“满减—凑单—退款—再凑单”

这些购物套路变少了吗？

今年“双11”，是《互联网平台价格行为规则》约束落地的首个“双11”。不少消费者注意到，“满减—凑单—退款—再凑单”的复杂规则正在退场，与之相伴的，是预售周期大幅缩短、跨店满减淡出、官方直降和现货开卖成为主流，价保周期普遍延长。

“明白消费”不仅停留在线上。11月还是国家市场监管总局确定的“优化消费环境月”。线上线下加速融合的当下，规则的优化让消费变得更透明。

线上规则“做减法”

聊起往年的“双11”大促，许多人的印象是“页面挂满各种券，有的店参加满减、有的不参加，有的产品可以打折、有的不在打折之列”，看着让人有点懵。不少消费者提到，他们的期待很朴素：“到底几折就实实在在地打折，不用消费者自己去凑满减、领券。”

今年网购规则的变化，实实在在落到消费者的感受里。

北京高校学生许冰乔“双11”买了耳机和日用品，花了四五百元，全部是现货。“前一天晚上下单，第二天就到了。”她对规则本身并没有多做研究。“平时网购用得比较多的优惠，是满减和官方直降。”对她来说，“发货快”就是购物顺畅的直接体现。

广东深圳的上班族周锟阳刚刚给猫囤了主食罐、冻干和猫条。跨店满减淡出后，他的感受是“麻烦少了”。“往年‘双11’买东西会买一些自己没有那么需要的东西来凑满减，今年就不会特意去凑了。”他认为，今年规则简化带来的轻松感比较明显，不会为了凑单去买不需要的东西。

重庆消费者刘洪波最近刚搬家，今年大促他买了总价300多元的日用品。他表示自己会在买完后盯着价格变化，比如有一款他买过的产品从99元降到84元，在京东上申请价保后，成功退了15元差价。想判断价格走势时，他会打开AI工具问一问。规则简化对他而言，意味着“有需求就买，没需求不专门等大促”，但“先涨后降”的疑虑并没有自动消失。

消费者的感受指向一个共同点：规则做“减法”，解决了“算得累”的问题。

平台的动作比消费者的感受更早一步。天猫拿掉了跨店满减和凑单的整套机制，统一改为官方立减，单件即可直降；京东彻底取消复杂预售锁单，主打“现货直发、即买即发、全程保价”；抖音采用“官方立减15%+一件直降”的结构，同样强调免凑单。价保周期也被拉长，部分平台延长至15天。

“简化促销规则已经成为各大平台的一致选择。”国家电子商务示范城市专家组委员李鸣涛告诉记者，这符合品质电商时代以提升消费服务体验为核心的发展方向。“平台需要扭转过去流量分配偏重价格因素的思路，为商品品质留出更大权重。”李鸣涛说，规则简化不只是“少算几道题”，更意味着平台的竞争重心要从价格博弈转向品质与体验的长期积累。



AI制图

线下明明白白消费

线上规则在简化，线下的消费环境建设则在往细处走。

福建省泉州市西街，沿街店铺门口大多贴着醒目的“放心消费”标识和二维码。在斯丹姜母鸭钟楼店，记者看到，墙上的价目表上每一道菜都配有图片、标着分量、写着价格。招牌姜母鸭126元一份，旁边标注“主料生鸭肉净含量不少于1公斤”。

创始人陈丹松告诉记者，过去游客点菜常担心分量不足、价格含糊，“把‘一碗姜母鸭该有多少’固定下来，顾客点菜不用犹豫，我们也省去了反复解释。”她指着价目表说，“明码标价表面上是给顾客看的，其实是给自家立的规矩。”斯丹姜母鸭线上外卖平台还接入了“互联网+明厨亮灶”，扫码就能看到后厨的灶台和出餐过程。“屏幕一亮，锅灶、洗切、出餐全在眼皮底下，顾客看完就安心了。”陈丹松说。

一碗姜母鸭的“明白账”，背后是一整套行业标准在托底。这家从夫妻摊点起步的店，如今在泉州已有12家门店。从摊点到门店，陈丹松感受最深的是“标准”二字：“市场监管部门帮我们把工艺流程、食材标准、计量规范一项一项理清楚，连标签怎么贴、台账怎么记都手把手教。”

