

漳州12315上半年业务数据发布

受理量增长近四成 挽回损失400余万元

漳州市市场监督管理局近日公布的数据显示,今年上半年,漳州12315通过全国12315平台共登记消费者咨询、投诉、举报43880件,与去年同期相比,增加37.79%,为消费者挽回经济损失412.53万元。

投诉热点: 多项投诉涨幅明显 食品类投诉量最多

上半年,全市共受理投诉10480件,占总量的23.88%,同比增长125.67%。

其中,商品类投诉共登记9132件,位列前五的分别为:一般食品、服装、鞋帽、家居用品、儿童用品、化妆品。服务类投诉共登记1348件,位列前五的分别为:餐饮和住宿服务、文化、娱乐、体育服务、教育、培训服务、美容、美发、洗浴服务、销售服务。从投诉问题类别来看,排名前五的问题类别为质量问题(3281件)、食品安全问题(2245件)、售后服务问题(988件)、广告问题(615件)以及其他类问题(1669件)。

一般食品类及餐饮服务类投诉增幅明显。上半年,登记一般食品的投诉5236件,占投诉总量的49.96%,同比增加143.08%,涨幅明显;餐饮和住宿服务的投诉284件,占投诉总量的2.71%,同比增加44.90%。投诉问题

主要有:食品标签标识不符合要求或是“三无”产品等,要求赔偿;食物中有异物、餐饮卫生脏乱等;预包装食品过期。

文化娱乐体育服务类投诉跃居服务类热点第二位。上半年,文化、娱乐、体育服务投诉153件,同比增加93.67%。主要反映问题包括:消费者充值后,商家倒闭或转让,但未退还余款;消费者提出转卡或退卡,与商家协商无果;商家搬离原经营地址给消费者造成不便。

服装、鞋帽类投诉涨幅巨大。上半年,登记服装、鞋帽类投诉987件,占商品类投诉10.81%,同比增加232.32%,涨幅较大。投诉的问题以购买到的服装、鞋帽出现质量问题,以次充好以及售后服务纠纷等情况为主。

咨询举报: 网络交易问题咨询量最大 广告类违法行为被举报最多

今年上半年,全市共受理消费者咨询28365件,占总量的64.64%,同比增长24.82%;受理群众举报5035件(确认违法并立案52件),占总量的11.48%,同比增长12.44%。

消费者咨询范围分为三大类,其中市场监管系统16222件,占比57.19%;非市场监管系统10548件,占

比37.19%;法律法规咨询1595件,占比5.62%。涉及市场监管系统的咨询件内容主要集中在:网络交易监管5564件,投诉举报处理2223件,服务消费监管1838件,食品监管1263件,产品(商品)质量818件等。

从举报问题的类别来看,排名前五的分别为广告类线索2093件(确认违法并立案13件),占比41.57%;食品类线索1054件(确认违法并立案19件),占比20.93%;侵害消费者权益类470件(确认违法并立案3件),占比9.33%;产品质量类线索385件(确认违法并立案9件),占比7.64%;其他市场监管领域类线索275件(确认违法并立案4件),占比5.46%。消费者举报反映的问题主要有:预包装食品标签标识不符合要求;商家虚假宣传,使用不恰当的广告用语诱导消费者;商家无证经营等。

消费提醒: 科学理性购物 避免消费陷阱

市市场监督管理局工作人员表示,网络交易监管咨询量多,表明网络购物成为群众消费的重要渠道。建议消费者在网络购物时,选择正规的电商平台,挑选信誉度高、管理规范、交易规则完善的电商平台进行消费,

选择通过第三方支付平台交易,要避免与不法经营者进行脱离监管的私下交易,进而影响后续的维权;随着直播行业、短视频行业的发展,对网红推介的产品要保持理性,不盲目跟风,购物之前要对各种产品进行详细甄别,力求做到货比三家,谨防不良陷阱。

消费者在选购食品时,建议尽量选择大型超市、正规市场购买,要注意检查包装是否完好,食品名称、配料表、生产者和(或)经销商的名称、地址和联系方式,生产日期、保质期、贮存条件、食品生产许可证编号等说明是否清楚;如果购买散装食品,应观察盛放食品的容器上的标签标识,是否注明食品的名称、生产日期、保质期、生产者名称及联系方式等内容,不选购无标签标识、外观性状不正常、超过保质期的食品。

消费者选择预付方式消费时,要多了解商家信息,选择证照齐全、规模较大、口碑良好、经营状况佳、信誉度高的商家;根据自身需求理性消费,谨慎选择预付额度高、服务周期长的预付卡,避免承担过多的不确定性风险,同时注意保留好相关消费凭证,留意凭证上所盖印章与营业执照上的名称是否一致,保障自己的合法权益不受侵害。

