

消费领域“潜规则”大盘点

本报记者 余英茂

生活中,消费者大多有过这样的遭遇:在影楼拍摄婚纱照,并非所有底片都能免费拿回来;在饭店用餐,不能自带酒水饮料,使用消毒碗筷、毛巾要另付费;网上购物送货时要先交款后验货;住宾馆退房必须在中午12点之前;购买打折商品,却发现商家将价格明降暗升……

诸如此类的消费“潜规则”几乎无处不在,形成了一个个消费陷阱,很多消费者身受其害,却由于疏忽大意并不知情。

如何破除消费“潜规则”?有人说,有效的办法就是让它们晒一晒太阳!

又是一年“3.15”,还有多少“潜规则”在悄无声息地侵犯着消费者的权益?记者对近年来频频出现的与百姓生活息息相关的消费“潜规则”进行了盘点,将其中的“猫腻”一道道,为消费者支招。

超市价签藏猫腻

时下,某些超市在价签上做文章,以低价吸引消费者购买,在结账时却按高价收费。

1月26日,国家发改委公布:家乐福、沃尔玛等超市的部分城市门店存在虚构原价、低价招徕顾客,高价结算、误导性价格标示等欺诈行为,决定对两家企业罚款950万元。

消费提示:玩“价格戏法”,在商业零售行业已屡见不鲜。因此,消费者结账后应当场核对商品的标价与付款清单是否相符,以免上当。

免费停车责任自负

一些商场、宾馆、酒店为消费者提供免费停车服务,不过,如果消费者的车辆在停车场发生损坏或被盗,商家常以未收停车费用为由,拒绝担责。一些消费场所还贴出了“免费提供车位,不负责看管,失窃责任自负”之类的告示,很多消费者认为商家“有言在先”,失窃了只能自认倒霉。

消费提示:《中华人民共和国消费者权益保护法》规定,“消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利”,“经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定,或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。格式合同、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的,其内容无效”,因此商家不收停车费或贴出免责声明,并不能免除其责任。

预付费有玄机

一些商家以办卡送礼、持卡消费打折等形式,吸引消费者办理预付费“优惠卡”、“储值卡”、“会员卡”,预付金额越多,优惠越多。

然而,办卡后消费者受到种种限制,商家的连锁门店服务不统一,优惠幅度不同,限定消费时间,消费者欲退卡卡内余额却不退还。更有甚者,商家提供一段服务后,就人去楼空。

消费提示:消费者不要被经营者的口头承诺所迷惑,更不要轻易相信街头推销的“优惠卡”、“会员卡”。在办理预付费卡时,应选择相关证件齐全、知名度高、信誉好的商家,逐条阅读经营者的持卡制度及服务条款,与商家签订书面合同,对相关服务内容作出细致约定,明确如何退卡、退余额等条款。



消费“潜规则”常以“霸王条款”的形式出现

先交款后验货

消费者在网上购物,快递人员送来网购物品时,常常要求消费者先付钱签收,再开包验货。即使验出问题,一些快递人员却声称:“只负责包裹的外包装完好无损,包裹内的物品发生破损、丢失、调包概不担责。”

消费提示:“先签字后验货”的做法,违反了《民法通则》、《合同法》等法规,消费者应当坚持先验货再签收付款。

网购秒杀“逗你玩”

相声大师马三立的经典段子《逗你玩》,很多人都记忆犹新,在生活中现实版《逗你玩》也不时上演,例如某些商家组织的网上“秒杀”购物活动。

冲着不可思议的超低价,很多消费者热衷于参加“秒杀”购物。然而,消费者常常很难进入“秒杀”网页,即便上去了,网页却显示活动结束。哪怕以最快的速度点击竞买,也难以“秒杀”成功。

消费提示:网络购物存在风险,有道是“天上不会掉馅饼”,某些“秒杀”活动不过是商家为吸引眼球、增加人气而玩的噱头。对此,消费者需保持冷静和理智,不可一时冲动中了商家的圈套。

二次收费

在餐馆就餐时,很多商家会收取1元钱的餐具消毒费。

在部分家电卖场,送货安装时,平板电视机

底座和支架要额外收费50~100元不等,洗衣机附带的管件如果过短,消费者也要加钱购买。

消费提示:二次收费行为既不合理也不合法,在这样的乱收费“潜规则”面前,消费者要严词拒绝,不要甘吃“哑巴亏”。

婚纱照底片不全送

拍摄婚纱照,只有制作成相册的底片,影楼才免费赠送,如果想拿回全部底片,商家以“版权”等理由要求另外加钱。很多消费者大惑不解:我花钱拍婚纱照,自己的照片底片“版权”难道不归自己所有?

