

# 真空包装火腿 买回三天胀袋

空有购物小票 顾客也难维权

家住市中区解放路附近的市民孟女士三天前在附近一家超市购买了一款真空包装的火腿。三天后,当孟女士拿出从超市买来的火腿准备做晚饭时发现,真空包装的火腿成了“变质”食品。

据孟女士介绍,她有个习惯,常常逛一次超市能吃三四天的食物。这不,三天前,休班在家的孟女士就去家附近的超市一次性购买了四天的食物。“我这个人比较懒,不喜欢每天一大早去菜市场买菜,所以才有了这个习惯。”孟女士说,“之所以选择在超市买食品主要的原因是,我比较信赖超市,我个人认为大型超市,食品质量要比菜市场有保障,所以在超市选购食品,我多是看着心仪就放进购物车,生产日期、保质期等等基本上很少去关注。”

三天前,在逛超市的过程中,孟女士逛到火腿销售专区,按照以往惯例,顺手拿了一款火腿便放进了购物车中。“根本没想到选购的火腿出现了胀袋的情况。”孟女士表示,“但是恰恰胀袋的情况被发现却在几天后,如今,找到当初我购买火腿的超市但也没有得到满意的答复。”

当晚发现情况后,吃过晚饭孟女士便拿着发票和胀了袋的火腿找到了超市,可是令孟女士没有想到的是,超市方不但不承认自己的失误,反而反咬是孟女士将火腿没有按照储藏条件放置才导致的胀袋。“火腿买回家后,我便放到了冰箱冷藏室内,很显然火腿胀袋是出现在销售环节,如今商家不但不承担责任,反而将责任归咎在消费者身上,实在令人心寒。”孟女士说。

孟女士仅凭购物小票根本无法证明三天前购买时火腿已经胀袋。无奈的孟女士在寻求说法无果的情况下,只好选择放弃讨要说法。孟女士告诉记者,虽然此次事件并没有让她得到满意答复,但以后她在购买产品的时候,会吃一堑长一智,仔细察看产品的生产日期、保质期以及是否胀袋等。

(记者 董艳)

## 相关链接

根据消法有关规定,消费者在购买、使用商品时,其合法权益受到损害的,可以向销售者要求赔偿。同时《食品安全法》也规定,生产不符合食品安全标准的食品或者销售明知是不符合食品安全标准的食品,消费者除要求赔偿损失外,还可以向生产者或者销售者要求支付价款10倍的赔偿金。

## 购物警示

### 京东抽检差品率惊人 抽样8批次全不合格

近日,独立检测机构花椒网共整理产品抽检结果733条,其中合格产品504项,不合格产品229项,不合格率为31.2%。抽检结果表明京东商城和亚马逊在在售商品质量情况惊人:在对京东商城售卖衬衫的抽检中,被抽样的八个批次全部不合格;在对亚马逊贩卖裙子和T恤的抽检中,被抽样的共计16个批次也全部不合格。本次发布报告均为服装类产品,包括衬衫、防晒服、女裙、T恤等。

本次监督抽查通过生产企业抽查、市场抽样、网络平台抽样等3种渠道抽取样品。在四个种类的733种抽样中,线上抽样共260种,其中不合格样品数为175样,线上不合格率高达67.3%。除了京东和亚马逊表现最差外,其他电商平台如一号店、当当网、麦考林、苏宁易购、天猫、拍拍、凡客等均表现不佳。

在抽查的156批次的女裙中,合格97批次,不合格59批次,合格率为62.2%。不合格内容为pH值、缝子疵裂程度、耐摩擦色牢度、耐洗色牢度、纤维含量、标志标识。不合格品牌有盛世佳人、H&Q、伊华欧秀、秋水伊人、凡客诚品、欣依焯、淑女屋、名莎等。

衬衫类产品本次共抽查308批次,经检验,合格247批次,合格率为80.2%。其中,生产企业抽查209批次,合格200批次,合格率为95.7%;市售产品抽样40批次,合格22批次,合格率为55.0%;网络平台抽样59批次,合格25批次,合格率为42.4%。亚马逊、匡威、韩都衣舍等品牌衬衫在可分解致癌芳香胺染料、pH值、缝子疵裂程度、耐摩擦色牢度、纤维含量、标志标识等方面存在不合格现象。

(腾讯)

### 圆通申通等6家快递 统一涨价被查

近日,重庆市物价局发布消息,该市6家快递公司统一涨价,涉嫌操纵价格遭到调查,所涉及的快递公司包括重庆圆通、申通、中通、汇通、韵达、天天等6家。与此同时,湖南湘潭地区也有多家快递公司同时涨价遭到投诉,目前当地物价局已介入调查。

统一涨价事件暴露出快递业近年来低价竞争的恶果:不少快递公司无法承受价格战,行业低水平的发展模式难以为继。“此次‘价格联盟’可以看作是快递公司对恶性竞争的一次抗议和抵制,只是用错了方式。”中国快递物流咨询网首席顾问徐勇表示。

8月13日,圆通快递西南区负责人在接受记者采访时表示,这是加盟商自发

行为,与圆通快递公司总部无关。但这位负责人亦直言,“快递企业必将从价格竞争走向服务竞争,全面洗牌已是趋势所在,最终行业集中度将大幅提升,剩下4-5家快递公司。”

