

荆楚维权



总第116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4期



引导“达人探店推销”合规运营 共同促进平台经济健康有序发展

——湖北省“达人探店推销”专项消费调查情况座谈会在武汉召开

“五度融合”推动消费维权联动机制建设

——襄阳市消费者委员会开展城市消费者满意度创建工作纪实

宜昌市消委发布：做“医美”之前必须了解这些

羽绒服上没有这几个字，再便宜也别买！



湖北省市场监管局举行宪法宣誓仪式



12月4日，省市场监管局在武汉举行宪法宣誓仪式。2022年以来省局任命的34名处级领导干部依法进行宪法宣誓。省市场监管局党组书记、局长刘荣山监誓。省局党组成员、副局长程建宏主持宪法宣誓仪式。

仪式开始后，全体起立奏唱中华人民共和国国歌。随后，领誓人抚按《中华人民共和国宪法》，领诵誓词，其他宣誓人在后列队站立，跟诵誓词。

宣誓后，刘荣山作了讲话，希望大家铭记誓言、践行承诺，把誓言体现到日常工作生活的方方面面，勤勉履职、不负重托。他强调，要坚定政治立场，铸牢忠诚之魂，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想

思想凝心铸魂，不断增强对党的价值追求和前进方向的高度政治认同，不断提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力，严守政治纪律和政治规矩，自觉把坚持和加强党的领导贯穿到市场监管工作各领域、全过程。要坚定法治信仰，弘扬法治精神，深入学习贯彻习近平法治思想，树牢法治意识，尊崇宪法、依法履职，主动接受各方面监督，不断提高运用法治思维和法治方式推动工作的能力。要坚定为民情怀，砥砺奋进之志，坚定践行以人民为中心的发展思想，不断提振干事创业的精气神，对表省委、省政府部署要求，对标全国先进水平，跳起摸高、快干实干，用心用力为经营主体和人民群众解难题、办实事。要坚定廉洁操守，争当清廉表率，牢固树立正确的权力观、政绩观、事业观，严格遵守中央八项规定及其实施细则精神，加强自身廉政修养，铸牢思想防线、守住廉洁底线、守牢法纪红线，始终保持为民务实清廉的政治本色，清清白白做人，干干净净做事，争当营造良好政治生态和社会风气的表率。

省市场监管局机关全体干部，各直属事业单位主要负责人，2022年以来省局任命的处级领导干部，参加此次活动。

鄂澳消委会联合签署消费维权合作协议 强化两地加强消费者权益保护

11月16日，湖北省消费者委员会与澳门特别行政区政府消费者委员会联合签署消费维权合作协议，积极探索鄂澳两地消委会跨境消费维权深度合作新方向，方便快捷妥善解决跨境消费纠纷。

消费维权工作是增强消费基础性作用、促进经济可持续发展的重要抓手，当前，随着《粤港澳大湾区发展规划纲要》的深入实施及珠港澳大桥的建成，鄂澳两地关系愈加密切，市场消费往来日益频繁，鄂澳两地消委会签署消费维权合作协议，明确规定消费者在湖北和澳门任何一地购买商品或接受服务时发生消费纠纷时，两地消费者均可向消费纠纷发生地或居所地的消费者组织投诉，两地消委会共同组织消费者和经营者参加调解会议，协助异地通过视像会议形式协调消费者和经营者参与相关的

调解程序。通过建立消费维权工作交流机制、消费纠纷联动处理机制、跨域视频调解机制，开启跨境消费纠纷处理“绿色通道”，妥善处理跨境消费纠纷，打破鄂澳跨境消费维权的壁垒。

下一步，两地消委会将继续推动消费维权领域深度交融，聚焦消费者的“急难愁盼”问题开展合作，将积极发挥两地平台正向作用，挖掘鄂澳优质商品及服务文化共鸣点，充分共享消费信息，联合发布消费提示及警示，畅通消费者投诉渠道，最大限度地保护鄂澳两地消费者合法权益。同时，两地将不断的创新跨境消费维权工作方法，启动鄂澳消费纠纷网络调解现场，探索建立“跨境视频调解”新机制，多方在线视频连接解决消费纠纷，实现消费维权“零距离”，极大方便消费者投诉，有效提升消费纠纷解决效率。

夯实“放心消费还是湖北”品牌

湖北省市场监管局通过打造以“放心消费还是湖北”为主要内容的消费品牌，面对新形势、新业态情况下出现的新型消费维权纠纷，准确识变、主动求变，积极探索、先行先试，不断强化制度建设，有效提升监管精准度和消费维权处置效率，为推动经济高质量发展和社会和谐稳定作出积极贡献。

创新建立具有湖北特色的“一三五”消费维权工作机制。即构建一个“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；做到三个层面发力，加强消费投诉多元处理、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”，即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。

聚力研发智慧消费维权系统。以“三网一中心”（智慧审批一张网、智慧监管一张网、智慧服务一张网、大数据中心）为载体，深化应用智慧监管消费维权预警闭环处置平台，对基层消保工作进行系统集成，研发12315风险预警系统，在消费维权领域首创引入数据挖掘、新词碰撞、聚类分析等功能，对现有12315投诉、举报、咨询等业务数据进行智能分析，挖掘风险因素趋势，及时

发现新兴、前沿消费问题，预测消费纠纷走向，从维护消费者权益的末端发力牵引湖北市场监管全局工作，为市场监管业务工作提供精准监管或靶向执法的指导。

深入开展放心消费创建工作。通过“智慧监管一张网”关联申报企业注册信息、行政处罚信息、12315投诉举报情况、企业信用状况等，减轻创建主体和基层局（所）负担，进一步优化申报程序，公示148家省级放心消费创建示范单位。

强力推进多元化解消费纠纷。通过“ODR企业平台”“湖北315消费投诉和解平台”、消费纠纷“云上调解室”、消费维权“社会联调”等多项措施，构建消费纠纷多元化立体处置机制。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”。建立社会联调机制，选聘社会调解员118名。建立联席会议信息通报制度，在各成员单位的大力支持下，共形成62份消费诉求综合分析报告和专题分析报告，分别向14个成员单位发送了19份《诉求信息通报函》，均得到了积极反馈，解决了一批消费者急难愁盼的问题，保证了消费诉求得到闭环处置，及时、妥善化解。

本刊编辑部

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

吕华桥 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 夯实“放心消费还是湖北”品牌

本刊策划

04 引导“达人探店推销”合规运营

共同促进平台经济健康有序发展

——湖北省“达人探店推销”专项消费调查情况座谈会在武汉召开

06 湖北省消费者委员会 消费维权劝谕函

07 湖北省消费者委员会2023年

“达人探店推销 大胃吃播”专项消费调查情况

09 湖北省消委会召开家居家装行业约谈劝谕会

10 消费维权劝谕函

12 湖北省家装消费投诉举报情况分析

3·15观点

13 预制菜进校园，家长担心的是什么？

14 手机套餐升级不能成为消费者权益降级的套路

我为群众办实事

16 学生出国留学被延误 省消委联调促和解

17 家装全屋定制起纠纷 荆州消委调处挽损失

优质服务暖人心 赠送锦旗表心意

——鄂州市梁子湖区消委成功调解一起农资投诉

18 农民购机千里维权 鄂冀联调倾情解忧

19 丹江口消委“云调解”破解异地维权难

消委动态

20 共同提升消费体验 促进汽车产业振兴

——湖北省汽车行业“购车七日无理由退订（定）”承诺活动在黄石举行

21 襄阳市消委成功举办

全市消委系统食品药品安全消费维权知识培训班

22 宜昌市消委开展金融、食品消费教育进校园活动

宜荆荆恩都市圈消费维权一体化行动交流座谈会在荆州召开

23 荆州召开消费者权益保护工作联席会议2023年全体会议

24 荆州市消委与荆州市中级人民法院

签订《消费领域纠纷诉调对接工作合作备忘录》

25 十堰市消委深入社区开展消费教育活动

消费教育进校园，维权意识从小抓

26 十堰市张湾区开展2023年“放心消费”主题实践活动

房县消委推动“线下购物七日无理由退货”工作走深走实

经验交流

27 “五度融合”推动消费维权联动机制建设

——襄阳市消费者委员会开展城市消费者满意度创建工作纪实

29 鄂州市消委：积极探索多元调解机制，强化消费维权协同共治

31 安陆市从五个方面着力提升消费维权工作

33 通城县建立多元调解机制 打造消费维权品牌

以案说法

34 合同指定私教全离职，消费者能否要求退卡退课？

36 潜江市消委总口分会：诱导办理消费贷 依法调解挽回损失

消费提示

37 湖北省市场监管局 湖北省消费者委员会

关于电热毯安全使用消费提示

38 湖北省消委发布2024年元旦假期消费提示

充分体验旅游乐趣 开心快乐欢度新年

39 宜昌市消委发布：做“医美”之前必须了解这些

41 咸宁市消委发布美容服务消费提示

42 襄阳市消委“双十二”消费提示

2024年消费维权年主题公开征集！

43 荆州市消委发布冬季取暖用品消费提示

天门市消委发布电动车质量安全风险消费警示

消费知识

44 保健食品不是药品，这些消费误区你别踩

46 羽绒服上没有这几个字，再便宜也别买！

47 羽绒服选购“有门道”：“含绒量”“绒子”要分清

48 火锅季来了！这份提示请查收→

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路路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

引导“达人探店推销”合规运营 共同促进平台经济健康有序发展

——湖北省“达人探店推销”专项消费调查情况座谈会在武汉召开

文/罗中华 禹静 夏添



吴采平/摄

11月6日，湖北省消费者委员会联合湖北省市场监督管理局、湖北省电子商务行业协会在武汉召开湖北省“达人探店推销”专项消费调查情况座谈会，引导“达人探店推销”消费新业态合法规范运营，促进平台经济健康有序发展。抖音、快手、美

团（大众点评）、饿了么、京东、拼多多、唯品会等电商平台企业代表参加座谈会。

会上，湖北省消费者委员会通报了“达人探店推销 大胃吃播”专项消费调查情况。按照中国消费者协会“提振消费信心 我们在行动”大型公



本刊策划

益活动部署，宣传普及新近实施的《互联网广告管理办法》《反食品浪费法》等法律法规知识，积极回应广大消费者热点难点消费诉求，响应中国消费者协会、中国饭店协会、中国营养学会等七家单位“制止餐饮浪费行为”倡议，落实湖北省市场监管局“放心消费还是湖北”消费品牌创建要求，湖北省消委于2023年6月至9月，委托第三方机构，采取线上问卷调查和体验式调查两种方式，在全省开展“达人探店推销 大胃吃播”专项消费调查，并组织专家对调查情况进行评议。线上问卷调查收集消费者近一个月内通过达人推销短视频在当地餐饮店的消费体验评价，共完成5630个有效样本。线上调查结果显示，66.7%的消费者对于达人推荐店铺消费体验满意，32.9%的消费者消费体验不满意，0.4%的消费者表示无法判断，66.8%的消费者表示愿意继续通过达人推销短视频到店消费。分平台来看，抖音满意度为67.1%、快手满意度为63.5%、大众点评满意度为70.6%。体验式调查由专业体察员以消费者身份体验抖音、快手和大众点评粉丝量较多的达人所推荐的餐饮店，真实记录在餐饮店消费全过程，总计完成60个有效样本。调查体验的60家餐饮店中，超七成商家的达人视频未标记广告字样，36.7%的餐饮店既未主动提醒消费者节约用餐，也没有在店内明显位置张贴节约用餐告示。体验式调查结果显示，达人推荐店铺的消费体验消费者满意度达到60%以上，主要存在三个问题：一是达人视频推销未标记广告字样；二是部分餐饮店未提醒消费者节约用餐；三是部分消费者实际消费感受不如视频介绍。同时，湖北省消委通报了2023年全省消委组织受理电商平台类投诉情况分析。投诉情况显示，2023年1-10月，全省消委组织共受理电商平台类投诉13632件，占投诉总量的17.37%。从投诉性质来看，投诉量排名前三位的分别是质量类5199件，售后服务类3264件，合同类2709件，以上三类投诉

合计占电商平台类投诉总量的81.95%。

针对本次调查中存在的问题，湖北省消委向相关平台企业发出劝谕：一是平台达人发布推销视频应符合《消费者权益保护法》《广告法》《互联网广告管理办法》等法律法规；二是平台应强化责任意识，完善发布与审查管理制度；三是餐饮服务者应合法诚信经营，遵守《反食品浪费法》，引导消费者节约用餐，提供安全健康、线上线下无差异化的消费体验；四是行业协会要发挥自律作用，促进行业规范发展。湖北省电子商务行业协会和参会电商平台企业就加强行业自律、平台规范管理和落实问题整改进行了发言，思想统一、态度诚恳，表示要加强管理监督，认真组织整改，优化消费环境，确保合规运营，保护好消费者的合法权益。湖北省市场监管局价监处、网监合同处、广告处进行了行政合规指导，餐饮处就反食品浪费提出行政建议，消保处就加强消费者权益保护提出行政建议。

会后，湖北省消委将督促电商平台企业针对通报的问题深入开展自查，清理和纠正侵害消费者合法权益的规则和服务行为，促进问题整改落实。湖北省消费者委员会负责人表示，下一步省消委将联合湖北省电子商务行业协会，帮助电商平台企业自行建立“达人探店视频推广行业规范指引”，旨在加强社会监督，推动行业形成自律、平台加强管理审查、商家提供优质产品和服务、达人推荐的信息真实公正，切实履行社会责任，引导“达人探店推销”消费新业态合法规范运营，共同促进平台经济健康有序发展。通过在消费新业态领域立标建制，不断优化消费环境，倒逼市场供给的商品与服务品质提档升级，提振消费信心，激发消费潜力，服务湖北经济高质量发展，满足人民日益增长的高标准美好生活消费新需求，为畅通国内经济大循环贡献湖北市场监管部门、消费者委员会组织的力量。

湖北省消费者委员会消费维权劝谕函

根据湖北省消委《2023年达人探店推销、大胃吃播专项消费调查报告》反映的情况，达人探店推荐店铺的消费体验消费者满意度达到60%以上，极限用语问题占比较小，投诉渠道基本畅通。达人探店营销服务发展迅猛的同时，也伴随着部分乱象。主要问题如下：

一是达人探店推销视频未标记“广告”字样问题突出。达人探店推销视频属于广告，根据《互联网广告管理办法》第九条规定，应当标记“广告”字样。线上问卷调查数据显示超50%的消费者表示达人视频未标记“广告”字样，超70%体验调查店铺视频未标记“广告”字样。

二是部分餐饮店未提醒节约用餐。线上问卷调查数据显示，39.6%餐饮店商家未按照《反食品浪费法》规定，在明显位置张贴节约粮食、反对浪费的提醒告示或主动提醒消费者节约用餐；体验式调查中，有36.7%商家未尽到上述提醒责任。

三是部分消费者实际感受低于视频介绍。线上问卷调查数据显示，42.1%的消费者认为达人推荐的店铺实际消费感受低于视频介绍；体验式调查结果中，15%店铺实际消费感受低于视频介绍。具体而言，36.9%的消费者认为商家提供的实际餐品分量低于视频中展示分量，35.9%的消费者认为实际价格高于视频介绍价格，28.3%的消费者认为食材不新鲜，25.3%的消费者认为餐品和店内环境不干净不卫生。

达人探店是基于各大内容平台发展起来的新兴行业，为了更好地促进达人探店推销的健康有序发展，规避上述消费服务风险，维护消费者合法权益，营造安全有序的电商环境，湖北省消委对达人探店推销各有关主体建议如下：

第一，达人发布推销视频应合法合规。平台达人应严格遵守《消费者权益保护法》《广告法》《互联网广告管理办法》等法律法规，制作发布推销视频应明确标注“广告”字样，不使用极限用语，拍摄宣传

内容符合实际，真实、全面向消费者反映商品和服务情况，禁止过度美化和虚假宣传。

第二，平台强化责任意识，完善审查与管理。一是平台应根据法律法规规定，及时审查带有广告营销属性的达人推销视频，检查是否明确标注“广告”字样；二是对达人及其账号进行定期审核与评估，让达人、商家及时调整视频内容，严惩存在未标注“广告”、发布虚假、不实探店视频的达人账号，对整改不及时的达人视频进行限流、下架；三是建立健全达人与商家评价管理机制，对评分较低、投诉举报较多的达人和商家进行清理整顿；四是畅通平台投诉维权渠道，保护消费者合法权益。

第三，餐饮服务者应合法诚信经营。一是引导节约用餐，餐饮服务经营者应根据《反食品浪费法》第七条规定，主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒，在醒目位置张贴或者摆放反食品浪费标识，或者由服务人员提示说明，引导消费者按需适量点餐，拒绝餐饮浪费。二是保持店内环境干净整洁，为消费者提供价格合理、分量充足、新鲜卫生的餐品以及态度良好的服务，拒绝因团购券就餐造成差异化消费体验。

第四，行业协会要发挥自律作用，促进行业规范发展。充分发挥自身的带动引领作用，联合直播平台建立“达人探店视频推广行业规范指引”，对达人认定、行业准入、广告经营等方面进行规范。同时，督促直播平台针对达人探店开展自查，是否存在违反《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》《广告法》《反食品浪费法》《互联网广告管理办法》等法律法规的行为，帮助行业规范发展。

我会将继续密切关注达人探店推销相关行为，并对此次发现问题的平台、达人和商家开展回头看活动。对于仍不整改或整改不力的违法侵权行为，将履行消委组织法定职责，向媒体披露具体问题，并向市场监管部门移交证据材料依法查处或提起消费民事公益诉讼，以营造公平有序的市场环境。

