



主管主办：新华报业传媒集团

# 江苏经济报



江苏经济网



江苏经济报官方微信

今日4版 国内统一连续出版物号:CN 32-0016 代号:27-50 全国发行

星期一 2026年3月16日 丙午年正月廿八 总第10315期

## 聚焦平台经济 提升消费品质

编者按：2026年全国消协组织消费维权年主题为“提升消费品质”。今年“3·15”国际消费者权益日，江苏经济报聚焦数字消费、情绪消费等与消费者日常生活息息相关的平台经济，深入调查网购、打车、快递等平台饱受争议的乱象，以期引导平台强化主体责任，规范经营行为，共建更加健康的平台经济生态，提升消费品质。

江苏经济报记者 洪姝翌

随着平台经济飞速发展，智能客服已成为各类企业连接消费者的主要窗口。从快递物流到线上购物，从共享服务到金融支付，智能客服几乎遍布消费场景的各个角落。然而，随着时间的演进，不少智能客服逐渐偏离了“高效便捷”的初衷，答非所问、循环推诿、人工难寻成为常态，不仅未能解决消费者的实际诉求，更让消费者在“鬼打墙”般的对话循环中耗尽心力与希望，陷入投诉无门、求助无方的困境。

“打了几十通电话，找了无数次客服，从头到尾都是机器人在重复话术，根本解决不了问题！”不久前，南京市民杜女士的遭遇，正是众多消费者被智能客服“刁难”的真实写照。她告诉记者，自己通过电商平台购买了一套床垫，由中通快递承运，可包裹到达离家4.5公里的位置后，物流信息便不再更新，唯一能联系

今年“3·15”，当我们目光投向深度嵌入日常生活的平台经济时，一个值得深思的问题随之浮现：在算法技术日益成熟的今天，如何让这种技术力量更好地服务于人，实现效率与温度兼得？

不可否认的是，平台经济以其高效连接与智能匹配的特性，极大释放了经济活力。指尖轻点，万物互联。算法作为这一模式的核心引擎，在提升匹配效率、优化用户体验方面功不可没。然而，当“大数据杀熟”“让老用户承担更高价格”“骑手为极致效率而疲于奔命，当过度收集信息后的“精准推送”沦为隐私侵犯，当平台规则被滥用后伤及中小商家……这些现象提醒我们：技术理性需要人文关怀的校准，算法需要更有温度。

算法本身是价值中立的工具，关键在于设计逻辑与价值导向。当算法不再仅仅是提升效率的技术手段，而演变为单向度的控制逻辑，便会异化为枷锁，连接可能沦为隔阂。无论是消费者的知情选择权、劳动者的基本尊严，还是中小商家的公平生存空间，都不应为冰冷的效率指标让路。

让算法更有温度，并非否定技术价值，而是为其植入更坚实的价值底座。这需要平台企业超越单纯的利润追求，主动校准天平。这意味着，算法设计之初就应将公平、透明、尊重纳入考量，让技术逻辑与人文关怀同频共振。比如，在效率与安全间为骑手留出从容空间，在精准推荐的同时为用户保留窥探其他信息的惊喜，在规则制定时倾听各方声音以寻求最优解。

监管的与时俱进同样不可或缺。从个人信息保护到算法推荐管理，一系列制度规范相继出台，为平台经济健康发展筑牢法治底座。后续的关键则在于落实：要穿透算法黑箱，让那些隐形的歧视与不公无处遁形；要强化平台主体责任，让损害消费者权益的行为付出应有代价。

“3·15”不仅是一个维权节点，更是一个价值校准的时刻。我们期待平台企业在算法优化中，始终将“人”的感受、尊严与权益作为核心坐标。当技术真正回归服务本位，当便捷与公平得以并行，平台经济才能成为美好生活的助推器，而非异己的力量。这既是技术发展的应有之义，也是我们共同期待的未来。



### 平台经济当追求「有温度的算法」

蔡逸

### 智能客服失灵，消费者维权陷入“鬼打墙”

江苏经济报记者 金影

别到您是想催促查询快件进度，我可以立即为您协助处理当前问题”的理由劝阻。直到她不断重复“转人工”指令后，才终于排上队，但人工客服也仅表示“我帮你反馈，24小时之内回电”，之后再无下文。近一周的时间里，她耗费了大量精力，包裹却仍未找到。

