



2007 消费，你该知道的

整理 / 本报记者 钟兰

假期推荐

刊例热线: 05311081

全球最大肉三明治快餐连锁店
SUBWAY于2007年3月21日
在浙江省宁波市北仑区中大广场。经过
一年多的努力，SUBWAY独特的自
主式点餐方式，无任和顾客的
健康理念已深入人心。越来越多的
消费者和商家纷纷加入，并在这
个快速发展的快餐行业，成为
了行业发展的领头羊。为了感谢
广大消费者，为了回报广大市
民厚爱，在2008年3月21日（下
周五）国际消费者权益日，6寸三
层肉全蛋三明治16元。

3月21日
¥16
任选6寸三明治

轻信广告、餐桌浪费…… 被省消保委列为“不科学、 不文明消费现象”

面对琳琅满目的商品和层出不穷的服务，我们将如何选择？过度消费、挥霍消费、攀比消费、畸形消费的势头正在蔓延，我们的消费观念究竟还存在多少误区？我们身边还存在多少不科学、不文明的消费现象？

2007年3月初，浙江省工商局、浙江省消费者权益保护委员会联合浙江都市报、浙江消费维权网、市场导报社公开向社会征集“不科学、不文明消费现象”。这次活动得到了广大消费者的积极响应，省消保委梳理后对八种常见“不科学、不文明消费现象”进行了深度揭示，全面向“不科学、不文明消费现象”宣战，吹响了推动消费革命，倡导理性、文明消费的全民“新消费运动”的号角。

迷信洋货

改革开放以来，洋货大量进入我国市场，发达国家的许多商品曾令国人大开眼界，购买洋货热度直线飙升。发展到后来，有些人几乎对洋品牌到了盲目崇拜的地步，吃的、穿的、用的，惟洋货是举，总认为洋品牌的质量就是高人一头。

点评：20多年过去了，目前我国生产的许多日用消费品的质量已不亚于洋货，何况现在市场上的有些洋货其实是“假洋鬼子”。更让人难以接受的是，素以“优质”著称的洋品牌在我国市场上危机频现，涉及的行业之众、国际知名企业之多远超出了我们的想象。仔细分析，这与国内一部分消费者身上长期存在的“媚洋”、“崇洋”的心态不无关系。

轻信广告

现实生活中广告无孔不入，不管你愿意不愿意，总会在不经意间被它牵着鼻子走。特别是一些五花八门的保健品广告、美容整形广告、医疗广告等，纷纷上演了“狂轰乱炸”的攻势。消费者一阵眼花缭乱后，就跟着广告走了。结果发现，实际效果和广告里说的完全是两码事。

点评：一些医疗行业和美容行业正是抓住了病人病急乱投医或者人皆有之的爱美心理，广告中极尽夸张之能事，欺诈消费者。

槊费于珠

一瓶酒水，包装上的费用竟是酒水的几倍；一束鲜花，包装纸的费用竟是鲜花的几十倍；一盒月饼，盒子与里面搭配的物品费用是月饼的几百倍……商品过度包装现象，这些年来正愈演愈烈，屡禁不止。

点评：商品过度包装固然是商家受利润驱动的不正常行为，但过度包装的商品能“过度”得起来，说明了这种社会畸形消费的需求存在。“过度包装”在遭遇千夫所指之时，消费者自身也要反省：我们为什么还时常要去购买它？只要没了市场，一切就会回归自然。

贪图便宜

如今“有奖销售、返券销售”等诱购活动无处不在，给人的感觉就是消费者在这些促销活动中能占大便宜。其实，好多活动就是商家抓住了消费者贪图便宜的心理，最后让消费者为了得到一点小利而多掏钱，掉进了陷阱里。

点评：商场常年开展的“返券销售”活动，中消协日前指出其存在“模糊宣传、总折扣率、凑齐差价、商品标价、返券使用、返券程序、规避责任”等七大陷阱，且涉嫌违法，已导致诸多不良后果，建议应当予以禁止。但只要消费者保持清醒头脑，不存“贪图便宜”之念，就不会被商家诱购。

甘当房奴

现在按揭购房已成了十分普遍的现象，但是很多消费者因为事先缺乏量入为出的理性思考或没有足够考虑风险因素，而使自己沦为“房奴”。很多人就此背上了沉重的经济与精神负担，生活已毫无质量可言。

