

# 划线价≠原价,不同平台划线价让人无所适从

# 0.9折、1.5折……是真划算还是噱头

随着越来越多市民养成了用券的消费习惯,越来越多的商家也在各大平台上线选择颇多的团购券。不过,即便享受到折扣,也有人感到了被欺骗。“明明东西是一样、折后价差不多,不同平台的‘原价’有高有低,导致有些平台看起来折扣力度就更大。正常情况下大家就在打折更厉害的平台上买了,以为省的钱更多,其实并不是这样!”不少市民惊讶地发现,自己团的券并不是想象中那么省钱,只是商家利用“划线价”混淆概念,在展示折扣优惠时的“小猫腻”。



上海市消保委呼吁:

平台应该加强监管,  
让商家做到规范标价

## | 所谓“原价”都不是“真实的原价”

“点餐前先看看有没有优惠券”“抢到‘打骨折’的优惠券了,先囤着,过两天去消费,不想去了还能随时退”,这是沪上市民钱女士最近两年养成的消费新习惯,不过最近,一次点餐的经历让她对自己的新习惯产生了怀疑。

原来,钱女士点午餐外卖,看中了一家牛肉汉堡店的厚牛堡套餐,按照以往做法她在大众点评、抖音等不同平台搜索该店的团购券,结果发现,不同优惠套餐中,商家标记的安格斯厚牛芝士堡原价不尽相同,导致套餐总价相差不少:在抖音的套餐里,安格斯厚牛芝士堡价格是49.8元,套餐总价是89元,券后价格是26.9元;在大众点评的套餐里则是28元,套餐总价是56元,券后价格为30.9元。

“这要是在以往,我会毫不犹豫选折扣力度更大的抖音套餐,但因为想确认下汉堡里是否有芝士,我打了个电话询问商家,结果商家告诉我,安格斯厚牛芝士堡的价格是22元。抖音和大众点评上标注的价格都不是真的?”钱女士大感震惊。

“既然单个汉堡的价格都不是真的,那么套餐总价也不是真的,那标注出来的‘省62.1元’‘到手5.6’折还能信吗?”以往冲着折扣和省钱去团券的做法真的像商家说的那么省钱吗?钱女士产生了深深的怀疑。

## | “秒杀”“团购”还能参考划线价吗?

事实上,钱女士并不是第一个发现这一现象的人。近日,上海市消保委就提出质疑,并买了3份烤鸭做了真实测评。

一家名为“京脆香烤鸭(普善路店)”的烤鸭店,在大众点评上挂了2张到店9.3折优惠套餐券,“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。

而当市消保委工作人员在三个平台分别下单了“半套烤鸭套餐”,发现所收到的套餐完全一样。

“可以理解不同平台渠道的团购优惠政策有所不同,但不理解的是,划线价格为何差距这么这么大!同样的半套烤鸭套餐竟然有39.8元、56.8元和75元三个不同版本的划线价,这也直接导致显示完全不同的折扣力度。”消保委相关工作人员称,在这次的消费过程中,虽然的确得到商家给予的折扣,享受到了优惠,但得知划线价的“真相”后,还是感受到了价格欺骗。

## | 划线价≠原价,容易让人产生误解

究竟什么是划线价?市消保委相关工作人员解

释称,实际上,在各大电商平台所看到的价格,都是划线价而非原价。

对于商品“原价”是有法律定义的,原价是指经营者在本次促销活动前七日内在本交易场所成交,且有交易票据的最低交易价格。如果前七日内没有交易,则以本次促销活动前最后一次交易价格作为原价。如果采用虚构原价、虚构降价原因、虚假优惠折价等行为,将构成价格欺诈。

“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。”市消保委工作人员发现,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”。

“划线价怎么界定,不同平台都有不同的解释,很少有消费者会去仔细研究这一价格,而把它误解为是原价。”

记者分别打开不同的电商平台,发现对于“划线价”的说明中,不乏“划线价是由商家标示的参考价格,并非原价”“可能是商品或服务的门市价、商家指导价、建议零售价”“划线价可能是历史标价”等描述,不过,最终折扣均以划线价和非划线价作为参考,计算得出。

因此才出现了,一些商家抬高划线价,以让折扣力度显示更大,“很多人在消费的时候,往往会选择折扣力度大的商品或套餐,商家就是利用了人们的这种心理,加速人们的消费决定。”该工作人员称,这是一种隐形的侵权,隐蔽性和欺骗性更高,有时候虽然人们意识到了,但也只能被动接受。

## | 0.9折、1.5折……都不一定是真的

记者在实际体验过程中发现,美容护肤、护牙矫正等划线价与团购价差价让人极容易“冲动下单”,划线价2200元的全身塑形项目,秒杀团购98元;划线价2000元的面部清洁提拉项目,秒杀抢券157元;划线价2000元的“全身塑形元气美体套餐”,秒杀券后127元……

券后动辄省下上千元的项目,折扣和省钱力度是真的吗?

在市消保委披露的案例中,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检查方案”团购,商家标注划线价2310元,团购价199元(0.9折),其中包含了1500元矫正方案设计。而该店铺发布在大众点评上的信息显示,该检查方案划线价为2135元,团购价299元(1.5折)。其中矫正方案设计的标价为800元。“矫正方案设计”这一项的标价相差将近2倍!

而经过致电询问得知,该方案在不同平台团购,具体服务内容其实完全是一样的。

同样的“矫正方案设计服务”在不同的团购中价格相差将近一倍,导致了一个平台上折扣为0.9折,另一个则为1.5折,“很多人的第一反应是买0.9折的更低折扣,虽然价格更便宜,但不是商家说的真的享受到0.9折。”

在消费过程中,很多人看到“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,从而加速购买决策。这是出于他们在下单时享受到优惠的一种“获得感”和“值得感”,但一旦发现很多这样的“划线价”其实并不真实,也不唯一,是否真的省钱了、到底省了多少钱成了难解之谜,消费者和商家之间的信任感也很难建立。

“谁会去看划线价?我现在只看付出多少现金,各个平台上去比价,哪个便宜买哪个,买东西要花很久的时间比价,生怕买亏了。”不少人表示,此前看到已经有不少大牌美妆划线价虚标,化妆品、美容店被罚的案例,划线价的参考价值在心目中是越来越低。

商家想要追求利润和交易额无可厚非,但一定要遵循商业伦理和法律规范,上海市消保委表示,除了希望商家能够规范标价、切实让利、真实折扣之外,也提醒平台,必须加强对平台上价格标识的管理,让商家能做到真实标价、规范标价。“目前,绝大多数电商平台划线价的概念比较混淆,消费者看不明白指导价、参考价或者历史标价这些概念,希望平台务必要加强对商家价格标识的管理,要求商家规范标价、真实标价,向消费者说清楚划线价的含义。”