

# 荆楚维权



总第115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

2023年第3期



## 湖北省消委创新多元化解机制 构建消费维权共建共治共享新格局

2023年全省家电行业消费维权服务质量提升指导会在武汉召开

“招人嫌”的共享按摩椅要摆正“位置”

宜昌召开医疗美容行业不公平合同格式条款点评座谈会

湖北省消委发布2023年“双十一”网络集中促销消费提示







## 省消委举办2023年全省消委组织工作座谈会暨消费维权业务培训班

为贯彻落实全省市场监管工作座谈会和全省消费者权益保护工作会议暨“双网融合”工作现场会部署要求，提高全省消委组织消费维权业务能力。8月28日至30日，省消委在武汉举办2023年全省消委组织工作座谈会暨消费维权业务培训班。中消协副会长兼秘书长彭新民出席会议并做专题讲座。省市场监管局党组成员、副局长程建宏出席会议并讲话。传达学习了全省市场监管工作座谈会和全省消费者权益保护工作会议暨“双网融合”工作现场会会议精神。武汉等8个单位交流了特色亮点工作情况。培训采取专题讲座、交流研讨和户外研学相结合。

程建宏同志在讲话中指出，2022年以来，全省消委组织积极履行法定公益职责，消费教育引导、消费监督评议、消费投诉调处、维权协同共治、助企纾困帮扶等工作取得显著成效。同时指出了当前消费者权益保护工作中面临的问题和不足。他要求，全省消委组织要提高政治站位，进一步统一思想认识，进一步创新工作理念，进一步采取针对性措施，全面提升新时代消费者权益保护工作的能力和水平。要构建一个“大消保”工作格局，整合专业消保力量、市场监管部门职能力量、消费者联席会议成员单位力量和社会监督力量；做到三个全面发力，开展消费投诉多元处理、协助市场监管精准执法、倒逼市场主体提供高质量产品和优质服务；开展“五大行动”，消费维权效能提升行动、消费环境优化行动、消费牵引监管执法行动、消费维权智慧支撑行动、消费品质提升行动，推动全省消费者权益保护工作再上新台阶。

彭新民同志做《把握职责使命 强化履职效能 全力做好中国式现代化的消协组织答卷》专题讲座。

他要求，要深刻认识中国式现代化的中国特色对消协组织的实践要求，注重普惠性、体现公平性、满足消费者精神需求、引导绿色消费、增强国际性。要准确把握消费者协会的职能定位，消协组织以保护消费者合法权益为宗旨，以社会监督为手段，履行法定公益职责，政府保障经费。是社会治理体系的重要组成部分，与行政保护和司法保护构建共建共治社会治理格局，各有优势和不足，各守其责、相互促进、相互补充，对各种类型的消费投诉统一受理和处理，克服法律滞后性、消费者弱势地位、程序简化、效率高，是舆论的声援者、监管的探路者、法治的宣传者。要以“政治性、人民性、共治性、传播性、智慧性”为引领，有力有效全面履行《消费者权益保护法》赋予的八项公益性职责，突出做好受理投诉、消费监督、消费引导、消费环境建设等重点工作，积极提升工作效能。

培训班还邀请原中国市场监管报副书记张建，中南财经政法大学法学院民商法系主任陈晓敏做专题讲座，并组织全体学员赴社会联调、消费教育基地和线下购物七日无理由退货示范点开展研学。

大家一致表示：通过培训，提高了思想认识，学习了先进经验，拓宽了工作思路，增强了工作责任，坚定了工作信心。要全面高效履行法定职责，不断提升消费者权益保护工作效能，以高质量消费维权服务湖北经济社会高质量发展。

各市、州、直管市、神农架林区分管消委工作的局领导、消委(协)秘书长、部分县(市、区)消委秘书长全程参加，省局消保处、12315指挥中心，行业协会维权办负责人、武昌区市场监所消费维权工作人员参加相关活动。

# “晒”出消费监督的力量

文/徐文智

近日，市场监管总局全国12315消费投诉信息公示平台（以下简称公示平台）上线，在全国统一开展消费投诉信息公示。通过全国12315平台反映的消费者投诉情况，在公示平台上首次可以公开展示，同时，被投诉者的相关信息也会一览无余。（据10月23日《中国消费者报》报道）

一直以来，由于行政调解自身的自愿属性，基层市场监管部门面临行政调解成功率不高的老大难问题。2016年开始，市场监管总局在上海等地探索试点消费投诉信息公示，取得初步成效；2022年试点地区扩展到吉林、浙江、新疆等六省份。截至今年10月试点结束，试点六省份平均调解成功率52.43%，较试点前提高了8.78个百分点。消费投诉信息公示试点地区的数据表明，信息公示成为破解这一痛点淤点的一剂良方。

消费投诉信息公示，彰显了对消费者权利更加充分的保护与尊重。面对消费市场信息不对称问题，公开透明、客观真实、及时全面的公示消费投诉信息，将为消费者有效履行知情权和选择权等基础性法定权利发挥重要作用。如在国庆节、春节等假期旅游高峰期，海南省三亚市、琼海市等地市场监管部门在一些旅游景区、农贸市场的大型LED显示屏上公示消费投诉信息，让外地游客在景区有了“消费指南”，可以成功避“坑”。当消费者用脚投票进行选择时，无疑将倒逼商家提升产品质量，否则经营将难以为继。公示平台的上线丰富了消费者权益保护的事前预防手段，降低了消费者的试错成本，给消费者吃下了“定心丸”，提升了消费信心，增强了消费意愿。

消费投诉信息公示，将消费者权益的事前预防与事后权利救济高效衔接。根据与公示平台同步出炉的《市场监督管理投诉信息公示暂行规则》的第八条、第二十二规定，消费者的姓氏等个人信息可以在政府网站、媒体、社区、商圈等线上线下渠道公开展示。“晒”出消费投诉信息，“亮”出消费者身份，让消费者真正参与到消费监督的社会协同共治体系中，事后权利救济过程将更加公开透明，政府监管、行业自律、企业自治的消费者权益保护协同共治体系就补上了“社会监督”这块重要短板。

消费投诉信息公示，需要消费者加强自身素质建设与提升维权意识。《市场监督管理投诉信息公示暂行规则》第九条第（三）款、第十一条规定，虚假、恶意投诉不予公示，非生活消费需要而产生的投诉等不予受理或不予公示。这些规制条款，避免了类似投诉挤占正常行政监管资源和滥用消费投诉信息公示制度。投诉者“身处”公示平台，需要不断提升商品质量认知意识、消费维权意识和先进消费文化意识，不冲动消费、不贪图小便宜，增强自身的真假伪劣商品甄别能力，可从源头大幅减少消费纠纷的数量。

诚然，公示平台上企业消费投诉数量的多少与商品优劣或服务好坏并不能简单划上等号，公示平台更不是所谓企业产品“红黑榜”，但全国12315消费投诉信息公示平台上“晒”出的消费投诉信息，可以直观地看到经营者对待消费者的态度、处理投诉的诚意、自身改进的情况，这既是对经营者的有力监督，也是对经营者的有益鞭策。

# 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：蔡 浩

副 主 任：夏 蕾 罗申华 熊 莉

陈 勇 申克庆 欧阳华

吕涛涛 刘前涛 章 炜

郭忠涛 柯 兵 陈兴旺

邱 鹰 张 燕 金 涛

何正发 陈 明 喻 芬

郑联平 吴采平

编 委：肖诗新 韩凤兰 刘卫红 聂喜洋

陈 蓉 魏海霞 王李华 张 琼

刘 波 雷长青 黄正柏 朱国华

黄 波 邵志娟 闵家胜 徐望春

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 “晒”出消费监督的力量

#### 本刊特稿

04 湖北省消委创新多元化解机制  
构建消费维权共建共治共享新格局

#### 大兴调查研究之风

06 中国消费者协会秘书长彭新民来湖北调研

07 中消协副秘书长栗元广一行来鄂调研  
中消协调研荆州消费维权工作

08 《中国消费者》杂志社来湖北调研消费教育基地创建工作

09 郑州市市场监管局、郑州市消协来襄阳调研消费维权工作

10 安徽省消保委一行来鄂调研交流消费维权工作  
荆州市消费者权益保护中心  
前往荆州市金融消费保护与纠纷调解中心开展交流学习

#### 本刊策划

11 2023年全省家电行业消费维权服务质量提升指导会在武汉召开

12 家电企业提升家电产品和售后服务质量公开承诺书

13 湖北省市场监管局12315指挥中心  
通报2023年上半年家电行业消费投诉情况

14 全省家电行业售后服务质量提升工作建议

15 海尔经验分享：“真诚到永远”和“用户永远是对的”

16 格力电器经验分享：“用户满意”

17 美的集团经验分享：用心创造美的生活

#### 3·15观点

18 “招人嫌”的共享按摩椅要摆正“位置”

19 把取消开机广告的选择权还给用户

#### 我为群众办实事

20 湖北省消委倡议：尊重消费者权益 完善演出票务规则



- 21 襄阳市消委与襄阳仲裁委建立消费纠纷仲裁解决快速通道  
22 黄石市消委开展消费教育“五进”活动  
漏水争议谁之过 黄石消委联合调解解民忧  
23 襄阳、孝感安陆市两地消委携手成功调解两起消费纠纷  
24 宜昌召开医疗美容行业不公平合同格式条款点评座谈会  
25 黄金饰品套路多 云梦县消委帮维权  
省消委举行特聘调解员第二期消费维权业务培训班  
26 美容不成退款遭拒 联合调处促其退款

## 消委动态

- 27 宜昌市伍家岗区首个消费维权工作室挂牌  
28 荆州市市场监管局联合相关部门对月子中心进行专项督导检查  
洪湖这家月子会所需整改！  
29 洪湖：拓渠道“补短板” 助维权“一站式”  
30 2023年荆门市“放心消费创建示范单位”消费体察活动圆满收官！  
31 随州：党建引领 为消费维权注入“红色动力”  
32 黄冈市消委开展线下购物七日无理由退货承诺签约活动  
荆州市消委开展大闸蟹消费体察活动  
33 黄石市消委开展党建和创活动  
34 咸宁：营造放心舒心安心消费环境 全力提振消费信心  
35 孝感市消委开展“五进”大讲堂活动  
鄂州市消委探索群体消费者合法权益受损可获民事起诉支持  
36 丹江口市消委开展餐饮消费体察活动

## 经验交流

- 37 推动社会协同共治 缔造美好消费环境  
39 从“线下跑”到“网上办”  
襄阳市消委推广“互联网+在线和解”模式  
40 松滋“消调委”：乐当“上帝”权益的维护者

## 以案说法

- 42 手镯以旧换新少一半 鄂州消委助力补足金  
43 定制合同存“猫腻” 汉川消委依法调处揭“面纱”

## 消费提示

- 44 湖北省消委发布2023年“双十一”网络集中促销消费提示  
45 黄石消委发布消费警示：慎选保险公司回馈低价游  
46 荆州市消委发布消费警示：大闸蟹消费“三注意”  
47 汉川市消委发布家居装修避坑“指南”  
48 宜昌消委发布10款洗手液测评结果

## 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  
常务副社长：龚梅勇  
编 辑：江 山 刘月婷 胡宸熙  
地 址：湖北省武汉市武昌区武珞路421号  
帝斯曼国际中心10楼  
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  
印 刷：武汉天承世纪印务有限公司

**编者按：**10月25日，全国消协组织工作会议在北京召开，湖北省市场监管局党组书记、局长刘荣山在会上代表湖北作经验交流。本刊特遴选此稿供大家学习参考。



# 创新多元化解机制 构建消费维权共建共治共享新格局

近年来，湖北省消费者委员会深入贯彻习近平总书记关于消费维权工作的重要论述，大力指导全省各级消委组织全面落实党中央关于“坚持把非诉讼纠纷解决机制挺在前面”“完善社会矛盾纠纷多元预防调处化解综合机制”等重大部署要求，不断创新维权模式，畅通线上线下维权渠道，初步建立“一般投诉线上和解、重点投诉社会联调、疑难投诉行政联处、司法救助兜底维权”的多元化解工作机制，形成共建共治共享的大维权格局。2023年前三季度，湖北省消委组织共受理投诉57950件，已和解调解52944件，调解和解率91.36%，为消费者挽回经济损失2700余万元。

## 一、主要做法

（一）建立线上和解机制，实现“一体化”调处。着力构建“一个规则、两条通道、三项公示”线上和解机制，即制定落实湖北315消费投诉和解平台（以下简称和解平台）工作规则，创建入驻企业内部协同和解与未入驻企业外部阳光和解两条和解通道，开展投诉信息阳光公示、消费行业投诉数据公示、企业红黑榜公示等三项公示工作。一是构

建线上联动框架。按照省、市、县、消委分会四级架构赋予管理权限，为社会调解员、重点行业维权办开通投诉信息数据库端口，实现各级消委组织线上联动，消费投诉“辖区分级管理，线上一键督办”。二是打造投诉双通道。对于已入驻经营者投诉案件，通过平台在线接诉，促成在线和解。对于未入驻经营者投诉案件，智能化审核筛查投诉材料后脱敏处理，即时对外公开，同步提醒被诉经营者主动与消费者协商和解。截至10月中旬，和解平台共入驻企业38075家，在线受理投诉34321件，已和解31844件，和解成功率92.78%，为消费者挽回经济损失1478万元。三是推动大数据赋能。利用大数据技术，对消费者合法诉求置之不理、故意拖延或无理拒绝，超过15日的企业，纳入消费维权“黑榜单”集中曝光。目前，已发布8期黑榜单共公示96家侵权企业。

（二）建立社会联调机制，用好“专业化”队伍。一是选聘社会调解员队伍。从消费维权志愿者队伍、律师团、智囊团、社会监督员、调解员、宣传员等“一队两团三员”中择优选聘社会调解员，充实维权工作力量。目前，全省共选聘社会调解员118名。



二是加强队伍管理。制定社会调解员管理工作规范，明确调解规则、案件来源等内容，规范调解员管理。实施以案定补经费保障制度，调动社会调解员工作积极性。三是强化维权业务培训。各级消委每年至少组织1次维权业务培训班，通过案例解读、模拟调解、知识培训等，提升调解人员业务能力。

**（三）建立行政联处机制，凝聚“行政化”合力。**一是加强信息共享。建立湖北省消费者权益保护工作联席会议信息通报制度和消费者委员会疑难投诉分析研判工作规则，畅通投诉信息共享渠道。充分发挥消委理事会作用，定期与成员单位交互信息，研究防范化解热点、难点消费问题的具体措施。今年为营造良好校外培训消费环境，联合教育部门开展了“平安消费”行动。二是强化线索移交。印发诉求信息转案件线索工作规范，明确市场监管领域内“诉转案”的类型、程序和标准等。对拒不配合消委组织调查、约谈、调解的经营者，出具转置线索及意见，移交相关行政主管部门。咸宁市市场监管局、市消委联合出台了《消费者诉求处置与线索转置工作规范（试行）》，创新推出“两置”维权新模式。三是及时提出建议。针对不同行政领域的消费问题，印发统一格式的查询函、建议函等范本，制定具体的流程和方案，及时向有关行政部门反映、查询并提出建议。

**（四）建立司法救助机制，筑牢“法治化”保障。**一是提供免费法律服务。建立公益律师与社会调解员坐班制度，为消费者提供免费的法律咨询、法律援助等服务，撑起法律的保护伞。二是开展公益诉讼活动。与省检察院、省法院签订《共同推进消费者权益保护民事公益诉讼工作的框架协议》，高标准开展公益诉讼活动。今年6月，湖北省消委提起的销售假冒贵州“飞天茅台”公益诉讼案件在孝感市中级人民法院调解结案，有效发挥公益诉讼警示和震慑作用。三是加强司法协作。主动加强与司法机关的联系，就支持起诉、公益诉讼、司法确认、人民调解等工作加强协作。今年6月，鄂州市消

委联合多部门出台了《关于建立民事支持起诉协作配合机制的意见》，汇聚保护消费者合法权益的司法力量。

## 二、主要成效

**（一）提升维权效能，减轻双方涉诉成本。**和解平台提供全天候维权渠道，消费者可随时随地在线提交投诉材料，企业可根据被诉材料实时提交和解方案，实现一般投诉不出门、和解不出店，有效提升维权效能，降低涉诉双方成本。2022年6月，和解平台收到有关黄冈市电力公司拒绝为消费者办理分户用电的群体投诉，经阳光公开投诉信息，促成全省电力公司主动申请入驻和解平台，快速解决消费者诉求。

**（二）凝聚维权合力，缓解基层调处压力。**通过吸纳社会专业人士建立社会调解员队伍，有效充实基层投诉处置力量，推动解决传统维权模式高投入、低效率的问题。自开展社会联调工作以来，全省社会调解员共有效调处房屋、汽车、装修等重点领域投诉1100余件，为消费者挽回经济损失1200余万元，极大缓解基层市场监管所、消委组织的调处压力。

**（三）化解矛盾纠纷，维护社会和谐稳定。**通过联合政府部门和司法部门开展消费维权工作，有效解决消费者急难愁盼问题，促进重大疑难消费矛盾纠纷化解在萌芽状态，避免矛盾纠纷升级，有效维护社会和谐稳定。2021年12月至2022年10月，宜昌市某美发店关门跑路引发群体投诉，宜昌市消委委托公益律师为100多位消费者集体诉讼提供援助，消费者均获胜诉，避免发生群体事件。

下一步，湖北省各级消委组织将全面落实中消协工作部署要求，深化创新消费维权模式，切实维护消费者合法权益，更大力度营造放心舒心消费环境，为提振消费信心、助力经济社会高质量发展贡献积极力量。



