

六斤榴莲称出近十斤重

消费者身边藏了不少“鬼秤”

标注120克的毛肚实际只有82克;标注200克的牛羊肉,有的店实称只有142克……这是今年2月,在某短视频平台粉丝超1500万的博主“superB太”去上海多家火锅店体验时记录下的一幕。

“superB太”的遭遇并非特例。记者近日通过大量走访调查了解到,从线下到线上,从生鲜到熟食,从路边摊到品牌店,都存在不同套路、不同程度的缺斤少两现象,“鬼秤”(做了手脚的电子秤)隐藏其间。



■现象

六斤榴莲称出近十斤重

“泰国金枕榴莲,特价19.9元/斤。”前不久,江苏省常熟市居民刘蓓蓓(化名)下班回家路上,看到街边三轮车上卖榴莲的小摊贩打出了这样的促销广告。感觉价格比超市便宜了不少,她就停下来挑了一个。

一称重,9.6斤。老板很热情,说帮她把榴莲皮剥了,如果发现里面的肉坏了,现场包换。“我当时还觉得老板的心真好。但因为想试试用榴莲壳煲汤,就没让老板开榴莲,结果到家后,我妈一上手就说分量不对,一称只有6.2斤。”刘蓓蓓说。

刘蓓蓓提上榴莲赶回去准备找摊主理论,发现人早已不见了。她把自己的经历发到了网上,立即

引来一堆人吐槽,很多人都说自己也上过同样的当:摊主现场开榴莲,把榴莲壳留下,回头消费者哪怕发觉分量不对,也无法证明存在问题。

采访中,多位消费者均称自己遇到过“鬼秤”,“鬼秤”在生活中比比皆是。

除了街边小贩、海鲜水产店,火锅、麻辣烫等不少店铺都会标注食品重量或称重计算价格。记者近日拿了新买的厨房秤随机走进天津市和平区一商场内的麻辣烫店,点菜后发现重量差约10%。

来自安徽宿州的孙俊经营一家活禽鲜鱼宰杀店多年,他告诉记者,他去专卖店购买电子秤时,就

有商家问他要不要调秤,把秤拆卸重装程序后,就可以变成“鬼秤”:“单价重量总价都是对的,只要按顺序按几个键,1千克的砝码放上去就会显示1.1千克,甚至更多,重新启动又会恢复正常。”

孙俊说自己只想踏踏实实做生意,没有选择“鬼秤”,但身边存在“鬼秤”现象,特别是活禽鲜鱼现杀,使用“鬼秤”不容易被发现。

孙俊说,在进鱼的时候他观察到,电子秤是正常的时候,屏面靠左第一、第二两个亮的小格左角都有小三角,要是第二个格没有小三角,很可能这台电子秤就被做了手脚。但如果不是内行,几乎不会注意到这点。

线上购物缺斤少两常见

线上购物缺斤少两的问题也很普遍,其中生鲜水果、零食等为重灾区。在黑猫投诉平台,记者以“缺斤少两”为关键词进行搜索,有超过4500条相关投诉,不少与网购零食有关。为此,记者近日在某电商平台的4家不同店铺下单了4份零食,3月13日收到所有零食后称重发现,其中3款存在缺斤少两。

让人感到有些意外的是,当记

者拍照向3家店铺客服反映缺斤少两的情况后,3家店铺都很痛快地提出赔偿差额。但当记者称希望可以按照消费者权益保护法第五十五条获得3倍赔偿(不足500元按500元)时,对方均表示不接受。记者向电商平台反映情况后,对方来电表示将把商家缺斤少两行为记入诚信考核,并根据平台规定对商家进行流量限制和处罚。同时,帮记者申请了退款不退货的售后

服务。实际上,在社交平台,有大量消费者反映网购缺斤少两问题。记者注意到,直播带货被广为诟病。除了分量不足外,记者发现,直播间里的生鲜水果还存在尺寸、规格方面的“缺斤少两”——不少在直播间下单大果的消费者收到货后却发现,大果里混装着不少中果或小果,甚至大多数都是中小果。

