



55元=199元

电信资费套餐背后有多少“套路”等着你?

记者调查发现,当下在流量不清零、取消漫游费等惠民举措陆续实施的同时,营运商提供的优惠资费套餐却往往潜藏着种种“套路”,使不少消费者对降费“只闻其声不见其实”。专家建议,相关部门应进一步督促电信企业,诚信经营,全面彻底地落实提速降费要求。



提速降费:套餐199元还是19元?

工业和信息化部统计显示,今年6月,我国手机用户的月户均移动互联网接入流量已经达到4.24GB,远超去年同期的1.55GB;今年上半年,我国移动流量平均资费相比2017年年底降低了46.2%。

然而,不少消费者特别是老用户对于“降费”的获得感并不强,有的甚至花费更多。

北京的龙先生到广州工作一年,在北京一直使用的“129元本地不限量套餐”不合适了。龙先生向运营商客服咨询,对方建议他改用“199元全国不限量套餐”。

国家大规模降费提速,自己反而越换越贵?龙先生有点懵。他把自己的遭遇跟同事嘀咕了一下,一位年轻同事告诉他:“你的运营商有一个‘19元月租互联网套餐’”,按照龙先生平常的使用习惯,流量相同的状态下,龙先生的月通讯费只要55元至60元。

龙先生给客服打电话,要求换成“19元套餐”。客服对龙先生种种“威逼利诱”,诸如“改过之后,你以后再也不能换回原先的套餐了,你要想清楚啊”,最后,不情愿地为龙先生改了“19元套餐”。果然,龙先生现在实际支付费用每月55元。

中国消费者协会公布的数据显示,今年上半年,全国消协组织受理电信服务类投诉超过1.6万件,同比增加26.3%;主要投诉内容是套餐资费不明确、告知不详实、收费名目繁多等问题。

“套路”在面上 降费在“深闺”

记者调查发现,不少人

得不到降费实惠的背后,是电信消费套餐的诸多“套路”。

套路一:规则复杂要“精算”。虽然手机套餐资费信息都是公开的,但其使用规则和条件纷繁复杂。

年轻同事替龙先生算了一笔账:19元套餐虽然只包括1GB流量,但超出后可叠加当日有效的1元/800MB流量包,一个月也只要49元(19元+30元),再加上通话费,怎么也到不了客服推荐的“199元全国不限量套餐”。

深圳市消费者委员会秘书长冯念文认为,套餐“机关重重”的背后是运营商的“心机”,消费者想要享受到降费实惠,必须先成为“精算师”,“这是不公平的”。

套路二:客服推荐“升多降少”。消费者可以通过咨询运营商客服来了解和选择套餐,但不少消费者反映,通常客服推荐的都是高价套餐。

记者拨打某运营商客服,提出因流量不足希望更换套餐,客服人员直接建议从目前的38元套餐升级到99元不限流量套餐。直到记者主动提出是否可以换成更便宜的套餐时,客服才表示也可以办理。

套路三:流量“加油”价格高。独立电信分析师付亮认为,尽管整体的费用看似降低了,但5元/30MB、30元/500MB的高价套餐外“加油包”普遍存在,成为“吸费黑洞”。

套路四:“不限量”套餐“达量降速”。三大运营商目前都推出了流量“不限量”套餐,但实际上都有一定的限

制条件,如规定在使用到20GB或者40GB的流量后会降速,或者在流量封顶后自动断网。如果想要恢复到正常速度,则需要叠加更高价格的“加油包”。

套路五:捆绑销售,资费只准升不准降。许多消费者在办理手机套餐时,运营商会赠送宽带服务,二者资费不能单独改动。深圳王女士去年办理了某运营商的“136元赠送宽带”的电信套餐,但套餐内流量只有1GB,且不能更换成其他流量资费优惠的套餐;如果超流量就必须支付30元1GB的“流量包”。王女士每月实际通讯费超过170元。

降费不应成为“拉锯战”

“提速降费整体是不断取得进展的,但运营商在设计资费过程中,利用消费者的信息不对称设计种种‘套路’。不解决这个问题,降费就难以落到实处。”北京市法学会电子商务法治研究会会长邱宝昌说。

