

2023年福州十大消费维权案例发布 这些消费陷阱你避开了吗?

本报记者 沐方婷 通讯员 吴承璐

13日,2023年福州十大消费维权案例发布,涉及预付款消费、“价格刺客”、抽奖套路、车辆维修等多个消费领域。哪些是市民容易误入的消费“雷区”?消费者又该如何有效防范?针对此,市消费者权益保护委员会联合市律师协会进行案件评析并发布相关消费提醒。

中奖式珠宝销售 一抽就中大奖

【案例】2023年4月26日,消费者吴女士在晋安区某工艺品店消费时,用在店内抽奖得来的一张2000元代金券并额外支付399元,买了一款标价为2399元的黄金吊坠。当她拿着吊坠检验时却傻了眼,这款吊坠不仅含金量不高,连商家提供的证书也不正规。吴女士找到该商家要求退款,但遭到拒绝。接到吴女士投诉后,晋安区市场监督管理局茶亭市场监管所立即联系双方组织调解,最终商家同意退还购买吊坠款项399元。

【套路解读】该案属于一种抽奖类套路,商家先是抓住消费者贪小便宜的心理,以抽中大额代金券为诱饵,吸引消费者继续购买商品,利用消费者对黄金、珠宝等商品不了解的弱点,诱导其使用高额代金券购买标价很高的商品,让消费者感到捡了大便宜。其实,这类商品多数只值几十元或一两百元,远远低于消费者所付出的金额。事后消费者发现质价不符时,商家则以各种理由拒绝退款。

【消费提醒】近年来,“中奖式珠宝销售”“扫码抽奖送平板电脑”等消费骗局时有发生,其中除了不法商家蓄意挖坑外,存有侥



2023年福州十大消费维权案例发布。本报记者 石美祥摄

幸心理也让一些消费者掉入陷阱。购物时,对于抽中大额代金券、宣称免费赠送电子产品等情形要特别小心;选购珠宝玉石,尽量到大型正规商场或品牌珠宝专卖店;参与“点赞抽奖送礼”等类似促销活动时,要尽可能核实商家主体登记信息,登记注册时间较短的要留意。

报名时承诺不过包退 退钱时迟迟不退

【案例】因报名公务员、事业单位等招考培训课程,消费者颜先生与北京某教育科技有限公司签订《培训服务协议书》,共计缴费43900元。协议中写明,考不上全

额退款,退款会在提交申请后45个工作日到账。

2022年8月,颜先生向该公司申请全额退款,被告知一次全额退款变为分10期退款,每期退报名费的10%,同时公司暗示不同意分期退款的方案就拿不到退费。迫于无奈,他只好同意该方案。然而,退款9000多元后,公司工作人员以“总部资金额度不足无法退款”为由,让他再等等。

【套路解读】该公司由于自身原因无法一次性退款,在消费者同意将退款方式变更为分期退款后,又不按照约定的期限退款,已经构成违约。消费者有权要求公司支付由于违反分期退款约定造

成资金占用所产生的费用。最终,该案经过市消委会介入调查调解,公司方表示将为颜先生安排下一期退款,并保证接下来每月按期付款。

【消费提醒】成人教育培训发展迅速,培训机构借助短视频平台、社交软件等进行宣传、售课,随之而来的告知信息不清晰、与宣传承诺不符、缴费容易退费难等问题引发的消费投诉也不断增多。消费者应尽量选择本地具有一定知名度的培训机构,不要因为培训机构所谓的“不过包退”“名师授课”“与某大学合作”等宣传而冲动报名。同时,尽量避免一次性高额缴费,注意留存证据以便维权。

732人献血近20万毫升

本报讯(记者 林文婧)13日,“为党旗增辉·为生命接力”2024年福建省直机关学雷锋无偿献血文明实践志愿服务活动在福建省会堂前广场开展,广大党员干部职工挽起袖子,为生命“加油”,732人献血近20万毫升。活动由省委省直机关工委、省卫生健康委主办,省直机关文明办、省献血工作办公室、省血液中心承办。

活动现场,来自省纪委监委、省委办公厅、省政府办公厅、省委组织部、省委宣传部、省委政法委、省委省直机关工委、省机关事务管理局、省消防救援总队、省森林消防总队等30家单位超千名党员干部职工踊跃报名,732人成功献血,献血量达19.66万毫升。单场成功献血人数、献血量再创历史新高,为榕城送来一份温暖的生命礼物。