## 中国消费者协会秘书长彭新民来湖北调研

8月29日下午至30日，中国消费者协会副会长兼秘书长彭新民一行前往武汉市、鄂州市就放心消费创建、基层消协组织建设与提能增效等工作开展调研，与省市有关部门和企业代表进行了深入交流。

8月29日下午，调研组一行先后前往武汉移动公司水果湖营业厅就通信服务“放心消费示范厅”建设与“湖北315消费投诉和解平台”运转使用，武汉市消费者协会就消协组织建设与提能增效，黄陂区木兰乡就放心消费示范创建、美好生活共同缔造等工作调研指导。



在调研座谈过程中，彭新民慰问并鼓励“2022全国消费维权年度人物”水果湖营业厅经理朱琳在今后工作中以更饱满的工作热情为消费者提供更优质的通信服务。对武汉市消协前期在维护消费者权益方面所做的努力给予了充分的肯定，指出消协组织已成为维护社会稳定、经济繁荣、保护人民群众合法权益的重要载体，其机构建设需要政府重视，希望武汉市局继续努力，健全机构，完善机制，强化基层，延伸服务，深化维权效能，提高维权服务的水平，更好地履行消法赋予的职责。彭新民表示，希望木兰乡作为“湖北省放心消费创建示范单位”，今后进一步加强食品安全与消费者权益保

护，改善消费条件，提升供给质量，创新消费场景，满足消费新需求，加强本地环境治理，促进村民本地就业增收，共同缔造美好生活，让消费者更放心来消费，服务好本地经济高质量发展。

8月30日，调研组一行先后前往鄂州市唯品会华中运营中心就强化商品质量管理、企业在线和消费投诉纠纷等方面的问题，鄂州市市场监管局葛店分局就葛店经开区消协组织建设、人员编制、经费保障、工作条件等情况和消费维权、消费教育工作情况，梁子岛和梧桐湖生态展馆两处消费维权服务站建设与运行情况调研。

在调研座谈过程中，彭新民充分肯定了鄂州市在放心消费创建、基层消协建设、消费服务站打造等方面的扎实工作举措，希望鄂州消委组织要立足自身职责，从提振消费信心入手，讲好鄂州故事，支持企业发展，将加强消费者权益保护、促进消费需求和推动消费提质升级作为攻坚关键，进一步发挥消费拉动作用，通过构建和谐的消费关系，推动消费提质升级，助力鄂州经济平稳健康发展。



湖北省市场监管局消保处、12315指挥中心、湖北省消费者委员会负责人，武汉市市场监管局、武汉市消费者协会、黄陂区市场监管局有关负责人，葛店经开区管委会、梁子湖区及鄂州市市场监管局有关负责人参加相关调研活动。





## 大兴调查研究之风

### 中消协副秘书长栗元广一行来鄂调研

文/金涛 余英

10月19日至21日，中国消费者协会副秘书长栗元广、投诉部主任陈剑、信息部主任陈永梅一行赴鄂州市、黄石市就湖北315消费投诉和解平台与12315平台对接情况、中消协投诉与咨询系统优化升级、消费教育基地创建等工作开展调研，并与省市有关部门和企业代表进行深入交流。

10月20日上午座谈会上，调研组听取了鄂州开展“诉前和解”机制试点工作以来取得的成效及面临的困难，现场观摩了12315平台与湖北315消费投诉和解平台对接操作。省消委、荆州、潜江、鄂州等地消委负责人围绕重点行业维权办、社会联调、人民调解委员会建设等课题向调研组进行了工作汇报和经验交流。栗元广副秘书长充分肯定了湖北消委在推进消费投诉信息化便利化、多元化解消费纠纷等工作上取得的成绩。他表示，中消协将加强与全国12315平台沟通，以期为各地消委组织与12315平台数据对接提供政策支持，希望湖北各级消委再

接再厉，持续创新消费维权机制，不断提升消费维权效能。

随后，调研组一行走访了中国移动鄂州分公司、峒山社区保险金融消费教育基地、黄石市江南旧雨、天空之城文旅类消费教育基地等，就消费维权服务站、消费教育基地进行了现场调研和指导。



### 中消协调研荆州消费维权工作

文/李 闽



10月27日，中消协监督部主任张德志、湖北省消委秘书长蔡浩一行深入湖北荆州就荆州古城文旅消费创建与提振信心工作开展专题调研。

张德志一行到荆州基层消费维权服务站，听取荆州市创建国家文旅消费试点城市的工作汇报，了解发展现状、日常运营情况和未来发展态势以及创建工作中存在的困难和问题，并就消费者权益保护工作进行深入交流。

(下转第08页)





# 《中国消费者》杂志社 来湖北调研消费教育基地创建工作

文/禹 静

9月13日至15日，中国消费者协会杂志社副社长杜献安来湖北就消费教育基地创建等工作开展调研，并与省市有关部门和企业代表进行深入交流。

9月14日，杜献安副社长首先到省消委调研，听取了省消委开展消费教育基地创建工作情况介绍，详细了解省消委《荆楚维权》杂志内容设置、发行等情况，对把《荆楚维权》杂志打造成为全省消委组织业务探讨交流的平台、向消费者传播消费知识的平台、省消委各成员单位信息交流的平台定位和发挥的积极作用，及开展消费教育基地创建的做法取得的成效给予充分肯定。

随后，杜献安副社长赴黄石市阳新县省级消费教育基地就企业参加消费教育基地创建、开展消费教育和消费维权、企业经营等工作开展调研。杜献安对企业积极创建省级消费教育基地，创新消费

教育形式，增强消费教育成效，引导消费者树立文明、健康、绿色、节约资源和保护环境的消费理念，主动提高服务品质，提升消费者的幸福感、获得感和安全感给予充分肯定。杜献安表示，希望企业作为省级消费教育基地，今后进一步改善消费条件，提升供给质量，创新消费场景，充分发挥资源优势为消费者提供更加优质的服务，让游客进一步提升消费体验，享受愉快旅行。同时，按照省级消费教育基地创建标准，进一步加强标准化建设，加强消费宣传引导，完善消费教育制度，丰富消费教育形式，提升消费教育实效，切实发挥示范引领作用，服务本地经济高质量发展。

省消费者委员会、黄石市消费者委员会负责人参加调研活动。

（上接第07页）

张德志对荆州基层消费维权站坚持现场咨询和现场解决，当日事当日清，做到消费维权“零投诉”予以充分肯定，并就消费维权服务站开展情况进行了指导。要充分发掘荆州悠久历史文化，做好全市文旅类消费维权创建统筹规划，将荆州历史好文化、好故事，与消费新趋势、新场景充分相结合，提振文旅类消费信心，释放消费潜力。省市区各级消委要加强创建工作指导一体化推进消费维权服务站、站点食品快检室建设，建立快捷、高效的

文旅类投诉举报处置制度。要畅通投诉渠道，保障消费投诉高效处理。确保消费维服务站发挥作用，方便消费者能够及时反映问题、表达诉求。安排专人处置消费投诉举报，规范受理、调处、回复等工作流程，依法依规处理消费者投诉，及时回应消费者关切。要强化宣传教育，增强消费者自身维权能力。强化经营者守法经营、诚信经营、文明服务的自律意识，同时，综合运用宣传单、公告宣传栏、自媒体公众号等方式，多措并举宣传消费维权法律法规和维权知识，提醒消费者注重防范消费风险，提高自我保护意识和能力。



## 大兴调查研究之风

# 郑州市市场监管局、郑州市消协 来襄阳调研消费维权工作

文/魏海霞

10月11日-12日，郑州市市场监管局党组成员、一级高级主办王金辉带领郑州市消费者协会、12315、广告处负责人来襄阳市调研城市消费者满意度提升、消费维权站及基层消委组织建设等相关工作。

12日上午，襄阳市市场监管局、市消委在市局六楼会议室召开消费维权调研座谈会。会前，襄阳市市场监管局党组书记、局长王迪与郑州市市场监管局党组成员、一级高级主办王金辉同志进行了工作交流。襄阳市市场监管局党组成员、总工程师申克庆主持座谈会议，市消委、市局12315、广告科负责人参加调研座谈会。

会上，申克庆同志介绍了襄阳市市局、市消委开展消费维权工作的相关情况，通报了近年来市消委以全国百城消费者满意度测评为主线，通过“五度融合”积极推动消费维权联动机制建设，调动社会各界力量共同打造诚信和谐的消费环境所做的工作。

王金辉同志介绍了郑州市消费维权机构的设置及工作开展情况，并表示将学习借鉴襄阳在优化消费环境、提升消费者满意度的经验做法。双方还就

建立消费纠纷多元化解机制、加强广告监管、开展消费信息公示等工作进行了交流。

调研期间，调研组一行先后到襄州区市场监管局、襄州区消委和襄阳市金融消费保护与纠纷调解中心进行调研座谈。

调研组在襄州区市场监管局、襄州区消委开展调研座谈，了解基层消委组织建设、七日无理由退货及省级消费教育基地等工作开展情况。

调研组在襄阳市金融消费保护与纠纷调解中心，调研了解金融消费保护合作、多元化解消费纠纷等工作开展情况。



（上接第10页）

座谈会上，双方就金融纠纷调解案件中遇到的问题及相关经验进行了讨论，针对关于如何更好通过诉前调解维护消费者合法权益进行重点沟通，并

在共享共用调解员专家资源、组织案件联合调解等方面建立了紧密的协同合作，通过着力整合优质资源，形成系统合力，打通跨专业壁垒，让金融消费纠纷调解难度得到有效缓解。





# 安徽省消保委一行来鄂调研交流消费维权工作

7月12日，安徽省消费者权益保护委员会带领合肥、芜湖、阜阳消委组织一行8人来湖北调研交流消费维权工作情况。

会上，鄂皖两省消委组织就城市消费者满意度提升工作进行深入探讨。武汉市消协介绍了其近年来城市消费者满意度提升工作稳步向前的经验做法：一是积极向上汇报争取市政府重视，市政府印发《武汉市优化消费环境提升城市消费者满意度工作方案（2020~2023年）》文件；二是成立工作专班，扎实推进工作，动员发动各部门发挥职能优势，优化消费环境；三是市消委指导各区消协上下合作，积极主动作为，夯实基础工作，将提升消费维权工作实效纳入日常工作；四是加强舆论宣传引导，多渠道提高市民知晓度与参与度，并与优化营商环境提升营商满意度等工作同部署，共同提升本市消费者满意度。两省消委组织就各自消费维权工

作特色与亮点进行广泛交流。湖北省消委介绍了其提升城市消费者满意度、开展消费教育与消费监督、投诉和解机制与平台建设、加大宣传力度重视舆论引导等方面的情况。

安徽省消保委介绍了其举办长三角伴手礼团体标准制定与评选展示、联合省发改委等7职能部门开展100个“皖美新场景”活动评选、建立消费体验馆并建立团标以促进引导消费增长等方面工作情况。同时讨论了预付式消费等近年来工作难点、痛点。7月13日安徽省调研组一行还赴宜昌市调研其城市消费者满意度逐年提升迅猛，2022年已经位列全国第10名的经验做法。

双方表示，本次调研工作交流，相互借鉴学习各自先进经验和做法，启迪开阔了工作思路，促进共同进步，更好开展新时代消费维权工作，建议今后加强交流，共同推进消费维权工作迈上新台阶。

## 荆州市消费者权益保护中心 前往荆州市金融消费保护与纠纷调解中心开展交流学习

文/田 宪

为更好开展消费者权益保护工作，学习探索更科学、高效的消费纠纷化解机制，9月7日，荆州市消费者权益保护中心主任张琼带领中心工作人员一行前往荆州市金融消费保护与纠纷调解中心开展交流学习活动。

通过实地参观，学习荆州市金融消费保护与纠纷调解中心的组织运行、机制建设、以及在与市人民法院建立诉调对接机制实践方面的成功做法和先进经验，并通过座谈了解荆州市金融消费维权调解工作情况。（下转第09页）



# 2023年全省家电行业消费维权服务质量提升指导会在武汉召开



7月5日，2023年全省家电行业消费维权服务质量提升指导会在武汉召开。省市场监管局、省消委，省家电行业协会及美的、海尔、格力、苏宁易购、海信等20家家电企业；新华网、央广国际、人民日报、湖北日报、湖北经视、湖北省政府网等10家新闻媒体参加了指导会。

会上，省市场监管局12315指挥中心通报了《2023年上半年家电行业消费投诉情况》，指出今年上半年全省市场监管部门和全省消委组织共接收家用电器相关投诉举报5352件，占投诉举报总量的2.14%，较上年同期增长9.18%。消费者反映的热点侵权问题主要集中在：一是售后服务不尽人意；二是网购家电质量问题；三是产品与宣传不符；四是安装、维修价格不透明；五是“保价”服务不“保价”。

为及时纠正家电消费领域损害消费者合法权益的行为，督促家电企业依法规范经营，净化行业消费环境，提升消费者满意度。省消委从“完善服务体系，打造放心网点”；“严格执行三包，切勿‘缩水打折’”；“积极解决纠纷，优先线上和解”等三个方面宣读了《全省家电行业售后服务质量提升工作建议》。此外，还发布了《夏季家电产品安全使用消费提示》，提醒广大消费者：一是要到证照齐全、信誉度高的商场、连锁卖场、电商平台、授权专卖店等渠道选购产品；二是要确保产品官方正规途径安装，自行安装容易产生安全隐患且失去正规的维保权益；三是要严守安全规则，严禁超负荷用电、正确放置电器位置、勤检查少接触、注意家电安全使用年限；四是要注意保留凭证，维护自身合法权益。

会上，省家电行业协会发布了全省家电行业售后服务放心网点；省市场监管局消保处、质量监督处、认证认可与检验检测管理处等部门现场进行了合规经营指导；苏宁电器作为企业代表宣读了家电企业提升家电产品和售后服务质量公开承诺书，表示自消费者购买并确认收货次日起七日内，对于支持“七日无理由退货”且符合“完好”标准的商品，可以申请“七日无理由退货”；承诺可根据消费者需求时间进行送货安装维修，24小时内进行响应，服务过程中涉及收费项目做到公开透明，条条有标准，项项有细则；重视每一笔消费者维权，安排专人快速响应、积极处理、跟踪服务，让消费者的诉求得到落实和解决，消费者的合法权益得到保障。此外，海尔、美的、格力等三家家电企业代表进行了表态发言，将严格执行“三包”服务政策，强化售后服务全流程监督跟进，让消费者放心消费，售后无忧。

最后，省市场监管局二级巡视员庞银典指出，售后服务已经成为企业应对激烈竞争的重要手段，也是企业核心竞争力提升的重要途径。各家电企业要练好内功，强化内部质量、服务管理，守正创新，提质增效推动售后服务水平进一步提升，做好相应预案科学谋划，切实快速响应满足市民家电维修、售后服务等需求。庞银典还强调，全省市场监管部门、消委组织，要切实履行市场监管与消费维权职责。正确处理监管与发展的关系，把消费环境和营商环境协同起来抓，通过抓监管、抓维权来优环境、促发展，建设强大国内市场，推动消费升级，促进高质量发展。健全部门协作机制，发挥综合监管和行业监管分工协作、优势互补的作用，齐抓共管，共同攻克消费者关心的老大难问题。建立政企良性互动、亲清的政商关系，加强事先指导和宣传教育，预防违法行为，降低监管成本，构建各方协同共治的健康生态。

## 家电企业提升家电产品和售后服务质量公开承诺书

为构建放心、安心、舒心的消费环境，切实保障消费者合法权益，增强消费信心，提升家电产品安装维修服务能力，树立售后服务行业形象，现特向广大消费者做出郑重承诺：

一、为提升消费者购物体验，共建安全放心消费环境，家电企业承诺消费者可进行“线下门店七天无理由退换货”，自消费者购买并确认收货次日起七日内，对于支持“七日无理由退货”且符合“完好”标准的商品，可以申请（发起）“七日无理由退货”；

二、为满足消费者个性化的需求，家电企业承诺消费者可根据用户需求时间进行送货安装维

修，24小时内进行响应，服务过程中涉及收费项目做到公开透明，条条有标准，项项有细则；

三、重视每一笔消费者维权，安排专人快速响应、积极处理、跟踪服务，让消费者的诉求得到落实和解决，消费者的合法权益得到保障，免去了消费者的后顾之忧，营造了和谐互信的购物环境。

我们承诺积极参与及践行保护消费者权益工作，投身消费者权益保护事业，大力弘扬消费维权正能量，促进消费维权协同共治，构建放心、舒心的消费环境，推动湖北经济高质量发展做好社会担当。



## 湖北省市场监管局12315指挥中心 通报2023年上半年家电行业消费投诉情况

家电产品作为人们日常消费中不可或缺的一环，投诉量一直位居商品类投诉高位。今年上半年，全省12315平台和消委组织共接收家用电器相关投诉举报5352件，占投诉举报总量的2.14%。

消费者投诉举报反映出，目前我省家电行业还存在着一些问题：

从涉及的商品类别来看，空调和小家电的投诉量最为集中。空调产品投诉占比19.79%、家用小电器产品18.40%、冰箱类产品占比11.40%、电视机占比10.93%、洗衣类产品占比7.62%。

从问题性质来看，售后服务和产品质量问题最为突出，两者占比67.82%，接近七成。涉及售后服务问题占比38.19%、质量问题占比29.63%，紧随其后的是不正当竞争问题、合同问题、广告问题。

从消费者购买渠道来看，网购纠纷所占比重呈上升趋势。网购2268件，占比42.38%，同比增长6.48个百分点；现场3084件，占比57.62%。

从消费者反映的重点、热点问题来看，消费侵权现象主要体现在以下几个方面：

一是售后服务不尽人意。家电产品出现质量问题，商家不履行“三包”服务或者对“三包”义务推诿扯皮，质保期内商家售后不予处理；送货、安装不及时，未按约定履行送货或安装义务；网购家电退换货难，申请退货后退款周期长；售后维修难，过保后商家拒绝提供维修服务，电器出现故障屡修不好。



