

“男子购车后下午车辆降价1.7万元”引发热议

商品价格波动大，买家如何不吃“哑巴亏”？



□ 本报记者 文丽娟 □ 本报见习记者 丁一

近日，“男子购车后下午车辆降价1.7万元”冲上热搜。原来，陕西西安一男子在4S店精心挑选并购买爱车，但他还没将车开回家，这款车就降价了1万多元。

“我是在下午5点签的合同，其实他们3点就开了发布会调整价格，只是不告诉我。”该男子质疑销售“屏蔽朋友圈”故意不告知。销售对此回复称：“是把所有顾客都屏蔽了，不针对顾客个人。”

此事引起网友广泛热议：“别提了，我也被坑了，买车一礼拜后新车就出来了，便宜了两万元，而且车内饰还升级了”“已经开了发布会，再签贵的合同就不合适了”“建议国家出台法律规定，一周之内或一个月之内降价幅度超过一定比例需要补偿”……

《法治日报》记者梳理公开资料发现，近年来，不少购买车辆、房子、手机及其他大额商品的评价栏都有消费者在抱怨：“亏了！刚买完就降价”“前一天刚买的东

西第二天就降价，忙活半天去抢促销商品，结果活动结束后仍然是‘折扣价’甚至更低”，越来越多的消费者发现，这类商品的销售价格波动较大，有的商品在不到48小时，甚至24小时，价格就相差甚远。

受访专家建议，消费者在购买大额商品时，要对商品的历史价格有所了解，避免受到商家“忽高忽低”修改价格的误导，还要看清楚是否明码标价，同时尽量和商家进行保价约定，保障自身合法权益。

若明知降价未告知 涉嫌欺诈须退差价

据报道，王先生决定购买某品牌一款混动车型，这款车的官网报价是13.28万元，各种优惠下来，裸车报价10.72万元，当天下午4点左右，王先生支付了首付，5点多办理分期，晚上7时许把车开走。回到家中，王先生刷朋友圈发现，当天下午4时许，该品牌其他4S店的销售在发朋友圈，这款车的新款正式上市，且他看中的那一款官方价格降了1.7万元。

王先生到店里找工作人员讨说法，销售人员称新旧两款车的配置基本一样，并非故意屏蔽王先生，而是

把所有顾客都屏蔽了。该店市场总监说，作为经销商，他们绝对不会隐瞒车辆降价的消息，“厂家3点多发布的，客户是4点多开的票，卖出去的时候，我们不知道新款的信息，这里面存在一个时间差，除了王先生，前面还有订车没有提车的客户，也存在类似的情况，已向厂家反馈，希望在最短的时间内有个让顾客满意的解决方案”。

对于商家此类行为，中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江分析，如果经销商在未接到厂家通知的情况下将车辆卖出去，这种情况可以理解；如果其已经知晓新的价格政策，反而利用时间差继续按原价销售，那么明显有违诚实信用原则，消费者可以要求退还差价。

“若经销商明明知道厂家已经大幅度降价，故意不告知消费者，还按照原来的高价销售，则涉嫌侵犯消费者的知情权和公平交易权，严重的还可能构成欺诈。”陈音江说。

多位受访律师认为，商家此类行为涉嫌欺诈，消费者可以要求撤销车辆买卖合同。

在北京天驰君泰律师事务所高级合伙人饶伟看来，车辆买卖合同在双方完成签署书面合同的那一刻起即成立。合同成立后，如果销售方明知在3点的发布会上已经确定了降价，但在5点签订合同时未告知，应认定为采用了欺诈手段，故意隐瞒真实情况，使顾客作出了按照高价购买的错误意思表示，此种买卖合同应属于可向法院申请撤销的民事法律行为。

“若消费者因经营者故意隐瞒车辆真实情况等重要信息而作出了违背真实情况的消费决策，则经营者涉嫌欺诈。如果一方以欺诈手段使对方在违背真实意思的情况下实施了民事法律行为，受欺诈方有权请求人民法院或仲裁机构予以撤销，此时消费者可以要求撤销合同并退还费用或者与经营者协商退还差价。”北京观韬中茂(青岛)律师事务所主任李杰说。

