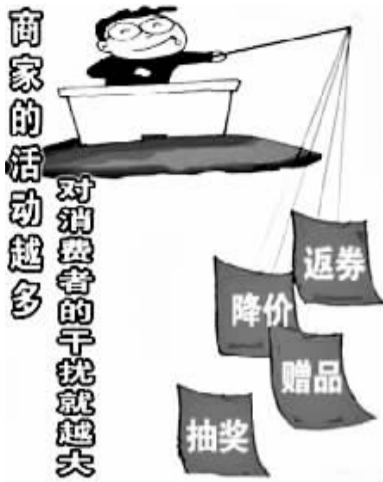


随着春节的临近，办年货的热浪越来越高。为了过一个快乐幸福的鼠年春节，人们不约而同要“奢侈”一次——给老人添些保健品，给孩子买新衣服，购置些吃的用的等。许多经营者揣摩消费者心理，抓住这个“有利时机”大力促销。然而天上掉馅饼的事少有，脚下陷阱害人的事常有，个别不法经营者设下所谓中奖、优惠之类的圈套诱骗消费者，一时间市场内鱼目混珠，良莠不齐……



者谨防上当受骗。

优惠券、代金券等闪亮登场

一位夏姓女士告诉记者，她于2007年4月在山城区某美容店办了一张优惠券，当时正值该美容店开业之际，办理面值400元的美容卡另送100元，且还能享受8折优惠。夏女士很是心动，毫不犹豫拿出400元办了一张卡，还当场签了一份销售优惠的合约。由于平时工作比较忙，她仅在该美容店消费了3次，花了370多元。去年12月17日，当她再去该美容店美容时，却发现这家美容店已经变成了一家小饭馆。在市工商局12315投诉受理中心记者了解到，我市多家超市和商场都开展有优惠券积分活动，承诺积到一定的分值，会赠送洗衣粉、卫生纸、食用油、电磁炉等物品。此外，某些超市和商场还会借着开业推出代金券、购物券等来刺激消费者，用这种方法来笼络消费者，实际上这些代金券、购物券等是违法的，希望消费者不要上当。

借猎奇心理，摸奖撞大运

去年12月，山城区一家商场为庆祝圣诞节，搞了一次摸奖活动，奖项共分9个等级，消费者只要付2元，就可以去尝试一下自己的运气，“保证人人都能够获奖”，小到一袋方便面，大到“捷达”自行车，并且保证当场兑现，还说这9个等级奖项的奖品不定，有可能九等奖是剃须刀，一等奖是方便面。很多市民对这种结果未知的摸奖方式大感好奇。2元钱买不了什么东西，可是摸奖摸出来的结果却满足了人们的好奇心。那次摸奖兑现的奖品以方便面居多，只有少数几个人摸出来了剃须刀。现场一位消费者说：“都快一个上午了，还没有见自行车‘花落’谁家。”

看不见的陷阱

奖品广告误导

某商场为宣传其产品，介绍产品时说箱箱有奖，消费者参加后发现实际上是必须购2箱以上饮料才能中奖。还有消费者反映，得知一商家的促销宣传承诺购物满50元可以免费抽奖，并有精美礼品相送，便从很远的地方赶过来购物，结果发现所谓“精美礼品”不过是一个价格低廉的小纪念品。

奖项缩水没商量，想说爱你实在难

新区的吴先生曾经抽中了到海南七日游的大奖。他按主办购物抽奖活动公司的要求准备了相关旅游手续和物品，可活动期限快到了，却接到举办单位的通知，说是由于资金、人数等方面的原因，中奖者只能到信阳鸡公山小玩两天，实在抱歉。

自定规则太随意，格式条款逃责任

一些商场搞购物赠物活动时，宣传的赠品与实际赠品不一致，有“挂羊头卖狗肉”之嫌，并且以广告写有“赠品以实物为准”或者“本活动解释权归某某所有”来搪塞。曹先生曾参与了某商场购手机送打印机活动，交完钱取的赠品偏偏没有价值较大的彩色墨盒，商家宣称“在广告上已注明只送打印机，没有

送墨盒的说法”。

购物抽奖不透明，奖项设置无人监督

可以毫不夸张地说，每次促销购物活动中大奖数不胜数，举办者利用诱人的奖项和高中奖概率吸引众多消费者购买其产品。虽然商品销量上去了，但很少听说举办者公布中奖结果，究其原因就是没有监督机制。

藏头露尾躲承诺

不少经营者在促销活动前期的宣传很诱人，到了该践诺时却想尽办法能躲就躲。一消费者参加某火锅店吃100元返50元的活动，持返券消费时因店内客人多而未能消费成。待其第二天再去消费时，却被告知已过期，因墙上有不明显小字写着“限当日用，过期作废”。

活动期间改奖项

一消费者参加当地打电话、存积分、换话费活动，当积攒到10000分兑换700元话费时，公司单方面将奖励改成了兑换手机。

虚搞活动，画饼充饥

为吸引消费者，有的经营者只是画一张“饼”骗消费者上当。如有的超低价物品限卖活动，消费者如约前往时却被告知低价物品已卖完，即使是在约定时间第一个到也会遇到如此回答。一位张女士很生气地告诉记者，某家商场打出广告，原价1000多元的冰箱只卖几百元，而且是双开门的，她就将已订购的冰箱退了，准备换到做此广告的店里买。但到商场一看，广告宣传的冰箱其实是单开门的，而且价钱也没有降。

