

网上中国

2020年十大消费维权舆情热点出炉

消费者呼唤更多“避坑”指南

本报记者 彭训文

“直播带货”新问题多,“双11”复杂规则难坏消费者,在线培训服务乱象频现,未成年人网游充值、打赏退款难……中国消费者协会联合人民网络舆情数据中心日前发布“2020年十大消费维权舆情热点”,直击消费维权诸多难点痛点。有专家表示,线上消费快速增长,各方应合力为广大消费者营造放心舒心的消费环境。

“云上”消费维权有痛点

知名主播直播间“买完不让换”、当红脱口秀演员直播互动的粉丝是虚拟的机器人、主播推广销售的即食燕窝被质疑实为糖水……刚刚过去的2020年,直播带货“翻车”现象常有。据调查,直播带货如火如荼的背后,存在观看人数“吹牛”、销售数据“注水”问题,被蒙骗的不少商家最终赔钱,同时一些只认钱不看品质的“无底线”带货也直接坑了消费者。

直播带货出现“翻车”现象,是消费者在“云上”消费过程中遭遇的烦心场景之一。“2020年十大消费维权舆情热点”中,与“云上”消费相关的舆情占比超过一半。比如“双11”复杂规则难坏消费者、智能快递柜超时收费引不满、外卖平台“多等5分钟”规则甩锅给消费者等。

新消费业态在给消费者带来便利的同时,也在一定程度上增加了消费风险。针对“云上”消费乱象,有关部门纷纷“亮剑”。比如针对直播带货出现的问题,国家广电总局2020年11月发布《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》,国家市场监督管理总局同月发布《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》等,加强对网络秀场直播和电商直播的引导规范。

“疫情在推动数字经济火热发展的同时,也加速了数字经济问题的出现,应理性辩证看待。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林对记者表示,直播带货、外卖平台等属于新模式、新业态范畴。刚开始时,盈利思路、盈利模式不清晰,给予消费者的“红利”可持续性差,一旦超出了一定限度,便会出现各种问题。他认为,“后疫情时代”数字经济发展速度会相对趋缓,监管也需迅速跟上。



朱慧卿作(新华社发)

提升青少年网络消费素养

疫情期间,青少年在线教育需求旺,网络游戏、网络直播等在线娱乐方式快速发展,相关消费维权问题频现。2020年7月,央视“3·15”晚会曝光了某在线培训机构虚假承诺,让消费者陷入交钱容易退钱难的困境。同月,某在线教育网站因存在低俗视频、教唆早恋等突出问题,被北京网信办及属地教育主管部门约谈并被责令限期整改。一些青少年瞒着家长给网络主播打赏、给网络游戏平台充值等事件也不时见诸报端,如“西安一初中生玩手机游戏花了7万余元”“江苏泗洪‘熊孩子’刷礼物花掉家中40万元卖房款”等。

在数字经济时代,青少年在线娱乐、在线教育消费日趋活跃。青少年网络消费素养不高,成为迫切需要引起重视的问题。2020年5月,最高人民

法院发布《关于依法妥善审理涉新冠肺炎疫情民事案件若干问题的指导意见(二)》明确,限制民事行为能力人未经其监护人同意,参与网络付费游戏或者网络直播平台“打赏”等方式支出与其年龄、智力不相适应的款项,监护人请求网络服务提供者返还该款项的,法院应予支持。针对在线教育行业乱象,监管部门强化了约谈、整顿等措施。但在众多未成年人网络消费案例中,仍少有家长能够寻求到警方或者新闻媒体的帮助,进入司法诉讼环节的更是寥寥无几。

“青年、未成年人在网络消费中遇到的一些问题,其实是现实生活问题向网络转移的结果。网络消费往往涉及面广,由此产生的社会影响更加严重。”中国社科院社会学所青少年与社会问题研究室副主任田丰对记者表示,造成这一问题的原因是多方面的。首先平台在收费、退费等规则设置上存在问题,其

次是家长缺乏对孩子消费行为的管控,此外,青少年缺乏成熟社会经验,容易在好奇心和冲动驱使下,产生过度消费行为。

田丰认为,要对青少年进行网络素养教育,尤其是在网络信息识别方面,比如教会孩子如何识别一个平台是否适合其参与相应的网络活动,让青少年了解其合法权益和生活消费陷阱,这需要平台、家长、学校各司其职。监管层面则应对网络平台加强监管,引导其在运营合规、资金流向等方面做到更加透明化。

