

家乐福超市的价签戏法

价签上标低价 结账时收高价

天津的消费者王先生就遇到了这样的事情,家乐福超市的促销价实际上还是原价,但是它却打出让利的名头,愚弄消费者。最主要的是,王先生发现家乐福这种做法已经不是一次两次了。如果一次这样,一地这样,消费者兴许会以为是商家粗心标错了,但是多次这样,就很耐琢磨了。

■记者调查

标低价卖高价各地频现“错误”

记者调查发现,出现这类价格问题的家乐福超市不止一家两家,也不只是集中在一两个地区。

最近,昆明的张老先生和老伴到昆明家乐福白云店购物,看到柜台上的标签显示“前腿肉每公斤18元8角,他们觉得很实惠,就挑了一块4公斤左右的前腿肉。结果到柜台结账后发现小票上显示猪肉的价格竟然是21元8角一公斤,3公斤多肉花了85元多。发现标价和售价不符后,张老先生老伴就喊服务员查询价格并作出解释。这时一名20多岁的男员工赶到现场,态度很强硬,说就是这个价格了,如果不愿意买可以马上退货。双方为此发生争执,张老先生的老伴被这名家乐福员工打断了手臂。

此外,上海消费者沈先生反映:前不久他在上海联洋家乐福买了个不倒

翁。挂在上面的价格是19元。可是卖出的价格却是25元。付好钱后,看到价格不符,沈先生问工作人员,工作人员给出的解释是条形码的价格在不倒翁的底部。沈先生非常生气:既然底部有价格为什么还要挂19元的价格?这种诱导消费者买东西的做法合适么?武汉消费者王先生投诉武汉洪山家乐福“价格欺诈”。前不久王先生在武汉家乐福洪山广场店购买了大袋的康师傅酸菜牛肉面。货架上的标价是8.7元,而收银时却收了9.3元。第二天,当他再次来到这家店的时候,发现货架上的标价依然没有改变。接到投诉后,当地记者迅速赶到家乐福洪山广场店,发现货架上的康师傅酸菜牛肉面标价确实为8.7元。记者随即购买一袋,收银台打出的票据确实是9.3元。

针对这个问题,家乐福武汉洪山广场店客服中心叶经理说,问题出在不久前该商品做了促销活动,活动结束后没能及时更换货架上的标价。前一段时间,长春出现多名消费者投诉家乐福标价与收款价不一的情况。长春马女士在长春亚泰大街的家乐福超市购买了450克的螃蟹,当时标价是24.5元一斤,结账时竟变成29.5元一斤。对此,超市方面解释可能是价格维护系统出现了问题。

家乐福在各地的超市出现“标低价卖高价”已经不止一次两次,也不是

一家两家。不止一个消费者遇到这种“欺价”情况,那就说明超市有问题。如果是偶然的弄错价格,为什么每次都把价格往高了弄错呢?为什么不把价格往低了弄错呢?

但愿像刚才这位家乐福管理人员所说的,他们能真的认识到这个问题很严重,能真心对待消费者。

■律师观点

如遇价格问题 及时协商投诉

针对商家价格欺诈的问题,中国广播网经济之声网页上发起了一个调查。调查结果是这样的:有4%的人没有遇到过价格欺诈;13%的人没有对比过价格,所以没有注意到;有24%的人遇到过价格欺诈;13%的人遇到价格欺诈会跟商家交涉;6%的人遇到价格欺诈会向工商或消协投诉;36%遇到价格欺诈自认倒霉,没有投诉过。

针对消费者投诉的家乐福问题,记者采访北京市朝阳律师事务所的龚渊律师:

记者:先问您,您在购物的时候遇到过价格欺诈吗?

龚渊:遇到过,也是在一家大型超市,标签上标的是一个价出去结账又是一个价。

记者:您遇到的问题是怎么解决的?

龚渊:是和当时的值班经理协商解决。

记者:根据后面北京听众的投诉,促销海报标的价格低,但是结账的时候却是另一种高价格。对这种做法您怎么看?这算不算价格欺诈?

