

新华视点·关注“3·15”

装修一套房，要踩多少坑？

新华社“新华视点”记者周思宇 吴燕霞 李晓婷

“没装修前，我刷了三个月的小红书，收藏了200多篇避坑指南，加了5个装修群。以为已经是半个专家了，结果开工第一天，现实就给了我一个大嘴巴子。你永远不知道下一个坑在哪，更不知道这个坑有多深”……

社交媒体上，有不少消费者吐槽自己的装修遭遇。装修一套房，可能会踩哪些坑？乱象背后有哪些症结？“新华视点”记者近日进行了调查。

合同“埋雷”、“货不对板”、渗水漏水问题突出

今年1月初，谭先生被某家具公司的优惠活动吸引，了解情况后与其初步确定全屋定制服务购买意向，并支付2000元定金。几天后，该公司工作人员上门量尺报价，谭先生发现，总价从前期沟通的1.2万元增至1.5万元。

工作人员称，只有参与“全屋定制+成品家具”订购套餐活动才可获得宣传所称的优惠折扣。不想买成品家具的谭先生提出退定，却被拒绝。

谭先生向记者出示的销售合同显示，要享受所谓“优惠”，成品家具选购须占定制合同金额的50%以上，选购时间在定制家具出货前，“这就好比买肉必须搭一半骨头，还得提前付钱。”

中国消费者协会发布的2025年八大投诉热点显示，家装行业部分商家设置各类合同陷阱与隐形消费，相关投诉呈增长趋势。

一些消费者表示，合同“埋雷”只是套路的开始，开工后“货不对板”的情况也屡见不鲜。

此前，家住浙江杭州的李月（化名）通过电商平台在重庆某公司订购了全屋衣柜等家具，安装完成后才发现，实际所用板材与合同约定不一致，“他们在宣传时展示原厂家生产的精板，销售时却换成第三方用从原厂家购进的素板加工而成的产品，并宣称该板材为原厂家生产的精板。”

根据原厂家就此事出具的说明，未经该公司授权，私自使用该厂家生产的素板自行进行饰面加工，却仍称是该厂家的精板，属不实表述、涉嫌误导。

更糟心的是，有消费者入住后发现渗水漏水问题，墙面、地板也“牵连受害”。



房屋装修乱象

新华社发 朱慧卿 作

湖南一名网友在社交平台发文称，年前自家新房卫生间门口有轻微渗水现象，过完年发现墙面开始大面积脱皮，碎渣掉一地，部分区域裸露出墙内网格布。他向记者表示，尽管装修公司承诺处理到位，但截至目前都未找到漏水原因。

缘何维权难？

业内人士认为，家装服务具有准入门槛低、全周期链条长、产品非标准化等特点，部分服务缺乏规范标准和强有力约束，导致维权难问题。

——行业标准落地难。

记者采访了解到，尽管相关部门出台了《住宅装饰装修工程施工规范》等系列国家标准，但在实际落地中，由于家装工程具有“隐蔽性”，行政监管难以全覆盖，消费者往往依赖事后鉴定，导致约束力滞后。

目前，我国已分别对木家具、定制家具、全屋定制家居产品等出台验收规范或行业标准，但不少是推荐性而非强制性标准，商家可选择性执行。

重庆市永川区三教镇市场监管所工

作人员谢元认为，当前部分产品质量执行标准不够细化、难以统一，“在处理常见投诉过程中，不少投诉双方都认为自己履行了合同，但对结果就是不满意。”多名业内人士也表示，“缝隙多大算不合格”“形变多少属正常”等项目缺乏强制性细化标准，消费者往往陷入维权困境。

——责任成了“糊涂账”。

“家装服务链条太长，一个工地涉及设计师、定制厂商、工头、工人……人又多，有时责任很难划分清楚。”重庆某装修设计公司设计师陶源（化名）说。

处理过多起装修纠纷的重庆箭宇律师事务所律师朱莹玮发现，消费者维权时最头疼的是证据收集与固定。比如，推销时所说的“全包”“零增项”“进口材料”仅是口头承诺，没写入合同；水电管线一旦封进墙里，其品牌和厚度无从查验。一些消费者为了居住不得不先自行修复质量问题，导致原始现场被破坏，丧失事后鉴定的基础条件。

