

虚构原价 捆绑销售 集赞骗局

# “双十一”这些坑你掉过吗？

全网最低价比原价还贵、集赞优惠竟是骗局……一年一度的“双十一”促销盛会如约将至，各大电商平台强势宣传“烧脑”促销规则，琳琅满目的商品都被贴上优惠折扣的标签。然而，“低价风暴”背后，有哪些套路？隐藏哪些陷阱？

## “低价风暴”有猫腻：虚构原价、捆绑销售、集赞骗局

四川消费者杨女士在某购物平台网店“原创设计服装店”关注了一件标价为559元的连衣裙多日，准备网店搞优惠活动时再买。“双十一”之前，网店宣传全场包邮、满500减20元，杨女士当机立断下单付款539元购买了心仪的连衣裙。

三天后，杨女士又上该网店选购外套，却发现之前下单购买的连衣裙标价只要335元，居然又大幅度降了204元！杨女士要求网店退还差价，网店却拒绝退钱……

“双十一”前夕，类似虚构原价现象屡见不鲜，捆绑销售也是常见套路。

最近，市民胡女士在某网络平台购买了一张火车票，票价为65元。但要额外收取两张优惠券

费用共30元，网站显示，优惠券可享受7×24小时预订服务、客服服务、快速退改签服务、短信提醒服务等，并且不能取消，胡女士支付了30元优惠券费用，但事后发现，这些优惠服务根本是“纸上谈兵”，没有一项能实现，但钱又退不了。

“不仅没买到便宜，反而还白交了钱。”胡女士后悔地说。微信集赞低价购物骗局也是“双十一”来临前朋友圈的刷屏套路。

“只要将活动内容分享到朋友圈，并累计点赞28个，就可以低价领取生蚝”——家住四川泸州的易女士被这句广告词吸引，在朋友圈吆喝求点赞，在活动期间完成集赞数量后，支付了49.6元购买了10斤生蚝。但在约定提货时间去领取生蚝时，商家却说活动太火爆，生蚝已领完了……

“觉得太坑了，这不是骗人吗！”易女士说，打开朋友圈，现在还有好多不明真相的朋友在集赞低价买东西……

## 商家套路深：虚假宣传、先涨后降、“钓鱼”陷阱

记者了解到，随着“双十一”来临，商家的套路主要表现

在虚假宣传、先涨后降、“钓鱼”陷阱等方面。

——虚假宣传误导。四川省律协消费者权益保护专业委员会副秘书长单静说，一些不良商家为了在“双十一”期间刷销量，会用一些虚假词汇来做宣传，趁机误导消费者，比如，“产量一直领先”“全网最低价”等，背后大多是虚构的事实和隐藏的真相。

北京安博（成都）律师事务所律师韦海军说，虽然法律有欺诈增加三倍赔偿的规定，但不少商品销售者存侥幸心理，认为不被抓到就不会被罚款，因此，虚假宣传反而成为一种常见的商家销售套路。

——利用信息不对称先涨价后打折。“一些商家通过这种方式诱骗消费者消费，侵犯了消费者的知情权和选择权。”泰和泰律师事务所律师廖华说。

“我看准要买一款婴儿车，上个月原价还是1300元，最近几天突然变成了2400元，还写着‘双十一’将大降价500元，实际上比原价贵多了……”市民杨先生说。

——“钓鱼式”低价陷阱。记者了解到，在一些网上购物平台、微信平台上，类似通过免费集赞、免费转发、免费试用等噱头来诱导消费者下单，有的故意不事先写明押金定金是否退还，

有的将“参加该活动一律不能退款”等条款模糊处理写在活动页面最后，造成消费者钱物两失的情况不在少数。

四川博绅律师事务所律师李清说，消费者参与了这些“钓鱼式”低价购物活动，后期商家就会以“货物发完了”“订单未使用”等借口，拒绝退还收取的押金，或者告知退款要收取高额手续费，甚至实际提供的商品或服务与宣传不符，来坑骗消费者。有的微信集赞还需要提供身份信息和社交账号，很可能导致个人信息被盜。

记者了解到，很多商家在促销、抽奖等活动中，为了诱使不特定消费者参与宣传活动，没有在宣传中对参与活动资格、参与活动人数或产品服务数量等进行限制，在消费者满足活动条件后，又以不符合参与活动资格、参与活动人数或产品服务数量有限制等不予兑现承诺。

