

上海市消保委通过大数据梳理多个热门行业,并发出提醒 快递预约后派件失约有待改善

[相关新闻]

市消保委联手李佳琦开网课 直播“不带货”只聊消费技巧

又到一年一度的3·15消费者权益日,昨日上午,疫情期间的现场咨询活动也改为了线上,上海市、区两级消保委,市消保委各专业办公室工作人员,专家及律师志愿者共计千余人在线参加了3·15大型线上咨询活动。上海市消保委还采用大数据,梳理分析旅游、快递、家装、黄金首饰等热门行业,看看市民消费都入了哪些坑?并为消费者支招。

青年报记者 吴缙超

青年报记者 吴缙超

本报讯 “我们今天所有东西都不售卖,我们只是教大家来如何选择产品”,今年3·15消费者权益日,上海市消保委与当红主播李佳琦开通了一场特别的网络直播,“不带货”带消费技巧,短短半个小时,观看量超过370万人次,点赞数达到900多万,“上网课有意思”“今天涨知识了”等弹幕刷屏。

李家琦开通特殊直播 上网课助消费者“放心买”

记者看到,在这场被网民称为“上网课”的直播中,当红主播李佳琦在淘宝直播间的背景板换成了代表消费者保护组织的绿色,上面写着“上海消保委3·15消费直播间”,在李佳琦身边出现了上海消保委消费指导部专家杨青,在直播中,一起探讨通过比较试验,针对空气净化器、老人鞋两组很难辨别产品优劣的商品消费诀窍。

杨青介绍说,直播能直观地判断判断商品质量的方法教大家,市场上许多产品价格差异会非常的大,而且产品的宣传各有特色,往往消费者就不知道怎么去选择产品。

空气净化器功能日渐增多 靠墙放有遮挡效果并不好

“我很容易过敏,家里有很多空气净化器”,售卖过空气净化器的李佳琦这次遇到了专家。

杨青表示,其实空气净化器上海消保委从2013年以来已经做了三次的比较试验。早前这个行业是没有标准的,一些商家把他们的机器放在一立方米的实验舱里面去测,测出来结果肯

定普遍都很好,但是跟消费者实际使用情况差距也太大了。所以上海消保委当时就组织了行业的专家召开了论证会,然后设计出一套更加科学、更加接近消费者使用实际的方法,而最终测试方法还写入了国家标准。

半个小时的专场直播很快结束,直播间的累计观看人数超过370万,点赞数达到900多万。李佳琦也表示,这样的直播网课还挺有意义的,而且会让大家真的了解到什么产品值得买,什么产品不值得买。

上海市消保委副秘书长唐健盛认为,网络直播是一种消费新趋势,今年消保委尝试了这种新方式,希望借此机会,把比较实验呈现给更多的消费者,更直接地了解消费者的疑问和关切。



李佳琦直播截屏图



快递行业的虚假签收问题也日益突显。 青年报记者 常鑫 摄

价格与费用 是旅游投诉中的高频词

上海市消保委披露,去年有10924件旅游投诉,通过数据抓取发现,价格和费用是旅游投诉中最为高频出现关键词,在跟团游和自由行投诉中出现频度均达到了93.2%,在邮轮游投诉中也达88.8%。

消费者通常会提前较长时间制定出行计划、购买相关旅游产品,消费者下单后发现产品降价或是还存在低价类似产品,多数消费者要求取消订单重新购买,此外,价格问题还表现在订单外经营者擅自加收费用,承诺“退差价”中标的分歧以及服务与价格不对等。

市消保委建议消费者在下单前可以通过多平台多账户多终端查询比较,并选择在产品价格较低时段内下单。同时建议经营者能够推出多一些的保价服务,以减少价格波动有关的消费争议发生。

诚信、质量和售后成为家装行业较为突出的三个问题。部分经营者在发布广告或与消费者洽谈时,采用报低价格方式来吸引消费者,在整个装修过程中,通过巧立名目要求消费者增加费用。还用“全包”概念误导消费者,消费者奔着“全包”与经营者签订合同,图的是省心省力、价格便宜,但从投诉情况看,所谓的“全包”与消费者预期相差甚远。

在家装消费合同洽谈时可以听取第三方专业人士意见,市消保委建议消费者避免轻信装潢公司一家之言,特别是不要为所谓的“促销”“赠送”等误导。

低价拼单

多为吸引流量的噱头陷阱

快递的派送时效一直是消费者最为关注的问题,而去年快递业一年4483件投诉,过半投诉抱怨“快递不快”,上海市消保委从数据分析发现,2019年因没有及时送达而引发的消费投诉达2251件,超过总投诉量的50%。对于线上预约快递收件时间这种新模式,“预约后派件失约”的相关投诉,虽绝对数量不多,但也说明线上预约在实施中的精细化程度还有待进一步提升。