点评：借贷购房要三思而行、量力而为，不能片面地去理解“用明天的钱办今天的事”。超出自己的承受能力或者接近自己的最大承受能力去购房，是一种相当危险的消费尝试。

就医存误

时下消费者在“寻医问药”中仍普遍存在“小病大看，问药从贵”现象，以至于许多知名大医院患者天天“挤破大门”，许多社区、乡镇卫生院终日“门可罗雀”。一些享受医保的患者，往往主动要求医生多开药、开高价药。

点评：患者就医中存在的这些误区危害性很大，是对社会医疗有限资源的极大浪费，不利于“看病难、看病贵”的缓解。我们必须看到，“小病不出家门口，大病求医不排队”，这样的就医环境，也是要靠每位消费者转变自身就医观念来实现的。

餐桌浪费

如今无论是公家还是私人，宴请客人上酒楼已是极为平常之事。有些人为了好一时的面子，满足一下虚荣心，时常相互攀比，动辄进高档酒店，点上满满一桌高档菜肴和酒水。餐桌比阔斗富、铺张浪费现象，已成了社会的一大不良风气。

点评：浪费是很可耻的！打造节约型社会，一直是我国的治国之策。就是从消费者自身的健康来说，长期在餐桌上大吃大喝后，许多疾病就会缠身。病从口入，餐桌消费不可没有节制。

奢华婚庆

在一辈子只有一次的理由驱使下，如今社会上很多人在婚庆消费上已到了“奢华”地步。为了有一个体面的婚礼，一些人借钱跟风买大婚房、举债买起高档小轿车；有人怕被亲朋好友指责“抠门、小气”，酒店、酒宴、烟酒糖果等每个细节都力求“体面”。据悉，目前杭州最高的婚庆标准已达16万元。

点评：结婚消费多少应根据个人情况而定，不顾实际情况而盲目追求豪华档次是不可取的。何时举行婚礼、婚宴档次如何，都无法决定未来婚姻是否幸福。举办婚宴中量力而行，这是一种节俭的美德，充分反映出新人持家过日子的能力。据调查，70%新人的结婚费用，全部或部分是靠父母资助的，杜绝婚庆铺张浪费，将大大减轻家人的经济负担。

“适量点菜、剩菜打包” 消保委倡导

“文明消费健康餐饮”活动

为了进一步引导消费者科学、健康、文明消费，促进浙江省餐饮业的可持续发展，2007年，省消保委和省餐饮行业协会联合发起“文明消费、健康饮食”的倡议，全省各级消保委积极响应，并开展了一系列相关活动。

比如，杭州市消协制作了一批以“适量点菜、剩菜打包”等倡议为主要内容的易拉宝和温馨提示牌，在杭城8家大型餐饮企业大堂摆放。嘉兴市消协动员大型餐饮企业在户外设立“文明消费、健康饮食”公益性宣传牌；宁波、金华、绍兴、台州等市消协联合当地餐饮协会、餐饮企业代表召开新闻发布会，向社会作出“文明消费、健康饮食”公开承诺。

为使“文明消费、健康饮食”活动深入人心，省消保委、省餐饮协会、杭州市消协、杭州市饮食同业协会在10月初再次联合发出了倡议，使原来的“文明消费、健康餐饮”活动得到进一步推进和深化。

2007年开始每年出版一本 《浙江消费维权蓝皮书》首 度出版

为了及时总结消费维权工作的实践经验，将消费维权工作进一步推向深入，浙江省工商局和浙江省消费者权益保护委员会决定从2007年开始，每年编纂出版一本“消费维权年度报告蓝皮书”，以全面回顾总结分析上一年度的消费维权工作。

《2007年浙江省消费维权蓝皮书》刊出了“2006年浙江消费投诉报告”、“2006年浙江商品质量监测报告”、“2006年浙江食品安全监管报告”。与此同时，《蓝皮书》还推出了“掀起洋品牌监管风暴”、“加强商标知识产权保护”、“加大虚假违法广告查处力度”、“营造新农村消费安全环境”等诸多具有浙江特色的消费维权专题。