## 消费者擦亮眼学会较真 行业强化自律和社会共治

廖华说，从消费观念上，消费者一定要学会较真，要敢于依靠相关组织，依靠专业人士，拿起法律武器维护自己的合法权益。单静等专家认为，在遭遇

“钓鱼式”购物陷阱时，若商家以不正当理由拒绝兑现，消费者可以向当地市场监督管理部门投诉商家的虚假销售行为；也可向当地保护消费者权益组织请求调解；还可向人民法院提起诉讼。

记者了解到，根据消费者权益保护法的规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款费用的三倍。

北京盈科（成都）律师事务所律师高涛说，“双十一”来临，网络平台侵害消费者合法权益的行为时有发生。建议广大消费者尽量选择正规大型的网购平台，下单前仔细阅读相关条款，了解所购商品或服务的使用规则和限制性条款。注意保留证据，如下单付款凭证、商品宣传信息及聊天截图等，以便发生纠纷及时有效维权。

相关专家也指出，针对“双十一”种种购物陷阱，还需要加强监管和社会共治。不断完善网络监管服务平台，升级网络监管服务，加大打击力度和手段；同时，探索建立多省份执法监管协作机制，进一步建立健全多省份的日常沟通协调机制，及时解决跨区域网络市场突出问题。据新华社

“不学未来成文盲”，一年学费一两万元……

# 谁是少儿编程热的幕后推手？

“未来的文盲，就是现在不懂编程的小孩”“不会写代码就丧失了网络生存能力”……近来，大量引发家长焦虑感的少儿编程广告，充斥于自媒体和公共场所。“新华视点”记者调查发现，继奥数、英语之后，少儿编程成为最新教育培训热点。少儿编程如此火爆，谁是幕后推手？家长是否应该让孩子学编程？

## 势头迅猛：家长跟风、资本跟进

“未来的文盲，就是现在不懂编程的小孩”……近来，类似言论以广告或软文的形式，频频出现在自媒体、公共场所及家长群里，且愈演愈烈。一些名人纷纷为相关培训站台。这一切给少儿编程笼罩了一层高端、前瞻的色彩。

据了解，少儿编程课程分为两类，一类是面向6岁以下孩子的简单机器人拼搭式教育；一类面向6岁以上小学阶段的儿童，以图形化、模块化的编程语言在编程软件里创作情景动画。

少儿编程课花费不菲。记者调研市场发现，以7岁孩子每周上1节课为例，线下课程一般一年1万到2万元，线上课程一年多在5000元左右。

北京的罗女士在开学季给孩子报了机器人培训班。“孩子马上要上小学了，很多同学都在学机器人，我们不想输在起跑线上。”罗女士说，“现在的小孩子都是互联网时代的原住民，未来世界会变成什么样谁都不知道，让他们从小接触编程应该有必要。”

记者近日在天眼查上检索显

示，360余家公司的经营范围里含有“少儿编程”，其中，在一年内注册的公司有190余家。

某投行教育行业分析师孙瑞桃说，目前超过60家少儿编程培训企业公开融资，编程猫、核桃编程、西瓜创客等在近两年均宣布亿元新融资，以高瓴资本、红杉资本和北极光创投等为代表的知名风险投资机构，以及好未来、新东方等上市教育企业都已“入场”。

少儿编程培训机构北京橙旭园网络技术有限公司总经理陈斌说，我国少儿编程今年的市场规模大约有50亿元，未来两三年内预计还将有3到4倍增长。

## 火热背后：政策导向、资本驱动、机构贩卖焦虑

少儿编程培训为何如此火爆？

首先是政策鼓励。中国人民大学信息学院院长文继荣认为，人工智能教育是加快建设创新型国家和世界科技强国、让青少年适应数字化时代的战略需要。

2017年7月国务院颁布《新一代人工智能发展规划》，规划明确提出“在中小学阶段设置人工智能相关课程，逐步推广编程教育，鼓励社会力量参与寓教于乐的编程教学软件、游戏的开发和推广。”

目前，北京、重庆、广州等地教育部门都出台了人工智能课程逐步进校园的规划。浙江省从2017年开始，包括编程的信息技术已经纳入高考选考科目。在政策鼓励下，资本纷纷进入少儿编程培训市场。

不容否认的是，一些机构刻意“制造焦虑”对少儿编程热推波助澜。一位南京少儿编程创业者说，有的公司员工冒充家长在家长论坛、家长微信群和自媒体里发表一些制造焦虑的言论，然后以“免费体验”的形式吸引消费者。

