

# 荆楚维权



总第112期

湖北省消费者委员会主办

《中国消费者》杂志湖北消费专刊

国内统一刊号：CN11—3413/F

2022年第4期



湖北省消委发布2023年元旦春节消费提示——

## 文明低碳过新年 按需消费守安全

《中国消费者报》宣传报道

湖北消委探索消费维权社会共治新模式

湖北省消费者委员会发布

2022年线上直播带货消费服务对比调查报告

荆州市消委组织3·15公益律师点评教培行业不公平合同格式条款问题





## 刘荣山局长在省市场监管局学习贯彻党的二十大精神专题培训班上作专题宣讲

根据省委学习宣传贯彻党的二十大精神有关要求，省市场监管局组织开展了学习贯彻党的二十大精神专题培训班。11月30日，省市场监管局党组书记、局长刘荣山以《深入学习贯彻党的二十大精神，奋力谱写中国式现代化湖北市场监管新篇章》为题给培训班学员作专题宣讲。省局党组成员，机关副处级及四级调研员以上党员干部共计90余人在2个会场参会，省局系统其他党员干部职工共计2600余人通过视频会议系统进行收听收看。

刘荣山从党的二十大和报告概况、深刻领会把握党的二十大精神实质、紧扣“两个结合”纵向深化对报告精神的认识、全面学习贯彻党的二十大关于市场监管的工作部署等方面，对党的二十大主题和主要成果、过去5年的工作和新时代10年的伟大变革、马克思主义中国化时代化、中国式现代化、全面建设社会主义现代化国家的目标任务、坚持党的全面领导和全面从严治党、应对风险挑战等内容进行了全面深入的宣讲阐释。

刘荣山强调，全省市场监管系统要深学细悟党的二十大精神。要深刻把握市场监管的政治性，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，做到“两个维护”。要深刻把握市场监管的人民性，紧扣群众需

求，加强工作联动；维护群众利益，强化服务理念；对标群众满意，提升管理水平。要深刻把握市场监管的时代性，深化“放管服”改革，构建与全国统一大市场相协调的现代化市场监管制度规则；深化“三个监管”，构建与超大规模市场相适应的现代化市场监管治理方式；深化创新驱动，构建与现代化产业体系相衔接的现代化市场监管服务能力。

刘荣山要求，全省市场监管系统要把学习贯彻党的二十大精神与贯彻落实习近平总书记关于湖北工作的重要讲话和指示批示精神结合起来，与贯彻落实省第十二次党代会工作部署结合起来，发扬“拼抢实”的状态和作风，以考好考实考优为目标，千方百计查漏洞、补短板、结硬账，力争全年工作再上新台阶。要强化“时时放心不下”的责任感，做到守土有责、守土负责、守土尽责。要对标党的二十大精神和省第十二次党代会工作部署，精心谋划明年守底线、追高线各项工作，确保开门红、谱新篇。

据悉，省市场监管局学习贯彻党的二十大精神专题培训班计划组织2期，每期累计安排5天时间，通过专题辅导、视频学习、撰写学习体会、集中研讨交流等方式深入学习宣传贯彻党的二十大精神。

## 从党中央系列决策部署 看消费者权益保护的政治性

本刊编辑部

回首新时代十年，在以习近平总书记为核心的党中央关心重视下，消费者权益保护实现了一系列突破性进展。《消法》重大修订，3·15品牌家喻户晓，12315服务深入人心，放心消费广泛创建，线上无理由退货延伸线下，消费投诉公示探索试点，综合执法聚焦民生重点，共治体系初步形成。投诉处理周期压减近一半、调解成功率翻一番，消费环境持续优化，消费者满意度稳步提升。

展望新征程，党的二十大擘画了中华民族伟大复兴大业。如何更好遵循中国式现代化的本质要求、服务全面建成社会主义现代化强国的中心任务，如何更好推动经济社会高质量发展、保障人民群众高品质生活，是消费者权益保护工作践行“三个务必”的核心命题。

中国式现代化首先要求坚持和加强党的全面领导。党中央始终重视加强消费者权益保护，作出一系列决策部署，一脉相承又与时俱进。

前五年：2013年，党的十八届三中全会提出必须加快形成消费者自由选择、自主消费的现代市场体系，成为使市场在资源配置中起决定性作用的关键环节。2015年，党的十八届五中全会将“以消费环境改善释放消费潜力”“强化消费者权益保护”列入“十三五”规

划，拓展发展动力新空间。

后五年：2017年，党的十九大指出“完善促进消费的体制机制”。2018年，《中共中央国务院关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见》首次对改善消费环境作出系统的顶层设计。2019年，党的十九届四中全会提出“强化消费者权益保护”，并纳入《中共中央国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见》框架。2020年，党的十九届五中全会重申“改善消费环境，强化消费者权益保护”并列列入第十四个国家五年规划，作为构建新发展格局组成部分。2021年，《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》将“保护广大劳动者和消费者权益”列入重大成就；中办国办印发的《建设高标准市场体系行动方案》专节部署并提出7项任务。

2022年，《中共中央国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》专节部署并提出8项措施。党的二十大再次提出多方面要求。随着新发展格局和高质量发展对促进消费的更高需要，全国统一大市场和高标准市场体系对消费环境的更高需要，保障民生和维护稳定对消费维权的更高需要，消费者权益保护逐步具有全局性战略性的作用。

# 荆楚维权

本刊顾问：丁凤英 刘荣山

《荆楚维权》编委会主任：程建宏

常务副主任：陈方军

副主任：李涛 蔡浩 陈勇

申克庆 欧阳华 刘前涛

刘勇 周美祖 郭忠涛

柯兵 伊捷军 章炜

邱鹰 金涛 何正发

陈明 喻芬 郑联平

吴采平

编委：肖诗新 陈时忠 韩凤兰 黄祥君

于文 刘卫红 聂喜洋 罗申华

陈蓉 魏海霞 王李华 张琼

刘波 雷长青 黄正柏 朱国华

黄波 闵家胜 徐望春 李元飞

余英 杨文斌 秦昌平 柳春龙

杜伟

本刊赠阅：中国消费者协会、全国各省级消保委

湖北省消费者委员会副会长单位、常委单位、  
委员单位

全省各市、州、直管市、林区消委（协）会  
长、常委、秘书长

省内大型公用企事业单位消费维权站

全省行业消费维权办公室、消费教育基地

全省315维权律师团、消费维权志愿者

## CONTENTS

### 目录

#### 卷首语

- 01** 从党中央系列决策部署  
看消费者权益保护的政治性

#### 本刊策划

- 04** 《中国消费者报》宣传报道  
湖北消委探索消费维权社会共治新模式
- 06** 湖北消委开展线下实体店“七日无理由退货”成绩被央媒报道
- 07** 襄阳：四措并举着力提升城市消费者满意度
- 08** 宜昌：召开提升消费者满意度工作推进会
- 09** 黄石：召开2022年度质量强市暨消费者权益保护联席会议

#### 权威发布

- 10** 湖北省消费者委员会发布  
2022年线上直播带货消费服务对比调查活动报告
- 18** 宜昌市消费者委员会发布：  
第二十届“万名消费者评诚信  
餐饮行业满意度测评”活动分析报告
- 20** 荆州市消委组织315公益律师  
点评教培行业不公平合同格式条款问题

#### 消委动态

- 21** 湖北消委向不公平格式合同亮剑
- 22** 局长参加市长热线体验日 听民意促维权  
消费维权进村 助力乡村振兴
- 23** 黄石市消委约谈爱康医院 推动医疗行业消费环境优化
- 24** 82户村民的“烦心事”解决了  
——十堰市消费者委员会成功调解一起涉农快递纠纷

25 鄂州市消委走访唯品会开展“双十一”促销提醒

仙桃市消委成功举办消费维权工作视频培训会

26 汉川市消委走进银龙水务开展消费体察

## 经验交流

27 给预付卡立规矩 让消费者有保障

——宜昌市消委会、市场监管局积极推动

预付卡消费问题专项整治

29 别让预付卡“卡”住你的消费

30 关于“预付卡”消费监管的调研思考

32 荆州市开展“预付卡”百日整治见成效

33 孝感市消委会发布预付卡消费四点提示

## 我为群众办实事

34 省消委组织联合调解 帮消费者退房退车

二手房惊现白蚁 荆门消委介入和解

35 上门服务纾困解难 获赠锦旗砥砺初心

36 退车！潜江市消委调解员维权忙

仙桃市消委成功调解一起培训费用纠纷

37 汉川市消委组织开展消费纠纷人民调解员培训

## 以案说法

38 高价买的品牌门窗非正品，消费者如何维权

40 网购商品不能无理由退货怎么办

41 购买手机出现问题，商家应三倍赔偿？

42 考证培训遭欺骗，消费者要注意

43 干洗服务出现问题，商家该如何采取措施？

44 婚介所弄虚作假，消费者维权难

## 消费提示

45 省市场监管局发布规范医疗美容商业营销行为提醒告知书

46 湖北省消委发布2023年元旦春节消费提示——

文明低碳过新年 按需消费守安全

47 选购家用燃气灶具时牢记“三谨慎”

48 武汉市市场监管局发布元旦、春节消费提示

## 湖北省消费者委员会常委单位

湖北省委宣传部

湖北省市场监督管理局

湖北省高级人民法院

湖北省公安厅

湖北省司法厅

湖北省住房和城乡建设厅

湖北省农业农村厅

湖北省商务厅

湖北省文化和旅游厅

湖北省卫生健康委员会

湖北省通信管理局

武汉市市场监督管理局

湖北日报传媒集团

湖北广播电视台

湖北省电信公司

湖北移动通信公司

国网湖北省电力公司

主 办：湖北省消费者委员会

承 办：《中国消费者报》湖北记者站

国内统一刊号：CN11-3413/F

执行主编：吴采平

编 辑：刘新民 刘月婷 胡宸熙

地 址：湖北省武汉市武昌区中北路101号

海山金谷1602

邮 编：430077

电 话：027-88859315 87129637

新闻热线：18802712315

投稿邮箱：jcwq315@126.com

设计制作：武汉民本信息咨询中心

《中国消费者报》宣传报道

# 湖北消委探索 消费维权社会共治新模式

本报记者 吴采平



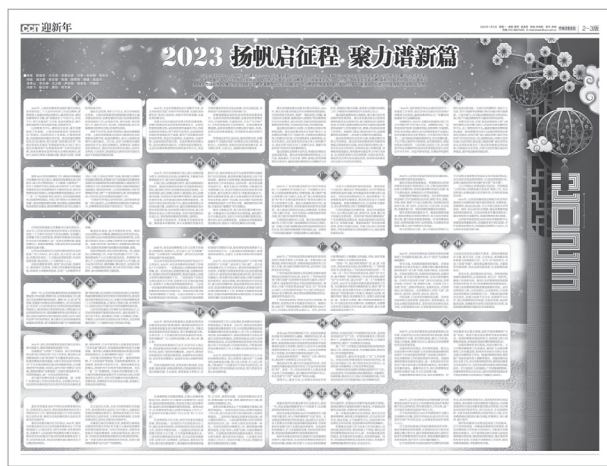
2022年6月，湖北省消委组织召开消费投诉线下社会联合调解工作座谈会 吴采平/摄

湖北省消费者委员会秘书长陈方军接受本报记者采访时表示,2023年,湖北省消委将通过夯实消费维权制度基础,压实经营者主体责任,构建“一般投诉线上和解、重点投诉社会联调、疑难投诉行政联处”的消费维权社会共治新模式,逐步形成社会联动高效衔接的消费维权闭环管理,共同缔造安全放心的消费环境。

通过推动诉调关口前移,打造湖北消保在线维权品牌。湖北省消委将充分发挥“湖北3·15消费投诉和解平台”功能作用,全面推动消费投诉线上和解先行机制,引导消费者线上精准维权;加大宣传教育,压实主体责任,动员更多优质市场主体入驻和解平台,加强智慧维权,降低维权成本,逐步实现“投诉不出门”“和解不出店”“调解不用面对面”的投诉在线和解新模式。

通过组建社会联调专业队伍,构建投诉调处社会协同新机制。为进一步发挥消委组织的法定职能作用和社会公益属性,充分动员社会力量,湖北省各级消委组织拟从人大代表、政协委员、行业专家、律师、新闻记者等消费维权志愿者中,遴选出一批专业能力强、富有责任心、热心公益事业的人士,组建消费维权社会调解员专业队伍。围绕汽车、家电、食品、电商、装修建材、公用服务等消费维权热点难点领域,深度参与消费纠纷调处工作,不断提升消费维权的专业度和公信力。

通过强化疑难投诉行政联处,建立重大民生消费纠纷处置闭环。湖北省消委将充分发挥消费维权联席会议制度作用,建立疑难投诉行政联处机制,针对重大疑难消费投诉研究并通报实施消费者权益保护工作的重要方法、措施,形成投诉处置工作闭环。全面加强部门间联动,推动信息共享,加强调解和执法的衔接统一,“以调促改、以罚促调”,提升打击侵权违法行为的精准性和有效性,形成多元的消费纠纷化解渠道,筑牢保障消费者合法权益的最后一道屏障。



通过统筹调动社会各界力量,构建消费安全多元共治格局。2023年,湖北省各级消委组织将聚焦消费重点领域和热点问题,围绕重要节日和消费节点,持续开展普法教育、消费预警等活动;进一步压实企业主体责任,持续深化放心消费创建、消费教育基地建设、线下实体店七日无理由退货承诺、维权服务站建设等活动;引导行业协会、社会组织发挥行业自律管理、自我约束作用,督促其会员单位依法诚信经营;充分发挥新闻媒体的舆论监督和正向引导作用,全面提升消费者的维权意识和经营者的守法意识,加快形成消费安全社会多元共治的良好格局。

# 荆楚维权

图为湖北省消委通过组织汽车消费教育大讲堂活动提振消费



## 湖北消委开展线下实体店“七日无理由退货”成绩被央媒报道

《中国消费者报》记者吴采平 文/摄

12月2日上午，消费者周女士来到武汉市硚口区山姆会员店服务台咨询退货事宜。上个月，她在这里花9776元买了一盒燕窝，准备给女儿补身体，但女儿坚决不要，她也用不上，就想来退掉。工作人员了解情况后，很快为周女士办了退货手续。

周女士惊讶地说：“我本打算来试试看，没想到近万元的东西几分钟就顺利退货了。”据了解，2022年，该店共为顾客办理无理由退换货近7000笔，涉及退货金额近200万元。——这只是湖北省消费者委员会开展线下实体店“七天无理由退货”承诺的一个缩影。

消费者放心买买买的前提，是经营者不断提高诚信经营水平、市场消费环境不断优化。湖北省消费者委员会副秘书长蔡浩接受《中国消费者报》记者采访时说：“承诺七天无理由退货，一方面可以倒逼经营者规范经营行为，提升产品和服务质量；另一方面也会大量减少消费纠纷，提振消费信心，

发挥消费在经济发展中的基础性作用。”

退一件货，留一线客。湖北省宜昌市北山超市相关负责人表示，退一件商品事小，但顾客的信任弥足珍贵。在该超市内，“七天无理由退货优秀示范单位”的牌匾醒目地悬挂在墙上，服务宣传牌上还写着“退货比买货更方便”。宜昌市消费者委员会王李华秘书长告诉记者，商家主动降低退货标准，却提高了服务标准和质量，用诚信经营的商业理念吸引顾客，提高了消费者的满意度，这有利于营造放心舒心的消费环境。

采访中，记者获悉，自2020年5月，湖北省开展线下实体店七天无理由退货承诺活动，至今已有近4000家实体店参与，逐渐覆盖商超零售、酒店餐饮、通讯服务、卫浴家装等多个行业和领域。各承诺单位累计自行化解消费纠纷127万余件，共完成线下退货金额1.04亿元。

记者从湖北省消费者委员会了解到，2022年上半年，湖北省消委组织开展了“七天无理由退货优秀示范单位”满意度评选活动，经对全省4000家“湖北线下实体店无理由退货”承诺门店进行社会评议、专家评价、综合评定，授予了武汉苏宁易购销售有限公司解放大道连锁店等100家单位“湖北线下实体店无理由退货承诺优秀示范店”荣誉称号。下半年，对评出的100家示范单位进行“回头看”满意度评选。同时公布第二批100家优秀示范店，发挥示范效应，提振消费信心，推进“七天无理由退货”活动纵深发展，助力湖北经济复苏。





# 襄阳：四措并举着力提升城市消费者满意度

文/魏海霞

10月25日，湖北省襄阳市召开2022年消费者权益保护工作联席会议暨城市消费者满意度测评工作推进会。会议对该市的消费者满意度创建工作给予了肯定，要求联席会议各成员单位要高度重视开展消费者满意度测评工作的重要意义，精准对标提升消费者满意度。



襄阳市消费者权益保护工作联席会议现场。

据襄阳市消费者权益保护工作联席会议召集人、襄阳市市场监管局局长王迪介绍，为持续推动襄阳市域消费环境提升，襄阳市消费者委员会、襄阳市市场监管局补短板、建机制、聚合力，着力解决消费环境建设中存在的突出问题。在近3年的全国100个城市消费者满意度测评中，襄阳综合得分排名持续提升40位次，已经进入了全国百城第一梯队序列。

建立联席会议制度，部门协同“齐步走”。襄阳市市场监管局紧抓市场监管总局政策契机，构建襄阳市消费者权益保护工作机制。通过请示汇报、沟通协调、征求意见，出台了《关于建立襄阳市消费者权益保护工作联席会议制度的通知》，建立了由20个部门为成员单位的襄阳市消费者权益保护工作联席会议制度，形成统筹协调机制，将消费维权工作由部门行为上升为政府行为，并推动襄阳市9个

