

“双十一”藏价格迷局—— 熬夜算优惠，尾款却更贵

■编者按 从最初的促销活动，逐步演变为今天的购物狂欢，走过17年历程的“双十一”，在为消费者带来更多便利选择的同时，也潜藏着新的消费风险。面对隐藏陷阱，消费者需保持清醒，避免“踩雷入坑”。

□ 本报记者 田汝晔

“付订金时明明显示到手价268元，付尾款时却变成了345元。”消费者李女士面对淘宝上的订单详情，感到困惑不已。她仔细核对后发现，原本应该自动叠加的店铺优惠券并未生效，而客服告知她“该优惠券需要满足特定条件才能使用”。

今年“双十一”从10月20日开启付尾款阶段，越来越多的消费者在支付尾款时遭遇了类似问题。被各种优惠计算规则搞得晕头转向的消费者们，最终发现预售价格甚至高于现货价格，纷纷选择退款。

这个本该让利消费者的购物狂欢节，为何变成了一场价格“迷局”？

熬夜付订金以为捡便宜 实际支付价格比预估要高

“我熬夜付了十几件商品的订金，当时还觉得自己抢到了大便宜。”消费者王先生告诉记者，“到10月20日付尾款时，却发现多件商品的实际支付价格比预估价高出不少”。

王先生表示，他在淘宝上购买的一款吸尘器，在预售页面显示“到手价不低于899元”，但实际支付尾款时却需要支付1099元。他联系客服后得知，899元的价格需要满足“前1小时付款”“叠加平台券”等一系列条件。

王先生的遭遇并非个例。不少消费者反映，随着“双十一”尾款支付正式开始，部分预售商品实际支付价格远高于预估价格。

“花时间蹲直播，算优惠，结果还是贵。”社交平台上，网友的吐槽道出普遍焦虑。

更让消费者难以接受的是，部分商品的预售价格甚至高于活动期间的现货价格。消费者张女士发现，她在淘宝上预付订金的一款护肤品，在支付完尾款后的总价为319元，而10月24日，同款商品直接购买的现货价格仅为2871元，张女士愤而申请退款。

消费者李女士向记者表示，她在某服饰品牌旗舰店付订金购买了一件外套，在支付尾款时发现，店铺承诺的优惠券并未自动叠加使用，导致最终价格比预期高了100元。“我联系了客服，客服说是系统问题，让我申请退款重拍，但这时候现货已经卖光了，在店里直接买现货反而有9折品类券优惠，更便宜。”李女士说。

优惠规则复杂难懂 消费者沦为“计价员”

□ 本报记者 田汝晔 张铭铭

一盒0.3克、24粒装的芬必得布洛芬缓释胶囊(以下简称“布洛芬”)，在同一药店，货架上标价24.3元，而在线上平台叠加优惠后，最低仅需19.9元。

这样的差价从何而来?线上低价又由谁主导?记者连日走访济南多家连锁药店发现，同一品牌、同一规格的药品，线上价格普遍低于实体店已成常态。对于习惯从药店买药的老年人来说，可能会“吃亏”。

药店买药遭遇“一店两价”

在济南立健连锁药店的一家门店内，市民张先生正准备购买一盒0.3克、24粒装的布洛芬，货架上的标价是24.3元。付款前，他打开手机外卖平台，同一家店，同一款药，“京东外卖标价21.9元，用券只要19.9元。”这近5元的价差，让他毫不犹豫地选择了线上下单。

这种现象并非个例。记者走访济南多家药店发现，以0.3克、24粒装的布洛芬为例，线下药店售价在20元至29.9元之间；而在京东、美团、淘宝闪购的外卖售价，有的在使用平台折扣后低至20元以下。

其间，记者在药店遇到了不少因不知情而多花钱的顾客。李女士在药店买了两盒15克、9袋装的心正意诚牌蒲公英颗粒，花了19.2元，事后才发现该店线上同款单价仅6.49元。“店员根本没提线上有低价，”她无奈地表示，“如果知道，我肯定会线上买。”

消费习惯也加剧了这种分化。中老年人是线下药店的主要客群，但复杂的线上绑卡、领券流程常让他们望而却步。“操作太复杂，不如多花点钱省心。”王大爷的话，说出了许多同龄人的心声。而年轻消费者则更擅长比价，“我买药前必定先刷一遍美团、京东、线下只作应急之用。”消费者小吴说。

