十二地联合发布“双十一”提示：

预售锁价、专属福利等暗藏消费风险

本报讯 薛莎莎 马沂林 “双十一”临近，各大电商平台、直播间纷纷推出跨店满减、预售折扣、限时秒杀、赠品福利等优惠活动，消费市场热度持续攀升。近日，陕西省消保委联合内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、甘肃、青海、宁夏、新疆等消费者组织共同发布“双十一”网络购物消费提示，引导消费者理性购物、防范消费陷阱、依法高效维权。

理性消费，杜绝冲动盲目购物

“双十一”促销周期长、优惠规则繁杂，极易引发从众消费、过度消费行为。广大消费者应坚守“按需购买、实用为先”的原则，理性看待“低价囤货”“限量抢购”“错过再等一年”等营销话术，区分刚需商品与冲动消费品。针对美妆护肤、食品生鲜、服饰鞋帽、母婴用品等存在保质期、尺码限制、场景专属的商品，结合实际用量合理采购，避免大量囤货造成过期浪费、闲置积压与资金损耗。同时，青少年、学生群体应在家长监护下购物，远离超前消费、透支消费，树立健康节俭的消费理念。

甄别促销套路，警惕各类消费陷阱

“双十一”各类新型促销套路层出不穷，预售锁价、阶梯优惠、隐藏优惠券、专属福利等规则复杂，暗藏诸多消费风险，广大消费者需擦亮双眼、仔细甄别。一是谨防价格欺诈。警惕“先涨价后降价”、虚标原价再打折、拆分满减门槛等套路，切勿轻信平台标注的“历史最低价”，留意防范大数据杀熟。二是谨慎参与预售活动。认真阅读定金、尾款支付、退款退货条款，分清“定金”与“订金”的区别；明确尾款支付时限、预售商品是否适用七天无理由退换、退换货是否包含运费险、保价期限及保价范围，留意商家将优惠券、赠品排除在质保和保价之外的霸王条款。三是规范选择购物渠道。优先选择资质齐全、信誉良好的正规电商平台、品牌官方旗舰店与直营店；远离陌生链接、小众私域店铺，拒绝主播引导的线下交易，规避平台监管盲区。

细化收货售后，留存完整消费凭证

交易全程留存交易证据是高效维权的关键，务必做到全程留痕、现场核验，减少售后纠纷。下单前截图保存商品宣传页面、优惠规则、保价条款、售后承诺；交易中妥善保存订单详情、聊天记录、支付凭证、物流单号；收货时全程录制开箱视频或留存商品实拍照片。尽量当场开箱查验，核对商品型号、规格、数量、保质期、配件、赠品是否与订单一致，检查商品是否存在破损、瑕疵、过期、货不对板、假冒伪劣等问题。一旦发现异常立即拍照录像取证，第一时间联系商家协商处理，切勿提前确认收货、丢弃包装。协商不成的，可向电商平台发起投诉。

坚守安全底线，防范电信网络诈骗

“双十一”期间是电信诈骗高发时段，消费者需提高反诈防范意识。坚决远离“刷单返利”“充值返现”等骗局，正规网购活动不存在刷单任务与预付返利。警惕冒充客服、快递人员的来电与短信，针对“订单异常、快递丢失、商品质量问题、误开通会员需退款”等话术，切勿轻信，不点击陌生链接、不泄露银行卡密码、验证码、支付口令等隐私信息，遇到可疑情况，务必通过官方平台核实信息，谨防上当受骗。

明确投诉举报渠道，依法理性维权

广大消费者在“双十一”网络消费过程中，应妥善保存购买商品或接受服务的相关凭证、聊天记录及经营者基本信息。发生消费纠纷可先与经营者协商处理，协商无果时，请及时拨打经营者所在地的12315或12345电话或者向当地消费者组织进行投诉，也可登录全国12315网站、全国消协智慧315平台小程序、省（区、市）消费者组织微信公众号进行投诉，依法维护自身合法权益。

“双十一”透出跨境电商行业新变：

国货出海告别铺货 AI贯穿全链路运营

“今年我们对速卖通海外‘双十一’的销售预期较高，最低目标是实现50%的增长，目前海外备货已经完成。”户外骑行品牌洛克兄弟创始人张新刚的表态，折射出跨境经营主体对海外市场的乐观预期。

随着“双十一”临近，中国证券报记者走访多家跨境电商平台及出海企业发现，行业已全面进入备战状态：商家前置备货筑牢供应链底盘，国货加速从货品外销转向品牌本土化深耕，AI技术贯穿运营全链路，成为外贸提质升级的新引擎。

积极备战海外大促

面对即将到来的“双十一”，众多商家已提前完成海外备货。

速卖通介绍，今年平台“双十一”海外备货量同比大增146%，前置备货、本地发货已成为跨境商家备战年末大促的主流选择。游戏设备品牌盖世小鸡合伙人连优告诉记者：“今年‘双十一’，我们将冲刺400万美元的销售额，为此准备了价值500万美元的货品。”

大促节点往往迎来销量集中爆发，充足备货才能承接流量、稳住订单转化率。张新刚表示，洛克兄弟在速卖通平台预留的备货量翻了一倍以上，是今年备货量最大的渠道之一。

小家电品牌小熊电器海外事业部电商负责人黄志锦总结出海备货的实战体会：“海外市场不确定性较多，备货是企业可以牢牢抓住的确定性抓手，有货才能抓住市场机会。”连优同样认为，外部环境纵然复杂，但海外消费需求始终存在，而触达需求的前提，就是把货品前置布局到目标市场。

