

荆楚维权



总第124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

2025年第4期

长江中游三省市场监管协同发展会议暨签约仪式

王世荣

湖北省市场监督管理局党组书记、局长



协同发展 融合共进

2025年全省消费维权业务培训班在汉川市举办

湖北省育婴行业消费调查分析报告

湖北省消委发布6起育婴侵权黑榜单

湖北等16省市消协组织共同开展

“护银龄 破暗域——多省市联动私域直播乱象消费调查”活动



王世荣出席长江中游三省市场监管 协同发展会议暨签约仪式

11月6日，长江中游三省市场监管协同发展会议暨签约仪式在江西九江举行。中国消费者协会常务副会长甘霖、江西省政府副省长史可出席并致辞，省市场监管局党组书记、局长王世荣讲话并签署相关合作协议，省市场监管局党组成员、副局长王勤出席活动。

王世荣强调，今年是三省市场监管协同发展

工作机制建立的第三年，恰逢“十四五”收官与“十五五”规划衔接的关键节点，面对党的二十届四中全会新部署新任务，要站位全局，抢抓发展机遇，争当促进区域联动发展、服务构建现代化产业体系和市场秩序联管共治的排头兵。要彰显特色，加快完善合作矩阵，着力打造公平统一的鄂湘赣、放心消费的中三角、质量卓越的长江中游。要深化合作，健全常态化情况通报、交流研讨、会商调度机制，探索非现场联合监管新模式，聚力打造市场监管共同体。

会上，湖北、江西、湖南三省市场监管部门共同签署打击侵权假冒、共建“信用赣鄂湘”等10项合作协议，进一步拓展合作领域、优化合作机制、提升合作水平，共绘三省市场监管协同发展新图景。

省市场监管局相关处室单位负责同志，部分市（县）市场监管局负责同志与部分企业代表参加活动。



程建宏受邀参加2025年全国消费责任对话会议

11月5日至6日，由中国消费者协会主办的2025年消费责任对话会议在四川省成都市隆重举行。会议聚焦新形势下消费维权工作的风险与挑战，围绕更好满足人民群众个性化、多样化、品质化服务消费需求，助力释放服务消费潜能，共商营造安全放心消费环境、服务高质量发展大计。中国消费者协会常务副会长甘霖出席会议并讲话，省局党组成员、副局长程建宏受邀在大会作题为《消费维权“一机制一平台”服务高质量发展》的经验交流，分享了我省在构建现代化、智慧化消费维权体系方面的探索与成效。

交流重点阐释了“一三五”消费维权工作机制的理念设计，即以构建一个全域覆盖的“大消保”工作格局为基础保障，从高效处理消费投诉到牵引市场监管精准执法，最终倒逼市场主体提质三个层

面递进发力，形成消费纠纷化解闭环处置，并通过维权效能提升、牵引监管执法、消费品质提升、消费环境优化、智慧支撑服务等五项具体举措，将机制落到实处，系统性地提升了消费维权效能与治理水平。

此外，交流还分享了我省“智慧消保平台”的功能定位和应用实践，该平台利用大数据、人工智能等现代信息技术，实现了投诉受理线上化、纠纷调解云端化、信息数据全面化、预警提示精准化，为“一三五”消费维权工作机制运转提供了有力支撑。“一机制一平台”消费者权益保护新模式实践以来，我省消费维权实现从“被动应对”到“主动治理”，从“部门负责”到“协同共治”，从“维权兜底”到“服务发展”，为激发市场消费活力、助力高质量发展作出了积极贡献。

筑牢维权屏障 提升消费信心

文/覃辉

消费是经济增长的第一动力，而消费者权益的有效保障，是激活消费潜力、筑牢消费市场根基的关键所在。“十四五”期间，全国市场监管部门在消费者权益保护领域交出了一份亮眼的答卷。从法治体系的完善到投诉举报的高效处置，再到消费纠纷的多元化解，每一项举措都精准回应着消费者的期待，每一组数据都彰显着维权工作的扎实成效，让消费市场的“安全网”越织越密，消费者的获得感越来越强。

法治是维权的根本保障，只有让制度长出“牙齿”，消费者的权益才能得到刚性守护。“十四五”期间，我国积极推动《消费者权益保护法实施条例》出台，并加快制修订配套制度。这些举措为消费者权益保护搭建起“四梁八柱”，让消费维权工作有法可依、有章可循。以往，部分消费纠纷因法律条款不够细化、配套规则不够完善，导致消费者维权有时出现“找路难”“举证难”。如今，随着法治保障体系的进一步完善，从预付卡跑路、网购退换货争议到虚假宣传认定，一系列消费领域的“老大难”问题有了更明确的解决依据，既规范了经营者的行为边界，也给了消费者维权的“定心丸”，在法治轨道上健康运行的消费市场呈现出喜人的景象。

高效处置投诉举报，是维护消费者权益的“快速响应通道”。“十四五”期间，全国市场监管部门共处理投诉举报8902.8万件，为消费者挽回经济损失217.1亿元；全国消协组织共受理消费者投诉574.9万件，挽回经济损失57.8亿元——这一组组沉甸甸的数据，背后是千万消费者权益得到维护的真实写照。从接到投诉举报后的快速登记、精准分流，到深入调查、督促经营者整改，再到为消费者追回损失，市场监管部门与

消费者组织形成了强大的维权合力。无论是消费者遭遇的商品质量问题，还是服务领域的侵权行为，都能通过这条“通道”得到及时回应。监管部门快速介入、依法查处，不仅为消费者挽回了经济损失，更对违法经营者形成了有力震慑，让“投诉有门、维权有效”成为消费市场的常态。

创新纠纷化解机制，是提升消费维权效率、降低消费者维权成本的重要探索。“十四五”期间，我国大力发展在线纠纷解决机制，推动20余万家企业参与其中，直接和解消费纠纷1038.2万件。这一创新举措打破了传统维权方式中时间长、流程繁、成本高的瓶颈，让消费者足不出户就能解决消费争议。以往，消费者遇到小额消费纠纷，往往因维权成本高于损失而选择“忍气吞声”。如今，通过在线平台，消费者与企业可以直接沟通协商，多数纠纷在短时间内就能达成和解。这种“企业主动参与、纠纷前端化解”的模式，不仅减少了消费者的维权奔波，也降低了行政资源的消耗，让消费纠纷化解更高效、更便捷。

五年耕耘，硕果累累。“十四五”期间，消费者权益保护工作从“有保障”向“更有效”跨越，从“解难题”向“优环境”升级，消费者满意度稳步提升，全国消费环境持续优化。这份成绩的取得，既是法治建设不断完善的结果，也是市场监管部门与消费者组织积极作为的体现，更离不开企业对消费者权益的重视。面向未来，随着消费市场的不断发展，消费者权益保护工作仍需持续发力。要进一步织密法治保障网、畅通维权渠道、创新化解机制，让消费者在每一次消费中都能感受到安全与放心，为推动消费市场高质量发展、构建新发展格局注入更强劲的动力。

荆楚维权

本刊顾问：丁凤英 王世荣

《荆楚维权》编委会主任：程建宏

常务副主任：蔡 浩

副主任：徐 扬 熊 莉 罗申华

孙维重 刘 宇 王 和

吕涛涛 刘前涛 王 萍

吕华桥 柯 兵 毛 锋

邱 鹰 张 燕 金 涛

何正发 陈 明 喻 芬

李明胜 吴采平

编 委：韩凤兰 刘卫红 陈 蓉 聂喜洋

禹 静 胡翠兰 程 茜 贺 彦

魏海霞 王李华 张 琼 蒋静静

杨彦峰 黄正柏 朱国华 黄 波

邵志娟 杨 波 罗浩萍 余 英

杨文斌 文 军 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、神农架林区

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 筑牢维权屏障 提升消费信心

本刊策划

04 2025年全省消费维权业务培训班在汉川市举办

05 黄石市消费者委员会：

聚力消费诉求多元共治 破解育婴领域消费难题

07 十堰市消费者委员会：

深化多元协同调解机制 构建消费维权共治格局

09 襄阳市消费者委员会：

深耕品牌培育 护航放心消费

10 宜昌市消费者委员会：

以满意度测评为引领 构建全域共治新格局

12 荆州市消费者委员会：

落实“一三五”工作机制 打造“多元化”消保格局

14 鄂州市市场监督管理局 鄂州市消费者委员会：

数字驱动破局 衔接赋能增效

答好消费维权与行政执法衔接新答卷

16 云梦县消费者委员会：

构建“三位一体”新格局 打造消费环境新高地

18 武昌区市场监管局徐家棚市场监督管理所：

以“云朋会”为媒 探索消费维权新路径

20 武汉市消费者协会：

深化消费诉求多元化解社会联调机制

构建消费维权新格局

22 荆门市消费者委员会：

创新驱动 多元共治

用心用情写好民生消费维权答卷

23 孝感市消费者委员会：

多元共治优化消费环境 源头治理提振消费信心

- 25** 黄冈市消费者委员会：
维权为民固根基 品牌聚势促消费
- 26** 咸宁市消费者委员会：
构建全域消费维权服务体系
筑牢群众“家门口”的权益守护屏障
- 27** 随州市消费者委员会：
共筑满意消费 护航经济活力
- 29** 恩施州消费者委员会：
聚力消费环境建设 筑牢民生权益屏障
- 30** 仙桃市消费者委员会：
砥砺前行护权益 谱写消费维权新篇章
- 31** 天门市消费者委员会：
优化消费环境提振信心 深化权益共治护航发展
- 32** 潜江市消费者委员会：
打造多元化解升级版 提升消费维权新动能
- 34** 神农架林区消费者委员会：
筑牢消费维权屏障 护航林区高质量发展
- 35** 荆门市消费者委员会发布紧急提醒：
谨防“人情消费”陷阱
- 36** 汉川市消费者委员会：
构建“三快三实”机制 强化消费纠纷诉源治理
- 37** 武汉市洪山区市场监管局和平市场监督管理所：
聚力汽车销售市场攻坚 优化洪山消费环境新篇章

本刊特稿

- 39** 湖北省育婴行业消费调查评议会在汉召开
- 40** 湖北省育婴行业消费调查分析报告
- 43** 湖北省消委发布6起育婴侵权黑榜单
- 45** 母婴托育服务消费提示

消费提示

- 46** 湖北等16省市消协组织共同开展
“护银龄 破暗域——多省市联动私域直播乱象消费调查”
活动

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
副 社 长：龚梅勇
编 辑：江 山 刘月婷 胡宸熙
地 址：湖北省武汉市武昌区武珞路421号
帝斯曼国际中心10楼
邮 编：430077
电 话：027-88859315 87129637
新闻热线：18802712315
投稿邮箱：jcwq315@126.com
设计制作：武汉民本信息咨询中心
印 刷：武汉天承世纪印务有限公司

2025年全省消费维权业务培训班 在汉川市举办

11月11日至12日，省消费者委员会在孝感市汉川市举办2025年全省消费维权业务培训班。各地市场监管局分管领导、消委（协）秘书长、消保科科长及部分县（市、区）消委负责人，全省重点行业维权机构代表负责人共计110人参加培训。

省市场监管局党组成员、副局长程建宏，中国消费者协会投诉部主任陈剑出席并授课。省市场监管局二级巡视员安顺典，孝感市市场监管局党组书记、局长殷实，汉川市委常委、副市长周显甫，省局消保处、科信处、12315指挥中心、消保中心负责同志参加。

本次培训结合年度工作安排与实际需求，以“专题授课+理论研究+案例解析+前沿探索”形式，帮助全省消费维权干部提升理论素养、业务能力与实践水平，切实维护消费者的合法权益，服务全省经济社会发展。程建宏以《保护消费者权益服务高质量发展》为题，系统讲授“一三五”消费维权工作机制提出的时代背景、理论依据和现实指导意义；陈

剑讲授《新时期消费者权益保护》，介绍了消费者组织工作特点、发展趋势和重要性；专家还讲授了AI赋能智慧监管和二十届四中全会精神解读。各州市州、部分县及市场监管所代表交流了在优化消费环境、推进放心消费等方面的典型案例和经验成效。省局相关部门负责人总结今年以来“大消保”工作亮点，调度后续工作并强调年底收官重点事项。

学员们纷纷表示，本次培训班内容充实，立足实际，紧扣前沿，通过学习了解掌握消费维权最新理论成果和技术发展趋势，进一步统一了思想，提高了工作荣誉感和责任感，对于新时期消费维权工作提质增效有很强指导性。



“

编者按：

在全省消费维权业务培训班上，黄石市、十堰市、襄阳市、宜昌市、荆州市、鄂州市消费者委员会，云梦县消费者委员会、武汉市武昌区市场监管局徐家棚市场监管所等8个单位进行了消费维权品牌工作案例解析；武汉市消费者协会、荆门市、孝感市、黄冈市、咸宁市、随州市、恩施州、仙桃市、天门市、潜江市、神农架林区和汉川市消费者委员会，武汉市洪山区市场监管局和平市场监管所就消费维权工作进行了经验交流。本期特别策划将培训班上各地好的经验做法予以编辑，供大家互相学习借鉴。

”

聚力消费诉求多元共治 破解育婴领域消费难题

黄石市消费者委员会

黄石市消费者委员会围绕“消费纠纷溯源治理”这一核心，就育婴行业监督评议工作分享实践经验。近年来，黄石市消委立足职能定位，紧扣“评议找症结、溯源除隐患、减量提质效”的工作主线，以群众关切的重点行业为突破口，创新推出“精准评议+多元共治”的工作模式，通过靶向发力破痛点、协同联动聚合力，推动消费维权工作从“末端化解”向“源头防控”转型，实现消费投诉总量与重点领域投诉量双下降，为黄石打造安全放心消费环境、促进消费市场高质量发展筑牢坚实屏障。市委书记郅英才到市消委调研消费矛盾纠纷多元化解工作，为市消委下一步工作指明方向，注入动力。

一、坚持问题导向，以精准评议揭开行业“潜规则”

面对育婴行业快速发展伴生的消费纠纷增长态

势，黄石市市场监管局、市消委变被动受理为主动出击，深入开展育婴行业消费调查评议，力求精准把脉、对症下药。

（一）数据画像，明晰问题焦点。我们系统梳理近三年来12315、12345热线涉育婴行业投诉数据，揭示投诉总量从2022年44件攀升至2024年117件的严峻形势。通过量化分析，精准锁定售后服务（28.8%）、虚假宣传（25.4%）、产品质量（17.7%）、合同纠纷（14.6%）和价格问题（13.5%）五大核心痛点。数据清晰显示，服务缩水、“跑路”、人员资质造假、预付卡退款难、夸大产品功效、质量不达标、价格欺诈及合同不公等问题尤为突出，为后续监督评议提供了清晰靶向。

（二）案例剖析，直击消费痛点。在评议座谈会上，黄石市消委通报了“月子中心月嫂护理不当致新生儿黄疸严重且拒不担责”、“托育机构收费

后老板跑路”、“问题奶粉开罐霉味致幼儿腹泻呕吐商家推诿”等典型案例。这些案例将抽象数据转化为具象、生动的消费场景，深刻揭露了部分不法商家的行为对消费者权益的严重侵害，引发了与会各界的强烈共鸣与深刻反思，凝聚了必须加强监管与行业规范的共识。

（三）多方会诊，共挖问题根源。市消委组织召开了由市场监管、卫健委、教育局等监管部门，月子中心、托育机构、母婴产品经销商等企业代表，以及消费者代表、人大代表、政协委员、3.15监督团、公益律师、媒体记者等社会各界共同参与的育婴行业消费评议座谈会。通过搭建开放、透明的沟通平台，各方畅所欲言，共同剖析出行业标准规范不完善、跨部门协同监管存在壁垒、部分企业自律意识和诚信经营缺失、消费者在专业信息上处于弱势等深层次病因，形成了对问题根源的统一认知，为协同治理奠定了坚实基础。

二、深化多元共治，以协同联动构建维权“新格局”

破解育婴行业复杂问题必须构建多元共治体系，形成监管合力、行业自律、社会监督与消费者参与协同推进的治理格局。

（一）部门联动，强化监管合力。在评议厘清问题基础上，推动建立市场监管、卫健、教育等部门常态化联合监管与信息共享机制。针对虚假宣传、质量不合格、合同不规范、预付式消费风险等突出问题，联动开展专项整治，实施“穿透式”监管与综合执法，筑牢婴幼儿消费安全防线。

（二）行业自律，压实主体责任。市消委发布《致广大育婴行业从业者与消费者的消费倡议书》，呼吁严守质量底线、杜绝虚假宣传、规范合同售后、履行社会责任。引导企业代表反思问题，分享内部管理、服务提升、质量管控等具体措施，推动行业从“被动整改”向“主动作为”转变。

（三）社会监督，织密共治网络。充分发挥人

大政协监督、3.15监督团巡查、公益律师支持及媒体舆论引导作用。通过曝光典型案例、发布消费警示形成监督压力，公益律师提供法律咨询与援助，降低维权门槛，营造“人人参与监督”氛围，压缩不良商家生存空间。

（四）消费者赋能，提升抵御能力。通过发布倡议、解读案例、普及育婴及维权知识，引导消费者理性选择、科学育儿、谨慎预付、依法维权。同时畅通“全国消协智慧315平台”“湖北消委投诉平台”渠道，建立快速响应与联动调处机制，增强消费者维权信心与自我保护能力。

三、成效与启示，以长效机制巩固治理“成果库”

通过本轮在育婴行业开展的消费评议与多元共治实践，黄石市在优化消费环境方面取得显著成效，并获得宝贵经验。

（一）治理成效初步显现

一是行业乱象有效曝光。评议系统梳理并公开揭示了育婴行业存在的突出问题，进一步明确了整改方向。

二是维权效能稳步提升。依托智慧平台与多元化解机制，消费纠纷处理更加高效。截至目前，市消委本级线下调解成功率达93.2%，线上平台调解成功率达73.93%，消费者满意度达88.7%。

三是共治格局初步形成。部门协同更顺畅，监管盲区减少，企业诚信意识增强，社会监督氛围日益浓厚，消费者获得感和满意度提升。

四是社会影响持续扩大。市委书记专题调研并指导消费矛盾纠纷多元化解工作，媒体合作扩大了维权传播力，营造了共同关注婴幼儿消费安全的良好氛围。

（二）经验启示深化认识

一是“精准评议”是发现真问题的关键。必须坚持以数据和案例为依据，直击要害。

二是“多元共治”是破解复杂问题的总抓手。

深化多元协同调解机制 构建消费维权共治格局

十堰市消费者委员会

2025年，十堰市消委深入贯彻省局“一三五”消费维权工作机制，积极整合企业、行业协会、政府部门及社会力量四方资源，充分运用“全国消协智慧315平台”与“湖北消委投诉平台”（以下简称“双平台”），推动全市消费纠纷调解效能持续提升。

一、主要做法与成效

（一）引导企业入驻，压实维权主体责任。通过宣传培训、流程优化与技术指导，积极引导大型商超、电商平台、连锁企业及投诉量较高的企业入驻“双平台”。平台为企业开通专属端口，实现投诉“一键接收、高效处理、及时反馈”，提升了企业自主和解效率。截至目前，全市“双平台”已入驻企业2200家，受理投诉3510件，成功和解2721件，和解率达97.1%，为消费者挽回经济损失84.83万元，企业作为消费维权第一责任人的意识显著增强。

（二）联动行业协会，发挥自律监督作用。主动邀请与消费者生活密切相关的行业协会作为行业调解与监督方入驻平台，协助处理典型、复杂消费

纠纷，并对会员企业投诉处理情况进行跟踪评估。目前，美发美容、餐饮、家电等7家行业协会的11名代表已成功入驻，旅游、体育、物业等行业正在对接。已协同处理投诉30余件，调解成功率超98%，有效推动了行业自律与规范发展。

