

聚焦民生 助力消费

封面民生报告

3·15特别报道

3·15云发布 凝聚“云上”维权力量

今日上午10点,锁定封面新闻3·15云发布直播间

华西都市报讯(记者 吴冰清 实习生 刘宇凌)消费人人有,维权上封面。今年3月15日,我们迎来第40个国际消费者权益日。聚焦民生,助力消费,由封面新闻、华西都市报推出的“3·15”云发布将于15日上午10点在云端与大家相见,为消费者送上“维权大礼包”。

日前,中国消费者协会公布了2022年消费维权年主题为“共促消费公平”。

共促消费公平,需要协同各方力量。从2月底开始,封面新闻、华西都市报开启了“3·15维权行动”,聚焦消费投诉热点,重拳出击,畅通维权之路,助力“安心消费”。

以媒体声量放大权益主张,以媒体资源凝聚向善力量,3月15日,封面新闻、华西都市报将推出“聚焦民生,助力消费”3·15云发布,邀请职能部门、专家机构以及企业代表,分享正能量消费观点,发布调查案例、辟谣实验、民生报告以及热词云图,共促消费公平,一起守护向善力量。

在直播间里,你既能听到观点的碰撞、官方的声音,又能看到身边小事的分享、营商环境建设的探索。

“新消费”之下,消费维权出现了哪些新趋势?新技术带来了哪些变革?消费者权益如何保障?好的消费环境如何营造?在“3·15”云发布中,专家学者将一同探讨。

面对消费侵权行为,需要重拳出击。在“3·15”云发布中,我们还将重磅发布封面新闻3·15报道小组调查报道,揭露食品安全领域乱象,守护舌尖上的安全。

维权打假的对象,不仅仅有消费品,还有那些“消费”着每一位消费者的

谣言。在“3·15”云发布中,封面新闻将联合四川互联网联合辟谣平台,共同发布3·15辟谣榜单,并带领消费者走进实验室,用科学知识击破谣言,营造清朗的网络空间。

为共同营造安全放心的消费环境,封面新闻还将充分发挥媒体的凝聚力量和监督力量,发布重要数据、推动企业诚信经营。

这份“维权大礼包”里究竟有哪些“干货”?3月15日上午10点,上封面新闻APP,我们云端揭晓。

四川上线消费投诉信息公示系统

华西都市报讯(记者 吴冰清)记者从四川省市场监管局获悉,四川省市场监管消费投诉信息公示系统已于3月13日正式上线运行。

消费投诉信息公示系统与全国12315平台数据实时同步,自动、全量汇集省域内各企业近一年的被投诉情况,打通了消费投诉数据内网到外网的展示途径,实现公示全过程自动化,通过国家企业信用信息公示系统(四川)地方频道、省市场监督管理局门户网站向广大消费者公示,保障了公示结果的权威性和实时性。

除国家企业信用信息公示系统(四川)地方频道、省市场监督管理局门户网站外,大家也可通过直接访问网址进入公示系统,分别查询省、市、县三级域内经营者的被投诉量、解决成功率、投诉增量和投诉增长率等情况。

目前,该系统的手机移动应用(公众号、小程序)正在同步开发,将能更加便利地检索到经营者被投诉信息。

多个维权通道等你来发声

1 进入封面新闻客户端,点击首页下方“315我要投诉”悬浮窗,即可进入投诉页面;

2 通过封面新闻官方微博、微信或抖音账号,以及青蕉视频官方微博进行留言;

3 拨打热线028-86969110
你可以反映消费陷阱,也可以提出消费建议,或者分享暖心消费故事。所

有投诉内容,经编辑审核通过后,即视为发布成功。

封面新闻
将24小时实时解答、跟进,并提供相关协助。
(为保护隐私,相关信息将会保密,请放心。)



扫描二维码
可进行投诉

省统计局发布“3·15”消费者权益日专项调查报告

超八成受访者曾遭遇不诚信经营或消费不公平

为及时了解新冠肺炎疫情背景下全省消费现状、相关防控措施对消费的影响、消费者对诚信经营和消费公平的诉求以及对消费升级的认知等,3月上旬,四川省统计局社情民意调查中心组织开展了四川“3·15”消费者权益日专项调查。