县市区逐步建立了消费者权益保护工作联席会议制度，为全市开展消费者权益源头保护、协同保护、综合保护提供了制度支撑。

厘清法定维权职责，精准锻造“法规尺”。为推动各部门正确履职、厘清接处投诉举报工作边界，推进精准维权、精准监管。襄阳市市场监管局着手梳理归集47项商品和服务消费投诉举报法律法规授权部门的依据，编印了《部分商品和服务投诉举报法律法规授权部门及法条依据目录》，同时向社会公开，并动态更新，形成《部分商品和服务投诉举报法律法规授权部门及法条依据目录（2022年）》《其他相关责任机构工作职责目录》，更新后目录由47条增至69条，为依法履职提供依据索引。

建立年度报告制度，念好监督“紧箍咒”。襄阳市消费者委员会通过建立消费者权益保护工作年度报告制度，长效督促各部门依法履职。成员单位每年以书面形式向襄阳市政府报告本部门消费者权益保护工作情况，且向社会公开，接受群众监督评判，凝聚工作合力，提升维权实效。今年初，该市20个部门和单位向襄阳市政府提交了2021年度消费维权工作报告，并在本单位和襄阳市政府指定网站向社会公开。

开展放心消费创建活动，把好政策“指南针”。襄阳市市场监管局下发了《“放心消费在湖北”襄阳实施方案》，深入开展放心消费创建活动。出台《关于适用〈放心消费示范单位创建指南〉推动放心消费创建活动的通知》，通过联席会议机制下发各成员单位，督促各行业主管部门适用该地方标准推动所辖行业经营者开展放心消费创建，并结合各行业特殊规定开展放心消费创建工作的指导、实施和申报。2020至2021年，襄阳市指导创建省级放心消费示范单位42家，居全省第二。



## 宜昌：召开提升消费者满意度工作推进会

文/王李华

11月24日，宜昌市召开提升消费者满意度工作推进会暨2022年消费者权益保护联席会议。城区（含夷陵区）人民政府及28家相关单位的负责人参加了会议，市政府副秘书长范绪忠出席会议并讲话。



宜昌市消费者权益保护联席会议副召集人、市市场监管局局长王升华通报了前期“优化消费环境提升消费者满意度”工作情况，并从“完善联席会议制度”、“发挥‘供给便利性’优势作用”、“健全社会共治机制”、“加大市场监管力度”、“提振消费维权信心”五个方面提出了当前和后期主要工作的建议。



西陵区政府、伍家岗区政府、市中级人民法院

结合工作职能，分别从“消费环境创建”、“消费者满意度提升”、“司法守护消费安全”三个角度进行了交流发言。



市政府副秘书长范绪忠对我市消费者权益保护联席会议各成员单位在提升消费者满意度方面发挥的职能作用，做出的贡献给予肯定，并提出了三点意见：一是提高站位，切实增强提升消费者满意度的行动自觉。要把消费者权益保护，提升消费者满意度作为重大的民生实事来办，用“钉钉子”的精神和“绣花”功夫，履职尽责，久久为功，努力营造安全放心的消费环境，以此更好地来服务人民群众对美好生活的向往；二是把握重点，夯基固本提升消费者满意度。提升服务质量，优化消费体验。优化消费供给，提升消费品质。守护消费安全，促进消费畅通；三是补齐短板，扎实推进消费者满意度测评迎检工作。压实经营主体责任，强化诚信体系建设。完善联席会议制度，提升部门维权合力。优化诉求处理机制，提升维权执法效能。



## 黄石：召开2022年度质量强市暨消费者权益保护联席会议

文/李凌

12月7日，黄石市2022年度质量强市暨消费者权益保护联席会议在市政府召开。各县（市、区）政府、市质强委各成员单位及相关市直部门、重点企业负责人等50余人参加会议。市政府办副主任张少庚主持会议，市政府党组成员隆刚出席会议并讲话。

会议表彰了第七届市长质量奖获奖企业。朗天药业、尖峰水泥、奥莱斯轮胎、龙凤山集团等4家企业荣获市长质量奖，地质局第一大队、华兴玻璃、瑞信科技等3家企业荣获提名奖，共颁发奖金220万元。与会领导为劲牌公司、大冶有色、振华化学、东贝机电、大冶特钢、朗天药业等6家（全省26家）荣登2022年品牌价值评价榜单黄石企业颁发证书。大冶特钢等3家企业分别就首席质量官、质量标杆、质量品牌建设情况作交流发言。

会议发布了《市人民政府办公室关于建立黄石市消费者权益保护工作联席会议制度的通知》，市商务局、黄石银保监分局等部门作消费者权益保护工作发言。

会上，市质强办主任、市市场监管局局长方朝阳通报全市质量和消费者维权工作情况。他指出，在市质强委各成员单位的共同努力下，全市质量强市建设取得阶段性成效，产品质量合格率连续多年保持在98%以上，高于全省平均水平，农产品合格率100%，工程竣工验收合格率100%，一批企业的品牌建设和标准建设走在全省前列，全市连续20年获

评全省质量工作考核先进单位，公共服务质量监测处在“满意”区间，创新渠道降低维权成本，推动我市消费维权环境不断优化。为做好湖北省质量工作考核迎检工作，他建议，要以迎战的状态迎接考核，以一丝不苟的作风查漏补缺，以高度的自觉落实责任，力争质量工作再创佳绩。

隆刚同志在讲话中强调，要深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大对质量强国建设的总体要求，动员全市上下牢牢把握高质量发展的根本要求，加快推进质量强市建设，进一步完善全市消费者权益保护工作联席会议机制，构建公平放心消费环境。一方面，要高位推进质量强市建设，夯实高质量发展基石。一是紧扣发展形势增强认识，突出“质量强市”战略定位，落实质量建设任务，明确质量发展方向；二是聚焦重点环节增强实力，重点做好“四个聚焦”，即聚焦关键支撑求突破，聚焦质量文化优环境，聚焦齐抓共管全覆盖，聚焦民生福祉强监管；三是完善工作机制增强保障，深化质量发展理念，构建质量责任体系，营造质量文化氛围。另一方面，要持续强化消费维权建设，做优高质量发展环境。一是提升战略认识，把改善消费环境、维护消费者权益作为重要战略任务；二是优化消费环境，履行好监管职责，畅通维权渠道，落实主体责任，推进协同治理；三是完善工作机制，加强组织领导，强化多元共治，完善构建放心消费环境。

# 湖北省消费者委员会发布

# 2022年线上直播带货

为进一步强化对重点消费领域的社会监督，充分调动和发挥社会各界特别是广大消费者社会监督的积极作用，帮扶市场主体清理和纠正侵害消费者合法权益的规则和服务行为，省消委于2022年5至7月，在全省开展“线上直播带货消费服务对比调查活动”。

## 一、调查背景及目的

我国“直播带货”起始于2016年，快速增长于2019年。2020年新冠肺炎疫情发生后，“直播带货”在我国进入一个新的发展阶段，其趣味性、互动性、轻松性吸引了众多消费者。“直播带货”的“达人”“秒杀”“基地走播”“砍价”等全新的互动形式，让消费者网络购物不再依赖传统的网页图文去寻找、了解自己所需的商品，而是在直播间通过多维度、立体化的沉浸式动态直播视频更为直观地去了解商品，甚至还可以通过对话、点赞、打赏等方式与主播进行实时互动，网络购物消费体验感大大提升。

直播带货的强互动性和参与性，给消费者带来了新的消费体验，但“带货”中侵害消费者权益的现象，也时有发生。

一是直播中主播夸大产品功效、虚构价格和产品数量的情况较为普遍。很多“网红爆款”来源不明，甚至本身就是“三无”产品。

二是直播带货主体多元、责任不清，成为售后服务履行的最大障碍。部分直播间运营方通过设立多个账号，混淆主体身份，逃避法律责任和行政监管。出现纠纷后，商家、主播、平台、运营方等相

互推诿，抬高了消费者的维权成本，售后服务难以保障成为直播带货的最大痛点。

三是直播带货进入门槛低，主播行为与营销手段挑战公序良俗甚至法律法规的现象时有发生。个别主播语言低俗，甚至歧视辱骂消费者；营销手段背离诚信原则，编造虚假剧情卖惨营销，利用公众同情心透支社会善意。

为了更好的了解直播带货消费情况，发现直播带货消费中的常见问题，维护消费者的合法权益，湖北省消费者委员会通过问卷调查及体验式购物等形式对各大平台中直播带货量较大的省内及省外商户开展体验式消费调查。

## 二、调查形式及对象

本次调查采用线上问卷调查、直播带货体验式调查、价格监测三种方式进行。一是线上问卷调查。主要面向武汉市、襄阳市、宜昌市居民，收集消费者在“6·18”期间参与直播购物前、中、后不同阶段消费体验形成的评价意见，此次调查共完成1520个有效样本。二是体验式调查。邀请维权志愿者、义务监督员等以真实消费者身份，体验“6·18”期间热门平台的直播购物全过程，记录不同行业商家经营、主播表现、带货的商品质量等信息，体验式调查共完成81个有效样本，其中湖北省内完成36个，省外完成45个，覆盖食品保健品、服饰鞋帽、日用百货、美妆护肤、电器等行业卖家。三是价格监测。与专业机构合作，跟踪对比热门平台直播带货的商家售卖的同一商品“6·18”期间和

# 消费服务对比调查报告

活动结束后价格，价格监测共完成146个有效样本。

## 三、线上问卷调查结果

### (一) 整体满意度情况

调查数据显示，84.5%的消费者于今年6·18期间直播购物体验整体满意，其中持非常满意态度占比18.0%。当被问到“是否遇到过卖家对中差评消费者采取贿赂删评、电话骚扰、威胁恐吓等行为”，86.4%的消费者表示从未遇到过。

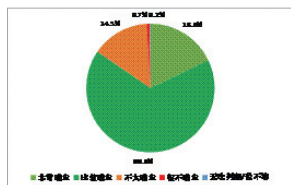


图1 “您对今年618期间直播购物体验整体是否满意”调查数据

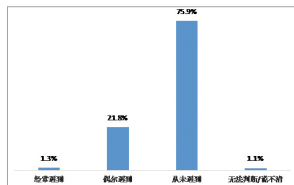


图2 “是否遇到过卖家对中差评消费者采取贿赂删评、电话骚扰、威胁恐吓等行为”调查数据

分城市来看，宜昌市消费者满意度为89.8%，襄阳市消费者满意度为88.4%，武汉市消费者满意度为75.4%。分平台来看，京东消费者满意度为92.8%，天猫90.1%、淘宝84.1%、小红书83.0%、抖音79.2%、快手76.0%、拼多多71.8%。

### (二) 售前情况分析

#### 1. 直播购物支付情况

调查数据显示，当消费者被问到“在直播间购物时，是否遇到卖家引导非正规支付方式支付费用

的情况”，98.9%的消费者表示从未遇到，没有消费者勾选“经常遇到”或“偶尔遇到”。

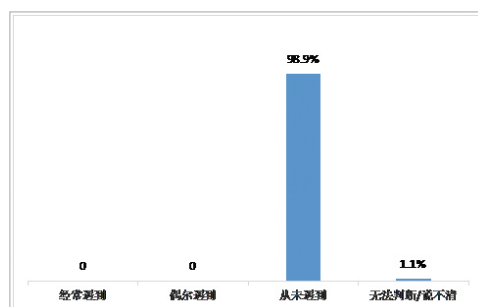


图3 “在直播间购物时，是否遇到卖家引导非正规支付方式支付费用的情况”调查数据

#### 2. 直播商品信息介绍情况

调查消费者对“主播介绍商品信息是否清晰易懂”的评价时发现，认为非常清晰、比较清晰的分别占比21.6%、64.0%，表示不太清晰、非常不清晰的分别占比13.0%、0.9%。

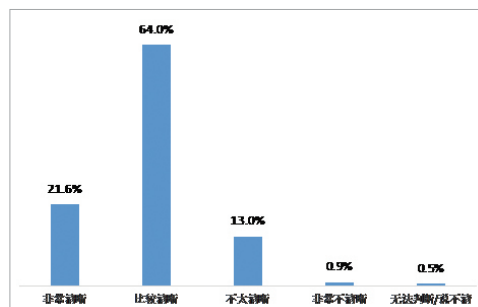


图4 “主播介绍商品信息是否清晰易懂”调查数据

# 荆楚维权

## （三）售中情况分析

### 1. 直播宣传营销情况

调查数据显示，24.7%的消费者表示主播存在虚假宣传，过分夸大商品功效，19.9%表示存在过度饥饿营销，营造供不应求假象问题，18.6%表示原价虚高，优惠夸张，16.1%的消费者认为卖家会通过刷单进行数据造假，主播使用极限用语、营销话语不符合社会主义核心价值观、诱导消费者进行违规交易等问题不同程度存在。

表1 “主播在宣传营销商品时，是否存在以下情况”数据统计

选项	勾选人数	占比
以下问题都没有	525	34.5%
虚假宣传，过分夸大商品功效	375	24.7%
过度饥饿营销，营造供不应求假象	302	19.9%
原价虚高，优惠夸张	283	18.6%
通过刷单进行数据造假	244	16.1%
使用极限用语（如“最佳”、“国家级”等）	194	12.8%
营销话语不符合社会主义核心价值观	108	7.1%
诱导消费者进行违规交易	107	7.0%

分平台来看，快手、淘宝、拼多多、天猫、京东平台主播最大问题是虚假宣传，过分夸大商品功效，其中33.3%的消费者认为快手类似问题更甚。消费者认为抖音平台主播最大问题是过度饥饿营销，营造供不应求假象，小红书平台直播最大问题是原价虚高，优惠夸张。

表2 “主播在宣传营销商品时，是否存在以下情况”分平台数据统计

选项	抖音	京东	快手	拼多多	淘宝	天猫	小红书
以下问题都没有	29.7%	41.9%	34.0%	25.2%	34.1%	34.5%	45.3%
虚假宣传，过分夸大商品功效	23.7%	19.5%	33.3%	26.7%	27.2%	23.8%	18.9%
过度饥饿营销，营造供不应求假象	25.0%	14.1%	24.0%	21.4%	21.4%	18.3%	15.1%
原价虚高，优惠夸张	21.2%	15.9%	16.0%	25.2%	16.6%	19.1%	20.8%
通过刷单进行数据造假	16.1%	12.6%	14.7%	22.9%	18.6%	16.2%	5.7%
使用极限用语（如“最佳”、“国家级”等）	14.0%	12.3%	14.7%	14.5%	11.7%	12.0%	11.3%
营销话语不符合社会主义核心价值观	8.1%	5.1%	8.0%	5.3%	8.3%	8.1%	1.9%
诱导消费者进行违规交易	6.8%	9.0%	7.3%	4.6%	6.9%	7.0%	3.8%

### 2. 商品发货情况

调查数据显示，84.9%的消费者表示卖家能在承诺的发货时间内准时发货，84.3%的消费者从未遇到过卖家发错、发漏商品的情况。

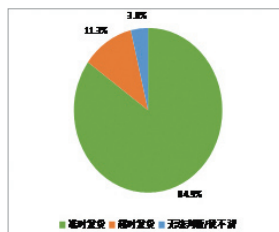


图5 “卖家是否在承诺的发货时间内准时发货”调查数据

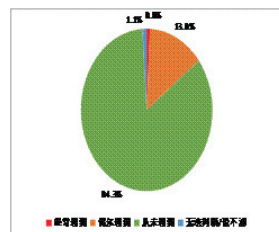


图6 “是否遇到卖家发错、发漏商品的情况”调查数据

## （四）售后情况分析

### 1. 商品质量情况

调查数据显示，24.5%的消费者表示直播带货的商品存在货不对板，以次充好问题，16.8%的消费者购买到山寨产品，14.1%的消费者购买到三无产品，11.8%的消费者遭遇过假冒伪劣。除此之外，有16.8%的消费者表示收到的商品质量和卖家描述的不一致。

表3 “关于直播间购买的商品质量是否存在以下情况”数据统计

选项	勾选人数	占比
以下情况都没有	769	50.6%
货不对板，以次充好	372	24.5%
山寨产品	255	16.8%
三无产品	215	14.1%
假冒伪劣	179	11.8%

分平台来看，各平台直播带货的商品最大的质量问题是货不对板，以次充好。此次调查中，各平台上买到山寨产品、三无产品，遭遇假冒伪劣的消费者占比，拼多多相对较高。

表4 “关于直播间购买的商品质量是否存在以下情况”分平台数据统计

选项	抖音	京东	快手	拼多多	淘宝	天猫	小红书
以下问题都没有	48.3%	57.0%	46.7%	35.1%	48.6%	55.9%	49.1%
货不对板，以次充好	22.5%	18.4%	31.3%	32.8%	28.6%	20.9%	28.3%
山寨产品	14.8%	13.4%	18.7%	24.4%	19.3%	15.9%	11.3%
三无产品	19.9%	11.6%	14.7%	21.4%	14.8%	9.9%	9.4%
假冒伪劣	13.6%	9.4%	9.3%	16.8%	12.8%	11.0%	11.3%

## 2.售后服务情况

调查数据显示，23.1%的消费者表示遇到过卖家拒绝“七日无理由退货”申请的情况。售后客服期间，23.4%的消费者表示客服的回答未解决问题，20.6%的消费者认为客服未及时快速做出回应，客服沟通全程态度不友好、缺乏耐心、提供的信息存在误差等问题不同程度存在。

