

上半年，這些“消費坑”，你避開了嗎？

05-08-2020 中國消費者協會

根據全國消協組織受理投訴情況統計，2020 年上半年全國消協組織共受理消費者投訴 561,522 件，解決 437,988 件，投訴解決率 78%，為消費者挽回經濟損失 79,793 萬元。其中，因經營者有欺詐行為得到加倍賠償的投訴 1,403 件，加倍賠償金額 415 萬元。各級消協組織接待消費者來訪和諮詢 65 萬餘人次。

疫情期間，部分消費領域投訴突出

上半年，新冠肺炎疫情對社會經濟生活產生諸多影響，部分消費領域投訴比較突出：



防疫用品價格和品質問題成為投訴焦點

疫情期間，衛生清潔用品、醫療器械成為剛需，需求量大。部分經營者趁機哄抬物價、以次充好，嚴重擾亂市場秩序，成為消費輿情和投訴焦點，其中醫療器械類投訴同比激增 3948.1%，衛生、清潔用品同比增加 147.4%。消費者投訴反映的問題主要有：一是部分不法商家哄抬物價，甚至同批次產品，短期內連續漲價。二是商家虛假宣傳，以防疫為噱頭，誇大或虛假宣傳普通口罩的防護功效，或者以普通一次性口罩冒充醫用口罩。三是防疫產品品質參差不齊，部分經營者以次充好，銷售假貨、三無產品。四是發貨超時問題，一方面受疫情影響，快遞未完全恢復運營，導致商家發貨慢，另一方面部分商家存在惡意砍單。

例如，消費者在某網購平台購買口罩付款後，商家無法供貨，引發群體性投訴。對此，北京市消費者協會及時聯繫屬地消協約談涉訴公司，指導商家採取商品下架、增加客服人員、訂單“秒退”、聯繫供貨、全天無休等手段，化解消費糾紛。

餐飲、機票、旅遊等合同退訂糾紛集中

因疫情影響，消費者取消聚餐、出行計劃，交通運輸、旅遊、餐飲服務等三項的投訴增加幅度較大，分別同比增長 519.4%，210.9%，172.5%。交通運輸服務中，航空機票類投訴比較突出。消費者投訴的主要問題有：一是消費者因疫情影響而被迫退訂，商家不全額退款，甚至收取高額手續費；二是航空公司、旅行社客服力量不足、接聽不及時，平台短期退改訂單過於集中無法及時處理；三是部分經營者故意拖延退款進度，消費者多次催問，經營者仍然拖延時間；四是國外航空公司退改政策由退款變成退代金券，甚至拒退票款。

例如，消費者陳女士通過某平台訂購了 2020 年 2 月 12 日從福州飛往長春的機票，價格 1,442 元。由於受新冠肺炎疫情影響，學校延遲開學，陳女士向平台提交了退票申請，僅收到退款 878 元。陳女士認為平台沒有嚴格執行疫情退票政策，違規收取退票手續費；其又聯繫了航空公司，但手續費返還問題依舊沒有得到解決，陳女士向福建省消費者權益保護委員會投訴，要求維護自身合法權益。經調查，消費者的訴求有事實和政策依據，被收取的手續費應當予以返還，經調解，消費者收到退款。

網路購物投訴問題多發

疫情期間，網路購物帶來消費便利，受到消費者青睞，但也引發了較多消費糾紛。網路購物投訴的主要問題有：一是網購商品質量低劣，存在安全隱患。如網購打蛋器有漏電現象，屬三無產品等。二是合同違約花樣頻出。如產品與宣傳、承諾不符，缺斤少兩，不能按時發貨，經營者單方砍單等。三是平台線上客服不能及時跟進處理，特別是傳統線下超市的 APP，線上線下脫節，運營的準備及管理不足。四是配送不規範。有的未經消費者同意，直接將物品放置在自提點或快遞櫃。五是疫情期間部分“無接觸配送”，因缺乏保溫措施，導致生鮮、外賣變質。

例如，2020 年 2 月 20 日，消費者顧女士通過廈門某網路公司 APP 網購一雙鞋子，價格 269 元，2 月 25 日收到貨後疑是假貨，其與商家客服聯繫，

客服答覆 7 日內會給予處理，之後商家一直拖延處理，消費者投訴到廈門市消費者權益保護委員會。經過廈門消保委調解，投訴問題得到解決。

快遞櫃服務問題引發關注

近期，快遞櫃收費問題引發社會廣泛關注。快遞櫃服務投訴主要問題有：一是部分快遞員未徵求消費者同意，擅自將快件放在快遞櫃。二是部分公司客服存在態度差、回饋不及時的問題。三是快遞櫃取件碼安全性存疑。存放快遞櫃的物品被別人取走或丟失。四是快遞櫃發生故障，消費者收不到取件碼，導致包裹無法取出或者重複收費。五是快遞櫃收費高，有的存在過時收費不封頂的情況。

