

关注 3·15



央视“3·15”晚会播出

重点聚焦四大领域侵害消费者权益违法行为

中央广播电视总台第36届“3·15”晚会于3月15日20时在央视财经频道现场直播。今年“3·15”晚会聚焦“放心消费 品质生活”的主题,关注食品安全、公共安全、金融安全、广告市场等领域侵害消费者权益的违法行为。

过去一年,我国经济高质量发展取得新成效,新质生产力赋能千行百业。2026年是“十五五”开局之年,我国将持续推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。新消费的兴起,是中国经济结构优化升级的鲜明注脚,也是更好满足人民对美好生活向往的生动体现。“3·15”晚会始终致力于“强化消费者权益保护”,营造放心、安心、舒心的消费环境。今年“3·15”晚会揭秘了相关行业存在的消费陷阱和违法侵权行为。

“漂白鸡爪”环境脏乱 双氧水随便用

线上火爆、动辄销量上万件的网红鸡爪,在线下超市、休闲零食店是热销单品,也很受消费者的喜爱。

“3·15”晚会的记者在鸡爪火爆销售的川渝地区展开调查。在未办理健康证、未做任何健康体检、未经过任何卫生消毒的情况下,记者很轻松地进入成都市明扬食品生产车间,这里正是为蜀福香食品有限责任公司鸡爪产品进行前期加工的场所。在现场,记者看到食品加工车间里,泡制区、修剪区、挑选区臭气弥漫,刺鼻的腥臭味让人作呕。生产环境脏乱不堪:地面长期淤积着浑浊污水,各类塑料筐杂乱无章随意堆放,生产机械设备表面污渍厚重、油污遍布。

我国《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准(GB 2760-2024)》明确规定,过氧化氢不能用在鸡爪加工上。记者发现不仅这一家食品企业存在用双氧水泡鸡爪的行为。

在重庆市曾巧食品有限公司,记者同样发现了大量回收的蓝色包装桶,桶身标签赫然标注着过氧化氢,即俗称的双氧水,含量高达35%,生产厂家是四川眉山市的金山制药有限公司。

双氧水这种化学物质会破坏食品中的蛋白质等营养成分,消费者如果长期食用经其浸泡的食品,会造成口腔黏膜损伤、肝肾功能损害等健康危害,超剂量食用则会危及生命。

记者在西南地区的海霸王冻品市场继续调查,一些商家告诉记者,他们销售的半成品鸡爪中,也有使用双氧水进行非法“漂白”处理的情况。

危害人体健康的双氧水究竟从何而来?记者以鸡爪生产厂家的名义,来到多次出现在包装桶上的金山制药有限公司。记者发现,本应严管严控的化学品,在这家企业里竟被随意对外售卖。而且,违规销售双氧水的企业不仅金山制药一家。在新乡的亿丰电子新材料有限公司,记者注意到,经过一番“包装”,用于“漂白”鸡爪的双氧水,摇身一变成“生活饮用水用过氧化氢消毒液”。

经过一个多月卧底调查取证,3月初,“3·15”晚会记者将调查素材移交国家市场监督管理总局。总局立即组织多司局研判线索,针对顶风作案的涉事商户和企业,于3月13日调动多地执法力量,分成几路对这条食品加工黑色产业链展开全面收网行动,对蜀福香、明扬食品、曾巧食品及上游相关企业开展突击检查。金山制药、亿丰电子新材料也因违规提供无标签食品添加剂,违反危化品管理规定被一并查处。

“私域营销” 5倍暴利围猎老人

2026年1月下旬,“3·15”晚会记者参加了一场在华中某市举办的私域营销行业内部交流会,在这里,不少“网络视频制作方”企业代表登台发言,寻找合作伙伴。

记者了解到,这个所谓“网络视频制作方”是私域营销行业中的关键环节。这些企业以低价从药企或保健品公司购买选品,然后针对其制作健康讲座等系列视频,将视频卖给私域营销公司。私域营销公司将消费者引导至社交平台的私域场景,播放课程,进行产品营销。

“网络视频制作方”选品采购的药品和保健品,进货成本都很低廉,但对外售价却非常高。一款普通辅助治疗的药品,被夸大甚至篡改基本作用,并且以市场价近5倍的价格进行销售,为一探背后的秘密,记者来到“大红国际”的办公地点,接待记者的正是刘经理。交谈一开始,刘经理首先谈到的,竟然是“3·15”晚会。“你们要搞就是年后,过了3·15再说。咱们这个私域渠道属于灰色地带。”“大红国际”的刘经理告诉记者,作为制作虚假课程讲座、高价兜售药品坑骗老年人的商家,这段时间要低调行事,“大家都担心今年3·15社群(私域)这个东西是不是要曝出来”“过了3·15再说,我们这个叫药圈,3·15是风向标”。