3月14日,四川省统计局正式发布《网购公平需加强监管 消费升级重有机环保—2022年四川“3·15”消费者权益日专项调查报告》。调查结果显示:在2021年消费过程中,有84.3%的受访者遇到过不诚信经营或消费不公平,“广告虚假宣传”“个人信息泄露”等问题较突出,受访者反映不诚信经营或消费不公平现象比较突出的消费场所主要集中在“网购”方面,尤其是“网络团购平台”“直播带货”等。

实物性消费“保健品”满意度评价得分最低

调查结果显示,2021年,8类主要实物性消费质量的满意度评价平均得分为72.49分,其中,“手机”“家电”“生活日用品”的满意度评价得分排前三位,“保健品”满意度评价得分最低,为57.60分,明显低于其他商品。评价得分最高与最低相差22.01分。

分城乡来看,城乡受访者对8类实物性消费质量的满意度评价平均分基本一致。分年龄来看,18-30岁的受访者的满意度评价平均明显低于其他年龄段的受访者,尤其对“服装”“手机”“汽车及零配件”的满意度评价,较其他年龄段受访者低3.5分以上。

受访者遭遇的不诚信经营现象 (前十名)			
广告虚假宣传	50.7%	个人信息泄露	40.3%
虚假促销	29.7%	诱导交易	29.7%
售卖假冒伪劣产品	24.7%	服务承诺难兑现	19.4%
捆绑销售	19.0%	霸王条款	15.7%
价格欺诈	15.6%	商家杀熟	14.3%
不诚信经营等现象比较突出的消费场所 (前十名)			
网络团购平台	45.5%	直播带货	38.0%
微商微店	26.4%	综合性网上购物商场	24.6%
电视购物	20.3%	网络快递平台	13.2%
街边店铺便利店	12.8%	集市	8.3%
大中型商场	6.2%	超市	6.1%

2021年10类主要服务性消费质量的满意度评价平均得分为71.07分,其中“公共交通服务”“快递物流服务”“购物服务”的满意度评价得分排前三位,“医疗服务”“通信和网络服务”“教育培训服务”“金融保险服务”4类服务性消费质量满意度评价得分低于70分,评价得分最高与最低相差13.61分。

农村受访者对10类主要服务性消费质量的满意度评价平均分(71.38分)较城镇受访者(70.98分)略高0.40分;女性受访者满意度评价平均分(71.94分)较男性受访者(70.73)高1.21分。

对于受访者2021年个人或家庭的主要消费支出,选择“购买食品、日

用品”的比例最高,为82.5%;其次是“子女教育”,为34.0%;第三是“服装、化妆品”,为33.1%。分城乡看,城镇受访者选择“还贷款”和“服装、化妆品”的比例分别较农村高12.9和6.9个百分点,选择“看病医疗”的比例较农村低10.5个百分点,其余选项的选择情况差异不大。

超半数受访者遭遇广告虚假宣传

问及受访者“在2021年的消费中,遇到过哪些不诚信经营或消费不公平问题”时,仅有15.7%的受访者表示“没有遇到过”。而表示遇到过的问题中,

“广告虚假宣传”的选择比例最高,为50.7%;其次是“个人信息泄露”,为40.3%;第三是“虚假促销”和“诱导交易”,均为29.7%。

分城乡来看,农村地区有22.2%的受访者表示“没有遇到过”不诚信经营或消费不公平问题,城镇为13.7%,两者相差8.5个百分点。对于遭遇到的不诚信经营或消费不公平,城镇受访者选择“泄露个人信息”的比例明显较农村高16.2个百分点;农村受访者选择“售卖假冒伪劣产品”的比例较城镇高5.7个百分点。

2021年主要购物消费场所或渠道有哪些?“网购”和“超市”排前两位且远高于其他选项,分别为83.7%和75.3%,第三是“大/中型商场”,占35.3%。城镇和农村受访者选择“网购”和“超市”的比例都明显较高,均排在前两位。

同时问及受访者“认为当前哪些消费场所的商家不诚信经营或消费不公平现象比较突出”时,“网络团购平台”的选择比例最高,为45.5%;其次是“直播带货”,为38.0%;第三是“微商微店”,为26.4%;另外,表示“都没有”的占17.0%。

报告指出,总体来看,目前消费市场形态更加多元化、复杂化,不诚信经营或消费不公平现象较为突出,监管部门及网购平台方需进一步强化管理意识,科学合理制定规则并加强监管,保护好消费者合法权益,引导新业态健康发展。同时,继续加快推动经济发展实现量的合理增长和质的稳步提升,进一步提高城乡居民收入和生活消费水平,促进消费升级。

华西都市报-封面新闻记者 熊英英