湖北省消费者委员会2023年 “达人探店推销 大胃吃播”专项消费调查情况

为共同营造健康的探店环境，促进达人探店新业态规范化发展，为消费者提供更多的选择，进一步增强消费满意度，服务湖北经济高质量发展。湖北省消费者委员会于2023年6月至9月，委托第三方机构在全省开展了“达人探店推销、大胃吃播”专项消费调查活动，并组织专家对调查情况进行评议。调查情况如下：

一、调查背景

网红经济在疫情影响下迅速发展，用户消费习惯进一步向线上转移。调查显示，2021年网红经济市场规模突破5万亿，增长率超20%，预计到2024年市场规模将突破7万亿。其中，依托网红模式的达人探店营销服务发展迅猛。达人探店本是一种多方共赢的商业模式。一方面，达人经过大量体验和研究，为粉丝筛选出能够提供高品质、好服务的优质商家，帮助粉丝种草消费；另一方面，达人基于自身的短视频宣传能力和粉丝基础，通过合作为商家带来大量曝光，为双方带来盈利。但是由于这种商业模式发展不久，行业准则尚未完善，侵害消费者权益的现象不断发生。为引导新业态健康发展，很有必要对行业进行规范。

二、调查方式

本次调查采取线上问卷调查和体验式调查相结合。线上问卷调查主要面向湖北省2022年GDP排名前十城市，收集消费者近一个月内通过达人推销短视频在当地餐饮店的消费体验评价。此次调查共完成5630个有效样本。体验式调查由专业体察员以消费者身份，体验抖音、快手和大众点评粉丝量较多的达人所推荐的餐饮店，真实记录在餐饮店消费的全过程。此次调查总计完成60个有效样本。

三、调查结果

（一）线上问卷调查结果

调查显示，66.7%的消费者对于达人推荐店铺消费体验满意，32.9%的消费者消费体验不满意，0.4%的消费者表示无法判断。另外，66.8%的消费者表示愿意继续通过达人推销短视频到店铺体验消费。分平台来看，抖音满意度为67.1%、快手满意度为63.5%、大众点评满意度为70.6%。

问题分析：

1. **投诉维权问题。**调查显示，参与调查的消费者中约有10%进行过投诉维权。其中，14.8%的商家投诉渠道不畅通，25.4%的商家处理投诉不及时，23.0%的商家处理态度差。分平台看，在投诉渠道通畅性、投诉处理时效性、投诉处理态度方面抖音分别占比为16.2%、25.1%和24.6%，快手分别占比为7.1%、25%和16.7%，大众点评分别占比为11.9%、15.8%和13.7%。

2. **价格问题。**调查显示，35.9%的消费者认为实际价格高于达人视频中介绍的价格。分平台来看，消费者认为抖音、快手和大众点评实际价格高于视频介绍价格占比分别为35.8%、40%和28.7%。

3. **餐品问题。**调查显示，36.9%的消费者认为店铺提供的实际餐品分量低于达人视频中展示的分量，28.3%的消费者认为餐品食材不新鲜，25.3%的消费者认为餐品和店内环境不干净、不卫生。分平台来看，快手在餐品分量、新鲜程度和卫生程度方面，占比分别为40.9%、30.0%和29.0%；抖音占比分别为36.3%、28.1%和24.6%；大众点评占比分别为34.2%、25.8%和20.6%。

4. **团购券问题。**调查显示，12.2%的消费者表示团购券内的商品/服务商家未全部提供，团购券内的餐品相比较团购券外的相同餐品，其在相同价格下

分量不足的问题占比（21.3%）相对较高。分平台来看，商家未全部提供团购券套餐内商品/服务、券内餐品相同分量下价格更高、券内餐品相同价格下分量不足、券内餐品食材不新鲜和券内餐品不卫生、不干净五个方面，抖音分别占比为12.2%、20.5%、21.1%、19.9%和14.8%，快手分别占比为11%、23.6%、25.1%、15.9%和13.8%，大众点评分别占比为11.6%、21.9%、19.2%、17.1%和14.4%。

5.装潢设计与实际消费感受。调查显示，33.6%的消费者认为餐饮店内的装潢设计和实际环境不如视频所呈现；42.1%的消费者认为实际消费感受不如视频介绍。分平台看，商家装潢设计比视频介绍差快手占比为37.9%，抖音占比为32.8%，大众点评分别占比为31.7%。实际消费感受比视频介绍差抖音占比为42.4%，快手占比为42.3%，大众点评分别占比为35.4%。

6.达人视频问题。调查显示，5.5%的达人探店推销视频使用了极限用语，56.1%的视频未标记广告字样。分平台看，使用极限用语问题方面抖音占比5.5%、快手占比5.5%、大众点评分别占比2.8%，未标记广告字样问题上抖音、快手和大众点评分别占比55.6%、55.9%和25.6%。

7.节约用餐提醒。调查显示，13.4%的消费者认为达人视频中存在诱导浪费的情节，39.6%的消费者在店内用餐时，商家未提醒节约用餐。分平台看，视频存在诱导浪费方面抖音、快手、大众点评分别占比12.8%、15.3%和10%。未提醒节约用餐的问题方面抖音、快手、大众点评分别占比38.8%、43.4%和30.5%。

（二）体验式调查结果

本次体验式调查消费者以真实身份，在湖北省各地体验不同平台、不同类型的餐饮店共60家。调查发现，体验的60家餐饮店中，超七成商家的达人视频未标记广告字样，是最突出的问题。其次，36.7%的餐饮店既未主动提醒消费者节约用餐，也没有在店内明显位置张贴节约用餐告示。从平台来

看，视频未标记广告字样是抖音、快手和大众点评的主要问题，其次是未提醒节约用餐或张贴节约用餐告示。

四、主要问题

此次调查发现，达人推荐店铺的消费体验消费者满意度达到60%以上，存在以下三个主要问题：

（一）达人视频未标记广告字样

今年，国家市场监督管理总局修订发布了《互联网广告管理办法》，其中第九条规定：“除法律、行政法规禁止发布或者变相发布广告的情形外，通过知识介绍、经验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明‘广告’”。达人推销短视频是达人关于自身体验经历分享、视频底部附有体验店铺团购链接的一种短视频推广形式，符合上述情形，应当标记“广告”字样。但调查发现，超50%的线上问卷消费者表示达人视频未标记“广告”字样，超七成体验调查店铺视频未标记“广告”字样。

（二）部分餐饮店未提醒消费者节约用餐

《中华人民共和国消费者权益保护法》中明确指出，国家倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，反对浪费。《反食品浪费法》第七条规定，餐饮服务经营者应“主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒，在醒目位置张贴或者摆放反食品浪费标识，或者由服务人员提示说明，引导消费者按需适量点餐”，同时还要求“提供自助餐服务的，应当主动告知消费规则和防止食品浪费要求，提供不同规格餐具，提醒消费者适量取餐”。线上问卷调查显示，39.6%餐饮店商家未在明显位置张贴节约粮食、反对浪费的提醒告示，也没有主动提醒消费者节约用餐；体验式调查中，36.7%的商家既未主动提醒消费者节约用餐、也未在店内显著位置张贴提醒告示；整体来看，餐饮商家在提醒消费者节约用餐方面做得还不够到位。（下转第09页）



湖北省消委会召开家居家装行业约谈劝谕会

文/陈 畅

11月24日，湖北省消费者委员会（以下简称湖北省消委会）联合湖北省市场监管局、湖北省室内装饰行业管理办公室召开家居家装行业消费侵权问题约谈劝谕会，指导帮扶湖北省家居家装行业企业依法合规经营。

约谈劝谕会上，湖北省消委会通报了家居家装行业消费投诉情况分析报告，今年以来，湖北省市场监管局12315平台和消委组织共接收家装消费投诉举报12995件，较上年同期增长13.95%，家装网络消费投诉举报2273件，占比17.49%。从投诉举报问题来看，消费者反映的问题主要集中在产品质量和售后服务、预付装修款、增项收费等方面。其中，投诉家装产品质量的有3712件，占比28.56%；投诉售后服务的有2981件，占比22.94%；因家装合同引发纠纷的有2978件，占比22.92%。

湖北省消委会在劝谕函中要求各家家居家装企业：要诚信合法经营，严格遵守相关法律法规。把住“质控”关，确保装修合同合法合规、项目公开透明、明码标价，杜绝虚假宣传，禁止恶意诱导消费者缴纳高额预付款，为消费者提供符合质量标准、符合双方合同约定的产品，不得设置霸王条款免除消费者的合法权益；要加强管理，提高服务质量。加强内部管理，提高从业人员综合素质，强化

服务意识、合同意识、诚信意识，提升从业技能，优化装修工艺，按照规定提供送货和售后服务；要发挥自律作用，促进行业规范。行业协会要充分发挥自身的引领作用，加强行业自律，积极配合监管部门聚焦热点和突出问题，强化市场关键环节治理，有效防止损害消费者利益的行为发生；要通力合作，建立监管机制。行政主管部门、行业协会、企业代表等各方，共同探讨建立预付款监管机制，规范家居家装行业预付款行为，保障消费者的资金安全。

湖北省消委会秘书长蔡浩向记者介绍，本次家居家装行业消费侵权问题劝谕整治活动将持续三个月，通过加强社会监督，推动行业自律，倒逼家居家装企业高度重视消费维权工作，推进商品与服务品质提档升级，提振消费信心，激发消费潜力，共同营造安全放心舒心的家居家装消费环境，满足人民日益增长的美好生活消费新需求，服务湖北经济高质量发展。

湖北省消委会表示，下一步将督促家居家装企业针对通报的问题深入开展自查，清理和纠正侵害消费者合法权益的规则和服务行为，促进问题整改落实。对于拒不整改或整改不力的违法侵权主体，将通过发布年度黑榜单、诉转案移交行政部门查处和适时提起公益诉讼等形式推进靶向惩戒。

（上接第08页）

（三）部分消费者实际消费感受不如视频介绍

《中华人民共和国消费者权益保护法》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。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。因此，达人在网络平台上向消费者推销商品和服务的同时，应当真实、全面的向消费者反映商品和服务的情况，不得过度美化和虚假宣传。线上调查结果显示，42.1%的消费者认为，达人推荐的店铺实际消费感受不如视频介绍；体验式调查结果中，有15%的店铺实际消费感受不如视频介绍。

消费维权劝谕函

各相关单位：

根据我省消费者投诉情况及《湖北12315家装消费投诉举报情况分析报告》，家居家装行业企业的经营行为主要存在以下问题：

一、产品质量和售后服务问题严重。2023年1-9月，家装产品质量和售后服务问题的投诉举报6632件，占家装消费投诉举报量的一半以上。普遍存在以次充好、逾期未完工和售后维保服务差等问题。根据《侵害消费者权益行为处罚办法》第五条、第十六条规定，经营者提供商品不得以次充好，如果有此种行为，可能涉嫌欺诈。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条规定，家装产品的经营者应该履行为消费者进行合理的更换、修理等义务。根据《中华人民共和国民法典》第五百零九条、第五百七十七条规定，当事人双方应当依据合同履行义务，一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，如逾期未完工，应当承担相应的违约责任。

二、预收装修款存在违法侵权风险。一是定金超过法定标准。部分装修公司收取的装修定金金额占装修费用的30%，根据《中华人民共和国民法典》规定，装修定金不得超过装修费用的百分之二十，超过部分不产生定金的效力。二是装修预付金额高，商家收取大量预付款后停工失联、携款跑路的情况时有发生。《侵害消费者权益行为处罚办法》第十条规定，经营者收取预收款后，未按约定提供商品

或者服务的，应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款，并应当承担预付款的利息、消费者必须支付的合理费用。商家“停工失联、卷款跑路”的行为，严重损害了消费者的财产安全权。

三、虚假宣传误导消费者，涉嫌欺诈。部分不良家居家装行业经营者利用虚假广告，宣传品牌大、质量好、优惠多，诱导消费者签订合同、缴纳费用。《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条规定，经营者不得虚假宣传误导消费者；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，经营者应当保障消费者的知情权，不得虚假宣传。部分经营者虚假宣传的行为涉嫌欺诈。

四、增项收费等价外收费行为侵害消费者知情权。部分装修公司在签订装修合同前有意压价、隐藏增项以便揽客，但施工过程中增项问题严重，不断叠加窗套门套、墙面防水等费用。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条规定，消费者有知情权，经营者应该告知消费者其所接受的装修服务的真实情况，不得先隐瞒后增加。根据《中华人民共和国价格法》第十三条规定，经营者应当明码标价提供服务，不得收取任何未标明的费用，部分装修公司在全包装修合同内，额外收取吊顶、砌墙等项目费用，违反了《中华人民共和国价格法》。

以上问题严重侵害了消费者的合法权益，涉嫌违反《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国价格法》《侵害消费者权益行为处罚办法》等法律法规，应承担民事赔偿责任、行政处罚责任。为促进家居家装行业健康发展，切实优化家居家装消费环境，湖北省消费者委员会提出如下建议：

一、依法依规，诚信经营。家居家装行业经营者应诚信合法经营，严格遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国价格法》《侵害消费者权益行为处罚办法》等法律法规。把住“质控”关，注重产品质量，为消费者提供符合质量标准、符合双方合同约定的产品。装修合同合法合规，项目公开透明、明码标价，详细明确标注各种项目及产品尺寸，禁止计划外增项和额外收费，不得设置霸王条款免除消费者的合法权益。杜绝虚假宣传，禁止恶意诱导消费者缴纳高额预付款，收取预付款后应依法依合同履行自身义务，制定预案，及时承担违约责任。

二、加强管理，提高服务质量。行业企业要加强内部管理，提高从业人员综合素质，强化服务意识，提升从业技能，优化装修工艺。从业人员要严格按照合同约定内容履行义务、提供服务，按照约定送货安装。严格遵守“三包”规则，按照规定提供售后服务。

三、发挥自律作用，促进行业规范。行业协会要积极配合监管部门聚焦热点和突出问题，强化市场关键环节治理，加强行业自律，有效防止损害消费者利益的行为发生。充分发挥自身的引领作用，引导企业诚信合法经营，

对于消费者投诉量大且整改不力的经营者，建立相应黑名单制度，倒逼规范经营行为。同时，督促会员单位针对家居家装服务深入开展自查自纠，是否存在违反《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国价格法》《侵害消费者权益行为处罚办法》等法律法规的行为，帮助行业规范发展。

四、通力合作，建立监管机制。家居家装预付款风险隐患高，投诉频发，严重影响家居家装行业健康发展。需要行政主管部门、行业协会、企业代表等各方，共同探讨建立预付款监管机制，规范家居家装行业预付款行为，保障消费者的资金安全。

家居家装做的是良心工程，经营者要牢固树立消费者至上的理念，坚持依法依规诚信经营，最大程度保障消费者的合法权益，才会实现行业健康、可持续发展。

我会将继续密切关注家居家装行业消费侵权问题，并对此次发现问题的商家开展回头看。对于拒不整改或整改不力的违法侵权主体，将履行消委组织法定职责，向媒体披露具体问题，并向行政部门移交证据材料进行立案查处，或提起消费民事公益诉讼，营造公平有序的市场环境。

请各收函单位于七个工作日内将整改情况书面回复我会。联系人：陈蓉、胡翠兰、谭凌斐，电话：027-87129637，邮箱：hbsxiaowei@163.com。

湖北省消费者委员会
2023年11月24日

湖北省家装消费投诉举报情况分析

截至2023年，我国装修行业的市场规模已经超过4万亿元，同比增长10.5%。其中，家装市场仍然占据最大份额，约占总产值的65%。然而，家装市场的快速发展距离消费者对高品质的要求还有很大的改进空间，今年以来（2023年1-9月，下同），全省12315平台接收家装消费投诉举报12995件，较上年同期增长13.95%。家装网络消费投诉举报2273件，占比17.49%，较上年同期提升6.53个百分点。

一、家装消费主要问题

从投诉举报问题来看，家装领域质量（3712件，占比28.56%）、售后服务（2981件，占比22.94%）和合同（2978件，占比22.92%）问题较为突出。

1.产品质量和售后服务是家装领域的主要问题。今年以来，涉及家装产品和装饰装修服务的投诉举报分别为10496件、2499件，其中家装产品质量和售后服务问题的投诉举报6632件，占家装消费投诉举报总量的一半以上。无论是中小型装修家居公司，还是大型连锁公司都普遍存在以次充好、装修工艺差、计划外增项、逾期未完工和售后维保服务差等问题。以全友家居为例，全友家居作为大型现代化家居企业，在国内建立了数千家线下门店，覆盖了全国大部分城市 and 地区，经营产品包括全屋定制家具以及成品家具等，从消费者反映的问题来看，不按约定送货安装，订购的家具尺寸、大小、颜色、款式等与约定不符，售后敷衍或不履行三包承诺等仍是其常见高发问题，今年1-9月全友家居投诉举报量206件、位居家居类被诉主体第一位。

2.预付装修款存在风险隐患。一般来说，为保证装修工程能够顺利进行，装修时消费者需要先交付定金，装修定金金额根据工程规模、预算以及装修公司要求而定，占装修费用的10%至30%之间。除定金外，消费者根据装修进度进行分期付款。相较于其他领域，装修领域的预付款金额更为高昂，也

是风险高发地。12315投诉举报数据显示，部分装修公司收取预付款后因经营不善等原因，无法履行装修义务、工期严重拖延，还有一些不良公司利用虚假广告宣传优惠便利，诱导消费者签订合同，收取大量预付款，实际却不按约定工期交付，甚至停工失联、卷款跑路。12315分析预警系统提示，武汉宜品居装饰设计工程有限公司疑似因资金链断裂，装修工程烂尾，消费者售后无门。去年全年全省12315平台上有52件投诉举报指向武汉宜品居装饰设计工程有限公司，今年以来持续发生67起，涉及消费金额高达463.02万元（不完全统计），该公司装修工程逾期、存在烂尾风险，消费者申请退还剩余装修款项，公司方敷衍搪塞、拒绝沟通。据悉，武汉宜品居装饰设计工程有限公司成立于2014年4月30日，是从事装饰工程设计施工、建材零售、家居用品批发零售等业务的武汉本土公司。经查，目前该公司已涉司法案件53件、被执行人9人、失信被执行人2人、限制高消费3人。此外，武汉如家印象装饰工程有限公司、湖北名星全案装饰设计工程有限公司、武汉一家一宅装饰有限公司均被消费者投诉举报涉及失联、疑似卷款跑路，目前以上公司已被列入异常经营名录。

