



编者按

随着互联网的迅猛发展,网购已成为人们的主要消费方式之一。随着一年一度的“双十一”来临,各大平台、直播间相继推出各种各样的促销活动,吸引了大量消费者的目光。

今年的“双十一”,“低价”成为最热词。电商平台、直播间纷纷喊出了“低价”“真低价”“底价”“最低价”“全网最低价”等宣传口号,大有“过了这个村,就没这个店”的意味。

可是,一些平台、商家的“最低价”“全网最低价”真的靠谱吗?“最低价”下的商品质量可靠吗?在“双十一”来临之际,《法治日报》法治经纬版推出专题报道,敬请关注。

今年“双十一”，哪有“最低价”？

记者调查寻找“全网最低价”商品

□ 本报记者 赵丽 □ 本报实习生 万鹏

一台同品牌同款电烤箱,某主播在直播间宣称领券下单为“最低价”,但某平台自营店的售价相比这个“最低价”还便宜205.5元;一品牌牌胶原炮(美容产品),某电商平台宣称“双十一”特惠价4599元,而去线下某会员店购买只需要2999元……

今年“双十一”,可能是有史以来价格竞争最激烈的“双十一”。在大量“低价”“最低价”等宣传语下,不少消费者却反映:不知怎么辨别是不是“最低价”,跟谁比的“最低价”等,一些促销活动看得人一头雾水。

《法治日报》记者近日调查发现,在价格战之下,一些电商平台、直播间存在“一品多价”差价大,不同时间价格变化幅度大,“最低价”实现程序复杂,虚假宣传等问题。

受访专家指出,根据消费者权益保护法规定,消费者对商品和服务有知情权,经营者应当做虚假或者引人误解的宣传。在“双十一”促销中,部分商家对“最低价”的比较方式和计算方式的介绍并不清晰,保价服务的除外规则标注不醒目,非常容易造成误解,难以保障消费者知情权,涉嫌违反诚信经营原则。

平台直播间拼低价 消费者傻傻分不清

“‘双十一’马上就要开始了,哪个姐妹还没找到组织?”

“不允许任何一个姐妹买贵了,虽然做攻略很累,但能为姐妹们服务是我的快乐!”

随着“双十一”临近,大批网友找到“组织”——某平台“双十一”攻略相关笔记达1W+,大多围绕“最低价”“薅羊毛”“满减攻略”“平台新玩法”等关键词展开。评论区的网友们互相拉群提醒满减时间,抄购物车作业,共享消费券,在互帮互助的氛围下开启“双十一”买买买大计。

消费者已经准备好,接下来就是比拼谁家的商品更便宜更实惠。

全网最低价,实打实的真低价,尾款85折起,跨店满减、消费补贴……各大平台、直播间,商家纷纷铆足了劲儿吆喝,释放出拼低价的决心。一些主播对带货商品价格大喊:低低低低低……也激发了不少消费者的购买欲望。

“各个平台、直播间,都说自己是‘最低价’乃至‘全网最低价’,但到底谁最便宜,我也搞不清楚。”生活在北京的32岁宝妈刘婷说,自己每年“双十一”都要囤点货,今年“最低价”的口号确实吸引人,但花里胡哨的玩法、不清晰的比较方式等,让人买得很累,还不一定能买到“最低价”甚至“低价”商品。

记者注意到,很多参与促销的商品在前期预售广告中并不标明活动价或者到手价,这种留悬念的做法被业内评价为:不仅可以勾起消费者的好奇心,还可以很好地让平台或者商家找准时机拿下“全网最低价”。

“毫无疑问,同一款商品价格越低对消费者越有吸引力。所以,比价格一直是商家的主要竞争手段。尤其是在当前的背景下,消费者更加注重商品的实惠和性价比。很多人都说今年的‘双十一’主题就是拼价格。”中国法学会消费者权益保护法法学研究会副秘书长陈欣江说。

