

市场监管总局：电商“智能客服”备受消费者诟病

据新华社消息“3·15”国际消费者权益日来临，消费投诉面临哪些突出问题？根据市场监管总局对2024年消费投诉举报统计分析，电商“智能客服”备受消费者诟病，羽绒服、羊绒衫质量问题突出，车载软件成为消费投诉新焦点。

3月15日从市场监管总局了解到，2024年，全国市场监管部门共受理消费者投诉1862.5万件，同比增长7%。其中，售后服务问题已连续两年居于首位，均超过

400万件。消费者反映的主要问题是退换货、不发货、不履行“三包”义务等。

电商平台“智能客服”备受消费者诟病，相关投诉同比增长56.3%。消费者普遍反映“智能客服”答非所问、人工客服难联系，导致沟通效率低下，严重影响消费体验。

在网购服装鞋帽类商品投诉中，羽绒服投诉增速最快，同比增长40.3%，主要问题是填充物含量不实、质量不佳以及虚假

宣传保暖性能等；羊毛(绒)衫投诉同比增长12.3%，主要问题是不含羊绒或远低于标注含量、水洗标或吊牌造假、材质冒充羊绒等。

户外服装品类投诉问题多，消费者对面料是否具备抵御紫外线、防风防水等功能存在质疑。宣称保湿的“面膜防晒衣”、降温5摄氏度的“木糖醇防晒衣”、驱蚊驱虫的“艾草防晒衣”，出现大量消费纠纷。

直播带货仍存在虚假宣传、质量“翻车”、退换货困难等诸多问题。2024年，平台接收投诉举报40.2万件，同比增长19.3%。

车载软件成为消费投诉新焦点。2024年，平台接收新能源汽车软件问题投诉举报3.5万件，占新能源汽车投诉举报总量的22.4%。消费者反映的主要问题为智能辅助系统失灵、中控黑屏、未经消费者同意单方面“锁电”等。

京津冀消协组织发布电商购物避坑指南

本报讯 解楚楚 近日，北京市消费者协会、天津市消费者协会、河北省消费者权益保护委员会联合发布电商购物避坑指南，围绕电商平台选择、安全支付、售后维权等环节提出建议，助力消费者维护自身权益。

避坑指南提示消费者，在购物前应优先选择资质齐全、售后服务完善的大型电商平台，警惕“虚假折扣”“虚构原价”等套路和“网红推荐”“限量秒杀”等营销话术，避免冲动消费。

消费者可以优先选购支持“七天无理由退货”的商品，关注商品详情页中的规格、材质、保质期、售后服务条款等

信息。

消费者在购物时，应优先使用平台官方支付工具，拒绝私下转账或扫码付款。同时，仔细查看付款页面，避免不慎开通“免密支付”“分期付款”等付款功能。

“线上购买大额商品时，消费者要养成保存商品页面截图、支付凭证、聊天记录的习惯，向商家索要并妥善保管发票或电子交易凭证，便于后续维权。”河北省消费者权益保护委员会相关负责人表示。

商品签收前，消费者应先查验商品是否完好，如有破损，可当场拒收并拍

照留证。针对大额商品、易碎商品、易腐商品，消费者最好录制开箱视频。

另外，消费者还应谨慎填写身份证号、银行卡号等敏感信息，避免个人信息泄露。

当消费者遭遇消费纠纷时，应依法维护自身权益。河北省消费者权益保护委员会相关负责人表示，消费者可先通过电商平台客服发起投诉，要求商家履行退换货或者赔偿义务。若协商未果，消费者可申请交易平台介入处理。若交易平台处理不佳，消费者可向平台属地消协组织或有关监管部门投诉。

本报讯 高娜 日前，中国物流与采购联合会发布的2月中国电商物流指数为108.9点。分项指数中，库存周转率指数、实载率指数有所上升。春节过后，2月电商物流市场恢复稳定态势，指数受2月上旬假期影响，仍有所回落，但降幅明显收窄，与预期保持一致。