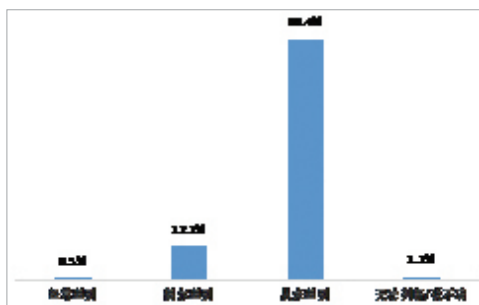


图7 “是否遇到过卖家拒绝‘七日无理由退货’的申请”调查数据

表5 “在直播间购物后，卖家售后客服是否发生过以下行为”数据统计

选项	勾选人数	占比
以下情况都没有	533	35.1%
客服的回答未解决问题	355	23.4%
客服对您的咨询未及时快速做出回应	313	20.6%
沟通全程态度不友好、缺乏耐心	300	19.7%
客服提供的信息存在误差	285	18.8%
未联系过售后客服	158	10.4%

## 3.投诉维权情况

调查数据显示，9.3%的消费者在今年6·18期间，对直播购物订单发起过投诉维权，但有22.0%的卖家未正常受理，31.2%的卖家不太积极。仅有31.2%的消费者表示第三方电商平台介入投诉维权，对第三方平台给出的处理结果满意度低于80%。

分平台来看，天猫介入投诉维权的频率最高，为44.4%，抖音介入投诉维权的频率最低，为11.8%。从处理结果上来看，消费者对天猫、小红书、快手的处理结果满意度较低。

表6 第三方电商平台介入投诉维权数据统计

电商平台	投诉件数	介入件数	介入频率	处理结果满意度
天猫	27	12	44.4%	66.7%
京东	23	10	43.5%	90%
小红书	7	3	42.9%	66.7%
淘宝	33	10	30.3%	80%
快手	14	4	28.6%	75%
拼多多	20	3	15.0%	100%
抖音	17	2	11.8%	100%

## 四、体验式调查结果

在“6·18”期间，体验不同平台、不同行业商家直播带货完成81个有效样本，对照体验卡，21个商家存在虚假宣传、产品“三无”等问题，具体如下。



表7 体验式调查问题清单

所在地	平台	行业	主播/店铺名称	存在问题
湖北	拼多多	电器	爱美购汽车用品	过度饥饿营销，营造供不应求假象
外省	拼多多	日用百货	德宝高端厨具	过度饥饿营销，营造供不应求假象
外省	拼多多	日用百货	玉江电动工具	过度饥饿营销，营造供不应求假象
湖北	拼多多	服饰鞋帽	书燃高档定制	三无产品（没有生产产地，没有材料说明，没有吊牌）
湖北	拼多多	保健品	草本妇科保健护理店	虚假宣传，过分夸大商品功效
外省	拼多多	服饰鞋帽	韩流衣馆	未展示证照信息
外省	拼多多	美妆护肤	雅朵名妆	1.未展示证照信息 2.原价虚高，优惠夸张
湖北	快手	服装鞋帽	科特沃克精品女鞋	三无产品（没有产地，没有产品合格证，没有吊牌）
外省	快手	保健品	阿敏子品质女装穿搭	使用极限用语
外省	快手	电器	家居电器清仓	未展示证照信息
外省	快手	电器	姑嫂优品	1.虚假宣传，过分夸大商品功效 2.使用极限用语 3.过度饥饿营销，营造供不应求假象
湖北	小红书	保健品	蜜桃小丸子	三无产品（没有产地，没有合格证，也没有重量）
湖北	小红书	服装鞋帽	Jonny-hi	三无产品（没有任何产品说明，也没有产地，生产合格证）
外省	小红书	电器	鼓牌灯具	1.过度饥饿营销，营造供不应求假象 2.三无产品（没有生产厂家）
外省	小红书	服装鞋帽	宝贝琼儿	其他，主播态度不好
湖北	抖音	保健品	红桃K保健食品旗舰店	过度饥饿营销，营造供不应求假象
湖北	抖音	电器	是小可呀	虚假宣传
外省	抖音	电器	诺爽好物	1.过度饥饿营销，营造供不应求假象 2.其他，夸大优惠力度
外省	京东	日用百货	萧Ada	其他，通过下单加微信领红包的形式刺激购物
湖北	天猫	电器	雅培医疗器械旗舰	拒绝“七日无理由退货”
外省	微博	日用百货	潮安彩塘心饰男装	未展示证照信息

## （一）商家的证照信息情况

调查数据显示，体验的81个商家中，77个商家证照信息齐全，占比95.1%。未展示证照信息或证照信息不齐全的商家共4个，有快手上电器行业的“家居电器清仓”，拼多多上服饰鞋帽行业的“韩流衣馆”、美妆护肤行业的“雅朵名妆”，微博上日用百货行业的“潮安彩塘心饰男装”。

## （二）商家直播营销的规范度情况

调查数据显示，在直播营销规范方面，8.6%的商家存在过度饥饿营销，营造供不应求假象问题，比如拼多多上“爱美购汽车用品”店，主播反复采用倒计时、最后几单等话术，直播快结束了都还有货。3.7%的商家虚假宣传，过分夸大商品功效，比如拼多多上“草本妇科保健护理店”，夸大保健品的功效。1.2%的商家原价虚高，优惠夸张，比如拼多多上“雅朵名妆”店，带货商品原价980元，现在优惠价49元。

表8 “主播/商家在营销内容方面是否存在以下问题”体验式数据统计

选项	总体
以下问题都没有	85.1%
过度饥饿营销，营造供不应求假象	8.6%
虚假宣传，过分夸大商品功效	3.7%
其他	6.2%
使用极限用语（如“最佳”、“国家级”等）	2.5%
原价虚高，优惠夸张	1.2%

分平台来看，平台主播常见问题是过度饥饿营销，营造供不应求假象，其中拼多多在过度饥饿营销，营造供不应求假象占比为30%，抖音为13.3%，小红书为10%，快手为9.1%。拼多多在虚假宣传，过分夸大商品功效占比较高为20%，快手为9.1%。快手在使用极限用语（如“最佳”、“国家级”等）占比较高为18.2%。拼多多在原价虚高，优惠夸张占比为10%。



表9 “主播/商家在宣传营销商品时，是否存在以下情况”分平台数据统计（体验式调查数据统计）

选项	抖音	京东	快手	拼多多	淘宝	天猫	小红书	微博
以下问题都没有	86.7%	90%	81.8%	50%	100%	100%	80%	100%
过度饥饿营销，营造供不应求假象	13.3%	0	9.1%	30%	0	0	10%	0
虚假宣传，过分夸大商品功效	0	0	9.1%	20%	0	0	0	0
其他	6.7%	10%	0	0	0	0	10%	0
使用极限用语（如“最佳”、“国家级”等）	0	0	18.2%	0	0	0	0	0
原价虚高，优惠夸张	0	0	0	10%	0	0	0	0

### （三）商品质量情况

调查数据显示，体验的81个商家中，5个商家被发现售卖三无产品。有小红书上保健品行业的“蜜桃小丸子”、服饰鞋帽行业的“Jonny-hi”、电器行业的“鼓牌灯具”，拼多多上服饰鞋帽行业的“书燃高档定制”，快手上服饰鞋帽行业的“科特沃克精品女鞋”。

### （四）售后服务情况

体验式调查发现，有1个商家拒绝“七日无理由退货”，是天猫的雅培医疗器械旗舰店，调查发现，所有平台均提供了举报维权渠道。

## 五、价格监测数据分析

### （一）整体情况分析

价格监测完成的146个有效样本中，102个商品在“6·18”活动结束后价格与活动价一致，占比69.9%。5个商品在“6·18”活动结束后降价超过10%，其中3个商品在拼多多上直播带货，拼多多上“韩流衣馆”售卖的连衣裙价格降幅超过60%，“德宝高端厨具”售卖的吸管水杯价格降幅40.7%，“爱

美购汽车用品”售卖的无线充电宝价格降幅37.3%。此外，抖音上“多跃保健食品旗舰店”售卖的葛粉价格降幅22.7%，快手上“卡特沃克精品女鞋”售卖的凉拖鞋价格降幅13.6%。

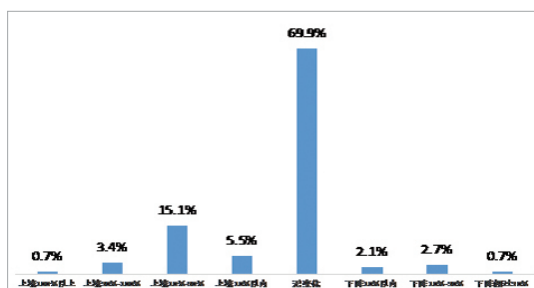


图8 价格监测数据变化

### （二）各平台情况分析

对不同平台上带货的商品价格进行监测发现，快手上94.4%的商品，抖音上87.5%的商品、微博上85.7%的商品、拼多多上82.4%的商品、小红书上75.0%的商品、天猫上68.4%的商品、京东上60.0%的商品、淘宝上57.1%的商品在“6·18”活动结束后价格与活动价一致或更低。

通过与体验式调查数据对比发现，部分商家在直播带货时存在饥饿营销和标价虚高的情况。比如，拼多多上“玉江电动工具”售卖的手电钻，主播带货时靠倒计时恢复原价催促消费者下单，活动结束后的价格却比活动价还低。比如拼多多上“雅朵名妆”店，带货的商品原价980元，现在优惠价49元，原价虚高，优惠夸张。

### （三）各类别商品情况分析

对不同类别的商品价格进行监测发现，87.5%的家电商品，82.8%的服饰鞋帽商品、77.8%的医疗器械商品、76.9%的日用百货商品、72.7%的保健品商品、72.0%的美妆护肤商品、70.0%的电子数码商品、66.7%的家具家装商品、58.3%的食品酒饮商品在“6·18”活动结束后价格与活动价一致或更低。

## 六、主要问题分析

此次线上直播带货消费服务对比调查发现，直播带货行业总体上还是较好的，消费者购物满意度八成以上、支付行为基本规范、主播对商品介绍比较清晰、基本能够准时发货、错发漏发问题较少等。但是，和任何一个“野蛮生长”的行业一样，直播带货行业在急速发展的同时，也时常伴随着乱象和问题。

### （一）商品质量参差不齐

体验式调查发现，少数服饰鞋帽商品没有任何产品说明，也没有产地，生产合格证，比如拼多多上的“书燃高档定制”，快手上的“科特沃克精品女鞋”，小红书上的“Jonny-hi”店。线上问卷调查数据表明，24.5%的消费者表示直播带货的商品存在货不对板，以次充好问题，16.8%的消费者购买到山寨产品，14.1%的消费者购买到三无产品，11.8%的消费者遭遇过假冒伪劣。

### （二）虚假宣传、虚标价格屡见不鲜

体验式调查发现，一些商家主播频繁使用“三天见成效”等过分夸大商品功效话语，比如拼多多上“草本妇科保健护理店”，快手上“姑嫂优品”。线上问卷调查数据表明，24.7%的消费者表示主播虚假宣传，过分夸大商品功效，19.9%表示存在过度饥饿营销，营造供不应求假象问题，18.6%表示原价虚高，优惠夸张。价格监测发现，超过7成商品继续售卖价格低于6·18活动价或保持一致。

### （三）售后服务存在不足

体验式调查发现，天猫的“雅培医疗器械旗舰店”拒绝“七日无理由退货”。线上问卷调查数据表明，23.1%的消费者表示遇到过卖家拒绝“七日无理由退货”申请的情况，9.3%的消费者在今年6·18期间，对直播购物订单发起过投诉维权，但有22.0%的卖家未正常受理，31.2%的卖家不太积极。

### （四）主播素质良莠不齐

线上问卷调查数据显示，7.1%的消费者遭遇过主播带货时“乱开腔”、用语低俗的情况。体验

式调查发现，一些主播对产品不熟悉盲目带货，态度消极，服务“不耐烦”，比如小红书上“宝贝琼儿”店主播，表示“自己不清楚产品的成分和产地”“爱买不买，烦死了”。

## 七、有关建议

为了更好地促进“直播带货”发展，规避上述的消费风险，维护消费者合法权益，营造安全、有序的电商环境，建议如下。

### （一）强化电商平台“第一责任人”意识，优化网络消费环境管理

电商平台企业要严格按照相关法律法规及政策要求，强化“第一责任人”意识，完善自身审核和日常管理措施，以显著方式警示平台外私下交易等行为风险，督促平台内商家按照有关法律和规定公示证照信息，并畅通消费维权通道和加强售后服务体系建设。一是提高主播准入门槛。平台对主播准入加强审核，规定准入条件，必要时可以进行一定的测试，审查其资料是否完备，从德艺等多方面进行审查，实行“失德主播一票否决制”，并且定期开展培训等相关工作，向主播传达最新制度规范和要求，避免其因不了解而违规；二是加大监督巡查力度。各平台应当建立定期及不定期巡查机制，避免不良信息的传播，尤其是一些负面低俗的信息，及时做好取证和记录工作；三是完善“网红带货”诚信评价机制。各平台应将粉丝评价、举报、监管部门的调查处罚信息等记入诚信评价系统，将违法情节严重、污点信息较多的网红拉入黑名单，取消直播带货资格，通过诚信惩戒手段规范直播带货行为，保障消费者的相关合法权益；四是要畅通投诉监督渠道，可以设立专门的绿色通道，保持24小时畅通，对于投诉事宜快速反应、及时处理。

### （二）加强对直播带货业态监管，促进网络直播健康发展

相关部门要立足监管职能，协同开展联合专项执法行动，加大对网络直播销售商品的抽检力度，

注重从源头上加强产品质量管控，全力打击虚假违法广告、不正当竞争等违法行为，及时曝光一批典型案例，对严重违法法律法规的直播营销市场主体名单实施信息共享，依法开展联合惩戒，提升监管执法成效和震慑力。同时，相关部门要加强对行业协会商会的指导，鼓励建立完善行业标准，开展法律法规宣传，推动行业自律。

### （三）加强消费教育与引导工作，推动直播电商行业社会共治

组织属地各类网络平台创新宣传形式，以公益广告、主题宣传片等形式开展涉网络直播正面宣传，发动网络评论员开展正面引导，传播依法依规的理念，教育引导广大网民自觉抵制违法违规行为。增强消费者投诉维权能力，引导消费者掌握必要的消费维权技巧比如保存好直播视频、聊天记录、支付凭证等证据，维护自身合法权益。通过新闻媒体等渠道及时发布消费预警、消费提示，及时

曝光典型案例，引导消费者鉴别虚假广告手段、方式，对不良商家造成舆论压力。在属地网络平台首页或显著位置公布举报电话和邮箱，动员广大网民和第三方评价机构对违法违规网络直播行为进行监督举报，推动全社会共建共治。

## 八、下一步措施

根据此次直播带货消费服务对比调查结果，为了进一步优化直播带货消费环境，省消费者委员会接下来将开展以下几个方面工作：

- 1.对外发布此次直播带货消费服务对比调查报告；
- 2.发布直播带货消费警示；
- 3.根据此次调查发现的问题，10月中下旬约谈相关平台，让其对直播带货中出现的问题进行整改；
- 4.对此次调查发现问题的平台和商家在“双十一”期间开展回头看活动，督促问题整改到位。

（上接第20页）

5、条款五：“在通常情况下，一年内冻结课程不能超过两次，冻结时间一共不超过六个月。否则，学员即丧失复学的权利，且甲方无需因此向其返还或赔偿任何费用。”

“若学员在所报课程完成80%课时后再提出冻结申请的，则甲方有权不予受理，且甲方无需因此向学员承担任何的法律风险。”

**点评意见：**《中华人民共和国民法典》第五百三十三条、第五百六十三条对合同的情势变更或法定解除作了明确规定。上述条款设定的超过一定课时不能冻结课时及冻结课时超过两次经营者不需要返还费用等表述，排除了当合同出现情势变更或法定解除条件时，消费者依法要求变更或解除的权利。因此，上述条款有利用合同格式条款排除或限制消费者权利之嫌。

## 二、消费提醒

荆州市消委温馨提醒，消费者在选择教育培训机构时，要注意以下几点：

**1、明确学习目的，培养科学理念。**家长应树立健康的教育理念，科学的制定学习方法。不要盲目跟风报班培训，给孩子增加额外的负担。

**2、知晓培训类别，注意培训时间。**家长应明确需要教育培训的类别是属于学科类还是非学科类，针对性地选择与之相匹配的机构，不要报名双休日、节假日、寒暑假期间的学科类课程。

**3、查询机构信息，了解经营状况。**建议家长实地查看校外培训机构的营业场所，了解机构运行状况等。

**4、理性签订合同，防范资金风险。**签订合同前，要详细约定并审阅合同内容，特别是课程内容、授课老师、退费规则等事项。对于费用高、周期长的教育培训项目，一定要审慎签约，不要一次性高额缴费。

## 宜昌市消费者委员会发布 第二十二届“万名消费者评诚信 餐饮行业满意度测评”活动分析报告

### 一、活动开展背景

民以食为天，餐饮行业是消费者最关心、接触最多、也最有发言权的一个行业。为凸显消费者的评价作用，进一步了解消费者在餐饮领域的消费需求和诉求，促进餐饮行业经营者不断改进产品供给水平和服务质量，2022年9月26日至10月10日，宜昌市委文明办、市市场监管局、市消费者委员会联合开展了宜昌市第二十二届“万名消费者评诚信 餐饮行业满意度测评”活动。

