



一网友近日在社交平台吐槽称,某电商平台“双11”预售的羽绒服尾款金额悄然上涨,最终不得不选择退款重拍。这种情况并非个例。一些消费者反映,支付定金后遭遇尾款上涨、预售比现货更贵的怪象。“双11”将至,各种购物软件充斥着“全年最优惠”之类的宣传,然而部分商家或抬高价格牟利,或在尾款支付环节涨价,各种价格乱象让消费者蒙圈。那么,消费者的权益该如何维护呢?

“双11”优惠猫腻多 消费者购物要当心

乱象1

各种“玩法”叠加,优惠令人眼花

红包、消费券、VIP专享、官方立减、店铺优惠、限时补贴、品类补贴、超级补贴、淘金币加抵、主播折扣券、惊喜购物券、叠加店铺红包……“双11”即将到来,各大购物平台纷纷推出各种价格优惠机制,即便是资深“剁手人”也不免眼花缭乱。

一消费者晒图显示:某款预售商品页面标注着“付定金50元+领75元券+尾款335元”,预售超级爆款区域显示“券后266元,优惠前460元,定金红包抵5元”,右下角添加购物车区域显示“定金45元”。在该商品的评论区,一些消费者晒出的实付款从279元到330元不等,有人不禁发帖询问网店,这款预售商品到底是多少钱?

“双11”期间,平台叠加各种“玩法”,让优惠机制变得非常复杂。实际上,预售商品需明码标价,预售页面应标明真实的尾款金额。尾款和预售券后价并非同一概念,有些商家在宣传商品时会将加入会员、使用红包、充值购物金、消费券抵扣、满减凑单后才能达成的“预估极致到手价”作为低价亮点,此价格一般低于正常尾款加上定金的总价,若商家未将尾款、预售券后价在预售商品宣传页面作出明确说明,容易引发消费者误解。

消费者对商品价格有知情权。根据我国消费者权益保护法第八条规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提供商品的价格等有关情况。因此,消费者有权在预售阶段明确获知该预售商品的正常尾款金额,如商家要以在极致凑单后产生的“预售券后价”来吸引消费者购买,应明确说明该券后价应满足的条件,区分价格与实际尾款,避免引发消费者混淆。

我国法律法规明确要求商品要明码标价。价格法第十四条规定,经营者不得用不正当价格行为包括利用虚假的或者使人误解的价格手段诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。该条款对商家明码标价、诚信经营作出要求,禁止经营者利用虚假或容易引人误解的价格手段进行交易,维护市场价格秩序。《明码标价和禁止价格欺诈规定》第八条规定,经营者在销售商品或者提供服务时,不得在标价之外加价出售商品或者提供服务,不得收取任何未予标明的费用。第十三条规定,经营者通过网络等方式销

售商品或者提供服务的,应当通过网络页面,以文字、图像等方式进行明码标价。这就要求商家在预售商品时对商品的预售价格明码标价,包括定金价格、领券等优惠金额和最后的尾款金额,保护消费者价格知情权。消费者对商品价格有疑惑,有权要求商家作出解释并明码标价。

乱象2

尾款悄悄涨价,消费者遭“背刺”

有网友吐槽:原本准备购买一款预售的面膜,支付50元定金后显示尾款为248.89元,后来发现尾款竟变成了282.1元。被变动的尾款绕晕了的消费者不在少数。还有网友晒图表示,自己准备购买的粉饼,原本页面显示券后为340.43元,到了支付时就变成了378.16元。

“双11”期间,商家以“预售”“定金”“红包”等形式吸引消费者,其宣传的优惠预售价若构成了对消费者的价格承诺,在消费者支付定金后,双方便形成了合同关系。商家在消费者支付尾款阶段如单方面涨价,属于无正当理由不履行其价格承诺,构成违约。若该行为也符合价格欺诈的构成要件,属于利用虚假或引人误解的价格手段诱骗消费者交易。

商家不得具有价格欺诈行为。《明码标价和禁止价格欺诈规定》第十九条提出,经营者不得实施以低价诱骗消费者,以高价进行结算;通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务;使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格以及其他价格信息;无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺;不标示或者显著弱化标示对消费者不利的价格条件,诱骗消费者与其进行交易;通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时,拒不按约定折抵价款等价格欺诈行为。根据民法典第五百零九条的规定,当事人应当按照约定全面履行自己的义务。除非双方协商一致变更合同约定或符合法定条件,否则,商家不应单方面提高尾款金额。消费者有权依据民法典第五百七十七条的规定,要求其承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任,即要求商家按原约定价格收取尾款,或解除合同,并要求返还定金。