线上线下价差从何而来?多家药店将原因指向了成本结构差异与平台补贴。

警惕“先涨后降”价格陷阱

济南市消协发布“双十一”网购消费提示

2025年“双十一”购物狂欢节已拉开序幕，促销周期较往年进一步延长，直播带货、预付订金、跨店满减等营销模式交织叠加，在为消费者带来便利的同时，也潜藏着新的消费风险。结合近期消费投诉趋势，济南市消费者协会特此提醒：购物狂欢季需保持清醒，理性消费避免“踩雷入坑”。

辨清价格套路，警惕优惠杀熟

- 核查真实折扣
- 简化优惠选择
- 警惕杀熟行为

及时保留证据，依法维护权益

- 消费过程中，消费者务必妥善保管订单截图、支付凭证、聊天记录、商品检测报告等证据。若发生纠纷，优先与商家或平台协商解决，明确提出合理诉求。协商无果可向有关行政部门或当地消协组织反映求助，还可通过“全国消协智慧315平台”进行咨询或投诉，依法理性维权。
- 您如果遇到消费维权问题，可拨打本报热线电话0531-85193911进行反映，也可扫码登录大众新闻“领导留言板”留言反馈。

谨慎直播消费，避免诱导陷阱

- 优选正规渠道
- 固定交易证据
- 警惕诱导消费



“订金+尾款”的模式原本是“双十一”预售的核心机制，旨在帮助商家预估销量，合理安排库存。但如今，不少消费者认为，订金机制失去意义，红包规则太过复杂。有网友直言：“如果预售不能保证最低价，订金还有什么意义?不如直接取消。”

预售付订金本应是“提前锁定优惠”，为何会出现尾款比预估价更高的情况?某电商平台人士透露，这通常与平台和商家的促销策略有关。

“预售阶段，商家会根据往年数据预测销量并向供应商下单，为了吸引消费者，他们会设置一个较低的价格吸引眼球。但到了现货阶段，如果发现竞争对手的价格更低，或者库存压力较大，他们可能会进一步降价清库存。”该人士表示，这就导致后买的消费者反而享受了更低的价格。

此外，优惠规则的复杂性也是导致价格混乱的重要原因。记者调查发现，今年“双十一”的优惠活动包括店铺优惠券、平台优惠券、购物金膨胀、会员专属券等多种形式。这些优惠的叠加规则复杂，有些需要消费者手动领取或使用，且常有使用条件限制。

值得注意的是，在合并支付多个预售订单时，平台优惠券会被分摊到各个订单中，导致单个订单的实际优惠力度减少，最终价格高于预期。

以一款原价1589元的空气炸锅为例，其优惠规则包括：1件7.5折、店铺满999减100、



药店里售价24.3元一盒的布洛芬缓释胶囊，线上不到20元就能买到。

储损耗、水电费等，成本居高不下。而线上外卖或快递模式通过集中仓储、异地配送，成本可降低30%以上。

不只是平台补贴 更有主动低价引流

对于线上低价，多家药店工作人员的解释是“平台补贴所致”，“我们上传到外卖平台的零售价格和线下一致，主要是平台有补贴，所以线上卖得更便宜。”

然而，记者调查对比发现，部分药店的线上基础零售价本身就低于线下价格，并非仅靠补贴。

在漱玉平民大药房的一家门店，记者看到布洛芬线下标价24.5元。但在线上平台，未使用红包折扣时，京东外卖售价为21.9元，淘宝闪购售价为24.3元。若叠加平台优惠券，京东外卖低至19.9元，淘宝闪购则是38.6元两盒，折算单盒仅19.3元。

有药店的工作人员也透露，公司或厂商

平台满600减80、会员专属满500减50。消费者需要满足所有条件，才能以最低价购买。但在实际支付时，部分优惠可能无法同时生效。

记者了解到，在现行电商平台规则下，消费者支付订金后，若未按时支付尾款，订金不予退还；但若消费者支付完尾款后申请退款，包括订金在内的全款均可退还。这一规则本是为保护消费者权益，却因价格问题导致“双十一”后出现大规模退款潮。

