

## 聚焦“3·15”

记者调查“低价引流”陷阱——

## 1元体验课咋就让消费者花掉4万多元

律师建议将“7天无理由退货”扩展至教培等领域

本报（记者陈曦）“体验课有不少干货，但报名正式课后，我发现课程质量断崖式下降，机构承诺的月入过万元也压根没法兑现。”3月14日，来自河北保定的消费者高女士告诉记者，去年5月，她在朋友圈看到一条广告，让她对某在线教育平台的“声音变现实战班”产生了兴趣，于是购买了“1元体验课”。课上，老师教授了一些发声技巧，让高女士感觉“收获满满”，便萌生了进一步学习的想法，没想到却陷入“低价引流”陷阱。

“名额有限，再不报名来不及了”“这么优惠的价格，以后不会再有了”……体验课上完后，该机构的客服人员打来电话，劝高

女士尽快报名系统课。据客服人员介绍，直播课的主讲老师是“深圳短剧联盟特聘总策划”，还有资深名师全程“一对一”指导，入学后可在平台的“接单广场”接配音单，每单能赚几百元至千元。经不住这种诱惑，高女士决定报名。随后，她向平台陆续支付了42087元。

上系统课后，高女士很快意识到不对劲。“老师的各种头衔在正规渠道根本查不到，承诺的直播课也变成了录播课，质量相较体验课严重缩水，很多内容都是网上免费的素材，东拼西凑，不成体系。”更让高女士气愤的是，自己尝试在“接单广场”配音，可提交的片段不是提示“试音不通过”，就是“正在审核

中”，所谓“轻松变现”完全是“空头支票”。

至此，高女士意识到自己被骗了，遂向机构提出退费要求。这时，曾经热情的客服人员态度大变，矢口否认曾经的说辞。经过交涉，由于高女士并未使用学习机和配音设备，机构最终同意向她退还1万元，其他费用则一概不退。

类似“低价引流”套路不仅发生在教培领域中，在黑猫投诉平台上，记者检索发现，多位消费者投诉过其他类似行为。例如，理发店宣称“免费设计造型”，却在顾客进店后强制办卡、强行推荐高额项目；家电维修工“低价上门”后，不断指出冰箱、空调有各种隐患；影楼推出限量优惠套餐，实际拍摄时疯狂推销

头饰服饰，诱导顾客加价购买底片……

“商家以‘低价课程’‘低价套餐’作为引流工具，给消费者布下重重陷阱，既违背商业道德，也扰乱市场秩序。”北京盈善律师事务所律师张清鑫向记者表示，根据相关法律，如果商家前期对商品和服务质量、性能、用户评价等的宣传有不实成分或引人误解，可能构成虚假宣传甚至欺诈。

针对商家“低价引流”陷阱，张清鑫表示，监管部门在严厉打击“低价课”骗局的同时，可设置与网购相同的“冷静期规则”，将“7天无理由退货”扩展至教育培训等服务领域。

双向发力规范市场

## 市场监管总局发布“双提示”让配镜“不踩坑”

本报（记者蒋菁）在“3·15”国际消费者权益日到来之际，恰逢全国近视防控宣传教育月，市场监管总局围绕“近视防控计量在行动”主题，在全国组织开展计量监管、科普宣传、便民服务等系列活动，同步发布验光配镜计量消费提示与经营者合规提示，双向发力推动验光配镜行业规范化发展，筑牢青少年视力健康的计量防线。

验光不准，计量是关键。各级市场监管部门持续强化眼镜制配场所计量监管，确保验光仪、焦度计、验光镜片箱等强制检定计量器具量值准确、依法送检。江苏近3年累计检查眼镜制配场所约2500家，培训从业人员约1500人次；山东以学校周边眼镜店为重点检查场所900多家；广东制定多项地方标准，推动诚信计量自我承

诺眼镜店达3800多家。各地通过严格执法和常态化监管从源头守护配镜安全。

各地同步开展科普宣传与便民惠民服务。山西举办验光与配镜职业技能竞赛，河北、江西、云南等地深入社区、学校，开展视力筛查、眼镜免费检测调校等服务，有效提升公众计量认知，让计量成果惠及民生。

此次发布的验光配镜计量消费提示与眼镜制配经营者计量合规提示，旨在双向发力规范市场。消费提示引导消费者查看经营资质、查验计量器具合格标识、核对眼镜参数、留存消费凭证，发现计量器具违规使用情况可拨打12315举报；合规提示从主体责任、人员配备、计量器具管理等方面，对经营者作出明确规范，督促其保证眼镜产品计量数据准确可靠。



