



川渝消委会联合发布消费提示 理性消费 谨防陷阱

新渝报讯(记者 张玮)共优消费环境，共建健康有序消费市场，日前，重庆市大足区消委会、四川省资阳市消委会和内江市消委会联合发布消费提示，提醒消费者理性消费，警惕消费陷阱。

川渝地区山水相连、人文相亲，两地市场监管部门在构建全国统一大市场、建设高标准市场体系、共创共建共享安全放心消费环境等方面取得了显著成效。在“3·15”国际消费者权益日到来之际，大

足、资阳、内江三地消委会联合发出声明，消委会及其工作人员不从事商品经营和营利性服务，不收取费用或者以其他谋取利益的方式向消费者推荐商品和服务；任何商家借助“3·15”或者消委会形象从事促销等宣传活动均与消委会无任何关系；消委会及其工作人员不会通过私下建群、要求下载 App 或小程序以及收费、要求消费者购买产品等方式处理消费纠纷；不以各类创建评比活动的名义来收取市场主

体任何费用，如遇类似事件请及时向所在地公安机关报案，也可向市场监管部门、消委会反映。

三地消委会联合发布的消费提示包括食品选购、网络购物、商家促销等六个方面。其中，选购食品时，要选择正规的商场、超市和市场，不采购“三无产品”、过期食品和感官异常的食品，不采购包装标识不齐全和过度包装的食品，不采购未按要求冷冻冷藏保存的食品；网络购物要货比

三家，看清网购商品的规格、保质期、价格、支付方式、配送范围、退换货规则等详细信息，不随意透露身份信息、银行账号、密码、验证码；办理预付式消费卡时，尽量选择规模大、证照齐全、信誉好、经营状况良好的商家；在参加“3·15”促销活动时，消费者要保持理性、全面了解促销手段中设置的附加条件，谨防虚假打折、虚假抽奖；老年人在保健品消费过程中，要时刻保持谨慎，通过正规渠道购买并核查保健品企业及产品

信息，发现上当受骗保留相关证据，依法保护自身合法权益。

“购买商品或接受服务时一定要养成索取保留凭证的习惯，妥善保管消费发票、小票、电子交易信息等有效凭证。”大足区消委会相关负责人提醒，发生消费纠纷时，消费者可先与商家协商解决，协商不成可通过拨打 12345 或 12315 投诉举报电话，也可以向当地相关行政职能部门、消委会投诉，依法维护自身合法权益。

以案释法

□ 新渝报记者 张玮

案例一： 饭店过道放热水 市民被烫伤获赔

2022 年 1 月，李女士向重庆市大足区消费者权益保护委员会(以下简称大足区消委会)投诉，2021 年 12 月 12 日，在某饭店就餐时，8 岁的儿子被饭店的热水烫伤。李女士要求饭店承担全部医疗费、护理费、营养费等共计 7000 元被拒。

接到投诉后，大足区消委会立即展开调查。经查，事发当天，饭店把一锅热水置于过道，锅中热水流出导致李女士的儿子右脚踝踝处二度烫伤，住院治疗等费用共计 7000 元。

李女士认为，饭店将热水放置在过道导致其子受伤，应承担全部费用。饭店称，一直都把热水放在过道上，李女士作为监护人没有尽到监护责任，因此只愿意承担部分费用。

大足区消委会认为，饭店违反经营者的安全保障义务导致李女士的儿子被烫伤，有重大过错，应当承担全部法律责任。经调解，饭店赔偿李女士损失 7000 元。

根据《中华人民共和国民法典》(以下简称《民法典》)第一千一百九十八条和《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消法》)第十八条第二款的规定，经营者应当保证其向消费者提供的产品和服务的安全，此外，其还应当尽到安全保障义务，即保障就餐场所的安全，防止消费者在其管理的场所受到损害。本案中，饭店作为经营者应当预见到将热水置于就餐场所的过道上会导致人员受伤的可能，但是没有采取必要的相应措施，导致李女士儿子的右脚踝二度烫伤，存在重大过错，未尽到安全保障义务，应当承担相应的法律责任。

案例二： “缩水”的披萨被规范标注

赵先生向大足区消委会投诉，2022 年 11 月 21 日晚，通过外卖平台在某披萨店购买了一个 9 寸的手工芝士披萨，消费 28 元。他发现送来的披萨尺寸不对，便找来一把卷尺，测量发现披萨直径约 23 厘米，但 9 寸应是 30 厘米左右。赵先生质疑披萨店存在虚假宣传，披萨店却坚持以计量单位是英寸为由不予理睬。

