

“数字消费”维权堵点频发 如何更好保障消费者权益？

数字时代让消费者享受到前所未有的便捷与高效，但随着数字消费市场的日益繁荣，一系列消费维权问题也悄然浮现。

微短剧付费乱象、内容违规问题频发；网络购物“缺斤短两”时有发生；网络游戏停服引发多起投诉……近日，中国消费者协会(以下简称“中消协”)发布2024年上半年消费维权舆情热点分析和消费投诉热点两份报告，反映出部分数字行业当下存在的堵点，影响着消费体验。

1 网购演唱会门票投诉热度不减

今年以来，消费者看凤凰传奇演唱会买到“柱子票”要求退一赔三、大张伟演唱会1300元门票看不到屏幕等话题引发舆论热议。据中消协统计，今年上半年演出市场相关领域投诉量一直处于高位。

投诉较多的内容包括票务平台随意更改座位票价，票务平台和消费者权利义务不对等，同一主办方不同场次演出退票规则不一致等问题。其中，不少消费者对“盲选”座位“深恶痛绝”。

家住北京市海淀区的吴卷(化名)告诉记者，她看过10余场演唱会，因为购票时无法得知具体座位，常遇到同样价格先购票的座位比后购票的座位差，以及同一个票档的位置从最好到最差相距

甚远的情况。

消费者刘先生表示，今年其在某票务平台购买了某明星天津演唱会全场最贵的票两张，到现场后却发现该座位前方有3位工作人员站在椅子上拍照、录像，严重遮挡了观演视线，而现场工作人员反馈表示，该位置是固定机位需要录像，不能避免。4月29日，他就通过全国消协智慧315平台投诉了该票务平台。

“‘柱子票’‘墙根票’等，涉嫌侵犯消费者的知情权、自主选择权和公平交易权，消费者有权要求获得补偿。”陈音江强调，演唱会市场火热的当下，这是对消费者消费热情的一种损耗，甚至可能影响整个文化产业做大做强。

2 大数据“杀熟”频现

平台购买同一商品或服务时，实际成交价不同就不公平。

因此，当一些平台以“时间不同、地点差异导致价格浮动”“新用户有优惠”等理由为其行为开脱时，消费者认为，平台只是想凭借其信息优势地位在大数据“杀熟”问题上“蒙混过关”。

如何解决这一在出行、购物等领域影响消费体验的问题已经成为当下消费者的重点关切之一。中消协指出，多起事件中，消费者反映在维权过程中遇到渠道不畅等问题：平台客服的回应大多含糊不清，而消费者以诉讼方式维权又费时费力，且囿于算法技术壁垒，举证极为困难。

今年7月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》(以下

但事后维权也是难题，有时会遭遇主办方和票务平台互相推诿、不作为，或者被承诺给予下次购票“优先权”等“不痛不痒”的补偿。对此，上海市闵行区人民法院为进一步完善演唱会售票、退票机制规范化指出方向：今年6月20日，该法院对梁静茹演唱会“柱子票”案进行一审公开宣判，将“柱子票”定性为演唱会主办方瑕疵履行，属于违约行为，要求上海魔方泛文化演艺有限公司按阶梯式退票比例退还票款。

中消协指出，票务平台应制作清晰的场馆座位图，对存在视野遮挡的座位进行标注，如果无法做到，则应对购买到遮挡座位的消费者给予相应补偿。

简称《条例》)第九条第二款规定指出，经营者不得在消费者不知情的情况下，对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。

除此之外，今年发布的《网络反不正当竞争暂行规定》等均对大数据“杀熟”提出了应对措施，引发公众对治理网络市场乱象的讨论。许多消费者期待，相关文件要求尽快落实，打破对于此类问题“人人喊打又办法不多”的局面。

鉴于大数据“杀熟”的智能化、系统化、批量化、隐蔽性、凶猛性，中国互联网协会法工委副秘书长胡钢建议，在个案突破的前提下，更应适时开展进驻式、突击式和拔根式的多部门联合执法治理，并配合消费者组织或检察机关的公益性诉讼活动。

3 网络会员服务营销待规范

今年6月份，消费者张先生通过全国消协智慧315平台投诉了某办公软件公司：去年10月份，其超级会员权益被降级并重新折算，会员时长缩水一月，而投诉当天，超级会员pro又取消了，新增AI会员与大会员，原超级会员功能需升级为大会员使用，引发不满。

会员服务本是各行业经营者吸引和留住消费者的重要手段，但运营过程中的不规范行为让全国消协智慧315平台上的相关投诉层出不穷，内容包括随意修改会员体系规则、第三方代充会员服务风险高等。其中，中消协两份报告均强调，网络平台自动续费“开通容易退订难”问题亟待解决。

