

27万件投诉背后的8大消费陷阱

市消保委年度总结直指预付式风险、直播虚假营销等热点问题



预付式消费风险、线上购物虚假营销、短信骚扰……2024年,市消保委共受理消费者投诉27万余件。昨天,结合消费市场发展趋势,上海市消保委总结发布八大消费热点问题,同时针对重点问题提出专业建议。

青年报见习记者 朱彬

预付式消费 资金安全存风险

预付式消费渗透到生活的方方面面,成为消费市场的重要商业运营模式。其在让消费者享受一定折扣和优惠的同时,也能让经营者快速筹集资金、锁定客源,但由于信息不对称和款项无担保,也会使消费者预付资金处于风险之中。2024年市消保委系统共受理预付式消费相关投诉19073件。争议主要集中在三个方面:一是资金安全存风险,商家突然关门、失联,消费者未使用的预付金额难以追讨;二是服务品质缩水,合同履行过程中出现商家服务降级、商品质量下降、无法预约等;三是扣费、计费不清晰,拒绝合理退费等。

消保委建议,提升预付式消费资金安全系数,需要进一步加强规范和管理,如明确预收资金和使用期限上限,建立第三方资金存管制度,从根本上提升预收资金的安全防护水平;同时,应当完善信用惩戒体系,将恶意违约主体纳入失信名单实施联合惩戒、严厉处罚,并积极制定、推广更多预付式消费领域内的示范合同,促进相关消费市场规模健康发展。

直播间、小程序 虚假营销问题突出

线上消费市场活跃,消费者网购需求持续释放,线上购物也拓展至直播间、小程序等新场景,为消费者带来全新的购物体验。与此同时,相关投诉明显增长。2024年市消保委系统共受理直播间、小程序相关投诉11213件。消费者主要反映:一是虚假营销,商家、主播通过虚构事实、剧情演绎、刷单炒信、流量造假等方式,诱导或误导消费者下单;二是质量不佳,所售商品存在瑕疵、破损等情况;三是售后缺位,商家不履行“七天无理由退换货”、售后处置无响应等。

虚假营销不仅侵害消费者合法权益,还影响市场公平有序竞争。消保委认为,商家和主播应当规范营销行为,如实宣传、严把质量,并通过设置显著的售后渠道入口、合理配置客服等做好售后,方便消费者咨询反馈;平台应当压实审核责任,强化商家履约管理,对违约商家采取信用降级或清退等措施。同时,建议加大监管执法力度,建立完善行业规则,进一步规范商家、主播的网络交易行为。

“先用后付” 服务不透明

在电子商务蓬勃发展的背景下,“先用后付”作为互联网销售过程中的新型支付方式逐渐普



新华社 图

及。该方式由经营者先行向消费者发货,待确认收货后再行扣款,让消费者感受到交易的便捷度。但其本质为建立在消费信用基础上的信贷关系。2024年市消保委系统共受理相关投诉2318件。该领域主要存在三大问题:一是自主选择权受限,如先用后付被设为默认支付方式或被“点开即开通”页面引导误触等;二是服务规则不够明晰,平台未明确告知消费者相关规则、法律风险等;三是取消方式过于隐蔽,需多级点开菜单才能关闭,个别未完成订单无法关闭等。

“先用后付”支付模式在提升消费便利性的同时,需进一步规范以保障消费者权益。平台应当以显著方式告知消费者支付方式、违约后果及信用风险等,杜绝默认开通,充分保障消费者的知情权和选择权。对于自动扣款的,商家应当予以二次确认,同时设置简单便捷的取消通道,便于消费者随时关闭服务。消费者应当及时关注订单和支付信息,合理规划消费。

宠物交易 经营者诚信度缺失

伴随大众对宠物陪伴精神需求的增加,“宠物经济”持续升温,宠物和宠物用品市场规模不断扩大。与此同时,相关消费争议也日益增多。2024年市消保委系统共受理宠物、宠物医疗及周边服务相关投诉2015件。消费者主要反映:一是商家销售“星期宠”,消费者举证难、索赔难;二是商家存在虚假宣传、价格虚高行为,服务品质良莠不齐;三是售后服务不到位,出现问题时,商家推诿、拖延、拒不处理。

在宠物市场需求急剧扩大

的当下,经营者诚信缺失问题突出。经营主体应当严守诚信底线,在销售环节完整披露宠物健康档案,主动与消费者签署合同,并明确宠物出现染病或死亡时的责任划分。同时,建议制定相关法律法规和行业规范,从明确经营者资质要求、规范交易内容、强化宠物健康信息披露、制定行业服务标准、建立溯源管理体系、完善售后保障机制及构建信用评价体系等方面进行规制;相关部门要加强对宠物交易市场的监管力度,严厉打击违法违规行为,切实维护消费者合法权益,推动行业健康发展。

