

市消协提醒

# 购买“盲盒”易成瘾 未成年人需谨慎

本报记者 文慧

近年来,随着经济发展,消费者心理需求日渐呈现多样化。盲盒,这种以随机抽选为主要特征的销售模式受到消费者、特别是未成年人的追捧。但随之而来的许多问题也不容忽视,比如经营者利用盲盒销售临期商品、假冒伪劣产品等。市消协提醒广大消费者,盲盒好玩,购买时也应保持理性。

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

在“万物皆可盲盒”的时代,盲盒热潮也刮到了学校周边的文具店,“文具盲盒”成了中小学生的新宠。“文具盲盒”表面上看是一种趣味性创意文具,实际上却是利用学生的好奇心理和对产品的不确定性,以让未成年人“上瘾”的方式刺激他们的购买欲望,以获得更多销量和利益,这种促销方式对青少年成长有极大危害。

市消协提醒广大家长:首先,盲盒容易导致消费者和生产者“信息不对称”,加之盲盒分为普通版和隐藏版,容易引起孩子的攀比心理,导致孩子购买和使用该产品上瘾。因此,在购买盲盒时,家长应合理引导并结合经济能力、消费需求等量力而行,不要过分沉迷,避免成瘾。其次,有些盲盒里的学习用品属于“三无”产品或达不到国家3C认证的食用级材质要求。更有甚者,通过盲盒销售假冒的山寨品或者二次销售的商品,可能给青少年带来健康隐患。再次,盲盒产品售后无保障,一些消费者购买的盲盒产品出现质量问题,也只能换不能退,损害了消费者权益。

市消协工作人员指出,盲盒经济迅猛发展的同时,伴随而来的一些问题不容忽视。比如商家过度营销,使消费者上瘾;商家涉嫌虚假宣传,到手货品与宣传不符,产品质量难以保障,销售假劣“三无”产品,消费纠纷难以解决等问题。

市消协提醒经营者,在销售盲盒时要做到以下几点:

1.严格遵守《消费者权益保护法》《产品质量法》《反不正当竞争法》等法律要求。

2.适度营销,不做虚假宣传,不夸大商品价值,不虚构中奖概率。

3.杜绝“三无”产品和仿冒品,同时积极履行退货、更换、修理等经营者义务。

市消协提醒广大消费者,在购买盲盒时,务必量力而行,科学理性消费,当合法权益受到侵害时,及时与经营者协商解决,协商未果的情况下,保存好相关证据材料,拨打12345或到市消协投诉。

费大家说



## 北方电器秒杀日 低价福利享不停

在疫情影响下,“宅”经济迅速崛起,线上购物、社群秒杀成了很多人首选的购物方式。北方电器紧跟发展潮流,迅速抓住这一趋势,全面加强了社群运营的综合服务能力。

据了解,北方电器将在4月3日到5日举办乐享秒杀日活动。本次活动,北方电器将通过强大的数据平台支持,甄选出最受消费者信赖的百余知名品牌、万款畅销精品,以最大的福利让利回馈消费者。北方电器将用高品质的货品和贴心的服务,让市民可以安心宅家云购物。

本次乐享秒杀日,北方电器在简化购物流程的同时,将会升级相应的配套服务,让线上购物变得更加便捷、省心。极速物流配送、退换货服务、上门安装、专业维修、远程服务、家电回收清洗等一站式、一条龙优质服务为您的购物过程保驾护航。一直以来,北方电器都站在消费者的立场上,以极致低价回馈用户,精选爆款机型,低价让利消费者,让消费者可以安心购买低价好物。参加此次乐享秒杀活动的产品种类有:彩电、冰洗、空调、厨卫、家电……种类繁多,可以全面满足您的换新需求。

天气越来越热,拥有一款好的空调,显得至关重要。4月3日到5日,北方电器乐享秒杀活动期间,1.5匹美的变频挂机空调只需2699元、海信新一级能效空调只需3099元、海尔变频低噪音空调只需1999元,超大折扣力度,千万不要错过哦。

(广告信息)

## 做金融消费权益的“守护者”

建行大同分行开展金融消费者权益保护系列宣传活动

为进一步提升金融消费者的权责意识以及风险管理能力,全力维护经济金融安全和消费者合法权益,近期,建行大同分行组织开展了形式多样的金融消费者权益保护系列宣传活动。

立足网点 多维宣传

建行大同分行充分重视营业网点的阵地功能,依托网点全方位开展宣传。网点门头LED屏幕滚动播放“保障权利、提升责任、防范风险”“以人民为中心增强金融消费者获得感”等标语口号;网点内海报屏幕统一宣传,扩大宣传效果;网点摆放各类金融知识宣传折页,方便客户取阅;做好金

