

天猫上买的坚果礼盒 过期四个月?

市民称,发现多颗巴旦木发霉变质;商家称“生产日期印错”,印早了一年;杭州市场监管部门表示,将介入核查

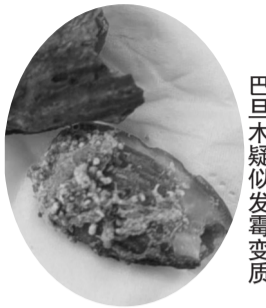
■海都记者 梁展豪
实习生 颜焯琳 文/图

6日,福州市民赵女士向海都热线968880报料称,她于1月份在天猫上购买了5斤坚果礼盒,食用过程中发现,多颗巴旦木出现了发霉变质的情况,并且商品已经超过保质期4个多月。但商家却表示商品的生产日期印早了一年,没有过期,只愿意退货处理。

该礼盒的生产商为杭州临安区颖溪贸易商行。杭州市临安区市场监督管理局相关工作人员表示,将安排执法人员对此事进行核查。



巴旦木包装上印着的生产日期为2024年1月8日



巴旦木疑似发霉变质

消费者:过年吃坚果口感不佳,发现已过期

1月9日,赵女士花费158元在天猫“嘴不让旗舰店”购买了5斤坚果礼盒,内含特大开心果、巴旦木、夏威夷果、碧根果和带衣腰果。1月13日收到货后,赵女士未立即拆封,计划春节期间与亲朋好友一同分享。然而,1月26日,

赵女士与亲朋好友一同食用了一些坚果后发现,几款坚果的口感不佳,多颗巴旦木还出现了发霉变质的情况。这时查看包装才发现,商品已经过期了4个多月。

通过赵女士提供的照片可以看到,几款坚果包

装上的生产日期均为“2024年1月8日”,产品的保质期240天,已经过期,并且,几颗巴旦木上还有疑似白灰色霉菌。

“大过年的,居然给亲友吃了过期食品。”之后,赵女士与商家协商,但客服解释是因为使用活字印

章时放错了数字,导致生产日期早了一年,愿意支付运费召回相关商品,做退货处理。赵女士认为,“错印”的解释有可能是商家的说辞,此类行为已经构成销售不合格食品,要求退一赔十。双方未协商一致。

商家:生产日期印刷出错,是否变质需核实

6日,记者在天猫的“嘴不让旗舰店”首页看到一则《公告》称:“我司生产的商标为(嘴不让)部分产品,经我司调查核实,包装袋打印设备为活字印章,活字印章使用时间过长会有磨损,导致放错了数字,因此导致正确生产日期2025年1月8日,变成了2024年1月8日,实际生产日期是2025

年1月8日。包含以下产品:开心果、夏威夷果、特大腰果和大颗粒腰果、碧根果、巴旦木、特大颗粒松子、大颗粒松子,均是净含量500g/罐,发货时间为2025/1/7-2025/1/10这个区间的订单,特此发出召回公告,来回运费商家承担,给您造成不便敬请谅解,我们会加强生产管理,认真检查细节问

题。” 记者在该店铺里看到,赵女士所购买的商品共有800多条评价,其中16条评价内容均提到“有坏果”“质量不好”。

针对赵女士的遭遇,店铺客服表示,食物发霉变质的情况需要核实后才能确认,生产日期是印刷出错导致,店铺会和消费者协商处理。随后,记者

多次拨打生产商杭州临安区颖溪贸易商行的电话,始终无人接听。

天猫平台客服表示,赵女士的诉求已有专员介入处理,会尽快与当事人联系,具体情况不便对外透露。记者将情况反映给了杭州市临安区市场监督管理局。相关工作人员表示,将安排执法人员对此事进行核查。

律师:商家若涉嫌欺诈 可要求增加赔偿

福建律师海都公益团北京德恒(福州)律师事务所林倩律师表示,按照《消费者权益保护法》规定,经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍;增加赔偿的金额不足五百元的,为五百元。

同时,根据《食品安全法》规定,生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品,消费者除要求赔偿损失外,还可以向生产者或者经营者要求支付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,为一千元。

此外,《电子商务法》第三十八条规定,电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求,或者有其他侵害消费者合法权益行为,未采取必要措施的,依法与该平台内经营者承担连带责任。

林倩律师表示,赵女士可以向天猫平台客服进一步反映情况,要求平台介入处理。平台有责任督促商家履行义务,如果平台明知商家存在销售过期食品等违法行为而未采取措施,赵女士可以要求平台承担相应的连带责任。

这届年轻人何为爱上“寺庙游”?

