

2024年 315晚会前瞻报告

2024消费维权热点权威预测及企业防范指南



Contents

目录

01

行业前瞻

Industry Look ahead

02

行业分析

Industry Analysis

03

应对预案

Response plan



Part 01



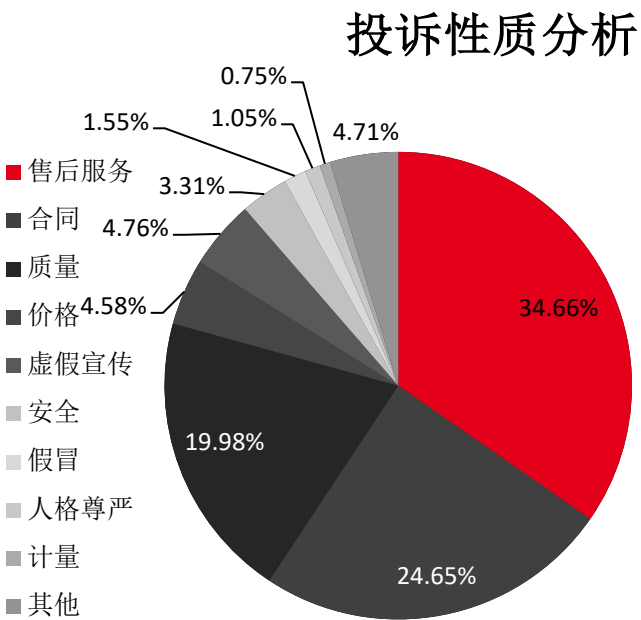
行业前瞻

日前，中国消费者协会宣布，确定2024年全国消协组织消费维权年主题为——激发消费活力

售后服务与虚假宣传问题备受关注

根据全国消协组织受理投诉情况统计，2023年全国消协组织共受理消费者投诉1,328,496件，**同比增长15.33%**。

根据投诉性质，依旧以**售后服务（34.66%）**，**合同问题（24.65%）**，**质量问题（19.98%）**为主；与2022年相比，**售后服务与虚假宣传**问题投诉比重有所上升，合同问题投诉比重明显下降，其余类投诉变化幅度较小。



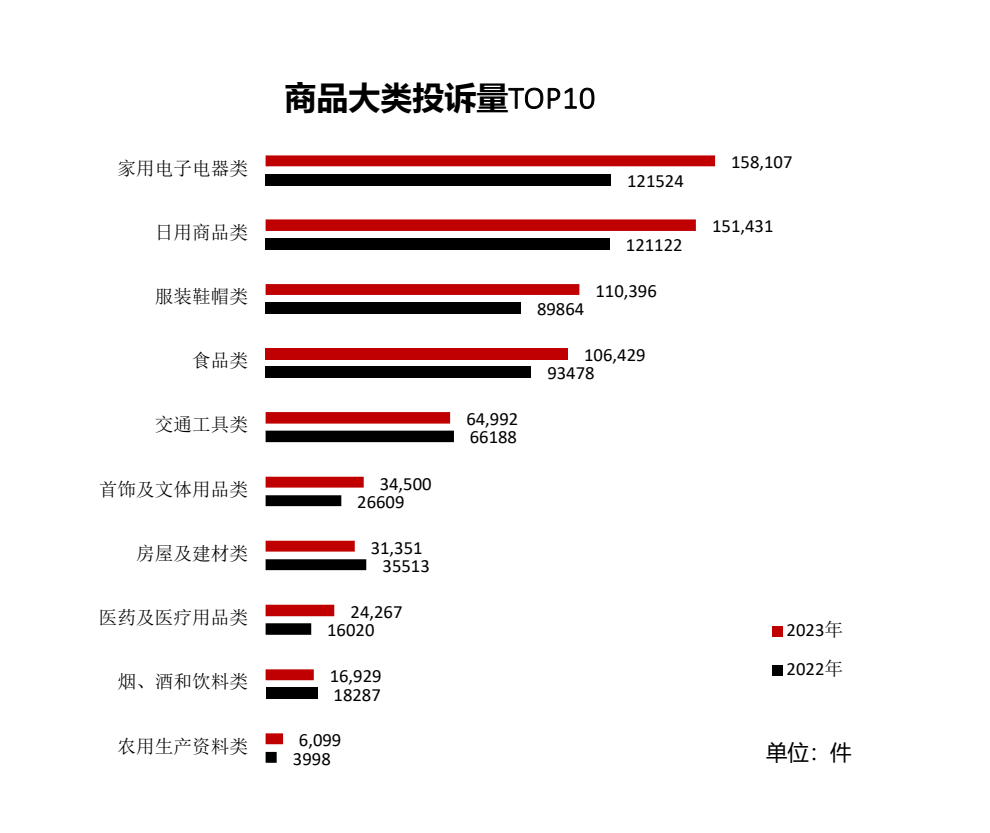
2022VS2023年度按投诉问题性质分类情况表

项目	2023年 (件)	投诉比重 (%)	2022年 (件)	投诉比重 (%)	比重变化 (%)
售后服务	460513	34.66	388492	33.73	↑0.93
合同	327418	24.65	306003	26.56	↓1.91
质量	265465	19.98	228228	19.81	↑0.17
虚假宣传	63266	4.76	44524	3.87	↑0.89
价格	60852	4.58	52242	4.54	↑0.04
安全	44005	3.31	32074	2.78	↑0.53
假冒	20625	1.55	14924	1.30	↑0.25
人格尊严	13957	1.05	10312	0.90	↑0.15
计量	9941	0.75	7988	0.69	↑0.06
其他	62454	4.71	67125	5.82	↓1.11

数据来源：中国消费者协会，2023年全国消协组织受理投诉情况

家电日化品类是投诉重灾区

根据2023年商品大类投诉数据，**家用电子电器类、日用商品类、服装鞋帽类、食品类和交通工具类**投诉量居前五位。与2022年相比，家用电子电器类投诉比重**上升1.35个百分点**。

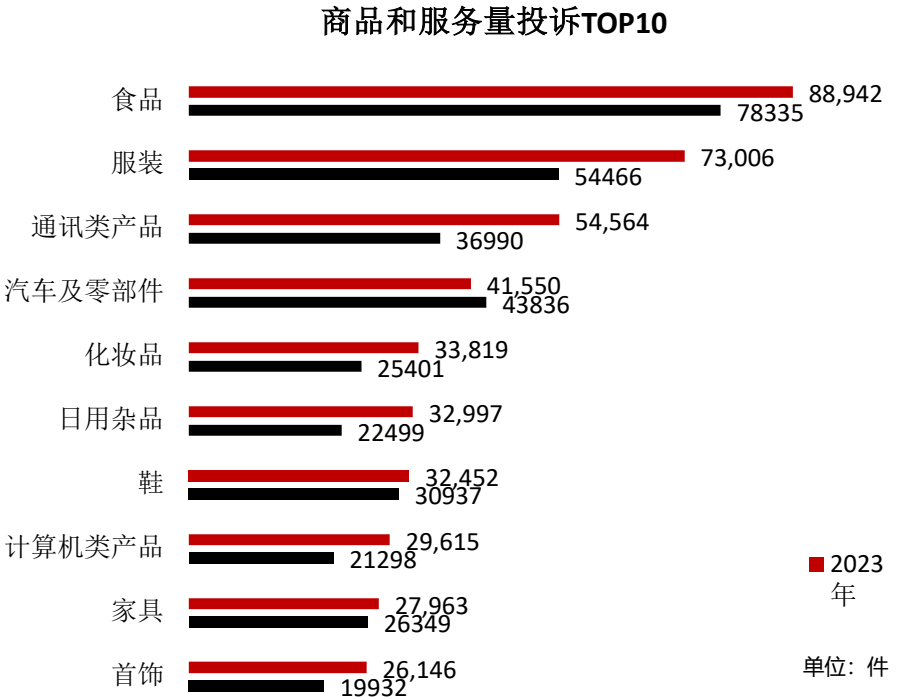


2022VS2023年度商品大类投诉量对比					
商品大类	2023年 (件)	投诉比重 (%)	2022年 (件)	投诉比重 (%)	比重变化 (%)
家用电子电器类	158107	11.90	121524	10.55	↑1.35
日用商品类	151431	11.40	121122	10.51	↑0.89
服装鞋帽类	110396	8.31	89864	7.80	↑0.51
食品类	106429	8.01	93478	8.12	↓0.11
交通工具类	64992	4.89	66188	5.75	↓0.86
首饰及文体用品类	34500	2.60	26609	2.31	↑0.29
房屋及建材类	31351	2.36	35513	3.08	↓0.72
医药及医疗用品类	24267	1.83	16020	1.39	↑0.44
烟、酒和饮料类	16929	1.27	18287	1.59	↓0.32
农用生产资料类	6099	0.46	3998	0.35	↑0.11