3.增项收费问题突出。装修公司在签订装修合同前有意压价、隐藏增项以便揽客，但施工过程中增项问题严重，不断叠加窗套门套、墙面防水等费用。今年以来，全省12315平台指向武汉丰立装饰工程有限公司的投诉举报39件，涉及消费金额218.89万元（不完全统计），投诉举报主要反映隐藏增项收费及装修质量问题。如消费者余女士投诉称，2021年年底跟该公司签订全包装修合同，实际吊顶、砌墙、砸墙、美缝、窗户大理石、封阳台、电视背景墙等都要额外付钱，监理人员对装修质量进行监督只是走过场，没有起到实际作用，房子装修完不到半年，墙面乳胶漆开裂。

预制菜进校园，家长担心的是什

文/新华



当你点外卖或堂食的时候，有没有感觉，前脚刚点完餐，后脚外卖就送到或者服务员很快就端上菜来，速度快得超出预期。为什么能这么快？因为你吃的大概率是预制菜，而并非现做的菜肴。

预制菜简化了繁琐的买菜、洗菜、切菜、烹制步骤，撕开包装复热一下就能吃。如此简单省事，可以有效节省人力成本、压缩出餐时间，正好契合了餐饮企业降本增效的需求，所以预制菜遍地开花，正在占领外卖和堂食。

去线下餐厅就餐，商家使用预制菜，是否应该提前告知消费者？预制菜是否有统一标准与边界？

餐厅该如何告知消费者

有研究报告显示，目前中国预制菜市场B端与C端比例大概为8:2，餐馆等商家仍旧占预制菜的消费大头。另一个广泛应用预制菜的场景就是外卖。也就是说，80%的预制菜最终还是要从堂食和外卖流入消费者口中。预制菜占领外卖和堂食，但有一个问题是，很多消费者不知道自己吃的是预制菜，而往往默认为是“新鲜现炒”。

不少消费者表示，去饭店吃饭，吃的就是厨师

手艺。现在厨师手艺可能没有了，变成预制菜了。有消费者对记者表示：“如果在饭店吃饭，我要是知道是预制菜，可能就不吃了，把那黏糊糊的东西弄出来给我吃，可能还是一个月之前做好的，我可能就真的不会吃了。但是如果没告诉我，我可能就吃了。”是否需要建立预制菜提前告知制度？中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江：“鉴于预制菜可能存在更多的食品安全风险，可以考虑建立预制菜提前告知制度。《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，消费者享有知悉商品和服务真实情况的权利。经营者也应该把商品的真实情况和相关信息真实全面准确地告知消费者。”江苏省消费者权益保护委员会副秘书长居上：“首先告知的方式要完整，你可以通过店堂的公示，包括电子菜单，服务员在提供服务的过程当中，都是能够主动告知消费者的。另外对于预制菜的信息也要完整地、全面地、真实地告知，比如说哪些菜提供的是预制菜，哪一些菜是现炒现做的，包括预制菜的供应商的情况，包括预制菜的进货的日期、保质期等，都完全可以在菜单的详情页面予以提醒和展示。”

怎么看待预制菜进校园

校园食品安全问题向来备受关注。近段时间，“预制菜进校园”一事引发广泛讨论，多地家长通过问政平台表达了担忧。例如，浙江湖州市民留言道，请湖州市针对预制菜是否进校园给出明确态度。作为家长坚决抵制，如果一个孩子一星期五天都吃预制菜，孩子的身体完全是问题。请湖州市政府对于热门问题给予明确的态度，别模棱两可，偷偷引进。

(下转第14页)

手机套餐升级 不能成为消费者权益降级的套路

文/李英锋

“最近频频接到电信运营商外包公司客服打来的电话，让我升级套餐。一开始说升级套餐金额不变，每月还多送20G流量。结果办理之后，发现套餐费每月贵了20元不说，多送的20G流量也只限热门APP使用。”近日，福建厦门一博主在微博吐槽运营商外包公司推销该套餐套路引发不少网友关注。记者采访发现，类似投诉并不鲜见。11月6日，中消协发布的《服务领域投诉情况专题报告》指出，电信行业不规范营销和经营行为仍禁而不止。（据11月8日《工人日报》报道）

实际上，电信运营商（也可能是外包公司）推销手机套餐或“引导”消费者升级套餐的套路大同小异，都是在一开始光拣着好听的说，只给出资

费、流量等方面的利好项、优惠项，绝口不提套餐取消或退订难、流量限速、资费标准上调、高额违约金等信息。有的电信运营商为了打动消费者，甚至会提供虚假、注水的信息，或者作出违背事实的承诺。不少消费者选择套餐升级后，体验感与运营商的宣传效果相去甚远，但升级容易取消难，营业厅现场办理、高额违约金等因素往往给消费者制造套餐取消或退订障碍。

全面、真实、准确宣传是企业营销的法定义务。《广告法》明确：广告应当真实、合法；广告不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。《消费者权益保护法》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

（上接第13页）

9月14日，湖州市教育局答复：“湖州市要求学校食堂采购新鲜食材，目前没有预制菜进入校园，我们将进一步加强监督管理。”

值得注意的是，由于一些学校因为采用预制菜当餐食，不少家长不得不在午餐时段选择给孩子送饭。人们关注预制菜进校园议题，实际上表达的是对校园食品安全、学生健康成长的深度关切。在预制菜尚存在较大争议的当下，为了保障学生们吃得好、吃得健康，其进校园当慎之又慎。江苏省消费

者权益保护委员会副秘书长居上：“中小學生首先是消費者，享有同等的知情權和選擇權。其次，中小學生是未成年人，是特殊的消費者，所以他們的法定代理人——家長應該了解和知曉學校提供的菜品情況。如果學校食堂全部採用外供的預製菜，那麼家長的知情權和選擇權也被剝奪了。在這個問題上，學校應當和家委會或者家長進行充分溝通，包括供應商的选择等，來保障孩子能夠吃到健康的、安全的食品，這是大家共同的目的。”



实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。电信运营商藏一头盖一脚，向消费者选择性提供手机套餐升级的有关信息，甚至提供虚假信息，作出不实承诺，欺骗、误导消费者，践踏了法律底线和诚信底线，侵犯了消费者的知情权、选择权等权利。

电信运营商推销手机套餐多依托格式合同，其推销行为还应受格式合同法则的调整和审视。《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、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。

《民法典》也有类似规定。电信运营商在推销手机套餐或升级版套餐的过程中，未针对资费标准、流量限制、取消流程、违约金等与消费者有重大利害关系的内容向消费者履行显著提示、重点说明、明确告知义务，致使消费者没有注意或者理解与其有重大利害关系的条款的，消费者可主张相关条款不成为合同的内容。

手机套餐升级不能成为消费者权益降级的套路，也即不能成为侵权套路。监管部门以及消协组织、行业协会等应瞄准消费者投诉的热点、难点问题，加强对电信运营商手机套餐推销套路的监督治理，先拉出负面清单，给予电信运营商一段时间的自查整改期，然后再开展联合检查，曝光电信运营商的问题状况、整改进度，并对违法侵权问题采取约谈、查处、失信惩戒等措施，给电信运营商念念“紧箍咒”，倒逼电信运营商绷紧自律整改的弦，规范套餐营销行为。

此外，消费者在升级套餐的过程中也应多了解套餐信息，注意留存沟通记录、客服承诺等证据，如发现被运营商套路，应通过与运营商沟通或投诉、举报、起诉等路径积极维权。

（上接第21页）

襄阳市消委负责人魏海霞在培训班小结中，介绍了襄阳市连续五年参加中消协全国百城消费者满意度测评的情况，以历年中多个城市测评成绩的升降为例说明：每年的测评工作如“逆水行舟，不进则退”，越往上升，竞争越激烈，难度越大。指出保护消费者权益是全社会的共同责任，希望各级消委组织、相关部门以及各行各业共同努力，共同提高全市消费维权工作水平，营造良好的消费环境，争取在今年的第六次测评中再创佳绩。

课程结束后，全体学员进行了《食品药品安

全维权知识》结业考试，考试合格者，颁发结业证书。通过这次集中培训，市消委系统、基层消费维权站点、企业消费投诉处理岗位的学员们纷纷表示内容丰富，干货满满，不仅提高了维权水平，交流了工作体验，也加深了相互了解。在今后的工作中，更加准确理解和把握政府部门、消协组织、企业等不同主体消费维权工作的法定职责，进一步提高消费维权工作水平，从而切实提高消费者满意度，增强我市人民群众在消费领域的获得感、幸福感和安全感。

学生出国留学被延误 省消委联调促和解

文/熊 婷

【案情简介】

2022年3月2日，武汉市消费者殷女士与某培训机构签订了提供作品集和出国留学服务合同，并缴纳5.2万元培训费用。2023年9月18日，殷女士向湖北315消费投诉和解平台投诉反映，称其小孩在培训期间，因文案老师对学生笔试、口语、延期等相关政策了解不清楚，导致学生今年不能正常出国留学读研，学生家长殷女士要求该机构赔偿损失20万元遭拒。

【处理过程及结果】

省消委受理投诉后，启动社会联调机制，邀请省消委特聘调解员沙中心介入调解。经查，该培训机构文案老师对南安普顿大学的语言考试要求笔试与口语必须相隔14天的规定不清楚，没有提前告知学生，导致学生口语准备不充分成绩不理想。在出国留学申请办理延期后能否取消这一问题上，文案老师自认为可以取消，在既没有把握也没有提前与南安普顿大学沟通确认能否取消的情况下，提前为学生办理了延期，等学生口语成绩出来后，文案老师与南安普顿大学沟通要求取消延期，一直没得到该大学回复。因该培训机构中间沟通不力，没有采取应急的措施，更没给学生本人和家庭告知延期没有取消一事，导致学生延误了出国留学事宜。

投诉调查了解相关情况后，一致认为该机构服务有瑕疵，涉嫌限制消费者权利、减轻经营者责任。最终，经过多次沟通协商后，促成双方达成和解协议，该机构一次性为学生退费4万多元。

【案例评析】

伴随着营利性教育培训产业的火爆，消费者权益得不到有效保护的问题日益突出，《湖北省消费者权益保护条例》第二十六条规定，非学历教育培训服务业经营者应当如实告知消费者办学性质、教育项目、课程设置、师资情况、教学地址及设施、收费项目、收费标准、发放证书的认可机构等信息。有下列情形之一的，消费者有权要求经营者退还有关费用：（一）不具备合法资格招收受教育者；（二）以招生简章、招生广告等方式作虚假或者引人误解的宣传、允诺；（三）擅自提高收费标准或者增加收费项目；（四）未按照规定安排具备相应资质的人员从事教学活动；（五）不能提供保障人身安全和符合教学要求的场所、设施设备；（六）颁发的证书与承诺不一致；（七）有辱骂、体罚受教育者等严重违反教育规范的行为；（八）法律法规规定的其他侵害消费者合法权益的行为。以上规定，对保护消费者合法权益，规范教育培训行业发展意义重大。

从本案可以看到有关教育培训行业的消费问题日渐突显，侵害消费者合法权益的事件时有发生。根据近年来全省受理教育培训类的投诉问题分析，消费者主要反映教学内容、教学质量与宣传不一致，承诺不兑现，服务合同条款不对等，消费者客观解除合同退费难等问题。针对以上问题，除了需要进一步加强法律法规规范和完善，还需要培训机构不断的提高教学及服务水平，同时也需要培训机构合法合情合理的规范服务合同，提升消费者体验感，满足消费者合理的诉求，切实维护消费者合法权益。



我为群众办实事

家装全屋定制起纠纷 荆州消委调处挽损失

文/李 闽

11月20日，消费者彭先生致电荆州市消费者委员会表示感谢，表示其与家装公司的装修合同纠纷，经过市消委调解后，商家已按协议执行，问题得到圆满解决。

2023年6月21日，彭先生经过对比多家家具定制企业后，与荆州某家具有限公司签定全屋定制合同，并约定了家具板材环保等级、规格和颜色等条款，支付全款4.5万元。在后续安装过程中发现商家提供的板材在环保等级、规格和颜色等方面与合同约定存在差异，引起消费纠纷，装修一度停工。

9月1日，彭先生向荆州市消费者委员会进行投

诉。市消委工作人员高度重视，迅速展开调查，商家未征得消费者同意，对合同约定的板材、环保等级、封边工艺进行了升级，未按合同执行。经过多次调解，商家认识到自己的错误，未与消费者及时沟通引发消费矛盾，同意为消费者进行更换，并承担全部损失。

荆州市消费者委员会提醒消费者，为便于自身权益维护，在房屋装修过程中进行全屋定制时，要仔细鉴别企业资质，签定书面合同时，对产品规格、环保等级、产品质量及颜色、交货期限、违约责任等细节进行详细约定。

优质服务暖人心 赠送锦旗表心意

——鄂州市梁子湖区消委成功调解一起农资投诉

文/余 英

2023年11月22日上午，鄂州市梁子湖区消委收到辖区一企业送来的一面“市场监管解民忧，不辞辛苦暖民心”的锦旗，以表达对梁子湖区消委成功调解投诉的感激之情。



此前，消费者殷女士在鄂州梁子湖区一农业企业购买虾苗，因天气变化温度骤降，虾苗寄到时大批死亡，又因未及时沟通，导致消费者对商户产生误解，从而投诉该企业。梁子湖区消委在接到投诉后，迅速安排工作人员现场核查，了解到事实情况后，耐心地与消费者沟通，最终该商户积极赔偿，消费者接受调解，双方达成调解协议。商家为感谢梁子湖区消委工作人员耐心细致的工作，及时化解消费者误解，挽回企业形象特意送来锦旗。

锦旗不仅是荣誉，更是一种新的使命。下一步，梁子湖区消委将继续履行使命，更加坚守服务初心，更好地为梁子湖区创建良好营商环境贡献力量。

农民购机千里维权 鄂冀联调倾情解忧

文/章志军 程 翩



花费7万元购回一台“问题”收割机，损失该怎么办？12月4日，通过湖北省汉川市消费者委员会与河北省辛集市市场监管局的联合调处，一起跨省农机消费纠纷得了圆满解决。

据了解，2023年7月，家住汉川市庙头镇的一养羊家庭农场主林女士，通过快手短视频看到位于河北省辛集市的“某农牧青储机械厂”宣称，只要购买该厂生产的收割机，还可享受可观的购机补贴。于是，林女士通过电话和微信与该厂家负责人刁某沟通，要求刁某生产一台马力大、四驱动、可割软矮草和玉米秸秆、可柔丝带籽粒破碎功能的“心仪”收割机，并支付定金8000元，口头约定半月内交货。不料，刁某以新机需要调式等各种理由推迟交货，直到9月底林女士和家人去河北实地核查催交货后，刁某才于10月6日将预定的收割机发往汉川，随之收取购机尾款62000元。

购回的收割机本该不误农时正常工作，可令林女士如此心烦。不到30天的时间，收割机频繁出现“液压管渗油、离合器失灵、水箱漏水、变速箱损坏等故

障，尽管林女士及时将情况反馈给厂家并要求寄来配件抢修，但“问题”收割机仍然无法正常使用直至突然“罢工”。为此，林女士开始质疑该收割机是不是报废的车辆改装，遂找厂家多次交涉，要求退货退款并解决损失问题，但厂家负责人刁某说，只管修不管退，拒绝承担任何损失。无奈之下，11月14日，林女士只好来到汉川市消委会求助。

得知情况后，汉川市消委工作人员迅速介入核查，判定该案为一起涉农消费纠纷，因涉案金额相对较大，对农民损害也较大，如果处理不及时，不妥当，容易造成不良的社会影响；加之购买双方没有签订产品购销合同，只有口头协议，从提供的单据无法确认购买时双方约定的具体情况，对于产品标准、售后服务，退换货等具体内容均缺失相关证据，不能充分证明经营者存在虚假宣传及消费欺诈等违法行为，故将此案作为消费民事纠纷进行调处。因经营者在河北，按照投诉举报管辖规定，汉川市消委会及时与河北省辛集市场监管部门取得联系，寻求支持。

河北省辛集市场监管部门消保工作人员根据林女士反映的事实展开调查。经查，林女士反映情况属实。因涉及跨省异地消费，为确保此案快捷稳妥调处，根据《消保法》、《民法典》相关规定，汉川市消委会与辛集市场监管部门多次组织当事人双方，采取网络视频和电话的形式开展联合调查与调解。经过耐心细致的沟通，最终双方达成调解协议：经营厂家扣除配件费、运费等费用后，向林女士退还购机余款并赔偿相关损失共计5万元整，同时回收卖给林女士的“问题”收割机。事后，为了表达感谢，消费者林女士分别向湖北省汉川市消委会与河北省辛集市市场监管局赠送了“鄂冀携手共调处 依法维权解民忧”的锦旗。

丹江口消委“云调解”破解异地维权难

文/张 岚

【案情简介】

2023年10月15日，消费者王女士反映在丹江口某教育咨询中心学习中级职称考试培训，承诺考试未通过退学费，但时隔几个月也没有收到退费，目前也联系不上教育咨询中心，万般无奈之下，她投诉到丹江口市消委。