快递投诉涉及到虚假签收问题,占总投诉量的8.1%。消费者反映通过查询系统发现快递件已经被签收,而实际却没有收到。因此市消保委督促各快递(物流)企业严格制度,建立追责机制,杜绝虚假签收情况的发生。

值得注意的是,黄金珠宝首

饰相关投诉中,商家推出了“以旧换新”的消费模式也暗藏猫腻。金饰因硬度较低,佩戴一段时间后可能出现变形、划痕、磨损等情况,很多消费者会有更换的需求,有消费者到店以旧换新时,可能会碰到换到的足金存在分量差异、以足金换到了成色不同的金,或以普通黄金换一口价硬金,却不知硬金其实并不保值,之后也无法再进行以旧换新等问题。

另外,“低价拼单”看似很美,其实店家套路深。近年来,线上平台也开始销售黄金珠宝首饰,虽然线上销售并非黄金珠宝的销售主渠道,但投诉量却超过总投诉量的50%。

市消保委提醒消费者,网上低价卖金很多都是吸引流量的噱头,或是销售假冒伪劣商品的陷阱,消费者千万要引起注意。市消保委也会约谈相关网站平台,要求其强化平台管理,对不法商户绝不姑息。

市消保委发布沪京深三地青少年教育培训消费调查 孩子教育培训平均年支出16000元

青年报记者 吴缙超

本报讯 昨日,上海市消保委发布《上海、北京、深圳青少年教育培训消费调查报告》,调查显示,青少年教育培训已经成为三地家庭消费“刚需”且会进一步增长,78.4%的家庭在最近一年中有过教育培训消费,孩子教育培训的平均支出约为16000元(不含学历教育),占家庭总收入的9.4%,已经超过了旅游,接近家庭的餐饮消费支出。

该调查对三地3000户有4至17周岁青少年的家庭的教育培训消费需求、消费状况和消费结构进行了深入的研究和分析。

适龄青少年家庭进行教育培训消费已成为常态,在本次调查样本中,上海、北京、深圳共有78.4%的家庭在最近一年中有过教育培训消费,其中北京市为74.2%,上海市为79.3%,深圳市为81.8%,并且69.8%的被访问者表示将来会进一步增加孩子培训的支出,仅有1.7%的家庭表示会减少支出。

青少年参加校外培训的比例随着年龄的增长不断上升。调查数据显示,在最近一年中,三地有61.3%的4岁儿童参加过校外培训,随着年龄的增长,峰值出现在12岁中考前阶段达到91.7%;有69.1%的青少年参加过

1-3个培训班,27.4%参加过4-6个培训班。

参加的培训班前五位依次是外语(35.3%)、绘画(31.3%)、形体或舞蹈(29.2%)、钢琴等乐器(26.4%)和数学(24.3%);40.1%的青少年每周五上4-8小时培训班,26.6%的青少年每周五上1-4小时培训班,24.9%的青少年每周五上8-12小时培训班,有5.0%的青少年每周五上培训班的时间甚至超过了16小时。基本上青少年每周都要花费半天甚至一天的时间参加校外培训并完成相应的作业,对于青少年来说可以用于外出运动和自行玩耍的时间大大减少了。

教育培训行业信息公开的程度较低,家长报名时能获取的信息面较窄,对培训机构的了解度不高,影响了消费者的知情权和选择权,教育培训投诉时有发生。

培训机构也存在过度承诺、过度推销的问题,38.6%的家长表示遇到过承诺培训效果,25.5%表示遇到过培训机构承诺参赛并获奖,23.6%表示遇到过培训机构承诺优先进入好学校。教育培训行业应该更加公开、透明、消除信息的不对称,保障消费者的知情权和选择权。

为推动教育培训行业更加规范有序发展,上海市消保委建议,教育培训行业需让信息更对

称、更透明。教育培训机构要主动公示培训资质、收费标准、退费政策等信息,相关行业组织也要搭建公共评价体系,为消费者选择培训机构提供参考。教育培训主管部门要加强日常监管,并加快建立教育培训领域信用管理体系,对规范健康办学的机构予以信用激励,对违法违规办学的机构实施多部门、多领域的联合惩戒。

另外,上海市消保委提醒,家长要正视焦虑,科学、理性地选择培训机构。要从孩子的实际情况出发选择合适的培训项目,在签订合同时要了解培训机构的资质和专业性,理性消费。