二是网购家电质量问题。网购家电产品新机出现故障，疑似存在二次销售；新买的空调制冷效果差；网购品牌家电买到无码机，无法享受官方售后；网购小家电疑为“三无”产品。

三是产品与宣传不符。消费者收到的实物与购买的型号、参数不一致；收到的商品货不对板、与宣传不符；商家宣传的赠品不予提供等。

四是安装、维修价格不透明。例如空调加氟等家电维修项目无统一收费标准、价格混乱；商家承诺免费安装，安装时却收取上门费、安装费、材料费等；小病大修，收取高额维修费；杂牌维修队伍充斥市场，消费者对官方维修真假难辨。

五是“保价”服务不“保价”。电商平台声称网络集中促销活动中的家电产品价格支持“保价”，但实际存在不履行保价协议的情况，通过调价、改规则等，导致消费者无法对降价商品申请保价，侵害了消费者权益。

# 全省家电行业售后服务质量提升工作建议

### 各家电企业：

为及时纠正家电消费领域损害消费者合法权益的行为，督促家电企业依法规范经营，净化行业消费环境，提升消费者满意度。依据《中华人民共和国消费者权益保护法》《湖北省消费者权益保护条例》，结合家电行业消费侵权问题，提出如下建议：

#### 一、完善服务体系，打造放心网点

针对家电行业售后服务网点“鱼龙混杂”、服务电话真假难辨、消费者投诉遭遇“踢皮球”、维修服务体验差、售后收费不透明不公开等问题，我们建议各家电品牌商进一步完善售后服务体系，规范服务流程，制定完善详细的服务清单，明确服务内容、服务标准、收费标准，提供“清单式服务”，让消费者明明白白消费；严格第三方服务商选拔标准，设立从业人员准入门槛，强化技术培训指导，加强服务全过程监管，打造让消费者放心的售后服务网点。

#### 二、严格执行三包，切勿“缩水打折”

针对家电品牌商“三包”服务“缩水”、“三包”期内，仅提供修理和更换零配件服务，免除退换货责任、延保服务不兑现等问题，根据《部分商品修理更换退货责任规定》，我们建议各家电品牌商严格履行三包责任，牢固树立依法、诚信、文明经营理念，恪守社会公德，保障消费者合法权益。

#### 三、积极解决纠纷，优先线上和解

各家电企业及经营者作为维护消费者合法权益的第一责任人，应严格履行法律、法规规定，筑牢消费维权主体责任意识，积极解决纠纷，不得故意拖延，无理由拒绝消费者合理诉求。建议各家电品牌商积极申请入驻湖北315消费投诉和解平台，线上与消费者沟通、和解，便捷高效解决消费纠纷。

请各家电企业及经营者结合实际情况自查自改，进一步规范经营行为。下一步湖北省消委将密切关注家电行业售后服务质量侵权投诉，对于严重侵害消费者合法权益的违法违规行为，将依法移交市场监管部门并通过大众传播媒介予以揭露、批评。

湖北省消费者委员会

2023年7月5日

# 海尔经验分享： “真诚到永远”和“用户永远是对的”

文/孙定国

海尔一直秉承着“真诚到永远”和“用户永远是对的”为服务宗旨。我们从以下几点满足用户需求，提升全流程用户体验：

1、海尔服务网络是全覆盖，秒级响应的。武汉中心共234家专业服务商（非自卖自安）和3516名专业服务兵，实现区域100 全覆盖，我们要求市级6小时内上门服务，县级12小时内上门服务，镇级24小时内上门服务，保证用户服务24小时内随叫随到，一次就好！

2、贯彻落实数字化服务落地，用户工单全流程在线，从轨迹，时效，结算等全方面透明化展示给用户。通过高效，专业，细致真诚的服务创造用户感动；

3、我们的服务支持全方位，保障口碑。海尔技术团队全天监控客诉信息，升级或者超时的信息会自动督办至上一级责任人，直到处理用户满意。不同的场景，我们有不同的团队进行处理，保障我们给与的服务支持全方位，从而保障口碑。

4、进入物联网时代，海尔服务又有了新的升级和变化。随着消费升级，用户对服务的需求从家电扩张到整个家庭生活，海尔智家的服务也进行了再一次的升级，三翼鸟的服务标准是：一个管家，双重保障，三大标准，四项承诺。在我们标准的制定下，让我们走上了场景化的服务道路。

海尔武汉中心今年也进行全面升级，积极做出改善，提升用户口碑更上一层楼：

首先，今年我们推出了智能派单的抢单模式，打破网点专属承包区域，3km内工贸所有商的服务师跨区抢单。而且只校验服务师上岗证资质+负荷，不校验商的产业授权，同时引入竞争机制，激励服务师、商提供更好的服务。服务商和兵之间形成良性的竞争范围，一切以用户口碑为出发点，给用户提供更好的服务。

其次，服务标准再次升级：1.响应快： 24小时全天候在线响应； 2.上门快： 按用户要求时间快速上门； 3.完成快： 按照约定时间当日完结； 1.形象好： 形象统一、仪表端庄 2.技术好： 技艺精湛、服务一次就好 3.口碑好： 极致尊贵体验100%好评。

回顾海尔服务的探索历程，时代在变，用户需求在变，但是海尔智家以用户为中心的真诚始终不变。如今，海尔智家正为服务插上了数字化“翅膀”，让真诚服务飞入更多家庭，让智慧生活惠及每一位用户！





# 格力电器经验分享：“用户满意”

湖北格力将在家电服务工作中发挥“放心企业”的带头作用，始终以“用户满意”为服务宗旨，着力做好夏季高温家电空调产品的售后服务工作，我们将从以下几个方面严格履行职责：

第一、严格落实产品“三包”服务政策，按照相关法律法规，开展售后服务工作，执行包修包换包退政策。在此基础上，格力家用空调实行10年免费包修政策，给予市场销售最有力的售后保障，让消费者放心消费，售后无忧。

第二、积极响应节能减排、绿色消费，针对超期服役的老旧空调，格力一直在宣传和实行以旧换新活动，引导消费者以旧换新，绿色消费，推广使用高能效的新空调。

第三、售后服务全流程监督跟进，从基础报修，到客诉受理，直至用户问题解决，评价满意，积极保障消费者的合法权益，让消费者的服务需求得到快速解决。

湖北格力公司在夏季高温期间，将加大对售后服务全流程的监督和跟进，其具体的相关要求如下：

首先，快速响应消费者服务需求。消费者可通过电话预约服务、在线预约服务、信函邮件预约服

务，门店人工服务等多种方式，提出服务需求。湖北格力客服中心通过信息处理系统进行100%信息登记，使用规范的电话语言服务，在首问责任制管理的基础上，实施信息分级管理责任制，专人负责，要求2小时内响应，紧急需求工单要求30分钟内响应，无特殊情况的要求24小时内处理完成。

其次，明确服务流程操作要求。从上门服务流程规范、送货搬运规范、安装维修操作规范等方面，对服务质量进行监管。开展安装质量巡视监督、以及质量信息反馈等内部品质检查工作，保护消费者权益。针对收费服务，通过格力服务公众号、上门服务手册等途径公示服务价格，做到价格公开透明，全国统一，让消费者明明白白消费。

最后，设立服务完成后100%回访机制、以及满意度服务评价机制，对于每个服务工单，要求真实解决，并邀请用户评价服务，全程由珠海格力总部、湖北省客服中心、以及用户方，三方共同监督。相关数据指标为：满意度100%，差评率和投诉率0%，和解率100%，这是湖北格力客服中心的核心工作职责，更是我们努力工作的目标。

夏季是空调消费的旺季，也是空调使用的高峰

和售后服务的旺季，更是湖北格力人服务工作的重中之重，湖北格力公司将严格贯彻落实“放心企业”的服务宗旨，脚踏实地的严格监管各售后网点的服务质量。请湖北省、武汉市各级市场监管部门监督我们，确保做好夏季高温家电产品的消费维权工作，保障消费者放心安心舒心度过“清凉的一夏”。湖北格力将为深化放心消费的创建，打造消费环境最优的企业，贡献湖北格力的一份力量。



# 美的集团经验分享：用心创造美的生活



为做好湖北美的产品的服务工作，湖北美的做出以下服务承诺：

### 一、美的文化

美的产品全球化经营，一直追求务实、开放、和谐、创新的企业理念；用户服务一直秉承“用户永远是对的”服务理念。

### 二、服务网络

1、网络覆盖：目前美的全省共计343家服务网点（优化后），其中全品类100+，目前区/县100%覆盖；工程师共计10000+，空调8500+，全能工700+，多能工2000+；

#### 2、网络构成：

①美的集团安得物流增设前置仓、云仓网络化服务，全面开展最后一公里2B/2C送装一体化服务；

②用户服务打造套系服务网络、高端服务网络、前装服务网络、家用中央空调服务网络、增值服务网络、洗悦家清洗及绿色回收服务网络，全天候为顾客提供无忧服务。

### 三、服务升级

1、用户体验：全能工、多能工打造，升级为一站式服务，避免了购买多个品类多个网点不同时间上门服务的情况；

2、服务报告：用户信息保密性，虚拟号码联系服务，服务完成后触发服务完成报告与顾客确认；

3、直派直付：用户报修直达工程师，减少中间派工环节（中心/网点）；安维费直付工程师的美的钱包，提升工程师满意度；

4、透明化：全程服务可视，收费透明化线上支付，触发收费短信用户确认，执行红线警告、整改、拉黑处理；

5、实操基地：执行工程师实际操作的技术能力认证，主要体现在前装、家中、高端产品工程师的认证及入职；

6、全屋智能：专业技术大咖支持，专业技术监理支持，专业产品交付网络，全方位打造智能化服务；

7、技术监理：新增5名技术监理专员，全省执行服务质量监理，用于规范性输出监理及整改报告，不断提升服务品质。

### 四、服务承诺

1、服务目标：“用户满意100分”、追求消费者“全满意”

2、服务标准：“认真做足100分”

3、服务宗旨：“用心创造美的生活”

4、顾客服务“四全”

①全天候响应：全国统一呼叫中心，24小时服务热线：美的：400-8899-315、华凌：400-8899-800、小天鹅：4008-228-228、东芝400-822-9088、COLMO：400-969-9999无论您身处哪里，我们随时为您排忧解难；美的服务微信/COLMO微信公众号在线报装、报修，实时查询报装、报修的进展。

②全过程跟进：对用户的服务请求进行全过程跟进管理，让您真正买得放心，用得舒心。

③全健康服务：每次服务都对产品进行全面保养、检查，保您安心使用。（下转第18页）

# “招人嫌”的共享按摩椅要摆正“位置”

文/戴先任

如今，共享按摩椅已经较为普遍地出现在商场、电影院、火车站等公共场所，而人们对它的态度渐渐从新鲜变成了质疑。近日，该不该取消公共场所共享按摩椅的话题再度被网友热议。原本应该带给公众舒适便利的按摩椅，为何正在讨人嫌？（据8月10日中新网报道）

近年来，付费按摩椅早已“攻城略地”，占领了各地机场、车站、医院、宾馆、景区等公共场所。作为一种商业合作模式，共享按摩椅进入这些公共场所是一种正常的市场行为，符合市场发展趋势。但从消费者的体验来看，共享按摩椅却遭到越来越多的质疑。

共享按摩椅存在安全隐患。日前，重庆火车西站一位女乘客的长发被卷入按摩椅，整个人动弹不得，在众人帮助下才得以脱困。而“一些按摩椅模式简单，无法调节力度”“像是花钱体验了一顿暴打”“按摩椅太脏，没人消毒清洗”的吐槽也越来越多。部分场所的共享按摩椅还设置了“防占座”功能，不断通过语音提示、变换座椅形状赶走“蹭座者”。

共享按摩椅还不乏侵权之处。不少消费者表示，不知从何时开始，一些电影院悄然把普通座椅换成了共享按摩椅，还专门放在了黄金观影位，消费者常常面临“要么在较佳观影位置享受按摩椅的‘折磨’，

要么在边缘位置坐普通座位”的无奈，也在一定程度上挤压了消费者的正常选择空间。

共享按摩椅等商业性服务，原本可满足公众的消费需求，有利于提升公共场所的服务质量，如今却越来越招人嫌。一方面，暴露出共享按摩椅本身存在的问题，如共享按摩椅不够智能，存在服务短板，不能很好地满足消费者的需求与体验；另一方面，共享按摩椅等商业性服务“鸠占鹊巢”，挤占公共空间，影响了公共场所的公益性，损害了广大公众的权益。

要摆正共享按摩椅在公共场所的“位置”，一方面，需要共享按摩椅运营商改进服务质量，提供更高质、更人性化的服务，更好地满足消费者的需求；另一方面，公共场所的管理者要平衡好商业性服务与公共场所公益性之间的关系，保护好公共资源和公众权益，在引进共享按摩椅等商业性服务时，根据实际情况进行合理安排，合理布局共享按摩椅，多倾听公众意见。消费者组织、电影行业协会等应针对消费者吐槽的种种问题，通过约谈、指导、责令整改等方式，倒逼、督促相关方进一步完善对共享按摩椅的管理机制，加强日常维护和安全、卫生管理。只有平衡好各方权利，才能实现多方“共赢”，共享按摩椅等商业性服务才能走得长远。

（上接第17页）

④全方位关怀：换位思考——尊重用户，站在用户的立场去考虑并解决问题；以诚相待——对用户礼貌、热情、细致、耐心，充分体现用户关怀；定期电话或上门回访——征求用户意见，聆听用户心声，保证用户100%满意。

## 五、服务政策

1、严格执行“国家三包法”政策，美的新增28条退换机要求，符合美的28条退换机条件的必须明确告知，用户可自行选择退换修等服务；

2、美的小家电服务政策，执行以换代修的升级服务，全国所有网点全力执行新政策。



# 把取消开机广告的选择权还给用户

文/张西流

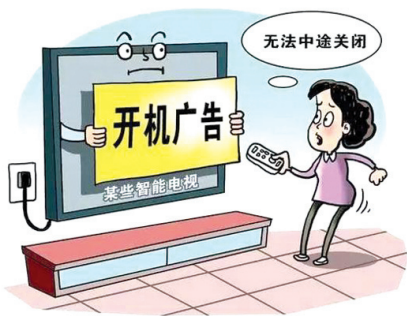
至今，仍有一些智能电视品牌存在开机广告太多太长且无法跳过的情况，消费者的观看体验大打折扣。记者随机选取某品牌智能电视进行测试，发现开机过程中，一段持续15秒的商业广告紧随品牌标志出现。那么，屏蔽开机广告，需要多长时间才能实现呢？调查中，记者在联系客服3日后，所测试的电视系统启动后全程仅为品牌界面，开机广告消失不见。（据9月14日央视新闻报道）

智能电视的普及让随意点播视频、回放都不再是难事，然而，打开一台智能电视，跳过、关闭、快进那短则几十秒、长达几分钟的广告却成了难事，幸运的话，也许可以“一键跳过”。那么，无论可否“一键关闭”，为何电视开机广告是智能电视的“标配”？

开机广告是近年来随互联网电视发展而出现的新商业形式，在销售电视硬件不那么赚钱了的背景下，开机广告成为当下电视厂商重要的利润来源，以目前国内智能电视排名在前的品牌为例，每年仅此一项的广告营收就在数十亿元左右。部分互联网公司为了抢占电视市场，还存在用低价吸引消费者购买，再通过开机广告或者提供其他增值服务来盈利的现象。

但问题是，互联网广告不能强制消费者收看，智能电视的开机广告属于《广告法》第四十四条规定的互联网广告范畴。许多互联网电视品牌在其商品的详细介绍页面，没有明确标明该电视开机时带有广告，且开机广告无法取消，这侵害了消费者的知情权。

近几年，针对智能家电广告的规定越来越具



体，对企业的约束也越来越具体。例如，市场监管总局修订发布的《互联网广告管理办法》已于今年5月1日起施行，进一步对“一键关闭”情形进行了细化，增设了广告发布者的法律责任。其中明确规定“以弹出等形式发布互联网广告，广告主、广告发布

者应当显著标明关闭标志，确保一键关闭”。

而市场上的电视开机广告“一键关闭”情况，至少从消费端来讲，确在逐步改善。今年6月28日，江苏省消费者权益保护委员会发布智能电视相关问题消费调查报告。报告显示，在线下体验中，超过一半的体验人员反映没有遇到开机广告，但存在APP开屏广告问题。

针对市场上影响消费者使用体验的智能电视广告现象，首先，监管部门加大对违法行为惩戒力度的同时，期待有关主管部门出台更具强制力的行业标准和国家标准，规范使用智能电视全过程中可能遇到的其他衍生广告种类，充足地保障广大消费者的公平交易权。同时，即便电视企业仍自带开机广告，也应让消费者能够自主决定是否观看开机广告，确保“一键关闭”，不强制用户收看。

再者，如果有的用户确实不需要开机广告，可通过售后服务、维修人员上门直接取消开机广告。智能电视厂商应在确保“一键关闭”的基础上，降低消费者取消开机广告的时间成本，将消费者的自主选择权从“一键可关”完善为“一键都不用按”。笔者建议，电视企业应主动摒弃开机广告商业模式，把心思花在产品功能和售后服务等方面，通过回归硬件盈利商业模式获得消费者的认可。

## 湖北省消委倡议： 尊重消费者权益 完善演出票务规则

文/胡翠兰

演唱会、音乐会等线下演出深受年轻消费群体欢迎。线下演艺经济的繁荣，一方面满足了人民群众日益增长的文化消费需求，另一方面拉动了周边商圈消费增长。但演出票务相关问题需改进完善：一是消费者网购演出门票遭遇“盲选”座位，演出平台不支持消费者购票时选座，抢票时仅能看到相应票价的示意区域图，到达现场才得知购买到的是存在视野盲区的“柱子票”“墙根票”，影响观影效果；二是退票难成行业普遍问题，平台以演唱会门票具有稀缺性、时效性等特点为由拒绝消费者退票要求；三是演出票务销售平台疑似“货不对板”问题多发，有众多消费者反映开票时的具体座位与抢票时示意图上显示位置差距甚远。

