严格落实主体责任 坚持诚信规范经营

川渝两地市场监管部门发布2026年“双十一”网络集中促销期间合规提示

□本报记者 马工枚

为规范“双十一”期间网络促销经营行为，维护川渝两地网络交易市场秩序，保护消费者合法权益，近日，四川省市场监督管理局与重庆市市场监督管理局共同向网络交易平台企业及直播电商经营者发布《“双十一”网络集中促销期间合规提示》。

网络交易平台经营者要严格落实主体责任，当好网络交易“守门人”：

一是落实入驻商家核验登记义务。落实《网络销售重点工业产品质量安全监督管理规定》（市场监管总局令第110号）要求，加大对平台内经营者主体资质、身份信息、产品信息等的抽查核验力度，并按规定频次进行核验更新，确保平台内经营者主体信息真实、完整、有效。

二是落实信息公示义务。加强对参与各类补贴、秒杀、平台标注“官方促销”、聚合营销等营销活动的商家身份核验与信息公示，并在活动页面显著位置设置“商家证照资质”入口，便于消费者查询。

三是切实规范促销行为。严禁虚假宣传、不按规定明码标价、价格欺诈、发布违法广告等违法违规行为。

四是加强知识产权保护。贯彻落实《电子商务平台知识产权保护管理》（GB/T 39550-2020）国家标准，加强平台知识产权管理，建立侵权投诉快速处理机制，积极配合权利人维权，对涉嫌侵权的商品及时采取必要措施。明确禁止以误导公众的方式使用注册商标，督促平台内经营者自查在用商标标识，主动纠正误导性使用行为。

五是加强商品质量管控。建立健全商品质量管理制度，加大对涉及老年人、未成年人、残疾人等重点人群及食品、重点工业产品等重点领域商品的监控力度，严禁销售无厂名厂址或伪造厂名厂址、冒用3C认证或许可证书，不符合强制性标准、掺杂掺假、以假充真、以次充好等质量不合格及禁限售商品。

六是妥善化解网络消费纠纷。畅通消费者投诉举报渠道，及时受理、高效处理投诉举报，积极协助消费者维护合法权益。督促平台内经营者依法履行网络购物七日无理由退货、产品质量修理更换退货（“三包”）等义务。

七是加强与监管部门协作配合。发现违法违规问题，依法依规向住所地市场监管部门报告。积极配合市场监管部门等行政部门依法查处相关违法违规行为，共同引导平台内经营者增强守法经营意识。

直播电商相关主体要严守法律法规底线，坚持诚信规范经营：

一是直播电商平台经营者要加强网络集中促销管理。严格落实直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构管理责任，强化平台内交易行为规范、商品和服务质量保障、消费者权益保护，建立健全风险识别制度，加强对直播电商活动的动态监测，依法依规、按照平台规则对直播中的违法行为及时采取警示、限制流量、暂停直播等处置措施，并按规定保存相关记录。

二是直播间运营者要规范经营行为。直播过程中，在直播页面以显著方式持续展示实际经营者信息、商品或者服务名称、价格、计价单位，以及服务项目、内容和计价方法等信息，建立健全合规审核机制和直播营销人员纠错机制，强化对直播选品、营销用语的审核把关，并对直播间互动内容进行实时管理，及时处置违法信息。

三是直播营销人员服务机构要完善内部管理制度。加强对直播营销人员的日常管理和规范引导，严格履行身份核验义务，不得通过组织虚假交易、虚假评价等方式，帮助直播间运营者、直播营销人员进行虚假或引人误解的商业宣传。

四是直播营销人员要恪守职业道德，规范直播营销用语。严禁使用违法违规的绝对化用语、虚假限时促销、诱导逼单、功效夸大与虚假承诺、迷信宣传、冒充官方背书、虚假优惠福利等高风险话术，不得编造、传播虚假信息损害其他经营者的商业信誉、商品声誉。

“双十一”期间，广大消费者应当理性消费，依法维权，遇到违法违规行为，注意留存订单、聊天记录、直播截图、支付凭证等证据，及时向市场监管部门或者有关主管部门投诉举报。

从政策红利到市场热度

德阳什邡以旧换新释放消费潜力

□傅泽瑞 本报记者 李鹏飞 文/图



今年以来，四川省德阳市什邡市聚焦扩内需、惠民生，扎实推进消费品以旧换新、设备更新惠民政策落地落实。通过综合用好国家、地方和门店三重补贴，让老百姓得到最大优惠，持续释放消费潜力、提振市场信心，让广大市民切实享受到政策红利。