### 二、活动概述

宜昌市第二十二届“万名消费者评诚信 餐饮行业满意度测评”活动，经参评单位自愿报名、基层市场监管部门审核推荐、拟参评名单向社会公示、消费者网上投票，形成了全市129家餐饮店测评排名结果。本次测评采取线上问卷调查的方式，问卷涉及就餐环境、商品质量、服务质量、消费者满意度四个方面，共计20个问题。此次活动共采集了20562份有效调查问卷。市消委根据调查问卷的基础数据分析了解消费者在餐饮消费领域的消费需求，消费者对各餐饮店的消费和评价情况，以及餐饮行业今后的改进方向，并据此形成分析报告。

### 三、结果分析

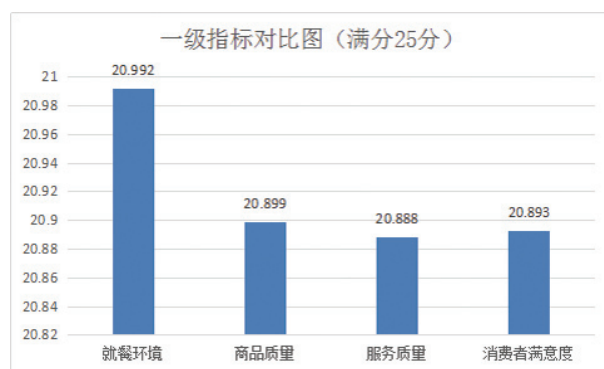
#### （一）基础测评情况

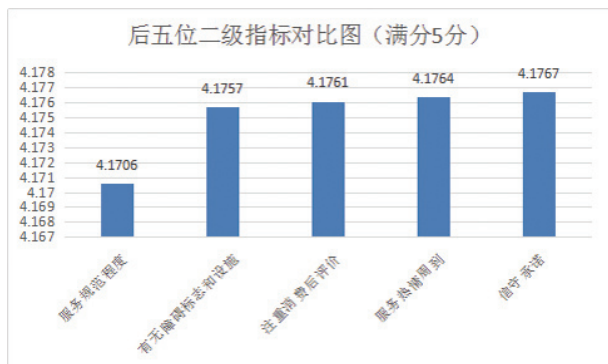
#### 1、从整体看，参评门店的总体评价较高。

此次调查基础测评分为4个一级指标，20个二级指标，每个二级指标分值5分，总分100分。调查结果显示，参评的129家餐饮店消费者总体满意度为83.67分，总体满意度均达到良好水平（ $\geq 80\%$ 满意度），由此可见，消费者对宜昌餐饮行业的整体满意度较高，宜昌作为一个旅游城市，较注重在餐饮服务上的投入和监管。

#### 2、从指标看，“商品质量”和“消费者满意”是短板。

4个一级指标中，“就餐环境”和“服务质量”分居首末位。20个二级指标中，“服务规范程度”、“有无障碍标志和设施”、“注重消费后评价”、“服务周到热情”、“信守承诺”这5项指标排名靠后。由此可见，消费者对商家的服务质量、诚信程度最为看重，这将是今后餐饮行业应着重弥补的短板问题。（见下图）





### （二）加权得分情况

根据《宜昌市第二十届“万名消费者评诚信 餐饮行业满意度测评”活动投票细则》，本次参评单位满意度测评得分由基础得分和加权得分两部分组成。活动组委会按照以下方式进行加权得分，得出测评最终得分。2021年8月至2022年8月期间，被“宜昌消委天天315”微信公众号“月度维权榜单”公示记录的，每次扣5分。

经查询，本次无参评餐饮店被“月度维权榜单”点名，故无餐饮店扣分，可见，宜昌餐饮行业整体发展水平较高，守法意识强，消费环境较好。

### （三）基础测评中消费者期盼改进的方面

经对测评问卷主观题（不计分值，不计入总分）的分析归纳，消费者期盼餐饮行业从四个方面提升产品和服务质量：一是在商品质量方面，消费者希望餐饮行业更注重食品安全以及餐饮外卖中生产销售环节的卫生；二是在服务质量方面，消费者普遍认为优质服务是餐饮店的名片，服务将直观地影响到消费者对餐饮店的满意度评价；三是在文化传承方面，消费者希望商家多挖掘地方特色，研究本地菜肴，经营本土美食，推出新品精品，打造本土品牌；四是部分消费者呼吁餐饮店少用“一次性碗筷，塑料打包带、打包盒”等非环保制品，让环境可再生，发展可持续，为子孙后代造福。

## 四、总结及建议

从本次调查体现出：

### （一）“食品安全”依然是重中之重

调查发现，“食品安全”是消费者最关心和最担心的问题。消费者对食品抽检结果（有毒有害物质残留，违规使用添加剂等）、禁食野生动物、冷链食品风险表现出了重点关注。下一步，行业主管部门要进一步加强食品安全日常监管，加大对违法者的处罚力度，也要对消费者加强食品消费常识和辨别知识的科普宣传。

### （二）餐饮服务是餐饮消费的关键因素

调查发现，有部分消费者反映商家不够热情，服务规范程度不够。餐饮行业作为服务业，自然对服务提出了更高的要求。从消费者的角度来说，餐饮品质、味道、价格等客观因素相差不多的情况下，服务是决定购买的唯一因素。商家在服务顾客时，一定要换位思考，把握食客心理，以心换心，让消费者有宾至如归的感觉。

### （三）口味影响选择

调查发现，一是消费者对菜品翻新率，商家的主打菜、本地菜、特色菜关注度和需求较高。二是随着时代的发展，消费者对食物的要求也发生了改变，已不再追求“重油、重盐”，转向青睐“本色、原味”，饭菜追求质朴、自然的本味，这与消费者的绿色消费理念和健康生活习惯的养成息息相关。

### （四）其他建议

调查发现，有消费者建议提高员工工资和完善各类保障，以此稳定人心，减少餐饮店员工的流动率，保证餐饮品控。建议相关部门在保障福利待遇和稳就业方面加大宣传和监管力度。

下一步，宜昌将在餐饮行业监管方面做以下努力：一是引导餐饮行业经营者遵守《中华人民共和国食品安全法》、《餐饮服务食品安全监督管理办法》、《餐饮服务食品安全操作规范》等法律法规；二是对标消费者的新期待、新需求，不断改进产品和服务的供给水平，切实增强诚信经营理念，给予消费者安全感，提升消费者满意度，打造良好的餐饮行业消费环境和消费体验。让市民吃得放心、吃的安心、吃得舒心！

荆州市消委组织3·15公益律师

## 点评教培行业不公平合同格式条款问题

点评律师：

湖北思捷律师事务所主任 荆州市消费者委员会3·15律师团团长 许圣国  
湖北行恒律师事务所主任 荆州市消费者委员会3·15律师团成员 蔡敏

为推动落实“共促消费公平”消费维权年主题，维护消费公平正义，保障消费者合法权益，根据省消委4号函通知要求，荆州市积极开展教培行业领域不公平合同格式条款问题点评活动，现就该消费领域格式合同条款进行点评。

### 一、条款点评

1、条款一“甲方有权合法使用学员和学员监护人登记的个人信息，包括作其它推广及转至甲方国内外的关联公司使用。”

**点评意见：**依据《民法典》第一千零三十四条的规定，自然人的个人信息受法律保护。个人信息中的私密信息，适用有关隐私权的规定；没有规定的，适用有关个人信息保护的规定。

该条款单方面设定了对学员和学员监护人个人信息的使用，不利于消费者个人信息的保护，可能造成消费者个人信息的随意泄露。

2、条款二“在保证学习质量的前提下，甲方有权根据实际情况单方调整学习地点、时间、布局及改进课程内容，学员应当无条件充分尊重校区的调整和/或改进。”

**点评意见：**依据《民法典》第五百四十三条的规定，当事人协商一致，可以变更合同。

该条款设定商家有权单方调整学习地点、时

间、布局及改进课程内容，实际上是赋予了商家单方面变更合同的权利，对消费者明显不公平。

3、条款三“如退费活动有折扣、积分优惠，退费时，折扣以及积分优惠不得折抵课款，年卡VIP会员退费时一律按照常规课课程费用计算。”

**点评意见：**优惠价格更符合课程的真实价值，也属于事实上的成交价格，退费应当按照实际成交的价格进行。按照原价退费的约定属于“免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利”和“排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理”的条款。

4、条款四“该协议条款要求将保持不断的发展和完善，新的条款将自动纳入本协议条款中，构成本协议条款的一部分。”

**点评意见：**新的条款是否对消费者有约束力，必须经双方协商一致。该条款概括性地将未来可能变更的内容纳入到本协议中，一方面限制了消费者协商变更合同的权利，另一方面，使消费者必须无条件地接受所有变更的内容，实际上是排除了消费者订立合同的权利，无限扩大甲方权利，违反《中华人民共和国民法典》第六条规定的公平原则及第五百四十四条的规定，当事人对合同变更的内容约定不明确的，推定为未变更。依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十六条的规定，其内容无效。

(下转第17页)

# 湖北消委向不公平格式合同亮剑

文/胡翠兰 陈畅

为推动落实“共促消费公平”消费维权年主题，维护消费公平正义，保障消费者合法权益，进一步优化湖北消费环境，提升消费者满意度，根据中消协《关于共同开展不公平合同格式条款点评活动的通知》（中消协字〔2022〕9号）文件精神，省消委自5月至11月，在全省范围内开展了2022年消费领域不公平格式条款点评活动。为扩大活动效果，提升全省消委系统协调效能，各地结合自身实际，因地制宜共同开展了不公平格式合同条款点评活动。

活动分为合同格式条款工作部署、线索收集、组织专家分析点评、公开发布点评结果及点评结果反馈运用共五个阶段：

**（一）因地制宜，做好工作部署。**省消委发文指导我省各地消委组织结合自身工作优势制定工作方案，明确工作思路。各地因地制宜，多方发力，做好活动总部署。发动行业协会力量，组织联络汽车流通协会、装饰装修协会、建材流通协会、水电安装协会、保险行业协会等重点行业协会，收集查找线索，联合开展问题治理行动。为提升活动整体效果，与市场监管系统不公平格式条款合同监管专项执法行动同步开展，分工配合，加大消费重点领域合同格式条款专项整治力度，切实规范企业经营行为。

**（二）突出重点领域，公开征集线索。**采用向社会广泛征集、行业调查摸底、投诉重点关注等多种方法相结合，围绕消费投诉举报居多的汽车、家装建材、通讯、保险、公用水电气、物业服务、二手房、美容健身预付式消费等重点领域较大企业进行线索征集，深入挖掘消费领域存在的不公平合同格式条款。全省累计收集各行业格式条款合同500余份。

**（三）组织点评研讨，形成点评报告。**对收集

到的线索问题梳理后，组织315律师团律师、高校学者、省律协调解中心，进行法律分析，企业代表、行业协会、行政主管部门共同参与研讨，充分听取各方意见，形成点评报告。省消委形成《汽车购销合同点评意见》，汇总突出问题21条；形成《汽车订购协议条款和条件点评意见》及《热力供应及服务合同点评意见》，汇总问题条款16条。我省各地共收集不公平格式条款300余条，主要问题50多个。

**（四）发布点评报告，加强普法宣传教育。**省消委通过微信公众号及新闻媒体发布点评文章10篇，提醒相关企业立即修改相关条款、依法经营，告知消费者遇到此类霸王条款应当拒签合同。将汽车类点评意见发函至某汽车经销商，促成了汽车消费纠纷顺利化解。襄阳、宜昌、荆门、荆州等地均公开发布了点评报告，引导经营者依法制定和使用格式合同，为消费者营造公平有序的消费环境。宜昌市消委会点评家装行业霸王条款内容登上了《中国消费者报》头版。

**（五）注重约谈促改，协同共治取得实效。**开展约谈劝谕，针对合同内容包含不公平合同格式条款的昆仑燃气、万达影城等较大企业进行约谈并限期整改，收到较好效果。行使建议权，对不公平合同格式条款涉及的相关问题反馈给相关行政部门，建议有关行政部门加强行业日常监管指导，依法查处违法行为。黄石消委在活动中发现某家具销售企业格式合同违法，移交市场监管部门后已立案查处。襄阳、汉川等地会同召开行政约谈会，对以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式严重侵害消费者合法权益的行业潜规则及“霸王条款”进行专项整治，召开专题点评披露活动4次，开展专项整治45人次。



## 局长参加市长热线体验日 听民意促维权

文/李 闯



2022年11月11日上午，荆州市市场监管局党组成员、副局长刘勇，市消费者权益保护中心主任张琼参加12345市长热线线上察民情解民忧暖民心体验日活动。

此次体验日活动旨在贯彻落实省委、市委关于党员干部下基层察民情解民忧暖民心实践活动，进一步优化干部作风、优化营商环境。在市民之家，市市场监督管理局副局长刘勇当起12315热线接线员，接听群众来电5个，倾听民声、体察民意，为消费者排忧解难。

自2022年来，荆州市市场监督管理局进一步畅通维权渠道，推进12315和12345热线深度整合，实现了12315与12345“双号并行”，网络互通、数据共享，

热线办理进一步智能化、便利化。前三季度，荆州12315热线日接通率保持在92%以上，受理消费者诉求6.1万件次，为消费者挽回经济损失375.5万元。

接线工作结束后，刘勇副局长亲切慰问了坚守消费维权一线的12315专区话务员，并对她们长期坚守表示感谢。刘勇强调，市市场监管局要深入学习党的二十大精神，坚持以人民为中心的发展思想，坚持“民有所呼、必有所应，即接即办，办必有果”原则，解决群众“急、难、愁、盼”的，特别是涉疫、食品、药品、特种设备等关乎人民群众身体健康和安全的重点领域问题，切实提升群众满意度，营造良好的消费环境，助推荆州消费中心建设。

## 消费维权进村 助力乡村振兴

文/田 宪

为进一步增强乡村消费者消费维权意识和自我保护能力，提升金融基础知识及风险防范意识，营造放心安心舒心的消费环境。11月25日，荆州市消费者权益保护中心，鼎和财产保险股份有限公司荆州中心支公司党支部前往荆州区川店镇双店村开展“消费维权下基层 助力乡村振兴”宣传活动。

活动现场，工作人员张挂宣传标语，现场授课，针对农村老幼妇孺居多的实际情况，通过“免费活动”“会议营销”“上门销售”等侵害消费者权益的典型案例以案说法，现场群众纷纷列举出自己遇到的消费维权难题，反响热烈。活动中还发放《消费者权



益保护法办法》《消费维权知识问答》《消费者权益保护法律法规学习手册》及反金融诈骗、反毒品宣传等学习资料，通过有奖竞答的形式将活动气氛推向高潮。不少群众表示，这样的宣传活动不仅加深了自己对消费维权知识的了解，也切实提高了自身的风险防范意识，希望今后能有更多这样的宣传活动。

荆州市消费者权益保护中心将以党的二十大精神为指引，坚持以人民为中心的原则，针对农村消费、老年消费、网络消费等重点领域，持续深入开展多种形式的消费维权宣传活动，引导群众科学、文明、合理、绿色消费，努力营造更加安全放心的消费环境。





## 黄石市消委约谈爱康医院 推动医疗行业消费环境优化

文/李凌

为进一步加强消费维权工作的社会监督力度，督促经营主体依法规范经营，净化医疗行业消费环境，11月8日下午，黄石市消委联合黄石市市场监管局对黄石市爱康医院有限责任公司（以下简称爱康医院）进行消费维权劝谕约谈。

会上，市消委对爱康医院收取高价材料费后，使用低价材料冒充高价材料涉嫌欺诈消费者的投诉进行了通报，同时对爱康医院下达消费维权劝谕函，明确指出爱康医院在经营过程中有严重涉嫌侵害消费者合法权益的行为，并要求爱康医院要充分发挥医疗企业责任担当，切实落实企业主体责任，依法依规开展医疗活动；要坚持以广大消费者为中心，不断提高医疗服务水平，为消费者提供优质的医疗服务；要积极完善消费投诉调处机制，保障消费者合法权益。同时，责令爱康医院要积极整改，并在七个工作日内整改完成。

针对以上情况，爱康医院负责人表示，对现有问题高度重视，并将秉承“以人为本 救死扶伤”的社会

责任，积极解决问题，自查自纠，认真整改，加强对医疗从业人员的培训学习，多从消费者角度做服务、想办法，多方化解消费投诉。

下一步，黄石市消委将根据爱康医院整改回复情况，组织明察暗访和消费体察，如有整改不到位的情况，或将在全市范围内启动相关消费满意度民意调查，并将调查结果向全社会进行公示。



（上接第25页）

培训坚持“逢学必考”原则，市消委通过组织互动答题，帮助参训人员消化吸收培训内容，确保参训人员学有所获、学有所用。参训人员表示，将及时掌握湖北315和解平台新模式、新技能，主动作为，加大宣传力度，推广给辖区消费者和经营者使用湖北315和解平台，降低涉诉成本，缓解基层调处压力，促进经营者诚信经营，消费者依法维权，培

育良好的市场消费环境，提升消费者的获得感、幸福感、安全感。

下一步，仙桃市消委将进一步完善社会联调机制和湖北315和解平台推广应用，畅通线上线下处置环节，补齐工作闭环短板，不断地提升消费维权效能，引导企业规范经营活动，更好的服务广大消费者，维护消费者合法权益。

# 82户村民的“烦心事”解决了

## ——十堰市消委成功调解一起涉农快递纠纷

文/李元飞

日前，十堰市茅箭区茅塔乡康家村82户村民收到了某快递公司2万元赔偿款，至此一起因快递物品破损的消费纠纷圆满化解。这是十堰市消费者委员会探索实践消费投诉多元处置工作机制成功调处消费纠纷的又一实例。

