

消费活力升温 侵权套路升级

2026 上半年四川消费维权五大痛点曝光

□本报记者 马工枚

四川省保护消费者权益委员会(以下简称“四川省消委会”)日前发布了四川 2026 年上半年消费者投诉信息统计分析报告。据报告分析,2026 年上半年,伴随线上线下融合、体验式消费、康养医美等新型消费快速兴起,四川消费活力持续释放的同时,套路化侵权、群体性维权等新问题也日益凸显。餐饮违规、诱导未成年人消费、预付式跑路、医美乱象、针对老年人的精准欺诈成为上半年消费维权突出痛点。

餐饮投诉高位攀升 多场景违规问题频发

2026 年上半年餐饮消费回暖带动相关投诉高位运行, 纠纷主要集中在四大问题:食材变质、含异物等食品安全隐患;标价不清、私收服务费等价格乱象;线上团购到店无故受限、履约失范;门店设施老旧、风险提示不足引发消费安全问题。

2026 年 3 月,广安市岳池县消费者购买糕点后发现食品发霉变质,经调解,商家全额退款并赔付 100 元,同时被监管部门予以食品安全告诫。

四川省消委会提醒, 消费者应选择合规商户, 仔细阅读线上团购规则并留存凭证, 遇到侵权问题及时固定证据,依法维权。

未成年人消费纠纷增多 诱导消费维权难度大

2026 年上半年未成年人消费纠纷明显增多,涵盖文具、数码、线上娱乐等多个品类, 大额非理性消费占比

上升。部分商家利用未成年人认知不足,以优惠、垫付等方式诱导消费,且未成年人消费多无监护人陪同、证据不全,导致纠纷责任认定难度较大。

2026 年 4 月, 资阳市一名未满 9 周岁未成年人花费 80 元购买玩具,家长以消费超出孩子认知为由申请退款遭拒。经调解,依据相关法律认定该消费行为效力待定,促成商家全额退款。

四川省消委会表示, 未成年人维权需多方共治。监护人需加强教育与账户管理,关注孩子消费动态;经营者需履行审慎审查义务, 严禁诱导未成年人消费, 线上平台严格落实防沉迷规定。下一步,四川省消委会将联合多部门开展校园普法,规范经营秩序。

预付式消费乱象难除 暗藏群体性维权风险

预付式消费覆盖美容、康养、母婴、教育培训等多个领域,主要问题包括商家设置霸王条款拒不退款、擅自缩减服务权益、闭店跑路拒退预付款等, 尤其是特许经营品牌重招商轻监管,加盟店违规吸储跑路、品牌与门店

相互推诿,易引发群体性投诉、造成大额财产损失。

2026 年上半年成都“婴之皇”母婴加盟店跑路事件极具典型性, 涉事门店吸纳超 400 名消费者预付资金,涉案金额超百万元, 品牌方解约未公示、权责不清,引发大规模维权,四川省消委会已专项约谈涉事主体。

四川省消委会分析, 预付消费纠纷频发的核心在于资金监管缺失、商户履约无约束、退出无兜底,商家单方制定的不退费条款均属无效。四川省消委会建议消费者选择小额短期预付、优先选择正规监管商户,留存交易凭证。同时呼吁完善监管机制,推行高风险行业资金托管与保证金制度,压实品牌方监管兜底责任。

医美纠纷问题突出 信息差致维权取证难

医美行业因信息不对称、专业性强,消费纠纷频发。争议主要集中在服务约定模糊、商家虚假宣传夸大效果、机构聘用无资质人员从业、隐瞒医疗风险、以知情同意书恶意免责等违规行为方面。

成都市龙泉驿区一名七旬老人两年半内现金充值 68 万元用于美容院理疗, 纠纷发生后商家拒不提供消费记录、推诿扯皮。经消委会联动公安、卫健、市场监管等多部门核查 600 余条交易记录, 最终促成商家退款 29.8 万元。值得一提的是,消委会在此案后续调查中发现, 该美容院存在违规开展医疗美容项目的情况, 进一步凸显

了美容行业乱象。

四川省消委会强调, 医美资质为法定底线,任何免责条款均无法免除经营者侵权责任。提醒消费者术前核验机构及人员资质、签订书面合同、留存完整证据。同时建议监管部门强化常态化稽查,严查医美行业非法行医、虚假宣传等乱象。

