



内蒙古自治区消费者权益保护服务中心指导

党建引领共筑消费安全防线 履职尽责守护居民合法权益

——内蒙古自治区消保中心党支部与河西社区党委开展联合主题党日活动

本报讯（记者 李娜 刘哲）为深入推进树立和践行正确政绩观学习教育，严格落实“四下基层”、党支部联系群众工作制度，健全“双报到、双服务、双报告”工作机制，8月13日，内蒙古自治区消费者权益保护服务中心（以下简称“消保中心”）党支部与呼和浩特市新城区东街街道河西社区党委开展“党建引领共筑消费安全防线 履职尽责守护居民合法权益”联合主题党日活动。

活动期间，消保中心党支部与河西社区党委签订《“双报到、双服务、双报告”党建共建协议书》，共同为“消费维权便民服务站”挂牌，方便辖区居民直接来站点投诉。中心党员志愿者向居民发放消费维权

普法宣传资料，现场受理消费投诉咨询，并为老年人讲解防范消费诈骗知识。

此次活动，旨在扎实推进“双报到、双服务、双报告”活动深入社区、深入群众，通过搭建“五个一”（即一支部、一社区、一队伍、一站点、一帮扶）核心工作体系，进一步优化原有工作方案，以支部包联社区、便民服务站扎根社区、党员志愿者服务社区、结对帮扶温暖社区为抓手，让双服务工作更加具象化。消保中心立足消费维权主责主业，利用社区“一室多用”资源优势，建立消费维权便民服务站，常态化开展普法宣传、消费纠纷调解、老年人防骗帮扶等便民服务，以群众满意作为检验中心工作成效的重要标尺，真正



把党建扎根社区，让党员冲到一线，把服务送到门上，让关怀深入人心。

新城区东街街道及河西社区对消保中心主动下沉社区、

发挥专业优势助力基层治理给予充分肯定。东街街道办事处副主任齐志伟表示，基层是消费纠纷的“发源地”，也是权益保护的“前哨站”，要把居民消

费领域的“关键小事”当作服务群众的“心头大事”，让“遇事找法、维权有道”深入人心。社区居民代表也高度认可中心这一举措，纷纷表示，这是一项真正为老百姓办实事、解难题的务实举措，拉近了市场监管部门与群众的距离，打通了消费维权的“最后一公里”。

下一步，消保中心党支部将继续坚持全心全意为人民服务宗旨，认真履行双报到职责，充分发挥职能优势和站点作用，收集社区居民消费维权诉求，梳理问题清单，及时解决问题，为社区居民提供更精准、更贴心的服务，全力保障社区消费者合法权益，打造党建引领、消费惠民、共治共享的基层消费维权服务样板。

AI 客服承诺不实怎么办？

随着生成式人工智能广泛应用于消费服务领域，AI（人工智能）客服已成为经营者开展商品咨询、费用说明、营销宣传、售后服务的重要工具。

今年5月5日，消费者龚先生通过消协315平台投诉某旧机动车经纪（北京）有限公司，消费者称其于今年4月在该公司二手车App选购一辆二手车。在支付2000元订金前，平台官方AI客服“小瓜”明确告知消费者，2.87万元车款已包含过户费和上牌费。交易过程中，销售人员要求消费者另行支付1000元过户费。消费者认为，平台AI客服和工作人员提供相互矛盾的信息，导致消费者基于错误信息作出交易决定。消费者要求平台核实事实情况，退还已支付的2000元订金。

这是AI客服应用场景扩大，服务承诺和人工接入问题突出的一个典型案例。

根据全国消协组织受理投诉情况统计，2026年上半年服务大类投诉量中，互联网服务类，生活及服务类，教育培训服务类，销售服务类，文化、娱乐、体育服务类居于前五位。其中，互联网服务类投诉量达122922件，投诉比重为12.47%。

中消协投诉部有关负责人表示，上半年互联网服务类投诉量居服务大类首位，这类投诉呈现传统痛点与新型风险交织、领域全域覆盖、纠纷处置难度大、财产类涉诉风险升高等特点。

以AI客服引发的相关投诉为例。一段时间以来，涉及AI客服

或通用型AI的投诉有所增多，消费者反映的问题主要集中在AI客服不实承诺、人工客服接入困难、生成内容失准等方面——

一是AI客服转人工机制不畅，部分平台通过循环应答、多层跳转等方式延缓或阻碍消费者进入人工服务流程，对于退货退款、责任认定等复杂问题无法及时处理，增加消费者维权成本。