（三）推动部门协同，强化监管治理合力。主动对接市场监管、文旅、住建、商务、邮政、银保监、经信等职能部门入驻平台，建立数据共享、线索移交、案件协办机制。针对平台内反映集中、屡诉未果或涉嫌违法的虚假宣传、价格欺诈、质量缺陷等问题线索，精准推送至对应监管部门，联动开展风险监测、靶向监管和信用约束。目前平台已入驻行政部门33人，联合调处生活美容预付卡、“全屋定制”、洗染服务等领域纠纷20余件，挽回经济损失5万余元，提升了行政监管的精准性与时效性。

（四）吸纳社会力量，提升调解专业公信。十堰市消委面向社会公开招募具备法律知识和调解经验的人士担任平台调解员，并邀请律师、法学专

需整合行政、司法、行业、媒体与消费者力量，形成治理合力。

三是“智慧赋能”是维权效能的加速器。双平台应用实现流程数字化、智能化，有效应对纠纷增长。

四是“长效机制”是巩固治理成果的压舱石。应推动评议、整改、反馈等环节闭环管理，实现常态化治理。

展望未来，黄石市消委将继续围绕“优化消费环境、共筑满意消费”目标，践行“枫桥经验”，引入社会维权力量，深化智慧维权建设，增强协同监管，创新监督方式，构建长效宣教机制。针对侵权高发领域，将开展整改约谈“回头看”，并将“评议监督+多元共治”模式推广至更多行业，努力营造更加安全、放心、满意的消费环境。

荆楚维权

家组建“法律专家库”与“特邀调解员”团队。平台开通在线调解室、视频调解等功能，根据纠纷性质、复杂程度等因素指派调解员介入，促进高效化解。目前，专家库已吸纳社会调解员和法律专业人员10名，成功参与调解纠纷28件，为消费者提供了更便捷、专业、低成本的纠纷解决途径。

二、存在问题与挑战

尽管协同共治取得新的成效，但对照新形势下消费维权工作要求与消费者期盼，仍存在短板：

一是多元化解覆盖不均。“双平台”及ODR企业在区域、行业间覆盖不平衡，部分中小企业、新兴消费领域入驻率不高，和解效能未完全释放。

二是集群注册投诉隐患突出。2025年以来疑似因集群注册引发的投诉量激增，因其隐蔽性强、跨区域广、取证难等特点，成为消费维权和监督执法的“硬骨头”。

三是部门协同共治仍需深化。“诉转案”机制有待进一步顺畅，部门消费维权责任（预付款消费等）有待进一步理顺，部门信息共享、联动执法、联合惩戒等机制有待进一步畅通。

三、下一步工作思路

针对上述问题，我们将重点抓好以下工作：

一是夯实基层维权基础。积极争取地方党委政府支持，加强基层消委组织建设和维权能力建设，织密维权网络。

二是拓展多元化解覆盖。鼓励引导更多中小微企业和新兴行业企业入驻“双平台”及ODR系统，压实企业首问责任。

三是治理集群注册风险。加强与网络平台对接，对恶意侵权主体及时打击，对失联主体依法列异并函告平台下架。

四是强化重点领域源头治理。联合主管部门、行业协会，推动完善行业规范与标准合同，加强预付资金监管、广告合规指导等，从制度层面减少纠纷。

五是完善协同共治机制。强化消委组织功能和消保联席会议作用，明确部门职责，畅通信息共享与执法协作渠道，深化跨区域跨部门维权合作。

优化消费环境永远在路上。我们将以本次会议为新起点，认真学习借鉴兄弟市州的先进经验，持续优化“双平台”功能流程，努力提升消费维权整体效能，为优化消费环境、服务高质量发展作出新的更大贡献。

（上接第09页）

近年来，我们在放心消费品牌培育方面虽然取得了一定进展，但是也还存在一些薄弱环节，如品牌培育精准度不够，缺乏系统性培育举措；部分企业“重创建、轻维护”，放心消费品牌效能发挥不足；放心消费品牌覆盖行业不多，整体影响力有限。

下一步，我们将以此次培训为契机，以问题为导向，进一步改进工作方式，重点抓好三方面工作：一是精准培育放心消费品牌。聚焦新兴消费领

域、热点消费行业，加强对行业和企业指导帮扶，推动“放心消费单元”扩面提质增效。二是强化协同共治。完善部门联动机制，与行业主管部门共同推进放心消费品牌建设，推动消费纠纷源头化解，营造放心消费的行业经营氛围。三是加大宣传力度。整合宣传资源，深入开展“放心消费在襄阳”“荆楚放心礼”活动，提升放心消费品牌知晓度，营造安全放心的消费环境，为襄阳建成区域性消费中心贡献更大力量！

深耕品牌培育 护航放心消费

襄阳市消费者委员会

近年来，襄阳市市场监管局坚持以人民为中心的发展思想，紧扣“放心消费在襄阳”的主线，将消费维权与品牌培育深度融合，走出了一条以品牌培育促维权效能提升、以维权实效助消费活力释放的特色路径。2024年，襄阳在全国城市消费者满意度测评中排名第19位，连续七年进位；市消保中心荣获“全国市场监管系统先进集体”，“推动联动机制建设 多元化解消费纠纷”经验获评全市新时代“枫桥经验”先进典型，消费维权品牌影响力持续彰显。我们的主要做法主要有三个方面。

一、运用体系化思维培育放心消费产业

放心消费品牌离不开产业支撑，产业壮大需要放心消费品牌引领。近年来，我们主动服务经济高质量发展，针对特色优势产业，运用体系化思维，从产业标准体系、供应链体系、检验检测认证体系、知识产权培育保护体系、质量安全监管体系等方面，实施全体系、全要素、系统化培育，打造放心消费产业，取得了明显成效。襄阳牛肉面是我们的特色早餐，为推进襄阳牛肉面产业高质量发展，我们在市政府统一部署下，大力实施原料保障工程、企业培育工程、品牌市场建设工程、科技创新工程和标准建设工程，开展襄阳牛肉面全产业链标准体系建设，构建原料生产、采购、加工、销售全链条认证和检验检测服务体系，实施“襄阳牛肉面”集体商标重点保护，强化生产、加工、销售等环节食品安全监管。目前，襄阳牛肉面全国门店达2.8万家，行业产值280亿元，带动就业3万人。同样，我市宜城的鸭产业已形成覆盖农业投入品、养殖、生产、储运、销售、餐饮的全链条体系。为打造鸭产业链放心消费品牌，我们创新构建“数字赋

能、协同监管、标准引领、溯源保障”四位一体监管体系，将食品安全全链条监管与产业高质量发展深度融合，让质量安全成为产业核心竞争力和放心消费的基本保障。目前宜城鸭产业全链条产值突破66亿元，日订单稳定在60万单以上，电商销售额超30亿元，实现鸭制品出口“零突破”。

二、多措并举培育区域特色放心消费商品

我们立足襄阳区域特色，实施“区域品牌+企业品牌”协同发展，培育放心消费品牌。一是构建“襄”字号品牌矩阵。积极培育地理标志产品、集体商标、中国驰名商标、湖北省优势商标以及湖北精品，建立领军品牌、区域公用品牌、重点企业商品品牌构成的品牌体系，全市地理标志产品总量达90件，中国驰名商标59件，湖北省优势商标50件，居全省前列。二是拓宽品牌推广渠道。连续两年举办3·15金秋购物节公益活动，20余家企业、500多个诚信品牌参与，惠及140余万人次，销售额达1.3亿元。积极组织企业参加“荆楚放心礼”评测活动，3种产品成功入选。24个地理标志项目在省局大赛中获奖，襄阳牛肉面荣获“我喜爱的湖北品牌”金奖，让“襄阳好礼”“襄阳地标”走向全国。

三、着力打造诚信经营放心消费主体

我们以“放心消费单元”培育为抓手，引导企业从“合规经营”向“品牌经营”升级。一是推进线下无理由退货全覆盖。引导1205家企业承诺“七天无理由退货”，建成管家巷“七天无理由退货”示范街区，累计无理由退货93万余件。二是培育放心消费标杆。目前已经培育放心消费单元近200家，放心消费聚集区1家，打造了“隆中风景区”等一批省级消费教育基地，营造了放心买的消费场景。（下转第08页）

以满意度测评为引领 构建全域共治新格局

宜昌市消费者委员会

近年来，我们始终坚持以中消协全国百城消费者满意度测评为重要抓手，将消费维权工作摆在优化营商环境、促进城市高质量发展的战略高度，系统谋划，协同推进，持续擦亮“放心消费还是宜昌”维权品牌，取得了一定成效。

一、工作亮点：构建维权新格局，打造品牌核心支撑力

宜昌市市场监管局党组高度重视消费环境建设，将其视为城市核心竞争力的关键一环，坚持下好“先手棋”，通过强化顶层设计、夯实基层基础、创新工作机制，为消费维权品牌建设提供了坚实保障。

（一）强化顶层设计，凝聚全局之力。市市场监管局党组将提升消费者满意度作为全局性重点工作，连续两轮（2020—2023年、2024—2026年）推动市政府出台提升消费者满意度、创建放心消费城市三年行动方案，明确目标任务、部门职责和推进路径。局主要领导亲自部署、靠前指挥，形成了消保科、消委秘书处牵头，各业务室、直属单位、基层所站协同参与的“大消保”工作格局，实现了维权资源高效整合、维权力量一体联动。

（二）创新工作机制，筑牢品牌根基。我们着力构建“四个枢纽”现代化消费维权体系：

1.构建消费维权枢纽。全市已建成127个消费维权站和236个企业维权服务点，实现“市县乡三级维权站+企业服务站”的维权网络全覆盖。在全省率先推行“线下实体店无理由退货”承诺，累计1175家门店参与，自行化解纠纷超33万件，相关做法获评市级“法治惠民”品牌。

2.打造低碳服务枢纽。结合长江大保护典范城市建设，推动绿色消费。创新“三峡生态标签”认证，推广“光储充一体化”充电网络，打造“零碳商场”，将绿色理念融入消费各环节，培育全民绿色消费习惯。

3.完善教育监督枢纽。运用“直播+短视频”等融媒体手段开展消费教育，年触达人群超40万人次。积极参与地方立法立标，发布“消费者不满意榜单”80余期，对近千家企业实施社会监督。针对供水、供电、供气、医疗美容、汽车销售及母婴护理等重点行业开展约谈、评议，压实经营者主体责任。

4.构筑社会共治枢纽。充分发挥消费者权益保护联席会议机制作用，联动27个部门形成治理合力。推动成立“宜荆荆恩”消费维权一体化联席会议，实现跨区域维权协作。引导行业协会、企业、志愿者、媒体等多方力量参与，构建多元共治格局。

（三）紧扣测评导向，精准发力提升。我们将中消协百城消费者满意度测评指标体系作为工作的“指挥棒”和“风向标”，对照“消费供给”“消费环境”“消费维权”三大维度，查找短板弱项，实施精准提升。我们开展了“放心消费进社区”系列宣传教育活动，提升满意度测评社会大众的知晓率和广泛支持，夯实了群众基础。同时，协同各行业主管部门推动各行业领域放心消费示范店（铺）建设，以点带面，发挥行业自律引领作用。

二、主要成效：消费环境持续优化，品牌效应日益彰显

通过系统性、品牌化推进消费维权工作，宜昌市消费环境建设取得了显著成效：

（一）消费者满意度大幅提升。通过持续努力，宜昌在全国百城消费者满意度测评中实现了从2019年的第79位到2024年第3位的历史性跨越，在39个Ⅱ型大城市和24个中部地区城市中均排名第一。测评成绩的持续跃升，直观反映了消费者对我市消费环境的认可，消费者获得感、幸福感、安全感不断增强。

（二）消费维权效能显著增强。“十四五”期间，全市消委组织累计受理消费者投诉约2.1万件，为消费者挽回经济损失约2118.9万元。维权渠道更加畅通，纠纷解决更加便捷高效。

（三）市场消费活力有效激发。宜昌市消委联合市文明办、市市场监管局等部门在万达、水悦城、国贸、喜盈门家居公园等商圈开展了“诚信经营放心消费”市场主体信用承诺宣传暨“荆楚放心购”系列活动，引导263家经营主体加入到信用承诺活动中。向全省消费者推介我市“安琪纽特酵母蛋白粉”、“喜旺烤酸奶”、“宜红工夫茶宝顺合”、“三峡步步升布鞋”四样产品成功入选首届“荆楚放心礼”。组织开展2025年“金秋购物节”带动销售额3.29亿元，汽车消费季成交额突破5000万元。

三、存在的问题

（一）新兴消费领域监管存在短板。随着直播电商、无人零售、共享经济等新业态的快速发展，传统的监管手段显得力不从心。特别是在无人停车场、自助智能酒店等新兴领域，消费者权益保护面临新的挑战。

（二）基层维权能力建设有待加强。虽然我们建立了覆盖全市的维权网络，但部分站点的人员专业水平参差不齐，特别是在偏远地区，维权站点的运行效果还有提升空间。基层维权人员的工作压力较大，专业培训和能力提升需要进一步加强。

（三）社会共治深度广度有待拓展。在调动社

会力量参与、发挥行业组织自律作用等方面还有提升空间。部分行业企业的自律意识还不够强，消费者参与监督的渠道和机制还需要进一步完善。

（四）智慧维权建设需要持续推进。在数据共享、系统互联互通等方面还存在提升空间。不同部门之间的信息壁垒尚未完全打破，这在一定程度上影响了维权效率。

四、重要启示

回顾宜昌消费维权品牌的打造历程，我们有以下几点体会：

（一）坚持高位推动是前提。宜昌的实践表明，只有将消费环境建设上升为城市发展战略，才能有效整合各部门资源，形成工作合力。市场监管局党组的高度重视和强力推动，为消费维权工作提供了坚强的组织保障。

（二）坚持机制创新是关键。面对新形势新任务，我们通过智慧维权、区域协同、源头化解等机制创新，有效提升了维权工作水平。特别是在推进跨区域消费维权一体化建设方面，我们探索建立的协作机制为处理跨区域消费纠纷提供了有效路径。

（三）坚持社会共治是基础。消费维权涉及方方面面，必须充分调动社会各方积极性，构建政府监管、企业自律、社会监督、消费者参与的共治格局，方能行稳致远。

（四）坚持满意导向是根本。一切工作的成效，最终都要由人民群众的满意度来检验。我们始终将消费者满意度作为衡量工作的根本标准，通过持续优化维权服务，不断提升消费者的获得感、幸福感、安全感。

下一步，宜昌市消委将继续深化“放心消费还是宜昌”品牌建设，学习借鉴兄弟市州先进经验，补短板、强弱项，不断提升消费维权工作水平，为全省消费者权益保护事业高质量发展贡献宜昌力量！

落实“一三五”工作机制 打造“多元化”消保格局

荆州市消费者委员会

荆州市消委坚决贯彻落实省局“一三五”消费维权工作机制，以构建“大消保”工作体系为战略支撑，聚焦优化消费环境、服务高质量发展核心目标，推动消费维权从“被动响应”向“主动治理”，从“单点发力”向“全域联动”转型，取得了阶段性成效。

一、锚定“一三五”工作机制，构建多元共治体系

（一）建强“一个核心”，筑牢党建引领根基。坚持把党建引领作为“大消保”建设的根本保障，坚持以人民为中心，打造“消费维权贴心人”党建品牌，建立“党建+业务+纪检”三维融合机制，将消费维权重点任务纳入党建考核，实现党建与业务同谋划、同推进、同落实。深化党风廉政建设，制定《岗位风险点与防控措施》清单，常态化开展清廉教育与谈心谈话，筑牢干部廉洁履职防线，为消费维权工作提供坚强政治保障。

（二）织密“三张网络”，提升维权处置效能。

一是织密部门协同网络。建立了27个部门消保工作联席会议制度；联合公检法等七部门出台《依法处置恶意投诉举报行为的意见》，对恶意投诉举报行为给予严格规制；与检察院签订公益诉讼工作框架协议，创新“消委线索排查+检察院支持起诉”模式，成功办结全省首例消委主导的个人信息保护公益诉讼案，获赔10.25万元。

二是织密诉求处置网络。深化12315与12345双网融合，建立投诉举报闭环处置机制、约谈预警机制。截至今年10月，累计接收投诉举报22867件，投诉按时办结率100%，举报按时核查率99.98%。为消

费者挽回经济损失380万元。

三是织密基层维权网络。今年新增4个行业消费维权办公室，35个市级消费维权服务站，新聘68名社会调解员，16名特约监督员，实现投诉举报快速响应与高效处置。

（三）落实“四项举措”，打造放心消费环境。

一是强化数据预警牵引，深化投诉信息公示。运用12315风险预警分析模型，为校园食品安全、电动自行车专项整治等提供案源信息近4000条，发布数据分析报告14期；通过“全国12315消费投诉信息公示平台”公示投诉信息9730条，公示率达75.4%。

二是放心消费赋能市场，推进区域协同扩容。全市新培育放心消费单元1932家、特色消费集聚区8个。牵头宜荆荆恩区域消费维权一体化建设，建立“异地通办、协同处置”机制，办理异地退换货106起。

三是开展靶向专项治理，助力企业规范经营。聚焦预付式消费、育婴服务、驾培市场等维权堵点痛点难点，开展专项整治5起，约谈投诉重点企业4次21家，妥善处置群体性纠纷13起。

四是消费教育提质扩面，有效激发消费潜力。构建“线上+线下”教育矩阵，线上依托公众号、融媒体平台开展宣传，口腔健康消费教育网络直播点击量超6.7万次；线下持续推进消费教育“五进”活动，举办普法宣传6场次，为老年大学120名学员开展专题讲座。《维权三剑客》品牌栏目年内制播节目53条，总时长87分钟，在各级媒体上稿129篇。

二、突显“大消保”格局实效，消费环境不断向好

（一）纠纷化解效率显著提升。今年1-10月，

全市12315平台投诉调解成功率达到56.7%，高于全省平均水平3.46个百分点。通过多元化解机制，一般消费纠纷平均调解时长从15个工作日缩短至7个工作日，复杂纠纷处置周期大幅压缩。

（二）消费拉动实现突破增长。承办“3·15金秋购物节”启动仪式，结合第二届楚文化节，吸引20家标杆企业、48个品牌、近800家门店参与，累计参与人次209.84万，实现社会经济效益3005.14万元。中秋国庆“双节”，全市A级旅游景区累计接待游客超216万人次，同比增长56%，文旅市场火爆。

（三）重点行业规范程度增强。对育婴、代驾、商超等重点行业通过行政约谈、专项评议、合规指导等方式，经营行为持续规范。对投诉量前20的企业实施“红黄牌”预警和投诉公示，压实了企业主体责任。

三、正视困难挑战，明确未来改进方向

在总结成绩的同时，我们也清醒地认识到工作中存在的不足：

一是协同治理机制有待深化。部门间数据共享壁垒尚未完全打破，恶意投诉、先行赔付、信用惩戒等协同机制的衔接运转仍需优化，应对新型消费纠纷的跨部门协同能力有待提升。

二是智慧维权水平有待提高。12315平台智能分析功能相对薄弱，对海量数据的深度挖掘和潜在风险预判能力不足，与省局“智慧平台”的融合应用需加快推进。

三是基层维权能力存在短板。部分基层执法人员应对新业态、复杂纠纷的专业能力和经验有待加

强，基层维权资源相对有限，应急响应能力需进一步提升。

四、坚持守正创新，续写消费维权新篇

回顾实践，我们深刻体会到：落实“一三五”工作机制，必须坚持党的领导这一根本保证，将党建引领贯穿始终，确保消费维权工作方向正确；必须坚持守正创新这一核心动力，结合实际通过制度创新破解壁垒，凝聚维权合力；必须围绕“五大行动”多点发力，通过多元化解、智慧赋能实现维权效果、效能、满意度三提升；必须走好政企共治这一有效路径，要强化监管、压实主体责任，推动消费维权向“数据驱动”转型，实现从“末端处置”向“源头治理”“被动应对”向“主动防控”的转变。

下一步，荆州市消委将积极学习借鉴兄弟市州的先进经验，持续深化“大消保”格局建设，不断完善“一三五”工作机制，聚焦短板弱项，精准发力，久久为功，努力推动荆州消费维权工作再上新台阶，为全省消费环境持续优化、社会经济高质量发展贡献荆州力量！



