

网上购物套路消费者 你中招了吗？

——追踪网上购物消费投诉查处

去年全国网上零售额约 11.76 万亿元，网上购物已经成为百姓消费的重要渠道。同时，网上消费不是法外之地，网上购物套路消费者？有双警惕的眼睛盯着各大电商平台。新华社记者近日根据市场监管部门提供的投诉线索，跟随市场监管执法人员，前往拼多多、快手、京东、淘宝、微信、抖音平台，围绕消费者投诉，进行调查。以下为采访实录：

看看这些在线消费如何“变”味……

“坑位”变“坑人”、“算法”变“算计”、“盲盒”变“盲区”、“馅饼”变“陷阱”、“培训”变“教训”……在线消费逐渐成为许多人消费的主渠道,但与之相关的侵权现象也随之多发。

变味一：“坑位”变“坑人”

380 万粉丝，353 万点击，0 成交；坑位费十万退货率七成；交百万坑位费亏损超千万……直播带货是当前在线消费中的热词，但关于直播带货中“坑位费”的吐槽却越来越多。

今年年初，中消协发布的 2020 年十大消费维权舆情热点中，“‘直播带货’新问题层出不穷”高居榜单第二。在直播带货

中，有的主播通过流量注水、刷单造假、先买后退等手段，让一些商家直呼：“这不是坑位费，是坑人费！”

变味的“坑位”，既坑商家也坑消费者。有的主播为了赚坑位费，在选择商品时把关不严、给钱就播，多地消协近期发布信息显示，直播带货相关投诉增速明显。

变味二：“算法”变“算计”

“熟人”打车比“新人”贵，手机越好，打车越贵……今年 3 月，一份来自复旦大学研究团队的“手机打车软件打车”调研报告引发关于“大数据杀熟”的热议。

大数据“算法”本是更好服务消费者的技术，但在一些不法商家手中却成为“算

计”消费者的手段。

中消协在今年召开的网络消费领域算法

规制与消费者保护座谈会上指出，部分互联网平台利用算法技术进行大数据杀熟，如对新老用户、不同地区的消费者制定不同价格，多次浏览页面的用户可能面临价格上涨等。

变味三：“盲盒”变“盲区”

“没有花草跟巴西龟，其余一切皆有可能”……最近，一些电商平台上出现“宠物活体盲盒”，售价从十几元到上千元不等，盲盒内甚至包括一些爬虫、猛禽等“异宠”。

盲盒是吸引青少年群体消费的营销方法之一，但当前关于盲盒仍缺乏完善的监管机

制，致使一些“盲盒”变“盲区”。

今年，中消协专门就盲盒市场发布消费提示，指出盲盒市场存在商家过度营销、消费者易中套“上瘾”、产品质量难以保障、假劣“三无”产品时有出现等问题，提醒经营者销售盲盒当规范、消费者购买盲盒勿盲目。

变味四：“馅饼”变“陷阱”

3 月 5 日，江西宜春罗女士收到一条短信称，她在网上买的東西已确认收货，将送其一个烤箱，但需下载一款 App 充值刷单，最终罗女士被骗 4.9 万元……“3·15”前夕，多地公安部门发布预警，提醒消费者切莫参与网络刷单。

所谓网络刷单，是指由买家依照正常的

网购流程完成交易后，卖家再将货款转回买家并支付一定的酬劳，从而达到提高商品销量或店铺信誉的目的。

“刷单给好评，全额退款，还有红包”“足不出户，动动手指，月入过万”……在不法分子的诱惑下，一些消费者落入网络刷单骗局，刷单的钱有去无回，“馅饼”变“陷阱”。

变味五：“培训”变“教训”

不久前，国内多家在线教育头部企业请了同一位“老师”做广告，但这位“老师”在一家企业的广告里宣称“做了一辈子小学数学老师”，在另一家企业的推广视频里却又宣称“教了 40 年英语”。

