

3月14日，国家工商总局举行消费维权新闻发布会，发布《全国工商和市场监管部门2017年处理消费者投诉举报咨询情况分析》和《2017年全国工商和市场监管部门消费者权益保护报告》。

据统计，2017年全国工商和市场监管部门共受理消费者诉求898.61万件，同比增长11.2%。据介绍，消费者投诉热点主要集中在服装鞋帽、家居家装、家用电器、通讯器材、交通工具、居民服务、餐饮住宿、互联网服务、文体娱乐、租赁服务等十个方面。具体如下：

服装鞋帽。2017年，全国工商和市场监管部门共受理服装鞋帽类投诉13.94万件，同比增长38.1%，增幅较去年同期提升了17.1个百分点。其中，服装投诉9.26万件，占66.4%；鞋帽投诉4.68万件，占33.6%。从投诉问题看，已处理的服装鞋帽类投诉中，涉及质量问题投诉5.68万件，占43.1%；涉及售后服务投诉2.48万件，占18.8%；涉及广告问题投诉1.88万件，占14.3%。消费者投诉的问题集中在商品质量、“三包”义务履行、涉嫌假冒知名商标等方面。

家居家装。2017年，全国工商和市场监管部门共受理家居家装类投诉13.78万件，同比增长37.8%，增幅较去年同期提升了10.9个百分点。其中，装修建材类投诉6.26万件，占45.4%；家具类投诉5.31万件，占38.5%；装饰装修服务类投诉2.21万件，占16.0%。从投诉问题看，已处理的家居家装类投诉中，涉及质量问题投诉4.3万件，占32.7%；涉及合同问题投诉3.57万件，占27.2%；涉及售后服务投诉2.47万件，占18.8%。消费者投诉的问题集中在：家具和装修材料质量、装饰装修服务水平、工期、价格、维修售后等。

家用电器。2017年，全国工商和市场监管部门共受理家用电器类投诉12.92万件，同比增长8.4%。已处理的家用电器类投诉中，涉及售后服务投诉占43.6%；涉及质量问题投诉占40.5%；涉及合同问题投诉占10%。投诉主要集中在空调、电视机、家用小电器、电冰箱(冰柜)等常用家电，功能、质量及商品售后服务水平受到消费者普遍关注。

以手机为主的通讯器材。2017年，全国工商和市场监管部门共受理通讯器材类投诉12.19万件，同比增长3.2%。其中，手机类投诉量最多，共11.99万件，占98.4%。从投诉问题看，已处理的通讯器材类投诉中，涉及质量问题占36.1%；涉及售后服务投诉占34.8%；涉及合同问题占10.6%。消费者投诉的问题集中在手机质量问题、合约机协议内容、“三包”义务履行等方面。

以汽车及零部件为主的交通工具。2017年，全国工商和市场监管部门共受理交通工

具类投诉14.4万件，同比增长16.2%。其中，汽车及零部件类投诉最多，共11.88万件，占82.5%。从投诉问题看，涉及售后服务投诉占27.3%；涉及质量投诉占27.1%；涉及合同投诉占26%。消费者投诉的问题集中在汽车及零部件质量问题、售后服务、保险、贷款等方面。

以美容美发洗浴服务为主的居民服务。2017年，全国工商和市场监管部门共受理居民服务类投诉9.24万件，同比增长18.6%。其中，美容美发和洗浴投诉占56.4%。从投诉问题看，涉及合同问题占41.1%；涉及质量问题占12.9%。消费者投诉的问题集中在：美容产品为三无产品、服务效果与宣传不符；衣服送洗后染色、开裂、缩水，要求赔偿未果；消费者办理了充值卡后，由于商家关门歇业、装修、转让、甚至关门跑路等原因，导致消费者无法享受服务等。

餐饮住宿服务。2017年，全国工商和市场监管部门共受理餐饮和住宿服务类投诉7.15万件，同比增长26.5%。其中，餐饮服务投诉占59.7%；住宿服务投诉占40.3%。从投诉问题看，涉及合同问题投诉占25%；涉及质量问题占18.5%。消费者投诉的问题集中在：住宿服务存在预定酒店无故被取消、入住条件与宣传不符等问题，餐饮服务团购券限制使用或加价消费、饭店卫生状况不佳、结账时擅自涨价等。

