

“双十一”将至 网购新“玩法”背后有多少“套路”

■ 张璇 陈晓波

预售、定金膨胀金、满减红包、直降红包……“双十一”将至,各大电商平台的促销活动不断翻新出新。与往年相比,不少“剁手族”直呼“规则更复杂”“数学不够好,真心玩不转”。

这些让人眼花缭乱的促销活动背后,消费者到底能有多少实惠?网购可以更安心了吗?

“买买买”,考的不仅是数学

今年的“双十一”,买家不仅要“拼手速”,还要“考脑力”。记者注意到,淘宝官方给出的“双十一”攻略里,促销节期间各种名目的活动就有14种;京东则在不同时期有不同的主题购,且多以10至30元定金为主,成1.5至3倍翻倍;苏宁易购的消费者可以通过玩游戏的方式赚红包……

来自成都的消费者许女士研究促销规则多日。她发现今年一些平台的定金膨胀金要靠抢。“只有在指定时间内前多少名的才有机会翻倍……每年的规则都不同,一个电商平台上就有好几种‘玩法’,数学已经不够用了。”许女士说。

今年已是“双十一”的第9年。浙江大学教授金雪军认为,“双十一”营造了国内一年一度的“消费狂欢”,其影响力也逐渐扩大到全球。但在国内市场,其中违法违规行为多有发生,不仅损害了消费者的权益,而且破坏了网购的生态环境,需要“剁手族”们擦亮眼睛。

中国电子商务投诉与维权公共服务平台于近日公布的统计显示,“双十一”后一个月内的消费投诉高峰期,数量也呈现逐年上升趋势,其中2015年同比上年增长18.60%,2016年同比上年增长26.27%。



新“玩法”背后有哪些老“套路”?

假冒伪劣、虚标原价、刷单炒信、误导宣传……这些都是往年“双11”常见的“骗局”,今年又有哪些“套路”需要额外注意呢?

——**预售模式“坑”不少,规则不清“陷阱”多。**预售模式出现,较好地解决了“双十一”当天由于流量过大导致的系统瘫痪,同时也给商家更加精准的销售预估,库存准备。

但有业内人士指出,消费者可能会遭遇“定金”和“订金”的问题,一般来说定金不退,订金能退,各平台对于“双十一”规则的设置应当公开、透明,并且有特殊说明,让消费者明明白白消费。

——**线上线下同款商品,质量却不一样。**很多网友有疑问,为何网上买的纸巾薄很多,同品牌的羊毛衫羊毛含量少很多?业内人士指出,由于一些品牌的货品在“线上线下”仍未完全打通,就存在电商专供款,“价低降质”。

中国电子商务研究中心主任曹磊表示,“电商专供”商品与实体店销售的产品看似

一模一样,仔细看会发现颜色、内件配备或某些功能存在差别。“电商专供”商品一般在服装、电器、鞋帽、箱包等品类较多,消费者要擦亮眼睛。

——**赠品不能享受常规售后服务。**不少网友都买过“买一赠一”的商品,例如买冰箱送电饭煲,然而电饭煲坏了却被回复赠品无保修。

浙江政法联律师事务所律师巫琼妮表示,《网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定》明确,网络集中促销经营者在促销活动中销售、附赠的商品,应符合《产品质量法》的规定,不得销售、附赠国家明令禁止销售的商品,不得因促销降低商品质量。附赠的商品,也应根据相关规定提供“三包”服务。

——**先涨后打折成“潜规则”。**广东一位卖家告诉记者,为制造低价,不少商家会采取先涨价后降价的方式。比如,某款女装平时的网络售价为200元,标示原价为300元,在“双十一”前商家突然将原价标示为390元,活动为打五折,实际销售价格为195

双十一剁手 请收好这份海淘“指南”

■ 新华社记者 周琳 龚雯

单日销售额破亿元,全球200多个国家和地区的商品参与其中……随着物流体系的不断升级,“海淘”已成为双十一的必备项目之一。但海淘并不意味着十全十美,有时甚至因为不能享受常规售后服务,无法判定产品真假,或者因一些错误的消费理念而错买。

洋货定比国货强?

无论在哪个海淘平台上,母婴商品一直都是热销产品。尤其是奶粉、纸尿裤、婴幼儿辅食、药品等产品,都常常成为“爆款”。但海淘奶粉真的是最佳选择吗?

