

荆楚维权



总第106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

2021年第2期



中国消费者报社、湖北省消费者权益保护中心开展党史联学

湖北315消费投诉和解平台专题培训班在鄂州举办

消费者满意就是我最大的心愿！

——追记潜江市消费者委员会东城分会会长刘绍紫

从消费和维权视角看“七人普”数据

注意！这十类电信网络消费新型骗术





省市场监管局召开 全省消费者权益保护重点工作推进视频会

5月26日上午，湖北省市场监管局召开全省消费者权益保护重点工作推进视频会议，省市场监管局党组成员、副局长彭明方主持会议并讲话。

会议重点学习传达了市场监管总局南京会议精神，省局消费者权益保护处、省消费者委员会、省12315指挥中心分别对2021年重点工作进行了再部署、再要求。

彭明方在讲话中首先肯定了2020年全省消保系统在助力疫后经济重振、推进执法体系和维权网络建设、持续推动消费环境不断优化、畅通消费维权渠道等方面取得的成绩，同时指出了当前存在的侵害消费者权益的违法行为屡禁不止、新业态消费维权困难、消费维权社会共治格局尚未全面形成、消费维权效能有待提升等问题。就做好下一步重点工作提出了四点要求：一是着力在创新消费维权体制机制上下功夫；二是着力在提升消费维权效能上下功夫；三是着力在放心消费创建活动上下功夫；四是着力在提高消费维权工作水平上下功夫。

彭明方强调，2021年是“两个一百年”奋斗目标的历史交汇点，做好消费维权工作意义重大。全省消保战线的每名同志都要牢固树立以人民为中心发展思想，坚持消费者至上理念，提高政治站位，强化使命担当，自觉把工作放到经济社会发展大局中来定位、来谋划，



以《湖北省消费者权益保护条例》实施三周年为契机，创新监管思维和监管方式，提高监管能力和水平，推动“大消费、大保护、大维权”工作格局形成，努力营造安全放心的消费环境，齐心协力、开拓进取，以优异成绩向中国共产党成立100周年献礼。

此次会议是全省市场监管系统机构改革后，消保、消委和12315系统联合召开的首次会议。省局消费者权益保护处、省消费者委员会、省12315指挥中心主要负责人及相关同志在主会场参加会议，各市州市场监管局分管领导及相关同志在分会场参加会议。

发挥消协职责作用 共同守护“舌尖上的安全”

近年来，随着法律法规的逐渐完善和治理力度的不断加大，我国食品安全总体呈现出稳中向好的趋势，但是仍然有一些不法商家为获取非法利益不惜铤而走险，严重侵害了消费者的合法权益和社会公共利益。

一是侵害消费者的人身安全权。消费者的人身安全是《消费者权益保护法》赋予消费者的第一项权利，也是消费者最重要和最基本的权利，经营者生产、销售有毒有害食品，不仅会影响消费者的身体健康，严重的还可能危及生命。

二是侵害消费者的知情权。消费者的知情权是消费者能够安全消费的必要前提，《消费者权益保护法》明确规定消费者享有知悉其购买、使用的商品真实情况的权利，经营者负有真实、全面提供商品或者服务信息的义务。违法生产、销售的经营者刻意隐瞒真实情况，欺诈消费者，严重侵害了消费者知情权。

三是侵害了社会公共安全。“民以食为天”，食品是百姓日常生活的必需品，食品安全也是最基础和最基本的公共安全，经营者生产、销售有毒有害食品，将直接影响到不特定多数消费者的生命健康安全，影响着人民群众当下和未来的身体健康，对社会公共利益造成极大伤害。

保障和维护好人民群众“舌尖上的安全”是一项重要的民心工程，今年中消协将消费维权年主题确定为“守护安全 畅通消费”，就是希望社会各界更加重视消费安全问题。近年来，各级检察机关不断加大食品安全领域涉嫌犯罪行为责任追究力度；近期，市场监管部门也部署开展“铁拳”行动，对食品领域农兽药残留超标、“非法添加”等违法行为进行全面检查和执法，严厉打击非法生产和销售等行为，维护人民群众“舌尖上的安全”。经营者生产、销售有毒有害食品，不仅可能要承担相应的刑事和行政责任，还要承担民事赔偿甚至是惩罚性赔偿责任。消费者协会将依法履职，进一步加强与市场监管和检察机关的沟通协作，通过消费教育引导、消费社会监督、投诉调解、支持诉讼、依法提起消费民事公益诉讼等方式积极履行法定职责，切实维护消费者合法权益，敦促食品行业企业守法诚信经营，共同维护好正常的市场秩序和良好的消费环境，不断提升人民群众的获得感、幸福感和安全感。

荆楚维权

本刊顾问：丁凤英 邹贤启

《荆楚维权》编委会主任：彭明方

常务副主任：陈方军

副主任：陈曦 赵琼 蔡浩

陈勇 田德伟 欧阳华

何华明 汪爱萍 郑和平

刘想中 柯兵 林慧秀

章炜 阮良冰 周一兵

曾平 陈明 喻芬

商宗银 吴采平

编委：肖诗新 陈时忠 韩凤兰 黄祥君

于文 刘卫红 聂喜洋 罗申华

陈蓉 魏海霞 王李华 胡勇

刘波 高树军 黄正柏 朱国华

黄波 闵家胜 徐望春 李元飞

余英 杨文斌 秦昌平 柳春龙

廖安涛

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 发挥消协职责作用 共同守护“舌尖上的安全”

本刊策划

04 “守护安全 畅通消费”全省消费教育联动系列活动启动

06 湖北省消委通报今年1-5月受理汽车投诉情况

本刊特稿

08 消费者满意就是我最大的心愿！

——追记潜江市消费者委员会东城分会会长刘绍紫

10 湖北省消委号召全系统向刘绍紫同志学习

党建引领

11 中国消费者报社、湖北省消费者权益保护中心开展党史联学

12 省消委、湖北移动公司客服部

开展支部“党建合创”主题党日暨党支部品牌创建活动

13 荆州市消费者委员会

贯彻《反食品浪费法》共建放心舒心消费环境

14 襄阳市消保中心党支部

赴谷城堰河红色教育基地开展专题主题党日活动

观点视角

15 “拾杠”消协是对消费者的无视

动物园“瞞豹”之患猛于豹

16 泄露消费者个人信息被处罚，该！

消委动态

17 湖北315消费投诉和解平台专题培训班在鄂州举办

湖北省消费者委员会常委单位

湖北省委宣传部

湖北省市场监督管理局

湖北省高级人民法院

湖北省公安厅

湖北省司法厅

湖北省住房和城乡建设厅

湖北省农业农村厅

湖北省商务厅

湖北省文化和旅游厅

湖北省卫生健康委员会

湖北省通信管理局

武汉市市场监督管理局

湖北日报传媒集团

湖北广播电视台

湖北省电信公司

湖北移动通信公司

国网湖北省电力公司

主 办：湖北省消费者委员会

承 办：《中国消费者报》湖北记者站

国内统一刊号：CN11-3413/F

执行主编：吴采平

编 辑：刘新民 刘月婷 胡宸熙

地 址：湖北省武汉市武昌区中北路101号
海山金谷1602

邮 编：430077

电 话：027-88859315 87129637

新闻热线：18802712315

投稿邮箱：jcwq315@126.com

设计制作：武汉民本信息咨询中心

荆州市消委会、沙市区消委会

召开“湖北3.15消费投诉和解平台”培训会

18 武汉市消协发布社区团购划线价调查报告

19 社区团购消费提示

20 恩施州消费者委员会召开换届大会

荆州市消委开展美丽乡村消费体察活动

21 宜昌市消委会开展消费教育体察活动——走进牛奶世界

荆州市消委开展节前食品安全、酒店价格监督检查

22 荆门市举办“线下购物七日无理由退货”倡议活动

红安县消委会开展“消费维权食品安全进校园”活动

23 汉川市消委联合市场监管局推进放心消费创建工作

理论探讨

24 社会治理框架下的消费者权益保护工作体系探讨

26 从消费和维权视角看“七人普”数据

28 “车位能进门难开”——停车位买卖纠纷问题剖析

31 以案说法

寻找最美消费维权人物

35 邱永毛：咬定青山不放松 心系人民维权中

37 黎昌福：执着25年的义务维权路

39 廖波：群众利益无小事

41 王进：维权责任扛在肩

42 向海龙：利用专业知识践行消费维权

消费提示

44 注意这十类电信网络消费新型骗术

46 高考结束！这些招生类诈骗一定要提防！

47 教育部发布校外培训风险提示：缴费套路多，勿上当

武汉市消费者协会提醒：注意暑期消费安全

48 警惕！官方提醒这些都是非法集资，千万别上当受骗！



“守护安全 畅通消费” 全省消费教育联动系列活动启动

6月11日，由湖北省市场监管局、湖北省消委、武汉市消协、汉阳区消协主办，湖北电视《第5车道》，湖北省汽车消费维权专业委员会、红星美凯龙承办，东风本田、吉利汽车、上汽荣威、上汽大众、东风悦达起亚，联合举办的“守护安全 畅通消费‘放心舒心消费在湖北’全省消费教育联动系列活动启动仪式暨汽车消费维权大讲堂”在红星美凯龙汉阳商场盛大启幕。

随着新消费时代的到来，各类消费业态、模式的不断涌现，在给消费者提供更加多元化、多层次的消费需求的同时也带来了消费环境的日趋复杂化。本次大讲堂的举行旨在促进汽车行业规范发展，持续宣传汽车消费知识，引导消费者合理避坑，充分激发汽车消费活力，切实营造好放心舒心的消费环境，不断提升消费者获得感、幸福感、安全感，推动全省经济高质量发展。

本次活动，由湖北省消费者委员会副秘书长蔡浩主持，湖北省消费者委员会秘书长以及汉阳区人民政府副区长致辞；省市场监督管理副局长及相关处室领导、武汉市消协秘书长、汉阳区市场监管局领导、红星美凯龙副总经理共同上台启动了全省消费教育联动系列活动仪式。

此外，还有省汽车消费维权专业委员会的各位专家、省级重点行业维权机构的负责人和行业协会的领导，以及东风本田、上汽大众、吉利汽车、上汽荣威、东风悦达起亚等5家人驻和解平台的汽车行业代表，华晨宝马、英菲尼迪、一汽奥迪等25家汽车经销商和主机厂莅临本次活动。

仪式现场，省消委投诉部发布了汽车消费维权大数据。投诉主要集中在：一、宣传误导难识别，销



售陷阱防不胜防；二、购车合同难公平，霸王条款如鲠在喉；三、质量问题难鉴定，售后缩水有苦难言。从投诉情况来看，合同、质量和售后服务仍是引发家用汽车投诉的主要原因，一方面反映广大消费者依法维权意识明显增强，汽车消费争议突显；另一方面反映了疫后家用汽车消费市场持续回暖，汽车消费市场侵权行为时有发生，汽车仍是消费者关注的热点，消费维权的难点，依法、诚信、文明的经营意识有待进一步加强，为消费者服务意识有待进一步提升。同时活动现场也公布了名优车企入驻和解平台的名单。

仪式现场，省消委消费指导部发布了购车消费六提示：一、做足功课，根据需求合理确定拟购车辆；二、拒绝诱惑，优先选择诚信商家购车；三、详细了解，明确车辆信息及购车流程；四、看清条款，拒绝口头承诺和行业潜规则；五、充分试驾，有条件可请专业人士协助验车；六、理性维权，保存证据保护自身合法权益。同时，全省各级消委组织将更加积极有效履行消费维权职责，更加有效的破解和调处汽车消费纠纷，努力让广大消费者买的放心，用的舒心。

值得一提的是，东风本田，上汽大众，吉利汽车，上汽荣威，东风悦达起亚等5家在此前入驻和解平台的汽车行业代表，也在当天的活动现场为广大消费者解读了自家品牌的放心、舒心消费政策。

本次活动主办场地红星美凯龙作为优质的品牌商家，在发言中表示红星美凯龙未来将会持续优化好商品服务质量，不断提升消费服务体验，用真服务、真品质赢得更多消费者点赞！

省市场监管局党组成员、副局长顾栋材在讲话中充分肯定了在当前形势下开展系列活动的重要意义，并对今后长期抓好消费教育引导工作提出了殷切的期盼。要求全省市场监管系统、消委组织，要以市场主体发展需求为导向，深化“放管服”改革，创新精准监管、智慧监管和共治监管。深入开展“放心舒心消费在湖北”创建活动，满足消费升级新需求，助力经济大循环，维护好公平正义的汽车消费市场，不断增强消费信心，努力改善消费体验，充分释放消费潜力，让消费热起来、经济活起来，为“十四五”“开好局、起好步”，为我省“建成支点、走在前列、谱写新篇”作出市场监管部门、消委组织更大的贡献，以广大消费者满意的成绩迎接建党100周年！

为更好的开展汽车消费体验，活动结束之际，参会人员驾乘着品牌车型途径汉阳造、东湖印象，完成打卡和试驾体验，为本次活动划上了圆满的句号！

湖北省消委通报今年1-5月受理汽车投诉情况

2020年，全国汽车保有量达到2.81亿辆，武汉以366万辆汽车保有量位列全国第八位，同比2019年增长8.42%，武汉及全省汽车消费规模进一步扩大。



今年前5个月，全省各级消委组织共受理汽车及零部件投诉5434件，挽回经济损失1800余万元，运用消费争议程序成功调处群体投诉180件，约谈劝谕50多场。



从投诉性质来看，合同争议、质量安全、售后服务仍是家用汽车投诉的主要原因，其中，合同类投诉占比30.92%，质量类投诉占比29.07%，售后服务类投诉占比23.12%。



从投诉情况来看，一方面反映了疫后汽车消费市场持续回暖，广大消费者法制意识、自我保护能力、依法维权意识明显增强；另一方面反映了汽车领域在营销宣传、质量把控、售后维修、服务标准、服务措施、服务能力等方面存在薄弱环节，售后服务体系有待进一步加强和改进。

据统计，投诉主要热点分析如下：

一、宣传误导难识别，销售陷阱防不胜防。今年以来，全省各级消委组织受理汽车宣传销售类的投诉582件，占汽车类投诉10.71%。主要表现在经营者利用信息不对称优势，在车辆营销宣传、车型配置参数等方面，故意不履行信息全面告知的义务，在细节上混淆视听，以厂家直销、特价车、一口价等打折优惠之名，实则高价低配，将库存车、过户车、事故车等问题车当新车卖，甚至高举无息贷款、贷款0费率的旗号，巧立名目收取手续费、金融服务费等。



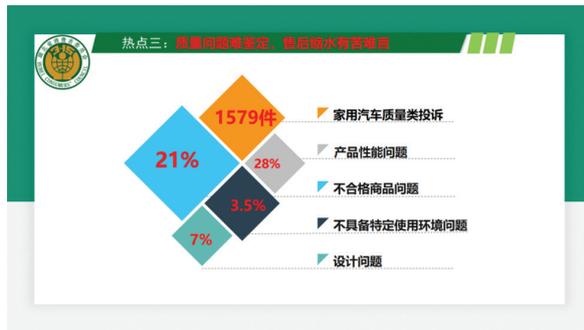
二、购车合同难公平，霸王条款如鲠在喉。

全省各级消委组织受理汽车合同类投诉1680件，占比30.92%。其中，涉及不平等格式条款占比24%、涉及合同消费争议订金投诉占比19.2%、涉及合同违约占比18%、涉及缔约过失责任占比2.6%，其他合同纠纷占比11.6%。合同类投诉主要集中在合同违约、不平等格式条款、口头承诺不兑现等。主要表现在经营者利用格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，限制消费者权利、减轻自身责任和义务，如车价全款、付款方式、提车时间等合同内容约定模糊不清，致使消费者权益受损而经营者违约成本低。一旦消费者要求履约或退赔时，经营者故意拖延拒绝，引发消费争议频发。



三、质量问题难鉴定，售后缩水有苦难言。

全省各级消委组织受理汽车质量类投诉1579件，占比29.07%；其中汽车产品性能问题、不合格商品以及不具备特定使用环境，分别占全部质量问题的比重为28%、21%和3.5%；设计问题占比7%，变质损毁灭失占比6.7%，其他质量问题占比17%；汽车质量投诉主要集中在汽车性能、不合格零部件、质量瑕疵等，表现在发动机漏油、制动转向失效、原厂车漆等方面，消费者难以举证维权，鉴定维权费用高、难度大。



售后服务类投诉1257件，占比23.12%。其中，不履行三包义务问题占比29%，不履行售后承诺问题占比27%，厂家和经销商相互推诿搪塞的问题占比14.7%。汽车“三包”规定施行以来，为解决汽车售后服务问题，督促经营者依法履行法律责任起到了积极的作用。但部分汽车经营者在落实三包政策方面大打折扣，存在不及时或不完整履行三包义务、同一质量问题多次维修、不提供代步车辆，使用冷暴力拖延解决消费者诉求，达到以修代退代换目的等。

针对汽车消费领域出现的难点、痛点问题，省消委积极整合多方力量，探索解决问题的新方法、新途径、新机制，不断推动汽车消费维权工作再上新台阶。一是加强汽车消费维权领域专业力量建设。成立由政协委员、专家学者、公益律师、汽车工程师等专业人士组成的省汽车专业委员会，解决消费者和消委组织在汽车消费维权中专业知识不足、信息不对称等难题，切实提升维权效能。二是拓宽消费维权渠道。广泛引导省内汽车主机厂、4S店、汽车经营者入驻湖北315和解平台，参与在线和解工作，实现消费者足不出户在线维权，降低消费者维权成本。和解平台于今年3月15日正式上线运营以来，共有5000家企业完成入驻，在线和解投诉600件，和解率85.75%，为消费者挽回经济损失90万元，达到了预期效果。其中，已有206家汽车经营者入驻平台提供在线和解服务。

消费者满意就是我最大的心愿!