龚渊:家乐福的这种行为是一种使用使人误解价格手段欺骗、诱导消费者购买商品的违法行为,

以上的这两种行为在我国的《价格法》和《零售商促销行为管理办法》中都是被禁止的。

记者:遇到这种情况,消费者该怎么办?怎么解决?

龚渊:首先要保存好当时的小票,并且尽量在当天解决问题,以避免商



家调价以后无法证明。

消费者与销售者就是否赔偿、赔偿金额或赔金支付等问题可先行协商,协商不一致的,可依法选择工商、物价管理局、消费者权益保护组织投诉、起诉等方式。

■公益提示

提防商家价格欺诈 买商品看清价签

消费者购物时,要提防商家的价格欺诈,谨防上当。常见的欺诈手段有这样几种:

一是虚构原价,虚假优惠。经营者采取虚构原价的手段,以根本不曾有过的价格作为原价,打着促销让利的幌子欺骗消费者,而实际上最后消费者买到的商品促销价与平时销售价格差不多,甚至更高。

二是使用欺骗性或误导性的语言文字。使用没有根据、无从比较的语言文字,比如市场最低价、超低价、惊爆价等等,误导消费者。

三是标注的价格与实际结算价格

不符。经营者往往对同一商品或者服务以低价招徕顾客,然后以高价结算,或者使用两个或两个以上价签来误导消费者。

除了价格以外,还有是标签的其它内容与实际不符。商品标价签的品名、产地、规格、等级、质地、计价单位等与实际不符,欺骗消费者。

再有是非法降低商品质量。经营者采取掺杂、掺假,以假充真,以次充好,短斤短量等手段,使数量或者质量与价格不符。

因此,消费者在购物时,要注意看标价签内容,特别要看清商品的名称、产地、规格、价格等信息;在结账时,要及时核对购物小票,看看实际收款与标价是否一致。同时要保留好购物小票或收据,以及商家的宣传广告等资料,以便出现纠纷时作为维权的证据。一旦发现商品或者价格名不符实,要及时与超市交涉,如果交涉不成,可以及时向工商、消协等相关部门反映,依法维护自己的权益。

(摘自《中国广播网》)

整顿“阴阳标签” 必须用“霹雳手段”

最近,发展改革委点名指出,家乐福在我国部分城市的连锁店存在虚构原价、低价招徕顾客高价结算、不履行价格承诺、误导性价格标示等欺诈行为。同时被点名的还有另一国际零售巨头沃尔玛。

国际知名的零售业巨头,居然在价格标签上动手脚、想歪脑筋玩弄的是消费者感情,透支的是自己的信誉,着实令人窝火愤懑!有人指出,家乐福等公司在国外的经营活动都是规矩的,并没有爆出类似的“下三烂”手法。原因何在?不是良心发现,而是违规经营的风险实在太大,守法经营是不二法门。

如今,对于家乐福违规经营的批评指责已经是铺天盖地,家乐福都应该牢记在心、痛下决心整改。与此同时,我们还应该看到的是,如果不对此次事件暴露出的深层次问题进行反思,不进行制度上的完善,还不知道会有多少“阴阳标签”隐藏在我们身边,也无法杜绝下一个“家乐福”出现,甚至无法杜绝违规商家躲过风头后故伎重演。一句话,整顿“阴阳标签”,必须用“霹雳手段”。

首先是罚得还不够疼、不够狠。最近,上海、昆明等地物价部门对存在价格欺诈行为的家乐福超市门店各开出50万元的罚单,



而这已经是依法作出的“最高处罚”。我国法律规定,经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,只能按照消费金额两倍处罚。在这种条件下,商家就会“核算”侵权和惩戒的成本,会觉得还是侵权“划算”。而在其他一些国家,类似的事情可以处以上百倍以上的处罚,就是要罚得你肉痛不已、伏地求饶甚至是倾家荡产。

