

“年终大促”来袭, 本报汇总胸闷事给您提醒——

网上购物“七大陷阱”暗藏玄机

陷阱一: 三无山寨充正品

电商平台频现假冒伪劣商品早已不是新闻。今年, 本报就曾多次报道消费者网购时买到假货或三无产品的遭遇。

刘先生在淘宝上买了一部 1336 元的三星 Note3 手机, 用了不到两个月就毛病不断。刘先生以为手机坏了拿到三星特约维修点检修, 不料工作人员查看后竟称这部手机并非正品, 而是山寨货。愤怒的刘先生质问卖家为何售假, 结果却被“拉黑”了。

去年“双 11”后, 国家工商总局网监司委托第三方检测机构抽检部分主要 B2C 类电商平台“双十一”当天促销的商品, 确证 8 个批次的样品为假冒商品, 天猫、1 号店、亚马逊等 6 家“大牌”电商平台位列其中。

陷阱二: 问题食品投诉多

眼下许多消费者习惯通过网络购买包括婴幼儿奶粉、进口食品、地方美食等各类食品, 投诉量也随之水涨船高。市消保委统计的第三季度消费投诉情况中显示, 网购食品投诉占食品类投诉的四分之一, 三个月内共受理 429 件。

丁女士 10 月 19 日在“本来生活网”买了一块重阳糕, 第二天晚上送达。第三天一早丁女士拆开包装时, 却看见重阳糕已霉变。丁女士查看包装才发现, 原来这块重阳糕 10 月 15 日生产, 21 日已临近过期。

奚先生花了 121 元在“美菜网”购买了 50 斤长粒香大米, 吃了几天之后, 他发现底下有部分米已经发霉, 他赶紧拨打网站客服电话要求退货, 谁料对方却说大米已经开袋食用过, 不能退货。

由于食品经营者在宣传、销售及售后服务中存在诸多不规范行为, 加之网络购物的虚拟性和跨地域性特点, 无形中增加了食品安全隐患。除变质、发霉、有异物, 不少网购食品外包装上缺少生产日期、商品产地、生产厂家等基本信息。此外, 一些所谓的进口食品缺少中文标识。

记者在淘宝网上搜索后发现, 不少曲奇饼干、紫薯干、蜜饯、泡菜等食品打着“手工自制”的旗号, 只用透明塑料袋包装, 没有任何字样和图案, 更不见生产日期、生产厂家等基本信息。这样的网购食品虽然便宜, 但安全卫生没有任何保障。

陷阱三: 不开发票维修难

网购不开发票似乎成了“潜规则”, 许多消费者也习以为常。然而若是购买数码产品、家电没有发票, 一旦商品出现故障, 想要维修可谓无凭无据, 困难重重。

刘先生在淘宝网上花了近 500 元, 购买了一台熊猫牌的手提式 CD、DVD 播放机, 说明书上注明保修期一年。没料想, 刘先生才用了两三周, 东西就坏了。虽然还在保修期内, 但由于刘先生手里没有发票, 也没有除了淘宝截图之外的任何购物凭证, 他只得联系淘宝卖家解决。卖家给了他一个位于沪太路的地址, 让他前去维修更换, 谁知刚修好一个星期, 播放机又坏了。之后, 刘先生再去沪太路希望维修, 对方不理不睬, 而淘宝卖家也再不回复消息。

新消法第二十二条中明确规定: “经营者提供商品或服务, 应当按国家有关规定或商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或单据。消费者索要发票等购货凭证或服务单据的, 经营者必须出具。”根据国家有关“三包”规定, 销售者必须向消费者提供有效发票和三包凭证, 网购也不能例外。没有三包凭证及有效发票, 不实行三包政策。

新消法实施后的第一个“网购狂欢季”即将来临, 面对“双 11”“年终大促”来袭, 各大电商摩拳擦掌。网店里的商品琳琅满目、种类繁多, 消费者该如何擦亮眼睛, 保护自身权益? 为此, 本报记者总结出网购中的七大陷阱, 希望这样一份“消费警示录”, 能给您在“网购狂欢季”的“血拼”中提个醒, 支个招。如果您遇到烦心事, 可拨打本报 962555 热线或通过新民晚报 APP 投诉专区吼出心底的郁闷。本报将联合市消保委直击更多的网购陷阱。



陷阱四: 购买容易退货难

购买时只要轻点“付款”就能买到商品, 退货时却会遇到重重障碍。今年 9 月, 曹小姐在淘宝网上订购了一组 3 只办公用柜。可到收货时, 她却傻了眼: 钢琴烤漆涂抹不匀, 存在明显色差, 柜门上密密麻麻有多处凹坑。

曹小姐立即向卖家提出退货要求。没想到, 这却成了“退货拉锯战”的开始。起初, 商家不同意退货, 淘宝客服介入后, 商家才同意退换, 但要曹小姐先将柜子快递回公司验货。

曹小姐照办后, 查询到对方已签收货物, 但从此再无下文。“两个多月了, 商家至今仍没有退款。”曹小姐对记者说, 网站判定运费由商家支付, 但现在商家不仅不支付运费, 货款也不退还, 实在是欺人太甚。

记者打开该网店链接, 发现其评价并不高, 甚至低于平均水平以下 0.5 个百分点。曹小姐表示, 如果有评价, 消费者务必要看看, 这是购买时的一种重要参考。

陷阱五: 定好规则却改变

许多商家利用“双 11”祭出“秒杀大招”, 将部分热门商品以对折, 甚至更低的折扣限量出售。这招令不少消费者捂兜牢荷包, 纷纷跃跃欲试, 拼拼手速, 抢购商品。

苏先生曾幸运地在一家网店的秒杀活动中拍中 10 块进口手工肥皂。他还没来得及庆祝, 高兴劲就落了空——两天后, 商家告知“无货”。他向卖家投诉, 客服却表示只能退款, 并不愿承担其他赔偿。他进一步向网站投诉, 得到的答复同样是只能退款。苏先生告诉记者, 目前事情还未解决。