中国互联网络信息中心发布的报告显示，截至 2020 年 12 月，我国在线教育用户规模达 3.42 亿。但在线培训快速发展的同时，行业乱象也频频出现，让一些消费者从受“培训”变为受“教训”。

中消协发布的 2020 年十大消费维权舆

情热点中，“在线培训服务乱象频现”也位列其中，在线教师资质造假、机构无证办学、诱导消费、虚假宣传、霸王条款、解除合同退费难等行业乱象丛生，消费者维权困难。

“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要提出，加快数字化发展，建设数字中国。未来，在线消费将会迎来更加广阔发展空间，人们在期待新消费模式不断涌现的同时，也期待监管紧跟新消费的步伐，让新消费变多却不变味。

(新华社北京 3 月 15 日电)

拼多多：下单全额返，营销套路“坑”在哪儿？

消费者投诉：项女士去年 12 月 28 日在拼多多平台上参加“下单全额返”活动，却没有免单。她质疑商家玩弄文字游戏和虚假宣传，埋“坑”欺骗消费者。

查处过程：记者跟随上海市长宁区市场监管局工作人员到拼多多进行调查。经调集拼多多后台页面截图证据显示，在页面点击“规则”后可看到：用户在全

额返页面下单成功并确认收货后，即可获得全额现金券，上限为 40 元。消费者被告知参与了“三单随机免一单”活动，系平台客服沟通时提供了错误信息。

执法队说：经核查，交易行为符合活动规则，责成拼多多整顿客服，提高服务能力。关于平台活动是否存在虚假宣传等，市场监管部门继续调查。

消费者回应：“这个营销的

‘坑’在于平台眼花缭乱的规则令人搞不清。拼多多客服已经向我道歉，发我 40 元优惠券。”

专家点评：返现、砍价、抢红包……近年来，电商平台的各类营销活动层出不穷。北京工商大学法学院教授吕来明指出，经营者要保障消费者的知情权，提供清晰、醒目标识，不能引人误解。政府部门要对经营者的促销行为加大规范力度。

快手：直播秒杀渔具，咋成了“三无渔线”？

消费者投诉：去年 6 月 16 日，粉丝过百万的主播“老麻雀钓鱼”在快手上直播带货八小时，推出价值几百元的渔具以 3.9 元秒杀，共 30 万份。陈先生秒杀了该商品，收到的却是“三无”产品渔线，只值几毛钱。

查处过程：记者跟随北京市市场监管综合执法总队八支队执法人员来到快手。执法人员调取了快手资质、该主播的相关信息、直播八小时的录像等证据。快手方面表示，已经收到许多关

于该事件的投诉，之前配合北京市海淀区市场监管部门处理过相关事宜。

执法队说：快手平台已对涉案主播给予永久关闭小黄车的处罚，不能再直播带货。监管部门已将线索移送主播和商家（湖南佬麻雀户外用品有限公司）的属地湖南省临湘市处理。临湘市市场监管部门去年 12 月立案，对当事人肖勇进行了询问笔录，对渔线小包装没有生产厂名等信息的问题，下达了

《责令改正通知书》。

消费者回应：快手平台永久关闭这个小黄车，但主播会不会换号继续直播带货？

专家点评：中消协律师团律师高警兵认为，监管部门应加大对平台、经营者、主播的审核、监管力度；建立考评机制对主播加强管理和约束；建立全国统一的直播带货违法举报平台，对于欺诈和误导消费者的直播带货行为纳入社会诚信考核体系，将主播拉入黑名单，永久禁入，增强监管震慑力。

京东：本是消毒用品，却能“一次性断根鼻窦炎”？

消费者投诉：甘先生去年 12 月 28 日在京东商城“百代医传官方旗舰店”购买了“千草神医抑菌膏”，网页有“一次性断根鼻窦炎的”宣传。收到商品后，发现说明书上没有治疗鼻的功能，申请退货，多次与卖家、京东客服协商未果。

