

消费
观察

网购狂欢背后的质量隐忧与维权之困

“所见”非“所得”

本报记者 楚女

每年11月至12月，国内各大电商平台都会开展“购物狂欢季”活动。从“双11”到“双12”，密集的促销活动不断刷新着网络购物的消费纪录。然而，在订单量激增的背后，网购产品质量参差不齐、消费者维权难等问题也普遍存在。

“我买到的零食和网商平台上的展示图片完全不一样，包装袋里的贝肉竟然变成了肉泥。”焦先生看着拆包后的劣质商品愤愤不平。在浏览手机网页时，某度平台自动弹出了商品广告视频，他不小心点入后觉得该零食看起来不错，240克的贝肉售价79元，想着这个售价也不算便宜，商品质量应该有所保障，于是就下了单。没想到收货后，“所见”却非“所得”，让人糟心。

通常，消费者在网购模式下不能触及商品实物，只能通过图片、视频和文字信息来判断商品的质量，这样的信息差使得网购环节存在着“先天缺陷”。而且，不少消费者在买到劣质产品后，因商品价值不高、退换货流程繁琐等原因选择“自认倒霉”，这种沉默反而给了不法商家可乘之机。

据星图数据发布的2024年全网销售数据报告显示，2024年“双11”期间，综合电商平台与直播电商平台累积销售额达到了14418亿元，同比增长26.6%。与订单量同步增长的，还有网购相关的投诉量。中国消费者协会发布的《2024“双11”消费维权舆情分析报告》指出，仅在10月20日至11月16日共计28天监测期内，就收集到了“消费维权”相关信息2000多万条，主要集中在产品质量、技术服务等方面，问题包括材质与图片描述不符、虚假标注、功能夸大宣传等。

“每年大促我都会囤一些日用品，这次买的皂液明显有质量问题。”消费者刘女士向记者反映，她在“双11”期间从某电商平台购买了两箱知名品牌洗衣皂液，收货后发现液体颜色比正品偏浅，泡沫量也明显减少。商家解释说是批次问题，更换商品也一样，如果有异议让寄第三方机构检测，但检验费用要自己承担。“一瓶洗衣皂液才30多元，想想维权要耗费的时间和金钱成本，也就自认倒霉了。”刘女士无奈地说。

网购的特点是“隔着屏幕选货”。网购信息的不对称使得部分商家对劣质商品动起了“美化包装”的歪心思。在我省某知名网商组织的销售培训会中，就有讲师公开宣称网商卖的就是“图片”和“列表”，它们决定了网购环节上的流量和最终收益。

服饰类商品是“图文美化”的重灾区。我市东信商城某服装加工店负责人向记者透露，与线下的服装经营模式不同，线上平台的部分卖家会要求工厂生产“网商专供款”商品。这种商品在面料和工艺上降低标准，但通过拍摄技巧和后期修图，可使商品图片与正品几乎无异。比如一件宣称“100%纯棉”的T恤，实际棉含量可能只有50%，消费者仅凭图片根本看不出来。该负责人表示，这类“网商专供款”服饰的成本比正品要低30%-50%，是不少网商牟取暴利的手段。

腾讯财经曾有调查报告称，95后、00后新生代消费者，仅有不到三成在遭遇网购侵权问题时会选择维权。2024年《消费者报道》联合今日头条发起的3·15消费问卷调查活动中，有65%的受访者认为网购维权耗时间、耗精力，得不偿失；48.5%的受访者表示网购举证困难；经营者拖延推诿耍赖、投诉后没有结果的事件比例分别占48.5%、45.4%。这种“沉默的大多数”现象，使得不法商家有恃无恐，进一步加剧了网购市场的质量乱象。

“就当买个教训，以后再也不要在网上买水果了。”我市消费者杜女士的经历颇具代表性。她在“双11”期间花近300元购买了一箱“进口樱桃”，收货后发现



部分水果已经发霉变质。“联系商家，对方说快递送货延期，只能赔偿100元，要退货必须分拣拍照再称重，运费自己出。”杜女士觉得维权得不偿失，最终只能妥协。

记者尝试在某主流电商平台维权，发现其中需要经过“申请售后、商家审核、平台介入、举证检测”等多个环节，整个过程最短需要3-5天，最长可能超过半个月。对于售价100元以下的商品，很多消费者会因为“耗不起”而放弃维权。

面对网购质量问题的顽疾，仅靠消费者自身警惕远远不够，还需要监管部门、电商平台、商家和消费者共同发力，构建多方共治的质量保障体系。对于消费者而言，提高自我保护意识至关重要。有专家建议，网购时应选择信誉良好的平台和商家，优先选择经营时间超过两年的店铺。要仔细查看商品详情页中的材质、规格、产地等信息，不要轻信“绝对化”宣传用语。同时，要注意保留购物凭证、聊天记录等证据，一旦遇到质量问题，及时向平台客服或消费者协会投诉。

