

中消协发布消费维权调查结果——

消费者对保健品和中介服务最不满意

本报记者 余 颖

视点
中国新闻奖专栏

3月15日,中国消费者协会发布2021年“守护安全 畅通消费”消费维权年主题调查结果,其中“保健品”和“中介服务”分别位列消费者最不满意的商品和服务消费类别之首,主要原因在于个人信息被泄露、遭遇虚假宣传等。

消费信心稳步提升

调查结果表明,过去一年来,线上消费持续发力,近七成受访者表示线上消费超线下消费;消费者对于企业和平台发放优惠券、消费券的行为总体较为认可。售后保障、质量和绿色环保是消费者日常最为关注的三个方面,约三成消费者表示最关注的是企业/经营者“售后有保障”(29.6%);相比之下,企业是否“明码标价”,或者是不是“成立时间久”,并不是大多数消费者首要重点关注的方面。

10分制下,消费者对于消费环境整体安全感评价得分为7.3分,其中线下消费的安全感评价要优于线上消费。尽管得分表现不错,但线下、线上消费都还有可提升的空间。

从不同消费领域和问题表现来看,预付式消费行为较为普遍,但后续服务问题多发值得关注;信用消费产品受到认可,信用逾期问题不容忽视。

网络评价成为消费决策重要参考,消费者参与情况表现不一,各类APP获取权



限的要求容易引发不满。

总体来看,71.2%的受访者认为自身消费水平处于中等及以上水平,生活状态满意度进一步提升;消费信心稳步提升,多数消费者未来一年预计增加消费支出。34.8%的消费者认为收入水平有限是制约自身消费的最突出原因,消费纠纷、售后服务难保障、维权怕麻烦、信心不充分等也是一些消费者认为可能存在的制约因素。

四大问题成消费安全热点

同时,中消协还发布2020年消费安全热点问题,涉及餐饮浪费、预付费商家跑

路、虚假宣传和个人信息泄露等与消费者利益密切相关的行为和事件。

新冠肺炎疫情发生以来,消费者的日常生活、消费行为和消费信心也受到不同程度的影响,本次调查对相关问题也进行关注。数据显示,51.0%的消费者表示疫情期间外出就餐频率减少,消费者普遍对于节俭用餐、减少浪费的观念有着较好的认同和实践。但调查也显示,餐饮浪费问题依然存在。

针对餐饮浪费问题,中国饭店协会会长韩明要求广大餐饮企业,通过张贴宣传标语、点餐时提醒顾客理性消费、餐后主动提供打包服务等方式,积极营造文明用

餐、节俭消费的良好氛围。

疫情对餐饮、健身、美容美发、线下教育等商家冲击较大。这些商家是预付费纠纷的高发群体,疫情期间预付式商家跑路现象更加突出。中国消费者协会发布《2020年全国消协组织受理投诉情况分析》表明,培训机构倒闭、跑路,没有善后措施已成为教育培训行业消费者投诉的主要问题。另据黑猫投诉显示,2020年涉及油卡、健身、线下教育、美发等线下预付费消费的有效投诉达1.3万余单,投诉内容集中在办卡或预付费用后的退款问题,其中加油卡相关投诉最多,约有1万余单。健身房等体育健身类投诉达1300余单,线下教育培训近1000单。

针对预付费问题频发,中消协律师团成员葛友山律师认为,应当从经营者准入、合同条款、履约担保、资金监管、信用信息披露等方面进行立法规制,并建立起责任明确的预付式行政监管机制,从源头上减少此类问题发生。

针对虚假宣传问题,中消协专家委员会成员朱巍建议在立法上明确自媒体商业表达属于广告法管理范围,将信用联合惩戒机制纳入违法广告治理,促使社交平台依法依规处理消费者投诉举报,履行虚假信息辟谣、内容合规审查、流量审核、算法优化等责任和义务。

针对个人信息泄露问题,工业和信息化部通信管理局服务监督处副处长赵阳介绍了正在起草的《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定》有关情况,并表示2021年工信部将继续开展APP问题治理,进一步强化消费者个人信息保护。



新版航空服务规定出炉

机票退款须七个工作日内办理完成

本报北京讯(记者崔国强)在3月15日举行的民航局新闻发布会上,民航局介绍了近日颁布的《公共航空运输旅客服务管理规定》。民航局运输司司长于彪表示,本次修订的重点是聚焦消费者权益保护,对客票销售、退改签、超售等易于产生纠纷的关键环节提出了明确要求,更好保护旅客的知情权、选择权和索赔权。

在票务服务方面,《规定》强调了各市场主体在销售环节的告知义务,并对不同情形下的客票变更与退票工作提出了原则性要求。为解决民航退票速度慢的问题,要求航空公司和航空销售代理人在7个工作日内办理完成退款手续,以提升旅客服务体验。在航班超售方面,《规定》借鉴了国际民航先进经验,对超售时的信息告知、征集自愿者程序、优先登机规则、被拒绝登机旅客赔偿等进行了明确规定。在乘机服务方面,《规定》要求航空公司和机场管理机构制定针对旅客突发疾病、意外伤害等情形的应急处置预案,最大程度保护旅客生命安全。在投诉处理方面,《规定》强化了市场主体的投诉处理能力要求,明确所有被投诉企业必须在10个工作日内处理完毕。