据重庆市物价局通报,此次统一涨价涉及的快递公司包括圆通、申通、中通、汇通、韵达、天天等6家。重庆市物价局称,上述6家快递公司调价前多次共同召开价格协调会议,并于2014年8月1日起统一提高了快递收费标准,存在相互串通、操纵市场价格的行为。重庆市物价局于8月7日对上述6家快递公司下发责令整改通知书,要求立即停止违法行为,否则将会受到严厉的价格行政处罚。

(新浪)



## 夏装“吐血”甩卖

立秋过后,不少品牌服饰店的秋装上市。与此同时,夏装打折的广告也是铺天盖地,以此来吸引顾客。在薛城区财富大世界一商家门前贴满了打折宣传语。

(通讯员 徐子棋 摄)

## 未标承重量 国家无标准

# “加厚”垃圾袋比想象的薄

市中区立新小区的王女士这两年一直在使用环保型垃圾袋,在王女士看来,环保不应该只挂在嘴边,更应该落实在行动上。可超市出售的垃圾袋都未标注承重量,而且非常薄,扔垃圾时经常还没走到垃圾箱,袋子就破了,这让王女士很苦恼。

据王女士介绍,因为常常使用超市出售的环保型垃圾袋,因此王女士总结出一点小经验。“超市卖的垃圾袋是满足了环保的需求,可是一旦有稍重点的垃圾,这种垃圾袋就没法满足需求了。”王女士称。“这种垃圾袋适合厕所使用,因为厕纸的重量较轻。”王女士说,“可是这种垃圾袋用在厨房里,效果就没有那么好了,因为都是餐厨垃圾,这种环保垃圾袋无法承受餐厨垃圾的重量,扔垃圾时经常被撑破。”

迫于无奈,王女士家的厨房里便不再使用环保垃圾袋。“相反,菜

市场上装菜用的袋子也可以成为垃圾袋,它的承重量绝对比环保塑料袋大。”王女士说,“超市买来的垃圾袋都被我用在了厕所、卧室和客厅。”

王女士说:“虽然使用环保垃圾袋已经有两年时间,但是对于如何选购垃圾袋我并没有什么经验。只是看垃圾袋的外包装上是否标注‘环保’、‘加厚’、‘超韧’等字样,这种垃圾袋价格要比普通的高些。但包装上没有任何垃圾袋的承重量说明,对于垃圾袋到底能承受多大的重量我也不知道。”

12日上午,记者走访了市中区的多家超市和小商品店铺发现,市面上在售的垃圾袋多数标有环保标识,正如王女士所言,垃圾袋包装袋上标有“加厚”、“超韧性”的产品价格都相对于普通垃圾袋高些。

在市中区振兴路上某超市的家居用品专区,不少顾客都是选择加

厚、超韧垃圾袋,可有不少消费者反映,这种垃圾袋在使用时和普通的没什么区别。“厚度不增不说,有的垃圾袋反而感觉更薄。”市民吕先生说。

对于消费者的质疑,记者咨询了该超市家居用品专区的工作人员,对于垃圾袋的薄厚程度,该工作人员无法说出,而对于多少厚度的产品能达到加厚的标准,该工作人员更是没有明确说法。为此,记者查阅国家现行的政策发现,目前国家并没有对垃圾袋的承重量以及厚度进行明文规定,政策的缺失让商家自行决定垃圾袋的产品加厚程度,为此,有市民称,“加厚”、“超韧”垃圾袋或成商家宣传噱头,消费者在选购产品时,应选尽量择大厂家生产的产品。

(记者 董艳)

## 电风扇抽检两成不合格

防护网罩栅格尺寸过大易伤手

13日,江苏省产品质量监督检验研究院发布了2014年电风扇产品的质检报告,在抽检的42批次电风扇中,有33批次产品合格,合格率为79%。另外9批次风扇的安全指标均不合格,存在较大的安全隐患。

从本次抽检结果看,生产领域的风扇比市售的合格率要高。质监部门在生产领域抽查11批次,合格11批次;在市售领域抽查31批次,其中9个批次不合格。

从风扇品种看,抽查的风扇包含转页扇、台扇、落地扇、冷风扇等10个种类产品。这其中,台扇、壁扇问题较大,合格率均不高于20%。

江苏省产品质量监督检验研究院电器产品检测中心副主任郭艳萍表示,产品的不合格项目主要集中在标志和说明、对触及带电部件的防护、稳定性和机械

危险、机械强度、电源连接和外部软线。

郭艳萍说,“部分电扇防护措施不到位,成人与儿童易不慎将手指伸入风扇内或触及带电部位,是非常危险的。”她具体解释道,如果对触及带电部件的防护不合格,用户在使用的过程中有触电的可能。此外,扇叶防护网罩的栅格尺寸过大,试验探棒及手指能够从防护罩进入直接接触扇叶,或者能够徒手就拆下防护网罩的风扇,均存在安全隐患。

郭艳萍指出,出现问题的风扇多因企业为了减少生产成本。电机防护罩,扇叶防护罩均采用较差、材质较软的材料,网罩刚性不够。消费者尤其是儿童,在使用和玩耍过程中,容易将手指伸进防护罩,触及扇叶,带来危险。

(新浪)