

维权领域还存在诸多障碍——

当心网络交易中的消费陷阱

本报记者 余颖

数字化时代,网络平台功能不断交叉,衍生出很多新业态、新模式。应加强对预付式消费等难点问题及消费新业态、新模式的规制,严格落实法律规定,压实经营者主体责任,推进消费者权益保护法律制度的不断完善。

5月16日,中消协发布《中国消费者权益保护状况年度报告(2022)》,指出目前消费维权领域还存在诸多障碍,尤其是未成年人沉迷网络、平台算法侵权、售后服务不足、涉金融类服务泛滥等问题,值得重点关注。

“一老一小”引发关注

《报告》指出“一老一小”的消费权益保障问题。中消协研部主任皮小林介绍,老年消费群体普遍比较关注健康养生问题,一些经营者利用老年人追求健康和长寿的心理,打着“高科技”旗号兜售质量低劣的“保健产品”。康养旅游服务夸大宣传,承诺兑现难,一些企业依托养老院将短期旅游度假与医疗体检相结合,以低廉价格、星级服务、随时入住等为卖点,夸大宣传吸引老年人,实际无法兑现承诺。一些不法机构甚至以优惠入住养老机构、“预订养老床位”等为诱饵骗取老年人钱财。

老年群体在网络交易消费过程中处于明显弱势,权益受损情况较多。皮小林表示,部分不良经营者利用老年人互联网知识不足的弱点,通过在网页插入广告、在微信朋友圈发布广告等方式,宣传销售高价低质的“三无产品”;部分商家雇佣网络主播以专业人士身份展示高质量原石,雇佣水军烘托抢购气氛,低价贩卖廉价质次的“翡翠”“珠宝”,“套路”老年消费者;部分卖家诱导老年人添加个人微信私下交易,暗设消费陷阱。

2022年,最高人民法院、最高人民检察院积极部署全国司法系统推进全国打击整治养老诈骗专项行动,严厉打击以“以房养老”、代办“养老保险”、开展“养老帮扶”等为名实施侵害老年人合法权益的各类诈骗犯罪。全年一审判决养老诈骗刑事案件1645起4523人,执行养老诈骗案件财产30.0亿元。四川法院审理的“桂森苑养老公寓非法集资案”兑现1100余名集资参与人1亿余元,兑现率100%。江西南昌“老庆祥案”,执行到位资金2.7亿元,清退比例达50%。北京市海淀区人民法院审理的“保健品进价9元向老人售卖5000元”诈骗案件,引发网络热议。

在未成年人保护方面,《报告》重点关注了过度消费和沉迷网络的问题。部分商家利用未成年人好奇心强、爱攀比、容易跟风等特点,通过“饥饿营销”诱导未成年人购买高价低质的盲盒商品;一些经营者利用未成年人容易跟风、易受操控等弱点,诱导未成年人在无底线追星、参与大额直播打赏。另外,网络游戏及部分学习类APP预装的儿童

智能应用游戏化、商业化、色情化。部分网络游戏内容低俗,充斥血腥、色情、暴力等内容,且对玩家身份实际审核把关不严,影响未成年人身心健康;部分学习类APP学习功能占比少,休闲娱乐、聊天室、留言板等“冲浪”功能花样多。

算法侵权问题加剧

算法定价为常见于电子商务中酒店住宿、外卖就餐、电影娱乐、机票出行乃至网络平台集中促销等众多消费场景。《报告》指出,网络消费领域算法技术性和隐秘性较强,潜移默化地影响着消费者的决策,消费者难以凭借个体力量与之抗衡,权利救济的实现面临诸多困境。部分网络平台运用算法实施“价格歧视”,大数据“杀熟”或“杀生”等行为,侵害了消费者的知情权与公平交易权。消费者一旦被算法“算计”,合法权益受到侵害,在维权实践中将难以得到有效救济。

同时,部分网络平台企业配套与售后服务欠缺,商品与服务、售前服务与售后处置效率严重失衡,客服电话设置选项较多,接听不畅或接听困难;一些网络平台不设置人工客服,只设置智能客服,程序化设定常常答非所问,无法满足消费者多元化、个性化、紧迫性的需求,涉嫌变相推诿法定售后服务责任;一些网络平台售后服务响应不及时,或无有效回应。

“部分网络平台还故意隐藏消费者评价,一些商家甚至对差评消费者实施人格侮辱和人身威胁,部分平台或缺乏必要的事前预防与事后规制方面的措施安排,或因复杂利益链条的影响,处置不及时不彻底,引发消费者强烈不满。”皮小林表示,2022年全国消协组织受理消费者投诉情况分析显示,售后服务问题投诉比重上升较大。

