

提醒去北京南锣鼓的游客们,看清价签上的计量单位再购物

卖茶叶论“克”商家心机太重

将数百元一斤的花果茶,标以1.2元每克,乍一看,似乎是“低价”。近日,有读者反映,有些景区的游客经常被商品的价签所迷惑。记者调查发现,一些商家利用与众不同的计量单位忽悠消费者。稍不留神,游客就会被看起来便宜的价签坑一把。

●心机● 价签居然还有正反面

北京南锣鼓巷,游客熙熙攘攘、摩肩接踵。“大哥,来尝一尝,刚泡的,去燥祛湿。”“大姐,别走,喝一杯,美容养颜。”

距离南口不远,有一个杂货店,卖的多数是怀旧商品,如“80后”小零食、小玩具等。店面深处,传来一阵花果香味,店员热情地端着一一次性小塑料杯,请进店的游客品尝一种紫红色的花果茶。

花果茶大约有五六种,都盛在竹篾编制的筐内,成分多是水果干、鲜花干、茶叶。根据不同的成分,花果茶有不同的名称,如蜜桃乌龙、樱桃玫瑰等。

记者在店里站了一会儿,发现进来品尝和购买的游客不少。游客们多数沉浸于花果香气和味道,有的会问一句价格,有的只扫一眼价签,商品价签上标着“1.2元/克”。店员一铲子下去,然后麻利地装袋、称重报价、扫码收钱。再看顾客,无一不是表情错愕,然后追问、再看看价签、无奈摇头付款。

从南锣鼓巷南口走到北口,约有七八家店在销售这种花果茶。同样,在三里屯SOHO的市集上,记者也发现有摊位在销售花果茶。

它们每种茶的名字与南锣鼓巷店里一模一样,都盛在一模一样的竹筐里,产品包装也一模一样,使用的茶壶、一次性茶杯也接近。店铺采用同样的销售方式,推荐品尝,再推销购买。有些店铺使用的价签,印的是1.2元/克。有些店铺,会在1.2元/克下面,再印上一行很难看清的小字——60元/50克。

记者问店员,为什么要用“克”作为计量单位,而不用销售茶叶常见的“两(50克)”。店员笑着,“是两啊,这儿有”,随后用手拨动了一下价签,只见价签旋转,显出反面印的是60元/50克。不过这面只展示了1秒钟,店员又把价签拨回了印着1.2元/克的正面。

另有两家店铺,很“实在”地在价签上写着60元/50克。有意思的是,游客却对这两家的花果茶敬而远之,只看一眼价签,就离开了。

●算账● 按克计价游客难换算

据记者观察,游客购买花果茶,每到称重结账环节,总会发生一些讨论,有的是游客之间,有的是游客与店员之间。

“怎么这么贵?”一个女游客买了两袋花果茶,称完重350克,需要支付420元。“我要不了这么多,给我倒点回去,太多了。我要10克就行了。”在女游客的坚持下,店员一边往回倒,一边说:“真没多少的,要10克太少了,不好弄。现在175克,可以了吧,210元。”女游客无奈结账走人。

两个结伴来北京旅游的女孩,在称重环节发现要支付300多元,“厚着脸皮”让店员往回倒,最后买了50克,花了60元。女孩认为,以克为计量单位,有误导消费者的嫌疑,而且她明确表示,“如果价签上写的是60元一两,我就不买了”。

在另一家店铺,一对夫妻在称重结完账后,你一言我一语讨论起来。

丈夫说:“我觉得不便宜。”

妻子接上话头:“他倒是说了要1.2元/克,但我问他买一点儿要多少钱,他不说话。我心里觉得可能最多几十块钱。”

丈夫觉得,按克计价,明显有误导嫌疑,自己结账的时候,“心里咯噔一下”。因为普通消费者,很难注意到克、两、斤的单位,一时间也不容易换算清楚。“如果价签上是印的600块钱一斤,我肯定会考虑一下。而且,我心里就有对比了,我平时买茶叶,论斤、论两,多少钱心里有数。”



这一铲子下去,就是几百块钱。



5元1两的硬糖



有的店铺会在1.2元/克下面印上小小的60元/50克。

●陷阱● “景区刺客”不止花果茶

出来旅游,大多数人本就抱着买点纪念品的心态在购物。即便躲过了花果茶,也有可能被别的商品坑到。

南锣鼓巷一家杂货店,销售各式各样的零食。有的零食论袋卖,有的零食论斤称,但有一种硬糖,却是论两称。这种普通的话梅糖,使用手写的价签,上面写着5元1两,稍不留神,就会误解为5元1斤。

在另一家糖果店,还能看见一种59元/250克的巧克力豆。59元的字体是又大又醒目,250克的字体则是又小又不起眼。记者在收银机上看到,结账的时候,机器屏幕上显示的单价是236元/千克。高价带来的压力,一瞬间扑面而来。

在网购平台上搜索散装巧克力豆,售价约是每斤五六十元。搜索散装话梅糖,售价约是每斤20元。与景区差异最离谱的,还是要数花果茶。

经询问店员和观察产品包装,记者得知景区售卖的花果茶出自福建厦门。在网购平台上,有不少“景区同款厦门花果茶”。记者把在南锣鼓巷拍摄的1.2元/克花果茶给网店客服看,他表示店里有同款,而且售价是95元/500克。换算下来,0.19元/克。

在一家网店的评论区,有消费者问:“跟景区1块2那种一样吗?”结果,一石激起千层浪,有100多个消费者在

这条评论下回复。从回复所涉及的地点来看,北京南锣鼓巷、上海南京路、深圳东门、杭州西湖、成都宽窄巷子、重庆洪崖洞、厦门鼓浪屿、苏州平江路、哈尔滨中央大街、长沙五一广场、黄山宏村、大理古城、凤凰古城等国内知名旅游目的地被大面积命中。而且,很多评论也都提到,在“怀旧店”被坑。

记者发现,这些消费者在评论中,绝大多数都对当初旅游时购买花果茶的行为表示后悔。只是有的碍于面子,有的自认没看清楚、不会算数,只能自认倒霉了。

经营者与其进行交易。其中所称的价格欺诈,是指经营者利用虚假的或者使人误解的价格手段,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易的行为。

商家利用不走寻常路的计量单位,从法律上看,确实存在误导行为。“因为商家自己清楚商品单价,但从实际情况看,消费者并不完全清楚。”北京市隆安律师事务所杨晓波律师提醒,游客遭遇此类因计量单位产生的误导行为,可以拨打12345热线,大胆投诉,维护权益。 据《北京晚报》

●案例● 弱化价格标示被整改

也没有做好告知工作,会立即整改。消委会认为该店铺涉嫌违反《明码标价和禁止价格欺诈规定》,侵犯消费者合法权益,应使用消费者约定俗成的计量单位,若个别使用特别计量单位的商品,应提醒消费者并以显著方式予以标注。

据《明码标价和禁止价格欺诈规定》第十九条,经营者不得实施下列价格欺诈行为:(六)不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件,诱骗消费者或者其他经