消费提示:2009年12月1日起实施的《婚姻庆典服务》国家标准规定,“照片、录像带、光盘等所有资料一并交给顾客”。该标准是婚庆行业规范,消费者可据此免费索回所有底片,在拍婚纱照之前可与影楼签订协议予以明确。

饭店拒绝自带酒水

进饭店吃饭,很多店面都贴着“本店谢绝自带酒水”的店堂告示,顾客若自带酒水,有的饭店要收开瓶费或服务费。

一些消费者向记者坦言,饭店的酒水饮料价格太高,消费者并不想自带酒水,而是实出无奈。

消费提示:任何一种商品和服务,消费者都有权进行比较、鉴别和自主选择。餐饮业谢绝顾客自带酒水,违反了《消费者权益保护法》、《合同法》,侵害了消费者的自主选择权和公平交易权,属于无效条款。遇此情况,消费者可向工商局或消协投诉。

小额消费不开发票

在一些餐馆、商店消费后,付款时如果消费者不索要,商家多数不会给发票。即使是消费者索要发票,老板常以消费额太少为由拒绝。

消费提示:《中华人民共和国发票管理办法》规定消费金额满10元的,经营者必须主动给消费者开发票;消费金额在10元以下的,消费者要求开发票的,经营者必须开发票。“小额消费不给发票”的做法涉嫌偷税漏税,消费者可以举报。

宾馆12点退房

“中午12点之前结账退房”,否则再按全天收费,几乎是全国宾馆行业通行的做法,经营者称欧美国家也实行这一“国际惯例”。人民网调查显示:超过六成的网友认为这种做法违背了公平交易原则,是霸王行为。

消费提示:我市部分宾馆已延迟至下午2点退房,消费者可选择此类宾馆住宿,告别中午12点退房的“潜规则”。

消费“潜规则”缘何盛行

大到家用电器、物流行业,小到吃饭、快递,“潜规则”林林总总,数不胜数,有人甚至惊呼:“三百六十行,行行潜规则。”

记者在街头随机采访了多位市民,说到消费“潜规则”,受访者每人都能列出几十项。“我遇到的消费潜规则实在是太多了,餐饮、住宿、旅游、娱乐、装修、物业、手机维修等行业,哪一个不是变着法地跟你多要钱?最可气的是去饭店吃饭,除了付饭钱,用一次性碗筷饭店还要另外收1元钱,难道顾客还要自己带着碗筷去饭店吗?”市民刘先生生气愤地给记者讲述自己在消费过程中,遇到的各种“潜规则”。

消费领域之所以会存在大量“潜规则”,与部分商家唯利是图不无关系。“宾馆都是中午12点之前结账退房,超时要加收房费,为了不花冤枉钱,吃了早饭我就得从宾馆结账,然后拖着行李去跑业务,其实我只住了十几个小时,就要付一天的房费。可以说商家的‘无利不起早’是形成消费领域‘潜规则’的主要原因。”经常出差的刘先生深有感触地说。

消费“潜规则”盛行的背后,也反映出很多消费者的维权意识不强。

许多“潜规则”虽然是商家强加给消费者的,可是,面临“潜规则”侵权时,大多数消费者选择了忍气吞声,使得“潜规则”大行其道。天长日久,“潜规则”就成了“惯例”,大有愈演愈烈之势,有的消费者已经习以为常,反而觉得见怪不怪了。“谁消费没有碰到过‘潜规则’,可以说只要出门去消费,就不可避免。想一想为了一点钱和商家较真不划算,维权成本太高,再说一些‘潜规则’已经存在多年了,看看周围的人都能接受,我也就感觉无所谓了。”市民石先生坦言。

“潜规则”常常以“霸王条款”的形式,出现在消费者面前。3月10日,郑州市工商局、市消费者协会联合发布警示,提醒市民在消费过程中,要认清经营者推出的“霸王条款”。

这些“霸王条款”通常有这样几种“面目”:经营者在格式条款中排除消费者的合法权利,如“本公司拥有最终解释权”、“客户不得以任何理由退货”等;格式条款含有加重消费者责任的内容,如签订旅游合同时规定“因游客自身原因不能随团出游,旅游费用一律不退”,一些经营者要求消费者损害物品所付赔偿金超过法定数额或者市场合理数额,如宾馆的《入住须知》里规定损坏一个茶杯赔50元,损坏电视遥控器赔200元等;格式条款含有免除或限制提供方责任的内容,如旅行社合同中“旅行社因故提出解除合同的,退还游客部分费用”的条款,都免除或者限制了提供方的责任。

向“潜规则”说不

遭遇“潜规则”,作为消费者你会交涉、投诉,必要时采取诉讼方式吗?