“我在淘宝上付了8件商品的订金，最后只支付了3件商品的尾款，其他申请了退款。”消费者赵女士表示，“算下来，还是直接购买划算一点。”

重建消费信任 需回归简单透明

面对消费者的普遍质疑，部分平台和商家已开始调整策略。

一些电商平台推出了“全程价保”服务，承诺若消费者在购买后一段时间内发现商品降价，可申请退差价。然而，价保服务本身也存在诸多限制，如不包含优惠券、购物金等优惠方式，导致实际保障效果有限。

2024年，国家市场监督管理总局发布《“双十一”网络集中促销合规提示》，其中强调，要严禁禁止“二选一”等违法行为，公平有序参与市场竞争。围绕促销工具、折扣展示、优惠发放、结算支付等关键环节，全链条优化促销规则，保障活动规范、透明。严禁不按规定明码标价、价格欺诈等侵害消费者权益行为。

山东国曜琴岛律师事务所律师李立红指出，“预售价格高于现货”是较为常见的消费陷阱，可能构成价格欺诈，属于《价格法》明令禁止的“利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者与其进行交易”的行为。

如果商品页面明确展示了具体的优惠条件，比如“到手价899元”，这些内容构成了合同的要约，消费者下单付款，合同即成立，商家有义务按约定价格交付商品。商家未按约定叠加优惠、购物金未及时到账的行为构成违约，这也可能属于《消费者权益保护法》所禁止的虚假宣传行为。作为消费者，可以向商家继续履行合同，即按看到并理解的优惠价格完成交易，如果因此造成其他损失，有权要求赔偿。

李立红建议，当权益受损时，消费者要注意维权证据。首先要保存好证据，比如商品页面的完整截图、订单详情、支付记录、与商家的聊天记录、直播带货中主播对商品价格和功效的承诺等。准备好证据后，可以先联系商家协商，明确表达个人诉求和法律依据。若商家不解决，可向购物平台官方投诉，如果平台也无法解决问题，可以通过12315平台，或向经营者所涉行业主管部门投诉。对于涉及金额较大、证据确凿的案件，可以考虑向法院提起诉讼。

称线上业务由专门的第三方平台负责，国家对线下药品有统一价要求，线上价格则由平台与厂家对接确定，与门店无关。

平台方却另有说法。美团一名工作人员表示，平台直接对接店铺，商品价格由商家确定，平台负责审核商家提交的价格。

面对差价，消费者难免有疑问：这是否属于合理的市场价?选择线下购药，其知情权与公平交易权是否受损?

济南市市中区市场监督管理局十六里河市场监管所对此回应称，除麻醉药品和第一类精神药品外，绝大多数药品实行市场调节价，由经营者自主制定。只要做到明码标价，线上线下价差并不违反现行规定。

值得注意的是，监管层面已开始关注并引导药品价格透明化。国家医保局医药价格和招标采购司于2024年5月发布《关于开展“上网查药价、比数据、抓治理”专项行动的函》明确要求，以网络售药平台“外卖价”“小时达”“即时达”“限时达”等当日同城即时配送模式价格作为锚点，对比定点零售药店药品价格与网络售药平台“即时价”，从而治理异常高价。

同时，山东泰安等地医保部门已在官方小程序开通定点药店药品价格查询功能，便于消费者“货比三家”。

山东大学法学院助理研究员杨瑞贺表示，在法律层面，“线上线下不同价”不构成价格违法，其定价模式也不构成不正当价格行为。他强调，如果经营者相互串通，操纵药品市场价格，损害消费者的合法权益，则另当别论。

因为不熟悉线上比价，老年人更容易在药店购药时遇到价格不公平问题。建议老年人在购买不熟悉的药品，尤其是价格较高的药品时，可先向子女或身边的年轻人求助，请他们帮忙查询一下网络上的大致价格范围，做到心中有数。

若药店药品宣传疗效与实际不符，诱导老年人高价购买，则属于明确的违法行为。老年人在维权时应注意保留凭证，若与药店协商沟通无果，可拨打12315消费者投诉举报热线，或向市场监管等部门投诉。