老年消费遭精准围猎 套路化欺诈问题凸显

2026 年上半年四川多地爆发大额、群体性老年消费投诉,针对老年人的侵权行为已形成产业化、套路化围猎模式。不法商家依托免费旅游、健康讲座、礼品馈赠等方式引流,虚构产品功效高价售卖普通商品, 以积分返利诱导大额复购。涉事商户多存在无照、异地经营等问题, 通过现金交易隐匿凭证, 导致老年消费者举证难、维权难。

2026 年 4 月,成都市成华区一名老人被商家以旅游引流方式诱导消费 20 万元购买阿胶, 涉事商户注册地址与实际经营地址不符。经多部门联合调解,商家全额退款,涉事企业因失联被列入经营异常名录。

四川省消委会提醒, 老年消费者及家属需警惕各类免费推销活动,不轻信康养增值噱头, 大额消费核实商家资质、留存转账凭证,家属及时排查异常消费。同时呼吁监管部门深化老年消费专项整治, 健全多部门维权机制,常态化开展普法宣传,守护老年群体消费安全。



技术延花期 繁花旺市场

新疆霍城“紫色经济”实现长效增收

□彭祥明 克拉然 本报记者 王建武 文 / 图

开得这么好,很鲜艳,拍照很出片。”

霍城县是全国薰衣草核心种植产区,传统薰衣草自然花期主要集中在每年 6 月初至 7 月初, 产业观赏期、创收期高度集中,极大制约了文旅消费和产业增值空间。为破解花期短、旺季集中的发展瓶颈,解忧公主薰衣草农场依托本土种植科研优势,引进成熟的错峰种植与花期调控技术,结合本地气候、土壤条件优化改良种植模式,有效错开主花期,稳定延长花期。

目前霍城县芦草沟镇解忧公主薰衣草农场依旧繁花似锦、花香四溢,彻底改变了以往“夏季一过、无花可赏”

的产业现状。

霍城县芦草沟镇解忧公主薰衣草农场景区总经理张志强介绍道:“这是我们进行薰衣草花期调控技术实践的第二年。简单来说,就是通过生长调节技术控制,让薰衣草花按轮依次开放,通过这项技术可以保障游客在 8 月、9 月和 10 月都能够看到薰衣草,体验到霍城薰衣草的芬芳和美好。”

花期调控技术的落地应用,拉长了薰衣草观赏周期, 农场每天都能吸引 2000 余名各地游客前来赏花打卡,更有效盘活了秋日文旅市场, 带动周边民宿、餐饮、文创产品销售、精油加工等上下游产业持续增收。

化维护自身合法权益。

建议蒋先生收集好购票证据、付款凭证以及与主办方沟通协商记录等相关证据, 向当地市场监管或相关主管部门以及消委会投诉, 请求其核查或者调解, 调解后争议解决无果的, 可依法向人民法院提起诉讼, 维护自身合法权益。

问题四

尤女士在线下商场购买儿童滑板车,商家宣传加厚车架、刹车安全,但骑行时发现车身晃动、刹车打滑失灵,商场售后不予处理。

律师解答

尤女士有权要求销售儿童滑板车的商场承担相应的民事责任。该滑板车存在“车身晃动”“刹车打滑失灵”等明显不符合质量要求的情况, 甚至涉嫌产品缺陷的情形,商场拒绝处理,违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条规定的法定售后义务,构成违约;若上述缺陷导致尤女士子女在使用中摔倒受伤, 则同时触发产品责任,尤女士可依据《中华人民共和国民法典》第一千二百零三条向销售者(商场)主张侵权赔偿。

在责任承担上, 尤女士可主张退货退款、更换或修理,并有权要求商场赔偿由此产生的损失。

建议尤女士收集好购票证据、付款凭证以及与商场沟通协商记录等相关证据, 向当地市场监管部门以及消委会投诉,请求其核查或者调解, 调解后争议解决无果的, 可依法向人民法院提起诉讼,维护自身合法权益。

一根翠竹的“花滩蝶变”

宜宾长宁本土特色产业跑出增值“加速度”

