



案例

广东省消委会发布一季度投诉情况分析报告

演出票务投诉飙升 退改规则亟待规范

■全媒体记者 许接英 通讯员 粤消宣

4月16日,广东省消委会发布广东消委会系统2024年第一季度投诉情况分析报告。报告显示,2024年第一季度,广东全省各级消委会共接待消费者来访和咨询3.60万人次,处理消费者投诉191460件,为消费者挽回经济损失1.17亿元。

从投诉类别来看,一季度商品类投诉78984件,同比上升117.43%,占投诉总量41.25%。其中,家用电子电器类、服装鞋帽类和日用商品类的投诉量和增长量排名均前三位,共58950件,占商品类投诉总量74.64%。服务类投诉92694件,同比上升76.31%,占投诉总量48.41%,比去年同期下降10个百分点。互联网服务、电信服务和教育培训服务居服务类投诉前三位,共56081件,占服务类投诉总量达到60.50%。

报告还指出,一季度投诉热点难点体现在:商旅出行需求旺盛,住宿交通投诉激增;演出票务投诉飙升,退改规则等问题亟待规范;网络游戏投诉居高不下,未成年充值退费矛盾集中;黄金消费热度持续攀升,首饰类投诉增长速度快。

案例 1

参加低价团游却被强制消费

一名深圳消费者在某平台购买“3天2晚跟团游”服务,连导游费、司机费用和保险费等总计2690元。消费者称在报名前与商家反复确认全程只有一个购物点,但实际旅程中购物点数量高达7个,而且导游因消费者未在指定购物点购买商品而恶语相向,甚至在购物点派人看守,强制游客驻足数小时。事后,消费者向平台客服反馈问题,却未得到妥善处理,于是向消委会投诉。经调解,商家为消费者退费补偿800元,双方达成一致意见,调解成功。

提示:消费者应选择正规旅行社出游,通过书面合同明确行程安排,谨防低价陷阱;通过线上预订酒店后,电话联系进行确认;遇到收取不合理高价等纠纷时应冷静应对,及时与商家进行沟通,并保留好证据,理性合理维权。

案例 2

演唱会门票订错申请退款遭拒

消费者韦女士购买一场在珠海横琴举办的演唱会门票,后来发现日期搞错,便向订票平台申请退款,但平台以《购票须知》已载明“票品为有价票券,非普通商品,其背后承载的文化服务具有时效性,稀缺性等特征,不支持退换”为由拒绝。消费者遂向举办方企业所在地的消委会组织进行投诉。经过反复调解,最终消费者得以退票,案件调解成功。

提示:消费者要通过主办方官方平台或授权的正规渠道进行购票,购买时仔细查看



资料配图

演出场次、开演时间、购买价格和退票限制等信息,合理调配自身行程安排,不要轻信“黄牛”或不明来源的售票渠道,加强防骗意识,避免造成个人财产损失。

案例 3

未成年人用家长账号充值退费难

深圳消费者董先生称其未成年孩子一年来在一款网络游戏内充值近500元,向消委会投诉要求全额退款。消委会调查发现,充值账号实名信息为成年人,一年内累积充值14次,共计464元。经调解,经营者认为是成年人账户消费,只同意退款60%,但消费者坚持要求退全款。由于双方分歧较大,无法达成一致意见,调解最终未能成功。

提示:家长是未成年人的监护人和教育的第一责任人,家长要保管好自身手机、支付账号密码,尽量不要让孩子有游戏充值消费的机会。否则,一旦孩子利用成年人账号进行充值消费,家长事后维权便会遇到较大困难,特别在证据获取、退款额度、退费时效等方面都有不少阻力。

案例 4

小心购买“一口价”低克重金饰

广州消费者蔡先生在一家金店选购一款手镯,价值10540元。后经朋友提醒,若按单价计算,手镯价格比国际金价要高得多,消费者感觉被忽悠,遂返回金店要求按手镯的实际克重重新核价收取费用,遭商家拒绝后向消委会投诉。调解过程中,商家指出消费者所购的手镯是店内的“标价类”黄金首饰,即平时大众俗称的“饰金”,虽然克数少,但工艺费成本高,根据行业规则一般不按克数销售,而是以一口价的形式标价销售,商家在销售柜台现场已作明示提醒,履行了明码标价义务。经反复调解,消费者认同商家解释,不再坚持退款要求。