TIPS

网购维权有哪些渠道

在网上购物，消费者权益受到损害后，可以通过5种途径维护自身权益，分别是：与经营者协商解决、请求消协或其他组织调解解决、向有关行政部门申诉、向法院提起诉讼以及提请仲裁机构提起仲裁。

消费者与经营者的协商一般是作为维权程序的开始，协商的基础是法律赋予消费者权益保护的范畴，比如，网购7日无理由退换货制度、“三包”制度、产品责任制度等。

一旦无法与经营者达成一致，消费者可以开启相互并行的维权途径。

消协调解、投诉和诉请法院或仲裁机构。这几种维权渠道比较看，调解制度和投诉制度维权成本最低，效果也更快。各地的12345热线都可以接收消费维权诉求，并会根据不同业务领域分派到相应行政部门处理，消费维权更加高效。按照消费者权益保护法实施条例规定，有关行政部门应当自收到投诉之日起7个工作日内，予以处理并

告知消费者。投诉受理后，应在60日内完成调解工作。有些行政部门也有自己的投诉举报平台，比如，市场监管部门有全国12315平台等，消费者可以根据实际情况直接寻求这些部门的帮助。

如果消费者不满意投诉处理结果，也可以依法向有管辖权的法院、仲裁机构提起诉讼或仲裁请求。如果发现存在侵害众多消费者权益的行为，省级以上消协也可以依法提起公益诉讼。



建行大同分行

港湾暖重阳
服务护银龄

为弘扬尊老、敬老、爱老的传统美德，近日，建行大同分行围绕“劳动者港湾+助老适老”服务模式，组织开展多项敬老主题活动，以实际行动关爱老年客户群体，提升金融服务适老化水平。

为确保老年客户享受到安全、便捷、舒适的服务，建行大同分行组织全辖网点开展“劳动者港湾”适老设施专项检查，确保各项助老设备完好可用，营造温馨便利的服务环境。活动期间，各网点积极推出一系列形式多样、内容丰富的助老活动：一是智慧助老，跨越“数字鸿沟”。针对老年群体在数字化应用中遇到的困难，云汽支行、北苑路支行开设“银龄数字课堂”。工作人员化身“数字辅导员”，手把手教学，围绕智能手机基础操作、扫码支付、线上挂号等内容进行细致讲解，帮助老人掌握数字技能，融入智慧生活。二是金融护老，守好“钱袋子”。聚焦老年人金融服务需求，御西支行、滨河路支行通过“专题讲座+案例分析”的方式，用通俗易懂的语言向老年客户普及防范电信诈骗、识别非法集资、保护个人信息等知识，切实增强老年群体的风险防范能力。三是情暖重阳，关爱延伸至社区。市分行联合振华街支行、滨河路支行走进幸福里社区开展艺术剪纸主题活动。在“手把手教剪纸”环节中，老人们创作出“福袋”“菊花”等作品，既体验到传统艺术的魅力，也通过融入金融元素的剪纸加深了对建行服务的认知。

此次系列活动，是建行大同分行深化适老服务的生动实践。下一步，分行将继续聚焦老年客户需求，不断丰富“劳动者港湾”服务内涵，推动助老服务融入日常、做在经常，用专业、暖心的金融服务，为老年客户的幸福生活保驾护航。

(冬梅 王雅楠)

国球跃动展风采
拼搏奋进显担当

10月29日至30日，由大同市银行业协会主办的2025年大同市银行业职工乒乓球比赛成功举行。建行大同分行代表队凭借出色的竞技水平和顽强的拼搏精神，在比赛中脱颖而出，荣获团体赛季军，并包揽女子单打冠军及第五名，充分展现了该行员工团结奋进、昂扬向上的精神风貌。

本次比赛吸引了全市银行业多家机构的乒乓精英同场竞技，设有团体赛和男女单打等多个项目。为了在比赛中发挥最佳水平，建行大同分行赛前周密部署，科学组织训练，为参赛打下坚实基础。赛场上，选手们全情投入、默契配合，在多轮对决中稳扎稳打、敢于拼搏，最终取得优异成绩。

此次赛事不仅是银行业职工乒乓球技艺的精彩展示，更是建行大同分行深入推进企业文化建设的具体体现。下一步，该行将以此次比赛为契机，把赛场上的拼搏精神转化为服务客户、推动发展的强大动力，以更加饱满的热情和扎实的作风投身工作岗位，为全行高质量发展注入新的活力。

(冬梅 赵海楠)