广州民航职业技术学院副教授慕琦认为,民航业相关行业监管采取业务时效监管或者办结日期督查等方式,将极大提升行业监管效率并以此促进我国民航服务质量整体提升。当然,这从业务流程、相关制度、响应能力等方面给航空公司提出了更高要求。

于彪表示,为了充分发挥企业自主性和释放市场活力,本次修订对以往企业服务规定过细、管得过死的条款进行了较大幅度的删减和调整。《规定》删除了关于行李尺寸、重量、免费行李额、逾重行李费等“一刀切”的规定。

慕琦认为,这充分体现了民航行业管理的“放管服”和更好地发挥市场在资源配置中的决定性作用,在很大程度上响应了低成本航空、支线航空以及未来通航短途运输对行李运输的差异化需求。

赤壁长江公路大桥顺利合龙

本报讯(记者柳洁)3月16日11时18分,随着最后一块桥面板吊装到位,赤壁长江公路大桥顺利合龙,标志着由湖北交投集团投资建设、中铁大桥院设计、中铁大桥局施工的世界最大跨钢混组合梁斜拉桥建设转入桥面系施工,为大桥早日通车提供了强有力保障。

上图 3月16日,赤壁长江公路大桥顺利合龙。
李 翔摄(中经视觉)

猪肉价格连续7周回落,专家认为——

肉价仍将震荡下行

本报记者 黄俊毅

“全国猪肉价格已经连续7周回落,后市可能仍将震荡下跌。”近日,中国农业科学院北京畜牧兽医研究所副研究员朱增勇在接受经济日报记者采访时说。从周价看,农业农村部重点监测的500个集贸市场,生猪价格在2021年1月第3周为36.01元/公斤,自1月第4周开始回落,3月第2周跌至29.06元/公斤,环比下跌2.5%,同比下跌20.7%,累计下跌19.3%。集贸市场猪肉价格上涨至2021年1月第3周54.22元/公斤后连续7周回落,3月第2周为46.26元/公斤,环比下跌2.5%,同比下跌20.9%,累计下跌了14.7%。

猪价下跌的原因,朱增勇认为主要在于生猪出栏量增加、储备肉投放。今年1

月份至2月份定点屠宰企业生猪屠宰量3376万头,同比增长44.2%。国家储备冻猪肉1月份以来累计投放21万吨。3月份投放力度虽然较前期下降,但连续两次合计投放了2万吨,成交率较高,猪肉供给充裕。另外,禽肉、牛羊肉等其他肉类供给充裕,一定程度上减少了猪肉消费需求。3月份至4月份一般都是每年消费淡季,也造成了节后猪肉消费需求下降。

在北京新发地农产品批发市场,3月12日,白条猪批发平均价是30.75元/公斤,比上上周同期(3月5日)的32.0元/公斤下降3.91%,比上月同期的34.75元/公斤下降11.51%,比去年同期的43.30元/公斤下降28.98%。周环比小幅下降,月环比、年同比大幅下降。上周白条猪

的日均上市量为1190.57头,比上上周(2月27日至3月5日)的1021.71头增长16.53%。上周日均上市量比去年同期的1006.71头增长18.26%。

“今年以来,市场上销售的白条猪价格差距比较大。”北京新发地农产品批发市场统计部经理刘通说。

一般来讲,单重在80公斤至90公斤/头的白条猪肥瘦适中,比较受欢迎,价格也是最高的。单超重又或者偏小的,价格就会低一些。小型型的白条猪价格最低。春节过后,北京市场上销售的白条猪一度以小型型白条猪居多,价格下降的速度比较快。进入3月份以后,小型型白条猪占比明显降低,大体型白条猪占比明显增大,说明有一部分增加

观点

最近两则新闻报道引发了公众对“直播带货”的广泛关注,一是直播带货成交额与商家实际到账金额差异率最高可达70%;二是2020年全国12315平台受理“直播带货”投诉同比增长357.74%。令人大跌眼镜的两组数据,直观地反映出一些直播带货销售方存在着对上游供货商、下游消费者的欺诈行为。

作为一种新型零售模式,直播带货进一步激活了互联网经济的一池春水。对商家来说,用户在哪里,渠道就铺到哪里,抓住直播带货风口、抢占产品销售高地,是提升企业效益的理想方式;对消费者来讲,商品在哪里,消费就跟到哪里,紧依带货主播推荐、购置优质口碑商品,是提高生活品质的合适选择。直播带货有效拉动了销售增长,带动了消费升级,促进了经济发展,不仅在助力脱贫攻坚、加速疫后经济复苏中发挥了积极作用,还催生出新的就业岗位,孵化出了以李佳琦、薇娅等为代表的一批网红带货主播。可以说,商家和消费者以直播平台为媒介,以带货主播为连接,在后电商时代共同谱写了繁荣与共、和谐互促的数字经济新篇章。

