

政策有“引力” 市场活力足

5月26日清晨,四川省广安市前锋区特可信农贸市场格外热闹,各商铺、摊位货源充足、品类齐全,不少市民一早赶来挑选心仪的商品。

消费市场的繁荣是全区商贸业蓬勃发展的生动注脚。今年以来,前锋区锚定扩内需、促消费主线,统筹盘活内需市场与对外开放两大板块,双向发力持续推动商贸经济高质量发展。

惠民红利促消费

5月27日,前锋城区某大型家电卖场内,智能热水器、节能冰箱、高端洗衣机、空调等家用电器种类齐全,前来选购的顾客络绎不绝,市民陈力在销售人员的推荐下购买了一台空调。

“我购买的这台空调售价3500元,享受国补后实际上只花了2950元,商家还免费上门安装,价格实惠又省心。”陈力对家电以旧换新活动连连称赞。

“今年家电以旧换新政策持续发力,我们相继推出‘国补+厂补+店补’优惠活动,最高可享受30%的价格补贴。”该家电卖场负责人李自尊介绍。实打实的优惠激活了市场消费活力。

为了让惠民政策直达千家万户,前锋区常态化推进家电以旧换新、数码智能产品购新等惠民促消费专项行动,并动员辖区商贸销售企业积极参与。目前,全区已有48家企业纳入惠民促消费活动体系,其中城区参与企业29家,乡镇农村参与企业19家,在持续发挥城区消费主阵地、辐射源作用的基础上,有效补齐了农村消费服务短板、激活了乡镇消费市场潜力,切实打通惠民消费“最后一公里”。

截至目前,前锋区家电以旧换新、数码智能产品购新等活动累计带动销售品8269台,拉动市场消费2283.4万元,累计兑付惠民补贴192.39万元。

大力提振消费。今年以来,前锋区成功举办“安逸消费·刚好前锋”羊肉美食周、非遗集市美食文化节、“天地仁和寨·心田四季”等大型文旅活动,带动餐饮、零售业实现消费2000余万元;组织好又多等商超、酒店在元旦春节消费旺

季开展让利优惠活动30余场次,累计让利各类消费1亿余元。今年1—4月,该区实现社会消费品零售总额6.15亿元,增长4.2%。消费经济呈现稳中有升、持续向好的良好态势。

外贸企业订单足

5月27日,位于前锋工业园区的四川和盛鞋业有限公司生产车间一派热火朝天的景象。裁剪、针车缝制、成型组装、成品质检……各道工序衔接有序、高效推进,工人正在赶制一批发往欧洲的外贸订单,确保产品按期交付。

“公司目前月均产能稳定在8万双左右,外贸订单量较去年同期增长了近五成。”四川和盛鞋业有限公司相关负责人余双钱介绍。

作为前锋区的重点外贸企业,四川和盛鞋业有限公司自成立以来便将目光投向国际市场,专注于运动鞋、功能鞋等产品的研发与生产。从原材料采购到生产工艺升级,该公司严格对标国际标准,先后通过多项国际质量认证,旗下产品远销欧美、东南亚、中东等地。

近年来,面对复杂多变的市场环境,该公司加大研发投入,组建专业设计团队,根据不同市场的消费偏好量身定制产品,提高产品的附加值。同时,积极加强与海外客户的沟通交流,巩固老客户、拓展新市场。

当前,该公司的订单已排到今年8月。“今年,我们力争完成鞋出口100万双,预计实现产值1.2亿元。”余双钱说。

2025年以来,前锋区持续赋能外贸企业发展,积极搭建对外经贸合作平台,精准助力企业拓市场、拿订单、稳出口。先后组织中亨鞋业、俊乔针织等优质外贸企业亮相

广交会,达成订单额58万美元;稳步推进国家外贸转型升级基地创建工作,持续完善外贸产业配套,推动辖区外贸产业实现量稳质升、迭代发展。

线上线下齐发力

日前,第八届中国西部国际投资贸易洽谈会(简称西洽会)在重庆国际博览中心圆满落幕。前锋区组建专项代表团赴渝参展,携工业智造、特色农林优质产品集中亮相广安馆N3展区,以展会为桥梁,拓宽产销渠道、深化招商引资,全力推动“前锋制造”走出川渝、走向全国市场。

