

网购时“秒杀抢购”链接需辨明

作为年货市场的“黑马”，网购“来势汹汹”，各大网上商城“年货抢购”在春节前一轮强烈一轮展开厮杀。然而，热热闹闹的“年货抢购”背后，却隐藏着以次充好、假冒伪劣、维修退货难等质量和售后问题。日前，中国消费者协会发布了提示信息，春节期间，广大消费者面对诸多“秒杀”“抢购”诱惑时，应保持理性，按需消费，货比三家，谨防虚假打折，避免因贪图优惠而盲目购物，或掉入“循环购物”“明降暗涨”“先涨后降”等商家精心设计的陷阱中。

此外，相关部门提醒，消费者一旦遭遇消费侵权、网上欺诈等情况，应立即向消协、公安等部门反映、申诉、举报，积极维护自身的合法权益。

年货热销榜第一名 实为“三无”产品

春节前，不少人开始在网上“淘年货”。马某在网上买了几袋干果，她收到商家寄来的包裹，拆开一看，却有点儿担忧：这些干果的外包装上既没有标注产地，也没有生产日期、保质期等信息。马某表示，她之前在网上买的衣服和鞋等都有比较齐全的产品信息。

据了解，《食品安全法》明确规定，禁止生产、经营无标签的预包装食品。但记者在不少网站上发现，一些商家卖的预包装食品，外包装上并没有张贴关于产品信息的标签。而且，不少食品还是店家或当地商家自制或分包装的。

记者在某网络购物平台发现，出售食品的网店数量众多，其中一个自称德国进口混合糖果商品卖出 4495 件，位列热销榜单第一。可当记者点入评价窗口后发现，消费者满意度并不是很高。其中一条评论称：“服务态度差，感觉不是正品。”记者看到这位顾客晒图显示糖果铁盒已经扭曲变形，条形码和生产信息模糊不清。店家给出的回应是，这是快递公司运输中造成的，不影响食用，店家不承担责任，不予退货。

据了解，一些网店自制或分包装的食品在原材料采购、进货渠道、运输保管等方面存在诸多不规范现象，食用这类食品有较大的安全隐患。目前，通过网络平台销售的食物存在诸多监管难题，专家建议市民在网上购买食品时须谨慎，遇到“三无”产品应及时投诉反映。

10 余万买了假茅台 购买烟酒应认准正规直营

厦门的朱某在一家网上商城的某酒类专营店网购了 96 瓶 53 度贵州茅台酒，每瓶单价 865 元，合计总价 83040 元。就在购酒一周后，朱某收到这批货物，并当场开箱验货，发现这些茅台全是假酒。随后，朱某立即拨打 110 电话报警。数天后，警方委托贵州茅台酒股份有限公司鉴定人员对这批酒进行了鉴定，经酒厂鉴

定，这些茅台酒全是假货。

因自己是“刚需”，过了一段时间，朱某第二次上该网上商城买酒。这一次，他换了一个商家，购买了几箱五粮液酒和茅台酒，总计 5 万元。但是，几天后朱某收到这批酒，发现又是假酒。朱先生遂将经营该网上商城的公司告上法庭。

专家提醒，网上购买烟酒产品最

好到品牌直营店购买，购买之后可以拨打防伪查询电话来辨别真伪。许多企业也已经开发了自己的防伪识别系统，如国酒茅台推出了自己的防伪溯源系统，消费者可以通过使用手机的 NFC 功能来扫描茅台瓶盖的防伪芯片，安装好应用程序即可轻松方便地查询购买的产品是否是正品了。

“先提价后打折”套路多 低价促销可能是诱饵

春节期间，一些商家会打着“史上最低价”“全网最低价”等噱头，但是个别商品是将原价提高了许多之后再行打折的，折扣之后的价格与原来的价格相差不多，甚至有些更贵。

根据消费者权益保护法规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，可被判三倍赔偿。此外，“第二件半价”“特价”等字眼是最常见的，购物前可查看该商品的历史交易价格；

卖家的信用是整个交易的基础，消费者在购买之前，要仔细查看购物网站的商家和商品信誉评级，浏览评价信息，参考他人购买后的真实体验，更需要留心卖家对差评的解释。

“秒杀抢购”链接需辨明 选正规电商平台很重要

“全网狂甩小米手机，超低价秒杀只限今天！”黄某在浏览手机网站时，跳出这样一个促销小米手机的网页。“199 元就能抢到一部价值 1999 元的小米 3 手机？”黄某被超低价抢购的噱头吸引了，当即点击抢购，支付了 199 元并抢购成功。

原以为天上掉馅饼，可手机一送到，黄某傻了眼，原来是一部外观和小米 3 差不多的杂牌机。黄某觉得上当受骗了，多次拨打运单上商家的电话试图沟通，但都无人接听，当时支付的网页也已经打不开了。

经核实，黄某打开的是虚假诈骗网页，那个链接网站只是类似某大型网购平台的页面风格，并不是正规的网络购物平台，所以产品质量自然无法保证了。专家表示，消费者在网购商品时，要选择有第三方网络交易平台的正规购物网站，购买后尽量使用支付宝或者货到付款等支付方式。此外，不要轻易相信超低价的商品，特别是低价、秒杀、抢购等字眼，对以超低价销售商品的应格外留心，避免上当受骗。