■海都记者 吴诗榕 文/图

“礼佛与赏花‘混搭’,梅花树下悠然品茗,不失为休闲娱乐的好去处。”2025年春节期间,福州的“寺庙游”热度持续攀升,不少市民称“初八去礼佛仍遭大堵车”。为何近年来“寺庙游”热度不减?年轻人何为对祈福乐此不疲?

对此,记者咨询了福建师范大学经济学院副教授林翊,他认为“寺庙祈福”热是“寺庙+”起了关键作用,而“寺庙游”也是年轻人释放压力、满足情绪价值的途径之一。



许多游客在林阳禅寺梅花树下聊天品茗

开工当天仍堵车,“寺庙游”热度不减

“每年春节,我都会挑选一天去寺庙祈福,这已经成了每年春节的必备‘仪式感’。”“00后”市民郭先生表示,在开工之前进行这样一场“拜拜”,寄托了他对新的一年工作顺利、身体健康的美好愿望。正月初七,郭先生与朋友相约,在春节假期的最后一天前往位于福州市仓山区的金山寺。

中午12时许,郭先生抵达了金山寺。在乘船检票

时,他发现检票员手中已经握有厚厚一沓票根。据检票员介绍,这100多张票根是前十几分钟内通过检票的游客留下的,春节期间,天气晴好的日子里,每天都有数千名游客前来游玩祈福。

“你们是选了个‘好时段’啊,刚才坐船可是要排队呢。”检票员笑着对郭先生一行人说道。记者了解到,金山寺位于江中,四

周被水环绕,游客们只能乘船抵达这座江中的庙宇。许多游客都表示,来这里祈福的同时,还能欣赏到美丽的江景,乘着舟游一番,虽然时间不长,却别有一番风味。

除了金山寺,林阳禅寺也以其独特的魅力,成为众多游客纷至沓来的热门之地。“我专程为了拍摄梅花而来,早就听说林阳禅寺正值最美花期,今日一见,果

然名不虚传。今天的朋友圈素材,算是‘有货’了。”正在兴致勃勃拍照打卡的王女士说道。

“真没想到,都初八了,来林阳禅寺祈福、打卡的游客还是这么多,进来的时候还遇到了大堵车呢。”在初八开工这天前来林阳禅寺祈福的林先生感慨道。在这里,“礼佛+赏花+品茗”成了一种新的体验方式。



乘船至金山寺的船票

“寺庙+”模式,助推“寺庙游”热潮

林阳禅寺正值梅花盛开之际,一朵朵梅花在枝头绽放,梅花丛中,人头攒动,热闹非凡。为何春节期间“寺庙游”热度如此之高?

“是‘寺庙+’起到了关键作用。”林翊指出,如今寺庙逐步演变成为一个集文化、旅游、消费于一体的综合性经济体,通过不断创新商业模式,如推出寺庙主题的文创产品,以及开展线上直播和虚拟祈福等活动,丰富消费者的选择,满足消费者对文化消费的多样化需求。“以金山寺为例,该寺利用摆渡船为游客打造

了5分钟的独特体验,而林阳禅寺在梅花季期间,茶饮消费更是实现了环比大幅增长,超过一倍之多。”

此外,林翊强调,一些寺庙周边的商业项目也紧抓机遇,依托寺庙的地理位置和特色文化,将宗教文化元素融入产品中,打造出独具特色的“非标”商业形态,成为城市文旅的新亮点。

林翊表示,在现代社会压力日益增大的背景下,寺院以其清静的环境和宁静的氛围,成为年轻人释放心理压力、获取情绪价值的场所之一。