

消费提示

四类新型网购陷阱
“双12”需警惕

□本报记者 黄靛文/摄

刚结束“双11”又将迎来“双12”网购热潮,消费套路也随之增多。近日,南平市延平区消费者权益保护委员会结合常见的消费投诉情况,梳理出四类新型网络消费陷阱,并发布实用避坑指南,帮助消费者守住钱包、理性购物。



1 『剧本式』直播 别让情绪替你下单

“家人们!这个价格我今天必须打下来!”“咱们农户的农产品卖不出去了,大家多帮帮他们!”“品牌方不降到199元,这直播我不播了!”打开直播平台,类似话术您是否听着耳熟。部分直播已从“展示产品”转向“情绪操纵”,通过剧本和情绪噱头诱导消费者。

一些赔本赚吆喝的砍价剧本,却是精心设计的。这类直播中,主播、品牌方、场控会配合上演“争执”戏码。品牌方先报高价,主播打着为粉丝谋福利的旗号,最终敲定亏本价格,同时强调库存所剩无几,营造“不买就亏”的紧迫感。

消费者林芳就遇到类似低价甩包的戏码。“主播几乎十秒展示一个包,每款包也被迅速抢空。”林女士表示,她很快被带人紧张的抢购氛围中,接连下单了四个包,以为捡到了便宜。等她冷静后再比价,发现这个直播间的包比多家网店还要贵。林女士这才意识到中了商家的套路。

延平区消委会秘书长魏伯清分析说,主播的情绪爆发、价格让步都是提前设计的剧本,目的是让消费者冲动下单。还有一些“卖惨助农”的剧本也很常见。视频中,主播借助“助农”由头,站在田间地头讲述着农民种植的不易。相关农产品的发货地址却是外地批发市场。

延平区消委会提醒消费者,面对直播紧迫感,下单前先冷静确认自己是否真的需要。消费者可先核实助农主播的信息,最好通过政府官方正规助农平台购买农产品,让爱心真正惠及农户。若收到的产品价格过高或货不对板,可及时保存订单信息和直播视频,向平台或消委会投诉。

2

AI换脸名人 眼见未必为实

11月2日,有网友发现演员温峥嵘同时“现身”多个不同直播间,且还穿着不一样的服装,推广不一样的产品。这一情况很快引发网友热议。更令人迷惑的是,明明是不一样的品牌产品,但话术却是同一套。视频里的“温峥嵘”非常有诚意地表示:“它就是好用啊,我很爱用。”接着画面切到产品,声音与“温峥嵘”本人极其相似。

AI技术普及后,网络消费的“科技陷阱”更隐蔽。最常见的就是AI换脸明星、专家带货。利用名人效应做虚假宣传。视频里明星、专家侃侃而谈,但仔细观察,他们的面部表情僵硬、口型与声音不符。基本可以断定这是商家利用了AI换脸技术,伪造“名人推荐”。消费者因信任下单,却买到劣质产品,事后发现“推荐”是假的。

此外,商品评价区满屏的“长篇好评+精美图”,看似真实,实则可能是AI生成,营造“口碑好”的假象。部分商家还会用AI识别差评,通过私信骚扰、退款利诱消费者删评,这类评价区造假的情况不在少数。

延平区消委会提醒广大消费者,在AI展示背后可能隐藏着商品信息失真、消费者知情权受损等风险,警惕AI展示背后的真实落差。

消费者可通过名人工作室或所属机构官网查明是否与品牌方签约,核实商品代言的真实性。如若发现AI换脸的情况,消费者可向平台投诉。此外,消费者查看买家评价时可重点浏览中差评和追评,以便跳出模板化的AI好评。

3

优惠藏着套路 “薅羊毛”反被“薅”

“帮砍一刀,差0.1元提现200元!”这类活动前期进度条涨得快,但最后0.1元需要邀请多位好友,甚至是新用户。不少消费者反馈,遇到邀请20多位亲友仍助力失败的情况。

“‘砍一刀’活动看似占便宜,实则是商家的心理学游戏。”“‘永远差一点’的提现砍价,消耗人情。”……一些消费者这样看待邀请好友助力、得优惠的促销活动。

“满200减30”“满500减80”……消费者拥有的优惠券不少,结算时却发现,平台券使用范围不包含目标商品、店铺券与品类券不能叠加。甚至有消费者为了使用“满减

券”,凑单买了闲置物品,看似省钱,实则无用之物。

结算时的“极速配送费”“优惠保障”“保修延期”等付费项目字体小、颜色浅,并且被默认勾选,消费者付款后才发现多花钱。部分“会员试用”还附带自动续费条款,消费者忘记取消就每月扣费。

延平区消委会建议,参与助力活动的消费者可给自己预设邀请好友位数的上限,超过就放弃,不浪费人情;领券前了解满减门槛、适用范围、叠加规则,避免无效凑单;支付前逐行核对商品、价格,取消默认勾选的额外付费项目;若已被扣款,可联系商家退还误扣费。