提示:消费者要客观理性看待金价走势,不要盲目投资购买。购买黄金饰品时,尽量选择知名品牌,认真比较和选择,确保商家有正规的营业执照和相关资质。仔细查看产品纯度、成色以及工艺等,询问黄金饰品计价方式、置换条件、加工费用等。保留好购买凭证,如发票、鉴定证书等,以便出现纠纷时维权使用。



出行中长线、出境游走热

“明星”动物园成热门遛娃地

清明小长假过后,国内旅游市场迎来“五一”假期旅游预订高峰。4月12日,同程旅行发布《2024“五一”假期旅行趋势报告》(以下简称《报告》)。数据显示,清明节后一周“五一”相关旅游搜索热度环比上涨超7倍。中长线旅游和出境游市场快速增长,游客出游距离和出游天数都有显著增长。

同程旅行近日发布数据显示,北京、重庆、上海、成都、长沙、西安、广州、武汉、南京、杭州是“五一”假期旅游热度最高的目的地城市。亲子游、文化游、美食游等深度体验玩法,是年轻游客开启假期旅行的新“姿势”。

在热门景区方面,北京环球影城度假区、上海迪士尼度假区、广州长隆欢乐世界等主题乐园是“五一”假期家长遛娃的热门之选。此外,南京红山动物园、成都大熊猫繁育研究基地等

“明星”动物园,也吸引众多亲子游客。西安、长沙则凭借各自的历史和潮流文化,受到年轻游客青睐。

今年以来,国内各地文旅局纷纷在社交媒体平台发力,让游客挖到众多旅游度假的“潜力股”。音乐演出、影视剧取景,则让这些“潜力股”迎来高光时刻。同程旅行数据显示,“五一”假期期间,烟台位居国内旅游热度涨幅榜首位。华晨宇的“日出演唱会”即将在这里举办,吸引了众多歌迷关注。作为热播剧《与凤行》的取景地,浙江丽水旅游热度也迎来大幅上涨,进入“五一”旅游热度涨幅榜前十。

目前,同程旅行已推出仙侠剧打卡专题页,集合同国内热门仙侠剧同款景点,并为用户提供App专享景区优惠券,帮助用户快速打卡仙侠剧取景地。除了《与凤行》同款的缙云仙都外,还包含横店影视城、上饶忘仙谷、

沙溪古镇、四川峨眉山等热门仙侠风景点,帮助年轻用户打卡热门影视剧同款景点。吉林延边的朝鲜族服饰拍照体验,云南迪庆的香格里拉秘境等同样是“五一”出游新热点。

今年“五一”假期,出境游市场预计迎来快速复苏。随着国民新旅游时代的到来,更多中小城市的游客开始计划出境游,东亚、东南亚目的地仍是多数游客出国的第一站。

(来源:中国消费网)



资料配图



资讯

调查显示大多数消费者对折叠屏手机持观望态度

你的下一部手机,愿意换成折叠屏吗?日前,艾瑞数智发布其对折叠屏手机关注用户进行调研的结果。调查显示,大多数消费者对当前选购折叠屏手机仍持观望态度,仅有29%的受访者表示未来愿意购买。其中,电池续航、价格/性价比、产品耐用性是消费者选择折叠屏的3个重要因素。

从未来有意愿将现有手机更换为折叠屏的受访者来看,年龄主要集中在18到30岁的年轻群体,对于新机的价格接受区间普遍在1万元以内,其中8000元以下的价格接受度更为集中。男性更偏好横向折叠屏,而女性的竖向折叠屏偏好显著。

近50%的换机用户表示选择折叠屏的主要驱动力源自大屏的舒适感、科技感、方便携带、娱乐体验好等方面。而对于学生、上班族而言,折叠屏也带来了方便学习、提高工作效率等,商务风格突出也是吸引商务人士的一个亮点。

从有意愿购买折叠屏手机受访者的购买关注点看,电池续航、价格/性价比、产品耐用性是选择折叠屏的3个重要因素。对于折叠屏手机品牌的选择,华为、小米、三星、Vivo、OPPO和荣耀都是消费者青睐的品牌。

(来源:中国消费者报)