

盘点我市2024年十大消费维权热点

通讯行业痛点仍未根除

尽管相关主管部门加强了对通讯运营商的监管,但该行业不规范营销和经营行为仍禁而不止,一些痛点问题尚未根除。

诱导升级套餐:部分运营商频频给消费者打推销电话,以新套餐更优惠、更划算为噱头诱导消费者升级套餐,并故意隐瞒合约期限、违约金等限制性条款。

套餐升级易降级难:运营商人为设置障碍阻止消费者降低套餐资费,如APP页面只显示更高价的套餐,消费者若调低套餐资费需通过人工客服或线下营业厅才能办理。

业务开通易取消难:消费者在开通一些增值业务时,只需要短信或客服电话就可以办理,但在取消或退订时,却需要到营业厅现场办理,部分业务取消时还被收取高额违约金。

购买流量包后仍限速:消费者在当月流量超出套餐上限被限速后,为解除限速购买了流量包,网速没有恢复正常,却还需要再购买解除限速包。

物业服务还需提升

近年来,消费者对物业服务的期待越来越高,但从消费者的实际感受来看,物业服务质量还有较大的提升空间。

装修押金不及时退还:一些物业公司在装修结束后,长时间拖延装修押金不退还,或强制要求业主将押金抵扣物业费。

服务质量不达标:一些物业公司巧立名目收取各种费用,却怠于履行服务承诺,或服务质量与合同约定存在明显差距。

物业公司更换难:一些小区的物业服务由开发商关联公司

负责,小区业主没有参与选定,发现物业公司侵害业主权益时,却因各种原因难以更换。

家庭维修“坑”多难避

家庭维修行业一直是消费者投诉的热点之一。

巧立名目乱收费:一些第三方家庭维修平台人员维修前不报价,维修后乱收费。

小病大修无病乱修:一些维修人员无中生有或故意夸大故障严重程度,更换不必要的零部件。

用二手零部件冒充新部件:一些维修人员在未告知消费者的情况下,用翻修过的二手部件冒充新部件进行更换。

“山寨”维修、黑维修泛滥:搜索引擎通过竞价排名将一些“山寨”维修链接排在官方维修机构前面,导致消费者上当受骗。

旅游出行投诉增长显著

旅游出行涉及交通、住宿、餐饮、景点、导游、购物等多个环节,消费者投诉问题主要有:

大幅涨价:酒店行业趁节假日大幅涨价,将住宿价格调高数倍。

单方违约:部分酒店缺乏诚信,单方违约或砍单。如消费者支付完住宿费用到达现场后,酒店以房间已满等为由告知消费者无法入住。

职业技能培训乱象展现

职业技能培训是人们提升自身素质和就业竞争力的途径之一。一些不法机构和个人利用公众这一需求,实施诈骗或欺诈行为。

职业技能培训陷阱:一些商家打着技能培训机构名义在社交平台发布影视后期制作、播音配音、游戏原画、塔罗师、心理倾听师等“培训”广告,宣称“包教包会”“承诺兼职”等,并编造其他学员成功案例,但实际课程内容质量低劣、与实际操作脱节,上当受骗者多为在校大学生。

职业资格培训骗局:一些培训机构利用部分人员不劳而获的侥幸心理,声称有“内部试题”包过考试,甚至缴纳费用便可直接获取证书等诱骗消费者支付所谓“培训费”。

消费者退费难:一些考公、考编、考证培训机构宣传“不过退费”,但消费者按照合同约定提出退费要求时,却遭到经营

者故意拖延或收取不合理费用。

冒充国家相关部门实施退费诈骗:诈骗分子冒用国家相关部委或有关机构工作人员名义,向消费者推荐以购买所谓“国库券”等方式退还培训费用,造成消费者更大损失。

食品安全问题不容忽视

食品安全牵涉千家万户,关系人民群众的身体健康和生命安全,也是消费者关注的重要问题之一。

食品变质或有异物:引发消费者身体或心理不适。

销售临期食品不告知:将临期食品与其他食品混合销售或未告知消费者为临期食品。

外卖投诉增长:外卖食品不卫生、封装不严、出现遗洒、送餐不及时、索要好评、发生争议态度恶劣等问题。

家装建材行业乱象频出

随着家装建材行业蓬勃发展,相关领域消费纠纷也大量增加。家装领域消费纠纷普遍存在案件复杂、调解难度大等特点。

装修工期延误:经营者不按合同约定时间交付家具产品或不按约定时间施工。

定制家具货不对板:家具成品的尺寸、款式、颜色与合同约定和设计图不符。

家装材料以次充好:以普通材料冒充环保材料。如宣称家装材料为“欧标”,但实际并无相关具体标准。

以约定或单方声明排除法定责任:卖场内商家跑路,卖场以消费者未直接与其签订购买合同为由,拒绝承担柜台出租者义务。

视频直播平台投诉多发

直播带货、短视频带货近年来成为不少商家的宣传和营销渠道,该领域也存在一些突出问题。

短视频“低价引流”:部分经营者通过在短视频平台发布超低价宣传广告,诱导消费者到店消费,随后以各种名义收取高额费用,并诱导消费者办理贷款等。

直播间“赌石”骗局:商家利用直播销售无法现场查看、消费者决策时间短等特点,刻意制造商品稀缺感和抢购紧迫感氛围,诱导消费者陷入“赌石”骗局,上当者多为中老年人。

随意虚构夸大商品原价:

商家事先在大型电商平台发布同款商品链接并标注超高价格,甚至有主播编造毫无根据的“原价”,制造商品“超值”假象欺诈消费者。

预付式消费风险隐患难除

当前,预付式消费经营模式已从最初的美容美发、健身等行业逐步扩展并覆盖了几乎所有消费领域,此类消费模式吸纳的消费者资金量也在成倍增长,并成为消费者权益受侵害的主要风险问题之一。

办卡手续不规范:商家不签订正式合同、消费后不提供凭据或发票,发生纠纷后消费者举证困难。

降低服务质量:经营者单方更改服务内容或以各种理由不提供选定人员服务等。

关门停业前促销:恶意骗取消费者预付资金,随后跑路失联,消费者预付款难以追回。

变更经营主体逃避履行债务:经营者通过变更企业名称、店铺标识、法人代表等方式变相逃避债务,对消费者预付资金使用设置不当限制,或不承认消费者原预付资金在新店铺的继续使用。

二手车投诉维权困难

车辆信息不实:一些不良经营者利用二手车市场买卖双方的信息不对称,故意隐瞒过户次数、瑕疵信息等车辆真实情况,或修改调低车辆行驶里程等,导致消费者遭受经济损失和安全隐患。

价格不“透明”:商家虚构车源,低价诱客引流,在网上发布虚假低价车辆信息,消费者前来购车又告知车辆已经被售出。消费者无法获取准确的价格信息,被不良商家欺诈或误导。

巧立名目乱收费:由于二手车交易无明确收费依据,一些二手车交易市场借机巧立名目收取“拆牌费”“解抵押手续费”“交易服务费”等费用。

面对这些挑战,市市场监管局和市消费者协会将继续全力做好消费宣传教育引导、消费监督指导以及消费者投诉与咨询受理工作,引导经营者加强自我规范,诚信守法。针对预付卡消费、网络消费维权等痛点、难点、堵点问题,将在重点行业加强监督检查和处罚惩戒力度,切实保护消费者合法权益。

记者 夏静

