

# 互联网消费成2021年消费投诉“主流”

虚假“种草”营销、诱导未成年人过度消费最防不胜防

■新快报记者 郑志辉

随着国家数字经济的不断发展,互联网消费逐渐成为了社会消费的主流。不过,在这些新型潮流的消费形式受到热捧的同时,与网络消费相关的消费投诉和纠纷也越来越多,部分甚至演变成一定阶段内的消费乱象。

根据新浪黑屏投诉平台综合主管部门通报、全网舆情、黑猫投诉平台数据及典型消费问题发布的一份《2021十大消费乱象》报告,2021年全年众多热门消费舆情事件中,属于网络消费领域的就有三大类,值得引起大家的关注和警觉。

## “种草”笔记虚假营销盛行,误导消费

买化妆品、朋友聚餐、外出旅游……每当进行消费选择时,很多人都习惯搜索别人的分享笔记“做功课”,以快速高效地找到满足需求的产品。然而,正当大家享受“种草”带来的便利时,“杂草”也野蛮生长起来。调查显示,78.2%的受访者有被网络“种草”坑过的经历。

2021年,有网友在微博吐槽被“小红书”打卡图文欺骗,“我再也不相信小红书了”#冲上热搜,引发不少网友共鸣,网络滤镜虚假“种草”被推上风口浪尖。很多消费者出于对网红博主的信任,购买了其推荐的产品,购买后才发觉“踩雷”了。

事件背后是许多素人博主接广告时因不具备专业的产品鉴别能力,或产品的使用效果奏效周期长,未实际使用便发布虚假广告,甚至还由此衍生出“种草”笔记代写灰色产业链,严重误导用户的消费选择。

对此,2021年12月,中央网信办在全国范围内部署开展“清朗·打击流量造假、黑公关、网络水军”专项行动,其中就有“重点整治雇佣专业写手和网络水军虚构‘种草笔记’‘网红测评’”。同时,国家市场监督管理总局发布的《互联网广告管理办法(公开征求意见稿)》也明确指出,互联网广告应当具有可识别性,能够使消费者辨明其为广告。平台应当完善内容筛查机制,严厉处置虚假“种草”账号。

## 未成年人被诱导网游充值、直播打赏

黑猫投诉平台上,未成年人过度消费问题十分突出,2021年与此相关的投诉超2.6万条。比如说,黑猫投诉平台上



有大批消费者投诉乐堂动漫旗下的《奥特曼英雄传奇》诱导未成年人充值且客服不予处理,并称孩子在游戏内消费时未经过任何实名认证,甚至有未成年人在游戏内充值15000多元。

直播平台的未成年人过度消费问题同样严重。根据央视财经报道,有沉迷网络直播的未成年人70天的时间,将父母的158万积蓄全部打赏给一名主播,平台拒绝退还全部打赏金额后,受害人一家把直播平台告上法庭,经法院调解后该平台才全额退还158万元。

面对类似的案例和投诉一直有增无减,今年3月14日,国家互联网信息办公室再次就《未成年人网络保护条例(征求意见稿)》再次公开征求意见。《征求意见稿》第五十条指出,网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置青少年模式,在使用时段、时长、功能和内容等方面按照国家有关规定和标准提供服务,并为监护人履行监护职责提供时间管理、权限管理、消费管理等功能;合理限制未成年人在使用网络产品和服务中的单次消费数额和单日累计消费数额,不得向未成年人提供与其民事行为能力不符的付费服务。

## 直播带货虚假宣传问题依然突出

近年来,直播带货在给消费者带来沉浸式的购物体验的同时,行业也产生了不少问题和乱象,相关消费纠纷也不断增长,黑猫投诉平台数据显示,2021年全年以“直播”为关键词的投诉量超7万条,同比增长约3.5倍,虚假活动、产品质量、虚假宣传、价格误导等问题最为突出。

2021年5月,薇娅在直播间售卖了一款Supreme x GUZI联名挂脖风扇,多次强调该商品为爆款,宣称是美国联名非香港代理。但随后,微博博主Abe-style发文质疑薇娅所售卖的Supreme x GUZI联名是假货,之后薇娅发布声明承担责任并道歉。

今年3月2日,最高人民法院正式颁布了《关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》,自今年3月15日起施行。这部旨在加强新时期网络消费者权益保护的司法解释,近一半篇幅是对直播带货问题的具体回应,从销售者责任、平台责任、直播间运营者责任等多维度,针对目前存在的主播虚假宣传、退货售后不认账、利用虚假信息注册、销售食品安全不过关、知情情况下为假冒伪劣产品引流销售等问题,在司法层面全面强化了新业态消费者权益的保护力度。