零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅介绍说,“全网最低价”的说法其实由来已久,以前在线下销售时叫“全渠道最低价”。所谓的“全网最低价”大致可分为两种,一种是指平台采购商品,将商品全部买下便是全网最低价;另一种是限价,限制商品在其他平台卖更低的价格,或平台商家通过补贴的方式实现最低价。

“‘全网最低价’通常是一个营销的说辞,用来吸引消费者,但实际上绝大部分用户很难全网全平台去比价,而且,限价本身违反反垄断法和反不正当竞争法。”庄帅说。

对于这一问题,住在北京市西城区的王女士深有体会。她打算今年“双十一”为自家宝宝购买一些婴幼儿用品,在两个电商平台上搜索同款婴儿连体保暖衣,发现价格分别是219.9元和239.9元,而在某直播平台上搜索的价格是219.7元。

“这些平台和直播间都宣称自己的商品是‘低价’‘最低价’,那么谁又能保证219.7元是最低价呢?”王女士疑惑道。

在记者调查中,有如此困惑的消费者不在少数。有受访者指出:商家拼价格,推出“低价”“最低价”,消费者自然欢迎,但期待是“真低价”,透明清晰的“真低价”,而不是一种营销噱头。希望商家多点真诚,少点套路,让消费者真正得实惠。

“一品多价”差价大 “低价”买得看缘分

两台手机,不同平台不断“快闪”,旁边还有一支



笔、一张纸做记录。

即使如此,北京市民赵爽也没抢到心仪产品的“最低价”。

儿女一人一件羽绒服,是赵爽今年“双十一”的必购商品。但令她焦躁的是,五六百元的羽绒服,不同平台、直播间都说是“最低价”,但价格相差不小,有的平台有领券优惠,有的直播间限时优惠,经过一个多小时的对比、计算,她才确定了“最低价”,可准备下单时,商品已显示“无货”。

同款商品在不同电商平台甚至同一平台的不同商家“一品多价”且差价较大,这一现象屡屡被消费者吐槽。

记者随机选择5款商品,包括护肤化妆品、女士睡衣、婴幼儿保暖衣、“运动鞋和脱毛仪”,于11月2日至5日观察其在不同电商平台上的价格发现,虽然各平台都号称是“低价”“最低价”,但这5款商品在各平台之间均有差价,差价最大的达上百元。

比如某款女士睡衣,不同平台上同一天的价格分别为440元、439元和358.9元。而某款脱毛仪产品,在某直播平台显示“到手价179元”,选购页面,该产品价格显示为1899元,而在某电商平台旗舰店的价格为1730元。

而天津市民张娴的遭遇更“离谱”——同一商品在同一电商平台上的不同店铺也存在较大差价。这是一款电视机,在某电商平台该品牌官方旗舰店售价为2069元,标注了“双十一”促销活动。张娴下单后,第二天去该平台自营店发现,这款电视机只卖1867元。

“由于是不同的店铺,还不能申请价格保护,走退款流程,我又觉得太麻烦了,只能自认倒霉。”张娴说,看到“双十一”促销活动就以是“最低价”,没想到要买到“低价”商品还得看“缘分”。

作为资深“剁手党”,北京白领李月因购物经验丰富,是一个500人社交购物群的群主。她向记者分享自己购买化妆品的最低到手价公式:“理论上最低到手价=(原价×购物券折扣×0.83×商品抵扣-商品优惠券)×消费券抵扣,不同平台推出的优惠券和营销活动各不相同,有时候一件产品隔天就会涨价或降价,甚至同一天早上和晚上的价格也不同”。

这样的现象,也在记者对5件商品的观察中被印证——5件商品中均存在不同时间点不同价格的情况。比如11月2日一品牌脱毛仪在某电商平台上的价

格是1730元,而到了4日则变成了1830元,到了5日变成了1899元。

一款女士睡衣的价格同样存在变化,11月2日在某电商平台上的价格是439元,4日变成了429元,5日变成了379元。在另一家电商平台上,11月2日的价格是440元,3日变成了404元,4日和5日变成了401元。