蜂蜜瓶破损外溢，并污渍了同寄的茶叶，价值29000元的农产品被拒收退回。7月中旬，十堰市消费者委员会接到茅箭区

茅塔乡康家村驻村帮扶工作队的通报，在开展“下基层察民情解民忧暖民心”实践活动中，工作队了解到该村有82户村民自产的蜂蜜、茶叶等农产品急待销售后，立即通过多种途径联系买家，安排村委会相关人员将待销农产品统一包装后，委托某快递公司商品分别发往黄冈、黄石两地。由于快递在运输途中装卸原因，导致瓶装蜂蜜破损外溢、茶叶包装不同程度损坏、蜂液与茶叶混为一团，被买方拒收。

康家村村委会多次与快递公司及其深圳总部交涉，均未得到满意的答复，十堰市消费者委员会闻讯后随即派人进村调查核实。经了解，损坏的产品主要包括：红茶、蜂蜜共66份13200元；绿茶、蜂蜜共99份15800元，村民提出诉求让快递公司按商品原价赔偿。快递公司负责人承认事情属实，但坚称由



于寄递时未选择保价，只能按规定赔偿3倍的快递费，赔偿金额不超1000元。

为赔偿金额村民与快递公司各执一词，消费调解工作陷入僵局。鉴于事态进展情况，十堰市消费者委员会立即启动消费投诉多元处置工作机制，向行业主管单位十堰市邮政局及时通报情况，积极沟通协调，采取联调处置，双方合力维权。9月9日，十堰市消费者委员会、市邮政局正式约谈快递公司，明确指出该快递公司存在利用保价条款当成赔付“挡箭牌”，属于“霸王条款”，违反了相关法律法规，侵害了消费者的合法权益，责成快递公司进行合理赔偿。经过多次督促最终调解达成协议，该快递公司同意对破损、污渍产品进行照价赔偿，并依照公司退赔流程将2万元赔付兑现到位。



# 鄂州市消委走访唯品会开展“双十一”促销提醒

文/余英

11月9日上午，鄂州市市场监管局四级调研员金涛带领鄂州市消委、市消保科工作人员走访了唯品会进行座谈，就一年一度的“双十一”购物狂欢节开展促销行为提醒。

唯品会自入驻鄂州以来，所销产品覆盖整个华中地区，产品质量问题、售后服务问题等投诉日益增多，座谈之前，市消委查看了企业315投诉和解平台使用情况和投诉处理情况。

座谈会上，市消委工作人员向唯品会（华中区）区域经理、售后负责人等相关人员发布双十一集中促销指导意见：1、严把准入关，加强合规管理。做好“亮照、亮证、亮规则”工作，对进入平台内经营者的信息进行核验登记，切实履行发布审查、检查监控、违规处置、及时报告等义务。2、促销规则公开透明，简单易懂。不玩“促销套路”，禁止采取“先提价后打折”、虚构原价、不履行价格承诺等违法方式开展促销，不得采取含糊标示或者故意淡化标示的方式误导消费者。3、规范发布广告，禁止虚假宣传。企

业内部要加强广告审核力度，杜绝使用绝对化广告用语、违法宣传产品功效、发布欺骗或者误导消费者的虚假信息等行为。4、禁止不正当竞争，维护公平竞争市场秩序。全面准确真实统计和发布促销活动的成交量、成交额等数据，不得虚构交易、不得提供虚假用户评价，不得强制入驻商户“二选一”。5、禁止销售违法违规商品，不得销售假冒伪劣商品。开展信息发布审核和实时巡查，做好违法违规商品清查；加强知识产权保护，及时下架或删除违法违规商品和假冒伪劣商品链接。6、妥善化解网络交易纠纷，维护消费者合法权益。畅通消费者投诉举报通道，对消费者的合理诉求不得推诿拖延，及时受理、高效处理投诉举报，做好疫情期间的物流保障应急预案。

2021年湖北315消费投诉和解平台开通以来，唯品会主动入驻平台，还根据市消委会的意见完善了消费者投诉处置机制与流程，对消费纠纷要求客服人员第一时间响应，快速处理，化解纠纷，目前平台纠纷和解率实现了99%，取得了良好的社会效果。

# 仙桃市消委成功举办消费维权工作视频培训会

文/朱凌云

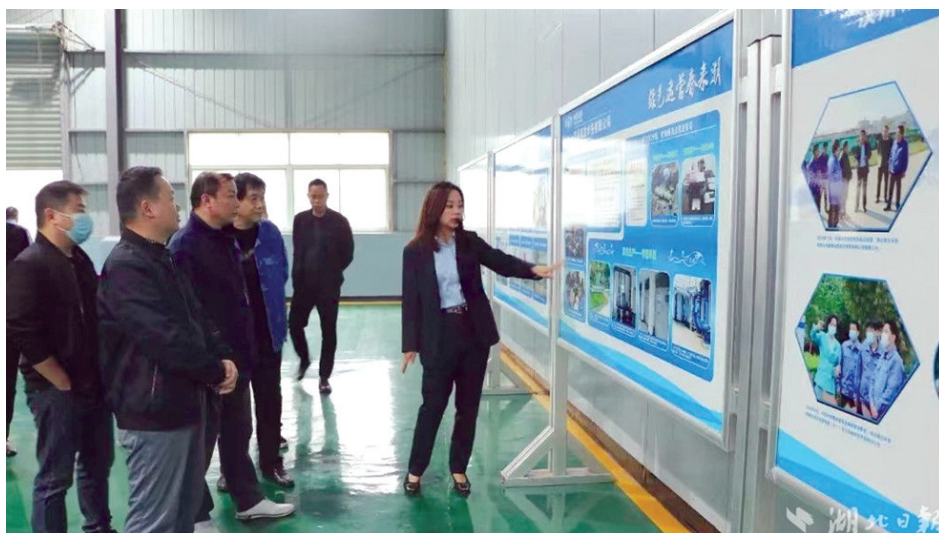
保护好消费者合法权益是一个永恒的话题，是一项长期的任务，也是一项重要的民心工程。为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，全面贯彻落实党的二十大精神，全面提高基层一线投诉调解业务素质能力，规范履职行为，做好新时代消费维权工作。12月13日，仙桃市消费维权工作培训班通过远程视频会成功举办。来自全市基层业务骨干、公用企业单位以及省级“七天无理由退

货”优秀企业代表等40余人参加了视频培训会。

在视频培训会上，省消委投诉部主任聂喜洋结合当前消费维权工作任务，消费维权的热点、难点和堵点问题，详细讲解了湖北315和解平台的操作流程、社会联调的工作思路，通过案例解读分享了投诉处理方法和技巧，深入分析了当前投诉调处中存在的问题，并提出改进工作方法和要求，切实提升基层一线投诉调解质效。（下转第23页）

## 汉川市消委走进银龙水务开展消费体察

文/章志军



10月27日，汉川市消费者委员会组织部分人大代表、政协委员、消费维权社会监督员和企业用户代表，来到位于市经济开发区的汉川银龙水务有限公司，开展主题为“监督供水服务 携手见证水质”的消费体察活动。

参观体察代表一行在讲解员的带领下，先后参观了公司水质检测中心、中控室、加药间、沉淀池、虹吸滤池、送水泵房、消毒间等区域，直观了解水厂的制水工艺流程。

汉川市消费者委员会副会长兼秘书长章志军说，水是千家万户的必备品，只有保证了水质和提升供水服务水平，才能真正赢得消费者和企业用户的满意度与安全感，希望银龙水务要继续秉持“绿色运营奉献甘泉”的经营理念，积极倡导节约用水，全力打造优质完善的供水服务体系。

公司副总经理周银河表示，银龙水务将认真履



行企业社会责任，进一步加强宣传和对公司员工的培训，再添举措，真情架起供水企业与用户之间的连心桥，携手共建安全、放心、和谐的供用水环境。

# 给预付卡立规矩 让消费者有保障

## ——宜昌市消委会、市场监管局积极推动预付卡消费问题专项整治

文/孙 韬 王李华

卡还在，商家没了；活动很划算，商家不兑现。预付式消费是消费者投诉的重灾区，特别是受疫情影响使得预付式消费安全风险向众多消费领域扩散。宜昌市消费者委员会、市市场监管局聚焦群众身边的预付卡“跑路坑民”乱象，牵头组织开展预付卡消费问题专项整治，努力营造安全放心消费环境，助力宜昌打造区域性消费中心，不断提升消费者满意度。

### 一、当好“统筹员”建立协调治理机制

市消委、市市场监管局充分发挥全市消费者权益保护部门联席会议、市场主体动态信息共享及监督机制作用，积极推动建立属地化、行业化预付卡监管长效机制。联合商务、教育、文旅等7部门制定出台《宜昌市预付式消费重点行业专项联合整治工作方案》，对美容美发、体育健身、教育培训、餐饮、商超五个重点行业实施重点整治，明确了各监管部门职责和预付卡发售单位责任义务，齐抓共管治理格局加快形成。市文旅局加强对健身培训机构的行业日常监管，针对某校外非学科培训群体纠纷形成的隐患，按照市委领导指示成立专案组，对涉案公司及自然人股东涉嫌违法行为进行调查。市教育局将全市6家学科类校外培训机构率先纳入资金监管范围，实行“银行托管+风险保证金（30万）”模式，截止目前纳入银行托管监管资金达到300多万元。市商务局针对商超、餐饮预付卡消费问题，开展整治规范清退，从摸排时商超类发卡经营户的219家下降至94家（其中备案41家）；餐饮类的发卡经营户由484家下降至147家（其中备案31家）。

### 二、当好“守门员”加强市场准入管理

牢牢抓住发卡前备案和备案信息公示关键环节，强化事前风险防范。一是实行发卡备案管理。未开业或开业未满6个月的，严禁发售预付卡。对符合要求拟申请发卡市场主体实行备案管理，严格开展资格审查，重点审核发卡形式、预存面额、合同约定、资金管理等内容。对拟终止预付卡业务的市场主体，要求必须提前一个月在经营场所公示相关信息，及时清退未消费金额。二是推行备案公示制度。在市场主体取得备案后，由其负责人在《单用途发售信用承诺书》上签名，连同备案凭证张贴在经营场所醒目位置，就经营行为、日常管理、停业注销等事项向公众作出公开承诺，接受消费者监督。三是实行失信惩戒机制。对“卷款跑路”等严重损害消费者权益的企业及其董事、监事、经理等管理人员，实施市场禁入，限制其在辖区继续开展经营活动。目前，全市各级商务、文旅、科技等部门已备案五类发卡商家152家，已全部完成备案信息公示。

### 三、当好“监督员”优化预付资金监管

充分发挥大数据和社区网格的作用，对存在预付消费的市场主体进行排查，通过对五大行业清理排查、登记造册，共摸排全市五类发卡商户1972家，并向行业主管部门推送未备案信息584条，移交违法线索53条。例如，西陵区某商业管理公司，曾发行预付卡3938张，目前未全部兑付的预付卡398张。因场地原因，该公司将不再经营卖场。商务部

# 荆楚维权

门快速反应，督促该企业在微信公众号上发布停止售卖预付卡信息，并告知仍有余额的顾客前来兑付。借鉴电商的第三方平台资金托管模式，探索对预付卡资金实行托管。主动对接银行共同拟定三方存管协议，建立预付卡发售主体资金托管通道，要求发卡主体在托管银行按规定比例缴存资金，一旦发卡主体经营异常或出现消费纠纷，在市场监管部门许可的情况下，启用缴存资金赔付消费者。市教育局率先对全市校外培训机构预收费监管实行“银行托管+风险保证金”模式，就托管账户、预收费缴存、信息公示、收费行为、预收费票据管理、退费管理、风险预警和联合监管等方面提出规范化要求。全市原375家学科类校外培训机构压减至6家，全部纳入预收费资金监管。8月，中消协副秘书长栗元广来宜调研时，对我市“备案公示+鼓励资金监管”的预付式消费综合治理思路给予充分肯定。

## 四、当好“调解员”维护消费者合法权益

按照“源头化解、和解在先”的要求，深化市县乡三级消费维权站建设，全市已建成维权服务站370个，实现全市消费维权网络体系全覆盖。落实“接诉即办”“宜接就办”，发挥12315、12345等平台的线索归集作用，严格落实案件线索移送制度，不断提升预付式消费诉求响应率、解决率、满意率。高新区市场监管局成功化解某儿童乐园关门引发的群体退费投诉，已为328人退费159360元。夷陵区市场监管局组织某养生会所及30余名消费者进行了集

中调处，为消费者挽回经济损失16万多元。截至目前，全市预付式消费专项整治期间引导125家发卡主体退出，各级各部门处置群体性投诉33件（其中50人以上群体性投诉6件），列入异常经营名录57家，部门间移送违法线索53条，行政处罚立案3件。

## 五、当好“宣传员”培养理性消费习惯

通过公益短信、消费警示、风险提示、公益广告等形式对消费者和经营者开展宣传教育，引导经营者自律规范，帮助消费者降低风险。点军区市场监管局给全区41家预付卡发卡商家发放《给全区经营者规范预付式消费经营行为的一封信》及《备案须知》，率先实现辖区预付卡备案公示全覆盖。高新区市场监管局联合街办、社区、物业管理部门在辖区18个小区楼道、电梯等公共场所安装“预付卡消费警示宣传牌”1000块，提醒消费者理性选择。同时，对已备案公示的商家进行正面宣传，在市级媒体公示首批备案经营者152家，对公示商家进行动态监管，提升备案信息的含金量。将市场主体的发卡备案和公示纳入“第二十届万名消费者评诚信·餐饮行业满意度测评”活动参评条件，引导消费者逐步形成“办卡前查验备案公示牌”的消费习惯。





## 别让预付卡“卡”住你的消费

文/谭玲

近年来，各类预付式消费方式盛行，极大地方便了广大消费者，在一定程度上促进了消费活跃，给消费者带来了实惠和便利，但也出现了发卡方关门跑路、频繁易主、虚假宣传误导、手续不规范、霸王条款限制权力、擅自终止服务等现象，引发消费纠纷，扰乱了市场经营秩序。

根据《单用途商业预付卡管理办法（试行）》《湖北省消费者权益保护条例》相关规定，州消费者委员会发布如下消费提示：

**一、科学谨慎购买预付卡。**消费者之所以愿意选择预付卡这种先付款后消费的模式，主要是看中预付卡的优惠。但消费者在决定购买预付费产品或服务前，首先应确定是否长期需要此类服务，谨防被商家宣传吸引，盲目追求高优惠。消费者一定要擦亮眼睛，科学谨慎购买预付卡，一次性购卡或充值金额不宜过大，持卡待消费时间不宜过长。

**二、认真了解发卡商家资质。**消费者在购买预付卡前要注意看清经营者营业执照，确认经营主体资

格，需查证发卡商家是否经过单用途商业预付卡备案（商务局）、是否正常参加企业年报（市场监管局）等，确保其有正常的经营资格，处于正常的经营状态。

**三、多方考察商家的信誉情况。**消费者尽量选择商业信誉好，具备一定规模且持续时间久的商家推出的预付卡。可通过实地考察、网络评价、裁判文书等途径，掌握商家的信誉情况，降低消费风险。

**四、仔细阅读有关合同条款。**消费者优选“实名”购卡，在办卡前应全面了解预付卡的相关条款，签订书面购卡协议并妥善保存。如果对合同内容有异议，应双方协商修改异议条款或签订补充协议，无法达成一致的或者商家不愿意书面注明的，不应购卡。

**五、密切关注商家的经营状况。**消费者应经常注意预付卡的余额及有效期，及时消费，避免过期作废的情况发生。在有效期内，如果发现商家经营情况异常，无故不提供服务等情况，请拨打12345投诉。如果商家突然关门并且无法联系，金额较大，涉嫌诈骗的，请及时向公安部门报案。

（上接第41页）

**第五十五条** 经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。

《侵害消费者权益行为处罚办法》

**第六条** 经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面、准确，不得有下列虚假或者引人误解的宣传行为：（八）夸大或隐瞒所提供的商品或者服务的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息误导消费者；（九）以其他虚假或者引人误解的宣传方式误导消费者。

**第十六条** 经营者有本办法第五条第（七）项至第（十）项、第六条和第十三条规定行为之一的，属于欺诈行为。

## 关于“预付卡”消费监管的调研思考

文/黄波

近年来，预付卡消费在餐饮、美容美发、洗浴、汽车、健身、教育培训等多种服务行业广泛使用，很多商家为促消费，拉客源，稳收入，通过各种方式鼓动消费者购买预付式消费卡，宣称充值越多折扣越大，这种预付式消费卡已经成为许多行业的一种普遍营销模式。

虽给消费者带来一定的便利和价格优惠，但背后也存在巨大的风险。近几年，市民对单用途商业预付卡的投诉日益增多，矛盾纠纷突发事件频发。根据荆门市12315热线数据显示，近两年关于预付卡投诉量居高不下，共848件，占两年投诉总量的10.27%，其中美容美发、洗浴服务322件，健身行业144件，分别占预付卡投诉总量的38%和17%，是消费者投诉多发区，影响最大，反映的主要问题为：预付卡消费经营主体关门停业后出现人去楼空，无法联系到负责人的情况或单方面终止服务、更换经营者，后来的老板不承担原来商家义务、不继续提供服务等。

### 一、预付式消费存在的问题

之所以叫预付卡，是因为以前都会以卡片作为载体，但随着互联网的发展，其中很多互联网公司不再提供实体卡片，账户中的电子卡片也是预付卡的一种。按用途，分为多用途预付卡和单用途，后者在商品类和服务类交易中广泛存在，是监管难点。从以往受理的投诉咨询数据来看，涉预付式消费的投诉逐年递增，但调解的成功率偏低。

