

商家落实国补政策有待规范

——中消协发布2024年消费投诉热点分析

新华社记者 赵文君

中国消费者协会6日发布2024年全国消协组织受理投诉情况分析。从消费者投诉热点看,部分经营者在商品质量、营销和服务等方面存在问题,如部分商家落实国补政策不规范、“车辆统筹保险”投诉激增、“先学后付”隐患多……不仅损害了消费者的合法权益,也暴露了监管的短板。

部分商家落实国补政策不规范

消费者马先生于2024年12月16日,在某电商平台某品牌自营旗舰店支付8599元(原价为8999元,使用400元国家补贴)购买了一部手机。12月22日发现同款手机在其购买价格基础上降价700元,消费者按照平台客服要求重新下单价格为7899元(原价为8999元,使用400元国家补贴和700元平台优惠券)。消费者要求价格保护,但平台以新订单使用了400元国补为由,只支持价保300元。消费者投诉后,通过消协与商家进行了

和解,在价保300元基础上,另行补偿400元差价。

据中消协介绍,部分商家先抬高价格,再用国补优惠吸引消费者。消费者购买了国补商品后发现价格大幅下降,要求补差价,但被商家以“国补商品不参与价保”为由拒绝。有的商家未按承诺时间发货,或者以库存不足为由强制取消订单,导致消费者国补资格丧失。

中消协建议,相关部门进一步明确补贴政策细则,细化国补商品的价格计算规则,防止商家虚高定价或通过涨价等方式套补,侵害消费者利益。监管部门可重点加强对补贴商品价格的监测,对参与国补商品的价格波动进行动态监管,及时发现异常涨价行为。

“车辆统筹保险”投诉激增

消费者林先生称,在手机上看到某运输安全统筹服务有限公司发布的车险服务广告,该公司工作人员冒充知名保险公司,以可购买汽车商业险为由诱

骗其通过二维码进行付款。付款后消费者收到的合同显示是统筹服务,并非正规的商业险保单。

据介绍,中消协近期接到大量消费者投诉,反映一些“汽车服务公司”以保险公司名义对外销售“统筹保险”,冒充知名保险公司,将“统筹保险”包装成正规商业保险,消费者付款后才发现保单并非由正规保险公司出具,“统筹保险”公司客服电话无人接听、业务员失联,出险后只能到指定修理厂,面临赔付难等问题。消费者发现问题后要求退款,却遭遇商家拖延或拒绝。即使合同未生效,消费者提出退款时仍被收取高额手续费。

中消协有关负责人表示,销售车辆统筹业务的公司并非保险公司,其公司名称一般为“汽车服务公司”或“运输服务公司”,注册时也无需保险监督管理机构批准。此类公司的风险补偿能力及资金安全性相对较低,存在理赔难度大、跑路风险高等多重风险,建议消费

者谨慎识别,避免选择此类产品。

“先学后付”隐患多

消费者孙女士称,2024年12月,广州某咨询服务公司诱导其签订“先学后付”分期付款技能培训课程合同,客服称报名时只需要交纳100元预定金,下个月才开始支付学费。事后,孙女士才发现自己在不知情的情况下被办理了贷款。

据了解,一些职业技能培训机构以“先学后付”的名义,诱导消费者未充分了解借款条款情况下办理“消费贷”。部分网购平台设置为默认勾选,并自动成为后续付款方式,且关闭步骤复杂。

中消协有关负责人表示,培训机构应明确告知消费者相关条款和风险,网购平台应加强身份验证、支付安全等,避免因误操作引发纠纷。建议监管部门加强对培训和电商行业相关业务的监管,确保其透明公平经营,防止侵害消费者权益。

网购如何防“踩坑”? 中消协支招牢记“三个不”

新华社记者 赵文君

随着网络购物的快速发展,各类新型消费陷阱时有发生。面对“限时特惠”“品牌同款”等情形,消费者如何增强风险防范意识?“3·15”国际消费者权益日即将来临,中国消费者协会4日发布消费提示,网络购物牢记“三个不”,即不轻信夸大宣传、不点击不明链接、不脱离平台交易。

【谨慎识别促销活动真实性】

“原价999元,限时特惠99元”“限时秒杀倒计时”,很多看似优惠让利的促销活动是否真实,消费者一时难以辨别。实际上,部分商家通过虚构原价、夸大折扣等方式诱导消费。

中消协消费指导部主任吕金波表示,此类行为涉嫌违反我国价格法、消费者权益保护法中关于明码标价和禁止虚假宣传的规定。消费者可以使用正规比价工具或平台历史价格查询功能,核实商品真实价格波动情况。理性对待“限时”“限量”营销话术,避免因冲动下单造成经济损失。留存商品促销页面截图、商家承诺记录等证据,便于后续维权。

