

从“攒分期待”到“兑分糟心”：

积分套路频现 消费者权益该如何守护

近些年,各商业机构纷纷推出积分政策,以此来增加复购频率。不过,消费者兑换商家宣称的“福利”时,却可能经历一波三折。积分到期前不提醒,悄无声息被清零;全积分兑换秒空,想兑的商品永远抢不到;兑换时突然被要求“仅限会员”,甚至积分换的东西质量差还没售后……当积分从“期待”变成“鸡肋”,积分规则的话语权又该掌握在谁手中?

攒分一时爽 兑换套路多

消费者戴先生在一家4S店维修汽车并购买车辆保险后获得了积分。店家口头告知这些积分可以兑换价值1800元的商品,如加油卡或其他服务项目。“他们没有说有效期,过了几个月我才发现,这些积分已经被商家强制回收了,感觉我的虚拟财产在不知情的情况下被侵犯了。”

黎先生平时会关注商家的积分,他努力在复杂的使用规则中找到适合自己兑换的方法。但他发现,心仪的商品总是难以兑换到,

这让消费积分的使用变得“鸡肋”。黎先生称：“有一次想用积分兑换优惠券，系统一直显示‘今日名额已满，请明日再来’，连续好几天准时去领，都是这样的提示，根本就兑换不了，这就是商家的套路。”

线下兑换不易,线上销售平台同样套路满满。消费者杨女士在抖音平台某酸奶品牌直播间观看带货,主播不断引导互动:“观看直播满10分钟,点赞达1000次就能获得积分,可用来兑换限量酸奶勺、过滤器等礼品。”杨女士连续多日积极参与,累计攒了上千积分。然而,当她准备兑换礼品时,商家却以“仅限白银及以上会员参与”“需提供直播录屏和主播信息”为由拒绝兑现。

消费获得的积分到底谁说了算？

针对商家单方面清零、调整消费者积分却拒绝承担责任的争议问题,北京市消费者权益保护法学会常务副会长段威说,部分商家会以“积分是商家福利,可单方处置”为由抗辩,这种观点其实缺乏法律依据。积分的

获取以消费者的消费行为为前提,并非无偿福利,而是消费合同的一部分,商家不能以“福利”为名剥夺消费者的合法财产权益。积分本质是“消费对价的一部分”,商家单方面清零且不告知消费者,与“侵占消费者财产”无异。

“商品一直显示已兑完,补货中,热门款根本抢不到,想要就得通过‘积分+现金’的方式”……投诉平台上一些消费者提出质疑,商家的“福利”会不会是弄虚作假?积分兑换中出现的“加价高”“库存虚”“附加条件多”等争议,是否属于商家剥夺消费者公平交易权的行为?

北京市律师协会消费者权益保护产品质量安全法律专业委员会主任芦云分析,商家积分宣传,内容应当是真实客观的,如果涉嫌虚假宣传,要承担民事欺诈责任,在行政上要承担虚假广告责任。在同等条件下,通过积分宣传的商家,对同类竞争者还构成不正当竞争行为。宣传获客后,商家如果变相对积分兑现设置门

槛,导致消费者付出更大成本,达不到当初的承诺,属于虚假宣传和欺诈行为,还涉嫌违约。

社交平台上,不少消费者反映积分兑换的商品质量堪忧,“三无”产品、假冒伪劣产品屡见不鲜,售后更是老大难。商家表示,通过积分兑换的产品和服务,商家的售后服务或者产品质量与普通商品应当是一致的,不能因为是赠品或者是由积分兑换的商品,就免除了经营者所需要承担的品质担保责任。

积分免费但不免责。芦云认为,看似是通过免费的积分兑换了产品或者服务,但是如果由于产品质量或者虚假宣传造成了损失或者影响,消费者依然有权利追究商家的责任。同时,积分的相应内容和规则以及其价

值判断,都应当记载在消费者的选择因素里,经营者不能以“免费而免责”这样的说法推脱责任,而是要履行最大信赖利益的承诺,积极履行积分兑换和相应规则。

(综合)