展会期间,前锋代表团持续开展展示展销、产销对接、招商洽谈等系列工作。工业领域,耀业机械携智能制造相关产品亮相,展示前锋高端装备制造产业硬实力;农业领域,龙滩松针、和诚林业带来的农特产品,将前锋生态好物推向更大消费市场。

此次参展,既是前锋区本土产品集中亮相、品牌出圈的生动实践,更是借势成渝、扩大开放的有力举措。

与此同时,前锋区持续培育本土电商主体,通过开展直播电商技能培训,推动传统商贸企业数字化转型,借力电商平台拓宽销路,实现网络零售额稳步攀升。孵化喜爽、叮叮猫等10余户电商企业,培育和诚花椒和老磨坊粮油2个本土电商品牌。直播带货、电商批发正成为销售新增长点。

前锋区将持续做优新兴产业,推动产业规模化、现代化、集约化发展,逐步构建起“线上+线下、内贸+外贸”深度融合的现代化商贸发展新格局,为区域经济高质量发展注入强劲动能。沈仁平 吕甜

德阳开展专项检查 筑牢药品安全防线

□罗艳 本报记者 李鹏飞文/图



为进一步压实公立医疗机构药品质量主体责任,消除药品使用环节安全风险,5月28日,四川省德阳市旌阳区市场监管局联合市级药品监管部门,开展辖区公立医疗机构药品质量安全专项督查行动,全方位排查整治用药安全隐患。

本次联合专项检查以辖区各级公立医院为检查对象,紧扣药品采购、储存、养护、使用全链条监管重点。执法检查组重点核查医疗机构药品准入资质、供货企业资质审核、票据留存及购销台账建立情况,严查非法渠道购药、资质不全等违规行为。针对低温冷藏药品、急救药品、集采中标药品、中药饮片等重点品类,细致核查储存环境、温湿度监测记录、药品效期管控、防潮防虫养护措施,严防药品变质、失效、污染等问题发生。

检查中,执法人员同步对医院药品管理制度执行、执业药师在岗履职、处方审核调配、药品不良反应上报等工作进行全面核查。坚持执法检查与合规指导相结合,对检查发现的薄弱环节和细微问题,现场指导工作人员整改完善;对排查出的风险隐患建立问题清单、责任清单、整改清单,限期闭环整改,确保隐患整改到位、不留死角。

据悉,下一步,德阳市、旌阳区两级及基层监管部门将持续深化联动监管模式,常态化开展医疗机构药品安全抽查检查与合规帮扶指导,持续规范公立医院药品使用管理流程,堵塞监管漏洞,切实从源头守住、守牢药品安全底线,为辖区群众安全、放心就医用药保驾护航。

四川曝光涉老服务虚假宣传典型案例 严打养老消费乱象

□本报记者 马工枚

5月22日,四川省市场监管局通报8起涉老服务虚假宣传典型案例。记者了解到,自2025年以来,该局紧扣群众身边不正之风和腐败问题集中整治工作部署,扎实开展养老服务领域突出问题专项整治,严厉查处各类侵害老年消费者合法权益的违法经营行为,本次曝光案例涵盖直播数据造假、食品冒充药品治病、会销诈骗等违法行为,其中1起案件因涉嫌刑事犯罪被依法移送公安机关。

此次公布的8起典型案例违法主体涵盖品牌管理公司、商超商行、食品经营部、旅行社、日用品门店等经营主体,违法手段花样翻新、隐蔽性强,普遍以免费送礼、健康讲座、专家授课、会员服务等方式引流,针对老年群体实施虚假宣传,严重扰乱养老消费市场秩序,损害老年人财产安全与身心健康。

在直播招商宣传领域,四川某品牌管理有限公司运营“康在百

年”“季当家”小程序期间,于2025年7月的招商会上虚构直播销售业绩,谎称门店单场开播17天销售额达31.2万元、月收入50万元、可提现10万元,以虚假数据吸引招商合作,其行为构成虚假宣传,违反《中华人民共和国反不正当竞争法》相关规定,被成都市高新区市场监管局罚款10万元。