【处理过程及结果】

10月16日，丹江口市消委工作人员联系投诉人，王女士是通过广州朋友介绍相关培训机构学习“网络工程”专业教程（网课），当时交费9000元（通过支付宝方式支付），对方承诺考试未通过，进行全额退费，目前考试未通过，但对方一直拖延不退费，最近也联系不上经办人。因投诉人身处广州，被投诉企业售后部门位于武汉，丹江口市消委工作人员立即通过微信“线上”调解，工作人员以消法第48条规定“对消费者提出的退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，故意拖延或者无理拒绝的，应当承担民事责任”及第56条的处罚规定，要求负责人尽快联系培训中心总部，并承诺退款完成期限。当天下午，王女士得到培训中心出具的本月底内完成退款的书面承诺。投诉人表示自己人在广州，对培训机构的承诺仍不完全相信，消委工作人员告知其放心，承诺对退费问题会一盯到底，有什么进展随时通过微信联系，王女士这才放心。10月26日晚，王女士主动在微信上告知丹江口市消委工作人员，已收到培训中心的退款。投诉人对处理结果非常满意并向消委工作人员表示感谢。

【案例点评】

根据《民法典》相关规定，在本案中，消费者王女士与该培训中心出于真实的意思表示，平等自愿签订协议，并且协议的内容未违反法律法规的强制性规定，合同依法成立并生效，培训中心应当全面履行合同义务。王女士与该培训中心约定，若考试不通过则退还全部费用，且其确实参加培训后考试未通过，满足退还培训费的条件，故该中心应当向王女士退还培训费。

丹江口市消委提醒消费者在签订培训协议前，一方面要审查该培训机构的营业执照及办学许可证，充分了解培训机构的办学质量与声誉。另一方面还要认真审阅合同内容，明确保过班、不过退钱等条款是否附加其他约定。最后，还要提醒广大消费者，注意留存培训合同、收据、交费凭证以及沟通记录等材料，便于后续维权时作为证据使用。



共同提升消费体验 促进汽车产业振兴

——湖北省汽车行业“购车七日无理由退订（定）”承诺活动在黄石举行

文/陈 蓉 李 凌



11月10日，湖北省市场监管局、湖北省消委，黄石市市场监管局、黄石市消委在黄石市举行全省汽车行业“购车七日无理由退订（定）”承诺活动。旨在引导企业赋予消费者“犹豫期”“后悔期”，提升消费体验，提振消费信心，激发消费潜力，助力消费回暖。湖北省市场监管局党组成员、副局长程建宏，黄石市政协副主席吴金文出席活动。承诺活动包含三个部分：即启动仪式；消费巡展；消费体察。

启动仪式上黄石市市场监管局党组书记、局长方朝阳致辞。播放了“购车七日无理由退订”随机采访、达人探店视频；省消委、黄石市消费维权法律中心以现场访谈形式解读了开展“购车七日无理由退订（定）”活动的意义和政策；参加“购车七日无理由退订（定）”的企业代表签名；为承诺企业代表授牌；3名企业代表进行了发言。随后参观汽车消费巡展。下午到比亚迪湖北正弘店进行消费体察，实地参观承诺门店规范化建设，查看购车合同，了解规范指引，演绎退订（定）流程。

开展“优化消费环境 提振消费信心”全省汽车行业“购车七日无理由退订（定）”承诺活动，是

贯彻落实党的二十大和中央经济工作会议精神，省委、省政府促进消费恢复提振和省市场监管局努力创建“放心消费还是湖北”工作品牌及中消协开展“提振消费信心 我们在行动”的部署要求，巩固深化全省“线下购物七日无理由退货”工作成果，提升企业品牌效应，传递温暖消费力量，促进全省汽车产业振兴，助力湖北经济高质量发展。

为确保“购车七日无理由退订（定）”承诺活动顺利有效开展，湖北省市场监管局、湖北省消委决定在黄石市开展试点，探索方法路径，总结经验做法，发挥示范作用。黄石市市场监管局、市消委深入汽车4S店调研走访、召开专题座谈会，解读开展“购车七日无理由退订（定）”活动的意义，听取企业意见建议，引导市场主体积极参与，坚持自愿参与原则，积极推进工作落实。对“购车七日无理由退订（定）”企业实行动态管理，承诺企业定期书面报告“购车七日无理由退订（定）”活动情况，市场监管部门和消委组织通过投诉举报、日常巡查、消费体察、明察暗访等手段实时对承诺单位进行监管监督，对履行承诺好的单位进行大力宣传，对履行承诺不力的单位经调查核实，予以撤销并公布，形成闭环管理长效机制。下一步汽车行业“购车七日无理由退订（定）”工作将在全省全面铺开。

湖北省市场监管局价监竞争处、消保处、新闻宣传处、省消保中心主要负责人，黄石市商务局负责人，湖北省汽车流通行业协会、湖北省二手车汽车行业协会负责人，黄石市汽车流通行业协会、黄石市汽车专委会代表，汽车品牌承诺企业负责人，家用汽车消费者代表，中国交通广播电台、楚天交通广播电台、湖北电视台综合频道、湖北电视台垄上频道、长江云等省市新闻媒体参加活动。

襄阳市消委成功举办全市消委系统 食品药品安全消费维权知识培训班

文/廖波



表彰2022年度全市消委系统消费维权先进集体

表彰2022年度全市消费维权先进个人

11月16日-17日，襄阳市消费者委员会组织举办了全市消委系统2023年食品药品安全消费维权知识培训班。

襄阳市市场监管局二级调研员席修璞参加培训开班仪式并讲话。他要求:加强消费维权各条线业务培训和经验交流，积极总结提炼宣传推广先进典型工作经验，拓宽工作视野、创新工作思路，全面提升消费维权能力和水平，探索出我市消费维权领域的“枫桥经验”。

襄阳市市场监管局消保科科长马堂文宣读了《关于表彰2022年度全市消费维权先进集体和先进个人的通报》，并进行授牌。

此次培训会参训人员包括：全市各县(市、区)市

场监管系统、消委系统工作人员，食品、药品、餐饮生产及流通企业，七天无理由退货企业专（兼）职维权人员、消费维权志愿者及会务组人员，共计145人。授课老师有高校教授、职能部门专家、消费维权岗位能手等。

此次培训为期两天，内容丰富、形式多样。授课老师主要对《食品安全法》《医疗器械监督管理条例》等相关法律法规进行解读，同时结合食品生产经营、餐饮等经营工作中面临的问题、防范履职责任风险、利用“湖北省315消费投诉和解平台”调处消费纠纷等，进行了培训、分享、交流。

培训具体内容包括《坚持人民至上理念奋力谱写新时代襄阳食品安全工作新篇章》、《食品药品领域消费者权益保护》、《落实主体责任，严守安全底线》、《医疗器械经营基础知识培训》以及《315和解平台操作实务及调解技巧》等课程。

湖北文理学院教授、襄阳市消委公益律师汪涛讲授《食品药品领域消费者权益保护》。襄阳市消委维权专家李晓静讲授《使用315和解平台处理消费投诉实务》。襄阳市市场监管局餐饮服务监管科科长王洪峰讲授《落实主体责任 严守食安底线》。襄阳市市场监管局食品流通安全监管科科长龚明锐讲授《坚持人民至上理念奋力谱写新时代襄阳食品安全工作新篇章》。襄阳市市场监管局医疗器械化妆品安全监管科科长廖友刚讲授《医疗器械基础知识》。

培训最后一天，襄州区消保委、枣阳市消委、谷城县消委、沃尔玛超市、天济大药房、襄阳蒙肽生物等单位代表就各自消费维权工作进行了交流发言。

（下转第15页）



宜昌市消委开展金融、食品消费教育进校园活动

文/王李华

10月13日，宜昌市消费者委员会、宜昌市地方金融工作局、宜昌市市场监督管理局、三峡大学法学与公共管理学院联合开展金融、食品消费教育进校园活动，引导在校大学生远离非法金融活动以及科学消费，合理膳食，护佑大家身心健康。三峡晚报视频号、抖音号对活动进行全程直播，吸引7300余人参与线上学习。

活动中，来自华泰证券湖北投资教育基地的投教老师梁小涛以《防范“校园贷”诈骗》为题，针对部分小额贷款公司以大学生为目标，通过虚假宣传诱导大学生在互联网购物平台上过度借贷消费的乱象，深入剖析非法“校园贷”的运作模式和防范措施，并结合实际案例，深入浅出讲解了“高利贷”“连环贷”“刷单贷”等校园不良网贷的风险和危害，提醒学生们保护个人信息安全、珍惜个人征信记录，不要轻易

相信网络信贷平台，引导大家切实提高金融安全防范意识，树立科学、理性、健康的消费观。

“相信不少同学都有过点外卖的经历，如果经常吃外卖肯定是不利身体健康的，因为大家并不了解这些食品的来源……”西陵区市场监督管理局餐饮科科长赵婷婷以《食品安全日常风险与防控》为题，从食品安全概述、基本现状，食品安全误区、食品谣言、网络舆情等方面进行系统讲解，重点讲述了防范食品安全的措施，引导学生们提高食品安全风险意识、反食品浪费意识和自我保护能力，养成健康饮食习惯。

该校300余名学生现场聆听了金融、食品安全知识讲座，学生们纷纷表示，这次讲座很实用，对校园贷、食品安全有了更多的了解，在今后的学习生活中会提高警惕，注意防范。

宜荆荆恩都市圈消费维权一体化行动交流座谈会在荆州召开

文/李 闯

11月27日，宜昌市市场监管局、消委负责人一行前来荆州与荆州市市场监管局、消委负责人召开交流座谈会，协商开展宜荆荆城市圈消费者权益保护一体化合作，进一步完善工作机制，搭建协作平台，更好地打造宜荆荆恩消费维权一体化的新格局，推动区域性消费中心建设进程。

(下转第24页)





荆州市召开消费者权益保护工作 联席会议2023年全体会议

文/张 琼

11月28日上午，荆州市消费者权益保护工作联席会议2023年全体会议在荆州市市场监督管理局召开。荆州市消费者权益保护工作联席会议召集人、市政府副秘书长宋斌出席会议并讲话。联席会议副召集人、荆州市市场监管局党组书记、局长李启斌主持会议。28个联席会议成员单位相关负责人和联络员，市市场监管局有关科室，联席会议办公室全体成员参加。

会议听取了荆州市市场监管局关于今年全市消费者权益保护工作情况汇报，荆州市中级人民法院、市教育局、市商务局、市交通运输局、市政务数据局作交流发言，并对下一步联合开展消费者权益保护工作进行了深入交流。会议要求要探索消费纠纷多元化解机制，进一步完善12345（12315）执法体系构建，发挥成员单位维权合力作用。

宋斌充分肯定了全市消费者权益保护暨放心消费创建工作取得的成绩。他强调，做好新时代消费者权益保护工作是坚持人民至上的必然要求。“人民至上”就是要解决好人民群众急难愁盼的民生问题，依法调处消费纠纷，是人民群众最关心最直接最现实的利益问题。

做好新时代消费者权益保护工作是恢复和扩大消费的有力抓手。进入新发展阶段以后，消费对经济增长的贡献日益凸显。营造良好的消费环境，让广大消费者安心、放心、舒心消费，是释放消费潜力、激发市场活力、拉动经济增长的有效途径。

做好新时代消费者权益保护工作是支撑新消费快速发展的重要支撑。以数字经济为代表的新消

费是创新驱动发展的前沿阵地，直播营销、外卖餐饮、在线租赁、网络约车等新业态新模式不断涌现，暴露出的问题也层出不穷。因此，做好消费者权益保护工作不仅仅是在保护消费环境，也是在维护社会稳定，服务经济社会发展。

宋斌要求，各部门要在联席会议制度框架下，强化“大消保维权”理念，加强部门协作，完善工作体系，形成共同推进消费者权益保护工作的强大合力。

要优化畅通诉求渠道，着力推动消费维权便利化，依法高效多元化解消费者诉求。保持12345政务热线、12315等投诉举报平台畅通，进一步优化行政调解制度，健全消费争议多元化解机制，促进各种纠纷解决方式相互配合、相互协调和全面发展，重视经营者与消费者的协商和解，降低消费者维权成本。

大力推动放心消费创建，营造安心放心消费环境体制机制。围绕“商品无假冒、食药无伪劣、服务无欺诈、投诉无障碍”主题，推进放心消费示范商户、示范街区、示范行业、示范市场、示范服务站创建，确保每个行业都有标杆，每个领域都有先进，使开展创建活动、优化消费环境，成为全社会的共识。

加强消费者权益保护，围绕消费者投诉量大、反映集中的问题和领域，强化分析研判，精准监管执法。建立常态化的消费者满意度调查评估机制，以消费投诉问题为导向，倒逼企业从供给端发力，引导企业创新消费场景，主动履行维权主体责任，推动全市安心放心消费环境创建和经济社会的健康和谐发展。



荆州市消委与荆州市中级人民法院 签订《消费领域纠纷诉调对接工作合作备忘录》

文/谭郭庆

为落实省消委完善矛盾纠纷多元化解机制工作的部署，11月1日，荆州市市场监督管理局副局长吕涛涛代表荆州市消费者委员会同荆州市中级人民法院签署了《消费领域纠纷诉调对接工作合作备忘录》，充分发挥司法在矛盾纠纷多元化解机制中的引领、推进和保障作用，从制度层面进一步推动诉源治理工作向纵深发展。

荆州市消委与荆州市中院就消费调解纠纷受理、依法调解、协议履行三个环节，结合司法确认、司法救济、司法诉讼等具体内容进行了协商，确定了双方的权利义务。合作备忘录的签署为规范开展消费领域矛盾纠纷人民调解工作予以了制度保证，规范了工作流程。市消费者委员会收到投诉

后，初步评析和甄别，对于适宜通过人民调解方式化解的消费纠纷，引导当事人通过人民调解方式解决消费纠纷，不断扩大人民调解工作的群众认知度和社会影响力，为消费纠纷人民调解工作开展营造良好社会氛围。此项工作也是荆州市市场监管局、市消委践行“以人民为中心”理念，推动政协提案办理工作落实的一项重要举措。

下一步，荆州市消委将以此次协议签订为契机，指导各县市区消委与各级法院进行对接，统筹推进消费纠纷人民调解工作机制在全市建立，充分发挥人民调解在化解消费矛盾纠纷中的基础性、主力军作用，进一步“提振消费信心”，营造安全放心的消费环境。

（上接第22页）

座谈会上，宜昌市市场监管局相关同志解读了《宜荆荆恩区域消费维权保护工作合作协议》《2024年度宜荆荆恩消费维权一体化目标任务进度表》。

《合作协议》提出“资源共享、信息互通、服务经济、协同发展”的合作原则，并以机制共建、环境共优、权益共护、成果共享为工作愿景，明确七大任务十四项清单，通过建立联席会议、跨区域受理、联动处置、异地退换、资源共享等多项举措，

打通地区阻隔，深化交流合作，实现宜荆荆都市圈消费者权益高质量保护。

会上，荆州市市场监管局消保中心主任张琼还就恶意投诉举报行为应对、线下无理由异地退货、跨区放心消费示范单位申报等内容与宜昌市市场监管局消保科科长孙韬、陈昌进，消费者委员会秘书长王李华进行深度探讨，表示将积极探索，协同推进，共同落实各项工作任务，为宜荆荆恩消费维权一体化工作走深走实贡献智慧和力量。



十堰市消委深入社区开展消费教育活动

文/邵志娟

11月10日，十堰市消费者委员会联合十堰市市场监管局计量科、茅箭区市场监管局深入京东路社区开展消费教育活动，社区居民50余人参加，现场发放宣传资料200余份，免费为居民检测各类仪器10余件。

活动现场，十堰市消费者委员会向京东路社区



颁发“湖北消费教育基地”牌匾，勉励社区珍惜荣誉，充分发挥京东路社区地理位置、硬件设施、人员队伍等方面的优势，广泛开展形式多样、喜闻乐见的消费教育活动，引导社区居民树立正确的消费观念，掌握消费维权知识，鼓励辖区经营者诚信经营，营造放心消费环境。据了解，自2017年湖北省消费者委员会开展“湖北消费教育基地”创建活动以来，十堰市已有12家单位获此殊荣，共开展各类消费教育活动50余次，参加活动人数近千人。

此外，活动现场还开展了“安全用药健康为民”知识讲座，提高社区居民的安全用药意识。社区居民王女士表示“这样的社区消费教育活动很有意义，即了解了专业知识又帮居民解决了日常生活中的实际问题，希望多开展。”

消费教育进校园，维权意识从小抓

文/侯雨木

10月20日，荆门市消费者权益保护中心走进掇刀石幼儿园，开展“消费维权进校园”知识讲座，本次活动围绕“消费维权从娃娃抓起”主题，为学前班儿童宣传食品安全启蒙知识。当天，参加知识讲座有学前班儿童及老师200余人。

讲座围绕食品安全基本概念、不健康的食物种类及危害、健康的食物种类、注意饮食卫生、包装袋上的秘密五大部分讲解，现场设置了提问互动环节，气氛热烈。

荆门市消费者权益保护中心将持续开展“消费

维权进校园”活动，提高学生食品安全意识，远离垃圾食品、三无食品、五毛食品和过期食品，保护自己的身体健康。





十堰市张湾区开展 2023年“放心消费”主题实践活动

文/郭欣

为进一步优化营商环境，深入推进“放心消费创建”工作，提升放心消费的知晓率，维护社会和谐稳定、增强广大人民群众幸福感。11月14日，十堰市张湾区市场监管局、张湾区消委联合区创文办在万达广场开展“倡导诚实守信经营、共建放心消费环境”主题宣传活动。

活动中，工作人员向群众宣讲放心消费创建活动具体内容和重要意义，提高群众对“食药无伪劣、商品无假冒、服务无欺诈、投诉无障碍”和“消费安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”创建活动核心内容知晓率。通过悬挂横幅、摆放展板、分发宣传资料、现场介绍、接受群众咨询等方式，宣传《中华人民共和国食品安全法》《中华人民