针对往年大促频繁出现爆品断货的痛点，平台开始主动引导商家科学备货。速卖通品牌负责人杨逸表示，此前多场大促中不少爆品出现断货，今年平台主动引导重点商家加大备货力度。“当下行业进入供给分化阶段，多个品类迎来高速增长。平台组建起覆盖行业研究、营销、供应链、合规、商业分析的矩阵团队，向商家输出国别商品洞察，辅助商家科学规划库存，提升经营确定性，让商家敢于加大备货投入。”杨逸说。

从货品外销迈向品牌深耕

商家敢于加大备货投入，一方面，依托平台供应链与数字化服务支撑；另一方面，也得益于国货品牌在海外认知度持续抬升。

品牌化转型正成为跨境电商稳定增长的主线。速卖通数据显示，今年“618”大促期间速卖通品牌成交额同比增长90%，品牌成交渗透率接近40%；8月大促品牌在欧盟市场逆势增长97%。

在张新刚看来，品牌海外认知的建立不能只依赖线上店铺，深度本土化营销与线下渠道布局是品牌长线建设的关键抓手。

“线上可以快速打响知名度，线下体验则能反哺线上转化，消费者在线下体验产品后再线上下单，整体获客成本也会明显下降。”张新刚说，目前洛克兄弟在海外布局700多家线下分销商与专卖店，将营销深度融入当地圈层。同时，品牌邀请当地消费者、设计师参与产品开发，立足本地消费偏好打磨产品。

跨境电商平台对品牌出海的扶持也在加码。近期，速卖通联合天猫启动“中国品牌全球增长计划”，美的、海尔、TCL等十余个品牌率先加入。据了解，该计划将为500个头部品牌开辟出海新增量，打通国内与海外经营链路。

AI重塑跨境全链路运营模式

在备货布局、渠道拓展、品牌建设之外，人工智能正重塑跨境全链路运营模式，成为驱动外贸提质升级的新增长引擎，并逐步成为商家和平台的核心竞争力。

张新刚介绍，洛克兄弟已将AI应用融入本次“双十一”备战的多个环节：依靠AI辅助设计打样，压缩新品上架周期；用AI生成多语言营销素材，快速覆盖速卖通多个欧洲站点；依托AI客服承接大促期间暴增的售前售后咨询，缓解人力高峰压力，同时在线下探索AI定制化产品，持续沉淀个性化消费数据。

在跨境电商平台，AI已融入跨境销售全链条。杨逸表示，AI是接下来跨境电商最重要的变革力量，平台已把AI能力贯穿到流量分发、国别运营、商品匹配、新品挖掘全链条。

杨逸介绍，速卖通依靠AI拆解各个市场的客群特征、消费偏好、价格带、地域差异，完成货盘与当地用户的智能匹配。“除了二十多个核心国家保留人工运营团队，全球上百个国家的货盘组配、运营策略都交给AI完成，以此覆盖全球200多个国家和地区。目前速卖通95%流量侧工作已经由AI承接。”杨逸说。

全球跨境电商协会执行主席、深圳市跨境电子商务协会会长王馨表示，AI已从出海的加分项转变为必选项。企业可借助AI挖掘海外需求、生成本地化内容、复盘用户评价，精准打磨单品，摆脱过去粗放铺货模式，进一步增强抗风险能力。 **（王舒嫄 连润）**

抖音生活服务加强食品安全治理

本报讯 近日，抖音生活服务公布三季度食品安全专项治理成果。平台持续加大食品安全和虚假宣传治理力度，处置超3.2万例违规商品和超2.7万个违规门店，清退5169个卫生不达标的“即送”门店。

针对餐饮、商超零售等行业经营主体分散、链路长、环节多、场景复杂等特点，抖音生活服务加强线上与线下管控，根据投诉举报线索、门店“一镜到底”视频等信息排查风险，并对投诉高发、评分偏低、环境脏乱差、存在“糊弄式堂食”的门店开展实地巡检。发现问题后，平台及时停售相关商品，要求门店整改，对不达标门店采取限制经营、清退等措施。

三季度，平台处置8074例食品安全违规商品和10160个违规门店，线下开展超3.1万次巡检，提前发现并推动整改1249例食品安全隐患，清退5169个卫生不达标的“即送”门店。同时，平台食品安全有奖举报通道收到5509条线索，处置337个违规商家，消费者监督成为重要治理力量。

针对虚构或夸大食品医疗功效等虚假宣传问题，抖音生活服务加大对网络及网红食品的治理力度。三季度，平台识别并治理24612例相关违规商品和17139个违规门店。

同时，根据网络食品相关新规，平台上线预包装食品的管理规则和配套功能，覆盖酒水饮料、零食速食、冷冻预包装食品等24个品类。相关规则已覆盖超81万例预包装商品，以保障消费者食品消费安全。

三季度，超1亿消费者购买了抖音生活服务“安心吃”商品。“安心吃”服务保障同步升级，推出专属理赔入口，消费者遇到食品安全、货不对板、商家不接待、退款难等问题，都能在同一个入口快速申请理赔。

此外，针对消费者维权困难、商家推脱责任等情况，平台设立食品安全专线，由专业团队提供调解、补偿等服务。平台还联合专业保险机构，为符合条件的商家提供食品安全保险方案，进一步完善售后保障。三季度，平台食品安全专线帮助超15万名消费者获得退款和补偿。