

中消协公布2022年十大消费维权舆情热点

这雪糕好贵啊！

“价格刺客”“科技与狠活”“菜刀不能拍蒜”“知网涉嫌垄断被罚”……1月30日，中消协联合人民网舆情数据中心共同公布“2022年十大消费维权舆情热点”。



漫画 王晨同

“价格刺客”有透明码标价诚信原则

2022年夏，“雪糕刺客”一词走热。消费者用其来形容一些高价雪糕平时“藏”在冰柜里，待结账时才发现其价格高得超出预期，感觉被“宰了一刀”。此后在社交平台，还出现了“水果刺客”“文具刺客”等，这反映出消费者对一些价格虚高的“普通商品”的讽刺，也显示出消费者对现实生活中存在未明码标价、计量单位不统一、价签不规范等问题侵犯消费者权益的不满情绪。

2022年7月，市场监管总局公布的《明码标价和禁止价格欺诈规定》明确要求，经营者应当以显著方式进行明码标价，明确标示价格所对应的商品或者服务。此规定被誉为可有力回击“价格刺客”的“价格卫士”。

医疗美容风险与陷阱阻碍“求美”消费需求释放

中消协统计数据显示，从2015年到2020年，全国消协组织每年收到的医美行业投诉从483件增长到7233件，主要问题包括：部分医美机构证照不齐全，未取得医美经营许可或超范围经营；机构工作人员不具备执业资格，操作不规范；医疗产品渠道不明，部分医美机构使用假货、水货针剂以及山寨设备等；医美效果难以评估，服务质量与消费者预期仍有较大差距等。

2022年11月，中消协发出消费提示，呼吁广大消费者要理性看待医美需求，正确选择医美机构，审慎作出医美决策。

预制菜产品品质及应用场景存在侵权隐患

2022年7月，媒体报道称，一些消费者发现自己在餐厅花大价钱消费的菜肴，换个环境出现在超市的冷柜中可能只需要三分之一的花费。还有一些消费者在消费后发现餐厅菜品是用预制菜制作的，感觉受到了欺骗，认为其奔着“现做餐品的烟火气”而来的消费初衷落了空。媒体调查称，对于使用预制菜，尚无哪家餐厅主动在就餐前告知消费者。2022年9月，一则“专家称预制菜如同‘猪狗食’”的话题，让预制菜再次成为舆论关注的焦点。

主播售假问题暴露直播带货侵权乱象

中消协发布的《2022年“双11”消费维权舆情分析报告》显示，直播销售乱象成为消费者维权焦点之一，假冒伪劣、货不对版、优惠差异等是主要问题。从央视“3·15”晚会曝光翡翠直播售假骗局，到快手、抖音头部主播接连遭“打假”，诸多争议事件暴露出直播带货售假引发消费乱象。

“科技与狠活”折射消费者对食品非法添加的担忧

“合成山楂果茶”“合成勾兑酱油”“人工合成牛排”“三花淡奶速成浓汤”……2022年下半年以来，一些博主发布揭秘食品制作“内幕”的短视频，号称“科技与狠活”，引发舆论对食品安全问题的关注。

电商平台“保价”服务被指“套路”消费者

保价服务成为2022年各大电商平台在“双11”促销活动中的宣传重点，但其实施成效却引发舆论质疑。2022年10月下旬，阿里、京东、抖音等电商平台均在“双11”相关活动宣传中强调平台保价服务，保价时间从27天至34天不等，一些平台还增设了“一键退差价”的渠道；各大电商平台的商家也推出了规则不一的保价服

务，一定程度上提振了消费者对于“双11”促销力度的信心，一时间成为舆论焦点。然而，有媒体调查发现，不少商家的保价服务事实上附加各种条件，有的将价格先升后降，有的修改商品链接逃避保价责任，有的随意设定满减规则，不仅使得消费者“雾里看花”，还存在侵害消费者权益隐患。

“密室逃脱”“剧本杀”等沉浸式娱乐形式隐藏不安全因素

近年来，以“密室逃脱”“剧本杀”为代表的沉浸式娱乐项目成为消费者投诉的重灾区。一是多家“密室逃脱”“剧本杀”主题涉及惊悚、恐怖、血腥、鬼怪等元素，但部分店家存在未明确告知消费者游戏规则及环境问题，尤其是未对未成年人作出提醒与劝阻。二是“密室逃脱”“剧本

杀”往往在狭小昏暗的空间开展，且游戏场景采用易燃可燃物装修装饰，存在一定的安全隐患。三是因个别经营者倒闭或跑路，预付式消费者单方面遭受财产损失。此外，剧本涉嫌抄袭、消费者意外受伤、店内工作人员骚扰等乱象也屡见报端。

知网涉嫌垄断被罚事件警示平台发展不可忽视消费者权益

2022年12月26日，市场监管总局依法对知网滥用市场支配地位行为作出行政处罚，责令知网停止违法行为，并依法处以8760万元罚款，对此知网回应诚恳接受，坚决服从，并公布了15项整改措施。近年来，关于平台“店大欺客”的批评声近年来越来越多，“大学生起诉知网设最低充值金额

是霸王条款”“知网不向个人提供查重服务被教授起诉”“高校学生集体吐槽收费过高的查重费用”……屡屡引发舆论关注的事件背后，不仅暴露出平台侵犯消费者利益和社会公共利益的问题，更显示出平台阻碍知识传播与科技创新的隐患。

网络游戏停服删档引发虚拟财产侵权争议

近年来，一些运营不当的网络游戏“停服删档”引发虚拟财产纠纷，导致消费者投诉的事件屡屡引发舆论关注。如2022年2月，手游《云裳羽衣》停止运营引发消费者大量不满，中消协介入后，该游戏运营方中止了停服流程。2022年10月下旬，媒体报道了一起“男子起诉游戏运营商

停服案”，该事件中，北京互联网法院判定手游运营商具有过错，应按照玩家充值金额的一定比例进行赔偿。2022年11月下旬，“网易与暴雪停止合作”事件也引发舆论对拥有庞大玩家群体的《魔兽世界》《炉石传说》等游戏可能因“停服”导致消费者权益受损隐患的关注。

“菜刀不能拍蒜”争议警示企业须尊重消费者权益

2022年7月，知名老字号品牌张小泉因“消费者投诉菜刀拍蒜断裂”引发舆论热议。“拍蒜”本是公众做饭最常见的场景之一，张小泉作为以传统刀具闻名的老字号，客服一句“不建议使用这种菜刀拍大蒜、拍黄瓜”，让消费者的情感无法理解。“不能拍蒜的菜刀还算菜

刀”的质疑声之下，是人们对张小泉没有满足消费者消费需求的批评。该事件也暴露出在消费升级的背景之下，一些商家强推性价比低的产品，再通过所谓“消费者教育”完成收割闭环，让消费者花了冤枉钱，又有苦说不出的行业痛点。

据北京日报客户端