此前就有媒体海淘了19款热销奶粉,有8个样品的铁、锰、镉、硒实测值不符合我国食品安全标准。乳业高级分析师宋亮说,中国婴幼儿奶粉的国家标准除了参考国际标准之外,还需要和中国母乳的特点相结合,补充母乳中可能缺失的营养成分。而不同国家的婴幼儿奶粉配方标准是不一样的,这和当地的母乳分析研究结果有关。

“以日本为例,日本饮食中海产品比例较高,反映到母乳中碘含量就不会缺,因此日本的奶粉没有对碘含量作出规定。而中国人饮食中海产品比较低,如果奶粉中不增加碘,婴儿就有可能缺碘。”宋亮建议,即使要吃进口的产品,也不建议走个人代购的渠道,而应选择正规渠道进口、符合中国国标的奶粉。

近两年,海淘药品也成为热门话题,似乎国外的药品更安全、副作用更少,发烧感冒咳嗽等儿童常见病的药物海淘也逐渐兴起,不少德国的药房甚至开通了中文网页。但是,上海市嘉定区市场监管局相关工作人员介绍,

根据药品管理法规定,进入我国的药品,必须经国家食品药品监督管理总局组织审查,经审查确认符合质量标准、安全有效,并取得《进口药品注册证》的方可进口销售。

而现在,代购药品缺少审查这道关键环节,盲目按照国外标准用药,会导致用药量不准确,不仅起不到理想的治疗效果,用药不当的话,反而会对身体造成伤害。

国外“网红”莫轻信

随着健康观念逐渐深入人心,各种国外的所谓养生用品也逐渐成了“网红”,其中最著名的就是动辄几百上千元、火遍日本的水素水杯。

记者在淘宝上搜索“水素水”,找到了100页以上的结果,一家售价2300余元的“高浓度水素水生成器”卖家就宣称,70%的人都处于“亚健康”状态,而富氢水“水素水”可以有效清除人体自由基,预防多种疾病,延缓衰老。这些广告宣称,大量生物医学研究已充分证实了氢气的安全性。饮用水素水没有任何副作用,非常适合亚健康、慢性病患者和孕产妇、新生儿,特别是压力大的白领、运动员、爱美人士、老人以及免疫力差的儿童。在去日本旅游时,不少导游都会向游客推荐这一产品。

然而,水素水,又名“富氢水”,真的这么神奇吗?其实即使是在大火的日本,水素水也没有得到官方的承认。2016年,日本国立健康营养研究所在其官方网站上发布消息称:“并没有得出水素水有效性和安全性的数据。”科普作家、松鼠会成员云无心更是直言,即使你的钱多得没处花,也没必要去支持这样的东西。

而经常被引用的富氢水“科学证据”,是



曾经发表过的一篇论文,科研人员在体外培养细胞,发现氢能够减少细胞里的自由基,又发现氢能够减轻大鼠脑部的氧化损伤。但是专家认为,这些研究大多是让动物和人吸入氢气,或者是注射含氢的生理盐水,而不是喝富氢水。即使氢真的对人体具有保健作用,富氢水里的氢是不是能被人体有效吸收、利用,也值得怀疑。

“爆款”真身难判别

随着双十一临近,打开手机APP,越来越多的“爆款”跃入眼帘,让不少消费者忍不住想“剁手”。

“因为评论很高,而且很详实,就想买来试试看,但结果让人很尴尬。”花700元买了一款爆款手表的“90后”上海白领叶康说,收到货后发现做工很粗糙,尤其是表盘的颜色看着很劣质,但是小众品牌连线下能验货的实体店都找不到,最后只能把这个“鸡肋”退了。然而,让叶康更郁闷的是,花379元买了一个法国的隔离霜,

元,比平常售价只低5元。

曹磊同时提醒,“双十一”等电商大促期间往往是网络诈骗活跃期,各类诈骗如钓鱼木马、中奖诈骗、退款诈骗、货到付款诈骗、秒杀诈骗等层出不穷。消费者要注意保护个人信息,并避免贪小失大。

放假在行动,网购陷阱需提防

近日,国家质检总局执法司下发《关于开展“双十一”消费品电商领域执法打假集中行动的通知》,决定从10月25日至11月15日在全国开展“双十一”消费品电商领域执法打假集中行动。