金融服务亟待规范

数字化时代,网络平台功能不断交叉,衍生出很多新业态、新模式。随着网络平台上聚集的消费金融产品越来越多,也出现了

诸如虚假宣传、过度收集个人信息、套路贷套路保、乱收费、暴力催收等乱象。

一是过度借贷营销陷阱需监管部门有效跟进。实践中,一些机构利用大数据信息和精准跟踪,挖掘用户的“消费需求”后,不顾消费者综合授信额度、还款能力、还款来源等实际情况,过度营销、诱导消费者超前消费,致使消费者出现过度借贷、负债超出个人负担能力等风险。诱导或默许消费者将信用卡、小额贷款等消费信贷资金用于非消费领域,如炒股、理财或偿还其他贷款等,也扰乱了金融市场秩序。

二是平台保险营销的合规性有待加强。首先,一些共享出行平台布局特定场景下的保险需求服务,其专业服务能力不足,营销推广不合规等问题较多,平台产业链延伸效果尚待观察。其次,部分保险公司、中介机构的互联网保险营销宣传广告存在过度营销、诱导消费等问题,易导致产生大量保险消费纠纷。再次,互联网保险中介与线下融合发展过程中,多元纠纷化解机制的建设推广普及不够。

《中国消费者权益保护状况年度报告(2022)》数据显示

截至2022年9月23日

全国打击整治养老诈骗专项行动共追回账款 308.0亿元

涉诈问题隐患整治率 96.7%

群众对专项行动满意度 86%

2022年

全国消协组织共受理消费者投诉 115.2万件

解决 915752件 投诉解决率 79.5%

熬最长的夜,用最贵的保健品,已经成为时下许多年轻人的“标配”。在快节奏的生活方式和高压的工作压力下,不少年轻人一边透支着身体健康,一边寄希望于保健品“续命回血”,挽救日益退守的发际线和增长的细纹。

《2017—2022中国健康养生行业市场发展现状及投资前景预测报告》提出,在我国健康养生市场的用户群体中,18岁至35岁年轻人占比高达83.7%,他们对从吃到的保健品产品关注度都在持续增加。去年天猫“618”活动中,电动刮痧板成交金额同比增长170倍,是“00后”用户最喜欢的健康产品之一;今年2月以来,唯品会上宣称有助眠功效的TPE材料枕头走俏,其中“95后”购买量同比猛增6倍以上。

越来越多年轻人为了健康买单时“慷慨解囊”,出现了一些有意思的现象。他们是真正的场景化消费者,早餐既想吃得好又怕会发胖,一杯营养饱腹代餐奶昔正合适,工作时嘴馋喝了奶茶后再吃点抗糖丸,忙碌了一天回家泡脚要搭配祛湿养颜的泡脚包……他们拥有更加积极的生活方式,乐于尝试新鲜事物。在购买保健品时,不仅会看成分表,还注重外观好不好看、口感好不好吃,能快速接受并尝试软糖、咀嚼片、便携按摩器等产品;他们成了家里的养生大使,从基础保健到健康美容都被他们视为一种投资,在购买产品时喜欢“全副武装”。

当年轻人成为我国健康消费的主力,也带动了行业从产品端、需求端和渠道端发生全面变革。

创新,仍是保健品产业发展的核心要素。一方面具有较强科技含量的产品正陆续成为爆款,企业不仅要考虑原料、功能、形态上的推陈出新,还要兼顾健康发展趋势和未来保健理念,打造差异化产品优势,才能在中高端市场脱颖而出;另一方面越来越多具有专业技术或研究背景的从业人员,以及国际化的科研机构、大型企业加入保健品行业的市场竞争中来,促使产品加速科技转化,不断打磨品质。

精准,是赢得消费者和市场的流量密码。面对年轻群体展现出的多元化健康需求,企业要坚持挖掘细分市场下的新商机,从而有针对性地提供精准服务和产品,通过丰富产品种类、升级包装形象、创新营销模式等路径拓宽和夯实新的消费群体,提升品牌认知度。

不过,保健品市场鱼目混珠、夸大宣传、非法添加等乱象依然存在,需要法治和监管的双重护航。为此,国家不断完善对保健品行业的法规建设,2016年发布的《保健食品注册和备案管理办法》加强了对保健食品的事中事后监管;2019年1月,国家市场监督管理总局等13部门在全国开展联合整治“保健”市场乱象百日行动,致力于提升相关企业规范经营的主观能动性和自觉性;去年8月,《保健食品新功能技术评价实施细则(试行)》发布,又对保健食品功能进行了新的释义,并公开征求意见。