为进一步释放演出文化消费潜力，促进演出文化行业健康发展，湖北省消委提出如下倡议：

### 01. 尊重消费者权益，明明白白消费

知情权和自主选择权是消费者的基本权利，消费者享有完整地获悉经营者提供的服务内容的真实情况的权益，包括获悉观看演出的座位号及其他相关信息。演唱会主办方及票务平台不支持购票时选座，仅以位置分区示意图让消费者“盲选”，致使消费者将无法知晓其所购买的具体座位号，以及是否能看清舞台及演唱者等情况，进而影响了消费者是否愿意进一步购买该座位门票的选择权，损害了消费者的权益。演出票务相关经营者应从尊重消费者的知情权、自主选择权等合法权益角度出发，充分做好服务准备，提供准确座位等关键服务信息，勿让消费者“盲选”座位，让消费者明明白白消费，做好提升演出文娱消费体验的第一步。

### 02. 履行合同义务，承担约定或法定义务

消费者购票后，演出经营主体与消费者之间即形

成了服务合同关系，演出经营主体应按观看演出合同约定，履行让消费者进入指定座位即可无障碍观看演出的义务，这既是通常理解下经营者应尽的约定义务，也是基本的法定义务。如果消费者所购相应票价的实际位置确与购票时演出经营主体承诺的相应票价的区域位置不符，或座位有影响正常观看演出的障碍，经营者应根据合同约定或法律规定承担相应责任。

### 03. 遵循公平原则，完善退换票规则

购票提示中“演唱会门票的稀缺性、时效性，不提供退票服务”的规定，以及座位分布示意图，属于演唱会购票协议格式条款的一部分。虽然演唱会具有一定的时效性，临近演出退票虽可能会影响二次销售，但平台以“不提供退票”规定以及使消费者盲猜座位位置的“分布示意图”进行购票的规则，给消费者购票、退票设置了一定障碍，单方过度限制了消费者的购票知情权及退换票权益，排除了消费者的主要权益，加重了消费者的责任。这类不公平格式条款可被认定为无效条款。建议演出票务平台和主办方要基于公平原则，在制定服务条款时，借鉴航空、铁路等其他服务行业的成熟做法，制定阶梯式退改规则，依据退票、改签时间不同实行阶梯化费率。制定退改规则应向消费者进行公示，保证消费者在购票前充分知情和主动确认，力争为消费者提供舒心放心的消费体验。

### 04. 探索建立全国统一的演出票务监管服务平台

演出票务交易缺乏公开透明性，是引发文娱票务及服务消费纠纷产生的根源之一。建议相关主管部门加强对演出票务市场的监管，探索建立全国统一的演出票务监管服务平台，实时监控演出票的数量、来源和流向，推动演出票务交易公开透明，维护好消费者合法权益，推动演出行业健康有序发展。

## 襄阳市消委与襄阳仲裁委 建立消费纠纷仲裁解决快速通道

文/魏海霞

8月18日上午，襄阳市消保中心党支部、襄阳仲裁委秘书处党支部联合开展了“为民解难显担当 淬炼党性践初心”支部主题党日活动。会上，结合“下基层察民情解民忧暖民心”活动，双方签署了《消费维权合作协议》，建立起消费纠纷仲裁解决快速通道。这是消保中心落实以党建促业务，以业务促发展，推动党建与业务深度融合，以高质量党建引领业务高质量发展，打造党建品牌的创新举措。

全体党员首先重温入党誓词。随后，市消保中心党支部书记魏海霞带领大家集体学习《党章》第七章第四十条“党的纪律”内容。

在党性教育环节，市消保中心和襄阳仲裁委秘书处支部委员领学了《习近平总书记关于加强党风廉政建设和风建设的重要论述》及中央、省委、市委等

重要政治学习内容；学习了《一周一案一警示》；进行了党纪法规知识考试；两名年轻同志结合学习内容交流了廉政感悟。

会上，襄阳市消费者委员会和襄阳仲裁委签订了《消保维权工作合作协议》。

为了更好地为民办实事，给消费者提供更多的消费维权渠道，经过前期深入调研及充分沟通，襄阳市消委秘书处和襄阳仲裁委秘书处共同决定：实现资源互补，建立消费者权益争议化解工作对接机制，引导有意愿的消费争议双方通过仲裁途径化解消费纠纷，建立消费纠纷仲裁解决快速通道。将未能达成调解又适合仲裁解决的消费投诉案件，按照当事人意愿，引导当事人选择仲裁方式解决，将《消法》规定的仲裁解决消费纠纷途径落到实处。

合同仲裁和投诉调解一样，都是消保法中规定的解决消费纠纷的合法途径。合同仲裁又以其“一裁终局”的高效性、不公开审理的保密性、业内专家断案的权威专业性、可申请法院强制执行的执行力，有其独特的优势。此次签订《消保维权工作合作协议》，是襄阳市消费者权益保护中心（襄阳市消费者委员会秘书处）畅通消费投诉解决渠道、推动消费维权社会共治的又一项重要举措。



襄阳市消委和襄阳仲裁委签订了《消保维权工作合作协议》





# 黄石市消委开展消费教育“五进”活动

文/李凌

为增强消费者的消费维权和消费安全意识，营造放心舒心的消费环境，提振消费信心，提升消费者的幸福感、获得感和安全感。9月27日上午，黄石市消费者委员会联合黄石城区市场监管局、中国移动黄石分公司，在黄石市开铁区冶矿路社区开展了“放心消费 共守承诺”宣教活动，这也是黄石消委“提振消费信心”主题消费教育“五进”方案中的重要一环。

活动邀请了全国十大“最美消费维权”人物、王德祥消费志愿者服务站站长王德祥同志给大家讲

课，开铁区经营户近50家、冶矿路社区消费者代表及王德祥维权站志愿者、社区党员代表及城区市场监管局干部近100人参加了本次主题宣教活动。会上大家观看了网络安全反诈宣传片，王德祥结合自身实际，以一个退休老党员和消费者的身份，就消费维权及养老安全知识进行了分享式授课，铁山区金港传奇超市代表广大经营户发起了“诚信经营 放心消费”倡议书，最后移动公司发放了电信诈骗相关资料，并和消费者开展了现场有奖知识问答互动，气氛热烈。

# 漏水争议谁之过 黄石消委联合调解解民忧

文/张波

2023年8月，消费者张女士向黄石市消委投诉，反映恒泽花语小区家中客厅与阳台连接处持续性往外漏水，经检查发现是空调冷凝水管处渗水，将阳台地板拆开后发现大面积水渍，阳台门套两边以及墙布都有泡水现象。发现问题后她联系过海天装饰及格力空调销售方，装修公司认为是空调安装人员的责任，而格力空调负责人认为漏水是装饰公司责任，双方推卸责任。

接到投诉后，黄石市消委立即与装饰公司及格力空调销售方沟通并实地调查。发现装饰公司施工时锯掉房屋预留冷凝水管的三通管道，并在上方铺设木地板，仅留下十公分孔洞以供空调安装；格力空调安装人员在未观察到冷凝水管口的基础上直接摸索着进行了管道对接与空调安装。根据调查情况，消委工作人员与商家多次沟通协商，装饰公司依然固执己见，为明晰各方责任，最大化为消费者维权，黄石市消委决

定启动联动化解多元社会联调机制，邀请黄石市装饰办、住建局专家及物业人员、双方当事人现场勘察协商，联调专家和消委分别从专业角度指出各方经营者应主动维护品牌、担当责任、维护消费者权益。最终三方达成一致意见。格力空调安装人员在不具备施工条件下安装空调，直接导致消费者家中漏水，担负主要责任，赔偿消费者更换地板费用2579元；海天装饰在未告知消费者情况下，锯掉冷凝水管部分三通管道铺设地板，造成空调安装隐患，海天装饰承诺免费恢复三通管道修复受损墙面等，消费者表示满意并感谢。

此次投诉调解是黄石市消委开展社会联调的一次成功实践，为处理涉及主体较多，责任划分复杂的投诉积累了宝贵经验，黄石市消委将持续为提振消费信心注入消委力量，强化部门间协作配合，进一步提升消费维权工作效能，推动黄石市社会联调消费维权工作向好发展。

## 襄阳、孝感安陆市两地消委携手 成功调解两起消费纠纷

文/廖波 袁剑



7月19日18时30分，在襄阳市消委会调解室，消费者占某、张某在襄阳市消委会和孝感市安陆市市场监管局、市消委会的见证下，与某企业签订了《调解协议书》，至此，经过两地消委会和安陆市场监管局工作人员长达4个多小时的共同调解，两起消费者与企业的消费纠纷成功化解。



7月19日8时10分，孝感安陆市市场监管局获悉，襄阳消费者占某、张某因与某企业在室内装饰材料的供货价格、运费、赠送家电及售后服务上产

生消费纠纷，与企业协商未果，到襄阳市消委会进行投诉，襄阳电视台《今日播报》栏目对该投诉进行了报道。

孝感安陆市市场监管局、市消委会当即联系襄阳市消委会并启动应急预案，8时30分，通知企业负责人到场接受问询；9时30分，带领企业相关负责人赶赴襄阳；12时许，到达襄阳市消委会；14时，消费者到达调解现场参加调解。调解工作在襄阳市消委会和孝感安陆市市场监管局、市消委会的共同主持下进行，调解前，两地消委会工作人员分别对消费者和企业征询了意见和诉求，调解在严肃和友好的气氛中进行，消费者阐述了履约疑问和诉求，企业负责人解答了相关问题。经过4个多小时的反复协商，18时30分，在两地消委会工作人员的教育、宣传和引导下，企业负责人对消费者的合理诉求进行了确定认可，随后，当事人双方解除了之前签订的《装修材料购销协议》，重新签订《装修合同》。双方握手言和，调解圆满成功。

据悉，企业负责人还专程到襄阳电视台《今日播报》栏目组汇报调解情况，并表示要铭记教训，认真对待媒体监督，大力改进服务方式，强化社会责任担当，切实做到诚信经营，依法经营。



# 宜昌召开医疗美容行业不公平合同格式条款点评座谈会

文/王李华



为了进一步规范我市医疗美容市场秩序，严厉打击利用合同格式条款侵害消费者合法权益等违法行为，促进我市“放心消费城市”创建工作。8月31日，宜昌市消费者委员会、宜昌市市场监管局组织召开宜昌市医疗美容行业不公平合同格式条款点评座谈会。

座谈会上，与会法律专业人士、专家学者及行业主管部门专业人员以前期公开征集与摸底调查收集到的格式合同为研讨对象，就医美行业中存在的多项不公平合同格式条款进行分析、点评，给出反馈意见，并为推动我市医美行业放心消费建设和规范发展，保障消费者合法权益工作建言献策。

会议强调：开展医美行业不公平合同格式条款点评活动，既是为了进一步明确经营者和消费者双方的权利、义务、责任，从源头预防消费纠纷的发生，也是为了引导行业及从业人员不断规范和提升服务质量，不断优化消费环境，促进消费潜力释放的一种手段。

下一步工作安排：宜昌市消委将及时梳理汇总点评意见，通过多种媒体渠道向社会公开发布，并将点评结果反馈给相关经营主体、行业主管部门，督促营利性医美机构及时纠正不公平合同格式条款内容，引导其使用合同示范文本，同时进一步加强部门协同和社会共治，完善长效监管机制，打造“放心消费在宜昌”城市品牌。

**条款：**《美容手术知情同意书》风险告知条款、专科情况说明条款；《眼部、眉部美容手术术前告知暨知情同意书》禁忌症、有关手术情况、医疗风险条款。

**点评：**以上条款涉及消费者身体健康及安全，直接关系消费者切身利益，应当在合同中做出显著标识，而不应以明显小于合同字号的内容放在附件中。《消费者权益保护法》规定：“经营者在经营活动中使用格式条款的，应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。”

**条款：**《医美消费服务合同》第二条第（二）款：“但在乙方（医美机构）突发情况下为维护甲方（消费者）生命健康重大权益，根据诊疗规范采取合理诊疗措施而发生的费用，甲方应当承担。”

**点评：**医美整形服务存在一定风险，经营者应当维护消费者健康及生命安全，对于产生的费用应当基于诊疗措施产生的原因，判断应当由哪一方承担费用。如系经营者过错导致的扩大诊疗行为，相关费用不应当由消费者承担。

**条款：**《整形美容医院术前告知书》第九条：“手术者需同意医院有对其相片的使用权。”

**点评：**消费者享受医美服务过程中所拍摄的照片属于个人隐私，经营者未经消费者同意，不得擅自使用、公开消费者术前、术中、术后等照片。经营者将同意内容写入告知书，如果消费者不同意，经营者就不会为消费者提供相关医美服务，事实上单方面剥夺了消费者的同意权。《民法典》规定：“未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像，但是法律另有规定的除外。”“自然人享有隐私权。任何组织或者个人不得以刺探、侵扰、泄露、公开等方式侵害他人的隐私权。”



## 黄金饰品套路多 云梦县消委帮维权

文/胡庆玉

近日，孝感市云梦县消委接到一起关于“一口价”黄金饰品的消费投诉。消费者余女士称其花费3.7万元在建设路某金店购买黄金饰品，当时被告知当日金价为518元/克，但回家后才发现购买到的却是按件计价的“一口价”黄金饰品，遂投诉至消委。云梦县消委迅速联合市场监管执法人员调查了解后，情况属实，经过一番调解，最终商家同意将该“一口价”黄金饰品换成按克计价的黄金饰品。

“一口价”黄金，顾名思义是指按件计价、不以克重单件计价的黄金饰品。这类黄金饰品主要用3D硬金制作而成，以创意和工艺作为卖点，结合商家“以旧换新免工费”等优惠活动宣传，引得消费者争相购买。由于商家并未明确告知消费者，也未事先标注，造成消费者在“不知情”情况下购买“一口价”黄金饰品，事后察觉被“套路”而投诉的案件频频发生。

据统计，今年以来云梦县消委、云梦县市场监管局共受理黄金饰品相关投诉30起，其中事关“一

口价”黄金投诉10起。执法人员在处理投诉件过程中发现，信息不透明、不对称是消费者投诉的主要原因。多数商家不会明示或主动告知“一口价”黄金不是按克重计价，消费者询问换购政策，商家往往混淆概念或语焉不详。等消费者换购时才发现可换购的商品类型有限，甚至只能换购比原饰品价格高出30%的商品。

云梦县消委会提醒广大消费者：购买黄金饰品一要“看品牌”。尽量选择有品牌授权、售后渠道完善、“三包”服务齐全的黄金珠宝专卖店，谨慎选择小作坊进行产品二次加工，以防售后无门；二要克重“问明白”。针对“一口价”和“论克卖”两种计价方式，消费者需明确自身需求，是侧重保值还是侧重式样精美，问清计价方式、克重纯度、置换规则、加工费用等重要信息，防止产生消费纠纷；三要规则“定下来”。对于商家的优惠规则和销售承诺，消费者需要求商家作出书面说明，并妥善保管购物凭证。

## 省消委举行特聘调解员第二期消费维权业务培训班

文/阿里马斯



为进一步强化社会调解员队伍建设，充分提升消费维权履职能力，9月19日，省消委在汉举办了特聘调解员2023年第二期消费维权业务培训班。来自省通信行业协会、省装饰协会、省弹性地板协会、省太阳能协会、省空气净化协会及有关企业、律师、媒体等单位16位特聘调解员参加了培训班。

(下转第26页)

## 美容不成退款遭拒 联合调处促其退款

### 【案情简介】

2023年9月26日，武汉消费者孔女士在“湖北315消费投诉和解平台”投诉反映，称其2019年在蕾曼婷娜美容院花费11600元办理了一张美容卡，双方约定护理服务100次，在护理服务过程中，且每换一个美容师就要求办新卡，向孔女士抱怨“赚不到钱”“以后不要约我”“我只服务办卡30万元的顾客”等这类话让孔女士听了十分不舒服。这么多年来，孔女士一直在这家店做护理，换来的却是这样的待遇。该店服务方式、宣传推销手段让她感觉到言语方面的伤害，消费体验感差，于是，向美容院提出解除服务合同退还剩余费用遭拒。

### 【处理过程及结果】

省消委受理投诉后，启动社会联调机制，邀请特聘调解员参与调查调解。经查，消费者投诉情况基本属实。该店服务宣传推广等方面，涉嫌误导消费，强制消费者办理美容卡等行为，剩余服务次数共计58次，理应退款6728元。但该美容院赠送了

2980元肩颈护理，目前已全部用完。如果孔女士想要退款，需承担赠送项目的费用，即在58次护理余额中扣除2980元，只能退费3748元，孔女士可以承担赠送项目的费用，但不同意这种算法，让她无法接受。调解时，调解员多次表示，请美容院向上级领导反映，看能否争取更多的权限，但屡被拒绝。于是，消费者孔女士再次致电省消委工作人员咨询相关意见和建议后，再次与商家协商退款事宜，最终促成商家同意退款5000元，双方握手言和。

### 【案例评析】

在投诉调解实践中，此案例属于消费纠纷或服务合同纠纷，消费者可根据《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消法》）、《民法典》合同条款提起之诉或违约之诉。在本案中，孔女士购买美容卡，接受美容院提供的服务，双方构成服务合同关系。孔女士多次向美容院反映其美容师存在过度宣传，忽视消费者体验感等问题，没有引起他们的重视，未采取有效的制止措施，未尽到保障消费者自主选择权、公平交易权、人格尊严得到尊重的权利。可见，让孔女士不满意，要求解除服务合同、退还剩余款项与美容院提供的服务质量是有因果关系的。