对此, 相关部门工作人员提醒消费者, 如果商家不愿意按照约定价格销售商品, 即可视为改变规则。消费者若和商家商议未果, 可以拨打市民热线 12345 投诉, 由相关区县的市场监督管理所出面调解。

陷阱六: 产品宣传不符实

天气转冷, 张小姐想为家人添置些衣物。她在淘宝网上精心挑选后, 看中了两件 100% 羊绒羊毛衫。张小姐觉得, 网上购买价格实惠, 且能够送货到家, 十分方便。在收到货品后, 细心的张小姐观察吊牌时, 却发现一件羊毛的含量为 16.1%, 另外一件则更为“离谱”: 商标甚至不是该品牌。

张小姐投诉至相关部门。浦东新区川沙市场监管所联系了该商户, 该公司负责人听取了张小姐的描述后, 表示认可问题, 愿意退回两件毛衣的款项, 并称将会对店内的商品严格审核后, 再上传至网络包装宣传。

这次遭遇令张小姐对网购的印象打了折扣。她表示, 商家的宣传应实事求是, 所有商品应全方位实物拍摄。“如果当时网站上放置了吊牌, 显示并非 100% 羊绒, 那我肯定不会购买了。”而消费者也该在看清、问清后, 再购买商品, 避免让不良商家钻了空子。

陷阱七: 修改价格无节操

都说网店卖的商品价格比实体店便宜, 可近来以“网购达人”自诩的邓小姐却在“价比三家”中吃了亏。

邓小姐在网上看中一台品牌彩电, 电商称商品的标示价格为 3300 元, 促销价 2399 元。邓小姐一时没有在互联网上求证到别的价格, 不过抱着“网店总比实体店便宜”的“经验”, 还是下了单。过了没多久, 朋友告诉邓小姐, 在该彩电的官方专卖店内看到价格为 3200 元, 低于电商提供的标示价格。

记者了解到, 今年 11 月 3 日, 国家发展改革委价格监督检查与反垄断局在国家发改委官网公开发布《关于规范网络零售价格行为的提醒书》。《提醒书》中提到, 在网络销售商品和提供服务, 应当同实体店一样, 自觉依法明码标价。标价内容要真实明确、清晰醒目, 价格变动要及时调整。虚假优惠折扣, 标示的打折前价格或者通过实际成交价及折扣幅度计算出的打折前价格高于原价, 认定为价格违法行为。而该电商修改商品原定价的行为, 实际已经违法了这一规定。

本报记者 曹文清 见习记者 徐驰

买到货物不满意、想退货, 这本身是消费者在网购时应有的维权权力。但也有极少数消费者“心怀鬼胎”, 利用京东等电商推出的“7 天无理由退货”, 购买商品后立即退货, 退货时用次品代替调包。公安部门警示消费者, 此行为已触及法律底线。

记者从警方获悉, 今年, 他们接京东客服反映一客户经常购买奢侈品, 并反复退货。网站怀疑其多次利用“7 天无理由退换货”, 对公司奢侈品调包。随后通过对该客户 6 份订单作跟踪, 并对其其中 4 件商品做特殊标记且全程录像取证的方式, 最终确定其“调包”行为属实。

调查后, 警方在客户操作退货过程中当场将其抓捕, 并在其家中搜出大量正品奢侈品和假冒伪劣商品。到案后, 该客户承认自己事先对比过网站奢侈品样式, 从其他网站低价购买类似假冒伪劣商品, 随后购买正牌奢侈品, 利用“7 天无理由退换货政策”和编造各种理由退货, 上演了一幕“调包计”, 涉及商品包括 BURBERRY、PRADA、宝缇嘉、TOD'S 等。

公安部门提醒消费者, 市民网购时也要守住诚信底线。对于此类故意掉包、欺诈网站构成犯罪的行为, 公安机关将严肃查处。

见习记者 徐驰 本报记者 曹文清

【网购小贴士】

■ 面对“满抵、满减、满送”、秒杀抢购等促销活动, 消费者应提前了解规则。如有积分或优惠券, 要看清其使用条件、方法和期限; 有奖促销活动, 要查看其公示的抽奖方法。同时, 消费者可对电商的宣传页面、活动细则、订单详情、聊天记录等做好截屏, 以防商家事后私自取消订单、改动规则。

■ 消费者网购应选信誉好、口碑佳的商家, 切莫一味贪图低价而忽视了商家的售后服务。除了货比“三家”之外, 还可以通过查看商家信誉、评价等信息选择售后服务佳的商家, 远离退换货手续复杂、退款拖延、售后态度差、拒不承担“七日无理由退货”的问题商家。

■ 因网购交易信息泄露而上当受骗的案例屡有发生。消费者在遇到可疑情况时, 应及时与官网客服联系并核实, 避免上当受骗。随着支付方式、支付渠道的增多, 消费者要增强安全支付意识, 切勿轻信他人的付款要求、网页链接或扫入二维码等。

■ “双 11”促销力度较大, 消费者切莫因商品价格便宜而冲动购买暂不需要的物品。对于急需使用的物品, 可提前“错峰”网购。“双 11”前, 消费者可将需要购买的物品列好清单、货比三家后加入购物车, 并留意更新信息。贵重、大件类物品如家电、家具等, 消费者还应前往实体店体验后再订购。

本报记者 曹文清 陈杰 见习记者 徐驰

一键投诉

请扫二维码下载晚报手机客户端, 进入投诉专区。