套餐刺客 诱导消费 强制绑定

——哪些低价引流套路还在掏空你的钱包?

■ 新华社记者 金津秀

低价引流作为一种常见的商业手段,本应是消费者享受实惠的契机,然而如今却演变成许多商家掏空消费者钱包的惯用套路。

影楼“套餐刺客”:选片先交“亲子税”

“宝宝人生重要成长纪念,会员专享1399元摄影套餐,前50名先到先得!”2024年12月,某早教机构家长群的这条消息,让新晋奶爸陈朋心动报名。该套餐包含3张精修照、12张底片以及10寸摆台,然而实际拍摄时,套路逐一浮现。

“赠送的是基础造型,要是想拍公主系列,需加购299元的服装头饰。”化妆师首轮加价推销被拒后,摄影师接着“情感狙击”:“这可是宝宝第一次抓握,值得纪念,应该单独来张特写。”到了选片环节,32寸屏幕上近百张照片闪过,选片师在一旁“火力全开”:“这笑容也太治愈了,多难得啊,确定不留这张吗?”

最终,陈朋扛不住多轮攻势,升级为2699元的套餐,包含10张精修照、25张底片,附赠“下次到店拍摄享5折优惠”。“明知道被套路,可看到女儿这些照片,还是忍不住掏钱,这就是‘亲子税’。”陈朋说。

中国消费者协会发布的《2024年第三季度全国消协组织受理投诉情况分析报告》显示,摄影服务投诉增幅显著,主要源于低价引流“钓鱼”营销以及底片归属纠纷等,商家利用免费或低价套餐吸引消费者到店后,推销高价产品,严重侵害消费者知情权,扰乱正常市场秩序。

99元家电清洗“坑”:洗出高价账单

“空调、冰箱、洗衣机,三大件深度清洗仅需99元,专业团队,品质保障!”今年1月,长春市民李楠在小区公告栏看到这样一则广告。被划算的价格打动,便拨打广告上的电话预约了服务。

服务当天,两名清洗人员上门。清洗空调时,一位清洗人员称,仅做表面清洁效果不佳,蒸发器清洁能提升制冷效率、延长寿命,需额外加100元。李楠考虑后同意。

清洗冰箱时,另一名清洗人员又称,冰箱异味严重,普通清洗无法根除,推荐180元的除味除菌套餐。“洗都洗到这了,那就加吧。”王楠无奈同意。

进行到洗衣机清洗环节,两人又以“内外筒藏污纳垢,需深度拆洗”为由,加收150元。原本以为99元就能完成的清洗,最终李楠花费529元。“低价上门,高价加餐,完全就是忽悠消费者。”李楠表示,再也不会轻信类似推销了。

业内人士指出,当前家电清洗市场规模不断扩大,但行业规范程度参差不齐,部分不正规清洗公司利用消费者对家电清洗知识的欠缺和追求低价的心理,先以低价引流,再通过夸大问题、虚假宣传等手段诱导消费者增加服务项目。

“机器九块九,续命五千块”:打印机变付费永动机

最近,不少“学生党”和“上班族”被一台打印机割了韭菜。“白菜价促销,还送1000页免费打印!”不少消费者冲着这极具吸引力的宣传,购买了某品牌打印机。乍看之下价格亲民,可当免费打印额度耗尽,一系列“续命”操作让众多消费者直呼“离谱”。

“免费赠送的墨盒,看似是人性化设计,但实际容量极小,一般打印几百页就用没了。”该产品购买者在社交平台纷纷吐槽。记者发现,原装墨盒价格较高,彩色墨盒售价在150至200元之间。与此同时,后续打印需下载指定软件,软件内设有各种付费项目。“以为花九块九捡到宝,现在才发现是个坑,简直就是付费永动机,打着打着,钱包就空了。”购买者说。

北京市君泽君(长春)律师事务所律师刁怀禹认为,部分商家在宣传时模糊甚至隐瞒关键收费信息,侵犯了消费者的知情权,违反《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条、第二十条中关于如实告知义务的相关规定。在“先低价引流、后强制绑定、再二次收割”的这类情况里,虽然存在界定模糊的灰色地带,但商家利用信息不对称诱导消费的行为,明显违背商业道德。

“作为消费者,也要有一定的反套路意识。”刁怀禹说,例如当产品价格远低于市场均价时,应警惕“先免费、后收费”的消费陷阱。

通信营销电话藏了多少“坑”?