数据来源：中国消费者协会，2023年全国消协组织受理投诉情况

食品、服装、通讯类产品曝光较为集中

在具体商品投诉中，投诉量居前五位的分别为：**食品、服装、通讯类产品、汽车及零部件及化妆品。**
与2022年相比，通讯类产品、日用品、计算机类产品投诉同比增长较高，汽车及零部件投诉同比下降明显。



2022VS2023年度商品大类投诉量对比			
商品大类	2023年	2022年	同比 (%)
食品	88942	78335	↑13.54
服装	73006	54466	↑34.04
通讯类产品	54564	36990	↑47.51
汽车及零部件	41550	43836	↓5.21
化妆品	33819	25401	↑33.14
日用品	32997	22499	↑46.66
鞋	32452	30937	↑4.90
计算机类产品	29615	21298	↑39.05
家具	27963	26349	↑6.13
首饰	26146	19932	↑31.18

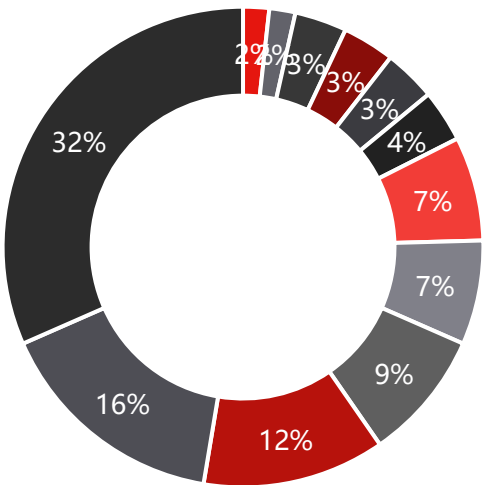
互联网场景下，产品质量、违规欺诈和信息安全是315关注焦点

3·15晚会的曝光已不仅局限于单个企业、品牌或产品，**行业乱象、上下游产业链生态成为关注重点**。根据近6年央视3·15晚会曝光数据发现，互联网和食品行业是近年维权重灾区，“**产品质量**”“**信息安全**”及“**虚假宣传**”成为曝光焦点。

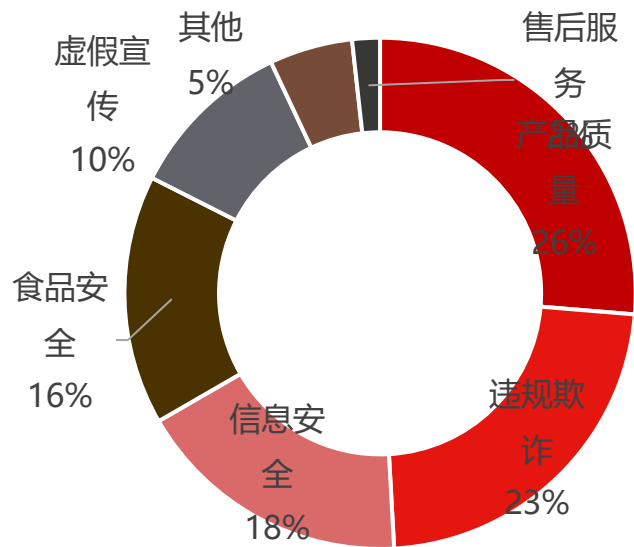
民生相关的社会问题更受关注，消费场景的变化、媒体环境的迭代以及个人维权意识的觉醒使得互联网及新消费场景负面增多，以未成年和银发人群为代表的弱势消费群体以及不正当竞争系列违法行为较受关注。

2018-2023年央视3·15晚会曝光问题统计（按行业）

- 医疗保健
- 家电
- 金融
- 教育
- 医药
- 医美
- 建筑及房地产
- 其他
- 快速消费品



2018-2023年15晚会曝光问题统计（按事件类型）



Part 02



行业分析

日前，中国消费者协会宣布，确定2024年全国消协组织消费维权年主题为——激发消费活力

互联网行业相关政策法规

1月13日，工信部等十六部门联合发布《关于促进数据安全产业发展的指导意见》

工信部等十六部门联合发布《关于促进数据安全产业发展的指导意见》。指导意见提出到2025年，数据安全产业基础能力和综合实力明显增强的发展目标。基于此，指导意见从提升产业创新能力、壮大数据安全服务、推进标准体系建设等7方面提出13项要求。

2月6日起，中共中央国务院印发《质量强国建设纲要》 规范发展直播电商新模式

2月6日，中共中央、国务院印发了《质量强国建设纲要》，其中提出，规范发展网上销售、直播电商等新业态新模式等要求，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。近年来，随着直播电商、网红经济的爆发，领域内良莠不齐，乱象堆积。因此，有关部委陆续发布相关法律法规予以整顿直播电商，并制定相关文件规范其有序发展。如今直播带货已经逐渐成为电商新常态，直播赛道上也涌现了薇娅、李佳琦等头部主播，直播电商行业发展出谦寻、美腕、宸帆等MCN公司，同时淘宝、京东、拼多多、蘑菇街、唯品会、B站、小红书等电商平台纷纷推出直播功能；快手等直播平台与电商平台或品牌商合作，布局直播电商业务，由此可见，我国直播电商行业多层次竞争格局正在形成，未来各大商家想要在直播电商赛道运营长久，必须遵纪守法，遵守规则，对于行业参与者来讲需积极主动寻求变化，而不能原地踏步。

3月24日，国家市场监管总局修订《互联网广告管理办法》 直播带货纳入广告监管范围

3月24日，市场监管总局修订发布了《互联网广告管理办法》，将于2023年5月1日起施行。新发布的办法进一步细化互联网广告相关经营主体责任，明确行为规范，强化监管措施，对维护互联网广告市场秩序，助力数字经济规范健康持续发展具有重要意义。第十九条提到，商品销售者或者服务提供者通过互联网直播方式推销商品或者服务，构成商业广告的，应当依法承担广告主的责任和义务。

11月23日，工信部发布《工业和信息化领域数据安全行政处罚裁量指引（试行）（征求意见稿）》

11月23日，工信部发布《工业和信息化领域数据安全行政处罚裁量指引（试行）（征求意见稿）》公开征求意见。《裁量指引》明确了行政处罚裁量权概念、各级行政处罚机关职责和工作原则，并以《数据安全法》为基准，提出不履行数据安全保护义务、向境外非法提供数据、不配合监管等三类违法行为的触发条件；综合涉及数据级别和数量、公共利益损害时间、直接经济损失、影响范围等因素，对数据安全违法行为的危害程度划分为“较轻”“较重”“严重”等情节。

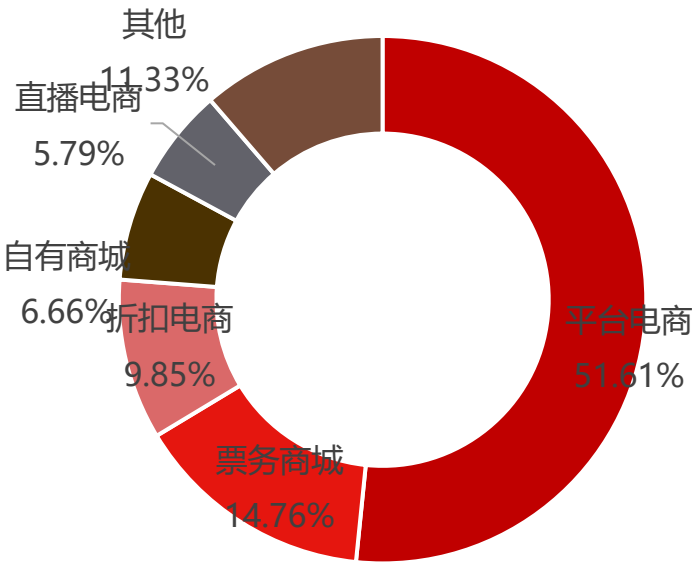
互联网行业主要投诉类型

2023年，消费保平台投诉量排名靠前的行业中，电商行业投诉量位居第一，为470,534件，占投诉总量的55.64%，**同比增长120.39%**；从不同电商类型投诉占比情况可知，投诉占比前三名分别是平台电商（51.61%）、票务商城（14.76%）、折扣电商（9.85%）；同时，直播电商投诉占比为5.79%，位列第五。

2023VS2022消费保TOP行业投诉量对比

行业名称	2023年投诉量	2022年投诉量	同比增长率
电商	470534	213498	120.4%
社会服务	74572	27818	168.1%
快递物流	63698	29238	117.9%
教育培训	50863	41115	23.7%
旅游出行	47561	9757	387.5%
金融保险	41533	68058	-39.0%
在线娱乐	32452	51028	-36.4%
共享服务	24072	20182	19.3%
电信	17403	5568	212.6%
数码产品	9225	5714	61.4%
汽车电动车	7797	4397	77.3%
家电产品	5654	3172	78.2%