共和国药品管理法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，耐心解答群众在日常生活中常见的各类食品安全、特种设备、儿童用药安全、消费者的基本权利、维权方式和渠道等问题，提醒市民在购买商品时的注意事项，指导消费者遇到消费纠纷时如何维护自身合法权益。

此次活动现场接待咨询100余人次，共发放宣传资料500余份，增强了经营者诚信守法经营意识，增强了市民的消费维权意识，提示广大消费者应自觉抵制和远离“假冒伪劣”商品，引导消费者懂法、守法，树立科学、理性的消费观念，切实解决市民生活中的难题，活动的开展受到了在场市民的一致好评。

房县消委推动“线下购物七日无理由退货”工作走深走实

文/邓文奎

为深化放心消费创建，提振消费信心，保障消费者无忧消费、大胆消费。近日，房县市场监管局、房县消费者委员会召开“线下购物七日无理由退货”启动仪式暨工作部署会，进一步推动“线下购物七日无理由退货”工作走深走实。

会上，来自全县各行各业的80名经营主体代表发起“线下购物七日无理由退货”倡议，主动承诺践诺，让消费更温暖。部分基层市场监管所负责人进行表态发言，将实施一行业一动员、一企业一倡导、一门店一承诺，以特色街区、大型商场、购物广场、连锁超市、龙头市场、特色产业、重点乡村、高速公路服务区等消费密集场所为重点区域，以服装纺织品、家用电器电器等商品为重点品种，积极动员更多线下

实体店参与七日无理由退货承诺。同时倡导在教育培训、美容健身、汽车、餐饮等消费领域推广实行七日无理由退“定”、退款。

今年以来，房县市场监管局、房县消费者委员会以创优营商消费环境为契机，全力强化行业自律，不断提升商品质量和服务水平，促进守法合法诚信经营体系建设，积极打造安全、放心、舒心的消费环境，助力县域经济持续高质量发展。截至目前，全县共开展“线下购物七日无理由退货”活动12场次，发放倡议书600余份，共授予60多户经营主体为“线下购物七日无理由退货”示范单位。接下来，房县市场监管局、房县消费者委员会将继续营造“质量放心、购买舒心、售后省心”的无忧消费环境。

“五度融合”推动消费维权联动机制建设

——襄阳市消费者委员会开展城市消费者满意度创建工作纪实

文/魏海霞

保护消费者合法权益是全社会的共同责任，近年来襄阳市消费者委员会以全国百城消费者满意度测评为主线，全面履责，积极作为，提振消费信心，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。截至10月底，两年来全市消委系统共受理消费者投诉11079件，已调解10697件，调解率为96.55%，为消费者挽回经济损失724.6万余元。市消委先后多次被中消协授予“全国消协组织消费维权先进集体”、被省消委授予“全省消委系统消费维权先进集体”，被团市委表彰为“青少年维权岗”，被市妇联评为“市三八红旗集体”，支部被市直机关工委表彰为“全市先进基层党支部”。在2022年的全国百城消费者满意度测评中襄阳市排名第25位，比上年度提升7名，进入全国第一梯队。

一、政府引领，提升消费维权高度。

襄阳市从2018年起，被列为全国城市消费者满意度测评参评城市。经市委主要领导批示，市市场监管局为消费者满意度测评工作牵头责任单位，市消委为主办单位。为做好测评迎检工作，切实提高城市消费者满意度，市消委连续五年提请市政府召开全国城市消费者满意度测评（襄阳）工作推进会，市区两级党政领导及相关部门负责人参加，代拟的《工作方案》以政府名义印发。市消委每年印制10万份《致全市消费者的一封信》，向社会发放，提高社会知晓率；多次组织企业开展调研会、座谈会，征求社会意见；组成专班，深入各社区指导满意度提升工作，形成政府、部门、社会、市民共同参与齐抓共管格局。在

社会各界的共同努力下，襄阳消费环境进一步得到优化，2022年襄阳市在全国城市消费者满意度测评中，比上年度进步7位，位列第25名，得到市政府相关领导的充分肯定。

二、畅通渠道，延伸维权共治广度

为高效处理消费纠纷，市消委发挥平台优势，畅通维权渠道，加强维权共治。一是持续推进和解平台运用。为方便消费者在线和解，降低涉诉企业成本，实现“互联网+在线和解”，连续三年印发《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》，提高全市企业入驻率，争取和解平台覆盖各行各业。目前全市入驻企业3733家，2023年新增1151家；平台投诉1371件，成功和解1328件，和解成功率96.86%。二是建立消费纠纷仲裁解决快速通道。同襄阳仲裁委达成协议，双方建立消费者权益争议化解工作对接机制，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《消保法》规定的仲裁解决消费纠纷途径落到实处。目前处理消费争议纠纷类案件21件，案件标的额2063.01万元。三是探索建立金融消费保护合作机制。与市金融消费保护与纠纷调解中心建立对接机制，将一般性金融消费类投诉转交市金融消保中心，由该中心解决并进行司法确认，处理结果反馈给市消委。重大疑难性投诉，双方共同解决。目前金融消调中心共受理金融类消费纠纷1492件，成功调解1351件，调解成功率90.55%。四是与市人民检察院建立知识产权类消费者权益保护公益诉讼工作协助机制。为加强对知识产权领域的消费者权益保护工作，

荆楚维权

市消委与市检察院对在履职过程中发现的生产、销售假冒注册商标或生产、销售假冒注册商标的商品等涉及知识产权类侵害众多不特定消费者合法权益的公益诉讼案件，建立线索共享移送、办案沟通协作、联席会议、问题研讨、宣传信息联合发布等工作机制。

三、聚焦难点，拓展消费维权深度

为营造良好消费维权环境，聚焦难点，组织相关单位开展系列创建活动。一是开展汽车消费“三心”创建活动。连续三年联合市商务局、市广播电视台开展襄阳市汽车行业消费“三心”创建活动，在襄阳广播电视台动力890节目授牌成立“超哥汽车消费维权工作室”，向七位“汽车维修法律专家”颁发聘书。“超哥汽车消费维权工作室”授牌后，共受理299起投诉，成功调解284件，调解率94.98%。二是深入推进“七天无理由退货”活动。连续四年在全市线下实体店推进“七天无理由退货”活动，目前，全市1061家企业参与，2023年新增509家，增长率92.2%，累计办理无理由退货71万件。三是发挥典型示范作用。积极推荐、培育我市行业领军、优质诚信企业争创省级消费教育示范基地、优秀示范店。全市共选树省级消费教育基地18家、线下无理由退货优秀示范店22家、全省最美维权人物4名。四是开展消费维权知识培训。为提升消费维权工作能力，2019年起已组织四次维权知识培训，全市消委系统、省（市）级消费教育基地工作人员、消费维权志愿者、相关企业管理人员等共计1000余人参加。培训就满意度提升工作、消费维权实务、食品安全消费维权等议题邀请省、市专家代表进行培训授课，强化业务交流和实操。

四、联动调查，加大社会监督力度

为加强社会监督，联合相关部门开展对商品和服务的消费调查、检查。一是创新联动食品安全社会监督。2021年起，市消委与市食安办创新联动，就本地食品安全工作开展测评、体查暗访和消费教育活动。先后开展生鲜猪肉送检消费体察、粽子比较试验、早餐食品（黄酒、豆芽等）消费调查等一系列食品安全社会监督活动。2022年，市消委、市食安办联合对45种绿茶产品开展比较试验，并形成《茶叶比较试验

报告》公开发布，被《中国消费者杂志》及省内外媒体广为转载。二是开展不公平格式条款点评活动。为保障消费公平，市消委深入挖掘消费领域存在的不公平合同格式条款，对四个领域十七条共性问题，形成《不公平格式合同条款点评报告》向社会公开发布。针对社会热点，组织市区两家二手车市场开展约谈劝谕，督促其合法诚信经营。三是开展校外培训平安消费专项行动。联合教育、文化旅游等部门对全市28家校外培训机构进行联合检查。截至目前，全市消委系统共受理校外教育培训类咨询与投诉203件，涉及金额30余万元。四是召开“观影消费侵权问题”约谈劝谕会。针对市区部分影院“强制消费者购买3D眼镜”问题，市消委对城区15家影院进行了集体约谈，要求影院经营者依法履行合同义务，免费提供3D眼镜，严禁强制消费。经约谈劝谕，影院做到规范经营，为消费者提供免费3D观影眼镜。

五、多管齐下，增加宣传教育维度

做好“3·15”系列宣传，连续4年联合《襄阳日报》开展《“3·15”有奖答题》，参与答题人数5万余人，经验材料入选中消协《百城市消费者满意度提升工作经验选编》。今年3·15期间，以全市消保联席会议形式召开全市3·15新闻发布会，向社会发布十大热点、十大典型案例。与市广电第5次联合举办“3·15在行动”现场直播特别节目，曝光消费维权热点、难点问题。在长虹路苏宁易购广场举办“全市3·15宣传活动”，全市24家单位参加，现场受理消费者咨询和投诉，开展了反传销、反电诈、水电燃气使用安全常识、消防安全、金融消费安全等知识宣传。全市12个县（市、区）局、消委同步开展形式多样、内容丰富的“3·15”活动，共发布3·15宣传短信450万条；播放公益广告4.5万条次；举办普法、现场咨询等活动150场次，参与活动3.2万人次；现场受理投诉210余条，发放宣传资料3.4万份；销毁假冒伪劣商品11大类80个品种价值438.73万元。

2024年，我们将一步深入学习贯彻二十大精神，围绕以人民为中心的理念，继续以饱满的热情，实干的精神，推动各项重点工作开展，不断提升消费者满意度。

鄂州市消委：

积极探索多元调解机制，强化消费维权协同共治

文/金涛 余英

近年来，消费维权工作面临新形势、新难度、新挑战，鄂州市消委在省消委的指导下，以强化消费维权协同共治为主线，探索运用社会联调机制，推动建立消费争议多元解决，发动社会力量参与消费维权，更广范围凝聚消费维权合力，共同缔造和谐消费环境。

一、平台联动，助推消费维权效能提升。

一是在线和解推进投诉降量。鄂州市消委在省消委的大力支持下，坚持“互联网+在线和解”的信息化理念，着力完善线上维权网络平台建设，为实现消费投诉“降量减压、提质增效”的工作目标，积极探索“湖北315消费投诉和解平台”联动“12315平台”化解消费投诉，已经基本实现12315投诉转和解功能，转接功能开通后，仅两个月12315共流转投诉94件进行前端和解，大大的减轻了基层调处压力，2023年和解平台受理投诉1273件和解成功1205件，和解成功率为94.66%，为消费者挽回损失79万元。二是平台预警推进风险研判。还充分发挥和解平台预警研判作用，及时研判消费热点和难点，对涉诉主体、涉诉行业、涉诉问题、涉诉热词、涉诉时间、涉诉区域等进行多维度信息分析和综合运用，强化投诉举报数据挖掘运用，增强投诉举报处置效能。其中，消保中心向市政府报送的《关于预付式消费存在的问题和建议》被市政信息室以专刊形式采用，市政府主要领导高度重视并作出批示。

二、党建引领，助推消费维权主体责任落实。

市消委联合市场监管部门融合市场监管职能优势，以党建工作促进市场发展，引导企业履行社会责任，主动作为，联合建立消费维权联动机制，形成力量、手段和专业互补的服务模式。今年5月底，鄂州

市市场监管局、市消委到唯品会联合开展了“党建引领 质量强企”的特色支部主题党日活动，消费维权与党建工作紧密结合，开展送法进企业、消费投诉案例交流，引导企业建设诚信体系和强化服务意识。11月“双十一”前，唯品会还主动邀请消委、市场监管继续联合开展支部主题党日活动，将党建引领、政企联动常态化开展。唯品会入驻315和解平台以来，主动和解消费投诉430件，和解成功率高达98.6%。

三、协同赋能，助推消费者权益得以保障。

为全面打通消费维权“最后一公里”，围绕消费者权益受到侵害且难以追回的难点堵点，积极加强部门协同，强化“闭环管理”，打造消费维权“快通道”：一是在“联”字上下真功。与市检察院、市法院等部门建立联席会议制度，定期召开部门联席会议，共同协商解决消费维权工作中存在的问题；联合市检察院、市法院等7部门出台《关于建立民事支持起诉协作配合机制的意见》，在省内率先将“群体性消费者合法权益受到侵害而主张民事权益的”纳入检察院支持民事起诉的范畴，提升了检察部门对消费者权益保护工作的制度化水平；二是在“快”字上动真格。及时将消费维权和风险监测中发现的涉嫌侵害群体消费者合法权益信息移交至市检察院。8月份，向市检察院移交游泳馆预付式消费群体投诉案件线索1件，市检察院委托鄂城区检察院进行调查核实；10月份，鄂城区检察院立案77件，支持77名消费者民事起诉。三是在“实”字上见真章。目前，游泳馆负责人与77名消费者分别签订《民事调解书》，与消费者达成和解，退还消费者经济损失共计20万元。

四、查调协作，助推消费维权靶向治理。

市消委主动借助监管部门可依法对违法行为查处的职能优势，通过诉转案实现受理投诉与查办侵权行为之间的有效衔接。坚持问题导向，对投诉举报较集中的问题进行靶向“治理”，精准指导一线监管，查办价格违法案件14件，下达处罚金额178余万元，反不正当竞争案件6件，罚没89万元。开展打击制售假冒伪劣和虚假宣传整治，整顿和规范市场经济秩序，共查办商标侵权、假冒伪劣商品类案件35件，处罚金额19余万元；针对群众反映突出的预付式消费问题，结合市场监管职能职责，对预付式消费中涉及的霸王条款、虚假宣传、违法广告、明码标价、个人信息泄露等问题开展专项整治，对3家拖延、拒绝退还消费者充值卡并闭店停业的商家予以重处，并列入经营异常名录或严重违法失信名单，帮助消费者挽回损失5.7万元。

五、创建赋能，助推放心消费环境升级。

今年以来，以贯彻落实省局“消费维权五大

行动”决策部署，重点抓好“三个一”，持续推动“放心消费”提档升级，创建安全放心消费环境。

一是“一盘棋”统筹。市政府组织23家市直单位召开放心消费创建工作联席会议，通过明确创建目标任务，压实创建工作责任，推动“放心消费创建”行动走深走实；二是“一体化”推进。紧扣消费者关注的行业和领域，引导和规范商超、酒店、市场、景区、乡村、企业主动参与创建，动员和指导由单个市场主体“自创”向行业链条“联创”和街区扩面“众创”方向延伸，最终实现“放心消费”创建的全域化；三是“一揽子”保障。对照放心消费创建标准，按照“成熟一家、培育一家、上报一家”的原则，精细培育放心消费单位。同时，常态化开展动态监管，对放心消费单位进行实地抽查，做好做精放心消费文章。目前，鄂州已成功创建38家省级放心消费示范单位，46家市级放心消费示范单位，预计今年12月底，新增省级放心消费示范单位10家，市级放心消费示范单位40家。

（上接第33页）

突出“三个”重心，打造调解品牌；深化“诉调”联动。推进“12315”行政投诉调处与人民调解对接机制建设，强化城区消费纠纷集中统一多元闭环处置，力争将矛盾化解在基层，解决在萌芽状态。2023年1-10月，通城县12315、12345两个平台共受理投诉举报1497件，已办结1419件，为消费者挽回经济损失共计75.45万元。4名专职调解员成功化解涉诉纠纷311起，挽回经济损失17.8万余元，执行率100%，收到消费者赠送“人民的好公仆、消费者的守护神”等锦旗2面。

加强“诉转案”力度。以实现社会共治为目标，通过加大对故意损害消费者合法权益的“诉转案”力度，进一步加大行政立案执法力度，震慑经营者违法行为，助力实现消费者权益保护和市场环境净化的“双目标”，今年上半年成功办理“诉转

案”案件6起，没收违法所得并处罚款61.5万元。

7月26日，咸宁市市场监管局在通城召开全市消费者权益保护暨城区消费纠纷集中处置现场会，推广我县消费纠纷调解工作经验做法。今年68岁的人民调解员卢峻，在市场监管系统工作30多年，曾多次荣获“先进工作者”等称号。自今年3月被聘为人民调解员以来，和调解员吴中平密切配合，成功调处各类消费纠纷案件145件。为城区市场监管所减轻了工作压力，腾出人力加强“四大安全”监管，开展各项专项整治和“创食”工作。

下一步，通城县市场监管局将逐步壮大专业调解队伍，提升调解办案的质量，打响“有消费纠纷，找人民调解”的服务品牌，为通城加快打造一流营商环境、建设中部地区制造业强县中展现头雁风采，贡献“通城人民调解之力”。

安陆市从五个方面着力提升消费维权工作

文/袁 剑

安陆市市场监管局把做好消费维权工作，作为优化营商环境、提振消费信心、服务县域经济可持续发展的重要环节，在安陆市委市政府的大力支持和全力推动下，围绕建立多维度、广辐射、全方位的消费维权体系，广开渠道、疏堵并举、勇于实践、狠抓落实，努力营造放心安心舒心的消费环境。

（一）加强阵地建设，稳固消费维权支点。

逐一疏通和解决制约消费维权工作的繁琐节点，建立高效、快捷的消费维权通道。一是理顺维权体制，明晰指导、统筹、建立、督办消费维权各项工作部门职责，建立健全岗位考核机制，纠正过去存在的部门“多头维权、界限不清”、“多头指导、口径不一”以及基层单位“多头应付、无所适从”等现象；二是结合12345热线与全国12315对接并网契机，加强人员操作技能培训，把“一提高、两杜绝”即，提高效能评估责任意识，杜绝未办初查件超期、未办办结件超期现象作为工作底线，考核“红线”；三是全面落实全国12315消费投诉信息公示平台上线运行工作要求，自10月20日上线运行至今，平台共受理投诉件101件，按照规定公示89件，不予公示11件，撤销1件。

