



11

星期五

2024年5月10日

13508257150

□主编:洪 叶
□编辑:郝富成
□美编:郝富成

了解更多达州本土资讯,请扫描
扫描二维码,关注掌上达州APP。



掌上达州

中消协发布今年一季度全国消协受理投诉情况分析: 微短剧、黄金饰品、明星周边产品等投诉升温

5月9日,中消协发布“2024年第一季度全国消协组织受理投诉情况分析”,点名“微短剧”陷阱盯上老年人、“一口价”黄金饰品纠纷、免费宠物“领养”实为捆绑销售、电影院“零食刺客”、偏远地区快件取件时强制二次收费、明星周边产品投诉升温等现象。

“微短剧”陷阱盯上老年人

由于老年群体对互联网知识了解较少,网络消费辨别能力相对较弱,容易陷入网络消费“陷阱”上当受骗。中消协发布的分析报告显示,一些网络保险销售广告以低价或免费为诱饵诱导老年消费者购买或体验后进行连续自动扣款。一些短视频平台利用算法锁定老年人推送离奇、浮夸“微短剧”,然后再以极低价格诱导其继续观看并默认开通免密支付,随后按集扣费并自动播放下一集。还有一些短视频或购物平台广告弹窗诱导“抽奖”,消费者点击后被跳转至第三方支付平台自动扣款。

消协意见:

建议相关部门针对利用网络侵害老年消费者权益突出问题进行重点整治。街道和社区可组织开展针对老年人群体的网络素养培训班,加强老年人网络购物、网络娱乐、网络生活等方面教育培训,教育老年人不轻易点击不明网络链接、不泄露个人隐私信息,增强网络安全意识。也可引导老年人建立网络素养提升兴趣小组,让老年人互相分享网络消费、网络防骗等方面的经验。

“一口价”黄金饰品纠纷多

随着黄金销售价格的持续走高,消费者购买黄金和黄金饰品的热情也逐渐高涨,一些商家的不规范经营行为引发了大量消费者投诉。分析报告提出,一些网购商家销售黄金克重和材质等与宣传不符,甚至伪造品牌和认证证书售卖假黄金。一些黄金销售店铺关门跑路,消费者购买“托管”黄金到期无法兑现。此外,“一口价”黄金饰品纠纷多。商家故意不告知黄金饰品具体克重和换购限制条件,消费者购买时“一口价”,更换时按克计算。

例如,2024年3月14日,消费者杨先生在某电商平台花费988元购买了一个重量为2克的黄金戒指,不久发现戒指掉色发白。前往线下品牌店检测后发现,不仅证书和发票都是伪造的,且克重只有1.48克。消费者要求平台处罚店家并退一罚三,平台客服称只能退货退款。

消协意见:

消费者在购买黄金和黄金饰品时,不要贪图便宜购买明显低于市场价格的黄金饰品。克重是消费者购买黄金饰品最为关注的点之一,经营者在销售“一口价”黄金饰品时应当以显著标识标明,避免与其他黄金饰品混淆销售,并主动告知“一口价”黄金的具体克重和售后限制条件等,减少消费者因不知情购买而引发的纠纷。

免费宠物“领养”实为捆绑销售

随着宠物消费者群体的不断扩大,宠物经济近几年呈现快速增长趋势,不

良商家通过欺骗等营销手段套路消费者的现象也层出不穷。

有的宠物“领养”实为捆绑销售。经营者打着公益“领养”的幌子售卖宠物,消费者“领养”后才发现后续面临一系列捆绑消费以及高额违约金等陷阱。有的网购宠物单次交易不同环节通过不同平台处理来规避平台管理。如在短视频等社交平台展示宠物,在微信等通讯平台沟通,在支付宝等支付平台付款。还有网购宠物货不对板,消费者实际收到的宠物品种与经营者宣传不一致等。