对此,中国青年报社社会调查中心进行的调查显示,几乎所有消费者都曾被“潜规则”过,仅0.6%的人表示“没遇到过”。消费者在遭遇“潜规则”时会怎么做?调查发现,高达78%的人选择“忍了”,只有44.1%的人会和商家交涉。

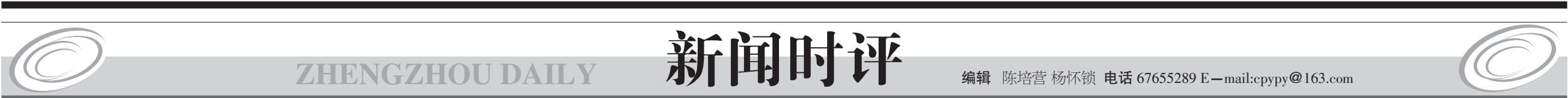
商家实行“潜规则”,利用消费者容易忽略或者不懂相关消费常识的弱点,获得了一些暂时的利益,但从长远来看,商家未必是永远的赢家。

省商业经济学会秘书长宋向清认为:消费“潜规则”盛行的背后,折射出经营者商业诚信文化的缺失,“潜规则”给商家带来了看得见的眼前利益,因而在行业内得到“广泛认同”。商家心照不宣地利用潜规则多赚钱,上帝反而成了潜规则的“冤大头”,这绝非是任何一个行业发展的长久之计。

长期从事消费维权的郑州昂道律师事务所的邵存灵律师告诉记者,我国《消费者权益保护法》明文规定:“经营者与消费者进行交易,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。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。消费者享有自主选择商品或者服务的权利。”《反不正当竞争法》也明确规定:“经营者销售商品,不得违背购买者的意愿搭售商品或者附加其他不合理的条件。”层出不穷的消费“潜规则”损害了消费者的安全权、知情权、选择权、公平交易权等合法权益,消费者遭遇“潜规则”,应当勇敢地拿起法律武器维权。

“潜规则”已经成为诸多消费领域的“顽疾”。邵律师认为,“潜规则”大多属于不公平、不合理条款,但由于缺乏相关证据和维权知识,消费者举证维权时常常处于被动弱势境地。消费“潜规则”的存在与破除,其实是商家与消费者之间的一种权益博弈,治本之道在于加快相关方面的立法,完善相关行业规范,让“显规则”代替“潜规则”,不给无良的商家以可乘之机。

显而易见,根除消费领域的“潜规则”任重而道远,还要经历很长时间,不仅需要相关管理部门加大监管、处罚力度,还需要消费者加强自身的防范意识。因此,受到“潜规则”侵权时,消费者请你大胆地说“不”。



以切实行动从国富走向民富

今年“两会”的重点议题是改革收入分配格局,缩小收入分配差距、提高居民收入,这也是公众最为关心的问题。

近些年来,我国经济虽然持续保持高速增长,却也长期无法摆脱以出口和投资拉动GDP增长的恶性循环,内需不足使我国经济缺乏持续发展的内在动力。内需不振的重要原因,目前来看已不是社会财富总量不足,而是社会财富分配不合理,普通民众虽然消费需求和意愿都很强烈,但一方面是没钱消费,一方面是因为社会公共品不足而不敢消费。

因此,发展早期以经济增长“一俊遮百丑”的模式已经不适用于发展要求,仅以做大经济总量来解决经济社会发展问题的空间越来越小,转向民富优先为导向的发展模式已经越来越成为社会共识。

虽然社会普遍认同收入分配体制改革是撬动国内消费需求增长的战略支点,甚至已经有学者提出民富优先,关系到我国经济的二次转型和改革走向,是经济能否进一步腾飞的关键点。然而,改革收入分配虽然年年提,当前的现状依然是“GDP一大步,财政收入两大步,居民收入迈半步”的状态。

究其原因,从增长计划来看,“十二五”规划纲要草案虽然指出“居民收入增长和经济发展同步、劳动报酬增长和劳动生产率提高同步”,却并没有将城乡居民实际收入增长和劳动报酬年均增长指标作为“十二五”规划的约束性指标,各地自然不会像保GDP增长一样保居民收入增长。

