

关注“3·15”国际消费者权益日

央视“3·15”晚会曝光的啄木鸟公司被查处

【重报时论】

放心才愿消费

■新重庆-重庆日报评论员 张燕

一次性内裤徒手制作不灭菌；知名母婴品牌纸尿裤竟被翻新售卖；虾仁加工时违规、超量添加保水剂……在第43个国际消费者权益日来临之际，“3·15”晚会像一把利刃，让一众商家长夜无眠、瑟瑟发抖。

让不法商家的“发抖”，正是为了令消费者“心安”。今年，中国消费者协会确定全国消协组织消费维权年主题为“共筑满意消费”。说一千道一万，就是要提升消费体验，让消费者放心消费。从海南省省长那句“谁伤海南口碑谁砸谁饭碗”到“3·15”晚会将监督之刀对准食品安全、公共安全等领域顽疾，雷霆手段彰显全社会“共铸诚信 提振消费”的决心。

监督的本质并非制造对立，而是锁定病灶、解决问题。“3·15”晚会是一次“刀刀向内”的机会。今年曝光的种种乱象——食品企业非法添加、危害健康商品流入市场；大众消费品背后隐藏的违规翻新产业链；互联网上盗取个人数据信息的源头；金融消费中隐藏的新型消费骗局等等，直指相关行业存在的消费陷阱和违法侵权行为。对行业来说，这是一种提醒，更是一种警醒。

但晚会的意义远不止于曝光。它通过“符号记忆”和“媒体监督”，传递出一个明确信号：消费安全是底线，诚信经营是根本。正如“3·15”晚会导演所言，这一切，都是为了“把大家的美好生活守护好，也把更加诚信、更有活力的市场环境建设好”，让监督成为优化消费环境的助推器。

共铸诚信，提振消费，不能仅靠一场晚会，政府、企业、消费者要共同编织一张治理之网。当前，消费维权正在从单向度的“打击”转向多方共建的“治理”——当市场监管组织织牢权益保护网，当商家在“诚信承诺书”上签名，当人们学会识别层出不穷的消费陷阱，一种新的信任契约正在市场土壤中扎根生长。

一年一度的“3·15”晚会，早已超越单纯的“打假晚会”，成为一次重塑消费生态的契机。只有整顿乱象、切除“病灶”，信任之桥才能重新连接人心。当企业从“避监管”转为“争诚信”，当消费者从“处处小心”变为“大胆放心”，我们终将抵达一个更令人向往的答案：最好的监督，正是让监督变得不再必要。

市场监管总局：电商“智能客服”备受消费者诟病

新华社北京3月15日电（记者 赵文君）“3·15”国际消费者权益日来临，消费投诉面临哪些突出问题？根据市场监管总局对2024年消费投诉举报统计分析，电商“智能客服”备受消费者诟病，羽绒服、羊绒衫质量问题突出，车载软件成为消费投诉新焦点。

记者15日从市场监管总局了解到，2024年，全国市场监管部门共受理消费者投诉1862.5万件，同比增长7%。其中，售后服务问题已连续两年居于首位，均超过400万件。消费者反映的主要问题是退款、不发货、不履行“三包”义务等。

电商平台“智能客服”备受消费者诟病，相关投诉同比增长56.3%。消费者普遍反映“智能客服”答非所问、人工客服难联系，导致沟通效率低下，严重影响消费体验。

在网购服装鞋帽类商品投诉中，羽绒服投诉增速最快，同比增长40.3%，主要问题是填充物含量不实、质量不佳以及虚假宣传保暖性能等。

户外服装品类投诉问题多，消费者对面料是否具有抵御紫外线、防风防水等功能存在质疑。宣称保湿的“面膜防晒衣”、降温5℃的“木糖醇防晒衣”、驱蚊驱虫的“艾草防晒衣”，出现大量消费纠纷。

直播带货仍存在虚假宣传、质量“翻车”、退换货困难等诸多问题。平台接收投诉举报40.2万件，同比增长19.3%。

车载软件成为消费投诉新焦点。平台接收新能源汽车软件问题投诉举报3.5万件，占新能源汽车投诉举报总量的22.4%。消费者反映的主要问题为智能辅助系统失灵、中控黑屏、未经消费者同意单方面“锁电”等。