那么是谁制作这些视频呢?记者在知情人介绍下,找到了位于东北某市的盛维文化传媒有限公司,公司的钟总表示,决定网上一档所谓视频能否卖货,最关键的因素,就是视频里那些侃侃而谈的“医学专家”,而这些“国医弟子、学会会长、专家委员”等光鲜头衔,几乎全是花钱买到的包装道具!

记者也以“网络视频制作方”身份,辗转联系到了几位录制网络视频的所谓专家讲师本人,对方都极为警惕,拒绝了记者近期见面的请求。冒牌专家:“咱最好过了3·15吧,好吧?或者三月初咱俩再联系,到3·15以后再把这个事落实,是录节目还是咋弄,因为现在确实不敢弄。”

冒牌专家:“咱最好过了3·15吧,好吧?或者三月初咱俩再联系,到3·15以后再把这个事落实,是录节目还是咋弄,因为现在确实不敢弄。”

据央视新闻

2025年全国受理消费投诉举报2600多万件

网络消费维权占比过半

新华社北京3月15日电(记者 戴小河) 记者15日从市场监管总局获悉,2025年全国通过12315平台、电话等渠道共受理消费者投诉、举报、咨询4386.6万件,其中投诉举报2646万件,同比增长9.8%。全年为消费者挽回经济损失43.5亿元,消费维权效能持续提升,投诉举报呈现十大鲜明特点。

消费投诉总量首次突破2000万件,达2036.6万件,同比增长9.3%。售后服务、质量、食品安全、合同问题位居前列,售后服务投诉连续三年居首;合同问题投诉同比增40.3%,退款难、霸王条款、履约不到位等问题突出。

日常消费品诉求集中,服务投诉增速领先。2025年,全国市场监管部门受理商品投诉1320万件,同比增长8.1%,占受理投诉总量的64.8%。受理服务投诉716.6万件,同比增长11.7%,占受理投诉总量的35.2%,服务消费领域投诉增长态势明显。

网络消费维权占比过半,全年网购投诉举报1506.7万件,占比56.9%,挽回损失10.7亿元。诉求集中于东部电商发达地区,西部增速加快;售后与质量问题占比超四成,电商大促价格波动、保价难成为新焦点。消费诉求向头部企业集中,前百家企业诉求占比17.7%,综合电商平台、本地生活服务、文娱社交、消费电子四类领域诉求占比约九成。

消费者维权意识增强,小额纠纷增多,争议总金额同比下降4.5%。交通工具、装修建材等高价品类维权成本仍高,电信、宠物用品、互联网服务等领域单件争议金额快速上升。

外卖行业投诉举报随竞争波动,全年50.5万件、同比增14.1%,三季度补贴大战引发诉求激增,服务保障能力未能跟上成为主要问题。充电类诉求大幅增长,共享充电宝、新能源汽车充电桩投诉分别同比增62.5%、47.8%,计费不透明、退费难、运营失联等问题凸显“充电焦虑”。

首饰消费升温带动投诉增长,全年38万件、同比增16.4%,黄金、玉石为主要诉求领域,存在纯度不足、一口价不标克重等乱象。智能消费快速兴起,智能设备投诉举报15.2万件、同比增26.6%,功能宣传与实际体验脱节、软硬件故障、售后体系不完善等问题较为普遍。

市场监管总局表示,将紧盯消费维权热点难点,强化线上线下一体化监管,督促企业落实主体责任,持续优化消费环境,切实守护消费者合法权益。

■ 画中话

近日,消费者尚女士花158元网购了一桶“驼奶益生元蛋白粉”,到货后发现这桶所谓“乳粉”,主要成分是大豆粉、燕麦粉和葡萄糖。

“新华视点”记者调查发现,随着小众奶粉逐渐受到大众欢迎,市场上出现了一些“挂羊头卖狗肉”的情况。有的产品在名称、包装和宣传上打“擦边球”,误导消费者;有的产品配料表与实测情况不符;还有的产品甚至查不到生产厂家和生产许可证……



乱象

新华社发 王鹏 作