

商品价格虚高 质量参差不齐 兑换设置门槛 积分兑换 是“薅羊毛”还是“踩坑”?

“488积分+19.9元换一提纸巾”“988积分+14.9元获得一个马克杯”“788积分+19.9元换一把伞”……积分兑换制度原本是商家回馈消费者的一种方式,设计初衷是为了增强用户黏性,提升消费者的购物体验。然而,当消费者满心期待地用积分去兑换商品时,却发现事情并不像想象中那么美好。8月6日,记者进行了解。

积分商城 价格虚高

市民徐椿平常习惯在购物时积累积分,希望能在积分商城里兑换到一些有用的商品,而最近几次的兑换经历让他非常失望。自己的积分不值钱不说,还被商品的标价给“坑”了。

“我用18万积分兑换了一把标价149元的品牌露营椅。收到货后想着对比一下价钱,结果在官方旗舰店查询后发现,同款露营椅的实际售价仅48.8元。”

这一发现让徐椿对积分兑换的实际价值产生了怀疑:“本以为能省下一笔钱,结果反而被高价的积分商品给‘坑’了。18万积分可以兑换一百多元的商品,结果商品虚标价格不说,还高出了正常价格的两倍多。”徐椿表示。

徐椿并非个例。8月5日,经常网购的林鑫准备将自己最近攒下的积分兑换了,于是,便点进了某电商平台

的兑换中心。“选择有限,有时候好不容易看中了一样东西,却显示库存不足,无法兑换。”最终,林鑫用“499积分+19.9元”兑换了某品牌五连包香菜口味泡面。

确认兑换后,林鑫在同一电商平台上的主页搜索同款产品,显示该泡面的定价为17.1元。林鑫无奈地表示:“积分兑换本应是想省钱的,现在却让我多花了冤枉钱。”



积分兑换时经常会遇到各种「门槛」。

高价兑换 问题不断

除了标价“掺水”,积分兑换消费还伴随着可兑产品种类有限、产品质量参差不齐以及退换货政策严苛等问题。

市民王嘉华去年2月在某营销商的线上积分换购商城中用12万积分+199元兑换了某品牌的吸尘器。

“刚开始还是很开心的,毕竟比正常购买便宜了不少。”王嘉华说,但是拿到手发现不是那么回事,吸尘器才用了一次就出现了问题。

为此,王嘉华联系积分兑换商城的客服。在告知客服商品出现的问题后,对方最初表示可以申请折扣减免一部分费用。王嘉华坚持退

货,最后还是自己承担了18元退货邮费。

此外,也有网友反映自己通过某平台小程序用“700积分”兑换了帆布袋,但拿到实物后却发现纽扣生锈、货不对板。由于积分兑换商品不享受普通商品七天无理由退货政策,消费者在遭遇问题时往往难

以维权。他们不得不和客服耗费大量精力扯皮,最后只能自认倒霉。

在积分兑换的过程中,消费者不仅面临着价格虚高的“挑战”,还常常被商品选择的局限性所困扰。有时是商品种类有限,有时是库存紧张无法兑换,让消费者在满怀期待中感到无奈。

在黑猫投诉平台中,输入“积分兑换”,结果显示有24383条投诉。

从信用卡积分兑换存在“门槛”,到日化品牌积分兑换遭遇“糟心事”,再到超市APP中积分商城长期不能正常兑换,消费者纷纷吐槽自己在积分兑换过程中遭遇的各种问题。

尴尬境地 如何应对

积分兑换制度为何会陷入如此尴尬的境地?这背后其实隐藏着商家的一些深层逻辑。

一方面,商家通过积分兑换制度吸引消费者频繁下单、消费、攒积分,从而增加销售额和用户黏性。另一方面,商家又通过高价、低质、库存紧张等手段来限制消费者兑换

商品,以降低自己的成本风险。

这种既想吸引消费者又想限制消费者的矛盾做法,无疑让积分兑换制度陷入了“羊毛”与“陷阱”的尴尬境地。对于存在的种种问题,陕西明乐律师事务所副主任赵宝丽给出了建议。

消费者首先要提高警惕,仔细

阅读积分兑换的相关政策和细则,了解清楚兑换条件、商品价格、退换货政策等,避免被不实信息所误导。其次,在兑换前要进行价格比较和市场调研,确保所兑换的商品价格合理、质量可靠。如果发现价格虚高或质量有问题,可以选择不兑换或向相关部门投诉举报。

“最重要的是,消费者要理性消费,不要为了攒积分而盲目消费,要根据自己的实际需求和预算来合理安排购物计划。”赵宝丽说。

商家要诚信经营,明确标注积分兑换的商品价格和条件,确保消费者能够清晰地了解兑换规则和费用。同时,商家也要提高商品质量

和服务水平,确保消费者兑换到的商品是物有所值的。“商家还可以考虑增加积分兑换的透明度和灵活性,比如提供更多的兑换选择、优化库存管理等,以提升消费者的兑换体验和满意度。”赵宝丽建议。