（二）聚焦社会关注，破解消费维权难点。

今年以来，冠名“新能源科技”、“环保科技”、“快递物流科技”的企业被全国各地大量投诉，据统计，该市现有以“科技”命名企业513家，

以“快递物流”命名的企业97家。部分企业“挂羊头卖狗肉”，从事违法经营，仅政府网站集约化平台和全国12315平台上半年的统计数据显示，冠名“新能源科技”、“快递物流科技”企业被投诉举报逾百件，极大的扰乱市场经营秩序，成为消费维权的难点问题。为此，该局主动汇报、积极作为，提出联合整治工作建议，在市委市政府的统一组织协调下，成立由信访、公安、市场监管等部门组成的工作专班，联署办公，集中治理，经过近三个月的专项整治，涉嫌合同欺诈乱象得到有效治理。近期，在市场监管部门的积极参与和协同配合下，公安部门打掉了一个以加盟、物流公司为名骗取加盟费的诈骗团伙，抓获犯罪嫌疑人13人，有效的震慑了不法经营分子。目前，该类型投诉举报量得到大幅降低。

（三）依托共建赋能，疏通消费维权堵点。

汇集各投诉平台大数据，对近年来消费投诉举报案件进行比对分析，发现因合同产生的矛盾纠纷占比呈上升趋势，为了最大限度的保障消费者的合法权益，该局聚集行政、司法以及社会各类资源，齐心协力，共同营造安心、放心、舒心的消费环境。一是与市法院共同建立纠纷调解与诉讼对接机制。其主要做法是，市法院收消费纠纷案件起诉状正式立案之前，可以委派市消委调解委员会先行调解，调解成功并经法院审查后，出具具有法律效力的民事调解书或司法确认决定书。调解不成功的，

荆楚维权

转入诉讼程序，法院可再次邀请调解委员会调解人员参与诉讼调解，力促双方当事人自愿、合法的基础上达成调解协议。二是建立和完善投诉多元化处置工作机制。积极动员社会力量参与维权工作，通过搭平台、建机制、强管理逐步形成“线上和解、社会联调、行政治理”“三驾马车”并行的消费投诉多元处置工作机制。同时，加大技术投入，建成“云调解”工作室，实现千里之外，面对面调解的工作场景。据不完全统计，近两年，通过“湖北315消费投诉和解平台”投诉消费纠纷121件，均全部实现线上自行和解。三是对投诉量较大的企业加大法律法规宣传力度，提高企业诚信经营意识；同时，采取行政约谈、责成整改以及修改格式条款进行备案等方式，规范企业经营行为。今年7月，该市一家全屋定制公司，与襄阳两名消费者发生合同履行矛盾纠纷，被当地媒体进行了曝光，得知情况后，该局带领企业负责人迅速赶赴襄阳进行处理，在经过多方沟通后，责成企业负责人当场重新修改合同条款，在安陆、襄阳两地市场监管部门及消委会的共同努力下，事情最终得到圆满解决。《中国质量报》、《湖北日报》及省消委等各媒体网站进行了报道。

（四）注重示范引领，把握消费维权重点。

对历年各级市场监管局、消委会组织授予的放心消费示范商户、消费维权服务示范站（点）、七天无理由退货优秀示范单位，进行全单位“大起底”，开展全覆盖“回头看”，看荣誉牌匾是否悬挂、创建标识是否更新、承诺书是否张贴、维权站（点）标识牌是否规范、工作职责及投诉电话是否公示，引导示范商户“亮创建品牌、强责任担当”；同时，针对少数放心消费创建示范商户存在的“创建、示范两张皮”现象，积极引导示范商户入驻全国12315平台ODR（在线纠纷和解机制）或“湖北315消费投诉和解平台”，在线解决消费矛盾

纠纷；此外，还按照“线下购物无理由退货县级覆盖率达到100%”的工作目标，广泛推行和倡导线下实体店7日无理由退货，引导实体店“户户信守承诺、店店争创示范”，共引导示范商户入驻全国投诉平台ODR 42户，入驻“湖北315消费投诉和解平台”611户，倡导承诺无理由退货实体店634户。

（五）规范源头治理，创新消费维权亮点。

本着“一手抓源头治理、一手抓消费维权”的工作思路，近年来，该局围绕食品安全，积极探索实践“智慧监管+消费维权”，“片区经营+消费维权”以及“生产性企业+消费维权”等多种监管方式，推进消费维权阵地前置、关口前移。一是建成食品药品安全远程智慧化管理系统。由市政府投资600万元建设智慧化管理系统，对全市320家学校幼儿园食堂、社会餐饮、药店、食品生产经营企业等单位进行远程监管，安装1620套带AI自动识别预警功能摄像设备，打造全链条、实时、动态、闭环式联动的食品安全管理机制；二是建成小作坊集中加工区。市政府投资1480万元，由市浩源公司收购华美智造园1期4689㎡厂房，实行食品生产加工小作坊“统一规划、统一建设、集中监管”的区域监管新模式，目前已有16家小作坊搬迁入驻；三是建成府东夜市一条街。市政府投资380余万元对府东夜市一条街的外墙立面进行统一设计、统一施工、统一形象，统一制作街边小品、室外座椅和灯光系统。市市场监管局从许可证照、环境卫生、制度建设、明码标价等方面对经营者进行统一规范，引导相关行业成立米粉协会、烧烤协会，营造食品安全和消费维权社会共治格局；四是在湖北神丹健康食品公司等5家生产性企业建立消费维权站试点，动员建站企业入驻全国12315投诉平台ODR和“湖北省315消费投诉和解平台”，让消费者维权有渠道、维权有信心、维权有底气，同时，倒逼企业提高经营水平，优化产品质量，严格责任管控，强化社会担当。

通城县建立多元调解机制 打造消费维权品牌

文/杨 海

今年以来，在省、市市场监管局的指导下，通城县市场监管局深入开展城区消费纠纷集中统一多元闭环处置试点工作，成立消费纠纷人民调解委员会。并以此为契机，积极创新工作方式，立足机制优化、队伍构成、制度革新、处置闭环、规范管理、绩效提升，建立行政调解、人民调解、司法调解“三调对接”机制，组建退休维权党员先锋队，打造消费维权联动品牌，助力通城县域社会治理现代化建设，优化消费环境，提升居民消费意愿。

落实“三建”措施优化工作机制；建立城区“五室”闭环处置机制。在12315投诉举报中心设立消费纠纷和解室、消费维权工作室、消费纠纷人民调解室、消费纠纷裁解室、消费维权执法室等“五室”，着力实现“六个一”，即消费纠纷调解有一个法定机构、有一支强大处置队伍、有一个良好办公环境、有一套完善运行机制、有一批典型维权案例、有一套完整归档程序。实现对群众消费维权“一窗口受理、一站式接待、一条龙服务、一揽子解决、全过程管理”，切实维护消费者合法权益。

建造消费维权一张网。建立起“消费维权服务站、消费维权工作室、企业在线消费纠纷解决平台(ODR企业)、消费纠纷人民调解委员会、消费者权益保护工作联席会议制度”五方功能互补、纵向到底的“五位一体”维权网络以及“诉调、行调、访调”、“三调联动”、横向到边的调解体系。构建“登记、分办、办理、督办、监督”的闭环消费纠纷处置机制，健全消费纠纷多元化解体系，高效化解消费纠纷，提高消费者满意度。

建立“专职+专业”人民调解工作机制。通过返

聘3名懂法律法规、业务能力强的退休老党员，聘任懂沟通技巧、知识结构全面的年轻人，调集城区市场监管所临近退休、擅长调处纠纷的监管人员以及消保、消委、12315工作人员，打造一支“专职+专业”的人民调解队伍，分别安排在“五室”之中，明确各自岗位职责，为城区化解消费纠纷提供人员保障。

优化“三项”流程强化处置闭环；优化“五室”工作流程。建立健全“和解—消费维权—调解——裁解——执法”五室工作流程，形成“登记、转办、处置、反馈”的闭环处置机制，实现“纠纷妥善化解，诉求有效解决，违法行为坚决查处”的良好局面。

优化制度规范建设流程。全面加强组织、工作、制度、流程四个规范化建设，做到场所建设“四个统一规范”(即名称统一规范、标识统一规范、程序统一规范、文书统一规范)，建立一整套集中统一多元闭环处置城区消费纠纷的工作制度，确保消费纠纷调解有标可依、有章可循。

优化档案管理流程。根据“一案一档”的原则，统一档案管理标准，及时收集、整理、保存好消费者投诉材料档案，做到应归尽归、应收尽收，力求简单明晰，层次和类别一目了然，确保有章可循、有据可查。

建立案件信息数据库。对所有消费纠纷案录入案件信息数据库，以“库”为基，通过分类、统计，分析案例信息，对某片区、某领域或某一时期的消费纠纷高危风险点进行预测，制定科学有效的风险防控措施和预警处置机制，提前采取针对性化解举措，做到早发现、早介入、早化解。

(下转第30页)

合同指定私教全离职 消费者能否要求退卡退课？

文/刘祥斌 段紫微

【案情简介】

王先生夫妻二人与某健身房签订《会籍合同》办理了5000元的会员卡，又与健身房签订《私教课程合同》陆续购买了9万余元各类健身私教课程，《私教课程合同》中明确约定由特定的私教进行授课。一年半后原先指定的私教全部从该健身房离职，健身房为王先生夫妻二人更换私教，但王先生二人不愿意接受，要求健身房退还剩余未使用的会员费及私教课程费，健身房以《私教课程合同》附件中约定健身房有权更换私教为由拒绝退卡退课。

案例分析

（一）《私教课程合同》中健身房有权更换教练的条款对消费者主要权利进行不合理限制，应属无效条款

王先生夫妻二人与健身房签订的《私教课程合同》附件中，约定健身房有权为消费者更换私教，同时也约定消费者若想要更换私教必须提前72小时提出申请并由健身房审批通过。上述约定都是健身房用以限制消费者主要权利的格式条款，且健身房未能提供证据证明在订立合同时向消费者就该格式条款进行了特别提示、告知及充分磋商，该格式条款应属无效。

（二）私教课具有较强人身属性，合同指定的私

教全部离职，合同目的已无法实现

《私教课程合同》具有较强的人身属性，消费者是基于对特定私教的信赖而与健身房签订相应私教协议。《私教课程合同》所约定的私教已全部离职，导致消费者不能获取特定私教指导，合同目的已无法实现，因此，健身房构成违约，未履行完毕的《私教课程合同》应当解除。

（三）《会籍合同》与《私教课程合同》相互捆绑，应当一并解除

会员费方面，由于消费者必须办理会员卡成为会员后，方可购买私教课程，《会籍合同》与《私教课程合同》实际是相互捆绑的，应当一并解除。

律师提示

（一）预付消费谨防“霸王条款”，消费者应擦亮双眼

近年来，预付式消费越来越常见，除了健身休闲领域，还涉及美容美发、教育培训、家政服务、衣物清洁、蔬果生鲜等基本生活消费领域。这类预付消费卡纠纷案件中，经营者往往会在合同中设置大量诸如“一经办理概不退卡”、“超出期限一律作废”、“一旦退卡过往消费按原价计价”等不公平的格式条款。建议消费者在签订合同之前仔细阅读合同，尤其是标黑加粗的条款，有必要的可以要求经营者对相关格式条款进行专门的说明，尽可能保护自身的合法权益。

（二）经营者应合理设置格式条款，主动向消费者提示说明

判断格式条款是否有效，应结合合同全文约

定及经营者的提示说明情况。若条款内容不合理地免除或者减轻经营者的责任、加重消费者责任、限制或者排除消费者的主要权利，将被认定为无效条款。经营者应当消除原有的“约定就免责”的错误认识，合理设置条款内容。对于可能加重消费者责任的条款，应通过加黑标粗或下划线等方式进行提示，并积极主动向消费者提示说明，保障消费者的知情权与选择权。

法律依据

《中华人民共和国民法典》

第四百九十六条：格式条款是当事人为了重复使用而预先拟定，并在订立合同时未与对方协商的条款。采用格式条款订立合同的，提供格式条款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务，并采取合理的方式提示对方注意免除或者减轻其责任等与对方有重大利害关系的条款，按照对方的要求，对该条款予以说明。提供格式条款的一方未履行提示或者说明义务，致使对方没有注意或者理解与其有重大利害关系的条款的，对方可以主张该条款不成为合同的内容。

第四百九十七条：有下列情形之一的，该格式条款无效：

（一）具有本法第一编第六章第三节和本法第五百零六条规定的无效情形；

（二）提供格式条款一方不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利；

（三）提供格式条款一方排除对方主要权利。

《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。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……服务的内容、规格、费用等有关情况。

第九条：消费者享有自主选择商品或者服务的权利。

消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。



（上接第43页）

2. 查验产品的国家强制性产品认证（CCC认证），实际购买的车辆与随车证书、合格证信息是否一致，可以登录<http://cx.cnca.cn/>（全国认证认可信息公共服务平台）查询强制性产品认证证书真伪。

3. 不购买无合格证、无厂名、厂址、无CCC认证、不符合强制性国家标准的电动自行车；不购买各类经过改装、拼装的电动自行车，对已购买的电

动自行车产品不私自进行改装；

4. 要向商家索证索票，并保存好随车的合格证、车辆一致性证书等相关材料。

三、温馨提示

消费者在购买电动自行车时如发现经营者销售的电动自行车相关零部件参数与合格证上不一致，或者不符合电动自行车相关强制性国家标准的，可以通过12315热线电话向天门市场监管局举报，维护自己的合法权益。

潜江市消委总口分会： 诱导办理消费贷 依法调解挽回损失

文/柳春龙

【案情简介】

2023年11月8日，潜江市消委总口分会收到消费者现场投诉，2023年9月1日投诉人郭某在沙龙会上体验购买了一套价格为46300元的碧波庭仪器套装，上述购买仪器的钱为投诉人现场办理贷款所购买的。投诉人认为在购买上述仪器过程中卖家存在引诱消费的行为，引诱其过度超前消费，导致其陷入高额贷款陷阱，侵犯了其合法权益。消费者诉求：要求退货退款。

【处理过程及结果】

潜江市消委总口分会在接到消费者现场投诉后，迅速对投诉人和有关人员展开询问调查了解情况。经查明：2023年9月1日投诉人郭某参加了沙龙会时，在会场人员轮番洗脑推销下，引导其在分期乐APP上开通网贷服务进行借钱消费，郭某最终购买下了一套价格为46300元的碧波庭仪器套装。此后投诉人郭某使用了上述碧波庭仪器套装的部分产品。投诉人郭某认为卖家引诱过度超前消费，导致陷入高额贷款陷阱，侵犯其合法权益。经潜江市场监管局总口市场监管所协商，何娟芳按市场价折旧部分已使用的商品，共计退款人民币25000元。

【案例评析】

根据《消费者权益保护法》第五十六条第

(八)项的规定，被投诉人对消费者提出的退货退款的请求不能无理拒绝。通过潜江市消委总口分会进行调查、调解，被投诉人按市场价折旧部分已使用的商品，向投诉人共计退款人民币25000元。

潜江市消委提醒广大消费者一定要提高警惕，在进行超前消费等行为前要慎重考虑，防止轻率的决定带来不必要的麻烦。建议消费者在购买较为贵重的物品时，一定要保留发票、转账记录等证据，以便发生纠纷时维权有据。消费者还应当尽量选择有实力的商家，可以使用天眼查等网站查询企业的工商信息，根据注册时间、实缴资本、法律诉讼情况和其他经营信息，判断该商家是否可信。经营时间长、实缴资本多、规模大、信誉好的企业预付式消费比较有保障。而在发生纠纷的时候，消费者可以在湖北315和解平台、当地消费者委员会等相关部门或拨打12315投诉维权，积极维护自己的合法权益。



湖北省市场监管局 湖北省消费者委员会 关于电热毯安全使用消费提示

文/湛 信 禹 静

近期气温骤降，电热毯消费需求激增，为切实保障广大消费者的生命财产安全，深化“放心消费还是湖北”消费品牌创建，湖北省市场监管局、湖北省消费者委员会联合发布消费提示，提醒消费者在选购和使用电热毯时注意以下几点：

一、电热毯选购提示

一看CCC认证标识和合格证。电热毯产品自2018年8月1日起列入国家强制性产品认证（CCC认证）目录，请消费者切勿选购、使用没有CCC认证标识和产品合格证的不合格产品，保障安全减少隐患。

二看电磁辐射指标。建议消费者选择达到或优于行业标准QB/T2994-2020《电热毯、电热垫和电热褥垫》中规定的电热毯电磁辐射指标的产品，降低使用辐射量。

三看外观和尺寸。质量好的电热毯手感平整，面料柔软无漏针、不刺激皮肤，内部的电热线排列整洁规则，无交叉重叠和打结现象，消费者可根据床铺大小选购合适尺寸的电热毯。

四看功率和功能。建议单人使用功率不超过60W，双人不宜超过120W；优先选择带有指示灯、自动断电、双区调节、面料可水洗等多重保护装置功能的电热毯。

五看声誉和售后。建议消费者选择具有良好品牌声誉的厂商生产的电热毯，这些厂商产品质量、售后服务等更有保障。

二、电热毯使用提示

一是阅读安全说明书和使用指南。建议消费者使用电热毯前仔细阅读产品安全说明书、使用指南，按

照其上规定正确使用、维护和存储电热毯。

二是使用前检查电热毯表面无破损、焦黑，插头无受损松脱，确保铺平无折叠，折叠使用可能会因局部过热，造成火灾。

三是通电时间不宜过长，一般是睡前通电加热，床铺被褥捂热后关掉电源再睡，不建议通宵通电使用，以免夜间睡眠时电磁场长时间暴露。

四是使用时不要与人体直接接触，上面应铺一层被单或薄被褥，谨防烫伤。电热毯不用时一定要切断电源，以防无人看管时酿成事故。

五是注意安全使用年限。合格的电热毯产品上必须附有安全使用年限标识。根据行业标准QB/T2994-2020《电热毯、电热垫和电热褥垫》规定，电热毯的安全使用年限为6年，超过安全使用年限的电热毯存在能耗增加、安全隐患大增等问题，建议消费者及时更换。

