



## 电视购物： 将是另一种“传销”？

文 / 本报记者 钟兰

9月中旬,浙江省消保委发出消费警示,称最近一段时间来,电视购物陷阱与纠纷急剧增加,消费者应引起重视。

11月初,广电总局点名批评多个电视购物产品;11月6日,北京市消协炮轰电视购物,公开点评涉嫌违规的15个电视购物广告,历数电视购物的罪状,部分广告目前已经停播。

11月14日,中消协相关负责人则直指电视购物出现的诚信危机,如果电视购物行业整体不诚信局面再不扭转,将变成另一个“传销”。

我们不禁要问,电视购物到底怎么了?

### 那些曾经或者正在 忽悠我们的电视购物广告

#### “甩脂机”:瘦身还是伤身?

甩脂机、迷你甩脂机、抽脂机……这些号称“剧烈的振动,疯狂燃烧脂肪,在不经意间圆美体塑身之梦”的减肥仪器曾经红极一时。很多人都梦想着不用运动,只要站在这些机器上就能神奇减肥。

然而,经过一些媒体曝光“甩脂机”可致身体损伤和减肥无依据以后,那些已购买甩脂机的爱美人士一下子泄了气。

家住城西的陈小姐去年上半年的时候买了一台甩脂机,售价4680元,谁知道买回家一个月后机器就有了故障,而且用了一个月,不仅没瘦,好像头还很晕。

而专家认为,振动的幅度低无法起到减肥作用,剧烈的全身振动则可能引起内脏位移。减肥者的减肥心理大多比较急切,容易陷入速度越快效果越好的误区,这样可能适得其反。

如果长期使用,且振动频率剧烈,神经末梢可能会受到损伤。这种身体损伤是长期积累形成的,类似于骑摩托车的人损伤神经末梢一样,使用者不会在突然之间感觉不适,而是在不知不觉中伤身。

#### 手机上有黄金?实际上是塑料

有人在电视购物上买了一台售价仅998元的黄金手机,收到货以后兴致勃勃地打开一看,傻了眼,居然是塑料手机,这所谓的黄金,不过是金黄色而已。

目前,电视购物似乎已经把忽悠对象转向了手机,什么黄金手机、钻石手机满天飞。记者在七星购物和橡果国际网站上看到,诺基亚、三星、摩托罗拉、LG、索尼爱立信等国际品牌手机也在其产品之列。七星购物目前在销的手机产品就有30多个品牌、上千种手机型号。

北京市消协前不久对25个电视购物广告的12万广告词进行监测研究后发现,目前电视购物广告存在使用歧义语言误导消费者、夸大宣传等9大问题,其中CECT钢锋手机、天地1号导航仪、长虹U钻手机等15个产品存在多项问题。

有数据显示,2007年长虹手机月销量从年初开始一路攀升,去年11月长虹手机月销量首次突破100万台。而金立手机也专门成立宇康公司来运作电视购物渠道,销量也节节攀升,2007年盈利2亿元,同样位列国产手机的前列。

“目前手机电视广告已经走入一个死胡同。”业内人士指出,现在绝大部分电视广告的手机功能差异并不大,很多产品要不用钻石和黄金的外观概念和夸张的宣传来吸引消费者,要不拼价格,这大大降低了电视购物的诚信度,同时也损伤了企业品牌形象。

#### “省钱宝”实际不省钱

赵先生在电视广告中看到一则手机广告,广告称此款手机具有“省钱宝”功能,拨打长途电话每分钟只需0.15元。赵先生订购次日就收到了邮局快递来的手机,但拨打长途电话仍然按原价收费,与广告不符。赵先生立即与刊登广告的销售公司联系,但对方拒绝退换。

还有人使用“省钱宝”功能后,不仅网络不稳定,而且经常断线,拨打电话极其不便,有时还会出现多扣费、计费不准等问题。

据了解,购买此手机的消费者大部分在外地,多数消费者只知道销售公司的电话号码,无交易凭证,也不知道销售公司的名称、地址,导致相关部门无法受理其投诉。

#### 买了踏步机 却无法获得保修

浙江省消保在统计8月份的投诉情况时,发现电视购物纠纷集中,这类投诉已经成了一个新热点问题。

比如陈先生在网上买了一款踏步机,花了1338元。但是用了没几天,踏步机就坏了。陈先生向送货员投诉,送货员以他们只管送货,不负责售后服务为由拒绝调换;陈先生又向电视台投诉,电视台又以只负责播出广告不负责产品质量为由继续推脱;无奈之下陈先生向该公司山东总部的售后服务部投诉,工作人员在了解情况后说要研究一下再答复,以后就没有了回音。最后,还是在消保委的调解下才解决了问题。

### 电视购物,还能走多远?

全球经济不好,连一向红火的电视购物也受到了影响。

有媒体报道称,以橡果国际为代表的电视购物巨头,2007年的销量不容乐观。9月22日,橡果股价一度报收于历史低位5.55美元,市值缩水高达64.2%。另一个知名电视购物公司七星购物由于其去年亏损高达3.8亿港元,股价跌得更加惨烈,只有0.06元。

浙江首屈一指的频道电视购物“好易购”的负责人向记者透露,现在经济寒流也影响到了电视购物的销量,再加上一直居高不下的广告费,电视购物的日子也不好过。

产品的信誉以及质量问题一直让消费者头疼,其实,作为电视购物商品的代理商,也尝到了产品质量带来的高风险。

杭州的李先生曾经代理过电视购物上风靡一时的锅王“胡师傅”,当时产品根本不愁销路,不管是开实体店还是挂在网上卖,销量都很火爆。但是,自从这个产品价格虚高被曝光以后,不仅投入的钱像掉进无底洞一样收不回来了,每天还得面对前来退货的人潮,真的是心力交瘁。

2008年底,电视购物商纷纷寻求突破。

11月12日,中国商业联合会媒体购物专业委员会在京联合众多诚信企业签署《中国媒体购物行业诚信公约(北京宣言)》。这些企业包括橡果国际、拉斯丹顿、上海七星国际购物、中视电视购物等电视购物企业以及好易购、北京邮政速递局等网购、速递企业。

据了解,在欧洲、北美以及日本、韩国等电视购物发达的市场,电视购物有着严格的行业法规。欧美国家规定,远程购物在3天或7天之内可以无障碍退货。

记者从《中国电视购物发展报告2008~2009》中了解到,虽然去年电视购物产业突破了100亿元,但行业存在的问题依然较为严重,电视购物产品中假冒伪劣产品最多时达到了50%以上,超过“半壁江山”。

这一公约的签署可以提升中国电视购物市场的服务质量,降低购买风险,帮助消费者树立对电视购物行业的信心,同时将有助于加快电视购物行业立法进度,有利于整顿电视购物行业的违规操作现象,加快电视购物市场重整。

与此同时,相关的法规也在进一步得到加强。有关方面也表示,正在起草的电视购物标准将从购物公司和购物频道两方面设定准入门槛,引导市场规范化、品牌化发展。