杨瑞贺建议，从法律层面仍需进一步完善相关配套规章，明确线上线下药品价格形成机制及差价监管标准，构建统一透明的药品定价治理体系。

您有难题 大众帮办

扫码至领导留言板留言
热线: 0531-85193911
邮箱: dzrbbs@163.com

领导留言板

如何申领、有何疑问? 育儿补贴建言活动开始了

育儿补贴政策是国家为减轻家庭养育负担、提升生育意愿的重要举措。为回应群众对育儿补贴政策关切，大众新闻“领导留言板”即日起开展“育儿补贴申领优化建言”行动，征集社会各界对育儿补贴申领的意见建议，共同助力育儿政策精准落地。



当前，育儿补贴政策在实施过程中，部分群众反映了一些困惑。比如，申领时间、进度如何查询? 申领途径有哪些? 单亲家庭、领养子女家庭等群体申领需要准备哪些材料? 流动人口口如何便捷申领? ...如果您在补贴使用、申领流程、发放标准等方面有疑问或建议，快来留言吧。

您可以通过以下三种方式，提交对育儿补贴政策的疑问或建议。

- 方式一:扫描本版右上角二维码,进入“领导留言板”页面留言;
 - 方式二:登录大众新闻客户端,在“帮办”频道进行留言反馈(上图);
 - 方式三:拨打本报热线电话:0531-85193911。
- (□大众帮办记者 廖宁 左丰岐)

取暖费能不能线上交? 当地回应:仍需物业代收

近日,有滨州市滨城区网友在大众新闻“领导留言板”反映:滨城区北镇街道书香福邸小区的取暖费,在滨州供热App、微信小程序、支付宝等软件上均不能交费,必须上交物业私人账户,请问这些软件设置的意义在哪?

同时,该小区另一位业主在“领导留言板”留言反映:由于暖气费不能线上交,物业捆绑物业费,不交物业费就不收取暖气费。而且,热力公司人员说,使用流量表读的暖气费,明年要交到物业账户,而不是退给个人。

回复 该小区取暖费还未管理到户

针对网友就取暖费缴纳方式的疑问,记者第一时间联系了滨州热力有限公司。该公司工作人员说,当地大部分小区取暖费还未管理到户,中间需要物业公司代为管理。目前,只有30%左右的小区在试点管理到户,能够实现在线交费。因此,书香福邸小区还是需要到物业代收。

这位工作人员说,如果超过物业公司代收的截止日期,住户也可以到热力公司现场交纳,同时需要跟物业沟通好,供暖阀门是否已开启。

关于流量表退费的问题,该工作人员说,今年刚刚开始进行退费工作,需要在供热季结束之后再进行相关统计,从而进行退费流程。同样,管理到户的小区可以直接退给用户,未管理到户的小区,也就是前述两位业主所在的小区,依然需要先退费至物业账户。但退费之前他们会跟物业公司签订一个协议,让其保证流量表退费不会被擅自挪用。

该小区物业公司工作人员说,物业费和取暖费没有捆绑收取,需要分开交费。这两种费用有两个不同的账户。“取暖费可以直接去热力公司交,然后联系物业开启供暖阀门。欠物业费的住户,我们无法进行取暖费代收服务。”

(□大众帮办记者 郭由)

近万斤滞销苹果卖光啦 果农老姜不愁了

在大众新闻“领导留言板”与当地商务局的协助下,老姜家近万斤滞销苹果6天卖出。

老姜的妻子在大众新闻“领导留言板”求助,描述了果园受灾情况及农产品积压现状,呼吁社会各界伸出援手。为了帮助果农,大众新闻“领导留言板”、当地商务局10月26日发出倡议,商超、企业及社区实地批量采购,个人可通过线上接洽或直接联系农户购买,同时鼓励电商从业者、自媒体达人协助搭建销售渠道。

李记鲁疆商贸公司总监张海英,安排采购员踏着泥泞前往老姜的果园实地查看,发现苹果品质依然上乘。随后,大量收购了老姜的苹果。未来,张海英设想通过定制采购、品牌化运营、冷链与电商直播等方式,探索常态化的助农机制。青岛西海岸新区商务局工作人员高琳说,他们意在整合更多社会资源,为农户排忧解难。

“本以为这些苹果卖不出去了。”老姜说:“没想到这么快就有了着落,价格也理想。”

如果您有农产品滞销问题或其他生活难题,可关注大众新闻“领导留言板”进行留言反馈。

(□大众帮办记者 左丰岐 廖宁)

□ 本报记者 田汝晔 张铭铭