

民生看点

瞄准消费者关注度最高的“大数据杀熟”、App自动续费、预付费“跑路”等问题，7月1日起正式实施的《消费者权益保护法实施条例》体现了多个“首次规定”

消费者权益如何接得住、用得好？

中国妇女报全媒体记者 徐阳晨

今年是《中华人民共和国消费者权益保护法》实施30周年，作为与之配套的首部行政法规——《消费者权益保护法实施条例》（以下简称《条例》）也在7月1日正式实施。《条例》加大了对消费者安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、安宁权、个人信息等保护力度，对预付式消费、直播带货、“霸王条款”“刷单炒信”“大数据杀熟”、自动续费、强制搭售等新领域新问题，在细化经营者义务，强化国家保护、完善争议解决等方面均作出了专门规定。中国妇女报全媒体记者邀请相关专家，对《条例》中消费者关注度高的问题进行解读，分析《条例》实施后消费者权益得到了哪些切实保护。

明令禁止“大数据杀熟”

“大数据杀熟”是指互联网企业利用大数据技术获取用户信息，对用户差异化定价的商业行为，同样的平台、时间和商品，订单的售价可能相差甚远。早在2022年9月，北京市消费者协会公布的互联网消费“大数据杀熟”问题调查结果显示，超七成受访者认为存在“大数据杀熟”现象，超六成受访者表示有过被“杀熟”经历。

此前，有网友称，其在某款App上，用两个账号分别搜索三亚某度假酒店同时间同房型的价格。黄金会员账号显示的价格为2910元一晚，普通会员账号显示的价格为2699元一晚。在两个账号都没有使用任何优惠券的情况下，黄金会员反而比普通会员贵211元。更有研究显示，在网约车领域，“熟人”打车比“新人”贵；打车人越多，打车费越贵；手机越贵，越容易被更贵车型接单。

但在实际维权中，几乎没有一个平台承认存在“大数据杀熟”行为，仅声称“是针对不同用户所进行的差异化营销”。针对当前消费者的维权困境，《条例》规定，经营者不得在消费者不知情的情况下，对同一商品服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。这也是我国在行政法规中首次对差异化定价进行规范。

安徽君先律师事务所执委会主任吴强强对《条例》中有关“大数据杀熟”的规定实施充满信心，他认为诸多“算法陷阱”“恶意营销”等问题有望得到治理。但他也指出，法律法规的完善仅是第一步，想要完全解决相关问题，还需要多部门及全社会的共同努力。他建议有关部门加强对公民个人数据的保护，维护公民数据安全，依法限制各类软件任意使用个人数据；同时，希望市场部门加大处罚力度，定期通报典型案例，纳入企业诚信档案，督促企业规范经营行为。对重大有影响力的案件，检察机关应介入提起公益诉讼（如生鲜灯公益诉讼案）。

严管“刷单炒信”等新侵权现象

当前，“批量点赞”“虚假种草”“虚构测评”“好评返现”“删除差评”等行为已成为互联网时代虚假宣传的新手段，不仅损害了公平竞争和公平交易，而且破坏了网络信用评价体系。此前，根据地方市场监管部门公布的案例，江苏某网络科技公司为帮助其运营的网店提高流量、交易量等，自2022年起帮助网店经营者在各电商平台进行“刷单炒信”并收取费用。截至案发，共计“刷单”173568笔，“浏览单”195880笔，涉案金额361.27万元。近年来，部分商家以“少量多次”的“蚂蚁搬家”方式“刷单”，行为更加隐蔽复杂。

为更好地保障消费者的知情权和选择权，《条例》作出了一系列新的规定。如针对“刷单炒信”，规定经营者不得虚构交易信息、经营数据，不得篡改、伪造、隐匿用户



评价等，防止欺骗、误导消费者；针对演出订票、在线旅游、在线文娱、网购快递、医疗美容等新业态“霸王条款”重灾区，规定经营者不得利用格式条款不合理地免除或者减轻其责任、加重消费者的责任或者限制消费者依法变更或者解除合同、选择诉讼或者仲裁解决消费争议、选择其他经营者的商品或者服务等权利。

