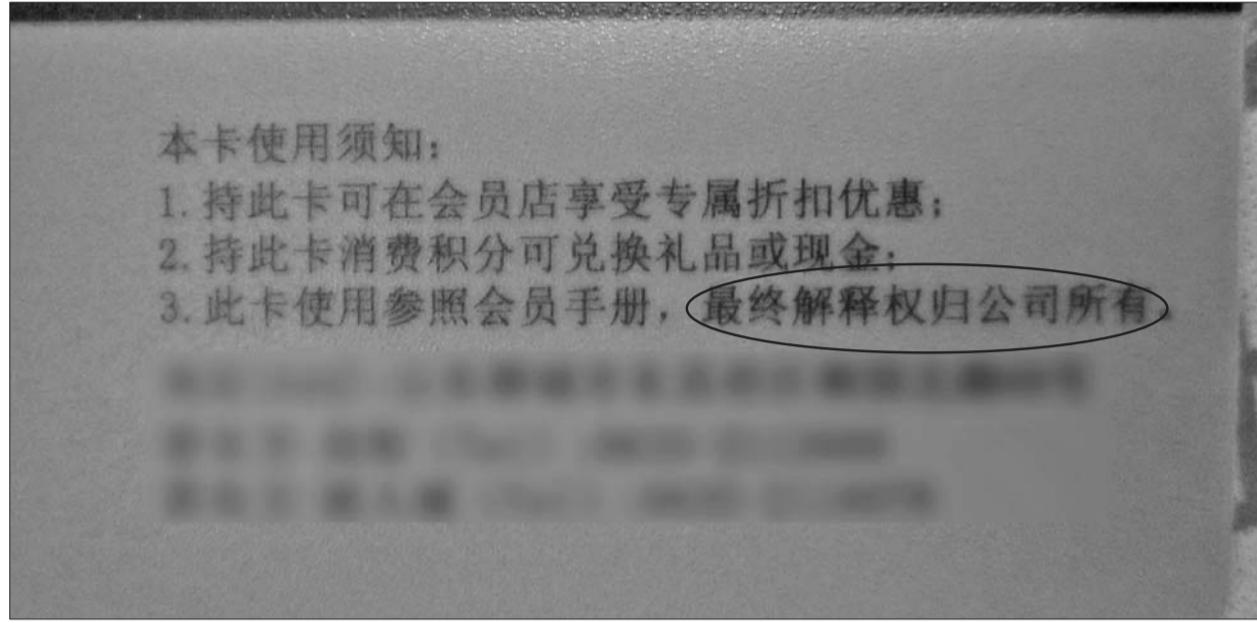


不少商家优惠卡、会员卡暗藏消费陷阱

“最终解释权”常令消费者吃亏

几天中秋假期,聊城各大商场及超市又迎来消费高峰。消费者们手中五颜六色的各种折扣券、会员卡、礼品卡更是纷纷派上用场。而在大大小小的优惠促销活动和各类“卡”中,“最终解释权”一词常常映入消费者眼帘。发生消费纠纷时,商家一旦亮出“最终解释权”这道护身符,往往就能“化险为夷”。那么,“最终解释权”合法吗?面对“霸王解释”,消费者应如何维权?



很多打折卡中有“最终解释权”的规定。本报记者 李军 摄

本报记者 凌文秀

“最终解释权”成商家挡箭牌

城区的陶女士最近吃了一个“哑巴亏”。两个月前,陶女士在城区一家美容机构购买护肤项目时,服务员告诉陶女士,充值100元即可办理该护肤项目的会员卡,“平时做这个项目的护肤一次需要38元,而100元办张卡就能享受8次这个护肤项目”。在服务员的劝说下,陶女士充钱办了这张“听上去很划算”的会员卡。

陶女士做了两次该项护肤项目后,发现护肤效果不明显。于是跟服务员协商,置换为其它类目的护肤项目。“100元做8次护肤,我只用了两次,里面应该还剩下75元吧!我再加点钱,改成另一项护肤项目吧!”但服务员虽然同意置换,却显然不同意陶女士的算法。服务员说,置换和退款要按照单次护肤项目来退款,一次护肤项目38元,2次护肤即

为76元,也就是说陶女士100元享受8次护肤的会员卡,做过两次护肤要置换服务项目时,卡内只剩24元。

“这样算不对啊!”陶女士跟服务员理论,并表示服务员在购卡时,都没有向她说明。该美容机构服务员却告诉她,对于会员卡使用及回收等的多项规则,他们有“最终解释权”。这让陶女士有被欺骗的感觉。“只能自认倒霉了。”陶女士说。

“最终解释权”平日很常见

陶女士的遭遇并非个案。记者调查发现,在很多会员卡、贵宾卡、打折卡等的背面,都有多项说明条款,大部分都会在最后一项条款赫然写着:“本店保留对此卡的最终解释权。”

记者调查发现,这类案例多出现于会员卡、优惠券、VIP折扣等这些“听上去优惠力度挺大”的促销手段中。在名目繁多的说明条款里,不

少商家都会利用“最终解释权”打埋伏。一旦交易发生纠纷,商家就亮出“护身符”,消费者多半忍气吞声,自认倒霉。

“‘最终解释权’所解释的那些令消费者无奈或者气愤的条款,大多数情况下商家不会主动说明。”消协工作人员表示,很多消费者都遭遇过“最终解释权”的纠纷,他们中的多数人像陶女士一样最终不得已“认倒霉”、“吃哑巴亏”。