■本报记者 林露

“每月一周查网红” 专项执法行动启动

本报讯(记者 林露)根据省、市纪委监委“点题整治”有关工作要求,为推动全市市场监管系统“点题整治”工作进一步调、整体推进、营造声势、形成合力,近日,漳州市市场监督管理局启动“每月一周查网红”专项执法行动。

据了解,“每月一周查网红”专项执法行动的“网红店”名单从省市场监管局下发的“网红店”名单中随机抽取,重点检查平台资质审查、信息公示、制度建立、配合监管等情况,并检查“网红店”资质资格、信息公示、人员管理、原料控制、加工制作、备餐操作、设备设施维护等情况。对现场检查发现的问题,“网红店”未及时发现更新食品经营许可信息、未履行进货查验义务、未落实“三防”等问题,检查组开具责令整改通知书,责令其限期整改。

下一步,市场监管局将把“每月一周查网红”专项执法行动,作为落实省、市纪委监委深入开展“点题整治”专项行动,强化外商家审核监管工作”要求的重要举措,针对存在的问题和难点,加强对餐饮环节重点对象、重点环节的监管,继续加大对线上线下餐饮企业的检查力度,开展跟踪指导工作,督促检查过程中发现问题的网络餐饮经营单位整改到位,做到“即查即改、立行见效”,营造“食品安全共治共享”的良好社会氛围,保障广大群众“舌尖上的安全”。

龙文吾悦广场开启招商

本报讯(记者 张吟)7月16日晚,漳州龙文吾悦广场举办招商启动大会暨夏日极光音乐节,正式启动招商。

当晚,项目负责人向来宾介绍新城控股商管从前期商业规划、招商落位,到后期运营管理和营销推广,具备全面的商业资源统筹和管理能力。漳州龙文吾悦广场作为新城控股在漳州的开篇之作,预计首进漳州品牌商家将占70%,将极大提升漳州商业格局。

当前,漳州龙文吾悦广场品牌阵营包括咖啡巨头星巴克臻选、新能源车之星TESLA(特斯拉)、全球领先化妆品品牌丝芙兰、休闲潮牌无印良品、珠宝首饰品牌Meland Club、乐高、玩具反斗城等,美食品牌太二酸菜鱼、王品牛排、外婆家等,潮流服饰品牌CNC服装、HERRE、Tommy、CK jeans、Ochirly、MO&CO、EP YAYING(雅莹)JORYA、ICICLE等。

未来,漳州龙文吾悦广场将与众品牌商家携手,将所有的优势融合,以“在地思维”服务好漳州市民,助力城市发展,开创漳州商业新格局。

滨江雅筑推出复式“3+1房”

本报讯(记者 张吟)7月15日,漳州高新区住宅项目滨江雅筑举办品牌见面会。这是项目首次公开与漳州市民见面。

滨江雅筑是圆新集团推出的首个高人居项目。项目毗邻市医院总部,地处站前总部经济产业园核心区,该产业园依托高铁站、城际轨道等交通设施,是接驳对外交通的核心枢纽,重点打造区域总部基地、商务金融、商业服务、旅游集散等现代都市综合体。

圆新集团将秉承“圆梦筑城,新创未来”发展理念,倾心打造滨江雅筑,让未来的每一位业主放心、安心。当前,项目推出建筑面积49-147㎡住宅产品,主打约89㎡复式“3+1房”,享约5.9米挑高。

价格之窗 漳州市发改委 联办

采价日期:7月19日9:00-11:00 计量单位:元/500克

品名	新华都	大润发	沃尔玛	延通市场	北桥市场	东岳市场
绿豆	4.99	7.28	9.96	6.00	8.00	8.00
猪精瘦肉	17.8	24.05	53.60	22.00	22.00	20.00
带皮后腿肉	12.8	11.80	33.60	16.00	16.00	14.00
排骨	29.98	41.60	91.60	35.00	36.00	33.00
牛腱子肉	49.98	65.80	/	55.00	50.00	53.00
牛腩	49.98	52.80	/	50.00	45.00	50.00
白斩鸡	13.8	11.60	/	13.00	13.00	14.00
鸡场蛋	6.98	5.98	15.00	6.50	7.00	6.50
鸭蛋	7.98	6.58	17.80	7.00	7.00	7.00
冻带鱼	18.98	23.80	/	21.00	24.00	20.00
草鱼	10.98	12.80	23.79	11.00	10.00	10.00
白鲫鱼	19.98	19.80	/	13.00	15.00	12.00
芹菜	6.98	7.48	17.96	6.00	6.00	7.00
黄瓜	2.58	3.88	6.96	4.00	4.00	4.50
萝卜	1.28	2.48	3.56	2.50	2.50	2.50
茄子	2.98	4.48	11.96	4.50	4.50	4.50
大白菜	1.98	2.88	4.98	3.00	3.00	2.50
上海青	3.58	4.28	9.96	4.50	4.50	4.50
空心菜	2.98	4.08	11.96	5.00	5.00	5.00
西红柿	3.98	3.98	9.96	5.00	5.00	5.00
胡萝卜	2.38	2.78	5.76	3.00	3.00	3.00
花菜	4.98	7.18	11.96	4.00	4.50	4.50
油菜	6.58	3.98	9.96	4.50	5.00	5.00
富士苹果	6.98	6.98	17.96	9.00	7.00	7.00
鸭梨	4.98	4.98	7.96	8.00	6.00	6.00

