



## “秒杀”、“提价后的打折”、“不靠谱的专柜验货” 这些网购的陷阱，你中招了没？

### 合肥消协：近半网购族曾被骗过

□ 记者 王伟伟

随着在线网购越来越日常化，网络购物市场的交易规模也在飞速增长。统计显示，2011年，我国网络购物市场的交易规模为7000多亿元，至2014年已增至2.8万亿元。“2015双11”即将来临，这无疑又将是一场网购盛宴。守夜、刷屏、抢购，不少网购族早已摩拳擦掌，进入积极备战状态。然而，由于网络购物对商品摸不到、触不着，各类商品质量问题、商家不诚信、交易诈骗乃至快递延期或丢失问题也层出不穷。

采访中，记者从合肥市消费者协会得知，在今年开展的首届合肥网络消费行为调查报告显示，1000余名受访者中，有45%的受访者反映有过网购被骗经历，而这些被骗的网购消费者维权时，有32%的人都表示解决网购纠纷时最大的困难是网购维权程序麻烦。

那么网购中都有哪些常见的陷阱呢？赶快跟记者来看一看吧！

### 陷阱一：先提价后打折

今年4月份，阿里巴巴集团发布公告称，因2013年和2014年“双11”期间，旗下天猫平台第三方商家因“先提价后打折”受到浙江省物价局总计80万元的行政处罚。

其实，网络商家通过“泡沫折扣”的方式牟利并不少见。省城市民郑小姐依然记得去年“双11”期间的遭遇。“我喜欢一件大衣好久了，两个月前就把它加入了购物车，当时觉得反正时间还早，不如等到冬天再买。”郑小姐说，她记得清清楚楚，当时的售价是660元，谁知道11月9日再看的时候，竟然涨到799元。结果，商家还说这是“双十一”特惠价，原价980元。

【消费提示】用假打折误导消费者，部分经营者“先提价后打折”，是网络价格欺诈的惯用伎俩。所谓的“低折扣”促销未必真正便宜，消费时还是应该“节节后比价”，谨慎下单，不要被商家的促销广告和“红包”砸晕，成了冤大头。

### 陷阱二：“秒杀”多为空欢喜

“秒杀”以远低于市场价格的数字成交，令消费者心动。“双11”一早就守在电脑前，熬夜不睡觉去抢购。但活动开始后刷新个网页就发现秒杀已经结束，或是下单后却无法支付，显示系统繁忙正在排队，等了半个小时，支付页面终于恢复正常，却因超时订单又被取消了。

不仅如此，记者了解到，还有不少不法分子批量伪造各种“秒杀网”、“一元秒杀”等站点，诱惑用户去点击，然后引导受骗者输入网银、支付宝、财付通账号密码，致使资金全部卷入黑客的口袋中，令消费者蒙受经济损失。

【消费提示】购买前想清楚秒杀的商品是否是自己需要的，而且花时间刷屏和等待是否值得。此外，对于秒杀的商品是否有附加条件一定要看清楚。比如一元抢下来的商品，却发现运费要50元；还有秒杀商品不实行三包，没有质量保证等。

### 陷阱三：快递变“慢牛”

“亲，你网购的货到了吗？”这句话几乎成为“双11”过后网购族间的问候语。受“双11”后遗症影响，快递变“慢牛”的现象时有发生。

“‘双11’在两家购物网站各订了两件东西，到目前为止，一件都没有收到，这物流速度太不给力了。”去年11月27日，省城市民吴先生发的一条朋友圈赢得了很多人的赞同。

当网购遇上“双11”，能做到毫不拖延的网商恐怕很少。采访中记者得知，在去年“双11”很多消费者当天买的货物，最短七天，最慢的甚至要一个多月才能收到。

【消费提示】：“双11”期间，快件会在短时间内爆发式增长，消费者尽量选择实力较强、知名度高，运送网络覆盖比较全的快递公司。另外，消费者最好选择单位、妥投点等一次收件成功，或者确保联系电话能打通，不要因为无人收件或联系不到收件人而让快递员白送一趟、反复送多趟。

### 陷阱四：“支持专柜验货”并不靠谱

很多网店会标注“正品保证”、“支持专柜验货”等宣传语，看到这样的品质保证后，很多消费者就犹如吃下了“定心丸”。可是专柜验货真的可行吗？日前，记者来到省城某连锁化妆品卖场专柜。专柜导购员明确表示，在网上购买的商品，专柜并没有“验货”的义务，也并未与任何网店达成验货协议。

至于购物小票，很多代购网店并不能提供。某大型购物网站代购品牌女鞋的店主称，代购商品如果是正品，大都是内部员工或者职业代购人从非官方渠道拿货，基本不可能有商场购物小票。

【消费提醒】多数在网上购买的商品，专柜、专卖店作为代理商，一般只负责商品的销售，并不会提供所谓的验货服务，一般也不会与任何网店达成验货协议，因此“支持专柜验货”的承诺不可信。



市场星报 “双十一·求实” 特刊

## 赛事练兵打造服务竞争力，“JAC一家亲”服务技能大赛圆满收官

11月7日，江淮“JAC一家亲”服务技能大赛全国总决赛在合肥举行。从全国区域赛晋级的10个团队、20个优秀个人展开了精彩对决，并最终决出年度桂冠。在长达6个月的赛事比拼中，涌现出众多优秀服务技能代表，不仅全面展示了江淮服务团队日益提升的高水平，也再度验证了江淮对“敬客经营”理念的坚持

贯彻。“JAC一家亲”服务技能大赛历时六个多月，参与范围遍及江淮全国超过320家江淮示范店的服务人员。以江淮旗下瑞风S3、瑞风M5为对象，开展理论考试和实操竞技的综合角逐，既考察参赛者对理论知识的掌握情况，也对参赛者的故障解决能力提出了挑战。

通过全国性的高水平角逐，本次比赛在江淮全体系中形成了“比学赶超”的氛围，也促进了江淮整体服务水平的快速提升。

本次“JAC一家亲”服务技能大赛，是江淮服务品牌战略的重要举措之一。作为国内最早提出服务品牌构想的汽车厂商之一，江淮早于2005年就发布了首个服务品牌——江淮

“一家亲”。其后，随着旗下车型的不断丰富，江淮又陆续推出了针对轿车的“only for you”服务品牌以及针对多功能商用车的“星锐520”服务品牌。而在提出“敬客经营 服务销车”新发展理念后，江淮更进行了服务品牌整合升级，以“JAC一家亲”新面貌服务用户。

百大·鼓楼名品中心 银座  
BAIDA GULOU TOP BRANDS CENTER  
2015年11月10—11日

# 舞林志

## 2015全国街舞挑战赛



顶尖街舞高手执裁 全国精英舞者齐聚

11月10日 Breaking、Locking、Hiphop、Popping四大舞种海选

11月11日 “舞林志” 2015全国街舞大赛总决赛

大赛地点：合肥百大鼓楼名品中心银座外广场  
地址：合肥市淮河路老市府广场BRT车站南面



精彩尽在扫描中