



激发消费活力

上海市消费者权益保护委员会

1 “轻医美”服务水平良莠不齐

如今，医美行业中的经营者会将瘦脸针、玻尿酸填充、水光针等注射类项目以及光子嫩肤等非手术类美容项目称之为“轻医美”，不少消费者被“轻”字吸引，误以为风险轻微，但实际服务水平参差不齐，继而引发消费争议。

2023 年全市消保委系统共受理“轻医美”服务相关投诉 1203 件。消费者主要反映：一是被美容院介绍至其他机构做“项目”，后续出现不良反应；二是经营者存在经营资质不全、收费不透明等情况；三是经营者不明示使用产品的名称、数量、功效等关键信息，一旦发生争议，会增加消费者举证难度。如，消费者在某医疗机构付款近 4 万元购买了包含玻尿酸美容针的套餐，工作人员声称玻尿酸打在四个部位，共计 16 针，实际服务时未打满 16 针，只能为其提供 4 针注射凭证。

“轻医美”服务并非简单的美容护肤，其要求经营者取得医疗许可资质，且存在一定的风险。依法合规经营是“底线”，经营者要增强服务透明度，如实告知消费者项目价格、产品规格、相关风险等重要事项，并提供相关凭证，避免消费者因信息不对称而遭受损失；消费者对医疗美容要保持理性，切勿盲目跟风，确有相关需求的，务必选择医疗资质齐全、行业信誉较好的医美机构；相关部门要加快构建医美行业评价体系，加大对违法违规行为的打击力度，推动医美市场健康有序发展。

2 商家变更付费会员规则太“随意”

时下，许多商家为了增加用户粘性、提高消费频次，纷纷推出了付费会员服务，涵盖电商平台、超市、视频网站、拍照软件等各类消费领域。商家还会设置不同等级的付费会员，对应不同的价格和权益。

2023 年全市消保委系统共受理会员服务相关投诉 11374 件。其中不少消费者反映，商家对于会员服务规则“说变就变”，自己感到被动又无奈。如，消费者购买某电商平台年度会员时，平台承诺每月享有 30 次免运费权益，后续平台擅自变更规则，限制每天只能使用一次免运费权益。

消费者付费购买会员服务，即与商家建立了服务合同关系，商家应根据条款内容兑现会员权益，未经消费者同意不得擅自变更规则。如经营者单方变更的，应承担相应的违约责任。

3 直播带货产品信息告知不充分

直播带货人气火爆，通过网络直播销售商品或服务，既可直接展示商品又可实时互动，受到消费者喜爱。去年，全市消保委系统共受理直播带货相关投

消保委梳理 2023 年投诉和相关消费调查发现：

需要关注七大问题 消费者权益保护领域

诉 2811 件，消费者主要反映：一是主播未充分告知产品信息、使用一些“博人眼球”的话术吸引消费者下单，实际到货与消费者预期不符；二是商品存在质量问题；三是售后服务不到位。如，消费者在某平台直播间购买了一组纸巾，当时主播宣称“加大加厚”，没有介绍该款产品的规格尺寸，消费者收到后发现和普通纸巾没什么差异，申请退货退款遭拒。

直播带货给消费者带来了社交、娱乐和购物融合于一体的消费新体验。随着更多人群加入直播“赛道”，主播的从业规范、职业技能等有待强化，应该做到如实宣传、严把质量、依法履约，不断提升消费者满意度。此外，平台要加强对入驻商家和主播的审核管理、日常监督，进一步优化网络消费环境；商家也要重视消费者权益保护，依法合规开展经营。

□ 见习记者 王戴然

2023 年，市消保委共受理消费者投诉 41 万余件，通过投诉梳理，结合消费市场发展趋势，总结出以下问题，建议社会各界加以关注。

4 演唱会退票争议明显增多

演出市场回暖向好，各路明星的大型演唱会纷至沓来，受到消费者的热力追捧，成为撬动文旅消费的魅力支点，但市场的繁荣红火也带来了相关消费争议。

2023 年全市消保委系统共受理演唱会、音乐会相关投诉 12243 件。消费者主要反映：一是商家迟迟不出票，导致不少异地购票者产生交通、住宿等额外费用损失；二是消费者遇到突发情况，申请退票遭拒；三是现场观感不佳。如，消费者购买了一张某明星演唱会实名制门票，开演前一天突发左脚骨折的意外，无法前往现场观演，随即联系平台要求全额退款，平台以超过退票时间、没有反馈通道为由拒绝退款。