文/图 本报记者 石喻涵 实习生 高心怡 刘怡闲

商场“微疯”打卡点引争议 专家:允许存在 但不应当提倡

西安一家商场推出“微疯”主题的打卡造型,并配有“问薪吾溃”“下班勿扰各自安好”等文字,吸引了一些人打卡。对此,有人认为这提供了情感宣泄的出口。也有人认为,在公众场所这样输出负能量不太好。专家表示,这是商家吸引人气的一种手段,应当允许存在,但不应当提倡。

8月5日,记者来到西安市长安北路附近的一家商场,看到一个打卡门框造型,上方写着“报告 不想上班”字样,背面上方写着“下班勿扰各自安好”等内容,吸引了一些人拍照。在不远处的亭子造型前,写有“正在难过”“早起晚起不如不起”等标语。



“微疯”系列打卡点。

商场一位工作人员表示,之前商场推出的相关活动已经结束,留下这些造型供人们打卡。

“很好玩!”途经此处的两位女士看到后笑着说。市民李先生说,自己工作压力大,经常加班加点,“下班勿扰各自安好”的打卡点,表达了自己的心声,提供了情感宣泄的出口。

也有一些网友拍照拍视频后发在网络平台,引来一些网友“围观”。有网友表示,加班到凌晨,觉得这个打卡点表达的情绪符合他的状态。

“公共场合输出负能量,感觉不

太合适。”市民李女士说。

上班族巩先生更赞赏在自己的工位、工牌上去表达,在户外、公共场所去表达的话要慎重一些。当然,也要注意标语的适宜性。

陕西省决策咨询委员会民生组组长石英表示,近年来一些实体店的人气不是很高,从商场的角度来说,这样的做法是吸引人气的一种手段,为顾客提供一个打卡地,调侃地反映出了部分人的一些状态,或者想说不敢说、不会说的话,这也可以理解为这一部分人的“嘴

替”。但是,一些标语让人感觉格调不是很高,输出的负能量相对多一些。

石英认为,在不违反法律法规、公序良俗的前提下,这样的打卡点是可以存在的。但是,不应当提倡。

文/图/视频 本报记者 姬娜 实习生 唐攀



合同中商家明确“不退不换” “过期”充值卡里的钱真的不能退?

不少商家以会员卡储值优惠来吸引消费者,但消费者也可能碰到“办卡一分钟,退卡路不通”的问题,雁塔区的李女士就遇到了这种情况。虽然办卡时,合同中商家明确有“不退不换”字样,但充值卡里的钱真的退还不了吗?

2022年,李女士在西安高新区某健身瑜伽馆体验瑜伽课程后,经过瑜伽馆销售人员的介绍,与该瑜伽馆签订了《会籍合约》,购买了该瑜伽馆的健身“季卡”、10节VIP课程以及15节小班课。同日,向该瑜伽馆支付了预存卡费后,李女士在该瑜伽馆上了一节私教课。

2023年5月,李女士再次前往该瑜伽馆上课时,发现她的“瑜伽私人教练”已经离职。随后,李女士通过微信联系瑜伽馆客服,要求退费。但瑜伽馆却以李女士签订的《会籍合约》中“季卡”属于时效卡,已经到期;且该合约中特别备注了“特价卡不退不换”,不同意向李女士退还费用。

见退卡无望,李女士将瑜伽馆诉至西安市雁塔区法院。法院经审理认为,在预付式服务合同中瑜伽馆书写的“不退不换”字样,加重

了消费者的责任,限制了消费者在预付式服务合同中的选择权和合同解除权,应属于无效条款。消费者明确表示不继续接受服务,双方的服务合同无法继续履行,如果李女士确实违约,瑜伽馆可在扣除李女士已消费的费用和违约金后,将剩余款项退还给李女士。

在主审法官的释法说理后,最终双方达成一致调解意见,由瑜伽馆向李女士退还部分充值款。

雁塔区法院昆明路法庭王丹法官介绍,预付式服务合同能否履行,与消费者本人是否接受服务密切相关。消费者已经明确表示不愿继续接受服务,合同无法继续履行,服务合同应当予以解除。

如果经营者在预付式服务合同中约定了对消费者的权利进行限制的“霸王条款”,该条款应属无效,经营者可在扣除已消费款项、违约金或其他必要费用后将剩余款项退还消费者。

同时,建议消费者在充值时理性消费,并向商家索要凭证,妥善保留相关证据,如微信聊天记录、广告宣传册页、预付款协议、付款凭证等信息。

本报记者 谢斌