声音

别让消费积分沦为商家「免责工具」

在数字化消费日益普及的今天,消费积分已成为连接商家与消费者的重要纽带。无论是超市购物、网络下单,还是餐饮娱乐,积分兑换礼品、抵扣现金已成为常态。然而,当积分制度逐渐异化为商家规避责任、模糊权益的“挡箭牌”时,我们不得不警惕:消费积分正从一种服务激励机制,悄然沦为商家的“免责工具”。

积分本应是商家回馈消费者、增强用户黏性的诚意之举。消费者通过持续消费累积积分,换取优惠或实物,形成良性互动。然而现实中,不少商家却将积分规则设计得复杂晦涩:有效期短、兑换门槛高、使用限制多,甚至在未充分告知的情况下单方面修改规则。更令人诟病的是,当消费者对商品质量或服务提出质疑时,一些商家竟以“已赠送积分补偿”为由,拒绝进一步处理投诉,仿佛寥寥虚拟积分便可抵消所有责任。这种“用积分堵嘴”的做法,实则是对消费者权益的轻视与漠视。

消费积分沦为“免责工具”,本质上是商家责任意识的退化。《消费者权益保护法》明确规定,消费者享有公平交易权、求偿权等基本权利。积分补偿不能替代法定责任。商品存在质量问题,服务未达约定标准,商家理应依法退换货或赔偿损失,而非以积分敷衍了事。将积分作为“息事宁人”的手段,不仅违背了积分制度的初衷,更侵蚀了市场诚信的根基。长此以往,消费者将对品牌失去信任,商家也终将因短视行为付出代价。

此外,积分规则的不透明与不对等,也加剧了消费者的无力感。许多积分条款藏身于冗长的用户协议中,消费者往往在兑换失败或权益受损时,才意识到“被套路”。而当争议发生时,商家常以“规则已公示”为由推卸责任,却忽视了自身在信息告知上的义务。真正的公平,不应仅停留在“有规则”,更在于规则是否合理、是否被充分告知、是否可被平等执行。

要让消费积分回归激励与回馈的本质,需从制度与监管两方面发力。首先,商家应秉持诚信原则,明确积分获取、使用、失效等规则,避免设置隐性陷阱。积分补偿应作为额外福利,而非责任豁免的“赎罪券”。同时,监管部门应加强对积分营销行为的规范,明确积分与法定赔偿之间的界限,防止商家借积分之名行推责之实。特别是,鼓励建立第三方投诉与仲裁机制,为消费者提供便捷的维权渠道。消费者自身也需提升维权意识,面对不合理条款,不应因“积分小事”而选择沉默;每一次理性维权,都是对市场秩序的守护。平台与媒体也应加强监督,曝光典型侵权案例,推动行业自律。

消费积分本应是温情的连接,而不应成为冷漠的推诿。唯有商家摒弃“免责思维”,真正尊重消费者权益,积分制度才能发挥应有的作用。别让那一串数字,成为压垮信任的最后一根稻草。我们期待的是一个更加透明、公平、有温度的消费环境——在那里,积分是诚意的表达,而非责任的逃避。

(北京青年报)

图为安利益之源净水器PRO。

饮用水安全,关乎每个人的健康。近日,安利益之源净水器PRO凭借“滤除1704种污染物”荣获世界纪录认证。该产品在滤除污染物的同时,保留有益的天然矿物质元素,以领先行业的净化实力为家庭日常饮水安全树立新标杆。

世界纪录认证机构，总部位于英国伦敦，在全球多国开展业务，凭借强大的数据支持和标准化运营，遵循公平、公正、公开的全球统一认证原则，已成为全球纪录认证的权威机构之一。

日常饮水 喝够也要喝好

水在人体中发挥着多种重要生理功能，是人体各组织和器官的主要成分，参与机

体的新陈代谢,促进营养物质在体内的消化、吸收、循环和排泄,参与体液正常渗透压及电解质平衡的维持,调节体温,对关节、器官和组织等起到一定润滑、缓冲和保护的作用。

《中国居民膳食指南(2022)》指出,在温和气候条件下,低身体活动水平的成年人每天推荐饮水1500—1700毫升。然而,仅摄入足量的水是远远不够的,水质的好坏直接决定其是“生命之源”还是“健康隐患”。