“各个机构都拼命向家长传递政策鼓励、大家都在学等信息，却不会详细讲解编程到底如何能够培养儿童的逻辑思维。”贝尔编程CEO林钊仕说，近两年，少儿编程培训行业每年投入的营销费用据估计超过10亿元，一些机构通过“制造焦虑”来刺激家长付费。

此外，培训机构的市场火热，也与学校相关教育跟不上有关。“编程和人工智能教育对学校的师资、教程和硬件条件都有很高要求，并不是所有学校都具备条件，很难马上纳入必修课。培训机构满足了部分市场需求。”文继荣说。

## 学编程并非越小越好，课程标准及评价体系尚不完善

人工智能编程技术的学习有明显低龄化趋势，中学开始学，甚至小学也开始学。是不是越早学习越好？“要辩证看这个问题。”文继荣说，让孩子早接触到人工智能，对成长有帮助。然而，人工智能背后有数学、统计、脑科学等多方面知识，中小生理解起来有些困难。家长在这个阶段应以培养孩子的兴趣为主。

北京邮电大学互联网治理与法律研究中心副主任崔聪聪认

为，学编程并非年纪越小越好。儿童的想象力和对世界的好奇心弥足珍贵，有些编程培训班，教育方式不得当，可能会让孩子形成机械的思维模式，对孩子的全面发展未必是好事。

虽然资本一拥而上，但业内人士认为，除了备受诟病的过度宣传，少儿编程培训行业还存在其他不少问题。

目前，少儿编程培训行业创业的门槛较低。天眼查显示，从事少儿编程培训的190余家公司是在一年内注册的，其中127家的注册资本在100万元以下，且部分公司的资本金并未实缴。

更重要的是，少儿编程的课程标准及评价体系尚不完善，培训质量参差不齐。记者查询少儿编程教程，在电商网站超过200册。陈斌说，现在没有国家教育部门推荐的少儿编程教材，一些机构的教材其实是东拼西凑的，教师水平也参差不齐。

由于是新学科，家长对市场的甄别能力也很有限。陪5岁儿子上6节编程培训课的刘先生说，面对培训机构花样繁多的宣传，确实有点“选择障碍”，“对于课程设置、教学目标、学习方法我心里也没底，摸着石头过河吧。”

“青少年到底需要怎样的人工智能培养体系、课程体系和知识体系，如何做好从小学、中学到大学的知识衔接，需要花大力气去研究、尝试。”文继荣说，现在处于自由竞争阶段，未来教育部门应发挥引导作用，聚合各方智慧，并加快建立课程标准，提高教学水平。据新华社

# 菊花首次在“世界屋脊”栽培成功

新华社电 园林小菊第一次在“世界屋脊”青藏高原上绽放——南京农业大学的科研人员已成功将这种用于观赏和绿化的菊花在青海省柴达木盆地进行露地栽培并自然越冬。

这是记者日前从南京农业大学了解到的情况。据南京农业大学园艺学院院长吴巨友介绍，自然条件下菊花分布范围低于海拔1600米，人工栽培的露地菊花最高海拔也止步于2300米。此次在海拔3000米的柴达木盆地成功栽培园林小菊，刷新了菊花栽培的高海拔纪录，是我国菊花研究的一项最新成果。

科研人员自去年起在青海省海西州乌兰县进行了试种。在克服气候差异大、品种适应性差异后，151个菊花品种中有100个适合当地自然条件。科研人员筛选的金陵系列地被菊，以及“南农绿意”“南农黄蜂窝”等切花菊都能很好地适应当地自然环境。

该项目负责人、南京农业大学副教授王海滨说，除观赏品种外，皇菊和金丝黄菊等茶用菊品种在当地的表現也良好，绿原酸、木犀草苷等关键成分都高于药典标准数倍。由于当地冬季气温达零下20多摄氏度，菊花蚜虫不能自然过冬，因此病虫害非常轻。

在科研人员制定出一整套适合当地种植技术标准的基础上，乌兰县的菊花种植和加工已成为一个新兴的特色富民产业。据乌兰县副县长窦锦兵介绍，当地菊花规模种植面积已有30亩，每年可提供500人次左右的用工量，每人每天约有150元收入。他希望通过发展菊花产业为当地农牧民脱贫提供一个有效途径。