

年轻人靠AI凑单省钱

算得出“双十一”优惠算不透套路

今年的“双十一”大促已经启动，天猫、京东、抖音等三大平台均已开启优惠活动，并推出诸多玩法。记者发现，AI凑单成了年轻人的省钱新玩法。消费者把购物清单和优惠规则一键发给AI，短短几分钟就能算出最优方案。不过，AI算出的低价，并不能顺利下单，不少消费者反映，最终还会卡在平台的隐性互斥限制和动态调价上，消费者感慨“AI算得出优惠，算不透套路”。

■据《北京青年报》



图据新华社

现象 AI算力拉满 轻松算出最优凑单方案

今年“双十一”依然提前近一个月开始：京东10月12日晚8点率先现货开卖，天猫10月15日启动预售、10月20日晚8点开卖，抖音商城“双十一”好物节也于10月15日启动。

往年“双十一”，手动凑单是一场耗时费力的脑力活。跨店满减、品类券、预售抵扣等层层叠加，消费者要反复拆分订单、增减商品，常常花费一两个小时反复调整购物车，还会为凑满减门槛购入不必要的商品。

随着智能工具的普及，今年AI成为大众的算账助手。消费者把购物清单、完整活动规则粘贴

进去，AI自动匹配各项福利、拆分订单，短时间内输出最优下单方案。社交平台上，各类AI凑单提示词广泛传播，大量消费者借此省去繁琐计算的时间，也在一定程度上减少冲动消费。

记者以一款奶糖粉为例做跨平台比价实测。手动核算后，京东凑单到手价349.94元，淘宝常规下单到手价358.22元。将全部优惠条件输入AI后，算法迅速算出最优路径：走天猫通道，叠加官方立减、88VIP折扣与淘金币，到手价可低至315元，效率远超人工核算。

分析 算法存在盲区 电商隐性套路无法预判

AI凑单虽能快速给出最优价，但它只能读取页面明文优惠规则，无法预判临时调价、权益互斥、优惠券回收等隐性陷阱，最终算出的优惠价很大程度上是理论低价，很难落地。

消费者小周向记者讲述了自己的踩坑经历。“我把一整单购物规则发给AI，它给出了一套完美的拆单方案。可结算时才发现，两张平台券互相排斥，优惠不能同时使用，又得多花好多钱。”经历这次失误后，他每次用AI计算优惠方案时，都要逐条核对页面细则，而不是直接发给AI。

在部分电商平台，大量消费者在很短的时间内遭遇价格变动，导致AI凑单难以实行。有消费者反映，付定金后商品涨价，一款猫粮从600多元

涨到700多元，平日正常售价仅500多元。还有消费者在凑单退款后，遭遇大额美妆券被回收，限时优惠同步失效。

可见，AI的价格推演应建立在“规则固定、价格不变、所有券正常使用”的理想条件下。今年不少平台虽然简化了跨店满减，但会员补贴、直播间券、家电国补之间存在大量隐藏限制。更关键的是，AI拿到的只是某一时刻的页面“快照”，而后台的价格、库存和权益可能随时变化。一旦商品临时调价、优惠券被收回或权益互斥，AI给出的低价方案就会直接失效。如此看来，AI可以精准算清满减金额，却无法识别平台层层埋下的“价格暗门”。

观察 行业走向折中 AI倒逼规则逐步透明

AI的普及，相当于把消费者的比价、核算能力集体拉高。过去依托信息差形成的操作空间，正在被工具抹平。当越来越多人可以快速算出理论底价，单纯依靠复杂文字游戏吸引下单的营销方式，效果会持续弱化。

今年“双十一”，平台侧也出现“做减法”的信号。天猫取消沿用多年的跨店满减，改为官方立减。京东取消定金预售，主打现货直发、官方直降。抖音也延续“立减折扣”和“一件直降”等玩法。“双十一”前夕，商务部等七部门印发通知，明确纠治“自动跟价”“全网最低价”等无序竞争行为，平台对价格战和复杂促销的依赖进一步减弱。

一位品牌运营负责人向记者表示，品牌端也在尝试降低消费者的理解成本。“此前抽奖中奖率偏低，用户参与意愿不强。今年，我们已经放弃了赠品抽奖模式，改为设置三档固定门槛赠礼，赠品规则直接标注在商品详情页，赠品随订