遭遇自动贷款垫付保费条款的“黑洞” 交了七年的保单竟然失效

■新重庆-重庆日报记者 余虎

“3·15”国际消费者权益日来临之际，新重庆客户端联合潮新闻、极目新闻、封面新闻等全国16家省级媒体发起“记者帮·全国联动帮‘3·15’大型新闻行动”。

新重庆客户端市民来信栏目收到市民蒋女士的投诉，称遭遇自动贷款垫付保费条款的“黑洞”，交了七年的保单竟然失效，而保险公司并未告知，记者就此展开调查。

蒋女士购买的是一款叫“中宏无忧甲款两全保险（分红型）”的寿险。2024年11月，她在清理原有缴费银行卡时发现，在保单托管平台一直显示正常缴费的保单失效3年了。

为了弄清保单失效的原因，蒋女士联系了当年签单时的保险代理人李先生，得知李先生早已离职，保单已交给现任保险代理人刘女士。

经查，由于蒋女士的银行卡没有足够资金保证扣款，保险公司根据保险合同第十三条启动了自动贷款垫缴保险费。所谓的自动贷款垫缴保险费，就是保险公司利用蒋女士保单的现金价值进行贷款，以此垫付客户保单的保险费。

“保单失效，不仅保单现金价值没了，此前我连续7年交的保险费也白白损失了。”蒋女士说，保险公司和保险代理人的不作为，让她十分气愤。从保险代理人更换、保单异常、自动贷款垫交保费到保单失效，保险公司都没有通知她本人。她找到中宏保险重庆分公司讨要说法，公司解释，蒋女士变更了登记的联系电话和地址，公司没法联系到她。

对自己的遭遇，蒋女士指出，保险合同的自动贷款垫付保费条款，是一个不对等的格式合同，普通消费者根本无法分辨、无法理解。“我希望借助‘3·15’国际消费者权益日，让更多人知晓这条格式合同中隐藏的巨大风险，避免掉入坑里。”

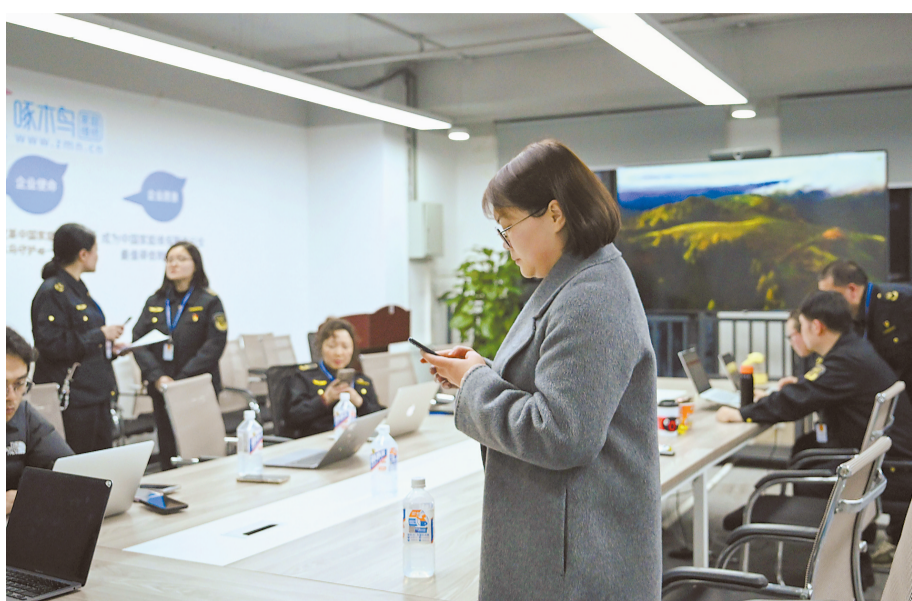
。”市市场监管综合行政执法总队十支队队长余彦说。

“我们会积极配合整改、整顿。”啄木鸟公司高级副总裁张文娟表示，公司会积极配合处理，加强整顿，核实清楚之后给公众一个交代。

据悉，晚会播出后，啄木鸟家庭维修平台也发布致歉声明，表示了自责和痛心，辜负了广大用户的支持与信任，向所有用户和大众表达歉意。公司会高度重视用户的投诉与反馈，并已成立专项调查组，对相关情况进行彻查。彻查完成后将第一时间公布结果。