数字驱动破局 衔接赋能增效 答好消费维权与行政执法衔接新答卷

鄂州市市场监督管理局 鄂州市消费者委员会

鄂州市市场监管局聚焦“消费维权与行政执法衔接”国家试点任务，以数字赋能为核心、以协同联动为支撑、以成果转化为目标，创新探索试点路径，推动各项工作取得阶段性成效。

一、主要做法

（一）四级联动“答题”，构建协同发力“一盘棋”。省局统筹谋划部署，投入专项资金搭建平台底层架构，全程跟进指导；市局成立专班，建立案源线索识别、初核、转办、评估、审核、反馈全链条工作规范，高效推进“诉转案”工作；区分局积极响应，主动建言献策，优化平台适配性；基层所精准落地执行，确保平台流转高效顺畅，形成上下贯通、协同发力的省、市、区、所四级联动工作格局。

（二）数字驱动“解题”，搭建效能提升“一张网”。依托省局“智慧消保”平台，建成“诉转案”智能平台，破解基层四大难题。

一是AI智能分析，破解基层“不会办”困境。通过AI大模型解析12315投诉举报数据，自动识别违法关键词，形成案源线索报告供执法人员参考，有效破解基层“不会办”困境。

二是线上一键转办，打消基层“不想办”顾虑。线索直推区级市场监管部门，并可一键分派承办人，减少层级流转，避免因程序繁琐产生“不想办”的抵触。

三是处置全程留痕，攻克基层“办不好”难题。平台全程自动记录操作时间、责任人和处置内容，形成可追溯办案链条，确保每个环节流程可查，责任可溯。

四是限时督办提效，解决基层“办不了”梗阻。设置办理时限，采用“预警灯”，实时跟进办件进度，确保消费纠纷“件件有回音，事事有着落”，有效打通消费维权与行政执法衔接堵点。

（三）结果运用“破题”，拧紧维权执法“一股绳”。坚持将“诉转案”成果转化为治理效能，实现多维突破。

一是数据分析赋能决策。定期分析“诉转案”数据，精准锁定投诉举报集中、违法问题高发、群众反映强烈的行业领域和突出问题，发布消费分析预警报告12篇，其中我局牵头撰写的《部分农村地区自来水价格偏高》稿件被国家总局推送至中办采用，并被国务院有关领导批示。

二是靶向开展整治攻坚。基于数据分析结果，精准聚焦民用三表计量不准确、收费不规范以及假冒伪劣食品等问题，开展专项整治行动，共排查整改问题1746个，立案查处违法案件316件，退费133.9万元，移送公安线索10条。其中农村假劣食品专项整治纳入市纪委民生典型事例专题宣传片，民用“水电气”计量与价格整治经验被省纪委专题推介，取得了良好的社会效果。

三是“红黑榜单”强化震慑。在重点民生领域推行“红黑榜”制度，通过集中曝光、重点监管、社会共治等方式，形成强大震慑，促使企业规范自身经营行为。截至目前，已累计发布农贸市场计量“红黑榜”10次，餐饮食品安全“红黑榜”3次。

四是信用画像精准监管。整合“诉转案”结果数据、日常检查信息、行政处罚记录等，为市场主

体生成多维度的“信用画像”，推动“双随机、一公开”监管与信用监管深度融合，信用分类结合率达93.16%。

二、工作成效

（一）民生安全防线更牢固。聚焦食品、价格、计量三大民生痛点精准发力。食品安全领域，联合公检法斩断面制品非法添加硼砂“毒面”链条，提起刑事附带民事公益诉讼；价格监管领域，在“银河左岸音乐节”期间查处3家违规涨价酒店，防范舆情风险；计量公平领域，联合住建部门责令3家物业公司退费55.57万元；此外，我们已发布民生领域典型案例6批次，通过以案释法，切实守护群众权益。

（二）经济发展动能更充沛。以维权促发展，助力经营主体高质量提升。跨省维权打击58家电商侵权商户，为老鬼生物科技公司挽回损失；通过“3+1+N”机制帮扶东塔食品等企业，相关案例被《人民日报》报道；试点工作举措获《中国质量报》专题刊发，系全国首篇优化消费环境试点专题报道。

（三）试点示范效应更凸显。作为全国试点，构建了“数字赋能+协同联动+成果转化”的衔接模式，有力提升了“诉转案”工作效能，为全省乃至全国提供了可复制的实践样本。试点工作开展以来，平台共抓取“四大安全”投诉举报252件，生成案源线索105件（识别率41.67%），转化案件19件（转化率18.1%），是去年转化率的6倍。

三、存在问题

尽管试点工作取得初步成效，但是对标总局和省局的要求，还存在一些问题：一是平台功能有待优化，AI识别精度、知识库更新速度与基层需求仍有差距，操作便捷性需进一步提升；二是数据分析深度不足，多维度挖掘、趋势预判能力欠缺，对监管决策的支撑作用未充分发挥；三是制度机制不够健全，“诉转案”全链条考核评价、部门协同等配套制度仍需完善；四是成果应用范围较窄，平台经

验向特种设备、知识产权等领域延伸不够，试点辐射效应有待扩大。

四、重要启示

“诉转案”平台的建设与应用，是国家总局试点任务在鄂州市落地生根、开花结果的生动实践，有效打通消费维权与行政执法的“任督二脉”，实现了维权效率、执法精准度和市场秩序规范水平的同步跃升，从中我们获得了诸多宝贵启示：

（一）系统思维是前提。消费维权与行政执法衔接是系统工程，需打破层级、部门壁垒。四级联动机制实现了上下贯通、协同作战，证明唯有统筹兼顾、凝聚合力，才能推动复杂工作高效落地。

（二）科技赋能是关键。“诉转案”平台借助AI分析、数据挖掘等技术，实现了维权执法质效的跨越式提升。信息化时代，唯有以科技改造流程、创新方法，才能破解基层难题、提升治理效能。

（三）问题导向是动力。聚焦“诉案衔接不畅、线索转化率”等痛点推进试点，通过靶向施策破解实际难题。工作中唯有正视问题、精准发力，才能推动工作向纵深发展。

（四）结果运用是保障。将平台成果转化为专项整治、信用监管等实际举措，让试点成效体现在市场秩序改善和消费环境优化上。唯有注重成果落地，才能实现工作价值、回应群众关切。

（五）协同共治是基础。通过“红黑榜单”引导社会监督，形成政府监管、企业自律、社会参与的共治格局。构建良好市场环境，需多方协同、凝聚合力，而非监管部门单打独斗。

下一步，我们将以此次会议为契机，正视不足、补齐短板，持续优化平台功能、深化数据应用、完善制度机制、扩大成果辐射，全力打造消费维权与行政执法衔接的“鄂州样板”，为全国市场监管系统治理体系和治理能力现代化贡献更多实践经验！

构建“三位一体”新格局 打造消费环境新高地

云梦县消费者委员会

当前，我们正面临“泼天流量”带来的机遇与挑战。这既是对县域经济活力的集中检验，更是对治理能力现代化的全面大考。云梦县始终将优化消费环境视为推动高质量发展的“生命线”与“压舱石”，在实践中探索形成了“四级联动强治理、四季攻坚优环境”的工作路径，取得了阶段性成效。

一、构建快速响应体系，展现治理“云梦速度”

面对骤然增长、远超常规预期的客流量，我们深刻认识到，单打独斗必然力不从心，必须坚持全县一盘棋，凝聚最强治理合力。

一是指挥靠前，实现决策“零延迟”。县委、县政府将优化消费环境摆在全局工作的突出位置，成立了由书记、县长共同担任组长的“双组长”领导机制，顶格协调、顶格推进。我们明确了打造“安心、放心、舒心”消费环境的三大目标，真正将此项工作作为“一把手”工程紧抓不放。同时，高度重视消委组织建设，确保其“有机构管事、有编制用人、有经费办事”，为消费维权工作提供坚强组织保障。

二是机制优化，实现协同“零障碍”。我们创新实施“12345”工作法：即围绕“1”个领导小组核心，统筹“发展”与“安全”“2”大目标，建立健全“联动、预警、处置”“3”项机制，持续开展“春雷、夏净、秋风、冬砺”“4”大专项行动，聚力建设“博物馆、祥云湾、楚王城、雅斯广场、梦泽古街”“5”个放心消费集聚区。通过“周调度、月通报、季考评”的闭环管理，跨部门协同效率显著提升40%以上，确保了政令畅通、行动迅速、处

置高效。

三是网络赋能，实现触达“零距离”。我们着力构建并完善了“县-乡-村（社区）-经营主体”四级联动治理网络，将监管与服务触角直接延伸至街头巷尾、商户门店。依托此网络，实现了消费维权部门与属地街道、相关商户的快速响应与高效联动。

二、创新标准服务模式，传递维权“云梦温度”

我们坚信，优化消费环境关键在于强化事前规范与事中监督，以高标准引领高质量消费体验。

一是标准先行，让消费更“放心”。聚焦核心商圈、特色街区和重点景区，集成打造“梦泽放心消费圈”，全面推行标识、承诺、台账等“七个统一”管理标准。目前已覆盖2个核心商圈、5条特色街区、3大景区，惠及市场主体1000余家，“放心消费在云梦”集群品牌效应日益凸显。

二是智慧维权，让服务更“暖心”。在消费聚集区高标准建设消费维权服务站，并全面接入“全国消协智慧315平台”“湖北消委投诉平台”，实现线上接诉、就近转办、限时办结。目前全县消费维权平均处置时长压缩至24小时以内，消费者满意度稳定在98%以上。

三是案例示范，让治理更“贴心”。今年“五一”期间，一家网红小吃店因排队纠纷，依托高效维权网络，相关部门、乡镇与商户快速联动，仅用20分钟便成功化解矛盾，未引发负面舆情。该案例已成为我县维权能力培训教材，推动“快速响应、温馨处理、源头化解”理念融入日常。

三、健全长效监管机制，彰显发展“云梦力度”

我们深知优化消费环境必须常抓不懈、久久为功，坚持整治与长远并重。

一是强化蓝图指引，稳步推进目标落实。制定《云梦县优化消费环境三年行动计划（2025—2027）》，明确“一年见成效、两年上台阶、三年创品牌”的路线图，重点实施信用培优、质量提升、纠纷化解三大工程，系统夯实消费环境基础。

二是开展精准打击，四季攻坚持续发力。围绕打造“六心”消费环境，常态化推进“春雷、夏净、秋风、冬砺”专项行动。今年以来，累计出动执法人员3000余人次，检查市场主体1万余户次，立案查处127起，曝光典型案例15起，形成有效震慑。

三是聚焦口碑提升，推动消费价值跃升。全县消费投诉总量逐月下降，涉旅投诉一次性化解率达96%，核心景区在客流高峰期间实现“零重大投诉”。云梦旅游和消费体验在各大平台好评率均达4.9分（满分5分），消费满意度持续攀升。

在总结成绩的同时，我们也清醒认识到当前工作中仍存在一些亟待突破的瓶颈：

一是新业态监管能力有待提升。面对直播带货、社交电商等新模式，现有监管手段和规范标准需加快完善；

二是基层维权网络尚不健全。乡镇消费维权站点专业力量不足、规范化水平不高；

三是长效治理机制仍需加强。部门间信息共享不够充分，信用监管与联合惩戒机制有待健全。

下一步，我们将重点抓好四方面工作：

一是挥好统筹“指挥棒”。县委、县政府将定期研究消费维权工作，推动形成党委领导、部门协同、社会共治的消费环境建设新格局；

二是用好监管“手术刀”。建立新业态包容审慎监管机制，制定适应新消费特点的维权规范，压实平台主体责任；

三是建好维权“桥头堡”。推进乡镇消费维权站标准化建设，加强基层人员培训，提升一线服务效能；

四是下好共治“一盘棋”。完善跨部门信息共享与信用联合惩戒机制，引导行业自律与社会监督，构建高效闭环的消费环境治理体系。

优化消费环境是一项永无止境的事业。云梦县将以本次会议为新起点，借鉴先进经验，深化消费环境建设，让“放心消费在云梦”金字招牌更加熠熠生辉，为全省高质量发展贡献云梦力量！



11月14日，汉川市消费者委员会组织消费维权志愿者走进仙女山街道山后湾社区，开展“共筑满意消费 消费教育引导社区行”活动，进一步提升居民科学消费意识和依法维权能力。活动现场，消费维权志愿者还向社区居民赠发了《中华人民共和国消费者权益保护法》《食品药品科普手册》等宣传资料150余份。（通讯员 章志军）

以“云朋会”为媒 探索消费维权新路径

武昌区市场监管局徐家棚市场监督管理所

基层市场监管消费维权工作是维护市场经济秩序、保障民生福祉的“最后一公里”。面对消费维权新形势与新挑战，如何切实维护消费者合法权益、营造诚信有序的市场环境，成为基层站所践行“为民服务”宗旨的重要课题。武昌区市场监督管理局徐家棚所立足实际、主动作为，以数字化改革为牵引，创新搭建“云朋会”线上平台，深度融合市场监管与消费维权全链条，探索出一条具有特色的基层监管服务新路径。

一、直面痛点破题，回应消费维权新需求

徐家棚所地处武汉市武昌区核心区域，是基层市场监管消费维权的前沿阵地。全所21名在编人员，管辖面积12.8平方公里，服务常住人口9万余人、市场主体超3.2万户，人均监管压力位居全区前列。2025年以来，随着武昌区招商引资政策持续发力，市场主体数量快速增长，1-10月累计接收12345、12315及全国消协智慧315平台投诉举报13272件，其中职业索赔及无效投诉1125件，占比8.5%。此类投诉挤占公共资源，干扰正常市场秩序，也对基层监管和消费维权效能提出更高要求。

面对“人少事多、诉求多元、矛盾复杂”的现实困境，徐家棚所秉持“服务为先、执法为民”理念，突破传统“线下为主、被动响应”模式，依托“腾讯会议”系统打造“云朋会”线上平台。平台从最初的消费纠纷调解起步，逐步拓展至政策宣传、业务培训、风险预警等多维应用，构建起“线上联动、精准服务、智慧监管、诉前和解”的服务型执法维权体系，为基层市场监管提质增效提供了可复制、可推广的实践经验。2023年7月，徐家棚所“云朋会”消费纠纷调解室获评武汉市委平安武汉

建设领导小组办公室、市司法局联合命名的“全市品牌调解室”，成为全市唯一一家以基层市场监管所命名的金牌调解室。

二、多维融合创新，升级消费维权服务载体

徐家棚所以“云朋会”为枢纽，推动消费维权从“单点应对”向“系统治理”转变，形成以调解促和谐、以培训强能力、以风控防风险的良性治理格局，持续优化消费环境。

（一）“云端调解”提效率，畅通维权“快车道”。

针对传统调解模式中消费者“来回跑、效率低”等问题，“云朋会”打造“三方在线、即时沟通”的调解新场景。消费者与经营者无需到场，执法人员通过视频连线、证据实时上传、笔录在线确认等功能，快速厘清事实、划分责任。平台运行以来，累计化解消费纠纷数百起，为消费者挽回经济损失近50万元，调解周期大幅缩短，群众满意率持续提升，真正实现“数据多跑路、群众零跑腿”。

（二）“云端培训”强能力，注入合规“营养剂”。

为解决传统集中培训覆盖面窄、内容针对性不强等问题，徐家棚所借助“云朋会”开展常态化政策宣讲与法律普及，提升经营者合规意识，赢得广泛好评。

一是流程优化提质效。通过自建微信“商户群”发布培训信息，依托“云朋会”开展视频授课、课件演示、在线答疑，省去场地布置与人员集中环节，实现覆盖范围更广、组织效率更高、资源投入更少的综合效益。

二是内容精准接地气。针对市场监管领域百



余部法律法规，摒弃“大水漫灌”，聚焦“精准滴灌”，选取典型案例进行“一案一法”解读，将专业条文转化为通俗易懂的操作指南，并按照食品、药品、特种设备等行业分类施训，提升培训实用性。

三是警示引导促规范。针对职业索赔高发领域，通过“云朋会”通报典型索赔案例、开展风险提示；邀请曾被索赔或处罚的商户分享整改经验，推动“惩处一个、警示一片、规范一行”。今年以来，累计组织线上培训十余场，覆盖经营者300余人次，“查处一案件、规范一行业”的治理效果日益显现。

（三）“云端风控”防未然，织密智慧“监管网”。

为提升监管的精准性和靶向性，徐家棚所整合执法力量，拓展“云朋会”在风险防控方面的功能，推动消费维权与日常监管深度融合。

通过每月梳理分析投诉举报数据，建立市场主体“红黄绿”三色风险清单：将投诉集中、问题频发、处罚较多的主体纳入“红色”名单，实施“消费约谈+高频次监管”；将涉及预付卡、特种设备等风险较高领域的主体纳入“黄色”名单，按每月30%比例定向抽查，并督促开展自查自纠；对信用良好、经营规范的主体纳入“绿色”名单，落实“无事不扰、有需必应”。今年以来，已成功预警

并阻断29起企业“注销跑路”行为，帮助消费者挽回潜在损失近百万元。

三、总结实践经验，夯实维权长效之基

徐家棚所“云朋会”消费维权实践，实现了“纠纷化解更快捷、政企互动更顺畅、监管执法更精准”的综合成效，其核心启示可概括为三个“坚持”：

（一）坚持“以人民为中心”的根本立场。始终把群众满意度作为衡量工作的标尺，带着责任和感情处理每一起投诉，努力把矛盾化解在基层、解决在萌芽。

（二）坚持“创新驱动”的方法路径。积极运用数字化手段破解基层人少事多、效率不高等现实难题，推动平台从单一功能向综合服务延伸，实现维权与监管同频共振、互促共进。

（三）坚持“数据赋能”的治理逻辑。强化数据汇聚与分析应用，推动风险早识别、早预警、早处置，实施差异化精准监管，全面提升维权效能与治理水平。

四、存在的不足与下一步努力方向

虽然“云朋会”平台有效提升了我所消费维权工作质效，但随着科技发展和各类新兴产业的不断崛起，我们所面临的消费纠纷也日趋复杂多样，基层监管人员数量少与消费维权数量多的矛盾也愈发突出，执法专业化与维权职业化的消长也愈发激烈，这些都将对市场监管工作带新的压力和挑战。对此，徐家棚所将持续深化“云朋会”平台建设，推动智慧监管与消费维权深度融合，加快功能升级与场景拓展，努力实现从“1.0云朋会”向“2.0云朋汇”的迭代跃升，以更实举措、更优服务维护消费者合法权益、规范市场秩序，为新时代基层市场监管工作高质量发展贡献更多可复制、可推广的实践经验。

深化消费诉求多元化解社会联调机制 构建消费维权新格局

武汉市消费者协会

武汉市消费者协会坚持以人民为中心的发展思想，以营造安全放心消费环境为目标，持续完善消费维权机制，积极构建社会共治格局，切实增强消费者的获得感、幸福感与安全感。

一、健全组织体系，夯实维权工作基础

（一）顺利完成理事会换届，明确新时代维权方向。今年2月20日，市消协成功召开第六届理事会第一次会议，选举产生新一届领导机构。新一届理事会广泛吸纳专业律师、行业协会代表等社会力量，凝聚共识，依法履职，着力提升维权服务能力与效能，共同推动构建消费维权共建共治共享新格局。目前，各区也在积极筹备区级消费者协会的换届工作。

（二）延伸基层服务网络，夯实维权基础。全市累计发展消费维权服务站827家，推动维权服务向基层延伸。线上线下协同发力，引导经营者落实消费维权主体责任，力争将纠纷化解在源头、解决在基层。

二、创新维权机制，提升纠纷化解效能

（一）畅通诉求受理渠道，实现闭环管理。建立覆盖市、区、基层站所的三级投诉处置网络，实行“接收、分办、督办、回复、回访、办结”全周期闭环管理。2025年1月至10月，通过“全国消协智慧315”平台受理投诉36170件，解决23440件，解决率70.07%，为消费者挽回经济损失537.76万元；通过“湖北省315和解平台”受理投诉2068件，解决710件，解决率37.33%，挽回经济损失452.06万元。