(漳州市发改委提供)
备注:以上信息仅供参考,更多市场行情请登录“漳州菜篮子” http://www.zzclz.com

防晒衣热销 “黑科技”成卖点



防晒衣要尽量选择UPF值大于40的

王心如 摄

防晒是抗衰老的第一步。炎炎夏日,“硬核防晒”再次上线,并从常见的遮阳伞、防晒帽,拓展到防晒口罩、防晒冰袖、防晒腿套、防晒袍等。记者走访市场发现,穿戴类防晒产品在我市热销,正在成为夏日消费的刚需。今年有不少防晒产品在功能上还使用了“黑科技”,穿戴类防晒产品更“卷”了。

“黑科技”防晒衣动辄上千元

连日来,各地气温接连高达40摄氏度,高温天气也上了热搜,市民纷纷开启全方位防晒模式,遮阳伞、防晒衣、

冰袖、防晒口罩等产品各显神通。

记者走访市区新华西、沃尔玛、万达、学生街等,看到各大商超、服饰店都将各类防晒产品摆在货架前排。在常规的防晒衣上增加面罩和可拆卸帽檐,针对登山、骑车、户外跑步、日常通勤等细分场景的防晒衣,方便搭配的彩色防晒口罩,可以折叠的防晒帽……商家铆足了劲,在防晒上挖掘各种新卖点。优衣库的导购员张女士告诉记者,店里的防晒衣销量一直很不错,尤其是方便收纳、适合随身携带的防晒衣。

随着消费者对防晒衣的各种要求

越来越高,玻尿酸保湿、驱蚊、抑菌、纳米防晒纤维……不少防晒衣在面料上推陈出新,并在宣传上下了不少功夫。蕉下凉感防晒衣,采用冰感纤维,触感即凉;骆驼玻尿酸面膜衣,利用玻尿酸、防晒、冰感三大科技,实现内保湿、外防晒,RAU二代驱蚊防晒衣,在防蚊虫方面实测趋零率达97%;探拓纳米级防晒纤维防晒衣更是号称可以实现快速散热、全方位防晒。

记者在淘宝、天猫、京东、唯品会等电商平台上搜索发现,防晒衣的价格大多处于十几元到上千元区间。部分带有“黑科技”的防晒衣价格突破千元。慕格曼冰丝防晒衣售价达1670.4元,商品详情页显示其UPF值50+,侧面透气孔能实现-5℃冷感,月销量达到200件以上。wrnt的一款户外钓鱼防晒服,采用遮阳科技面料、防水面料,单件防晒衣仅100克,售价1458元,宝贝评价已有200+。而后益的一款长款防晒衣使用光能布料,售价达2080元。

UPF大于40的防晒衣才算合格

花样百出的防晒衣,消费者使用感如何呢?

“凉感防晒衣刚穿上确实冰凉,而且轻薄透气。”为了防晒,市民许思静在这个夏天先后购买了三种不同款式的防晒衣。“可是对于户外高温而言,这种凉感不起作用,该热还是得热。”在采访中,不少消费者表示,动辄几百甚至上千元的“黑科技”防晒衣面料、版型、做工方面可能更好,但是他们更倾向于选择性价比高的防晒衣,毕竟防晒衣就是

为了防晒,保湿、驱蚊等功效并不重要。市民王琪曾购买一款899元的钓鱼专用防晒衣,她认为不少防晒衣的防晒指数标注不清,实测结果存疑,还是更信赖专业的户外运动品牌。

那么,应该如何挑选防晒衣呢?要注重看它的紫外线防护系数,即UPF和T(UVA)AV、UPF数值越大,防紫外线效果越好。根据《纺织物防紫外线性能的评定》,UPF40以上的防晒衣才算合格。在防晒衣吊牌、官网提供的产品检测报告上,会标注防晒衣的UPF和T(UVA)AV,如果想买到防紫外线性能好的衣服,可以提前做好功课。