在调查中，赵先生提供了完整的披萨实物和对应的订单截图、外卖小票，均显示其购买的披萨为 9 寸。消委会工作人员现场测量披萨尺寸约为 23 厘米。

店家辩称披萨属于西式糕点，以“英寸”为计量单位，店里的披萨模具也是以英寸为计量单位，制作披萨时会把面饼填满对应尺寸的模具烤制，不存在欺骗。

经调解，披萨店向赵先生表达了歉意并支付 100 元。同日，披萨店将外卖平台上的西式糕点类食品的计量单位全部更正为“英寸”。

“斤”“两”“尺”“寸”等虽然不属于法定计量单位，但作为市制单位在我国仍被广泛使用。“英寸”属于英制计量单位，国内部分采用国外工艺技术的商品如笔记本电脑、手机、蛋糕等商品的长度往往按行业惯例使用“英寸”来描述大小。但不管是“寸”还是“英寸”均不属于我国法定的计量单位，因此，披萨店使用“英寸”作为披萨的计量单位，属于未使用法定计量单位的行为。

本案而言，披萨店在外卖平台将披萨的直径“英寸”不规范标注为“寸”，未真实、全面告知赵先生其购买的披萨的直径是按照“英寸”计算，违背了真实、全面告知商品

真实情况的义务，使赵先生产生了错误的认识，应当承担相应的责任。

本案结束后，大足区消委会对全区 211 户西式糕点店进行了摸排调查，发现仍然存在使用计量单位不规范不严谨的问题。为此，大足区消委会会同大足区市场监管局对辖区糕点行业进行了指导和规范，达到了“办理一件，规范一片”的效果。

案例三： 错把汽油加柴油 消委帮忙鉴真伪

2022 年 10 月 20 日，孙先生投诉称，当天在大足区某高速公路服务区的加油站购买 92 号汽油，消费金额为 200 元，但加油后汽车却无法正常运转，4S 店鉴定后称加了假油。更换其他 92 号汽油后，汽车又能正常使用了。孙先生认为该加油站销售的汽油存在质量问题，要求商家退款和赔偿。

经查，孙先生投诉情况属实，大足区消委会联合大足区市场监管局请专业技术人员对已加注到孙先生汽车油箱中的油品进行了检测。结果发现，油箱中加注的是柴油而非 92 号汽油。调取视频监控发现，系加油员误拿了柴油加油枪所致。

大足区消委会认为，由于加油站工作人员的过错导致加错油品，导致孙先生的汽车发动机受损，无法正常启动，加油站应当承担本次事件的全部责任。经调解，加油站承担汽车维修费 500 元，重新为孙先生加注 300 元 92 号汽油并赔偿其误工费 200 元。

根据《消法》第七条规定，消费者享有安全权，加油站因过失误将柴油加注到孙先生汽车油箱中，导致孙先生的汽车发动机受损，侵害了孙先生的财产权。

《消法》第十一条、第五十二条，《民法典》第一千一百八十四条规定，经营者提供的商品造成消费者的财产权受到侵害的，有权要求经营者承担赔偿责任等责任。因此，加油站误加柴油导致孙先生汽车发动机受损，侵害其财产权，造成了汽车故障，孙先生有权要求侵权人退还加油费用、按照市场价格支付因汽车发动机维修费用以及给孙先生造成的其他损失。

大足区消委会提醒，发现汽车加注的油品错误，切勿启动汽车以免造成更大的财产、人身损失，并及时联系专业维修机构处理。如果发现因加油站的原因加错油品，建议消费者即时用手机拍照、录音录像等固定证据维权。

案例四： 新空调不制冷 消委协调助售后

2022 年 7 月 14 日，田先生向大足区消委会投诉称，6 月 17 日，他花了 1600 元在一品牌空调店购买一台挂机，7 月开始使用后发现完全不制冷。田先生两次联系维修，但商家上门查看后未说明空调不制冷的原因，仅表示该故障是由田先生使用不当所致，拒绝免费维修。田先生认为，空调处于 1 年保修期内，要求商家履行“三包”义务。

大足区消委会现场查看后发现，田先生反映的空调故障情况属实。而商家坚称，是消费者使用不当导致的故障，不予免费处理。

大足区消委会认为，田先生购买空调时，商家并未告知其正确的使用方式导致使用不当出现故障，并且空调目前仍在保修期，商家应当根据法律规定，承担“三包责任”。

经调解，双方达成一致协议，该商家免费修理空调，并承诺会按照一年保修期为

田先生继续提供售后服务。

根据《中华人民共和国产品质量法》第四十一条的规定，如果是产品质量产生纠纷，消费者要求赔偿的，由生产者或者经营者承担举证责任。在本案中，田先生在购物后 1 个月使用空调，才发现自己的权利被侵害，空调的质量问题举证责任应当由商家承担。

根据《消法》相关规定，商家应当承担“三包责任”。《实施三包的部分商品目录》规定，家用空调整整机三包期为 1 年，主要部件(压缩机、风扇电机、温控器)三包期为 3 年。本案中，空调商家在给田先生开具的收据上也明确约定了 1 年保修期，因此应当按照法律规定和合同约定为赵先生免费修理空调。