■探因

维权行为少违法成本低

记者梳理发现,对于商家使用“鬼秤”、缺斤少两的行为,有明确的法律规制,商家不仅要承担相应的民事责任,还可能受到警告、没收违法所得、罚款乃至停业整顿、吊销营业执照等行政处罚。不少电商平台针对商家缺斤少两等违法行为推出系列处理措施。执法部门也在积极行动。如3月6日,福建厦门八市海鲜市场的一家商家,因为缺斤少两被执法部门挂黄牌警告。

为何哪怕被黄牌警告,哪怕公平秤就在附近,一些商家依然选择“暗度陈仓”?

华东政法大学经济学院教授任超分析说,缺斤少两最明显的特征是单次数额较小,因此很难被消费

者发现。即便被发现,商家也会以误差等为借口补足,大部分消费者也不会为这点“小事”追究到底。特别是一些火锅店、麻辣烫店,往往是选好食材直接下锅,消费者缺少反应时间。而流动摊位对需要长期诚信经营形成商誉的依赖性较弱,大多数为“一次性生意”,有人持有坑到就是赚到的想法。

那么,惩罚性赔偿能否成为解决缺斤少两的利剑?

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江告诉记者,并非向市场监管部门提出申请就一定能获得赔偿,根据《侵害消费者权益行为处罚办法》,需要证明经营者提供商品或服务存在欺诈行为才能申请3倍赔偿。

■治理

重点监管结合长期整治

如何解决“鬼秤”现象,减少缺斤少两问题发生?

中国政法大学副教授朱晓娟认为,流动摊贩的管理是市场监管中的一个难点,从性质上看,如果其常态化经营,则属于商事主体,应该依法办理市场主体登记,通过把好登记入口关、抽查监督关以及事后追责关,预防缺斤少两的情况;如果是流动摊点,消费者通过支付可以识别摊贩的相关信息,发现缺斤少两等问题,可以向市场监管部门举报。

任超说,就消费者而言,需要增强自我权益的保护意识,掌握基本识别“鬼秤”的方法,如在购物前留意计价秤是否粘贴有“强制检定合格证”等信息,在活禽宰杀等缺斤少两高发区,尽量在市场的公平秤上进行复称后宰杀。就消费者协会而言,需要充分发挥自身职能作用,畅通投诉渠

道,维护消费者合法权益。

“市场监督管理部门不仅需要及时受理消费者投诉,健全完善‘投诉—处理’机制。更需要充分发挥行政机关的主动性,严厉打击违法行为,推动重点监管与长期整治相结合。”任超说。

对于直播间销售商品缺斤少两问题,北京天驰君泰律师事务所高级合伙人饶伟说,直播平台承担着管理者的职责,“目前多数平台属于盈利性平台,其应当加强监管制度,对于产品的质量把好关,设置相应的惩罚机制,源头减少缺斤少两现象产生。”

受访专家一致认为,破除缺斤少两这一破坏市场秩序的顽疾,需要强化社会共治,形成“消费者积极维权,社会团体加以辅助,行政机关主动监管”等多位一体的诚信计量运行机制。

据《法治日报》视觉中国供图

中消协调查显示:消费者最关注“售后保障”与“评价口碑”

3月15日是国际消费者权益日,消费者对于当前消费环境、消费信心等方面的感知体验如何?中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

关注企业和经营者的种种表现,消费者最在意的是“售后有保障”,占比为38%,受访者关注度居于第二位的是“评价口碑好”。由此可见,“售后保障”仍然是消费者对企业和经营者表现的首要关切,“说到就要做到”的承诺和消费后的评价口碑也是广大消费者十分

看重的内容。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注,去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者认为,过去一年来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些短板问题有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,多数受访者反感互联网平台App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式

获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力加大。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共计回收几乎覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

下一步,中消协将结合调查中发现的问题,动员全国消协组织开展系列活动和专项监督调查,向有关部门提出政策建议,传递消费者心声,为促进消费环境建设、提振消费信心发挥积极作用。

新华社北京3月15日电