

现如今，越来越多的年轻人消费理念变得愈加理性，更加注重性价比，因此，商家推出的低价折扣、随买随退的团购优惠券备受年轻人青睐，“有券先囤着，不用随时退”逐渐成为年轻人的消费新习惯。这些券的折扣幅度和优惠力度的真实性如何？上海市消保委近日通过对各大平台进行调查比较，发现了一些商家在折扣优惠展示方面的“猫腻”。



资料图片

团购优惠券有哪些猫腻？

上海消保委实测：“划线价”不真实也不唯一

□ 记者 章炜

“半套烤鸭套餐” 3个平台3个价格

上海市消保委发现，在大众点评上，“京脆香烤鸭（普善路店）”发布了两张到店 9.3 折的优惠套餐券：“片皮烤鸭半套优惠价为 36.8 元（划线价 39.8 元）”“片皮烤鸭整只优惠价 72 元（划线价 78 元）”。

在抖音平台上，该店铺同样的菜品却挂了 6.2 折和 6.9 折的优惠券：“半套片皮烤鸭优惠价为 34.8 元（划线价 56.8 元）”“整套片皮烤鸭优惠价 68.8 元（划线价 100 元）”。

在饿了么平台上，该店铺的半套烤鸭套餐又变成了 4.64 折起，优惠价为 38.9 元起（划线价 75 元），预估到手 35.9 元起。

上海市消保委分别下单购买，发现这三个渠道购买的“半套烤鸭套餐”完全一样，每份套餐都包含半只烤鸭、蘸料、面皮、配料和椒盐鸭架。

不同平台渠道的团购优惠政策不同可以理解，但令人费解的是，为何划线价格差距如此大？同样的半套烤鸭套餐竟然有 39.8 元、56.8 元和 78 元三个不同版本的划线价，这也直接导致了完全不同的折扣力度。

那么，这份菜品的真实售价到底是多少？带着疑问，市消保委来到这家烤鸭店。该家店铺的招牌上显示，“半套 39.8 元”和“全套 78 元”。也就是说，在抖音和饿了么平台上，虽然商家确实有所优惠，但其标注的折扣幅度却是带有很大水分的。

某儿童齿科矫正 不同平台价格差 1 倍

上海市消保委还发现，“极橙儿童齿科矫正中心（人民广场店）”在抖音推出“儿童矫正私人定制化早期干预早矫正检查方案”团购，商家标注划线价 2310 元，现团购价 199 元（0.9 折）。项目内容包含矫正方案设计 1500 元、初诊挂号建档 210 元、矫正 3D 口腔数据扫描 600 元，以及免费的全景片 / 侧位片（按需）。

但是，该店铺发布在大众点评上的信息显示，该检查方案的划线价为 2135 元，现团购价为 299 元（1.5 折）。项目内容为矫正方案设计 800 元、初诊挂号建档 210 元、儿童牙齿矫正检查 105 元、矫正 3D 口腔数据扫描 600 元、全景侧位（按需）420 元。

0.9 折和 1.5 折确实带给消费者很大的诱惑，但团购项目中同名的矫正方案设计服务，为何竟能标注 1500 元和 800 元两个相差近 1 倍的价格？是否不同渠道下单的同名服务内容有所区别？然而，市消保委特意咨询了极橙儿童齿科矫正中心（人民广场店）服务热线，工作人员表示，该方案在不同平台团购，具体服务内容其实完全是一样的。

规避“原价”说辞 用“划线价”替代

同样的，一些旅游景点门票也存在类似问题。例如，上海独角兽星空艺术馆（田子坊旗舰店）儿童

票，大众点评展示价格为“29.9 元起，划线价 138 元，2.2 折起，优惠 108.1 元”，抖音展示价格为“29.9 元，划线价 78 元，3.9 折热销”，携程展示价格为“39.9 元，划线价 49 元，已优惠 9.1 元”，口碑展示价格为“39 元，划线价 49 元，8 折”。

上海市消保委指出，目前，很多电商经营者在商品价格标注的时候都会规避“原价”“原售价”等说辞，并用“划线价”概念替代，但往往无法明确说明“划线价”的依据。在日常实际消费过程中，“划线价”还是被很多消费者误认为是“原价”。

消费者在看到“团购价抢购”“折扣价秒杀”后就很容易认为能够享受到极大的优惠，从而加速消费者购买决策。然而，很多这样的“划线价”其实并不真实，也不唯一。消费者是否真的省钱了、到底省了多少钱“成谜”。希望商家能够规范标价、切实让利、真实折扣，这样才能真正激发消费市场活力，让消费者更有“获得感”和“值得感”。



部分商家不同平台的优惠价截图

消保委供图

捷途汽车4S店 女主播“擦边”直播 抖音：无限期封禁

近日，根据抖音直播严厉惩治汽车行业“擦边”营销问题的治理公告，抖音直播针对汽车行业“擦边”营销问题持续进行全面整治，2024 年 4 月至今共处罚违规账号 2632 个，对存在严重违规行为的 582 个账号回收了直播权限，其中无限期封禁账号 24 个。根据部分处罚用户公示，日前被质疑“擦边”营销的“捷途汽车-宁夏宁达捷瑞店”抖音账号被无限期封禁。

宁夏宁达捷瑞店在近日的一场直播中，女主播身穿紧身短裙，俯身跪在车内第二排座位上讲解介绍时，被镜头拍到裙底和胸部。其从第二排探身到前排讲解中央扶手时，又被拍到裙底和腿部。该场直播录屏画面也在网络流传，引来“擦边”质疑。涉事门店工作人员表示，厂家对主播着装严格的管控条例，每一场直播和作品都会经过厂家审核。

客服人员回应称，厂家已关注到该门店有传播不雅视频画面的情况，影响很不好，捷途汽车对此高度重视，给用户带来不好的体验，对此深感抱歉，后续会对人员加强管理和考核，“肯定会有相应的处罚”。（综合《南方都市报》等）

婚恋“军师”兴起 “排雷”还是“添堵”？ 消保委发布提醒

“王婆说媒”的热度还没过，不少年轻人又涌入了情感分析直播间。据媒体报道，为抓住流量，一些直播间里“狗血与奇葩齐飞，剧本共套路一色”。自称“婚恋军师”“情感分析师”的博主将网友相亲对象的条件或感情问题一一拆解，唾沫横飞、言辞犀利，俨如“情感爽剧”。

江苏省消保委认为，“婚恋军师”这一职业的兴起，反映了当下年轻人不排斥婚恋但是对婚恋又心生畏惧的心理，迎合了消费者避免试错的心理需求。但是这一职业目前没有权威资质认证，部分“军师”以“没有提及就是缺陷”的解读套路得出结论，专业度欠佳，解读合理性令人怀疑。《网络直播营销管理办法（试行）》第三条规定：从事网络直播营销活动，应当坚持正确导向，弘扬社会主义核心价值观，营造良好网络生态。这些“军师”以犀利的言语博人眼球，通过挑刺来制造婚恋焦虑，将婚恋匹配度简单集中在个别条件，导致每个单身的人似乎“全是雷点”，扭曲婚恋价值观。此外，对于消费者而言，这些服务高价却不一定有质量，过分解读的信息容易使得消费者以偏概全，戴上有色眼镜看相亲对象，对进一步接触发展产生阻碍。（来源：江苏省消保委）