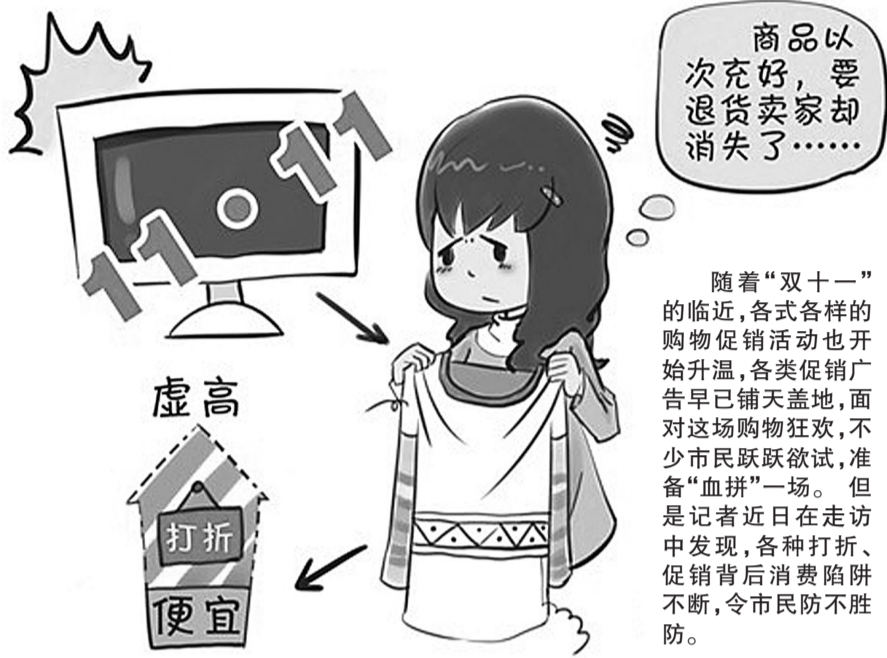


网店超低价商品“没货” 商场免费礼品购物才送

# “双十一”临近 线上线下陷阱多



随着“双十一”的临近,各式各样的购物促销活动也开始升温,各类促销广告早已铺天盖地,面对这场购物狂欢,不少市民跃跃欲试,准备“血拼”一场。但是记者近日在走访中发现,各种打折、促销背后消费陷阱不断,令市民防不胜防。

## 陷阱一 商家承诺买贵返还双倍差价 不少为“噱头”

“本来想趁着双十一商家们搞促销,买个实惠,但不承想这双十一还没到,自己就遭遇了消费陷阱。”家住中兴花园的任女士最近忙着给家里的老人添置御冬棉衣,在某商场当时商家承诺,因为临近双十一,商场部分服装按照双十一促销活动的价格以出清价销售,如果任女士在其他商场以低于促销价购得衣物,商场方面将返还双倍差价,考虑到商场服装质量有保障这价格也合适,任女士便花了186元为父亲选择了一套保暖衣,还参与了商场的抽奖活动,就在保暖衣拿回家后,任女士的小妹告诉她,自己在另外一商场看到了同款、同

品牌的保暖衣售价才98元,随后,姐妹俩相约到了商场,当时商场确实标价98元,还可参与满60元返3元现金的活动。任女士认为按照当初商家的承诺,商家应该退还自己双倍差价,也就是176元。可是市场方面表示,只能退还正常的差价88元,但任女士坚持商场应退还其176元。

对此,商场方面先是推脱所售保暖衣并非同一颜色对任女士提出的赔款一事不予理睬,见任女士执意让商场方面做出赔偿,商场方面才表示可以退还差价,但对于双倍差价的补偿是不可能的,经过几次协商,商场方面最后决定可以退还双倍差价,但只

能以衣物抵钱,对此,任女士并不满意,双方协商无果。就此事,记者咨询了文化路律师事务所的王姓律师,他表示,如果从合同法角度来看此事,不管是商家在广告中还是在宣传资料中,只要承诺消费者在其他商家购买同品牌、同型号、同款商品低于该商家的售价,消费者就可以要求其双倍返还差价。至于商家提出的颜色不符并不能作为其违反承诺的借口,另外,对于商家主张的以衣物作为赔偿款,任女士可拒绝,并主张对其钱款的赔偿。在此提醒市民,遇到类似消费纠纷时,注意保护好收据、凭证发票、商家的宣传单页等证据。