根据近几年我市12315、12345投诉举报数据显示，2022年以来，我市预付卡投诉主要集中在健身场馆、美容机构、婚纱摄影、培训机构（含网课）、早教中心等行业，主要存在以下问题：一是

服务承诺兑现差。商家通常以高额折扣优惠或免费体验、赠送礼品为诱饵吸引消费者，办卡前或办卡初期服务态度和服务质量较好，办卡后才发现服务不尽如人意，原来约定的承诺也因种种原因难以兑现。二是办卡容易退卡难。很多消费卡上都印有“一经售出，概不退款”“最终解释权属本店”“此卡丢失，本店概不负责”“有效期满卡内余额一律作废”等格式条款屡见不鲜。面对这些“霸王条款”，消费者根本没有商量的余地。三是群众投诉维权难。一些服务行业的商家以极优惠条件吸引消费者办卡，但是，商家因疫情等原因经营不善，频繁更换负责人，有的闭门“谢客”，有的倒闭转让，有的携款“蒸发”。这种现象严重侵害了消费者的合法权益，极易引发群体性投诉。

在实地调查健身馆行业预付式消费投诉情况中发现，发售预付卡的经营主体大多呈现三个阶段：第一个阶段是“爆发期”。开业之前，为吸引客流、提高知名度，面向社会发行年卡、次卡、充值卡，优惠力度很大，像充多少送多少等，吸引不少消费者冲动办卡，办卡场面很“红火”。第二个阶段是“平淡期”。在开业后，经营了一段时间，由于收益率偏低、利润少，加上店面、人工等经营成本，随着办卡数量越来越少，经营者收支出现问题，导致经营困难。第三阶段是“挣扎期”。由于客流增长趋势无法维系，未吸纳新客源，优惠越来越大，人越来越多，服务却打折扣，渐渐难以支撑，最后直接关门了事。遇到这种情况后消费者第一时间会向市场监管部门投诉，大部分消费者不清楚部分行业应向行业主管部门投诉反映。



## 二、预付式消费的监管现状

**一是预付式消费涉及面广，造成管理困难。**其涉及行业主管部门太多，就目前现状，预付式消费纠纷较多的行业其行政主管部门有商务部门、教育部门、文化旅游部门和市场监管部门等，没有形成合力。国家法律法规对预付式消费管理界线不太清晰，造成预付卡管理纠纷发生后行政主管部门多以“不属于我部门的管理范围”回复。

**二是商家跑路后维权难以实现。**由于监管主体难以找到，部分消费者要求通过技术手段通过手机号码定位找到商家，超出了行政主管部门的执法监管权限，无法满足消费者的要求后部分行政主管部门被以不作为遭到投诉。

**三是对大型企业预付卡监管落实较好。**大型企业零售业发行预付卡或储值卡均需到商务部门办理登记备案，其良好的服务接到投诉和举报均能第一时间化解纠纷，而同时拥有其他预付卡的消费者一旦遇到纠纷无法化解时产生较大怨气，同时造成消费者心里落差。

## 三、预付式消费监管的建议和对策

**一是履行告知义务。**商家在开业之前需到市场监管部门办理营业执照，取得营业资格，在这个环节，市场监管部门可以就申请人从事的行业涉及的后置审批事项进行告知，有必要口头向申请人分条叙述需要办理的后置许可，履行好告知义务。对消费投诉较多的培训机构、早教中心、游乐场所、健身场馆、美容机构、婚纱摄影等要列入消费投诉风险防控重点名单，同步向后期监管涉及的其他部门，包括商务部门、卫生部门、文体部门等提供防控名单。

**二是提高政府主导作用。**充分发挥消费者权益保护联席会议机制，探索预付式消费管理模式。全国各地有好的探索模式可以借鉴，如北京市探索预付式消费监管，地方金融部门和商务部门主导，开设预付式消费备案专用资金帐户，发行预付卡需按照发行量的百分比缴纳一定数额备案保证金，为后

续监管提供支撑。

**三是推动事前监管力度。**部门之间做到不推诿，接到消费者投诉后不管是哪个部门第一时间是想办法解决问题，不以监管盲区和界线不清而推卸责任。各监管部门根据消费投诉风险防控重点，在商家开业前，主动与商家联系，各司其职。市场监管部门告知和审理合同协议；商务部门加强日常监管和办理登记备案，对未办理登记备案的商家给予警告；文体部门核验资质；卫生部门应督促经营单位卫生达标。各监管部门加强履行事前监管职责，可大大降低后续产生的纠纷问题。

**四是加强部门协同监管。**当市场监管部门接到预付卡消费投诉后，遇到超出职能范围的情况，需加强部门联合，共同处理。有条件的地区，更有必要成立综合执法局（队），处理此类投诉件，提高“诉转案”率，市场监管部门对预付式消费不诚信者应纳入黑名单，对其今后从事经营活动产生影响，形成有力震慑。

**五是加大宣传力度。**通过宣传手段让普通消费者了解自身权利和经营者义务，办理预付卡时主动要求经营者提供行业主管部门登记记录，对不合理的合同协议要敢于提出意见，对霸王条款坚决不能接受并向监管部门举报，倒逼经营者主动办理登记手续和守法经营。发布消费预警提示，提防消费“陷阱”，倡导消费者冷静、合理消费，从社会层面达到人人是监管者，个个守法经营的良好氛围。

《消费者权益保护法》规定，消费者权益保护是政府各职能部门共同的责任和义务，不是由市场监管一个部门兜底可以做好的。预付卡监管是保障消费者合法权益，打击垄断经营，维护消费市场稳定的重点工作，是为消费者办实事，化解消费矛盾的重要举措。各职能部门不应各自为政，应各司其责，通过紧密合作，形成合力，才能把预付式消费监管落到实处，消除监管盲区，达到净化市场的作用。（作者单位：荆门市消费者权益保护中心）

## 荆州市开展“预付卡”百日整治见成效

文/张琼

荆州市市场监管局在开展党员干部下基层察民情解民忧暖民心实践活动中，把解决群众“急难愁盼”问题作为工作的出发点和落脚点，坚持“民有所呼、我有所应”，切实为群众办实事，针对群众反映强烈的“预付卡”问题下重手进行整治，有力回应群众关切。今年5月份以来，荆州市市场监管局在全市范围内开展单用途商业预付卡百日专项整治工作，对零售业、住宿和餐饮业、居民服务业三类单用途商业预付卡消费纠纷多发高发的行业和市场主体的十类违法违规行为开展清理整治。

整治过程中通过走访摸排发卡市场经营主体1134家，利用12345市长热线、e线民生、12315投诉举报平台和湖北省智慧信访信息系统线上梳理，排查9起群体性投诉案件。通过集中整治活动，12315平台预付卡投诉办结率达100%，妥善处理群体性投诉9件，查处单用途商业预付卡违法案件3件，为消费者挽回经济损失200余万元。

在强化监管执法的同时，进一步扩大预付卡消费宣传，警示风险，充分利用电视、报纸、微信、抖音等媒体创新开展预付卡消费温情宣传提醒。在



元旦、春节等重要节假日发布预付卡警示提示5期，拍摄了“维权三剑客”特别节目三期，在中心城区的大型商超、核心商圈张贴《规范单用途预付卡经营行为告诫书》9450份，制作《微视频—“五要”提醒记心间、预付消费不踩坑》微动漫，被荆头条等本地媒体刊载，还被人民日报、学习强国等主流媒体转载，有效提升消费者辨识虚假宣传水平和依法维权能力。

通过单用途商业预付卡百日专项整治，适时发布消费警示提示，积极构建起商务、公安部门联合、优势互补、分工协作、沟通顺畅、齐抓共管的工作格局，规范了荆州预付式消费市场秩序，有效保护消费者合法权益，不断提升消费者满意度。

# 孝感市消委会发布预付卡消费四点提示

文/闵家胜

近年来，随着消费习惯的改变，预付卡消费在餐饮、美容美发、汽车、健身、商场超市等众多行业广泛使用，虽给消费者带来一定的便利和优惠，但商家良莠不齐、个别诚信意识较差，消费侵权行为时有发生。根据12345热线和12315平台数据分析，近期预付卡消费纠纷有上升趋势，问题主要集中在：服务质量得不到保障、欺骗欺诈、虚假宣传、强制服务、变相涨价、霸王条款、店面搬迁、歇业转让、关门消失、单方面终止服务等。

为此，孝感市市场监督管理局、市消费者委员会提醒广大消费者：谨慎理性办理预付卡、提高风险防范意识、科学合理消费。

## 1、谨慎办卡多留心

办理预付卡前，应选择证照齐全、市场信誉度高、经营状况好的商家，查询商家发放的单用途商业预付卡是否在商务部门备案等。办卡后查看商家出具的发票是否与营业执照上的名称一致，切不可轻信广告宣传、商家口头承诺和促销条件的诱惑。

## 2、理性充值别冲动

办理预付卡时，不要被商家宣传优惠折扣而冲动充值，应根据自己的实际需要、消费习惯、消费频度适量充值，尽量不要一次为预付卡充入过多金额，充值以后也要及时消费，避免因使用时间过长，遭遇商家因经营不善关门等不确定因素造成损失。

## 3、签订合同看条款

办理预付卡时，应要求签订书面合同，仔细阅

读合同条款，防止合同陷阱。合同中应有明确的预付式消费卡(券)使用范围、有效期限、违约责任等相关条款，特别要注意终止服务、转让等限制性条款，对发现“霸王条款”应予以拒绝并向相关部门进行举报，不能图一时方便，用口头合同代替书面合同。

## 4、保留证据好维权

办理预付卡后，牢记索要票据，并妥善保管好票据和消费凭证，一旦出现消费纠纷，消费者可根据相关证据追索相应赔偿，并通过有效的维权途径，及时维护自己的合法权益。如果在消费过程中合法权益受到侵害，消费者可先与商家协商解决，若无法达成一致，可向有关行政主管部门投诉，或拨打12345市民热线进行投诉。



# 省消委组织联合调解 帮消费者退房退车

2022年10月，省消委发挥联合调解作用，两天处理两起重大投诉，为消费者挽回经济损失17万元，消费者非常满意。

### 案例一

消费者李先生欲购买一处安静环境好的商品房养老，在江夏区某楼盘交纳2万元定金和5999元活动款选购商品房一套，其后经多方考察，发现宣传的环境等内容与事实严重不符要求退房遭拒。

10月16日，省消委受理投诉后，就消费者投诉反映的问题向该楼盘发送“消费维权投诉调查函”。经调查了解，消费者反映的情况基本属实。省消委召集武汉市消协、市房管局、江夏区大花岭市场所，开展了消费纠纷联合调处，促成商家与消费者达成全额退还定金的和解协议。

### 案例二

2022年10月2日，武汉市消费者段先生参加车展，与销售商商定落地总价14万元（包括该车型顶

配配置、购置税、保险及上牌费等所有费用），购买某品牌车辆，消费者缴纳定金3万元签定了购车合同。10月14日消费者按合同到店提车，销售商却告知当天无法办理购车贷款手续，其后，消费者多次与销售商联系提车事宜，销售商又改口称14万元为裸车价，若要“包干”需再加1万元，消费者感觉上当受骗，遂投诉至湖北315消费投诉和解平台。

省消委接诉后，经调查，销售商在经营活动中存在销售误导、虚假承诺、单方面订立不平等格式条款等侵权问题，遂向该销售商发送了《消费侵权问题劝诫函》，劝诫销售商应当遵循诚实信用原则依法依规开展经营活动，保障消费者的知情权、自主选择权、公平交易权等消费者的基本权利。

10月19日，在省消委、省汽车流通协会、省消委特聘调解员上门联合调解劝诫下，销售商与消费者达成和解协议，退还3万定金，解除汽车订购合同，并当场办理了定金退款手续，消费者对此表示满意。

## 二手房惊现白蚁 荆门消委介入和解

文/侯雨木



荆门消费者王先生向荆门市消委反映，通过中介公司购买的二手房过户次日发现大量白蚁，对房屋造成损坏，造成其财产损失。

荆门市消委接到投诉后迅速展开调查，根据白蚁防治中心出具的证明可确认，该住户有大量成虫白蚁纷飞，因此房屋出售时存在质量瑕疵。王先生在过户次日发现大量白蚁，出卖人对该质量瑕疵具有担保责任。中介公司在提供中介服务时应当对购房可能存在的风险尽提示义务，故原房主负有主要责任，中介公司负有次要责任。

（下转第35页）

## 上门服务纾困解难 获赠锦旗砥砺初心

文/黄永军



11月25日下午，荆州市消费者权益保护中心党支部到荆州市鸿冠畜牧有限公司调研，为企业上门服务，帮助企业纾困解难，企业负责人赠上锦旗，对中心党支部给予的帮助表示衷心感谢。

荆州市消费者权益保护中心在“下基层察民情解民忧暖民心”活动走访中，无意中了解到新成立的荆州市鸿冠畜牧有限公司在合同签订、产品推广、品牌创建、消费者权益保护等方面存在一定的困难，迅速行动与公司负责人取得联系，帮助公司联系律师、为公司注册鸡蛋品牌、联系销售公司，为企业发展纾困

解难。企业新投资300多万元，建设并投入使用自动化蛋鸡栏生产线4条，现养殖蛋鸡3万只，公司迅速走上正轨。

为进一步帮助企业发展，11月25日下午，消保中心工作人员专程深入车间进行调研，察看蛋鸡养殖投产状态，了解企业禽蛋种苗、饲料供应、鸡蛋销售等情况，并建议企业构建“绿色养殖、规模发展、精深加工、品牌营销”新发展模式，在安全、优质、卫生、健康的高品质鸡蛋基础上，帮助企业打造鸡蛋品牌，创造更好产业价值。

（上接第34页）

经调解，中介公司积极承担经营者责任，赔偿王先生2100元损失。王先生表示原房主拒绝赔偿，市消委支持王先生通过法律途径维护其合法权益。

根据《中华人民共和国民法典》第六百一十七条规定，出卖人交付的标的物不符合质量要求的，买受人可以依据本法第五百八十二条至第五百八十四条的规定请求承担违约责任。根据《房地产经纪管理办

法》第二十一条规定，房地产经纪机构签订房地产经纪服务合同前，应当书面告知房屋交易的一般程序及可能存在的风险。根据《中华人民共和国民法典》第九百六十二条规定，中介人应当就有关订立合同的事项向委托人如实报告。根据《房地产经纪管理办法》第二十二条规定，房地产经纪机构应当编制房屋状况说明书。

## 退车！潜江市消委调解员维权忙

文/柳春龙

**案情简介：**2022年6月26日，潜江市消费者王先生在某公司购买一辆某新能源汽车。2022年8月4日至2022年9月10日该车在使用中连续5次出现漏电并无法开启等故障现象，经销商多次检修仍无法正常使用，于是，消费者向湖北315消费投诉和解平台投诉，请求调查处理。

**处理过程及结果：**潜江市消委接诉后，委派调解员了解情况并开展调查，经查：消费者投诉反映情况属实，新车购买3个月内连续出现故障，并导致车辆无法使用，消费者要求退还车辆，并获得车辆原价补偿遭拒。依据《消费者权益保护法》《湖北省消费者权益保护条例》《家用汽车三包规定》等法律法规的规定，组织被诉双方座谈协调，促成双方达成如下协议：该公司退还消费者王先生购车款8.5万元及保险费；如王先生再次购车时，该公司对车膜、脚垫、上牌费用进行补偿。消费者对本次调解结果非常满意。

**案例评析：**本案中经营者存在如下问题：消费者购买的商品，确实存在明显故障，导致消费者不能正常使用。根据《部分商品修理、更换、退货责任规

定》第十一条“在三包有效期内，修理两次，仍不能正常使用的产品，凭修理者提供的修理记录和证明，由销售者负责为消费者免费调换同型号同规格的产品或者按本规定第十三条的规定退货，然后依法向生产者、供货者追偿。”同时，《消费者权益保护法》《湖北省消费者权益保护条例》明确明确规定了经营者的相关义务“必须提供符合质量要求的商品或服务”。所以在此次事件中，因经营者销售的商品质量问题而造成消费者的损失，应由经营者承担并赔偿相关损失。

潜江市消委提醒广大消费者，车辆交易属于大宗商品交易，在买车交付的过程中一定要做好交接验收，同时向经营者索要发票、合格证、三包凭证等随车资料及符合规定的随车物品。同时，建议消费者在购买车辆三包期限内出现质量问题时，积极拿起法律武器，依法维护自身合法权益。如遇消费侵权问题，请关注“湖北省消费者委员会”微信公众号，向“湖北315消费投诉和解平台”投诉维权，也可以拨打12345市民热线投诉举报。

## 仙桃市消委成功调解一起培训费用纠纷

文/朱凌云

11月16日，消费者胡女士投诉称，其于2022年3月17日为正在读小学二年级的孩子报名参加某英语教育培训机构培训班，并签订培训合同，双方约定培训时间一年，培训费用8000元，共100课时。然而，该培训机构于8月份就关门停止了培训活动，未能上完培训课

程，胡女士多次电话联系该培训机构要求退还未培训完的课时费用遭到拒绝，请求仙桃市消委调解处理。

当日接诉后，仙桃市消委工作人员及时联系消费者胡女士和该培训机构负责人了解具体情况。

(下转第37页)