——追记潜江市消费者委员会东城分会会长刘绍紫

中国消费者报记者 吴采平

“当初承诺一年内可以免费换新，现在却不履行约定。”
“您购买的是一口价商品，不参加免费换新活动。”5月6日上午，潜江市东城区江汉路某金店内，消费者和商家各执一词，因身体虚弱，脸色蜡黄、微弓着背的刘绍紫细致询问事情经过，耐心地向商家和消费者解释法律法规。11时40分，他突觉头晕，脸色刹间苍白，便和消费者、商家约好，下午3点继续调解。没想到，这位信守承诺的人，这次却“爽约”了……半小时后，他被紧急送往潜江市中心医院ICU抢救，6月3日，刘绍紫永远离开了这个世界，离开了他所钟爱的消费维权事业。



▲刘绍紫（左一）现场组织消费纠纷调解。

消费者信赖的贴心人

刘绍紫生于1964年9月，中国共产党党员，生前系潜江市市场监管局东城市场监管所党支部纪检委员（兼任潜江市消费者委员会东城分会会长），具体分管消费维权工作。

6月9日，记者走进潜江市市场监管局东城市场监管所12315大厅，所长邵本明指着刘绍紫的办公桌告

诉记者，平常只要有消费者前来投诉，他总是热情接待，递上一杯水，搬来一把椅子，耐心倾听消费者的诉求，做好详细记录并讲解相关消费维权知识。

听到刘绍紫过世的消息，消费者龚时亮非常难过。龚时亮告诉记者：“去年5月，由于疫情原因，小餐饮户生存举步维艰，基本上没有生意，而店面出租方在电费上收得比较高，每度1.2元（附近其他用户都是0.8元/度），经多次与出租方协商无果，龚时亮试着拨打12315投诉寻求帮助。没想到，第二天刘绍紫就带着同事上门调查核实情况，对出租单位通过转供电加价的行为进行了立案查处，历时4个多月，为我们9个商户讨回了2万多元，现在电费也降了。我们几个消费者想感谢他，买烟他不抽，还批评了我们，平时连水都不喝一瓶。后来，我专门做了一面锦旗送到分会，刘绍紫会长是咱们消费者信赖的贴心人。”

谈及刘绍紫，潜江市市场监管局副局长曾平告诉记者，为消费者维权，是刘绍紫毕生的追求，他每天想的都是怎样保护消费者权益，在他生命最后的20多天



▲刘绍紫接过消费者赠送的锦旗。

里，他常常会说“胡话”：“你们给购房人少算了0.1平方米，必须补上。”“这是不平等格式条款，必须废止。”“买一送一，你们这是误导消费者。”不了解情况的人悄悄打听：“这人是不是和谁有纠纷？”家属叹气：“这是他长期干维权调解工作的‘职业病’。”最后的“胡话”，没有对家人的交代，只有对消费维权事业的不舍，对消费者满满的牵挂。

刘绍紫的维权法宝

分会的年轻同事袁晓枫向刘绍紫请教消费维权调解经验，刘绍紫说了自己的两条法宝：一是将消费者当作自己的家人，耐心倾听他们的诉求，全心为他们着想；二是对经营者要宽容，不能因为被投诉了就一棍子打死，要多引导经营者规范经营，把经营者也拉到维护消费者合法权益的统一阵线来。除此之外，还要对相关法律熟记于心，用法律当武器，依法办事，用法律当润滑剂，让双方心服口服。

潜江市东城区辖区内经营户多、人员密集，消费者咨询、投诉量占潜江市近半数，维权工作任务重、要求高。刘绍紫分管消费维权工作12年来，大力推进基层组织维权网络建设，近两年，结合投诉新热点、新行业数据，积极调查、走访，推进新增保险行业、农产品市场、电力企业、生态龙虾城、网商企业等5个基层维权站，使东城区市场监管所消费维权工作站达到62个，将消费维权网络触角延伸到了群众生活的方方面面。只要有消费者投诉，分会都能第一时间响应，并快速转办到消费维权工作站处理。

潜江市自来水公司消费维权站联络员向敏翻开维权站微信工作群给记者看，今年4月23日，刘绍紫转办来一个关于自来水收费的消费纠纷。向敏在微信中回复刘绍紫：“您转办的投诉件已经解决。”刘绍紫追问，用户满意吗？向敏告诉记者，去年疫情封城期间，涉及用水方面的投诉激增，那段时间自己压力非常大，就向刘绍紫求助，刘绍紫回复了四个字：共同面对。讲到这

儿，向敏的眼圈一下子红了，她说，就是这四个字激励她度过了去年投诉量最大的几个月，至今，这四个字仍然保存在她的手机里，舍不得删掉。

博通电器消费维权站联络员张婷接受记者采访时说，有时候，为了解决消费者一个投诉，刘会长多次上门耐心做企业的工作，安抚消费者。每次来就到我们卖场转一转，发现企业促销广告宣传不规范，马上就提醒我们《广告法》《消费者权益保护法》是如何规定的，不是直接处罚了事，而是耐心指导企业规范使用广告宣传用语。

维权战线的金字招牌

小到几块钱的纠纷，大到上万元的投诉，他都认真对待，一视同仁。消委分会遇到疑难投诉，只要刘绍紫出手，便没有调解不了的纠纷。

采访中，记者从潜江市消费者委员会了解到，近3年来，潜江市消费者委员会东城分会共受理消费者投诉、举报1300多件，接待咨询来访4500多人次，投诉解决率100%，为消费者挽回经济损失近千万元。6月9日，记者仔细翻阅了刘绍紫生前调解的消费纠纷档案，2020年，东城分会调解消费者投诉662起，调解成功率100%，消费者满意率100%；今年1月至5月，已调解完结237起。其中，以《未交钥匙先交钱消协调解巧维权》为代表的多个购房疑难纠纷，在刘绍紫的总结推进下，形成了一套快速调解方法；而《孩童游乐场所头摔破东城分会调解止纷争》案例中，他依托《消费者权益保护法》多次带队调解，为消费者争取医疗费、护理费、交通费等费用共计1.4万元。

2017年，刘绍紫被中国消费者协会表彰为“全国消费维权先进工作者”。他说：“消费纠纷调解处理成功后，每位消费者衷心的感谢和满意的笑容，才是对我的最高奖赏。”2020年，刘绍紫被潜江市委宣传部、潜江市文明办授予“潜江好人”称号。

平凡中见坚守，细微处见精神。10多年来，在消费维权战线上，刘绍紫以一名共产党员的初心使命，凭着对消费维权事业的无限热爱，默默地奉献着他的光和热，无怨无悔。

湖北省消委号召全系统向刘绍紫同志学习

2021年6月7日，湖北省消费者委员会发出通知，要求在全省系统开展向刘绍紫同志学习的活动，弘扬刘绍紫同志的崇高精神和宣传他的先进事迹，引导和激励全省消委系统干部职工学习他舍身忘我、扎根基层、消费者利益无小事的责任感和使命感。



刘绍紫，男，中共党员

1964年9月出生，四级主任科员，生前系潜江市东城市市场监管所党支部纪检委员、市消费者委员会东城分会会长。2021年6月3日，因病去世，终年57岁。

刘绍紫同志坚守市场监管一线32年，先后荣获全国消费维权先进工作者、全省工商系统优秀共产党员、潜江好人等荣誉，多次获评潜江市局优秀共产党员、先进工作者。刘绍紫同志是一位钟爱消费维权事业的“忠诚卫士”，一位受消费者信赖的“贴心人”，一位受群众广泛赞誉的“潜江好人”，一位同事眼中热情仁厚的好兄长，他是积极投身消费维权事业的优秀代表，全省消委系统学习的楷模。

通知要求：

1.精心组织，认真学习。

大力宣传学习刘绍紫同志的先进事迹，对于深入践行共产党员的初心使命，推动消费维权事业发展，引导全省消委系统干部职工坚持以消费者为中心的理念，具有重要的意义。向刘绍紫同志学习，

就是要学习他信念坚定，对党忠诚的政治品格；学习他干事创业、主动作为的担当精神；学习他心系群众、服务人民的为民情怀；学习他以身作则、清正廉洁的高尚情操。各地要高度重视学习活动，精心组织，周密安排，通过举办专题学习、座谈交流、主题实践活动等形式，确保学习活动取得实效。

2.强化结合，注重实效。

开展向刘绍紫同志学习活动，要深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，与开展党史学习教育相结合，与贯彻落实习近平总书记在党史学习教育动员大会上的讲话精神相结合，与巩固深化“不忘初心、牢记使命”主题教育成果相结合。通过学习，引导全省消委系统干部职工立足岗位，守正创新，对标提升，在新时代展现新气象新担当新作为，推进湖北消费者权益保护事业健康快速发展，为服务湖北“建成支点、走在前列、谱写新篇”，贡献消委组织力量，以更加优异的成绩庆祝建党100周年。

3.加大宣传，营造氛围

刘绍紫同志先进事迹已在潜江市场监督管理局微信公众号刊登。各地要加大宣传力度，努力营造舆论氛围，充分利用公众号、网站等自媒体，宣传学习活动情况。要深入消费维权工作一线，发现和挖掘先进典型，加强优秀消费维权工作者、“最美消费维权人物”宣传力度，充分展示新时代消费维权工作者干事创业的精神风貌。

中国消费者报社、湖北省消费者权益保护中心开展党史联学



4月20日至21日，中国消费者报社党总支、湖北省消费者权益保护中心党支部在武汉开展党史联学。中国消费者报社党总支副书记高秀东、第一支部书记贾珺、第二支部宣传委员韩迎亚，湖北省消费者权益保护中心支部全体党员参加党史联学。铭记中国共产党百年奋斗的光辉历程，感悟中国共产党始终不渝为人民的初心使命，传承中国共产党在长期奋斗中铸就的伟大精神。

20日下午，在湖北省消费者权益保护中心会议室召开党史联学座谈会。会上，湖北省消费者权益保护中心支部书记陈方军介绍了2020年度党建引领消费者权益事业发展情况：携手战“疫”，共同抗击新冠肺炎疫情；紧贴实际，开展线上“3·15”国际消费者权益日纪念活动；示范引领，开展线下实体店无理由退货承诺活动；化解难点，组建湖北省汽车消费维权专业委员会；提升效能，建立“湖北3·15消费投诉和解平台”。党务工作人员汇报了党史学习教育工作安排、开展情况和取得的成效。

高秀东副书记重点介绍了中国消费者报社党史学习教育安排：一是进一步强化对消费者权益保护工作的认识，以实际行动践行学史明理；二是进一步强

化消费者权益事业人民立场，以实际行动践行学史增信；三是进一步强化全体人员对规定的认识，以实际行动践行学史崇德；四是进一步强化新闻媒体融合发展重要性的认识，以实际行动践行学史力行。

21日上午，实地参观中共五大会址纪念馆（武昌农民运动讲习所）教育基地。在中共五大会址纪念馆全体党员重温了入党誓词，共忆入党初心；认真聆听了讲解员解读中国共产党第五次全国代表大会召开的历史背景、会议任务及历史贡献；参观了毛泽东同志旧居、讲习所旧址，一件件珍贵的历史文物、一段段动人的革命故事，深入了解毛泽东等老一辈无产阶级革命家在武汉探索中国革命与建设道路的坚实足迹。大家认为：这是一次很好的理想信念教育和革命传统教育，接受了一次灵魂的熏陶与洗礼。我们要传承红色基因、坚定理想信念，弘扬优良传统、牢记使命担当；要提高思想站位，强化政治责任，把思想和行动统一到习近平总书记重要讲话精神上来，认真搞好个人自学、积极参加集中学习研讨，切实沉下心来学、联系实际学，学出坚强党性、学出信仰担当；要守正创新、锐意进取，主动作为、奋发有为、担当善为，以高质量履职成效庆祝建党100周年。

省消委、湖北移动公司客服部 开展支部“党建合创”主题党日暨党支部品牌创建活动

文/武珊珊



为探索和创新基层党建工作共联共建共享新模式，加强基层党组织建设，激发党员活力，发挥先锋模范作用，促进党建与业务工作融合发展，2019年8月，湖北省消费者委员会秘书处党支部与中国移动湖北公司客户服务部党支部签订“同心强党建，和创新未来”（党建合创）共建活动倡议书。根据“党建合创”活动要求和党史学习教育计划，2021年5月14日，组织支部党员赴黄陂区姚家山红色教育基地开展“缅怀革命先烈、牢记初心使命”主题党日活动。中国移动在线湖北公司、湖北移动武汉分公司客户服务部（投诉中心）党员参加教育活动。

姚家山位于武汉市黄陂区蔡店街道，是抗日战争

的红色堡垒，称为“武汉抗战第一村”。在讲解员的带领下，参观了新四军第五师历史陈列馆，大家认真聆听、用心观看，了解第五师在姚家山的奋斗历程，感悟革命前辈坚定信仰信念、对党无比忠诚的政治本色，救亡图存、共赴国难的民族品格，抛头颅、洒热血的爱国情怀。在陈列馆面对党旗重温入党誓词，共忆入党初心，接受心灵的净化和洗礼。

参观结束后，湖北省消费者委员会秘书处支部纪检委员、副秘书长蔡浩围绕高质量开展“党建合创”活动发言，提出“五同”目标，即党性同修，锻造忠诚担当之魂；理论同学，培植公仆情怀之根；作风同塑，绷紧自省自律之弦；服务同行，提升落实执行之力；品牌同塑，共促高质量发展。中国移动湖北公司客户服务部支部纪检（学习）委员、副总经理鲁毅发布党支部品牌——“心级服务、满意领航”，并从“七个强化”践行保障对品牌进行解读。中共黄陂区委党校讲师陈华明讲“学党史、铸信念、守初心”专题微党课。大家围绕主题进行了交流研讨，纷纷表示，要传承红色基因、发扬红色传统，加强党性锤炼、牢记初心使命，坚持担当实干、认真履职尽责，用高质量服务让消费者更舒心、安心。

（上接第13页）

下一步，荆州市消委将《反食品浪费法》纳入年度宣教计划，结合“放心舒心消费在荆州”活动，与《消费者权益保护法》、《食品安全法》、《湖北省消费者权益保护条例》等法律法规统一安排部署，以3·15维权律师团成员为主体力量，结合新媒体形式，有计划、分批次地开展送法讲法进社区、进商

场、进乡村、进行业协会大宣讲活动，通过普法讲座等形式对消费者加强饮食消费教育，引导公众确立餐饮消费、日常食品消费的基本行为准则；组织餐饮服务经营者和食品生产经营者学习相关法规，在保证食品安全的前提下，最大程度防止浪费；鼓励食品、餐饮行业协会制定、实施反食品浪费等相关团体标准和行业自律规范，建立培育节约良好风尚的长效机制。



荆州市消费者委员会 贯彻《反食品浪费法》共建放心舒心消费环境

文/何芳

近期，荆州市消委结合“我为群众办实事”活动，走进荆州职业技术学院和荆州万达广场，开展了“放心舒心消费在荆州”暨《反食品浪费法》普法教育活动，通过大学生志愿者走上街头开展普法宣传，倡导“厉行节约、反对浪费”良好风尚，弘扬中华民族勤俭节约传统美德，得到餐饮服务单位和消费者广泛赞扬。

《中华人民共和国反食品浪费法》于2021年4月29日起正式颁布实施。为了加大这部新法的宣传力度，有效制止餐饮食品浪费，规范餐饮服务单位经营行为，引领“消费而不浪费”的绿色消费观，市消委在认真组织工作人员学习领会《反食品浪费法》的基础上，开展多种形式《反食品浪费法》普法宣传活动。

5月20日，市消委走进荆州职业技术学院，进行了专场《反食品浪费法》培训宣教活动。市消委副秘书长何芳从立法背景、食品浪费的定义、监管职责、

法律责任等相关内容结合学校实际和学生特点对《反食品浪费法》进行了解读，并结合发生在身边的多个真实典型案例，教导大学生学习法律，尊崇法律，执行法律，树立文明、健康、理性、绿色的消费理念，要求大家时刻牢记志愿者的身份，在生活中遇到有餐饮浪费的行为要进行劝阻，敢于与不良风气和不文明、不科学、不文明消费习俗作斗争，做节约的模范。

培训结束后，大学生志愿者在工作人员的统一组织下来到荆州市万达广场，对200余户商家进行了宣传，倡议餐饮服务经营者建立健全食品采购、储存、加工管理制度，切实做到厉行节约、反对浪费；积极引导消费者增强反食品浪费意识，按需适量点餐，不超量点餐，践行“光盘行动”。活动现场发放宣传资料3000余份，在餐饮服务单位和学校张贴海报60余张，劝导商家和消费者6000余人次，取得良好的宣传效果。

(下转第12页)

襄阳市消保中心党支部 赴谷城堰河红色教育基地开展专题主题党日活动

文/文 勇

为深入学习中国共产党百年奋斗史，汲取伟大奋进力量，6月28日，襄阳市消费者权益保护中心党支部赴谷城县堰河村党员干部教育基地进行红色教育实践，同堰河村党委联合开展“学党史、庆祝建党100周年”主题党日活动。

谷城县堰河村近年来先后获得了全国先进基层党组织、全国最佳宜居村庄等称号，成为湖北省的明星村。上世纪80年代，堰河还是见山山秃头、见路路断头、见水水断流、见人人犯愁的景象。如今的堰河，山绿了，河清了，村美了，村里有产业，户里有项目，人人有事干，个个有钱赚。这离不开村党支部坚持绿色发展，真正把绿水青山变成了金山银山。活动中，消保中心全体党员干部重温入党誓词；在堰河村党委副书记任安强带领下学习党章第二章《党的组织制度》；观看堰河村发展《咬定青山不放松》专题纪录片，2名党员干部结合工作实际，交流学习心得体会；消保中心党支部书记魏海霞宣讲了《坚定理想信念 学党史知党恩跟党走》为题目的党课。

党员干部们先后参观堰河村党建重点景点，在堰河村“人民大会堂”，260多块石头错落在竹林草地中，这就是当年村民们议事开会的地点。在垃圾分类中心，了解该村17年坚持垃圾分类、转变为绿色生活方式的发展历史。走进陆羽公园、茶园基地，回顾