但退还差价需与经营者协商。饶伟提醒：合同被撤销后，视为双方之间没有建立合同关系，除非销售商同意，否则消费者并不能当然地与销售商按降低后的价格另行购买车辆，也不能当然地要求销售商以退还差价的条件继续履行合同。

不过他们也指出，如果销售商对降价并不知情，那么只有在销售商明确承诺价格保护的前提下，消费者才有权要求“补差价”。

“在线下购买的车、房等商品，若经营者与消费者双方签订了保价协议，在保价期限内商品降价，消费者可以申请补差价。若未签订保价协议且价格下跌是市场波动导致的，消费者可同经营者协商，经营者也可向上级部门反映，及时解决消费者诉求；倘若商品属快消品，经营者为促销产品合理降价，此种行为是合理的，消费者无法得到补偿。”李杰说。

商家虽然定价自由 也需守住法律边界

现实生活中，除了车辆外，房子、手机、电脑等大额商品都可能出现“买贵了”的现象。

记者注意到，2023年9月，某二手房交易平台中介费的收取标准，从房屋成交总价的2.7%，统一调至2%。与此同时，收费模式从购房一方单边支付中介费，改为买卖双方共同承担1%。

按照2.7%的费率交了中介费的买房客，已经“哭晕”在社交平台：“就想知道之前签了合同，还没网签的人会不会退钱？”“昨晚11点签合同的冤大头”“要是迟几天，就能少花10多万元”……

在多个平台搜索“商品降价+吐槽”“商品降价+大冤种”，可以看到不少消费者吐槽购买的手机、相机、球鞋等短时间内大幅度降价的情况。有网友反映：“‘双11’在某自营平台入手了一台近6000元的相机，刚过保价期就降价了10%”“一款冰箱一周内价格波动900元”“一款平底锅4个月内价格相差3倍，甚至有的商品价格几乎一天一个价”。

商家究竟能不能频繁调整商品价格？陈音江认为，市场充分竞争行业的经营者，有权根据经营成本和供求关系制定价格标准，法律也没有规定经营者制定价格标准之后多久不能调价，但前提是要遵守诚实信用原则，制定公平合理的价格制度，并且做到明码标价。

一方面不得利用虚假或引人误解的价格手段，欺骗或误导消费者，比如涉及商品促销活动的折扣定价时，不能随意虚构商品“原价”，以此误导消费者；另一方面不能哄抬价格、串通涨价，推动商品价格过高过快上涨，损害消费者合法权益。

根据国家市场监督管理总局发布的《明码标价和禁止价格欺诈规定》，谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价；以低价诱骗消费者或者其他经营者，

以高价进行结算；通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务；销售商品或者提供服务时，使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格以及其他价格信息；无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺；不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时，拒不按约定折抵价款等行为，都属于价格欺诈行为。

专家指出，一些商家常用折扣促销或是“抄底价”“最低价”等宣传模式来吸引消费者，“最低”这样的词汇是相比较而言的，需要明确比较的时间、对象，如跟同类商品比、跟竞争对手比或是与自家的历史价格相比等，从而避免对消费者产生误导。商家应当谨慎使用此类宣传口号，消费者看到此类字眼时须提高警惕。

购买商品货比三家 协商进行保价约定

记者查询电商平台发现，除了商家的自我约束外，部分电商平台采取一些措施来规范此类活动。如某电商平台为了避免商品短时间内的价格波动，让消费者利益受到更周全的保护，推出了相应的“价格保护服务”。根据平台规则，消费者购买平台自营商品下完订单后价格发生了变化，可以申请价格保护，申请成功便可按照提交申请时商城售价支付，或退还差额部分等值的款项。

那么对于车辆、房子等大额商品，是否也可以借鉴建立价格保护机制？

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树指出，车辆一般来说没有保价机制，原因在于买车属于市场化行为，价格波动比较大，厂家和经销商通常不可能提前知晓，所以给出长时间的保值或者保价很难做到。