李月告诉记者,想要拿到“最低价”,需要时刻关注电商平台的动向,“因为有的平台推出满减的优惠,有的平台又推出优惠券的促销,‘最低价’确实可遇不可求”。

她说,很多产品要想拿到“真正的低价”只能“蹲”平台或直播间,“红包雨”“定金红包”“积分兑换”等,消费者需要紧盯平台或直播间动态,哪怕拿到了“真正的低价”,也累得不轻。

先涨价再促销频现 折腾半天价格相等

在北京读大学的王帆今年“双十一”又经历了一次商家“先涨价再促销”。

“上午看的时候是20多元,晚上就变成了43元,经过满减后还是20多元,这还是号称‘双十一’活动大促销。”王帆说,她打算趁“双十一”买一些考研参考书,发现一些商品不停地调整价格,差价很大,有的差价达一倍甚至更多,“我就此问题找一店铺的客服咨询,对方说‘双十一’活动期间商品价格就是波动比较大,还送了我一张10元抵扣券让我别介意”。

“先涨价再促销”的现象并不少见。

来自河北的王凯告诉记者,他最近一直关注某品牌地板清漆,10月31日晚上看促销价格不到百元,而11月2日“双十一”活动价则变成了124元,领券后可为105元,“先提价再打折,可打完折比原来更贵了”。

对此,北京市民刘静也深有感触。她将自己的购物截图给记者看:一些平台或商家打着“促销”“优惠”“低价”的旗号算计消费者,大促开始前,将商品价格先抬高,然后通过秒杀、折扣、红包、优惠券等形式降价,到手价有的和之前相差无几,有的甚至还高一些。

记者在今年“双十一”活动启动前,在某电商平台的一家店铺加购了一件护肤品,订阅时价格为253元,而“双十一”满减优惠开始前一天价格涨价到298元,满减过后的价格还是253元。在另一家电商平台店铺加购的面霜,加购时价格为209元,“双十一”满减活动

开始前涨价到239元,满减后同样与日常价相同。

此外,记者在某平台一服装店的商品页看到,该商品“双十一”活动前搞“店铺优惠”,优惠后价格为329元,“店铺优惠”截止日期正好是“双十一”活动开始前,而“双十一”满减优惠后价格仍是329元。

还有受访者说,今年“双十一”活动,很多商品的价格不透明,只有一个券后价格,没有写活动售价,真降价还是假降价不得而知。

本以为预付定金就能享受“最低价”的王凯,也被现实“上了一课”。他购买了6袋狗粮(每袋1.5千克),按照“双十一”促销活动,在预售阶段付了60元定金,之后又付了471元尾款,可到了“双十一”活动第一波开售后,也就是11月3日(预售产品支付尾款截止日期为11月3日零时),同样的钱可以买6袋每袋2千克的狗粮,“这让我情何以堪”?

遭遇低价承诺欺詐 消费者可撤销合同

采访中,记者发现,其实很多消费者对预购商品到底是不是“全网最低价”,哪里能买到“全网最低价”心存疑虑。

“全网最低价”到底是如何产生的?消费者能不能便捷买到“最低价”商品?

对此,有业内人士称,实现“最低价”或“全网最低价”,一方面是靠平台予以补贴,以吸引消费者到平台购物;另一方面,品牌方为了去库存或者提高销售量而进行降价促销。

“电商的价格体系本身就比较复杂,首先和品牌的知名度、影响力、销售规模等有关,不同品牌的合作规模会影响品牌对渠道价格的控价能力。其次和平台的经营模式有关,经营模式分为开店模式和自营模式,品牌在平台上有开店卖货给消费者属于开店模式,而自营模式是指品牌把货卖给平台,平台再将货卖给消费者。经营模式的不同会导致价格体系的不同。”庄帅分析说。

就产品定价权问题,某美妆品牌市场营销负责人陈璐介绍,一般来说,品牌方会针对不同渠道、不同平台,形成相对稳定的价格体系,如果某个渠道的价格过低,会冲击其他渠道的销售,当时出现两个“最低价”说法时,价格偏高的一方处境会显得很尴尬。“现在一些平台通过补贴的方式打造‘最低价’,大品牌还好一些,小品牌定价权被大大削弱,连带利润空间也被进一步压缩”。