3月12日，山东省青岛市李沧区市场监督管理局工作人员走进浮山路街道金液泉社区，开展“提升消费品质”主题宣传进社区活动。 本报通讯员 张鹰 摄

货不对板、二次销售……平均涉诉金额高达4427元

## 盲盒消费争议增多，中消协提示勿冲动消费

本报（记者杨召奎）记者日前从中国消费者协会获悉，当前，盲盒消费凭借“未知惊喜”属性，深受年轻消费者的喜爱，但相关消费争议也呈增多趋势。根据“全国消协智慧315”平台2025年受理的盲盒消费投诉，消费者平均涉诉金额高达4427元，单起投诉涉诉金额高达30万元。

据悉，消费者投诉主要集中在信息不

透明、诱导过度消费及售后服务延迟推诿等问题，既有成年消费者为获取隐藏款式出现持续地不理性消费、累计消费金额较高的情况，也有未成年人未经监护人知晓或者同意，多次下单购买以盲盒形式销售的潮玩、卡片、美妆等商品的情况。

为更好地保护广大消费者合法权益，推动盲盒消费健康有序发展，中消协提示消费者，正视购买需求，切勿冲动消费。盲盒作为

一种以趣味性为主导的消费方式，在于通过不确定性增强消费吸引力、提升交易转化率。然而，在部分不良商家过度营销的推动下，盲盒消费逐渐呈现出某种“投资化”倾向，特别是二手市场对稀有款式、隐藏款盲盒的价格炒作，进一步吸引了大量消费者抱着投机心态涌入抢购。

中消协指出，消费者购买盲盒时需明确以下几点：一是隐藏款、限量款的实际获得

概率极低，切勿非理性购买；二是购买前查看商家标明的核心规则，如商品种类、数量、各款式抽取概率、隐藏款投放数量、退货政策等，切勿盲目消费；三是要警惕“内部渠道价”“厂家直销”“必中”“超高概率”等宣传话术，防范“货不对板”“二次销售”“虚假宣传”等陷阱，切勿为“社交货币”标签支付不合理溢价；四是树立理性消费观，根据自身经济状况与实际需要，事先设定好支出上限和购买数量，不因一时好奇、与人攀比或盲目跟风而频繁高额消费，切勿抱有“再试一次或许就能回本”的赌博心态。

盲盒消费不能“盲规则”，中消协敦促相关经营者严守法律底线，杜绝“炒作”、虚假宣传等违法行为。

商品降价申请价保却遭拒，玉石以次充好，共享充电宝好借难还……

## 这些消费领域的坑，你踩过吗？

本报记者 杨召奎

商品降价申请价保却遭拒；贵金属纯度不足，玉石以次充好；共享充电宝好借难还……这些消费领域的坑，你踩过吗？市场监管总局今天发布的数据显示，2025年全国市场监管部门通过全国12315平台、电话等渠道共受理消费者投诉2036.6万件，同比增长9.3%。

从投诉问题来看，售后服务（534.7万件）、质量问题（397.2万件）等相对突出，分别占投诉总量的26.3%、19.5%。

商品降价后申请价保却被各种理由拒绝

2025年，全国12315平台共接收网购投

诉举报1506.7万件，同比增长14.3%。其中，网购售后服务与质量问题是消费者反映最集中的两大领域，投诉举报量分别为348.6万件、288.6万件，合计占比为42.3%，远超其他问题类别，尽管电商平台在交易便利性和商品丰富度上持续提升，但购物后的履约保障与商品质量仍是当前线上消费的短板。

两类问题中，服装鞋帽投诉举报占比最高。售后服务方面主要表现为退换货困难、尺码描述不准确等，质量问题则集中体现为面料劣质、做工粗糙、褪色起球等。

值得一提的是，电商购物节价格纠纷突出。2025年“双11”期间价格投诉举报9.9万件，环比增长17.4%、同比增长9.5%，其中涉及价保投诉举报2.2万件，环比增长3.3倍。核心矛盾集中在：消费者在预售期支付定金后，发现尾款