不过,就和任何新兴业态在发展初期都不可避免会经历“野蛮生长期”一样,直播带货蓬勃发展的背后,各种乱象相伴而生,一些“旁门左道”同样隐含其中。比如,一些直播平台囿于眼前利益,将供货商诉求抛诸脑后,对带货主播刷单造假行为睁一只眼闭一只眼,营造流量高企、用户活跃的假象;部分带货主播忙于追求短期收益,将消费者权益放诸一边,一边是对用户进行虚假宣传,在过度营销中引诱用户下单购买,另一边则是对上架商品质量鲜有关卡,商家供什么,主播卖什么,对于质量把关则事不关己高高挂起。

面对直播带货发生的种种乱象,我们不能因之全盘否定“直播带货”对带动就业、催化移动互联网行业进步、促进经济社会发展的正面积极作用,而需以理智、客观、冷静的态度看待“直播带货”这一新业态、新事物。商家方面,应明确自家商品是否适合、何时适合上架直播带货平台,合理利用直播带货推动企业发展;消费者方面,要更加清晰认识自身需求,不盲从引导,不贪图便宜,不狂热追捧,在直播带货面前养成理性消费的习惯;直播平台及带货主播方面,则须持续约束自身行为,以“君子有所为有所不为”的自觉与操守,助推形成有利于行业长远发展的良好外在环境。

应该说,直播带货能否行稳致远、健康发展,根本上取决于直播平台能否恪守诚实守信的运营理念,有赖于带货主播能否坚守客观负责的销售原则。同时,政府部门也应从立法、监管等层面不断强化对“直播带货”行业的完善与规范,一方面,通过出台相关法律法规,明确直播平台及带货主播在售后环节中的责任定位,相应承担因刷单造假、虚报数据、夸张宣传、品控不严等不当行为所造成的损失与后果,保护商家及消费者的合法权益;另一方面,加强对平台运营、主播销售等市场行为的监管,建立造假者“黑名单”制度及市场退出机制,对责令不改的问题平台、污点主播坚决予以清退,以强有力的措施回应人民群众对美好生活的向往,响应企业商家对绿色市场环境的期盼,清除阻碍行业发展的乱象假面,引领数字经济健康持续发展。

长江河道采砂综合整治行动启动

本报北京讯(记者刘春沐阳)日前,水利部、公安部、交通运输部联合下发通知,开展长江河道采砂综合整治行动。

通知提出规范河道采砂规划和许可管理。各级水行政主管部门要加快长江干支流河道及相关湖泊采砂规划编制与审批,依法依规合理规划划定禁采区、规定禁采期。长江水利委员会及沿江有关水行政主管部门应以批准的规划为依据,依法许可河道采砂。鼓励和支持河砂统一开采管理,推行集约化、规范化、规模化开采。

通知强调,加强涉砂船舶综合治理,三部门会同其他相关部门联合开展长江河道非法采砂行为专项整治行动,推动沿江各地压实属地管理责任,依法查处证件不齐、船证不符的采砂船舶,全面清理整治“三无”采砂船和“隐形”采砂船。严禁对采砂船舶进行非法改装,伪装、隐藏采砂设备。依法对采砂船舶实行集中停靠管理。落实砂石采运管理单制度,按有关规定对运输无合法来源证明砂石的船舶进行处罚。

监管方面,通知要求各地加强日常监管,加大巡查力度,对重点江段、敏感水域加密巡查频次,充分运用信息化技术手段,及时发现非法采砂问题,并加强对问题易发多发的重点江段和交界水域的暗访巡查。

针对非法采运砂行为,通知要求保持高压严打态势,对发现的违法案件依法从严从快查处。落实扫黑除恶常态化要求,加强行政执法与刑事司法有效衔接,水利、交通运输部门要及时向公安机关移交采砂领域犯罪案件和涉黑涉恶线索,与公安部已经部署开展的打击长江非法采砂犯罪专项行动进行有效衔接。

的产能已经被提前释放,价格也就是在这种情况下出现一些反弹。

关于后市,朱增勇认为,猪价将继续下跌,或因节日短期提振,但回落趋势难改。

从供给来看,2020年底生猪存栏恢复至4.07亿头,已经达到2017年水平的92%以上,生猪供给预计继续明显高于上年同期。局部地区受猪价下跌影响,生猪抛售情况仍存在,低价白条猪肉短期仍冲击市场,市场供需博弈处于胶着状态。前期进口冻品流通受阻,大约超100万吨,预计二季度冻品流通恢复后将有效补充猪肉供给。从消费看,年后一直到6月份都是猪肉消费需求低谷季。因此,总体来看,猪价将会稳中趋降。

“最近两周,价格基本上是在周前期有所上涨,周后期有所回落,说明肉价在近期进入暂时的僵持阶段。上周日均上市量环比有较大的增幅,同比也超过去年同期,说明白条猪的供应能力在逐渐增强。”刘通认为,在这种情况下,价格基本上失去了上涨的动力,因此,养殖场应该坚持顺时出栏的原则。

别让「造假者」毁了新业态

雷雨田