堰河人民如何变荒山为茶园、将茶产业变成全村脱贫致富的绿色支柱产业的奋斗历程。在黄山垭革命烈士陵园，党员干部聆听村党委任安强副书记介绍了9位革命烈士的英雄事迹，明白我们和平年代的幸福生活都是革命先烈浴血奋战、献出宝贵生命换来的。大家纷纷表示，要立足本职岗位，学习堰河精神，不忘初心、牢记使命，敢于担当、积极作为，为实现“两个一百年”奋斗目标，实现中华民族伟大复兴的中国梦作出贡献。



消保中心党支部党员干部在黄山垭革命烈士陵园缅怀革命先烈

“抬杠”消协是对消费者的无视

文/余颖

最近，在天津消协约谈企业的现场，知名户外运动品牌THE NORTH FACE（北面）也上演了一出现代版的“寡人无疾”“讳疾忌医”——当消协指出北面品牌的冲锋衣没有按照冲锋衣标准生产、涉嫌虚假宣传时，北面却提出该标准“归口”全国体育用品标准化技术委员会运动服装分会，而自己不是体育用品。言下之意，这个标准管不着自己，自己没有问题。

此前，北面还多次拒绝京津冀三地消协的社会监督，要么拒绝整改，继续以“冲锋衣”为名销售宣传普通服装，要么公开约谈时故意不到场，这在全国消协组织的监督过程中十分罕见。

北面提到的“归口”是标准制定中的专业术语，即标准由哪家单位制定。不管《户外运动服装冲锋衣》国家标准由哪一部门归口制定，该标准由国家标准委批准发布后，就成为冲锋衣生产的推荐性国家标准，企业就算不采用，也应有更高的企业标准，而不是绕开标准，直接拿夹克或者休闲服来冒充冲锋衣。

而且，根据正常理解，冲锋衣应该是户外运动

的专业服装，在防水透气保暖性能方面要高于普通休闲服，这也是消费者愿意花更高价格购买冲锋衣的主要原因。因为不是强制性的国家标准，企业就视若无睹；消费者辨别不清，企业就弄虚作假；消协组织没有执法权，企业就怠慢应付……这不是一家负责任的企业应有的态度。这不仅是企业对消费者权益的漠视、对自身责任的逃避，更是对消费者权益保护法的无视。

三地消协指出的问题，企业只要及时整改，不会有太大损失。然而，北面等企业竟敢于跟三地消协“抬杠”，再次提示消费者权益保护法的牙齿还不够锋利。消协组织应当与市场监管部门联动，采取举报、公益诉讼等手段，坚决维护消费者合法权益。同时，消协组织还可与电商平台联动，将结果告知平台，要求平台督促企业整改，并增强动态监管，避免类似情况再次出现。

最后，借用天津消协的话提醒北面等企业，企业的“归口”是哪儿不重要，但应谨记自己的“出口”是消费者，对消费者负责才是第一位的。

动物园“瞒豹”之患猛于豹

文/刘晶瑶

俗话说，不是不报，时候未到。这句话，杭州野生动物世界该深刻反思，引以为戒。

这几日，全网围观的“金钱豹去哪儿了”的荒诞剧，终于看到了落幕的可能。第二只金钱豹被麻醉捕获的消息，让众人高悬的心稍微松了口气，然而，第三只金钱豹仍在搜索中。

“瞒豹”事件，暴露出的管理漏洞，遇事先捂盖子的惯性思维，否认三连式瞒报、谎报，也该像

金钱豹一样“被捕入园”。

回溯事件经过，杭州野生动物世界的处置机制和应对方案，比猛兽“外逃”，更让人匪夷所思。5月6日，群众就报警称发现疑似豹子的猫科动物。5月8日，疑似金钱豹都在居民小区现身了，杭州野生动物世界才姗姗来迟发布一纸公告，措辞犹在半遮面，语焉不详，不敢明说金钱豹“失踪”，拿园区安全问题需及时维护的公关话术来遮掩。（下转第16页）

泄露消费者个人信息被处罚，该！

文/李斌

近日，潜江市查办了一起非法收集、使用消费者个人信息案件，市场监管部门依法对涉案装修公司做出责令改正并处罚款3万元的行政处罚。作为一个曾经被泄露过个人信息、遭受过不法经营者“骚扰”的消费者，看到这个消息，真有些大快人心的感觉。

日常生活中，消费者的个人信息安全得不到保障的情况并不鲜见：前脚刚签了购房合同，后脚装修公司的电话就打来了；更有甚者，一些所谓的房产中介、理财顾问、保险经理等，电话一接通就能准确地说出你的姓名、家庭住址等隐私信息，让人在惊诧之余，还多了一丝不安和恐惧。

《消费者权益保护法》明确规定，“消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有个人信息依法得到保护的权利”“经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供”。要切实保证受尊重权等消费者的基本权利不受侵害，需要社会各界共同努力。

市场监管部门要更大力度推进“放心消费创建”，

畅通消费者投诉举报渠道，创新监管方式，对包括非法收集、使用个人信息在内的违法行为果断“亮剑”，对不法经营者形成震慑，进一步优化消费环境。

经营者应当树牢诚信守法的理念，规范经营行为，主动为消费者提供更高质量的产品和服务，行业协会和消费者组织要加强宣传引导，做好矛盾纠纷调解，指导市场主体提升经营和服务水平，努力使消费者与经营者实现双赢。

最后，广大消费者要增强个人信息防范和保护意识，在消费活动中谨慎提供个人隐私信息，做到事前预防和事后救济“两手抓”，避免因贪图蝇头小利而被不法商家“薅羊毛”。

消费者的强大和经济的增长是正相关的，保护消费者也是实现市场主体和市场经济高质量发展的推动力，这既需要交易各方的“菩萨心肠”，也不可缺少监管部门的“霹雳手段”。只有形成良好的社会共识和舆论氛围，多方合力，才能实现好、维护好、发展好消费者的根本利益。

（上接第15页）

更奇葩的是，后面该公告竟被删除了。直到金钱豹彻底落网，杭州野生动物世界才发布致歉声明，称因考虑到出逃的未成年金钱豹攻击性较弱，担心事件公布会引起恐慌，未及时公布有关信息。

比园区安全漏洞更大的，恐怕是瞒报、谎报的管理脑洞。猛兽外逃，极易发生人员伤亡事件，即便是未成年动物幼崽，对小朋友而言，危险也不可低估，及时向公众发出预警，提醒当地居民做好自我防护，才是应有之举。

马上“通报”，及时上报，才能避免后续种种危险之“报”。

此次，未成年金钱豹出逃，未引发人身伤害，恐怕只是侥幸。一旦发生伤人事件，园方管理失职，难辞其咎。有消息称，多只专业搜救犬被咬伤，足以说明其危险不容小觑。

前段时间，野生东北虎下山，进村伤人，一掌拍碎车窗玻璃的场面，仍让人心有余悸。低估猛兽危险，盲目乐观，“瞒豹”的危害，不能被“萌豹”弱化。

据通报，目前联合调查组已经入驻，在彻查金钱豹外逃原因，补上围墙漏洞的同时，也该堵住管理思维的漏洞，查清“瞒豹”原因和责任人，依法处置。



湖北315消费投诉和解平台专题培训班在鄂州举办

文/余英

6月29日上午，湖北315消费投诉和解平台专题培训班在鄂州市举办。来自全省各市、州、直管市、林区消委秘书长、业务骨干及鄂州入驻和解平台名优企业代表共140人参加培训。鄂州市市场监管局局长喻志斌出席开班仪式并致辞，省消委秘书长陈方军发表讲话。

省消委秘书长陈方军指出，此次培训是积极适应消费维权新形势、新任务、新要求，宣传推广应用湖北315消费投诉和解平台的有力抓手和载体、有效措施和途径。希望通过培训引导全省消委组织和企业共同把和解平台建设好、使用好、维护好，实现共建共治共享的消费维权大格局。陈方军强调各级消委组织一要提高政治站位，深刻认识做好投诉和解工作的重

要和必要性；二要加强协同联动，不断推进投诉和解工作取得新成效；三要强化宣传引导，提升平台的知晓率和普及率。为营造放心舒心的消费环境，助力湖北经济社会疫后高质量发展做出积极贡献。

培训班上，鄂州市市场监管局副局长周一兵介绍了《鄂州市消委消费维权工作以及和解平台推广应用情况》，省移动投诉主管武姗姗介绍本公司使用和解平台提升消费者满意度的情况，武商公司鄂州分公司总经理刘劲松作为鄂州市入驻和解平台名优企业代表上台发言，省消委投诉部主任聂喜洋宣讲《湖北315消费投诉和解平台》，北京字节跳动公司高级经理马铃欢作了《运用新媒体宣传消费维权工作的方法和技巧知识》的讲座。

荆州市消委会、沙市区消委会 召开“湖北3·15消费投诉和解平台”培训会

文/陈明



5月18日上午，荆州市消费者委员会主办、沙市区消费者委员会承办的“湖北3·15消费投诉和解平台”培训会在沙市区民政局15楼开展。培训会旨在宣传“湖北3·15消费投诉和解平台”，通过推广培训、互动交流、现场入驻等方式，提高和解平台的知晓度、覆盖面、入驻率，帮助经营者降低涉诉成本、提高消费者维权效能。沙市区的120家经营者代表、8个消委分会工作人员参加培训会。荆州市消委工作人员现场协助经营者代表踊跃入驻湖北3·15消费投诉和解平台。

武汉市消协发布社区团购划线价调查报告

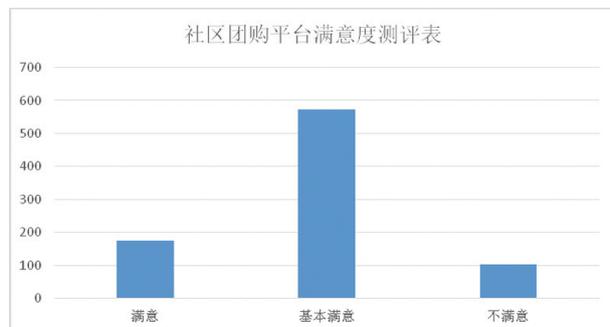
文/杜菲 吕萍

近年来，随着互联网技术的深入发展和网络购物等新兴消费行为的不断涌现，各类团购网站应运而生。为加强对社区团购平台的监督，全面准确的掌握消费者对社区团购平台划线价格认知情况，武汉市消协围绕中消协2021“守护安全 畅通消费”年主题，开展为期一个月线上、线下团购划线价调查问卷测评工作。问卷调查对象涉及到武汉市在校大学生、企业员工、个体经营户、社区居民、律师、记者、写字楼白领等网络消费者；涉及到的电商平台主要有美团优选、橙心优选、十荟团、盒马生鲜、多多买菜、兴盛优选、食享会7个电商平台。问卷从消费者对社区团购平台的满意度、对社区团购平台购物首要考虑的因素、对是否了解社区团购平台划线价、理解社区团购平台划线价等消费者关注的价格问题进行调查测评。调查活动时间从2021年4月1日起至4月30日止为期一个月，共收到线上线下问卷共850份，具体分析结果如下：

一、有社区团购平台购物买菜经历的统计结果是：经常登录平台进行社区团购的有235份，占总数的27.6%，偶尔登录平台进行社区团购的有454份，占总数的53.4%，没有团购经历的161份，占总数的19%。

二、目前社区团购平台的满意度统计结果是：满意175份，占总数的20%；基本满意573份，占总数的68%；不满意102份，占总数的12%。

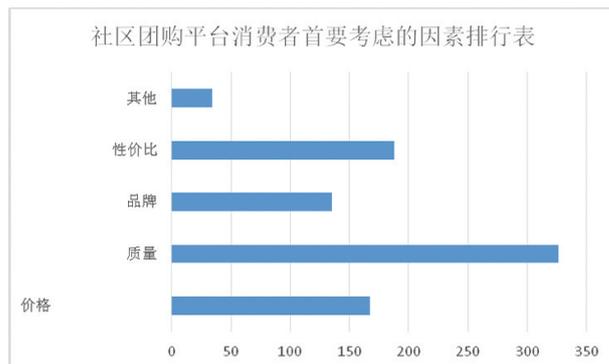
如图一所示。



三、最受消费者喜欢的社区团购平台排序如下：美团优选、盒马生鲜、橙心优选、十荟团、兴盛优选、多多买菜、食享会。

四、消费者上社区团购平台购物首要考虑的因素测评情况：其中价格167份，占比总数的19.6%；质量326份，占总数的38.3%；品牌135份，占总数的16%；性价比188份，占总数的22.1%，其他34份，占总数的4%。

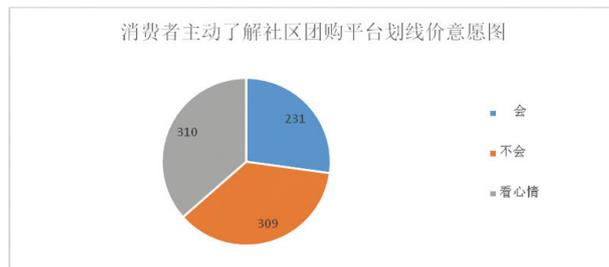
如图二所示。



五、消费者在社区团购平台购物时，注意到商品下面划线价统计结果是：注意到209份，占比总数的24.6%；没注意270份，占比总数的31.8%；有时候注意，有时候没注意371份，占比总数的43.6%。

六、消费者主动去了解社区团购平台划线价统计情况是：消费者主动会去了解是231份，占比总数的27.1%；不会了解309份，占比总数的36.4%；看心情310份，占比总数的36.5%。

如图三所示。



社区团购消费提示

文/汪加志 姚 丰

社区团购作为新型消费模式，为居民购物带来便捷，也因发展不够规范，消费者对其售后没有保障、商品质量不佳等问题投诉不断。武汉市消费者协会提醒广大消费者：在社区团购活动中要科学性选择，远离假冒伪劣产品，维护自身合法权益。

一、查看资质、谨慎选择

社区团购平台的经营者素质参差不齐，既有正规的电商平台，也有微商、社交平台，还有一部分个人组织的微信团购群。消费者在选择前一定要认真甄别，查看平台资质，了解售后服务情况，选择信誉良好、售后规范的团购平台。不要随意点击手机中的不明链接和扫不明二维码，避免参与团长身份不清、商品来源不明的团购活动，不与卖家私下约定交易方式。

二、查看渠道、注意安全

通过社区团购方式购买生鲜产品前，要询问供货商资质，了解供货渠道，仔细查看肉禽产品是否经过检验检疫、农副产品是否经过检测、是否符合食品安

全标准等；收货时，及时验收，查验产品优劣。

三、按需购物、理性消费

要根据自身需要理性消费，不要因团购平台的低价促销而盲目囤积产品，造成不必要的损失。要注意保护个人信息安全，谨防大数据杀熟。要抵制低于成本价的倾销，要用长远的眼光看待低价销售等不正当竞争行为。

四、保留证据、依法维权

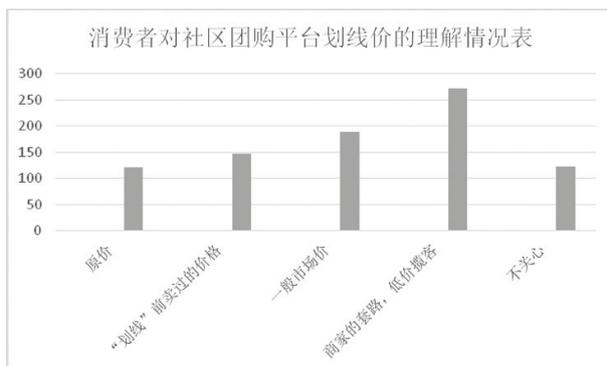
消费者要保留与团购平台“团长”的聊天记录以及电子订单、支付页面等消费凭证。一旦合法权益受到侵害，要及时向消费者协会或有关行政部门投诉。

武汉市消费者协会同时呼吁，政府职能部门要加强对社区团购平台的监督和管理力度，社区团购平台经营者要严格做好品质把控和管理，提高售后服务意识，及时进行回应、处理消费者投诉，以消费者为核心，以创新为驱动力，深耕“服务体系”，提升服务品质，全面提升消费者满意度。

七、消费者是否注意到商品详情页面下价格说明的：注意并仔细看过137份，占比总数的16.1%；注意并大概看过241份，占比总数的28.4%；注意但没怎么看过279份，占比总数的32.8%；没注意193份，占比总数的22.7%。

八、消费者是怎么理解社区团购平台划线价的统计结果：其中，原价121份，占比总数的14.2%；“划线”前卖过的价格147份，占比总数的17.3%；一般市场价188份，占比总数的22.1%；价商家的套路，低价揽客272份，占比总数的32%；不关心122份，占比总数的14.4%。

如图四所示。



九、消费者认为社区团购平台里的划线价格应该在显著位置说清楚到底是什么价417份，占比总数的49%；没什么大不了的，维持现状129份，占比总数的15.2%；说不清楚304份，占比总数的35.8%。



恩施州消费者委员会 召开换届大会暨第二届全委会第一次会议

文/黄正柏

5月31日上午，恩施州消费者委员会换届大会暨第二届全委会第一次会议在朗宁酒店八楼会议室召开。恩施州政府副秘书长周兴发出席并讲话，来自州县（市）直单位和企业的54名委员及委员代表参会。

经选举，恩施州市场监督管理局局长、二级巡视员张紫阳同志当选为州消费者委员会第二届全委会主任。8名州直相关部门分管领导当选为副主任。会议还选举产生了新一届常务委员、秘书长、副秘书长。

大会宣布州消费者委员会第二届全委会选举和审议结果。州消费者委员会第二届全委会审议通过了《恩施州消费者委员会第一届全委会工作报告》《恩施州消费者委员会第二届全委会章程》。

新当选州消委主任张紫阳同志作表态发言。他表示，新一届消委将从找准定位，不断增强责任意识；勇于担当，切实履行法定职责；紧贴实际，加强自身

建设；联动协作，实现社会共治四个方面着力，当好消费者权益保护的忠实维护者、消费维权社会共治的奋力推动者、消费环境建设的参与者，为满足人民日益增长的美好生活需要，助推恩施高质量发展做出积极贡献。