## 电器电子产品拟新增四类有害物质限制

新快报讯 3月14日,工业和信息化部RoHS电器电子产品污染防治标准工作组组织召开“深化电器电子产品有害物质限制使用管理工作启动会”,标准工作组在介绍中国RoHS相关标准修订安排时提到,目前标准工作组已提交《电子电气产品中限用物质的限量要求》(GB/T 26572-2011)标准修改单,将在原有6种有害物质基础上新增4种邻苯类有害物质的限量要求,预计2022年9月底完成修订,目前正在开展企业问卷调查。同时,将制定《电器电子产品有害物质限制使用要求》强制性国家标准。

据了解,邻苯二甲酸酯类化合物作为最常见的增塑剂,也更加广泛地应用于电器电子产品生产和制造环节,随着电器电子产品的废弃和回收处置,其内部的邻苯二甲酸酯类化合物会大量涌入生态环境,对生态环境和人体健康产生影响,非常有必要从源头减少或避免电器电子产品有害物质使用。欧盟早在2015年就正式发布了(EU)2015/863指令,将四种邻苯二甲酸酯纳入RoHS 2.0,以增加电子电气设备(EEE)的化学安全性和促进回收,如果超过限量要求,不能在欧盟市场销售。

根据中国RoHS相关标准修订安排,新增4种邻苯类有害物质(DEHP、BBP、DBP、DIBP)已经以GB/T 26572-2011标准修改单形式提出要求,目前正在开展企业问卷调查,预计2022年9月底完成修订。而《电器电子产品有害物质限制使用要求》强制性国家标准也将在2022年初完成标准立项,预计3-5年出台标准。

(陈学东)



一起了解更多3C前沿资讯

## LG Display广州工厂十年公益爱心植树千余株

新快报讯 3月12日植树节, LG Display广州工厂组织工厂员工与家属志愿者100余人在广州市黄埔区华圣公园举行爱心植树公益活动。在过去十年间, LG Display广州工厂每年都组织员工志愿者进行植树造林活动,已累计植树千余株,累计参与员工人数达1000多人。多年来, LG Display广州工厂还通过接待中小学生学习、捐赠最尖端的IT产品、开展免费的电脑入门知识培训以及前往高龄老人居住的敬老院赠送生活必需品等多种形式来履行企业社会责任。

据了解,自2014年开始, LG Display广州工厂已经累计接待了超过1000名中小学生学习, LG Display的工程人员为学生们讲解液晶面板的显示原理、生产工艺及最新产品,激发他们对科学的热情。2017年4月, LG Display广

州面板工厂向位于广州市黄埔区的邻家社区少年宫捐赠1家IT发电所,通过捐赠最尖端的IT产品、开展免费的电脑入门知识培训等,为贫困儿童提供学习环境,加深他们对数字化技术的了解。

作为全球领先的显示面板生产企业, LG Display与广州渊源颇深,早在2006年就在广州投建了模组工厂,2012年投建LCD面板工厂,在广州平均每6年投建一座新工厂。2018年 LG Display投建的OLED电视面板生产线是 LG Display继模组工厂、液晶生产线后在中国广州建立的第三条生产线,也是其在韩国本土外建设的首条大尺寸OLED面板生产线。目前 LG Display广州OLED工厂已成为全球大尺寸OLED的核心战略生产基地,为加速OLED电视普及,改变全球高端电视市场格局奠定了坚实的基础。

作为中国首条大尺寸OLED面板产线,广州OLED电视面板工厂正式量产,每月产能为9万片(玻璃基板),广州工厂产能与韩国坡州工厂的产能合起来,目前每月OLED电视面板产能达到17万片(玻璃基板),而OLED电视面板年产能达1000万片。据市场调研机构Omdia数据显示,去年全球OLED电视销量为650万台,预计今年销量将增加20%,达800万台。作为全球首家量产OLED电视面板的领先显示面板厂商, LG Display正成为全球高端显示市场的领跑者。

LG Display以最先进的技术引领全球显示市场,不断为中国经济发展作出贡献,入驻广州投资建厂,不仅活跃周



边经济,也积极参与当地社会活动并提供社区服务。LG Display广州工厂负责人郑镇球常务表示:“LG Display自进入广州以来,作为本地社区的一员,不断地通过打造LG树林等多种多样的爱心活动来履行其企业社会责任,旨在不断为广州地区的经济发展作出贡献的同时,积极融入当地社区生活,肩负起企业社会责任。”

(陈学东)