当然,透气性也很关键。好的防晒衣面料能够将汗水从皮肤迅速导入织物表面,并让衣服保持干燥;若是透气性不好,可能闷着汗导致皮肤发炎过敏。

此外,目前市面上的防晒衣主要有原纱型、染色助剂型、涂层型三种。原纱型防晒衣耐用、耐水洗,值得推荐,而染色助剂型、涂层型防晒衣随着水洗次数增多,防晒效果会减弱。

在采访过程中,记者看到了不少19.9元秒杀的防晒衣,这类防晒衣能防晒吗?

防晒衣由紫外线织物构成,主要是“防”紫外线中的UVA和UVB,因此,只要UPF>40、T(UVA)AV<5%,且透气性达标,都能防晒。值得一提的是,如果不想另外购买防晒衣,普通衣服也有防晒效果,其中深色厚实的化纤料子衣服防晒效果更好一些,只是不一定能达到专业防晒衣的标准。

■本报记者 王心如

驱蚊产品进入销售旺季

前几日,漳州正式入伏,进入了一年中最热的时间段,蚊虫也随之活跃起来。便利商店、大型商超等纷纷上架各类驱蚊产品,有针对婴幼儿、孕妇等不同群体的驱蚊液,也有针对不同场景的驱蚊产品,如方便外出携带的驱蚊手环、驱蚊贴、驱蚊花露水,适合睡觉使用的无味电热蚊香液等。

线下: 驱蚊产品登“黄金架位”

记者走访市区见福、新南丰、美宜佳等便利商店,以及大润发、新华都、沃尔玛等商超,发现不少商店已把驱蚊产品摆放在“黄金架位”上,种类丰富,规格多样。随着“驱蚊经济”日渐升温,还有不少超市以独立货架的方式,把热销的驱蚊产品摆放在超市的通道上,并挂上了打折促销的标签。

“电热蚊香液、电蚊拍、花露水、蚊香都是顾客最近购买比较多的,我们刚把补货摆放好,又有很多顾客过来选购。”大润发导购员杨女士告诉记者,店里驱蚊产品款式很多,仅各大品牌的花露水就有几十款。

在采访中,不少消费者表示,比起红遍全网的驱蚊手环、驱蚊贴,还是会购买传统的蚊香、蚊香液、花露水等。“驱蚊手环买过很多个品牌,感觉效果没有花露水和蚊香好。”市民于丽经过对比后,在新南丰选购了一款蚊香。

记者注意到,很多在售的驱蚊产品都标注着无味、无烟等字样。“其实很多标注着无味、无烟的蚊香,只是相较传统蚊香而言,气味、烟雾较少。”沃尔玛导购员吴女士介绍,不过这类产品还是很受欢迎。

线上: 升级款驱蚊产品热销

随后,记者在天猫、淘宝等平台搜索发现,“驱蚊”这一话题的讨论吸引了不少消费者关注,“驱蚊灵感”“经验分享”“选购攻略”等为消费者提供了许多选择,升级款的驱蚊产品更是排在畅销榜的前几位。

为了细分各类消费群体,不少驱蚊产品做了升级。标注无味、婴幼儿孕妇可用的润本蚊香液的月销量在30万件以上,而babycare无味蚊香液,同样标注着适用于婴幼儿孕妇,月销量在10万件以上,帕达诺婴儿防叮贴的月销量也在7万件以上。

还有许多品牌在使用场景上做了改进,以此抢占市场。绿色丛林的一款驱蚊喷雾能达到13小时长效驱蚊;海豹岩避蚊胺原液则适合野外钓鱼;而欧护的一款驱蚊液,小巧便携,可以有效驱蚊4小时,适用于登山、露营、野餐等场景。

此外,绿鼻子、榄菊、金鹿、皎洁等品牌还推出智能定时加热器,支持定

时、自动关闭;润本等品牌推出配有蓝牙智控功能的加热器。记者注意到,市面上多数电热蚊香液都写明“请使用同品牌的加热器配套使用”等注意事项。部分品牌店铺的客服表示,这是因为不同品牌的加热器加热温度、稳定性不一,如果混用,可能因蚊香液芯棒过热或药液挥发不充分,带来安全隐患。

提醒: 物理防护也可有效防蚊

标注着无味、孕妇婴幼儿专用的产品瞄准用户需求,十分畅销,这类产品真的安全吗?



标注“无味”的驱蚊产品并非真的无味,只是添加成分比较少。
王怡婧 摄

■本报记者 王心如