食品、保健食品虚假宣称治病功效是本次曝光的重点。多名经营者将普通食品、保健食品包装为“治病神药”,肆意夸大产品功效,误导老年消费者。峨眉山市经营者李某通过自制PPT,虚假宣传FDP福达平胶囊可辅助治疗心肌梗死引发的心绞痛、胸闷、气短等病症,且无法提供宣传内容的真实性佐证,被罚款2万元。西充县某百货商行销售的某品牌药品仅具备增强免疫力、缓解体力疲劳的保健功能,却宣称可治百病、防病治病,违反《中华人民共

和国反不正当竞争法》相关规定,被处罚5万元。

部分跨界经营主体涉足养老消费虚假营销。德阳市某国际旅行社营业部以会员服务、讲座授课为载体推销介入因子保健食品,虚假宣称产品可治疗心脑血管疾病、糖尿病、前列腺疾病,具备防癌抗癌功效。该经营者案发后主动退还消费者2.16万元。最终被德阳市市场监管局罚款6.4万元。安岳县某食品超市以赠送香皂、牙膏等小礼品为诱饵,邀约老年人观看虚假科普视频,假借古籍内容暗示普通羊乳食品具备增强免疫力的保健功效,因虚假宣传被罚款2万元。

除食品类虚假宣传外,家电产品虚假宣传乱象突出。四川某商贸公司在销售反渗透温热一体机、破壁机的过程中,通过送礼、现金引流等方式,向老年人虚假宣传设备过滤的水质可解毒、长期饮用可杜绝

生病,误导消费者购买,被广安市前锋区市场监管局罚款2万元。万源市某食品经营部每日开设多场健康讲座,依托讲师宣讲、老用户现身分享等形式,将普通预包装食品包装成虫草酒、高血糖压、糖尿病等30余种疾病的特效药,累计销售130瓶,执法人员现场查扣未售产品286瓶、空瓶692只,该经营部被罚款5.2万元。

此外,2025年11月,巴中市恩阳区郭某注册成立日用品展览展示店,伙同他人组建诈骗团伙,在乡镇区域以免费送鸡蛋、面条为诱饵吸纳老年群体,虚构医护人员身份,伪造康复案例与视频,高价推销普通配制食品转山、赵氏普众酒,谎称产品可治愈癌症、囊肿、风湿病等。截至2026年1月,该团伙累计销售金额超过49万元,发展老年会员262人,覆盖老年群体3万余人次,社会危害极大。目前,该案已被依法移送公安机关进一步侦办。

月月315·消费提示

□本报记者 马工枚

最近出行游玩、居家改造、日常消费需求持续旺盛,夏日经济升温的同时,消费维权问题不容忽视:写真拍摄服务宣传品质上乘、任选服装,实际体验大打折扣;家装定制承诺工艺精良、配件耐用,完工后瑕疵明显、拒绝整改;养生茶饮违规宣称功效、品质与宣传严重不符,售后拒不担责。四川省保护消费者权益委员会律师顾问团结合最新消费维权相关司法解释,为您逐一解惑,明确各类消费纠纷的维权依据、实操路径以及法律权益,教您留存关键证据、合理主张诉求,让您的消费全程无忧、放心选购。

问题一

庞女士网购养生花茶,标注天然无添加、养颜调理、汤色清亮,冲泡后口感酸涩,杂质较多,售后拒不担责。

律师解答

商家宣传涉案普通养生花茶天然无添加、具备养颜调理功效、冲泡汤色清亮,实际冲泡后口感酸涩、杂质较多,实物品质、使用效果与宣传内容严重不符,属于对商品质量、性能作出虚假且引人误解的商业宣传,违反《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条规定。该产品仅为普通食品,商家违规宣称养颜调理保健功效,违反《中华人民共和国广告法》第十七条关于普通食品不得宣称保健功效的禁止性规定。

庞女士可依据《中华人民共和国消费者权益保护法》相关规定要求退货退款,如有证据证明商家存在欺诈,还可主张商品价款三倍赔偿,赔偿金额不足五百元按五百元计算。若有确凿证据证实花茶存在违规添加、原料不合格、杂质超标等食品安全问题,可依据《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条第二款,主张价款十倍或者损失三倍赔偿金,赔付金额不足一千元按一千元计算。

