

“双11”期间,政策密集出台规范线上经济秩序——

网络促销迎来合规新考题

近年来,“双11”等大型集中促销已经成为经济社会生活中的特殊时段。然而,先提价再降价套路、复杂难懂的促销规则等让消费者深受其害。为进一步规范市场经营行为,国家市场监督管理总局出台了《规范促销行为暂行规定》,对虚假促销、巨奖销售等行为明确了相关监管原则,维护消费者合法权益。

“双11”等大型集中促销活动正面临一道全新考题——合规。

近日,国家市场监督管理总局出台了《规范促销行为暂行规定》,自2020年12月1日起施行。同时,针对直播带货,还出台了《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》。11月6日,市场监管总局、中央网信办、税务总局三部门联合召集京东、拼多多、国美在线、字节跳动、阿里巴巴、腾讯等27家主要互联网平台企业,召开规范线上经济秩序行政指导会。接下来还将制定出台《网络交易监督管理办法》《关于平台经济行业的反垄断指南》等一批规范线上经济发展的制度措施。

市场监管总局价监竞争局主要负责人表示,“双11”等大型集中促销已经成为经济社会生活中的特殊时段,成为企业集中开展促销、全民消费的重要时间节点。虽然《规范促销行为暂行规定》自12月1日生效,但在“双11”之前公布,有利于进一步释放规范市场经营行为、加强市场监管信号,引导市场主体依法合规经营,维护消费者合法权益,营造公平有序的市场氛围。

明确降价基准

近年来,大促中先涨价后降价做法引发消费者不满,商家宣传时恨不得说打了一折,其实没有便宜多少钱。

记者注意到,《规范促销行为暂行规定》中规定促销降价需明确促销基准价,也就是原市场价。未标明或者标明促销基准价格的,其折价、减价应当以同一经营者在同一经营场所内,在本次促销活动前七日内最低成交价格为基准。如果前七日内没有交易的,折价、减价应当以本次促销活动前最后一次交易价格为基准。通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款的,应当以显著方式标明或者通过店堂告示等方式公开折价计算的具体办法。

在大促中,消费者特别要警惕专拍链接。中国消费者协会2020年开展了《网络直播侵害消费者权益类型化研究》,发现专拍链接成为忽悠消费者下单的主要形式之一。有些主播在直播间销售商品,没有明确的商品详情页对商品性状、质量、参数作准确描述,仅以秒杀链接、邮费链接甚至只是价格链接等形式在直播间售卖商品。有时所售商品和链接描述严重不符。

中消协提醒,如果使用主播提供的专拍链接,将导致消费者无法通过购买记录证明所购产品的指向,若主播删除直播回放或不保留回放,消费者在维权时将难以拿出相关证据证明双方交易的内容,自身权益将难以得到有效保护。

规范有奖销售

在网络促销活动中,红包、优惠券等促销名目众多,折扣、优惠算法复杂。消费者往往不了解促销规则,缺乏辨别能力,在虚假促销诱惑下,容易冲动消费,产生消费纠纷。

中消协近日公布的“双11”消费提示中提到,在某平台上,消费者抽了900多个红包,只优惠了不到10元;还有的平台开奖,中奖者都是内部员工。对此,《规范促销行为暂行规定》明确,经营者在有奖销售前,应当明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息,不得变更,不得附加条件,不得影响兑奖,但有利于消费者的除外。

网经社电子商务研究中心特约研究员、浙江垦丁律师事务所律师丁梦丹表示,暂行规定细化了许多促销场景中的规范,电商从业者必须注意三个重点。第一,公示促销规则、促销期限以及对消费者不利的限制性条件;第二,经营者应当建立档案,如实、准确、完整地记录设奖规则、公示信息、兑奖结果、获奖人员等内容,妥善保存两年并依法接受监督检查;第三,促销范围包括有奖销售、价格、免费试用等方式。

压实平台责任

目前的促销大多是平台主动发起的活动,因而平台责任责无旁贷。

针对网络促销中促销信息不明确、促销页面转瞬即逝、消费者维权难、监管部门查处难等情形,《规范促销行为暂行规定》对电商平台开展促销活动作出了专门规定。一方面,平台统一组织开展促销活动应当制定相应方案,公示促销规则、促销期限以及对消费者不利的限制性条件。另一方面,平台内经营者在促销中出现违法行为的,平台应当依法采取必要处置措施,保存有关信息记录,协助市场监管部门查处违法行为。