不少,涉及餐饮、美容、百货购物、旅游等多个领域,有些甚至闹上法庭。

“‘最终解释权’所解释的那些令消费者无奈或者气愤的条款,大多数情况下商家不会主动说明。”消协工作人员表示,很多消费者都遭遇过“最终解释权”的纠纷,他们中的多数人像陶女士一样最终不得已“认倒霉”、“吃哑巴亏”。

“最终解释权”属典型的霸王条款

记者从聊城市消协获悉,“最终解释权”这一条款,相关法律法规有明确解释说明,属于格式条款,也就是典型的“霸王条款”。

本报律师团一位律师介绍,早在2010年,国家工商行政管理总局颁布了《合同违法行为监督处理办法》,明确经营者不得以“最终解释权”为借口,侵害消费者的权利。

“最终解释权”是很常见的一种消费陷阱,吃亏上当的人不在少数。有些消费者维权意识欠缺,并不知道‘最终解释权’是不合法的。而有很多消费者虽然知道其中有猫腻,但是嫌麻烦所以就不投诉了。其实,这属于我们平时说的霸王条款。碰到这种纠纷,消费者可以拨打12315投诉、进行维权。”

消协工作人员建议,消费者在遭遇“最终解释权”纠纷时,首先应该和商家主动沟通,在沟通无果、且明确损害消费者利益的情况下,可拨打“12315”消费者投诉热线向工商部门投诉,“如果商家了解情况仍不改正,则涉嫌欺诈,将严肃处理”。

高端住宅及物业 下半年集中入市

本报聊城9月22日讯(本报记者 张超) 从下半年即将入市的新盘来看,高端住宅及物业占据较大比例,南部新区、东北片区等均规划有低密度的高端房源,从盘区位,规划布局等内容来看,高端物业买主有了更多选择。

位于南部新区的新盘项目,占据了城市南展的优势。片区内大量待开发土地,无大型工厂,环境质量和建筑密度相比其余多区存在先天优势,新规划的郑济高铁的聊城站点将选址聊城凤凰湖生态旅游度假区内,同时规划的盛世天湖度假村以清新的空气,优美的自然环境为项目设立创造了优势。

项目本身的规划设计上各具特色。其中坐拥南部新城黄金区位的一房产项目定位高端住宅标杆,项目产品面积以300平米的联排别墅为主,每户设有独立庭院及围墙。区内配备完善的资源配置及高端的房源规划都预示着南部新城的房源将有望掀起聊城房产市场单品价格的新高度。

相比南部新城,东北部片区也均有“大手笔”,主打养老和温泉养生等品牌的两大地产项目,将东北片区推至市民面前。与规划建设的“4A级景区”相邻,盘址毗邻徒骇河1300米的沿河景观带,自然环境,区域文化,休闲娱乐等于一体,项目主推的高端低密度养老地产将以完善配套的生活居住体系吸引置业者眼球。

据业内人士透露,随着下半年各片区内高端住宅的相继入市,高端低密度住宅的入市也必将对市民的置业思路带来改观,同时新入市的这部分房源势必会抬高聊城房地产单品的售价。



眼下玉米进入收获期,全市农民正抓紧时间抢收和晾晒,力保颗粒归仓。图为茌平贾寨镇耿张村农民正进行玉米收获作业。本报记者 李军 通讯员 赵玉国 摄

三五天后就要摘袋,很快就可下树了

要订购红富士的市民抓紧啦

本报聊城9月22日讯(记者 张召旭) “红富士现在长得怎么样了,最早什么时候能下树啊?”“今年红富士个头怎么样?”……自“栖霞苹果红齐鲁”爱心公益活动启动以来,受到了众多市民和企业的关注。记者从栖霞产地了解到,还有三五天时间红富士就要陆续开始摘袋了,摘袋后经过一个周左右的上色,红富士就可以下树了。

关于今年红富士的行情,业内人士普遍看好。“红将军收购价最高到了4.2元/斤,红将军的价格

往往是红富士的参考。”栖霞市蛇窝泊镇的苹果收购商孔令勤说,大果商都会到各地看行情给价,今年受天气影响产量可能降低,价格很可能超过去年。

为回馈广大读者,在红富士上市前,推出的“爱心苹果”全部以促销价进行订购销售。等红富士上市后,我们将根据实际的市场行情进行适当调整。

想要尝鲜栖霞正宗红富士的亲们赶紧动手订购了。本次爱心苹果共分3种包装:85级别5公斤装每箱售价80元;90级别及以上艺术印字苹果每箱(4个)售价40元;一二

级混装10公斤装每箱120元。

即日起,市民可以拨打订购电话、网购或到现场进行订购。在订购时可以留下收货地址、收货人联系方式,以及您送出的祝福语。在第一批红富士上市时,我们将及时将您订购的苹果以及祝福语送达。

即日起,市民可通过以下三种方式进行预订:

订购电话:0635-

8277092

网店: http://shop106287839.taobao.com/

上门订购地址:兴华西路93号古楼办事处二楼