（二）创新纠纷调解模式，提升化解效能。积极推行“云端调解室”等线上调解方式，实现消费纠纷快速化解。市消协联合市文旅局、江岸区司法局开展云上调解，消费纠纷调解室入选全市百家品牌调解室，成功调解多起境内外旅游纠纷，挽回经济损失30余万元。经开区对驾培行业开展“三约谈一劝谕”，联合交通部门约谈投诉集中驾校，发布《驾校劝谕函》，规范合同条款与退费标准，整改后相关投诉量下降62%。

（三）引入专业力量参与调解，增强调解公信力。市消协引入省消委特聘调解员参与社会联调，处理消费投诉7800余件；探索律师及专业人员在线参与调解机制，借助法律与行业专业优势，提升调解公信力。经开区消协在全市率先试点消费投诉社会联调机制，出台《社会联调试点方案》，聘请汽车、法律等领域6名特聘调解员，按纠纷金额给予50-200元/件补贴。截至2025年10月，通过社会联调办结纠纷254件，办结率93%，挽回经济损失180余万元。

（四）聚焦行业顽疾，化解消费痛点问题。洪山区消协联合商务局和区城运中心试点汽车销售行业规范管理，建立“白名单”公示与重点监管制度，对投诉量靠前企业实施行政约谈，推动企业签署《诚信经营承诺书》，明确“售前、售中、售后”六化标准（退订随心化、宣传诚信化、履约标准化、收费公示化、维保卓越化、客诉闪电化），从源头减少消费纠纷。

三、强化宣传引导，营造放心消费环境

（一）精准发布消费提示，引导理性消费。紧扣消费热点与重要时间节点，通过各类媒体发布消费警示、提示和倡议。2025年以来，已发布《端午节消费提示》《六一儿童节消费提示》《暑期学生消费提示》等9份，有效引导消费者科学、理性、绿色消费。

（二）开展消费评议活动，助推市场规范。配合全省“荆楚放心游”消费评议活动，联合市旅游协会推荐洪山区鲁磨路珠宝文化街、黄陂区木兰花香景区、江夏区江夏里武汉老码头文化美食街区参与评测，助力提升旅游市场服务质量。

（三）举办公益促消费活动，提振消费信心。在全市范围启动“3·15金秋购物节”公益活动，武商集团、中百集团等多家知名企业参与。活动采用“消协组织、企业参与、社会监督”模式，对参与企业进行严格资质与信用审查，搭建诚信企业展示平台，构建放心购物保障机制，有效激发市场活力。

四、加强能力建设，提升履职水平

（上接第25页）

三、协同联动聚合，织密消费维权网络

打破职能边界与地域限制，构建横向到边、纵向到底的消费维权协同体系，汇聚各方资源，提升治理效能。

（一）多跨协同，优化工作机制

依托市级消费者权益保护议事平台，联动市场监管、住建、商务、文旅、公安、金融等26家单位，完善常态化对接机制。在家装预付款、文娱消费等难点领域推行清单管理、联动整治，逐步构建权责清晰、协调有力的“大消保”工作格局。

（二）区域协作，破解跨域难题

深化鄂豫皖大别山区维权联盟合作，依托区域性维权平台做实“防+调+督”一体化链路，统一接件转递、取证认定与回告程序，实现异地诉求就

（一）开展专题业务培训。组织举办“武汉市入驻企业消费者权益保护工作专题培训班”，面向“双平台”企业代表、行业维权机构、调解员、律师等，重点讲解平台操作、调解文书规范及调解技巧。9月，联合洪山区市场监管局、洪山区消保委举办江南片区消费维权专题培训班，覆盖三区市场监管骨干及ODR企业代表约60人，聘请省消委专家授课，强化基层维权能力。

（二）优化平台运维管理，保障高效运转。加强“双平台”日常维护、投诉处置与协调回复，日均处理投诉110件。对未及时处理的投诉，主动提醒相关企业尽快协商和解，顺利完成中消协交办的“中公教育”群体投诉信息搜集任务，积极引导“聚狮在线”等教培机构入驻平台，提升维权效率。

下一步，武汉市消协将继续秉持以消费者为中心的工作理念，不断创新工作机制，提升维权效能，凝聚更广泛的社会力量，深化放心消费环境建设，为武汉市经济社会高质量发展贡献力量。

地响应、限时办理、高效闭环。

（三）站点延伸，夯实基层基础

拓展基层维权触点，设立消费维权服务站238处，新增在线纠纷调解企业（ODR）35家，打通便民服务“最后一公里”，基本实现“小纠纷不出店门、大矛盾协同化解”。

（四）流程再造，提升处置效能

印发《关于进一步优化投诉举报工作流程的通知》，规范全市市场监管系统投诉举报处理程序，不断提升执法效率和服务质量。

下一步，黄冈市消费者委员会将持续深化“一三五”维权模式，坚守人民立场，完善源头防范机制，拓宽品牌塑造路径，增强协同治理能力，努力让“放心消费在黄冈”金色名片更加闪亮，为全省消费者权益保护事业高质量发展贡献黄冈力量。

创新驱动 多元共治 用心用情写好民生消费维权答卷

荆门市消费者委员会

今年以来，荆门市消委紧紧围绕“创新驱动、多元共治”主线，聚焦人民群众“急难愁盼”的消费问题，积极探索、勇于实践，推动消费维权工作取得积极进展。

一、坚持创新驱动，让消费环境更“安心”

一是拓宽宣传引导模式，提升群众维权素养。变“大水漫灌”宣传模式，为“线上+线下、传统+新兴”宣传矩阵。线上，针对私域直播购物等新型消费陷阱，发布消费提示，其中“人情消费陷阱”在中国消费者报刊登。线下，推进“三进”活动，用“拉家常”方式讲解维权知识，用沉浸式互动让消费者在参与中学习。累计发布消费警示9期、维权指南6期，开展线下活动25场，发放宣传资料超2万份。

二是深化数据分析应用，精准牵引监管执法。建立投诉举报数据“月分析、季研判”机制，整合12315与消协和解平台信息，形成热点清单与风险预警报告，为精准监管提供数据支撑。依据数据研判，集中约谈投诉量排名前20的经营主体，推动开展靶向整治8次，重点行业投诉量同比下降24%，实现从“被动应对”向“主动治理”转变。

三是试点先行赔付机制，提升纠纷处置效率。聚焦消费纠纷处理周期长、程序繁等问题，创新开展“先行赔付”试点，联合大型商业综合体设立维权保障资金池，对符合条件的线上小额纠纷实行先行垫付、事后追偿。通过该机制已处理纠纷85笔，全部实现“24小时响应调解、48小时赔付到位”，显著提升维权效能。

二、凝聚共治合力，让消费生态更“舒心”

一是强化协同联动，形成部门监管合力。充分发挥消费者权益保护联席会议作用，健全部门会商机制，推动信息共享与执法联动。牵头开展预付式消费专项整治，推动市政府出台《单用途商业预付卡监管办法》。联合七部门出台规范文件，有效应对职业索赔，压减恶意投诉空间。积极参与“宜荆荆恩”消费维权一体化合作，建立异地异店退换货与跨区域纠纷协同处置机制。

二是引导多方参与，织密社会维权网络。组建消费维权社会调解员队伍，吸纳行业专家、律师等专业人才20名，为复杂纠纷提供技术支持。设立首批6家行业调解室，受理纠纷224件，挽回经济损失98万元。发挥消费教育基地作用，开展体察、调查活动15场，增强消费互信，提升公众理性消费与依法维权能力。

三是压实主体责任，推动企业诚信自律。持续深化“放心消费创建”，组织开展“3.15金秋购物节”活动，带动经济效益8100万元。积极推进“线下无理由退货承诺”，全市超800家实体店参与，累计退货金额3100万元。推行“预防+整改”双轨模式，指导企业完善内部和解机制。结合集群注册试点，设立2家“消费维权联络点”，推动企业自主化解纠纷1120件。

三、聚焦急难愁盼，让消费维权更“暖心”

一是强化源头治理减纠纷。主动指导供水、供气等公共服务企业，推动纠纷源头化解。集中约谈投诉集中行业企业，扎实开展“育婴行业”调查评议，通报源头企业7家，督促落实整改。发布餐饮行

多元共治优化消费环境 源头治理提振消费信心

孝感市消费者委员会

2025年，孝感市消委紧紧围绕“共筑满意消费”年主题和优化消费环境三年行动方案的总体部署，扎实推进“供给提质、秩序优化、维权提效、环境共治、环境引领”五大行动，实现从“被动响应”到“主动治理”的效能跃升，为推进孝感经济高质量发展做出积极贡献。

一、坚持“协同联动”，织密多元共治维权网络

1.多元共治聚能量。围绕消费维权工作中的突出问题，联合24个部门建立了“孝感市消费者权益保护工作联席会议制度”，制发了《关于依法处置恶意投诉举报行为的指导意见（试行）》，按照“谁审批、谁主管、谁负责，谁监管、谁维权”的原则，修订了《典型案例分办原则》，破除部门壁垒、整合维权资源，构建“横向到边、纵向到底”

的协同体系和“诉求会商、联合处置”工作机制。今年，市消委配合相关部门协同处置跨领域消费纠纷1350余件，实现了“一件诉求、多方响应”。

2.数据赋能助监管。深挖消费维权数据潜能，推行“周督办、月分析、季通报”制度，将关口前移，重点聚焦月消费投诉举报量前三十名的领域、主体和行为，充分运用AI系统，全面梳理消费热点难点堵点及潜在风险隐患。今年，制发消费投诉举报月分析、专项分析、重点分析等报告15期，工作提示6期，投诉举报预警14期，消费提（警）示21期，源头治理重要隐患13起。为监管部门日常监管提供数据依据和保障，为执法部门精准执法提供靶向案源，为消费者日常消费提供预警提示。

3.靶向治理优环境。通过对重点领域、行业、

业食品安全“红黑榜”2期，强化风险预警，倒逼企业规范自律。

二是关爱特殊群体优服务。聚焦“一老一小”消费群体，提供“点对点”维权指导，联合社区及养老机构开设“银发讲堂”，提升老年人防骗意识。围绕儿童用品、教育培训等领域开展专项体察，广泛收集意见，发布针对性消费提示。

三是提升服务效能畅渠道。将消费维权内容纳入全市“市场监管大讲堂”，开展专题业务培训，

提升队伍专业能力。建立“两个畅通”闭环管理机制，优化诉求表达与解决渠道，全年受理投诉2620件，为消费者挽回经济损失248万元，群众满意度稳步提升。

在肯定成绩的同时，我们也清醒地认识到工作中还存在一些短板不足，比如基层消委组织建设还有待加强、网络消费纠纷处置能力还不高。我们将以此次培训为契机，认真落实培训要求，持续抓好问题整改，推动荆门消委工作再上新台阶。

荆楚维权

人群的消费纠纷进行排查评估，划分为红白黑风险等级，制定应对措施，做到早发现、早预警、早处置。加大对投诉举报居高行业及经营主体的检查提醒约谈通报频次，及时回应人民群众合理合法诉求；联合公安局、政数局召开“3·15”消费维权情况通报会，向社会各界通报近年来食品监管和消费维权等工作情况；为相关部门提供案件线索112条，向市政府、市政法委提交新业态违法行为专报2次，有效净化了消费环境，降低了消费者的投诉举报量。

二、坚持“源头治理”，筑牢消费环境根基

1.深度参与全省“荆楚放心礼”和“金秋购物节”活动。全市结合自身实际，从优化消费环境、提振消费信心、拓展消费新场景的角度出发，举办了13场丰富多彩的“金秋购物节”展销活动，全市379家经营主体参与其中，惠及消费群体78.7万人，拉动消费3.8亿元；孝感麻糖米酒、年时药业和神丹食品入选首届“荆楚放心礼”。

2.加强放心消费聚集区（单元）建设。围绕“供给提质、秩序优化、维权提效、环境共治、环境引领”五大行动，全市积极打造了4家具有地方特色的放心消费聚集区，动态引导1687家经营主体参与放心消费单元建设，做出安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心的“五心”承诺，全面提升商品和服务质量。

3.进一步完善消费纠纷多元化解机制。按照省级标准，在投诉集中的商业综合体、商场、市场、街区、景区，规范化建设各类消费维权站点221家，设立行业消费维权办公室11个，落实开办方主体责任，整合放心消费承诺、消费投诉公示、线下无理由退货、先行赔付、食品你点我检、公平秤等功能，实现消费维权一站式服务，将消费维权站打造成基层治理“前哨”。引导564家经营主体入驻

“ODR在线纠纷调解机制”，引导3710家经营主体入驻“湖北315消费投诉线上和解”平台，推动源头和解纠纷1480余起，成功率达82%。

三、坚持“宣教引领”，凝聚消费维权共识

1.深化法规宣贯。聚焦《消费者权益保护法实施条例》等重点法规，开展宣贯活动120余场次，举办法律知识讲座20余场，发放宣传资料10万余份，提供法律咨询200余次，覆盖消费者、经营者超8万人次，帮助300余家经营主体提升产品与服务质量。

2.打造“3·15”品牌。联合孝感市市场监管局开展“优化消费环境、守护消费安全、赋能放心消费、护航消费维权”4+N系列活动，通过“消费维权成果展”“新闻发布会”“在线答疑”等形式，提升消费者维权意识。今年“3·15”期间，联合相关部门召开消费维权情况通报会，向社会公开食品监管、维权成效等信息，增强消费信心。

3.推动行业承诺践诺。引导行业协会、商会开展“放心消费双承诺”活动，组织经营者签订《放心消费承诺书》《七日无理由退货承诺书》，目前全市重点行业承诺覆盖率达90%以上，推动经营主体从“被动维权”向“主动担责”转变。

4.开展“五进”活动宣教。让消费维权教育走进校园、企业、商超、社区和景区，帮助广大消费者树立正确的消费观和维权意识。通过完善信用评价指标、建立消费信用档案、定期公示消费投诉信息、联合建立惩戒机制等举措，建立健全消费维权公示体系，全面约束和激励经营主体健康发展，有效净化消费环境，切实激发消费活力。

下一步，孝感市消委将持续围绕优化消费环境三年行动，进一步深化多元共治机制、强化数据赋能作用、夯实源头治理根基，全力推动消费维权工作再上新台阶，为全省优化消费环境、提振消费信心贡献孝感力量！

维权为民固根基 品牌聚势促消费

黄冈市消费者委员会

一年来，黄冈市消费者委员会、市市场监管局锚定“筑牢维权防线、擦亮诚信品牌”核心任务，扎实推进宣传教育、源头治理、协同共治各项工作，助力“放心消费在黄冈”品牌效力持续提升。

一、立体宣传凝共识，拓展品牌传播广度

坚持以多元化宣传增强公众认同，以特色化载体擦亮城市名片，推动维权意识深入人心，“放心消费在黄冈”的辐射力和美誉度稳步提升。

（一）节点联动，实现宣传全覆盖

紧抓“3·15”国际消费者权益日、“金秋购物节”等重要时间节点，构建线上线下联动的立体宣传矩阵。线下深入商超集市、旅游景区等人流密集区设立咨询台，开展“你点我检”、普法宣讲等活动；线上联合省市主流媒体及政务新媒体实时互动，拓展传播渠道。“3·15”期间累计发放宣传材料超万份，单日线上参与量突破50万人次；“金秋购物节”实现消费提振与维权宣传深度融合，惠及群众逾55万人。

（二）特色体察，树立消费新风尚

策划开展“放心消费看黄冈——好山好水养好茶”英山云雾茶消费体察活动，组织市民实地体验采青、炒制到沏饮全流程，感受传统工艺与现代产业的有机融合。同步讲解识茶辨质、依法维权等实用知识，倡导绿色理性消费理念，营造安心舒心的消费氛围。

（三）高端推介，扩大品牌影响力

积极亮相中国甘家口消费大讲堂、粤港澳大湾区专利转化交流会等高能级平台，面向全国分享“黄冈经验”，以权威发声释放消费信心，为本地

市场注入持久动力。

二、精细施治疏堵点，提升维权服务实效

紧盯群众反映集中的热点难点问题，构建“前端预警—中端规范—末端快处”的全周期维权链条，切实增强服务的针对性、时效性与满意度。

（一）溯源施策，强化风险防控

依托大数据分析精准识别高发投诉类型，组织相关经营者开展警示约谈。针对影院退票、预付款消费等重点领域，加强政策引导与合规指导，发布针对性维权指引，明确责任归属，推动经营者落实主体责任。健全跨部门协同监管机制，从源头上压减消费争议。

（二）标准引领，打造示范标杆

结合黄州学生街改造提升工程，发起“放心消费示范街”共建倡议，吸引700余家商户积极参与，在全省率先打造集安全、质量、价格、服务、计量、维权“六个放心”于一体的开放型品质街区。目前全市已建成此类示范街区11处，覆盖10个县市区。相关做法经省局摄制专题片被新华网、凤凰网、湖北日报等媒体转载，全网点击量近百万，初步形成典型引领、连片发展的良好格局。

（三）多元调处，传递维权温度

整合行政、人民、行业、企业四类调解渠道，推动1611家企业接入湖北315和解平台，落实线下“七天无理由退货”商户167户。依托全国智慧315平台体系，成功为消费者挽回经济损失近26万元，切实将维权关怀落到实处。

（下转第21页）

构建全域消费维权服务体系 筑牢群众“家门口”的权益守护屏障

咸宁市消费者委员会

近年来，咸宁市消委会锚定“让群众维权更便捷、消费更安心”目标，深入践行新时代“枫桥经验”，将消费维权服务站建设作为优化民生服务、规范市场秩序的重要突破口，通过创新布局、健全机制、强化赋能，构建起覆盖城乡、高效运转的维权服务体系，交出了一份“纠纷就地解、群众少跑腿”的民生答卷。

一、破题“维权远”：全域布局织密服务网

针对以往群众“维权跑断腿、投诉耗时长”的痛点，咸宁市消委会认真贯彻落实省消委要求，加快消费维权服务站布点扩面、“应设尽设”，坚持“哪里有消费，哪里就有维权服务”，推动消费维权服务站全域覆盖。一方面，聚焦商场、超市、集贸市场、重点企业、旅游景区等消费高频场景，实现重点区域服务站“应设尽设”；另一方面，主动向乡村、社区延伸服务触角，破解基层维权“空白点”问题。目前，全市已建成各类消费维权服务站220个，形成“城区15分钟响应、乡村30分钟处置”的维权服务圈，让群众在家门口就能找到维权“主心骨”。

为适配城乡消费特点，咸宁市创新差异化服务模式。在乡村，推行“1+4”协作机制：以市市场监管局为统筹核心，联动县（市、区）局、基层市场监管所、驻村包保单位、村委会四方力量，明确村委会干部任站长抓统筹、市场监管人员强执法、驻村干部送知识，实现一般投诉“不出店”，较大投诉“不出村”，赤壁市车埠镇鸡公山村村民李先生

通过村里服务站挽回购物损失的案例，正是乡村维权效能的生动体现。在城区，推动服务站与商场、企业深度绑定，配备专业调解团队与标准化设施，咸宁城区某服务站仅用半小时便为市民张女士解决退换货纠纷，高效办结获得群众广泛认可。

二、聚力“服务优”：多维保障筑牢运行根基

为避免服务站“建而不用、用而不优”，咸宁市消委从规范制度、人员培训等方面发力，构建全链条保障体系。制度上，制定《消费维权服务站建设规范》等制度，细化场所设置、人员配备、调解流程等要求；创新“三分三定”工作法，通过“分事行权、分岗设权、分级授权”，实现投诉举报从受理、调解到反馈的全流程闭环管理，杜绝“推诿扯皮”。

人员培育上，建立“季度培训+实战练兵”机制，定期邀请法律专家、资深调解员开展专题授课，内容涵盖《消费者权益保护法》解读、复杂纠纷调解技巧等，累计培训工作人员超千人次，显著提升队伍专业水平。