各电商类型投诉占比



互联网行业负面案例—— “摇一摇”跳转广告泛滥令消费者不堪其扰

2023年“双11”期间，“摇一摇”跳转广告泛滥之势引发诸多网民热议。不少网民在社交平台吐槽“互联网的尽头是摇一摇跳转到购物平台”“条条大路通电商”。打开一款App时稍不留意就会跳转到另一款购物软件，导致网民只能“万分小心，就怕手抖”。

“九成投票者厌恶“摇一摇”跳转广告，认为此功能侵犯了自己的权益。社交平台上，‘如何关闭摇一摇广告’等话题近年来不时引发网民热议，不少网民‘想关又不能关’，而部分企业不仅没有针对消费者诉求改进相关服务措施，反而抓紧推广‘摇一摇’跳转广告”

——江苏省消保委的一份调查数据显示

工信部

下发《关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》指出，在非服务所必需或无合理场景下，不得自启动和关联启动其它APP，或进行唤醒、调用、更新等行为。

01

APP下架

帮助用户自动跳过广告的APP“李跳跳”宣布无限期停更。在其发布的公告中显示，由于**涉及不正当竞争和扰乱市场秩序**，这款APP被某大厂勒令在48小时内永久下架。不仅是“李跳跳”，多个类似软件的开发者也收到了律师函，被相关服务商以同样原因要求下架。

02

业界人士表态

北京数字经济与数字治理法治研究会副秘书长黄尹旭曾表示，这些APP没经过用户同意私自取得相应权限，某种程度上侵害了客户的隐私和个人信息，损害了用户的自主选择权。用户可以通过工信部或者网信办的投诉渠道及时维权。”

03

互联网行业负面案例——短视频平台微短剧诱导付费

2023年12月，“爸妈上瘾微短剧”相关话题引发舆论热议。当下，快手、抖音、腾讯、爱奇艺等平台均推出大量微短剧视频，其中有的需充值平台会员或付费购买剧集才能观看全部内容，一些微短剧视频内容存在**诱导消费**等问题，导致不少**中老年消费者遭遇侵权**。社交平台上网民晒出的账单显示，父母的微短剧订单少则数千元，多的甚至达到数万元，其中不少订单均为自动扣款。

多家媒体跟进报道称，中老年人对使用手机不熟练，在受到“解锁一集只需0.9元”等广告宣传诱导后，很难注意到“默认下一集自动解锁”等选项，导致其在不知情的情况下购买了全部微短剧剧集，后续面临申诉手续繁琐、能追回的金额聊胜于无的尴尬境地。有网民称，逐个投诉要花费大量的时间精力，有的商家甚至“换了马甲”或直接下架视频，导致维权困难。

“年轻人已经培养起为**长视频平台影视作品付费**的习惯，并且擅长搜索网络资源，很难为微短剧持续付费，而**中老年人更愿意为低门槛的线上娱乐付费**。”

——业内人士点评

“消费过程中注意保留消费凭证、宣传资料、聊天记录等相关材料，以便维权时使用，如果与商家协商不成，可以**向市场监督管理局等监管部门投诉举报**。”

——律师建议

微信、抖音、快手三大短视频平台积极响应国家广播电视总局对网络微短剧行业生态的规范管理工作，接连发布发布的《关于进一步规范小程序“微短剧”类内容的公告》以及《关于小程序“微短剧”类内容阶段性治理情况的公告》，出手封禁大量违规发布微短剧的账号。

——抖音、快手、微信治理微短剧

互联网行业负面案例—— 消费者呼吁商家保障“扫码”数据安全

扫码点餐、扫码购物、停车缴费……

扫码消费已渗透到生活中的方方面面，扫码支付作为一种便捷的消费方式已经广泛普及。

但这种本该提高效率、提供便捷的背后，却藏有不少“猫腻”。

消费者因消费时遇到扫码而关注公众号、被迫授权个人信息、日常推送广告文章而困扰不断，简单的事情却变得复杂化，引发了消费者对**个人隐私泄露**和**广告骚扰**的担忧。



强制扫码，信息泄露

消费者使用扫码支付后，常常会在关注相关公众号后接收到大量与消费无关的广告信息、优惠券等内容。这些高频推送、内容冗杂的信息严重干扰消费者的正常生活和工作。部分场所在扫码支付的过程中要求消费者授权个人信息也引发消费者担忧。

扫码消费不该如此扫兴

滥用扫码支付收集消费者个人信息，将其用于广告推送和营销活动，严重侵犯了消费者的隐私权。消费者希望商家在收集和使用个人信息时，能够遵循合法、正当、必要的原则，明示收集和使用信息的目的、方式和范围，监管部门应加大监管力度，建立关于扫码消费的行业规范。

扫码支付待规范 隐私保护需关注

中消协明确表示，强制扫码点餐、强制关注公众号或授权个人信息的行为违反消费者权益保护法。律师建议，消费者在遇到滥用扫码支付等问题时，应保留相关证据，及时向消费者协会或相关监管部门投诉举报。相关部门应建立健全监管机制，限制滥用扫码支付的行为。同时，加强监督处罚力度，维护消费者的合法权益。

食品行业相关政策法规

国家卫健委：婴幼儿配方食品（简称配方奶）新国标开始实施

2023年2月22日起，我国婴幼儿配方食品新国标开始实施。这意味着，2023年2月22日后在中国境内上架销售的配方奶，必须符合新国标且重新取得国家市场监督管理总局食品审评中心（CFE-SAMR）的注册。这一次针对宝宝口粮更新的国标，被业界称为“史上最严”奶粉“新国标”。新国标一共包括了三大标准，它们分别是：《食品安全国家标准婴儿配方食品》、《食品安全国家标准较大婴儿配方食品》、《食品安全国家标准幼儿配方食品》，至此**中国婴幼儿配方食品的国家标准与国际食品法典委员会（CAC）标准（Codex Stan156—1987（Amendment1989）Codex Standard）修订趋势一致**，从此以后，对于无奈不能得到纯母乳喂养的宝宝们，1段、2段、3段配方奶将各有各的营养要求，不再是2、3段“混喂”。

国家监管局：发布《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》

2023年6月26日，国家市场监督管理总局令第80号公布《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》，对拟在中国境内生产销售和进口婴幼儿配方乳粉的企业，从申请与注册程序、标签与说明书、监督管理、法律责任等方面作出了规定，明确需要开展现场核查的情形和要求，并强调现场核查需抽取动态生产的样品进行检验；明确禁止变相分装和8种不予注册的情形。明确**产品名称中有动物性来源字样的，其生乳、乳粉、乳清粉等乳蛋白来源应当全部来自该物种**，并进一步细化标签中禁止含有的内容。

国家监管局：修订通过《肉制品生产许可审查细则（2023版）》

2023年7月11日，市场监管总局第14次局务会议修订通过行政规范性文件《肉制品生产许可审查细则（2023版）》。《细则》进一步**加强肉制品生产许可审查工作，保障肉制品质量安全，促进肉制品产业高质量发展**。主要从以下八个方面进行修订：一是调整许可范围。二是加强生产场所管理。三是加强设备设施管理。四是加强设备布局与工艺流程管理。五是加强食品添加剂使用管理。六是加强人员管理。七是加强食品安全防护。八是优化检验检测要求。

国家监管局、卫健委和中医药管理局：发布《允许保健食品声称的保健功能目录 非营养素补充剂（2023年版）》

《目录》将原来的27种保健功能调整为24种，删除了“改善生长发育”“促进泌乳”“改善皮肤油分”等3种共识程度不高、健康需求不明晰的保健功能，将功能评价方法由强制方法调整为推荐方法，**落实企业研发评价主体责任，充分发挥社会资源科研优势**。

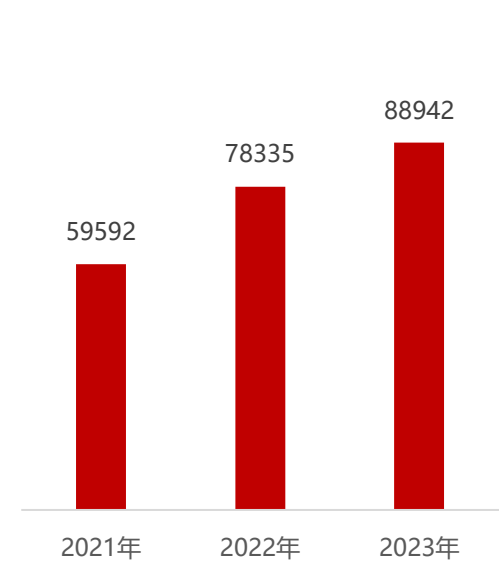
国家监管局：发布《特殊医学用途配方食品注册管理办法》

2023年11月28日，国家市场监督管理总局令第85号公布《特殊医学用途配方食品注册管理办法》，自2024年1月1日起施行。《办法》进一步强调申请人应具备的条件、能力、法律责任和义务；明确7种不予注册产品的情形；细化现场核查要求，必要时对原料开展延伸核查；**在注册证书中增加“产品其他技术要求”项目，进一步保障产品质量安全有效**。