那么,商家在尾款支付环节涨价,是否构成违约呢?在消费者与商家达成的定金合同中,消费者有支付尾款的义务,

而商家有以其所承诺的预售优惠提供商品的义务。民法典第五百八十七条规定了定金罚则,给付定金的一方不履行债务或者履行债务不符合约定,致使不能实现合同目的的,无权请求返还定金;收受定金的一方不履行债务或者履行债务不符合约定,致使不能实现合同目的的,应当双倍返还定金。消费者在网购时,在支付定金前需要签署预售协议,双方的预售合同一旦成立,商家和消费者均应按照约定履行。如果消费者未按时支付尾款,属于单方不履行合同义务,构成违约,无权要求商家返还定金(付尾款后若退款则定金可退)。如果商家取消或调整所承诺的预售优惠,导致尾款金额上涨,单方面变更价格,属于商家违约,消费者可要求商家退还定金并补偿与定金同等金额的价款(双倍返还定金)。

对于商家在尾款环节涨价是否构成欺诈,关键在于其在预售阶段是否对尾款金额作出明确承诺。若商家在预售页面、活动规则或与消费者的沟通中,明确表示尾款为某固定金额,而消费者在支付时发现高于商家承诺的,且商家无法对此作出合理解释,则该行为可能构成价格欺诈。若商家在预售期间先以明确的低价尾款吸引消费者支付定金,后在支付尾款阶段擅自提价,属于价格欺诈行为,违反了我国《明码标价和禁止价格欺诈规定》第十九条,“以低价诱骗消费者,以高价进行结算”或“无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺”。消费者可根据我国消费者权益保护法第五十五条“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍;增加赔偿的金额不足500元的,为500元”的规定,要求商家增加赔偿金额,退一赔三。

此外,还有一种情况是消费者付尾款时发现红包等限时优惠突然过期,导致尾款涨价。对此,应审查合同订立过程中的要约与承诺。关键看商家有无在商品预售阶段,使用了欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格以及其他价格信息,有未明确提示限时优惠的时间。优惠券的使用规则(如有效期)通常属于商家单方制定的格式条款,商家应严格按照民法典第四百九十六条的规定对该类条款进行提示和说明,如果商家未尽到合理的提示义务,导致消费者未能注意到优惠券的过期时间而对尾款金额的判断与低价支付时间产生影响,消费者可以主张该过期条款不成为合同内容。

一般来说,尾款通道开启后平台当日

发放的限时补贴,是为了鼓励消费者当日付款冲击销量而提供的限时优惠,因此在发放数量和时间上作出限制。由于是在商品预售期结束后发放的,不会影响消费者在订立预售合同时的意愿和对尾款的预期,因未及时领取或使用限时优惠导致尾款上涨,不属于尾款涨价。消费者在尾款通道开启当日领取限时优惠后,应注意在有效期内使用。

乱象3

付了定金的预售商品,比买现货还贵

消费者杨女士在某电商平台店铺内购买了一款电器,经过各种补贴优惠后竟然比平时还贵了600元。对这种“负优惠”深有体会的消费者反映,付定金购买的预售商品,付完尾款时发现还不如直接买现货便宜。

消费者选择付定金提前锁定预售商品是为获得最优惠的价格或者避免缺货,若消费者在经历付定金、等待预售期结束、最终支付尾款的过程后,所付尾款加上定金比现货更贵,便失去了购买预售商品的意义。若预售商品价格是在涨价的基础上进行促销,违反了《明码标价和禁止价格欺诈规定》第十七条,即经营者没有合理理由,不得在折价、减价前临时显著提高标示价格并作为折价、减价计算基准;经营者不得采用无依据或者无从比较的价格,作为折价、减价的计算基准或者被比较价格。市场监督管理部门可依据价格法、《明码标价和禁止价格欺诈规定》等规定,对商家“先涨后促”“明降暗涨”的价格欺诈行为进行查处,如责令改正、没收违法所得、罚款等。消费者可要求商家解除合同,退还定金,或按照价格保护的约定退还差价。

“双11”购物中,消费者有公平交易权、知情权、自主选择权,有权要求商家依约履行合同。商家违约,可要求其双倍返还定金;构成价格欺诈的,可要求商家增加赔偿金额,退一赔三。除特殊商品外,网购商品不满意还有七日无理由退货的权利。商家须明码标价,明确区分尾款和预售券后价并提示消费者,按照约定价格结算尾款,以其承诺的优惠提供商品,明确提示限时优惠的时间,按约定发货,保证质量。市场监督管理部门应规范经营者明码标价行为,压实平台责任,畅通投诉渠道,及时打击尾款涨价的违法行为,维护市场价格秩序,保证公平交易。

据北京日报