3月15日晚，重庆啄木鸟网络科技有限公司，市市场监督管理局执法人员展开调查，公司负责人（中）在联系员工前来配合调查。

记者 张锦辉 摄/视觉重庆



恼人弹窗广告越点越多防不胜防

关注315
消费调查③

■新重庆-重庆日报记者 周盈

没有关闭按钮或按钮不醒目，不能一键关闭；弹出频率高，一次性弹出广告数量多且占网页尺寸大；甚至在误点后，还会自动安装垃圾软件……

在数字化时代，互联网弹窗广告不仅干扰了用户的正常使用，更存在一定隐患。为何弹窗广告屡禁不止，花样频出？

现象

弹窗广告堪称网络“牛皮癣”

家住渝北区的曾女士喜欢拍照和修图，最近她在使用美图秀秀时却遇到了一件烦心事。

“我用美图秀秀修完一张图后，突然出现一个弹窗广告，引导我去一个购物网站。”曾女士说，她想关掉弹窗，却怎么也找不到关闭按钮，无奈只得退出软件。“重启后，还是会遇到弹窗广告。”曾女士说。

无独有偶，市民唐先生遭遇到的弹窗，让他想起来就后怕。

唐先生的儿子小奇今年上小学六年级，对电脑和网络充满了好奇。最近唐先生发现，小奇使用电脑浏览网页时，屏幕右下角会不时弹出一些色情广告窗口。“我立马点击关闭按钮，谁曾想反而弹出另一个网页，这个关闭按钮是假的。”

唐先生表示，他多次尝试清理这些弹窗广告，但效果并不明显，稍不留神就会再次出现，他担心这些低俗内容会对小奇的身心健康造成伤害。

曾女士和唐先生的遭遇并非个例。在重庆日报、新重庆客户端的人民来信栏目中，关于互联网弹窗广告的投诉屡见不鲜。从电商平台到社交媒体，从办公软件到游戏应用，弹窗广告几乎无处不在。

弹窗广告形式多样，包括文字、图片、视频等，有的甚至还带有声音和动画效果，让人不胜其烦。除了影响用户体验，这些弹窗广告还可能存在安全隐患，一些不法分子利用弹窗广告作为传播恶意软件和病毒的渠道，一旦用户不慎点击，就可能导致个人信息泄露或设备受损。

原因

商家广告来源，缺乏约束机制

记者将曾女士的情况向美图秀秀客服进行了反映。该客服人员表示，美图秀秀作为一个免费的图片处理软件，需要通过广告收入来维持运营和发展。在软件中嵌入弹窗广告是一种常见的商业模式，公司正不断优化广告推送机制，提高用户体验。

重庆工商大学成渝地区双城经济圈建设研究院研究员莫远明表示，与其他形式的网页广告展现方式不同，弹窗广告必须用户手动关闭，这更能吸引用户的注意力，其广告转化率也比其他广告类型高很多，因此很受商家青睐。

为何弹窗广告屡禁不止？莫远明认为，一是利益驱动，因而商家植入广告和隐性广告层出不穷。其次是技术难题，弹窗广告技术不断升级，平台方拦截技术明显滞后。同时，用户在下载软件时缺乏防范意识，未掌握防范的正确方法和技巧。

另外，目前有关部门对弹窗广告的监管不够完善，缺乏有效的法律法规来规范监管。

对策

可将不良广告行为纳入征信体系

根据《中华人民共和国广告法》及《互联网广告管理暂行办法》，未构成直接违法犯罪的弹窗，只能以不影响用户正常网络体验为条件，提出“确保一键关闭”的最低原则。未能显著标明关闭标志，确保一键关闭的，对广告主处5000元以上3万元以下罚款；以欺骗方式诱使用户点击广告内容的，处1万元以上3万元以下的罚款。

