



# “放心消费”建设显成效

## 这个指数位居台州榜首

“没想到网上买的东西，在家门口的实体店就可以进行退换货，真是省了不少事。”说起近期的一次购物体验，市民王女士语带惊喜。原来，王女士网购了一双运动鞋，但收货后试穿发现鞋子不合适，便在网上申请换货。客服告诉她，附近就有实体店可以进行退换货。于是，王女士就近到店里现场试穿后，更换了一双合适的鞋。

王女士的愉快购物体验，得益于我市“放心消费”建设工作。鼓励实体经营者推行“无理由退换”服务、向村居（社区）延伸设立消费维权服务站点、消费纠纷多元共治、开展消费者暗访式体验评价……这一系列推进“放心消费”建设的举措，既提高了经营者的诚信度和美誉度，也提升了消费者的满意度。

### 典型案例 》

#### “秒杀”成功，商家拒不兑现？

仅用1元就抢购到价值1740元的墙布？感觉自己就像中了彩票那样幸运的王先生，到商家兑现时才发现事情没那么简单！

去年，家住城东的王先生通过微信朋友圈收看了一档名为“关键72小时”的直播节目，进而了解到当地一家墙布店正在举办“1元秒杀抢购原价1740元的墙布”活动，参与活动的要求很简单——转发朋友圈并集赞36个即可。王先生觉得难得，于是赶紧进行了转发集赞，并最终成功在直播当天秒杀抢购到该墙布。但到店兑现时，该店工作人员表示，王先生还须保底消费1000元才能享受此优惠。王先生表示该活动页面并未标明保底消费1000元的要求，认为商家在宣传时故意遗漏重要信息，欺骗误导消费者，于是向消保部门投诉。

经消保人员调查核实，王先生反映的情况属实。消保人员表示，消费者权益保护法规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。《浙江省广告管理条例》也有明确规定，法律、法规、规章规定广告中应当明示的内容，应当显著、清晰表示，“涉及优惠内容广告，应当明示所优惠的商品或者服务的品种（项目）、条件、时限以及幅度或者数额”。

在充分了解有关规定后，墙布店负责人表示此次推广活动确实存在准备不充分的情况，包括未在发布链接中明确告知客人相关事宜。随后，该负责人向王先生表示了歉意，并答应给王先生以1元秒杀价格提供墙布。双方达成和解。

针对商家涉嫌违法发布广告的行为，执法人员还依法予以立案处理。

#### 宣称价值超2000元的盲盒 拆开后却发现网上同款商品差价很大

直播间宣称价值超过2000元的盲盒，竟拍下拆开一比价，却发现网上同款商品售价差别很大！

喜好收藏各类打火机的杨先生，在逛淘宝直播间时，看到有商家在推介打火机盲盒，宣称价值超过2000元。当他以近1200元的价格竞拍下这款商品后，拆开一比价，却发现网上同款商品售价只有200多元，与商家宣传的相去甚远。在商家表示盲盒商品不支持七天无理由退货后，愤怒的杨先生拨打举报电话进行了投诉。

接到投诉后，消保人员仔细查看了杨先生保存的直播间宣传截图以及盲盒链接的详情。对于杨先生声称的网上同款商品售价只有200多元的说法，消保人员了解后发现该款商品网上售价差异较大，也有售价2000元左右的，尚不能认定商家虚构商品价值，还需启动相应调查程序。消保人员指出，根据淘宝网2021年12月21日正式生效的《淘宝网盲盒/福袋商品管理规范》，盲盒/福袋商品的七天无理由退货依照《淘宝网七天无理由退货规范》处理。杨先生竞拍的打火机虽属盲盒产品，但以竞价形式拍下，不属于《淘宝网七天无理由退货规范》的支持范围。但商家对产品的信息描述没有遵照《淘宝网盲盒/福袋商品管理规范》，将商品范围、类型款式（以图片展示）、数量、品牌、价格等标明，侵犯了杨先生的权益。

最终，在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。

消保人员指出，“盲盒”消费模式近年来非常流行，在互联网、短视频的加持

下，已从最初的公仔、手办到文具、美妆等商品，逐渐发展成了现在的万物皆可

“盲盒”，但是随之而来的消费纠纷一直困扰着消费者。目前尚无关于盲盒销售的特定

法条，其作为新兴产业在法律适用上存在较大争议，只能遵循《中华人民共和国消费者

权益保护法》以及一些平台方制定的规范来维权。消保部门提醒广大消费者，面对

“盲盒”消费，切不可盲从，要保持理性，根据自己的经济能力、消费需求等量力而行，

避免成瘾。同时，要尽可能地注意收集保留与交易有关的链接、描述和聊天记录等凭证，

避免购买通过盲盒模式销售的“三无”产品。

在消保人员的调解下，商家同意了杨先生的退货请求，并且承诺依法依规销售商品。