周兴发同志在讲话中充分肯定了近年来州消委对恩施经济社会发展所作出的贡献。他要求，新一届消委要认真贯彻落实党中央、国务院关于规范市场秩序、加强消费维权的部署要求，不断加强自身建设主动作为；二要紧扣法定职责，着力解决消费者揪心事、烦心事、难心事；三要完善消费维权机制，建立健全消费维权信用评价机制，推广消费投诉公示制度；四要推进消费维权共建共享，着力推动形成消费维权共治格局。

荆州市消委开展美丽乡村消费体察活动

文/何芳



近日，荆州市消费者委员会组织消费者代表10余人，前往荆州市荆州区铜铃岗蔬菜研学基地开展美丽乡村消费体察活动。通过实地查看、亲身体验、现场评议等方式，对乡村园区建设、服务管理、价格收费、纠纷处理等方面进行了体察评议。

体察代表现场察看了铜铃岗蔬菜研学基地的教育设施及课件资料，对科普农技知识及旅游业的发展给予了肯定。体察代表认为，园区规划科学、设施齐全，为我市广大师生提供了一个很好的学习、实践平台。



宜昌市消委会开展消费教育体察活动 ——走进牛奶世界

文/王李华

4月11日上午，一场别开生面的“宜昌消委携手三峡晚报小记者走进牛奶世界”活动如期举行。百余名晚报小记者和家长作为消费维权志愿者对宜昌喜旺食品有限公司进行了体察探访。

通过工作人员介绍、小记者代表零距离参观生产车间，大家了解了“喜旺”奶的生产过程，纷纷表示食物来之不易，一定要倍加珍惜。通过企业的科普宣传，大家了解了奶的种类、学习了益生菌的知识。这次消费体察活动，让志愿者们提升了消费信心，感受到了“天天315”的维权意义，大家纷纷表示受益匪浅，今后还要积极参加这类活动。

宜昌喜旺食品有限公司是省消费者委员会在我市首批建立的5家“湖北省消费教育基地”之一。

此次，宜昌市消委在喜旺公司开展的消费体察活动，旨在通过丰富消费教育的互动和实践，发动更多社会力量和资源参与消费教育，在为消费者传授消费知识和维权技能的同时，增强企业、行业在社会和消费者心目中的认知度、信誉度，努力实现消费者受教育、好品牌被推广、经营者更诚信的共赢效果。



荆州市消委开展节前食品安全、酒店价格监督检查

文/李 闽

“五一”小长假临近，为规范我市餐饮、农贸市场及酒店价格秩序，切实维护消费者合法权益，营造放心舒心消费环境。4月28日，荆州市消费者委员会联合沙市区市场监督管理局对中心城区酒店、餐饮、农贸市场等地进行了专项检查及提醒告诫。

检查过程中，检查组对经营者进行政策宣讲和提醒告诫，引导经营者守法、诚信经营，严格遵守价格法相关规定，加强价格自律，要求经营者做到明码标价，不得以牟取暴利为目的大幅度提高价格，不得在电商平台等渠道预定房间订单已生效的情况下单方面毁约或擅自提高价格。据了解，五一期间仍有部分酒店的价格没有改变，线上预定还有折扣活动，在隐私保护和服务方面，酒店也采取了多重措施，将带给顾客好的入住体验。

在农贸市场，每检查一处，均与相关负责人对接，及时传达市委、市政府工作要求，并将检查情况及时反馈，保持信息联通等。



↑ 了解酒店价格公示和房间预订情况

← 查看小餐饮、小熟食“三防”措施



荆门市举办“线下购物七日无理由退货”倡议活动

文/赵红玲



6月18日，荆门市市场监管局、荆门市消费者委员会联合举办了2021年“放心消费在荆门”主题宣传暨“线下购物七日无理由退货”倡议活动，中心城区20家较大经营规模的实体店率先向广大消费者作出了公开承诺。

这是近年来该局深入推进放心消费创建活动的一项重要举措。该局将建立“线下购物七日无理由退货”承诺经营主体名录库，由荆门市市场监管局统一进行公示，接受社会监督。各承诺经营主体要在经营场所醒目位置张贴“线下购物七日无理由退货承诺店”标识，接受消费者监督。同时，建立切实可行的“线下无理由退货承诺”机制，形成规范，常抓不懈。

红安县消委会开展“消费维权食品安全进校园”活动

文/曾宪锋

在“我为群众办实事”实践活动中，6月2日，红安县消费者委员会、红安县市场监管局到县第二小学开展“消费维权、食品安全进校园”宣传活动，以喜闻乐见的形式向学生们宣讲识假辨劣和消费权益自我保护一课。

此次“消费维权、食品安全进校园”活动，执法人员向小学生们耐心传授怎样识别假冒伪劣商品，如何维护自己的合法权益，以及如何科学消费等方面的知识。并提醒广大小学生，不要购买“三无”食品，“1元小食品”，要购买正规厂家生产的食品，要选择信誉度较好的品牌。同时，也要注意查看食品标签中的相关标注，包括产品名称、配料表、净含量、厂名、厂址、生产日期、保质期、产品标准号等，不买标签不规范的产品。

下课后，同学们纷纷表示，通过这一课学到了平时课堂上学不到的消费知识，自己从小要养成良好的习惯，不购买“三无”食品，遇到问题也知道应该怎么样维权了，我们受益匪浅。

截至目前，共为该校300名小学生讲解“消费维权、食品安全”知识，发放消费者须知宣传资料500余份。





汉川市消委联合市场监管局推进放心消费创建工作

文/李荣华 章志军

如何让消费者“能消费、愿消费、敢消费”，不断优化消费环境？6月18日，汉川市在市场监督管理局召开放心消费创建工作推进会，对全市放心消费创建工作再进行再动员再部署。

汉川市政府办、市委宣传部、市纪委监委的有关领导，市消委理事会相关职能部门、公用企（事）业单位负责人，食品、药品、餐饮、商贸行业等参创单位代表，部分乡镇场市场监管所、市场监管局相关股室的负责人等60余人参加了会议。

会上，通报了汉川市被评定为2020年度湖北省、孝感市两级放心消费示范单位及消费维权服务站的23家单位名单，并现场向相关企业代表授牌。

汉川市市场监管局党组书记、局长夏朝辉就2021年进一步开展放心消费创建活动进行了安排部署。汉川市商务局、移动汉川分公司分别从履行部门职能、强化引导监管、发挥企业自律以及下一步如何抓好创建工作打算等方面，作了交流发言。

会议指出，要立足汉川区位特点、产业布局和消费环境现状，以“消费安全放心、消费服务放心、消费维权放心”为创建主题，督导经营主体履行“食药无伪劣、商品无假冒、服务无欺诈、投诉无障碍”承诺，力争用2~3年时间，使全市市场主体诚信守法经营意识普遍增强，消费品和服务质量明显提高，消费纠纷解决效能显著提升，消费者至上理念深入人心，“放心消费在汉川”品牌效应初步彰显，放心舒心消费环境基本建成。

会议要求，要进一步深化对开展放心消费创建活动的认识，推动形成“政府主导、部门协作、企业争创、行业自律、社会参与”的创建格局；要严格按照申报环节流程和认定标准，打造一批群众满意的示范点，以点带面提升全市放心消费创建工作水平；要坚持问题导向，紧盯老百姓消费的痛点、堵点、难点问题，扎实推进放心消费创建活动向深里走、往实里抓，着力构建消费维权社会共治格局，让人民群众有更多的获得感。

（上接第25页）

开放融合，社会共治。保护消费者的合法权益是全社会的共同责任。政府组织主导，并不是大包大揽，应注重创新、融合、共治，不断提高消费者权益保护工作的社会化、法制化、智能化、专业化水平。进一步完善消费者协会组织体系，更好地发挥其公益作用。积极发挥行业协会商会及其他组织的自律作用，鼓励其承担本行业消费纠纷解决工作。有针对性地引入第三方服务，发挥企业、研究机构等组织在技术、管理等方面的优势，一起来提升消费者权益保护工作水平。例如在预付式消费等覆盖行业广、涉及主

体多、资金流动复杂的领域，多个地方在研究引进商业保险等预收资金安全保障措施，就是一种有益的探索。2020年5月份，中共中央、国务院发布了《关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见》，就强化消费者权益保护等工作提出了新的要求。在党的坚强领导下，在全社会的共同努力下，消费者权益保护工作体系一定会更加完善，广大消费者的权益将会获得更大保障。

（编后：谨以此文纪念原中国消费者协会专家委员会成员、中国法律界消费者权益保护知名律师邱宝昌先生）

社会治理框架下的消费者权益保护工作体系探讨

文/邱宝昌

进入新时代，我国社会主要矛盾发生变化，消费者权益保护工作到了应该重新认识的时期。特别是2020年以来，受新冠肺炎疫情影响，交通、旅游、餐饮、教育培训、体育健身等行业消费纠纷呈集中爆发态势，使得消费者权益保护方面的一些问题更加凸显，以事后维权为主的传统方式在很多情况下已经难以实现对消费者权益的有效保护。新的形势迫切需要我们坚持以人民为中心的发展思想，对消费者权益保护工作体系作出新的思考。

保护消费者合法权益是社会治理的重要内容

社会治理是指在党的领导下，由政府组织主导，吸纳社会组织等多方面治理主体参与，对社会公共事务进行的治理活动，是“以实现和维护群众权利为核心，发挥多元治理主体的作用，针对国家治理中的社会问题，完善社会福利、保障改善民生，化解社会矛盾，促进社会公平，推动社会有序和谐发展的过程”。从本质属性看，消费者权益保护应置于社会治理框架之内。

保护消费者权益，是实现和维护群众权利的具体体现。人人都是消费者，广大群众每一天都离不开衣食住行，每一天都要消费商品或接受服务。消费者权益保护是与最广大群众息息相关的重要民生工作，直接影响着群众民生权利的实现和获得感。更好地保护消费者权益，是时代要求和人民期待，也是牢固树立以人民为中心发展思想的必然要求和实践体现。

保护消费者权益，是化解社会矛盾的重要基础工作。维权是维稳的基础，维稳的实质是维权。预防和化解社会矛盾，维护社会稳定，离不开消费者权益保护。当前，我国正处在社会转型期和矛盾凸显期，社会结构、社会组织形式、社会利益格局发生深刻变化，统筹各方面利益关系，妥善处理各种社会矛盾，是各级政府及相关部门面临的重要问题。强化消费者

权益保护，控制消费纠纷产生的源头，妥善处理因消费纠纷引起的社会矛盾，对于维护社会和谐稳定具有重要现实意义。

保护消费者权益，是政府组织主导的重要治理活动。《消费者权益保护法》规定，国家保护消费者的合法权益不受损害，并进一步指出“国家采取措施，保障消费者依法行使权利，维护消费者的合法权益”。因此，“政府组织主导”至少包含两方面含义：一是将消费者权益保护融入行政管理之中，减少和避免消费者权益受损；二是在消费者权益受到损害后，通过行政行为维护消费者权益，在一定程度上弥补消费者损失。

保护消费者权益，有赖于多元治理主体的深入参与。《消费者权益保护法》规定“保护消费者的合法权益是全社会的共同责任”，以法律的形式将消费者权益保护的责任赋予包括企业在内的各类社会组织。这不仅是保护消费者权益的要求，也是激发行业和企业活力的必要手段。共享单车等行业的发展实践证明，行业管理和企业经营忽视了消费者权益保护，发展将成为无本之木。

目前消费者权益保护工作体系存在的突出问题

消费者权益保护工作体系是政府有关部门及各相关方为保护消费者合法权益，按照一定的秩序和联系组合而成的工作系统，是社会治理体系的重要组成部分。早在2016年10月，习近平总书记就作出指示，要继续加强和创新社会治理，完善中国特色社会主义治理体系，党的十九大报告进一步提出“打造共建共治共享的社会治理格局”。尽管这些要求已经提出了一段时间，但我国消费者权益保护工作体系仍然不够完善。主要表现在：缺乏系统思维，思想认识仍不到位。政府部门对消费者权益同人民群众利益的一致性认识不充分，没有真正从社会治理的角度来统筹消费者权益

保护工作，尚未建立起同心、合力的高效运转系统，导致政府在消费者权益保护工作中的主导作用不能有效发挥。一些部门缺少大局观，选择性履职，只对许可或备案的企业进行监管，将监管风险更高的企业置于消费者权益保护盲区或者“甩”给其他部门。一些部门缺少整体观，割裂促进发展和保护消费者权益的辩证关系，只抓行业发展，却忽视了对消费者权益的保护。一些部门缺少长远观，发现某个新行业、新业态、新模式的问题后，通过行政手段一下子“管死”，看似保护了消费者权益，实则损害了消费者乃至社会的长远利益。

缺乏风险思维，治理理念比较落后。如上文所述，政府部门应将消费者权益保护融入行政管理之中，减少和避免消费者权益受损情况的发生，亦即实施风险管理。在立法立规、建章立制、发展规划、行业规范等行政管理工作中，要将消费者权益作为重要出发点和落脚点，主动识别消费者权益方面的风险，进行估测和评价，在此基础上对风险实施有效控制，从而在源头上降低消费者权益受损的风险。但在实际工作中，“消费者权益保护就是处理投诉”的观念根深蒂固，以事前“防火”为目标的风险管理措施缺失，消费纠纷的复杂程度和数量不断增加，导致事后“灭火”压力巨大，基层行政调解人员疲于应付。

缺乏迭代思维，没有形成工作闭环。消费者权益保护是一项持之以恒的事业，是不断发现问题、解决问题的迭代提升过程。消费者提出权益诉求后，政府部门既要处置诉求个案，也要通过分析诉求来发现行业性、普遍性的问题，然后采取措施规范行业发展、优化消费环境，从而使更广泛的消费者权益得到维护。目前，这一良性循环工作机制并没有完全形成，在诉求处置、问题分析、管理措施之间存在严重断点。例如，各个主要服务行业均设立有相应的主管部门，但在很多地区，无论哪一行业的消费者投诉，几乎都由市场监管部门、消费者保护组织处理。在这种情况下，消费者诉求反映出的行业共性问题难以反馈到主管部门，而市场监管部门却又难以通过制定行业发展和规范政策来从源头解决问题，久而久之形成了一些行业的痼疾顽症。

缺乏前瞻思维，对新经济反应迟钝。近年来，信息技术的发展带动新业态、新模式层出不穷。部分新经济企业发展速度超出自身服务保障能力，形成消费者权益风险。一些部门对新经济消费者权益保护工作重视不够、缺少研究，没有及时出台管理制度和措施加以规范引导，甚至避而远之，拒绝将新经济纳入管理范围，导致新经济领域群体性侵权事件时有发生。

完善消费者权益保护工作体系的建议

新冠肺炎疫情防控，既是检验我国当前治理体系和治理能力的一次大考，也是推进国家治理体系和治理现代化的一堂大课，对于消费者权益保护工作更是如此。在疫情防控和复工复产过程中，应化危为机，从着力增强系统性、整体性、协同性入手，进一步完善消费者权益保护工作体系。

确定导向，前端治理。任何行业的最终服务对象，都是消费者。保障消费者权益，是任何行业持续、健康发展的前提。试图仅从消费者端解决消费者权益问题，是舍本逐末的做法。只有对问题进行溯源，找准“病根”，然后发挥主管部门的统筹、协调、指导作用，规范有关行业发展，才是治本之策。为此，应按照“谁主管、谁接诉”的原则，打通消费者诉求处置与监督管理的联系通道，建立问题分析反馈机制，将消费者诉求反映突出的问题作为管理部门出台政策、制定措施的重要导向，通过不断规范行业发展，为消费者权益提供根本性保护。

齐抓共管，协同联动。商家侵害消费者权益的情况主要有两类：一是行为违法；二是行为失当，但无法律法规进行规制。对于第一类情况，要通过联合惩戒，让违法者付出代价，直至将其清出市场。对于第二类情况，更需要各个部门协同共治。市场监管等具有执法权限的部门，用足现有法律法规，倒逼企业规范自身经营行为；行业管理部门完善行业规则，及时堵塞监管漏洞，推动整个行业规范发展。对于通过互联网开展经营活动的企业，特别是一些新业态、新模式，各部门要坚持线上线下一体化监管，加强研究，在包容审慎的同时，守住消费者权益保护的底线，共同维护经济秩序和社会稳定。（下转第23页）

从消费和维权视角看“七人普”数据

中国消费者协会消费监督部 汤哲

5月11日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，国务院第七次全国人口普查领导小组副组长、国家统计局局长宁吉喆等介绍和解读了第七次全国人口普查（简称“七人普”或“七普”）主要数据结果，并答记者问。

相关数据发布后引发了全社会高度关注，众多行业领域、高校和科研机构、海内外媒体从人口数据的总量规模、人口结构、增长特征、未来趋势等方面进行解读和点评，同样也引发了广大消费者的热议。

尽管普查没有将消费行为和消费指标直接纳入，但是相关数据仍然与广大消费者直接相关，因为消费者既是数据的生产者，也是数据的被服务对象。随着人员在不同地区的增加、减少和流动，直接或间接地带来了房屋租赁、医疗、教育、出行、就业、文化等方面的消费需求，这对于重点地区、重点人群、重点消费领域及相关商业生态的发展趋势产生直接的影响。为了更好地理解相关数据，以及可能对消费和维权带来的影响，我们试着从消费维权工作的角度进行一些探讨。

一、我国仍然是第一人口大国，消费市场和消费潜力巨大。第七次全国人口普查结果显示，全国人口共14.1178亿人，与2010年第六次全国人口普查数据相比，增加7206万人，10年来人口保持低速增长态势。人口的规模意味着消费需求和消费频次的旺盛，无论是在线互联网经济、还是线下实体经济，我国消费市场依然具有强大的增长动力和巨大的消费潜力，外界所传言的人口断崖式下跌以及可能由此引发的消费断崖并不会出现。人口规模的