二是AI客服作出费用构成、优惠活动、售后政策等明确承诺，消费者据此作出交易决定后，经营者又以“AI回答不代表公司立场”“算法生成内容不具备法律效力”等为由拒绝履行，引发履约争议。

三是通用型AI生成内容存在事实错误或规则理解偏差，在机票退改、法律维权、金融服务等消费场景中容易误导消费者作出错误决策，造成财产损失。

中消协有关负责人表示，经营者自身部署的AI客服本身虽然不具有独立承担民事法律责任的主体资格，但其系经营者部署并应用于经营服务活动的重要工具，其输出内容属于经营者提供服务的组成部分。提供AI客服的相关经营者应同时建立畅通、便捷的人工客服转接机制。此外，第三方通用型AI答复一般不能代表平台或商家的官方承诺，消费者使用第三方通用型AI查询交易关键事项时，务必通过经营者官方网站、官方客服等途径进行二次确认，切勿因轻信第三方通用型AI答复，造成不必要的财产损失。

（据《人民日报》记者/齐志明）

2026年上半年全国消协组织投诉热点分析

一、AI 客服应用场景扩大，服务承诺和人工接入问题突出

针对该问题，《消费者权益保护法》第二十条规定，经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。经营者自身部署的AI客服本身虽然不具有独立承担民事法律责任的主体资格，但其系经营者部署并应用于经营服务活动的重要工具，其输出内容属于经营者提供服务的组成部分。提供AI客服的相关经营者应同时建立畅通、便捷的人工客服转接机制。此外，第三方通用型AI答复一般不能代表平台或商家的官方承诺，消费者使用第三方通用型AI查询交易关键事项时，务必通过经营者官方网站、官方客服等途径进行二次确认，切勿轻信第三方通用型AI答复，造成不必要的财产损失。

二、首饰投诉引发关注，质量和售后问题突出

首饰珠宝商品价值较高且专业性较强，消费者仅凭外观难以判断商品真实情况。经营者应依法诚信经营，严格履行商品质量和信息披露义务，真实、准确向消费者说明商品材质、成分、等级、工艺、产地等重要信息，不得通过虚假宣传、夸大功效、以次充好等方式误导消费者。电商平台应发挥数字技术和平台治理优势，落实平台主体责任，加强对入驻商家的资质审核、商品信息审核和交易行为管理，对于平台内经营者存在虚假宣传、销售假冒伪劣商品等行为的，应及时采取措施。建议有关部门进一步加强首饰珠宝行业监管，严厉打击制假售假、虚假宣传等违法违规行为。

三、ETC 消费投诉集中，虚假宣传和诱导消费问题突出

ETC服务属于与群众生活密切相关的交通服务领域，经营者应依法保障消费者的知情权、自主选择权和公平交易权。针对当前投

诉中反映出的冒充官方营销、隐性收费、退款困难等问题，建议有关部门进一步加强第三方ETC服务市场的监管，规范电话营销、网络推广和收费行为，严查虚假宣传、误导消费等违法违规行为。同时，消费者在办理ETC相关业务时，应注意核实服务主体身份，确认收费项目、退款规则及服务期限，避免因轻信“免费办理”“官方赠送”等宣传引发消费风险。

四、二手交易平台消费纠纷高发，商品真实性和售后服务问题突出

二手交易具有商品来源分散、成色标准主观、个人卖家与经营性卖家并存、虚拟服务履约难以核验等特点。以营利为目的持续从事网络交易的卖家和平台，应依照《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国电子商务法》等法律法规履行相关经营者义务。二手交易平台以“官方验机”“专业质检”“官方质保”等方式向消费者提供信用背书并收取相应费用的，应当对检测项目、评级标准、报告结论和服务承诺负责。对消费者收货后短期内发现的隐蔽瑕疵，应结合商品交付状态、使用时间、故障性质和检测证据合理分配举证责任。

五、网络借贷投诉占比持续居于高位，隐性收费和不规范催收问题突出。

贷款机构及相关服务平台应进一步规范营销和收费行为，以显著方式向消费者清晰披露贷款利率、担保费、服务费、会员费、违约责任等可能影响消费者决策的重要信息，避免仅宣传低利率、低门槛，而对可能增加消费者负担的收费项目进行弱化展示或者隐性设置。贷款机构和助贷平台应落实主体责任，加强对第三方催收机构的管理，规范催收流程和行为边界。建议有关主管部门重点治理强制搭售会员服务、未经授权代扣以及骚扰无关第三人等问题，推动经营者建立费用统一展示、扣款单独确认、催收行为留痕等机制。

（据中国消费者协会）