单一同发出，省去用户额外操作流程。”该负责人观察到，往年常见的下单后取消重凑、反复改单的情况明显变少，今年单品单独下单的订单占比明显上涨。

这位负责人坦言，消费者算账能力提升，对品牌端的备货、优惠设计都带来实实在在影响。备货策略上，品牌优先保障热销单品库存，缩减动销缓慢商品的备货量，规避盲目备货造成的库存积压。优惠设计层面，店铺优惠尽量做到可直接叠加，刻意减少优惠互斥的设置，降低用户理解门槛。

一位深耕电商消费赛道的业内人士告诉北青报记者：“行业大概率会走向折中路线，核心商品标价和基础优惠要直白清晰，降低普通消费者的理解成本。复杂叠加玩法会保留，留给愿意花时间研究、使用AI工具精细凑单的用户。对消费者来说，理性消费的核心还是立足自身真实需求，不必一味追逐算法算出的最低价。”

钛制品真能抑菌保鲜？

专家：便宜的可能是镀钛产品，脱落后会析出重金属

■据央视新闻

从保温杯、汤锅到餐盘餐具，钛制生活用品热度持续走高。这些商品往往宣称具有抑菌、保鲜、活化食材等作用，各类养生概念铺天盖地。但是同样打着“钛”标签的产品，从一两百到一两千，价格却相差不少，普通消费者很难分辨材质真伪与宣传虚实。这些产品真有宣传的那么好吗？

冲着“健康材质”下单，却无法判断是否纯钛

钛制品外观差别不大，但价格却相差悬殊，怎么判断买到手的钛制品是不是纯钛？记者调查发现，在社交平台与投诉平台，消费者关于钛制品的投诉并不少见。上海的牛先生接受采访时介绍，他在直播间购入一款钛杯打算作为礼物送给朋友，反复查证，反而更不放心。

牛先生介绍：“包装里边有附带的检测证明，它只检测了内胆材质是钛的。但是商品页，包括在直播间都说内外全钛。我又找了平台客服，官方人员也联系我了，跟进了之后这个品牌方回复，除了内胆以外的这些东西，他们确实没法提供说它有多少钛含量的报告。”

为什么会在材质这件事上这么较真？牛先生说，钛杯是当作礼物送出的，一旦材质名不副实，担心对方使用后存在安全隐患。

很多消费者冲着“健康材质”下单，收货后却无法判断到底是纯钛制品，还是仅带一层钛涂层的普通金属器具。南京工业大学材料科学与工程学院教授常辉告诉记者，钛原本是航空航天材料，现在逐步走进我们的日常生活。纯钛加工成型难度大，纯钛的锅具和杯子成本很难压到很低。

常辉介绍，目前含钛的原料海绵钛的价格就不便宜，再从海绵钛加工成钛板之后，价格就更不菲了，一般是不锈钢材料的10倍左右。钛合金加工难度本身就比较大，成材率也比较低，同时在做钛杯或者锅具的时候都会用到焊接，焊接的过程需要惰性气体保护，跟一般的金属加工也是不一样的。

常辉介绍，价格便宜的钛制品很可能是镀钛、覆钛产品，通常是不锈钢或铝，而非钛合金或纯钛，与整体纯钛有本质区别。“一般在不锈钢基体上来做一些表面的镀层或者熔覆一层钛，里面可能含有其他合金元素。涂层因为跟基体的结合强度可能不太一致，或者有时候结合不太好会脱落。一旦脱落，最大的风险就是在水杯里或者锅具里会析出一些重金属，对人体的健康造成一定的危害。”

宣称钛杯可改变水质酸碱度，是真的吗？

在宣传中，有的商家称钛杯可以改变水质酸碱度、产生富氢水，这个说法科学吗？

常辉介绍，从科学上来讲都是噱头，没有什么科学依据。但钛的杯子或者餐具具有抑菌的效果，这个是有一定依据的。我们要清醒地认识到，一般的纯钛这种效果并不是特别明显。抑菌的钛杯子和餐具都是特殊开发出来的，是抑菌钛合金制作的，比如一些钛铜合金，钛银合金制作，才能达到一些抑菌的效果。

工业和信息化智慧法治工信部重点实验室执行主任赵精武表示，把镀钛产品冒充纯钛售卖、夸大养生功效，涉嫌虚假宣传，严重的构成消费欺诈。直播间、商品页宣传不一致，电商平台也要负相应的责任。如果电商平台明知存在不一致的情形，也没有采取必要措施，电商平台就应该就消费者损失与直播间的经营者承担连带责任。

赵精武提醒，消费者需要提前留存证据，最常见证据就是下单时候，经营者、主播会对产品的性能材质与重要事项进行承诺，包括直播回放、商品宣传页的截图，还有客户聊天记录等，这些都可以作为证据进行提交。