同时，《条例》对于通过夹带、调包、造假、捏造事实等方式骗取赔偿或者对经营者敲诈勒索的，要求依照治安管理处罚法等相关法律予以处理。这在进一步明确经营者义务的同时，也为经营者创造了良好的市场环境。值得注意的是，针对“一老一小”消费中的不透明现象，《条例》规定经营者保障消费者人身财产安全、缺陷产品处理、明码标价、使用格式条款等义务，以及对老年人、未成年人消费者权益保护等方面的义务作了进一步具体安排。

中盾律师事务所合伙人井荣风指出，为了保障消费者的知情权和选择权，特别是针对网络消费中存在的问题，《条例》作出了详细的规定。如禁止虚假宣传、禁止价格歧视、明确商品和服务信息、保障消费者自主选择权等。她认为上述规定能有效规避几方面不良现象：一是规避虚假营销，

通过禁止虚构交易信息和用户评价，减少了虚假营销行为的发生；二是针对消费者遇到的“订单不退不换”“注册视为同意”“管辖权限制”等难题，《条例》作出规范，向“霸王条款”说不，通过要求经营者履行承诺，包括售后服务、安全保障义务和瑕疵担保等责任的承担，进一步解决退款难的问题；三是《条例》重申了对消费者个人信息的保护，要求经营者收集个人信息遵循“最小必要原则”，不得采用一次授权、默认授权等方式，不得强制或变相强制消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的个人信息。

此外，对于作为特殊消费者的“一老一小”，井荣风认为《条例》给予了优先保障，规定“禁止诱导老年人消费、网络游戏服务经营者要设置未成年人防沉迷机制”。这是《条例》迈向体系化完善的重要标志。

弥补“预付费”管理空白

近年来，健身房、美容院、理发店失联“跑路”的恶意违约事件时有发生，消费者要回预付款的维权之路艰难。《条例》主要是从设立“书面合同”的义务，强化“按约履行”的义务、明确“事中告知”的义务三方面

强化了经营者的义务。特别是对针对经营者降低质量、偷工减料、服务缩水等情形，《条例》首次赋予了消费者合同解除权，而且经营者要退的不仅仅是预付款的余额，而是要根据合同履行情况和违约情况来定。

此外，在实际消费中，以“押金”来充当预付款的案例不在少数，虽然押金是担保而非预付款，但同样有“预付”的形式和风险，也容易引发退款纠纷。因此，《条例》对押金也作了相应的规定，要求经营者应当事先与消费者约定退还押金的方式、程序和时限，不得对退还押金设置不合理条件，符合条件的要及时退还。消费者违约时，经营者扣除押金应当以实际损失为标准，而不是简单的“全有全无”。

需要强调的是，预付费消费是一种商业模式，涉及各行各业。比如，单用途商业预付卡由商务部门主管，教育、体育、文化旅游、卫生健康、交通运输等行业主管部门也都有相应的职责。考虑到预付费监管的实际需求，《条例》设立了专门罚则，明确由各有关行政部门进行处罚；对于预收费用后卷款“跑路”的，还将依法列入严重违法失信名单。做到了各项“预付费”追偿有部门可执行，惩处到位。

“预付款引起的纠纷，很大程度上是没有签订书面的协议，双方的责任和义务划分不清。”中

共大连市委党校经济学教研部主任、教授杨晓猛指出，《条例》的重要意义在于提醒消费者进行预付款消费时，应审慎选择经营者，签订明确的合同。她建议，当经营者没有按照约定提供商品或服务时，消费者有权要求经营者继续按照约定履行或退还预付款；当经营者出现重大经营风险时，有关部门或消费者可以要求经营者停止收取消费者的预付款，以防造成更大的风险或损失。“通常，在未提前告知消费者的情况下，场馆突然倒闭或者搬迁，是维权中较为棘手的问题，因此《条例》也规定经营场所变迁必须提前告知消费者，让其有知情权，这具有重要的现实意义。”

破解自动续费痛点

App自动续费现在已成为很多互联网产品的标配。但订阅时“一路畅通”，退订时却“障碍重重”。App自动续费套路深已成为反映强烈的消费问题。《条例》明确，商家通过自动续费方式提供服务的，不仅要事先告知，而且要以显著方式提示消费者注意，让消费者在充分知情的基础上自主选择。