近日，记者走访什邡市方亭街道家电数码卖场，实地了解政策落地成效。天猫优品体验店店长陈祉龙介绍，今年什邡市先后在3月、6月、9月启动三轮家电数码地方专项补贴，最新一轮政策自9月23日起持续实施。政策带动市场热度持续攀升，新一轮补贴落地以来，门店冰箱销量同比增长15%以上；门店今年6月依托专项促销活动，家电单月销量增幅接近50%，市场拉动效果显著。

整合国家、地方补贴政策及门店让利优惠，放大终端产品价格优势，有效激发市民消费意愿。

“店内一款原价5999元的美的冰箱，政策补贴和门店优惠后，到手价仅4000元左右，性价比远超网络售价。”什邡市鼎蔚佳商贸有限公司董事长杨轶说。

据了解，什邡市对家电、数码品类实行精准差异化补贴政策。其中，售价3500元以上的智能手机最高可享受525元国家补贴；大家电按照15%比例予以补贴，单件最高补贴可达1500元。同时，各门店全面优化换新服务流程，通过线上系统实现旧机智能估价、价款直接抵扣，操作便捷、兑付高效，群众换新体验持续提升。

优惠力度大，也吸引了周边地区消费者前来选购。“近期不少外地顾客专门到店购机，有绵竹市民专程选购小米旗舰手机，什邡300元地方补贴落地后，整体售价在周边地区极具竞争力。”小米之家什邡百盛一楼店店员周鑫告诉记者。

为推动惠民政策全域覆盖、落地见效，什邡市商务经合局积极发动各类市场主体参与以旧换新活动。目前，全市已有111家家电、数码类商户纳入官方活动体系，门店覆盖城区及各镇（街道），形成全域联动、多点发力的促消费格局，进一步拓宽市民选购渠道、提升便民服务质效。

数据显示，截至9月29日，什邡市累计录入以旧换新订单近4万笔，争取上级政策资金2000万元以上，审核兑付订单3.8万余笔，兑现补助资金1900多万元，政策落地稳、惠民力度大。

什邡市商务经合局相关负责人表示，下一步，什邡市将持续用好以旧换新政策工具，依托百余家参与商户完善服务体系，抢抓“双十一”消费旺季，持续加强政策效应，激活消费市场内生动力，推动全市商贸消费持续提质扩容。

听歌逛市集 绵阳文旅熊猫嘉年华亮相安州

□王荟源 本报记者 吕婕

近日，“青睐绵阳 悦动生活”2026绵阳文旅熊猫嘉年华在四川省绵阳市安州区启幕。活动为期三天，主舞台演出、烟火市集、绵州文旅荟、主题巡游等板块同步开放，免门票、预约进场，市民游客在家门口就能赶一场好吃好耍的文旅大集。

主舞台连轴开演，明星专场轮番登场。启幕当天下午，群众文艺专场率先暖场，歌舞、民俗节目一台接一台，台下掌声、喝彩声此起彼伏。在接下来的两天里，阿吉太组合、温奕心、赵方婧等歌手陆续登台，路演计划暖场、群文非遗专场、嘉年华音乐演出排得满满当当。舞台一侧的音浪快闪区，本地音乐团队抱着吉他即兴弹唱，AI情歌互动装置前排队等着录歌的年轻人一直没断。

烟火市集香气扑鼻，逛吃游玩一站安排。烘焙摊位前摆着刚出炉的面包，手作咖啡一杯接一杯地萃；老茶馆支起竹椅木桌，盖碗茶一泡、龙门阵一摆，脚步不自觉就慢下来。清风鸡、花荼牛肉、焦鸭子等安州美食品鉴区一路铺开，更有安州评书、剪纸、葫芦烙画等本土非遗精彩亮相。焦鸭子套圈、巨型长筷夹熊猫公仔、零食大作战、单车鲜榨橙汁等六款互动游戏前排着长队，玩一局就能赚“音浪币”，攒够了可以去兑换点换奶茶、熊猫公仔等小礼品。等到夜色沉透，发光市集和深夜食堂继续营业，谁也不急着散场。

作为嘉年华的“文旅客厅”，绵州文旅荟把全市文旅资源、非遗技艺和文创好物集中摆上台，景区推介、风物展示、互动体验一站看全。现场最显眼的，是绵阳市精心培育的三大文旅IP——“李白故里”诗意流淌，“两弹一星”厚重滚烫，“熊猫家园”憨态可掬。三大IP串珠成链，配合李白飞花令、熊猫头像涂鸦等趣味玩法，逛一圈，就把绵阳的旅行灵感攒了个遍。