为推动演出行业规范发展，相关部门联合出台了一些规范要求，但配套措施和操作细节仍有待完善。建议经营者建立意外突发事件、残障人士关爱等处置机制，设置便捷高效的消费者反馈通道，及时回应消费者期盼关切，推动演出市场高质量发展。

5 延保服务售后不到位

时下，家用电器、数码产品、汽车等商品纷纷推出延保服务。延保服务通常指在商品的基础保修期外，通过支付额外费用以延长保修时间的一种增值服务。这种服务可以为消费者提供更长时间的维修保障，从而降低未来可能发生的维修成本，因此受到消费者青睐。与此同时，也带来相关消费争议。2023 年全市消保委系统共受理延保服务相关投诉 796 件。

消费者主要反映：一是延保期内商家拒不履约；二是线上购买延保服务规则告知模糊，付款后才能看到具体延保内容；三是线上消费默认勾选延保服务。如，消费者购买了某第三方公司提供的冰箱延保服务，延保期内发现冰箱不制冷，联系第三方公司后迟迟无人上门跟进，后续该公司好不容易把冰箱拉走，又声称过了保修期不能维修，让消费者十分苦恼。

平台售卖延保服务，在引入第三方商家入驻时要进一步加强资质审核，严格筛选商家，督促商家依法诚信履约。经营者应保障消费者的知情权和选择权，明确告知消费者延保服务的提供主体、具体内容、细则等，并与消费者签订书面合同；延保服务合同生效后，经

营者应依约兑现服务内容。此外，建议消费者首选更具保障力的品牌商家官方延保服务，不要轻信销售人员的口头宣传。

6 跨航司非连续客票无损退票难

2023 年旅游消费市场活力迸发，飞机出行是不少消费者长途出游的首选方式。2023 年全市消保委系统共受理航空票务相关投诉 8162 件。其中，不少消费者反映，购买不同航空公司承运的两张往返机票，前段航班因天气等不可抗力原因延误或取消，在后段航班仍正常起飞的情况下，后段机票会被扣除一定比例的手续费而无法全额退款。

为顺应消费发展趋势、回应消费者期盼，本市市场监管部门和消保委联合东方航空、国航上海分公司、南航上海分公司、春秋航空、吉祥航空、金鹏航空等 6 家航司共同推出《上海机场跨航司非连续客票无损退票互认机制》。该机制针对航空消费中的实际需求和困扰，旨在解决当消费者选择不同航司的航班分段出行时，航班取消的结果无法得到跨航司互认的问题，是为减少消费者出行损失而推出的一项有力举措。

7 涉老健康养生消费套路多

随着社会老龄化程度的逐步加深，老年消费群体规模不断扩大，老年消费者健康消费需求加速释放。一些不诚信商家利用老年人害怕疾病、渴望健康的心理，通过各种体验活动诱导老年人高额消费，损害老年消费者合法权益。一般而言，商家先是宣称产品或服务具有疾病治疗或康养效果，吸引老年人购买，其次在收费过程中，商家通过现金收款、微信个人转账等方式规避取证，当老年人对收费项目和使用明细有所质疑时，商家拿出的账目多为手写、不录入系统，明细难以核对。如，62 岁的任先生患有严重的认知障碍，家属反映其在某美容美发店的诱导下，购买了一系列养生服务，累计预付充值近 60 万元，店员甚至让任先生办理了借贷，家属发现后遭遇退款难问题。

商家要落实主体责任，遵守商业道德，依法诚信经营，不得损害消费者合法权益。老年消费者购买健康养生类产品和服务要理性，不要轻信宣传承诺，消费时要注意核对充值金额和消费记录，并索要发票收据。家庭和社会也要给予老年人更多的关怀和关爱。