□宋成均 李万宁 本报记者 鹿贵唐 尚梅柱

8 月 4 日, 在四川省宜宾市长宁县花滩镇香聚竹木加工有限公司(以下简称“香聚竹木”)生产车间, 竹木幽香扑面而来。一根根竹木经过选料、粉碎、制香、晾晒等多道工序, 变身为各类手工线香产品,即将从这里出发,畅销全国并远渡重洋, 打入海外市场。深山翠竹, 正焕发出全新的商业价值, 而这背后, 是花滩镇持续优化营商环境、精准助企纾困, 靶向培育本土特色竹木产业的持续努力。

作为镇域竹木产业的典型代表, 香聚竹木自 2014 年扎根花滩镇, 依托本地优质竹木资源专注传统天然线香生产。2018 年, 香聚竹木完成从小作坊向标准化企业的转型升级, 如今已成长为西南地区颇具规模的专业化制香龙头企业, 构建起种植、加工、研发、销售一体化产业链。2025 年, 企业年产值突破 2000 万元, 产品不仅覆盖全国 500 多家销售网点, 更成功打入缅甸等海外市场。

香聚竹木总经理罗涛感慨:“从小作坊起步到拓展生产线、打造文创品牌、对接外贸订单, 每一步都离不开地方政府的帮扶。从林地资源统筹、证照审批绿色通道, 到用工对接、品牌包装指导, 镇上全程跟踪服务, 让我们能一心一意抓生产、拓市场。”

香聚竹木的高质量发展, 得益于花滩镇持续优化的政务服务量和量身定制的帮扶机制。

花滩镇党委、镇政府主动下沉企业, 建立“问题需求、责任落实、成效回访”三张清单, 通过“千名干部进万家”大走访精准摸排企业痛点。针对中小微企业普遍面临的融资难题, 镇里迅速召

战高温 守食安

广安邻水抓实夏季食品安全治理



“后厨的食材储存温度要达标, 凉菜专间必须每天消杀。”近日,四川省广安市邻水县陈记印象餐饮店后厨内, 广安高新区市场监督管理局执法人员正在对食品加工操作流程和食材储存条件进行逐一核验。灶台热气腾腾,室内温度不低,执法人员按程序逐项检查,细致记录。

入夏以来, 气温持续攀升, 食品安全风险随之进入高发期。为有效防范食物中毒和食源性疾病, 邻水县市场监督管理局组织执法力量, 在辖区全面开展夏季食品安全专项检查, 全力守护老百姓“舌尖上的安全”。

在邻水县陈记印象等承接网络外卖订单的餐饮店及卤菜店,执法人员采取“线上筛查+线下核验”相结合的方式, 重点检查后厨食品加工操作是否规范、食材储存条件是否达标、餐饮具清洗消毒是否到位, 以及凉菜专间卫生状况。同时, 还逐一核查入网餐饮单位的证照资质, 确认经营地址与实际地址是否一致, 严查“幽灵外卖”等问题, 确保线上线下餐饮同标同质。

“夏季食品安全压力大, 我们增加了食材采购频次, 做到少量多次、当天用当天进, 同时严格落实‘食安封

签’制度, 确保外卖送到顾客手里时包装是完好的、温度达标。”陈记印象店长郑果说。

责任落实, 督促到位。入夏以来, 邻水县市场监督管理局以最严格的标准加强食品安全的日常监管和宣传, 强化责任落实, 全面织牢食品安全网, 确保及时发现、及时处置食品安全隐患和问题。

“近期随着气温持续升高, 食品安全风险增大, 我们紧紧围绕‘防风险、守底线、保安全’的工作目标, 采取日常巡查与重点抽查相结合的方式, 重点盯住后厨卫生、食材储存和外卖包装环节, 最大限度消除隐患, 维护消费者的切身利益。”广安高新区市场监督管理局副所长万世文表示。

据了解, 自入夏以来, 邻水县市场监督管理局已检查食品生产经营单位 1200 余家次。对检查中发现的问题, 执法人员现场逐一指导整改, 并下达限期责令整改通知书, 切实防范化解食品安全隐患, 确保夏季不发生重大食品安全事故, 为广大群众营造安全放心的消费环境, 牢牢守住餐桌上的安全底线。