建议妥善留存花茶实物、宣传页面截图、订单物流凭证、沟通聊天记录等全部证据,妥善保管避免灭失。可优先向交易平台提交投诉,主张商家存在虚假宣传、违规宣称保健功效,申请退款及赔偿;平台处置未果的,可向属地市场监管部门、消委会提交投诉,申请行政核查与调解;调解仍无法解决争议的,可依法提起民事诉讼,追究商家法律责任,主张退款、赔偿相关损失。

问题二

赵先生线下购置家用沙发,商家宣称高密度回弹、耐磨抗刮、环保无味,实际坐感塌陷,表层易刮花,异味久久不散,商家推卸责任。

律师解答

商家在售家用沙发时,对外宣称产品具备高密度回弹、耐磨抗刮、环保无异味的性能品质,但实际货品出现坐面塌陷、表皮易划伤、刺鼻异味久散不去等状况,实物质量、使用性能和宣传描述存在显著不符。该行为属于针对商品质量、使用性能开展虚假且引人误解的商业宣传,已构成消费欺诈,违反《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条相关规定。

赵先生可依据《中华人民共和国消费者权益保护法》相关规定,要求商家办理退货退款,如有证据证明商家存在欺诈情况,还可主张按商品价款三倍索要惩罚性赔偿;若三倍赔偿金额不足五百元,按五百元标准赔付。

建议拍摄沙发塌陷、表面划痕等相关实景影像资料,妥善保管商家宣传音频、产品宣传手册、买卖合同、付款凭证、店铺资质信息等证据材料。取证完备后可先与商家正式协商,明确指其虚假宣传、售卖不符合质量标准商品的违规问题,依法提出退货退款及赔偿诉求。协商未果的,可向辖区市场监管部门、消委会提交投诉举报,申请行政查处与消费调解。若依旧无法解决纠纷,可向人民法院提起民事诉讼,依法追责,主张退还货款、赔付各项相关损失。

问题三

温女士影楼预订写真套餐,影楼宣称精修足量、服饰任选、拍摄品质上乘,成片修图敷衍,服饰破旧受限,影楼拒不协调。

律师解答

影楼在宣传中承诺“精修足量、服饰任选、拍摄品质上乘”,但实际成片修图粗糙、服饰破旧受限,明显与宣传内容不符,涉嫌违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条关于经营者不得作虚假或引人误解宣传的规定。同时,该行为也侵害了温女士作为消费者的知情权和公平交易权。

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条规定,经营者提供的服务不符合质量要求的,消费者可以依照国家规定、当事人约定退货或要求履行更换、修理等义务。温女士有权要求影楼重新修图、提供补偿服务,或者退还部分费用。

建议温女士保存好套餐宣传截图、沟通记录、成片对比照片、服饰实拍等证据,先通过影楼所属平台或商场管理方进行投诉,要求介入协调。若影楼仍拒不处理,可向当地消委会或市场监管部门投诉举报,必要时还可向人民法院提起诉讼,要求影楼承担整改、退赔等法律责任。

问题四

贺先生家装门店定制柜体,商家承诺板材环保、密封严实、五金耐用,完工后柜体缝隙偏大,五金卡顿易坏,商家不肯整改。

律师解答

商家在定制柜体时明确承诺“板材环保、密封严实、五金耐用”,但实际安装后出现缝隙过大、五金卡顿易坏等问题,属于未按约定提供符合质量要求的商品及服务,违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十三条关于经营者保证商品质量的规定。贺先生有权要求商家对明显存在质量瑕疵的柜体进行整改、修理或重做。

商家以“定制产品不退不换”等理由拒绝整改,缺乏法律依据。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条规定,定制产品同样应当满足合理质量预期,正常使用即出现上述瑕疵,已构成不符合质量要求,消费者有权要求采取补救措施。

建议贺先生保存好合同、设计图、付款凭证、现场照片、视频及与商家沟通的记录,先向家居商场管理方或平台投诉,要求协调处理。若商家仍不配合,可向当地消委会或住建、市场监管部门投诉,或向人民法院提起诉讼,要求商家承担整改、赔偿损失等法律责任。

夏季热门消费场景维权全解析
宣传天花乱坠 实物货不对板