互联网服务。2017年，全国工商和市场监管部门共受理互联网服务类投诉6.55万件，同比下降1.0%，但仍占服务类投诉量的5.5%。其中，涉及网络接入服务的投诉量最多，占互联网服务类投诉量的84.8%。从投诉问题看，已处理的互联网服务类投诉中，涉及合同问题投诉1.33万件，占20.6%；涉及质量问题投诉0.35万件，占5.4%。消费者投诉的问题集中在：互联网宽带接入后频发断网、维修服务拖延、乱扣费，网络游戏中账号被封或被盗、道具丢失等。

此外，今年发布的《2018年度3.15互联网行业质量洞察报告》中提到，2017年的网络应用漏洞问题，同比增加49.33%；关于多家知名电商涉嫌造假和快递物流业的投诉激增，仅去年就受理19.7万件。另外，在投诉量巨大的物流市场，消费者关注的三大投诉重点集中在派送延误、丢失损毁、投递服务质量差，根据国家邮政局的统计，天天快递、申通在这三个方面申诉率都较高。在丢失损毁方面，天天快递损坏、丢件的申诉率较高；在投递服务方面，申通快递投递服务（收发快递服务态度）申诉率较高。

文体娱乐。2017年，全国工商和市场监管部门共受理文体娱乐类投诉5.81万件，同比增长53%，增速连续两年超50%。其中，文化娱乐服务类投诉4.65万件，占80%，主要集中在健身、参观游乐、放映服务等休闲娱乐领域；文化、运动娱乐用品类投诉1.16万件，占20%，主要集中在图书及文化用品等领域。从投诉问题看，已处理的文体娱乐类投诉中，涉及合同问题投诉2.8万件，占50.6%；涉及广告问题投诉0.48万件，占8.6%；涉及质量问题投诉0.45万件，占8.2%。消费者投诉的问题集

中在：商家因未按时开业、店面装修、关门等原因无法正常提供服务，且拖延或拒绝退还预付费用；服务过程中存在健身房频繁更换教练、泳池水质不达标等问题；商家虚假宣传，实际体验效果与承诺不符等。

租赁服务。2017年，全国工商和市场监管部门共受理租赁服务类投诉3.29万件，是去年同期的8.9倍。其中，自行车租赁为主的租赁服务投诉量猛增至3.29万件，占总量的64.6%。从投诉问题看，已处理的租赁服务类投诉中，涉及合同问题投诉2.48万件，占78%。消费者投诉的问题集中在：自行车租赁服务中存在拖延或拒绝退还押金和余额、车辆故障太多、系统故障充值金额与实际不符、无法联系到客服等。

维权关注点有所转移

网购与老年人权益成消费难题

2017年5月，合肥市工商局网监局接到消费者投诉，称艺龙网在自己不知情的情况下将其现金账户内1397.8元的现金转成了积分，而积分也因过期被清零了。工作人员接到投诉后，及时与消费者及艺龙网工作人员取得联系，经了解，因客户未在有效期内（返现金额处有明确截止日期）使用或者提现，导致过期后无法使用且过期时间较长，所以无法给客户补返。经协商调解，艺龙网同意返还现金，投诉人表示满意。

此类消费时遭遇的“霸王条款”，形形色色，花样百出，令人防不胜防，而一些消费者在面临霸王条款时选择吃哑巴亏也在另一方面助长了商家这种侵害消费者权益的行为。《消法》第二十六条第二款明确规定经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。因此，消费者在网购时不仅要关注商品和服务信息，还应关注买卖合同及相关附带信息，避免落入霸王条款陷阱。

今年政府工作报告指出，“对各类侵害消费者权益的行为，要依法惩处、决不姑息”。很多人可能还不知道，“先签收后验货”“禁止自带酒水”“特价、促销商品概不退换”等，都是霸王条款。

对此，《人民日报》专门发布了一系列图解，明确了很多具体的霸王条款情形。包括购物篇中的“特价、促销商品概不退换”“本商场拥有本次活动的最终解释权”；餐饮娱乐片篇中的“禁止自带酒水”“包间设置最低消费”“消毒餐具收费”等；旅游篇中的“机票改签费70%，退票费80%”“本社对行程和报价保留解释权”等；租房买房篇中的“卖方因第三方原因导致迟延交房、迟延办证无需承担责任”；手机篇中的“移动电话上的保修贴纸不得撕毁、损坏，否则不予保修”等。