4

付款后商家变卦 价保、退货遇阻

消费陷阱不仅出现在下单前,付款后也会遇到。消费者叶晓兰在“双11”期间,在某手机品牌旗舰店购买了一台新款手机,商家标“保价15天”。但叶女士发现没过多久商品降价了三百多元。叶女士提出保价协议,没想到商家以“用了优惠券不参与”“降价是限时秒杀”等理由拒绝差价。叶女士又提出“七天无理由退货”,但是商家又以商品包装已经破坏,影响二次销售为由,拒绝退货。最终,叶女士在平台客服的调解下退

回了差价。

魏伯清指出,商家擅自增加“拆封不支持退货”“包装破损不能退”等条件,违反了《消费者权益保护法》。消费者对于商家价保承诺时要先保存证据,下单前截图商品详情页的价保承诺、下单价格,降价后截当前价并提交申请;商家拒退可向平台投诉。同时,明确无理由退货边界,商品完好,却遇商家以“拆封”理由拒退,可保留聊天记录向平台或者当地消委会投诉。

政策风向标

市场监管总局:

积极推进婴配液态乳监管制度建设

新华社北京12月1日电(记者 赵文君)记者1日从市场监管总局获悉,12月1日起,市场监管总局正式受理企业有关婴配液态乳产品配方的注册申请。婴配液态乳产品配方注册申请的受理、技术审评、现场核查等程序和要求,总体上与婴幼儿配方乳粉产品配方注册保持一致。

新修改的食品安全法12月1日起施行,针对婴幼儿配方液态乳监管进行完善,将婴幼儿配方液态乳纳入注册管理。

据介绍,与婴幼儿配方乳粉相比,婴幼儿配方液态乳对于微生物和稳定性控制更加严格。今年9月,市场监管总局修订了《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》,重点从三方面明确了注册要求:对生乳中嗜冷菌、耐热芽孢菌等原辅料微生物风险控制提出要求;对产品研发中稳定性保持提出要求,要求制定产品体系稳定的内控评价标准、评价指标及检测方法等;对生产工艺验证、产品检验以及灭菌效果验证等提出具体要求。

市场监管总局表示,将积极推进婴配液态乳监管制度建设,进一步严审婴配液态乳产品配方的安全性、科学性,强化婴配液态乳生产经营全过程风险防控,牢牢守住安全底线,助力行业高质量发展。

“3·15”在行动

建阳:

“家校社”联动
打造透明校园食堂

本报讯(放叶华 李祖明)近日,建阳区通过推动家长、学校、社会联动机制,使家长在校园食品安全监督活动中满意度达到98%。

学生家长从过去的“旁观者”变为如今的“参与者”,能通过多种渠道直接监督学校食堂运营。目前,建阳各学校已建立常态化的“家长陪餐日”制度,家长可定期到校与孩子共同用餐,并对菜品质量、环境卫生等提出直接意见。部分学校还聘请陪读妈妈担任食堂员工,让家长亲身参与食品安全管理。通过“明厨亮灶”系统,家长能实时查看后厨操作全过程,打破了以往的信息壁垒。

在硬件保障方面,近两年建阳区累计投入400余万元用于学校食堂升级改造。此外,各校还落实“日管控、周排查、月调度”机制,确保食材及餐饮具抽检合格率保持在100%。

据悉,建阳还建立了多元化的反馈渠道,群众可通过“码上投”、12315热线等多种方式反映意见建议,形成了家长、学校、社会协同监督新模式。

我国快递年业务量首次突破1800亿件

新华社北京12月1日电(记者 叶昊鸣)记者12月1日从国家邮政局获悉,国家邮政局监测数据显示,截至2025年11月30日,我国快递年业务量首次突破1800亿件。

据了解,广东深圳市的一名市民网购的智能学习机,成为今年我国第1800亿件快递。这件快件从京东智狼仓经过全自动分拣出库,运达站点后将由无人快递车送至收件人小区门口,再由京东快递小哥送货上门,快件派送全程实

现了较高程度的无人化。

月均超160亿件,单日最高7.77亿件,每秒超6200件……1800亿件快递量质提升,折射出中国经济蓬勃活力。

国家邮政局有关负责人表示,今年以来,邮政快递规模经济效益持续放大,对产业拉动和区域经济的带动能力明显提升,成为促消费、扩内需、稳增长的重要支撑。前10个月,我国中西部地区快递业务收入占全国比重同比分别上升0.6和0.3个百分点;快递业务量占

全国比重分别上升1.1和0.6个百分点。西部偏远地区包邮助力本地寄递网络建设,内蒙古、新疆、西藏等地快递业务成长亮点。重点地区72小时妥投率和快递服务公众满意度同比分别得到提升。

这名负责人表示,近年来,邮政快递业立足应用场景多元、数据资源富集和市场空间广阔的优势,主动适应新业态新模式需求,加大科技研发投入,增强科技创新能力,提升科技应用水平。

在仓储环节,搬运机器人、飞梯机器人、高密度货架、定制化料箱、自动入库工作站等,可实现全面无人化上架、拣选、出库,大幅提升生产效率;在分拣环节,AI视觉模型依托覆盖各主要分拨中心的摄像头,实现毫秒级响应,显著降低错分、破损和遗失率;在运输环节,垂直领域大模型加快应用,助力实现路由规划的动态优化和运输方式的无缝衔接;在揽派环节,无人机、无人车和机器人试点范围扩大,有效降低揽派成本。

善待环境 关爱自然