## 陷阱二 “超低价”挺诱人 不少商家表示“没货”

“线上、线下一个价,999元高端空调抱回家。不管你信不信,我是信了!”日前,市民方先生因为刚装修了新家,准备买几台空调,尤其是看到这样一则消息,他再也坐不住了,为了抢到“特价”机,他特意请了两天假,市区大小的家电卖场、空调专柜都跑遍了,却得到这样的答复:“店里根本没有同款低价机型,尽管宣传单页已经打出去很长一段时间了,但全市也就那么寥寥几台,根本到不了消费者手中。”方先生顿感无奈,既然商家没有货,为何还打出如此诱人的广告?这让方先生很是气愤,“随着双十一的日益临近,各种折扣、

低价、特价活动充斥于各商家的广告当中,不光是空调、很多家电都是这样,999元的空调,888元的洗衣机,986的三开门冰箱,如此低价,一经发布便可在市民中间炸开锅,但等到你真进了店里,这些‘低价’产品却无一例外地统统‘消失’不见了。”方先生说。

记者走访发现,一进入11月,商家们便纷纷公布了自家的“低价”活动方案,希望用更多的优惠来争取市民的青睐,往常花两三千才能买的家电产品,现在不到一千就能买到,这么大的便宜,相信不少市民看了都想捡,但最近不少于市民都反映商家们宣传的“低价”款商品能买到的并

不多。对于消费者关心的商家给出的低折扣的商品到底去哪里买?就算运气好,抢到了这些超低折扣的特价商品,果真有那么多实惠吗?记者进行了一番走访。“通常商家会在一些特殊时期推出一些特价款吸引市民眼球,但这些所谓的特价机也只是出现在‘宣传页’上,就拿空调来说,虽然不少商家打出‘千元’的价格,确实你也买到了,但安装时却要求你另外付高空作业费、材料费、管线费,少则二三百,而这些费用在其他产品上并没有体现,如此算下来,宣称‘低价商品’,实际上并没有那么实惠。”据业内知情人士透露。

## 陷阱三 进店“免费送”购物才有礼

“前两天我和老伴在街上行走时,一个小伙子塞到我们手里一张海报,说是只要拿着身份证和宣传单进店均有礼品相赠,这不,我和老伴特意一大早坐公交赶过来领取礼品,谁知,我们到了店里却被工作人员告知只有在店里购物,才有礼品相赠,害得我们这大冷天白跑了一趟,这不是拿人耍着玩吗?”9日,市民康先生和老伴拿着马扎在一商场外休息,与人闲聊中谈起刚刚受到的委屈,“咱这么大年纪了也不能为了一点小礼品跟他们斤斤计较不是。”走访中,记者了解到,为了吸引顾客进店,不少商家都会打出“进店有礼”的宣传,

而当市民真正进入店里后才发现,大多有一些附加的限制条款,例如,多数商家会以顾客进入店里以后,只有买了店里的东西才能获得相应的礼品,而像这样的“伎俩”在促销活动中并不少见,而市民在遇到类似的情况时往往选择忍气吞声。

此外,还有部分商家逃避“送礼”掀起字眼,解释为只要买了商品,可以提供免费送到家的服务。这样不靠谱的宣传方式,让不少市民感觉心凉。对于商家出现的此类行为,王律师表示,商家们在宣传促销活动时,喜欢在海报中允诺礼品吸引消费者进店购物,顾客进

店之后却不予以兑现不说还找出各式各样的说辞,并以最终解释权归商场所有损害消费者的利益,这样的做法也让商家的信誉在市民心中大大降低。不少商家在商品促销合同中用格式条款形式保留“最终解释权”的字样,意图在与消费者发生争议时,减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的法律责任。事实上,一旦诉诸法律,商家的这种做法根本站不住脚不说,还会承担相应的处罚,在此也提醒广大市民,注意看清商家的宣传信息以免误解,造成不必要的损害。

(记者 张莉萍)