大多数家庭的日常饮水以烧开的自来水或桶装水为主。自来水中含有余氯、挥发性和有机物、副产物等,同时经过漫长的输送管道以及高层建筑储水箱,可能会渗入铁锈、泥垢、微生物等,影响水质安全。桶装水水桶反复使用,存在交叉感染风险,如果开封后放置时间过长,而饮水机又没有定时清洗消毒,很容易滋生细菌,对水质造成新的污染。

如何喝到一杯安全的好水?净水器因能改善水质,去除水中重金属、有机化合物、消毒副产物等物质,已经成为许多家庭健康饮水的选择。相对桶装水和自来水,净水器具有使用方便、经济实惠、现制现用、无二次污染、水质安全新鲜等优点。

奥维云网推总数据显示,今年1月至5月,净水器仅次于清洁电器,成为家电行业中第二高增长品类,零售额同比增长

24.4%，零售量同比增长16.7%。

去害留益 成就安全健康饮水

安利益之源净水器是全球首台 UV-C LED 通过 NSF 四项标准认证的净水器。NSF 作为水质与食品安全领域的检测认证机构,被世界卫生组织指定为全球饮用水安全与滤净合作中心,其认证标准被视为全球最严苛的净水器性能评价规范,并被美国国家标准协会直接采纳为国家标准。

此次获世界纪录认证的安利益之源净水器PRO,搭载行业领先的光芯双舱净化技术,一舱精准过滤污染物,一舱精准杀灭细菌。

具体来看,活性炭净化过滤能滤芯升级,新增微分子滤净层,可高效滤除铅、汞、挥发性有机化合物、农药、微塑胶、全氟辛酸等,滤除种类高达170余种,全面守护饮水安全。深紫外线灭菌舱能精准杀灭水中99.99%的细菌与病毒,同时保留水中天然有益的矿物质,实现从“干净水”到“健康水”的升级。

除硬核性能外，益之源净水器 PRO 还全面升级用户体验。比如，消费者换滤芯更方便，一拉一拔即可轻松完成；智能互联小程序可实时监控滤芯状态；耗电量较旧版减少 25%……让消费者每一天的安全健康饮水都更便捷、智能和节能。

图为世界纪录认证向安利(中国)市场部及研发中心副总裁陈佳颁发认证证书。

安利益之净净水器于1984年在美国上市, 获得美国水质协会金质印章; 2010-2016年连续7度获得亚太地区年度净水器企业奖; 2018年获得中国家用电器研究院“好产品”证书; 2017—2018年获得中国质量检验协会颁发的全国净水行业金鼎奖, 41年来已在全球40余个国家和地区热销, 为广大消费者提供安全优质的饮用水。

安利(中国)市场部及研发中心副总裁陈佳表示,滤除 170 多种污染物诠释了益之源净水器 PRO 的硬核实力。安利提供的不仅是一款产品,更是一份可验证的健康保障。

(陈玉佳)

C&D 建发国际
股票代码 HK.01908

ITG 国贸地产

建发房产 实力国企
打造钻石人生

全城热望 冠领福州

省府圈 地铁旁 建筑面积约 103-143m² 约 100% 得房率花园洋房

营销热线
0591

8764 7777

📍 导航

建发国贸·望樾营销中心

效果图过稿稿，非交付标准

(2025) 榕房许字第0077号 (2025) 榕房许字第0082号本案推广名为“建发国贸·望樾”，备案名为：“秀映公馆”，开发公司为福州榕禧房地产有限公司。本广告为售楼宣传资料，为要约邀请，所有图片及资料仅为参考之用，所有内容均以政府最后批准之法律文件及买卖双方签订的《商品房买卖合同》（含合同附件及补充协议）为准。因设计、施工、技术及政府政策的调整需要，本公司保留对宣传资料修改的权利。本资料发布的为2025年9月26日前的信息，敬请留意最新资料。