

中消协发布2022年投诉情况分析，这些问题你遇到过吗？

2月15日，中消协发布2022年全国消协组织受理投诉情况分析。2022年，受国际国内经济形势和疫情因素影响，涉疫类消费纠纷和经营者关停跑路类投诉明显增多。与此同时，大额商品、在线服务领域新老问题交织，困扰广大消费者。



网络图片

1 涉疫类投诉激增

中消协表示，在疫情反复期间，相关防疫用品和退烧药等医疗物资供不应求，一些不良商家借机涨价、囤积居奇或进行捆绑销售，扰乱了正常市场秩序。

一是借需求增加哄抬物价；二是囤积药品或防疫用品；三是强制捆绑搭售其他药品；四是夸大防疫用品实际功能。如，部分商家将普通口罩宣传为医用外科口罩，或在口罩中添加抗菌剂等宣称能够“灭”病毒。

——“新冠”保险套路繁多

中消协指出，疫情发生后，国内不少保险公司推出“新冠”隔离和感染相关保险。但有不少消费者反映随着感染人数的激增，在理赔时遭遇各种“高门槛”。

一是宣传容易赔付难。一些保险公司为吸引消费者投保，宣称核酸阳性

即可赔付，消费者实际感染后又设置苛刻条件；二是为拒赔玩“文字游戏”。部分保险公司以消费者确诊的是“新冠病毒感染”而非“新冠肺炎”为由不予赔付；三是逃避赔付责任。有些保险公司通过下架相关保险产品、保险理赔员失联、客服电话不通等方式故意逃避赔付责任。

——涉疫服务纠纷频发

中消协称，由于新冠变异病毒传播能力强，“快速过峰”和大面积人员感染造成部分行业的正常运转受到一定影响，相关消费纠纷因此大量增加。

一是因疫情原因消费者无法按照原计划出行，在相关网络平台预付的定金或合同价款遭遇退费难；二是快递配送超时。疫情反复期间，各类外卖平台由于人手不够、运力下降等原因，导致大量快递网点瘫痪，包裹积压或丢失。

2 “关停”类纠纷致消费者受损较大

中消协提到，一些网络游戏运营商在老款游戏停止服务时往往“虎头蛇尾”，对消费者权益不负责任，相关问题亟待立法规制。

一是停服前大规模促销，故意诱导消费者将“真金白银”变为网游运营商掌控的虚拟财产、虚拟货币；二是停服后消费者权益处理不当。如网游公司以落实个人信息保护法为由，在停止服务后擅自删除消费者在游戏内的虚拟人物形象、道具等各类数据；三是单方面封禁玩家账号。

相关领域主要投诉问题有：一是有的连锁商超亏损严重，供货乏力，擅自限制已发预付卡使用范围；二是电商平台由于经营模式不佳和资金链断裂等原因滑向破产边缘或陷入生存危机，对消费者订单既不发货也不退款，扣留消费者预付资金；三是部分平台内店铺因违法违规等原因被平台做出关店处罚，但其所售商品发生问题，消费者维权困难；四是有些健身房、电影院、教培机构等线下店铺因经营不善倒闭或蓄意卷钱跑路。

3 “住用行”商品纠纷难解

中消协表示，商品房消费领域的问题尽管经过多年整顿，但依然“痼疾难除”。

一是房屋质量问题；二是不符合条件强行交房。部分开发商在合同约定交房日到来时，楼盘尚未全部完工且不具备交付条件情况下，为逃避违约责任强行交房；三是开发商强制捆绑销售。如，开发商捆绑销售地下仓储或车位；四是有的精装修房配套家电产品交房时已过或快过“三包”期，开发商拒绝承担“三包”责任；五是交房时实测房屋面积大于合同约定面积，开发商要求消费者补差价引纠纷；六是楼盘烂尾消费者“房财”两空。

——家电产品质量参差不齐

相关领域主要投诉问题有：一是热门新兴家电产品层出不穷，发生纠纷后消费者维权难；二是部分“网红”家电产品质量受诟病；三是安装维修收费混乱。如商家承诺免费上门安装，但安装人员上门后又以欺骗手段推销各种昂贵的辅助材料或收取此前未明示的费用。

——汽车消费“猫腻”多

有关汽车投诉的主要问题有：一是用维修过的瑕疵车冒充新车销售；二是以格式条款侵害消费者权益；三是二手车交易透明度低。如，二手车中介故意隐瞒车辆真实行驶里程、维修记录、事故记录等信息；四是汽车质量问题频发。如，部分传统燃油车品牌频繁出现发动机、变速箱等主要部件故障，新能源汽车续航里程缩水、智能辅助驾驶系统失灵等。

4 线上服务侵权多样

中消协表示，疫情期间，网络购物成为推动经济增长的重要动能，为消费者带来了很大的便利。与此同时，网络购物领域也呈现出新老问题交织形势。

主要表现为：一是保价规则误导；二是“小程序”购物售后无保障；三是一些不法经营者利用个人社交账号，以自制官方店铺头像，诱导消费者与之交易，部分老年消费者支付费用后发现上当受骗；四是平台嵌平台误导消费者。有的电商网购平台对外推出平台特卖店，发生纠纷后，又以平台特卖店为电商网购平台内嵌入的小平台，问题店铺为小平台内的商家为由逃避自身责任；五是国内平台“国际购”业务售后渠道不畅。

——在线培训服务投诉集中

中消协称，疫情期间，不少线下培训服务转向线上。相关领域投诉问题主要有：一是退费承诺难履行。一些培训机构在公考、考研课程中宣传“不过退费”，并与消费者签订相关协议，但后续不履行退费承诺，引发消费者大量投诉；二是培训课程师资大“缩水”。一些培训机构对外宣称培训老师为名校名师，但实际上课是兼职大学生或播放名师讲课视频；三是诱导学员办理“培训贷”。

——在线会员服务乱象屡现

中消协提到，随着网络消费的发展，各类会员服务也逐渐从线下向线上渗透。

在线会员服务领域问题主要有：一是智能电视平台“套娃式”收费引发消费者不满。由于智能电视系统内各模块资源相互独立，消费者连续充值却仍无法观看全部视频内容；二是视频平台会员服务体验不佳。如，视频平台限制原会员用户手机投屏功能；三是婚恋平台会员服务存乱象。一些婚恋平台收取高额服务费，有的对会员信息审核把关不严，甚至提供“婚托”虚构交友、结婚需求欺骗消费者；四是网络会员服务默认自动续费。

（据中新社电）