着力解决投诉热点难点

防疫期间,各大航空公司、旅行社、酒店、餐饮企业等退改需求激增,但由于退改订单无法及时处理,引发大量消费者投诉。同时,多家航空公司推出的“随心飞”类产品,因使用条件苛刻、使用体验差等问题,遭到不少投诉。

顾客在订单退改处理、产品使用体验等方面对商家有意见,是传统投诉热点难点。在疫情和线上消费背景下,解决好这些投诉热点难点,事关线上线下消费融合发展和提振消费信心。

盘和林表示,酒店、旅游等行业订单退改问题,是线下经济时代的老问题,只不过如今移到了线上。从一定程度上说,企业的数字化转型让这些问题更多地暴露在公众视野中,这对监管提出了更高要求。

有专家建议,数字经济时代的监管需要包容,但不能滞后。各方应在保障消费者基础权益方面加大力度,给消费者提供更多“避坑”指南,并在此基础上不断更新市场规则。这样既能保证消费者在出现维权问题时依法可依,也不会因此限制企业在数字经济时代的开拓创新。

云中漫笔

用「码」织密春运安全网

赵壹晨

国家发展改革委相关负责人近日在2021年全国春运电视电话会议上表示,春运期间,要落实好防疫健康码统一政策、统一标准、全国互认、一码通行。“健康码”全国通行,为春运加了一道“安全锁”。

“中国春运”曾被外媒描述为“全球最大规模的人口迁徙”,交通运输部预计,2021年全国春运期间将发送旅客约17亿人次。2021年春运,是中国疫情防控常态化下的第一个春运。疫情防控期间,在关键卡口出示和查验健康码是必要环节。大规模的跨省人口迁徙即将开启,“健康码”作为疫情防控工作的重要防线,实现“一码通行”迫在眉睫。

健康码“一码通行”,切实解决了跨地区流动人员的痛点、堵点。此前,健康码全国互认仍未大面积推广,“码上加码”现象屡见不鲜。跨省旅客到站后,原来的“健康码”在当地失效,申领新健康码又要重新填写个人信息。在机场、车站的出站口,因健康码查验程序繁琐而引发的人群拥堵时有发生。若为了查验“健康码”而引发更大规模的聚集传染风险,则背离了设立“健康码”的初衷。春运期间,效率与安全至上,“一码通行”提高通行效率,是防范疫情传播风险的重要保障。

“一码通行”也为老年群体出行带来便利。国家卫生健康委、国家医保局、国家中医药局日前联合下发的《关于深入推进“互联网+医疗健康”“五个一”服务行动的通知》指出,对于老年人等不使用、不会操作智能手机的群体,可采取识读身份证、出示纸质证明、亲友代办或一人绑定多人防疫健康码等替代措施。全国统一的健康码为老年人等群体提供更加细致适宜的服务,老年人无需担心不会用手机,无需担心“码上加码”,通过上述多种替代措施,也能正常通行。

“健康码”带来的个人信息安全问题曾让不少人产生疑虑,而依托于全国一体化政务服务平台的防疫健康码,大大降低了信息安全风险。使用者无需频繁填写个人信息,也不用担心扫描“来路不明”的二维码。全国统一的健康码,少了繁琐,多了规范,有利于强化数据安全,切实保护个人隐私。

今年春运,是一场防疫大考。全国“一码通行”的开启,将春运的安全网织密、织牢,称得上是抗疫实践中的“中国创新”。当然,“一码通行”只有落实到位,才能真正为健康出行护航。不仅人们的通行更加便利,疫情防控也会更加精准高效。

互联网大咖秀



肖恩·森维尔特恩:

提供精简购物体验

海外网 陈菲扬

MyDeal(买卖网)是澳大利亚的电商平台,将数百万消费者与数千家澳大利亚零售商联系在一起。肖恩·森维尔特恩(Sean Senvirne)是该公司的创始人兼首席执行官。

2011年,肖恩创立MyDeal,其最初是一个简单的交易平台,后来发展成为一家集家居、时尚及电子产品为一体的在线零售市场。公司致力于为用户提供优惠价格和多样产品,方便澳大利亚人的日常生活。“我们成功地建立了一个销售额超过1亿美元的电子商务网站。”肖恩说。

作为澳大利亚零售业和科技界的一员,MyDeal从成千上万的卖家手中运送了超过200万个包裹到澳大利亚各地。肖恩表示,网络购物快速发展为MyDeal迈出下一步提供了最好的机会。多年来,公司一直在采取多元化策略来吸引卖家,零售商的人驻也巩固了其在澳大利亚电商市场中的领军地位。