中国青年报社社会调查中心于今年“3·15”前夕对2005名受访者进行的一项调查显示，85.3%的受访者现在还会遇到商家的霸王条款，“禁止自带酒水”和“特价商品不退换”是受访者最常遇到的霸王条款。66.2%的受访者通常能识别商家的霸王条款，33.8%的受访者对此不清楚。应对商家的霸王条款，56.8%的受访者建议消费者留好网购聊天记录、购物小票、保修单和发票等购物凭证。

“‘本店小本经营，不接受差评’这样的语句在很多网店页面都能看到。”在北京某事业单位工作的张宁（化名）感叹，这样的霸王条款可谓明目张胆。她还发现，服装店促销商品不退不换的现象也很普遍。“有一次我在一家小店给我爸买了件外套，后来发现太大去退货，但是商家表示不退不换。老人家只好在里面多穿两件衣服把外套撑起来，而那样穿很热”。

调查显示，商品退换货，23.9%的受访者觉得线上容易，32.1%的受访者觉得线下容易，39.0%的受访者觉得都不容易，仅5.1%的受访者觉得都很容易。

受访者遇到的其他霸王条款还有：银行“离柜概不负责”（53.7%），“最终解释权归本公司所有”（55.3%），“本店不接受中差评”（24.3%），“在不减少景点的情况下，旅行社保留对景点进行调整的权利”（22.8%）等。餐饮（52.6%）、银行（45.4%）、网络购物（44.9%）和网络服务（41.0%）被认为是霸王条款较多的领域，其他还有：保险（37.8%）、旅游（32.1%）、通信（27.5%）、超市（21.8%）、供水供电供气（21.1%）、租房买房（17.9%）和快递（12.2%）等。

“生活中，有很多人对商家的霸王条款不敏感。”消费者周英华说，她的一个朋友买过卡面标注1年有效期的电影卡，到期时余额还有800多元。“我朋友联系客服要求延长使用期限，对方理直气壮地说不能延长。但是国家有相关法律规定，预付式会员卡是不允许设置使用期限的”。

关于应对霸王条款，受访者也有以下建议值得参考：留好网购聊天记录、购物小票、保修单和发票等凭证；树立成熟的消费心态，增强权利意识和风险意识；使用第三方支付，不直接私人转账；增强法律意识，留意霸王条款；积极向有关部门投诉，维护自己的合法权益。

全国12315互联网平台二期上线

消费者投诉举报更加便捷

今晚，一年一度的中央电视台3·15晚会将再度与全国观众见面。从1991年中央电视台举行首届315晚会以来，消费者维权意识得到逐渐提高，每年设定的主题也是紧

跟时代步伐、关注消费者最迫切的核心利益。

今年消费维权主题为“品质消费，美好生活”，旨在要求做为经营者能倾听消费者的需求，引导和提供品质消费，做好售前售后服务，为消费者的品质生活贡献美好之力。

这一主题呼应了当今消费趋势的变化：网络消费、信用消费、健康消费引领潮头；共享单车、网红店、互联网金融等新兴领域经历了快速崛起和行业退潮期，其中部分企业大起大落的发展轨迹带来了一系列的连锁反应与纠纷案例。因此，与这些消费趋势相关的企业极有可能出现在315打假名单之列。

预测一：互联网借贷。靠“借条工具”起家的借贷宝先是陷入“裸条借贷风波”，后又因高利率和砍头息变成“工具”，关于借贷宝的诉讼案件也被频频曝光。而借贷宝也只是互联网借贷里的冰山一角。

2017年是互联网借贷飞速扩张的一年，在经历了裸贷、校园贷致大学生自杀等各类事件引起了大家极大的关注。同时趣店等公司上市也引发了人们对于互联网借贷是否是资本主义市场毒瘤的热议，因此预计今年互联网借贷、金融诈骗上榜可能性非常高。