三、着眼“源头防”：宣教赋能降低纠纷发生率

咸宁市将消费维权服务站作为知识普及的“前沿窗口”，通过精准化、多样化宣传，从源头减少消费纠纷。针对社区老年人易陷入保健品诈骗、养老消费陷阱的问题，定期组织专题讲座，用案例拆解风险点；结合“市场监管六进”活动，将维权知识与食品安全、药品安全常识结合，通过宣传栏、宣传手册、现场答疑等形式，提升农村居民消费认

共筑满意消费 护航经济活力

随州市消费者委员会

2025年以来，随州市消费者委员会始终秉持“群众利益无小事”的理念，通过优化消费环境、化解消费纠纷、提升消费满意度和促进消费升温，依法履职尽责，努力营造安全放心的消费环境，切实提升群众消费幸福感和满意度。

一、精心组织主题宣传，持续优化消费环境

围绕“共筑满意消费”主题，于3月14日联合20家消费者权益保护联席会议成员单位、11家行业企业代表及10家本地特色产品生产企业，成功举办“3·15”现场宣传咨询活动。市四大家领导出席，市委常委、副市长黄继军现场致辞，市场监管部门通报年度维权成果。活动现场设置识假辨假台，开展“手机变砵码”防作弊演示，调度快检车提供食品检测服务，组织纤检机构进行服装检测，并同步推出家电维修、反诈宣传、视力检测等多项便民服务。组织10家随州特色消费品加工生产销售企业现

场展销特色产品，开展“荆楚放心购”公益活动。整个“3·15”期间，全市共组织普法活动32次，发送宣传短信3万条，发放资料1万余份，吸引1.7万名消费者参与，营造了良好社会氛围。

二、完善长效维权机制，提升纠纷化解效能

（一）健全预警与首办机制。发挥消费维权“前哨”作用，市、县两级通过梳理分析诉求信息，对涉及民生、社会影响较大的投诉举报形成初步意见，及时预警并跟踪处置。全面落实首办责任制，明确承办单位和首办责任人，压实全流程处理责任，提升工单办理质效。

（二）统一流程与审核标准。印发《规范办理12345转办工单有关问题的通知》，统一处置流程、答复模板和归档要求，提升工单办理规范化水平。推行消费诉求办理审核制度，由单位负责人对受理、调解、反馈、归档等环节严格把关，确保依法

知；面向青少年群体，联合学校开展“消费维权小课堂”，培养理性消费意识。今年以来，全市服务站已开展宣传活动30余场，覆盖群众超7万人次，消费者维权意识与维权能力显著提升。

四、攻坚“效率低”：数字赋能打造闭环服务链

聚焦群众维权“流程繁、响应慢”的堵点，创新在消费维权服务站牌匾增设“我要投诉”二维码，打造“扫码即诉、精准派单、快速处置”闭环服务模式。群众扫码即可便捷提交诉求，信息直达对应服务站，实现消费维权“零跑腿”。该举措既

大幅降低消费者维权成本，助推“消费纠纷减量”目标落地，又依托服务站强化政企民高效对接，节约行政资源，有效提升维权服务效能，为优化消费环境提供有力支撑。

接下来，咸宁市消委会将继续深化消费维权服务站建设，探索“线上调解平台+线下服务站”融合模式，推动维权服务从“被动响应”向“主动靠前”转变，以更优质、更高效的维权服务，为打造放心消费环境、推动咸宁经济高质量发展注入民生动力。

依规处置。

（三）强化重点纠纷排查化解。建立“一人多次、一事多人”投诉台账，加强分析预判与快速响应，预防群体性事件。例如，8月份成功调解30余名外地游客因降雨导致景区漂流暂停引发的纠纷，促成景区赔偿3600元并整改提升，有效防范舆情风险。

三、深化不满意工单治理，推动群众满意度提升

（一）实行闭环处置机制。印发《市市场监督管理局关于闭环处置不满意工单及有关问题的通知》，建立《投诉举报不满意工单台账》，定期梳理台账，分析不满意原因，分类施策：对于合理合法诉求未解决而不满意的，制定具体解决措施，明确责任单位及责任人、完成时限，推动群众合理合法诉求及时有效解决；对于恶意投诉举报或不合理诉求未解决而不满意的，承办单位做好政策法规宣传，耐心释法说理，告知救济途径，做到闭环处置。

（二）落实回访与再化解机制。制定消费投诉回访制度，每季度随机抽查已办结工单，听取消费者意见，推动合理未解决工单属地再化解。截至目前，已回访工单101件，办理质效明显提升。

（三）设立维权工作室攻坚疑难纠纷。建立市、县两级消费维权工作室，对220件复杂不满意

工单分析研判，完善调解方案，推动50件成功再化解。9月份通过工作室联动监管所处置超市销售过期牛奶投诉，督促企业整改并获得消费者满意反馈。目前，全市不满意工单降至3件，群众满意率达99.56%。

四、打造“金秋购物节”品牌，激发消费市场活力

围绕“诚信好、质量好、性价比好、购物体验好、售后服务好、投诉处理好”的“六好”标准，成功举办“3·15金秋购物节”。参与商家推出“30天退换、60天保价”“家电即买即送即安”“七天无理由退货”等承诺，并提供免费保养、深度清洗、以旧换新等贴心服务，全面提升消费放心度。

推动消费与文娱深度融合，结合潮汕英歌舞、汉服巡游、国潮音乐市集、VR互动、神话旅游节等文化娱乐活动，构建“购物+文化+娱乐”多元体验场景，带动农产品、餐饮、文创等消费增长。此次活动惠及消费者139.6万人次，9家企业实现社会经济效益7496.9万元，有效促进客流量与销售额双提升。

下一步，随州市消委将以此次培训为契机，认真学习借鉴先进地区经验，持续发挥职能作用，进一步维护消费者合法权益，优化消费环境，共筑满意消费新局面。

（上接第29页）

二是创新旅游购物监管模式。积极探索旅游购物市场长效监管机制。今年7月4日，州局组织召开全州旅游购物场所经营者约谈会，宣讲法律法规，明确经营底线，凝聚诚信共识。目前正稳步推进旅游购物场所诚信经营信息公示工作，依法依规公开相关主体的行政处罚、投诉举报及监管信息，强化市场约束与社会监督，引导经营者守法诚信经营，着力遏制欺客

宰客、强迫消费、价格欺诈、虚假宣传等突出问题，切实保障旅游者知情权、选择权和公平交易权，努力营造诚信、透明、安心的旅游消费环境，助力全州旅游业高质量、可持续发展。

下一步，我们将认真学习借鉴兄弟市州先进经验，以更实作风、更硬措施，持续优化消费环境，激发消费潜力，为全省消费者权益保护工作贡献恩施力量。

聚力消费环境建设 筑牢民生权益屏障

恩施州消费者委员会

2025年，恩施州消费者委员会联合州市场监督管理局紧扣“共筑满意消费”主题，认真履行法定职责，持续创新工作方法，在宣传教育、维权调处、社会监督和重点领域治理等方面综合施策，扎实推进消费环境建设，切实保障消费者合法权益。现将有关工作情况汇报如下：

一、深化宣传引导，提升消费维权意识

坚持将消费教育引导作为营造良好消费环境的基础性工作，着力增强消费者依法维权能力和理性消费素养。

一是把握重要节点集中宣传。以“3·15”国际消费者权益日等为契机，线上线下协同开展形式多样的宣传咨询活动。深入宣传消费维权法律法规、年度主题及消费知识，曝光典型侵权案例，及时发布消费提示警示，有效扩大维权工作社会影响。

二是推动经营者诚信承诺。积极倡导线下实体店推行“七日无理由退货”承诺，通过宣传引导和典型示范，全州共147家商户主动参与，涵盖商超、家电、服装等多个行业，从源头减少了消费纠纷，提升了商家信誉和消费满意度。

二、完善维权体系，提高纠纷化解效率

积极适应消费纠纷新特点，努力构建便捷、高效、低成本的消费维权服务网络。

一是推广在线纠纷解决机制。大力引导市场主体入驻全国12315平台ODR系统，推动企业落实消费维权主体责任，实现在线消费争议快速和解。全州已有181家经营主体成为ODR单位，进一步畅通了维权渠道，降低了消费者维权成本。

二是深化“放心消费”创建活动。广泛动员经营者参与“放心消费单元”和“放心消费集聚区”创建。经规范指导和严格审核，全州已有1376家经营主体获评“放心消费单元”，打造3处区域特色鲜明的“放心消费集聚区”，示范带动全州消费环境整体提升。

三、规范合同行为，整治不公平格式条款

为营造公平诚信的交易环境，州市场监管局联合相关部门于今年3月至8月在全州组织开展了合同格式条款专项整治行动。

行动聚焦互联网平台、网络购物快递、研学培训等重点行业，全面排查清理涉嫌不公平、不规范的合同格式条款；综合运用行政指导、执法检查等方式督促整改；联合邮政管理、文旅、商务等部门，对艺术品经营、汽车销售、预付卡发行等领域的市场主体开展联合抽查。市场监管部门重点对抽查企业合同条款进行专项检查，形成监管合力，有效遏制“霸王条款”行为，规范市场交易秩序，从源头上防范和减少了消费纠纷。

四、聚焦重点领域，加强市场监管与规范

密切关注消费热点与维权难点，特别是针对旅游市场等涉及面广、影响力大的领域，强化监督规范和风险防控。

一是规范旅游市场价格行为。持续对旅游购物、餐饮住宿等重点行业开展价格秩序整治。“五一”前夕，及时发布《关于规范“五一”期间市场价格秩序及限制茶叶过度包装的提醒告诫函》，明确价格规范要求，倡导绿色低碳消费。同时组织力量对旅游景区、特产销售点等开展巡查，严肃查处价格欺诈、未明码标价等行为，维护公平有序的市场价格环境。（下转第28页）

砥砺前行护权益 谱写消费维权新篇章

仙桃市消费者委员会

2025年，仙桃市消委紧紧围绕“优化消费环境，共筑满意消费”年主题，认真履行法定职责，扎实推进消费维权各项工作，取得积极成效。

一、聚焦主责主业，维权工作成效显著

（一）畅通投诉渠道提升效能。持续优化“智慧315”与“和解平台”功能，截至10月底，共受理消费者投诉1787件，成功和解1735件，和解率达97.09%。强化投诉数据分析，针对集中问题发布消费警示10条，有效引导消费行为，规范市场秩序。

（二）强化监督作用规范秩序。围绕预付费式消费、网络购物等热点领域开展专项监督，通过消费体察、企业约谈、案例曝光等方式督促诚信经营。全年开展消费体察2次，约谈企业4家，有效震慑违法行为，提升消费者辨识能力。

（三）深化教育引导优化环境。以“3·15”国际消费者权益日为契机，深入开展消费教育“五进”活动。全年举办消费教育讲座5场，发放宣传资料3万余份，通过媒体宣传维权成果，营造健康消费氛围。

（四）树立先进典型激发活力。评选表彰10家“放心消费示范商户”、20家“消费维权工作突出单位”。积极推进“荆楚放心礼”深化行动，帮助企业提升质量内控与品牌形象，既保障消费安全，又服务地方经济发展。

（五）打造活动品牌促进消费。成功举办“3·15金秋购物节”，整合8家大型商超及多行业资源，构建多元参与平台。活动吸引超7万人参与，实现销售额583.96万元，同比增长10.70%，有效激发市场活力。

（六）加强自身建设夯实基础。持续优化组织架构，调整充实理事会成员，完善内部工作流程。加强对基层站点指导，组织业务培训，提升全市维权网格效能与工作人员专业素养。

二、正视问题短板，准确把脉工作现状

清醒认识到工作中存在的不足：一是新业态带来消费纠纷复杂化、专业化，应对能力有待提升；二是消费教育形式与载体创新不足，覆盖面与影响力需扩大；三是部门协作与社会共治机制有待深化。

三、明确努力方向，开创维权工作新局

（一）提升纠纷化解能力。优化投诉流程，提高响应速度与调解成功率。探索疑难纠纷会商与诉调对接机制，加强数据挖掘应用，增强监管针对性与预见性。

（二）强化社会监督作用。紧盯重点领域与商品服务，加大监督与曝光力度，提高违法失信成本。推进“放心消费创建”，引导经营者落实主体责任。

（三）创新消费教育方式。运用新媒体开展鲜活、接地气的消费教育。聚焦“一老一小”等重点群体，提供针对性维权服务与消费指导。

（四）构建维权共治格局。加强部门协作，完善信息共享与联合执法机制。发挥行业协会、媒体、志愿者等力量，推动形成企业自律、消费者参与、社会监督、政府监管的共治新格局。

下一步，仙桃市消委将认真贯彻落实全省消费维权工作部署，以更加饱满的热情、务实的作风和有力的举措，切实维护消费者合法权益，为营造安全放心的消费环境、服务经济社会高质量发展作出新的贡献。

优化消费环境提振信心 深化权益共治护航发展

天门市消费者委员会

2025年以来，天门市消费者委员会紧紧围绕“优化消费环境、提振消费信心、共筑满意消费”总体目标，创新工作举措，完善工作机制，扎实推进消费者权益保护各项工作。

一、强化消费环境建设，提升市场活力与消费体验

（一）精心组织消费促进活动。成功策划举办“3·15金秋购物节”等系列活动，联合重点商贸企业、行业协会及乡镇农产品代表，推动线上线下融合消费。在天门新城CBD、万达广场、华西农贸市场等重点商圈设立宣传站点，统一制作宣传资料，营造“放心消费在天门”的良好氛围。活动严格遵循“诚信好、质量好、性价比好、购物体验好、售后服务好、投诉处理好”的“六好”标准，从53家申报企业中筛选17家优质商户参与，累计接受消费者咨询430余人次，联合市场监管部门开展专项检查6次，媒体宣传报道3次，有效增强消费者获得感与满意度。

（二）深化放心消费创建。按照“提质扩面、示范引领、动态管理”的思路，持续推进放心消费创建工作。聚焦承天国际车城、电商产业园、国贸大厦等重点商圈和特色街区，系统培育放心消费聚集区；严格对照“安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”标准，加强单元建设。截至10月底，全市累计培育放心消费单元336家，实现重点行业和主要商圈全覆盖。

（三）落实消费维权制度。依托全国智慧315平台和湖北315投诉和解平台，大力推广线下“七日无

理由退换货”制度。通过宣传引导、现场指导、典型带动等方式，指导47户经营者建立并执行该制度。同时加强宣传监督，引导电商企业履行退货承诺，优化退货流程，提升售后服务体验。

二、完善多元化解机制，提升维权效能与共治水平

（一）构建高效纠纷处理体系。充分利用“双平台”资源，构建线上线下相结合、高效便捷的消费纠纷处理体系。截至目前，通过全国智慧315平台受理投诉964件，办结951件，办结率98.65%，和解863件，和解率89.52%，挽回经济损失12.76万元；通过湖北315平台处理投诉525件，诉前和解467件，和解率95.29%，挽回经济损失1.69万元。两平台共为消费者挽回经济损失14.45万元。

（二）创新“云裳护盾”维权机制。联合市场监管局创新打造电商维权直通车机制，以315平台为核心，在产业集聚区设立线下维权服务站和知识产权快速维权中心，形成“线上快速响应、线下专业支撑”的服务网络。推动规模以上服装电商企业入驻平台，在主要服装集散地设立实体维权站，建立信用监管机制，对重复被投诉品牌实施重点监管。按照“试点先行、稳步推进、全面推广”的思路，分三个阶段推进，力争实现投诉处理时效提升50%以上、和解成功率超过全国平均水平的目标。

（三）健全协同共治机制。成立以市场监管局牵头，司法部门、有关行政部门、新闻媒体、群团组织等为成员的消费者权益保护共治工作协调小组，建

打造多元化解升级版 提升消费维权新动能

潜江市消费者委员会

潜江市消委按照建设“一三五消费维权工作机制”的总体目标要求，不断规范市消费纠纷调解委员会自身建设和有效运行，努力打造“多元化解”升级版，提升化解消费纠纷效能。近年来，市消委依托消调委调解重大消费矛盾纠纷125件，一般消费纠纷1036件。市消委多元化解消费纠纷被纳入“潜江市新时代‘枫桥经验（2025）’先进典型经验选编”，消费纠纷调解委员会连续四年被评为“全市优秀调解组织”。

一、建好“消调委”，推进粗放管理向规范建设升级

（一）健全制度机制，明确职责流程。制定《潜江市消调委工作职责》《人民调解员工作职责》，明确调解目标、流程与权限；绘制《消费纠纷调解流程图》，规范受理、调查、调解、结案等环节，确保程序合法合规。

（二）推行“四步法”调解，实现流程标准化。建立“快速受理、精准调查、柔性调解、闭环履约”四步调解体系。线上依托中消协、省消委平台，线下

立信息共享、齐抓共管工作机制。召开消费领域纠纷治理专项会议2次，深入研究解决热点难点问题。通过建立商品质量抽检、市场监管情况、维权受理处理等信息共享机制，形成部门联动、社会协同、公众参与的消费维权共治格局。

三、健全风险防范体系，强化源头治理与制度保障

（一）完善消费警示机制。坚持和完善消费警示制度，定期通报商品质量抽检结果及市场监管情况。通过案例分析、专家解读、风险提示等形式，曝光典型案例10件，揭露行业潜规则和消费陷阱。依托大数据技术，深入分析消费维权数据，精准研判热点难点问题，及时发现苗头性、倾向性消费风险。

（二）加强风险预警提示。针对投诉集中、问题多发的行业领域，以及商品质量、营销方式等方面的违法行为，通过门户网站、天门315微信公众号、

新闻媒体等渠道发布消费警示12次，内容涵盖网络购物、预付费消费、老年消费、家装建材等领域，有效增强消费者风险防范意识。

（三）强化源头治理措施。在严格落实七天无理由退货规定基础上，加大宣传监督力度，引导各类市场主体自觉履行退货承诺，优化退货流程，提升服务水平。通过将七天无理由退货制度与“云裳护盾”等创新机制紧密衔接，确保消费者退货权益得到便捷高效保障。同时加强商品质量监管，加大抽检力度，及时公布抽检结果，倒逼经营者提升商品质量和服务水平，从源头上减少消费纠纷。

下一步，天门市消委将继续深化消费维权工作机制创新，持续优化消费市场环境，为构建和谐有序的消费市场、服务地方经济高质量发展作出新的更大贡献。

依托维权工作站同步受理，普通投诉24小时内响应，重大投诉立即处置；注重第一时间固定证据，本年度采集现场证据58份，引入第三方检测机构出具权威报告；根据纠纷类型制定差异化方案，运用“共情沟通法”疏导情绪，参考本地案例库类案调解；小额纠纷当场履行，大额纠纷分期履行并司法确认，调解后30日内回访，满意度达99%。

（三）强化队伍建设，提升专业能力。市司法局选派法院原民事庭庭长等资深人员，市场监管局推荐具有10年以上经验的骨干担任专职调解员。每季度组织法律知识、调解技巧培训，2025年累计培训100余人次；制定《调解员绩效考核办法》，将调解成功率、群众满意度等纳入考核，与绩效工资挂钩，激发队伍活力。消调委常年保持3名专职调解员，队伍稳定、结构合理。

二、打出“组合拳”，驱动定向调解向多元治理升级

（一）推动部门联动，实现信息互通。市消委与12315平台建立实时信息共享通道，疑难投诉工单30分钟内实现人工对接，推动系统自动转办。针对群体性投诉，12315与消调委联合成立专班，“接诉即办”。调解结果同步录入12315系统，形成“投诉—调解—反馈”全流程闭环。

（二）深化协同治理，优化行业环境。依托市消委常务委员单位会议机制，联合市场监管、教育、卫健、住建等部门定期研判投诉热点，聚焦物业收费、食品安全、艺术培训、预付卡等重点领域开展联合检查，查处违法案件9起。其中函询国家金融监督管理局潜江监管支局某保险公司销售员承诺全额退还保金纠纷；函询住更局某物业公司超额收取物业费事件。通过函询、约谈等方式，促进行政执法协同，推动行业规范发展。