从增长方案来看,虽然认同提高居民收入需要注重劳动报酬在初次分配中的比重,加大政

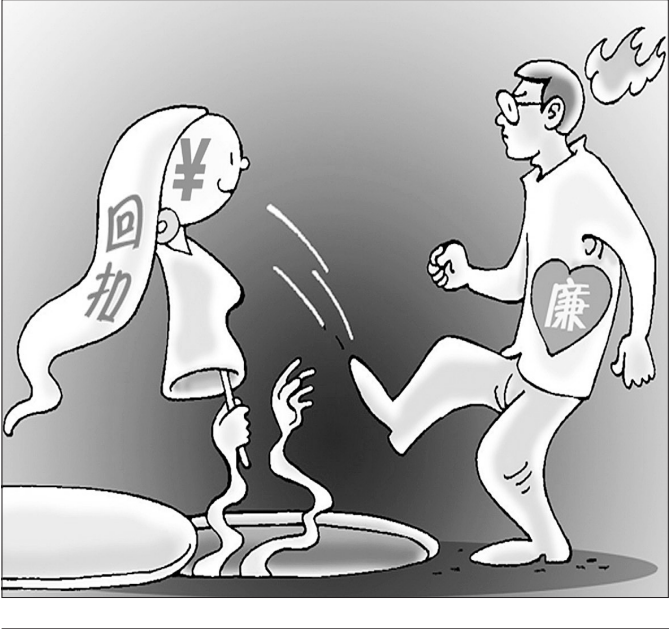
府在公共领域的投入、深化垄断行业收入分配改革等多予、少取、注重公平的措施,却在具体行动时,因无法撼动相关利益体的既得利益,而造成分配问题处于长期只见口号、不见实际的状态。

分配制度改革因为涉及政府、企业和劳动者的三方关系,要提高居民收入,势必降低政府所得在GDP中的比重。所以,要让民众真正富起来,关键在于加大政府转型。政府要从自身利益束缚中超脱出来,强化公共利益的代表地位,提供充分的公共产品,走向公共治理。同时,分配公平方面也不应只强调行业和地区间的结构性不公,要考虑国民财富中国家和居民所占比重的合理性,要将权力机构运行的成本透明化,加快实行财政预算、决算公开,增强社会对财政预算和支出的监督,将权力运行产生的不合理花销降下来。

日本在上世纪60年代制定“国民收入倍增计划”,促成国内消费革命,成为经济起飞的转折点。中国是否需要自己的国民收入倍增计划,目前尚存争议,反对者担忧制订计划会造成政府对市场的过度干预以及可能的通货膨胀。实则,从世界范围看,有无形式上的计划表并不重要,关键还在于经济政策制定、社会财富分配制度等方面以谁为重,有没有勇气和决心改革,能不能打破既得利益的阻挠。

民富优先的经济方针,不仅关乎民众生活水平能否提高的问题,也是释放社会总需求、培育经济内生增长动力的重大选择,这是经济能否成功转型,全体社会成员能否共享改革成果的关键。从国富走向民富,是我们不得不面对的转变。 王亚欣

新闻时评



“幸福公式”演绎出的结果才是幸福

“2011+?=幸福”。对于这道幸福公式题,每个人都有自己的答案,答案的背后是不同的愿景和诉求。两会期间,众多代表委员用自己的话语填写了这一“幸福公式”。一道简单的“幸福公式”,表达了他们对幸福的不同理解。(3月13日新民网)

幸福可以列出许多公式,可幸福本身却远比公式复杂。幸福都是相似的,只有不幸才各不相同。幸福,主要是人自我的一种主观感受。“幸福存在于意识到我们拥有它”。人只有感到了幸福,才会有幸福可言。我觉得我幸福,那么我就是幸福的。幸福虽说是主观感受,但是人的幸福感多数时候得有客观事实的支持。

人不能脱离环境,环境是人在自然中的一呼一吸,是人的“五感”:触觉、听觉、视觉、嗅觉、味觉,是人知冷知暖的栖居。环境从来就是人幸福的条件、幸福的根基。好的环

境是人之幸,坏的环境是人之灾。营造环境就是营造幸福。低碳消费、绿色发展不仅仅是环境理念,还是“幸福公式”中不可或缺的环节;不仅仅是施政者的作为,还是人们所要选择的生活方式。“幸福公式”通向的是具体的幸福目标,是良好的生态环境。用破坏性建设,糟蹋环境,再好看的建设也是无效之举,再高的GDP也与人们的幸福无关。改善环境就是增加幸福。洁净的水、新鲜的空气、安全的食品,都是人们的生活必需品,“幸福公式”就是这些必需品于人们满足的方式、满足的过程。

