

市消协提醒

# 网购陷阱多 小心别上当

本报记者 文慧

如今,网上购物已经成为人们生活的一部分。不管是柴米油盐、蔬菜、水果、衣服、电器……选择在网上购物的人越来越多。毕竟网购的价格能优惠一些,而且快递到家,非常方便。但大家在享受网购带来便利的同时,也承受着网购陷阱的风险。本期,大同市消费者协会通过一起网购维权的案例,向大家发出预警,提示消费者在网购时要谨防受骗。

普及消费政策法规

揭露日常消费陷阱  
搭建投诉调解平台  
维护消费者合法权益

消费热线:2831805 18635299810  
邮箱:dtwbfzk@126.com

市消费者协会与本报消费周刊联合主办

▶▶案例:彭某在某公司开设的网上商城购买了4盒瘦身糖果,共计支付货款1475.6元,网页上显示该商品会在包装盒上注明保质期为24个月,生产商为星空纤瘦有限公司,生产地址为广东省广州市南沙区榄北路10号,生产日期见喷码。彭某收货并部分食用后发现,该瘦身糖果的外包装及产品独立包装上,均无相关生产日期的喷码标识,也未查询到生产商的相关信息,于是起诉至法院,以某公司销售不符合食品安全标准的食品为由,要求某公司退还货款1475.6元,并支付10倍赔偿金。

▶▶法院审理及判决:经法院委托,广州当地派出所查明,并无广州市南沙区榄北路10号这一地址。一审法院审理后认为,某公司提供的涉案产品没有生产日期标识,生产厂家也属虚构,存在严重质量问题,已构成违约。但彭某未提供因该食品受到损害的相关证据,对其提出10倍赔偿金的诉讼请求不予支持,判决某公司退还彭某货款并支付货款的3倍赔偿金4426.8元。一审宣判后,彭某不服,提起上诉。中院审理后认为,某公司作为经营者,构成销售明知不符合安全标准的食品,其行为符合《食品安全法》第一百四十八条的规定,遂判决某公司退还彭某货款并支付货款的10

倍赔偿金14756元。

这起案件,虽然法院判决某公司向彭某支付10倍赔偿金,但由于媒介的特殊性,很多消费者在网购发生纠纷时,存在事后处罚执行难、消费者维权难等一系列问题。在此,市消协工作人员提醒广大消费者,在网络购物时做到以下几点:

1.选择正规平台。消费者在网购时应选择信誉好的电商平台,从信誉度、评价详情、成交记录等方面对网店进行评估,防范刷单。

2.抵御低价诱惑。在网站上,有许多商品以低于市场价一半或是更低的价格出现,这种商品有可能是二手货或者是残次品。

3.警惕虚假宣传。有些网站提供的产品说明夸大甚至是虚假宣传,消费者购买的实物与网上看到的样品相差甚远。

4.保留购物凭证。无论在线上或线下购物,消费者都应保留好相关原始记录,如商家承诺截图、聊天记录、支付凭证等,给以后的维权带来便利。

费大家说



## 颜值和品质一个都不能少

出生于1995年至2009年的“Z世代”年轻人,他们的成长深受互联网、智能手机和新媒体的影响,消费习惯呈现出颜值和品质并重的特点。

打开自媒体博主的内容分享,了解最新产品的功能优劣,再货比三家找到价格最满意的购买渠道——如今,这已成为年轻人消费时的“标配”。“我会先在微博、小红书上看看许多专业测评,关注几个不同博主的内容。时间长了,谁是广告、谁是真正想要分享产品评测,很容易就能分辨出来。”出生于2001年,现在上海某大学读书的果果,聊起自己的消费习惯时

颇有心得。在她看来,多了解测评和业内人士的建议,并不意味着盲从,反而是一种更加理性和谨慎的消费态度。“我身边的同学大部分都是这样,闲暇时喜欢看美妆、看最新的时尚动态,如果自己的情况与博主相类似,买来产品试用后效果不错,才会继续关注这个品牌,被忽悠的情况几乎没有。”果果说。

像果果这样的“Z世代”是新消费浪潮中不容忽视的群体,他们更加追求消费的个性化,喜爱种草,并且更愿意为兴趣买单。她们倾向于通过自媒体平台博主测评和推荐了解品牌信息,

对于产品的颜值有很高的追求,即使一个插线板,她们也会倾向于选择颜值较高的小米,而非传统实用的公牛。在追求颜值的同时,她们同样注重产品“质价比”,虽然我们喜欢好看的“皮囊”,但我们最关心的始终都是产品质量。产品质量不达标,也不会购买。刚刚参加工作不久的95后小刘告诉记者。