阶段或活动高潮期商品价格反而更低。尽管平台提供价保服务，但消费者申请价保时，常因商品链接变更、优惠券类型不同等理由被拒绝。

以次充好，天然玉石投诉量增速快

随着首饰消费市场的蓬勃发展，尤其是年轻群体对个性化、日常化饰品的需求激增，一个规模庞大的时尚饰品市场已然形成。然而，市场的繁荣也伴随着显著的消费痛点。

2025年，全国12315平台接收首饰投诉举报38万件，同比增长16.4%。其中，黄金首饰（14.2万件）与天然玉石（10.2万件）成为核心诉求领域，与白银首饰（4.5万件）、合金首饰（2.8万件）、天然宝石（1.7万件）合计占首饰总投诉举报量的87.9%。

从增速看，黄金投诉量增幅不明显，天然玉石增速最快，同比增长35.6%，其次是白银首饰、天然宝石，分别为34.2%、25.1%。

从消费者反映的情况看，问题主要集中在三个方面：一是部分产品存在贵金属纯度不足，玉石以次充好，饰品有害物质超标等；二是“一口价”黄金饰品未明确标示克重，实际单价远超市场金价，隐瞒置换限制条件等；三是电商渠道销售问题突出，相关诉求占首饰投诉举报总量的六成，涉及虚假宣传、货不对板及“定制不退”等问题。

智能产品夸大功能导致消费者预期落差大

当前消费市场已迈入智能消费时代，智能化成为众多商家的核心营销卖点。一批技术成熟、功能实用的智能产品，切实为消费者提供了便捷高效的使用体验，有效优化了消费生活品质。然而，市场中也存在部分产品功能与宣传不符、体验不佳等问题，消费纠纷频发。

2025年，全国12315平台接收智能设备投诉举报15.2万件，同比增长26.6%。从问题看，售后服务（5.1万件）、质量问题（5.1万

件）、侵害消费者权益（1.2万件）投诉举报较为集中。

消费者反映的问题主要聚焦在：一是部分产品过度宣传“智能”标签，实际功能却局限于基础联网或简单遥控，未能解决真实痛点，导致消费者预期落差大；二是系统升级失败、APP闪退、兼容性差、数据同步故障等软件问题与硬件故障交织出现；三是新兴智能设备领域缺乏统一的技术规范和质量标准，售后体系不健全，退换货门槛高等问题凸显。

新能源汽车充电桩投诉增长47.8%

随着社会数字化与电动化进程加速，电力续航已成为支撑公众移动生活与绿色出行的基础需求。然而，与之相伴的“充电焦虑”并未缓解，反而从手机延伸至车辆，成为贯穿日常消费与出行体验的痛点。

2025年，全国12315平台接收充电宝相关投诉举报15.6万件，同比增长62.5%，具体问题集中在产品质量问题、退货纠纷、共享充电宝好借难还、异常计费等方面。

与此同时，在新能源汽车保有量快速提升、充电基础设施规模持续扩大的背景下，充电设施服务质量短板日益凸显。2025年，全国12315平台接收涉及新能源汽车充电设施的投诉举报为6.1万件，同比增长47.8%。具体问题集中在充值余额退费困难、部分充电桩运营公司“跑路”失联、收费标准不透明、人工客服形同虚设等方面。

整体看，无论是充电宝这类贴近日常消费的小型充电设备，还是支撑新能源汽车出行的大型充电基础设施，其产品质量和服务品质的提升速度与市场规模扩张速度存在较大差距，亟待相关运营主体强化合规管理、优化服务流程，从根本上消解消费者的“充电焦虑”，切实提升消费与出行体验。（本报北京3月15日电）

## 吉林省31项举措助推营商环境持续向好

超10万经营主体被纳入“无事不扰”白名单

本报（记者柳姗姗 彭冰）近日，《吉林省持续优化营商环境2026年重点行动方案》（以下简称《行动方案》）作为省政府办公厅1号文件印发实施。《行动方案》围绕经营主体全生命周期服务需求，以提升政府部门行政效能为核心，统筹推进市场、政务、要素、信用、开放、产业、法治7个环境建设，系统部署31项重点举措，全力推动全省营商环境持续向好。

据介绍，《行动方案》具有3大特点：以高频事项为切入点，对标全国最优标准、最小时限、最简材料的前沿水平，大力推进流程再造、环节精简、时限与材料压减，推动审批服务提质提速提效；指导各地围绕汽车制造、医药、冰雪旅游等重点产业布局精准施策，推动政策供给与产业需求同频共振，提升产业竞争优势；紧扣数字吉林建设，聚焦企业群众急难愁盼，打通各级办事系统，深度融合“吉事办”，扩大集成服务覆盖面，以数字化手段降低制度性交易成本。