在安踏钟楼殿堂店，门口立着“七天无理由退换”的公示牌。安踏经理黄永祺介绍，安踏是福建省首批入驻ODR（在线纠纷解决）平台的企业，加入后万单投诉率下降了25个百分点，和解率提升了28个百分点。“把选择权交回顾客手里，顾客反而更敢买。”在绿色消费上，安踏摘得了全国纺织品行业首张产品碳足迹标识认证证书，一件冲锋衣从原料到成衣的碳排放，标签上标得明白。

不远处的旅拍店娘惹文化坊内，店长王哲辛拿出一张流程单：客人进店，从选服装、化妆到拍摄，每个环节签字确认，满意了再进入下一步，不满意可以重画、重拍。化妆台上的每一件化妆品都贴着标签，品名、批号、限用日期一目了然。王哲辛介绍，旅拍行业最怕“到店另议”，但店内的价目表把服装套数、拍摄张数、精修张数、底片是否全送、外景费用逐项列明。“我们希望让每个客人消费得明明白白。”王哲辛说。

“明白”背后，是一张覆盖街区的治理网络。泉州市鲤城区以“价格诚心、消费舒心、质量安心、维权省心、服务贴心”的“五心”理念贯通监管全链条。住宿业建起全市首个基础价格数据库，实行旺季前预警、旺季中监测、旺季末回溯的差异化管控；餐饮业推行“明码标价+图片展示+分量范本”三位一体；文旅核心街区“互联网+明厨亮灶”整改300余家，食安投诉下降32%。

监管“兜底”，规则“立标”

消费者的感受、商家的自觉，最终要靠制度把红线划清楚、把底线牢牢兜住。

今年“双11”前夕，市场监管总局向主要平台企业发布《“双十一” 网络集中促销合规提示》（以下简称《提示》），明确要求各平台对“拼价格”“先涨价后降价”等行为组织自查，杜绝不按规定明码标价、价格欺诈等侵害消费者权益行为；优化促销规则，并在显著位置公示，接受消费者监督，保障活动规范、透明。

《提示》还要求严格加强广告内容审核。完善广告业务登记、审核、档案管理，提升广告审核水平。重点规范医疗、药品、医疗器械、食品等领域广告行为，及时清理处置违法违规营销宣传。

在维护公平竞争方面，《提示》也作出了规定，严格禁止不正当竞争行为，促销期间采取积极措施，防止平台内虚假交易、刷单炒信等违法行为发生。

此外，《提示》还要求强化对平台内主播及其经营活动的审核监测。加强对“山寨村干部”、虚假助农、虚假测评、非法外籍家政等重点问题的监测处置。重点把控直播商品的质量，做好直播监控，避免主播在直播中发生违法违规行为。

此前施行的《互联网平台价格行为规则》已经明确，平台经营者、平台内经营者应当对商品或服务实行明码标价，真实标明折价、减价基准。规则可以简化，但这些底线不因简化而松动。

让“放心”可见的另一只手，落在平台建设上。11月3日，全国放心消费平台正式上线，微信搜索“消费查”小程序即可登录。商家在平台上注册、在线承诺并经核验公示后，即可参与放心消费承诺，平台为其生成“一店一码”的放心消费码和全国统一的放心消费标识。消费者登录后，平台根据定位自动展示周边放心消费商家，按零售、餐饮、住宿、旅游等8类单元和商圈、市场、景区等7类集聚区分类。在商家主页，证照、门店实景、售后方式、放心消费承诺、消费者评价都可以查看，并可“一键导航”“一键评价”“一键电联”。

市场监管总局有关负责人告诉记者，全国放心消费平台首批已对接百度地图、美团外卖、淘宝闪购、京东外卖，实现放心消费商家“一处赋标、多处点亮”；目前超1万个放心消费单元、100个放心消费集聚区已经入驻。全国放心消费平台还建立了动态管理机制，对发生违法失信行为、拒不履行放心消费承诺的商家，一经查实将责令退出，并同步收回线下的放心消费码和标识。

据《人民日报海外版》