

3·15 特别报道

守护安全  
畅通消费



# 这个世界 你我同此凉热

今天是3月12日,离传统的消费者权益日还有几天时间。这个时间对于企业来说,做“临时抱佛脚”的公关显然是不够的;对于媒体来说,每年的“3·15”晚会既是期待也是担忧,期待是希望出现更多精彩内容,担忧则是不知道消费者又会遇到哪些新的“坑”以及伤害。

今年中消协给出的“3·15”的主题是——守护安全,畅通消费。守护、安全、畅通,每一个词对于消费者来说都是实实在在的需求。根据封面新闻与百度搜索大数据合作推出的“消费维权大数据”显示,2020年-2021年,消费维权搜索增长43%,达近十年的峰值,其中直播带货、长租公寓、在线教育、医美成为新的侵权高发地;网络购物、汽车、食品也依然是传统的侵权高发领域……从1983年确定每年的3月15日为“国际消费者权益日”以来,37年过去了,我们在消费维权的路上依然艰难前行。

拿在线教育来说,截至2020年10月,光是新增的在线教育公司就达8.2万家。而相关数据预测,中国在线教育市场规模达到4858亿元,用户超过3.51亿。

根据IT桔子公布的一份数据报

告显示,2020年中国在线教育共发生238起融资,融资总额达到历史高位,超过1000亿元,比前四年的融资总和还要高。以作业帮、51talk为代表的在线教育公司动辄获得数亿美元的融资。但这光鲜数据的背后,则是在线教育在消费维权搜索上492%的增长。一边是同一个假冒名师在各个教育平台的高频亮相,一边是上亿家长在在线教育上的高额投入,由此,法学教授罗培新公开批评作业帮、题拍拍等在线教育摧毁了“我们最应珍视的价值”。

同理,2020年大火的直播带货,一边是赚得盆满钵满的头部主播,一边是买了货不对版的商品后,头疼不已的消费者,消费维权大数据显示,2020年-2021年消费维权增长最快的行业及增幅中,“直播带货”的增幅达到了2663%,辛巴、罗永浩、薇娅、李佳琦这些头部主播直播带货翻车的案例比比皆是。

消费易,维权难。数据显示,近4成用户因为不懂相关法律法规而放弃维权,在热搜“被骗了怎么办”中,60后和70后的占比达到了45%,90后和00后占比则是36%。

维权世界,各年龄段同此凉热。

虽然我们每年这个日子都在惩戒违法违规的企业,都在帮助消费者依法维权,但时至今日,对于普通消费者来说,无论是买房、买车还是叫个外卖,喊个快递,依然可能面临堵心的服务,消费维权依然任重而道远。

安全、畅通,对于消费来说看上去很简单,但做起来,依旧需要你我的共同努力。

华西都市报-封面新闻记者 孟梅

素材图据视觉中国。

## 抖音电商消费者权益保护年报: 超30万件违规商品上架前即被拦截

3月1日,抖音电商发布《2020抖音电商消费者权益保护年度报告》(下称报告),从年度治理成果、构建消费者权益保护体系、共建治理生态、建设质检物流基地四部分,呈现该平台保护消费者权益的决心与行动。

报告指出,作为新晋电商平台,抖音电商在2020年秉持“认真做电商”的初衷,将用户利益置于首位,努力构建完善的平台治理体系。为此,抖音电商在技术研发、人员配备、商品检测以及售后赔付等方面投入大量资源。该平台先期投入1.6亿元,成立消费者权益保障基金,另设立3000万元专项经费对商品进行多维抽检。

此外,2020年抖音电商对违法违规行为进行了严厉打击。报告显示,该平台通过技术手段识别超4万次店铺违法违规行为,在上架前成功拦截违规商品超30万件,累计下架违规商品超百万件。同时,抖音电商协助执法部门打击违法人员113名,涉案金额超1.1亿元。

### 提升技术防控治理能力 严打假货黑产

2020抖音电商消费者权益保护年报披露,自去年6月正式成立起,抖音电商不断提升技术水平治理内容生态,全面加强平台内商家、商品的管控治理,主动严查并联合打击各种违法违规行为。

报告显示,抖音电商将AI反作弊等技术手段运用于创作者生态治理

### 提高违规行为打击效率



30万+ 件违规商品上架前即被拦截

下架违规商品 100万+ 件



主动处罚关闭违规店铺 3万+ 家

超30万件违规商品上架前即被拦截。

中,通过对创作者内容的管控,帮助其合规意识成长;运用数据分析和智能分发等技术,梳理违规内容特征,精准锁定并及时处理违规短视频、直播和账号;建立实时风控策略系统和虚假交易识别模型,精准识别虚假交易订单。

截至去年年底,该平台通过技术手段识别了超4万次店铺违法违规行为,主动处罚关闭超3万家违法违规店铺,成功在上架前拦截违规商品超30万件,防控回扫并下架不合规商品超100万件。

抖音电商在年报中明晰,良好的带货生态是内容电商可持续发展的根基,其对低质内容进行了专项治理,电商直播间举报率在半年内下降了10.71%。截至去年年底,该平台累计处理内容违规短视频43.88万条、内容

违规直播1.44万场、内容违规账号9.12万个。

此外,抖音电商还开展了“啄木鸟行动”,累计封禁涉嫌刷单的违规账号超62万个,累计拦截针对直播带货场景的黄牛作弊攻击超1327万次。

对于假货和黑产,抖音电商坚持零容忍的态度,线上采取技术拦截、人工排查、专项整治等手段,线下配合执法部门严厉打击,保护广大消费者合法权益。

报告显示,2020年,平台主动清退售假店铺9384家,处罚带货行为人为人2345个;针对山寨、假货等问题,抖音电商协助执法机关,落地线下打击案件5起,涉案金额1567万元;平台积极开展食品安全等专项治理,配合相关部门落地线下打击案件14起,涉案金额超1亿元。

### 升级消费者权益保护体系 建设基地从源头把控质量

报告中,抖音电商公布了其在保护消费者权益上的组合拳:通过内容治理、商家治理、商品治理、完善售后服务等方面,升级消费者权益保护体系,提升治理能力。

以商家治理为例,抖音电商通过积分评分、实时预警、投诉处置和提升重要活动门槛等机制建设,实现对商家的全周期管理。

在商品治理方面,2020年抖音电商投入了3000万元专项经费,对平台商品进行多维检测,从消费者视角评估购物体验,挖掘购物链路中存在的问题,并推动各个环节的改善。

为了更好地完善售后服务能力,该平台先期投入了1.6亿元,启动成立消费者权益保障基金,复杂情况下可先行退款或赔付,帮助消费者处理售后纠纷并维权索赔。

为了切实从源头上保护消费者权益,抖音电商在全国各地陆续建设几十个电商基地,涵盖玉石珠宝、服饰、数码、玩具、生鲜等行业。各基地均配备质检物流一体化的运营中心,建立货品质量控制标准,针对不同品类产品,出具质检证书或溯源码,并通过第三方抽检,保障产品的品质和安全。

抖音电商在报告中表示,2021年将继续加大治理力度、升级平台治理体系,持续为消费者提供优价好物,保障每一位消费者的合法权益。

华西都市报-封面新闻记者 付文超