例如，消費者投訴稱自己的快件在被投入智慧櫃時沒有收到任何收費提示，在當天凌晨 4 點 17 分即將超時的時候，消費者收到即將收費的短信，消費者當時無法去取快遞，認為快遞櫃公司涉嫌惡意誘導消費以及欺騙消費者。經深圳市消費者委員會調解，快遞櫃公司提出了和解方案，消費者表示同意。

房屋租賃領域不滿增多

疫情期間的防控措施影響到部分房屋租賃合同的正常履行，導致出租方與承租方之間發生糾紛。消費者投訴的主要問題有：一是房屋租賃仲介借疫情上調租金，疫情期間消費者不方便尋找新房源，只能被迫接受續租；二是合同未到期經營者強制消費者搬離，對退租退費卻無任何解釋；三是疫情期間無法入住出租房，經營者仍正常收取服務費；四是房東投訴仲介公司惡意不給或壓低疫情期間的租金，但承租人並沒有得到優惠。

例如，湖北荊門市消費者劉女士 2020 年 3 月向武漢市消費者協會反映，其通過某網路租房平台租了武漢一套住房，該平台官宣給因疫情不能返漢的租客退一個月房租。劉女士從 1 月 23 日回荊門一直到 3 月都沒有回武漢，但平台一直不給退租。劉女士聯繫平台，被告知補償物件的起始日期為 1 月 23 日，劉女士剛好符合退租條件，認為不合理，要求退還一個月租金。經武漢市消協調解，平台為劉女士退還了一個月房租 1,200 元並致歉。

“宅”經濟引發投訴新熱點

疫情期間，消費者大多選擇居家消費，相關投訴呈現新情況、新特點。

線上視頻、網路遊戲投訴上升

“宅”經濟下，線上視頻和網路遊戲成為網上消費的重要部分，消費者相關投訴也有所增加，主要問題有：一是視頻會員權益描述不準確，比如成為會員仍有廣告，到期自動續費且取消流程複雜；二是直播打賞難監管，消費者反映部分直播平台、主播團隊工作人員涉嫌假扮粉絲“慫恿”遊客給主播“打賞”，有些未成年人在誘導之下發生大額打賞情況；三是網路遊戲問題，比如服務協定存在不公平格式條款，產品宣傳和遊戲中的實際效果不符，未落實未成年人登錄、充值等限制要求，未成年人大額充值退款難，部分遊戲產品抽獎實際概率不明，有的遊戲公司與智慧手機企業相互推諉損害消費者權益。

例如，消費者孫先生的女兒（10歲）於2020年4月2日使用父親的手機在某視頻直播平台打賞主播，共計花費1萬多元。消費者要求退款無門，遂投訴至江蘇省消費者權益保護委員會。經調解，商家將全部費用退還消費者。

線上培訓服務亂象頻現

受疫情影響，教育培訓類投訴有所增加。其中，線上培訓方面，消費者投訴的主要問題有：一是部分培訓機構存在售前虛假宣傳、虛假承諾現象。如虛假宣稱合作辦學、虛假承諾保過，對參加培訓人員參加考試報名資格弄虛作假等。二是在培訓協議中排除消費者權利、加重消費者責任或者免除自身責任。如規定“如果考生未正確填寫個人資訊，培訓機構有權拒絕退費或重修”、“有權於任何時間暫時或永久修改或終止本服務(或其任何部分)，且無論通知與否”，有的對與消費者有重大利害關係的條款未予顯著提示，發生糾紛又以相關條款作為免責理由。三是一些培訓機構誘導消費者辦理貸款支付培訓費用，消費者因培訓品質問題要求退款時，以各種理由拖延、拒絕，消費者仍要還貸，且利息很高。

例如，2020年1月，消費者賴女士在某英語培訓機構報名了價值38,000元的英語課程，並在商家的誘導下辦理了某機構貸款。後因不滿意課程質量且還款壓力過大要求退款，商家以“合同約定已上課程超過主修課程30%無法退款”為由拒絕。消費者多次協商無果後投訴。經江蘇省消費者權益保護委員會調解，商家為消費者辦理退款手續。

直播電商購物亟待規範

近期，由網紅直播衍生出來的直播電商購物人氣劇增，由此也引發了不少消費糾紛。消費者對直播電商購物反映的主要問題有：一是主播涉嫌誇大或虛假宣傳，比如使用“最”、“獨家”等極限詞。二是商品品質不過關，部分商品甚至是三無產品。三是直播間有涉嫌欺詐的不明來源連結，消費者點擊後被詐騙。四是主播將消費者誘導至協力廠商交易平台，該平台信用資質不佳。五是部分商品售後服務無保障。

例如，2020年2月中旬，消費者通過某直播平台花1,500餘元購買三件衣服。收到貨後，發現其中兩件服裝與直播樣品完全不同，要求退貨遭到拒絕，消費者投訴到長春市消費者協會。消協工作人員及時與直播經營方進行聯繫，對方稱並不是他們銷售的。工作人員將消費者提供的截屏資訊與經營方進行逐一核實，指出商品所存在問題及消費者有七天無理由退貨法定權利。在工作人員協調下，經營方將服裝款退回。