现实中,越是忠诚度的老用户,越不会钻研资费“套路”,越享受不到降费实惠。

对此,阿里通信高级运营专家沈轶说,互联网企业应与运营商合作,通过运营商的线上线下渠道使老用户了解最新政策变化。

冯念文说,提速降费不应当成为运营商与用户之间的“拉锯战”。运营商、互联网企业等市场主体应多一些真诚,少一些“套路”,要用消费者更容易获取的方式,如实、全面提供服务的真实信息,让实惠看得见、摸得着。

新华社

江西计划实现 进出口商品“全周期追溯”

据新华社南昌8月8日电 探索开展进出口商品质量安全追溯、实施第三方检验结果采信制度、实现风险信息共享交换……日前,江西省人民政府印发有关工作实施方案,计划鼓励企业健全质量安全追溯体系,逐步统一生产、流通、消费、检验检测等环节的数据

标准。据悉,江西计划综合运用物联网、移动终端等载体,对食品、消费品、医疗器械等重点进出口商品逐步实施质量安全追溯,逐步推动健全从生产、检验、物流、销售、使用到维修保养等全周期追溯链条。以跨境电商为突破口,开展公共溯源服务试点。

宁波宁海: 试创“巡检码” 保障消费安全

近期,浙江省宁波市宁海县市场监管局试创的“巡检码”,通过一户一码的透明动态管理,打通信息传递壁垒,引入消费者公开监督,倒逼食品经营单位自我监督,进一步保障市民舌尖上的安全。

据宁海县市场监管局相关负责人介绍,“巡检码”与普通二维码的区别在于增设了监管部门的检查信息,主要包括管理要求、记录列表、巡检人员、内容展示、地址定位等部分。监管人员负责整个“巡检码”系统的制作、数据上传和后台维护,在检查食品经营户过程中,可以不受错峰检查的时间限制,随时扫码记录证照公示、索证索票、消毒方式等检查情况,并上传现场照片。

“只要扫一扫这个二维码,就能看到市场监管部门检查的记录,知道这家店的食品安全管理达标了,我吃起来也就放

心多了。”家住宁海县力洋镇的孔大爷一早来到宁海县力洋神仙湾拉面店,扫码入店、安心就餐。

“以前我们出门检查,要携带很多检查记录表,现在只要到店扫码,就能了解店内的基本信息和过去的检查情况,从而实现动态持续监管。”该局工作人员小胡深有感触。

经营户的普遍评价就是两个字“方便”。宁海县力洋神仙湾拉面店负责人王山春说:“只要在巡检码上扫一扫,监管项目就一目了然,再也不用专门跑去咨询自己要做哪些事。即使没有记住,也可以一一对照整改。”

而对于一般消费者来说,就餐前扫一扫“巡检码”,看看店家的日常监督检查记录,再决定进不进去消费,从而让自己的消费更明白更放心。而且此举还能倒逼经营者更加遵纪守法,进而达成经营、消费、监管三方共赢。

据人民网

上半年空调零售量同比增11.5%: 有“质”者事竟成

今年上半年,面对市场增速放缓压力,空调业加速调结构,力求以“质”取胜。在“三四级市场+电商”双引擎助推下,家用空调业延续了去年增势,国内空调市场规模快速增长。据奥维云网数据显示,2018年上半年国内家用空调市场零售量达3322万台,同比增长11.5%。其中,线上渠道零售量达1173万台,同比增长30.6%;线下渠道零售量达2149万台,同比增长3.2%。

“上半年,国内家用空调市场增长高于预期,但从7月初两周的市场表现看,下半年增长的压力凸显。”奥维云网副总裁郭梅德分析认为,国内一线城市空调保有量相对较高,其增长受制于房地产行业的发展;线上电商依然是国内空调市场主要的增长渠道,但后期增速也将放缓。相对而言,三

四级市场空调保有量较低,普及需求依然存在。但是,气温作为影响市场的关键因素,也存在着不确定性。

为了下好市场先手棋,以TCL空调为代表的企业开始实施品牌升级战略。“通过为消费者创造价值,能够在市场上实现我们品牌形象建设的预期。”TCL空调负责人陈绍林透露,TCL空调在实施转型,为企业发展注入4个新动能,即把品牌形象建设作为可持续发展的核心、产品力作为根本、调结构作为方向、精益化管理作为基础。

得益于产品结构调整,空调业销售额增幅明显跑赢销量指标。数据显示,上半年家用空调市场零售额1147亿元,同比增长15.5%。其中,线上渠道零售额350亿元,同比增长42.1%;线下渠道零售额798亿元,同比增长6.8%。

据人民网