促销背后圈套多

商场打折、返券愈演愈烈，高返券、低折扣必然对消费者产生巨

常需要添加一定数量的现金才能使用，于是在不知不觉中按照商家设置的方式完成了循环购物。对于积分返利，当消费者购物达到一定数额，就可领取一张积分卡成为会员，消费者为获得会员资格往往要先消费上千元甚至更多，获得打折的幅度却较低，一般为9折-9.5折。而且会员卡、积分卡在使用过程中，不少商场还以特价、打折不参加活动为由拒绝消费者按约定享受折扣，消费者因此得不到真正的实惠。

新区王女士认为，免费品尝、免费试用、免费拍照和免费赠送等活动，最能诱使消费者陷入商家设定好的所谓免费程序难以自拔，然而这些程序的终端仍是有价消费。天下没有免费的午餐，如消费者做免费美容，当美容服务进行到一半时，会被告知免费的只是服务，所用产品并不免费。一些商家开展特价、免费促销活动，特别是超低价倾销、限时抢购时，大量人流涌来，容易引发哄抢、挤踏事件，也给小偷创造了作案条件，带来了不少的安全隐患。

但是也有少量市民认为，促销活动是好事，它可以比平时可望而不可求的商品从“贵族”变得平民化，促销活动期间可以用少量的钱买到更理想的物品。

工商部门的意见

为了尽量减少消费者在商业促销活动中受到的损失，市工商局12315向消费者特别提示：要理智购物，返券多，真正能得到的实惠并不一定多；还要货比三家，选择质优廉价的商品；小心免费陷阱，商家推出“免费”的最终目的是有

偿销售；对赠品要

当面检查清楚，看是否过期或符合不符合质量标准，并要求销售人员在有效票据上注明赠品名称、型号；参与购物抽奖活动前问清规则，以免掉进多重消费连环套；提高自我保护意识，发现价格欺诈行为要及时投诉或举报，当发现权益受到侵害时，注意保留好相关证据，及时与经营者交涉；赠品有问题仍可要求商家承担责任，商家送的赠品属于附义务的赠与，《合同法》规定：赠与的财产有瑕疵的，赠与人在附义务的限度内承担与出卖人相同的责任。赠与人故意不告知瑕疵或者保证无瑕疵，造成受赠人损失的，应当承担损害赔偿责任。

规范管理 刻不容缓

促销活动的根本目的在于赚钱，我们都知道挣钱需要通过诚实合法经营，像市场上一些不负责任的促销，可以说是一种变相的不正当竞争，其最终结果会导致市场秩序的混乱，损害经营者和消费者的利益。市场也需要和谐，希望有关部门能够进行规范，建立一套可行的制度，加强监督，让形形色色的优惠活动实质化、透明化，真正让消费者受益，避免消费者上当受骗。



大诱惑。然而，精明的商家从来不做赔本的买卖，低价背后的数字游戏让人一时难以明白，尤其是返券设立的连环套规则，往往让消费者不胜其烦。而打折品、赠品出现质量问题后，商家常常拒绝承担修理、更换、退货等法律责任。

返利卡哄人玩

一些商家为了长期拴住顾客，推出各种名称的返利卡，但当消费者认真真攒了一年的积分后，得到的实惠却往往令人啼笑皆非。

抵券成废纸

有两家超市联合举办的购物券可以冲抵现金在超市内使用，当消费者持券购物时，却被商家告知购物券不能使用了，原因是由于当初两家超市签订合同时，他们只负责15万元的购物券，他们现在已经是超额完成了兑换业务。

市民对不同促销手段的态度

一位马先生说，像“买100元送100元”等形式的返券诱导消费者循环消费，这种方式乍看起来和商品打折一样，而实际上必须购满商家规定额度的商品才称得上是赠券，消费者为了获得代金券，不得不再买东西凑整。而且代金券购物不找零，顾客经



诱惑背后的猫腻

本报记者 李鹏

看得见的诈骗

赤裸裸的欺骗

1月18日，新区手机尾号是9138的张先生向记者反映，他在一家商店给孩子买了块绿箭牌口香糖，回家后打开包装一看，有文字提示他中了大奖——一辆小轿车。当张先生按照联系方式询问如何兑奖时，对方声称，要么张先生到广东兑奖点，把车开回去；要么先邮过去1000元，由他们出钱找拍卖师，采取拍卖方式拍卖轿车后将钱寄来。张先生害怕是骗局，想先拿钱，与对方几经交涉都没有什么结果。1月19日，记者电话联系了箭牌糖果（中国）有限公司，他们当即指出，那是骗子打着大奖的幌子来欺骗消费者。该工作人员还称，近期他们发现仍有不法分子利用箭牌产品或名义进行“中奖”诈骗活动。一些不法分子在“奖券”中向持券人许以各种丰厚奖品，并通过电话授意消费者向其指定账户汇去各种名目的领奖费用。该公司早就郑重声明：“本公司没有举办任何形式的促销活动。对不法分子的上述欺诈活动及其产生的后果，本公司不承担任何法律和经济责任。”并且该工作人员还说公司已经分别在 <http://vsearch.cctv.com> 和《大河报》等媒体上发表声明，提醒消费