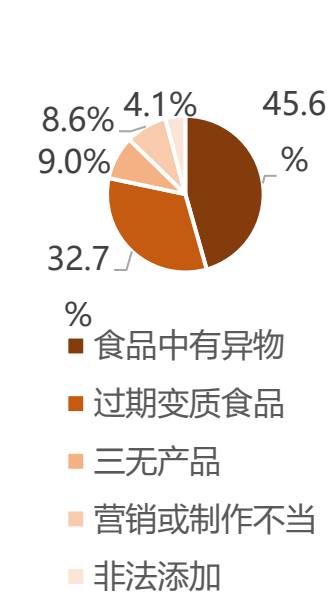
食品安全相关负面案例盘点

2023年，**食品类投诉共88942次，环比上涨13.5%**，主要投诉类型有**“食品中有异物”**、**“非法添加”**和**“营销或制作不当”**等，全年负面案例中**“吃出异物”**、**“假冒伪劣”**、**“营销不当”**等相关的事件热度较高，引发公众高度关注。

2021-2023年食品类投诉量走势



2023年食品类投诉类型



序号	相关负面案例盘
1	知名打假博主在大连遭遇鬼秤(寻味来餐饮店)
2	华北理工大学食堂被曝吃出鼠头(宁波市江徽美食餐饮有限公司)
3	巴奴旗下超岛火锅/张亮麻辣烫羊肉掺假事件 (巴奴集团超岛自选火锅)
4	广州一职校食堂饭菜内吃出胶制异物(广州华世科教投资有限公司)
5	重庆秀山县中医院被曝盒饭中吃出老鼠头(秀山县中医院)
6	江西高校食堂“鼠头鸭脖”事件(中快餐饮、菁禾餐饮、绝味食品)
7	塘栖古镇景区奶茶店疑用霉变竹筒洗完再装奶茶(塘栖古镇景区)
8	记者卧底网红餐厅蓝蛙曝光后厨乱象(蓝蛙)
9	巴奴毛肚火锅5片土豆卖18元遭质疑(巴奴毛肚火锅)
10	桃李面包中吃出2厘米带锈刀片(桃李面包)

备注：数据来源于中消协、黑猫投诉

食品行业负面案例——争议中的预制菜选择困境引发信任危机

“预制菜行业应保障消费者知情权”被屡次提起。中消协发布的2023年第三季度消费维权舆情热点，其中就有“消费者因预制菜销售不够透明产生侵权隐忧”。但就目前形势来看，**预制菜陷入消费者的质疑风波，因此明确出餐标准的同时也要加强情感联结重拾信任。**

支持者：
市场需求+多地政策，
助力行业发展



张春晖

“很多人把预制菜妖魔化，预制菜穿小鞋背大锅，我个人认为这既不公平也不客观……年菜是预制菜推向市场、打破消费端和供给端隔阂的一个渠道。”

10月26日，河南省人民政府办公厅印发《河南省加快预制菜产业发展行动方案（2022—2025年）》
11月10日，福建省商务厅发布《加快推进预制菜产业高质量发展的措施》

反对者：
预制菜危害层出不穷，
引发受众抵制

消费者反馈逐步改观：

“干净卫生味道好其实可以买一些大菜”

“对于没时间和不会做饭的年轻人预制菜还真是个不错的选择。”

“其实吃预制菜没什么不好的，方便又好吃，省时省力，是个不错的选择[赞]”

预制菜可能存在的问题：

➤ 食材单一，营养流失

受食材种类的限制，导致预制菜的营养较为单一，其中维生素、矿物质以及生物活性成分很难保留。

➤ 价格不合理，消费者不愿被割韭菜

虽然预制菜的价格高于普通食材，但是一些商家的定价存在不合理的情况。例如，一桌5988元的婚宴套餐中，配货成本仅为1196元，这也让消费者对于预制菜的价格产生了质疑。

➤ 高糖高盐，增加慢性病风险

大多预制菜都是高油高盐的，长期吃的话不利于身体健康，个别还会影响肾脏功能，导致肥胖。

➤ 亚硝酸盐含量超标

蔬菜久放后，其中无机盐逐渐转化为具有致癌效果的亚硝酸盐，预制菜保质期长，在被食用前可能存放了很久，其中亚硝酸盐的含量要远高于新鲜蔬菜，经常食用可能增加患癌的风险。

食品行业负面案例——厨邦蚝油造假，蚝油汁仅占1.6%

2024年2月29日，王海在微博发布视频，视频中，广东美味鲜公司前阳西生产基地负责人高 听 明实名举报宝能姚振华控股上市公司中炬高新，旗下核心调味品企业违法违规行：为了缩减成本仅添加1.6%蚝汁，添加剂味精是原材料蚝汁的61.5倍，配料表弄虚作假。前高管实名举报厨邦违法事宜，提供充分证据，可信度极高。同时监管部门未及时展开调查，导致事件升温，激怒众多民众情绪。

2024年2月29日23:05，知名打假人王海在微博发文，称厨邦前生产总监高听明实名爆料：姚振华控股的上市公司“中炬高新技术实业股份有限公司”旗下核心调味品企业“广东美味鲜调味食品有限公司”生产的蚝油，蚝油汁仅占1.6%，而在蚝油最核心的指标氨基酸态氮含量的提供中，添加剂味精是原材料蚝汁的61.5倍，同时在标签配料表上将蚝汁用量扩大10倍进行虚假标注（标签配料表上排第2位，实际按添加量应排在第6位）仅厨邦蚝油一项，涉嫌非法所得将超10亿元。

2024年2月29日23:07，王海又在微博发文称：厨邦吹哨人“自首”：我参与诈骗国家财政补贴约2亿元！

2024年3月1日，针对网传厨邦前高管实名举报厨邦蚝油造假一事，广东省中山市市场监督管理局发布情况通报：近日，网传厨邦蚝油造假被前高管实名举报。我局高度重视，目前正组织开展相关核查工作。

双方已达成和解，工业联合撤回三起土地诉讼，法院准许撤诉，三起案件完结。

王海

2-29 23:05 来自 微博视频号

厨邦前生产总监高听明实名爆料：

姚振华控股的上市公司“中炬高新技术实业股份有限公司”旗下核心调味品企业“广东美味鲜调味食品有限公司”生产的蚝油，蚝油汁仅占1.6%。

#厨邦蚝油蚝汁只占1.6%#

#厨邦前生产总监吹哨#

#厨邦##王海##王海#

仅厨邦蚝油一项，涉嫌非法所得将超10亿元。

以下为举报原文 ... 展开

厨邦前高管 实名吹哨

蚝油蚝汁只占1.6%

违法金额超 10亿元

2.9万次观看

情况通报

02:54

近日，网传厨邦蚝油造假被前高管实名举报。我局高度重视，目前正组织开展相关核查工作。

中山市市场监督管理局

2024年3月1日

14

3C数码家电相关政策法规

“消费提振年”再迎新政策！事关绿色智能家电下乡

6月9日，商务部、国家发改委、工信部、市场监管总局联合发布了“关于做好2023年促进绿色智能家电消费工作的通知”。通知指出，要统筹组织绿色智能家电消费促进活动，深入开展家电以旧换新，扎实推进绿色智能家电下乡，实施家电售后服务提升行动。

国务院办公厅转发国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知

7月31日，国务院办公厅发布转发国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知中提到，提升家装家居和电子产品消费。还涉及家电下乡补贴、废旧家电回收、绿色智能家电消费等方面。

国家发改委等部门印发《关于促进电子产品消费的若干措施》

国家发改委等部门印发《关于促进电子产品消费的若干措施》：加快推动电子产品升级换代，鼓励科研院所和市场主体积极应用国产人工智能（AI）技术提升电子产品智能化水平，增强人机交互便利性。依托虚拟现实、超高清视频等新一代信息技术，提升电子产品创新能力，培育电子产品消费新增长点。

市场监管总局关于对锂离子电池等产品实施强制性产品认证管理的公告

市场监管总局发布公告，按照《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》有关要求，市场监管总局决定对电子电器产品使用的锂离子电池和电池组、移动电源以及电信终端产品配套用电源适配器/充电器实施强制性产品认证（CCC认证）管理。自2023年8月1日起，指定认证机构开始受理相关新纳入产品CCC认证委托，按照《强制性产品认证实施规则 信息技术设备》和附件中列明的适用标准开展认证工作；自2024年8月1日起，未获得CCC认证证书和标注认证标志的，不得出厂、销售、进口或在其他经营活动中使用。对于电子电器产品使用的锂离子电池和电池组，现阶段先行对便携式电子产品用锂离子电池和电池组开展CCC认证；对于其他电子电器产品使用的锂离子电池和电池组，待条件成熟后，适时开展CCC认证。