### （上接第25页）

培训班上，省消委投诉部主任聂喜洋按照“以学促优，提能增效”的总体要求，围绕最新消费维权政策、形势、热点进行了授课。一是深度普法。结合实际工作调处的典型案例，生动诠释了《消法》、《湖北省消保条例》、《民法典》、《侵害消费者权益行为处罚办法》等法律法规，不断强化社会调解员法治思维，提升依法调处消费纠纷的能力；二是规范管理。详实解读了《湖北省消费者委员会消费投诉社会调解员管理工作规范》，帮助社会调解员转变角色，增强荣誉感、认同感；三是传

授技巧。仔细介绍了受理投诉的基本原则、方法；解决问题的方案；受理投诉工作的注意事项；缓解调处压力提高心理素质的方法等，助力社会调解员提升“战斗力”，提高工作效率。

最后，调解员进行了交流互动，各自分享了消费维权经验。大家纷纷表示，此次培训收获很大，进一步增强了“一般投诉调解能力、大案要案把控能力、突发事件应急能力、利用社会资源促和解能力、联合媒体解读案例能力”，更加坚定了做好消费维权工作的信心，下一步将在省消委的带领下，踔厉奋发，勇毅前行，为营造良好消费环境，助力湖北先行区建设作出新的贡献。

## 宜昌市伍家岗区首个消费维权工作室挂牌

文/简邦会

“消费维权难？陈平来帮你。”近日，宜昌市伍家岗区市场监管局大公桥市场监管所“陈平消费维权工作室”挂牌成立，这也是伍家岗区首个消费维权工作室。

“沙参是药材还是食材？”不久前，陈平接到12345政务服务便民热线转接的一起投诉，有市民质疑某餐馆在汤品中放的沙参非药食同源品种，要求市场监管部门介入。因为不完全确定沙参属食品还是药品，陈平四处搜寻答案。

“没有明确的依据，陈平不会轻易对受理件下结论。”大公桥市场监管所所长雷旺介绍，因辖区商业业态种类多，伍家岗区市场监管局所辖6个监管所中，大公桥市场监管所受理的投诉类型最多，几乎每种商业类型都有受理。在市场监管行业工作12年，每天处理各种类型的投诉，陈平一直坚持着凡事有凭有据、一追到底的工作作风，是市场管理消费维权领域的专家。“不熟悉每种商业类型，公平调解就无从谈起。”陈平说。

2005年，陈平转业分到当时的伍家岗区工商局（现市场监管局）。近20年来，他始终在一线负责消费维权工作。从给自己划分管理辖区的第一天开始，陈平就一直坚持着“跑遍每条街道，熟悉每个商户”。“陈平现在负责隆中路和胜利一路片区的消费维权工作。”雷旺介绍，“毫不夸张地说，他熟悉这两个片区600余户商户的每一名负责人。”正因为“人人都认识”，陈平在办理辖区的投诉件时，显得得心应手。

“停车收费过高”“药品价格贵过附近药店”，今年8月，天气正热，陈平一天连续接到两起管辖区的投诉，他第一时间跑到现场了解情况。

“只有脚板板跑到了，工作才能扎实，被调解方才能信服，消费者才能满意。”对每一起消费者投诉，陈平只要条件允许，他总是第一时间到场处理。

在长期的调解工作中，陈平还总结出适合消费调解的“5条调解工作法则”——认真倾听、以理服人、原因分析、面对面调解和换位思考。他说，在受理投诉时，仔细询问、耐心倾听，让消费者明白相关政策法规，及时向经营者核实情况，认真查找问题根源；调解中，保持中立，不先入为主，不以偏概全，让当事人换位思考，设身处地考虑当事人感受，寻求双方都满意的解决方法，才是处理好每一起消费纠纷的关键所在。

从事消费维权十余年来，陈平受理、解答消费者咨询超过3000人次，成功调处和化解消费纠纷近千起，调解成功率达到99%以上。他本人也多次被评为优秀共产党员、执法办案能手、先进工作者。

“成立陈平工作室的初衷，一方面是希望整合辖区更多力量，让他们共同参与消费调解工作，营造更好营商环境和放心消费环境。”雷旺介绍，湖北三立律师事务所、大公桥司法所已派专人加入工作室，随时可以借助法律力量展开调解工作。另一方面，监管所还选派了两名年轻同志加入工作室，让陈平发挥传帮带作用，让更多年轻人在实践中学习，提高调解效能，服务更多消费者。





# 荆州市市场监管局联合相关部门 对月子中心进行专项督导检查

文/谭郭庆

为保障孕产妇及婴幼儿的人身安全、饮食安全和健康权益，严厉打击母婴护理行业违法行为，规范市场秩序。2023年9月27日，荆州市市场监管局联合市卫健委、市消防救援支队等单位对月子中心进行专项督导检查。

督导检查组组长、市市场监管局副局长吕涛带领专班工作人员通过查阅资料、现场检查 and 询问交流等方式，重点对城区三家月子中心的不公平格式条款、食品安全、广告宣传、不正当竞争、不正当价格行为、非法行医、消防安全制度，经营资质、主体责任落实和规范经营等情况进行督办检查。在检查过程中，辖区执法人员逐一排查各月子中心的食品原料采购、加工过程控制、餐饮具消毒、环境卫生、从业人员管理等食品安全制度流程；清查企业的宣传手册、合同条款、检查企业是否存在广告虚假宣传和价格欺诈等违法行为。同时，现场指出了被检查单位存在的亮照经营、价格公示、食品安全、广告宣传、消防安全等方面的问题，督促被检查单位抓好整改落实。

此次专项检查活动进一步督促经营者落实经营主体责任，提升食品安全意识和诚信守法意识，规范经营行为。下一步，月子中心整治工作专班将持续深化专项治理工作，加大执法力度，加强对月子中心食品安全和广告等行为的监管，进一步推动行业诚信自律发展，实现产后母婴照料服务护理行业规范化、常态化管理，全方位、全周期保障母婴健康安全，着力提升人民群众满意度、体验感、获得感，让消费者放心、安心、舒心消费，通过提振消费信心，助力荆州市公共服务高质量发展。



## 洪湖这家月子会所需整改！

10月17日，检查组来到洪湖检查时发现了当地某月子中心消防设施不达标、宣传广告涉嫌虚假宣传、餐具消毒不规范等诸多问题亟需整改。

在洪湖某临街楼宇上的月子会所，还没上楼，走道宣传板上写着“五星级”字样的宣传语就被检查组发现涉嫌虚假宣传，随后来到8至10楼检查时，墙上张贴的产妇服务标准上竟然明目张胆写着专家

查房，月子中心根本没有资质提供医疗服务，同样是违规行为。进一步检查时发现，月子会所的餐具消毒柜沦为摆设。

后厨杂物乱堆，冰箱里生熟不分开混放，消防水带里面竟然没有水，一旦发生火灾，火势得不到有效控制，消防疏散楼梯也不能达标。检查组责令该月子中心月底前完成所有问题整改。



洪湖市市场监管局新堤市场监管所茅江市场巡查队队长杨平表示：如果不改正过来，将立案处罚。

检查组一行还来到峰口镇，对一家产后恢复中心检查时发现过期两年多的婴儿润肤露仍然摆放在柜台上。

检查组还对石首、松滋、公安等县市区的月子中心分别进行了专项检查，对于检查中发现的消



防、食品安全、消毒卫生问题，责令相关单位分别进行整改，后期还会联合各职能部门进行回头看，全力守护母婴健康安全。

## 洪湖：拓渠道“补短板” 助维权“一站式”

文/魏 丹

实现企业维权渠道精准、便捷，大幅降低企业维权成本，保障企业合法权益，一直是企业的心声与期盼。在破难点疏堵点上，洪湖市率先开展建立“一站式”企业维权机制改革试点，围绕企业在生产、经营等方面的维权诉求，建立完善了“四个维权机制”，打通企业维权瓶颈。

建立企业维权平台信息归集共享机制。通过价格监管与反不正当竞争、知识产权保护等为试点“小切口”，以12315维权平台为基础，融合归集12345政务服务便民热线、市“双优化”平台等信息渠道，实现“一站式”维权信息共享。

建立上下联动的企业维权保障机制。以市企业维权服务中心为核心，设立乡镇片区和经济开发区6个维权服务站，形成上下联动“一站式”运行保障机制。

建立企业维权部门联席会议机制，针对企业维

权重大疑难问题进行通报和研究，形成“一站式”工作合力。

建立企业维权调处社会协同机制。从人大代表、政协委员、律师、行业协会中遴选出一批能力强、有责任心的人士，组建企业维权社会调解员专业队伍，切实发挥社会协同调处“一站式”的优势。

通过强化工作举措，实现维权“六个统一”。即维权机构统一、维权职责统一、维权号码统一、维权流程统一、维权协作统一、维权执法统一。以此进一步畅通企业诉求反馈渠道，形成上下联动、横向配合、政企合作、信息畅通、打击精准、保护有力的区域性“一站式”企业维权机制。改革试点的创新补齐了企业维权渠道不足、机制不畅、制度不全的短板，进一步优化了营商环境。

截至目前，全市“一站式”企业维权机构共受理企业维权诉求101件。





## 2023年荆门市“放心消费创建示范单位” 消费体察活动圆满收官！

文/熊志强

2023年中秋、国庆“双节”到来之际，荆门市市场监管局、荆门市消费者委员会组织开展了为期3天的“放心消费体察 喜迎中秋、国庆双节”主题消费体察活动，积极营造安全放心消费环境，全面提升人民群众安全感、幸福感和获得感。

本次消费体察活动邀请省级最美消费维权人物、媒体记者及消费者代表共5名成员组成消费体察团，以普通消费者的身份，通过亲身体验，了解我市放心消费创建示范单位经营情况以及各项放心消费创建服务措施完善程度。共体察了荆门市东方百货大厦、荆门美谭餐饮有限公司等大型百货商超、餐饮酒店、通讯、汽车、旅游等“吃、穿、住、行”居民日常消费领域的10家放心消费创建示范单位。

体察团在中国联通荆门市分公司，现场了解通讯运营商在服务价格方面是否公示、价格设置是否合理以及放心消费创建宣传海报、消费投诉流程及接诉处置机制、线下购物七日无理由退货服务等，面对面与企业负责人交流，切身感受放心消费创建给消费者带来的获得感和幸福感。

体察团在荆门东方百货超市、荆门中商超市、漳河万达百佳汇超市进行购物体验，先后查看了各商超企业的证照、消费维权服务站、放心消费创建标识、制度公示栏、明码标价等落实情况及场所文明卫生美观状况，并现场消费体验和享受“七天无

理由退货”体验服务，均感到满意。

体察团在荆门美谭餐饮有限公司、荆门蓝洋林顿酒店有限公司，通过“听、看、查、问”的形式，体验服务态度与方式、是否有明码标价、是否公开消费投诉举报渠道等内容。对餐饮服务企业在“厉行节约、反对浪费”和践行“主动制止餐饮浪费”活动中落实主体责任的情况进行实地体察。

体察团在钟祥莫愁村旅游景区特色商品街进行消费体察，专门询问了手工美食的价格、制作流程，并购买试吃。消费者代表汪女士体验后感而发：以前去景区旅游不敢买东西，总怕有价格欺诈等问题。今天在这里，商品都明码标价、价格公道，景区内每个购物店都在醒目位置张贴悬挂了营业执照、放心消费参创店标识牌、七天无理由退货承诺等，亮照、亮证、亮承诺，也照亮、温暖了我们消费者的心。

消费者代表表示，此次零距离体察活动是对企业持续发展的一种鞭策和督促，从体察整体情况看，各创建单位对“放心消费示范单位”创建活动高度重视，建立健全消费维权制度体系，创新推出了零投诉专柜、投诉奖励、无理由退货承诺等各具特色维权举措，营造了浓厚的创建氛围，极大丰富了放心消费示范创建内涵。



# 随州：党建引领 为消费维权注入“红色动力”

文/刘 波

为深入推进“放心消费在随州”创建活动，营造安全放心的消费环境，随州市市场监管局联合曾都区局、高新区局和大洪山分局依托“小个专”党支部，创建了15家“红色消费维权示范站”，覆盖商超、家电、旅游景区、农贸市场、外卖平台、物业、汽车、食品等多个行业，为消费者提供咨询、宣传、和解等服务。

今年5月，随州市市场监管局制定了《随州市市场监管系统建设“小个专”红色消费维权服务站工作方案》，成立工作专班。专班人员实地走访了主城区内50多家小个专企业，了解其党支部建设、

经营管理模式、商品（服务）管理制度、专业市场个体工商户经营状况、消费者投诉处理制度等基本情况。以企业保护消费者权益为切入点，座谈分析企业在履行消费维权市场主体责任过程中存在的不足，宣传企业履行法定义务的责任，指导企业完善消费维权和经营管理等有关制度和经营管理措施。同时，提出消费维权服务站要突出红色标签，以党建为引领，充分发挥党支部领导作用。并一致商定消费维权站组织结构和管理制度，党支部书记兼任维权站站长，负责维权站全面工作；组织委员监督维权站上岗人员的选派，确保思想觉悟较高、业务素质过硬；宣传委员督促维权站宣传消费维权法律法规和相关政策；纪检委员督促维权站履行消费维权市场主体责任，督促消费争议和解。党支部每月听取一次维权站工作情况汇报，分析研究处理消费维权过程中存在的问题，并加以解决。

充分发挥党员的先锋模范作用，凝聚“小个专”党员力量，成立放心消费“先锋队”，党员志愿者“佩党徽、亮身份、走在前”，重证据、讲情理、解纠纷、促和谐，在维权一线展现最美“党员风采”。党员示范经营户化身放心消费“代言人”，亮身份、亮承诺，发挥示范作用，守法诚信经营，为消费者提供优质的产品和服务和最佳消费体验，“红色消费维权示范站”成为放心消费的坚实保障。

目前，随州市“红色消费维权示范站”公示牌已在15家企业挂牌。党建领航，维权“零距离”，积极推进线下实体店7天无理由退货公开承诺。“红色维权站”的成立让各类消费纠纷化解在商户、解决在源头，降低消费者投诉维权成本，促进消费环境和营商环境双优化。



“红色消费维权示范站”公示牌



省市场监管局消保处调研“红色消费维权示范站”



## 黄冈市消委开展线下购物七日无理由退货承诺签约活动

文/徐望春

为持续优化消费环境，助力提振消费信心，推动“线上+线下”消费融合发展，进一步满足广大市民对美好生活的期待。9月17日上午，在黄冈奥康步行街，黄冈市市场监管局、黄冈市消费者委员会联合开展放心消费在黄冈·线下购物七日无理由退货承诺签约活动。

活动现场发布《线下购物七日无理由退货倡议书》。倡议广大实体店经营者在主动提升服务、积极亮诺践诺、诚实守信经营等方面，积极响应，为优化消费环境、促进黄冈经济社会高质量发展贡献力量。

通过组织企业签署承诺书和现场授牌等方式，号召全市经营者主动提升服务、积极亮诺践诺、诚信经营，让消费者购物无忧。来自家居用品、食品、化妆品、母婴用品等多个领域的59家企业代表向社会作出郑重承诺，自愿实行线下购物七日无理由退货制度，并接受社会监督。截至目前，全市参与线下购物七日无理由退货的实体店达到302家。

黄冈市市场监管局积极开展线下购物七日无理由退换货活动，为消费者提供七日甚至更长时间的“冷静期”和“后悔权”，让消费者购物无忧、放心消费，极大提升了消费者的体验感。同时减少因退换货引起的消费纠纷，营造良好的市场环境和安全放心的消费环境。但同时遵循市场规律，充分尊重企业自愿，不搞一刀切，让企业愿意做、主动做，让承诺进行七日无理由退货成为企业自身的竞争优势，有效提高了企业市场竞争力，树立企业良好形象。

下一步，黄冈市市场监管部门和消费者委员会将始终严守消费安全底线，进一步完善消费纠纷化解机制，畅通消费诉求受理渠道，深入推进放心消费示范创建，帮助消费者明明白白消费，引导经营者诚实守信经营。把“七日无理由退货”打造为企业新名片、新标配，着力打造“能消费、愿消费、敢消费”的安全放心消费环境。

## 荆州市消委开展大闸蟹消费体察活动

文/肖冠锋



秋意渐浓，食蟹高峰来临。为帮助广大消费者正确选购、食用大闸蟹，10月24日，荆州市市场监管局、荆州市消费者委员会紧跟实时消费热点，面向社会发布选购、食用大闸蟹消费问卷，并针对问卷中发现的问题，组织消费体察团代表开展荆州市大闸蟹消费体察活动。



# 黄石市消委开展党建和创活动

文/朱国华

10月24日，为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，全面贯彻党的二十大精神，进一步巩固拓展主题教育成果，黄石市消费者委员会秘书处党支部、中国移动黄石分公司市场党支部党员赴黄石市阳新县太子镇筠岭村，与阳新县太子镇筠岭村党支部联合开展了“深入开展主题教育 立足岗位建新功”主题党日活动，三个支部的党员代表共20余人参加了本次“党建和创”活动。

活动开始，全体党员唱国歌并重温了入党誓词，完成了主题党日系列规定动作，各支部书记对各单位业务职能和党建工作情况进行了交流，集中学习了《习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观和方法论专题摘编》的相关内容及习近平在新进中央委员会的委员、候补委员和省部级主要领导干部学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的二十大精神研讨班上的讲话精神等；大家围绕“深入开展主题教育 立足岗位建新功”主题及支部规范化建设、深