工商部门提醒，网购期间，消费者要保留消费凭证，对于“抽奖秒杀活动”应保留活动细则、礼品清单、订单细节等相关促销优惠政策的截图，方便维权投诉。购物后应妥善保管订货单、发货凭证、发票等购物凭证，同时注意保留电商承诺或协议、消费者与商家的聊天记录等电子证据。消费者一旦与电商发生纠纷，可以通过客服网络平台发起维权投诉，也可以向网店或网站所在地的工商部门、消协组织等投诉维权。

据新华网

不止“韩流”，平昌刮起“中国风”

珐琅彩、元青花、景泰蓝、猜灯谜、笔墨纸砚、京作家具、数字《冰嬉图》……

当这些极富中国传统文化特色的物品出现在韩国平昌冬奥会的“中国之家”，国际友人看到这些，开心得手舞足蹈，没想到韩国会吹来一股“中国风”。

平昌冬奥会开幕前夕，由中国奥委会创办的“中国之家”在韩国江陵开馆，这座位于海边的四层建筑，冬奥会期间将成为为中国体育代表团提供保障服务的重要平台，并承担对外交流、形象展示、文化传播等综合功能。

连日来，记者走访多个场馆，随处可以感受到浓郁的“中国风”，一来中国代表团以更加自信的形象亮相冬奥赛场，二来 2022 年北京冬奥会也正在准备着即将开始的“北京时间”。

“中国之家”内有乾坤

朱红色大门、中式家居布置、北京冬奥会展厅……数九寒冬，“中国之家”洋溢着汩汩温情。

据工作人员介绍，在历经温哥华、新加坡、伦敦、索契、南京、里约等重要奥运赛后，“中国之家”首次跟随奥运圣火，来到中国的近邻韩国。

“中国之家”为一座四层独立建筑，总面积达到近 2000 平方米，是历届“中国之家”中面积最大的。本届“中国之家”首次面向公众开放，全世界的人们都可预约参观，一起领略中国冬奥文化的激情，感受“家”的温馨。

中国农历春节期间，“中国之家”将举办一系列精彩的新春庆祝活动，让身在韩国的中国体育健儿和海外同胞回“家”团聚，一起过一个热热闹闹、红红火火的大年。

新闻中心现中国元素

上联：冬奥有愿天下聚
下联：长城迎客远方来
横批：相约北京

在平昌冬奥会主新闻中心的 46 号租用空间门口，一副红底黑字的对联透出浓浓的中国味道。这是北京 2022 冬奥组委在平昌冬奥会设立的临时办公室，里面虽然布置简单，但处处都是“北京 2022”的标识，从张贴画到徽章组成的图案，琳琅满目。

工作人员介绍：“原以为我们只是来学习平昌奥组委和宣传北京冬奥会的，没想到还有大量的接待工作，好多国内和国际的单位、机构前来咨询。”

北京 2022 冬奥会平昌办公室是在冬奥会开幕前开设的。记者了解到，办公室的工作人员只有 7 人。

中国冰雪运动有段古

1980 年，中国体育代表团首次出现在冬奥会的赛场上。至今，中国代表团共参加了 11 届冬奥会。从 2002 年盐湖城冬奥会首次夺金到 2014 年索契冬奥会，中国队总计获得 12 枚金牌。

在“中国之家”，中国开展冰雪运动较晚的传统观念被打破。经过专业技

“但北京冬奥组委派来的人员远不止此，开幕前就派出了第一批观察员 49 人，他们参与了开幕式彩排观摩、技术运行、形象景观设计、奥林匹克大家庭服务、医疗保障等学习活动。”工作人员介绍。据了解，北京冬奥组委分 3 批共派出 147 人，全方位观摩和考察平昌冬奥会的竞赛组织、赛事服务、场馆管理、城市运行等各方面办赛工作，累计参加 120 余项交流研讨、实地学习、赛事观摩等活动。

值得一提的是，早在首批观察员出发前 3 个月，北京冬奥组委已经派出 41 名实习人员抵达平昌，与平昌冬奥组委的工作人员携手工作，分散在各个赛事具体运行部门中工作，在实践中积累办赛经验、提高办赛能力。据北京冬奥

术人员的努力，《冰嬉图》以数字化的形式动态呈现在世人面前——原来，早在元朝，京城就已开展冰上运动了；清朝更有冰嬉活动在每年岁末举行，声势浩大，是国家的庆典。

乾隆时期的冰嬉活动被宫廷画师记录下来，多个版本的《冰嬉图》流传至今，图中各种滑冰姿势和现



组委人力资源部部长闫成介绍，这些实习人员整理出了 1598 个业务问题，设计了 14 个涉及筹办工作全局的研究项目，以便于有针对性地开展实习。

在的冰雪运动有类似之处，单腿滑、单人滑、多人滑类似花样滑冰；另外图中也有独特的姿势，比如边滑冰边射箭的活动，尤其是回身射箭，被称为“转龙射球”。

冰嬉活动促进了民间冰上运动的开展和普及，北海冰场至今依然是北京市民冬季的重要娱乐设施。

据新华网