其次是司法保护的力度还不够大。法律专家指出,消费者权益事件尤其适用“公益诉讼”或者“集团诉讼”。这是因为,单个的消费者可能只损失几十元,除非是王海,多数人不太可能为了几十元钱去打官司,因为司法成本太高,力量对比悬殊。而“集团诉讼”的法理基础是,大公司侵犯的是不特定多数人的权利。

在国外,律师可以征集当事人参与诉讼;在没有拿到赔偿金之前,当事人不用支付律师费和诉讼费。事实上,很多针对大公司的集团诉讼最终是以和解结案的,金额动辄以上亿元美金计。这实际上还是大公司主动向消费者“讨饶”。因为如果听候法院判决的话,赔付金额可能还要翻上几番。事实上,我国民事诉讼法已经有“共同诉讼”和“代表人诉讼”的规定,其性质与“集团诉讼”如出一辙,惜乎实际运用中还有诸多不顺。

第三是行政执法还有改进空间。在此次家乐福“阴阳标签”事件中,物价部门做了不少工作,值得肯定;与此同时,我们也应该看到,这就是物价部门的本职工作,如果不做,就是渎职,而且应该做得更及时、更有效。

政府部门或许有很多理由,诸如执法力量不够、违法行为比较隐蔽等等,但应该做的是举一反三,肃清行业“潜规则”,开展市场整顿,形成长效机制。可以进行一些合理的制度设计,例如在超市里、消费者中培养一些价格监督员,充分发动群众的力量。当前,我国的行政执法已经过了“无法可依”的阶段,亟待解决的就是“有法必依”问题。

(摘自《新华网》文/杨金志)

燕窝炖 30 分钟 竟然变成水

刷胶漂白仿冒三法造假



日前接到两位街坊爆料,一街坊称买到的燕窝炖了30分钟之后竟然变成了水;另一街坊则称买回来的血燕在发泡时把清水都染红了,让人看不懂。

为此,记者找到从事燕窝生意几十年、业内人称“老燕”的广州市海珠干果商会副会长王芳治。王会长告诉记者,市场上燕窝确实良莠不齐。王芳治表示,如炖的时间不超过30分钟,燕窝却炖没了,燕窝很可能就是假货;而血燕泡水染色也十分可疑,市民得多个心眼。海珠干果商会有关人士更直截了当说,如果买燕窝,不推荐买血燕。

王芳治表示,业内人士一般认为燕窝从生产到采摘的间隔越长越好,一般成型都要4至5个月,这样的燕窝含有比较丰富的营养元素。而有黑心商家急于赚钱,在一个月左右,燕窝刚刚成型的时候就采摘,这种偷工减料的燕窝容易炖化成水,所含营养成分很少。

王芳治还补充道,如炖的时间过久,也会出现燕窝炖化了的情况。“燕窝在清水泡发3-8个钟头后,最好用开水炖,使得燕窝温度不要超过100℃,炖的时间也不要超过30分钟。”

燕窝三大造假术

手段一:漂白

近日在一德路的老燕商贸行,王芳治拿出真假燕窝,其仿真程度之高,让记者大吃一惊:假冒燕碎比真的更白更好看。王芳治说,造假分子用海带丝等漂白后做成燕

碎,在外观上与真的一样,但是行家一看颜色就明白了。

“天然燕窝外表反而不是很好看的,会有瑕疵点。低端的燕窝上有黑点,并不美观,因此很多人使用双氧水漂白,冒充高级燕窝。双氧水使用少量是没有问题的,很快就挥发了。但是如果过度使用双氧水,特别是有些黑心商家使用工业用的双氧水,往往带着重金属等不明物质,将天然燕窝的营养给破坏了,人吃了反而有害健康。”王芳治说。

手段二:刷胶

“涂胶是目前最常见的造假手段,造假分子加淀粉刷燕窝,使得燕窝增加重量20%,虽然对消费者无害,但是欺骗了消费者。”王芳治说。

记者发现,如果以印尼金丝燕8500~1万元/斤来算,刷胶后,每斤燕窝黑心商家能多赚约2000元左右。

手段三:冒充

在燕窝商贸行,一款不明材料的假燕窝更让人对造假手段叹为观止。记者看见,这个燕窝造型跟真燕窝没有二样,但是王芳治却告诉记者,其实这个根本不是燕窝,甚至原材料是什么都不知道。

