

# 本报315微信访谈昨举行 网民纷纷吐槽网购窝心事

□记者 史妮超 实习生 徐梦娇

网购遇过哪些窝心事?如何维权最有效?昨天下午,由本报精心策划,围绕网购展开的首个315“微信访谈”成功举行。众多消费者利用手机微信平台加入讨论,与市消保委的维权专家进行互动、交流。在短短一个小时的活动时间内,网友们共发起了26个网购相关话题的讨论,访问量也飙升至1971人次。

## 我市首个315微信访谈受热捧

据了解,本次315“微信访谈”是宁波各媒体中打造的第一个“微信访谈”。作为今年315期间媒体与消保人士、广大读者互动交流的新形式,该访谈短短1个小时内,获访1971次,超出预期。

早在2011年的315期间,本报就首次利用新浪微博的平台推出了首个网上互动交流的“微访谈”活动,为广大读者搭建了维权交流的新平台。到去年为止,本报的“微访谈”一共已经成功举办了三次。

而今微信普及,越来越多的网民开始把微信当成重要的社交工具。在此背景下,本报联手宁波市消保委,特地搭建了我市首个微信访谈平台,围绕网购的方方面面,推出了315“微信访谈”这一全新形式的维权品牌。邀请市消保委秘书长侯友杰、市消保委副秘书长周丽娟担任维权专家,为消费者支招。

市消保委秘书长侯友杰表示,如今网络、通讯手段的不断升级,无论是消费维权的渠道,还是相关知识的普及,都有了更便捷、多元的沟通方式。“这次‘微信访谈’就是一个最好的证明,开发了消保委和消费者之间新的互动形式。”



市消保委秘书长侯友杰(右一)登录晚报微信访谈平台,与消费者互动交流。 记者 张柯 摄

## 网民纷纷吐槽网购窝心事

在昨天的“315微信访谈”,网友们说起网购的窝心事有一大堆。其中,多位网友的发言中,涉及网购虚假促销、延迟发货、团购消费歧视等内容。

如网友SOMaY-提问称,网购经常遭遇虚假促销。“部分网购平台在大型促销前,先调高商品的原来价格,然后在此基础上进行促销,当时一看折扣力度这么大,就冲动下单了,但是促销结束后发现,调回来后的价格并没有比促销价格高太多。”对此,市消保委回复表示,先涨价、后降价这一促销方式违背了商业道德,是一种欺诈行为,我国商务部颁布实施“零售商促销行为管理

办法”第十一条规定:零售商开展促销活动不得利用虚构原价打折,或者使人误解的标价形式或价格手段,欺骗、诱导消费者购买商品。

网友HUSHENGJUN则反映称,他(或她)网购一件上衣,拍下付款后卖家迟迟不发货,称该款缺货。“明明没货就不要上架。”对此,市消保委表示,网友HUSHENGJUN遇到的情况,卖家属于违约方。

此外,网友们还纷纷吐槽包括霸王条款、以次充好、快递物流不给力、售后服务无保障等一大堆网购“窝心事”。对此,市消保委维权专家一一进行了解答。

## 市消保委:将尽快回复未解答问题

由于本次315“微信访谈”时间有限,市消保委只能选择部分问题进行解答。市消保委秘书长侯友杰表示,将尽快回复未解答的问题。消费者如果遭遇消费纠纷,也可向各区和市消保委投诉反映。

网购投诉的激增,一方面反映了其市场规模的急剧膨胀,另一方面也凸显了网购中光怪陆离的乱象。由于多数网站对商家自身违约行为并无明确约定和补偿措施,导致消费者在网购中处于弱势,陷入维权难

的被动。

对此,市消保委建议消费者,一是要选择大型购物网站。大型购物网站一般都很注重产品质量和服务质量,并有规范的销售流程和良好的服务质量。二是要充分了解所选购商品的各方面情况。例如商品的生产厂家、生产日期、产品质量和产品说明等。三是要与购物网站进行必要的沟通,例如对结算方式、配送时限、质量承诺、验货规则和退换货条件等进行认真核实和约定。

## 看上去是景点 其实是购物点 变形“购物游”投诉不少

□记者 谢舒奕 通讯员 王一宁 骆益琼

本报讯 《旅游法》正式实施已有5个多月。对于宁波出游大军在旅途中遇到的新烦恼、新问题,12日,宁波市旅游质监部门结合过去一年来接到的游客咨询、要求协助以及投诉,首次发布了十个常见旅游消费陷阱,为计划出游的市民提出警示。

记者注意到,此次公布的旅游消费陷阱当中,不少都是在购物环节设下的。

首先,变了形的“购物游”让人防不胜防。去年年底,市民马先生携全家参加了市内一家旅行社的“昆大丽6日游”。报名时马先生看到了行程单,感觉里面都是一些“蛮有味道”的景点,例如,云南民族村、云南茶乡、七彩云南等。然而真的抵达“景点”现场,才发现进入的都是家家购物商城。“卖玉器、茶叶、小商品的都有,真不知道逛的是景点还是商店!”马先生一家这趟旅游很不开心。