（三）强化诉调对接，提升司法保障。严格执

行《潜江市关于建立消费纠纷等民事诉讼与调解对接机制实施办法》，法院委派案件由消调委先行调解，成功率达90%；对进入诉讼程序的纠纷，调解员以专家身份出庭协助，促成和解率提升至80%；对调解协议进行司法确认，2025年完成司法确认案件5件，履行率100%，有效保障调解执行。

三、用活“工具箱”，助力个案维权向整体效能升级

（一）实施约谈公示，压实主体责任。推行季度“黑榜”公示制度，每季度公示投诉量前20的企业，通过媒体曝光典型案例，形成社会监督压力。2025年推动60家“黑榜”企业完成整改，有效倒逼企业履行主体责任。

（二）强化信用惩戒，构建联合约束机制。将“黑榜”企业信息推送至税务、金融等部门，实施限制招投标、取消补贴等联合惩戒，形成“一处失信、处处受限”格局。行业协会依据“黑榜”制定行业黑名单，对多次上榜企业通报整改，构建“政府监管+社会监督+行业自治”的多维治理体系。本年度，17家网络经营公司中，8家失信企业主动注销，3家申请重新核定经营范围，相关投诉量下降80%。

（三）支持公益诉讼，降低维权成本。建立消费维权公益诉讼支持机制，为消费者提供法律咨询、证据收集、诉讼代理等一站式服务。目前，正对某蛋糕店预付卡充值跑路事件（涉及50余人）收集证据，准备提起公益诉讼，切实降低消费者维权难度与成本。

潜江市消委将持续深化“消调委规范建设+部门协同治理+信用惩戒赋能”三维体系，完善“源头预防—多元化解—长效保障”消费维权机制。下一步，将推进数字化改革，探索“消费维权调解数字化”模式，不断提升治理效能与群众满意度，为全省消费环境建设贡献潜江经验。

筑牢消费维权屏障 护航林区高质量发展

神农架林区消费者委员会

2025年以来，神农架林区消委紧扣“生态保护与文旅融合协同发展”目标，以“守护消费安全、优化消费环境”为抓手，聚焦旅游消费、食品安全、商品质量等重点领域，通过机制创新、精准治理与服务升级，实现消费者诉求量同比下降、化解率显著提升，有效护航“生态王国、神农秘境”文旅品牌建设。

一、健全维权网络，实现全域覆盖

建立“区—镇—村”三级维权网络，在景区服务点、乡镇便民中心设立维权站点5个，实现旅游沿线与偏远村全覆盖。截至10月底，全区消委组织累计受理消费者诉求96件，其中投诉59件、咨询37件，较去年同期分别下降12%和8%，诉求化解质效显著提升。全年为消费者挽回经济损失11.7万元，涉及酒店违约、食品质量、旅游服务等重点领域，群体性诉求化解率100%，未发生消费维权引发的群体事件。

二、强化应急处置，提升响应效能

针对“五一”“暑期”等旅游旺季，启动应急响应机制，实行24小时值守。“五一”“暑期”假期单日最高处置订房退款纠纷11件，全时段诉求办结率100%；冬季滑雪季通过前置调解，将景区投诉响应时间压缩至1小时内，游客满意度达95%以上。

三、深化多元化解，完善调处机制

（一）加强大案要案调处。成功调处松柏镇某土特产店无证生产标注虚假日期食品案，涉案货值0.92万元，依法没收违法产品，处罚没款7.29万元；查处某电器商行销售不合格燃气灶具案，及时扣押涉案产品并溯源排查隐患。

（二）推进诉调对接工作。联合法院、检察院、司法局建立“三调联动”机制，加入林区综治

中心设立的联合调解机制，明确诉调对接流程与证据移交标准。全年通过诉调对接化解纠纷9件，其中2件启动诉转案程序，立案1件，司法确认1件。联合文旅局选取“景区门票不退费”“预付卡商家跑路”等典型案例，制作《诉调对接操作指引》，组织经营者培训2场，推动同类纠纷自主化解。

（三）完善信用监管体系。制定《消费领域失信主体公示管理办法》，明确“黑名单”入选标准、公示渠道及异议处理流程，建立由消委牵头、多部门联合的审核机制，确保榜单权威性。发布3期“黑名单”，曝光违法主体8家，同步公示处罚结果及整改要求，涵盖网络餐饮、旅游住宿、食品销售等领域，强化信用约束。

四、开展专项治理，规范市场秩序

一是联合市场监管局开展肉类产品“全链条”治理，检查生产经营主体73家，排查隐患28处；聚焦旅游景区餐饮，推行“明厨亮灶”覆盖率达90%。二是针对滑雪场、酒店民宿等重点场所，建立“投诉预警—现场处置—复盘整改”闭环机制，约谈经营者23家，推动修改“不退不改”霸王条款9条，冬季滑雪季投诉量较去年下降58%。三是重点商品质量管控，开展家用燃气灶具、电子产品、电动自行车等安全类抽检，检出不合格产品3批次，全部依法处置并发布消费提示。

五、加强数据分析，提升预警能力

一是建立“季度分析+年度研判”机制，季度分析聚焦短期诉求热点，年度分析侧重趋势预判与治理建议，涵盖投诉量、领域分布、化解率等8项核心指标。二是依托双平台和12315、12345平台数据融合优势，运用大数据分析识别旅游淡旺季投诉规律，针对“节假日住宿

涨价”“土特产标签问题”等高频问题形成分析报告。三是全年起草上报分析报告3份，其中1份获林区政府批示，全年发布消费提示7期，引导消费者理性消费。

六、深化业务培训，夯实基层基础

组织开展法律实务、诚信经营、调解技能等培训6场，参训200人次。结合林区旅游市场实际设置课程，重点讲解《消费者权益保护法》《旅游法》及“双平台”操作规范。评选“金牌调解员”6名，提升基层维权能力。

七、优化平台运行，提升处置效能

一是平台建设提质升级。完成中消协315智慧平台与湖北315平台数据对接，优化诉求录入、分转、办结等功能模块，实现“一个入口受理、多部门协同处置”，平台响应时间缩短至15分钟内。二是运行管理规范。召开会议明确投诉举报处理分工职责，明确录入规范、办结时限及督办、办结标准，实行“每日巡查、每周提醒、每月通报”，保障了录入准确率100%和超时处置率为0。三是数据应用深化拓展。通过双平台数据分析识别高频投诉领域，向市场监管局

推送“重点监管清单”2份，推动开展专项检查2次，实现“诉求数据”向“治理效能”转化。

八、拓展社会联调，凝聚共治合力

建立“1+N”社会联调体系，联合公安、文旅、农业农村等7个部门及9个基层居委会参与，实现涉旅纠纷“就近能办、异地通办”。全年通过社会联调化解纠纷16件，成功率达91%，其中群体性纠纷4件均在48小时内处置完毕。

九、推进行业自治，强化源头治理

联合旅游协会、餐饮协会成立行业维权服务站2个，配备专职调解员3名，制定《行业维权工作规则》。推动协会制定《诚信经营公约》，27家企业签署承诺书；建立“企业信用档案”，将维权情况与行业评级挂钩。服务站全年受理行业内纠纷14件，自主化解率达98%；开展“诚信经营示范店”评选，9家企业上榜，带动行业投诉量下降35%。

下一步，神农架林区消委将持续健全维权机制，深化多元共治，强化数据赋能，提升基层能力，为林区经济社会高质量发展筑牢消费维权屏障。

荆门市消费者委员会发布紧急提醒：谨防“人情消费”陷阱

文/熊志强

“兄弟姐妹，还差最后两套就能拿下代理，能不能帮个忙？”“今天冲销量，厂家给补贴，这套洗护产品原价257，现在只要199！”近期，不少市民向媒体反映，在微信上收到好友发来的类似推销信息，话术高度一致，均以“人情”为饵，打着“只差最后一套”的幌子推销产品。为进一步厘清事实，通过记者的深入调查，发现这背后实为有组织、有剧本的营销套路，部分账号甚至已被幕后团队控制，熟人关系正成为某些营销团队利用的“新渠道”。

现象：熟人发来“帮忙请求”，多人中招“人情消费”

“一开始真以为是朋友需要支持，没想到是套路。”市民孙先生是一家企业的高管，近日他收到一位业内长辈发来的消息，对方称为了拿下某酒品牌的代理权，“还差最后一件销量”，请求孙先生帮忙购买。出于对长辈的尊重，孙先生当即转账数百元。对方收款后还客气地道谢，但产品却迟迟未发货。孙先生因碍于情面，也未再追问，钱款就此石沉大海。

（下转第38页）

构建“三快三实”机制 强化消费纠纷诉源治理

汉川市消费者委员会

2025年以来，汉川市市场监督管理局、市消费者委员会紧扣“共筑满意消费”年主题，坚持“抓前端、治未病”，构建“三快三实”工作机制，扎实推进消费纠纷诉源治理，有效实现“源头控增量、治理减存量”，有效推动消费纠纷化解从“被动应对”向“主动治理”转变。

一、“三快”机制跑出加速度

遵循“接诉即办、速办速结”原则，建立“快速受理分流、快速联动处置、快速跟踪反馈”的闭环工作链条。依托“线上分派+线下督办”模式，实行三级联动（局机关、综合执法大队、市场监管所），形成“核查—股所长复核—分管局长审核—局长审签”四级投诉举报办理负责制，实现投诉办理工作制度化、规范化，确保群众的每一件投诉“事事有回音、件件有着落”。2025年4月25日，家住河南开封市的朴女士因在抖音平台某萌宠店直播间，花费1628元购买2只豚鼠产生纠纷求助汉川市消委，通过联动调处后，不到三天时间，双方达成一致协议：商家一次性向朴女士全额退款1628元；主动上门揽收所售宠物并赔礼道歉。

二、“三实”举措筑牢硬支撑

一是压实责任强监管。将投诉举报处理情况纳入股、所绩效考核，实行“周通报、月评分”，对排名靠后的相关单位发送“提醒函”、开展实地督导和约谈提醒，确保每一件投诉都得到限期办结。二是抓实整改促规范。深化全国12315、全国消协智慧315等平台的数据分析研判，针对常发、突出的食品、药品安全、职业打假投诉举报等问题，及时梳理投诉工单、异常工单，组织开展精准“靶向式”的专项督查。三

是做实预防优生态。采取“未诉先防”模式，通过发布典型案例、消费预警、企业合规培训及普法宣传，营造良好消费环境，全力防范群体性消费纠纷事件和区域性消费风险。截至10月底，共受理消费者投诉举报4892件，按时办结率达99.78%，初查率99.92%、核查率97.03%、投诉信息公示率98.43%、回访率达100%，为消费者挽回经济损失160余万元。

三、“三快三实”共治聚合力

持续巩固“三调一和”（行政调解、人民调解、行业调解、企业和解）多元化解消费纠纷成果，进一步畅通消费维权渠道，实现社会共治，强化源头治理；依托数据分析，精准锁定执法重点，有效防范和治理辖区内潜在风险。同时，充分发挥消费者权益保护工作联席会议制度的作用，积极引入律师、行业协会组织、消费维权服务站等第三方力量，加强与法院、司法、公安等部门的沟通联系，实现诉调对接，多方联动，有效提升调处效能。2025年10月，辖区“宴遇长沙餐饮店因预付充值退费争议起风波”一案，通过局所联动，公安部门、消委组织介入，仅10天内快捷多元成功化解预付式群体消费纠纷，退还充值款8万余元，赢得群众一致好评。

下一步，汉川市市场监管局、汉川市消费者委员会将围绕《优化消费环境三年行动方案》，严格落实湖北“一三五”消费维权工作机制，聚焦消费维权热点难点，加强全国12315、全国消协智慧315等平台的数据分析，畅通消费投诉举报渠道，提升消费维权工作质效，着力解决群众身边“关键小事”，保障消费者合法权益，维护市场公平交易秩序，努力营造一个诚信、安全、放心的市场消费环境。

聚力汽车销售市场攻坚 优化洪山消费环境新篇章

武汉市洪山区市场监管局和平市场监督管理所

洪山区作为武汉汽车销售的核心区域，我所辖区内汇聚了31家4S店，品牌众多，市场构成复杂。为贯彻落实上级关于优化消费环境的决策部署，深化“放心购车 就在洪山”品牌建设，我所积极探索汽车销售纠纷治理新路径。今天，很荣幸能在此分享我所在处理汽车销售纠纷，特别是应对“武汉和谐和骏汽车销售服务有限公司”群体性投诉事件中的工作思路与具体做法，向各位领导同仁作一汇报交流。

一、立足大局，明确方向

洪山区作为武汉市汽车销售的核心区域，持续深化“放心购车 就在洪山”主题行动，旨在打造值得信赖的汽车消费品牌，提振消费信心，激发市场活力。

为此，区市场监管局联合区商务局、区城运中心，针对4S店纠纷高发问题，建立了诚信经营“白名单”制度，推动企业签订《诚信经营承诺书》，并作出“六化”服务承诺——即“七天退订（定）随心化、宣传无欺诚信化、购车履约标准化、收费明晰公示化、维保精湛卓越化、客诉回应闪电化”。这些举措从源头着手，有效减少了消费争议。2025年4月，中国消费者协会领导在洪山区调研后，对我们的工作给予了“有创新，有举措，有成果”的积极评价，尤其肯定了我们在汽车消费治理、多元调解及数据化监管等方面的探索，“六化”标准也为全国同类问题提供了参考。

二、直面挑战，精准施策

近期，我们成功处理了一起涉及“武汉和谐和骏汽车销售服务有限公司”的群体性投诉，正是我们系

统治理思路的一次具体实践。

（一）数据预警，筑牢风险防范“前沿哨”

有效监管始于精准洞察。在日常投诉数据监测中，我们发现“武汉和谐和骏”的投诉量自2025年4月起异常激增，至9月累计达76起。这一数据异动立即触发了我们的预警机制。

一是精准研判，锁定症结。经深入梳理，我们发现所有投诉均指向同一核心问题：该公司于2025年4月1日单方面退出林肯经销商体系，但未履行提前告知义务，导致消费者在数月后才知晓情况，引发了对车辆保修、保养及购车优惠无法兑现的普遍焦虑。

二是法律定性，明确责任。我们迅速组织骨干力量，并咨询法律专家，依据《消费者权益保护法实施条例》、《汽车销售管理办法》等法规进行会商研判。最终认定：该公司的行为一是严重侵犯了消费者的知情权，其“悄然退网”构成误导；二是未尽到对已售车辆后续服务的法定义务，存在“一退了之”的失责。此举变被动“灭火”为主动“防火”，将监管关口前移，为后续精准干预赢得了先机。

（二）协同共治，打造投诉处理“联合队”

面对复杂的群体性纠纷，单靠基层所力量有限。我们立即启动协同机制：

一是提升层级，凝聚合力。及时将情况上报区局，在区局协调下，第一时间与湖北省消费者委员会建立信息共享与协同处置机制，提升了维权工作的权威性和公信力。

二是联合约谈，分类施策。2025年10月13日，由湖北省消委、区消保委、区局消保科及我所组成的联合工作组，对涉事公司负责人进行正式约谈。针对不同类型的投诉，我们制定了专项解决方案：对于“车辆终身保养”投诉，要求公司明确承诺服务延续，且核心材料品质不变；对于“厂家保养套餐”投诉，为已产生工时费的消费者免费赠送1次对应保养；对于“店内自主保养套餐”投诉，督促公司向集团申请专项审批，办理退款；对于“购车赠送保养”投诉，要求继续提供服务并保障质量。通过精准分类与合力推动，所有消费者的合理诉求均得到妥善解决。

（三）强化监管，构建长效治理“防火墙”

个案解决固然重要，但根治乱象关键在于“以防后患”。我们致力于通过个案洞察系统性风险，强化监管，构建长效机制：

一是以点带面，完善规范。我们对此类典型案例进行深度剖析，总结“经销商非正常退网”等共

性风险，为修订和完善区域性汽车销售行业监管规范提供实践依据。

二是常态监管，压实责任。加大日常巡查与“双随机、一公开”抽查力度，持续开展警示教育和法规宣贯。

三是信用引领，优化生态。积极依托并完善“诚信经营白名单”制度，大力宣传“六化”服务承诺，引导企业从“不敢违规”向“不愿违规”转变，织密制度笼子，构建稳固的“防火墙”，从根本上压缩违规空间，保障市场健康有序。

三、展望未来，坚定前行

通过此次事件处理，我们深刻体会到：敏锐的数据洞察是前提，高效的协同联动是关键，严密的长效机制是保障。下一步，我所将继续在国家市场监督管理总局《优化消费环境三年行动方案（2025-2027年）》指引下，深化“放心购车 就在洪山”行动，持续探索汽车销售市场监管的新模式，努力将洪山打造成为消费者安心、放心、称心的购车首选地，为区域经济高质量发展贡献市监力量。

（上接第35页）

调查：脚本化话术+账号控制

“我们这叫‘熟人裂变’，比普通广告转化率高得多。”一位曾从事相关推广的销售人员透露，团队会准备两类话术：一是“冲代理”，二是“厂家促销”，均突出“只差最后几套”“请你帮个小忙”等情绪化表达，削弱接收方的防备心理。

分析：为何“人情牌”屡屡得逞？

针对这一现象，荆门市消费者委员会秘书长黄波分析指出，“人情推销”之所以能屡屡得逞，主要利用了三种心理：一是“面子心理”，尤其当对方是长辈、老师、领导等关系时，消费者难以拒绝；二是“小额试水”心理，多数推销金额在200元左右，消费者往往觉得“损失不大”；三是

“信任转移”，人们对熟人的信任被巧妙转移到产品上，忽视了核实产品本身。“一旦第一次交易完成，对方可能还会继续以‘升级代理’‘冲业绩’等理由进行二次、三次推销，甚至发展为传销式拉人头。”

市消委提醒：做到“三不”“一核实”

荆门市消委郑重提醒广大消费者：不轻信“帮忙”式推销：真正的好友求助通常会直接说明情况，而非使用标准化话术；不盲目转账：即使金额小，也要通过第三方平台担保交易，避免直接转账；不点击不明链接：部分推销会附带链接，可能存在风险；务必核实身份：可通过语音、视频等方式确认对方是否为本人操作。如已遭遇骗局或收到假冒伪劣产品，可保留聊天记录、转账凭证等证据，及时拨打12345投诉举报。

湖北省育婴行业消费调查评议会在汉召开

10月29日，省消费者委员会在汉召开湖北省育婴行业消费调查评议会。会议聚焦育婴行业消费维权难点痛点，邀请专家共同剖析问题根源、研讨破解之策，护航育婴行业高质量发展，切实守护千万家庭的育儿权益。省市场监管局、省人社厅、省卫健委相关代表，黄石、荆州市消委负责人，省育婴行业协会负责人，6位专家及新闻媒体代表参加会议。

会上，省消费者委员会通报了育婴行业消费调查情况。数据显示，消费者满意度为74.98分，其中消费者对月嫂服务最关注专业服务能力，对月子中心最关注专业服务能力与商品质量安全，对母婴零售最关注商品质量安全，对托育早教最关注机构经营稳定和专业服务能力。分析行业存在六大突出问题：一是专业能力不足带来安全隐患；二是价格收费标准有待规范；三是不公平合同加重消费者责任；四是夸大宣传误导消费决策；五是承诺服务与实际履约差异较大；六是投诉维权调解难度加大。发布了育婴行业消费投诉黑榜单，并提出消委观点及消费提示。6位专家结合典型案例开展评议，指出违法违规行为，深入剖析问题根源，并从育婴服务从业人员准入、行业归属界定、服务合同规范、跨部门协同监管、行业自律建设、消费教育引导六个方面，提出了兼具专业性与实操性的意见建议。

会议提出，要通过政府监管、行业自律、企业自治、社会监督的多方合力，共同构建安全、透明、暖心的育婴消费环境，让消费者真正“选得放心、用得安心、维权省心”，为湖北经济社会高质量发展