## 汉川市消委组织开展消费纠纷人民调解员培训

文/周斌轩 夏小红

为进一步提升消费维权工作效能，不断提高市民消费诉求解决率和满意率，12月19日，汉川市在该市市场监管局组织部分消费纠纷人民调解员骨干进行集中培训“充电”。

会上，汉川市市场监管局消保股负责人结合当前消保工作形势详细解读《消费者权益保护法》、《侵害消费者权益行为处罚办法》的主要内容及相关政策要求，对消费纠纷调解中的法律知识点、调解程序进行了详实的讲解。

汉川市消委会副会长兼秘书长章志军分享了自己多年来从事消费维权工作的经验体会和调解技巧并现场演示；结合《湖北省人民调解规定》与参训人员进行互动交流探讨，表示要与调解员们一道自觉加强业务法规、调解技巧、调解程序等方面的学习，充分发挥人民调解在预防、化解消费纠纷方面的独特优势和职能作用，引导广大消费者树立办事依法、遇事找法、解决问题用法、化解矛盾靠法的法治观念，切实保护消费者经营者的合法利益，营造良好的营商环境，服务经济社会高质量发展。

参训调解员纷纷表示，在今后的工作中将进一步

认真学习《消保法》、《民法典》等法律法规，坚持学以致用，不断提升依法调解的能力和水平，维护人民权益，化解矛盾纠纷，促进社会和谐稳定。



(上接第36页)

该培训机构负责人符某表示，胡女士所交培训费用8000元内含1100元课本资料费和150元书包服装费用，胡女士小孩已上80个课时，还剩20个课时未上完，公司因疫情等原因不能继续营业，目前已停止培训服务活动。因该培训机构负责人符某不能到场参加调解，工作人员通过三方通话方式组织双方进行调

解。通过摆事实，讲道理，耐心细致的说服教育，双方达成一致意见，该培训机构退赔未能培训的20个课时费用1500元，并当场通过微信转帐支付，消费者对处理结果表示非常满意。

消费者胡女士表示：“市消委工作人员高度重视我们的诉求，牺牲中午休息时间尽心尽力进行调解，为你们高效务实的工作作风点赞。”

## 高价买的品牌门窗非正品 消费者如何维权

### 一、案情简介

2022年7月16日，消费者在商家订购了一套产品，包括门窗及阳光房在内，合同金额11500元，消费者支付了8000元定金。至10月中旬完工时，消费者发现新安装的门窗上，并无所购买的品牌LOGO，于是致电该品牌客服热线询问。客服人员回复称，可通过窗户玻璃上的3C编码等信息查询真伪。客服核对消费者发来的信息后告诉他，他所购买的产品均不是该品牌原厂产品，建议与门店沟通。消费者当即与门店商家联系，商家称玻璃和窗户确是本地材料，而非品牌产品，但他同时也强调，产品的质量和安装工艺都是消费者事先认可的，可退还差价。消费者却坚持认为，门店在向他推荐时，口口声声承诺是该品牌产品，且《产品购货合同书》上也有该品牌的LOGO，该门店行为涉嫌欺诈，要求对方按照“退一赔三”进行赔偿。

### 二、案例分析

#### （一）商家收取的定金金额不合理

根据商家与消费者所签订的《产品购货合同书》，消费者所购买的产品总价为11500元，根据《民法典》规定，定金不得超过主合同标的额的百分之

二十，超过部分不产生定金的效力。按照合同标的额，消费者应支付的定金应该不超过2300元，所以商家收取的定金超出法定范围，并不合理。

#### （二）商家涉嫌虚假宣传

此案例中，商家向消费者进行推销时，声称消费者所购门窗为某品牌门窗，且《产品购货合同书》上也有该品牌的LOGO，并未按消费者所购门窗的真实情况来宣传销售商品，让消费者误以为其购买的商品为某品牌商品。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》《侵害消费者权益行为处罚办法》，商家涉嫌虚假宣传。

#### （三）商家涉嫌欺诈

商家以虚假宣传的方式向消费者销售门窗等产品，根据《侵害消费者权益行为处罚办法》，商家涉嫌欺诈。消费者可以要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍。消费者的主张应予以支持。

### 三、消委提示

消费者进行消费时要选择有正规资质的门店，提前了解意向商品的市场价格，查看品牌授权书和资质证明。

消费者签订合同时，注意合同中注明的商品或者服务是否与商家提的信息一致，合同的品牌、型号、数量等主要内容是否与约定的一致，履约日期、违约责任



等关键条款是否清晰明确。

收到商品要验货，检查商品的外包装是否完整，商品是否与合同约定的内容一致、是否能正常使用等，发现商家所提供的商品不符合合同约定或有质量问题时，及时与商家沟通。

要保存好商品、合同、票据、验货图文等相关证据，以便权益受到侵害时维权。

商家应诚信合法经营，保证商品货真价实，禁止虚假宣传和欺诈消费者的行为。

目前湖北省已上线湖北315消费投诉和解平台，消费者可以通过湖北省消费者委员会公众号进入投诉和解平台，进行线上投诉，方便和解，维护自身合法权益。

## 四、法律依据

### 《中华人民共和国民法典》

**第五百八十六条** 当事人可以约定一方向对方给付定金作为债权的担保。定金合同自实际交付定金时成立。

定金的数额由当事人约定；但是，不得超过主合同标的额的百分之二十，超过部分不产生定金的效力。实际交付的定金数额多于或者少于约定数额的，视为变更约定的定金数额。

### 《中华人民共和国消费者权益保护法》

**第二十条** 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。

**第五十五条** 经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。

### 《侵害消费者权益行为处罚办法》

**第六条** 经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面、准确，不得有下列虚假或者引人误解的宣传行为：

（一）不以真实名称和标记提供商品或者服务；

（二）以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式销售商品或者服务；

（三）作虚假或者引人误解的现场说明和演示；

（四）采用虚构交易、虚标成交量、虚假评论或者雇佣他人等方式进行欺骗性销售诱导；

（五）以虚假的“清仓价”、“甩卖价”、“最低价”、“优惠价”或者其他欺骗性价格表示销售商品或者服务；

（六）以虚假的“有奖销售”、“还本销售”、“体验销售”等方式销售商品或者服务；

（七）谎称正品销售“处理品”、“残次品”、“等外品”等商品；

（八）夸大或隐瞒所提供的商品或者服务的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息诱导消费者；

（九）以其他虚假或者引人误解的宣传方式误导消费者。

**第十六条** 经营者有本办法第五条第（一）项至第（六）项规定行为之一且不能证明自己并非欺骗、误导消费者而实施此种行为的，属于欺诈行为。

经营者有本办法第五条第（七）项至第（十）项、第六条和第十三条规定行为之一的，属于欺诈行为。

## 网购商品不能无理由退货怎么办

### 一、案情简介

消费者于2022年1月13日在淘宝商家买鞋，2022年1月18日收货并于当天查看鞋子，因尺码问题选择退货，邮寄到商家却被拒收，商家解释由于鞋已被穿过，鞋底脏且有磨损而拒绝退货退款。

消费者表示退货之前进行了检查，并未弄脏且无磨损，从拆开快递到退货，最多五分钟，不可能出现商家描述的情况。消费者向商家要出仓时的照片未果，而且消费者认为在退货过程中还有物流环节，商家无法证明是消费者导致鞋弄脏磨损。商家坚持拒收，消费者多次向淘宝客服反映未能解决问题，消费者希望商家能退货退款。

### 二、案例分析

#### 消费者可申请退货退款

本案例中消费者在淘宝店铺购买商品，于1月18日收货，退回商品的快递单上显示1月19日快递发出，而且据消费者描述是在拆开快递当天申请退货，所以消费者是在收到网购商品的七日之内申请退货。不仅如此，消费者所购买的是鞋子，并不属于消费者定作的或者鲜活易腐等不适用七天无理由退货的商品，所以消费者可以要求退货退款。

消费者有证据证明商品完好不影响二次出售（如在商品寄出前拍照留证），商家应退货退款。

### 三、法律依据

《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十五条规定，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，……消费者退货的商品应当完好。经营者应当自收到退回商品之日起七日内返还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承

担；经营者和消费者另有约定的，按照约定。

《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第八条规定，消费者退回的商品应当完好。商品能够保持原有品质、功能，商品本身、配件、商标标识齐全的，视为商品完好。消费者基于查验需要而打开商品包装，或者为确认商品的品质、功能而进行合理的调试不影响商品的完好。

《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第九条规定，对超出查验和确认商品品质、功能需要而使用商品，导致商品价值贬损较大的，视为商品不完好。具体判定标准如下：（三）服装、鞋帽、箱包、玩具、家纺、家居类：商标标识被摘、标识被剪，商品受污、受损。

### 四、消委提示

网购的大部分商品是适用七天无理由退货的，但有些商品却不适用此规则，消费者需要特别注意。网购定作的商品，鲜活易腐的商品，在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品，交付的报纸、期刊，这四类商品退货会影响再次销售，依法是不能退货的。另外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，也不适用无理由退货。

无理由不等同于无条件退货，消费者在网购收货后，除了基于查验需要而打开商品包装，或者为确认商品的品质、功能而进行合理的调试外，想要进行七日无理由退货，不仅应在收到商品之日起七日内申请退货，还需保证商品的完好。

广大消费者应注意保留相关证据，在发现自身合法权益受到侵害的时候，可以与商家进行协商和解。消费者若与商家协商无法达成一致，也可以通过调解、投诉、仲裁、诉讼的途径解决。

目前湖北省已上线湖北315消费投诉和解平台，消费者可以通过湖北省消费者委员会公众号进入投诉和解平台，进行线上投诉，方便和解，维护自身合法权益。

# 购买手机出现问题，商家应三倍赔偿？

## 一、案情简介

消费者投诉称：消费者于12月3日在商家店里看中一部手机，商家介绍称该手机原装机未更换过配件，待消费者付款后发现该手机已经更换过屏幕、电池、摄像头等配件。消费者认为，商家用一部更换过屏幕、电池、摄像头的手机伪装成原装手机，侵犯了自身的合法权益，要求退还货款，赔偿损失。

消费者诉求合理吗？可否要求三倍赔偿？

## 二、案情分析

### （一）商家涉嫌虚假宣传

商家在向消费者推销手机时，宣称所销售的手机为原装机，但在消费者付款后发现手机已经更换过配件。根据《消费者权益保护法》第20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。商家的行为侵犯了消费者的知情权，涉嫌虚假宣传。

### （二）商家涉嫌欺诈

消费者所希望购买的手机是纯原机，但是商家销售给消费者的是已经更换了配件的手机，商家所隐瞒的手机更换配件的信息是与消费者有重大关系的信息，因此误导消费者做出了错误的意思表示即购买了此手机。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第55条及《侵害消费者权益行为处罚办法》规定，商家此行为涉嫌欺诈，消费者可以向商家要求三倍惩罚性赔偿。

### （三）消费者可申请撤销合同

此案例中，消费者和商家所签订的手机买卖合同，是商家以欺诈的手段让消费者所做出的错误意思表示，根据《中华人民共和国民法典》第148条规定，消费者享有合同的撤销权，被撤销的合同自始没有法律约束力。消费者可据此要求退货退款。

## 三、消委提示

手机的更新换代速度快，销售手机的商家比比皆是，消费者在选购手机等商品时，要选择有授权的正规商家购买，并在购买前对商品进行必要的不影响二次销售检查，在确保商品符合要求后再付款购买，且妥善保管好发票、收据等凭证，保障自己合法权益。

目前湖北省已上线湖北315消费投诉和解平台，消费者权益受损时可以通过湖北省消费者委员会公众号进入投诉和解平台，进行线上投诉，方便和解，维护自身合法权益。

## 四、法律依据

### 《中华人民共和国民法典》

**第一百四十八条** 一方以欺诈手段，使对方在违背真实意思的情况下实施的民事法律行为，受欺诈方有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。

**第一百五十五条** 无效的或者被撤销的民事法律行为自始没有法律约束力。

**第一百五十七条** 民事法律行为无效、被撤销或者确定不发生效力后，行为人因该行为取得的财产，应当予以返还；不能返还或者没有必要返还的，应当折价补偿。有过错的一方应当赔偿对方由此所受到的损失；各方都有过错的，应当各自承担相应的责任。法律另有规定的，依照其规定。

### 《中华人民共和国消费者权益保护法》

**第八条** 消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。

**第二十条** 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。

（下转第29页）

## 考证培训遭欺骗，消费者要注意

### 一、案情简介

消费者王先生投诉称：在百度上查询考社工证书的网站，网站弹窗让其加微信报名，加商家微信号后，起初商家并没有表明其为培训机构，而非官方工作人员，只向他宣传考社工的好处和优惠，初级、中级社工证费用均为278元，包括课程和报名费。王先生咨询考试时间，商家表明今年12月即可考试，并且明确告知其可参加。但在他缴费后，商家迟迟未给他报名，遂至官网查询，得知今年的社工考试已取消。消费者提出，因每年的课程都会有变动，如果知道今年12月不能参加社工考试，他肯定不会购买该课程。之后，消费者王先生再与商家联系，商家一直没有回应，加微信沟通的老师微信号被封无法联系，联系电话也打不通。

### 二、案例分析

**（一）商家行为涉嫌欺诈。**根据中国人事考试网的公告，2022年度社会工作者职业资格考试于6月18日、19日举行，商家却迎合消费者的急迫心理，宣传12月可以参加考试，以虚假的信息误导消费者，导致消费者因此做出错误的意思表示，缴费报名。因此，商家涉嫌欺诈。

**（二）消费者可以申请撤销合同。**在此案例中，商家以欺诈的手段让消费者做出订立培训服务合同、购买社工考试课程的行为，根据《中华人民共和国民法典》第148条及《中华人民共和国消费者权益保护法》第55条规定，消费者享有合同撤销权，可自知道或者应当知道撤销事由之日起一年内，申请撤销该培训服务合同，要求商家退还已交纳的费用并承担三倍赔偿金。

### 三、消委提示

消费者为提升自身能力，对各种资格证书等考试的需求强烈，市场上衍生出的培训考试服务机构增

多，但服务质量鱼龙混杂。消费者要警惕各种“山寨官网”，还需要警惕培训机构所宣传的一些已经取消或者虚构的资格证考试，应通过所在地人事考试网和中国人事考试网等官网上查询相应的考试信息。如消费者发现自己的合法权益受到侵害时，要留存好交易产生的票据等证据，以便后续维权。

目前湖北省已上线湖北315消费投诉和解平台，消费者可以通过湖北省消费者委员会公众号进入投诉和解平台，进行线上投诉，方便和解，维护自身合法权益。

### 四、法律依据

#### 《中华人民共和国民法典》

**第一百四十八条** 一方以欺诈手段，使对方在违背真实意思的情况下实施的民事法律行为，受欺诈方有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。

#### 《中华人民共和国消费者权益保护法》

**第五十五条** 经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。

#### 《侵害消费者权益行为处罚办法》

**第六条** 经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面、准确，不得有下列虚假或者引人误解的宣传行为：

- （一）不以真实名称和标记提供商品或者服务；
- （二）以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式销售商品或者服务；
- （三）作虚假或者引人误解的现场说明和演示；
- （四）采用虚构交易、虚标成交量、虚假评论或者雇佣他人等方式进行欺骗性销售诱导；
- （五）以虚假的“清仓价”、“甩卖价”、“最低价”、“优惠价”或者其他欺骗性价格表示销售商品或者服务；

（下转第43页）

## 干洗服务出现问题，商家该如何采取措施？

### 一、案情简介

消费者投诉称：2022年12月1日消费者通过某网络平台商家下单79元/3件干洗服务，服务条款写明：2000以上轻奢商品将有工作人员沟通加价服务。后接到工作人员致电沟通，其中的一件黑色鹅绒服需加价150元。消费者与工作人员协商后，明确约定：黑色鹅绒服无需清洗，直接退回。消费者多次致电确认。但消费者收到衣物后发现，一件鸭绒外套被当做鹅绒服漏洗，而黑色鹅绒服处理不当，跑绒严重。消费者与商家沟通无果，双发未达成赔偿协议。

### 二、案例分析

**（一）商家构成违约。**消费者与商家已经明确约定了衣物干洗服务的内容即鹅绒服无需清洗直接寄回，其他衣物清洗。但商家清洗了消费者的鹅绒服，鸭绒外套当做鹅绒服未清洗，未按照约定的内容履行义务，已经构成违约。

**（二）商家应承担相应的责任。**本案例中，由于商家已经违约，应承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。对于漏洗的鸭绒服，商家应该继续清洗或者退还消费者此件衣物已支付的费用。若有证据证明消费者的鹅绒服因商家的不当清洗导致损坏，商家还应就损坏程度赔偿消费者损失。

商家在提供商品和服务时，应该按照与消费者的约定履行自身义务，若出现履行义务不符合约定的情况，应当及时联系消费者进行沟通，协商解决办法，减轻消费者损失，维护消费者合法权益和自身的口碑。