MyDeal善于利用快速变化的网络购物趋势。基于消费者反馈和最新的行业创新成果,公司不断改进技术并推进流程,为卖家和用户提供一个精简、无缝的购物体验。肖恩说:“随着市场不断发展,我们能够为用户和卖家提供创新的解决方案,对此我们感到兴奋。”

在肖恩的带领下,MyDeal在2020财年的总交易额超过1.03亿美元,2020年平均月访问量为390万人次。“虽然我对公司取得的成就感到自豪,但我相信我们仍处于旅程的起点。”他说。

图片来源于网络

推动社区智能化,打通“最后一公里”

“智慧物业”搭起生活服务圈

本报记者 高乔

住房和城乡建设部、工信部等日前印发《关于推动物业服务企业加快发展线上线下生活服务的意见》,鼓励物业服务企业运用物联网、云计算、大数据等技术,提升物业智慧管理服务水平。专家表示,智慧物业将打通居民“最后一公里”的生活服务,让“互联网+政务服务”向居住社区延伸。

充当防疫“小帮手”

“这个‘社区疫情防控’微信小程序好,不用和物业接触,减少了聚集的风险,安全又高效!”在安徽省合肥市包河区万年埠街道院新朗诗小区门口,准备外出的居民洪林一边测体温,一边竖起了大拇指。一个微信小程序,便利了业主与物业管理沟通,也让社区防疫管理更加智能。

智慧物业管理工具在防疫期间充当了“小帮手”的独特角色,社区的智能防疫设施发挥了重要作用。红外测温设备、消毒无人机、翻译巡逻机器人等智能设备成为防疫战线中的特殊身影。在疫情防控常态化的背景下,更多智能化、信息化、自动化的智慧物业设施,成为助力物业公司提供更好社区服务的重要工具,在社区管理中有了更多用武之地。

专业人士分析,在疫情防控过程中,社区成为疫情联防联控的第一线,智慧社区通过运用互联网、大数据、人工智能等新一代信息技术,大幅提升社区精细化治理、智能化服务和精准化决策能力。随着智慧治理服务从城市向社区、村镇等基层延伸,智慧社区成为基层治理领域应用新焦点。

房地产资深分析师肖云祥认为,智慧物业、智慧社区是打造智慧城市的重要一环,打通服务群众的“最后一公里”,有利

于打造服务型社会,提升居民对幸福生活的体验和获得感,促进居民消费的增加。

刷新智慧“存在感”

智能车牌识别系统、人脸识别系统、车辆管理无人值守设备、智能安防系统……随着各类智能系统逐渐在社区中发挥作用,智慧物业在人们日常生活中扮演的角色越来越重要。

智能人脸识别门禁系统主动自动识别业主、陌生人、外卖快递员;社区停车场、车位自动进行使用频率分析,施行无感通行缴费;社区线上APP与线下商家服务联通,提供购物、教育、养老、娱乐等各类生活服务;智能监控系统自动识别高空坠物,社区消防设施自动检查……随着越来越多智慧物业硬件与软件设施被投入社区物业管理使用,这些颇具“未来感”的生活场景正逐渐变成生活中不可或缺的“存在感”。

近日发布的《关于推动物业服务企业加快发展线上线下生活服务的意见》,纳入了构建智慧物业管理服务平台、全域全量采集数据、推进物业管理智能化、融合线上线下服务等六方面内容。推动设施设备管理智能化、实现车辆管理智能化、促进居住社区安全管理智能化,拓宽物业服务领域、对接各类商业服务、提升公共服务效能,发展居家养老服务与居民生活切实相关的智能化物业管理服务内容被重点

提及。“科技赋能,便于建立以智慧社区管理为基础单元,以智慧城市建设管理为目标”的系统性工程。通过数据采集、管理、分析和利用,有助于城市管理层对城市进行更好的管理和服务工作。”肖云祥表示。

加强智能“基本功”

智慧物业的快速发展并非一日之功。据中国指数研究院数据统计,2013年至今,中国百强物业企业智能化投入的资金规模复合增长率超过50%,占营业收入的比例约1%。近年来,智慧物业成为物管服务的新发展方向,物业管理行业龙头企业纷纷在智慧物业方面布局发力。

中商产业研究院发布的《中国智慧社区行业市场前景及投资研究报告》预计,



南京智博会上,科技企业展示安装“智慧大脑”的摄像头“AI+”应用于社区场景下的人脸识别、行为识别、物品识别等技术。王路亮摄(人民图片)