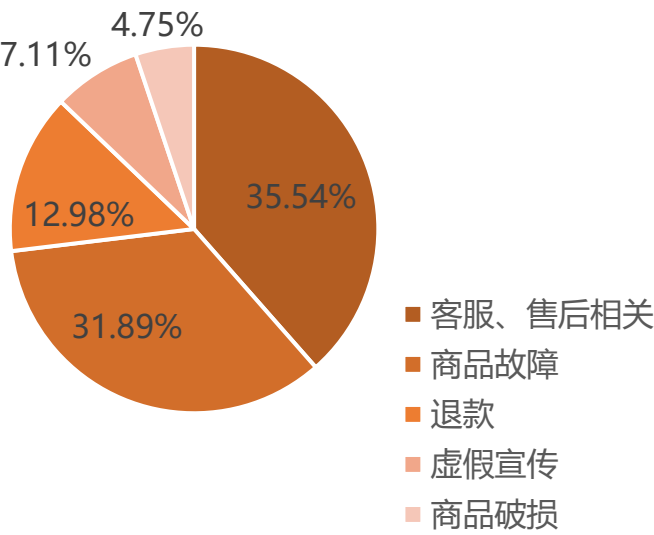
两部门发布进口信息技术设备3C认证试点新政策

市场监管总局、海关总署发布公告，决定对试点地区（适用范围：上海、广东、天津、福建、北京自由贸易试验区和海南自由贸易港）进口信息技术设备强制性产品认证（CCC认证）要求予以调整。对于在试点地区进口的CCC认证范围内信息技术设备，认证委托人在申请CCC认证时，可以采用自我声明评价方式证明产品符合CCC认证电磁兼容性标准。

3C数码家电行业主要投诉类型及案例

据黑猫投诉数据显示，**客服、售后相关、商品故障负面投诉最多**，两者合计占比近7成，其次为退款、虚假宣传、商品破损。品牌应当坚持初心保证产品质量，提高服务水平，为行业的健康可持续发展努力。

消费者投诉类别



- 案例一：某消费者购买某知名品牌冰箱后，在保修期内出现冷冻室无法达到设定温度故障，在经历了三次上门维修、检测后，品牌官方表示产品无质量问题。**但当消费者索要相应检测报告时，只得到了一张通过微信发送的截图，事后消费者索要完整报告遭拒。**
- 案例二：某消费者购买某品牌洗地机后，接连出现自清洁系统损坏、污水桶结构报错、滚筒刷盖损坏，过保后滚刷连接管断裂等问题，返厂维修被告知电机损坏需支付500元维修费用，电池故障更换费900元。消费者表示：**使用过程充满坎坷，频繁维修、过保后又需要频繁支付维修费用。**
- 案例三：黑猫投诉集中收到某品牌净水产品相关的诱导消费投诉。在这些投诉中，部分消费者称，或接到了品牌回馈用户的电话、或通过举办免费送净水机活动、或通过大量赠礼，**诱骗消费者购买1000-3000元不等的净水机产品**，其中多数为三四线城市大龄消费者。

数据来源：黑猫投诉

化妆品行业相关政策法规

国家药监局：申报化妆品必须提交全部原料安全信息

2021年5月1日前注册备案的化妆品中所含《化妆品安全技术规范》相关原料，以及2021年5月1日至2023年12月31日期间注册备案的化妆品中具有防腐、防晒、着色、染发、祛斑美白功能的原料，需在**2024年1月1日前补报相关原料的质量规格证明或者原料安全信息资料**。

国家药监局：关于发布《化妆品网络经营监督管理办法》

3月24日，为进一步强化化妆品网络经营监管工作，规范化妆品网络经营行为，保证化妆品质量安全，根据《化妆品监督管理条例》《化妆品生产经营监督管理办法》等，国家药监局组织制定了《化妆品网络经营监督管理办法》，自2023年9月1日起施行。

国家药监局：进一步优化化妆品原料安全信息管理措施有关事宜

国家药监局3月27日发布关于进一步优化化妆品原料安全信息管理措施有关事宜的公告。**药品监管部门将进一步加强化妆品原料安全信息管理工作，通过发布技术指导原则等方式，对化妆品原料安全信息资料填报涉及的相关技术问题及时予以指导。**

国家药监局：在2024年5月1日后，需提交完整版的产品安全评估报告

2021年4月国家药监局发布的《化妆品安全评估技术导则》明确要求，自2022年1月1日起，化妆品注册人、备案人在进行化妆品注册或备案时，需按照《技术导则》的要求提交产品的安全评估资料。**在2024年5月1日前，可提交简化版的产品安全评估报告；在2024年5月1日后，需提交完整版的产品安全评估报告。**

国家药监局：发布《关于将油包水类化妆品的pH值测定方法等21项制修订项目纳入化妆品安全技术规范的公告》

2023年8月28日，国家药监局发布了《关于将油包水类化妆品的pH值测定方法等21项制修订项目纳入化妆品安全技术规范（2015年版）的公告》，自2024年3月1日起，化妆品注册、备案及抽样检验相关检验应当采用本通告发布的检验方法。

化妆品行业新规洞察

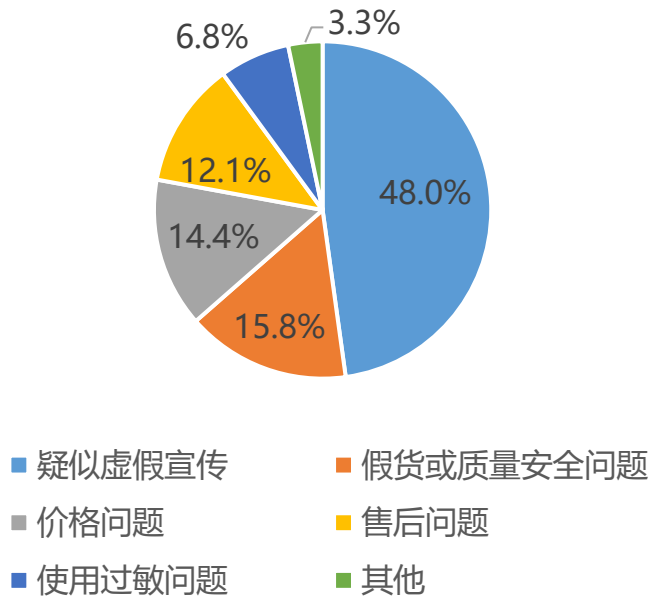
《化妆品检查管理办法（征求意见稿）》等新规正在征求意见阶段，大概率将在2024年落地施行，这意味着，**化妆品行业合规发展正式进入“深水区”**。新规倒逼行业升级，新的一年，品牌、工厂乃至一直游离在化妆品法规之外的原料商，都将在“阵痛”中迎来巨变。

序号	法规名称	发布单位	发布日期
1	《化妆品检验机构资质认定条件(征求意见稿)》	国家药监局综合司	2022年7月
2	《化妆品注册人、备案人化妆品不良反应收集和报告指导原则》	国家药品监督管理局药品评价中心 国家药品不良反应监测中心	2022年11月
3	中检院关于征集《化妆品安全技术规范》2023年制修订建议的通知	中检院	2023年2月
4	《祛斑美自化妆品研究技术指导原则(征求意见稿)》	中检院	2023年3月
5	《28天/90天重复剂量吸入毒性试验技术指导原则(征求意见稿)》	中检院	2023年4月
6	《皮肤刺激性/腐蚀性试验技术指导原则(征求意见稿)》	中检院	2023年4月
7	《免疫毒性试验技术指导原则(征求意见稿)》	中检院化妆品评价中心	2023年9月
8	《化妆品检查管理办法(征求意见稿)》	国家药监局综合司	2023年10月
9	《化妆品新原料界定及研究技术指导原则(征求意见稿)》	中检院	2023年12月

化妆品行业相关负面案例盘点

根据投诉缘由类别分类：主要的投诉类型包括虚假宣传、假货或质量问题、价格问题、售后、不良反应等问题，其中**占比最大、问题最集中的为虚假宣传问题，占比48%，其次为假货或质量安全问题。**

- 3月，广州姿采化妆品厂因生产未经注册特殊化妆品，被罚没共计98万元；7月，广州卡巴尔化妆品有限公司因生产经营不符合技术规范的化妆品，被罚没146.23万元。《化妆品监督管理条例》的亮点之一，就是**将罚款依据从违法所得调整为货值金额**，以前按照成本价处罚，现在是按照市场价进行处罚。
- 7月，广州市药监局通过科普文《提醒！含“金”“铂粉”成分化妆品没那么神奇》，给宣称“金”“铂金”的化妆品泼了一盆冷水。文章指出，**国内外均无相关权威实验数据或文献报道证实黄金、铂金具有护肤功效**，实为一些不良商家利用大众的猎奇心理误导消费者。
- 9月，国家药监局相继发布科普文《“干细胞化妆品”是个伪概念》《警惕宣称“促进睫毛生长”的睫毛液》，将宣称含有“干细胞”的化妆品和宣称可以使睫毛变“浓密”“纤长”的睫毛滋养液、睫毛精华液等产品，判了“死刑”。10月，国家药监局通报7批次化妆品检出禁用原料，包括含有黄体酮的“贝比拉比蛋黄油”，被誉为“母婴第一股”的金发拉比遭遇“滑铁卢”，停产整改并被罚款260万。抽检结果中，**多次出现婴童化妆品违规添加现象**，添加违禁成分涵盖糖皮质激素、抗生素、抗真菌、抗过敏药物。
- 11月28日，国家药监局通告一款标识为“mewell美维兰丰盈轻奢修护发膜”的产品，其生产商为广州总都国际生物科技有限公司，监制为巴黎欧莱雅（香港）化妆品有限公司，**产品不合格原因为甲基氯异噻唑啉酮和甲基异噻唑啉酮与氯化镁及硝酸镁的混合物含量超标。**



