

业内人士揭秘最容易忽视的网购“陷阱”——

两店 PK：便宜的反而是正品

揭秘

陷阱 1

同店不同价目的在促销

像李女士所遇到的情况，到底是碰上了什么套路？除此外，还有哪些网购的黑幕是我们所不知道的呢？为此，今日女报/凤网记者采访了业内行家。

在电商行业从业近十年、曾在淘宝网供职，目前自己出来创业的杜乐（化名）告诉今日女报/凤网记者，像李女士遇到的情况，在电商平台其实并不少见。杜乐举例说，他的一个朋友吴先生最近也遇到了这样的情况。今年1月初的时候，吴先生准备在某电商平台上选购一件“杉杉”牌的呢子大衣，经过货比三家，最终选择了一家价格相对较便宜的某旗舰店，花1500余元买了。等卖家发货后，他在其他店闲逛时却发现，“有家店的商品展示图片和他最后下单的旗舰店的图片几乎一样，价格要比该旗舰店高了近10%，并且绝大多数销售量都为0，即使是有销售量的也只有不到10件”。更让吴先生感到奇怪的是，两家店登记的客服电话居然是一样的。

“你会发现，有时候在同一个平台上或者多个平台上，某一款相同产品，在某一商家或者某几家店都会比另外一家店的价格高10%以上。”杜乐告诉记者，价格高的商家，其目的也许并不是为了卖商品，而是为了帮助真正卖货的店完成销售，“这里面利用了消费者捡便宜的心理，而其实高售价只是起到一个抬价的作用而已。”

要分辨到底是不是商户抬价促销，杜乐建议从以下两点来分辨。首先，看销量和价格。一般而言，当商户的商品价格比其他大多数商户高，而销量却过低时，“比如绝大多数商品销量都为0的，很有可能就是专门用来抬价的”。其次，看商品细节。“如果图片、细节几乎完全一样的，那十有八九是用来抬价的。”

陷阱 2

“好评返现”不一定占便宜

在网购时，不少消费者都会在包裹里发现一张小卡片，写着“好评返现X元”等字样。一些消费者可能认为这是天上掉下来的“馅饼”，殊不知这里面可能存在消费陷阱。

“好评返现一般用来引导消费者做出评价，以达到获取虚高好评率的目的。”杜乐向今日女报/凤网记者介绍，“好评返现”是指买家给所买物品打全五分好评，商家则会返还金额不等的红包。在形式上，主要是“全5分返现、好评返现、好评返红包、好评返优惠券”等引导好评的类似内容。

“实际上，好评返现不一定你就占了便宜。”杜乐表示，有许多商户在给你进行返现前，其实可能已经在原价的基础上调高了一部分价格，以覆盖返现的成本，“实际上是羊毛出在羊身上”。

杜乐举例说，以某品牌的 GTX1060 显卡为例，商户在淘宝上的售价是1800元，若是给予五星带图好评，返现红包是100元，实际支付1700元。而通过比较，你就会发现，在其他电商平台上，此类显卡的售价为1680元，“你以为你赚到了，实际掏的钱还更多”。

同时，这里面还存在一个隐患。杜乐告诉记者：“有些商户会要求你先申请售后再获取现金返现，后续一旦出现质量问题，会对消费者维权造成较大的困扰，得不偿失。”

“由于好评返现现象泛滥，导致其逐渐成为获取虚假评价的方式，干扰正常的信用评价机制，破坏了公平竞争的市场秩序。因此，2016年以后，淘宝、天猫等平台都在对此类现象进行管控。”杜乐介绍，目前“好评返现”更多的转向朋友圈、微信公众号、QQ群等其他平台，这里还存在一个问题，“商户私下里承诺的返现，你确认收货好评后，他完全不理你、不给你返现，你也没有办法，事后希望通过维权手段去保障自身权利，往往会十分麻烦。”

因此，杜乐建议，还是要货比三家，“多个电商平台进行比较，大品牌的价格不会相差太多，不要迷信好评返现”。但是，也不要贪图小便宜，要看清商品详细信息，学会辨别，同时，保存聊天记录，作为可能投诉的有效证据。



