

送你一双慧眼 保障消费安全

小商品不可小觑 购买时需看标识

本报记者 ● 梁瑞虹

又到一年“3·15”,消费安全再次走进人们

视线。

今年,自治区消费者协会将围绕“衣、食、住、行”等民生关切,聚焦与消费者密切相关、多发易发消费纠纷的商品、服务问题,有重点、分步骤、有针对性地组织开展消费体察、消费调查、比较试验、约谈、公益诉讼等活动,切实解决实际问题。自治区消协还将围绕“信用让消费更放心”这一消费维权主题,积极协调有关部门、行业协会,率先在商业零售、银行保险、美容美发等行业、领域,开展“放心消费示范单位”创建活动,大力推行“先行赔付”“十日无理由退货”“明码实价”等制度,推动消费领域信用体系建设。针对重点领域和重点问题,自治区消协将引导消费者树立品质消费理念,增强风险防范意识,依法维护自身权益。本报记者也将目光投向农村消费、网络消费和老年人消费,聚集典型案例,关注消费维权,发出安全提示。

农村消费维权问题丛生,农村市场监管力量薄弱,农村假冒伪劣商品多见。作为一大消费群体,农民最容易受到假冒伪劣商品的侵害和不法经营者的坑骗。农村消费维权问题,已成为消费者权益保护的重点领域。

在采访中,记者了解到,如今,在各部门的合力监管之下,涉农领域的投诉已趋于下降,而其他领域的投诉依然高发。近年来,洗化类用品质量问题频出。“3·15”国际消费者权益日前夕,自治区消费者协会召开新闻发布会,就我区部分农村牧区及城乡接合部销售的洗发水、洗洁精、沐浴剂产品比较试验的情况进行了通报。

洗化用品质量调查:有喜有忧

为了进一步了解农村牧区及城乡接合部洗化类产品质量,加强对农牧民消费者的消费指导,保障广大农牧民消费者的合法权益,针对我区部分农村牧区和城乡接合部销售的洗发水、洗洁精、沐浴剂产品,自治区消协委托内蒙古自治区产品质量检验研究院于2018年11月至2019年1月开展了比较试验。

本次比较试验样品由自治区产品质量检验研究院工作人员以消费者的身份,在呼和浩特市、巴彦淖尔市五原县、锡林郭勒盟西乌旗等三地农村牧区和城乡接合部规模较小的日用洗化店、综合超市、综合小门市随机购买。洗发水、洗洁精和沐浴剂各采集10款样品,购买价格从2元到100元不等。

经检验,洗发水样品7款合格,3款样品不合格,合格率70%;洗洁精样品8款合格,两款不合格,合格率80%;沐浴剂样品全部合格,合格率100%。

两款不合格洗洁精产品,不合格指标为总活性物含量。经检验,天津炫白洗涤用品有限公司(标称)生产的GAOLUJI牌洗洁精总活性物含量为7.9%;石家庄威望化工有限公司(标称)生产的闪露牌天然餐具净总活性物含量为9.4%。

3款不合格洗发水产品,不合格指标为有效物。经检验,隆琪儿(广州)化妆品有限公司(标称)生产的淘米水米浆焗油护理洗发乳,有效物含量3.7%;汕头市澳香琪日化有限公司(标称)生产的花白金仙人掌留香去屑洗发乳,有效物含量4.7%;广东乐婷化妆品实业有限公司(标称)生产的COCO花韵祛屑丝滑洗发露,有效物含量4.5%。

据介绍,总有效物、总活性物的含量影响着洗涤剂清洁功效,虽然含量更多并不意味着功效更好,但是含量不足会大大影响其功效,有效物、活性物含量在国家标准中规定,沐浴剂中有效物含量应大于等于7%,洗发水中有效物含量应大于等于10%,洗洁精中活性物含量应大于等于15%。

另外,洗化产品应有保质期。洗发水、洗洁精的保质期正常情况下一般为两年,沐浴剂的保质期正常情况下一般为3年。《产品质量法》第二十七条第四款规定,限期使用的产品,应当在显著位置清晰地标明生产日期和安全使用期或失效日期。在30款样品中,有11款产品未注明生产日期、限用日期。

专业人员提示:维权意识不可少

自治区消协秘书长任党芳在采访中,特别向广大农牧民消费者发出消费提示:

我区部分农村牧区及城乡接合部小超市、小门市在选择产品和进货渠道时,应从正规渠道购货,选择品牌企业生产的产品,从而保证产品质量,给消费者提供安全放心的产品。

广大农牧民消费者在购买日用洗化类产品时,一定要查看产品包装标识。包装上注明生产企业的名称、地址、产品执行标准、生产日期、有效期等产品信息的商品可以放心购买。

农牧民消费者在购买日用洗化品时,还应改变消费观念。大容量、价格便宜的商品尽量不要选择购买。选购洗化类商品也并非越贵越好,不要盲目轻信口头宣传,要根据自身的实际需要和经济承受力进行购买。购买后要保留好相关票据,商品一旦出现质量问题便于维护自身权益。如购买到有问题的商品,可以凭借购物凭证,拨打12315投诉电话举报或维权。

