



成都发布消费提示：

警惕兼职培训消费陷阱

□ 华西社区报记者 胡晴琴

7月4日,记者从成都市保护消费者权益委员会了解到,近期有消费者反映,在购买配音、绘画原画、AI带货等各类兼职培训课程的过程中,因受商家“高额回报”“迅速变现”“学不会全额退款”等宣传话术诱导而陷入分期付款陷阱,或发现课程质量差却难以退费。部分纠纷涉及多个被投诉经营者,消费者在投诉的时候才发现与其签订合同的是一家,收款的是另一家,而为其提供培训服务的又是一家。纠纷发

生后不同经营者之间相互推诿,有的甚至频繁变更注册地址进而先后失联,查询后才发现已经被市场监管部门列入异常经营名录,导致消费者维权困难。

此类消费多为预付款消费,同时反映出在预付款消费中普遍存在的问题,如夸大宣传虚假承诺、不签署书面合同、设置不公平格式条款,或者突然关门停业不继续履行合同。这些问题的存在,不仅损害了消费者的合法权益,也扰乱了正常的市场秩序。

为此,成都市保护消费者权益委员会特别提醒消费者在进行该类消费时要提高警惕:

一、警惕夸大宣传和虚假承诺。购买课程之前注意了解兼职市场行情和专业课程培训特点,不要轻易相信“零门槛月入过万”“学完即派单”等夸大宣传。

二、了解商家信誉并谨慎选择机构。签订合同之前要详细了解商家的信誉及经营情况,

尽量选择规模较大或有第三方资金存管合作的经营者,避免选择经营状况不明的商家。尤其是对于投诉量大、短期内频繁变更注册信息或者已经列异的经营者要特别防范,谨慎消费。

三、签订书面合同并细看合同条款。坚持先签合同、后付费的原则。仔细审阅合同条款,重点关注服务内容、质量保障、收费标准、退费规则等事项。警惕将“培训贷”伪装成“学习费用分期”“先学后付”等话术,拒绝在未明确资金性质的文件上签字,避免个人信息被滥用或卷入债务纠纷。

四、留存证据,依法维权。注意保存宣传页面截图、聊天记录、合同文本、付款凭证、课程质量不佳的相关证明(如录屏、截图)等,方便后期维权。如遇消费纠纷,与商家协商无果可拨打12345或通过“全国消协智慧315”小程序投诉,也可以向法院提起诉讼。

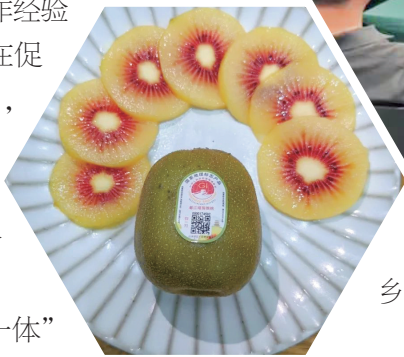


“数”造地标品牌 “小特产”撬动“大市场”

近日,四川省地理标志助力乡村振兴川西南片区现场会在攀枝花市召开,本次会议由省市场监督管理局、农业农村厅联合主办,攀枝花市、雅安市、阿坝州、甘孜州、凉山州、成都市、泸州市、宜宾市、南充市、巴中市等市(州)市场监管部门及农业农村部门参会。

经成都市市场监督管理局推荐,都江堰市猕猴桃协会以《数字时代下地标产品品牌建设的创新实践》为主题,在会上作工作经验交流发言,分享了都江堰市在促进我省地理标志保护和运用,推动区域特色优势产业发展,助力乡村振兴中好的做法、取得的成效和下一步的努力方向。

都江堰市以构建“五维一体”发展新模式,发挥“政校银企”联动合作机制的作用,从标准赋能、数字赋能、品牌赋能、保险赋能、渠道赋能五大板块助推都江堰市地理标志产品向高标准、高质量、高产量纵深发展。建立公用品牌立体传播体系,探索“小特产撬动大市场”出口新模式,开发可视有感的地理标志溯源管理平台,加大与消费者之间的深度互动,增强都江堰市地理标志产品品牌形象,



都江堰市优质猕猴桃。

大会现场。

为产业可持续发展筑牢根基,助力乡村振兴。

近年来,都江堰市市场监督管理局依托“三遗之城”得天独厚的自然资源和深厚的文化底蕴,坚持把地理标志作为服务乡村振兴、打造城市品牌、助推经济发展的重要抓手,通过“政府引导+市场主导+协会赋能”的创新模式,深化地理标志保护与发展协同管理,不断提升地理标志产品品牌价值和影响力。

截至目前,都江堰市现拥有都江堰猕猴桃、茶叶、方竹笋、川芎、厚朴5个国家地理标志保护

产品,共有68家企业使用地理标志专用标志。作为都江堰地理标志的龙头产业,“都江堰猕猴桃”入围2025年中国品牌价值评价信息发布百强榜,成功注册“都江堰猕猴桃”国际商标,建成欧盟认可的出口备案果园2个、包装厂1个,为产品进入高端市场筑牢根基;2024年8月至今,实现自营出口历史性跨越,出口额突破2700万元;率先在省内推行的“一果一标”溯源标识,推动贴码的果品售价增至6元/个,利润率增长10%,带动果农增收3000元/亩。

熊作宇 华西社区报记者杨锐 受访单位供图