图：东南早报



扫一扫，分享你的观点

消息股 >>

为客户寻理由理赔 太平人寿获赠锦旗

今日女报/凤网讯（记者 唐天喜 通讯员肖萍芝 缪智鹰）近日，唐先生给太平人寿株洲中心支公司送来了一面“感恩太平送真情，理赔服务暖人心”的锦旗。

原来，2016年，唐先生配偶为其投保太平附加金无忧重大疾病保险，保额10万元，每年缴纳保费3200元。2018年春节前，唐先生患了肝癌。保险公司得知消息后，立即委托长沙理赔同事前往医院探望客户，并协助收集理赔材料。然而，因客户病情特殊，不宜做活检，无法提供病理报告。怎么办？客户焦急万分。

为做好前置服务，为客户寻找理赔的理由，太平人寿多次派调查员前往医院咨询权威医生，并获取关键性医学指标。2018年3月28日，客户向公司申请理赔。2018年3月30日，太平人寿便做出了赔付的决定，理赔金额10万元。从受理到结案仅3天时间。

光大银行：推出搜狐视频联名信用卡

今日女报/凤网讯（记者 唐天喜 通讯员郭诗颖）近日，中国光大银行信用卡中心召开发布会，宣布与搜狐视频合作推出光大搜狐视频联名信用卡，主打首刷送会员权益，在满足年轻客群需求的同时，携手搜狐视频进一步强化品质化和年轻化战略。

日前发布的第41次《中国互联网络发展状况统计报告》中的数据显示：截止2017年12月，网络视频用户规模达5.79亿；较去年底增加3437万，占网民总数的75.0%；且2017年网络视频行业朝着移动化、精品化、生态化方向持续推进，网民对高品质的网络视频需求旺盛。正是在这一背景下，光大搜狐视频联名信用卡应运而生。2017年，光大信用卡跨界动漫、资讯、旅游、电商等领域，针对年轻客群推出了各类联名卡产品，并且联合屈臣氏、唯品会、本来生活、途牛等年轻品牌打造丰富优惠权益，推出系列活动。

理财课堂 >>

非法集资手法翻新：邀请名人、学者和官员“站台”造势

据《经济参考报》报道，4月23日，处置非法集资部际联席会议在北京召开“2018年防范和处置非法集资法律政策宣传座谈会”。据联席会议办公室统计，2017年全国新发涉嫌非法集资案件5052起，涉案金额1795.5亿元。今年1-3月，新发非法集资案件1037起，涉案金额269亿元。据处置非法集资部际联席会议办公室主任杨玉柱介绍，从发案行业领域和地区来看，当前投融资类中介机构、互联网金融平台、房地产、农业等重点行业案件持续高发。大量民间投融资机构、互联网平台等非持牌机构违法违规从事集资融资活动，发案数占总量的30%以上。

而在发案地区方面，案件集中于东部沿海地区和中西部人口大省，但中小城市、城乡结合地区、农村地区案件也在逐渐增多。“一些不法分子借农民专业合作社名义，打着合作金融旗号，突破‘社员制’‘封闭性’原则，超范围对外吸收资金，用于转贷赚取利差或将资金用于其他方面牟利。”农业农村部经管总站副站长赵铁桥透露。近年来，非法集资犯罪往往依托“互联网+”投资模式，设立电商平台，以“微商”、“多层分销”、“手机APP”等方式吸收资金或发展下线。有业内人士坦言，目前，网络平台非法集资组织结构愈加严密、专业化程度更高，假借迎合国家政策，打着

“经济新业态”、“金融创新”等幌子，噱头更新颖，迷惑性更强，投资者辨别的难度加大。一些不法组织或个人不惜投入重金，通过各类媒体进行包装宣传，邀请名人、学者和官员“站台”造势，业已形成更加隐蔽的新“庞氏骗局”。在利用网络犯罪的同时，传统的犯罪模式也得到发展，呈现线上线下并存的模式。例如借用P2P模式的各类金融信息服务公司和资产管理公司，将互联网金融的新概念与新手法复制到线下，以高额回报为诱饵，通过发放宣传单、打电话、口口相传等方式线上线下推广并用，大肆非法吸收公众存款。