注入更多民生力量。

会议强调，要立法立标筑基，筑牢制度“防护网”，加快制定《湖北省育婴服务行业监管办法》《湖北省育婴从业人员职业技能标准》，制定、完善《湖北省母婴护理服务合同示范文本》；要强化协同监管，织密治理“责任网”，充分发挥省消费者权益保护联席会议机制作用，构建“市场监管抓行业规范、卫健抓卫生安全、人社抓技能认证、住建抓场所安全”的跨部门协同监管体系；要推动行业自律，激活发展“内生力”，制定《湖北省育婴服务行业自律公约》，开展“星级育婴机构”“金牌月嫂”评选，建立“红黑榜”制度，引导企业主动参与“放心消费承诺”“无理由退货（订）承诺”活动；要激活社会监督，畅通维权“快车道”，发布消费提示，通过“案例解读+避坑指南”形式帮助消费者提高选择辨识度，在月子中心聚集区和大型母婴用品商圈设立“育婴消费维权服务站”，提供投诉接待、纠纷调解、法律咨询“一站式”服务。



湖北省育婴行业消费调查分析报告

湖北省消费者委员会

根据《省消费者委员会关于开展育婴行业消费调查评议活动的通知》工作部署，2025年7月至9月，湖北省消费者委员会开展了全省育婴行业消费调查。通过线上线下问卷调查、新闻媒体线索征集，结合省市场监管12315系统和湖北315消费投诉和解平台案例，整理分析出全省育婴行业消费调查报告如下：

一、投诉分析

2024年1月至2025年7月，全省市场监管部门和消委组织共受理育婴消费领域投诉2655件，其中商品类投诉1036件、占比39.02%，服务类投诉1205件、占比45.39%，其它类投诉414件、占比15.59%。

（一）投诉类别分析。投诉主要集中在儿童摄影、月子中心、母婴产品、月嫂中介、托育机构等领域。其中儿童摄影961件、占比36.20%，月子中心508件、占比19.13%，母婴产品252件、占比9.49%，月嫂中介202件、占比7.6%；托育机构100件、占比3.77%，其他类（含商家跑路）632件、占比23.80%。（详见图1）

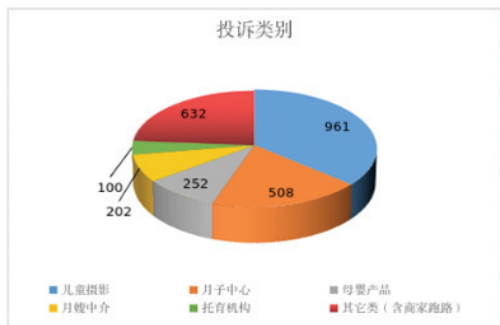


图1育婴行业投诉类别占比分析

（二）投诉性质分析。投诉量从高到低的性

质类别依次为售后服务701件、占比26.40%，质量问题328件、占比12.35%，合同纠纷301件、占比11.34%，合规经营257件、占比9.68%，虚假宣传178件、占比6.70%，价格收费143件、占比5.39%，其它类747件、占比28.14%。（详见图2）

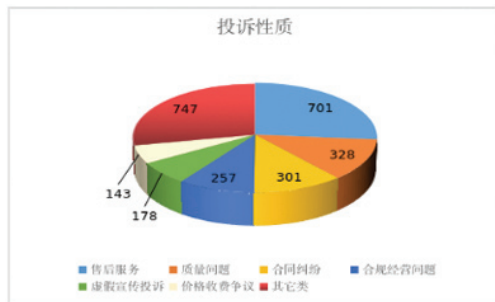


图2育婴行业投诉性质占比分析

二、满意度调查

依托第三方调查机构从消费者满意度、消费行为、影响消费因素、合规经营、价格收费、公平交易、广告宣传、服务态度、消费维权9个方面开展网络和线下问卷调查，调查范围覆盖全省17个州市。

（一）总体满意度。调查回收有效样本843份，消费者满意度为74.98分，其中母婴零售服务场所（母婴店、婴儿用品店等）满意度最高为79.23分，托育早教服务场所（托育中心、早教中心等）满意度最低为64.90分，与母婴零售服务相差14.33分。

（二）消费者关注。母婴零售服务场景最关注的问题是商品质量安全，占比为73.64%；托育早教服务场景最关注的问题是机构经营稳定和专业服务能力，占比分别为54.37%和48.54%；月嫂育婴服务场景最关注的问题是专业服务能力，占比为

64.44%；月子中心场景最关注的问题是专业服务能力 and 商品质量安全，占比分别为56.82%和50.00%；亲子休闲娱乐场景最关注的问题是商品质量安全，占比为57.14%；健康管理服务场景最关注的问题是专业服务能力和商品质量安全，占比分别为64.94%和51.95%；综合零售服务场景最关注的问题是商品质量安全，占比为76.99%；其他场景最关注的问题是商品质量安全和专业服务能力，占比分别为71.43%和57.14%。

（三）消费者选择。母婴零售服务选择地理位置便利和品牌信誉度高，占比均超过60%；托育早教服务选择地理位置便利和服务人员专业性强，占比均超过50%；月嫂育婴服务选择服务人员专业性和品牌信誉度高，占比均超过50%；月子服务中心选择品牌信誉度高和服务人员专业性，占比均超过60%；综合零售服务选择地理位置便利和品牌信誉度高，占比均超过50%。影响消费者终止消费的行为主要是隐瞒附加收费、强推高价套餐、存在安全隐患和服务承诺未兑现等，占比均超过40%。

（四）消费者反馈。9.09%的消费者认为月子服务中心无医疗资质仍提供涉及医疗服务行为；9.09%的消费者认为健康管理服务场所部分人员宣称健康管理服务可替代医疗诊治；3.88%的消费者认为托育早教服务的商品标签相对不清晰；1.78%的消费者表示在售商品或附加服务未清晰明码标价；4.63%的消费者明确表示服务场所不主动提供合法的收费凭证；2.25%的消费者认为产品或服务与实际宣传不符；2.14%的消费者认为商品存在质量安全；2.85%的消费者认为存在不履行服务承诺或服务缩水；2.73%的消费者认为存在收费后未提供全部服务或者“甩盘跑路”；11.12%的消费者认为亲子休闲娱乐场所需要加钱才能提供全部照片底片；2.49%的消费者认为存在故意设置消费陷阱，诱导消费者增加服务项目和费用支出；2.97%的消费者认为存在以不平等格式条款、行业潜规则等加重消费者责任、减轻经营者责任；2.85%的消费者认为存在强制消费；5.22%的消费者认为

为存在捆绑消费、误导消费；4.39%的消费者表示服务场所维权渠道不畅通；2.73%的消费者认为存在合理诉求拖延或者无理拒绝。

三、主要问题

综合问卷调查、投诉分析、协会反馈、媒体曝光和线索征集，育婴行业消费领域主要存在以下六个方面问题：

（一）能力不足带来隐患。月嫂资质认证不够规范，部分从业者及中介机构伪造“金牌月嫂”、虚构服务年限、购买虚假培训证书、篡改体检报告等；服务专业能力不足、操作流程不规范，引发新生儿呛奶、甚至出现窒息等严重安全风险。

（二）价格收费有待规范。少部分商家不明码标价，捆绑、强制、诱导消费。如不向消费者提供清晰明确的商品及服务价格清单，以免费形式诱导消费者享受服务后又收取费用，侵犯消费者的知情权、公平交易权。

（三）合同不公平加重责任。母婴护理合同存在“霸王条款”，经营者单方面规避责任、加重消费者责任，尤其在违约金设定上显失公平，如仅约束消费者违约、不约束经营者，违约金畸高。

（四）夸大宣传误导消费。部分商家虚构产品功能，如宣称某些辅食有快速长高、显著增强免疫等效果；健康管理服务场所暗示健康管理服务能够治疗特定疾病；月子餐有恢复子宫机能、促进伤口愈合、补血促排、催生乳汁等医疗功效。

（五）承诺服务差异较大。部分月子中心“服务与承诺脱节”，消费者实际入住后发现，产康服务项目与销售承诺差异较大；“免费拍照”等附加服务套路多、质量差；忽视场所卫生安全，导致消费者出现健康问题。

（六）投诉维权难度加大。维权环节中，消费者仍面临多方面困难，尤其在预付费模式下，存在“识别难”“取证难”“追讨难”的“三难”问题，近期多次出现月子中心“闭店跑路”引发集体

荆楚维权

投诉；商家对消费者的合理退款诉求无故拖延，导致消费者维权成本高、难度大。

四、相关建议

母婴护理、托育服务事关婴幼儿健康成长，事关千家万户，是一项非常重要的民生工程，当前由规模扩张转向质量深耕，要着力营造放心、透明、温暖的育婴消费环境。

（一）加强法律法规建设。加快推进托育服务立法工作进程，明确托育服务的性质定位、政府职责、保障措施、法律责任等；推动完善政策法规衔接和配套措施，明晰政府、社会、机构、家庭的责任和义务；进一步建立健全母婴护理、托育服务标准和规范，提升规范化、标准化、专业化水平，为推动母婴护理、托育服务健康发展提供法律和标准支撑。

（二）凝聚齐抓共管合力。一是确定行业主管部门。主管部门作为加强育婴行业发展的牵头部门，负责工作统筹协调，制定工作目标，召开会议协商，研究解决对策。二是强化部门协同监管。建立联席会议制度、联合执法检查、问题隐患动态整治、信用监管、联合惩戒等协同监管机制，扩大部门监管效应。三是明确部门职责清单。梳理研究各部门育婴行业监管职责，细化工作任务，建立工作清单，各司其责。

（三）加强市场监管执法。一是加强日常监管。市场监管部门突出月子中心、月嫂中介机构、托育机构等登记注册、明码标价、产品质量、广告宣传等监管，进一步规范市场秩序；卫生健康部门突出托育机构备案管理，加强业务指导、医育结合、服务质量评估与监测等监管，着力提高服务质量；人社部门突出职业资质认定、技能等级评价、职业技能培训、从业人员合法权益等监管，提高从业人员专业能力。二是加强联合监管。定期开展联合执法、隐患排查、专项整治、发布“黑名单”，形成有效震慑，倒逼问题整改落实，提高综合监管

效能。三是完善信息共享。推进母婴护理、托育机构登记备案、履约服务、质量安全、处罚整改等信息共享，加强动态监管，节约行政资源。

（四）发挥协会自律作用。一是推广落实政策。积极做好《家政服务母婴护理服务质量规范》等国家标准和湖北省关于母婴护理、托育服务的政策标准宣传，引导机构规范服务流程、卫生指标及评价细则，推动政策引领行业发展。二是制定标准规范。根据行业特点、服务场景，进一步建立完善育婴行业各类消费场景标准规范，开展行业宣传培训，引导企业抓好落实，推动标准引领行业发展。三是加强行业自治。开展诚信宣传活动，推行诚信服务承诺、服务公约、服务规范和职业准则等，加强行业自律；开展宣传选树活动，发挥先进引领效应，倒逼企业完善合规体系，依法合规经营，打造服务品牌。

（五）保护消费者权益。一是依法合规经营。经营者要实行明码标价，完善服务合同，杜绝虚假宣传、误导消费、强制消费、隐性收费等不规范经营行为，提升产品质量、专业能力、服务水平；建立完善合规体系，重视消费者权益保护，畅通消费投诉渠道，依法高效化解消费诉求。二是提高辨识度。消费者要通过正规渠道选择母婴护理、托育机构，通过国家企业信用信息公示系统核查经营资质，通过网络了解市场口碑，实地查看机构服务管理、卫生条件等；通过扫描资质证书二维码、查询人力资源和社会保障部官方网站、电话咨询证书发放机构等方式核实月嫂资质证书真假；通过现场面试、技能演示、服务客户交流了解月嫂专业能力、服务质量。三是增强维权意识。要签订服务合同，明确服务项目、违约赔偿标准及退费比例等内容，拒绝“霸王条款”，口头承诺需补充写入合同附件并签字盖章；针对操作不规范、服务与承诺不符等情况，通过视频、录音或文字记录留存相关证据；索要服务清单、收费票据等凭证。遇到合法权益受侵害，可以作为维权证据。

湖北省消委发布6起育婴侵权黑名单

为加强消费者权益保护，强化社会监督，依据《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消法》）、《侵害消费者权益行为处罚办法》等相关规定，现对存在置之不理、故意拖延或无理拒绝消费者合法诉求的，超过十五日严重侵权行为的经营者信息向社会大众披露，旨在提醒广大消费者谨慎消费，切实维护自身合法权益，共同营造安全放心的消费环境。

案例一：悦熙机构失信月嫂不提供服务

经营主体：湖北悦熙健康管理有限公司

统一社会信用代码：914201053037254394

法人代表：夏博

监事：王文秀 刘青洲

经营住所：湖北省武汉市汉阳区龙阳街道隆祥街6号3栋310-315

企业经营状态：存续（在营、开业、在册）

投诉量：13件（2025年6月-9月）

涉案金额：102100元

投诉摘要：消费者蒋女士投诉反映，其与“悦熙健康管理公司”旗下的“好悦享母婴健康管理公司”签订了一份42天的居家月嫂服务合同，并一次性付清全款，其中定金3000元、尾款19400元，合计22400元。服务初期，月嫂如期上门提供服务。然而，在服务尚未结束时，蒋女士获悉“悦熙”品牌实际控制人卷款跑路，导致其旗下多家门店突然关闭。此事件直接导致为蒋女士服务的月嫂因被公司拖欠工资而被迫提前下户，并向公司申讨劳动报酬。至此，蒋女士购买的服务被迫中断，距合同约定服务期满尚剩余6天未能履行，其合法权益受到严重损害。

调查情况：经查，该公司已不在注册地址从事

经营活动，且无法取得联系，故无法继续调解。同时，该公司已被市场监管部门列入企业经营异常名录，其法人代表被纳入被执行人，限制高消费。

案例二：悦熙唐家墩店关门跑路定金不退

经营主体：湖北悦熙健康管理有限公司唐家墩店

统一社会信用代码：91420103MA4KXDQE82

法人代表：夏博

唐家墩店负责人：舒盈蓉

经营住所：武汉市江汉区唐家墩村K7地块顶琇国际城C区第10幢4层商24号、25号、26号、27号

企业经营状态：注销

投诉量：2件（2025年7月-8月）

涉案金额：9000元

投诉摘要：消费者岳先生投诉反映，其在江汉区顶琇国际城“悦熙月子中心”支付定金9000元并签订服务合同。后续，岳先生察觉该中心经营状况异常，存在“跑路”风险。经该中心安排，岳先生被转介至位于武昌区徐东大街的“悦熙月子中心”，徐东店拒绝为岳先生提供已约定的服务，导致其权益受损。

调查情况：经查，该公司已注销，无法取得联系，故无法继续调解。

案例三：母婴护理收取全款不提供服务

经营主体：湖北省爱之家母婴护理有限公司

统一社会信用代码：91420103MADXX7QEX9

法人代表：王沛腾

监事：李永燕

经营住所：湖北省武汉市江汉区云彩路198号泛海城市广场二期B区1号楼天海星空酒店40层、41层

经营状态：存续（在营、开业、在册）

投诉量：10件（2025年1月）

涉案金额：143800元

投诉摘要：消费者陈女士投诉反映，其于2024年11月通过抖音平台推广，了解到“武汉爱之家月子中心”推出的限时优惠月子房活动，价格为19800元。在与销售人员李晨通过电话及微信沟通后，消费者预先支付了500元押金。随后，消费者委托其先生前往门店实地考察，对环境满意后，销售人员告知需一次性付清优惠余款方可预留房间。消费者随后补交余款19300元，并叠加使用抖音团购券（99元抵200元），实际支付19100元，加上此前预付的500元押金，合计支付19600元。消费者预产期为2025年1月22日，2025年1月6日，消费者发现该月子中心销售人员在朋友圈发布公司内部清算破产的通知，后经多方渠道证实该月子中心已停止经营，相关人员无法联系。消费者未接受该月子中心的任何服务，已支付费用19600元，现诉求为追回全部款项。

调查情况：经调查了解，相关情况与消费者反映基本一致，“武汉爱之家月子中心”确已停止经营，涉及破产清算，目前处于无法联系的状态。

案例四：托育机构单方毁约消费者权益受损

经营主体：武汉童喵喵托育服务有限公司

统一社会信用代码：91420111MA4F422Y6N

法人代表：李广斌

监事：钱敏

经营住所：洪山区团结大道1049号武汉保利城K1地块二期G1栋2层商1号-008、009号

经营状态：存续（在营、开业、在册）

投诉量：4件（2025年3月-4月）

涉案金额：44298元

投诉摘要：消费者翁女士投诉反映其与武汉童喵喵托育机构签订托育服务合同，约定服务期限是2025年2月25日到2025年7月24日，然而，消费者子女仅入学一个月，该机构便无故停止经营，导致服务中断，无法继续履行合同。

调查情况：经调查了解，该托育机构目前已处

于关门停业状态。其经营场所门口张贴公告，单方面声称“暂停教学服务”，并表示正在进行“内部资金调整”，承诺“尽快给出解决方案”。鉴于该机构已无法正常提供约定服务，其营业执照已被市场监管部门列入经营异常名录，待提醒广大消费者谨慎交易。

案例五：贝美关门跑路托育费难追回

经营主体：十堰贝美托育服务有限公司

统一社会信用代码：91420303MA7F32996B

法人代表：黄宋来

监事：李津津

经营住所：湖北省十堰市张湾区汉江街办北京路延长线十堰传媒中心

企业经营状态：存续（在营、开业、在册）

涉案金额：2000元

投诉摘要：消费者王先生向“传媒中心爱婴贝美”缴纳托育费2000元，后发现该机构已关门闭园，无法联系负责人办理退费。

调查情况：经调查了解，十堰贝美托育服务有限公司因资金问题已闭店跑路，相关负责人失联。

案例六：安恩宝机构关门跑路定金打水漂

经营主体：黄石安恩宝健康管理有限公司

统一社会信用代码：91420200MA49N8LG4N

法人代表：李方波

监事：李晓川

经营住所：湖北省黄石市黄石港区花湖大道30号黄石富力万达嘉华酒店6-7层

企业经营状态：存续（在营、开业、在册）

投诉量：10件（2025年9月）

涉案金额：78100元

投诉摘要：胡女士2025年7月6日交定金8000元订购安恩宝月子中心，2025年9月4日听说跑路了，月子房已被酒店收回。

调查情况：经调查了解，该公司相关负责人不接听电话，辖区已根据相关法律法规规定将其营业执照列入经营异常名录。

消委观点：今年以来，全国12315平台、全国消协智慧315平台、湖北消委投诉平台连续接到多起关于产后护理服务（包括月子中心、托育机构等）的消费投诉。这些案件呈现高度相似性，多为消费者预先支付高额费用后，服务机构因资金链断裂、经营不善等问题，突然停止经营、负责人失联，导致服务合同无法履行，消费者蒙受重大经济损失。上述案例揭示了该领域预付式消费模式的重大风险，亟需引起广大消费者高度重视。根据《消法》、《民法典》等相关法律规定，省消委提醒育婴行业经营者：

一是经营者行为构成根本违约，应承担法律责任。经营者单方面停止营业，导致无法继续提供约定服务，其行为已构成根本违约。《民法典》第五百七十七条规定：“当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。”无论服务是部分履行（如案例一、四）、完全未履行（如案例三、五、六）还是被无理拒绝（如案例二），经营者的行为均已破坏合同根基，消费者有权要求其承担退还费用、赔偿损失等法律责任。

二是经营者须依法退还预付款项。产后护理服务普遍采用预付费模式，经营者收取款项后未能按约提供服务，必须依法退款。《消法》第五十三条明确规定：“经营者以预收款方式提供商品或者服务的，应当按照约定提供。未按照约定提供的，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。”涉事经营主体及其相关责任方，必须立即停止逃避责任的行为，积极协商，依法、及时、全额退还消费者预交的款项（包括定金、押金、尾款等所有费用），并承担相应的利息损失。