针对新兴的直播带货,《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》填补了以往没有专门监管法规的空白地带。指导意见明确了网络平台应按照电子商务法规定履行电子商务平台经营者的责任和义务,如果网络平台为商品经营者或网络直播者提供付费导流等服务,为网络直播营销活动作宣传、推广,构成商业广告的,还应按照广告法规定履行广告发布者或广告经营者的责任和义务。对带货主播,明确直播内容构成商业广告的,应按照广告法规定履行广告发布者、广告经营者或广告代言人的责任和义务。

网经社电子商务研究中心特约研究员、北京盈科(杭州)律师事务所律师严哲珺表示,《规范促销行为暂行规定》12月1日才正式生效,对于今年“双11”影响不大。但是,在之后的“双12”等大型促销活动中,电商经营者一定要对照新规整改,否则很可能成为最先受到新规处罚的从业者。

(据新华网)

市场监管总局最新公布《规范促销行为暂行规定》

对虚假促销、不履行优惠承诺、巨奖销售等行为明确了相关监管原则,规范经营者促销行为,维护公平竞争市场秩序



针对经营者在开展促销时“先提价、再折价”现象

明确规定折价、降价基准等

经营者开展价格促销活动有附加条件或者期限的

应当显著标明

暂行规定还明确

经营者在促销活动中提供的奖品或者赠品,必须符合国家有关规定,侵权产品、不合格产品、国家明令淘汰并停止销售的商品,不得作为奖品和赠品

预售模式

昨日“定金人” 今日“尾款人”

——聊聊“双11”定金预售那些事

“冲啊,尾款人!”随着带货主播的这声吆喝,今年“双11”掀起第一波购物高潮。

买!买!买!屏幕前,数亿消费者争分夺秒“剁手”。不到两小时,近百个品牌交易额破亿元。与此同时,新梗“尾款人”席卷各大社交平台。

所谓“尾款人”,来源于电商平台的预售活动,是指那些支付定金,参加预售活动,之后还需支付尾款的消费者。在快活的空气中,今年许多“尾款人”秒变“收货人”。

11月1日凌晨,在中国最北端的黑龙江漠河,荣女士支付尾款6分钟后,就收到预定的口红。更有网友晒图,付完尾款不到1分钟快递就进了快递柜……快递送达速度之快,网友不禁感慨“简直是邻居给自己发的货”“快递比外卖还快”。

“凌晨下单,早上收货。”今年快递为何这么快?其中定金预售功不可没。菜鸟网络国内供应链总经理黄巍表示,消费者支付定金后,快递企业根据大数据分析进行仓储调度。今年更是首次将预售订单提前下沉到配送网点和社区,待买家付完尾款后,就开始“最后一公里”配送,分钟级送达成为普遍现象。

定金预售模式并不新鲜,今年部分电商平台将“双11”预售活动提前到10

月21日开启,加上带货主播的宣传,有统计显示,“定金预售”成为仅次于“直播活动”的热门话题,并衍生出“定金人”“分期人”等网络新梗。

“预售模式对消费者和商家是双赢的。”中国人民大学公共管理学院教授许光建认为,消费者通过预售活动能提前锁定爆款商品,并且还能享受“定金膨胀”“付定金立减”等优惠。对于商家而言,预售活动可以帮助他们开展计划性生产和仓储,降低企业成本等,“预售活动能够营造更加稳定的消费环境,帮助买卖双方做出理性的选择。”

但同时,“付尾款后才能退款是否合理”“想退款发现居然发货了”“定金不能退”……关于定金预售的争议相继上了热搜。

北京的李女士像守岁一样,顶着黑眼圈,熬到凌晨,付尾款时发现预购的13件商品中,有四五件的价格和正常购买没有区别,“因为付定金时同意了定金不退协议,自觉没有‘薅到羊毛’”的李女士计划先付了尾款,再申请退款。

但李女士申请退款时,电商平台以维护系统稳定运行为由,暂时关闭申请退款渠道,早上再次申请退款时,其中一件商品已经发货,“套路太多,防不胜防。”