注重颜值,但更关心产品的品质,热衷于种草,也热衷于被“种草”,避免情绪性消费,花好、花对每一分钱是她们的消费态度,她们是生活富足下长大的“Z世代”,她们更是理性、谨慎的新一代消费生力军。(晓澜)

行业动态

## 国美重新定义 消费新趋势

机会总是留给有准备的企业。传统零售平台国美,凭借前瞻性的“家·生活”战略布局,已在“家”经济政策大潮来临前,抢占了市场的有利地形。

线上渠道开始发威

3月1日,国美以“真值·敢比”为主题开启了年后的首场大促,其中,线上平台真快乐App启动了“全家乐购季”,线下平台国美电器同步开启惠民消费月“黑伍”大促。

真快乐App推出的“视频导购”服务覆盖更多年龄段消费人群。相较于传统客服文字、图片的服务过程,“视频导购”实现了沟通方式的化繁为简。在大力发展“银发经济”的趋势下,“视频导购”服务恰好响应了智能产品“适老化”的号召。另一方面,在防疫常态化阶段,“视频导购”服务还可以解决消费者居家咨询问题,减少了不必要的线下接触。

目前,“视频导购”服务在真快乐App以及国美全国4000多家线下门店已经全面铺开,成为打通国美线上线下全场景消费闭环的重要“武器”,实现了“到店、到网、到群”的三端覆盖和“人、货、场”的深度融合。

“真值·敢比”是杀手锏

在零售业全面进入线上线下渠道一体化时代下,为了进一步提升核心竞争力,必须在产品的“质”和“价”上做文章,而这一点,恰恰是国美一直以来的杀手锏。

据悉,通过线下平台,国美还在全国范围内补贴约10亿元,除了继续加大家电、3C品类的优惠力度之外,对非家电品类的补贴也超过1亿元,涵盖全国各地“名优特”产品。

国美自2017年提出“家·生活”战略后,开始从家电向家居、家装领域渗透。不仅如此,国美还曾与京东在采购端、供应链端达成深度合作。京东为国美零售提供了非家电商品端的补充,国美从京东引入食品、酒水、服饰、鞋包、家居家装、日用百货、母婴玩具、美妆个护等优质商品。

记得有人曾总结,风口不是追上的,而要等出来,需要在一个行业深耕。而赶上时下“家”经济的风口,国美其实已提前布局了5年。

(广告信息)

## 一汽红旗E—QM5电动轿车大同上市

近日,一汽红旗2022款E—QM5电动轿车在我市庞大汽车文化园区大昌宏源4S店正式上市发售。新车定位电动中型轿车,售价

区间为12.28万元—16.58万元。

作为红旗旗下推出的首款中型纯电动轿车,它的造型与性能都可谓亮点十足。首先从外观上来看,红旗E—QM5的设计在延续了红旗家族设计风格的基础上进行了非常大的革新。新车采用了全新的“尚·致·意”设计语言,使得E—QM5的外观看上去非常时尚、前卫。它的前脸采用了经典的直瀑式中网设计,总体线条与红旗H9的前脸颇为相似。与此同时,基于其电动汽车的设计语言,E—QM5采用了分体式闭合格栅,同时两侧搭载了柳叶形LED前灯组,与突出的底部共同显示了极强的辨识度。来到侧面及尾

部,红旗E—QM5有着5040mm的超长车身,与前低后高的独特设计使得整车从侧面看上去“昂首挺胸”,精气神十足,独特的“红旗”汉字轮标更是让人眼前一亮。

在内饰部分,红旗E—QM5取消了大部分的物理按键以及花哨的设计,总体风格简约时尚。10英寸的悬浮式中控屏衬托出了整个座舱的科技感。座舱内饰采用的特殊纹路饰板以及钢琴漆面又为新增添了几分豪华感。E—QM5最大的亮点在于它所搭载的人体工学座椅,提供了舒适的前排空间与后排空间体验,前排主驾区域拥有4向电动腰托调节功能,副驾则拥有4向电动调节

功能。基于新车5米长的车身以及近3米的轴距,使得E—QM5拥有1100mm的前后座椅距离,这种空间表现已经可比D级车型了。本次上市的红旗E—QM5提供了换电和充电两种纯电动动力布局,换电乐享版本车型匹配容量为56千瓦时三元锂电池,在正常工况下拥有431公里的续航里程;而充电乐享版本车型匹配了54千瓦时容量的碳酸铁锂电池,拥有190匹的最大马力,正常工况下的续航同样为431公里。(焦燃)