三、维护合法权益

请广大消费者购物时理性消费，选择信誉良好的正规经营渠道购买，避免在不知名或者非法网站购物，以免商品质量和售后服务难于保障。购买后请务必保存购物凭证，包括发票、产品吊牌、商品网页介绍截图、聊天记录、支付记录、合同等，均可作为出现质量问题等消费纠纷的维权证据。

一旦发生消费争议，请您及时拨打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”投诉，及时维护自身的合法权益。

湖北省消委发布2024年元旦假期消费提示 充分体验旅游乐趣 开心快乐欢度新年

文/禹 静

2024年元旦假期即将到来，很多消费者都有外出旅行计划，放松心情、享受生活，充分体验旅游乐趣，开心快乐欢度新年！湖北省消费者委员会在此提醒广大消费者，外出旅行请注意以下五点：

一、精心规划安排。

元旦假期外出旅行人员多，有外出旅行计划的消费者，建议提前预定好交通、景点、住宿，了解景区承载情况，确保旅行安全顺利。选择个人自驾游的消费者，应提前规划旅游路线，了解线路路况、景区情况，错峰出行，对车辆进行全面检查与保养，严格遵守交通安全法律法规，切勿疲劳驾驶。外出旅游家中长时间无人时，注意关闭水电气开关阀门，避免起火漏电漫水等安全事故。

二、签订规范合同。

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，签订规范旅游合同，对旅游的总费用、行程安排、自费项目、交通、住宿、餐饮、退团、合同变更、双方权利义务、违约责任等事项进行明确约定，索要金额对应正规发票。如果旅行团有强制消费行为可向文旅部门进行举报。

三、谨慎预付圈存。

坚持“一游一签”“一团一签”，不要打包购买两条以上的旅游线路，不要轻信提前预付款能获得多种优惠或返利承诺。切勿因口头优惠多而选择已

经被有关部门警示提醒、存在较多负面信息的旅行社。注意预存金额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”的上限标准，否则商家违规，甚至涉嫌非法集资，资金安全隐患较大。

四、杜绝餐饮浪费。

元旦游玩期间，切实注意饮食安全，外出就餐请选择卫生健康达标餐饮单位，不要暴饮暴食、酗酒贪杯，坚决做到喝酒不开车、开车不喝酒。拒绝食用各类野味或非法捕捞渔获物。自觉养成节约粮食习惯，主动践行“光盘行动”，引领社会积极风尚，勇于举报餐饮浪费，做制止餐饮浪费的先行者、践行者、宣传者、监督者。

五、弘扬文明新风。

请广大消费者在外旅行时，切实注意人身财产安全，不猎奇未开发的“野景区”，遵守法律法规，遵循公序良俗，保护文物古迹，爱护生态环境，带头弘扬文明旅游新风。

节日期间，遇到食品质量安全、价格欺诈、假冒伪劣、计量不准、无故推诿退换货、强制销售、虚假宣传等侵害合法权益的行为，请您及时拨打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，维护自身的合法权益。

宜昌市消委发布： 做“医美”之前必须了解这些

文/王李华

01. 测评排名前五名

2023年9月1日至10月31日，宜昌市委文明办、宜昌市市场监管局、宜昌市消费者委员会联合开展了第二十一屆“万名消费者评诚信 医美行业满意度测评”活动。经过消费者网络投票和专业评审，现将测评结果排名前五的参评单位（含医院科室）公示如下：

三峡大学附属仁和医院
当阳市人民医院
宜昌市第二人民医院
宜昌市中医医院
宜昌市第一人民医院

02. 测评整体情况

本次医美行业满意度测评总分为100分。其中消费者评价占比40%，计40分；专业评审占比60%，计60分。测评最终得分为两项之和。

消费者评价部分采取线上问卷调查的方式，问卷涉及“服务供给和营销合规”、“服务质量和守信履约”两个方面，共计8个问题。线上调查共采集了25620份有效问卷。调查结果显示，参评的38家医美机构消费者评价平均分为32.499分，总体满意度达到良好水平（≥80%满意度）。

专业评审部分则采取量化评分形式，涉及联合执法评价、投诉及处理、负面信息公示三个方面。38家参评医美机构平均分为56.07，总体评分达到优

秀水平（≥90%的评分）。

综上所述：我市医美行业竞争、交易秩序总体平稳。

03. 消费者意见和建议

经过对调查问卷主观题（不计分值，不计入总分）的分析归纳，消费者重点反映了以下六类问题：

一是相较于营利性医美机构，对非营利性医院更信赖。消费者对营利性医美机构的营业资质、职业规范、内部管理担忧较多；二是消费者对医美行业乱象，例如非法行医，超范围过度使用药品和器械，虚假宣传、价格“刺客”等行为关注度较高；三是希望通过提升医美科普和投诉处置效能，化解消费者对医美的科学性、合法性、安全性认知相对局限的问题；四是加大对爱美人士理性消费的引导力度，着重关注未成年人医美问题。相较于成年人，未成年人更容易遭遇诱导、欺骗，从而被一些不良医美机构诱入“医美贷”的陷阱；五是提升专业技术是医美机构长足发展的硬性条件。希望通过医院联盟的形式，加强各医美机构的交流合作，帮助县一级医美机构拓展医美项目；六是消费者希望通过保险机制的介入解决医美后顾之忧的需求。建议医美机构与保险行业合作，配备相关保险。医美保险可以最大程度规避或降低风险，让医生安心“主刀”，消费者无忧变美。

荆楚维权

04.消委建议

（一）就消费者而言，应合理期待，理性消费

消费者要充分认知医美消费属于“创伤性消费”的本质特点和美的多元性，不断提升自身美学修养，避免过度容貌焦虑。在确定需要接受医美服务后，提高自己的安全保障意识和医美相关常识，增强对医美服务风险的了解和认知，形成对服务效果的合理期待，理性适度消费。

消费者一是可登录国家卫健委官网核实《医疗机构执业许可证》、医师执业资格证书、药品和医疗器械等信息，避免接受不具备相应资质或从业资格的机构和个人提供的医美服务，或使用未经政府主管部门批准、注册或备案的药品和医疗器械；二是可向医美机构索要服务项目所用器械产品的合格证、溯源码等资料；三是要注意留存接受服务前后的对比照片、费用支出凭据、签名文书等相关材料，切忌在空白或有留白的文书中签名。

（二）就医美机构而言，应规范经营，诚信履约

医美机构一是应规范营销行为，如实介绍、宣传服务内容和效果，杜绝虚假宣传，不得违背社会良好风尚，不得制造“容貌焦虑”；二是加大信息公开力度，主动公示机构资质和人员执业资格情况、使用药品和医疗器械信息、服务项目等内容，提升服务透明度；三是规范价格行为，落实明码标价要求，不得在标价之外加价，不得收取任何未予标明的费用，禁止价格欺诈；四是根据自身条件和能力在卫生健康主管部门批准或备案的诊疗科目范围内开展医疗服务，不得擅自扩大诊疗范围；五是与消费者积极使用示范文本签约、诚信履约，推动医美服务市场有序运行、良性发展。

（三）就监管部门而言，应积极引导，协同监管

医美属于医疗活动，“医美安全”是消费者最关心和最担心的问题。医美监管部门一是要坚持保护消费者健康安全底线，完善行业准入的法律法规；二是应加强部门协同综合监管，在现有法律

法规框架下，从事前准入、联合抽查检查、协同监管、行刑衔接等多个维度同时发力，构建高效联动的行业监管体系；三是统筹监管规范和促进发展，充分考虑医美行业规律特点，强化信息公开和信用约束。

（四）就行业协会而言，应加强行业自律，促进行业健康发展

行业协会应建立健全行业规范，制定行业自律和监督管理的长效机制，消除消费者与经营者之间的信息不对等，将更好的服务、技术带给消费者。加快推进产品标准的透明化，提升行业整体系统化水平。

任何一个行业的发展，都要经历从不成熟到成熟的阶段。下一步，宜昌将在医美行业监管方面做以下努力：一是引导所有医美行业从业者遵守相关法律法规，重视安全，规范服务；二是对标消费者的新期待、新需求，不断加快技术更新迭代，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，打造良好的医美行业消费环境和消费体验。可以预计的是，宜昌的医美行业正在不断向专业化、规范化发展，未来将惠及更多的消费者，让市民消费者的“变美”之路安心不“闹心”！



咸宁市消委发布美容服务消费提示

文/杨彦峰

为切实保护消费者合法权益不受侵害，咸宁市消费者委员会发布美容消费提示，提醒消费者要安全文明理性消费。

一、了解什么是“生活美容”与“医疗美容”

生活美容是指运用手法技术、器械设备并借助化妆、美容护肤等产品，为消费者提供人体表面无创伤性、非侵入性的皮肤清洁、皮肤保养、化妆修饰等服务的经营性行为。

医疗美容是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑，包括外科手术和激光光子治疗。医疗美容是一种医疗行为，它的风险要高于生活美容。

二、选择医疗美容前的注意事项

（一）看机构资质。合法的医疗机构必须在显眼的场所公示其《医疗机构执业许可证》。同时，还需关注《医疗机构执业许可证》上的诊疗科目，比如医疗美容手术需要全身麻醉的，医疗机构必须取得麻醉科诊疗科目。

（二）核对人员资质。实施医疗美容的医师必须具有《医师资格证书》《医师执业证书》，两证不可缺。除此之外，按照《医疗美容服务管理办法》第十八条规定：“医疗美容服务实行主诊医师负责制。医疗美容项目必须由主诊医师负责或在其指导下实施。”医疗美容主诊医师必须满足相关工作的年限要求才具有美容主诊医师备案资质。外国医师来华短期行医还须取得《外国医师短期行医许可证》。核对使用的药物和器械，不管是进口还是国产的药物或者器械，都必须依法注册或备案，必须要有合格证明文件，必须要有中文标识，具体信息可以在国家药监局官网查询。

（三）保存医疗文书和收费凭证。手术前，要详细了解手术情况及风险，保留好手术同意书、病历、消费凭证等资料。这些医疗文书不仅可以确保美容消费者知情的合法知情权益，还能在出现医疗纠纷时作为有力证据。

三、商家应当诚信经营

经营应当守法诚信经营。一是规范经营行为，如实介绍、宣传服务内容和效果，杜绝虚假宣传不得违背社会良好风尚；二是加大信息公开力度，主动公示机构资质和人员执业资格情况、使用药品和医疗器械信息、服务价格等内容，提升服务透明度；三是规范价格行为，落实明码标价要求，不得在标价之外加价，不得收取任何未予标明的费用，不得违法实施价格欺诈行为；四是在卫生健康主管部门批准和备案的诊疗科目范围内开展医疗美容服务，不得擅自扩大诊疗范围；五是教育、引导和督促从业人员严格遵守相关法律法规和诊疗规范要求，使用来源合法的药品和医疗器械，保障消费者人身安全；六是建立健全服务前、服务中和服务后全过程风险告知和防范机制，积极稳妥化解医疗美容服务纠纷。

四、留存证据及时维权

广大消费者要科学理性消费，追求美丽的同时也不要忽略健康安全；要妥善保管好签订的相关协议、付款凭证、收据、发票等证据；每次消费时，要问清消费金额，掌握预付卡的余额，并留取消费凭证，防止预付卡金额被额外扣减。如果产生消费纠纷，自行协商未果，请及时拨打商家所在地12345市民便民服务热线或登陆全国12315投诉举报平台进行投诉举报，积极维护自身合法权益。



襄阳市消委“双十二”消费提示

文/文 勇

“双十二”购物节已至，各大购物平台的促销活动五花八门，令人眼花缭乱。为了让广大消费者能够买得安心、用得放心，襄阳市消费者委员会在此发布“双十二”购物提示：

选择平台要谨慎

在选择购物平台时，要选择正规、有信誉的平台进行购物。切勿相信过度夸大的广告宣传和不实商品评价。同时，要提高风险意识，注意保障个人信息的安全，避免个人信息被恶意盗取。

消费观念要理性

“双十二”期间许多商家会推出各类促销活动，但也存在部分商家先提价再打折，造成打折优惠幅度大的假象，误导消费者。消费者要根据自身需求选购商品，不要被商家所谓的打折优惠迷惑，盲目购买自己不需要的东西。

直播购物要谨慎

近年来，抖音、小红书等平台也加入到“双十二”直播带货的大军。消费者在观看直播购物的

过程中不要被明显低价位商品所诱导，在下单前应了解清楚主播所推荐商品的来源、功能、质量、效果及价格等真实信息；不要点击卖家主动通过QQ或微信等方式提供的交易链接或者图片等，支付一定要通过正规的第三方支付平台。

到货商品要验收

“双十二”期间网络市场交易量大，快递难免出现延迟服务，消费者尽量不要网购急需用品和保质期短生鲜制品等。在收到商品时，一定要仔细验货，确认货品完好无损，并与选购商品一致或符合约定后再签收。

消费者在购买商品或接受服务时，谨记要向商家索取并妥善保管消费凭证。一旦遇到消费问题，积极与商家沟通协商，依法提出合理诉求。发生消费纠纷且不能与商家协商达成一致的，应及时拨打12345、12315投诉热线进行投诉举报，或者关注“湖北省消费者委员会”、“襄阳市消保委”微信公众号，登录“投诉和解平台”进行投诉，依法维护自身合法权益。

2024年消费维权年主题公开征集！

为推进社会共治，更好保护消费者权益，中国消费者协会决定自即日起向社会公开征集2024年消费维权年主题，欢迎广大消费者为新一年度的消费维权工作出谋划策，共同营造良好消费环境，满足人民群众对高品质生活的需要。

2024年，为深入贯彻落实党的二十大精神，推动中央经济工作会议精神落地见效，中消协着力发挥消费维权社会共治平台作用，诚

邀社会各界人士和广大消费者踊跃为2024年的消费维权工作谋划思路，将通过广泛听取对消费者权益保护工作的意见和要求，凝聚社会共识，明确工作重点，推进协同共治，与社会各界一道，努力营造更加安全放心美好的消费环境，激发消费潜能，助推高质量发展。

年主题要求：应征年主题字数在10个字以内，并附相应的理由说明。

征集时间：截止时间为2024年1月5日。

荆州市消委发布冬季取暖用品消费提示

文/田 宪

随着冬季即将来临，气温逐渐下降，消费者对取暖设备的需求逐步增加，电暖器、电热毯、电暖宝等加热器作为冬季必备“神器”成为消费热点。如何选购这些电器才能避免安全隐患，保证使用安全、放心？针对市场上取暖电器存在的问题，荆州市市场监管局、荆州市消费者委员会提示广大消费者在选购和使用电暖设备时注意以下事项。

购买建议：

- 1.消费者在购物时应选择正规商家或知名度高的厂家生产的产品。
- 2.在实体店购买商品时，应注意商品上要有CCC标志，并仔细查看包装，有无产品名称、厂名、厂址和使用说明书等，避免选择“三无”产品。同时检查商品是否完好，有无破损，充电线是否平整等。
- 3.在网上购买商品时，需要选择信誉良好的购物平台，到货之后认真检查产品是否包装完好，是

否有上述第2点罗列的标识信息等。

- 4.购买商品后，要索取和保存好购物凭证，网购时要保留好交易记录等。

使用建议：

- 1.消费者在使用电暖器过程中，应当注意其他附属设备的安全要求，要使用带地线的三孔插座。不要在电暖器上覆盖物品，以免使电暖器热量不能及时散发，造成火灾。
- 2.在家中没有人时一定要断掉电源。在使用中发现电暖器有问题应该立即停止使用，并及时与经销商和售后联系，不要自行检修故障。
- 3.电暖器应放在不易碰触的地方，远离可燃物，离墙应有20厘米左右的距离。
- 4.电暖器涉及人身、财产安全，广大消费者一定要仔细阅读产品说明书中安全使用的注意事项，如发生消费纠纷或发现有涉嫌假冒伪劣商品，应拨打12345或12315进行投诉举报。

天门市消委发布电动车质量安全风险消费警示

文/杨文斌

近期，天门市市场监管局组织开展了电动自行车质量安全风险监测工作。现将风险监测和消费警示通报如下：

一、风险监测情况

本次电动自行车产品风险监测重点项目是电动车尺寸。电动车新国标明确了整车高度不得超过1.1米，宽度（除车把、脚蹬）不得超过0.45米，鞍座高度要在0.635米之上，鞍座长度不得超过0.35米。此次共采集电动自行车样品8批次，依据《电动自行

车安全技术规范》（GB 17761-2018）重点对电动车尺寸进行监测。结果表明，部分样品尺寸限值项目不符合鞍座长度小于或等于350mm的要求。过长的鞍座会导致在行车中重心不稳，增加摔倒的风险。

二、消费警示

消费者在选购电动自行车时，应注意以下几点：

- 1.首先查看经营单位是否具备合法营业资质（营业执照），经营范围是否与实际情况相符；

（下转第35页）

保健食品不是药品，这些消费误区你别踩

什么是保健食品？

保健食品，是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

保健食品不是药品。它虽能调理人体的生理功能，但不可能立竿见影，一般要吃一段时间才能见效。保健食品与新药不一样，开发一种新药必须严格按照国家药品监督管理局规定的程序开展药效、药理、毒理等一系列试验，还必须进行大量临床试验，通过专家评审，国家批准方能上市。