如今，越来越多的消费者正体验着这种“对着空气挥拳”的无力感。南京外卖小哥王先生按智能客服指引操作取消订单却产生罚款，申诉时人工客服竟称智能客服建议无效；1688平台用户张女士遭遇订单金额核对难题，智能客服反复要求描述问题、提供订单号，却始终接不了人工渠道；酷狗音乐用户张女士误选自动续费后被扣费，因智能客服错误引导，始终无法找到关闭入口……智能

客服失灵，人工客服难觅，二者还互相“踢皮球”，采访中，来自消费者的吐槽不绝于耳。记者登录黑猫投诉平台搜索“智能客服”关键词，相关投诉超12700余条。

“智能客服变‘智障客服’”，源于消费者的一句玩笑话，究其根源，是部分平台企业在成本控制与服务体验之间的失衡。电商从业者陈新表示，如今大多平台对商家的回复时效有严格要求，规定时间内未回复会受处罚，所以大多数商家都会上线智能客服进行“兜底”。一位不愿具名的AI客服服务商告诉记者，不同企业采用的大语言模型算力不同，有的AI客服按字节计费，一些商家为了控制成本，往往会选择低价的基础版产品，功能简单，仅限于“可迅速回复”。与此

同时，有些商家还会通过“兜底回复”功能，用预设话术引导、拖延客户需求，让部分用户主动放弃寻求人工帮助，从而降低人工成本。

技术本应服务于人，而非成为冷漠的屏障。有专家呼吁，智能化浪潮下，平台经济应回归服务本源，不能让智能客服成为逃避责任的“避风港”。经营者应树立“智能增效、人工兜底”的服务理念。监管部门也应将“人工客服可及性”纳入消保考核红线，强制平台保留畅通的人工求助通道。只有打破这堵由代码砌成的维权高墙，让消费者找到人、说得上话、办得成事，平台经济才能真正行稳致远。“毕竟，再先进的算法，也算不出人心的冷暖；再完美的自动回复，也替代不了真诚的一句‘对不起，我们来解决’。”

网络平台上的酒店特价房，往往要求消费者提前预约才能入住。然而，消费者下单后预约不到房间的问题频出，不仅容易打乱旅游行程，也引发了大量投诉。近日，消费者张女士向记者反映，今年2月初，她在抖音平台购买了某酒店一间客房的两晚入住套餐，却因其中一晚预约失败而被迫更改行程。并且，未预约、未入住的那部分房费，至今仍未退款成功。

张女士介绍，2月初，她在抖音平台的促销活动，原价799元两晚的房间，打折后仅需649元，折算下来每晚324.5元，还包含双份早餐。活动极具性价比，她为家人抢购了该套餐，订单显示有效期至2026年3月30日，平台明确要求需提前3天在线预约。

随后，张女士的家人顺利预约并使用了该套餐中的一间房，入住过程并无异常。但对于套餐内剩余的另外一间房，张女士表示在首次预约的第二天就进行了多次预约尝试，却始终未能成功。等到该房间约定入住当日，她的家人再次登录平台预约，然而页面先是显示该日期“不可预约”，反复刷新、切换操作后，又提示“没有其他可选规格”，始终无法完成预约操作。

情急之下，张女士的家人直接前往广州宾馆前台咨询，工作人员明确告知，当日该酒店仍有不少空余房间，并未满房，但按照平台与酒店的合作规则，必须在线上平台预约成功后，才能办理入住。一边是在平台上预约失败，一边是酒店有空房却无法入住，为了不耽误后续的旅游行程，张女士的家人迫于无奈只能匆忙在其他平台重新预订酒店，不仅额外花费了一笔费用，原本的出行计划也被彻底打乱。

“最让人不解的是预约页面的设置，太不合理了！”张女士向记者吐槽时，语气里满是郁闷，“我明明抢购的是两晚连住的套餐，可在预约时系统却强制要求一次只能预约一晚。而且预约过程特别烦琐，我反复刷新、重新登录都没用，白白浪费了很长时间，最后还是没预约上。”

从广州旅游返程后，张女士第一时间就着手处理未预约成功那部分房费的退款事宜，她认为自己多次预约却未成功，也未入住，按照平台规则理应顺利退款。她仔细查阅了订单页面的退款规则，上面清晰地标注着“下单未预约，可全额退款，且过期未约自动退”，同时也明确说明“订单仅部分预约时，未预约部分到期后不可退款”，这就意味着，她未预约成功的那一晚房费完全符合退款条件，理应可以正常申请退款。可当她点击订单，寻找退款入口时，却发现该酒店订单的页面上，压根没有申请退款的选项，无法发起退款申请。不死心的张女士又找到平台的保障说明页面，上面详细列出了退款申请的步骤，可按照步骤操作时，她翻遍了订单页面，始终找不到步骤中提到的“服务保障”窗口，退款之路彻底陷入僵局，而此时距离“过期不退”的日期仅剩20多天。