省直机关文明办有关负责人介绍,省直机关学雷锋无偿献血文明实践志愿服务已连续开展16年,共有60363人次捐献血液1971万毫升,成为省直机关文明实践志愿服务的一大品牌。2023年,在榕省直单位4155人次成功捐献全血131.86万毫升,有力保障了福州地区临床医疗用血。

福建省家电以旧换新 启动仪式在榕举行

本报讯(记者 吴梓真)昨日,2024福建省家电以旧换新启动仪式在福州苏宁广场举行。活动由福建省批发零售行业协会、福建省循环经济协会、福建苏宁易购等单位联合主办,联合美的、海尔智家、格力等多家家电生产、销售、回收、拆解企业参与家电以旧换新及家电促消费活动。

“希望通过积极开展家电以旧换新,满足人民群众对低碳、绿色、智能、时尚家电的消费需求,搭建绿色智能家电消费升级平台,形成更新换代规模效应,激发潜在换新需求。”活动相关负责人说。

多部门联合检查 消防产品质量和使用情况

本报讯(记者 张铁国 通讯员 王栋)昨日上午,福州市消防救援支队、市市场监督管理局会同长乐区消防救援大队、长乐区市场监督管理局,并邀请福建省产品质量检验研究院有关专家成立检查组,不发通知、不打招呼,针对消防产品生产、销售、使用等环节开展全链条监督检查。

常闭式防火门是消防工作中必不可少的设备,在一定时间内能满足耐火稳定性、隔热性,可以阻止火势蔓延及扩散,确保人员疏散。“这门已经变形老化了,你们看出来了吗?闭门器哪儿去了?”在长乐区红星美凯龙综合体检查时,检查组发现,商场一楼疏散通道2扇常闭式防火门出现闭门器损坏、门框变形、密封胶脱落,导致本该保持关闭的防火门无法关闭。检查组指导商场工作人员加强防火检查,及时修复更换消防设施设备和器材。

除了红星美凯龙,检查组还随机抽查了福建警声吉晟门业股份有限公司、福建长益鑫消防设备贸易有限公司等企业。重点对消防产品是否符合市场准入、产品一致性以及外观标识等进行认真核查。

鼓楼为辖区居民投保 受灾群众将获80多万元赔款

本报讯(张新)鼓楼区民政局坚持为辖区群众购买“鼓楼区民生综合险”,鼓楼群众无需缴纳费用即可免费获得保障。过去一年,鼓楼部分群众遭遇台风暴雨等灾害,近日保险公司将支出赔款81.7万元。

据悉,“鼓楼区民生综合险”是鼓楼区推行的一项重要惠民工程。针对台风、暴雨等自然灾害及火灾、爆炸等多种特定意外事故造成的人身伤亡、家庭财产损失,辖区群众可拨打95518向中国人保财险咨询或报案、索赔。本项保险还包含见义勇为救助、突发事件救助、困难群体救助、孤儿及事实无人抚养儿童救助保障、志愿者保障、少儿走失找寻费用补偿等保障范围。

接下来,鼓楼区民政局将继续为辖区民众撑起“保护伞”,切实为群众做好事、办实事、解难事,进一步增强辖区群众的获得感、安全感、幸福感。

关于福建融华盛房地产有限公司潮悦台1#楼、2#楼、3#楼预售银行监管账户变更的公示

我司福建融华盛房地产有限公司于2023年3月9日取得潮悦台商品房预售许可证(《<2023>榕房许字第0033号》),其原银行监管账户为交通银行股份有限公司福州华林支行,监管账号为351008040013000433406,现将原银行监管账户变更为中国邮政储蓄银行股份有限公司福州市台江广场支行,监管账号变更为935002010043706685,特此公示!