电商物流总业务量指数同比上升。2月，电商物流总业务量指数为123.3点，比去年同期上升1.1点。分地区来看，西部和东北部地区总业务量指数分别上升0.5和0.3点，东部地区高于全国平均水平。

农村电商物流业务量指数小幅回落。2月，农村电商物流业务量指数为120.4点。分地区来看，除东北部地区外，全国其他地区农村业务量指数均有所回落，西部和东北部地区高于全国平均水平。

库存周转率、实载率指数止跌回升。随着春节假期结束，电商物流企业陆续返工，企业库存周转率加快，库存周转率指数和实载率指数环比均上升0.4点。电商物流企业供给能力得到一定加强，但仍处于恢复阶段。

物流时效、履约率、满意率和人员指数小幅回落。2月，电商物流业务量继续下降，但降幅明显收窄，受此影响物流时效指数环比下降1.1点，降幅收窄3.9点。履约率、满意率和人员指数环比下降0.3、0.5和0.4点，降幅环比分别收窄3.8、0.8和2.6点。

在需求方面，2月总业务量指数及农村业务量指数分别回落0.1和0.4点，降幅环比收窄7.4和8.1点，其中总业务量指数高于去年同期水平。此外，随着春节档电影票房火热及亚冬会的开幕，文体周边产品搜索量也在持续飙升，文化及体育产业对消费的促进作用进一步显现。

从供给端看，各项指数总体保持稳定，库存周转率和实载率指数止跌回升，其余指数回落幅度均在1个百分点左右，环比明显收窄。成本指数119.4点，环比回落1.3点，是自2023年1月之后首次回落至120点以下，表明我国有效降低全社会物流成本政策效应正在电商物流领域持续显现。后期来看，随着企业全面复工复产，3月电商物流指数或将迎来回升。

我国二月电商物流恢复稳定态势

农产品直播，“上新”更要上心

□ 卢涛

只有规范市场秩序、紧抓生产管理、加强主播培训，才能切实维护消费者权益，让直播电商这一新业态真正利好小农户、激活大市场。

直播间里吆喝声不断，带火了“土特产”，也带富了不少乡亲。然而，一些消费者反映，在直播间一声声热情的“家人”中点下了付款按钮，到手的产品却让人心塞。有的与商品介绍“货不对板”，主播可能虚假宣传甚至制假售假；有的包装上没有标明生产日期和配料表等，无法追溯产品来源；有的经过长途运输，货品受损严重……

这些乱象的背后是行业生态失序。农产品直播，在“上新”的同时更要上心，让行业告别“野蛮生长”。只有规范市场秩序、紧抓生产管理、加强主播培训，才能切实维护消费者权益，让直播电商这一新业态真正利好小农户、激活大市场。

加大监管力度，产品质量是底线。市场监管总局局长罗文表示，今年将制定出台直播电商监管办法，建立监管长效机制，规范直播交易行为。加强专项抽检、严厉打击虚假广告等措施将进一步维护公平竞争秩序，不断提升包括“土特产”在内的网售产品质量。平台也要落实审核责任，优化算法设计，对优质直播间予以激励，同时也用好封禁等惩罚手段，提高不法主播的违规成本。

紧抓生产管理，产业升级是出路。今年全国两会上，甘肃省陇南市

徽县水阳镇石滩村妇联主席梁倩娟代表提出，打造由“传统产业基地+直播电商+数字技术”形成的数智化电商产业带；民革安徽省委会主委马传喜委员建议，延长特色农产品产业链、提升产品附加值……从构建优势农产品产业带，到培育农产品区域公用品牌，更规范、更标准的生产体系将为农产品品质提供更多保障。

加强主播培训，人才队伍是支撑。“土特产”直播领域需要更多懂农产品、懂营销、懂法规的主播。目前多地积极展开相关培训，培养一批乡村“网红”的同时，也为树立行业规范奠定基础。

今年的《政府工作报告》提出，做好“土特产”文章。在各方共同努力之下，直播电商行业不断提质升级，定能更好赋能“土特产”从生产、流通到销售全过程，不断拓宽农民增收渠道、助力乡村全面振兴。