多次尝试退款无果后，张女士只得联系抖音平台客服寻求帮助。她先与平台智能客服小助手沟通，详细了解自己的情况——套餐部分预约、未预约部分符合退款规则却找不到退款入口等，小助手听完后，明确告知她会转接人工客服专员，并承诺“客服专员将在2小时内回电，专门处理你的退款问题”。然而，一个多月过去了，张女士始终没有接到抖音平台客服的任何回电，平台订单状态也没有变化，未入住的房费更是迟迟没有退款。她多次联系智能客服，得到的依旧是“请耐心等待专员回电”的敷衍回复。

记者调查发现，张女士遇到的问题并非个例。目前已有多名消费者投诉类似网络平台酒店特价房存在“预约不上”且“退款难”问题。有法律人士表示，此类酒店预订模式目前在网络平台较为普遍：商家以较低的特价吸引消费者下单，但消费者在购买时，无法确定后续入住时能否成功预约到房间，本质上存在预约失败的潜在风险，也可能侵害消费者的合法权益。

### 酒店特价房预约难、退款难引争议

### 关不掉的“开屏广告”何时休

江苏经济报记者 周凯航

启动某款手机App时，页面率先弹出另一款App的开屏广告，只要手机被轻微晃动，或是用户在点击屏幕上不起眼的“跳过”选项时手指不小心碰到屏幕其他区域，页面就会立即跳转至其他App，给手机使用体验与效率造成极大的影响。类似的经历已成为众多用户在使用手机时的普遍困扰。尽管针对此类霸屏广告乱象，官方曾多次出手整治，然而从不少用户近期投诉情况来看，一些App霸屏广告现象依然屡禁不止，在无形中侵害了用户使用手机软件的合法权益。针对此类现象，记者展开调查。

“本来想打开高德地图App叫一辆网约车，结果开屏就弹出了淘宝的广告。由于外面下着雨手上沾着水，我在点击‘跳过’键时发生误触，手机直接跳转到了淘宝App。雨天一个人在车站撑着伞拖着行李箱，还要腾出手操作手机返回原来的界面，真的是造成了极大的不便。”南京市黄女士抱怨道。她的经历并非个案，在网络平台，饱受App霸屏广告困扰的用户不在少数。打开资讯类App却跳转至电商页面，使用打车软件却被带往借钱App下载页面，点击听歌软件却进入游戏小程序……用户在众多App上无法第一时间获取所需内容，使用体验无疑被大打折扣。

其实，此类强制跳转广告现象弊害已久，监管层面也曾提出明确要求。比如，2023年，工业和信息化部发布的《关于进一步提升移动互联网应用服务能力》的通知中便明确要求，开屏和弹窗信息窗口提供清晰有效的关闭按钮，保证用户可以便捷关闭，不得频繁弹窗干扰用户正常使用，或利用“全屏热力图”、高灵敏度“摇一摇”等易造成误触的方式诱

导用户操作。

然而，记者在随后测试手机内多款App时发现，开屏广告跳转其他App的现象依然存在，且多跳转至淘宝、京东等网购App。比如，在打开百度贴吧App时，开屏即弹出“天猫女神节”广告页面，屏幕下方则提示，转动手机跳转详情页或第三方应用。记者试图点击页面右上方“跳过”键时，页面已跳转至淘宝App购物界面，这显然与文件所要求的“不得利用高灵敏度‘摇一摇’诱导用户操作”不符。在点击美图秀秀App时，开屏同样出现了天猫的广告，与前者不同的是，该款软件在“跳过”键旁边还增设了“去除广告”选项，记者点击后，进入该App设置界面，上面提示需开通VIP会员业务方可关闭开屏广告。此外，微博、QQ音乐、腾讯视频等多个常用App均存在易跳转至其他平台的开屏广告。

面对开屏广告的频繁干扰，用户有没有说“不”的权利呢？记者调查发现，除了以美图秀秀App为代表的、需要用户开通会员方可去除广告的应用软件，也有一些App无需用户开通会员便可在软件设置中手动关闭开屏广告。不过，还有许多平台设置关闭广告的内嵌按钮极为隐蔽，有的甚至明确表示无法关闭开屏广告，不少用户甚至不得通过下载第三方App、手机创建快捷指令乃至卸载开屏广告所跳转的App等方式，来屏蔽让人眼花缭乱的“霸屏”广告，实在让人叫苦不迭。