预测二：医疗美容。“看脸时代”来临，网红经济崛起，越来越多的人也开始格外注重外表，消费者花费在“脸”上的经济支出迅速增加。而美容整形行业乱象丛生，缺乏技术标准、过度宣传包装、黑中介等都使美容整形纠纷事件频发。在“美容整形”维权搜索热度排行中，整容失败、夸大宣传效果、隆胸失败、整容暴利、黑中介、手术事故、收费名目多、假冒韩国医生、卫生条件差、药品以次充好等都成为消费者维权最为关注的问题。

据了解，目前，国内合法、有资质的美容外科医生只有6000多人，平均一家机构都摊不上一个医生，这导致了医生资质“挂证”现象也开始出现：以一个月2万块钱的价格出租，非法美容机构租来资质以证明自己具有行医资质。由此，一些“无证驾驶”“借证驾驶”的违规医美机构极有可能榜上有名。

预测三：教育培训。近年来，民办教育培训市场火爆，但虚假宣传、坑蒙拐骗、霸王条款等问题凸显，导致教育培训类纠纷激增。幼童CEO气质培训、儿童皇家马术、中小学“协议快速提分”、考研“VIP保过”、艺考“名校直通”、公考“面试保过”……这些五花八门的培训班打着“贵族气质”“私人订制”“高端”“保过”等旗号，培训费用动辄上万元，甚至数万元。

2017年9月，艺术教育品牌星空琴行跌下神坛，这家拥有全职员工700余人，

销售总额破5亿，并与蓝色港湾、凯德、正大、万达、万科等商业地产合作的艺术教育公司，在一夜之间关闭了全国近60家门店，却没能给家长和学生一个交代，缴纳数万元预付款的消费者维权无望。而接下来的12月，北京巨人时代教育老板疑携款失联，公司内人去楼空，室内电脑等办公用品也被清理，数百位学员学费难追回，警方虽介入调查，至今未收到任何答复。这两个案例也许只是冰山一角，随着知识投资费用占据个人和家庭收入比例不断提升，教育行业进入增长的风口，而光鲜发展背后的黑幕却让消费者的利益遭受极大损失，央视315聚焦教育机构有理可循。

预测四：共享单车、网约车。2017年，中国民众生活已步入一个“分享”时代，共享单车行业在争议与投诉中艰难前行，它在为人们出行“最后一公里”带来便捷的同时，因监管成本高、监管措施尚不到位等原因，也陷入了各种纠纷。从2017年下半年开始，全国各地出现了多家共享单车公司倒闭、用户押金退款难问题。

据媒体公开消息，目前已有悟空单车、叮叮单车、酷骑单车、小蓝单车等共享单车企业停止经营，粗略统计未退还所收押金、预付费用逾10亿元，涉及用户数百万人。据2017年8月相关报告显示，仅共享单车领域的存量押金规模就近100亿元。部分共享单车企业因为其运营、资金周转出现问题，出现了押金、余额难退的情况。

除了共享单车，网约车也是被投诉的一大重点。顺应市场发展需求，以滴滴为主的网约车逐渐取代出租车成为出行的主要手段。然而司机准入门槛低，绕远路、电话威胁等问题纷纷而至。以上领域出现的问题在2017年都受到了由内至外的挑战，很可能进入今年315的视野。

(《中国信用》杂志记者 王砾尧 综合报道)

【图解1】

快看，这些都是霸王条款！

(来源：人民日报、网易新闻)

《中国信用》

小编有话说

感谢您关注《中国信用》，和我们一起见证社会信用体系建设的新动态新进展新态势。公众号运营以来收到了很多用户的支持和建议，给了我们很多帮助，在这里《中国信用》编辑部对大家表示真挚的感谢，你们的支持是我们不断前行的动力！

为了更好地向大家提供资讯服务，我们针对这段时间大家提出的疑问和建议，对一些事项做统一的答复和说明，主要有以下几条：

如何关注公众号

扫右上方二维码关注“中国信用”，或点击屏幕右上角选择查看公众账号，点击关注，也可查找微信公众号“中国信用”加入我们。

如果喜欢我们的内容，欢迎您发送给朋友或朋友圈。

如何投稿以及和小编互动

欢迎大家提供报道和稿源线索，或对杂志提出宝贵建议，可在微信后台与小编们即时互动，也可通过编辑部邮箱联系我们：Chinacredit1@163.com

如何订阅杂志

请咨询010-56805037或010-56805193。

如何转载文章

(责编/制作 王砾尧 审读 韩乾)