

“双11”购物价格上演迷局 消费者成了“精算师”

“一顿操作猛如虎，一看价格原地杵”——这是今年“双11”期间，不少消费者的共同感受。

《法治日报》记者近日调查发现，从“先涨价后降价”的价格“变装秀”，到“不同人不同价”的隐性歧视，再到“凑单越凑越贵”的规则陷阱，曾经的“消费福利”正在被层层套路消解。

这个初衷在于让利消费者的购物节，为何在价格方面上演迷局？记者采访了多名消费者，还原其在“双11”价格迷局中的真实遭遇。

价格倒挂，促销价比日常贵

“每天价格都不一样，刚要下单就涨了”“更气人的是，商家在活动前临时加价，看似满减、优惠券一大堆，实际算下来比平时还贵”“现在的‘双11’，看似优惠的背后，全是套路”……来自湖北的李霞(化名)在一连串吐槽后得出这样的结论。

为赶上今年的“双11”优惠，李霞早在10月初就将所需商品加入购物车，“没想到，价格不降反升”。

10月20日晚上8点，某电商平台“双11”促销活动启动。李霞点开购物车准备购买电动车挡风被，却发现价格比活动前涨了20元。“我问商家，对方没有解释，只是推荐了另一款产品。”

类似情况也出现在她打算购买的婴儿保温杯上。活动前，这款保温杯售价为180多元，活动开始后，使用优惠券前的价格直接涨至200多元。李霞先后联系商家和平台客服，商家仅回复“没有涨价”，平台客服则表示“活动和优惠券发放时间不固定”。

来自上海的孙可(化名)则遭遇了更剧烈的价格波动。10月27日，他将一款剃须刀头加入购物车，想观望价格是否继续下降。4天后，同一链接、同一规格的商品，到手价从260多元飙升至590多元，翻了一倍多。更让他困惑的是，两分钟后刷新页面，到手价又降至280多元。而商品原价也在同一链接下经历了“过山车”：从317元涨至670元，又降至523元。

“我能理解到手价因优惠活动变化，但商品原价怎么也能随意变动？”孙可联系店铺客服，对方坚称原价始终为523元，并提供了近3个月价格未变的截图。然而，孙可向记者展示的付款页面截图显示，原价确有波动。平台客服对此回应：“商品价格由商家自主制定，平台无法修改。”

记者在某第三方投诉平台检索“双11价保”发现，相关投诉已达上万条。多名消费者投诉称，“双11”期间购买的商品并未如商家承诺为“最低价”，提出价保申请后，商家以“平台优惠券、赠品不参与价保”或“早买早享受”等理由拒绝。更有甚者，通过下架商品或更改链接来规避价保责任。



AI制图

不同用户，同一商品不同价

来自江苏的冯科(化名)在一天之内经历了价格的“过山车”。

10月31日早上7点多，某品牌珐琅锅在某平台的结算页面显示到手价为420多元；到了中午，价格涨至近530元。冯科询问客服，对方回复“活动今晚8点开始”，但未透露具体优惠。当晚8点，他发现“活动价”与早上价格完全一致。

“活动前涨价，活动时再降价，这不是玩文字游戏吗？”冯科再次询问客服，对方仅表示“价格受优惠因素影响”，并未作具体解释。

冯科进一步追问：“早上有某项优惠，中午没有某项优惠，晚上又有某项优惠了，所以中午价格高？”面对这一质疑，客服不再回应。

认为该店“不靠谱”的冯科转而找到该品牌的另一家授权店铺，发现同款珐琅锅到手价为355元。他向品牌方核实店铺资质后，咨询了两个产品问题，准备下单时却发现，结算价突然涨

到372元。而当他把链接发给朋友，朋友的手机端显示价格仍为355元——最终，他只能让朋友代为下单，自己则取消了订单。

“这明显是大数据杀熟，坐地起价。”冯科吐槽说。

李霞也发现了类似的问题。她在某电商平台有两个账号，一个有会员，一个没有。按常理，会员应享受更优价格，但实际对比发现，非会员账号中的商品价格往往更低。“没有明显的折扣或优惠券差异，但页面显示价格就是不一样。”

更隐蔽的“杀熟”还发生在“动态定价”中。有消费者反映，一款热水器在“双11”活动前不到2000元，活动期间“原价”涨到5000多元，再通过“满减”“补贴”降到3000多元，看似优惠，实则比平时还贵。“平台根据你的浏览记录判断你‘想买’，就抬高原价再打折，对价格不敏感的人根本察觉不到。”

规则复杂，消费者疲于计算

来自北京的何静(化名)则被各种优惠券“绕晕了”。

10月初，她将某品牌吹风机加入多个电商平台购物车，打算对比后选择最优惠的平台下单。“但比来比去，价格都比社交平台上网友分享的价格高。”何静说。

后来她发现，在某平台反复浏览页面，会弹出优惠券，领券后可再减几十元；在另一平台“来回刷”，则可能弹出“优惠礼包蛋”，砸蛋后也能领券。

最终，她以385元在某平台购得吹风机，附赠支架；另一平台价格为392元，无赠品。“整个过程非常复杂，也很耗精力。”何静感叹，“真的很累。”

多位消费者向记者坦言，往年活动机制虽复杂，但核心是“买得越多越便宜”；而今年“双11”，“买多不会更便宜”，甚至付尾款时价格比预估价更高。

来自北京的王林(化名)在活动初期支付了十几笔定金，“当时还以为捡了便宜”。到10月20日付尾款时，却发现多件商品的实际支付价格高于预估价。例如，某款吸尘器在预售页面显示“到手

价不高于899元”，实际支付时却需1099元。客服解释，899元的价格需满足“前1小时付款”“叠加平台券”等条件。

王林的遭遇并非个例。不少消费者反映，随着尾款支付开始，部分预售商品的实际价格远高于预估价。

“花时间看直播、算优惠，结果还是贵。”某社交平台上，有不少网友吐槽道。

“定金+尾款”本是“双11”预售的核心机制，旨在帮助商家预估销量、安排库存。然而，如今不少受访的消费者认为，定金机制失去意义，红包规则过于复杂。有网友直言：“如果预售不能保证最低价，定金还有什么意义？不如直接取消。”

此外，记者注意到，平台发放的优惠券既难抢，适用范围也有限。例如，有消费者反映，“3000-400”和“2000-200”的服饰券不能用于同一商品，有的仅支持前者，有的仅支持后者，进一步增加了凑单难度。

“买个东西要过一关又一关，参与‘双11’这么多年，第一次感觉心累。”有受访的消费者如是说。

据 法治日报