網路寬頻質量堪憂

疫情期間，公眾主要通過互聯網與外界交流，網路寬頻需求大，消費者投訴的主要問題有：一是網速慢，實際網速與辦理的頻寬套餐不符；二是消費者報修後，維修不及時，恢復時間長；三是網路不穩定，用網高峰時頻頻掉線。

例如，2020年2月，吉林長春市消費者辦理某公司寬頻業務，5月份出現網速不穩定狀況，6月初徹底斷網，撥打客服電話告知在24小時內會進行維修，但多次聯繫也沒有得到維修，消費者無奈重新選擇辦理另一運營商寬頻，同時要求該公司退款。服務人員同意在15日內退回費用，但用戶遲遲未能接到退款。經長春市消費者協會協調，經營者已為消費者退費。

傳統投訴熱點仍需關注

家用電器售後服務仍需提高

家用電器相關投訴較多，售後服務問題突出。消費者反映的問題主要有：一是產品質量出現問題，商家、廠家推三阻四，不履行三包義務。二是售後服務人員態度不好，維修質量水準不高。三是售後人員小病大修，以換代修。四是假冒官方的“黑維修”問題依然存在。

例如，消費者鄭先生於 2020 年 6 月向武漢市江漢區消費者協會反映，其於 2018 年 6 月在某家電賣場購買了台空調，一直很少使用，在 2019 年 7 月使用時發現室內機有異響，有共振，電話報官方客服維修，連續維修了三四次，2019 年 11 月以換室內機的塑膠外殼結束這次報修。2020 年入夏後，使用時這個問題仍然沒有解決，而且在開機後塑膠的炸裂聲十分明顯，於是要求更換室內整機。經武漢市江漢區消協調解，最終商家為消費者補差價換機。

汽車消費問題多、維權難

消費者投訴的主要問題有：一是家用汽車質量問題，如駕駛過程中剎車失靈、車漆脫落、電機控制器等主要部件出現故障。二是售後服務問題，如汽車出現故障不能一次性修好、延遲履行或不履行售後服務承諾等。三是經營者與消費者對於車輛的質量爭議較大，舉證維權難。四是新能源汽車問題開始凸顯，比如電池故障、衰減，續航里程縮水，部分新能源汽車公司售後服務跟不上，甚至倒閉等。五是二手車銷售過程中，銷售資訊與實際不符、交易後汽車出現質量問題等。

例如，2020 年 3 月 13 日，何女士在廣西某汽車銷售公司購買一輛某品牌新能源小汽車，使用不到二個月，該車先後兩次出現故障。經維修無法排除，消費者要求退車退款或換新車。雙方無法協商一致，消費者投訴到廣西消費者權益保護委員會。經廣西消委會諮詢汽車專家，協調銷售商和廠家，最終雙方達成一致意見，約定由銷售商給予消費者所購新能源汽車延長質保期 3 個月並增加 3 次保養次數。消費者表示滿意。

電視購物售後退貨難

目前，電視購物投訴大多來自老年消費者。老年消費者購物管道有限，新知識掌握不足，比較注重健康，手頭略有積蓄，且大多認為電視台是權威媒體，對其所做宣傳比較信任。但購物後往往發現各種問題，面臨維權困難。電視購物存在的主要問題有：一是一些電視台通過洗腦式宣傳，誇大商品性能、功效，對消費者進行誘導；二是消費者收到的產品與電視上宣傳的產品非同一產品；三是產品無廠名、廠址，發生問題聯繫不上經營者，消費者退貨艱難；四是廣告經營者和廣告發佈者未盡到審核義務，違規發佈廣告。

例如，消費者來電反映，稱其收到的擴音器，與電視廣告所做宣傳不是同一種產品。消費者致電經營者，經營者堅稱兩者是同一產品。後消費者聯

繫經營者要求退貨，經營者遲遲不予以答覆，以諸如需要找領導審批等各種理由拖延時間，久拖不決。

預付式消費群體投訴難解

受疫情影響，部分商家無法正常營業，甚至倒閉跑路，導致店面銷售方面的投訴同比增幅明顯。在預付式消費方面，消費者投訴的主要問題有：一是因疫情影響，部分商家關門、跑路，消費者預付費無法退還；二是經營者變更法人，新法人不理舊賬，消費者權益縮水受損；三是因疫情影響，消費者合理退訂，經營者無故拖延或拒不辦理；四是退費設置不合理條件，並收取高額手續費。

例如，2020年5月“尤妮家”洗衣品牌經營方揚州市飯飯輕洗洗滌科技有限公司法人失聯，涉及寧波300餘位消費者，他們通過不同平台網購洗衣券預約洗衣後，衣物由物流公司收件寄往揚州，有的消費者的衣物被洗壞索賠無著落，有的消費者的衣物因經營方欠物流、洗衣服務提供方費用而被扣揚州等待追回。寧波市和海曙區消費者權益保護委員會積極介入，幫助消費者維權。