保健品市场不仅要“年轻”更要“常青”。优化标准供给,既要填补目前保健品标准缺乏的空白,也要用标准完善注册与备案机制,有效支撑企业产品开发和行业健康发展;强化安全监管,严打各类违法行为,引导经营主体从野蛮生长向规范化经营转变;科学引导公众理性对待保健品,提高消费者识假、辨假、拒假能力,推动形成保健品“诚信经营、社会共治”的局面。

江西景德镇夜经济收入约占全市文旅消费收入三成——

文创赋能夜珠山

本报记者 刘兴

近日,江西省景德镇市陶溪川文创街区举办的“陶然集”夜市,又让这座城市上了热搜。在“流光溢彩霓虹海,火树银花不夜天”美景映衬下,来自全国各地的文创产品云集于此,独具特色的展演、茶会、音乐会等令游客如痴如醉。

“陶然集”是景德镇夜经济品牌“夜珠山”的内容之一。除此之外,还有丰富多彩的九集小镇夜游、其乐无穷的陶艺街夜购、别具风味的三宝夜宿等,这些由陶瓷文化衍生出的各种夜经济形态,已经在景德镇遍地开花,并向品牌化、全域化高品质推进。

位于夜珠山核心区域的九集小镇,原是景德镇印刷机械厂所在地。如今宽阔的厂房被保留下来,作为街区载体被赋予了现代化元素,餐饮、娱乐、酒店、陶瓷工坊等多种业态在这里交相辉映。“小镇长期占据景德镇地区‘热搜榜’‘人气榜’前列,是游客必打卡地之一。”九集小镇负责人李新伟

告诉记者,目前,九集小镇日均客流逾2.5万人次,节假日客流逾4万人次,所有商户年营业额总值达到10亿元,提供就业岗位3000余个。这得益于系统集成、全域发展的夜珠山品牌建设。

聚焦“千年景德镇、人文夜珠山”主题,景德镇市以陶瓷和文旅深度融合为抓手,逐步构建“双圈双十”发展格局,即形成一批15分钟夜珠山经济圈和半小时夜珠山经济圈,10个15分钟和10个半小时夜珠山打卡地。同时,挖掘御窑文化、工业遗产文化、里弄文化、景漂文化、码头文化、会馆文化、茶文化、戏曲文化、景派小吃文化、景派节日文化10类文化场景,形成深度夜游、沉浸夜演、饕餮夜宴、文创夜购、时尚夜娱、精品夜宿、品味夜读等“十夜”文旅消费业态。

蓬勃发展的夜经济,如何避免同质化?又如何迈向品牌化?景德镇市把促进消费作为发力点,将文化赋能作为必修课,不断

丰富夜珠山的独特内涵。

珠山区委宣传部部长江斌介绍,一方面,设计发布具有景德镇文化特色、引领时尚潮流的夜珠山母标识以及满足差异化需求的各类子标识,建立“一物一码”的夜珠山产品质量追溯体系,实现可追溯、可防伪的全链条质量管控,不断提升夜珠山识别度。另一方面,以“品牌+战略”“品牌+冠名”形式打造“夜珠山·城市文化客厅”“夜珠山·码头夜市”等项目,将夜读、夜游、夜宴等业态引向深入,延伸文旅消费链条,持续扩大夜珠山品牌知名度。

繁荣夜经济,经营主体是关键。景德镇市出台了一系列优惠政策,以贴息贷款政策引进了一批有影响力、有代表性的品牌首店,并以财政资金奖励国家级、省级文化和旅游夜间消费集聚区的经营主体,以及经济街区、本土老字号、特色小店。针对初创企业和小微企业,则推行创业担保贷款、大

学生免息贷款、“景漂贷”“文旅贷”“文企贷”“版权贷”等,支持夜珠山经营主体做大做强,支持夜珠山品牌快速发展。“这一系列政策扶持让我们对未来发展信心满满。前不久,我们经过珠山区文旅主管部门推选,获评2022中国旅游创业创新精选案例。”珠山区风过耳美术馆酒店负责人谢菲说。

“夜珠山品牌建设已成为景德镇夜间文化和旅游消费新增长点,成为景德镇文化旅游的新名片。”景德镇市珠山区文广旅局局长杜辉介绍,通过成立涵盖景区、旅行社、酒店、陶瓷工作室等多领域的夜珠山文化旅游消费促进联盟,夜珠山消费覆盖商户从1346户增加到3299户,实现线上收入110亿元。如今,夜珠山消费带收入约占该市文旅消费收入的30%,更成为景德镇文旅产业高质量发展的新增长点和国家陶瓷文化传承创新试验区建设的亮丽风景线。

图为“夜珠山·九集小镇”美食集市。

赵献国摄(中经视觉)

本版编辑 李丹美 编夏祎