备注：数据来源于黑猫投诉

化妆品行业负面案例——儿童化妆品添加抗生素罚款超百万

曾引发舆论动荡的儿童“毒面霜”事件，近日迎来了最终结果。2024年1月2日，据广州市白云区市监局发布的行政处罚信息，广州中浩生物科技有限公司因使用禁用原料“他克莫司”生产红色蜗牛婴初霜以及杏庄园臻护霜（儿童型）、筱娃娃婴亲霜等产品，被罚没共计110.05万元。

2024化妆品监管趋势可以概括为“主动筛查，冒头就打”，即聚焦祛斑美白、祛痘、儿童类、染发类化妆品等为重点产品，以儿童类/染发类生产企业、委托生产企业、城乡结合部经营企业、网络销售平台等为重点关注对象。

广州市市场监督管理局（知识产权局）

请输入关键词搜索

首页

政务动态

政务公开

政务服务

政策法规

政民互动

广州中浩生物科技有限公司

注册号: 440111001200623

行政处罚信息	
详情摘要	
行政处罚决定书文号	穗云市监处罚〔2024〕13号
名称	广州中浩生物科技有限公司
注册号	440111001200623
法定代表人(负责人)姓名	李强
违法行为类型	其他化妆品违法行为; 化妆品生产企业违法行为; 化妆品生产经营活动违法行为; 化妆品生产经营活动违法行为
行政处罚内容	内容详见行政处罚决定书
作出行政处罚决定机关名称	广州市白云区市场监督管理局
作出行政处罚决定日期	2024年01月02日

行政处罚决定书

穗云市监处罚〔2024〕13号

当事人: 广州中浩生物科技有限公司; 914401012006230001; 住所: 广州市白云区江湾路云隆8号之二;

2023年1月17日, 我局对当事人立案调查。经调查, 当事人存在3个关键项目问题, 4个重点问题。当事人生产的杏庄园臻护霜(儿童型)和筱娃娃婴亲霜检出禁用原料他克莫司。经查明, 当事人未按化妆品生产质量管理规范的要求组织生产化妆品红色蜗牛婴初霜违法所得为50000元, 货值为7201.76元; 当事人使用禁止用于化妆品生产的原料生产化妆品筱娃娃臻护霜和杏庄园臻护霜(儿童型)违法所得为15500元, 货值为25577.7元。

我局于2023年10月17日向当事人送达《行政处罚听证告知书》, 依法告知当事人拟作出行政处罚的事实、理由、依据和内控, 并告知当事人依法享有陈述、申辩意见和要求举行听证的权利。当事人要求举行听证。

2023年11月7日举行听证会, 经审查, 我局认为: 当事人违法行为事实清楚, 证据充分, 适用法律准确, 我局对其拟作出行政处罚并无不妥。但考虑到当事人在案发后积极配合调查, 如实供述违法事实, 并主动提供证据材料, 存在经济困难等情况, 决定对当事人的处罚金额重新考量。

当事人使用禁用原料生产的主要使用对象是婴幼儿, 符合《广东省药品监督管理局规范行政处罚裁量权适用规则》第十二条规定, 给予从轻处罚。

2023年7月3日, “老爸评测”在微信、微博、抖音等多个社交平台发布文章、视频, 曝光中浩生物备案生产的“红色蜗牛婴初霜非法添加他克莫司”, 引发广泛关注。针对“老爸评测”的质疑。当日, 中浩生物发布《关于红色蜗牛产品的郑重声明》, 直指老爸评测“无中生有, 捏造事实, 不知道所检测的产品来自哪里”, 坚决否认违禁添加。

2023年7月6日, 国家药监局官网发布“关于《化妆品中他克莫司和吡美莫司的测定》的化妆品补充检验方法”的公告。也就是说, 在“毒面霜”事件曝光之后短短48小时, 监管层就完成了“检验方法”的起草制定、对稿、审稿、审批、发布工作。监管层如此快速响应补充法规漏洞前所未有, 说明了对儿童化妆品违禁添加的重视。

2023年7月7日, 国家药监局在全国部署该产品核查工作, 广东省药监局责令中浩生物暂停生产经营, 召回上述产品, 并立案调查。

2024年1月2日, 据广州市白云区市监局发布的行政处罚信息, 广州中浩生物科技有限公司(简称“中浩生物”)因使用禁用原料“他克莫司”生产红色蜗牛婴初霜以及杏庄园臻护霜(儿童型)、筱娃娃婴亲霜等产品, 被罚没共计110.05万元。

20

医美行业相关政策法规

医美行业“野蛮发展”行业乱象丛生，随着行业监管政策日趋严格，对行业规范化发展提出了更高的要求，政策端对行业的布局主要体现在规范化发展、标准体系完善方面。

2023年3月 《2023年第一次医疗器械产品分类界定结果汇总》

3月30日，国家药品监督管理局医疗器械标准管理中心发布了《2023年第一次医疗器械产品分类界定结果汇总》，**明确了医美产品的监管类别**。其中，约有涉及医疗美容领域的产品共计31款，如建议按照Ⅲ类医疗器械管理的一次性使用皮肤点刺针、无针注射器辅助推进等，建议按照Ⅱ类医疗器械管理医用重组胶原蛋白敷料、医用胶原贴敷料等。**2023年5月 《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》**

5月4日，国家市场监督管理总局、公安部、商务部等11部门联合发布《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》，从**加强市场准入、资质审核、规范“导购”活动等方面，强调医疗美容服务属于医疗活动**，未依法取得卫生健康行政部门发放的《医疗机构执业许可证》或者“诊所备案凭证”，不得开展医疗美容服务，为当下火热的“颜值经济”指出了一条规范发展的道路。

2023年8月 《医用敷料类产品分类界定指导原则（征求意见稿）》

8月4日，药监局发布了《医用敷料类产品分类界定指导原则（征求意见稿）》，该原则对医用敷料范围、管理属性界定、医疗器械管理类别界定等进行了进一步明确。这一项新规的发布，将**会对目前“妆、械”界定模糊的医用敷料市场进行严格监管**，各类产品需按照规定进行申请注册，而“医美面膜”这一概念或将正式“终结”。

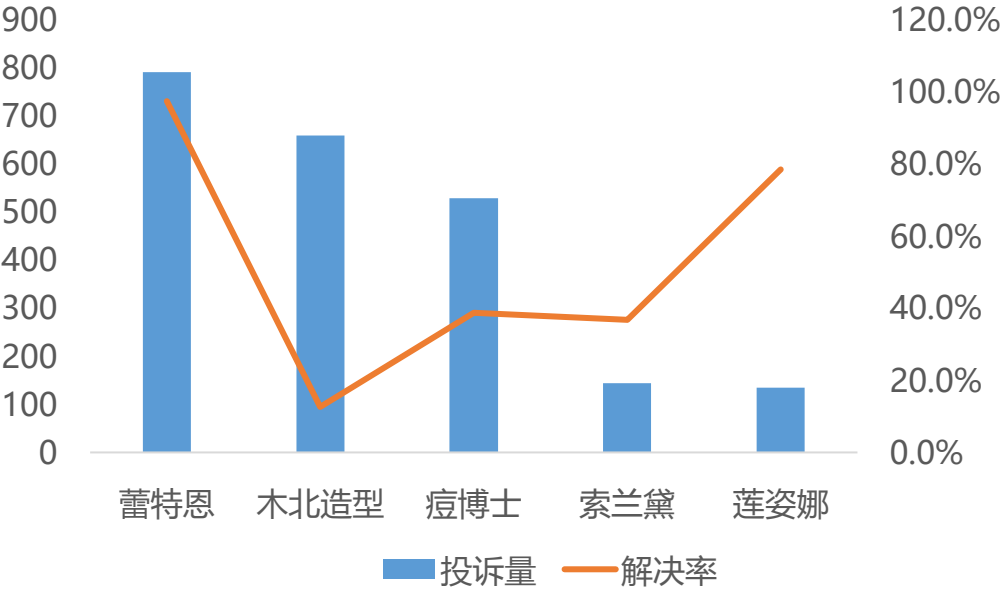
2023年11月 《美容用途超声器械分类界定指导原则(征求意见稿)》

11月23日，国家药监局医疗器械标准管理中心发布《美容用途超声器械分类界定指导原则(征求意见稿)》，公开征集意见。《征求意见稿》将美容用途超声器械分为不同类别，并规定了相应的界定标准。根据该指导原则，**利用高频超声波使人体组织变性，实现美容抗衰作用的超声类设备将划分为第三类医疗器械**。