不仅仅是单一的自动续费问题，很多用户表示，只要一次授权，即使事后已卸载付费App，完全不使用系统依然扣费，严重侵犯了消费者的知情权和财产安全权。另外，部分网站和App的各种付费制式翻新，有首月优惠、次月高价；在实际支付时，有的默认勾选、擅自扣款；有时跳转了五六步都没法取消，让消费者防不胜防。《条例》就此规定，经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费前，以显著方式提请消费者注意。

杨晓猛认为，自动续费的相关规定确保消费者能以“显著方式”知情，不允许出现遮挡、隐藏自动续费后的恶意调价；同时规范了市场行为，防止经营者利用自动续费功能进行不当、套娃式收费、隐瞒消费者签订“隐形合同”，规范市场电子支付续费行为；另外，增强了信息透明度，有助于消费者更好地了解和管理自己的消费行为，避免不必要的延期、分期支出和透支。

广西

近年来，广西壮族自治区中帼家政品牌“南方月嫂”贯彻落实家政服务业提质扩容行动，扎实推进“八桂劳务”品牌建设工作，从技能培训和劳务输出发力，通过“四大举措”解决家政用工难问题，提高了行业人才的质量和数量，打造了“南方月嫂”劳务品牌，有力促进了当地劳动力稳岗就业和家政服务业高质量发展。目前全区从事月嫂、育婴、保姆、保洁、养老等家政服务人员达100万人，其中通过“南方月嫂”劳务品牌培训15万人次，带动就业12.75万余人。

从政策到品牌 夯实家政人才基础

“南方月嫂”作为广西劳务品牌和龙头家政企业，参与了《关于进一步促进家政服务业加快发展若干措施》《家政服务企业信用等级评价》广西地方标准等政策文件的起草编制。“南方月嫂”承办了2023年粤桂家政合作活动，来自粤桂两地65个家政企业提供了200余个招聘岗位、5000多个用工需求。粤桂合作还开展了职业技能培训，共有500人培训合格并获得职业资格证书；专场招聘会进场应聘求职者3000多人，达成就业意向1580人。

“南方月嫂”设有育婴员、家政服务员、养老护理员、营养配餐员、餐厅服务员、客房服务员、电子商务师等19个专业，以及母婴护理（月嫂）、产后康复指导、小儿推拿、病患陪护、桂林米粉制作等13个专项技能。截至2023年10月，已先后面向社会培训各类家政服务人员15万人次，符合职业资格鉴定的人员全部参加考试，98%以上的学员一次性通过技能鉴定，获得国家相关专业的技能等级证书和专项能力证书，总体就业率超过85%。

赋能乡村振兴 深化产教融合

“南方月嫂”品牌在扩大就业、乡村振兴、改善民生等方面发挥了重要作用。“南方月嫂”培养的阿姨具有好学、勤劳、苦干，对环境适应能力强等优秀品质。“南方月嫂”看准自身特点，狠抓家政产业振兴乡村工作。2016年以来，家政培训进村（社区）286个，200多名志愿者组成宣讲队，分赴各地开展家政服务宣传培训，培训人员2.8万人次，带动2.82万名建档立卡贫困农民工就业。

人才培养是行业发展的“重头戏”，“南方月嫂”积极参与校企合作项目，入选国家发改委首批产教融合型家政企业建设培育库。与南宁师范大学、崇左幼儿师范高等专科学校建立合作关系，使成人高等教育与职业教育相结合，提供丰富的线上专业基础知识和线下优质职业技能培训的内容。通过校企合作，家政服务业技能水平得到迅速提升，除了育婴、月嫂、养老、保洁等传统工种培训外，还推出了“知识技能型”服务工种培训，如医院护工、托育、幼儿家教、家居收纳等新型工种。“南方月嫂”依托产教融合实训基地，以市场服务为宗旨，以市场需求为导向，每年培训人数为4000多人，并取得相应的国家职业资格等级证书，每年成功推荐就业3000多人。