“我们借助这场活动，让市级文旅资源下沉安州、走近市民。依托绵阳李白故里、熊猫家园、‘两弹一星’三大IP，以音乐为媒介，主舞台演出、熊猫机器人巡游、绵州文旅荟等市级演艺、非遗、文创资源集中亮相姊妹广场，与安州的美食、非遗技艺和商圈业态有效衔接，共同打造这场全民可感的城市级文旅嘉年华。”绵阳市安州区文化广播电视和旅游局局长张琳琳说。

下一步，安州区将继续深耕文旅资源，优化产品和服务，推动文旅深度融合，持续擦亮“古海遗珠·安逸安州”品牌，为区域文旅高质量发展注入更多活力。

品川味赏蜀韵 知产赋能烟火巴蜀

□本报记者 马工枚

一场融合知识产权、巴蜀美食与非遗演艺的感官盛宴，正在紧锣密鼓地筹备之中。第十五届中国国际专利技术与产品交易会特别策划“知识产权点亮时尚滋味——舌尖上的知识产权”主题活动，以“知识产权+美食”为创意主线，将川菜、川茶、川酒的醇厚滋味与专利、商标、地理标志的创新价值交织呈现，搭配长嘴壶川茶茶艺、川剧变脸等精彩非遗演艺，为观众奉上一场可看、可品、可玩的沉浸式体验。

一步一特色

沉浸式感受烟火巴蜀

从入场签到至主舞台，本次活动以国风主视觉贯穿全场——主视觉形象、标识（LOGO）合影墙、导视系统与双通道签到设计相互呼应。活动现场规划24个特色展位，可容纳150个坐席。11月6日，24家企业率先集中布展；7日至8日，70余家四川知识产权相关食品企业的特色产品精彩亮相。“川味”“川饮”“川食”三类花车式主题摊位交叉布局、各有风姿：

地道川味·巴蜀文化摊位以暖调国风为基调，融入川味小吃、川味调料与蜀地山水元素，尽显地道烟火气。茶酒承川摊位采用竹架结构，搭配茶盏、酒坛与翠竹云纹，演绎川茶川酒的千年雅致传承。巴蜀食光摊位是清新蓝调国风，搭配熊猫、仙鹤、山水竹韵等标志性IP元素，兼具国潮美感与亲和力。

每个摊位均配备可定制摊位楣头、展桌椅与基础照明，部分摊位支持现场烹制，让“知识产权”从展板走进热气腾腾的现实。

同时，活动现场还将举行长嘴壶川茶茶艺表演和精彩亮眼的川剧变脸表演。长嘴壶川茶茶艺表演中，表演者动作行云流水、刚柔并济，以花式注水、灵动招式演绎川茶冲泡美学，一招一式尽显川人从容雅致的生活风骨，让人沉浸式感受温润茶香与中式雅致。川剧变脸表演被列入巴蜀非遗名录，瞬息变脸、神韵十足，演员以出神入化的传统绝活、舒展灵动的身段，展现极具视觉冲击力的非遗魅力，让经典非遗在舞台上焕发全新光彩。

三线齐发

川味知产样样“有料”

据了解，本次活动将集中展出四川特色食品与知识产权成果，参展产品60余款，川味、川饮、川食三线齐发，样样“有料”。

川味——跷脚牛肉、钵钵鸡调味料、鹃城牌郫县豆瓣、香辣蘸料、老坛酸菜、道泉老坛各类泡菜、吉香居泡菜等，麻辣鲜香、一应俱全。

川饮——理真蒙顶山茶、广元黄茶（木门茶）、七佛贡茶、青川白茶，五粮液、剑南春、青花郎等茗茶佳酿同台亮相。

川食——川汉子灯影牛肉、花生酥与麻饼、魔芋米面丝结、圣迪乐鸡蛋等，样样皆是“舌尖上的四川”。

每一件产品背后，都凝结着专利技术、商标品牌、地理标志等知识产权的价值守护，尽显四川风味从田间到餐桌的创新底气。

食企云集

地标荟萃，为“滋味”添翼

活动汇聚众多四川食品企业，涵盖宜宾五粮液股份有限公司、四川郎酒股份有限公司、四川剑南春（集团）有限责任公司、吉香居食品有限公司、四川省郫县豆瓣股份有限公司等知名品牌与特色主体。商标地标产品与创新科技成果齐聚一堂，共同呈现四川食品产业与知识产权深度融合的生动图景。

“舌尖上的知识产权”不仅是一场美食市集，更是一次知识产权赋能产业发展的集中展示。活动以美食为载体、以创新为内核，让观众在品茗、尝鲜、观演之间，直观感受专利、商标、地理标志如何守护地道风味、成就品牌价值，让知识产权真正“可感、可尝、可用”。活动突出成果转化导向，组织专利技术进行对接洽谈，推动达成合作意向，让创新成果从展台走向生产线，由“展品”变为“产品”，切实赋能产业创新与高质量发展。