化党建和业务深度融合、打造支部特色品牌、争做党员先锋等进行交流探讨，并共同签署了“党建合创”活动倡议书，活动最后还走访慰问了筠岭村部分老党员，耐心询问了他们的身体及生活情况。

黄石市市场监管局副局长章炜、中国移动黄石分公司副总经理万先锋等同志总结发言并达成了共识，一方面监管部门要提高政治站位，加强业务指导，提高履职本领，坚持全心全意为人民服务理念，为群众办实事、做好事；一方面经营者要有社会责任和担当，诚信守法经营、提升服务品质，正确处理好与消费者的关系。

下一步，黄石市消委秘书处党支部将以“党建和创”主题实践活动为平台，不断深化与“和创”支部的交流合作，积极探索“和创”的新理念、新思路、新方法，将党建互促互进的政治优势更好地转化为业务履职能力优势，持续强化优势互补，实现各方党建和业务工作的共同提升。

党代表、人大代表、政协委员、市市场监管局相关科室负责人、市消费者委员会及中心城区各分会工作人员、荆州市食品行业协会、荆州市食药所工作人员、媒体记者、消费者代表等共35人参加。

本次消费体察活动主要围绕调查问卷中消费者普遍关心的大闸蟹养殖环境，购买大闸蟹出现缺斤短两、高标低质、过度包装、死蟹、残蟹等系列消费乱象展开。消费体察团代表们来到公安县陆逊湖大闸蟹基地，乘船近距离感受大闸蟹培育和养殖环境，参观捕捞池，并走进车间了解大闸蟹养殖、包装、运输、售卖等流程细节。

通过本次消费体察活动，既向消费者科普了大闸蟹选购和食用的正确方法，也规范了大闸蟹养殖销售经营行为，促进经营者自律，增强市民消费信心，营造安心放心舒心的消费环境。荆州市消费者委员会相关负责人表示，下一步，市消委将突出“提振消费信心”年主题，以“营造放心消费环境，全力提振消费信心”为目标导向，依托企业、社区等多种社会资源和力量，扩大消费体察、消费教育活动的覆盖面，达成消费者受教育、经营者更诚信、好商品被推广的共赢效果。



## 咸宁： 营造放心舒心安心消费环境 全力提振消费信心

文/杨彦峰

8月31日上午，咸宁市“一把手听民声”第二期活动在市12345热线中心话务大厅举行，咸宁市市场监管局党组成员、副局长邱鹰现场接听12345热线，倾听群众诉求，积极回应群众关切。

当日上午活动开始前，邱鹰以及相关科室负责人提前20分钟来到现场，认真查阅资料 and 法律法规，对接听热线可能遇到的问题进行梳理，为受理群众诉求做好充分准备，争取在接听市民热线时做到心中有数、成竹在胸。

“您好！我是咸宁市市场监管局副局长邱鹰，请问您有什么问题？”随着电话铃声的响起，邱鹰主动向来电市民自报家门，热情询问。

“我在小区门口流动小车上买了一个西瓜，回去后感觉分量不够，应该如何处理？”市民梅先生在电话中反映流动摊贩缺斤少两问题，并咨询如何避免此类事件再次发生。

“请问您有对购买的西瓜进行复秤吗，手上有没有相关消费凭证……”认真听完梅先生求助后，邱鹰仔细核实相关情况，并叮嘱梅先生保留好证据，“您购买西瓜的具体位置在哪里，摊贩的车牌号是多少？我局将立即组织执法人员前往该摊贩调查核实，请您保持电话畅通。”

邱鹰说，咸宁市场监管局在每年春节、520世界计量日、十一国庆节等重要时间节点都会组织开展集贸市场、超市、流动摊贩计量专项监督检查。邱鹰还建议广大消费者尽量到正规的超市、商铺或卖场购物。如果在流动摊贩上购物，为避免上当受骗，可以要求摊主将电子秤重新开机后进行称量；或者将手机提前在公平秤上称好，作为标准进行复秤。如果确实遇到

短斤少量的情况，可拨打12345或12315求助。

活动现场，来电一个接一个，记录一行又一行。邱鹰及相关科室负责人现场接听了10名群众来电，涉及到停车收费、校外培训机构退费、预付卡退费、计量、电梯、商标侵权等问题。对于热线电话中能当场答复的及时给予答复；能当场协调解决的，当场协调解决；部分较为复杂需进一步调查处理的，现场登记记录形成工单，安排相关人员跟踪解决，并尽快给来电人回复。



“通过这次活动，我切身感受到老百姓在消费权益保护中还面临着很多问题，更需要我们市场监管部门做足工夫，为民解忧。”活动结束后，邱鹰表示，在下一步的工作中，市场监管局将坚持以打造人民群众放心、舒心、安心的高质量消费环境为目标，顺应消费维权新形势，探索消费维权处置新机制，做到“民有所呼、我有所应”，履职尽责，着力消费者权益保护、着力消费品质提升、着力消费信心提振，为咸宁经济社会高质量发展贡献市场监管力量。

据了解，截至当天晚上9时，活动现场接听的10项诉求已全部妥善解决，来电群众对此均表示满意。



## 孝感市消委开展“五进”大讲堂活动

文/闵家胜

9月7日，孝感市消委会开展“五进”大讲堂活动，邀请消费纠纷调解室负责人杨波，向城区部分大型商超销售负责人、省级消费教育基地代表、省级无理由退货优秀示范单位代表及消费维权办公室代表宣传讲解消费纠纷调解实务。

杨波以《创新新模式 使用新手段 全面深化消费纠纷调解机制改革》为题，结合近年来办理的消费维权典型案例，生动详细地讲解了日常维权过程中消费

纠纷存在的特点、消费纠纷调解技巧以及相关法律法规。

此次消费教育活动解答了企业的消费纠纷处置困惑，对商场健康发展、营造辖区良好消费环境起到了积极的促进作用。与会人员纷纷表示，今后将学以致用，自觉落实主体责任，严格守法经营、诚信经营，助力营造安全、放心的消费环境。

## 鄂州市消委探索 群体消费者合法权益受损可获民事起诉支持

文/余 英

6月30日，鄂州市检察院、市法院、市市场监管局、市消委等9部门联合签了《关于建立民事支持起诉协作配合机制的意见》，强化各单位协作配合，共同保障弱势群体合法权益，努力为弱势群体密织权利保护网。其中第七条第六款提到：“群体性消费者合法权益受到侵害而主张民事权益的。各协作单位在履职中应当予以重点关注，符合民事支持起诉条件的，及时向人民检察院移送线索”，也就是说，群体消费者合法权益受侵害，符合支持起诉条件的，可申请检察机关民事支持起诉了！

近年来，随着市场经济的快速发展以及人民生活水平的不断改善和提高，催生了消费者日趋多元化的

生活方式和消费需求，随之而来产生的消费纠纷也越来越多。消费者权益受到侵害时，大多会选择协商或投诉的方式解决，但调解不具强制性，协商不成消费者的权益还是很难得到保障，也助长了部分不法商家的嚣张气焰。例如，近年来健身房、美容美发、餐饮行业利用预付式消费“非法圈钱”跑路的现象时有发生，因涉及钱款数额不大、起诉程序繁琐、经营者无从查找等原因，最后也都不了了之。随着《意见》的实施，类似群体性消费者合法权益受到侵害而主张民事权益的，符合支持起诉条件的，可申请检察机关民事支持起诉。

（下转第36页）



# 丹江口市消委开展餐饮消费体察活动

文/张 岚

“我承诺：信守合约，守法诚信经营，自觉接受社会监督，主动维护消费者的合法权益，共同营造安全放心的消费环境。”

9月26日，丹江口市市场监管局、市消委邀请部分食品经营企业、个体经营户和消费者代表，围绕“讲文明诚信、促放心消费”主题在汉江国际大酒店开展餐饮消费体察活动，与会者向社会作出了以上郑重承诺。

为推进“两节”放心舒心消费创建，进一步激发消费活力。活动中，市市场监管局结合“随机查



餐厅”“你点我抽”工作，向参会代表宣传诚信经营、放心消费的意义及相关法律法规，发出“讲文明诚信 促放心消费”倡议，要求全市经营主体自觉守法诚信经营，落实食品安全主体责任，严把食品安全质量关，不售卖假冒伪劣、过期变质和“三无”产品，让消费者买得放心、吃得安心、用得舒心。

在观摩环节，代表们进入酒店的厨房、贮存间、消毒间、包间等区域，细看原材料采集和质量、食品检验、仓储物流等环节，零距离感受食品加工的全过程，了解和体验环境卫生、仓储、消毒、食品选料和服务等规范化、标准化管理，得到了与会者高度认可。

现场体察结束后，代表们与餐饮业经营者进行了座谈交流。聚焦更好地履行保障食品安全第一责任，大家一致表示，要自觉讲文明诚信，加大生产经营的透明度，自觉接受社会各界的监督，源头化解消费争议，引导安全消费，坚守安全底线，共同守护舌尖上的安全。

（上接第35页）

《意见》的出台，是检察机关践行以人民为中心发展思想、落实司法为民理念的一项重要举措，也是政府部门强化担当、积极履职，维护消费者合法权益，营造安全放心消费环境的积极行动。由检察机关提供法律咨询、协助收集证据、提出支持起诉意见、

协调提供法律援助等方式为寻求诉讼救济的群体性消费者提供无偿法律帮助，彰显了制度优势和人文关怀，保障了实质意义上的诉权平等，能够进一步降低维权成本，提升维权效能，改善消费环境，推动建立消费争议多元解决，有利构建基层共建共治共享社会治理新格局，共同缔造和谐消费环境。



7月14日，罗申华副秘书长代表湖北省消费者委员会在《中国消费者报》消费维权工作座谈会上作经验交流，本刊特刊登出来，以飨读者。

## 推动社会协同共治 缔造美好消费环境

近年来，湖北省消费者委员会坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，坚持以人民为中心的发展思想，畅通扩展维权渠道，提升消费教育实效，疏解消费堵点痛点难点，持续改善消费环境，不断增强消费者的获得感、幸福感、安全感，提振消费信心，助力高质量发展，服务先行区建设。

**一、突出搭建绿色平台，打造便捷化维权。**创建“一般投诉在线和解、重点投诉线下调解、疑难群诉社会联调、严重侵权投诉行政联合处置”的新时代消费争议多元解决机制。一是搭建投诉线上和解平台。依托“一微一网”开发建设“湖北315消费投诉和解平台”，平台设内部入驻和解通道、外部阳光和解通道和线下调解，打造消费者在线投诉、经营者在线和解、消委组织在线督办、企业信息在线实时公示。平台2021年3月上线，入驻企业24716家，已和解投诉27362件，为消费者挽回经济损失1123万元。基本实现降低消费者维权成本、经营者涉诉成本、提升维权综合效能的目标，有效解决了基层人员少投诉量大的问题，也受到广大消费者的好评。公示消费投诉信息2512条，发布提示（警示）11期，发布消费侵权红黑榜单7期，公示消费侵

权黑榜企业87家、红榜企业6家，受到社会广泛关注，特别是第1期红黑榜单，20多万人同时在线直播观看，最终播放量高达700多万人次。二是合建重点行业维权平台。推动维权“关口前移”，联合家电、保险、通信、酒业等省级行业协会，组建行业专业维权办公室、专委会、工作站等专业维权机构15个，聘请社会调解员33名，提升维权的专业度和权威性，为投诉调解、法律咨询提供专业服务，破解专业性较强的疑难投诉。目前，15家省重点行业维权机构已提供专业咨询服务200余次，举办专题讲座56场次，累计170多位专家协助各地消委组织成功调处定制家具、珠宝首饰、教育培训、家用汽车、银行保险、装修服务、网络购物、商品房等疑难投诉7140件，为消费者挽回经济损失1180万元。三是共建社会联调平台。加强部门与社会维权力量配合协作，打通线上线下消费投诉处置环节，打造消费维权工作闭环。从行业协会、专业律师、退休专家、社会学者等社会各界消费维权志愿者中，遴选出专业能力强、富有责任心、热心公益事业的人员，组建消费维权社会调解员队伍。目前，全省消委系统已聘任社会调解员110余名，调处重点领域投诉500多件，为消费者挽回经济损失780多万元。充

分发挥消费维权联席会议制度作用，探索建立疑难投诉行政联处机制，推进消委调解、行政调解、行政执法的衔接统一，“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，形成投诉处置工作闭环。2022年度“诉转案”253件，为消费者挽回经济损失548万元。四是创建线下实体店无理由退货承诺示范平台。组织开展“全省实体店七天无理由退货承诺活动”，全省共4000家消费类市场主体积极参与承诺活动，自行化解消费纠纷127万余件，共完成线下退货1.04亿元。

**二、突出提升维权能力，探索多样化消费教育。**丰富消费教育形式，注重消费教育实效，提升维权辨识度，提高广大消费者消费维权能力。一是举办消费教育大讲堂。举办汽车消费教育大讲堂，宣传汽车消费知识，提供专业消费纠纷咨询与调解服务，引导消费者合理避坑，充分激发汽车消费活力。举办玉石消费知识专题视频讲座，在线讲授玉石文化、产品鉴别和选购知识，引导广大消费者选购合适自己的玉石珠宝。视频讲座线上线下同步举行，通过微信公众号向广大消费者在线直播，累计逾千名消费者通过各类方式观看学习。二是发布消费预警提示。以“3·15”、6.18、食品安全周、质量月、双十一等重大时节，联合省局、行业协会召开行政服务指导会。针对消费新业态、新模式和消费领域突出问题，围绕消费者关切的消费热点、知识盲点、维权痛点，及时发布消费提示。“‘大胃吃播’涉嫌违法，‘达人探店’推销属广告，节约粮食按需点餐，珍惜美食杜绝浪费！”消费提示，全网关注量高达179万。三是发布投诉情况分析。依托消费维权大数据，定期发布月度、季度、年度投诉情况分析，不定期发布行业专题投诉分析。围绕消费热点定期发布以案说法、制作短视频，受到

消费者的广泛关注。

### 三、突出优化消费环境，推进多元化治理。

关注新兴消费业态，聚焦消费侵权“潜规则”、“霸王条款”等投诉顽疾，加强监督力度，强化市场主体守法履责。一是开展消费体察（调查）。组织消费维权义务监督员、消费者代表和媒体记者等社会各届，开展新能源汽车、汽车消费维权质量提升调研体察、直播带货、黄鹤楼酒业、贝壳房产交易服务中心、湖北移动客服中心、海尔工业园等企业开展消费体察活动，提出指导意见，促进产品和服务质量提升。二是开展约谈劝谕。聚焦投诉集中的教育培训、直播带货、家装、通信、家电、汽车、美容、网络购物领域，就消费者投诉反映较多的虚假宣传、诱导消费等问题，约谈鹰视、尚德、聚狮、移动、电信、联通、家装、美容等20多家企业，发送《消费维权劝谕函》，督促整改，规范企业经营行为。三是开展消费评议。全省上下联动开展消费领域不公平合同格式条款点评活动，全省收到不平等格式条款300余条，涉及汽车、购房、家装、预付卡等主要问题50多个。开展“达人探店推销、大胃吃播”调查评议，组织汽车专家委员会专家开展对某汽车商购车合同涉及的“霸王条款”进行点评，召开家居家装行业消费投诉情况通报会，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。四是开展专项治理。针对消费诉求热点问题，全省上下联动围绕汽车、网络游戏、教育培训、医疗美容等四大领域进行专项治理，按照调查评议、社会联调、约谈促改、消费预警、诉案对接、公益诉讼等维权步骤，督导企业落实法定责任，推动解决消费维权的痛点和堵点，化解行业共性消费矛盾，降低投诉量，提振消费信心。

# 从“线下跑”到“网上办” 襄阳市消委推广“互联网+在线和解”模式

文/魏海霞 廖波

为进一步降低维权成本，深化消费环境建设，提升消费者满意度，营造良好的消费维权环境，襄阳市消费者权益保护中心拓宽维权渠道，优化投诉处理模式，深入推进推广“互联网+在线和解”的模式，不断促进消费者维权便利化，进一步提升了和解效率和消费者满意度。

## 强化组织引领，提高思想认识。

**（一）领导重视。**加强组织领导，成立315消费投诉和解平台工作领导小组，市局分管领导任组长，市消保中心主要负责人及各县（市、区）分管领导任副组长，各县（市、区）消委秘书长任领导小组成员，将和解平台运用推广工作纳入消委系统年度考核，确保和解平台各项工作进一步落地落实。

**（二）出台方案。**为推动和解平台建设，连续三年，襄阳市市场监管局、市消委联合印发《关于进一步深入开展“湖北315消费投诉和解平台”工作的通知》，细化目标任务，将入驻数量目标数和平台处理投诉量分配到各县（市、区），各地结合实际制订方案，邀请公用企业（供水、供电、供气、公交）、通信行业（移动、电信、联通）、金融行业（银行、保险）、消费教育基地、放心消费示范单位、七天无理由退货企业等与消费者息息相关的，以及商超、汽车4S店、家电卖场、快递行业、共享单车等消费者投诉量大、和解成功率高的名优企业优先入驻，引领整个社会先行先试，争取和解平台覆盖生活消费的各行各业。

**（三）专人管理。**实行市、县两级管理责任制，由两级消委组织（或城区消保股）负责和解平台企业入驻以及消费者投诉工作。工作人员认真审核和解平

台入驻的企业，确保各企业顺利入驻和解平台。在处理消费者投诉时，既当联络员、调解员，做到有求必应。在接到投诉短信时，第一时间联系经营者，了解情况，告知其消费者诉求，及时进行调整；又当督办员，对于各县（市、区）或经营者未及时处理的投诉，进行督办，确保消费者诉求得到及时解决。