据了解，商家以比订阅季度或年度会员更优惠的价格推出自动续费会员服务，有消费者被扣费后才发觉，后续取消续费还需软件与支付端双重操作，且流程隐蔽，堪称“层层套娃”。

甚至有消费者反映，一些会员服务提供者未经其同意将自动续费设置为默认选项。对此，中消协提醒消费者，购买会员服务时，一定留意是否默认勾选了开通自动续费选项。购买后，可在账户内检查自动续费状态，及时取消不需要的自动续费选项。

中国法学会消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江认为，经营者应当尊重和保障消费者知情权和自主选择权，真实、全面地提供相关信息，让消费者在充分知情的前提下自主选择，而不是通过“默认勾选”等方式误导消费者选择商品或服务。

胡钢指出，《条例》首次在行政法规层面对自动续费及展期作出了明确规范，规定了相关经营者的显著提示义务和违法的具体行政处罚标准。他表示，期待更多“长牙带刺”、体现法律刚性和威严的相关法律法规。

“违法自动续费和大数据‘杀熟’严重侵害了消费者的多项权利，涉及虚假宣传、价格欺诈、经营欺骗，构成消费欺诈。”胡钢建议，对违法主体进行惩戒性行政处罚，给予受害者惩罚性民事赔偿，未来可对非法获利丰厚、受害者众多的恶劣行为，立法追究刑事责任。
据《中国青年报》

付款后商家“跑路”怎么办？ 消费者该这样维权

预付式消费一直是消费者维权投诉的热点、难点。《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》7月1日起已施行，对预付式消费的监管提出了新的规定，为规范预付式消费模式、维护消费者权益提供了有力保障。

作为一种常见的消费模式，预付式消费的投诉数量常年居高不下。记者梳理发现，自2014年至今，我国预付式消费问题主要集中在教育培训、娱乐健身、美容美发等领域，甚至由此演化出多种新型诈骗模式。

条例明确规定，经营者以收取预付款方式提供商品或者服务的，应当与消费者订立书面合同；经营者收取预付款后，应当按照与消费者的约定提供商品或者服务，不得降低商品或者服务质量，不得任意加价；经营者出现重大经营风险，有可能影响经营者按照合同约定或者交易习惯正常提供商品或者服务的，应当停止收取预付款；经营者决定停业

或者迁移服务场所的，应当提前告知消费者。

中华全国律协反垄断与反不正当竞争专业委员会副主任田小丰认为，条例相较以往的一大进步，是将“预付式消费”的监管范围从“单用途预付卡”等固有范畴的划定中解放出来，直接以“收取预付款方式提供商品或者服务”的行为描述来定义监管范围。

“在以往实际操作中，一些预付式消费企业通过不发卡或不签订书面合同等手段来逃避监管。”田小丰说，“条例施行后，只要存在预付式消费行为，皆属监管范畴，应受到全面监管。”

中消协2024年3月发布的《2023年预付式消费领域消费者权益保护报告》提出，我国预付式消费问题集中体现为经营者违规办卡、经营者跑路后消费者挽回损失难等多个方面。

针对上述问题，条例为消费者提供了可参考的维权手段。条例规定经营者

应与消费者订立书面合同，若不提供书面合同，就构成违法，消费者可直接投诉。

条例还规定，经营者决定停业或者迁移服务场所的，应当提前30日告知。“经营者对预收资金拥有完全支配权，一旦企业倒闭或资不抵债，消费者即使打赢官司也很难追回余款。新的规定有利于消费者更早维权，降低自身风险。”陈音江说。

条例相关规定同时提高了预付式消费的违法成本，有助于对不法经营者形成震慑。“经营者若违反条例中相关规定，或将面临违法所得1倍以上10倍以下罚款，情节严重的还可能吊销营业执照。”田小丰对比分析说，《单用途商业预付卡管理办法(试行)》规定经营者最高只罚3万元。

多位受访者表示，条例填补了预付式消费相关法律制度的部分空白，但从根源上解决还需全社会共同关注、持续发力。
据新华社

儿童手表 “智能过头”有隐患

“碰一碰加好友”、高清可旋转摄像头、刷短视频、玩游戏……儿童智能手表功能日益丰富，俨然成为时尚单品。然而，儿童手表“卷”出新花样，令家长对“智能过头”心存担忧。

儿童智能手表因定位、通话、紧急求助等功能，受到家长欢迎。但如今的手表功能已远超实际需求，有“过度开发”之嫌。孩子耗费在智能手表娱乐功能上的时间与日俱增，长此以往不仅有损视力健康，也会影响正常的学习和生活，还可能存在诱导消费等隐患。

商家应回归初心，切勿一味逐利。如精准定位、紧急求助、健康监测等。同时，可适当融入有益的教育元素，如科普知识、语言学习等。减少不必要的娱乐和社交功能，避免孩子过度沉迷。对家长而言，应避免盲目追求功能和品牌，不能简单依赖科技产品来“看管”孩子。学校也可发挥协同作用。

针对儿童智能手表的监管，相关部门要制定更严格的标准和规范。
据新华社