基本国情和潜在优势是我国全面扩大消费、构建基于“双循环”的新发展格局的重要出发点和信心所在。

二、人口集聚效应进一步显现，活跃的迁徙流动是出于对美好生活的向往，这为消费的增长注入鲜活动力。得益于信息的互联互通、交通路网等基础建设、消费业态配套服务的进一步完善，消费者的出行方式、出行目的地等选择也变得更加，出行成本进一步降低，出行意愿显著增强。一些人基于增加收入的需要外出工作，还有一些人是基于旅游旅居、家庭照护、个人休闲等目的而外出，大多数消费者的共同目标和追求都是基于对美好生活的主动向往。人口的自然流动，一方面形成了相当规模的服务需求，拉动了相应的消费；另一方面则是催生了新职业、新产业，激发了新动能。尽管疫情爆发和疫情防控压抑了人们出行的意愿、打破了出行的计划，但从今年春节、清明节到五一黄金周的最新情况看，消费者的购买力和消费意愿持续高涨。传统的市场监管和消费者权益保护体系应当对照新消费、新业态的发展特点和趋势加以研判，适时做好监管和引导规范。

三、居民日常消费得到稳定保障，消费差异性值得关注，公共服务消费重要性越发凸显。总体来看，居民日常生活消费节奏总体平稳，商品消费和服务消费类别日益丰富、选择性多，根据中消协百城市消费者满意度测评数据显示，十三五时期消费者满意度持续提升。与此同时，庞大的消费群体不断变化的消费趋势和个性化的需求，对消费供给、消费环境和消费维权形成重大的考验。具体来看，经济发达地区和欠发达地区、城市地区和农村地区的消费供给、消费选择、公共服务建设与保障等还存在较大的差异，本地人口和外来人员的消费意愿、公共服务保障、参与机会等还存在一定差异，从政府治理和企业经营的角度都应有所关注。

四、城乡人口规模差异显著，快速的城镇化发展对城市消费供给、消费基建提出新要求，农村人口的减少并不意味着农村消费需求和标准的降低。统计数据显示，我国居住在城镇的人口为90199万人，占63.89%；居住在乡村的人口为50979万人，居住在乡村的人口与六普数据相比减少16436万人。越来越多的农村居民进入城市生活，享受城市化的便利和消费的便利。当然也要看到，农村居民进入城市定居，并不是简单的户籍变更、房屋和住所地的迁移，而是面临着工作方式、生活方式、消费观念和消费路径的转变，对城市消费环境特别是消费基础设施建设、消费供给的类别和质量需要逐步地适应，同时也提出了新的要求和期待。

五、人口结构变化对于消费业态产生直接影响，服务类、体验式经济在未来消费市场将占据越来越重要的地位。许多专家指出，今后较长一段时期，我国将持续面临人口长期均衡发展的压力。生育意愿和生育率降低、人口老龄化将减少劳动力的供给数量、导致消费动力不足、增加家庭养老负担和基本公共服务供给的压力。从另一方面来看，少子化、无子化的家庭趋势带动了宠物消费、陪伴式消费等业态的发展，人口老龄化直接促进了“银发经济”的发展，一些平台企业快速行动抢滩康养、保健等消费市场。不仅如此，消费者对于环保、健康、安全、品质生活的消费和体验将越发重视，这些生活观念的转变也为新消费业态、新技术革新创造了机遇。当然，相关新业态的诞生和发展，对于广大消费者乃至全社会的消费观念、消费路径选择和消费维权保障等提出的新期待，老年人、未成年人、残障人士、小众消费群体等的消费教育引导和维权保障至关重要，也需要社会各界的共同关注和持续努力，承担必要的社会责任。

“车位能进门难开” ——停车位买卖纠纷问题剖析

文/文 勇

朋友圈里看到一张图片，是某业主购买新房后，首次在地下车库看到的自家车位。三面墙紧贴着地面车位白线。业主质问：你让我车开进去了怎么开车门下车？难道从车顶天窗爬出来吗？



网上通过百度搜索“停车位打不开车门”，就有超过千万条涉及此类的纠纷信息。

类型案例一：“小号”车位冒充“大号”车位售卖。2019年10月，广东省某某湖壹号小区。业主林小姐20万元通过网上购买“标准”车位无法正常开门。找到开发商投诉才发现，公示该车位属于“微型车”车位，网购小程序上却标注为“标准车位”。而开发商辩称该车位符合“标准”，并且停车场通过了相关部门审批，拒绝给予更换。

类型案例二：车位尺寸缩水。2019年8月，西安市某城国际小区。于先生15万元购买了一个地下停车位，使用权证上标明车位长5米、宽2.2米，实测只有长4.6米、宽1.9米。于先生说，小区还有很多停车位尺寸都不合格，“有的车位宽1.8米，有的车位宽1.63米。我希望开发商可以提供当时核量车位的相关材料，并请工作人员现场测量，他们不同意。”

类型案例三：车库中墙壁、立柱、人防、消防设备有碍车位正常停车。2020年8月，杭州市某山

公馆。众多业主通过媒体曝光反映《花35万元买车位停车车门打不开》。原因是地下车库属于人防工程，有人防门设备占用、抵近的位置也被划出停车位出售给业主，造成使用不便。



类型案例四：“标准”车位亦难停。2015年8月19日楚天都市报载《车位太挤左右无法开门 司机无奈爬出后备箱》：在武汉市汉口某某中心地下停车场，越野车主李先生遭遇了这次停车囧事。而武汉城投停车场建设管理有限公司相关人士表示，该公司停车位都按宽2.5米、长6米的标准划线，如果车位两边有车辆太靠左或靠右，不排除出现空间过窄打不开车门的情况。其实还有一个更重要的原因，就是现在消费者购买乘用车车型越来越倾向于大型化了。

对以上几种纠纷类型进行分析，可以找出几个原因。

一、诚信缺失，欺诈违约。

案例一、二是开发商违背诚实信用原则，违反了合同约定内容，应当按照合同约定履行，或者承担违约责任。不过，案例一中的消费者可能手上并没有一份书面合同写明公示为“微型车”车位等文字，导致维权困难。开发商这么做的原因，无非是为了获得更大利益。

2015年11月河南商报《陪你去办事儿》栏目《郑州一小区车位窄 业主抱怨停车打不开门》中反映：业主们到郑州市规划局档案馆查询郑州某城小区停车位的规划，发现审批了557个，实际建了604个。显然，“挤出来的空间被建成新的停车位卖了”。

二、不符标准，似是而非。

类型三中的几种情形，车位实际宽度即使达到了2.4米宽度，却由于墙壁、立柱、人防、消防设备有碍车位正常使用。这实际上是不符合我国现行标准的。

住房和城乡建设部2015年颁布施行《车库建筑设计规范》(JGJ100-2015)。其中“表4.3.4小型车的最小停车位、通(停)车道宽度”规定了小型车垂直式最小停车位宽度是2.4米。小型汽车(宽1.8米)停车后与其他汽车之间的横向净距应为0.6米，与柱间距离应为0.3米，与墙、栅栏及其他建筑物之间的横向净距为0.6米。所以，车位有墙壁、栅栏、其他建筑物一侧的距离在标准2.4米位宽之外应当再间隔0.3米。

但是，《车库建筑设计规范》(JGJ100-2015)属于推荐性质的行业标准，其中只有两条涉及安全设施的条款属于强制性条文。不符合该标准的停车场，实际上处于“无人监管”的状态。

2014年3月青岛新闻网载《商场停车位仅2.25米倒车就蹭下车开不了门》。记者实测了青岛中某广

场等几家大型商场超市的停车场宽度，最窄的只有2.25米。从市规划局到城管，记者询问了一圈，没有一个部门监管“缩水”了的停车位。规划局工作人员告诉记者，“审批停车位宽度时一般会要求尽量设定为2.6米，至少也要2.3米。……规划局只负责前期的审批，一旦工程完工，验收合格之后，有些单位进行改动，规划局就没有职权进行监管。”

鉴于行业标准缺乏强制效力，为了解决停车位规划设计难题，国内一些城市通过地方政策做了强制规定，如杭州市审批停车位建设标准宽度为2.5米。

三、停车无序，亦为主因。

针对停车难问题，北京市建筑设计业内人士表示，造成停车难以入位或者车门难以打开的原因主要有两个，一个是停车场地施划不规范，一个是车主停车不规范；现在的停车位相关标准，车位的宽度至少为2.4米，长度为5.1至5.3米；虽然部分SUV车型宽度能达到1.8至1.9米，如果规范停车的话，车间距也能达到60厘米，这个标准对于大车型也足够了。并且提出，不建议为了个别大车型而轻易改变标准，而且大车型也不是倡导的方向。

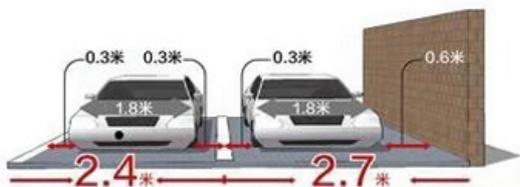
四、消费升级，车型趋大。

从乘用车市场数据看，消费者选择车型倾向宽大车型确实是明显的趋势。

2020年国内车企销量数据，乘用车总销量1947万辆，其中SUV车型销量929万辆，已经占有半壁江山。SUV车型中，即使是小型SUV也出现了长安CS35(1810)、广汽传祺GS3(1825)、吉利ICON(1810)等多款车身宽度在1800mm以上车型。在此之上的其他各型SUV就不用说了。

2020年轿车销量前五名榜单中，紧凑型占11席，中型占3席，中大型占1席。表面上看小车型依然是市场主流，但是实际上紧凑车型已经不再“紧凑”。有四款紧凑型车身宽度超过了1800。年销量第一的轩逸车宽1815，排名第二的新朗逸车宽1806。销量前五名榜单中已经有8款车身宽度超过了1800。

车型更新换代的速度变快了，消费者的“口味”也更偏好越来越气派的设计，于是厂家推出更加



荆楚维权

长加宽大车型，不断迎合当前这种需求趋势。市场销售数据证明，以1800mm为标准车身宽度的停车位标准，已经不符合目前我国汽车消费的实际状况。

2020年轿车销量排行榜			
销量排名	品牌	车型	车身宽度
1	轩逸	紧凑型	1815mm
2	新朗逸	紧凑型	1806mm
3	卡罗拉	紧凑型	1780mm
4	新宝来	紧凑型	1815mm
5	速腾	紧凑型	1800mm
6	全新英朗	紧凑型	1798mm
7	思域	紧凑型	1799mm
8	帝豪	紧凑型	1789mm
9	雷凌	紧凑型	1780mm
10	雅阁	中型	1862mm
11	凯美瑞	中型	1840mm
12	奥迪A6	中大型	1886mm
13	桑塔纳	紧凑型	1706mm
14	迈腾	中型	1832mm
15	逸动	紧凑型	1820mm

中国汽车流通协会汽车市场研究分会（乘联会）
发布榜单

针对当前频频产生的停车位交易纠纷，宜从以下几个方面着手解决。

一是相关标准应当更加完善、明确。

目前我国关于车库设计的有效标准是住建部2015年颁布的《车库建筑设计规范》（JGJ100-2015），其“表4.1.1机动车设计车型的外廓尺寸”中，设计车型分类有微型车、小型车、轻型车、中型车（客车、货车）、大型车（客车、货车），其中小型车总宽为1.8米，轻型车总宽2.25米。

什么是“小型车”的国标定义呢？我国汽车分类标准比较混乱，汽车生产销售市场上没有统一的车型分类标准。市场上通行的乘用车分类，有微型车、小型车、紧凑车、中级车、中高级车、豪华车、SUV（运动型多用途汽车）、MPV（多用途商务车）。

已经废止的《中国汽车分类标准》（GB9417-89）将汽车分类为8类；细分类中，轿车按照发动机排量划分，有微型轿车（1升以下）、普通级轿车（1—1.6升）、中级轿车（1.6—2.5升）、中高级轿车（2.5—4升）、高级轿车（4升以上）。没有按照车型长度宽度给出标准分类。

《汽车和挂车类型的术语和定义》（GB/T3730.1-2001）中有小型乘用车、普通乘用车概念。小型乘用车定义“座位：2个或2个以上的座位，至少一排。”普通乘用车定义“座位：4个或4个以上座位，至少两排。”同样没有就车型长度宽度给出标准。

按照目前国内汽车市场的消费趋势，《车库建筑设计规范》作为推荐性行业标准已经滞后。应当改变将小型车1800mm作为车位标准宽度设计的做法，同时争取将设计要求升级为强制性条文。

停车场（库）建设牵涉太大，经济发达城市会比后发城市更早遭遇这一矛盾的集中爆发。要看到，随着房地产的积累和汽车消费趋势的发展，越晚修改这一标准面临的社会困难就会越大。与其发展到最后不得不改、被迫修改，不如作出前瞻性的总体规划设计，尽量减少阻力和损失。杭州市以地方政策的方式提早标定2.5米作为车位宽度审批标准，应该说是很有预见性的成功实践。

二是停车位购买合同应当规范化、标准化。

消费者购买停车位所签合同都是开发商提供的格式合同。发生纠纷的，往往在合同中故意含糊、缺失了关键信息。规范化的停车位买卖合同，应当明确包括下列条款：停车位产权或使用权性质；有无预售许可证；车位平面示意图和车位号；车位长宽高尺寸和面积；车位是否相邻有立柱、墙壁、栅栏或者其他建筑并有符合标准的间隔距离；车位是否相邻有人防、消防设施可能影响使用；车位价款；购买使用年限；缴纳契税、维修基金；出现合同不符情形和开发商原因导致产权证办理不能时的违约责任等。对消费者来说，最好能实地查看一下再挑选签约，任何时候都不要被“饥饿式营销”手法蛊惑而仓促选择下单。（下转第31页）

以案说法：

购车维权

1.基本事实

何先生2021年1月27号在武汉富尔（4S店）花20万全款买了一辆一汽大众迈腾（商家出具了产品出厂合格证书）。第二天到车管所登记上牌时，发现车辆存在没有倒车影像、打不开后备箱的问题，拆开检查发现车辆有电路故障。初步判定为车辆线束出现问题，目前具体的故障原因需要回厂进行鉴定。4S店售后向生产厂家申请换全车的线束，并承诺尽量把车辆维修完毕。何先生诉求：由之前的更换汽车改为补偿35000元。

2.问题

消费者买车碰到什么样的情况下可以向4S店提出赔偿折旧费？消费者有没有权利提出索赔呢？哪些是4S店还有汽车生产商应该承担的责任？



3.法律分析

（1）折旧费一般是在车辆使用后造成的有形的磨损或无损贬值而带来的价值降低。车辆折旧费一般包括两种，即正常使用因磨损而产生的贬值和因意外事故等产生的非正常贬值。就本案而言，车辆并非出现使用贬值或因意外事故而受损，因此我们认为本案不存在适用折旧费的情形。如果因为车辆存在质量瑕疵，买方要求车辆出售方适当降低价款，符合《民法典》中对于产品质量瑕疵的处理规则。

（上接第30页）

三是部门监管的权限应当适当加强。

住建部颁布的《车库建筑设计规范》（JGJ100-2015）作为推荐性行业标准缺乏强制约束力，当车位严重不符合该标准时，没有一个部门有权监管纠正。许多新闻曝光案例中，地方规划执法机构都因权限法规局限而无能为力，这种只管审批不管“篡改”的现状实在令人尴尬。对比之下，杭州市的主动作为更显出有责任担当。

我国当前正在推动“形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。公安部最新发布数据，2020年底我国汽车保有量2.81亿辆，70个城市汽车保有量超过百万辆，汽车驾照持有人4.18亿。这意味着中国已经超过美国，成

为全球第一大汽车保有量国家。汽车产业的上游产业涉及钢铁、玻璃、橡胶、塑料、化工、电子等，下游产业涉及会展、培训、会务、研究、咨询、销售、售后服务等，整个产业链条非常长。

“汽车产业对经济、就业、税收的贡献率已经超过10%”。汽车消费是构建“内循环”的重要组成部分。对发展中的城市来说，汽车保有量要增长，停车场/库的规范建设是保障基础。如果每一个城市都在“有车难停”的错误道路上交一遍学费，这将造成巨大的资源浪费。

在这个意义上，众多车主消费者所经历的“车位能进门难开”，绝不是无关大局的小事。

（作者单位：襄阳市消费者权益保护中心）

荆楚维权

(2) “三包”是零售商业企业对所售商品实行“包修、包换、包退”的简称。汽车“三包”中所称的产品质量问题是指家用汽车产品出现影响正常使用、无法正常使用或产品质量与法规、标准、企业明示的质量状况不符合的情况。

目前来看，何先生的车辆故障是因为线束问题，但修理时间累计并未超过35日，线束问题累计修理也没有超过5次，也不属于因严重安全性能故障累计进行了2次修理，严重安全性能故障仍未排除或者又出现新的严重安全性能故障的情形，因此不符合《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》第20条、第21条中可以更换汽车或者退货的条件。当然，如果何先生坚持要求4S店更换或者退车的，需要聘请有资质的机构对车辆进行检测。如果能够证明车辆确实存在质量问题，则4S店应当更换或者退货；如果车辆没有质量问题，何先生缺乏更换汽车或者退货的事实基础。

(3) 根据《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》第19条规定，如果4S店每次修车时间超过五天的，应当给何先生提供备用车，或者给予合理的交通费用补偿。



商品房维权

1. 基本事实

王先生购房时以精装修的价格15800元/平米的价格买入，交房时发现实际面积小于合同中约定面积，交楼通知书中显示面积差为0.36。开发商保利

星和九州却只按照毛坯房的价格退还面积差价。

2. 问题

精装房存在面积差，只退毛坯款是否合适？消费者该如何维权？

3. 法律分析

在《民法典》出台后，新的《商品房买卖合同司法解释》删除了原来“3%面积误差”的规定，但这并不意味着购房者再遇到这种情况时权益没有法律保障。《商品房销售管理办法》《商品房买卖合同示范文本》和《城市商品房预售管理办法》中仍然保留关于面积误差比处理的规定，可以约束开发商。