例如,消费者易女士在某宠物店领养宠物。该店虽宣传免费领养,但在未告知的情况下,合同中要求每月支付600元,为期24个月,总计14400元的分期费用。而消费者魏女士在某社交平台购买宠物狗,博主通过微信发多条视频让其挑选,并通过支付宝扫码让其付款。但收到宠物狗后,魏女士却发现,狗跟视频里的完全两个样。

消协意见:

消费者通过网络渠道购买宠物时,尽量选择交易全过程在同一个平台内处理的商家,并要求商家提供品种、健康状况等证明。消费者遇到“免费领养”宠物套路或骗局时,可向商家所在地消协组织或行政部门投诉、举报,也可直接向法院提起诉讼。

电影院购零食遭遇“价格刺客”

今年一季度,我国电影市场消费持续回暖。据统计,一季度观影总人次3.64亿,同比增长8.15%。与此同时,相关投诉量也有所上升。消费者反映的问题主要:一是电影购票App低价引流。如电影购票软件在影视排期或展示页面显示低价,但消费者点击选座购票时却无该价格座位。二是电影院购买零食遭遇“价格刺客”。如电影院销售爆米花、可乐等零食未明码标价,消费者付款时才发现价格过高侵害消费者知情权。三是电影院退票纠纷多发,消费者在观影前申请退票遭平台或电影院拒绝,消费者认为不合理,引发消费纠纷。

例如,消费者耿女士2023年年底购买了北京某电影院的电影票,观影当天,耿女士在该电影院购买爆米花和可乐,由于商家未明示爆米花和可乐的具体价格,支付时才发现两份爆米花和两份可乐共花费160元。

消协意见:

电影院相关经营者在销售商品或提供服务时,应当依法诚信经营,杜绝各类侵害消费者知情权行为。

寄往偏远地区快件 取件时强制二次收费

去年以来,我国多地快递主管部门印发通知,明确要求快递公司要规范快递末端配送服务,在快件投递时,不得以超派送范围或经营困难等为由,强行向收件人加收快件投递费,不得擅自将快件转由第三方主体投递等。但仍有部分

地区快递经营者在派送时向消费者收取费用。

消费者投诉反映的问题主要有:一是快递破损、丢失、延误等问题引发纠纷。二是快递物品损毁保价不赔。如消费者在寄送电子产品等贵重物品时选择保价,收到后发现物品损坏,经营者以快递包装未破损为由拒绝赔偿。三是快递末端配送另行收费,部分快递公司对于寄至乡镇、农村等偏远地区的快件,在取件时强制二次收费。四是快递员未经消费者同意直接将快递放置在代收点、快递柜等。

消协意见:

建议相关主管部门针对农村偏远地区持续开展快递末端收费整治行动。

明星周边产品投诉升温

流量变现催生了粉丝经济。近年来,明星粉丝团体日渐庞大,以制作、贩卖明星周边为主的产业链逐渐丰富,且购买文娱领域周边商品与服务的消费群体多为青少年,浮现诸多痛点问题。

有的产品预售期较长,提前收取产品制作费用,经营者无故拖延处理或者要求二次购买才对第一次购买商品进行补发,甚至商家跑路等。有的售后服务无法保障,常以平台自动回复搪塞消费者,人工客服形同虚设或者不提供人工客服。有的所售周边产品质量堪忧,高价售卖瑕疵商品频频出现,购买的明星专辑及明星周边产品存在损坏、错发、漏发或未按时发货等诸多情况。有的设定高昂会员费,仅获得商品购买资格,诱导、欺骗未成年消费者。

消协意见:

面对文娱领域周边商品与服务等新型产业,消费者应树立理性消费观念,切忌沉迷、攀比,需根据自身经济实力以及消费需求量力而行,拒绝裹挟消费。因大部分此类商品与服务以预售式为主,发货等待时间较长,消费者下单前,需认真阅读购买须知,了解相关信息,切勿冲动消费、盲目购买,陷入消费陷阱。

□据北京日报客户端



资料图(图文无关)