“无事不扰”白名单检查方式改革是系列措施中的一项重要内容，目前，吉林省白名单的经营主体有13.5万户，其中企业3.9万户、个体工商户9.6万户，占全省相关经营主体的8.3%。推行“无事不扰”白名单改革的同时，全省市场监管系统采取多项措施确保市场秩序和安全，如通过“系统筛选+属地确认”模式，精准筛选符合条件的经营主体进入白名单，并实行动态调整；打造“智慧哨兵”辅助监管系统，实现线上巡查、大数据筛查、不见面监管，减少对企业生产经营活动的干扰，提高监管效率和精准度；对食品、药品、特种设备、工业产品质量等重点领域，持续加强安全监管，落实“四个最严”要求等。

春节旺季带火“旅游+免税”

## 前两月海南离岛免税购物金额超百亿元

本报（记者赖书闻 通讯员孙立业 李怡彤）据海口海关统计，今年1月~2月，海口海关共监管离岛免税购物金额105.9亿元，免税购物人数127.9万人次，免税购物件数801.2万件，同比分别增长25.9%、16.6%和9.9%。受益于春节旅游旺季及其长尾效应，“旅游+免税”消费模式再次展现出强劲动力。

新春伊始，海南作为热门旅游目的地的吸引力持续攀升，迎来旅游客流高峰的同时，离岛免税购物也随之升温。在三亚凤凰国际机场免税店，化妆品、手表、箱包等柜台前始终排着长队。

“这是封关后第一次来海南旅游，到免税店购物也是我们旅游行程的重要一站。”来自北京的旅客李先生提着大包小包，准备登机离岛。他说：“前几天刚在免税店给自己新添置了一件羽绒服，没想到三亚免税店的价格比北方还便宜，选择也很多。”各免税商店抢占商机，纷纷推出赠礼、积分等促销活动，叠加顺畅的提货与物流体系，让旅客的购物体验更加便捷。

离岛免税“购物热”持续升温，开年前两个月，免税店里熙熙攘攘的人潮，时刻检验着海南自贸港各项监管服务举措的实战效能。面对快速上涨的免税品需求，如何确保热销商品及时上架，是海关保障的重中之重。海口海关以智慧监管赋能，以温情服务保障，保障热销免税品备货、销售、配送全流程实现“零延时”。

例如，春节假期期间，因某款热门香水库存告急，三亚凤凰国际机场免税店急需从其他仓库调拨。海口海关所属三亚机场海关第一时间响应，提前了解物流配送信息，运用离岛免税海关监管系统、视频监控核查等方式，保障热销免税品在数小时内即完成跨区域调拨、出库、上架销售。

## 务工专列护航返岗路

本报（记者叶小钟 通讯员方杰 莫江波）日前，载有978名湖南新化籍务工人员的大K6506次列车准点抵达深圳东站。该趟专列是国铁广州局今年最后一趟返岗务工专列，标志着该局今年返岗专列运输任务圆满完成。

马年开工伊始，岭南大地生机盎然，企业复工复产需求旺盛。“我们结合地方政府和企业复工复产安排，持续开行湖南、湖北、广西、贵州等方向返岗专列，以暖心服务护航务工人员返岗路，助力企业复工复产。”国铁广州局客运部市场营销室副主任毛思敏介绍。

自2016年起，国铁广州局与地方政府紧密协作，精准对接务工人员出行需求，量身定制运输服务方案，每年春节后开行多趟前往广州、深圳等方向的“点对点”务工专列。今年春节以来，国铁广州局通过包车厢、包整列的形式，累计开行务工返岗专列20趟，覆盖超1.2万名来粤务工人员。

为保障务工人员便捷出行，铁路部门开辟购票、列车申请绿色通道，统一录入信息、制作团体旅客证，按村分类安排车厢。新化站增设进站通道和安检仪，组建服务队与志愿者队伍，为重点群体提供一对一帮扶，候车室免费充电台、便民服务柜尽显暖意。“卧铺专列睡一觉就到，安心又方便。”务工人员白女士的话道出大家心声。



开足马力抢运春耕物资

3月13日，山西省运城城市稷山县稷山站化肥装车作业繁忙有序，满载近3000吨化肥的列车启程发往云贵川等地。日前，国铁太原局推广“点对点”直达运输模式，联合当地化肥生产企业打造“春耕保供专列”，为春耕生产提供急需的农资保障。 本报通讯员 王于楠 摄



3月13日，江苏省连云港市开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动。 本报通讯员 耿玉和 摄