沈仁平 李勇 文 / 图

月月 315·消费提示

座位缩水、货不对板、承诺落空

暑期消费遇纠纷, 消委会律师教你依法维权

□本报记者 马工枚

暑期文娱出行、居家好物、儿童用品消费全面火热, 虚假宣传、履约违约、产品质量不达标等消费陷阱集中暴露: 话剧门票座位货不对板且赠品缺失, 平台拒不退换; 电动剃须刀功能与宣传严重不符, 商家拒绝换新; 儿童滑板车存在安全隐患, 商场推诿售后; 音乐节通票多项承诺落空, 主办方不予退费。四川省保护消费者权益委员会律师顾问团为您逐一解惑, 明确各类消费纠纷的维权依据、实操路径以及法律权益, 教您留存关键证据、合理主张诉求, 让您的暑期各类消费全程无忧。

问题一

唐女士网购话剧演出票, 平台宣传居中黄金席位、附赠节目手册, 实际座位靠边, 视线受阻, 赠品未兑现, 平台拒绝改退。

律师解答

唐女士网购话剧演出票出现宣传中的居中黄金席位与实际座位情况显著不符、附赠节目手册未兑现赠品等问题, 显示主办方存在违约行为, 根据《中华人民共和国民法典》第五百七十七条和《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条、第二十条、第二十六条之规定, 主办方的行为不仅侵犯了消费者的知情权和选择权, 还有可能构成虚假宣传。据此, 唐女士可向主办方主张继续履行或赔偿赠品实际价值的损失, 也可要求全额退还票款。

若有证据证明, 主办方明知座位有遮挡却故意隐瞒、故意不提供赠品, 仅为诱导消费而虚假承诺, 则可能构

成欺诈, 唐女士可依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条的规定, 主张“退一赔三”(增加赔偿金额不足五百元的, 为五百元)。

建议唐女士收集好购票证据、付款凭证以及与平台沟通协商记录等相关证据, 向当地市场监管或相关主管部门以及消委会投诉, 请求其核查或者调解, 调解后争议解决无果的, 可依法向人民法院提起诉讼, 维护自身合法权益。

问题二

邵先生网购电动剃须刀, 商家宣传全身水洗、贴面剃须, 然而使用时却出现剃须夹须、防水失效机身进水等问题, 商家拒绝换新。

律师解答

针对邵先生网购的剃须刀, 商家宣传和实际使用不符的情况, 构成质量违约, 商家宣传“全身水洗”, 实际使用却出现机身进水等问题, 属于商品不具备应当具备的使用性能, 构成瑕疵履行, 应承担维修或者更换义务。根据《中华人民共和国民法典》第五百八十二条、第六百一十七条和《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条之规定, 若商家明知产品不具备宣传的防水性能仍作虚假宣传, 可能构成虚假宣传或消费欺诈。

电动剃须刀属于耐用商品, 根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十三条, 自收货之日起六个月内因商品瑕疵发生争议的, 由经营者承担举证责任。若邵先生在六个月内发现问题, 商家需自证产品出厂时合格, 否则应承担法律规定的瑕疵担保责任。

建议邵先生收集好购票证据、付款凭证以及与商家沟通协商记录等相关证据, 向当地市场监管部门以及消委会投诉, 请求其核查或者调解, 调解后争议解决无果的, 可依法向人民法院提起诉讼, 维护自身合法权益。

问题三

蒋先生线下购买音乐节通票, 主办方承诺全天不限次出入、接驳车免费乘坐, 现场却出现多次核验阻拦、接驳车取消的情况, 主办方不予退费。

律师解答

主办方在售票时向蒋先生明确承诺“全天不限次出入”与“接驳车免费乘坐”, 该承诺已构成票务合同的核心条款, 主办方应当依约全面履行。但现场多次阻拦蒋先生入场并单方取消接驳车服务, 致使蒋先生便捷、自由地参加音乐节的核心目的落空, 主办方已构成违约。依据《中华人民共和国民法典》第五百零九条、第五百七十七条、第五百六十三条及《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条之规定, 因主办方违约行为导致合同目的无法实现, 蒋先生有权解除合同。据此, 蒋先生可主张解除合同, 要求主办方全额退还票款, 并赔偿其为参加音乐节所支出的交通、住宿等合理费用。

若有证据证明主办方存在欺诈行为, 蒋先生可依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条的规定, 主张退一赔三的惩罚性赔偿, 以最大