针对网购仍存在防不胜防的消费陷阱,中国社科院法学所助理研究员周辉建议,在“双十一”这样的促销节点,消费者需特别注意网购过程中的流程和细则。如果遇到网购商品或服务质量问题,可通过协商、寻求工商部门或其他第三方维权机构帮助,遇到网购欺诈的应及时举报维权。

各地消费者协会也适时发布消费警示,提醒消费者提高警惕、谨防网购陷阱。山西省消协相关负责人表示,中国消费者协会搭建了电商消费维权绿色通道平台,并逐步与全国各级消协对接。消费者如果在网购过程中遇到合法权益遭受侵害的情况,可以直接向当地消协投诉,并通过维权绿色通道平台解决消费纠纷。

一些专家认为,近年来国家不断出台法律法规净化网络环境,一些平台的自律也逐步跟上,消费者素养不断提高,消费逐渐回归理性,多重因素促使网购环境已开始向好。同时,治理网购乱象仍需政府相关部门、企业、消费者共同努力,在做大“增量”的同时,还要不断“提质”。

不到两年价格翻倍 钯金成贵金属市场“新星”

■ 陈云富

过去两年,贵金属市场哪个品种最受关注?不是投资性的黄金、白银,也不是在首饰上有应用的铂金,而是更多用于工业原材料市场的钯金。由于市场供应、需求的双重挤压,不到两年,钯金价格已接近翻倍。

数据显示,最近一周,钯金现货报价再次突破每盎司1000美元关口,在一年前,这一价格还只有每盎司650美元左右,事实上,在启动本轮涨势前的2016年6月中旬,这一价格也还在每盎司540美元附近徘徊。

短短17个月,钯金实现从市场低迷到疯涨的“反转”。和其他大宗商品一样,2016年之前,钯金价格一度“腰斩”。

随着近期价格的大幅上涨,钯金的报价再次追平铂金,同作为铂族贵金属,钯金价格历史上长期低于铂金,前一次的超越还要追溯到16年前的2001年。

值得一提的是,钯金本轮反弹的表现大幅领先于其他贵金属。统计显示,2016年年中以来,黄金的涨幅基本接近0,白银价格的涨幅也不到1%,而铂金则下跌了约5%。

“钯金市场的巨大变化仍是因为供不应求造成的。”对此,贺利氏贵金属业务总裁安德烈·克里斯特尔在接受记者采访时表示,钯金原本是全球最稀有的贵金属之一,只有南非、俄罗斯等少数地区出产,在过去一年多里,主产地南非等地供应受罢工及地缘政治因素影响,而需求依然维持强劲。

据介绍,与钯金在工业上的应用类似,接近三分之二的钯金都用于制造汽车尾气净化催化剂。此前,由于钯金的价格较高,尾气净化催化剂厂商一直在寻求采用价格更低的钯金来替代,而随着汽车排放标准的趋严,及汽车产销量尤其是在新兴经济体汽车拥有量的上升,钯金的需求也随之高涨。

一份行业咨询报告预计,由于钯金的消费将触及历史高位,2017年钯金市场的供应短缺可能超过100万盎司。不少机构都认为,由于短期内市场供应难以得到弥补,市场短缺的形势料将持续。

目前,国内投资者参与钯金投资的主要渠道是银行的纸货交易,包括工行、中行等银行都推出了人民币账户钯金交易,不过业界专家也提醒投资者后期追高的风险。

“作为消费大国,中国市场的钯金短期依然会短缺,但长远来看,有可能也会实现自给自足。”英国牛津随机前沿分析公司董事长史蒂夫·弗罗斯特说,如果中国市场新能源汽车发展加快,替代燃油和混合动力车,后期市场供需形势有可能明显改善。



● 强生中国区主席孟启明

强生中国区主席: 持续深耕至关重要的中国市场

强生中国区主席、强生亚太区医疗器材集团主席孟启明日前表示,中国是强生全球增长战略中至关重要的一部分。强生将积极响应中国市场不断变化的需求,为改善中国医疗健康产业的生态体系作出更大贡献。

孟启明说,强生把中国视为世界上最重要的关键性市场之一。中国目前是强生全球第二大市场,仅次于美国。他说,中国市场对于强生来讲,始终是最重要的增长推动力量。“每年中国市场对强生销售总额的贡献都在增加,我希望未来中国能够成为强生在全球最大的市场”。

孟启明说,过去五年,中国在医疗服务领域发生了非常重要的变化,包括实施监管、推进和鼓励医药产品的创新、加强医疗服务的质量管理,以及开展更多标准化的医师及护士培训,从而增加专业医疗人士的数量和提升他们的素质。