在本案中，虽然开发商保利星和九州声称在购房合同中对按照毛坯价退还面积差价有明确约定，但是根据《民法典》第496、497条的规定，开发商作为提供格式条款一方，应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务。

保利星和九州和王先生签署的购房合同中以精装价买房，但按毛坯房价退还面积差价的条款，这样的条款明显是对购房者支付房款的义务和开发商退还房款的义务进行了截然不同的约定，明显违反了公平原则，该条款应该认定为无效，购房者有权要求开发商按照精装修价格退还面积差价，以维护自身合法权益。



网络运营商服务维权（宽带垄断）

1. 基本事实

武汉市汉阳区阳城汉江苑三期小区内宽带只

有联通，移动、电信进不来。有人说是开发商为节约成本让第三方弱电机构迁入线路，之后第三方弱电机构因为联通给钱多就只让联通使用该线路。据房管局工作人员解释，不是物业公司不让这两家运营商进，而是小区前期原始建设的时候电缆井里面的相关设施都是由联通公司铺设的，后期这些通讯公司想进入小区服务要么开挖电缆井重新铺设线缆（费用相当高）或者是借用联通公司的线缆也是需要支付一定租金的。因为通讯公司之间没谈好，这纯属商业竞争的关系。

2. 问题

本案中有没有侵害消费者权益的问题？消费者的哪些权益被侵害？

3. 法律分析

《贯彻落实光纤到户国家标准的通知》第二条第二项规定，新建住宅区和住宅建筑涉及的通信管道、楼内光纤、设备间等通信配套设施，应满足多家电信运营企业共享使用的需要，保障用户自由选择的权利。《消费者权益保护法》第九条和第十条规定，消费者享有自主选择权和公平交易的权利。

本案中，由于不能明确小区内只有联通宽带的原因，我们分情况进行讨论：

（1）如果是因为开发商在建设时只提供了联通宽带的电缆没有提供多种选择，属于开发商房屋建设配套不符合要求的问题，不宜认定网络运营商侵犯消费者的选择权。

（2）如果联通是通过不正当手段与小区物业或开发商签署垄断的服务协议，损害业主的自主选择权和公平交易权。业主作为小区网络的使用权人向市场监管部门投诉网络运营商涉嫌构成垄断，损害消费者利益的问题，要求市场监管部门进行行政执法。

（3）如果只是因为两家运营商没有和联通协商好借用线缆的租金，则联通一家独大只是短期现象，等到其他两家运营商铺设电缆或者谈好租金即可进入小区。这种情况，恐怕要说网络运营商侵犯消费者选择权有困难。



互联网金融消费维权（相互宝）

1. 基本事实

相互宝是一种网络互助计划，不属于保险范畴，其加入程序十分简单，页面会自动读取姓名和身份证号，虽然在加入前会有健康告知确认，但是注册签约过程不需要用户提供任何健康证明。

刁先生的妻子在2018年给全家人都买了相互宝，然后开始每个月自动从银行卡里扣钱，一年大概扣800-1000元。2020年10月份，刁先生突感身体不适被确诊为尿毒症。当刁先生向互助宝申请帮助后，刚开始平台答应保10万元，之后平台以刁先生有高血压病史，有连续服药和脑出血的情况，不符合平台规定的帮助条件为由拒保。之前的保费因为已经帮助他人也无法退还。刁先生认为相互宝没有调查就让其投保，但投保之后又拒保的行为是非法诈骗，太不公平。

2. 问题

互联网公司有哪些偷换概念的地方？依照目前的法律法规消费者可以从哪些角度进行维权？

3. 法律分析

（1）首先，相互宝具备“保险”的某些特征。

“保险”本意指稳妥可靠的保障，后延伸为保障机制，作为市场经济条件下风险管理的基本手段。若暂且搁置部分法律要件，保险主要具备三项要素：

（1）存在因自然灾害或意外事故而造成人员伤亡或财产损失的可能性，且该风险具有分散性和现实可测性；（2）以结合多数经济单位互助共济为基础，弥补个人单薄的风险抵御能力；（3）以对危险造成的损失进行经济补偿为目的。其本质为集合具有同类风险的众多单位、个人，以合理计算分担金的形式，

对少数因该风险事故受到经济损失的成员进行经济补偿。而以“相互宝”为例的大病互助计划同样满足不确定危险之前提要素、互助共济之基础要素，已经在不同程度上实现了各类人群之保险需求。

(2) 两者又存在区别。《中华人民共和国保险法》(以下简称《保险法》)第2条规定,该法所规制的保险是投保人依合同约定支付保险费以获取相应保障,当合同约定事故发生造成财产损失或者当被保险人出现死亡、伤残、疾病等情况以及达到约定年龄、期限等条件时,由保险人承担相应赔偿或给付责任的商业保险行为。结合第6条的保险业务专营原则,保险业务由依法设立的保险公司以及法律、行政法规规定的其他保险组织经营,普通的单位和个人无权经营,同时保险公司肩负提存各项责任准备金、保险保障基金的责任。

原保监会发布的《关于“互助计划”等类保险活动的风险提示》曾明确提示:“互助计划”与相互保险经营原理不同,且其经营主体不具备保险经营资质。据此,相互宝尚不符合《保险法》的要求,不能算是保险。其风险和赔付责任的承担主体实际为全部计划成员所组成的整体,但该特殊主体与项目运营平台均不符合《保险法》第6条中对保险业务经营资格的要求,且其事后分摊机制变预期投保为事实投保,不存在资金的累积,因而未涉及责任准备金、保险保障基金的提存。因此,相互宝并非保险法规制的人身保险,

(3) 相互宝也不等于互助保险。《相互保险组织监管试行办法》第二条规定,具有同质风险保障需求的单位或个人,通过订立合同成为会员,并缴纳保费形成互助基金,由该基金对合同约定的事故发生所造成的损失承担赔偿责任,或者当被保险人死亡、伤残、疾病或者达到合同约定的年龄、期限等条件时承担给付保险金责任的保险活动。因此,相互宝虽体现与相互保险类似的平等互助理念,但其并非相互保险。

(4) 相互保的法律监管

通过上述分析,相互宝属于一种新型的网络互助计划,其不属于保险。网络互助尚处于法律监管空白领域,相互宝的运营还游离于保险行业监管之外。目前来看,并没有法律法规明确认定相互宝违法。但是,国家已经开始重视对网络互助计划的监管和约束。银保监会《非法商业保险活动分析及对策建议研究》中提到:“相互宝、水滴互助等网络互助平台会员数量庞大,属于非持牌经营,涉众风险不容忽视,部分前置收费模式平台形成沉淀资金,存在跑路风险,如果处理不当、管理不到位还可能引发社会风险。”只要不能满足机构合法、业务合法和审批合法三层合法要件的网络互助计划,均属于非法商业保险活动,将受到相应的规制和处罚。

(5) 刁先生如何维权?

回到本案中,基于上述分析,刁先生很难运用《保险法》方面的法律法规来维护自己的权益。但是刁先生在加入相互宝时,门槛设置极低且无特别提示,导致刁先生误解了其符合加入条件。刁先生可以基于《民法典》第496条规定向法院起诉,以相互宝未履行提示或者说明义务,致使对方没有理解与其有重大利害关系的条款为由,主张该条款不能成为合同条款。

在此也建议,参保人正确理解相互宝与保险的区别,认真阅读网络互助保险条款和健康告知,同时合理评估自身保险需求,认真了解拟加入网络互助保险的保险责任、除外责任、保险利益等重要内容,从而选择购买符合自身保险保障规划和实际需求的保险产品。若出于保障未来权益的角度,最好选择正规的保险公司投保,同时要将保险条款中的细则与保险公司的工作人员进行逐条的核对、问询。

(作者系湖北省消委3.15维权律师团成员、湖北得伟君尚律师事务所高级合伙人刘祥斌律师)

邱永毛：咬定青山不放松 心系人民维权中



事迹简介：邱永毛，女，党员，湖北省鄂州市人，1966年10月出生，湖北省委党校法律专业本科毕业，现为鄂州市鄂城区市场监督管理局凤凰市场监督管理所科员（副科职级），连续从事市场监管工作36年，其中专门负责消费维权工作13年。她曾于2014年荣获“湖北省三八红旗手”荣誉称号，2016年荣获“荆楚楷模·最美工商人”荣誉称号并当选鄂州市第八届人大代表，2017年荣获“2016年最美消费维权人物”和“湖北省女职工标兵”荣誉称号，2019年荣获“全国市场监管系统先进工作者”荣誉称号。

邱永毛同志，自1984年进入鄂州市工商系统工作，扎根基层36年，从事维权工作13年，怀着“做老百姓的好帮手，当消费者的保护神”的坚定信念，认真受理处理消费者的每一件投诉，为消费者解困、为政府排忧解难。为推进消费维权便利化，2012年她创建了“毛姐调解工作室”，八年来成功调解消费投诉案件超过5200件，为消费者挽回经济损失480万元。她“不忘初心、牢记使命”，以消费维权为己任，尽职尽责，任劳任怨，竭诚为消费者排忧解难，在她的不懈努力和领导、同事的支持下，将消费维权工作做成家喻户晓的服务品牌，赢得了群众的好评。

不负韶华邻里事，初心不改只为民

2012年，邱永毛同志凭借长期积累的维权经验，创办消费维权的工作室——“毛姐调解室”，成为了鄂州市首个以个人名字命名的消费纠纷调解室。从一张桌子、一部电话到如今发展成一套申诉举报综

合执法网络体系。她和同事创新原有办事流程，对调解查处、督办反馈、信息利用等环节都进行了严格规范，确保每一件消费投诉都有专人受理并跟踪落实办结，让“毛姐调解工作室”成为了群众与政府监管部门之间的“联络站”与“连心桥”。

成立调解室后，毛姐通过媒体公布了自己的办公电话、手机号码和微信号，并且郑重承诺“每件投诉必定办结”。毛姐的家庭负担比较重，丈夫2011年因病去世，年迈体衰的婆婆需要料理，儿子、儿媳没有稳定的工作，两个孙子也需要她照看。但她从未因家庭原因影响工作，只要接到投诉电话，她总是会第一时间赶到现场。2020年7月15日，毛姐的儿媳二胎临产，毛姐打算全程陪在儿媳身边尽到婆婆的责任，因为她在儿媳生第一胎时正参加“荆楚楷模·最美工商人”事迹巡回宣讲，没有好好照顾儿媳生产和坐月子，内心一直很愧疚。下午，突然接到一位消费者打来的投诉电话，称刚买不到一个月的手机出现故障，找商家处理但对方以手机配件缺货为由一直拖延，消

荆楚维权

费者表示已经等了几天了，没有手机给生活和工作造成很大不便，要求调解室工作人员现场处理。怀着愧疚的心情，毛姐毅然赶到了手机店。她了解具体情况后，主动联系以前认识的手机维修店的朋友，打听有没有同样的配件。问了几家后，她终于从一家店里找到了配件，让商家顺利地排除了手机故障。等调解完，已经是晚上6点半。当她赶到医院时，儿媳已生了，儿媳母子平安的喜悦之情也在深深的愧疚之中变淡了。

毛姐的手机是24小时不关机的，在节假日和晚上休息时接到投诉咨询电话更是常事，可她从没有因为自身的原因而拒接漏接，她耐心倾听记录、不厌其烦地解答，甚至是深夜出勤、休息时抱着孙子一起处理投诉，切实维护着消费者的合法权益。

千头万绪维权路，一枝一叶总关情

调解消费纠纷是消费维权的重点工作，经过大大小小的调解活动，毛姐在不断摸索中总结和确定了调解工作准则：“四心服务”和“六个工作法”，即耐心、细心、诚心、关心；思考勤一点、动作快一点、效率高一点、微笑露一点、语气轻一点、付出多一点。

2020年4月7日，一位王女士投诉称自己2019年先后在安曼美容会所（原美源美发店）交15100元办理了美容卡和理疗卡，解除封控后，自己做了几次美容和理疗，但商家获知自己患上新冠肺炎后，拒绝其入店消费，也拒绝退款。王女士要求退还没有消费的余额，请求调解室调查处理。接到投诉后，毛姐马上意识到这个投诉件的复杂性和紧迫性，因为这涉及到原美源美发店消费维权和新冠肺炎康复者遭歧视的问题，处理不好会严重影响社会稳定。她迅速去会所与负责人会面，一方面向其宣讲新冠肺炎的传播途径、康复标准、防护措施等知识，教导不要歧视新冠肺炎康复人群；另一方面与其商讨解决纠纷的方案。

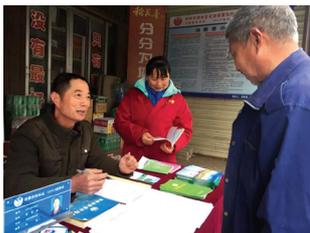
她也约见王女士，面对面真心交流，让王女士既能感觉到周围的人对新冠肺炎康复者的关爱，又能体谅安曼美容会所经营的难处：美源美发店的老板因涉嫌集资诈骗已经被刑拘了，原员工为了生计抱团在原经营场所组建了安曼美容会所，并接受原会员消费（每次消费原预付卡支付一半，现金支付一半）。在疫情好转再来店消费和美容卡转让给朋友消费等方案调解无果后，王女士强烈要求会所退还没有消费的余额，并且几乎隔天来调解室要求帮忙处理退款。毛姐总是热情接待王女士，从来没有歧视她，与此同时毛姐也积极联系会所争取尽快解决纠纷。但由于王女士多次在会所大吵大闹，店长表示不接受退款，双方还向派出所报过警。在毛姐的多次劝导下，店长终于接受按一次30元扣除服务费后退还余额，但王女士却不愿意扣除140元服务费。看着双方强大的较真劲，毛姐主动掏出140元钱，说多扣的服务费由她来支付。双方被毛姐高尚的人格魅力震撼到了，都摆出了高姿态。最终店长没有让顾客承担140元服务费，全退了余额，双方达成了和解。这仅仅是毛姐许许多多维权故事的一个缩影。据统计，近几年来，邱永毛每年受理和处理消费纠纷800多件，接受咨询服务1000多件，面对消费纠纷，邱永毛始终把消费者的合法权益放在首位，以百倍的热情和强烈的社会责任感及时化解双方矛盾，并始终从有利于社会发展、有利于群众利益的角度出发，找出解决办法切实维稳维权。

凛然正气巾帼有，疾恶如仇保护神

消费维权工作琐碎细杂，为确保维权工作的及时、方便、快捷，有效打击各类违法经营行为，毛姐认真学习相关法律、法规，提高从投诉中挖掘案源的敏锐性。近几年，毛姐通过受理申、投诉发现案源线索40余起，其中已办结35起，罚没款46万余元。

（下转第37页）

黎昌福：执着25年的义务维权路



事迹简介：他，是一位经营小杂货店的普通农民。可是，他却有着一股执着的义务维权的情结，并且在这条路上一走就是25年，成为农村消费维权一面鲜艳的旗帜。他就是湖北省荆州市纪南文旅区纪南镇董场村消费维权志愿者黎昌福。

25年来，黎昌福累计接待和受理消费者咨询1740人次，处理投诉445件，为消费者挽回经济损失128万余元。来向他求助的人群早已超出了他所在的村组，遍布荆州城及周边地区。他本人也多次被荆

州市多家新闻媒体采访报道，成为一种“黎昌福现象”。

现年59岁的黎昌福，自1988年起开始和妻子在村里经营一家小杂货店。看到乡亲们经常买到假

去年5月，消费者周先生来到“毛姐调解工作室”投诉，称其在某楼盘购买的一套商品房交付入住后后悔不已。购买前，开发商的宣传广告里声称，“超大规模俱乐部会所”、“24小时温泉热水”、“24小时保安”、“进口名牌电梯”，周先生便付了房款等待交房。可交付住进小区后，周先生发现，现实生活中那些广告宣传都是虚假的。

在处理该投诉的过程中，毛姐意识到这起投诉里可能隐藏着违法行为。根据毛姐提供的线索，执法人员对消费者的诉求进行梳理，并通过深挖案源，对该房地产公司、广告公司的违法行为依法进行了查处，收到了良好的社会效应。而此案的处理揭开了房地产违法虚假广告这一行业潜规则，执法部门随后对该行业进行了专项整治，走访了全市180余家房地产开发

企业和广告经营单位，监测各类房地产广告129条，责令改正违法违规广告51条，立案16起房地产广告违法案件，在当地引起巨大反响。

消费维权工作，是为消费者办实事、做好事的工作。由于工作性质的关系，很多消费者在自身合法权益受到保护后，总想表达一下自己的感激之情，但她始终坚持送礼不要，请吃不到，深受消费者的敬佩。从事消费维权十余年来，邱永毛同志始终如一，认真做好每一起投诉，赢得了消费者的信任和称赞。她创建的毛姐工作室消费维权模式，在密切党和人民群众联系以及构筑互动维权方式，探索和谐执法体系等诸方面，找到了一个很好地切入点，实现执法者、经营者和消费者“三方共赢、和谐互动”。

货，加上自身维权意识淡薄，大多都忍气吞声，自认倒霉。老黎对此看在眼里，急在心里，于是就自愿帮助大家把商品拿到卖家那去调换，受到乡亲们爱戴。老黎的维权热情也越发高涨，从1995年起，在市场监管部门和消委的支持和指导下，黎昌福干脆把自家的门店改成了维权站，把自家的面包车作为维权车，把自己的电话用作维权专线，正式开始了他的义务维权之路。

2020年7月2日上午，接到市民敖女士的投诉电话，称其在万达广场苏宁易购部花5400元购买了一台电热水器，刚一使用就出现断电故障，再也无法使用了。敖女士给售后打电话反映问题，商家一再表示该产品只能维修不能更换，但消费者敖女士态度非常坚决，新买的热水器还没使用就出现问题绝对不同意维修：要么给我换新的，要么给我退钱，双方一度闹成僵局。7月3日下午，黎昌福联系上售后负责人，经过半个多小时的耐心沟通和新消法的宣传讲解，负责人最终同意派工作人员到敖女士家中拆掉问题热水器，更换了一台新的热水器。7月4日早上敖女士高兴地打来电话说，已经给她换了一台新热水器，试用后不错，消费者表示万分感谢。