像李女士这样的情况不在少数。预

售活动猫腻多,其中“付尾款后才能退款是否合理”成为众多“尾款人”关心的问题。

北京中闻律师事务所赵虎律师表示,按照法律规定,消费者支付定金后,如果没有在规定时间内支付尾款,定金是不予退还的。同时,法律也规定,除一些特殊商品外,消费者在电商平台购买物品,7天内可以无理由退货,商家需要退回全部价款,包括定金。

“消费者可以通过申请7天无理由退货来退回定金。”赵虎认为,消费者不能退定金,但能退货,这就容易造成快递资源和商家运营资源的浪费。如果网购平台能够及时开放退款申请,则可以有效避免类似情况的发生。

新一轮“双11”预售活动正如火如荼进行,“尾款人”如何“避雷”呢?

针对预售活动,中国消费者协会和各地消费者协会相继发布消费提示:消费者参与预售活动时,下单前务必确认好消费需求,切莫因促销优惠而冲动支付定金;定金支付后,要及时关注商品进展,在约定的期限内支付尾款,避免因违约而遭受经济上的损失;在支付尾款时还要留意支付的金额是否与当时承诺的优惠一致,商家是否存在虚假宣传等。

(新华社北京11月10日电)

避坑指南

“剁手”忍不住,怎样“剁”得好?

每年的“双11”电商购物节,各大平台总是打着诱人的“特惠促销”“百万补贴”“满减优惠”“限时秒杀”等口号,大幅度的优惠吸引着消费者的目光。然而,优惠背后也有不少“套路”,消费者需要擦亮双眼,理性消费。

指南一:防范主播“带节奏”。今年直播带货无疑是最火的业态。然而,一些主播身上绚丽夺目的同款同价衣服,到了消费者手中黯然失色,“卖家秀”和“买家秀”差别巨大。此外,一些商家及带货主播“钻空子”,虚假宣传、质量掺水、售后服务不到位等问题层出不穷。

对此,专业人士提醒,消费者要提高对商品的判断能力,对于低价、小众的商品应当理性购买;其次,消费者在购买商品时,要有取证维权意识,及时保留网红推荐图片、视频等作为证据;遇到消费维权“瓶颈”时,可以选择向消协等部门投诉,甚至提起法律诉讼。

指南二:提防折扣“难兑现”。据不完全统计,电商推出的玩法包括秒杀折扣、百亿补贴、消费券、现金补贴、现金红包、

优惠券叠加等。其中,部分商家的预付定金直减的活动,消费者需提前支付定金,如未支付尾款则定金不退,不少消费者未仔细区分“定金”和“订金”,丧失了“后悔权”。此外,部分商品悄悄偷偷换“身价”,商家“先涨后降”玩套路。部分商家借促销表面让利实则清库存,甚至出售质量较差的商品。

面对商家的各类促销活动,消费者一定要理性购物,避免因冲动消费落入商家“套路”。好消息是,打击“先涨后降”有了制度“撑腰”:市场监管总局11月5日公布了《规范促销行为暂行规定》,针对经营者在开展促销时“先提价、再折价”的现象,明确规定折价、降价的基准等。经营者开展价格促销活动有附加条件或者期限的,应当显著标明。对于“先涨后降”的消费套路,消费者可以向相关监管部门反馈。建议电商平台建立相应的价格保护机制,避免商家虚抬价格。

指南三:留心快递“慢吞吞”。“双11”期间,商家的发货能力有限,面对大

量的订单压力,发货慢也将影响用户体验,部分打着“闪电发货”的商家也不能及时发货。对此,消费者需做好物流滞后的心理准备。对于一些急需的商品,提前咨询商家发货时间,对于一些食品类、易腐易坏类商品,最好避开物流高峰。签收时先验货后签收,对于未经同意就放代收点的物流行为可以向有关部门举报。

指南四:谨防骗子“搭便车”。在购物狂欢的同时,许多不法分子也盯上了“双11”,通过假冒电商客服、快递物流,以“解决售后”“退货退款”为名实施诈骗。消协提示,消费者千万不要贪图价格便宜,登录陌生网站或者点击不明链接进行交易,更不要随意添加陌生人的微信、QQ等进行私下交易,以免吃亏上当。遇到商家虚假促销、霸王条款,以及遭遇各类诈骗陷阱的,消费者可以向监管部门和维权平台进行投诉,维护自身正当权益。

(新华社杭州11月10日电)