——“偷梁换柱”埋隐患。

记者在采访中发现，一些家装公司采

用“项目制”或频繁更换法定代表人，甚至注册空壳公司逃避法律责任，消费者即便胜诉，也面临执行不能的困境。

中国消费者协会发文表示，部分装修企业通过品牌或关联公司名义开展业务，实际签约和收款主体不一致，实际施工人员与合同主体不一致。

2025年7月，家装行业连锁品牌靓家居宣布停止营业，多名消费者就披露装修合同表示，该公司此前与客户签订协议时，签约、开票主体均为已注销的“幽灵分公司”，可能给合法维权埋下隐患。

为“安居梦”筑牢“防火墙”

今年的政府工作报告提出“实施服务消费提质惠民行动”“加强消费者权益保护”，系列举措助力打造更安心的消费环境。

今年1月，中国房地产业协会发布《住宅全案整装服务标准》，覆盖“全案整装”全流程服务规范，要求安装工地摄像头，明确售后响应与处理时限等。

西南政法大学经济法学院副教授马勇建议，相关部门可协同完善行业标准体系，制定更细致的施工工艺标准和验收规范，实现“所见即所得、计价即结算”。

形成监管合力，一些有益探索已在路上：重庆、江西等地明确要求物业服务企业严格落实装饰装修申报登记制度；就“先款后工”模式制约家装消费的突出矛盾，部分家装行业头部企业探索引入银行作为“装修款项的资金存管方”……

针对装修公司“诈欺”“跑路”等顽疾，受访人士普遍认为，可建立全国联网的家装企业信用黑名单，将恶意增项、偷工减料、卷款跑路等行为纳入失信名单，限制其市场准入、融资贷款等权益。

对消费者而言，如何精准“避坑”？朱莹玮建议，消费者与企业签订装修合同时，要仔细核对，拒绝笼统描述，如材料需写明品牌、型号等，工艺需明确具体做法，工期需规定延误违约金具体数额。签约前，还可通过网站等工具查询公司背景情况，尽量避开成立时间极短或频繁变更法人公司。

“做到重要记录必保留、关键节点必验收、变更必书面确认，即使后期产生纠纷，消费者也有理有据。”朱莹玮说。

新华社北京3月15日电

最高法发布6个消费者权益保护典型案例

新华社北京3月15日电（记者冯家顺）最高人民法院3月15日发布6个消费者权益保护典型案例，集中展现人民法院护航消费、服务民生、促进发展的生动实践。

“谢某诉某视讯公司网络服务合同纠纷案”中，某视频平台经营者采取视频会员自动续费的方式提供服务，但在自动续费日期前未以显著方式提醒消费者注意。人民法院判令经营者对消费者的损失承担赔偿责任，有助于引导视频平台经

营者完善自动续费经营模式，保障消费者的知情权和选择权，通过杜绝“无感续费”激励消费者放心消费。

“于某诉张某信息网络买卖合同纠纷案”中，经营者为追求非法利益，在减肥食品中添加有毒有害成分，严重威胁消费者身体健康。人民法院依法支持消费者十倍赔偿请求，彰显对食品安全违法行为“零容忍”态度，有力震慑不法行为。

实践中，在线预订模式形态日益普遍。例如，消费者在出游前的较早时间就

预订客房，但因行程受阻等原因需要取消预订时，有时面临较为严苛的取消条件。

“鲁某诉某客栈服务合同纠纷案”中，消费者在预订成功后较短时间内即取消预订的情况，人民法院认定“预订成功30分钟后不可取消、取消需扣除全额预付款”合同条款不合理加重消费者责任，并综合考量客栈实际损失、合同履行情况、退订是否影响二次销售、当事人过错等因素，合理确定退费金额，公平保护消费者权益和经营者利益，有利于促进在线预订