案例五： 安装空调致框架梁损坏 百万赔偿起争议

2022 年 5 月 7 日，四川省内江市消委会经开区分会接到黄先生投诉，价值 500 多万元的别墅在安装中央空调时，由于工人操作不当，致使别墅框架梁受损，要求商家承担加固修复的费用，并额外赔偿 100 万元。

商家认为，框架梁损坏是意外造成的，加固修复即可，修复后对房屋安全不会造成影响，因此只同意加固处理。

接到投诉后，内江市消委会经开区分会对黄先生提供的相关资料进行了核实。经调查，黄先生于 1 月 12 日在内江某空调销售处，订购了一套价值 18.8 万元的中央空调。4 月 16 日，工人上门安装时未仔细查看房屋图纸，结果不仅未正确开孔，还因多次钻孔将别墅一层 2 轴/C 轴框架梁中的钢筋打断。

经第三方专业机构对房屋损坏情况进行鉴定，结论为该别墅梁底部纵向钢筋共损伤 3 处，外肢断裂，框架梁的承载力受到影响，须采取措施进行加固处理。

5 月 7 日，消委会工作人员组织双方第一次调解，但双方分歧较大，各不让步。

消委会工作人员认为，商家在安装中央空调时，因工人操作失误，导致黄先生家中别墅框架梁钢筋受损，侵害了消费者的财产安全权，理应赔偿。消费者的财产受损依法有权要求赔偿，但提出的 100 万元赔偿过高，缺乏相关法律依据支撑。

随后工作人员与双方分别沟通，普及相关法律知识，消费者将赔偿金额由 100 万元降到了 50 万元，商家提出愿意赔偿 10 万元，第二次调解再次因赔偿金额失败。

5 月 22 日，消委会组织双方第三次现场调解，结合现实客观情况，分析利弊得失，最终参考双方 18.8 万元的交易金额。

本案调解的难点在于赔偿金额无法确定，根据《民法典》相关规定，消费者购买空调在接受商家安装服务时，别墅遭受破坏，其财产安全权益受到侵害，消费者依法可以请求修复和赔偿，商家应当承担全部责任。

案例六： 手续不全上牌难

2022 年 2 月，董先生到四川省内江市威远县消委会投诉称，2021 年 10 月 4 日，在某车行购买了一辆价值 3480 元的电动三轮车，在车管所上牌时却被告知车辆的合格证编码有问题，多次找商家协商，但负责人一直推诿。

经威远县消委会调查，董先生购车时，销售人员承诺车辆所有手续齐全，可自行上牌照，也可代办。董先生出钱请车行帮忙，但直到 2022 年 1 月还未办好。董先生到车管所咨询，却被告知合格证编码有问题。

联系厂家客服得知，经销商未付清全款，厂家把该批次车辆的合格证全部封存报备。

2 月 17 日，消委会组织双方进行调解，车行负责人承诺一周内拿到合格证。但一周后经销商还是未能拿到合格证，董先生要求退车退款。

消委会工作人员明确告知车行负责人，因车行的原因导致车辆无法正常上牌，责任在于车行，造成的损失理应由车行负责。经工作人员反复协调，最终双方达成协议，由车行退还董先生购车全款 3480 元。

此案是一起涉及电动车因没有合格证导致无法办理上牌手续的典型案列。根据相关法律规定，本案该车行未按合同约定提供车辆合格证，导致无法办理上牌手续，造成的损失理应由车行承担。

案例七： 建材质量起争议

2022 年 3 月 14 日，杨先生到四川省内江市威远县消委会投诉，他在某建材经营部订购了一批价值 15000 元的琉璃瓦、水泥、门窗等建筑材料，并签订了合同，约定盖房时需要哪种建材就电话联系经营部送货。

3 月 12 日经营部送来了 2000 片琉璃瓦。然而，第二天使用时却发现琉璃瓦的弯桥幅度过大，和当初约定的质量不一样，杨先生与经营部负责人联系，要求退货或按当初约定的质量重新发货，但该负责人以琉璃瓦没有质量问题为由，拒绝退换货。

威远县消委会工作人员对杨先生提供的购货发票和合同进行了核实，同时又到该建材经营部核查。建材经营部负责人称，按合同约定型号给杨先生送的琉璃瓦，有厂家提供的产品合格证，没有违约。如果杨先生对质量有疑问可以请第三方专业机构进行鉴定，也可以到法院起诉。

