

“3·15在行动”2025网络3·15公益活动

部分银行网上商城消费洞察报告

指导单位：中国消费者协会

联合发布：《中国消费者》杂志社

沈阳市消费者协会

哈尔滨市消费者权益保护中心

南京市消费者协会

广州市消费者委员会

成都市保护消费者权益委员会

合肥市消费者权益保护委员会

2025年3月21日

部分银行网上商城消费洞察报告

为维护消费者合法权益，优化金融消费环境，近期，《中国消费者》杂志社联合沈阳、哈尔滨、南京、广州、成都、合肥六地消协组织，针对部分商业银行网上商城开展了消费调查和购物体验活动。现将有关情况报告如下：

本次活动的调查环节，我们采用线上线下相结合的方式。线上调查部分通过六地消协组织的官方微信公众号发放问卷，共计回收有效样本 12388 份；线下消费体察环节，共计回收 43 个有效样本，发现了 15 个具有典型性的不规范案例。

调查发现，超三成消费者经常收到银行积分兑换或清零信息，信息推送过于频繁，造成消费者信息过载。在经营资质公示上，经线下体察发现，民生银行、广发银行等部分银行商城未履行或未完全履行经营主体身份及其资质资格相关的信息公示义务，使得消费者难以全面了解商家信息。在商品标识展示上，招商银行、建设银行等 4 家银行的 5 个产品未按规定在商品详情页面展示水效或能效标识，影响消费者对商品能效、水效的了解和选择。

在商品定价方面，超过四成的消费者认为商品价格虚高或兑换积分过高。部分商城商品原价虚高，降价后仍高于市

场价，如广发银行商城某款电饭煲，原价 1399 元，券后 374 元，高于主流电商平台的 279 元，涉嫌虚构原价、诱导消费。

在商品质量方面，超过 1/3 的消费者反馈商品质量低于预期；有 37.31%的消费者曾经遇到过货不对板情况，近 1/5 的消费者收到过“三无”产品。

在积分管理方面，“积分管理规则的变动”是消费者遭遇的主要困扰。调查显示，半数以上的消费者遭遇过银行在未提前通知的情况下，擅自将积分全部或部分清零；近四成消费者在兑换商品时，遇到银行单方面增加所需积分数量的情况;近 1/3 的消费者表示平台擅自更改了积分的获取方式；三成消费者指出平台对积分的使用增设了新的限制条件；超两成消费者认为平台未能以醒目或易于理解的方式告知积分的使用有效期。

在售后服务方面，相关问题较普遍，超过 1/3 的消费者退货后只退现金不退积分或优惠券，有 35.45%的消费者认为退货政策不明确，近三成消费者认为退货或取消兑换流程复杂。在七天无理由退货政策执行上，广发银行商城的一款洗衣液不支持申请售后，民生银行商城的一款炒锅单方面约定“商品拆封后不支持退货”，涉嫌违反相关法律法规。此外，

近两成的消费者表示客服沟通困难或态度不佳，超一成消费者遭遇投诉处理不及时，售后服务能力明显不足。

在广告宣传方面，在建设银行、宁波银行的商城中，体察员发现使用“瑞士第一”“好评率99.99%”进行广告宣传的现象;在广发银行商城中，一款牙膏商品宣称“美白、亮白”，但商品展示详情页未出具相关监测报告等佐证资料，另外还有一款儿童润唇膏，主页宣传语竟然宣称“误舔也安全”。

本次消费调查和体察中，还发现部分银行商城还存在销售代理资质与补开发票的时效等问题。其中，交通银行有两款商品销售代理授权过期仍在销售。此外，部分商城补开发票不及时，未尽到经营者的票据提供义务。

结合本次消费调查和体察结果，我们认为，银行商城存在的相关问题主要基于以下四个方面的原因：

一是商家保守运营与产品的高度同质化。银行商城运营方及平台内经营者受成本控制与利润追求的双重压力，在商品采购上选择价格较低但品质一般的商品，限制商品种类和数量，难以满足消费者多样化需求。同时，运营策略缺乏创新，商品和服务同质化严重，降低了用户体验和信任度。

二是成本控制与积分机制冲突。积分规则与兑换机制复杂多变且缺乏透明度，变相导致消费者理解和使用成本高。银行商城为控制成本或增加消费者黏性，设置较高积分兑换门槛，消费者需积累大量积分才能兑换心仪商品，降低了兑换积极性，影响消费者满意度和忠诚度。

三是商品质量与售后服务欠佳。部分商家为追求利润，销售假冒伪劣商品，严重损害消费者利益，降低消费者对银行商城的信任度。同时，售后服务存在严重不足，退换货政策不明确、处理速度慢、服务态度差等问题，进一步削弱了用户对银行商城的信任。

四是市场竞争与监管问题。随着银行商城行业竞争加剧，部分商家采取不正当竞争手段，如虚假宣传、恶意降价等，破坏市场秩序。而当前针对银行商城领域的监管政策尚不完善，存在监管空白或漏洞，导致部分商家违法违规行为得不到有效遏制，损害了消费者利益和行业整体形象。

结合本次消费体察和调查发现的问题，为促进银行商城健康发展，保障消费者合法权益，我们提出以下建议措施：

一、有关商业银行及商城经营者应以消费者利益为先，有效提升服务质量。有关商业银行应督促商城经营者诚信经

营，优化商城规则流程，严格把控商品采购和质量检验，完善售后服务体系，提高服务人员素质，及时处理消费者投诉。

二、适应市场发展要求，构建完善内控监管体系。相关金融机构等部门要完善规制措施，明确积分相关规则，加大监管力度，设立专门监管机构，严查涉银行积分的违法违规交易行为，同时加强消费知识宣传，增强消费者维权意识。

三、积极主动履行社会责任，推动消费者提高自我保护能力。有关商业银行和银行商城经营者应发挥自身专业信息技术优势，积极开展相关领域的消费知识科普宣传工作，提升消费者在银行商城等领域的消费知识，明晰金融产品积分兑换规则，主动推送识诈防骗知识，引导科学理性消费，依法积极通过正规途径维护自身合法权益。