对此,陈音江提出,“全网最低价”的说法本身不合理不合法,一个商家只能保证自己最近一段时间内商品的“最低价”,“但无法保证别人的价格不比你低。‘全网最低价’这种宣传,涉嫌虚假宣传,涉嫌欺骗和误导消费者,违反了广告法的相关规定”。

“如果一些主播、平台利用自身所占有的市场优势地位,去限制其他品牌或商家自主定价的权利,这种操纵市场价格的行为涉嫌价格垄断,不仅会损害同类平台、商家或主播的合法利益,同时也会减少消费者获得物美价廉商品的购买机会,涉嫌伤害消费者的合法权益。”陈音江说,根据价格法的规定,除涉及国计民生、资源稀缺、垄断的商品外,经营者享有自主定价的权利,根据其经营成本和市场供求状况进行定价,定价要遵循公平、合法、诚信的原则。

“当然,在定价过程中需要注意:头部商家不能串通操纵价格市场;不能故意以低于市场成本的价格倾销、扰乱价格市场;不能故意捏造或散布涨价信息去哄抬价格;不能通过虚假或使人误解的价格手段欺骗和误导消费者。”陈音江说。

除了“底价”“最低价”,记者还注意到,今年“双十一”电商平台商家纷纷上线“买贵就赔”服务,不少购物平台表示,平台上所有补贴商品承诺“买贵必赔”,如果买贵了,平台将补偿差价等额红包。

“平台方在推出‘买贵必赔’服务时,应全面、准确、真实地告知消费者该项服务的具体规则,包括价格信息、赔付条件等与消费者切身利益相关的信息。”在陈音江看来,总的来说,价格保护机制,对商家来说是一种承诺,对消费者来说是一种保障,关键是商家的价格保护规则要公平合理、公开透明,相关信息要真实、全面、准确,不能通过虚假或引人误解的信息欺骗和误导消费者。

陈音江说,消费者看到商家的价格保护宣传时,一定要仔细查看规则,看清保的是什么价,价格保护的具体范围、周期以及兑现方式等。否则,如果商家的政策设置了条件,或者价格保护的周期太短,则很难起到价格保护效果,事后维权也比较麻烦。

还有从事消费者权益的律师向记者表示,在“双十一”活动中,商家往往会在宣传海报或者商品主页上承诺为全年“最优惠”“最低价”等,消费者基于该意思表示购买了商品,若“双十一”价格比平日价格更高,那么商家的行为符合民法典的规定——以承诺低价的欺诈手段使消费者购买了并非优惠价格的商品,消费者有权撤销买卖合同,要求商家退货退款。

(受访消费者均为化名)

漫画/高岳

□ 本报记者 李娜 □ 本报通讯员 侯宪锋 代 瑜

浏览网站时,发现一个“人像引擎”网站,号称通过一张照片就能搜出与照片上人物相关的全网偷拍照片和视频,担心自己曾被偷拍,便抱着试一试的心态注册会员并交费,发现网站上搜索出来的照片和视频都是网络上公开的,意识到上当受骗后立即到公安机关报案。

这是山东省济宁市泗水县居民于先生的受骗经历。

泗水县公安局接到报案后,立刻开展侦查,顺线深挖打掉一个以开发建设“人像引擎”网站、骗取注册会员钱财的非法利用信息网络不法团伙,抓获8名犯罪嫌疑人,收缴用于作案的手机、电脑、银行卡等物品,扣押、冻结涉案资金60余万元。

“注册完成后,我用自己的脸部照片进行搜索,结果搜出来的信息和我没有任何关系,搜索出来的照片和视频都是在网络上公开的,我感觉到上当受骗了。”于先生说。

接到报案后,泗水县公安局立即开展调查取证工作,由网安大队牵头,从刑警大队、派出所抽调精干力量成立专案组全力侦破。

专案组民警很快找到这个“人像引擎”网站,网站以“一张照片搜索全网偷拍视频”为噱头吸引网民点击登录。民警发现,网站附有两张人脸追踪图片,内容是偷拍的宾馆开房不雅视频。