## 强化宣传引导，形成浓厚氛围。

**（一）宣传典型，增强感召力。**利用各类媒体及市局、市消委微信公众号、广播、报刊、手机自媒体等，向社会公众普及和解平台知识。并通过宣传和平台成功维权的典型案例，如肖女士退货退款家具案、张女士网络教培机构违约退款案等，使群众了解、认识、参与新型的和解平台，鼓励引导消费者优先选择成本较低、对抗性较弱、利于修复关系的在线和解方式解决纠纷，初步达到“一机在手无忧消费”的效果。

**（二）宣传内容，增强吸引力。**一方面在各大商超张贴和解平台使用彩页，扫二维码即可投诉维权；另一方面在襄阳市消保委公众号设置“和解平台入口”：消费者关注公众号后，通过“消费监督”栏进入平台投诉；如未关注公众号，亦可通过“服务”栏进入和解平台，点击“我要投诉”，便可对全省入驻商家进行投诉。而对于还未入驻和解平台的商家，消费者可点击“阳光和解”进行投诉，由工作人员出面联系商家进行调解，最大限度方便消费者。

（下转第41页）



# 松滋“消调委”： 乐当“上帝”权益的维护者

文/罗劲松



2022年4月17日，一个涉案金额达1361250元，涉及495个消费者按期使用天然气的消费纠纷投诉案件，在松滋市消费纠纷人民调解委员（以下简称松滋“消调委”）的全力调解下，双方达成和解协议。至此，这个极易引发群体上访事件的消费纠纷案件，得到圆满解决。松滋“消调委”，乐当“上帝”权益维护者的故事，也在松滋市消费者中广为传播。因此，在松滋消费者心中，已经形成了这样的共识：遇到消费纠纷就找松滋“消调委”。经过他们调解的消费纠纷，消费者和经营者均满意。为什么松滋“消调委”在消费者和经营者心中信任度如此之高？我们不妨走进松滋“消调委”办公室一探究竟。

### 构建调解阵地，让消费者维权有门

众所周知，市场监管局是维护一方市场公平交易秩序的行政主管部门。松滋市市场监管局为了更好地维护消费者权益，他们严格按照松滋市人民调解工作领导小组制定的“五有六统一”的要求，将局机关的一间办公室作为松滋“消调委”的办公室，并于2020年5月正式挂牌成立，让每一位消费者遇到消费纠纷后，维权有门。

松滋市市场监管局为让松滋“消调委”迅速进入工作状态，给办公室配齐了办公桌椅、电脑、电话和饮水机、空调，开通了网络，让每个前来维权的消费者如沐春风，有归家的温馨。自2020年以来，松滋“消调委”共接待各类消费纠纷咨询3000多起。

### 组建维权专班，让消费者维权有人

松滋市市场监管局选派一名党组成员担任松滋市消费纠纷调解委员会主任。市消费者委员会、市司法局以及市消费者权益保护和投诉指挥中心等单位各选派一名政治素质高、维权业务精、协调能力强的干部组成工作专班。聘请一名精通市场监管业务、法律知识厚实刚退休的市场监管干部，担任专职调解员；聘请3名律师作为兼职调解员轮流在松滋“消调委”办公室值班，接待和调解各种消费纠纷案件。当消费者的权益受到损害时，有专业人员替他们伸张正义，让消费者的权益得到有效保障。

2023年2月14日，松滋“消调委”的专职调解员正与北京市的一位消费者通电话，那位消费者说：“我接受调解结果，同时对您的工作态度和办事效率表示敬意！”。

2023年2月9日松滋“消调委”收到了一个来自北京的投诉电话。消费者称2022年6月，他在网络平台上购买了松滋市一家电器有限公司，出售的一台洗衣机和两台冰箱，总价格为73500元。当他验货时发现洗衣机完好，但冰箱颜色不符合要求，且冰箱的配件不全，无法正常安装使用。他在网上与商家沟通，要求退货退款无果之后，只好向松滋“消调委”投诉，并扬言，如果得不到合理处理，他将向国家12315平台投诉，松滋市市场监管不作为。松滋“消调委”接到投诉后，通过调查取证，认定投诉属实。经过耐心细致、依法依规调解，最终达成协商解决方案，化解了一起因消费纠纷引发的恶性事件。

松滋“消调委”这个机构不仅有效维护消费者权

益，还有利于遏制矛盾恶化，消除社会不和谐因素。

## 建立调解机制，让消费者维权获赔

为了保障专业调解团队规范化、常态化开展工作，松滋“消调委”采取制度管事，制定了一系列的工作制度和 workflows，实现了消费纠纷投诉在24小时内有回复，简单案件2个工作日内得到调解；对于复杂的消费纠纷案件，应在15个工作日内进入调解程序。对于涉及到重大违法行为的案件，及时转交给市场监管局或者公安机关进入司法解决程序。

为了消费者利益得到有效保障，松滋“消调委”在调解消费纠纷过程中，推行“一案一调查、一案一调解、一案一卷宗、一案一回访”的工作机制。他们在调解消费纠纷案件时，必须做到当事人双方、法律工作者、市消费者委员会工作人员和市场监管法规股的工作人员到场参与调解过程。调解协议达成之后，现场签订调解协议，现场兑现双方承诺，充分保障消

费者的利益。

2023年4月21日，松滋“消调委”接待一位消费者投诉称，自己购买的新车，刚上路就已经逾期九个月没有年审，受到执法部门的扣车处罚。因为案情较复杂，松滋“消调委”将案件转交给松滋市市场监管局执法大队调查取证，核实消费者投诉的事实真相。最后，经过松滋“消调委”的调解，双方达成和解，由销售方为消费者现场支付3万元的务工费。一场剑拔弩张的消费纠纷得到圆满解决。事后，该汽车销售公司还受到罚款3万元的行政处罚。松滋“消调委”调解的消费纠纷案件涉及到汽车、家电、家具消费、未成年人网络游戏消费、居民日常生活用品和生产资料的消费、校外培训、医疗美容等方面的消费纠纷案件，共计200多件。松滋“消调委”为消费者挽回经济损失300多万元，有效维护了消费者利益，为全市消费者构筑起消费维权的防护墙，为社会和谐稳定奠定了良好的基础。

（上接第39页）

## 强化沟通协作，形成工作合力。

（一）建立联合消费维权工作机制。一是创新跨区域建立维权合作机制。襄阳两名消费者因与安陆市某企业产生消费纠纷，到市消委会投诉。襄阳市消委与安陆市消委及时进行联系，并联系媒体进行报道。在两地消委的共同努力下，异地消费纠纷被成功化解。该案件为推动省内跨区域调解先行先试，建立省内消费维权联合机制提供了宝贵经验，得到省消委肯定。二是创新跨行业建立维权合作机制。为整合消费维权社会资源，市消委主动与襄阳仲裁委、市金融消费保护与纠纷调解中心联系，拟建立工作对接机制，定期开展交流，分析研判消费保护趋势，对重大疑难复杂性投诉，与合作方共同进行解决。

（二）建立市县联动同向发力的工作格局。与各

县（市、区）局、消委组织建立微信工作群，加强联系沟通，组织各县（市、区）局、消委工作人员参加和解平台推广应用培训会，确保各消委工作人员了解相关政策，熟悉平台操作流程，当好服务企业“店小二”；加强督办落实，进一步压实了平台建设工作中各地工作责任，促进工作作风转变，实现工作效能提升。

（三）与企业沟通交流常态化。与企业进行深入交流座谈，确保入驻企业会登录、会操作、会使用、会和解、愿和解，有效形成广泛的企业入驻群体和消费者使用群体，真正发挥平台效用，实现消费投诉不出门、处理消费纠纷不出店的维权模式，提升维权效能。

目前，襄阳入驻315和解平台的企业3691家，其中新入驻1024家，较去年同期增长233%，累计处理投诉1320件，在线和解成功率93.48%。

# 手镯以旧换新少一半 鄂州消委助力补足金

文/余英

### 【案情简介】

2023年8月25日，市民林先生在湖北315消费投诉和解平台投诉，称其母亲几年前到鄂州某珠宝店将27.5g的旧黄金手镯进行以旧换新的置换，销售人员并未明确告知置换后的黄金手镯重量，现在家人发现新手镯只有10g，因置换时间相隔较远，遂请求消委组织帮忙。

### 【处理过程及结果】

鄂州市消委接诉后，转办给省消委特聘调解员介入调解。省消委特聘调解员经过前期投诉调查，消费者反应情况基本属实，但由于时间较长，当时开具的置换收据又未写明旧款规格质量，新款属于特殊工艺一口价产品，无法具体证明新旧款的差异。于是，针对投诉反映的问题，鄂州市消委组织双方座谈调解，提出黄金首饰属于高价值商品，市场上一般按克计价，消费者旧款和新款存在较大重量差异是事实，建议商家按照置换当时的黄金单价计算旧款克重。经调解，商家按置换日市场金价计算旧品克重，补偿消费者11.49克黄金，消费者承担折旧工费和新品工费。后经工作人员与投诉人核实，消费者在店里选购了新的黄金手镯，并在和解平台对省消委特聘调解员和鄂州市消委的工作给予了高度赞扬。

### 【案例评析】

《消费者权益保护法》第八条规定“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。消费者有权根据商品或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等有关情况。”第十条规定“消费者享有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。”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。经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和用法等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。”

鄂州市消费者委员会提醒消费者注意：目前市场上对于黄金饰品的销售一般分“一口价”和按克重计价等方式，“一口价”黄金饰品因工艺制造特殊，款式新颖漂亮但工费较高，商家应向消费者真实全面介绍差异，不得作出虚假或引人误解的宣传，消费者在购买时应根据自己需要谨慎选择。





## 定制合同存“猫腻” 汉川消委依法调处揭“面纱”

文/章志军

### 【案情简介】

2023年9月5日，家住汉川市的消费者许女士向汉川市消费者委员会投诉称，2023年5月，许女士拟装修位于汉川市文化路的住房，通过抖音视频刷到一则宣传广告，宣称可“拎包入住”，承诺全屋整装（包整体设计、包所有的主辅材料供货、包施工安装），并赠送部分家具家电。受该公司“专业客服”的多次邀请，许女士来到位于武汉市东西湖中科产业园内某家居装饰材料有限公司现场洽谈装修事宜。

该公司打着打造“样板房”的幌子，信誓旦旦承诺22.7万元包除了水电以外的所有硬软装装修材料和施工安装。通过营销人员热情介绍及“预留名额”的诱导，许女士与该公司签订了“样板房”全屋定制合同，并交了4.5万元定金，随后又支付合同尾款15.588万元，共计20.088万元。没想到，合同签订后，双方因施工安装费、定制物品质量、价格等诸多问题引发质疑争议。经多次协商无果，许女士只好向汉川市消费者委员会投诉求助。

### 【处理过程及结果】

接到投诉后，汉川市消委会迅速组建专班介入调查。经查，许女士投诉反映情况属实。消委会工作人员依照《消费者权益保护法》和《民法典》等相关规定严肃指出，该公司涉嫌虚假宣传、合同欺诈、低价高报等，根据合同实际履行情况，经过释法明理、情法并用、耐心细致的沟通调解，双方达成一致意见：双方同

意解除原合同，由家居装饰材料有限公司一次性退还许女士因合同纠纷产生的损失10.6万元，并赔礼道歉。

### 【案例评析】

根据《民法典》第七百七十条、第七百七十一条等相关规定，本案中双方签订的合同为承揽合同。承揽合同是指承揽人按照定作人的要求完成工作，交付工作成果，定作人支付报酬的合同，是由承揽人根据定作人要求的品种、数量、质量及规格，使用自己的原材料、设备、劳动为定作人加工特定的产品，定作人给付相应报酬的协议。如果因定制合同发生纠纷时，当事人双方应协商解决；协商不成时任何一方可申请调解、仲裁，也可以直接向人民法院起诉。

根据《消费者权益保护法》第五十二条、五十五条规定：经营者不可以利用广告或者其他方法，对商品进行引人误解的虚假宣传、广告的经营者不得在明知或者应知的情况下代理、设计、制作、发布虚假广告；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虚假宣传的民事责任。本案中，定制公司涉嫌虚假宣传、合同欺诈、低价高报等问题，故消委工作人员对此起消费纠纷依法进行调处。

### 【消费提示】

汉川市消费者委员会郑重提醒广大消费者，在签订定制家居合同时，首先要查看家装公司营业执照和相关资质证书，优先选择市场口碑好的品牌或商家，详细了解所定制产品的相关信息；要认清合同性质，签订标准的合同示范文本；不要轻信销售人员的低价诱导，谨防合同陷阱，并妥善保存好相关凭证及时依法理性维权。

# 湖北省消委发布 2023年“双十一”网络集中促销消费提示

文/ 禹 静

2023年度“双十一”网络购物狂欢节即将到来，广大电商平台商家正火力全开积极备战，将掀起年底促销活动盛宴；广大消费者也做足准备十分期待，享受精准高效优惠的消费体验。在此湖北省市场监督管理局、湖北省消费者委员会联合发布消费提示如下：按需选购理性消费，维护自身合法权益。

一是选择诚信电商，放心舒心网购。建议消费者在网购时，首选证照资质齐全、信用良好的诚信电商平台。认真查看平台内店铺首页醒目位置是否公开营业执照信息、电子链接标识、经营业务相关的行政许可等信息，切勿在非正规电商平台购物消费，以免商品质量或售后服务没有良好保障。

二是注重网购安全，谨防交易诈骗。建议消费者增强消费安全意识，提升安全防范能力。使用安全网络，选择官方网站、APP或小程序等进行消费，牢记账户信息安全，妥善设置各类账户密码。高度警惕非自营平台的高额返利、红包、中奖付费等链接、二维码，谨防因信息泄露导致资金安全风险。切勿对个人账户直接转账付款消费，确保合法合规。不要轻信所谓客服、公安、海关等退费退款、账户转移、补交税费等涉嫌诈骗的电话或信息。

三是科学理性消费，杜绝盲目浪费。购物时请注意认真阅读电商网购促销规则，切实了解各类商品优惠券、红包、预付定金等的使用条件、方法，规避消费陷阱和消费风险。建议消费者强化“节约资源反对浪费”意识，不要过量囤积食品等有保质期限的商品，不要过度沉迷“购物直播间”，切实

坚持理性消费、按需消费，避免“激情下单”、冲动盲目，囤积远超日常使用量的商品，造成资源和精力浪费。

四是识别网购“套路”，留心虚假优惠。消费者在网购时请注意辨别商家营销“套路”和虚假优惠。按照《互联网广告管理办法》规定，网络上“种草分享测评”附加推销商品或服务购买链接等的，广告发布者应当切实履行责任，显著标明“广告”，消费者请意识识别此类“种草广告”。留心虚假优惠，消费者可提前关注商品的平时售价，如果商家先提价后优惠，实际成交价格甚至高于促销前近期最低成交价格的，消费者可以举报商家行为涉嫌价格欺诈。

五是当面查验商品，核实无误签收。消费者在收到商品时，建议当场查验货物，确保内外包装无损、数量品类无漏，商品型号、细节与网络页面展示一致，特别是贵重商品，建议录制开箱视频，经确认无问题后再签收快递。如果商品损坏或与约定产品不一致请拒绝签收，及时联系商家退换货。

六是保留购物凭证，依法维护权益。消费者请增强消费维权意识，购物时注意保留商品尤其是贵重商品的页面介绍截图、聊天记录、支付记录、合同等凭证，作为消费维权证据。一旦发生价格欺诈、假冒伪劣、虚假宣传、“三包”服务缩水、强制销售等消费争议，及时拨打12315消费投诉热线或者关注微信公众号“湖北省消费者委员会”，登录“湖北315消费投诉和解平台”进行投诉，依法理性维权。

## 黄石消委发布消费警示： 慎选保险公司回馈低价游

文/李凌张波

交400元押金就能免费享受厦门四日游？听上去就让人心动。近期，黄石消委陆续接到关于保险公司组织低价旅游的投诉。有消费者王女士投诉，保险公司为回馈客户组织厦门五日游，一家四口缴纳费用1600元。但因出发前保险公司无故变更了出行交通工具（高铁改乘大巴）和方案，王女士担心孩子年幼晕车故要求退费遭拒；另有消费者贾女士称保险公司为答谢客户组织青岛六日游，缴纳500元相关费用后，保险公司未与消费者签订任何协议，也未开具任何收据，后因贾女士腰伤复发，同时担心遇到所谓的“购物团”低价游，遂向保险公司说明情况要求退费遭拒，贾女士认为自身权益受到了侵犯，故向我委投诉。经黄石消委工作人员与保险公司相关人员多次沟通协商，证实了以上情况，保险公司最终同意消费者的退款诉求，两起有关保险公司回馈旅游的投诉均得到妥善解决，消费者表示满意并致谢。经对全市12315投诉和电话咨询统计，发现因轻信保险公司回馈低价游而上当受损的消费者还不在少数。

国庆长假将至，全国即将迎来新一轮旅游消费高峰，黄石市消费者委员会发布消费提示，提醒广大消费者警惕保险公司回馈客户的低价旅游噱头，理性消费。

低价旅游通常是旅行社利用低于经营成本的价格吸引消费者参团，然后在旅游过程中通过压缩旅游品质、要求消费者高额购物、临时加价、另行付费旅游项目等方式实现盈利。低价旅游多以“团购价”



“旅游补贴”等噱头吸引消费者，而实际出行体验却往往难以保障，易引发消费纠纷，损害消费者合法权益。如今的低价旅游“套路”已被大多消费者所熟知，然而这类旅行社选择“保险公司回馈客户”、“银行维护VIP客户”这类名头包装成低价游甚至免费游，骗取消费者的信任。

根据《旅游法》第三十五条规定：“旅行社不得以不合理的低价组织旅游活动，诱骗旅游者，并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益。旅行社组织、接待旅游者，不得指定具体购物场所，不得安排另行付费旅游项目。但是，经双方协商一致或者旅游者要求，且不影响其他旅游者行程安排的除外。发生违反前两款规定情形的，旅游者有权在旅游行程结束后三十日内，要求旅行社为其办理退货并先行垫付退货货款，或者退还另行付费旅游项目的费用。”