每个人都有自己的幸福观,都有对幸福的真切看法。每个人找到了符合他们天性的生存方式,才会有生活的信心来源。人们生活得更尊严,社会更加公平公正,人们免于匮乏的自由、免于恐惧的权力,这些都是“幸福公式”里的关键元素,都是衡量幸福的重要指标。因此,

清廉也是救自己

据报道,复旦大学图书馆馆长葛剑雄,将图书馆的经费开支对外公布。由于实际售价与图书上的标价相差较大,产生的回扣一年可高达几百万元,拒绝这类回扣的葛剑雄说,公开财务支出的目的就是为防止腐败,这么做“是在救自己。”

诚哉斯言。这句看起来很傻的话语,细品却充满了哲理和睿智。身为人民公仆,手中有了某些权力,在并不规范的市场经济条件下,必定成为许多企图借用这一权力以获取额外好处的不法商家的行贿目标,而当下给贿赂裹上最时髦包装的,便是“回扣”。谁若贪欲未禁,眼馋心痒,欣然收下这些钱财,那么,必然就变成人民的罪犯。成千上万贪官们的沉沦历程正是印证这一定律的形象例证。

葛剑雄坚守廉洁拒回扣的姿态,为众多官员们带了一个好头。吴之如 文/画

人类幸福有诸多障碍,生存中的非良性竞争是障碍,人与人之间非人性的事亦是障碍。幸福是民众一切关切中最切身的关切,一切利益中最切身的利益。在现实语境里,幸福是民生问题,是柴米油盐酱醋茶,是关乎每个家庭生存的最基本的保障。但是,每个人都明白,“幸福公式”不等于幸福,“幸福公式”所演绎出的结果才是真正落到实处的幸福。亚里士多德说:“幸福在于自主自足之中。”从这个意义上说,幸福就是顺心、顺气,就是确立价值,就是生活得越来越好。今 语

日本大地震告诉我们什么

日本3·11大地震给日本一次重创,给世界各国也将带来程度不一的影响。震后的救灾仍在继续,中国也向日本伸出了援助之手。对中国来说,除了积极进行人道主义的驰援外,还需重新审视日本地震带来的教训,进一步做好防震减灾的各项准备。

胡锦涛总书记在纪念汶川地震一周年的讲话中说,“提高防灾减灾能力,是保护人民生命财产安全的必然要求,也是人类社会共同面临的重大课题”。日本大地震告诉了我们什么?

有专家指出,从地震引发印度洋大海啸的2004年开始,地球再次进入地震相对活跃期。仅在2010年,全球就记录到28次7级以上地震。而按照前两次地震活跃期都持续了10年以上的规律,近年地球可能处在地震多发期当中。这也就意味着,做好防震减灾各项工作的重要性已经不容忽视。

日本此次大地震除了自然破坏力惊人之外,最令人担忧的还是核泄漏的影响。面对日本的核电站事故,中国环境保护部(国家核安全局)已经要求全国各级环保部门加强对辐射环境自动监测站的监控,对该事故继续密切跟踪,评估对我国的影响,及时有效做好应对工作。同时,建议向相关民众普及如何避免遭受核污染的知识和做法。而从长期来看,最好全面检查核电站的安全状况,更科学地评估今后核电站的规划、建设和发展。

中国电力投资集团公司总经理陆启洲说,我国的第

三代核电技术比日本这次出事故的二代核电技术更安全,不惧地震。但是,日本3·11大地震巨大的破坏力还是提醒我们,为预防灾难,再多思想准备和物质准备都不为过。

日本地震对中国另一个重要提醒,是如何有效地增强自身的抗震能力和救援能力。日本建筑都能够抵御里氏7级以上的强烈地震,而学校之类的建筑,更是达到抗震10级,因而被称为最好的避难所。实践证明,日本建筑物的抗震能力对减缓地震造成的伤害起到了非常重要的作用。

从汶川地震之后,我国对提升学校和一些公共建筑的抗震能力也极为重视。北京今年校舍加固预算20亿元,这样的投入入来说是很必要的。但显而易见,在加强校舍等公共建筑的抗震能力方面,各项工作还可以更快一些。

地震面前,日本民众普遍表现出的秩序和冷静也令人印象深刻,这显然也是经过了常年的精神和物质准备。不管是在学校还是公司,日本的抗震演练已是家常便饭。日本人也养成了很多防震的好习惯,比如家里的