

莫让「套路」跑赢优惠

四类新型网购陷阱要当心

“明明标注历史低价，点进去却发现比上个月卖得还贵”“跨店满减算得头晕脑涨，最后发现不如直接下单划算”“消费券抢了三天都没成功，小号反而秒到账”……11月7日，中国消费者协会梳理了近期出现的4类新型网络消费陷阱，帮助消费者理性消费。

警惕“剧本式”直播带货

传统的直播带货是展示产品，而新型陷阱则侧重于操纵情绪。比如，“赔本赚吆喝”剧本中，品牌方报高价，主播为了“家人福利”强行砍价，双方争执不下，甚至主播“自掏腰包”补贴，营造出一种“不买就亏了”的紧迫感。这本质上是一场精心设计的商业演出，目的是让消费者在情绪“引导”下做出非理性决策。还有一些“卖惨助农”陷阱，主播深入“田间地头”，讲述农产品滞销、农民生活艰辛的故事，激发消费者的同情心。但实际发货的可能并非当地农民，而是其他地方的普通商品，甚至以次充好，利用善心牟利。

中国消费者协会提醒消费者，对于直播间里“最后三分钟”“仅此一件”等话术保持警惕。将心仪商品加入购物车，购买前反复问自己三个问题：我真的需要它吗？这个价格与其他渠道相比真的划算吗？它的质量有保障吗？冷静思考后再作决定。对于“助农”等带有公益性质的直播，可尝试通过当地政府、媒体等官方渠道进行核实，选择信誉良好的官方助农平台，让爱心真正落到实处。

看穿“AI”的科技陷阱

人工智能的发展让不法分子的手段也“升级换代”，虚假信息变得真假难辨。有的不法分子利用AI换脸技术，将明星或专家的脸嫁接到普通主播身上，利用公众的信任进行虚假宣传和销售。有的则利用AI生成“虚假好评”，并把AI批量生成带有图片、看似真实用户写的“长篇好评”覆盖在商品评价区，让消费者难以辨别真伪。更有一些商家利用AI客服“踢皮球”。智能客服看似能对答如流，但一旦遇到复杂问题，就会陷入“循环话术”，无法真正解决问题，目的是消耗用户耐心，放弃售后。

中国消费者协会提醒消费者，看到明星或专家带货，可通过观察微表情、背景细节进行初步判断。建议通过其官方微博、工作室等渠道进行核实，切勿轻信非官方的直播链接。评价区的“好评”仅供参考，请重点关注中评、差评和追评，尤其是那些带有真实使用图片和详细描述的评价。可以尝试搜索“产



品名+缺点”“产品名+踩雷”等关键词。遇到售后问题，不要与AI客服过多纠缠。直接在对话框输入“人工客服”“转人工”等指令，或通过平台的官方投诉渠道寻求帮助。

警惕优惠券陷阱

各种复杂的促销活动背后，是精心计算的心理学游戏。比如邀请好友助力可得红包或优惠，但前期进度快，到最后几分钱时，需要邀请的人数呈指数级增长，耗费大量人情却无法成功。还有就是费尽心思领到一堆优惠券，结算时发现都有各种限制：满减券需要凑单到更高金额、品类券排除热门商品、红包券必须拆分使用等，最终并没便宜多少，反而买了更多不需要的东西。消费者还要小心“默认勾选”陷阱。在结算页面，默认勾选各种付费服务，如“优惠保障包”“极速会员权益”等，稍不注意就被多扣钱。

中国消费者协会提醒消费者，对于需要好友助力的活动，提前设定一个时间或人情成本上限（如最多找5位朋友），超过即果断放弃，避免沉迷成本陷阱。在确认支付前，请仔细核对订单详情。重点查看是否有被默认勾选的，并非自己主动购买的增值服务或付费项目，将其手动取消，确保每一笔消费都清晰明了，防止被套路。领取优惠券时，务必仔细阅读其使用说明，包括适用商品、满减门槛、有效期等关键信息。在购物前做好预算，按需购

