

# 优惠促销建议

## ✓ 请勿使用小号字体, 避免隐藏必须支付的额外费用或收费等重要信息

消费者有权认为促销价是他们需要支付的商品或服务的全价。如需消费者支付额外费用, 则应明确地进行标识。仅说明“附带条件”、使用“\*”符号或小号字体隐藏重要条件(并且这些条件与“标题”给人的印象相矛盾)的做法是不可取的。

## ✓ 在“平时价格”基础上打折

广告所宣传的打折信息必须真实。这也就是说, 打折信息必须是在平时售价的基础上所作出的折扣。“平时价格”指商品或服务的正常售价。请勿提高“平时价格”, 以夸大折扣力度。



## ✓ 与同类商品比价

您的商品价格必须是与“同类”商品或服务的价格进行对比, 否则该对比可能会误导消费者。若对比内容涉及竞争对手的商品或服务, 则竞争对手的商品必须能够让人轻易获取(如可在附近的商场或网上商城购买到)。

## ✓ “促销”指限时以折扣价购买商品

“促销”必须是短期的。任何促销商品或服务的促销价必须低于其平日售价。

## ✓ “清仓”促销仅可用于商品清仓

清仓促销的时段必须有所限制。“清仓”指商家在出清某类产品的库存, 因此实际情况必须符合此定义。商品的折扣价必须低于“平时价格”。

## ✓ “特别优惠”或“特价”指不常见的优惠

若价格与商家平日的售价相同, 则并非促销“特价”。在对特价优惠活动进行广告宣传时, 商家必须提供不常见、且优于平日的优惠, 如提供更低价格或附加优惠等。

## ✓ 确保售价与结账价格相符

结账时, 消费者支付的价格应与货架上的商品售价相同。

## ✓ 请勿夸大优惠力度或夸大商品售出数量

若存在一系列优惠活动或仅有部分商品打折(如低至4折), 则必须明确说明, 同时广告所示的优惠商品的数量必须合理, 以避免消费者误会打折商品的折扣种类(如4折优惠)。

## ✓ 请谨慎使用“最低”、“最便宜”等绝对的价格说明

这些词汇会给消费者留下他们“无需去别处比价”的印象。在作出绝对的价格说明前, 必须有足够的证据支撑这一说辞, 表明其真实无误。