可能无法保证，或者出现产品质量差、交货时间长，甚至有的订单无法交付，损害消费者的利益。”资深互联网行业专家尹生说。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为，商家采用预售经营时，必须遵守消费者权益保护法、电子商务法等法律法规。预售制从消费者付预付款到商家发货有一个时间差，这段时间如果商家出现经营不善或遇到其他问题，导致无法正常履行订单义务，有的甚至可能关门跑路。如果出现类似情况，消费者往往很难维权。

受访专家认为，从长远来看，不规范的预售将逐渐透支消费者的信赖。陈音江认为，商家首先要诚信经营，制定公平合理的预售规则，并且事先有效告知消费者，尤其是预售规则中一些跟消费者有重要关系的信息，要以醒目方式有效告知，兑现预售规则和双方约定的有关承诺，确保产品质量和售后服务等。

北京云嘉律师事务所律师赵占领建议，电商平台应建立更有效的内部监管机制，加强对商家经营行为的监督，督促商家及时履约或退款，对预售欺诈行为及时采取制止措施，必要时可直接取消电商入驻资格或要求其承担赔偿责任。市场监管部门应加强监管，一旦发现违法违规或者损害消费者权益的行为，要及时依法查处。

(据新华社北京11月17日电)

## 北京调整 进出京管理措施

据新华社北京11月17日电 记者17日从北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作新闻发布会上获悉，北京17日调整了进出京管理措施，关于“48小时内核酸检测阴性证明的起始时间，以检测报告中‘报告日期’为准。同时，未持有核酸证明的人员可在周边检测点采样后进京等待结果。”

据了解，11月17日0时起，北京调整了进出京管理措施，人员进(返)京须持48小时内核酸检测阴性证明和“北京健康宝”绿码。

目前，北京启用了周边13条进京高速服务区的核酸检测点，为有需要的进京人员提供核酸检测。在完成核酸采样后，被检测人员不必等待检测结果，可在填写《进(返)京人员承诺书》并如实登记本人信息后，经检查站查验后进京。

发布会上，北京市相关部门还提出要严格酒店与娱乐场所防控管理，首都功能核心区酒店非必要不承办会议、培训，演出场所、娱乐场所、互联网上网服务场所等娱乐场所按75%限流开放。

## 湖南确定 学科类校外培训 收费规范

据新华社长沙11月17日电 记者17日从湖南省教育厅获悉，湖南省发展和改革委员会、湖南省教育厅和湖南省市场监督管理局联合制定公布《关于义务教育阶段学科类校外培训收费有关问题的通知》，就如何合理制定收费标准、如何规范收费行为等作出明确规定。通知自2021年11月16日起执行，有效期5年。

通知指出，义务教育阶段学科类校外培训收费标准制定，坚持学科类校外培训的公益属性，充分掌握当地培训机构数量、规模类型、课时数量、教师数量、经营收入、成本、原收费标准、培训人次等情况。以有效减轻学生家庭教育支出负担为目标，以平均培训成本为基础，统筹考虑当地经济发展水平、学生家庭承受能力等因素，合理制定义务教育阶段学科类校外培训收费标准和浮动幅度。具体按不同班型，分类制定标准课程时长的基准收费标准。

通知提出，根据实际情况，收费标准可有一定浮动，上浮幅度不得超过10%，下浮不限。培训机构在政府制定的基准收费标准和浮动幅度内确定具体收费标准，不同学科、不同学段的成本差异可在允许的浮动范围内调整解决。

通知规定，高中阶段学科类校外培训收费管理参照义务教育阶段执行。义务教育阶段学科类校外培训收费行为要落实公示制度。培训机构不得以任何理由、任何方式提高或者变相提高政府制定的培训收费标准，不得在培训费外另行收取任何(包括培训资料费)其他费用。

## 预售商品想要退款不容易

“7天无理由退换”已成多数网购

## 如何保障消费者权益

数据显示，今年“双十一”期间，