面对此类现象，相关经营主体应如何保障用户的使用体验及合法权益？“手机App开屏广告霸屏现象侵害了手机用户的自主选择权和知情权。”江苏省消保委公益律师团律师、江苏永衡律师事务所律师武正营告诉记者，我国法律法规对规范手机App开屏广告霸屏、

强制跳转等现象有明确规定。《中华人民共和国消费者权益保护法》明确规定了消费者具有自主选择权和知情权，经营者未经消费者同意，不得向其发送商业性广告。《中华人民共和国广告法》也规定，互联网广告不得影响用户正常使用网络。《中华人民共和国反不正当竞争法》规定：经营者不得利用数据和算法、技术、平台规则等，通过影响用户选择或者其他方式，实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为，包括未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或服务中，插入链接、强制进行目标跳转；误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或服务。

武正营表示，作为手机App广告



### 网购麻将机疑似“三无”，消费者陷“退货难”

江苏经济报记者 金影

湖南消费者张女士在京东平台购买某品牌麻将机后，因家里装修未能及时拆封。待后续组装后，她发现这台麻将机不仅取暖功能达不到宣传效果，产品还缺少生产日期、合格证及3C标识等证明，当她向商家提出退货时，对方以超过“7天无理由退货”期限为由拒绝。对此本报记者进行了调查采访。

网购麻将机超退货期限维权陷困境

张女士向本报反映，她在京东平台花费1397元购买了一台雀牌麻将机。今年1月25日收到货品时，她因家中正在装修未及及时拆封，直到春节前夕才准备安装使用这台麻将机。“拆开包装后便发现少了关键配件，等商家补发并装好以后，我感觉机器的取暖功能并不像商家宣传的那样好，确切来说几乎没有什么效果。”张女士说，除了取暖功能外，她还发现产品外包装及机身均没有标注生产日期，也没有产品合格证、质量证明书等出厂证明文件，仅部分包装箱和机身最外圈

装饰处印有“雀牌”标识，其余组装部件上甚至找不到品牌标识，她怀疑自己购买到了“三无”产品或翻新、假冒产品。“我也没在产品上看到‘3C’标识，毕竟是用电的产品，我担心质量有问题，向商家提出退货，但是他们不同意。”

张女士说，她与商家进行多次沟通，均被商家以“超过7天无理由退货期限”的理由拒绝。她尝试与京东平台客服沟通，希望客服协调，但客服表示“无法强制商家退货，仅能协调换货、维修或延保”。因不满商家和平台的处理结果，张女士遂向商家企业注册地所在的盐城市消费者协会投诉。

争议“旗舰店”被列为“经营异常”

“我选择的这家店铺名称里写的是品牌旗舰店，店铺详情页还显示该店为‘京东店铺，麻将机店铺TOP1’，我也是出于对京东平台的信任才选择购买的。”张女士说，“但我后来才发现，这个店铺提交的营业执照是盐城的一家企业，并不是包装箱上所写的生产厂家上海雀牌体育科技有限公司。”

根据张女士提供的信息，记者在京东平台找到了她购买麻将机的店铺“雀牌旗

舰店”，在“证照信息”一栏，记者看到该商家登记的营业执照上的公司名称为“盐城和维商贸有限公司”。企查查网站显示，该公司成立于2024年8月，经营范围包括体育用品及器材批发等。今年3月3日，该公司因“登记的住所或者经营场所无法取得联系”，被属地市场监管局依规列入经营异常名录。

张女士告诉记者，她多次与京东平台客服联系，告知了产品缺少相关出厂证明，希望平台予以退货处理。“客服表示商家提供了产品检测报告，以此证明是合格产品，但他们也不能证明检测的就是我买的这台麻将机。”张女士告诉记者，多次沟通后，京东平台客服给出的处理办法是产品折旧40%后方可退货。“我就试用了一下，还发现了这么多问题，对这个处理结果我不能接受。”

消费者仍在等待平台解决方案

记者随后联系了京东平台客服，想要了解张女士相关问题的处理情况，以及对于商家存在销售无合格证、无生产日期等证明的产品时，京东平台将如何监管，如何保障消费者权益，客服表示会安排专人联系。