消费者进行消费时，要保留合同、收据等票据，方便出现问题保障自身权益。

目前湖北省已上线湖北315消费投诉和解平台，消费者可以通过湖北省消费者委员会公众号进入投诉和解平台，进行线上投诉，方便和解，维护自身合法权益。

### 三、法律依据

#### 《中华人民共和国民法典》

**第五百零九条** 当事人应当按照约定全面履行自己的义务。

**第五百七十七条** 当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

#### 《中华人民共和国消费者权益保护法》

**第四十条** 消费者在接受服务时，其合法权益受到损害的，可以向服务者要求赔偿。

**第五十二条** 经营者提供商品或者服务，造成消费者财产损害的，应当依照法律规定或者当事人约定承担修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等民事责任。

（上接第42页）

（六）以虚假的“有奖销售”、“还本销售”、“体验销售”等方式销售商品或者服务；

（七）谎称正品销售“处理品”、“残次品”、“等外品”等商品；

（八）夸大或隐瞒所提供的商品或者服务的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息误导消费者；

（九）以其他虚假或者引人误解的宣传方式误导消费者。

**第十六条** 经营者有本办法第五条第（一）项至第（六）项规定行为之一且不能证明自己并非欺骗、误导消费者而实施此种行为的，属于欺诈行为。

经营者有本办法第五条第（七）项至第（十）项、第六条和第十三条规定行为之一的，属于欺诈行为。

## 婚介所弄虚作假，消费者维权难

### 一、案情简介

消费者投诉称：2022年8月20日，在鄂州某婚介所交了5000元成为会员，当时该婚介所承诺给他介绍的女方也是交费会员。11月，他接触了几位婚介对象后了解到，该婚介所为他介绍的对象都不是交费会员——未到过他所在城市，也不认识该婚介所的工作人员，而是婚介所通过网络渠道找到的女士。根据消费者反映，该婚介所在与他签订服务合同收取费用之后，未开具发票。

### 二、案例分析

**（一）婚介所侵犯消费者的知情权。**婚介所在提供相亲服务的过程中，未告知消费者所介绍的女方并不是其交费会员等与承诺不符的情况，隐瞒了消费者接受服务的真实情况，侵犯了《中华人民共和国消费者权益保护法》第8条规定的消费者享有的“知情权”。

**（二）婚介所应向消费者出具发票。**根据《消费者权益保护法》规定，经营者提供服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据，该案例中，婚介所并未向消费者出具发票，已违反该法律规定，不利于消费者维权，婚介所应补充消费者所需发票和其他票据。

**（三）婚介所应承担相应违约责任。**婚介所与消费者所订立的服务合同中明确承诺：为消费者所介绍的女方均为同样交费的女会员，但在实际履行过程中并未按照约定，已构成违约，根据《民法典》第582条的规定，婚介所应承担相应的违约责任。

### 三、消委提示

消费者在通过婚介平台享受相应服务时应注意

查看婚介平台及人员相应资质，按照婚介服务国家标准和行业准则，婚介工作人员应该持有婚介师等从业资格证书。消费者在签订服务合同时，应要求婚介所出具正规的发票等票据并妥善保管，方便维权。

婚介所等婚介平台应合法诚信经营，禁止弄虚作假用虚假的资料信息欺骗消费者，应按照约定及法律规定提供服务，并向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据，维护消费者的合法权益。

目前湖北省已上线湖北315消费投诉和解平台，消费者可以通过湖北省消费者委员会公众号进入投诉和解平台，进行线上投诉，方便和解，维护自身合法权益。

### 四、法律依据

#### 《中华人民共和国消费者权益保护法》

**第八条** 消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。

**第二十二条** 经营者提供商品或者服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据；消费者索要发票等购货凭证或者服务单据的，经营者必须出具。

#### 《中华人民共和国民法典》

**第五百七十七条** 当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

**第五百八十二条** 履行不符合约定的，应当按照当事人的约定承担违约责任。对违约责任没有约定或者约定不明确，依据本法第五百一十条的规定仍不能确定的，受损害方根据标的的性质以及损失的大小，可以合理选择请求对方承担修理、重作、更换、退货、减少价款或者报酬等违约责任。

## 省市场监管局发布规范医疗美容 商业营销行为提醒告知书

为规范医疗美容商业营销行为，维护医疗美容市场秩序和消费者合法权益，依据《广告法》《反不正当竞争法》《价格法》《消费者权益保护法》《医疗广告管理办法》《医疗美容服务管理办法》等法律法规规章规定，现对全省相关市场主体在医疗美容商业营销活动中的行为作如下提醒：

1、不得发布未经审查的医疗美容广告。发布医疗美容广告必须依法取得《医疗广告审查证明》，并严格按核准内容发布。

2、不得宣传未经审批、备案的诊疗科目和服务项目。

3、不得违反药品、医疗器械、广告等法律法规规定，对未经审批或者备案的药品、医疗器械作广告。

4、不得宣传诊疗效果或者对诊疗的安全性、功效作保证性承诺。

5、不得对食品、保健食品、消毒产品、化妆品宣传与医疗美容相关的疾病治疗功能。

6、不得发布含有违背公序良俗、虚假或误导表述的医疗美容广告。

7、不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗美容广告及相关药品、医疗器械广告。

8、不得在商业营销宣传活动中虚构、隐瞒或者夸大事实，欺骗、误导消费者；不得虚构医疗美容机构资质、荣誉、规模，医务人员资质资历、能力水平等进行虚假商业宣传。

9、不得通过虚假交易、组织虚假交易、虚构经营数据信息、虚假预订、虚假抢购、编造用户评价、利诱用户作出指定好评等方式，或者利用虚构收藏量、关注度、点赞量等流量数据方

式，进行虚假商业宣传。

10、不得通过平台推荐、“软文”、“种草笔记”、编造医美日记等方式伪造“口碑”，或者利用直播带货、炮制话题、制造虚假舆论热点等方式，进行虚假商业宣传。

11、不得利用行业协会以及其他社会团体或组织的名义、形象作证明，不得使用患者名义或者形象进行诊疗前后效果对比或者作证明。不得通过广告代言人或“推荐官”“体验官”等形式，以自己名义或者形象为医疗美容做推荐、证明。

12、不得违背社会良好风尚，制造“容貌焦虑”，将容貌不佳与“低能”“懒惰”“贫穷”等负面评价因素做不当关联或者将容貌出众与“高素质”“勤奋”“成功”等积极评价因素做不当关联。

13、不得仿冒知名医院、医师、医疗美容机构、医疗美容服务平台的名称、字号、简称等“傍名院”“傍名医”“傍名牌”。

14、不得有虚构原价、虚假优惠、虚假价格比较、不履行价格承诺、低标高结等价格欺诈行为。不得实施市场垄断、哄抬价格、相互串通、操纵市场价格，损害其他经营者或者消费者合法权益。

15、不得未经许可非法生产经营药品、医疗器械，不得利用网络违规销售医疗用毒性药品、医疗器械。

16、不得利用“不公平格式合同”和“霸王条款”，免除自身法定义务、赔偿责任、违约责任，加重消费者责任、排除消费者权利等情形行为。充分保障消费者的知情权，及时、全面告知相关医疗美容服务内容及可能出现的风险。

## 湖北省消委发布2023年元旦春节消费提示——

# 文明低碳过新年 按需消费守安全

文/禹静

2023年的元旦、春节假期即将到来，为了让广大消费者舒心、健康、安全地欢度新春假期，省消费者委员会在此提醒广大消费者，目前市场上各类商品充裕，请选择文明低碳的生活方式，按需理性消费，确保人身财产安全。

### 一、按需理性消费，拒绝过度包装

元旦、春节期间是消费旺季，市场上商家促销活动频繁，商品总体供需平衡，在此我们提倡增强节约意识，选择简约适度、绿色低碳的生活方式，反对奢侈浪费，建议广大消费者根据自身需要理性消费。目前我省发放了湖北消费券助推年节消费，建议广大消费者在采买年货时，选择美誉度高的商超、店铺、大电商平台等知名商家渠道购物更有保障，自觉拒绝过度包装的年货、商品。同时多关注我省优质的粮油、水产、蔬果等农副产品及其他特色产品等荆楚名优产品，助推乡村振兴。建议消费者理性按需选购，在购买有保质期限的食品、药品、洗化用品等商品时，考量保质期限，购入量与消耗量大致平衡，不必要大量超额囤货；没有保质期的商品，建议购买能力范围内自己最心仪的产品。

### 二、确保餐饮安全，坚持“光盘”行动

元旦、春节期间，消费者请确保舌尖安全，选择卫生健康达标单位就餐，注意合理膳食，荤素

搭配，营养均衡。不要暴饮暴食，酗酒贪杯，以免引起急性消化道疾病，在节日里自己遭罪也累及家人。我们倡导拒绝餐饮浪费，减少饮食垃圾，拒绝食用各类野味或非法捕捞渔获物，坚持做一名健康节约、环境友好型消费者。自觉把“光盘行动”与使用公筷、分餐制、按需点餐、剩菜打包、减少一次性餐具使用等当作一种习惯，保障家人亲朋聚餐健康，预防冬季流行疾病传播。

### 三、预付消费留心，不要超额圈存

新春期间，是汽修/加油、体育健身、美容美发、零售业、餐饮、洗衣、家政等服务行业的预付消费促销高峰。消费者在确定预付消费前，请再次考量自己的实际需要、消费习惯、消费频度，按需预存，确保享有真实惠，不要因商家宣传优惠折扣而冲动消费。一般建议选择证照齐全、市场信誉度高、营业时间长、经营状况好、按要求规范备案的商家。切勿因口头优惠多而选择被有关部门警示提醒的、存在较多负面信息的商家，以免日后权益受损。注意预存金额不宜过大，不要超过国家规定的“单张记名卡限额不得超过5000元，单张不记名卡限额不得超过1000元”上限标准，否则商家违规。并与商家签订协议，对相关服务内容进行书面确认，发票、刷卡单据等妥善保存作为凭证。

(下接第47页)



## 选购家用燃气灶具时牢记“三谨慎”

文/闵家胜

家用燃气灶具是涉及人身财产安全的重要产品，与百姓的日常生活息息相关。日前，孝感市市场监管局组织开展家用燃气灶具产品质量安全风险监测，发现部分家用燃气灶具产品在熄火保护装置方面风险较大，存在不同程度的安全隐患。孝感市市场监管局、孝感市消费者委员会提醒消费者选购家用燃气灶具，牢记“三谨慎”。

**1、谨慎选择** 应通过正规途径购买，并选择正规厂家和品牌的燃气灶具。建议在信誉口碑好、售后服务完善的大商场、电器城及电商平台购买，不从旧货市场、二手电器回收经营户以及集市等流动摊贩处购买。

**2、谨慎购买** 选择有熄火保护装置的燃气灶具。国家标准明确规定，家用燃气灶具应设有熄火保护装置，没有熄火保护装置的灶具，一律不得上市销售。建议选择品牌知名度高、质量标识齐全、厂名、厂址和品名标注明晰的产品购买，注意索取并保留购物凭

证，以备售后保修及维权使用。要保持高度警觉，不买质量标识不全、无厂名、厂址等来历不明产品，避免因小失大。

**3、谨慎使用** 要严格按照使用说明及警示要求进行操作使用，并注意确保在安全使用期内。根据国家发布的《家用燃气燃烧器具安全管理规则》：从售出当日起，使用液化石油气和天然气的燃气热水器安全使用年限应为8年；使用人工煤气的热水器安全使用年限应为6年。达到使用年限，即便看起来仍然“完好无损”，为了自身安全，建议消费者强制报废。根据生活习惯和家庭成员数量确定选购相应热负荷值的家用燃气灶具，使用时应注意不要超热负荷使用。

请广大消费者擦亮眼睛，主动拒绝购买、使用并及时淘汰直排式燃气热水器、无熄火保护装置家用灶具。若发现违法行为，请及时拨打市场监管投诉举报电话12315，确保广大消费者的生命财产安全。

(上接第46页)

### 四、提早规划安排，注意旅行安全

新春假期有旅行外出计划的消费者，建议提前预定好交通、景点、住宿，了解景区承载情况，做好个人防护措施，确保旅行健康与安全。跟团游消费者，建议选择正规经营、手续齐全、口碑良好的旅行社，并签订规范合同，如果旅行团有强制消费可向文旅部门举报。选择个人自驾游的消费者，应提前规划旅游路线，出发前应对车辆进行全面检查与保养，提前了

解线路路况、景区情况，错峰出行，切勿疲劳驾驶。

湖北省市场监管部门和消费者委员会始终守护在您身边，请广大消费者在元旦春节期间消费时，注意保留好消费相关发票、合同、货单、截图、录音像等各类凭证。如果生活中遇到假冒伪劣、缺斤少两、价格欺诈、强制交易、囤积居奇等损害消费者权益的行为，请您及时拨打12315或者关注微信公众号“湖北省消费者委员会”登录“湖北315投诉和解平台”投诉，我们将尽全力维护广大消费者的合法权益。

## 武汉市市场监管局发布元旦、春节消费提示

文/李晰

2023年元旦、春节将至，武汉也将迎来购物、聚餐消费高峰。为让广大消费者度过健康、欢乐、祥和的佳节，武汉市市场监督管理局提醒广大市民：安全消费放心间，辞旧迎新贺新年。

### 一、置办年货，理性消费

选购年货应尽量选择证照齐全、信誉度高的超市、商场和农贸市场，购买时仔细查看商品外包装上的标识，厂名厂址、生产日期、生产许可证号等信息，谨防购买到“三无”或假冒商品。此外，“双节”期间，商家会推出各类促销活动，消费者要擦亮双眼，切莫陷入低价陷阱，做到科学理性消费，不囤积、不盲从。

### 二、团年聚餐，杜绝浪费

聚餐庆团圆时，消费者要注意饮食安全和做好个人防护。外出就餐，应查看餐馆是否持有食品经营许可证，建议选择食品安全量化等级B级以上，卫生条件好，已全面消杀，实施“明厨亮灶”的餐馆。留意菜单是否明码标价，结账时索要账单进行核对，防止“低价高收”等情况，做到明白消费。尽量避开高峰，分时段用餐，倡导使用公勺公筷，适量点餐，健康饮食。同时，严守十年禁捕规定，拒绝食用长江流域等水域非法捕捞渔获物，一旦发现以“长江、汉江野生鱼”等为噱头的售卖行为，请第一时间向市场监管部门举报。

### 三、防疫用品，科学选购

购买药品、口罩和抗原检测试剂盒等防疫产品时，请选择正规零售药店、合法医疗器械经营企业购买。如需要网购，应在合法网络销售平台上，选择已取得药品、医疗器械网络销售备案证的商家购买，不要通过微信群、朋友圈、抖音等社交平台与个人商家进行交易。科学合理备药，避免过期失效造成资源浪费，使用前请仔细阅读药品说明书或凭医嘱用药，关注用法用量及注意事项，真正做到“对症下药”，切勿自行混搭用药，保持良好心态。

### 四、医美广告，切勿轻信

医疗美容不同于一般生活消费，具有一定的风险。一些不法商家为牟取暴利，利用直播带货、炮制话题、制造虚假舆论热点等方式，进行虚假商业宣传，给消费者制造医美“安全零风险”的假象。消费者在接受医疗美容服务前，应选择正规医疗机构，认真考量机构及从业人员的资质、信誉及规模，不可盲目轻信“无创面”“无恢复期”“无任何副作用”等宣传语。凡是告知食品、保健食品、消毒产品、化妆品能治疗医疗美容相关疾病的，千万别信！

### 五、平安出行，合理规划

节日气氛烘托下，不少人选择走出家门，体验壮丽美景。消费者可提前了解景区情况，制定详细攻略，出行过程中做好安全保障措施。网上订房多多留意，仔细阅读住宿标准、价格明细、使用规则等内容，可电话确认后预订。慎重选择旅游产品，警惕低价位、低品质旅游团，避免因贪图便宜而上当受骗。选择个人自驾游的消费者，应提前规划旅游路线，到正规店铺对车辆进行保养及维修，及时了解天气变化，路面状况，错峰出行，不要疲劳驾驶。

### 六、疫情时期，做好防护

出行期间，要注意做好个人防护。科学佩戴口罩，注意咳嗽礼仪，勤洗手、勤消毒、少聚集。保持规律作息、多喝水、良好心态等健康生活方式。乘坐公共交通、商场购物、入园游览时，注意手部卫生，自觉与他人保持安全社交距离，做自己健康的第一责任人。

### 七、保留凭证，依法维权

消费者在节日消费期间，请及时向商家索要并妥善保管购物发票、小票、电子支付记录等消费凭证。一旦发生消费纠纷，可先与商家协商，若双方分歧较大，可通过全国12315官网、微信公众号、手机APP、支付宝小程序等多种渠道，或者拨打12345热线进行投诉举报。

# 省市场监管局、省消费者委员会 到茅箭区茅塔乡康家村开展爱心捐赠活动

文/罗中华



11月17日，湖北省市场监管局、省消费者委员会组织“爱心”社会团体到省局定点帮扶村茅箭区茅塔乡康家村开展“推进共同缔造，共享美好生活”爱心捐赠活动。

活动中，省家电与网络信息产品服务行业协会为康家村捐赠电视机10台，价值2万余元，大力支持

康家村美好环境与幸福生活共同缔造试点工作；省眼镜行业协会联合十堰秦楚好视力眼镜、国药东风总医院眼科到村开展关爱老年人眼健康公益活动，安排专家现场为村民进行了视力筛查，为村民普及眼健康知识，同时，向康家村捐赠400副老花眼镜。

## 省消委组织召开党的二十大集中学习讨论会

10月17日，湖北省消费者权益保护中心（湖北省消费者委员会秘书处）召开党的二十大集中学习讨论会，会议由秘书长陈方军同志主持。会上，全体干部职工就习近平总书记在大会上所作的报告展开学习，并结合自身工作谈认识、谈体会、谈感想。

秘书长陈方军同志强调，全体党员干部要深入学习领会习近平总书记所作的报告，切实把思想统一到党的二十大精神上来，把力量凝聚到实现党的二十大确定的奋斗目标上来，用实际行动推动我省消费维权事业高质量发展。



# 共同缔造放心消费 踔厉提振消费信心



湖北省市场监督管理局  
湖北省消费者委员会