

虚标价格难查商品详情 “顺手购”被指套路满满

营销新模式应严守法律红线保障消费者权益

仅需9.9元即可购买“原价”99元的保温杯、仅需几十元就可购买价值几百元的首饰套装……近段时间,不少网购者发现在多个电商平台购物结算时出现一个“贴心”服务——“顺手购”,随机向消费者推荐一款“高性价比”的商品。

然而,不少消费者在选购后发现,看似满怀诚意的商品推荐,实则套路满满,所谓“高昂原价”大多是卖家虚标,有些优惠价格比正常购买商品售价还要高;还有的商家通过此渠道售卖临期商品甚至伪劣商品。

“‘顺手购’消费模式暗藏消费陷阱,不仅影响平台和商家信用,更涉嫌侵犯消费者合法权益。”北京嘉维律师事务所律师赵占领在接受《法治日报》记者采访时表示,平台和商家推出新型营销模式没有问题,但销售模式和所售商品必须遵循消费者权益保护法等相关法律法规规定,如果出现通过虚标价格、隐瞒重要信息等手段让消费者在不知情的情况下买到劣质商品等情况,则涉嫌侵犯消费者知情权等合法权益。

“不论何种营销新模式,都必须严守法律红线,规范营销行为,充分保障消费者合法权益。”

赵占领认为,电商平台应完善营销机制、填补销售漏洞,确保消费者真正得实惠。相关部门也应加强监管,对不良商家加大惩处力度,多措并举营造公平有序、良性的市场环境。

“顺手购”营销暗藏消费坑

“原本以为捡了个大漏,没想到最后还是被算计了。”最近,家住北京市西城区的程菲在网上为孩子选购文具时,在结算页面注意到平台推荐的“顺手购”促销商品。

因为是自己曾经关注过的收纳盒,程菲对这款原价59.9元、现顺手包邮价19.9元的收纳盒套装比较感兴趣,但当她想进一步点击商品查看详情时,却发现无法查看,除店铺名称、商品名称、价格和一张商品缩略图外,并无其他可查看信息。

思量再三后,程菲选择下单,原本以为得了实惠的她却在不久后发现,同款商品在该电商平台正常购买,价格比所谓“顺手价”还要低3元,且因为无法在购买前了解具体商品信息和用户评价,到手的商品质量并不满意。

“闷包”销售侵犯消费者权益

采访中,多位消费者向记者表示,个别商家之所以能利用“顺手购”这类促销模式套路消费者,利用的正是难以查询商品详情的“闷包”销售手段。

记者近日在某电商平台体验“顺手购”后发现,备受消费者诟病的无法查看商品详情问题仍没有解决,除推荐商品的图片可以进一步点开外,其余内容均无法详细查看,有的商品图片点开后会包含一些商品介绍,但并无用户评价等内容,还有的图片点开后再无任何详细信息,因推荐商品会随机变化,消费者如果想要该商品,只得选择先行购买。

在另一电商平台推出的“推荐购”中,同样无法在该页面查看商品详情,提供的商品信息仅包含名称、图片、价格和商品规格,虽然设置有热评展示,但记者浏览多件商品后发现,显示的几条评价均为好评。

“‘顺手购’模式如果让消费者购买

和程菲一样被套路的消费者不在少数,不少消费者向记者反映踩过“顺手购”的消费坑。因为不支持查看商品详情,也看不到商品评价,下单后才发现付款价格可能比在正常渠道购买还要高。

还有的消费者在不知情的情况下买到了临期商品。通过某平台“顺手买一件”购买一瓶原价38元、现价9.9元的啤酒,但搜索商铺商品后发现原价是38元3瓶,不仅价格没有太大优惠,且啤酒还有1个月就过期了,这些信息在购买页面却未标明。

还有的消费者被商家用图片误导,购买的餐巾纸配图中用明显字样标明到手共100包,但实际收货后发现只有30包,最后去商品页面查看商品详情时才发现商家用灰色小字标注了30包

全靠碰运气,那不仅给套路消费者留下机会,也会让部分商家利用信息不对称趁机在商品品质、价格上造假。”赵占领认为,商家利用此类营销模式清理库存、开展临期特卖并无不妥,但在交易中必须充分保障消费者合法权益,如果存在商品信息不全或查询不便等问题,则涉嫌侵犯消费者的知情权。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江对此表示认同,消费者权益保护法第八条明确规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者在购物中无法查看商品详情,商家也只得把最有利的甚至是虚构的信息提供给消费者,是严重侵犯消费者知情权的行为。

此外,在陈音江看来,商品详情难以查询、无法看到评价等情况都会影响消费者购物理性,在知情权难以保障的情况下,引诱消费者冲动消费,也涉嫌

的规格。

“所谓‘顺手购’和‘推荐购’是借鉴了超市在结账区域摆放糖果、饮料等商品,供消费者顺手购买的一种营销模式,当前大多电商平台都在进行推广。”在某电商平台担任运营工作的张旭告诉记者,这一模式初衷是为了达到商家和消费者双赢局面,商家通过这种模式售卖商品、提高销量,间接增加店铺流量和顾客转化率;消费者也可以购买到性价比比较高的包邮商品,获得实惠。

张旭透露,当前,多数电商平台并未对“顺手购”商品收取推广费,且支持跨店铺销售,这使得很多商家都借这一活动售卖商品。但由于实际中,平台过于看重曝光转化率,使得一些商家利用低质低价商品促销,导致问题频发。

侵犯了消费者的自主选择权和公平交易权。

对于部分消费者吐槽的商家虚构原价问题,陈音江认为,价格法第十四条规定,经营者不得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。如果“顺手价”与水分极大的“原价”之间差距过大,诱导消费者交易,恐涉嫌价格欺诈。

赵占领补充指出,2022年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》第十六条规定,经营者在销售商品或者提供服务时进行价格比较的,标明的被比较价格信息应当真实准确。因此,在判断经营者所标原价是否真实准确时,要严格依照“被比较价格应当不高于该经营者在同一经营场所进行价格比较前七日内的最低成交价格;前七日内没有交易的,应当不高于本次价格比较前最后一次交易价格”的规定来进行判断。

多措并举筑牢监管防线

谈及“顺手购”这一营销模式,多数消费者给予肯定,认为如果平台和商家能够真正让消费者得实惠,提供更多物美价廉的商品,不失为一种有效的购物补充。

“应进一步压实电商平台主体责任,完善此类营销模式的销售规则,严把商品入口关,并在下单页面提供商品详情查询渠道,构建公开透明的销售机制,供消费者参考选择。”赵占领提醒,电子商务法第三十八条规定,电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求,或者有其他侵害消费者合法权益行为,未采取必要措施的,依法与该平台内经营者承担连带责任。因此,电商平台应畅通举报渠道,并在获知商家违法行为后及时采取必要措施予以制止,否则将承担相应法律责任。

陈音江注意到,由于“顺手购”商品大多价格不高,因此即便出现问题,很多消费者也会选择忍气吞声。他表示,消费者一旦发现上当,要及时固定证据,保存好交易记录等凭证并联系商家解决,问题严重的应及时向平台和相关部门投诉举报。

此外,市场监管部门也应强化职责,筑牢监管防线,针对此类创新营销模式制定相应规范,畅通投诉维权渠道,及时处理消费者反映的集中问题,严格依法处罚违法违规行为,还应加强宣传并引导电商平台和商家增强自律意识,自觉规范经营行为。

据《法治日报》