福建融华盛房地产有限公司
2024年3月14日

福州“3·15”国际消费者权益日宣传活动启动 市场监管部门去年为消费者挽回2900多万元损失

本报讯(记者 沐方婷)13日,“激发消费活力 建设有福之州”2024年福州“3·15”国际消费者权益日宣传活动在晋安区新店古城遗址公园举行。记者从活动上获悉,2023年度,我市各级市场监管部门努力创新消费维权机制,畅通消费诉求渠道,共受理消费者咨询、投诉、举报37.42万件,为消费者挽回直接经济损失2960余万元。

活动现场,喜盈门(福建)总部店、福州东百中心等5家企业被授予福州市“先行赔付承诺单位”,福州山姆超市、福州砂之船等5家企业被授予福州市“线下无理由退货承诺单位”,福州天虹百货王庄商场、永辉超市万星分公司、福州上渡林产品交易市场等10家企业被授予福州市消费维权服务站。



10家企业被授予福州市消费维权服务站。本报记者 石美祥摄

自2月1日起,福州市消费者权益保护委员会组织各级“最美消费维权人物”宣传评选活动,经网络投票、组织评议、社会公示,评选出“十大最美消费维权人物”。他们分别是:曾建、江美明、王妹娜、马健锦、林超艺、林青、黄

成榕、洪序歌、陈文元、卓孟好。

活动现场发布2023年福州市消费者权益保护工作白皮书,针对预付式消费热度不减等问题,监管部门推出12345热线24小时人工接听等十大消费维权举措,同时发出2023年度消费维权警示。

“福酒”上新 民天触网 老字号掘金特色酒市场,期待产品走红

本报记者 冯雪珠

提起鱼露品牌,福州人很大可能会说出“民天”两个字。但要问起本地的酒品牌,多数人不会想到民天,甚至还会反问一句:“福州有什么酒?民天还卖酒?”

优势、短板一目了然。民天食品创立于1931年,标志性产品鱼露和香醋是不少福州人厨房里的必备调料。在很多老福州人心中,“民天”主营调味品的品牌形象根深蒂固。日前,记者走进民天食品工业园,看到了他们新推出的酒类产品矩阵——定位福建省高端外交酒的红曲酒“琥珀光”、主打年轻人市场的“民天红”、经过改良的“中式烧酒”等。

早在20世纪40年代,民天食品就注册了“补天酒”“四半酒”商标,涉足酒业历史悠久。记者了解到,民天食品一直以断断续续地做酒,只是产量较小,并非主营业务。2019年民天食品从仓山搬到

闽清后,开始重新审视自身,并对老酒、青红、地瓜烧等饮用酒进行市场调研,认为在酿酒板块还有市场增量,于是决定做大酿酒板块,掘金地方特色酒市场。

但酒香也愁巷子深。新品陆续上架,如何卖出去成了关键问题。抓住传统营销渠道,民天食品积极对接酒品经销商,但大部分经销商对这个初出茅庐的品牌不感冒。为了打响品牌,民天食品去年赞助了第十届丝绸之路国际电影节、世界航海装备大会,亮相大型活动。

民天食品也积极试水新营销。去年夏天,省商务厅等部门联合举办的2023电商主播大赛让民天食品尝到了“甜头”。在大赛主办方的支持下,一家传媒公司带着新人主播入驻民天食品工业园,帮助企业重新梳理、搭建直播电商的选品和物流体系,并在3个月内实



民天食品生产的部分特色酒。本报记者 冯雪珠摄

现近160万元的直播销售额,成功入围全国十强。

试水直播,效果不错。大赛结束后,双方有意继续合作,但要真正落地,还有一段路要走。不过,民天食品工业园总经理坦言,直播

带货已是大势所趋,未来公司计划培养自己的直播团队,做好企业的品牌宣传和销售。

社交媒体时代,要在流量的汪洋里分一杯羹不容易。之前,民天食品和做福州菜的美食主播合作,

将调味品植入视频中,效果不错。然而,随着美食主播的粉丝数不断增加,成为垂直领域的“头部主播”,品牌方资源增多了,这些主播的议价能力也增强了。

为了实现营销效果最大化,当前民天食品正积极和“腰部主播”洽谈合作。与此同时,抓住时下互联网网剧爆发的机遇,在法律规定的框架内,民天食品将产品植入到短剧剧情当中。“新式营销短期内很难观察到效果,但说不定哪天一个产品就‘爆红’了。这也是时代的潮流,不跟不上不行。”

“我们现在还处于‘0到1’的探索阶段,前面还有很长一段路要走。”民天食品工业园总经理表示,作为国企,民天食品既要守住老字号,做大调味品强势板块,更要在饮用酒市场创新,为老字号寻找新增长点,助力打响“福酒”公共品牌。