家电维修服务 “小广告”可信度较低

家用电器市场规模庞大,家电维修需求持续增长。家维服务质量直接影响消费者的日常生活,由此引发的消费争议亟待关注。2024年市消保委系统受理电器维修服务相关投诉4100件。消费者主要反映:一是维修服务不透明,存在“虚构故障”“小病大修”、反复维修仍无法排除故障等问题;二是社区“小广告”不可信,消费者通过“小广告”难以找到靠谱维修服务商,市消保委暗访1003个“小广告”地址,虚假率高达98%;三是信息检索通道不畅,消费者上网查询品牌方售后电话,网站推荐信息存误导,实际遭遇“黑维修”等。

家电行业应当倡导诚信经营、推动行业服务标准建设,进一步提升服务质量和价格透明度;相关部门应当建立长效监管机制,提升执法力度,建立信用评级制度,重点整治社区违法广告及网络虚假信息。消保委也提醒广大消费者,选择家电维修

服务需谨慎,要注意核实商户的资质和信誉情况,避免遭遇虚假维修和高价收费等陷阱。市消保委收集了主要家电品牌的特约维修电话,制作“消保委帮您忙——家电维修信息表”,消费者可通过市消保委的官方微信公众号和官网进行查询。

“一番赏”抽奖新模式 引发新问题

近年来,“一番赏”抽奖活动凭借其独特魅力在年轻消费群体中迅速走红。消费者通过购买奖券获得抽奖机会,每一张奖券都对应着一款奖品,这些奖品往往围绕热门IP主题,涵盖手办模型、日常用品周边、文化创意产品等多个品类,消费者可以体验抽奖不确定性带来的乐趣。然而,这一新兴抽奖模式也引发一系列新的消费争议。消费者主要反映:一是奖品价值与实际价值不符,消费者所获奖品价值与活动宣传或预期存在较大差距;二是抽奖概率不透明,商家“混入假票”“藏票”等;三是未成年人成瘾、攀比,家长发现后联系商家无法退款等。

“一番赏”抽奖新模式为消费者带来新消费体验的同时,相关服务亟待规范。经营者应当如实展示奖池内奖品的总量、各等级奖品的数量和价值、抽奖规则、参与条件等关键信息,并保证信息的真实性和完整性;线上抽奖平台应当切实履行社会责任,建立完善的未成年人保护机制,如设置未成年人专属登录模式、实行消费金额分级管控、建立未成年人投诉快速响应通道等具体措施,从源头上防范未成年人沉迷风险;家庭、学校和社会应当形成合力,通过多种形式

106短信 频繁骚扰消费者

数字化时代,短信作为便捷的信息传递方式,广泛应用于各类服务通知和营销推广活动中。近年来,106短信频繁骚扰消费者的问题日益突出。2024年市消保委系统共受理个人信息相关投诉2541件,其中,消费者对106短信骚扰问题反映强烈,主要问题有:一是频繁收到大量营销短信,严重影响日常生活;二是骚扰短信难以屏蔽、拦截;三是信息被伪装成“退订”“官方通知”等形式,消费者难辨真假,误信点击链接后甚至造成财产损失等。

消保委认为,106短信乱象损害消费者合法权益,应当引起相关部门和运营商的高度重视。运营商应当加强源头管理,严格审核106短信商资质,建立黑名单机制,并对群发短信异常的企业予以重点监控。同时,要进一步提升技术手段,开发智能过滤系统,精准拦截垃圾短信,守护消费者信息安全。相关部门应当明确规定106短信标注发送者实名,并加强监管,严惩违法违规行为。涉及诈骗的,应当予以严厉追责。

低价竞争 带来的负面影响

近年来,不少商家采取低于成本的价格销售商品,通过不断降价和“内卷式”竞争的方式抢占市场。低价竞争表面上给消费者带来了优惠,但从长远来看,其引发的一系列负面影响不容忽视,主要体现在:一是产品质量下降,二是易引发不正当竞争,三是行业转型升级受阻,企业升级转型需要在技术研发、设备更新、人才培养等方面投入大量资金,但在低价竞争的模式下,企业的利润微薄甚至亏损,无法承担升级转型所需的费用,最终将影响整个行业、产业的升级迭代和可持续性发展。

无序的低价竞争不仅扰乱了市场秩序,还制约了产业升级,更损害了消费者的长远利益。打破“内卷式”低价竞争,需要推动竞争从价格竞争向技术升级转变,引导市场向更加健康有序的方向发展。企业应当打破低质低价的困局,以更多好产品引领新的消费需求;平台应当进一步规范促销行为,保障商户自主经营权,建立恶意低价行为预警响应等机制,积极营造公平有序的网络消费环境;监管部门应当持续强化对低质低价的合规引导,加大对平台的监管和执法力度,优化平台经济领域竞争生态。