三是经营者内部风险不得转嫁消费者。经营者自身的资金问题、内部纠纷（如案例一中拖欠月嫂工资）或所谓的“破产清算”，均属于其内部经营风险，不能成为免除或减轻其对消费者法定责任的理由。《消法》第十六条规定，经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益。任何试图将自身经营风险转嫁给消费者的行为，都是对消费者公平交易权的严重侵害，违背了基本的商业诚信原则。

母婴托育服务消费提示

为助力家庭选择服务专业、放心的服务机构，湖北省消费者委员会发布母婴托育服务消费提示：谨慎选择服务机构，照护宝宝健康成长。

一、谨慎选择机构，突出服务质量。月子中心、月嫂中介机构要选择规范、有资质的机构，要实地核查机构《营业执照》《卫生许可证》《食品经营许可证》、涉及医疗服务的需核查《医疗机构执业许可证》、母婴护理和保育人员职业资质；月嫂选择可通过正规中介，通过网络了解市场口碑；实地查看中介机构服务管理、制度落实等。

二、依法签订合同，拒绝霸王条款。必须按照流程签订服务合同，警惕“合同陷阱”、拒绝“霸王条款”。一要明确服务内容；二要明确收费明细；三要明确违约条款。

三、实时监督服务，防范照护风险。一是核查服务质量；二是拒绝私加服务。如需强加额外服务，需补充签订协议，明确收费标准，避免诱导消费、强制消费。三是发挥专业医疗。若婴儿出现异常、产妇发热等问题，立即要求专业医疗介入，保留与服务相关的诊断证明。

四、保存相关凭证，维护合法权益。服务过程中出现的安全隐患，服务不专业、操作不规范问题要拍照，和合同、票据等消费凭证认真保存。一是留存合同原件；二是留存沟通证据；三是留存相关资质与凭证。如遇消费纠纷，要保持冷静，首先与商家沟通协商解决，按合同承担违约责任（如退款、更换人员）；协商不成，可向有关部门投诉举报、拨打12315热线或向全国消协智慧315平台、湖北315消费投诉和解平台、当地消费者委员会（协会）投诉，依法维护自身合法权益。

湖北等16省市消协组织共同开展 “护银龄 破暗域——多省市联动私域直播乱象消费调查”活动

为深入掌握老年消费领域私域直播的真实情况，切实维护老年消费者的合法权益，《中国消费者》杂志社联合湖北、黑龙江、江苏、浙江、福建、江西、山东、河南、广东、重庆、四川、云南、青海、沈阳、济南、成都16个省市消协组织，采取线上问卷调查和线下消费体察相结合的方式，共同开展“护银龄 破暗域——多省市联动私域直播乱象消费调查”活动，系统梳理私域直播在销售流程、宣传内容、产品质量、售后保障等环节存在的问题。

一、线上问卷调查结果

通过各省市消费者协会的微信公众平台推送问卷，共回收有效问卷23133份。受访者中以56-70岁老年人为主，占80.07%；从居住地来看，城市受访者占比43.87%，略高于其他区域；从学历构成来看，大专及以上学历的老年受访者占比34.98%，反映出该群体在参与此类线上调查时具有较高的积极性。本次线上问卷调查数据显示，当前老年消费私域直播领域存在四大类突出问题：

一是精准围猎老年群体。商家利用老年人信息闭塞、情感需求强、辨别弱的特点，通过线上和线下（免费礼品、义诊）引流至封闭私域，以“独家低价”“治病功效”话术（超40%消费者提及）、虚假剧情（43.91%消费者遭遇）实施诱导营销。

二是虚假宣传频发，信任度极低。近半数（49.66%）消费者遇到过虚假/夸大宣传，超四成（42.52%）消费者认为私域直播间内容存在违规现象，比如，主播常用极限词/违禁词、虚构原价、资



质造假等；仅有17.17%的消费者选择信任，占比不足二成。

三是商品售后问题突出，权益无保障。42.35%的消费者遇到过商品以次充好，26.47%的消费者遭遇过赠品高额运费，还存在售后拉黑（9.77%）、付款不发货（6.53%）、退换货难（15.41%）、记录难查（9.34%）等问题，全链路存在短板。

四是隐蔽性强，维权难度大。19.07%消费者分不清私域与正规平台，增加维权难度。尽管有85.83%的消费者有初步固证意识，但证据类型集中于付款记录（60.79%）、聊天截图（51.05%），关键的“直播录屏”仅有14.32%的消费者有保存意识；此外，有14.17%的消费者无任何固证意识，5.38%的消费者在权益受损后选择自认倒霉，进一步凸显了维权意识与能力的不足。

二、线下消费体察结果

本次线下消费体察招募30名志愿者，经专业

培训后，模拟消费者真实消费场景，以普通消费者观看直播方式取证固证。共暗访私域微信群46个，获取问题直播间有效样本30个。体察发现，私域直播间通常通过组建微信群、以赠送鸡蛋等小利为诱饵，将老年人群体诱导至线上平台，进而利用签到奖励、积分兑换、限时促销等方式，维系老年用户观看直播的黏性。在直播过程中，商家普遍存在虚假宣传、假冒专家、夸大功效等违规宣传行为，所售商品也存在价格虚高、物流信息不透明等问题。值得注意的是，此次线下消费体察所涉及的30个直播间样本，均存在不同类型和程度的违规行为。

（一）内容违规：虚假宣传与诱导手法泛滥。将普通食品或饰品宣称具有疾病缓解或治疗功效，通过纯连麦分享的方式进行洗脑操作，“托儿”往往刻意强调产品“立即起效”“根治某病”“错过即亏”等极端承诺，案例身份真实性无法验证，效果无医学实证支持，刻意排除真实用户的质疑声音。打造虚假专家人设，虚构权威身份，自称“专家”“医生”“教授”等，并宣称所推荐的技术或产品有“相关技术突破”。通过刺激性文字词汇，渲染某些疾病的严重性与紧迫性，并搭配“健康讲座”洗脑，进而推销产品。通过弹幕中的“消费者”提问或“分享”间接传递违规信息，暗示治疗效果或夸大功效。

（二）商品欺诈：价格、功效与资质多重失信。部分直播间刻意宣称原价高昂，再逐步降价，制造巨大价格落差，从而给老年人营造“占便宜”的心理错觉。违背《中华人民共和国广告法》中关于禁止使用医疗用语或易与药品、医疗器械相混淆用语的规定，诱导误导使消费者产生错误认知。假扮专家、鼓吹所谓“祖传中医秘方”、上演情景剧、下跪谢恩等营销手段。违反《中华人民共和国食品安全法》普通食品不得宣称保健功能或疾病预防治疗功效的明确规定。

（三）黏性构建：基于行为心理的精密诱导。存在大量精心设计的行为诱导机制，通过持续性的

情感与时间投资捆绑用户，大幅提高消费者退出门槛与维权放弃率。

（四）售后障碍：物流与证据缺失加剧维权难。部分商品发货极其缓慢，商家常以“系统升级”“仓库整理”等理由敷衍拖延，导致消费者无法掌握商品实际状态，维权缺乏基础依据。部分直播间还引导消费者跳出平台交易，转而通过线下报名预订、私下转账或现金支付等方式完成购买。私域直播间普遍没有直播回放功能，消费者无法回看直播内容、商家所作出的承诺以及展示的商品效果等关键证据。

（五）运营规避：反调查与隐蔽化策略升级。部分直播间设置了严密的多节点资格审核机制，入群渠道严格控制，仅限内部工作人员邀请方可进入，陌生人邀请入群一经发现立即移除。主播减少违规表述，转而通过“用户分享”形式，由“托儿”冒充消费者讲述使用效果，通过场景布设、服装道具、专业术语堆砌等方式刻意营造权威氛围，使消费者产生专家误导联想。

三、有关建议

（一）压实平台主体责任，强化审核与保障机制。建立直播主体实名备案及资质动态验证制度，由平台进行核验并定期更新，杜绝无资质主体进入市场。要求平台一定时期内保存私域直播内、相关的主播承诺、互动内容、订单详情等，并为消费者投诉提供快速调证通道，切实解决“举证难”问题。

（二）加强政府监管与消费者保护力度。严禁普通食品、膳食补充剂明示或暗示治疗功效，加大对违禁用语的技术筛查与人工抽检力度。建立与有关监管部门的数据共享机制，实时核对产品备案与宣传内容一致性。建议开通针对私域直播交易的便捷投诉入口，提供语音投诉、视频投诉等适老维权方式，推动建立在线调解机制，提高投诉处理效率。

（三）强化消费者教育与风险警示。建议消协

组织制作发布《私域直播消费风险警示指南》，重点揭露“健康恐吓”“伪专家”“奖励诱导”等常见骗局。定期汇总发布私域直播欺诈典型案例与调解案例，降低消费者维权门槛。

（四）推进行业自律与社会监督。鼓励行业协会牵头制定私域直播行业自律公约，引导企业规范营销行为。积极发挥媒体、消费者、行业协会等社会力量的监督作用，鼓励对违规私域直播间进行曝光。

（五）提升技术治理与识别能力。鼓励平台研发高风险直播间识别模型，对异常互动模式、资金异常流转、敏感话术等进行实时监测与预警。建立协同治理机制，推动直播平台间建立违规直播主体黑名单共享制度。

四、消费提示

（一）警惕“情感营销”陷阱，勿因亲近感放松警惕。部分私域直播间主播会通过家人称呼（如叔叔阿姨、咱爸妈）嘘寒问暖、讲述感人故事等方式快速拉近距离，营造亲切可信的氛围，进而推销高价产品。老年消费者需注意：再热情的亲情话术也可能是营销手段，切勿因被关心而冲动下单。遇到主播频繁提及“限量福利”“只有家人才能享受”等话术时，要保持清醒，先与家人沟通核实。

（二）辨识“夸大功效”宣传，不轻信“包治百病”承诺。私域直播间常见针对老年人的“特效产品”，如声称“降三高不吃药”“根治关节疼痛”“提升免疫力防癌症”等保健食品、医疗器械或“养生神器”。需牢记：保健食品不是药品，不能替代药物治疗，普通商品更无治疗功效。若主播宣称产品有“治疗疾病”治愈率90%等绝对化用语，或展示未经核实的患者案例、“专家背书”，均涉嫌违法。建议通过国家市场监督管理总局官网(<http://www.samr.gov.cn>)查询产品批准文号、资质信

息，或咨询正规医院医生意见。

（三）防范“低价诱导”套路，不贪图“免费”“超值”便宜。部分直播间以“免费领鸡蛋/保健品”“1元抢购万元仪器”“充值返现翻倍”等为噱头吸引关注，后续却要求“预存费用”“拉人头解锁福利”或通过话术诱导逐步加码消费。老年消费者要明白：天上不会掉馅饼，异常低价背后常藏猫腻。遇到“限时抢购”“不买就亏”等催促话术时，切勿因怕错过而匆忙付款；对于需要预付定金、多次充值的促销模式，务必先与子女商量，确认商家资质及退换货规则后再行动。

（四）核查“交易信息”真实性，不通过非正规渠道付款。私域直播间常通过微信转账、个人收款码、群内红包等方式直接收款，此类交易缺乏平台监管。一旦出现商品质量问题或商家跑路，维权难度极大。老年消费者需谨记：正规交易应通过直播间内嵌的官方支付渠道（如平台担保交易、有明确商户信息的支付链接）完成，拒绝向个人账户直接转账。购买前，务必核实直播间主体信息（可通过平台查看商家营业执照、联系方式），并保留直播录像、聊天记录、支付凭证等证据。

（五）遇纠纷及时维权，用好家庭和社会支持。若发现产品质量不符、宣传与实际不符，或遭遇强制消费、拒绝退换货等问题，老年朋友不要因怕麻烦或不好意思放弃维权。可先尝试通过直播间客服、平台投诉渠道反映问题，协商不成时，可拨打12315或12345热线、向全国消协智慧315平台或直接向经营者所在地消费者组织、有关行政部门投诉举报并提供完整证据链（如直播截图、付款记录、商品实物照片等），依法维护自身的合法权益。同时，建议子女多关注父母网络消费动态，主动帮助识别风险，共同守护“钱袋子”。

湖北省消委组织联合发布老年消费者权益守护指南：

七大提示避陷阱

为守护广大老年消费者合法权益，湖北省消费者委员会联合各市、州、直管市、神农架林区消费者委员会（协会）发布消费提示，助力老年人安心消费。

1、保健养生需理性，警惕“神药”误导。

老年消费者注重养生保健，但需谨记“保健食品不是药品”，不能替代药物治疗疾病。购买保健食品应选择正规商场、超市或药店，认准产品包装上的“蓝帽子”标志和批准文号，切勿轻信“健康讲座”“专家义诊”等场合中夸大功效的宣传，更不要盲目购买所谓“特效药”“祖传秘方”或价格虚高的“神药”，谨防既损失钱财又延误治疗。

2、旅游出行选正规，谨防“低价”陷阱。

登高赏秋、康养旅居备受青睐。报名前请查验旅行社的《营业执照》和《旅行社业务经营许可证》，签订规范合同，明确交通、住宿、餐饮、保险、退费等条款，拒绝“零团费”“买保健品送旅游”等不合理低价团。购买当地高价值特产时，多思量必要性，多比较价格。行程中如被强制或诱导购物，可在返程30日内要求退货退款。出行前将行程、导游、酒店信息告知家人，随身携带应急药品和家属联系方式。

3、养老理财要谨慎，守好“钱袋子”。

重阳节期间，部分机构推出“养老理财”“老年专属保险”“充值返利”等项目。办理前请核实企业是否在民政、金融监管部门备案，仔细阅读收益、期限、提前支取、风险揭示和争议解决条款，拒绝“先交钱后签合同”、向个人账户转账等不合理要求。警惕“保本保息”承诺，谨防非法集资，必要时及时报警。

4、线上购物多防范，远离电信诈骗。

微信、短视频平台常出现“重阳补贴限量抢”链接，请不点击、不转发，不泄露短信验证码和银行卡密码。收到陌生快递“到付”，应保持警惕，先验货再付款，避免落入“中奖送礼品”“冒充客服退款”等圈套。使用手机银行、第三方支付时，开通转账延迟到账和交易提醒功

能，发现异常立即冻结账户并报警。

5、不贪小利防损失，拒绝“免费”陷阱。

一些商家常以“免费试用”“免费体验”或低价促销的方式吸引老年消费者以推销产品或服务。老年人在面对这类“免费”诱惑时，应保持警惕，不要轻易透露个人信息，不要轻易做出购买决定。确定要购买时，仔细辨别商品的质量和真伪，核对包装上的生产许可证号、生产日期、保质期等，不要盲目购买一些涉嫌虚假宣传或“三无”的不合格商品，以免给自己带来损失。

6、智能设备学使用，守护信息安全。

老年消费者可根据自身需求，学习智能手机、智能家电等设备的基本操作，享受智能化服务带来的便利，家人与社会应给予耐心帮助。在扫码支付、线上购物、网约车等服务时，要仔细核对金额与信息，不随意点击不明链接，不下载来源不明的APP。遇到操作困难，可向家人或现场工作人员求助，避免因操作失误导致财产损失。

7、妥善留存凭证，依法理性维权。

消费凭证是维权关键。节假日期间，无论消费金额大小，都要主动索取并保管好购物小票、发票、合同、门票、电子支付记录等。若发生消费纠纷，及时与商家或交易平台协商解决；协商不成时，可拨打12315或12345热线、向全国消协智慧315平台或直接向经营者所在地消费者组织、有关行政管理部门投诉举报，依法维护自身的合法权益。

（通讯员：孙传铭、禹静）



湖北省司法厅 湖北省市场监督管理局

关于全省规范法律咨询服务机构专项行动

投诉举报渠道的公告

为切实强化法律咨询服务机构监管，根据国家统一部署，自即日起开展全省规范法律咨询服务机构专项行动，现就专项行动期间司法行政、市场监督管理部门投诉举报渠道公告如下。

一、专项行动时间

自即日起至2025年12月。

二、举报受理范围

社会各界反映强烈的某些法律咨询服务机构假借律师名义进行诈骗、招摇撞骗以及虚假宣传、虚假承诺等违法犯罪问题。

三、投诉举报渠道

（一）电话。可拨打12348、12315热线或者各市、州、直管市、神农架林区司法局、市场监督管理局线索收集电话。

（二）电子邮箱。可将问题线索发送至各市、州、直管市、神农架林区司法局、市场监督管理局电子邮箱(邮件主题请注明“问题线索”)。

四、相关要求

（一）投诉举报事项须提供明确的时间、地点、机构、人员、具体事项等内容，尽可能提供相关文字材料、图片、录音或视频等证据，以便核查。

（二）投诉举报人须如实举报，要对投诉举报

内容的真实性承担相应的法律责任，不得诬告、诽谤、陷害他人，不得歪曲捏造事实、伪造证据。

（三）投诉举报人信息、投诉举报内容等将严格保密。

五、重要提示

律师事务所是经司法行政部门审批成立的律师执业机构，能够从事各类诉讼及非诉讼业务，可通过全国律师执业诚信信息公示平台（<https://credit.acla.org.cn/>）或者湖北法律服务网（<http://hb.12348.gov.cn/>）查询核验；法律咨询服务机构是经市场监督管理部门登记的企业、个体工商户等市场主体，经营范围仅限法律咨询，不能从事诉讼代理、辩护业务，可通过“国家企业信用信息公示系统（湖北）”（<http://hb.gsxt.gov.cn/>）查询其登记及信用状况等信息。

在此呼吁广大人民群众，在寻求法律咨询服务时，注意区分律师事务所和法律咨询服务机构，仔细甄别、谨慎选择，提高风险防范意识，更好地维护自身合法权益。

湖北省司法厅 湖北省市场监督管理局
2025年10月9日

地方	单位	线索收集电话	电子邮箱
武汉市	司法局	027-82658135	whlgtszy@163.com
	市场监督管理局	027-85333587	whsscjjjcc@163.com
黄石市	司法局	0714-6304174	393295563@qq.com
	市场监督管理局	0714-6218185	752383813@qq.com
襄阳市	司法局	0710-3521003	xyssfjlfk206@163.com
	市场监督管理局	0710-3243330	3169410878@qq.com
荆州市	司法局	0716-8527539	jzsfjlgk@126.com
	市场监督管理局	0716-8206652	jzjjzk@126.com
宜昌市	司法局	0717-6756419	yclgk2005@163.com
	市场监督管理局	0717-6343725	ycsscjdglj@yichang.gov.cn
十堰市	司法局	0719-8663725	lvgongke2023@163.com
	市场监督管理局	0719-8623129	sj_fbzdk@163.com
孝感市	司法局	0712-2280667	xgsfjlgk@163.com
	市场监督管理局	0712-2700567	scjg@xiaogan.gov.cn
荆门市	司法局	0724-2338321	jmssfjlszk@163.com
	市场监督管理局	0724-6087100	229173436@qq.com
鄂州市	司法局	027-56909339	ezyvgongke@163.com
	市场监督管理局	027-60670302	hbezsj@163.com

地方	单位	线索收集电话	电子邮箱
黄冈市	司法局	0713-8611117	lgk8611117@163.com
	市场监督管理局	0713-8127500	hgscjg0713@163.com
咸宁市	司法局	0715-8255180	sfj@xianning.gov.cn
	市场监督管理局	0715-8138693	xxxf0107@163.com
随州市	司法局	0722-3596161	793437276@qq.com
	市场监督管理局	0722-3599198	527701191@qq.com
恩施州	司法局	0718-8229641	eslgk8229641@163.com
	市场监督管理局	0718-8222036	1670729978@qq.com
仙桃市	司法局	0728-3265837	807240295@qq.com
	市场监督管理局	0728-3241651	592578847@qq.com
潜江市	司法局	0728-6230516	qjssfjlgk@126.com
	市场监督管理局	0728-6496269	4672908@qq.com
天门市	司法局	0728-5227853	tmsfjlsk@163.com
	市场监督管理局	0728-5239861	475774883@qq.com
神农架林区	司法局	0719-3335549	1055360983@qq.com
	市场监督管理局	0719-3339133	184549666@qq.com