执法过程：记者跟随北京市市场监管综合执法总队八支队

执法人员来到京东，执法人员查看开展网络经营的相关资质、调取下单交易快照、与客服沟通等证据。证据显示：该商品为“消毒用品”。此前京东已经下架该商品，并于今年 2 月 26 日执法人员调查当天，将该店所有商品下架。

执法队说：经查“百代医传官方旗舰店”经营主体为江西康鼎生物科技有限公司，卖的商品

为消毒用品，并非药品，涉嫌虚假宣传，拟调查核实，依法处理。

消费者回应：在京东商城 App 上已经找不到该店铺，商家不能再忽悠消费者了。

专家点评：北京市律师协会消费者权益法律专业委员会主任芦云认为，商家用消字号商品去冒充药品，平台有责任，平台是对商品的第一把关者。

淘宝：稀里糊涂被扣款，“坑”在哪儿？

消费者投诉：王先生在不知情的情况下，捆绑淘宝省钱卡免密支付，稀里糊涂被扣款。

执法过程：杭州市余杭区市场监管局网络调解中心调解员与淘宝平台客服进行核实。淘宝客服称，今年 1 月，用户以首月 0.1 元的价格，购买了淘宝省钱卡连续包月套餐。该套餐次月起恢复原价 5.8 元，自动

扣款。

执法队说：执法调查发现了月卡开通过程中提示不明显的问题，已要求淘宝要“显著提示”。淘宝表示，平台正在对原有淘宝省钱卡连续包月提示做升级，预计下周上线。

消费者回应：“这个‘坑’在于连续包月的提示不明显，我没看到。市场监管部门介入后，

平台给我退款了。没有多少钱，走投诉是为了要个公平说法，我会关注淘宝整改。”

专家点评：北京工商大学法学院教授吕来明指出，免密支付平台要在显著地方提示。消费者不再需要时，经营者应该提供便捷的解除绑定通道。一些平台开通免密支付很容易，但解除绑定功能就很难找到，政府部门要责令整改。

微信：购物不发货还“联系不上”，怎么办？

消费者投诉：河北省石家庄市杨女士去年 12 月通过微信朋友圈扫码添加了某商家微信，花 1700 元购买了两台暖风机。商家不发货也不退款，接着就联系不到商家了。

执法过程：河北省邢台市任泽区市场监管局执法人员查到，该商家为河北省邢台市任泽区某

机械厂。记者跟随执法人员进入企业，查看订单信息和发货单等凭证。商家解释，物流发货单据填错了。

执法队说：邢台市任泽区市场监管局对商家进行了批评教育，要求坚决杜绝此类事件的发生，商家已将货款全额退还给杨女士。

消费者回应：市场监管部门帮我拿回了退款，维护了我的权益。

专家点评：北京市律师协会消费者权益法律专业委员会主任芦云指出，微信是社交平台，不是电商平台。但微商是纳入电子商务法范围的。这个案例中，要核实微信平台有没有参与到经营活动中，如果参与了，平台要承担责任。

抖音：一箱面包“不支持七天无理由退货”，货没收到怎么办？

消费者投诉：蒋先生 2 月 18 日在抖音购买一箱面包，直到 23 日没有收到货，申请退款，商家拒绝，抖音平台介入，告诉他“食品不支持七天无理由退货”。

执法过程：记者跟随北京市市场监管综合执法总队八支队执法人员来到抖音，执法人员调集

抖音后台证据显示：该店铺为抖音自营小店；订单交易快照显示，在醒目位置提醒“不支持七天无理由退货”。

执法队说：该商品订单快照醒目标示“不支持七天无理由退货”，消费者执意退货，抖音平台调解后，商家做了退款处理。

专家点评：对外经济贸易大学法学院教授苏号朋认为，消法规定的“七天无理由退货”是指消费者收到商品后的 7 天之内。消费者连货物都没有收到，怎么会有所谓的“无理由退货”问题？商家理由显然是狡辩，和法律规定不符合。

(新华社北京 3 月 15 日电)

