

# 套路不是路

李锋

“3·15国际消费者权益日”是个神奇的日子,因为在这一天前后一段时间,企业欺骗消费者的各种“丑”,都会被集中揭露出来。这一期间,各路媒体、各大舆论平台,纷纷化身维权先锋,争相为消费者打抱不平,让无良企业无处遁形。

今年是这个消费者节日的第35个年头,伴随着这一数字的不仅有中国经济的整体升级,也有侵害消费者利益手段的越发狡黠。

35年来,企业欺诈模式从骗局升级到了套路,让消费者难以明辨曲直。面对新的市场状况,北京商报联合北商研究院,将以往的“3·15”调查报告进行了一次全方位改造,从单纯曝光黑心企业行为,到全面揭露问题企业套路,从而让消费者深入了解骗局背后。

在这本沉甸甸的“3·15”调查报告中,我们为您梳理了涉及消费者生活方方面面,包括教育、电商、汽车、金融、快消、家电、互联网、收藏等十余个业态。这本防骗宝典,也将成为无良企业的梦魇。

“3·15”调查报告成为呵护消费者权益的保护伞只是它的功能之一。更重要的是,我们希望通过媒体对问题企业的揭露,能够警示从业者,让欺诈套路烟消云散,还原一个清澈的消费环境。

同时,“3·15”调查报告,也是企业自省的一面镜子。或许有的企业的套路还很新颖,还没有被舆论曝光,但是套路不是正路,它终究是骗局,终究逃不过各界监督的眼光。

对于消费者而言,“3·15”调查报告也是一份警示录。消费升级企业竞争加剧,引

发骗局升级套路翻新。一个个“成功”的套路背后,恐怕还是和部分消费者的“配合”相关。追逐蝇头小利,期待天上掉馅饼等行为,成为了无良企业玩套路的温床。

对于中国经济发展走势来说,“3·15”调查报告是一场及时雨。不可否认,GDP 6.5%的预期增幅,让中国经济底气十足。然而,在持续增势背后,中国经济的结构和骨架却不那么完美。以央企为首的电信、银行、石油等巨头,依然在靠垄断经济捞金。在混改加速的大背景下,这些企业需要拿出更多市场化的产品,同时还要保证身正。

在互联网发达、全球一体化的当今,一些无良企业的套路,也在时时刻刻影响着中国的美誉度。套路可大可小,但给品牌带来的伤害却是无穷无尽。

套路不是路。

索菲亞<sup>®</sup>全屋定制

懂空间·会生活

漂亮一点  
实用很多

800个城市  
1700家专卖店  
五大生产基地  
风格源自法国  
八度上市公司



扫描关注  
赢好礼  
参与活动13倍送不停