月月 315·消费提示

秋礼采购遇到售后缺位怎么办？消协律师答疑来维权

□本报记者 马工枚

近期，秋礼采购、蟹季尝鲜迎来消费高峰，各类消费纠纷也随之显现。四川省保护消费者权益委员会律师顾问团为您逐一解惑，明确网购消费纠纷的维权依据、实操路径及法律权益，教您留存实物、直播录屏截图、订单付款凭证、沟通交涉记录等关键证据，合理主张退货退款乃至惩罚性赔偿诉求，引导大家理性消费，依法维护自身消费权益。

问题一

王女士购买秋季滋补礼盒，包装标注净重与实物不符，礼盒内食材干瘪，商家拒绝退货补偿。

律师解答

商家销售的秋季滋补礼盒标重不实、食材干瘪、品质不达标，且商家还拒绝退货补偿，其行为可能涉嫌虚假宣传，违反《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条“经营者不得作虚假、引人误解宣传”的规定。同时，该行为也违背了“经营者应当保证商品质量”的法定义务。对此，王女士有权要求商家退货退款。

若现有证据能够证实商家存在故意虚标净重、以次充好的欺诈行为，消费者还可以再主张礼盒价款三倍的惩罚性赔偿。若赔偿金额不足五百元的，按五百元赔付。因此，建议王女士保存外包装、实物对比图、购买记录、付款记录、商品详情页以及与商家沟通的聊天记录等关键证据。在具体实践中，消费者可以再行与商家正式沟通，明确指出商品净重虚标、食材质量不合格的问题，提出退货退款以及相应补偿的诉求。若仍协商不成，消费者可以请求当地消委会协助调解，也可以向市场监管部门投诉，申请行政部门介入并组织调解。如果仍无法化解纠纷，可向人民法院提起诉讼，维护自身合法权益。

问题二

黄女士网购十月大闸蟹，到货多只死蟹，商家以运输正常损耗为由，拒绝足额赔付。

律师解答

本案中，黄女士与商家之间形成了买卖合同关系。虽然鲜活水产具有特殊性，但商家也不能笼统地将死蟹全部归为正常损耗，逃避自身的赔付责任。

网上购买鲜活水产品若无特别约定，就应当保证商品交付时存活。到货后出现多只死蟹，属于交付的商品不符合质量约定，商家应当依法承担补发、折价赔偿等违约责任，不能简单以运输损耗作为拒绝赔付的借口。商家主张属“正常损耗”的，应由其就损耗比例、免责事由及已履行告知义务承担举证责任。若商家拒绝赔偿，黄女士可以依据《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律规定，要求商家对死亡的大闸蟹进行赔偿。

同时，广大消费者收到鲜活水产要第一时间开箱录制完整开箱视频，对死蟹进行拍照录像，留存快递签收记录、订单详情、付款凭证及与商家交涉的聊天记录。先与商家协商，提出足额赔付的诉求；协商无果，可向平台发起售后申诉；也可以向消委会、市场监管部门投诉调解。若依旧无法解决，可以向人民法院提起民事诉讼主张相应损失赔偿。

问题三

肖女士选购秋季坚果礼盒，礼盒内坚果霉变，商家只同意补发，拒绝退款及相应赔偿。

律师解答

商家销售霉变坚果，属于经营不符合食品安全标准的食品。依据《中华人民共和国食品安全法》第三十四条，禁止生产经营腐败变质、霉变生虫的食品；《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条第一款确立了“首负责任制”，经营者接到赔偿要求应先行赔付、不得推诿。商家只同意补发、拒绝退款及相应赔偿，既未履行《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条“商品不符合质量要求的，消费者可以退货”的法定义务，也违反《中华人民共和国食品安全法》关于经营合格食品的规定。

肖女士有权要求商家退货退款。关于惩罚性赔偿，依据《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条第二款，需满足以下前提：一是商家存在明知销售的食品不符合食品安全标准仍进行销售的主观故意；二是消费者因食用该食品受到损害，据此，消费者除请求赔偿损失外，可主张价款十倍或者损失三倍的赔偿金；增加赔偿的金额不足一千元的，按一千元赔付。

值得注意的是，此类纠纷需要注意取证，包括保留霉变礼盒实物、霉变部位特写照片及未拆封对照样品，保存购物小票/订单、付款凭证、签收记录，对开盒发现霉变的过程录像、记录礼盒批号、生产日期与保质期，保存与商家沟通记录及商家“只补发、不退款、不赔偿”的明确答复等。消费者与商家协商未果的，可以向当地消委会或辖区市场监管部门投诉，也可直接向人民法院提起民事诉讼。