



“双11”将至,越来越长的活动周期让消费者和商家感到疲惫,市场监管部门提醒:

理性消费 “避雷”四招请收好

第一眼

一年一度的“双11”又要到了,经过17年的发展,今年的“双11”购物节逐步演变为“购物月”,漫长的活动周期让诸多消费者感到疲惫的同时,也让不少商家感叹又“卷”又累。不过,各大电商平台不约而同地简化活动规则,由往年的“烧脑”凑单满减转变为直接显示优惠后价格,让消费者在体验中重新获得了一些轻松感。市场监管部门提醒,“双11”期间应理性消费,注意规避购物陷阱和消费风险。

■融媒体记者 邱丰



(视觉中国)

吐槽

“购物节”变“购物月” 不少消费者感到疲惫

深夜时分,市民林女士窝在沙发里刷着手机:“今年‘双11’比往年来得更早一些,从一个月前就开始广告轰炸,各种预售、预热没完没了,真的有点疲惫了。”

记者了解到,10月9日,京东、抖音率先启动现货销售,比去年提早了5天;随后,天猫、小红书等平台也纷纷加入战局。从时长来看,天猫“双11”周期达31天,而京东整整37天的“超长待机”刷新纪录,今年“双11”成为“史上最早、最长”的一届,“购物节”已然变为“购物月”。

“不知从何时起,‘双11’变得这么漫长,以前提前一晚加购,守到凌晨付款就是最划算的。”网友“行动矮子”在小红书发帖感慨,在评论区引发强烈共鸣。就连商家都留言吐槽:“现在商家也越来越‘卷’,活动持续1个月,我们连参加的兴趣都提不起来。怀念曾经简单的一天大促,直接半价,那才真吸引人。”

面对越来越长的促销周期,消费者的购物策略也在调整。家住鲤城区的购物达人小谢,今年显得格外有规划,她在手机上记录了各个平台的重要促销节点,并在日历里设置日程提醒。“你看,我近两个月几乎没乱买东西,就等‘双11’。淘宝分两波,第一波10月中旬预售,10月底付尾款;第二波11月初预售,‘双11’当天付尾款。我得把要买的对号入座,不然真会乱套。”尽管看似从容,小谢也承认,

“整个过程持续一个多月,说不心累是假的,仪式感被冲淡了很多”。

点赞

商品优惠一目了然 告别“烧脑”凑单满减

“就是它了!”盯着手机屏幕的周女士,脸上终于露出了笑容。她看中的一件品牌大衣,“双11”期间比平常下单时便宜了近200元。“今年终于不用凑单算满减了,都是直接打折。”她对比了多个渠道的历史价格,确认这是近期最低价后,几乎没有任何犹豫,几分钟内就完成了下单。

周末晚上,张先生趁着陪家人看电视的间隙,用手机支付了一台洗烘一体机的定金。“今年打算置换洗衣机,年中‘6·18’的时候就看好了型号,一直等到现在。”他一边演示操作一边说,“你看,页面直接显示‘神券满1件享九折,商品券满1000元减500元,再叠加以旧换新政府补贴,8499元的洗衣机最终价格比之前便宜了近3000元。”他没有研究复杂的满减套路,也没有熬夜蹲守,过程的顺畅让他有些意外,“放在前几年,为了凑够满减额度,我可能会在购物车里加一堆本来不需要的东西,反复比怎样最便宜,跟做奥数题一样”。

消费者王女士今年的购物体验也比往年更顺畅。她在抖音商城给孩子买玩具时发现,很多商品参与了“低价秒杀”活动,“看中哪个,价格就是实打实的,不用再去领一堆乱七八糟的券,非常直观”。

记者发现,无论是京东的“官方直降”、抖音的“立减折扣”与“低价秒杀”,还是小红书的“单品直降”,都在

尝试做“减法”。各大平台核心思路都很明确——让优惠一目了然,让消费者告别“烧脑”计算。

体验

“网购”和“外卖”的界限 现在越来越模糊

在许多人为预购商品付尾款的同时,另一场围绕“速度”的战役,正通过“即时零售”的方式,赢得了越来越多消费者的青睐。

周六晚上,正在家筹备小型聚会的小陈发现饮料不够了。她习惯性地打开外卖APP下单,发现平台上同样有“双11”专属红包和折扣活动。“商品半个小时左右就送达,各种优惠算下来,价格和电商平台预售的差不多。”除了应对临时需求,即时零售在“双11”期间还能解燃眉之急。出差的曾先生忘带充电器,通过手机下单:“半个小时送到酒店,还立减20元!”

商务部国际贸易经济合作研究院发布的《即时零售行业发展报告(2024)》显示,2023年我国即时零售市场规模达6500亿元,同比增长28.89%;预计2030年我国即时零售市场规模将超2万亿元,订单量持续增长。

“晚上做饭发现酱油没了,立即下单,切完菜酱油也送到了”“临时去医院看望朋友,外卖鲜花真的很方便”……这些来自日常生活的真实片段,代表着消费习惯的迁移。在晋江工作的上班族李女士分享她的习惯:“下午容易犯困,我喜欢在下午出门前点一杯咖啡,一到办公室就能喝到的感觉。‘网购’和‘外卖’的界限越来越模糊。”

【部门提醒】

网购防“踩雷”谨记这四招

11月3日,京津冀三地市场监督管理部门联合发布“双11”消费提示,提醒广大消费者“双11”期间应理性消费,规避购物陷阱和消费风险。

选择平台要谨慎。建议消费者多查、多看、多比,尽量选择经营信誉高、口碑评价好的正规电商平台。要认真查看平台内店铺首页是否公开营业执照或营业执照电子链接标识,以及与经营业务有关的行政许可等信息,不要轻信和点击来源不明的购物网址链接。

看清规则防套路。建议消费者要真正理解商家的促销活动规则,注意防范促销活动隐藏的各种“套路”。关注价格比较,防止遭遇先涨价后降价等虚假折扣促销陷阱、虚假商业宣传、定金不退等消费。对于先交定金、尾款后付等促销以及弹窗推送、默认勾选、隐藏选项等情况要谨慎操作,确认无误后再下单。

警惕低价假冒品。一些不法商家通过节日低价促销宣传销售假冒国内外知名品牌商品。消费者要认真查看商品评价和店铺信誉,对商品质量、价格进行多比较,不要只贪图价格便宜,盲目购买价格低廉、质量低劣的假冒商品,可通过查询商品的防伪标识、咨询品牌商品官方客服等方式进行有关信息的核实确认,确保购买的商品质量可靠。

签收环节莫大意。消费者收到商品时,应当场查验,确保所购买的商品质量完好无损、商品数量、规格、型号等与下单信息一致,确认无误后再签收。如果出现商品损坏或“货不对板”等问题,可以选择拒收并联系商家退货、换货。同时,还要注意及时处理快递面单上的有关个人信息,防止个人信息泄露。