模式的持续完善和优化。

“孙某诉赵某某某产品责任纠纷案”中，经营者利用老年人希望治愈慢性病的诉求，虚假宣传理疗产品具有“降三高”“治疗糖尿病并发症”等功效，诱使老年人消费。人民法院认定经营者构成欺诈，支持老年人消费者退一赔三请求，有力打击“坑老”“骗老”行为。

这批案例还包括“张某诉某化妆品店服务合同纠纷案”“高某诉某宠物公司产品销售者责任纠纷案”。

AI走进了体育场，然后呢？

新华社记者肖世尧

今夏的美加墨世界杯，AI战术分析师将帮助各队制定战术；F1赛场边，车迷将通过虚拟现实操控台过一把车手瘾；哈尔滨社区冰场上，智能温控服为孩子们延长训练时长……在不同场景下，AI正在深度融入人们的体育生活。

日前，一场以“AI+体育：应用新场景、消费新动能”为主题的圆桌论坛在北京举行。从“赛场内”到“赛场外”，来自体育界和科技界的嘉宾共同探讨AI在体育中的应用。

当AI闯入赛场

美加墨世界杯，联想是国际足联官方技术合作伙伴。联想集团副总裁陈敏仪介绍，联想与国际足联的合作已不再局限于传统赞助商的品牌展示，而是成为世界杯完整技术解决方案的提供商。从覆盖16个赛区的数据中心，到赛场边的实时处理系统，再到球迷能感知的AI互动体验——这些新事物共同构成“首届由AI赋能的世界杯”的技术底座。

陈敏仪介绍，本届世界杯主要将应用三项来自中国的AI技术：足球AI超级智能体“Football AI Pro”将通过数据分析帮助球队进行战术推演；3D数字人可视化方案生成球员精确模型，让越位判罚更精准直观；裁判佩戴的摄像头通过AI增强技术，为观众提供裁判视角的沉浸式体验。

对此，国际级裁判员马宁有切身体会。从2018年俄罗斯世界杯首次引入视

频助理裁判系统（VAR），到如今AI介入判罚，技术迭代的速度远超预期。

“今年初我们去吹罚阿拉伯杯，场上助理裁判如果听到AI提示越位，可以直接举旗。”马宁说，以前判断越位要等VAR画线，现在AI在1到2秒内就能直接推送结果，大大提升了比赛流畅度。

竞技训练领域，短道速滑奥运冠军武大靖的感受也很直接。他回忆，过去训练大多依赖教练的经验和肉眼观察，如今运动员的滑行轨迹、刀刀角度、弯道速率都可以用科技手段捕捉和分析。

“我听科研人员说有比赛模型，可以把大量比赛数据放进电脑，让AI生成技战术方案，告诉运动员什么时候领滑、超越、节省体力。”武大靖说，以前拼谁更狠，现在拼谁更聪明。

F1赛场上，AI介入程度更深。国体智慧体育技术创新中心执行主任尚晓群介绍，他们正在做的项目通过XR虚拟现实等技术的融入，让车迷可以在模拟操控台上，体验近乎真实的F1车手现场驾驶感受。

当AI走向街角

顶级赛事是AI的试验场，但技术的归宿始终在于普及应用。

陈敏仪说，联想在世界杯上验证的技术，未来会向各项赛事复制，并下沉到社区足球、青少年培训中。“这是一个从顶级验证到规模复制、再到基层普及的路径。”

江苏省足协副主席王小湾对此深有感触。去年“苏超”火爆出圈，累计吸引超过243万人次现场观赛，各平台相关话题播放量近800亿次。火爆现象的背后，他

也看到了数据建设的滞后。

“欧洲俱乐部十几年前就有一套通过数据选拔人才的系统。”王小湾期待AI能在推动足球人才建设方面提供帮助，“让基层选材不再只靠几个教练肉眼看看”。

社区足球层面，未尽研究创始人周健工提到了更日常的需求。“我从高中就踢球，以前经常因为判罚起争执。”他说，社区和校园足球需要高水平判罚服务，但请不起好裁判。如果国际足联推广的单摄像头追踪技术能在社区层面普及，“大家都支付得起，问题就解决了”。

