

■新华社“新华视点”记者 周闻韬 宋佳 白佳丽 韩佳诺

“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却引发了不小争议。

“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。

预售比现买还贵，“尾款人”质疑遭欺诈

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日零点后，“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，小彭看到一家体育用品网店打出的优惠，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。

一位大学生告诉记者，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。

预售商品想要退款不容易

“7天无理由退换”已成多数网购商品惯例，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。

如何保障消费者权益？

数据显示，今年“双十一”期间，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。不少小的服装品牌常年就是付款后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，电商平台往往会为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分析说。

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。



预售之“迷雾”

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却引发了不小争议。

“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。

“7天无理由退换”已成多数网购商品惯例，但不少消费者表示，预售商品想退款却没那么便捷。

新华社发 商海春 作