25年来，黎昌福每年都要买一些消费维权的书籍和报纸分送给当地村民以及荆州城区的经营者和市民，获赠者达7000多人次。仅购买《食品安全纠纷实用法律手册》、《消费者权益保护法》、《消费者索赔全程操作》、《消费者权益保护法要点问答》等书籍就耗资5000余元。每年的3月15日，无论刮风下雨，老黎都要在自家门前设立咨询台，接受消费者的咨询和投诉，向乡亲们宣传法律法规和消费知识。连续5年他每年出资3600余元请来戏班子，演出自己创作的维权节目，让乡亲们更直观地了解维权知识，深受村民的欢迎。

2021年1月30日董场村6组村民黎世友一大早来到投诉站，说：他花了400元买来的猪排骨一到夜里就发出蓝光不敢吃，黎昌福确实不相信此事，村民带他到现场一看究竟，老黎叫村民把猪排骨拿到一间漆黑屋子里，真的发出蓝光。老黎当即联系到商家，并到现场了解情况，要求商家出示营业执照和有关检验检疫证明，商家一直不停的说：猪肉排骨是通过检验了的，我肯定不会承担任何责任，老黎一边安慰消费者一边与商家协商沟通说：您如果看见这发光的排骨敢吃吗？农民挣点钱确实不容易，也是经常在您这里购物的常客，一句句耐心的开导宣传，经过一个多小时的调解商家最终退还消费者400元。老黎电话咨询了专业人士：排骨夜里发蓝光可能是猪喂食了过量的含磷饲料，导致猪体含磷超标发光。

在抗疫期间，他主动与地方党组织联系，踊跃报名参加党员志愿者疫情防控值班巡逻，连续在318国道疫情卡点义务值守15天，保证当地疫情一方净土。

近年来，黎昌福已被荆州市个私协会聘为常务理事，当选为区消费者委员会副会长，先后被评为“湖北省十佳基层消费维权志愿者”、“感动荆州年度人物”、“2016年荆楚楷模和荆州楷模”“荆州市十大维权人物”、“2009年度荆州好人”、“荆州市劳动模范”，他所在的维权站点也被评为荆州市“十佳维权站点”。2013年被中消协评为全国消费维权年度人物。被评为2015年全国最美消费维权年度人物，被中国消费者协会、国家市场监督管理总局消费者权益保护局授予：消费维权“特别贡献奖”。2018年和2019年参加了荆州市党的“十九大精神百姓宣讲团”义务巡演达100多场次，得到了政府部门的肯定。

相信老黎的义务维权路会越来越宽广！

廖波：群众利益无小事



事迹简介：廖波，男，42岁，1978年11月出生，大学专科。1995年参加工作，现任襄阳市消费者委员会筹备组成员、投诉部负责人，主要负责对外接听投诉热线，受理、调处消费者投诉等消费维权相关事宜。工作中无论是电话咨询还是现场接诉，不

管涉及金额是几百万，还是低至几十元，投诉者无论是八九十岁的老人还是八九岁的孩童，廖波同志都始终坚持“投诉事件无大小，群众利益无小事”，认真接待、耐心解答。2018年以来，廖波同志受理的消费投诉有530余件，成功调处510件，为消费者挽回经济600余万元。特别是在保障疫情期间消费者权益、维护弱势群体利益等方面做了大量工作，同时在充分发挥消委组织服务经济发展的职能，助力企业复工复产方面做出了积极贡献。

疫情期间坚守热线，维护社会稳定

2020年1月29日，襄阳市消委接到周女士投诉，称其2019年12月10日在飞猪平台购买了4张2020年1月24日从襄阳飞至厦门的机票，共支付6320元。周女士是武汉在读大学生，2020年1月14日从武汉返回襄阳。由于疫情管控要求，周女士需要居家隔离14天，隔离结束的日期是1月28日，因此无法乘坐1月24日的飞机。于是，周女士在网上申请退票，飞猪平台仅退还1456元，其余款项作为手续费予以扣除。周女士对扣款不满意，要求全额退款，向市消委寻求帮助。受理投诉后，廖波同志立即联系飞猪平台，向人工客服反映情况，并与飞猪平台所在地的浙江省12315进行沟通。同时，他查询到《中国民用航空局发布的有关疫情期间客票退改的通知》：“根据疫情的变化，1

月22日民航局正式启动突发公共卫生事件II级应急响应，为进一步严格控制人员流动，把免费退票政策适用范围扩大到所有航班，要求航空公司及其销售代理人为1月24日前已购买机票的旅客免费办理退票。”依据该规定，廖波同志再次与飞猪平台联系沟通，要求其按照国家规定全额退款。最终，飞猪平台同意全额退款。2月初，周女士收到全部机票退款，纠纷得到圆满解决，并送感谢信表示感谢。

疫情期间，廖波同志始终坚守在受理消费投诉的第一线，和同事一起共受理消费投诉304件，为消费者挽回经济损失47.23万元，成功处理的“飞猪网购机票退款”、“租车押金退还”“未成年人打赏”等多起典型消费者投诉，受社会的广泛赞誉。

荆楚维权

助力复工复产，推动实体店无理由退货活动开展

为增强居民消费信心和消费活力，拉动线下实体店经济复苏，2020年市消委开展了线下实体店七天无理由退货承诺活动。为推动活动顺利开展，廖波同志耐心细致的向企业负责人宣传参与活动的意义。在廖波的积极推动下，6月下旬市区9家名优企业108家门店开展了七天无理由退货承诺活动。7月下旬，他又组织专班对市区企业落实“七天无理由退货制度”的情况进行“明察暗访”，督促企业落实承诺。半年来，在廖波同志的积极推动下，全市（含区县）共有53家企业、388个门店、1家行业协会参与“线下七天无理由退货”活动，承诺企业共办理退货13.02万件，退货金额1014.23万元。无理由退货活动的开展促进了实体经济的恢复，也得到广大消费者的广泛赞誉。

此外，在居住服务行业消费维权、汽车消费大讲堂活动、省级消费教育基地建设等工作中，廖波同志都积极参与，统筹协调，发挥了重要作用。

维护青少年权益，关注健康成长

2020年6月20日，襄阳市消委接到市民李先生的投诉，称其在6月9日晚转账时，发现银行卡上的一万多元“不翼而飞”。询问妻子说不知情，查看手机短信，发现已被屏蔽。情急之下，连夜赶到派出所报警，警察建议先去银行打印流水明细。查询后得知，这一万多元的支出是女儿一个多月来在某平台观看直播的打赏款。

原来，疫情期间，李先生的手机放在家中供女儿上网课使用，出于好奇，13岁的女儿在闲暇之余观看某平台直播，一个月的时间，陆陆续续给主播打赏了10429元。因为涉及金额较大，孩子悄悄把给平台打赏的记录删除了。李先生是市区的普通打工族，每天为了生计起早贪黑，一万多元对于他们来说是笔不小的支出，手足无措之下，向市消委寻求帮助。

接投诉后，廖波同志通过打赏聊天记录中的“叔叔”“阿姨”“小朋友”等信息内容，锁定了主播明知未成年人身份的证据，帮助消费者调取该平台的消

费明细，指导李先生向北京市文化行政执法总队反映相关情况。6月21日，经过多次协商沟通，该平台认可此案属于未成年人在未经父母同意的情况下私自打赏的行为，同意全额退款，6月24日，打赏款全部退还至李先生账户。

廖波同志在投诉部工作以来，一直高度重视青少年的维权工作，关心青少年健康成长，尤其是今年因为上网课而出现的大量“直播打赏”、“巨额游戏充值”等投诉，廖波同志不仅成功处理部分“退款”案例，更与媒体合作，多次向社会发布消费警示和典型案例，努力为青少年的健康成长创造良好的社会环境。2020年廖波同志被评为2019-2020年度襄阳市优秀青少年维权工作先进个人。

关爱老人，全力维护合法权益

80岁的陈老是一名退休职工，爱好收藏。2020年6至7月，老人在两个月的时间花费近30万元，购买了一家收藏品公司销售的字画、纪念钞、玉器等藏品。事后发现购买凭证上写有“本公司不负责已售产品的征集、拍卖、转让等”字样，与此前销售人员承诺的“在公司内部秋拍会上售出收藏品”相悖。于是找到收藏品公司要求退货，可跟商家协商多次，均未达成一致，老人先后到辖区多个部门投诉也都没有得到解决，在多方求助无果之下，12月11日，80岁的老人来到襄阳市消委寻求帮助。

廖波同志接到投诉后，及时就相关情况进行调查了解，约谈公司法定代表人，对其工作人员在销售过程中是否存在误导、诱导消费者的行为提出质疑，并明确告知市消委将支持消费者的合理诉求，保护消费者的合法权益，责令收藏品公司妥善处理此事。经过三次调解最终在12月24日双方达成协议，该收藏品公司退款25万余元。

像此类全心全意为消费者服务的事例还有许多，廖波同志踏踏实实工作、勤勤恳恳做人、真心诚意待人的品格，得到全市消委系统同志们的认可，更得到众多受帮助消费者的赞誉。

王进：维权责任扛在肩



事迹简介：今年56岁的王进同志，工作34年有23年专门从事消费者权益保护工作，先后3次担任崇阳县消费者委员会秘书长共16年，两次荣获中消协3·15奖章，有5年被评为优秀公务员，连续4年被省消委评为先进个人。湖北日报以“十年维权路办案千余起，崇阳县消委秘书长王进剪影”的800多字篇幅，报道了他的事迹。多次调处全省全市10大案例，成功调处致死人案3起，先后成功调处维权案件1867起，为消费者挽回损失958万元，崇阳县消委曾被中国消费者协会授予全国维护消费者合法权益先进单位。

大疫面前显真情

2020年春节，一场新冠肺炎疫情突然来袭，导致封城抗疫。大年三十接到县局通知，因为他还是市场监管局消保股负责人，在春节疫情最严重的初期，24小时坚守岗位，日日蹲守在12315投诉大厅接听消费者投诉举报电话，共接到投诉举报电话3000余个，分流案件3000余起，组织调解会70起，为消费者挽回经济损失68万元。

疫情期间每起案件督促所里在1小时内办结，办结后立即回复消费者，在疫情期间没有1起案件上访到县政府，做到件件满意。

疫情期间组织首次云调解案，2018年胡良栋因建房需要，通过网络查找山西运城某公司联系购买瓦片事宜。该公司2018年8月31日至10月23日，分3次向胡良栋出售3车瓦片（板瓦、筒瓦、滴水、花头、花筒等）共计73122元，胡良栋收到瓦片后，2018年9月、10月、11月在所建房屋找施工师傅安装了瓦片，该批瓦片安装上不久就有部分瓦片出现开裂、脱落等质量问题，开始胡良栋以为是个别问题，但后来问题越来越严重，至2020年3月胡良栋发现房屋已安装的瓦片存在大面积甚至是整体的开裂、脱落等严重质量问题。2020年3月以来，投诉人胡良栋多次诚心与被投诉人联系损失赔偿事宜无果，2020年4月15日向崇阳县市场监管局投诉，经过多次协调，2020年7月24日通过微信视

频组织双方协调，最终达成一致意见，7月27日胡良栋收到4万元赔偿款。

成功调处一起涉医纠纷案

2019年8月27日，汤祥云等三兄弟投诉：在2019年4月14日，其父亲在医院就诊，换药时从床上摔下来，导致父亲右股骨破裂后一直在肖岭老家卧床休养到2019年8月12日病逝，因医院折叠床倒塌，投诉方认为医院应承担相应责任，要求赔偿医疗诊治费、护理费、营养伙食费、在家治疗费等费用合计8万元，王进同志先后3次带领专班与医院交涉，院方从以投诉方护理未尽责为由，拒绝承担责任，到最终赔偿7万元，王进同志倾注了大量心血，先后同卫计局、医疗委商量，维权律师介入，经过两次调解，最终达到双方满意结果。

向行业怪例开刀

2019年4月11日，黄女士向崇阳县市场监管局、崇阳县消委会投诉，她在查收朋友从贵州邮寄来的1箱茅台酒中有1瓶价值3799元酒损坏，找快递公司索赔，快递公司要她找总公司，总公司只答应赔1470元，完全不能接受，要求维权。工作人员当即进行调查，查阅厂家发票确认酒的价值，查看运单确认消费者反映属实。

（下转第43页）

向海龙：利用专业知识践行消费维权



事迹简介：向海龙，男，1985年9月出生，北京盈科（宜昌）律师事务所律师，管委会副主任，具备中级律师职称；政协宜昌市第六届委员会委员、政协宜昌市猗亭区第五届委员会常务委员会委员。宜昌市新的社会阶层人士联谊会理事，宜昌市猗亭区党外知识分子联谊会副会长。

全国人大财经委《中国电子商务法》立法研究人员，受聘为中国电子商务协会政策法律委员会副主任，中国电子商务协会调解中心调解员；湖北省司法厅“湖北省涉外人才库成员”；湖北省商标保护维权中心特聘维权律师、宜昌工作站站长；宜昌市市场监督管理局宜昌市公平竞争审查专家咨询委员会委员；中国消费者协会消费维权志愿者、宜昌市消费者委员会消费维权律师团成员。

典型事迹

（一）重视理论研究

向海龙曾就职于中国电子商务协会下设的网上交易保障中心，从事电子商务法律研究和网络消费维权工作，参与了《消费者权益保护法》的修订和《中国电子商务法》的起草研究工作，围绕消费者权益保护撰写并发表了多篇学术论文，积累了丰富的消费维权经验。

（二）媒体传播广泛

围绕消费维权工作，向海龙律师多次受《中国经营报》、《法治日报》、《北京商报》、《消费电子》、《湖北电视台》、《三峡晚报》等媒体的邀请为众多消费侵权案例提供专业点评。

（三）利用专业知识践行消费维权

自2012年起，向海龙律师加入宜昌市消费者委员会消费维权律师团成为消费维权志愿者之后，积极参与市消委的各项消费维权活动。在此期间，向海龙律师接受市消委指派处理的维权案件达数十件，其中具有代表性的案件如赵某纹眉受损案，经过向海龙律师的参与代理，案件得以在市消委主持下妥善调解处理，得到了商家和消费者共同的认可与好评；另如屈某艾灸受伤案件，该案经向海龙律师代理受害人屈某诉讼，最终在人民法院的调解下为受害人屈某争取了相应的损害赔偿，向海龙律师也因此获得受害人屈某赠送的锦旗。除此之外，他以律师身份参与代理的最具代表性的消费维权案例还包括：

1、李某烟花爆竹产品质量缺陷致损案。2012年10月，27岁的李某因燃放不合格烟花爆竹被炸伤左眼致盲，后就赔偿问题与烟花爆竹生产商、销售商发生纠纷。自2014年2月起，向海龙律师代表受害消费者李某处理维权事务，前后历时三年，向海龙律师与当事人辗转湖北、湖南等多个省市鉴定取证，在县、市两级消费者协会的调解与支持下，该案经长阳县法院、宜昌市中级人民法院、湖北省高级人民法院等三级法院的五次庭审，最终于2017年9月由宜昌市中

寻找最美消费维权人物

级法院终审判决缺陷产品生产商赔偿受害人李某医疗费、误工费、残疾赔偿金等各项经济损失共14万多元。该案于2016年3月经《湖北电视台》报道后引起社会广泛关注。该案还入选中国消费者协会2016年度消费维权典型案例、被评为宜昌市消费者委员会“2017年度十大维权案例”、宜昌市法律援助中心“2017年宜昌市法律援助十佳典型案例”、湖北省司法厅2019年“湖北省第四届法律援助百优案例评选”二等案例荣誉。

2、“尊正”健身房预付卡消费纠纷案。宜昌尊正体育文化有限公司经营的“尊正”健身房因经营不善突然停业，不能按约定提供服务，导致大量预付费的会员权益得不到保障，引发群体性投诉。宜昌市消委接到投诉后高度重视该案，经初步审查投诉人的相关证据材料，认为案件涉及消费违约行为，遂邀请市消委消费维权律师介入案件处理。在市消委的组织下，向海龙律师带领团队陈喆律师作为消费维权律师代表与部分投诉人座谈沟通，并在充分研究案情、审查证据材料后，以消费维权律师的身份接受27名消费者（“尊正”健身房会员）的

委托，代理该部分消费者通过司法诉讼途径维护消费者权益，涉案总金额为120423元。该案经宜昌市西陵区人民法院审理后作出一审民事判决，对27名消费者的诉讼请求予以支持，有效确保了众多健身消费者权益得以实现。

（四）发挥政协委员优势，围绕消费维权建言献策

向海龙律师作为政协宜昌市第六届委员会委员，还积极围绕消费维权履职建言，针对预付卡消费中的消费侵权问题，向海龙律师在市政协六届四次会议期间还专门提出《关于加强预付卡监管地方立法，提高“关门跑路”现象治理水平的建议》，有效推动了宜昌市预付卡消费管理能力。

2016年3月，向海龙律师因其在消费维权领域所取得的成绩而获评宜昌市消费者委员会“2015年度十佳消费维权志愿者”荣誉。

目前，向海龙律师依然活跃于消费维权前沿，带领律师团队，坚持用专业的法律技能和务实的工作态度，为消费维权工作建言献策，贡献自己的力量。

（上接第41页）

4月12日，王进和消委工作人员专门约谈快递公司崇阳负责人，提出三点意见：一是这一纠纷崇阳公司要负责处理，二是总公司的理赔依据，三是要充份考虑消费者诉求，并要求在4月15日给予书面答复，4月15日黄女士收到快递损毁款3799元。这起投诉打破了快递只能按保价的比例赔付，没保价的只能按托运费3倍赔偿的行业怪例，最大限度地维护了消费者合法权益。

王进处理的投诉不是简单协商、调解，而是坚持原则、依法维权，力求每一位消费者怀着希望来，带着满意走。比如他调的“崇阳县近30万预收电费全额退还案”、“17.5万元购砖机款从北京归来案”、“6.2冰柜致死人案”，成功调处热水器致死案，首次向法院进行司法确认。成功调处首起保险纠纷案，