■ 新华社“新华视点”记者 周思宇 胡林果 胡锐

通信套餐“免费升级”“限时优惠”……这些被消费者视为优惠的广告,不知不觉中却暗藏套路。

“新华视点”记者调查发现,通信行业电话营销花样百出,诱导升级、隐性扣费等现象依然存在。

花样百出 套路多多

近年来,不少人反映,会不时接到自称是运营商工作人员打来的电话,或称能免费升级服务,或说能降低资费……花样繁多的营销活动背后,可能隐藏着不少套路。

——名为“降低资费”,实则开通服务。

不久前,某运营商营销专线给广东东莞王女士打电话,说可将她99元的套餐改成39元,并给王女士发了一条短信,让其出示验证码。

“我在给官方客服打电话确认来电号码为官方号码后,把验证码给了来电客服。”王女士告诉记者,当时发现验证码短信内容和降低套餐资费不一致,她再三与客服确认,客服说“只是系统问题”。

几分钟后,王女士却收到开通6元增值服务的短信提醒,她再次打电话确认,客服却告诉她,她名下账户套餐并未更改,只是开通了增值服务。

——通知“限时优惠”,实则无需升级。

江苏常州汤女士告诉记者,近日,她接到某运营商官方营销电话,被告知此前她购买的套餐优惠即将失效,如果不从60元升级到89元套餐,下月价格将回到套餐优惠前的每月219元。

汤女士同意了“升级”,稍后她再次咨询运营商官方客服时,却被告知其实她之前60元的优惠套餐可自动延续。但此时,她已收到89元套餐办理成功的短信,套餐将于下个月生效。经拨打客服电话交涉,汤女士终于改回60元套餐。

——声称“免费”,实则扣费。

去年12月,广州的谢先生接到某运营商客服电话,对方称将其4G套餐升级为5G,可免费获得20G通用流量包。谢先生多次确认免费后提供验证码开通。

但今年1月,其话费账单额外新增20元流量包费用。谢先生投诉后,运营商客服第一次回电称“沟通误会”,愿退20元资费;第二次回电退款到账,坚称“误会”,提出补偿50元话费。

记者调查发现,通信营销人员在电话里常使用“免费升级”“限时优惠”等模糊话术或夸大套餐的优惠力度,却对限制性条款闪烁其词,消费者容易被误导。消费者在办理后才发现,实际体验与宣传不符,但此时已无法轻易取消。

记者在“黑猫投诉”平台上看到,运营商营销相关投诉达800多条,消费者对于“电话诱导消费和霸王条款”等方面投诉较多。

广东省消费者委员会发布的《2024年上半年通信服务领域消费维权报告》显示,电话推销频繁、营销手段不规范成为最令消费者糟心的问题之一。

营销电话缘何“变味”

记者从运营商内部人士获悉,运营商营销渠道一般分直销渠道、代理渠道、电商平台等几种。行业竞争越发激烈,企业的经营压力逐步传导至这些营销渠道。

近日,记者来到西部省份两家通信服务公司的呼叫运营中心进行暗访,发现一些“授权代理商”为追求效益,将营销成功率与业务人员收入挂钩。

“主要工作就是通过运营商官方号码推销宽带、流量等业务。”其中一家公司的工作人员向记者介绍,电话营销工作薪资构成为“底薪+提成”。

“比如客户现有套餐是每月19元,成功把套餐转化成39元,中间差额20元,就累计20积分。”该员工说,客服每月综合薪资在4000至8000元不等,如连续两个月未达2000积分,员工将面临被淘汰。

记者了解到,在一些代理渠道中,营销人员通过各类话术想办法“套路”用户,一些人会专门针对老年群体。

“想要业绩就要昧良心。”河南某代理公司前电话营销员小玲告诉记者,一些业绩好的员工专门忽悠老人:反复强调其每月消费较多,声称“我们能把价格降下来,能省不少钱”,并手把手教老人提取开通新增服务的验证码。“有的骨干一天出30单,一半以上是老人。”小玲说。

另一家公司相关负责人向记者介绍,电话客服要按照“开场白-业务介绍-确认下单一下发短信-温馨提示”流程执行外呼工作,在客户已确认下单意愿、官号发送业务办理短信后,客服才会“温馨提示”违约金等重要条款信息;该负责人要求客服人员不得主动引导客户产生升级投诉,“90%的客户都没有投诉的意识”。