买，避免了为凑单使用优惠券而冲动消费，买回一堆并不真正需要的商品。

警惕付款后的“甩锅”行为

陷阱不仅存在于购买前，也可能存在于付款后出现。比如商家承诺兑现“价保”服务，即在一定期限内如果商品降价，可以退还差价。但当消费者发现降价并申请价保时，商家以各种理由拒绝，例如“使用了优惠券不参与价保”“降价商品是限时活动”等，将责任推给消费者或平台规则。还有商家在商品详情页或客服沟通中，对“七天无理由退货”设置额外门槛，如“已拆封不支持退货”“包装破损不支持退货”，导致消费者退货困难。

中国消费者协会提醒消费者，选购前仔细阅读价保规则，明确使用条件、适用范围、有效期限以及申请流程。对于商家口头承诺，应通过截屏、录屏等方式保留证据。申请价保时若受阻，可凭此向平台或消协投诉。七天无理由退货是法定权利，商家不得随意设置“商品已拆封”“包装破损”等不合理条件。消费者应确保商品完好、不影响二次销售，但日常的查验拆封不应成为拒绝理由。需要注意的是定制类商品，鲜活易腐品，在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品，交付的报纸、期刊不适用七天无理由退货。

中国消费者报

这些年轻人
为何偏爱“租赁消费”

租相机、租衣服、租玩具……从数码产品到户外装备，从房屋汽车到母婴用品，对一些年轻人来说，“万物皆可租”。

这些年轻人为何偏爱租赁消费？

美团平台数据反映出租赁需求的多元化趋势。今年8月，“相机租赁”搜索量同比增长63%，“婚纱礼服租赁”搜索量同比增长109%，“无人机租赁”搜索量同比增长89%，“儿童推车租赁”搜索量同比增长165%，租赁正覆盖更多消费场景。

为满足年轻消费者需求，一些商家将微单相机、手持云台、环形补光灯打包成“旅拍达人套装”，或是将自动充气帐篷、蛋卷桌组合成“精致露营套餐”，这种“场景化租赁”模式正越来越受欢迎。江苏苏州市市民张虹杰说，租赁解决了“低频需求”的尴尬场景，让消费更符合个人实际需求。

“90后、00后逐渐成为租赁消费主力，他们的消费观更注重体验大于拥有，满足即时需求、追求新鲜感的同时，又注重性价比和环保理念。”暨南大学经济与社会研究院副教授刘诗濛认为。

与此同时，随着租赁市场迅速扩张，线上线下租赁主体大量涌现，消费者权益纠纷也屡见不鲜，套路多、磕碰定损难等成为消费者的“头疼事”。“租赁市场爆发式增长，必然伴随成长的烦恼。”重庆工商大学经济学院副教授熊兴认为，规范租赁市场发展，要构建政府、平台、企业、消费者多元共治的治理体系。

专家建议，企业应自主推动服务标准化，确保租赁过程透明可控，提升用户体验感和信任度；消费者要在正规平台交易，提高鉴别能力，租赁前仔细阅读协议、检查物品、留存证据，提高风险防范意识。

人民日报

消费者要从合规渠道“领券”

中国消费者协会发布消费提示，提醒消费者从合规渠道领取使用消费券，不囤券，不买券，不炒券，共同抵制、监督消费券二手交易，发现问题及时向有关部门举报。

每到消费旺季临近，消费券频繁亮相于各地购物、餐饮、文旅等领域，涵盖了衣食住行的方方面面，不仅给消费者带来实惠，也助力产业回向好，是多方共赢的惠民举措。各地为确保惠民政策切实惠及消费者，及时查处“黄牛”抢券倒卖等违法行为，维护公平消费环境，保护消费者合法权益。

中国消费者协会有关负责人表示，消费券的本质是有价票证，倒卖有价票证属于违法行为。通过倒卖消费券套现，扰乱市场秩序，情节严重的可能构成非法经营罪。

对此中国消费者协会督促有关经营主体遵守法律法规和商业道德，合法合规诚信经营，保障消费券发放的正常秩序，切实维护消费者合法权益；履行资格审查义务，加强消费券发放管理，抵制“黄牛”二手交易，不得通过虚构交易等违规方式套取补贴。

新华社

本版图片为资料图片

以人为本营造和谐

以法为准彰显公正