保健食品对人体有哪些功能？

保健食品按食用对象不同分为两大类：

一类以健康人群为对象，主要为了补充维生素矿物质（营养素补充剂），满足生命周期不同阶段的需求；

一类主要是对患有慢性非传染性疾病的人群，如高血压、高血糖、高血脂等起辅助保健功能。

保健食品主要适用于一些特定人群食用，并不是说适宜所有人群食用，主要是调节机体功能，不是以治疗疾病为目的的一种特殊食品。

这些消费误区你别踩

亲情的误区

一些非法保健食品营销组织常常利用老年人退休生活单调、害怕孤独、渴望身体健康的心理，设消费陷阱、骗取老年人信任、牟取非法利益，造

成老年人身心健康损害和经济损失。

免费的误区

为了将老年人组织起来，让他们参加保健食品销售活动，营销人员常常利用老年人勤俭的生活习惯，以免费旅游、免费养生、免费联欢、免费用餐、免费派发礼品、免费健康咨询、免费试用、免费体检等手段，诱使老年人参加各种活动，而后借机推销各种各样的保健食品，比如可以增强抵抗力、可以延年益寿。



包治百病误区

为了将老年人组织起来，让他们参加保健食品销售活动，营销人员常常利用老年人勤俭的生活习惯，以免费旅游、免费养生、免费联欢、免费用餐、免费派发礼品、免费健康咨询、免费试用、免费体检等手段，诱使老年人参加各种活动，而后借机推销各种“包治百病”的保健食品。



所谓专家的误区

营销组织会使用与正规医疗机构不一样的“先进”体检仪器，吸引老人参加体检，让老人无法与正规医疗机构的体检结果进行对比。被营销组织包装的“专家”会夸大体检结果的危害，恐吓老年人，再反复宣称营销产品的神奇功效，甚至请一些“患者”现身说法，或者雇人制造争先恐后购买产品的假象，怂恿老年人掏钱购买。

长期以来，保健食品还一直是违法添加和虚假、夸大宣传的重灾区，主要表现在以下三个方面：

一是在保健食品中添加药品成分，尤其是在减肥类、降血糖类、改善睡眠等保健食品中添加药物成分比较常见。

二是普通食品冒充保健食品宣传，或保健食品自身夸大宣传。

三是用非食用物质加工或冒充名贵药材，在保健食品中添加多种违禁成分等

学会辨别三招，避免被骗

第一招：认准正规的渠道，购买保健食品，有“小蓝帽”以及保健食品批号“国食健注G20XXXXXX”“国家市场监督管理总局批准。

保健食品强制性标志为天蓝色专用标志，与保健食品批准文号应上下排列，位于“主要展示版

面”左上帽形图案，俗称“蓝帽子”。

第二招：购买保健食品要看与国家公布的功能宣称是否一致。购买保健食品还应看看该产品食用的“特定人群”，注意该产品的“适宜人群”和“不适宜人群”。国家规定：2020年1月1日起生产的保健食品标签警示用语区及警示用语使用黑体字印刷，包括以下内容：“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”。

第三招：具备基本要素、标识清楚；进口保健食品一样也须有商标、产品名称、生产日期、安全使用期或有效日期等国产保健食品标准要求。

查询真伪的途径

保健食品产品外包装上有蓝色草帽样标志，标志下方为批准文号和批准部门。每个保健食品批准文号只能对应一个产品，消费者可以登陆国家市场监督管理总局网站www.samr.gov.cn查询。

健康消费办提醒您：

1、保健食品是食品，不能代替药物治疗疾病，消费误区别踩。

2、选购保健食品要认清、认准产品包装上的保健食品标志及保健食品批准文号，依据其功能和适宜人群科学选用并按标签、说明书的要求食用。

3、选购保健食品要到正规的商场、超市、药店等经营单位购买，并索要发票或销售凭据。

4、消费者如对所购买的保健食品质量安全有质疑，或发现存在虚假宣传等违法行为，请及时向当地市场监管部门举报。

羽绒服上没有这几个字，再便宜也别买！

文/新语

又到了穿羽绒服的季节，市面上的羽绒服从价格到款式，都看得人眼花缭乱。到底什么样的羽绒服才是真的保暖？怎么能买到便宜又质量好的羽绒服？

一个关键词，读懂羽绒服新国标

去年年初，我国发布了GB/T14272-2021《羽绒服》标准（以下简称“新国标”），并于2022年4月1日正式实施。其中，新国标最大的亮点是把“含绒量”修改为“绒子含量”。

● **绒子**：朵绒、未成熟绒、类似绒和损伤绒的总称，呈蒲公英小伞状，比较蓬松，是一朵羽绒中最优质的部分。

● **绒丝**：朵绒上掉下来的单丝，呈一根一根的丝状，没有蓬松感。

旧国标	含绒量	绒子+绒丝废料	50%即为合格
新国标	绒子含量	纯绒子	50%即为合格

可以看出，从“含绒量”到“绒子含量”的改变，无疑对填充羽绒的品质要求更严格。

旧国标要求的“含绒量”包括绒子和绒丝，一些不法商家会在羽绒服里填充很多绒丝废料。表面看标签写着“含绒量90%”，等穿着时才发现，所谓的“高品质”羽绒服竟一点都不保暖。

从科学角度来看，在羽绒服中实际发挥保暖作用的是“绒子”，新国标不再将没有保暖作用的绒丝废料计入含绒量，只有绒子含量超过50%，才算是合格的羽绒服。

如何正确选购羽绒服？

影响羽绒服保暖程度的三个因素：绒子含量、充绒量和蓬松度。

充绒量，即一件羽绒服中填充的全部羽绒总重量。中国羽绒工业协会信息部主任祝炜建议：“一般初冬季节选择的轻薄款羽绒服充绒量在40~90克；一般厚度的短款羽绒服充绒量为130克左右；中等厚度的为180克左右；适合北方户外穿着的羽绒服充绒量要在180克以上”。

关于蓬松度，通俗点来说，羽绒越蓬松，储存的空气越多，保暖性能就越好。

羽绒服选购，这些误区要避免

1. 鹅绒的保暖性能优于鸭绒？

这个说法太过绝对了。

鸭、鹅的生长周期越长，羽绒成熟度越高，保暖性就越强。在种类相同的情况下，成熟度越高的禽鸟产生的羽绒质量越好；在成熟度相同的情况下，鹅绒的质量大多好于鸭绒。值得一提的是，年龄老一些鸭子的绒会好于年幼的鹅的绒。

除此之外，还有一种保暖性更好、更稀少也更贵的优质绒——绒鸭绒。已知绒鸭绒蓬松度为700，但它的保暖效果却可以媲美蓬松度1000的羽绒。

2. 白绒品质比灰绒品质高级？

● **白绒**：由白色水禽产生的绒子

● **灰绒**：由杂色水禽产生的绒子

一般来讲，灰鸭绒的味道会比白鸭绒更重，但羽绒在填充之前都是需要经过严格的工艺处理和水洗消毒程序的。基本上，只要能够在气味上合格的

羽绒服，已经不会有什么味道了，除非是品质极为劣质的羽绒服。

白绒因为颜色浅，所以能够填充的衣服颜色没有限制，而灰绒因为颜色深，填充浅色衣服有透色的风险，一般更多匹配深色面料。白绒比灰绒贵并非贵在品质和保暖功能，而是因为配色和“可能存在的气味”。

怎么保养，羽绒服才能一直保暖？

1、减少水洗。如果羽绒服局部脏了，可以使用

中性洗衣液，用热毛巾擦除。

2、避免暴晒。为了避免面料和羽绒的老化，洗完的羽绒服放在通风处晾干即可。

3、减少折叠。收纳时为避免羽绒挤压成团，最好将羽绒服悬挂存放。

4、防潮防霉。换季时，最好透气的防尘袋收纳羽绒服，并放在通风干燥处。若发现羽绒服受潮出现霉点，可以用棉球蘸酒精清理，再用干净的湿毛巾擦拭晾干。

羽绒服选购“有门道”：“含绒量”“绒子”要分清

文/田 宪

寒潮来临，御寒服装进入热销期，不少消费者开始选购羽绒服作为保暖佳品。去年，羽绒服新国标正式实施，吊牌上“含绒量”的标注修改为“绒子含量”，要求服装成品绒子含量不低于50%。羽绒种类只区分鸭绒和鹅绒，不再区分灰绒和白绒等。荆州市消费者委员会提醒广大消费者，选购羽绒服时应注意以下事项：

一看。看羽绒服吊牌上执行标准、羽绒种类、绒子含量和充绒量等指标是否标示清楚。新国标最大变化就是把“含绒量”修改为“绒子含量”。以羽绒为填充物，绒子含量明示值不低于50%的服装，才能称之为羽绒服。简单来说，“含绒量”=“绒子含量”+“绒丝含量”。绒丝是朵绒上掉下来的单丝，保暖性能较差，还更容易钻绒。老的国标里含绒量里既有绒子还有绒丝，但是起保暖作用的主要是绒子。新国标实施后，只标注羽绒里面绒子的含量。

二按。用手按压羽绒服，随即松开。如果迅速回弹恢复原状，说明羽绒的蓬松度良好。回弹性差，拎在手里有沉重感的，则说明绒子含量低，或可能掺了一定的毛片或粉碎毛。以羽绒为填充物，绒子含量

明示值不低于50%的服装，才能称之为羽绒服。

三拍。用力拍一拍羽绒服，如果有羽绒跑出来，或针脚处有粉尘溢出，那么说明布料防钻绒性差，缝纫针眼太大，或为粉碎毛等伪劣填充物。很多市场中所销售的低价羽绒服，多是打着羽绒的幌子，实则里面填充物多为粉碎过的棉花或不明毛物，消费者购买时要谨慎。

四摸。质量好的羽绒服摸起来手感柔软，无过大过硬的毛片、羽毛梗等，有羽毛梗但不能多，同时还要保证毛梗细软。

五闻。鼻子接近羽绒服仔细闻，如有明显异味或臭味，就有可能填充了劣质羽绒，建议不要购买。

最后，消费者在购买羽绒服时，注意核对实物是否与商家合同中约定的品牌、填充物、含绒量等相符，发现问题及时提出异议。如果是在网上购买的，收到实物后，要查看网上宣传与产品实际信息是否一致，如存在质量问题要保留相关购买及支付页面截图等凭证。消费过程中如果发生消费纠纷，可以先与商家进行协商，协商有异议可以及时拨打12345或12315进行投诉举报，依法维护自身合法权益。



火锅季来了！这份提示请查收→

天气逐渐转凉，无论在家还是在外，约上三五好友吃上一顿热气腾腾的火锅既惬意又暖和，在享受美味的同时，消费者千万不能忘了食品安全。

火锅材料众多，可选择性强，其中海鲜、肉类、蔬菜等最受欢迎，但是，火锅材料若未经妥善处理或彻底煮熟而贸然吃下，有可能会引起身体不适。因此，无论在火锅店，还是在家中，都应注意食品卫生。



01.外出就餐时，要注重选择证件齐全、环境整洁、卫生条件好、明厨亮灶实施较好的餐饮单位就餐。

02.通过网络订餐时，要注意查看卖家在网络平台公示的相关证照，尽量选择近距离、信誉好的餐饮单位，收到食品后要检查食品包装及食安封签是否完整，尽快食用。

03.居家烹饪时，要到正规超市、市场购买原材料，留意食品品质，“一看二闻三手感”，确保食材新鲜。

04.食物必须彻底烫熟煮透，切莫贪图生嫩，如：毛肚、鹅肠、腰花（片）等动物性食材，切忌“七上八下”导致食物未煮熟煮透导致的食品安全隐患，食品原料在烫煮前应彻底洗净，并确保已完全解冻。

05.生熟食物要分开处理、分别摆放，避免交叉污染。

06.每次添加汤汁后，应待汤煮沸后再夹取食物或涮食。

07.注意均衡饮食，不宜过量进食胆固醇含量较高的动物内脏。

08.“光盘行动”不要忘。建议商家推出“小份菜”“半份菜”，提供给不同需求的消费者；消费者餐后如有吃不完的菜品，可主动打包带走，避免餐饮浪费。

特别提示

请广大消费者在购买食品时，注意留存好发票或购买凭证，一旦出现呕吐、腹泻、发热等不适症状，应及时到附近医疗机构就医，或拨打市场监管部门便民服务热线进行投诉举报，并保留好可疑食品样品、消费票据、就诊记录等相关证据。

宜昌市召开创建放心消费城市提升消费者满意度暨2023年消费者权益保护工作联席会议



11月7日，宜昌市“创建放心消费城市提升消费者满意度暨2023年消费者权益保护工作联席会议”召开。会议由市政府副秘书长范绪忠主持。城区（含夷陵区）人民政府及联席会议成员单位的负责人参加了会议。副市长张金安出席会议并讲话。

会上，宜昌市消费者权益保护工作联席会议副召集人、宜昌市市场监管局局长王升华通报了我市前期“优化消费环境 提升消费者满意度”工作情况，并从“适时调整总体目标任务，进一步细化目标任务职责”、“健全完善联席会议制度，进一步增强部门协同合力”、“不断创新工作方式方法，进一步优化社会共治机制”、“坚持问题导向靶向监管，进一步提升综合治理水平”、“切实提升宣传教育效能，进一步提振消费信心”五个方面作出了工作安排。

宜昌市住建局、市商务局、市文化和旅游局与会代表分别结合本单位工作职能，对标《宜昌市优化消费环境提升城市消费者满意度三年工作方案》，进行了交流发言。

副市长张金安对我市消费者权益保护工作联席会议各成员单位三年来围绕提升消费者满意度方面所作的努力与取得的成效给予了高度肯定，并对落

实下一步工作目标提出了三点要求：

强化思想认识，持续提升消费者满意度

消费作为拉动经济增长的三驾马车之一，是促进经济增长的重要动力，不断提升消费者满意度，让放心消费、安全消费可持续，既是加快构建新发展格局，推动高质量发展的重要举措，也是当前形势下积极应对需求收缩，推动经济健康发展的重要途径。

坚持问题导向，推动测评工作争先进位

一是开展放心消费创建；二是提升消费供给品质；三是加强日常监管执法；四是加强消费教育引导。

凝聚工作合力，打造放心消费城市

一要强化统筹一体推进；二要优化维权共治机制；三要深化信用体系建设。

宜昌市政府副秘书长范绪忠就抓好会议精神的贯彻落实，强调了三点：一是要认真传达好会议精神，提高站位，高效推进。二是要抓好工作任务落实，强化问题导向，补短板强弱项，迎接新一轮全国百城消费者满意度测评。三是要加强沟通协调。发挥联席会议的制度优势，切实履行职责，把这项工作抓出实效。

四部门发文：电视机生产厂商装箱要附电视收看“明白卡”

国家广播电视总局办公厅
工业和信息化部办公厅
国家市场监督管理总局办公厅
中国消费者协会秘书处
关于开展电视收看“明白卡”提示工作的通知
广电办发〔2023〕341号

各电视机生产厂商：

根据治理电视“套娃”收费和操作复杂工作部署要求，国家广播电视总局、工业和信息化部、国家市场监督管理总局、中国消费者协会决定开展电视收看“明白卡”提示工作。自2023年11月起，各电视机生产厂商要将制作完成的《电视收看“明白卡”》装入电视机包装箱内的说明材料中，同时在电商销售页面、线下实体销售和厂商入户安装电视机过程中，将“明白卡”内容向用户明确展示，并告知用户只有开通有线电视或IPTV方可收看电视直播频道节目。

国家广播电视总局办公厅
工业和信息化部办公厅
国家市场监督管理总局办公厅
中国消费者协会秘书处
2023年11月3日

电视收看明白卡 1

电视直播频道收看指南

(只有开通有线电视或IPTV才能收看电视直播频道节目)

目前，我国收看电视节目的主要方式为有线电视、交互式网络电视（IPTV）、互联网电视（OTT）。



可收看
电视直播频道

有线电视是最“老牌”的电视收看渠道，各地都有自己的有线电视网络公司，能提供中央广播电视总台和省市县100余套电视节目。用户可向所在地有线网络公司购买有线电视服务。可收看电视直播频道。



可收看
电视直播频道

交互式网络电视（IPTV）通过中国移动、中国联通、中国电信三家运营商的专网传输电视节目，收视费通常包含在电信运营商向用户收取的宽带套餐费用中，也可作为单独的附加服务费用。可收看电视直播频道。



不能收看
电视直播频道

互联网电视（OTT）是一项基于公共互联网开展的电视大屏业务。用户购买智能电视并接入宽带网络后，就可以通过电视上的节目指南和应用软件点播观看各类节目，但是不传送中央和地方各级广播电视台的电视直播频道。不能收看电视直播频道。

选择丰富，请您按需“下单”

电视收看明白卡 2

电视机品牌
LOGO

智能电视机便捷看电视指南

如果您家有有线电视或交互式网络电视（IPTV）等可以收看直播电视频道的机顶盒，可以将机顶盒接入智能电视机任一信号源端口（推荐HDMI 1），然后通过智能电视机系统设置实现便捷看直播电视频道。

开机看直播电视频道

如果您想一开机就直接收看直播电视频道，可以通过智能电视机系统设置，将有线电视或交互式网络电视（IPTV）机顶盒信号源设为开机默认显示信号源。设置完成后，每次开机都可以直接收看直播电视频道。

切换看直播电视频道

如果您在收看互联网电视或使用智能电视机其他外接端口时，想切换到有线电视或交互式网络电视（IPTV）机顶盒信号源收看直播电视频道，可以通过智能电视机设置遥控器快捷键，一键直达直播电视频道；或者通过遥控器选择有线电视或交互式网络电视（IPTV）机顶盒信号源，实现切换收看直播电视频道。

【注：各厂商根据各自电视机的实际情况细化上述说明，以便用户依据说明即可操作实现开机或切换看直播电视频道】

操作指南链接
二维码

扫码可查看便捷看电视详细操作指南

【各智能电视机厂商可根据各自电视机的实际情况制作相应的操作指南链接二维码】

更多问题您可联系客服热线：XXXXX