

三节临近商场上演“促销”大战

市民“血拼”，“特价”真晃眼

本报见习记者 侯健 本报通讯员 弓弘 李海霞

随着圣诞、元旦和传统新春佳节的临近，又到了购物旺季。各大商场纷纷打出促销牌，种种优惠促销活动接踵而至，打折、返券、特卖……日照市工商局“12315”12月16日发布了三个典型案例，提醒广大消费者小心促销陷阱。

陷阱一

特价品“变身”处理品

市民王老太前段时间逛商场时，看上了一件特价的羽绒服，原件500多，特价105元。她喜滋滋地买回去，穿了不到一个星期，就发现羽绒服窸窣。她找到了商场，商场答复：“特价品”等同于“处理品”，商品不享受“三包”，不退不换。“特价品”怎么就成了“处理品”？理论来理论去，还是商家说了算，王老太是哑巴吃黄连——有苦说不出。

节日期间，一些商家以换季、清仓为由，将一些款式老旧、断码、有质量瑕疵或因其他原因滞销的商品摆上柜台，借着节日促销平台进行“特价销售”。特价商品因价格低廉而

深受消费者的喜爱，然而商品质量却往往不能保证。消费者购买后没用几天，不是这儿出问题，就是那儿有毛病，找到商家解决，商家却以各种理由推脱，消费者很难得到满意的答复。

支招：
在选购特价、优惠、降价、促销等商品时，应特别注意销售者是否注明产品因质量问题而降价，看清商品及包装、购货凭证上的文字表示，防止不法经营者以“特价品”的名义销售“处理品”而不能保证商品质量。另外，也要谨防商家在售出“特价品”后谎称出售的是“处理品”而规避“三包”责任。



临近元旦，商场超市琳琅满目的促销宣传。 本报见习记者 汪振荣 摄

陷阱二

“买一送一”玩文字游戏

市民王先生在节前看中了某商场专柜的品牌皮鞋，正巧节日期间搞活动，柜台上赫然挂着“买一送一”的打折宣传。买一双赠一双，王先生觉得还可以和儿子来个“亲子鞋”，挺划算。可买了之后才被告知，这“买一”是皮鞋，“送一”就变成鞋垫了。类似的还有买内衣送手套、买裤子送丝巾等等，总之虽是“买一送一”，但均是“此一非

彼一”了。

而在某些商场推出的“买100送50”等活动，也往往送的是购物券。当消费者用购物券购物时，却被告知只能在支付一定数额现金后，其余部分才能使用购物券。一些消费者往往拿到一堆购物券后，不知道到底该不该继续购物。或者一通采购后，才意识到买了大批原本不需要的东西。

提醒：

商家“买一送一”、“买100送50”等促销活动，有些只是套牢消费者的噱头。在参与商家的节日促销活动时，一定要问明白商家促销活动的具体细节，了解活动内容是否真实可信，有无设定优惠规则。不要被商家打折促销手段所诱惑，避免冲动购物，落入商家布好的消费陷阱。

陷阱三

提价后再“打折”

“清仓大甩卖”、“全场二折起”……节日临近，商家纷纷打起价格战，不但拼打折力度，更有甚者打出了“跳楼价”、“赔本赚吆喝”等促销口号。

东港区的李女士一提起最近的购物经历就情绪激动，她在某商场购买了一件标有“原价3000元、现价1500元、特价促销优惠”的女士上衣。可是回到家后才发现上衣吊牌上1500元的标价签是后贴上去的，她将标价签揭去后，吊牌上赫然写着“零售价870元”，李女士顿觉上当受骗。

建议：
个别经营者缺乏诚信，采取事先抬高商品原零售价再打折的不法手段进行“虚假打折”。节日期间购买打折促销的商品前，可多跑几家商店，用“价比三家”的办法防范商家“先提价再打折”。也可以在节前先“踩点”，事先对购买的商品心中有数，提前留意商品信息，便于在商家打折促销时用作对比，确保自己的合法权益不受侵害。