记者调查发现,与线下营业厅办理业务相比,电话营销更易“埋坑”,口头合同取证难度大、证据认定复杂,消费者往往只能吃“哑巴亏”。

中国消费者协会发布的《2024年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》显示,运营商推销人员在推销电话中以免费试用、免费升级、免费赠送为幌子,故意隐藏或模糊最低消费、合约期限、自动续费、违约金等关键信息,诱导消费者开通付费业务等不正当营销问题突出。

规范经营以服务质量赢得市场

针对电话推销频繁、营销手段不规范等问题,相关部门多次出台规定。

2018年8月,工信部印发《关于进一步规范电信资费营销行为的通知》,明确规定电信业务经营者不得虚假宣传、片面夸大或混淆资费优惠幅度,以及做出其他容易引起用户误解的宣传。

“运营商授权第三方公司开展营销活动,需对其行为负责。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,运营商应落实主体责任、加强内部管理,进一步规范营销人员的行为。

西南政法大学经济法学院副教授马勇认为,通信营销电话乱象应引起重视,进一步完善法律法规,及时填补营销规制漏洞。

“治理这一屡禁不绝的行业‘顽疾’,应直击病因。”广州大学法学院教授欧卫安表示,除加强通信运营商的管理外,还需从源头上推动企业采用更加合法、合规的营销方式。

陈音江表示,根据民法典合同编相关规定,当事人可以口头订立合同,但合同的内容需要双方充分知情并同意。如果通过隐藏条款、模糊话术等误导消费者签订合同,应属无效合同。

重庆志和智律师事务所律师杜培建议,消费者在接到营销电话时,应尽量保留通话录音、短信记录,同时仔细了解营销项目具体内容和合同条款。如遇不合理收费或强制消费,可及时向工信部投诉平台、消费者组织等渠道投诉,积极维护合法权益。

“除加强监管外,运营商还应从源头上提升服务质量,增加高质量产品供给。”欧卫安表示,运营商应充分考虑用户的实际需求,以更高质量的产品主动“赢”得市场。

刘广利:努力以数字化生态重塑跨境电商

■ 李书远

随着全球消费者购买习惯的改变,跨境电商的迅猛发展为行业带来了无限机遇。而在这股浪潮中,刘广利作为青岛谷雅国际电子商务有限公司(下称“青岛谷雅”)和青岛谷雅向尚数字科技有限公司的董事长兼首席执行官,不仅见证了行业的变革,更凭借前瞻性战略布局使公司发展为跨境电商的创新典范。

刘广利,山东大学工商管理硕士,早年便涉足企业管理与销售领域,积累了丰富的经验。2001年,他在青岛迪生集团有限公司担任汽车销售总经理及集团总裁。在长达十年的职业生涯中,刘广利凭借敏锐的商业眼光和卓越的管理能力,帮助公司突破市场瓶颈,实现了跨越式发展。然而,真正塑造他在跨境电商领域的成就,是他在2012年加入青岛谷雅公司后的转型之举。在他的带领下,公司不仅成功开设了跨境电商平台,还创新性地设立了海外仓,并组建了本土化的设计、物流和客户服务团队。这些举措使得青岛谷雅能够在全球电商市场中站稳脚跟,并且迅速扩大品牌影响力。他创立的跨境电商零售数字平台uniwigs.com、lavividhair.com,也成为了假发美妆领域知名的线上零售平台。

跨境电商的核心竞争力在于对全球市场需求的精准把握和对供应链的高效管理。而刘广利深知这一点,始终致力于推动公司技术创新与业务模式的优化。他不仅为公司引入先进的AI、大数据等技术,还亲自参与跨境电商领域的研究和开发工作,推动了多个行业标准和技术创新项目的落地。

作为一名商界佼佼者,刘广利深知知识与实践的结合对行业发展的重要性。除去企业管理和跨境电商业务的繁忙工作,他还积极投身学术与社会事业。作为青岛大学MBA中心的兼职教授,刘广利将自己在跨境电商领域的实践经验与学生们分享,为培养更多跨境电商领域人才贡献力量。

作为青岛市跨境电子商务协会的创会会长,刘广利深知跨境电商行业对人才的需求和行业生态建设对行业可持续发展的重要性。在他的带领下,协会积极组织各类人才培训和行业交流活动,推动跨境电商企业之间的合作与共享,促进了地方品牌的国际传播。无论是在推动山东DTC品牌跨境电商发展,还是在为青年跨境电商创业者提供支持方面,刘广利始终秉持为行业发展助力、为社会贡献力量的初心。