“放这种照片的目的有两个,一是引起网民恐慌,担心被偷拍;二是挑起网民猎奇心,以此吸引网民注册会员。”专案组民警告诉《法治日报》记者。

专案组民警经过调查发现,一名账号为“梅超风”的网民在国外某社交软件上推广该“人像引擎”网站,而“梅超风”的账号注册IP地址为浙江省杭州市。根据这一线索,警方开展分析研判,确定了“梅超风”的真实身份为浙江人章某。随后,专案组民警赶往浙江,将犯罪嫌疑人章某抓获。

抓获章某后,泗水县警方立刻进行讯问。经查,章某是“人像引擎”网站的一名推广员,网站由网名叫“上山打老虎”的人建立,他们之间并未见过面,只是在网络上认识。民警分析认为,“上山打老虎”是该案的关键人物。经查,其真实姓名为郑某。

据章某供述,郑某让其做代理推广人并根据推广量进行提成。随后,郑某发展犯罪嫌疑人尚某、陈某、郑某兰为下线推广员。尚某、陈某、郑某兰利用一款社交软件账号,推广“人像引擎”网站,通过后台网站注册代理号生成代理链接。郑某根据链接数量,计算每人的推广量并支付相应的推广费。

警方根据章某的供述以及其他证据材料,认为“人像引擎”网站的背后是一个以开发建设网站、发展下线推广员推广、诱骗网友注册网站会员并交纳注册费的非法利用信息网络不法团伙。

在初步查清郑某不法团伙成员组织架构,掌握其涉案事实后,泗水县警方决定开展抓捕,将犯罪嫌疑人郑某抓获归案。

经讯问,郑某供述了自己在2022年10月利用所学专业计算机专业知识建立“人像引擎”网站的事实。网站建成后,为提高网站转化率,郑某发展章某等人作为代理推广员进行推广引流,发展下线代理人员,网站通过注册会员收取费用获利。

经过警方查证,“人像引擎”网站会员共有三级,分别为V1级青铜,V2级白银,V3级黄金会员,查询权限分别为1次、5次,不限次数,会员注册费分别为75元、176元、297元。郑某按期将推广费给章某,章某则通过网络支付给陈某,陈某再根据约定的价格和推广量与尚某等人进行分成。

让专案组民警感到惊讶的是,经过第一时间固定证据,发现该网站注册会员竟超过10万人,遍布多个地方。根据该团伙成员之间的转账流水等确认,犯罪嫌疑人郑某违法建设网站所得10万余元,代理提现25万余元。其中,章某违法所得6万余元,犯罪嫌疑人郑某兰、陈某、尚某各得5000元至7000元不等。

根据犯罪嫌疑人郑某供述,“人像引擎”网站只有“图片搜索”功能,当网民用脸部图片进行搜索时,并不能搜索到所谓的偷拍图片和视频。

此外,在办理该起非法利用信息网络犯罪时,办案民警还顺藤摸瓜打掉了由犯罪嫌疑人郑某兰组织的利用国外软件传播色情淫秽视频案。经查,郑某兰注册使用某境外网站账号,其账号关注者达16万余人。去年12月以来,郑某兰创建通讯群组,将犯罪嫌疑人黄某等人设置为群管理员,在群内传播淫秽视频,通过收取入群费的方式邀请他人进群牟利并按照约定分成。

确定该不法团伙成员身份信息后,泗水县警方抽调精干力量组成多个抓捕小组,分赴天津、湖北、河南等地开展集中抓捕,将犯罪嫌疑人王某等8人抓获归案。

经查,郑某兰创建的两个微信群内共有视频109段,图片87张。经鉴定,其中淫秽视频81段,淫秽图片7张,共收取群成员进群入群费合计人民币20余万元。目前,上述涉案人员已被依法采取刑事强制措施,案件正在进一步办理中。

号称用一张照片就能搜出全网偷拍视频

山东泗水警方破获一起非法利用信息网络犯罪案