## 牙菌斑、牙石无法彻底清除 美牙仪难代替洗牙

晚报讯(记者 王晨曦)对于现如今的人们,拥有一口洁白的牙齿,不仅能让你笑容更加自信,也是牙齿健康的表象之一。从今夏开始,一种被称为“美牙仪”的仪器开始在微信朋友圈内热销,部分商家把这种仪器吹捧的神乎其神,但通过采访身边亲用者的情况来看,美白的效果也不一样。专家提醒,美牙仪只能让牙齿“漂白”,不能代替洗牙。

市民黄先生多年来从事产品销售工作,由于长期抽烟,加上作息不规律,始终没有养成良好的生活习惯,多年来,曾经引以为傲的“小白牙”现在也都开始变黄变暗,失去了原有的亮白色彩。前段时间,他在朋友圈发现了这种美牙仪,怀着试一试的态度,就买了一个,在使用过程中,确实见到了一定的效果,牙齿逐渐恢复了往日的颜色。该仪器的销售人员表示,美牙仪是用科学配比的美白剂涂抹在牙齿上之后,利用美白剂颜色还原原理,对牙齿

进行色彩还原。而在受访者之中,部分消费者说自己在使用过程中,并没有发现效果十分明显。销售人员表示,由于部分人牙齿本身条件较差,所以疗程较其他人可能要稍长。业内人士表示,美牙仪中美白剂的主要成份是过氧化氢和过氧化脲,实际上就是一种化学配比的漂白剂,在冷光作用下,将牙齿的颜色进行逐渐恢复。虽然美牙仪使用方便,也有一定的美白效果,但牙齿的颜色并不能完全代表牙齿的健康程度,很多牙结石都是藏在牙齿内部或者是牙龈下,难以彻底清除附着在牙齿表面的牙菌斑和牙石。简单的说就是请专业的牙科医生使用专业的器械帮助您清洗牙齿,洗牙之后牙齿能恢复较为自然的本色。而牙齿美白主要是通过一些药物使牙齿的颜色增白,也可用物体粘附来达到牙齿美白的效果。简单来讲,洗牙更强调整维护口腔健康。

## 嗜渗酵母超标 沃尔玛在售蜂蜜被通报

11月8日,食药监总局通报新一期不合格食品抽检名单。名单显示,广东省深圳沃尔玛百货零售有限公司华侨城分店销售,标称桂林周氏顺发食品有限公司生产的蜂蜜因嗜渗酵母超标被通报。

该企业生产蜂蜜的嗜渗酵母计数检出值为400CFU/g。比标准规定(不超过200 CFU/g)高一倍。

据了解,嗜渗酵母主要在蜂蜜采集、生产加工等过程中

产生,其含量与蜂蜜发酵程度相关。按照《食品安全国家标准 蜂蜜》(GB14963-2011)规定,蜂蜜中嗜渗酵母计数应≤200 CFU/g。嗜渗酵母超标会影响蜂蜜的品质。

对上述不合格产品,食药监总局要求生产企业所在地广西等省区食药监管部门责令企业查清产品流向、召回产品、进行整改并采取下架等措施,控制风险,并依法予以查处。(新华网)

## 贝因美雅培等四奶粉企业 食品安全审计出问题

雅培、贝因美和惠氏、味全四家奶粉生产企业,在国家食药监局组织的安全生产审计中,被检查出部分问题。11月8日,国家食品药品监督管理总局发布通报称,上述企业存在部分设施设备未持续保持生产许可条件、部分食品安全管理制度落实不到位、部分项目检验能力不足等缺陷。

针对被检查发现的问题,国家食药监局要求上述企业尽快整改,完成整改后要向当地食药监局提出验收申请。不过,国家食药监总局也指出,此前,

这些公司未在国家监督抽检中出现不合格婴幼儿配方乳粉。

据介绍,为进一步加强婴幼儿配方乳粉食品安全监管,查找企业生产规范体系问题,防范食品安全风险,国家食品药品监督管理总局组织食品安全生产规范体系检查组,依据我国相关技术规范、食品安全国家标准的规定,对上述四家公司婴幼儿配方乳粉生产许可条件保持情况、食品安全管理制度落实情况等进行食品安全生产规范体系检查。(南方日报)

# 购物警示