他认为,中国政府提出“健康中国2030”,把人民健康放在优先发展的战略地位,就是要为更多人民群众提供更高质量的医疗服务,提高医疗服务的可及性和经济性。

对此,孟启明说:“我觉得很重要的工作就是深度参与中国的医疗事业,关注中国一系列的医疗改革。我们希望尽自己的一份力,塑造未来更好的健康中国。”

近年来,强生很重视对中国市场的投资。日前,总投资额达1.8亿美元的强生医疗爱惜康新工厂在苏州工业园区举行了奠基仪式。这是强生公司持续加大在华投资的又一里程碑项目,也是强生医疗首次将尖端微创手术及开放性手术器材的生产技术引入中国。据悉,新工厂占地14776平方米,预计2019年正式投产使用。

拥有逾百年历史的强生公司是全球具综合性、业务分布范围广的医疗保健企业,目前在全球拥有超过13万员工,也是最早在中国开展业务的跨国医疗保健企业之一。(康逸)

“中国绿色生态产业展览交易基地”带动百亿元茶产业建设

记者从11月3日至5日在湖北赤壁举办的第五届中国有机农产品展销会暨中国青(米)砖茶交易会上获悉,“中国绿色生态产业展览交易基地”自立项以来,有效带动了区域经济和产业发展,展会的交易额已达百亿元;同时,有效带动了立项地赤壁的百亿元茶产业建设。

“中国绿色生态产业展览交易基地”由中国商业联合会、中国城商联立项批复并主

办,咸宁市人民政府联合主办,赤壁市人民政府承办。中国城商联会长宣春雷介绍,这是全国范围内第一个国家级绿色生态产业的展览交易平台,立项于2013年。

立项以来,基地全面打造了绿色生态农业、绿色生态工业、绿色生态服务业“三大板块”;建成了示范基地引领体系、展览交易体系、质量标准控制体系、商贸物流体系、综合服务保障体系“五大体系”;同时,建设了有

机农业基地、有机茶叶基地、有机水产品基地,打造了有机产品认证示范区,建设了产品质量检验检测中心、完善了产品质量信息溯源系统,并搭建了展览交易平台和物流平台以及电商平台。

以基地为依托,中国有机农产品展销会暨中国青(米)砖茶交易会已经连续举办了四届,2017年为第五届。宣春雷说,展会的交易额从第一届的11亿元,到第二届的33亿

元,再到第四届的100亿元,创造了会展业带动区域经济和产业发展的奇迹。

作为基地的立项地,赤壁市目前正全力打造百亿元茶产业,已建成茶园基地超过15万亩。赤壁市市长李朝曙介绍,下一阶段,赤壁将全力打造具有全国影响力和竞争力的茶产业、茶文化及茶旅游品牌。

(梁建强)

“三同”产品亮相中国零售商博览会

11月2日,由国家认证认可监督管理委员会支持的出口产品内销“同线同标同质”工程展区首次亮相“第十九届中国零售商博览会”,以宣传推广2017年被写入国家规划文件中的“同线同标同质”工程。

中国零售商博览会每年都会吸引来自全球知名的零售商及供应商齐聚,他们共同发布新产品信息,展示零售业发展水平,

探索零售业发展脉络,描绘未来零售生活蓝图。

据“三同”促进联盟秘书长郭京介绍,达到“同线同标同质”要求的企业和产品需满足三个要求:一是企业应具备出口备案资格,并且有对发达国家和地区的实际出口业绩;二是企业获得第三方HACCP、GAP认证;三是企业承诺在同一个生产线按相同的

标准生产出口和内销产品。现在全国已经有2250家“三同”食品企业、8800多种“三同”食品,这些出口产品的质量合格率一直保持在99.9%以上,产品出口欧美、日本等100多个国家和地区。

此次参加博览会的200多种“三同”产品,包括休闲零食、速冻食品、冷饮、调味料、新鲜蔬菜、杂粮等。各零售商对“三同”产品

品质和采购等信息十分关注认为“三同”产品符合消费升级的需要,市场前景广阔。

记者现场了解,现在沃尔玛、麦德龙、华联、华润万家等30多家零售商的1000多个门店,以及京东、阿里、中粮我买网、每日优鲜等60多家电商平台都在宣传推广与出口产品同样高品质的“三同”产品。

(韩振)