冰雪运动领域，云境科技创始人周洋关注的则是另一个痛点。该团队研发的智能温控服装已在哈尔滨亚冬会和冰雪大世界投入使用。最让他触动的是一个社区冰场的案例：零下20多摄氏度，孩子们穿着普通棉服练习20分钟，就得回屋取暖，换上智能温控服后，训练时间延长到50分钟。周洋设想，未来还可以把武大靖等顶尖运动员的过弯经验，通过柔性传感器和AI算法装进一件速滑训练服里，让它辅助基层孩子训练。

当体育面对AI

技术介入体育越深，需要回答的问题也越多。

世界反兴奋剂机构（WADA）副主席杨扬认为，体育在不同时代扮演着不同角色，而今AI技术的突飞猛进推动体育角色又一次转变。

“过去大家习惯谈‘体育+’，希望用体育去赋能其他行业，但往往因为体育自身商业模式没跑通，显得‘小马拉大车’。现

在，一些大健康企业、做情绪价值（相关服务）的企业主动找来，希望引入体育资源完善他们的平台。从‘体育+’到‘+体育’的转变正在发生——体育不再仅仅是主体，更成为一个赋能的角色。”杨扬说。

而在体育学者易剑东看来，在体育拥抱AI的同时，也必须想清楚是否有能力驾驭它。他将AI与体育的关系定义为“AI赋能体育，体育掌控AI”。一方面，在体育教育和培训中，讲解、示范、纠错、竞赛组织等核心环节，都可以通过AI来赋能。另一方面，国际体育组织、运动员等要通过更好地掌握AI技术，为人类与体育的连接拓展更美好的前景。

“AI的威力无与伦比，但如果它脱离我们的控制，危害也将会是空前的。让我们理性地拥抱它。”易剑东说。

马宁的担忧更为具体——如果未来用机器人执裁，体育中的人性化判断就可能消失。他举例，两个体重不同的球员冲撞，同样的力量放在一个人身上是合理对抗，放在另一个人身上可能就犯规了。“如果AI只看力量磅数，就会出现肉眼看着合理，机器提示犯规的情况。”

周健工则引用了一个有趣的观察——人类越容易做的事情，AI做起来越难，人类越难做的事情，AI做起来越容易。体育集个人的灵巧、团队的配合、体力与脑力于一体，很多核心要素仍然难以被AI替代。

正如武大靖所说：“AI再强大，也算不出一个人对胜利的渴望，对团队的认可，对为国争光的这份荣耀。”

新华社北京3月15日电

2025年全国受理消费
投诉举报2600多万件

挽回经济损失 超40亿元

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、装修建材等高价值品类维权成本仍高，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。

深学细悟 知行合一

“三会一课”、主题党日、青年理论学习……工业和信息化部通过多样载体教育引导党员干部将正确政绩观带入到工作中，深入重点地区企业调研，摸清实情，找准问题，提实对策，转化成果。党员干部一致表示，要当好党中央决策部署的执行官、行动派、实干家，将学习教育与中心工作结合，以正确政绩观引领提质增效。

司法部开展学习研讨、举办读书班，从思想上固本培元，提高党性觉悟，以学习教育为契机，把正确政绩观贯穿司法行政工作的全过程各方面，持续强化政治建设、专业能力建设、作风建设，自觉把依法行政、行政执法等各项工作放到经济社会发展大局中推动落实。

最高人民法院党组举办理论学习读书班，示范带动全院党员干部开展思想大武装、党性大锻炼，深刻认识人民法院开展树立和践行正确政绩观学习教育的现实意义，把树立和践行正确政绩观的要求落实到工作各环节、各方面，下大气力整改整治就案办案、机械司法、程序空转等问题，做到解决真问题、真解决问题。

中央和国家机关广大党员干部表示，将以扎实开展树立和践行正确政绩观学习教育为契机，努力创造经得起实践、人民、历史检验的实绩，为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业注入源源不断的正能量。

新华社北京3月15日电