【防范假冒伪劣风险】

“品牌同款”“正品代购”,网络平台部分商家以“低价清仓”“工厂直销”为名销售假冒品牌商品,或通过仿冒商标、模糊描述误导消费者。

中消协建议,消费者优先选择品牌官方旗舰店或平台认证的自营店铺,查验店铺公示的营业执照等资质。收到商品后仔细核对品牌标识、防伪码、产品批次等信息,发现异常立即拒收。保留购物凭证、商品详情页及聊天记录,作为维权依据。

【警惕新型诈骗手段】

近期频发“冒充客服退款”“快递丢失理赔”等电信诈骗案件。不法分子通过非法获取消费者订单信息,诱导点击钓鱼链接、提供短信验证码或下载不明软件,导致消费者资金被盗。

中消协建议,消费者切勿轻信陌生电话、短信,所有售后问题都应通过平台官方渠道联

系客服;拒绝向他人透露银行卡密码、短信验证码等敏感信息;谨防“屏幕共享”操作,避免远程操控导致账户失控;谨记正规网购平台的退款、赔付款都是从顾客支付账户原路返回,没有所谓的“退款链接”,也无需下载其他App,要求另行下载App或扫码入群等大概率是骗子。

【强化个人信息保护】

部分商家违规收集消费者身份证号、人脸数据等个人信息,或通过快递面单非法收集、买卖用户地址、电话,导致骚扰电话、诈骗风险增加。

消费者如何强化个人信息保护,防范隐私泄露?中消协建议,消费者非必要不提供详细住址,可填写代收点或快递柜地址;丢弃快递包装前,务必清除或涂抹面单上的个人信息;谨慎授权App获取通讯录、定位等权限,定期清理缓存数据。

【依法主动维权】

当消费者遭遇虚假宣传、商品质量缺陷、拒不退换货等问题怎么办?

中消协建议,消费者要积极维护自身权益。维权途径可依次选择协商解决、平台介入、投诉举报、司法诉讼。先通过平台客服发起投诉,要求商家履行退换货或赔偿义务;若协商未果,可申请交易平台介入处理;平台处理不佳可通过“消协315”投诉平台或者热线电话向消协组织投诉,也可以向相关监管部门举报;如果涉及金额较大、情节严重,可向人民法院提起诉讼。



新华社发 朱慧卿 作

中国“小电驴”何以驰骋全球?

中国是全球电动摩托车生产和销售第一大国,电动摩托车产品以其环保、低碳、便捷的特点,逐渐成为全球消费者短途出行的优选。海关总署发布的数据显示,2024年,中国电动摩托车和自行车热销海外,出口值首破400亿元大关。

“小电驴”出口亮眼成绩单的背后,是中国电动摩托车产业坚持创新驱动、开拓国际市场、拥抱绿色出行时代浪潮的生动写照。在完备的产业链、强大的制造能力,以及政策红利和市场需求的多重利好因素叠加下,中国电动摩托车产业迎来发展的“黄金期”。

近年来,全球市场对环保交通工具的需求激增,尤其是在欧洲和东南亚等地区,当地政府的积极政策亦推升了需求增长趋势,为中国电动摩托车出口提供了庞大的海外市场。同时,中国企业在技术创新方面的努力,特别是在提高电池技术和电机效率上取得的突破,增强了产品的国际竞争力。

在2024年意大利米兰国际两轮车展期间,雅迪推出了一款为欧洲市场量身定制的电动摩托车,不仅有胎压监测、GPS导航功能,还支持手机解锁和语音控制。爱玛集团推出的新款电动摩托车则采用了汽车级的亮面烤漆工艺。据了解,该集团目前正加快技术转型,挖掘面向年轻群体的综合吸引力。

近年来,以雅迪、台铃、绿源、九号等品牌为代表的中国电动两轮车,正以高性价比赢得海外消费者的青睐。在美国,85%以上的电动助力自行车来自中国;英国消费者购买物美价优的中国“小电驴”,预计每台可节省200英镑。

未来如何进一步推动电动摩托车出口业务的长期稳定发展,中国企业要持续加强技术研发,不断提升产品的能效和安全性,以适应国际市场日趋严苛的高标准要求;实施全面的品牌国际化战略,通过提高品牌的国际知名度和美誉度来增强市场竞争力;致力于提升产品质量和售后服务,从而在全球市场树立良好的品牌形象。同时,企业须密切关注全球政策动态,灵活调整其出口策略以应对潜在政策变化;在巩固原有市场的同时,积极开拓东南亚、非洲和南美等新兴市场,以实现市场多元化。

业内人士认为,随着全球环保意识的不断增强和绿色出行理念的深入人心,电动摩托车产业将迎来更加广阔的发展前景。中国电动摩托车企业有望进一步扩大在全球市场的产品竞争力和品牌影响力,为全球绿色出行贡献中国力量。

摘自《消费日报》