（来源：全国妇联妇女发展部）



“南方月嫂”育婴员培训班结业仪式。

经济观察

文旅部：近四万场次文旅活动助“燃”暑期消费

中国妇女报全媒体记者 陈姝

“据初步统计，各地将在暑期举办超4000项约3.7万场次文旅消费活动，推出发放消费券、消费满减、折扣套餐等惠民措施，多地还针对中、高考毕业生和大学生推出景区门票和优惠政策，针对夜游、避暑游、研学游、亲子游等推出文旅礼包……”近日，文化和旅游部（以下简称文旅部）举办2024年第二季度例行新闻发布会，介绍全国暑期文化和旅游消费季等有关情况。

打造多样文旅消费“微场景”

文旅部产业发展司副司长傅瀚霄在会上介绍，7月中旬在内蒙古自治区鄂尔多斯市将举办2024年全国暑期文化和旅游消费季主场活动，并发布面向全国范围的惠民活动及优质产品。

国家体育总局将发布“跟着赛事去旅行”暑期赛事目录，有关支持单位将发布“避暑消夏好去处”“跟着演出去旅行”“寻味美食去旅行”暑期旅游线上专区及惠民措施等。

日前，文旅部联合国家发展改革委等部门联合印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，就培育文旅消费新场景，提出深化旅游业态融合创新、推动城乡文旅提质增效、提升入境旅游便利水平、拓展文体消费空间等4项措施。在扩大夏季文旅产品供给方面，傅瀚霄介绍，文旅部将引导各地围绕避暑、亲子、研学、夜间等消费热点，丰富滨海、水上运动、演出、戏剧节、美食消夏、主题市集等产品供给，满足居民游客暑期文旅消费需求。

目前各地采取了多种形式活动刺激消费。浙江省举办了“缤纷夏日 浙里好玩”2024全省夏季文化和旅游消费季，开展青云市集、文艺快

闪、夏日纳凉雅集等活动，打造多样化文旅消费“微场景”。四川省成都市也将通过有关平台发放3000万元“暑来成都 乐游天府”文旅消费券。

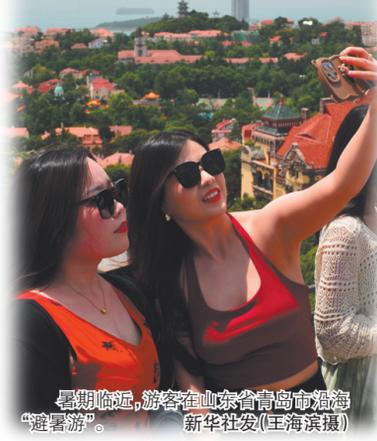
推介国家级夜间文化和旅游消费集聚区

傅瀚霄表示，要促进文化、旅游与体育、商业、影视、康养等相关领域深度融合，在发展沉浸式、互动式、数字化消费产品同时培育文化和旅游新业态创新消费场景，更好满足人民群众品质化、多样化、个性化消费需求。如采取“文旅+影视”双向奔赴模式，提升影视剧《我的阿勒泰》取景地的旅游打卡线路，带领人们探寻雪山、草原的诗情画意。体育赛事已成为新型旅游吸引物，内蒙古那达慕传统赛马、摔跤、射箭等竞技赛事精彩纷呈，打造了丰富的各民族共享的节日盛会。

对于如何发展夜间文旅经济，傅瀚霄表示，

文旅部将指导有关机构发布夜间文化和旅游消费指南，推介国家级夜间文化和旅游消费集聚区。同时，引导集聚区丰富文旅产品供给，开展消费惠民活动，支持集聚区根据自身类型特点举办国风国潮、艺术时尚、演出展览、美食消夏等主题特色消费促进活动。

据悉，为更好地满足群众需求，文旅部高度重视发展夜间文旅经济，于2021年启动国家级夜间文化和旅游消费集聚区建设工作，先后遴选出三批共345个集聚区。根据数据监测，今年五一假期，345个集聚区夜间客流量达到7257.58万人次，同比增长6.9%，其中南京市夫子庙—秦淮风光带、西安市大唐不夜城等集聚区夜间客流量超100万人次。集聚区逐步成为文旅消费最活跃的区域，成为各地经济的新增长点，成为提升城市活力、形成强大国内市场的新引擎。



暑期临近，游客在山东省青岛市沿海“避暑游”。新华社发（王海滨摄）