而有些人则是在购物店里被忽悠。前些日子,沈小姐参加了宁波一家旅行社的“泰国五日游”。在游客的要求下,她导游带大家去了当地一条购物街。沈小姐等人进入一家珠宝店后,在商家及地接导游人员的强烈推荐以及再三“保真”的承诺下,购买了3万元的“鸽血红”珠宝。不料回国后,沈小姐找相关部门鉴定,这才发现花费数万元的“鸽血红”仅值几千元。

还有些人则是因为遇上了没有经营旅游业务资质的企业,遭遇购物陷阱。日前,张阿姨老两口计划出游,恰巧看见小区楼下有一家保健品公司正在组织“厦门老年养生游”,没多想便报了名。不料成行后才发现,整个行程中布满“地雷”,“一路上不是让我们参加自费项目,就是安排各种购物环节!”张阿姨大呼上当。

除了购物陷阱外,旅行社在前期宣传、游览等环节“偷梁换柱”,旅游者惨遭忽悠的现象也屡见不鲜。例如,有一些旅游投诉案例中,旅游合同约定住宿标准为“准三星”,实则酒店还没有参加评星,而且条件、设备很差,位置离市区特别远;擅自颠倒游览顺序、压缩游览景点时间,令实际行程与合同签订时的行程严重不符等。

面对各种各样的消费陷阱,游客应该如何防备?“选择旅行社、与旅行社签合同以及游览、购物过程中,消费者都需擦亮双眼。”宁波市旅游质监所人士昨天为广大旅游爱好者支招。

统计数据显示,2013年,宁波市旅游质监部门共受理有效投诉140起,与上一年同比上升了2.2%。

# 酷爱中国菜的瑞士人,为何不吃蘑菇炒肉 蘑菇、灵芝等菌类吸附重金属能力强,市民有条件最好认准有机产品

酷爱中国菜的瑞士人,色香味俱全的蘑菇炒肉为何不吃?这些天,一篇瑞士人均寿命80岁,因为他们不吃蘑菇的文章在网上引起轩然大波。

文章甚至引起了中央电视台关注,3月7日,央视二套《消费主张》栏目报道:蘑菇具有富集重金属的特性,但现在菇类种植切断了与土壤的接触,市场上的蘑菇基本是安全的。

相关报道特别提到,野生蘑菇的生产环境,包括空气、水质和土壤中如果带有重金属,蘑菇往往会被污染。而且,野生蘑菇不一定比人工培育的营养价值更高。

事实上,具有富集重金属特性的不仅是蘑菇。农科院专家表示,蘑菇属于菌类,几乎所有菌类因为没有完整的细胞壁,对环境中的各种物质都来者不拒。

比如说这两年在市场上非常流行的灵芝产品就有重金属超标的风险。灵芝菌丝能将溶解于水的重金属离子几乎完全吸收,造成灵芝子实体和孢子粉重金属含量超标。不同于蘑菇,瓶栽种植可切断与土壤的接触,灵芝栽培无论基质是袋料还是原木,在菌丝生长饱满后,都需将菌袋或原木埋

于地下。

笔者了解到,国内目前一些灵芝产品生产企业并无种植基地,原材料多从农户处收购。农户单独种植灵芝,用肥、用药、基地环境没有严格按规范生产,非常容易造成有害物质和重金属超标。至于市面上在售的所谓“野生灵芝”,和《消费主张》中提及的野生蘑菇一样,其质量安全并不十分可靠,营养价值也未必高于人工栽培。

鉴于此,对灵芝有深厚研究的国家级名中医陈友芝曾建议,条件允许情况下,服用灵芝孢子粉等名贵中药材最好选择有机品牌,劣质药材,非但起不到应有效果,甚至还会产生其他的不良副作用。

“有机”是食品安全中的最高等级。有机产品对产地环境有非常严格的要求,生产过程中还不准使用任何化学合成的农药、化肥和生长素,确保产品原生态、无污染。

那么,想买灵芝孢子粉的消费者如何挑选有机产品呢?一是在购买前查看外包装是否有有机认证标准;二是要挑品牌企业产品,尤其记得追问一句,灵芝是企业栽培还是从农户处收购的,相对而言,后者的食品安全风险更大。文/郑义

## 延伸阅读:如何鉴别有机灵芝孢子粉

灵芝孢子粉品牌繁多,质量良莠不齐。为带动销售,一些产品冒用有机认证的事也时有发生。那么,有机灵芝孢子粉应如何识别呢?

寿仙谷药业是国内较早通过中国有机产品认证和中药材生产质量管理规范(GAP)双认证的药企,公司生产的有机原木灵芝多年来出口日本、欧美等国,从未遭遇绿色壁垒。就如何鉴别有机灵芝孢子粉,公司宁波市场部周经理教了两招:

一、看包装:以寿仙谷破壁灵芝孢子粉为例,1克和2克孢子粉内包装正反面均印有“中国有机产品”的圆形喷码。没有喷码,就不是有机产品。

二、查识别码:内包装上除了有机认证喷码,还会印有一行有机码,消费者可登录国家认证认可监督管理委员会提供的网址<http://food.cnca.cn>进行核实查询。