如何辨燕窝好坏

顶级燕窝颜色有点灰,造型有层次,线条呈不规则排列。

王芳治说,像金丝燕、官燕等,天然顶级的并不会十分光亮亮丽,而是颜色有一

点点灰。整个燕窝的造型很有层次感,而且线条呈现出杂乱无章、不规则的排列情况。有信用的商家还有产品的检测报告。记者从王芳治提供的一份血燕检测报告上看到,除了重金属、二氧化硫之外,柠檬黄、苋菜红、靛蓝、胭脂红、日落黄、诱惑红、亮蓝、赤藓红、苏丹红等添加物均在检测之中。“因此消费者在购买燕窝时,可向商家索取检测报告。”王芳治说。

是否掉色 难辨血燕好坏

血燕发泡时,如清水变成乳白色,定是涂了淀粉扮靓。

血燕发泡,清水变红色,是否意味着是假燕窝呢?对此,王芳治告诉记者,其实不能以血燕是否掉色来辨别血燕的好坏。有些造假分子手段很高,能够在假燕窝上涂上不掉色的红色。

事实上,上乘的血燕是会掉色的。王芳治说,没经过加工的血燕,在清水中发泡时,有浅浅的红色,这是由血燕本身独特的营养结构造成的。当然,如果血燕在发泡的时候,颜色不是淡红的,而是深红色的,那么可能燕窝增加了掉色的色素,建议市民少购买。

而可肯定的是,血燕在发泡时,如果清水变成乳白色,那么市民一定要对质量打个问号了,此种燕窝一定是涂了淀粉之类的东西“扮靓”。广州海珠干果商会秘书长伍惠汉更直截了当跟记者说,如果街坊购买燕窝,不推荐购买血燕。(摘自《东方网》)

网友感慨春节回家花费繁重

没有一万元过不了关

农历年初一到初三,是春节期间人们走亲访友的“黄金时间”。而在网上,晒春节“账单”的热度也渐渐升温。在天涯社区,一条关于“80后春节回家要带多少钱才够”的帖子点击超过了30万,近两千条回复中大量年轻人晒出的春节账单让他们“叫苦不迭”。春节回家的

高花费已经让团圆的欢乐成了“咬着牙的快乐”。

春节是中国人举家团圆的最为重要的传统节日。如今春节回家越来越高昂的花费让“人口大迁移”成了“金钱大迁移”。对于他们来说,为了“人情”和“面子”,只能苦了自己。

一个名为“伟宸2011”的网民的春节账单颇具代表性,小两口给双方父母各2000元,共给亲戚家的孩子1200元,给爷爷500元,准备年货花费2000元,往返路费1500元。

这位网民说,没有一万元钱春节是过不了关的,而一万元是他平时好几个月的辛苦才能挣来的钱。

家住吉林省磐石市的杨恩泽,大学毕业一直留在四川省工作,今年春节

不打算回老家了。他说,春节假期本身也不太宽裕,时间比较紧,另一方面成本也确实很高,和女朋友两个人光是往返路费就得2000元左右,加上回去的各种开销,没有5000元根本不够用,所以想来想去还是缓一缓再说吧。

不过,很多年轻人还是表达了自己对家的眷恋,“有钱没钱总要回家过年”。对他们来说,家人的团圆和健康,才是一年辛苦下来的重要目标和头等

大事。

对此,有关社会学专家认为,春节作为中国传统的一种文化和习俗,一家人聚在一起“团圆”的意义是最重要的。作为父母,并不在乎子女买多少年货,给他们多少钱,他们只希望团聚;作为子女,总希望一年到头回到老家在父母面前有所表现,所以经常导致一些不理性消费,给自己增加了很大压力。(摘自《中国消费网》文/朱青 王健 王晓明)