



现象

» “五倍退差”不好拿

“若您在本超市购买的商品价格高于本市距离超市3公里内其他同类超市同一商品(促销品除外)当日的价格,或者商品收银价格高于当日卖场内价签标示价格,我们将给予您该商品差价5倍的赔偿”,对于这段“表白”估计大多数人不会陌生,这正是张贴在家乐福超市电梯旁边、超市入口等显眼位置的“5倍退差”海报。

然而正是这5倍差价却让宛小姐很是窝火。最近,宛小姐在国购广场的家乐福购买了一盒某品牌的保健品,价格是158元,后来她发现周围的百姓缘大药房该保健品的价格仅为128元,对此家乐福工作人员给出的解释是,方圆三公里以内的同类型超市才能获得赔偿。于是,宛小姐又咨询了位于清溪路的大润发超市,其给出的价格为148元,愤怒的宛小姐再次要求家乐福工作人员给予解释并赔偿5倍差价,此时家

乐福工作人员又给出了新的要求“赔偿可以,但请出示同一时间另外一家超市的购物小票作为证据。”对此,宛小姐表示十分无语,“我又不是神经病,怎么可能一天跑到两家超市买一样的东西。”最后宛小姐只好作罢,至今也没有了下文。

宛小姐在家乐福遇到的“5倍退差”事件似乎并不仅仅是个例。从家乐福的口号来看,无论是“距离本超市3公里以内”、“同类超市同一商品(促销品除外)当日的价格”还是“收银价格高于标签价格”,都给了极其狭窄的限定范围,常常让求偿者束手无策,只能打掉牙齿往肚里吞。倘若在此范围内能顺利求偿5倍退差倒也无可话说,毕竟这“退差”是作为“福利”赠送给顾客的,但往往不少顾客在家乐福不但享受不到“便宜到家”的优惠,反而会频频掉入“阴阳价格门”、“价签门”、“差价门”等陷阱,而且难以求偿。

» 擦亮眼睛看原价

国家发改委在对家乐福等大型超市的处罚通告中称,在家乐福长春市家乐福新店发现有“虚构原价”违法行为,其中该店销售的“七匹狼男士全棉横条时尚内衣套”,价签标示原价每套169元、促销价每套50.70元,但经查实原价应为每套119元“三枪暖棉加厚型圆领长袖男内衣衫裤”,价签标示原价每套99元,促销价每套79.20元,经查实原

价应为每套89.90元。

沃尔玛部分门店同样有类似情况。如沈阳市沃尔玛中街店销售的5公斤装的“香雪高级饺子粉”,价签标示原价每袋30.9元、现价每袋21.5元,但经查实原价应为每袋23.9元。南宁市沃尔玛朝阳路分店销售“雀巢咖啡”,价签标示原价每盒43.9元、现价每盒35.8元,经查实原价应为每盒37.3元。

策略

» 低价招徕顾客高价结算

据发改委称,家乐福、沃尔玛部分门店还经常出现低价招徕顾客高价结算的违法行为。如上海市家乐福南翔店销售弓箭球形茶壶,价签标示每个36.80元,实际结算价每个49.00元;销售时尚衣架,价签标示每排9.90元,实际结算价每排20.50元。重庆市沃尔玛北城天街店销售良平铁观音,价签标示

零售价每袋29元,实际结算价为每袋39.8元。

多数消费者在购物后都处于对大型超市的信任,直接付款走人,很少去仔细核对小票上的价格,而这正好给这些超市钻了空子,如果不是差距较大,消费者一般很少发现。专家提醒,千万不可滥用自己的信任,造成损失。

» 使用误导性价格标示

部分超市还发现不履行价格承诺、使用误导性的价格标示行为。如昆明市家乐福白云店销售老树普洱茶,宣传海报标价为每盒60元,实际结算价为每盒120元。哈尔滨市家乐福会展店销售内衣,广告宣传“全场三折起”,但实际销售中没有一个品种以三折价格进行销售。

此外,昆明市家乐福世纪城

店销售特色鱿鱼丝,销售价格为每袋138元,价签标示时用大号字体标示“13”,用小号字体标示“80”,诱导消费者误认为销售价格为每袋13.80元;销售2000克火腿礼盒,销售价格为每盒168元,价签标示时用大号字体标示“16”,用小号字体标示“80”,诱导消费者误认为销售价格为每盒16.80元。

家乐福 “五倍退差” 逗你玩

出于对大超市的信任,市民宛小姐前段时间来到家乐福购物,没想到最后不仅价格更贵且没有拿到家乐福标榜的“五倍差价”,倒还落了一肚子气。今年以来,上海、长春、昆明、哈尔滨、长沙、深圳、武汉等地多家家乐福门店因顾客陷入阴阳价签等问题求偿无果后投诉被相关部门调查处罚,受罚金额共计550万元。与此同时,沃尔玛、苏果等大型超市也分别陷入价格陷阱之中,商家在一次次地考验着消费者的神经。

本报记者

3.15 国际消费者权益日

商超



分析

部分零售企业 压力增大铤而走险

有业内人士表示,两家国际零售巨头的部分门店,均出现价签问题,并不是偶然。联想起最近两家巨头向供应商加码渠道费用,与中国供应商矛盾激化的事件,这些表象均从一定程度上反映了两家零售企业在中国市场的经营出现了问题。

广东省流通业商会执行会长黄文杰在接受媒体采访时表示,部分超市出现虚构原价、低价标示高价结算、误导性价格标示等行为,在零售业中并不陌生,“这些现象正是我们日常所说的‘促销陷阱’”。黄文杰表示,目前国内零售行业竞争激烈,零售超市要保持竞争优势,往往会采用多种形式的促销,加大优惠、降价等促销力度,但去年在高通胀压力下,零售企业的利润也被严重挤压,因此不排除有部分超市一方面以“低价”、“高折扣优惠”来吸引人流,拉动销售;另一方面又为保持业绩而采取上述“伎俩”。

另有业内人士透露,最近国际零售巨头家乐福频频爆出零供矛盾激化、高额收取渠道费、价格欺诈等负面新闻,实际上反映了去年家乐福在华发展面临很大挑战,企业竞争力下降,虽然去年家乐福仍有新店开出,但更多门店关闭、退出市场。而个中原因是家乐福在华的盈利模式主要来自于渠道费,供应商与其积怨很深,供应货品、供货量、供货时间不配合等因素都影响了其发展,令其竞争力下降;同时,其管理、运营的精力主要投入到对供应商,而对于门店、人员、营销则疏于管理,这也令其部分门店可能出现上述问题。

盈科律师事务所企业法律风险管理部主任陈北元认为,家乐福等超市价格的上述做法,侵犯了消费者公平交易的权利和知情同意权,是一种典型的价格欺诈行为,依据《消费者权益保护法》规定,消费者有权利要求家乐福支付商品价格双倍的赔偿金。

消费提醒

此类陷阱存在的原因有三:其一,只有极个别较细心的消费者会对购物小票和实物进行核查,或是经常逛超市的消费者价格心里大体有个数,但大部分消费者不会对此进行核查。其二,消费者对超市较为信任。其三,消费者购物较多时,很难进行核查,即便是想核查也没有这个精力和时间。

依据消法有关规定,消费者在购买商品或者接受服务时,有权获得价格合理的公平交易条件,也有权对商品或服务进行监督。超市无论从管理问题或是诚信问题上都应当重视、尊重消费者的公平交易权。在此提醒广大消费者:

- 1、消费者购物后要仔细核对小票和实物的价格。
- 2、发现问题后,应及时向消协投诉,向物价部门举报。



新民生
时代