那么消费者事前如何预防呢？

**第一，查验证照，选择正规旅行社。**消费者旅游消费，应选择资质齐全、口碑较好、信誉较高的正规旅行社或大型电商平台，注意查看《营业执照》《旅行社业务经营许可证》等。对保险公司等金融机构打着“回馈客户”的旗号组织的“低价游”甚至“免费游”，需提高警惕，不盲目追求低价，不相信天上掉馅饼，谨防上当受骗。

**第二，签订合同，约定各项内容权责。**消费者



# 荆楚维权

签订合同之前要界定清楚自己选择的是不是“低价游”，根据相关规定，旅游产品价格低于当地旅游部门或旅游行业协会公布的诚信旅游指导价30%以上，即可认定为“不合理低价”，消费者可通过当地政府、文旅局官方网站提前查询，以此为参考避免落入不合理低价游陷阱。购物点多、隐性消费高是不合理低价游的显著特征，消费者务必要与旅行社，而不是保险公司等金融机构，签订旅游合同，明确约定费用标准、行程路线、食宿交通、游玩项目、双方权利义务及违约责任等内容，涉及购物活动（包括购物点数量、名称、停留时间），自费项目条款需特别注意，如发现合同中存在不公平不合理条款，应拒签或与旅行社协商修改。

**第三，保持理性，避免冲动购物。**消费者要事先与家人商量，及时做好风险预防，在旅游景区不熟悉环境且行程紧时间少，购物应选择证照齐全的正正规经

营场所。购买前详细了解商品价格、质量、计量、退换政策等信息，不轻信各类营销话术，不轻信商家的优惠打折宣传和口头承诺，谨慎购买高价药材特产、古玩玉器、珠宝首饰等等，并注意索取留存发票等有效购物凭证。

第四，保留证据，依法维护权益。在旅游途中合法权益受损，可先与旅行社协商，要求其按照合同约定的行程时间、景点项目、服务标准作出调整，继续履约，如果协商后仍不能达成一致，可以通过拍照、录音等方式保留相关证据，防止损失扩大，并及时向当地的消费者组织、旅游行政主管部门投诉或向人民法院起诉，依法维护自身合法权益。人身财产安全受到威胁，情况紧急时要立即报警。

黄石消委温馨提示：当您的权益受到侵害时可以拨打12315，也可以向黄石市旅游行业行政主管部门或黄石市消费者委员会投诉。

## 荆州市消委发布消费警示：大闸蟹消费“三注意”

文/李 闽 魏 丹

时下大闸蟹消费进入销售旺季，荆州市有丰富的水产养殖资源，在大闸蟹消费旺季来临之际，荆州市消费者委员会、洪湖市消费者委员会提醒广大消费者：大闸蟹消费有“三注意”

### 注意一：选购注意“四看”

一看蟹壳：凡壳背呈黑绿色，带有亮光，都为肉厚壮实；壳背呈黄色，大多较瘦弱。

二看肚脐：肚脐凸出来的，一般都膏肥脂满，凹进去的，大多膘体不足。

三看蟹足：凡足上绒毛丛生，都足老健，而足无绒毛，则体软无力。

四看活力：将螃蟹翻转身来，腹部朝天，能迅速用整足弹转翻回的，活力强，保存时间长，不能翻回的，活力差，存放的时间不能长。

### 注意二：谨防缺斤少两

消费者购买大闸蟹商品时应注意，商品蟹重量应为单只产品净重，不包括商品标签、捆扎绳及预包装物重量。消费者要谨防大闸蟹过度包装现象，如遇缺斤少两等，应及时与商家沟通，或拨打12315，12345向市场监管部门投诉举报。

### 注意三：注意“螃蟹券”套路。

许多消费者反映在购买“螃蟹券”后，或是面临“一券在手，螃蟹难求”的供需不平衡局面，或是收到的螃蟹缩水严重、缺斤短两。因此，建议消费者擦亮双眼，购买蟹券时，应当关注卡券的有效期、提货流程以及售后条款，注意螃蟹数量、重量、公母等重要信息，切勿被宣传噱头迷惑。

## 汉川市消委发布家居装修避坑“指南”

文/章志军

近年来,随着人民群众对高品质生活的不断追求,都会选择装修房子,让自己拥有一个舒适的家居环境,但是市场上各种家居装修陷阱层出不穷,导致因家居装修引起的消费纠纷居高不下。据调查,消费者在家居装修中投诉或遇到的风险主要表现在以下方面:

**一、“李鬼”“李逵”真假难辨,“游击队”假冒“正规公司”。**由于整个家居装修行业市场准入门槛低,很多缺乏资质的经营者以“游击队”的形式承揽家装业务,部分经营者缺乏诚信,或低价揽客,或无序竞争,工艺水平服务质量参差不齐,不仅严重影响消费品质,损害消费者合法权益,引发消费者投诉,而且影响整个装修行业的整体形象。

**二、装修合同优惠有伏笔,让消费者防不胜防。**不少家装公司为招揽客户,推出套餐、团购价等低价策略吸引消费者。这种装修模式主要是通过对主辅材料、家具、配饰等产品的整合,根据不同套餐额度提供相应的装修方案,同时还可以根据消费者个性化的需求作出调整,让不少消费者心动。但装修公司往往没有告诉消费者,“套餐仅供参考”,在消费者交纳押金、预付款或者定金后,装修设计人员会根据上门测量结果,出具“真实的”装修预算。这笔费用通常远远高于消费者选定的套餐,但此时如果消费者不认可,经营者就有各种理由不退还消费者所交预付款。更有甚者,随意改变合同条款,利用合同虚假宣传、合同欺诈等方式坑骗消费者。

**三、看不见的装修工程漏洞,让消费者苦不堪言。**合同中模糊或不约定建材品质、规格、验货程序、测量误差、上门安装、送货约定等内容,导致货不对板、以次充好、随意延长送货时间等问题时有发生。好不容易装修完毕,乔迁新居,却看到鼓起来的瓷砖、不平整的墙面、漏水的马桶等。消费者反映家装质量问题主要存在于水电管线等隐蔽工程铺设不合格;墙面、地面不平,瓷砖空鼓、墙面裂缝、家具、电器安装不合格等方面。

消费环境是一座城市吸引力、竞争力的重要体现。为了规避不必要的家居装修纠纷,维护消费者合法权益,促进家居建材行业健康有序发展,共同营造安全放心满意的消费环境,汉川市市场监督管理局、汉川市消费者委员会特别提醒广大消费者在家居装修时应注意以下五点:

**一、查看资质证照。**选购或定制家居类商品时,到经营资质齐全、信誉口碑良好、售后完善的正规家居建材市场或专营店,理性对待经营者的促销手段,做到货比三家,切勿贪图便宜购买无任何售后保障的商品。

**二、分清“定金”和“订金”。**“定金”是法定的履约保证,若买家不履行合同,无权要求返还“定金”,如卖家不履行合同,应双倍返还定金。而“订金”只是预付款性质的一种支付,不具有定金的性质,消费者购买家居建材时要谨慎支付“定金”,建议不超过货款的20%,最好不要一次性付清货款。

**三、规范签订合同。**对履行时间较长的合同,不要轻信商家的口头承诺和宣传,要签订规范合同,具体载明商品的品牌、型号、材质、颜色、规格、数量、交货时间等重要信息、违约责任及双方约定的其他事项。

**四、注重现场监管。**在家居建材安装过程中,消费者往往不在场,即使偶尔在现场,也没引起重视,当发现问题时,可能基本上已安装完毕,这给消费纠纷处理带来不少难度,如果在安装初期发现问题,事情早发现早处理,这样对消费者和商家都有好处。

**五、保留样品证据。**家居建材和装修服务领域失信经营者“偷梁换柱”现象屡见不鲜,消费者购买时注意仔细查看商品,妥善保留样品和相关票据。如发现权益受损,可依据相关凭证、合同条款先与经营者协商解决,协商不成时可拨打12345、12315服务热线向相关部门进行投诉举报,依法理性维护自身的合法权益。

# 宜昌消委发布10款洗手液测评结果

文/王李华

为帮助消费者购买到安全又有效的洗手液产品，宜昌市消委会委托三峡公共检验检测中心对宜昌市线下流通领域中常见的10个品牌洗手液进行了比较试验。结果显示，所有样品均符合安全性相关要求，标称舒肤佳健康抑菌洗手液的样品总有效物含量最高。

本次比较试验主要针对消费者关注度高、销量好的抑菌洗手液及普通洗手液产品，由工作人员模拟普通消费者的身份在宜昌市各线下实体店匿名购买。共采购到不同品牌的洗手液样品10款，其中抑菌洗手液7款，涉及标称品牌有蓝月亮、威露士、一枝梅、滴露、六神、舒肤佳、优颂；普通洗手液3款，涉及标称品牌有拉芳、贝亲（贝亲母婴用品）及欧馥芮。检测结果显示，10款洗手液样品均符合《化妆品安全技术规范》（2015年版）的要求。

总有效物含量是洗手液清洁效果的性能指标，是指洗手液中的表面活性物，总有效物含量越高，洗手液的去污力越强。结果显示，10款洗手液样品的总有效物含量均 $\geq 7\%$ ，最高为12%（标称舒肤佳健康抑菌洗手液样品），最低为7%（标称一枝梅抑菌洗手液样品），满足国家标准要求。

在洗手液的安全性能方面，主要涉及到含有害重金属、菌落总数等有害细菌的含量是否超标。比较试验依据《化妆品安全技术规范》（2015年版）的要求，对10款样品中汞、铅、砷、镉、菌落总数、霉菌和酵母菌总数、金黄色葡萄球菌及耐热大肠菌群等共8项指标进行了检测，结果显示，所有样品均符合相关要求，属于安全范围。

除了清洁性能和安全性以外，洗手液的PH值也是检验洗手液的一个标准。洗手液的PH值在国标中有着明确的规定（4.0—10.0），正常人皮肤表面PH值约为5.0—7.0之间，平均为5.8，呈现弱酸性，所以洗

手液的PH值越接近这个平均值，在长期的使用过程中对皮肤损伤就越小，越温和。10款洗手液样品的PH值都在国标规定的范围内，最低为4.2（标称蓝月亮抑菌洗手液、舒肤佳健康抑菌洗手液的样品），最高为9.3（标称六神抑菌洗手液样品），PH值在5.0—7.0之间的是标称拉芳多姿水润洗手液、贝亲婴儿泡泡洗手液、香氛润泽洗手液3款样品。

### 相关链接：如何选购洗手液

宜昌市消委会提醒广大消费者，分清“卫消证字”和“妆”字。普通洗手液的主要作用是去污清洁，而抗（抑）菌洗手液除了去污清洁，还具有一定的杀菌、抑菌作用。消费者在购买时要分清两种洗手液的类别。带有“卫消证字”的洗手液属于消毒产品范畴，而带有“妆”字的洗手液属于普通化妆品范畴。以洗手液为例，“消”字产品主要功能可含杀菌、抑菌等，“妆”字产品则以清洁为主。

**日常生活使用普通洗手液即可。**对普通消费者来说，应注意产品使用场合，不盲目追求杀菌作用。家庭日常生活，使用普通洗手液即可满足需求；如果家有病人、就医等可能接触到较多病菌时，可优先选择水洗型抗（抑）菌洗手液，并适当增加揉搓和冲洗时间以达到更好的除菌效果。

**洗手时间要“够”，步骤要“对”。**选一款安全好用的洗手液固然很重要，但足够的洗手时间、正确的洗手步骤更重要。在一定时间内，洗手液揉搓时间越长，去除细菌效果越好，因此建议搓手至少15秒后再用流动水冲洗干净。

**不建议频繁使用洗手液。**不论使用何种洗手液，频繁使用均会让皮肤干燥，破坏皮肤屏障功能，导致手部湿疹的发生，因此不建议频繁使用洗手液。如已出现手部湿疹，则应尽量停止使用洗手液。



# 襄阳市召开2023年襄阳消费者权益保护联席会议 暨全国城市消费者满意度测评工作推进会



襄阳市召开2023年全市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。

10月18日上午，襄阳市政府召开了2023年全市消费者权益保护工作联席会议暨全国城市满意度测评工作（襄阳）推进会。市委常委、市政府常务副市长吴焯参加并作重要讲话。会议由市政府副秘书长吴恒主持。市消费者权益保护工作联席会议召集人、市市场监管局局长王迪通报2022年襄阳市参评情况。各城区（管委会）分管领导、市委宣传部、市创文办及市消保工作联席会议成员部门负责人、各区市场监管局主要领导参会。

襄阳市消费者权益保护工作联席会议召集人、市市场监管局党组书记、局长王迪宣读了《襄阳市参加2022年全国城市消费者满意度测评情况通报》，并对全市2023年襄阳迎检工作进行了安排部署。

襄阳市从2018年起，已连续五年参加全国城市消费者满意度测评，今年将继续参加2023年满意度测评。

2018年得分70.54分，全国70个参评城市中排名第59位；

2019年得分73.57分，全国100个参评城市排名第72位；

2020年得分79.92分，全国100个参评城市排名第46位；

2021年得分80.77分，全国100个参评城市排名第

32位；

2022年得分83.54分，全国100个参评城市排名第25位。

五年来，襄阳市的测评成绩一直在稳步提升，已经进入了全国百城第一梯队序列。

市委常委、市政府常务副市长吴焯对襄阳市的消费者满意度创建工作给予了肯定，对下一步工作提出要求：进一步提高认识，高度重视开展消费者满意度测评工作的重要意义；进一步把握重点，以精准对标提升消费者满意度；进一步担当尽责，真抓实干地抓好消费者满意度测评迎检工作。吴焯强调：各参会单位要强化责任落实，形成推进合力，深入开展满意度测评工作宣传，在全社会营造声势和氛围。全市上下要拿出志在必得的决心和全力以赴的干劲，结合自身实际，找准定位、厘清思路、明确路径，完成提升满意度的各项目标任务，以优异的成绩迎接考验，确保襄阳市消费者满意度测评工作目标顺利实现，为襄阳都市圈建设及省域副中心城市的高质量发展做出新的贡献。

会上，襄州区政府、襄城区政府、樊城区政府及市行政审批局结合工作职能，围绕加强消费者权益保护、提升消费者满意度、进一步营造良好消费环境进行了交流表态发言。

# 湖北省消委召开消费者权益保护 民事公益诉讼案新闻通报会



吴采平/摄

10月19日下午，湖北省消费者委员会（以下简称湖北省消委）召开消费者权益保护民事公益诉讼案新闻通报会。湖北省消委3·15律师团律师刘祥斌、宫步坦，中国消费者报、湖北日报、湖北广播电视台、省政府门户网等新闻媒体参加通报会。会上，湖北省消委通报了首批三起假冒贵州“飞天茅台”消费民事公益诉讼案件情况，回答了记者提问，刘祥斌律师科普了公益诉讼知识，宫步坦律师分享了消费民事公益诉讼典型案例。

2019年6月，鲁某以非法牟利为目的，从网上购买“飞天茅台”酒整套包装部件及灌装设备，使用原料酒灌装成假冒贵州“飞天茅台”。2020年期间，张某、陈某、许某明知是假冒注册商标的贵州“飞天茅台”，大量购买并投入市场销售。2021年5月，孝感市人民检察院向湖北省消费者委员会发出检察建议书，建议对张某、陈某、许某销售假冒贵州“飞天茅台”行为向孝感市中级人民法院提起消费民事公益诉讼。

在湖北省市场监管局的支持下，湖北省消委迅速行动，成立工作专班，5次前往孝感市会商案件，推动案件进展。完成调查取证，确认涉案金额，张某非法经营涉案金额3.36万元、许某非法经营涉案金额12.165万元、陈某非法经营涉案金额17.07万元。确定诉讼请求，与省消委3·15律师团、省人民检察院

多次研讨案情，确定“三倍惩罚性赔偿”、公开赔礼道歉等诉讼请求。商请检察机关支持，经过多方努力，2023年3月，孝感市中级人民法院对公益诉讼案开庭审理，孝感市人民检察院共同支持起诉。庭审当日，三名被告提出调解请求。湖北省消委综合消费民事公益诉讼目的及执行障碍等情况，坚持体现法律权威性、公益诉讼灵活性，兼具教育和警示、柔性 and 温度的原则，确定以行为赔偿方式弥补社会公共利益

损害。经与孝感市中级人民法院、孝感市人民检察院多次研讨会商，和三名被告充分沟通，于2023年6月，向孝感市中级人民法院提出多元化赔偿方案，与三名被告达成调解协议。

消费民事公益诉讼对于维护社会公共利益，维护公平公正市场秩序，保护消费者合法权益，增强消费者维权意识，推动消费者权益保护工作发展有着重要作用。采取被告参加公益活动并支付公益活动费用、购买惠农产品、养老院做义工、公开赔礼道歉等多种诉求相结合的多元化的赔偿方式，丰富了赔偿请求权的实现路径，拓宽了公益诉讼司法实践。与省高级人民法院、省人民检察院共同签订《关于共同推进消费者权益保护民事公益诉讼工作的框架协议》，建立了公益诉讼线索双向移送、专项资金管理、办案协作和日常联络等四项工作机制，推进司法合作。

下一步，湖北省消委将认真履行好监督职责，督促三名被告履行调解协议。探索完善公益诉讼制度机制，发掘社会热切关注的涉及广泛不特定消费者的不法经营行为线索，重点聚焦个人信息保护、不平等格式条款、行业潜规则等违法行为，用好公益诉讼“利剑”，震慑和制止违法行为，优化消费环境，共同创建“放心消费还是湖北”工作品牌，服务湖北经济社会高质量发展。