同时,任党芳也提请有关部门加大对农村牧区消费品市场的监督管理力度,不断净化农村牧区市场,为广大农牧民消费者营造安全放心的消费环境。

慎重报班参训 谨防权益受损

近

年来,老年人消费投诉的案例逐渐增多,一些无良经营者利用老年人信息相对封闭、渴望健康和陪伴等特点,采取流动兜售、上门推销等方式,炒作概念,虚假宣传,或以免费咨询、义诊等为诱饵,向老年人推销无厂名、无厂址、无产品合格证的“三无产品”、“假冒伪劣”商品;一些不法商家打着养生讲座的旗号忽悠老年人,对老年人赠以鸡蛋、面条、酱油等小物品,达到推销商品的目的;更有甚者,冒充卫生部门人员,给家境贫寒又久病缠身的老年人打电话,谎称能为他们向国家有关部门申请“政策补贴”和药费补助,进行欺骗诱导……“奇招”百出,让人难以抵挡。老年人面对免费赠送的承诺、半价促销等促销手段,很容易掉入“甜蜜”的陷阱。

2018年4月10日,80多岁的消费者姚先生到自治区消费者协会投诉,经朋友介绍,他于3月25日来到呼和浩特某大厦6楼,参加保健知识讲座,期间,销售人员介绍“祛浊胶囊”能治他老伴的老年痴呆症,并且还能降压、控脂、溶栓、溶斑、疏通血管等。姚先生一次性购买了7565元的“祛浊胶囊”。后来,老人发现说明书注明的功效益是消食、健脾。姚先生感觉被“忽悠”了,找销售人员退货无果,随后到消协求助。

自治区消协工作人员联系讲座负责人了解情况,在和药品生产厂家进行沟通后,指出该讲座存在虚假宣传、夸大产品功效等违法行为,并告知其应当承担的法律责任。该负责人协调药品经营者,全额退还了姚先生的购药款。

购买保健品的投诉是目前消协受理老年人消费投诉主要类型之一,一些保健品经营者在酒店、会议中心等场所,以赠送礼品为诱饵让老年人听讲座,把保健品按照药品宣传,夸大疗效,包治百病,欺骗诱导消费者。许多老年人花几千、几万元,购买保健品,服用后无任何疗效,发现上当受骗后投诉,有固定经营地点的都能退货,但有一部分经营者早已人去楼空,退货无望。无良商家具有欺骗性很强的营销手法和完备的销售网络,不同商家往往会共享老年消费者个人信息,向其展开轮番推销,老年人一旦被盯上,很难抵御和摆脱。

呼和浩特市消费者协会秘书长巴懿志介绍,与其他类型维权相比,老年人消费维权有其明显的特殊性。其他案例中的经营者相对稳定,方便协调。但是老年人维权案例不同,首先投诉人对商家地址、联系方式等具体情况并不了解,且这类企业多为流窜作案,线索易被破坏,执法人员介入难度很大。偶有联系上对方的情况,对方也只是在口头上同意退款,然后便玩起了消失。消协没有限制人身自由的权力,只有进行调解的职能,若无法调解,或是联系不到商家,只能诉转相关部门介入,或是让老年人选择报警维权。

当下,网购、网上订餐、校园贷、网约车、“微信集赞”……诸如此类的网上交易,已成为人们习惯的消费方式,而随之引发的网络消费维权问题一度成为热点。日前,笔者来到包头市消费者协会了解到,近些年,网络购物虽给人们的日常购物带来了便捷,却因一些消费者法律意识淡薄、商家违规违法等不正当售卖手段引发纠纷的案件较往年增多。

市民兰女士从2018年10月份开始,一直在网上浏览关于报考消防证的培训班,其中有一家培训班多次联系兰女士,希望她报名,了解情况后,兰女士便花4537元报了这家培训班,后期因忙于带孩子,学习时间不充裕,兰女士便向该培训机构提出解除合同的要求,因此,双方就退款金额产生了纠纷。无奈之下,10月29日,兰女士来到包头市消费者协会寻求帮助。

接到投诉后,消协向双方核对了情况。兰女士认为自己只是试听了几节2018年的免费课程,而正式的课程从2019年才开始,因此除了150元的资料费,其余款项都应退回;培训机构称,服务条款已经明确约定,退班要扣除已上传课时费,包括赠送的课时,兰女士因个人原因提出退班,是消费者违约在先。消协认为,虽然合同对于退款有约定,但对细节问题约定得不明确,双方可以按照协议约定,承担各自的责任,并根据实际情况协商解决。经过消协调解,培训机构扣除相应的课时费及资料费后,为兰女士退款3950元。

“随着人们对自身文化水平提升的需求,成人教育培训成为新兴的消费领域,消费者在选择培训机构特别是网上培训机构时,首先要考虑清楚自己的时间是否充裕,是否与当前的工作冲突;同时,要了解培训机构的经营资质,对招生广告中的保过率等宣传要保持警惕;要仔细阅读合同条款,尤其关于课程内容、课时、退款等和自身权益密切相关的内容,标注在合同中,防止口头承诺不兑现;如商家承诺免费试听的课程,不满意可退押金,消费者要注意对附加条件做到心中有数,理性消费。”采访中,包头市消协投诉部科员张波就这起案件对广大市民敲响警钟。

对于处理类似上述的网络消费维权案件,包头市消协秘书长廖伟表示,完善“诉调对接”及发挥行政调解与司法调解的主导作用,成了他们日常处理网络消费维权工作的“重中之重”,工作人员需要加强社会调解、行政调解和司法调解在工作程序、工作方法和效力确认等方面的对接配合,最大限度地为人民群众提供便捷高效的纠纷解决途径。此外,指导电商平台和电商企业自觉履行经营者首问和赔偿先付制度,落实七日无理由退货规定,支持、督促电商平台切实做好平台准入和退出、质量管控、售后服务、优质网店培育、消费者个人信息保护等工作,积极促进网络消费环境的健康发展。

(王雅妮)

轻信「花式」骗术 误入消费歧途