医美行业主要投诉类型

数据显示，消费保平台医美机构中，**蕾特恩、木北造型、痘博士、索兰黛、莲姿娜的投诉量位居前列**，在投诉处理方面，蕾特恩的投诉解决率高达为97.3%，位列行业第一，其余医美机构的投诉处理情况均有待改善。

主要医美机构投诉处理情况



医美行业主要投诉问题

投诉问题	投诉占比
退款纠纷	27.90%
虚假宣传	14.80%
强制消费	11.70%
涉嫌诈骗	11.50%
乱收费	8.70%
服务态度差	7.00%
质量问题	6.60%
倒闭关门	5.10%
拒开发票	1.30%
霸王条款	0.8%

医美违法典型案例涉及类型

媒体报道有关医疗美容行业违法典型案例中，涉及**虚假广告违法**、**医疗器械违法**、**医美虚假产品**、**医美企业逃税**等多方面。



医美广告违法

2023年5月31日，泉州市市场监管局对当事人泉州丰泽美莱华美医疗美容有限公司发布违法广告的行为作出罚款232000元的行政处罚。当事人在“新氧”平台、官方网站、新浪微博中发布信息含虚假内容、宣传功效保证、涉及医疗技术和诊疗方法等内容，其中，当事人发布的“瘦脸针”“非手术整形”广告页面中含有“瘦脸针品牌 品质良好有保障 BOTOX（保妥适）保妥适以瘦脸特点。



医疗器械违法

广州市富太医疗美容仪器有限公司生产未取得医疗器械注册证第三类医疗器械案，没收涉案产品、没收违法所得17600元、罚款490000元；绍兴颜诺医疗科技有限公司生产不符合产品技术要求医疗器械案，责令当事人改正违法行为，并对当事人处以罚款4200000元。



逃避缴纳税款

东莞美熙伊美医疗美容门诊部有限公司，隐瞒医疗美容服务收入进行虚假申报，偷逃税款104.36万元、应扣未扣个人所得税80.87万元、其他少缴税费款0.8万元。东莞市税务局稽查局依据《中华人民共和国税收征管法》及相关规定，依法对当事人追缴税款、责成补扣补缴个人所得税并处罚款，共计278.65万元。



医美虚假产品

央视315曝光了一起医美领域的违法违规行为，指向“三无”注射产品和“妆字号美容针”，这些披着化妆品外衣进行脸部注射的产品，注射到消费者面部之后，会产生很多不良后果，涉及海茂生物科技有限公司、暨肽因子生物科技有限公司、依圣姿生物医药有限公司、旭日美业商贸有限公司等相关公司。

医美行业负面案例——重庆10家医美机构涉嫌违法违规被立案查处

2023年8月7日，2023年重庆市医疗美容机构“你点名 我监督”交叉执法检查活动结果出炉，重庆米格医疗美容门诊部、重庆医美奥黛丽实业有限公司美容专科医院等10家医疗美容机构（文后附详细名单）涉嫌违规被立案查处。

从检查情况看但**未按规定填写病历资料、违反医疗机构公示义务的违法行为较为突出**，立案查处的10家机构中约50%的机构均存在上述问题。



序号	机构名称	违法行为	处理情况
1	米格医疗美容门诊部	未按规定填写病历资料	行政处罚
		未取得主诊医生资质独立开展医疗美容服务	行政处罚
		未将植入类医疗器械的信息记载到病历等相关记录中	行政处罚
		医务人员上岗工作时，未按规定佩戴载有本单位名称、本人姓名、职务、职称等真实执业信息的标牌	行政处罚
2	重庆医美奥黛丽实业有限公司美容专科医院	未按规定填写病历资料	行政处罚
		未取得主诊医生资质独立开展医疗美容服务	行政处罚
		二级病原微生物实验室未向卫生主管部门备案	行政处罚
3	重庆米希医疗美容诊所有限公司北碚嘉陵风情街医疗美容诊所	未按规定制定病历管理制度等医疗质量管理制度	行政处罚
		未按规定填写病历资料	行政处罚
4	重庆斐暮星雅医疗美容门诊部	医务人员上岗工作时，未按规定佩戴载有本单位名称、本人姓名、职务、职称等真实执业信息的标牌	行政处罚
5	沙坪坝巧天医疗美容门诊部	使用未取得抗菌药物处方权的医师开具抗菌药物处方	行政处罚
6	重庆夫碧韦弗医疗美容门诊部	未按规定填写病历资料	行政处罚
7	重庆郑奎丽格医疗美容门诊部	医务人员上岗工作时，未按规定佩戴载有本单位名称、本人姓名、职务、职称等真实执业信息的标牌	行政处罚
8	重庆恩喜格医疗美容门诊部	未按照核准的名称悬挂牌匾、标识	行政处罚
9	重庆铜梁黛美医疗美容门诊部	未按规定填写病历资料	行政处罚
10	涪陵孙林医疗美容诊所	诊疗活动超出备案范围	行政处罚



医美行业负面案例——美呗医美APP被频繁投诉、差评泛滥

媒体在追踪美呗App时发现，美呗App上大量存在着各种**超规经营、无资质营业、营业执照过期等的医美机构**；从投诉平台来看，美呗医美当前所存在的不规范行为时有发生，据黑猫投诉显示：美呗涉及虚假宣传，以及消费者如介绍客户，存在返现行为。

消费者质疑集中在：**用户信息隐私外泄、平台上医美机构资质混杂、平台上部分机构涉嫌使用非法药械等。**



金融行业相关政策法规

梳理发现，金融消保工作在**2023年**被提到了一个前所未有的高度，而且**贯穿全年**。特别是在国家金融监督管理总局正式成立之后，统筹负责消保职责，一系列的金融消费者权益保护宣传活动紧接着在全系统内展开。

2023年3月1日 《银行保险机构消费者权益保护管理办法》正式实施

《管理办法》是原银保监会贯彻落实党的二十大精神，深入体现以人民为中心的发展思想，建立健全金融消费者保护基本制度，加强和完善行为监管的重要举措，**是原银保监会**
在银行业保险业消费者权益保护领域制定的基础性、纲领性文件。

2023年6月2日 金监总局、人行、证监会联合发布1号公告《关于金融消费者反映事项办理工作安排的公告》

明确了相关工作安排，以做好人民银行有关金融消费者保护职责以及证监会投资者保护职责的划转衔接工作，切实保护金融消费者合法权益。**这是国家金融监管总局自5月18日挂牌以来发布的第1份公告，与金融消费者保护相关，凸显了国家金融监管总局挂牌后的首要工作之一，就是保护好金融消费者的合法权益。**

2023年9月28日 国家金融监管总局发布《保险销售行为管理办法》

《销售办法》规范了保险销售行为，统一保险销售行为监管要求。是金融监管总局落实以人民为中心发展思想、切实提升保险消费者获得感的重要举措，是完善行为监管制度体系、构建保险销售行为监管框架的基础环节。《销售办法》的出台，体现了金融监管工作的政治性和人民性，**有助于提升保险行业销售行为规范性，有效增强保险消费者的获得感和满意度。**

2023年12月 市场监管总局与金监总局签署《加强非法金融广告信息监测处置工作框架协议》

就金融广告领域的消保工作达成合作，这有助于解决市场监管与金融监管在消保方面的长期相对割裂的现状，并将对后续的平台金融广告监测处置工作有重要指导意义。

2024年1月 金融消保局发布专栏文章《深入学习贯彻中央金融工作会议精神 奋力构建金融消费者权益保护新格局》

金融消保局表示，作为统筹金融消费者权益保护工作的职能部门，将深入贯彻落实中央金融工作会议对金融工作的各项部署，**以构建金融消保新机制，建设“大消保”“工作体系为工作重点。**

监管部门多次提示风险，诈骗类最为突出

2023年6月，工信部反诈专班微信公众号公布一批仿冒银行类诈骗APP，包括浦发银行、汇丰银行等



2023年9月19日，国家金融监督管理总局发布关于防范虚假网络投资理财类诈骗的风险提示



2024年开年来，河北、河南、浙江、重庆、大连、深圳等多地监管局就金融风险持续发声，提示消费者防风险，涉及套路贷、虚拟货币、元宇宙等



2023年金融行业负面盘点

央视315曝光

2023年，未涉及金融行业。从近5年看，金融涉及：“714高炮”平台 要钱更要命（2019年）
360搜索、UC浏览器投虚假医药广告（2021年，上市公司）

贷款推荐 [更多贷款 >](#)