随着全球化进程的深入,跨境电商将迎来更为广阔的发展空间,刘广利将继续在这个变革的舞台上扮演重要的角色。

王瑞峰:智能财务管理的创新者

■ 李建华

在现代企业管理中,高效管理财务、精准预测风险,是企业持续发展的关键。王瑞峰作为这一领域的佼佼者,将人工智能、大数据等前沿技术融入财务管理,成功开创了“智能财务管理”新模式。

“十四五”时期,国家加速数字经济转型升级,财务管理的智能化、数字化是重点关注方向。王瑞峰顺应趋势,以前瞻性技术研究走在时代前列。她的“基于智能算法的管道设备成本优化与预算控制系统V1.0”,打破了传统财务管理思维。借助数据分析和智能算法,企业能精准预测管道设备维护成本与预算,实现成本最优控制,避免资源浪费,为企业提升财务管理水平提供数字化转型范例。

在智能化财务管理研究领域,王瑞峰构建新理论框架并推动其在企业落地。企业财务决策不再局限于历史数据分析,借助智能化系统可进行前瞻性、动态的风险预测与优化决策。该系统广泛应用于多行业,助力企业提前识别财务风险并积极应对,提升抗风险能力与决策科学性。2022年,她推出“基于数据驱动的财务风险预测与预警系统V1.0”,结合大数据和人工智能,实时分析财务数据,预测未来风险并及时预警,在高风险行业大幅提高企业财务管理效率和决策质量。

国家政策大力支持智能财务管理,如《数字经济发展战略纲要》鼓励大数据和人工智能在传统行业应用。这为王瑞峰的技术创新提供了支撑,加速智能化财务管理技术推广。她的创新成果不仅能优化企业内部财务,还为提升行业整体水平贡献了力量,为国家财务管理政策和数字经济战略提供了理论观点与实践参考,促使更多企业重视数据驱动的财务管理,推动行业智能化、精细化发展。

王瑞峰还活跃于行业论坛和学术会议,剖析当前财务管理问题,提出智能化解决方案,为行业提供理论观点和实践指导,助力众多企业完成从传统到智能财务管理的转型。她认为财务管理应为未来决策提供科学依据,这一理念影响众多企业管理者,助力了行业创新发展。

王瑞峰是财务管理领域的技术创新者和实践者,为企业提供高效管理工具,为行业发展注入动力。未来,她将继续推动财务管理创新,为企业提供更精准智能的方案,助力企业在数字化浪潮中实现跨越发展。她的成就是时代需求与个人才智的完美结合,为社会经济发展和行业转型贡献了一份力量。

安徽芜湖:“智造”机床远销海外

近年来,安徽省芜湖市加快推动制造业向高端化、智能化、绿色化发展,着力打造高端智能机床产业基地,产品远销俄罗斯、日本、美国、东南亚等国家和地区。图为安徽省芜湖市中国(安徽)自由贸易试验区芜湖片区安徽新代智造装备有限公司生产线上,技术人员正在赶制出口东南亚的智能数控机床。

王玉实 摄影报道

河南省先进文化研究会第四届代表大会召开

本报讯(记者 **李代广**)3月15日,河南省先进文化研究会第四届代表大会在郑州召开,河南省先进文化研究会顾问、河南省委宣传部原常务副部长葛纪谦,河南省政协港澳台侨和外事委员会主任焦国栋,河南省社科联学会处副处长张勇等众多领导、作家、学者和企业家、媒体记者及研究会会员共130多人参加了会议。

多年来,河南省先进文化研究会积极传播优秀的传统文化,弘扬进步的先进文化,励精图治,创新发展,举行了一系列对社会有益的文化活动,取得了骄人的成绩,有一定的社会影响力。

河南省社科联学会处副处长张勇致辞,河南省先进文化研究会顾问、著名学者王钦韶讲话,河南省先进文化研究会第三届会长弋梅荣作工作报告,河南省先进文化研究会第三届秘书长李代广作先进文化研究会章程修订说明,河南省先进文化研究会第三届副会长徐峰向大家汇报第三届理事会财务报告,并公布会费标准和管理办法。

会议通过无记名投票选举出了新一轮理事。

在第四届理事会上,选出了河南省先进文化研究会第四届会长弋梅荣,副会长刘炳强、刘明定、郭国勇、陈海松、李代广、王烁、朱云超、杜军杰、李鹏飞,秘书长赵红云,监事届伟林。

弋梅荣代表第四届理事会做了表态发言。

寻人启事

[illegible]

寻亲启事

[illegible]