由零赔偿到最高赔偿50000元，成功调处多起群体投诉案等等，一起起鲜活的消费纠纷案件的成功调解就是他把消费者的利益放在第一位的结果。

敢于创新机制，推出“三位一体”的消费纠纷调处机制。实现了县消委会牵头倡导成立了消委维权、司法保障、新闻宣传三位一体协作机制，并实现免费办理消费者诉讼。

为进一步提升经营者诚信经营水平，不断优化市场环境，持续激发市场消费潜力，促进居民消费能力稳步提升，不断满足人民日益增长的美好生活需要，在全县推行线下七日无理由退货，按照工作安排，做到户户宣传，户户落实到位，统一标准共落实37家线下实体店七日无理由退货，受到消费者和社会的高度好评。

注意!这十类电信网络消费新型骗术

文/龚安

近年来,电信网络诈骗犯罪在全国呈多发高发态势,各地区各部门贯彻党中央决策部署,持续开展电信网络诈骗犯罪打击治理,取得了初步成效。为了进一步深入贯彻习总书记的重要指示,将依法打击电信网络诈骗犯罪的成效进一步巩固深化,更好地维护人民群众财产安全和合法权益,公安、网信办、消费者协会联合发布消费警示,提醒广大消费者谨防上当受骗。

【骗术一:假冒公检法诈骗】犯罪分子假冒“警官”“检察官”“法官”等角色,谎称受害人涉嫌洗钱、贩毒等严重犯罪,诱导受害人将资金转入实为骗子持有的所谓“安全账户”,此类诈骗造成损失金额最大。

【防骗提醒】警方不会通过电话做笔录,逮捕证由警方在逮捕现场出示,不会通过传真发放,更不会在网上查到。公检法机关从未设立所谓的“安全账户”,更不会通过电话安排当事人转账汇款到“安全账户”。

【骗术二:冒充熟人诈骗】犯罪分子通过非法渠道,获得受害人熟悉的亲友的手机号码、社交账号密码,掌握受害人的社会关系,从而骗取信任,进而编造“发生意外急需用钱”“资金周转”“代缴话费”等理由,诱使受害人转账。

【防骗提醒】凡是亲友间涉及借款、汇款等问题,一定要通过拨打对方常用号码或者视频聊天等方式,核实对方身份后再做决定。

【骗术三:利用伪基站实施诈骗】犯罪分子使用

伪基站,冒用银行、运营商等客服电话号码发送短信给受害人,以账户积分兑换奖品、“购物失败、订单失效”等为诱导受害人办理升级、兑奖或者退款、取消交易,随后点击短信中的木马链接。用户一旦点击,犯罪分子就能在后台获取用户的银行账户信息和密码,进而盗取其账户资金。

【防骗提醒】当收到“银行卡密码升级”“积分兑换”“中奖”“订单失效”等含有链接的短信时,要通过银行、运营商的官方网站或客服电话进行核实,不要轻易点击短信中的链接。

【骗术四:兼职诈骗】犯罪分子许诺在各种网络平台刷得消费记录后,将返还本金并支付佣金。受害人完成前几单任务后都会很快收到回报,而当做更多任务时,骗子就会切断与受害人的联系,就此消失。

【防骗提醒】求职者不要轻信网络上“高佣金”“先垫付”等兼职工作,不要轻信没有留固定电话和办公地址的招聘广告。

【骗术五:考试诈骗】犯罪分子通过非法手段获得考生信息,有针对性地发送短信或邮件,声称“高考招生内部指标”、“提供考题”“改分”“办假证”等,引诱考生或家长汇款。

【防骗提醒】漏题、改分、改档案、伪造公文、资格证等行为本身就是非法的,请坚持用自己的实力说话。

【骗术六:校园贷诈骗】校园贷诈骗主要有三种

用“免抵押、低利息”为诱饵诱导学生贷款，要求缴纳贷款手续费、管理费、保证金等费用；声称能通过培训提高综合技能，夸大培训效果，签订培训合同，诱导学生贷款支付学费；与兼职诈骗结合，要求学生贷款购买手机等产品做“销售代理”，贷款的利息和滞纳金很高，学生如不能如期还款，将迅速背上难以承受的债务压力。

【防骗提醒】学生申请借款或分期购物时，要衡量自己是否具备还款能力。对于关乎自身信息、财产安全的事，要多方求证，不要轻易相信他人的一面之词，轻易透露个人信息，甚至将身份证借与他人使用。发现危险，及时报警。

【骗术七：民族资产解冻骗局】犯罪分子先编造一个民族资产秘密流落海外的故事，然后声称受国家委托对这些海外资产进行解冻，号召受害人缴纳手续费或资料费，称成功后每人可以拿到高额善款补助。除了“民族资产解冻”，犯罪分子还会编造所谓“养老”“扶贫”等噱头吸引投资实施诈骗。

【防骗提醒】此类诈骗的受害人多为中老年人，他们远离社会舆论，缺乏辨别诈骗的能力，年轻人要多关爱长辈，及时传达安全防范知识。此外，留意父母长辈的网络支付使用情况，保障财产安全，及时止损。

【骗术八：投资返利诈骗】此类骗局通常标榜具有海外背景，从事的行业能赚取巨额利润，投资者将获得高额投资回报。投资初期，犯罪分子会按时返利，让投资者尝到甜头，继续追加投资后，将血本无归。

【防骗提醒】投资理财前，要对所投资项目多咨询评估，做到深思熟虑，谨慎对待。特别要警惕网络上各类标榜“低投入、高收益、无风险”的投资理财项目，切勿盲目追求高息回报，谨防被骗。

【骗术九：保健品购物诈骗】犯罪团伙假扮医疗机构的顾问、专家、教授等，以为老年人“问诊”

为名夸大病情，再以会员登记、免费体验、国家补贴、中奖等噱头诱骗客户购买各类“保健品”。而这些“保健品”基本上都粗制滥造，成本低廉却高价出售。

【防骗提醒】多多关爱陪伴老人，经常向老人宣传消费维权知识和老人被保健品欺诈的事例，让他们认识到保健品欺诈的危害，一旦发现受骗要立即举报或报警。

【骗术十：引诱裸聊敲诈勒索】犯罪分子非法获得被害人信息后，通过社交软件建立联系，步步引诱受害人“裸聊”，从而获取受害人不雅照片、视频进行敲诈。

【防骗提醒】应远离网络不良行为，不向陌生人泄露身份和家庭等敏感信息。

形形色色的电信网络诈骗手段还有不少，如：网购退款诈骗。骗子非法获取网购信息后，以商品或物流有问题为幌子，电话联系买家办理“退款”，再诱骗受害人交纳相关费用，或者诱骗受害人进入网络借贷平台，利用受害人不熟悉网贷流程，从网贷平台上贷出现金并转账给骗子；“杀猪盘”诈骗。利用网络社交软件寻找潜在受害者，通过聊天发展感情取得信任，然后将受害者引入博彩、理财等诈骗平台进行充值、骗取受害者钱财的骗局。消费者协会提示广大消费者，无论犯罪分子如何巧立名目、花言巧语，防范各类花样百出的电信网络诈骗，只要做到下面“四要四不要”，就可以守住安全底线，让犯罪分子无计可施。

要做到“四要”，即：转账前要通过电话等方式核实确认；手机和电脑要安装安全软件；QQ、微信要开启设备锁及账号保护，提高账户安全等级；网上聊天时要留意系统弹出的防诈骗提醒。

同时要做到“四不要”，即：不要连接陌生WIFI，有些WIFI容易导致支付账号密码被盗；不要向他人透露短信验证码；不要将支付密码与账号登录密码设为同一个；不要将身份证等个人信息保存在手机里。

高考结束！这些招生类诈骗一定要提防！

文/沈考

2021年高考已经结束！从高考结束开始到新生入学前，一些招生类诈骗披上信息化外衣接踵而来，请考生和家长们提高自身防骗意识，谨防各类招生诈骗。

谎称录取需提前交学费

案例：小王收到自称某大学招生办的电话，称因艺术类院校提前招生，小王的录取状态为“自由可投”，如果想被学校录取，需提前交纳学费，否则有退档无法录取的风险，小王向对方付了8000元。

提醒：提前批次录取主要针对军事、国防、艺术类院校考生，录取工作全部实行异地远程网上录取，由专门的计算机系统按志愿和投档规则投档，不受任何人为因素影响。

收到任何以招生为由的电话短信，请不要相信。考生可通过教育考试院官网查询录取信息，切不可“病急乱投医”，以免上当受骗。

冒充军校招生谎称有“内部招生指标”

案例：小刘一心想报考军校成为国防生，可分数还差一点，正当他沮丧时，他收到自称某军校招生办主任的电话，称学校有“内部招生指标”，如果小刘想上军校，得先交保证金，为打消小刘顾虑，对方还通过QQ给小刘看了学校的招生公文，小刘深信不疑，当即交付保证金5000元。

提醒：军校招生与其他地方高校招生一样，有严格的程序和规定。军校招生没有“内部招生名额”的说法，军队和武警部队不允许任何个人私自携带招生公文，招生过程也不存在向考生或家长展

示公文这一环节。缴费是诈骗的最终目的，考生及家长不要上当受骗。

谎称可以“更改高考成绩”

案例：何女士的女儿高考成绩比预期差了20多分，一心想让女儿上好学校的她收到短信称可以修改高考成绩，何女士随即加了对方QQ号与其联系，通过支付宝转了1200元钱作为修改成绩的费用，又转了1000元钱作为保密金给对方。

提醒：成绩一旦公布即尘埃落定，对自己成绩有异议的考生可以通过官方渠道复查试卷，但直接修改成绩肯定是天方夜谭。诈骗分子抓住考生求学心切的心理设局诈骗，切勿上当。

混淆高等教育不同类型

案例：小黄高考时没有发挥好，妈妈姚女士在网上看到可以交钱直接上大学的消息，主动与对方联系，交了12000元录取费，拿到录取通知书后才发现，对方根本不是普通高等教育的本科，而是成人教育的学历。

提醒：高等教育的办学形式多样，网络教育、成人教育、自学考试也是高等教育的形式，但跟普通高等教育有所不同，入学门槛相对较低。

诈骗分子容易在这个问题上打“擦边球”，考生和家长拿到录取通知书后，一定要通过官方渠道进行录取信息比照验证，对招生高校的办学类型进行确认，避免上当受骗。

教育部发布校外培训风险提示：缴费套路多，勿上当

暑假将至，特提醒广大家长，在为孩子选择培训项目、缴纳培训费用时，特别注意以下事项：

一、警惕虚假宣传诱导缴费。部分培训机构为招揽生源，以明显低于成本的价格售卖课程、以不当用语误导学生报名，甚至虚构从未成交的课程原价，然后以划线价、折扣价进行虚假宣传，吸引家长缴纳培训费用。

二、警惕巧立名目违规。在缴纳费用前，家长要详细了解培训机构向社会公示的所有收费项目，

对超出公示范围、一次性超过3个月或60课时的收费，需仔细辨别，谨慎操作。

三、警惕炮制噱头高额收费。部分培训机构利用家长和孩子考前的急切心理，假借命题研究中心、命题专家甚至命题人的噱头，组织所谓的“保密培训”“内部培训”等，收取高额费用。

请家长朋友们擦亮眼睛，避免上当受骗。如果遇以上行为，要及时向当地市场监管部门或教育行政部门反映，以维护自身权益。

武汉市消费者协会提醒：注意暑期消费安全

文/杜菲

暑期是学生消费纠纷事件的高发期，关乎学生的一些消费安全问题也成为一大社会热点。为此，武汉市消费者协会发布消费提示，提醒家长们注意孩子的暑期消费安全。

暑期培训交钱容易退钱难

暑期各类培训机构纷纷大张旗鼓地举办培训班，其中收费混乱、名师做幌子、课时缩水、随意拼班等消费陷阱不容忽视。选择暑期辅导班前，可先查询相关培训机构的办学资质。培训机构应具有市场监管部门颁发的营业执照，并在教育或人力资源社会保障行政部门审核确定的培训项目范围内办学，教学老师应具备教师资格证或相关资格证书等。部分教育培训类机构为吸引眼球，推出了“名校名师”“短期包会”等宣传标语，极易误导消费者。家长做决定前应多方打听其教学质量和口碑信誉，可先让孩子试听课程、借阅课程资料等，选择真正适合孩子的培训机构。

孩子乱充值引发纠纷维权难

根据市消协接到的儿童私自进行大额消费的咨询

与投诉数据显示，“消费者”往往都是些十一二岁至十五六岁之间的孩子，消费渠道主要是智能手机和平板电脑，消费主体往往是Q币等网络游戏币，价格多在四五百元以上，也有超过千元的。根据《民法典》相关规定，未成年人独自的大宗消费行为是无效的，商家必要时应对小顾客说“不”或要求未成年人在家长陪同下购买。此外，家长也应多从自己身上找原因，培养孩子养成合理消费的习惯。

警惕游乐园游玩安全

暑期游乐场所进入消费旺季，但问题也随之而来。特别要提醒家长，带孩子到游乐场所玩耍，应查看其是否有营业执照；并先于孩子熟悉游乐场的周边环境，查看各处警示、提示标志，以便帮助孩子规避消费风险，避免造成人身危害；一旦在游乐场所出现人身损害，应在第一时间与经营者取得联系，可要求经营者派人陪同前往医院，甚至由经营者对先期医药费进行支付，协商后续医疗费用等事宜；同时要保留好消费及治疗的所有相关票据以及其他赔付费用的证明，以便后续向商家索赔有理有据。

警惕！官方提醒这些都是非法集资，千万别上当受骗！

文/钟行

养老领域的非法集资四种表现形式：

1.以提供“养老服务”为名非法集资。一些机构明显超过床位供给能力承诺服务，以办理“贵宾卡”“会员卡”“预付卡”、预交“养老服务费用”等名义，以向会员收取高额会员费、保证金或者为会员卡充值等形式非法集资。

2.以投资“养老项目”为名非法集资。一些机构或企业打着投资、加盟、入股养生养老基地，以销售虚构的养老公寓或者以长期出租养老床位、销售养老公寓使用权等名义，通过返本销售、售后返租、约定回购、承诺高额利息、“私募基金”等形式非法集资。

3.以销售“老年产品”为名非法集资。一些企业不具有销售商品的真实内容或者不以销售商品为主要目的，采取商品回购、寄存代售、消费返利、免费体检、免费旅游、赠送礼品、会议营销、养生讲座、专家义诊等方式欺骗、诱导老年群体，实施非法集资的行为。

4.以宣称“以房养老”为名非法集资。一些企业以非法占有为目的，打着“以房养老”的旗号，通过召开推介会、社区宣传等方式，诱使老年人签订“借贷”或者变相“借贷”“抵押”“担保”等相关协议，抵押房屋以获得出借资金，再将资金购买其“理财产品”并承诺给付高额利息等进行非法集资。



高额利息为噱头，广大老年人和家属风险提示要记牢：

1.高额利息无法兑现。机构或企业承诺的高额利息主要来源于老年人缴纳的费用，属于拆东墙补西墙。多数企业不存在与其承诺回报相匹配的正当服务实体和收益，资金运转难以持续维系，高额利息仅为欺诈噱头，一旦资金链断裂，高额利息无法兑付，本金也难以追回。

2.资金安全无法保障。机构或企业超出可持续盈利水平承诺还本付息，以高额利息为诱饵骗取老年人钱财。大量来自社会公众的资金难以得到有效监管，由发起机构控制，存在转移资金、卷款跑路的风险。

3.养老需求无法满足。机构或企业以欺诈、诱骗的方式，骗取老年人信任，向老年人承诺高端养老服务或者销售养老产品，往往无法达到预期效果，老年人的养老需求无法得到有效满足。

增强风险防范意识和识别能力，自觉远离非法集资，防止利益受损，如发现涉嫌违法犯罪线索可积极向有关部门举报。



省消委、省家电维修办 开展家电服务进社区惠民活动

为贯彻落实国内国际双循环战略，释放消费潜力，提振消费信心，促进消费潜力提升，进一步激活市场，推动全省消费提档升级，助力后疫情时代促进湖北高质量发展。根据省局《关于开展“我为群众办实事”实践活动的通知》要求，5月30日，省消委、省家电维修行业协会、中国消费者报湖北记者站联合相关社区，华颐爱晚养老、海尔、格力、美的、海信、创维、长虹美菱等名优品牌企业，在徐东馨苑小区开展“以旧换新 消费升级”家电服务进社区惠民活动。



现场活动由省家电维修协会会长沈洪国主持。省消委秘书长陈方军、华颐爱晚养老产业总监王江华致词；省家电维修行业消费维权办公室副主任代铮带领品牌服务商为本次活动宣誓。

本次惠民活动，发放200余份以旧换新券和家电维修保养消费知识宣传单，受理家电类消费投诉咨询20余件，格力等家电企业为15位居民提供免费家电维修及保养服务。

省消委赴汉川市调研走访实体店七日无理由退货情况

4月16日，省消委副秘书长蔡浩、法宣部主任陈蓉和中国消费者报湖北记者站站长吴采平一行实地走访调研汉川市消费者委员会开展“七日无理由退货”所取得的成效。

在汉海国际沃尔玛超市，蔡浩副秘书长仔细翻阅退换货台账，详细向该店负责人了解开展“七日无理由退货”的情况，沃尔玛超市在推行“七日无理由退货”后客诉率明显降低了，消费者的满意度提高了。

在永红彩妆店，店内“七日无理由退货”的宣传牌随处可见，店主讲，通过拼服务留住顾客。消委会组织的这项活动我们积极支持，尤其是在去年对企业复商复市，激励消费起了很大的作用。



(吴采平/摄)



庆祝中国共产党成立100周年
The 100th Anniversary of the Founding of
The Communist Party of China

奋斗百年路 启航新征程



- 1921-2021 -

湖北省市场监督管理局
热烈庆祝中国共产党成立100周年!