融知识答疑讲解,通过设立咨询台,面对面讲解金融知识,热心解答客户提出的金融问题。

深入群众 重点宣传

建行大同分行积极参与“3·15”广场宣传咨询活动。活动当日,网点员工主动走出银行,走进街道和社区,针对老年群体金融知识相对薄弱、风险防范意识不强等情况,重点普及了“防范电信诈骗”“防范非法集资”“防范落入假币和洗钱陷阱”等金融知识,并以通俗易懂的语言讲解了网络诈骗、非法集资、反假币等相关案例,为老年群体提供贴心全面的金融服务。

创新形式 线上宣传

建行大同分行组织员工通过微信群、微信朋友圈、抖音、头条等平台转发省、市分行以及监管单位发布的各类金融知识、宣传活动,在普及金融知识的同时不忘提示风险;通过美篇、抖音等新媒体发布宣传信息,介绍反假币知识以及相关活动的开展情况。各类线上宣传活动不仅扩大了宣传受众面,同时有效提升了宣传影响力。

通过一系列主题宣传活动,进一步提升了广大消费者金融决策能力和风险防范意识。接下来,建行大同分行将以此次宣

传活动为契机,将金融知识普及工作常态化,建立长效机制,提高金融知识宣传活动的力度和广度,践行社会责任,为创造更好的金融消费环境做出更大的贡献,争做金融服务的“守护者”。(丽华 洋仪)



建行大同分行员工向群众分发宣传折页,讲解金融知识。



## “种草”也要讲诚信

欢该事物的行为。“种草”的说法最早来源于各大美妆类论坛。如今,“种草”影响着越来越多人的消费习惯,随着各大电商平台的加入,也让“种草经济”蔚然成风。

作为一种新消费业态,“种草经济”的盛行有着多方面原因。对消费者而言,既希望买到好的产品,又想在购买时省时省力,而“种草”正是抓住了消费者的这种心理,通过使用者的推荐,更有利于提高其购买决策效率。而伴随着互联网成长起来的Z世代年轻人,在购物时尤其受到“种草”推荐的影响,他们被称为“种草一代”,拥有很强的品牌传播和“种草”能力。

小珂告诉记者,在她看来,相互“种草”也是一种社交方式。即便互不相识,但通

过分享“种草笔记”、了解产品口碑、探讨消费体验,就能找到与自己兴趣相投的群体,收获认同感与归属感,如果自己推荐的商品被他人选购并认可,会觉得愉悦。

网红博主、达人等群体在“种草经济”中发挥了很大作用。不同于明星代言,网红等群体与普通人更贴近,如果对他们们的生活方式和行为习惯产生了认同,消费者就可能成为其“粉丝”,有时即便没有特别需求,看到推荐后也会产生购买欲望,所以“种草”才会被那么多人认可并迅速发展蔓延。

凡事有利必有弊。当大家享受“种草”带来的便利时,也会有一些“杂草”野蛮生长。爱好旅游的“行走的柯达”说,自

己每次出行都会搜一下目的地好吃、好玩的地方,也会关注网上的“种草笔记”,虽然多数情况下推荐的内容与实际情况比较相符,但也有很多名不副实,比如极力推荐的餐厅其实菜品很一般,而且价格高、服务差;分享的“网红打卡胜地”真实景观与图片严重不符。不过上过几次当以后,也提高了自己识别“虚假种草”的本领,哪个是“青草”,哪个是“杂草”,一看就知道。

“种草”的兴起和发展,源于真实的体验分享,若是背离了真实和诚信的准则,都会成为一种反噬,最终伤害的还是“虚假种草”者自己,就像“狼来了”的故事,假话说过几次便没有人再会相信。(澜之)

“每次看到博主推荐的一些实用产品,都会有些心动,想买来试试!”刚刚参加工作的小珂说,她下班后如果没事,就“刷刷”微博、小红书和抖音,每次下单前,都会专门浏览产品的使用评价,“听听过来人的建议”在她看来很有必要。“别人可以‘种草’我,如果我觉得好也会‘种草’别人,这是一个相互的过程。”小珂说。

小珂所说的“种草”,是网络流行语,泛指把某种事物推荐给他人,让别人也喜