工作人员分别与双方多次宣讲了相关法律法规，最终双方达成协议，由消费者杨先生在该建材经营部库房亲自选择符合自己要求的琉璃瓦，并延长质保期两年。

本案中，经营部提供了该批次产品的合格证，尽到了举证责任，如果消费者对该产品质量还有疑问，可以请双方认可的第三方专业机构进行鉴定。

案例八： 以“军工”噱头虚假宣传 安岳一网店被查处

2021 年 11 月 18 日，四川省资阳市安岳县市场监管局接到群众举报，四川某电子商务有限公司在开设的网店上宣称其所售的“盖聂 3537 劳保鞋”是军工产品，涉嫌发布虚假广告。

执法人员立即对该公司在某网上所开设的网店进行了线上核查，证实在其产品“盖聂 3537 劳保鞋”销售页面，使用了“军工”“正品专供”等广告用语，执法人员随即进行取证，并联系当事人进行了询问调查。据调查，该产品销售页面系当事人自行设计，宣传图片为其在网络上复制而来，而并非军工产品，只是想借“军工”字眼吸引消费者眼球。该网店为无货源网店，当客户在其网店购买商品时，当事人就从拼多多或淘宝网购买相同的商品发货，从而赚取差价。

该公司也并非军服承制企业，其发布虚假广告的违法事实清楚，证据充分，违反了《中华人民共和国广告法》第四条第一款的相关规定，安岳县市场监管局依法对当事人作出行政处罚决定，责令消除影响，停止发布涉案广告，并处罚款一万元。

同时，工作人员向经营者进行了法律

宣讲，敦促经营企业合法合规经营，公平竞争，不得用虚假宣传的手段破坏营商环境和侵害消费者的合法权益。

案例九： 盖房新砖遇水成“渣”

市民王先生向四川省资阳市安岳县市场监管局求助，他于 2021 年 2 月，在某红砖厂购买了价值 5280 元的砖，到货后发现存在严重的质量问题，淋水后砖就散落成渣。厂家重新补砖后，王先生发现还是存在同样的质量问题。

安岳县市场监管局立即组织消委会工作人员和执法人员到王先生家中进行实地检查，查看进货票据，了解事情经过，听取诉求，发现王先生所购的砖在泡水后确实存在易碎情况，房屋主体也有砖头掉落。

工作人员随后对机砖厂进行现场检查，核对生产、出库记录、销售记录，询问砖厂投资人，查看后续产品检验报告等，核实后续生产的砖质量已符合相关要求。

工作人员向砖厂负责人转达了王先生的诉求。最后，经过组织双方进行调解，当事双方达成了和解，并签订了调解协议，由砖厂赔付产品质量合格的 12000 块标砖(并附质监报告)，同时补偿人民币 15000 元作为消费者房屋重建修缮费用。

案例十： 低价游暗藏陷阱 升值“藏酒”有猫腻

2019 年至 2022 年间，四川省资阳市安岳县的徐某常常参加某商家组织的低价旅行团，费用在 50 元至 99 元，参团的大多是老年人，旅行团每次都会去同一个地方——成都市某酒业公司。

在那里，老人们免费品尝酒，行程结束后还要赠送几瓶看上去包装颇为“高档”的酒。几次之后，老人们获赠的酒有了兴趣，商家便开始宣传，一款藏酒，25 公斤一坛，价值 6000 元，未来至少可以升到 12000 元。而且，购买后将由公司为其免费藏酒三年，三年后再收取管理费 100 元/年，三年后如不想要了，还可以由该商家以更高的价格代为售卖。

一来可以让“高档”酒升值获得利润空间，二来如不需要三年时间也没有经济损失。在推销人员的大力鼓吹之下，徐某对此深信不己，当即购买了 6 坛“高档藏酒”。当他满心欢喜回家告诉家人捡到“宝”后，女儿徐女士觉得其中定有“猫腻”。此时的徐某对“藏酒”能够升值深信不疑，对女儿的劝阻也不予理会，闭口不谈购买经过。

偶然间，徐女士看到了社区管理人员转发的“全国打击整治养老诈骗专项行动线索举报平台”网址，报着试一试的心态填写了相关情况，没多久就接到了安岳县市场监督管理局工作人员的电话，对平台反映的问题进行了解。徐女士当即带着父亲来到了安岳县市场监督管理局，希望能追回买酒款项。

安岳县市场监管局的工作人员对徐某进行耐心的劝导和宣传，让他意识到自己可能真的上当了。担心无法退货，他赶紧把购买“藏酒”的经过向消保人员一一道来。

原来，徐某购买了 6 坛酒，共计花费 35994 元，并获得赠送的瓶装“高档”酒 24 瓶，目前已使用 4 瓶。消保人员对该商家涉嫌虚假宣传的行为进行了告诫和教育宣传。最终，该商家认识到了自己的问题，表示会及时给徐某退款退货。

之后，徐某使用的 4 瓶按照 200 元/瓶的价格予以扣除后，商家退回了购货款 35194 元。