“与巨大的经济利益相比，弹窗广告的违法成本较低，也是造成恶意网络弹窗广告泛滥的原因之一。”莫远明建议，规范广告弹窗，需要全社会形成合力。首先，用户要适当学习掌握防范的正确方法和技巧，通过甄别、投诉等手段保护好自己合法权益。同时，有关部门要完善相关法律法规，为治理弹窗广告提供制度保障；同时提高监管力度，完善准入追责制度，建立多元开放化的监管体系，对互联网广告广告公司进行重点监管，将不良广告行为纳入征信体系。

此外，要实现常态化治理，对网络弹窗广告实施定期合规检查及培训整顿，以实现行业自治和规范监管。

网购“货不对板”屡见不鲜

■新重庆-重庆日报记者 邱小雅

“在某直播间买了几个洗碗刷锅用的丝瓜络，主播展示时产品厚度适中，大小比手掌大，结果实物严重不对板，不仅非常小而且薄，用一次就从中间裂开了。”近日，家住重庆大学城的陈女士说，这次购物体验太差了，想着也没花多少钱，就懒得维权了。

陈女士的遭遇并非个例。国家市场监督管理总局此前公布的数据显示，直播带货投诉举报量逐年上升，5年间增幅高达47.1倍，投诉问题以货不对板、退换货困难等为主。

网购服饰是消费者容易遭遇“货不对板”的重灾区。

消费者陶倩是一个新中式爱好者，在某直播间购买了两件真丝衣服，收货后发现材质并非真丝，纹样走线也很粗糙，找到客服，对方就回了一句“不喜欢可以退”。

有不少人在网络平台订民宿时也曾遭遇“照骗”。

今年春节，市民周先生有朋友从北京来重庆玩，在某平台上预订了位于江北区洋河一路一家民宿，大床房每晚价格为600多元。在预订软件上，这家民宿的展示图可以高空俯瞰城市景观，空间也比较大，然而现实却让人大跌眼镜：房间又小又破，墙皮剥落，窗户狭小且布满灰尘，电器设备老旧，有的甚至不能正常使用。

房东同意退款，表示在平台上展示的是装修得最好的一间，出现“货不对板”的情况很正常。

网购“货不对板”为何屡见不鲜？

“直播带货对消费者和商家而言，原本是件互利双赢的好事。”在重庆工商大学应用经济系主任李然看来，消费者能跳过中间商，直接从源头购买到优惠的产品；商家通过直播平台拓宽了销售渠道，既能直观展示商品，又能与消费者实时互动，极大地提高了成交率。

一些主播为提升销量，通过打光、滤镜等方式，来进一步提升产品在视觉上的

表现。消费者往往容易被主播的口才和表演所吸引，容易忽视产品本身的真实情况，冲动消费占比很高。

李然说，消费者要选择正规、信誉良好的电商平台，在挑选商品时要认真阅读商品的描述、规格、参数等信息，关注商品的实际尺寸、材质、功能等关键内容，不盲目相信图片和宣传语。

遭遇“货不对板”的情况，消费者应该如何维权？

中豪律师事务所合伙人、重庆理工大学重庆知识产权学院专任教师路斐说，消费者可以在固定相关证据后，首先选择与商家协商退款，甚至索赔来解决问题。其次，可以向平台投诉，充分利用极速退款、仅退款等平台规则，快速处理。消费者要注意留存交易时的沟通和购买记录，反映交易形成的证据，如商品的购货发票、货物销售单、快递单等。平台应进一步完善规则体系，确保纠纷处理流程公开透明，切实维护消费者和商家的合法权益。

永川：集中销毁假冒伪劣物资

3月14日，永川区同心苑垃圾中转站，执法人员清点假冒伪劣物资。

这些销毁物资涉及食品、药品、酒水饮料等民生领域，共300余类1万余件，涉案金额达1000万余元。

特约摄影 陈仕川/视觉重庆