饶伟也提出，对于此类大额消费用品，销售方并无法定价格保护义务，“价格保护机制并非销售方的法定义务，不同商品基于其特性有不同的价格确定机制，特别是对于大额消费用品，比如房子、车辆，如果强加给销售方保价机制，由此产生的风险溢价还是会转嫁给购买方”。

关于网购商品刚过保价期就降价的情况，受访专家认为这是被市场允许的。“网购商品过了保价期，则销售方的自主承诺义务

也予以解除，此后再降价，也不能认定商家恶意并要求其补差价。”饶伟提醒，除了一些特殊商品，比如定做商品、鲜活易腐的商品，在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品、交付的报纸、期刊等，其他物品可在自收到之日起7日内无理由退货。

为了更好地保障消费者合法权益，专家们建议，消费者要对商品的历史价格有所了解，避免受到一些商家“忽高忽低”修改价格的误导，还可通过比价网站或平台的“卖家交流”板块进行多方比价，以确保尽可能实惠地购买商品。

陈音江提醒，消费者在购买大额商品时，首先要货比三家，详细了解商家的价格政策，结合商品销售渠道、型号配置、附属服务等多方面因素作出综合判断；其次是决定购买前尽量和商家进行保价约定，如要求保价一个月或半年等，让商家作出报价承诺，并且写进销售合同。

陈音江建议，如果消费者确实发现遇到价格欺诈的侵权问题，可以及时收集好相关证据，依法维权。在与商家协商不成的情况下，可以向消协或行政监管部门投诉，请求调解解决；必要的时候，还可以通过申请仲裁或到法院起诉的方式维护自己的合法权益。

“消费者通过多种途径了解产品市场走向，在购买时务必与销售人员进行沟通，在订立合同时清楚地了解产品处于什么情况。若后续得知在订立合同前商品就出现降价等情况，消费者应当积极维护自己的权利；若后续商品因市场波动而价格下跌，消费者只能自担风险。”李杰建议道。

“如果商家对价格稳定作出承诺，一定要保留相关证据；如果确实出现被欺骗而‘买贵了’的情形，应采取法律途径，理性维权。”饶伟说。

从企业的角度来说，如果不得不在短时间内降价，怎么做才能不侵害消费者合法权益？

李杰认为，企业应当合理定价，在面对市场波动、供求关系变动、竞争压力过大等情况而不得不降价时，企业内部应该进行协商讨论制定多种方案，切实考虑消费者的真实感受，不宜一次性降价幅度过大。同时，企业也应做好产品调研，维护好与消费者之间的关系。

“在销售时企业应充分披露商品价格构成，明确不同组合条件下价格可能会有差异；在宣传广告等方面也应注意措辞，不要作出容易让人产生误解的承诺。”饶伟说。

漫画/李晓军

2024政法智能化建设 创新案例及论文征集宣传活动

主办单位：法制日报社 征集时间：3月13日-5月6日

征集内容

“智慧治理”典型案例 “智慧法院”典型案例 “智慧检务”典型案例 “智慧警务”典型案例 “智慧司法”典型案例

“智慧治理”创新案例 “智慧法院”创新案例 “智慧检务”创新案例 “智慧警务”创新案例 “智慧司法”创新案例

“智慧治理”典型方案 “智慧法院”典型方案 “智慧检务”典型方案 “智慧警务”典型方案 “智慧司法”典型方案

“智慧治理”创新方案 “智慧法院”创新方案 “智慧检务”创新方案 “智慧警务”创新方案 “智慧司法”创新方案

“智慧治理”创新论文 “智慧法院”创新论文 “智慧检务”创新论文 “智慧警务”创新论文 “智慧司法”创新论文



【详情扫描二维码】



【政法展参会预报名】

政法单位申报联系方式

联系人：余立伟、谢雯洁 电话：010-84772965、010-84772858 邮箱：zfznh2024@126.com 地址：北京市朝阳区花家地甲一号法制日报社

企业单位申报联系方式

联系人：陈陆军 电话：010-67046081、13466315509 邮箱：195024562@qq.com 网址：www.faanw.com