**万万掌柜** 易下
5分钟申请，10分钟到账

**花猫** 秒批
超高通过率 极速审核 ...

**富贵花** 新品
芝麻分580,资料简单...

**飞鱼易贷** 秒批
30秒申请 1分钟下款

**小闪鱼** 秒批
极速审核，高通过率

**大白钱包** 推荐
应急专享5000元额度

**前无忧**
动动手指，现金马上...

**银河钱柜** 秒批
芝麻分580+,审核快通...

**简易花** 秒批
芝麻分580+,回访秒...

**小白菜**
不上征信，秒下款

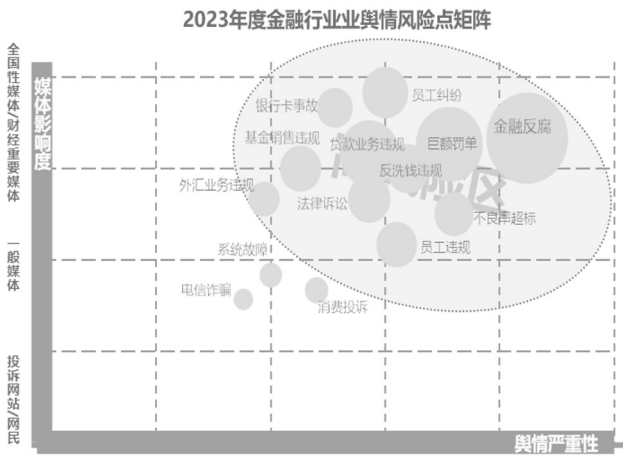
**哆啦钱包**
芝麻分580+! 机审秒...

**花卷贷**
首期免息，支付宝到...

回复 @杨隆汇

2023年金融行业风险

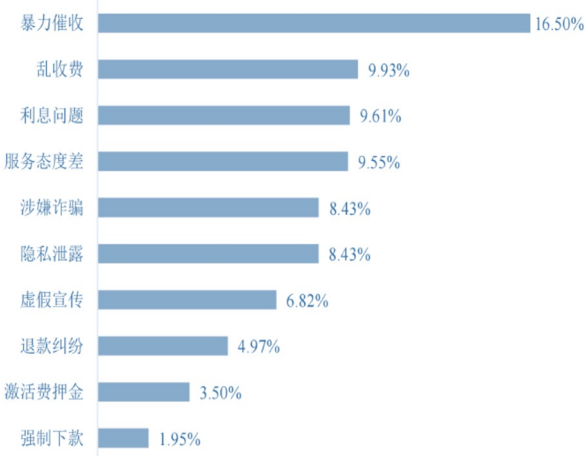
信用卡遭机构私自扣费、保险理赔难、消费借贷虚假宣传、理财产品“不翼而飞”、买了保险却理赔无门、消费借贷被虚假宣传“忽悠”等金融消费问题受关注。



2023年消费投诉分类

金融行业中，网贷、POS机、第三方支付等子行业投诉较多。消费投诉问题涉及暴力催收、乱收费、利息问题和服务态度差等内容。

金融保险主要投诉问题



金融行业负面案例——光大银行信用卡被离奇盗刷1.7万

2023年8月，消费者张女士向《中国消费者报》“3·15消费者之声”投诉称，自己的光大银行信用卡在河北燕郊的家里却在一百多公里外的永清县消费了17000余元，“刷卡”餐厅却无收款记录，该离奇事件引发了舆论的广泛关注。

7月25日，张女士**发现光大银行信用卡被盗刷**。当日，张女士与光大银行联系，客服人员表示，这笔消费为刷卡消费，无法证明不是本人消费。并劝她先自行把钱还上，避免影响征信。**交涉无果后，张女士随即报了警，并向《中国消费者报》“3.15消费者之声”以及国家金融监督管理总局进行投诉。**

7月26日，张女士致电了开卡行**光大银行廊坊支行**。该行负责人王某表示，该笔交易是凭卡凭密消费的，视为本人行为，**不能拒绝还款。**

7月27日，上述支行负责人王某再次致电张女士，表示已和总行沟通，对张女士这笔异常消费申请了3个月的临时标注和争议期限，**银行会尽快调查相关情况。**

7月28日，**光大银行客服人员**告诉记者，“这种情况下，如果有报警回执或是相应证明，可以暂时先不还款；如果出现了征信问题，可以凭该证明申请修改。”

8月1日，**光大银行总行办公室**相关负责人表示，张女士信用卡的异常消费**已在调查中**，目前银行正等待中国银联反馈具体的商户信息。调查进展无法由银行单方面决定，需银联和公安机构的协助。“**此次事件是否能定性为被盗刷，也需等待最终的调查结果。**”



信用卡盗刷损失问题一直是整个信用卡行业面临的共同“痛点”。

一方面持卡人的利益频频受到不法侵害，另一方面银行对于盗刷认定的程序也较为繁琐，因此因盗刷交易等行为引发的银行卡纠纷也在持续增多。

金融行业负面案例——重疾险理赔陷“罗生门”

2023年3月22日，**澎湃新闻**发布报道《重疾险理赔陷“罗生门”：线上健康告知与保单不同？保险公司否认》，报道指出，消费者李女士在购买国华人寿重疾险后，因丈夫患胃神经内分泌肿瘤**申请理赔却遭拒，由此发现国华人寿保单的线上健康告知和保险合同里关于脑血管疾病的要求不一致**。双方各执一词。李女士认为，丈夫患颈椎骨质增生引起的脑动脉供血不足不属于脑血管疾病，提供的支付宝订单的“健康告知”截图也与保险公司方的合同要求存在明显差异，涉嫌欺骗消费者。

国华人寿回应道，出现“健康告知”内容有所出入的现象，其系产品在第三方平台的信息迭代原因。并且拒绝赔付的主要原因是客户违反健康告知，隐瞒实际情况。国华人寿已与李女士解除保险合同，退还保险费三万余元。



“理赔难”问题是保险消费者权益保护的重点领域。近年来，保险理赔纠纷案件高发，除了社会公众对保险合同的**理解差异**之外，保险公司的理赔标准与司法裁判标准不一致也是一个重要原因。

从保险行业来看，经过多年大力整治，理赔难问题已经大幅度改善。但不可否认，保险行业自身也存在诸多问题：一是营销端夸大宣传、难以有效履行说明义务等难题始终存在；二是理赔案件数量快速增长，理赔人员配备相对不足，可能导致理赔案件周期长；三是部分公司压赔案、调节赔付率等问题依然存在，这些方面都容易引发诉讼纠纷案件。

Part 03



应对预案

日前，中国消费者协会宣布，确定2024年全国消协组织消费维权年主题为——激发消费活力

2024年315舆情热点预测

年度热点关注延续

中国消费者协会发布的“2023年十大消费维权舆情热点”盘点了年度热门舆情话题，**电商平台预售模式、会员侵权问题、旅游出行乱象、食品安全**话题等成为年度舆情热点，极有可能受到专题跟踪。

从各大官方消保平台数据可见，**互联网、直播电商、文旅、餐饮、服务业和食品行业**投诉量居高，是今年315舆情防控重点领域。

直播乱象热度攀高

近两年直播电商消费受到央视315及中国消费者协会屡次点名。2023年，**主播不当言论、虚假宣传，低俗式带货，直播间产品质量参差不齐、货不对板、以次充好**等问题频引舆论热议。

直播已成为全行业品牌营销推广的首选渠道之一，在相关报道跟进中，品牌极易受到误伤。

信息安全现新议题

在互联网消费中，**个人信息安全**引起监管部门的重视，2023年中国消费者协会及各地网信办多次开展专项整治与消费监督，品牌通过**扫码营销、强制关注公众号**等形式收集个人信息，成为监管重要议题。

此外在人工智能热度下，背后涉及的**虚假信息泛滥、消费欺诈风险**等也正在受到更多关注。

特定群体维权受重视

随着老龄化社会的到来，与老年群体相关的消费服务产业飞速发展，老年人相关知识缺乏、维权意识薄弱而产生的消费纠纷也日益增多。2023年，中国消费者协会针对老年人发出保健品消费提示，康养产业、银发文旅产业受到更多重视。

作为民生重要议题，**弱势群体的消费权益保障**将面临从严监管趋势。

2024年315风险防控提示



谨防行业议题连带影响

须特别重视行业性负面议题的影响力，如果某行业出现相关问题被曝光，同行业的品牌以及上下游产业均很可能会受到连带影响，品牌应做好全面预案准备。



完善短平快客诉处置流程

在315前后，如果品牌出现负面投诉曝光，很容易叠加315热度而引起舆论发酵。在舆情敏感期，品牌应尽可能完善客诉处置流程，追求短平快解决，避免因处置不当而上升公域讨论。



消保平台投诉需尽快完结

12315、黑猫投诉、消费保等消保平台客诉是媒体的重要选题来源，涉及品牌需尽快跟进完结相关投诉，谨防媒体从中挖掘话题、放大报道。



织密民生媒体关系网络

除央视等全国性媒体的专题跟踪之外，地方性民生媒体也是消费者维权舆情主阵地。建议品牌以市场属地原则布局当地民生媒体关系，提前防范315话题的跟进。

THANK YOU

