

荆楚维权



总第125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

2026年第1期

提升消费品质

2026年消费维权年主题



中国消费者协会
CHINA CONSUMERS ASSOCIATION

2026年“提升消费品质”消费维权年主题宣传提纲

湖北省消费者委员会发布

2025年度“荆楚放心游”旅游消费调查情况

从个案突破到体系构建

——湖北省消费民事公益诉讼的探索与成效

黄石市消费者委员会发布16款婴幼儿内衣比较试验结果





全省市场监管工作会议在汉召开

2月4日，全省市场监管工作会议在汉召开。会议深入学习贯彻党的二十大和二十届历次全会精神、中央经济工作会议精神，全面贯彻习近平总书记考察湖北重要讲话精神，认真落实省委十二届十一次全会、省委经济工作会议、省两会和全国市场监管工作会议部署要求，总结2025年和“十四五”时期工作，分析当前形势，部署2026年重点任务，动员全省系统勇担使命任务，建功支点建设，奋力实现“十五五”全省市场监管工作良好开局。省局党组书记、局长王世荣作工作报告，省局党组成员、副局长程建宏主持会议。

会议指出，2025年，全省市场监管系统坚持讲政治、强监管、促发展、保安全，锚定加快建成支点的使命任务，攻坚克难、砥砺奋进，各项工作实现稳中有进、进中提质，为我省交出实干、奋进、发展“三张答卷”作出了积极贡献。

会议强调，2026年是“十五五”规划开局之年，也是支点建设加力奋进之年。全省市场监管工作的总体要求是：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神、中央经济工作会议精神，全面贯彻习近平总书记考察湖北重要讲话精神，认真落实市场监管总局、省委省政府部署要求，坚持稳中求进工作总基调，坚持市场活力、竞争秩序、权益维护有机统一，服务纵深推进全国统一大市场建设，大力激发各类经营主体活力，持续增强质量技术基础能力，有效防范化解重点领域安全风险，加快发展新质生产力，全面提升市场综合监管效能，为实现“十五五”良好开局、服务支点建设取得决定性进展贡献市场监管力量。

会议要求，要持续优化公平竞争市场环境，加强

行政性垄断源头治理，促进市场有序竞争，加强市场监管交流协作，有力有效服务全国统一大市场建设，助力我省打造内陆开放高地。要持续提升经营主体发展质量，坚持稳预期、激活力，推动经营主体提质扩容，增强准入准营退出审批效能，常态化开展“解难题、稳增长、促发展”帮扶活动，提高企业信用服务质效，促进质的有效提升和量的合理增长。要持续推进质量“三强一基”建设，加快推进质量强企建设、质量强县建设、质量强县建设，推进质量基础设施补短锻长，强化支点建设的质量支撑。要持续加强网络交易监管，坚持规范与发展同向发力，提高网络交易平台合规水平，加强平台内经营行为监管，加强平台相关主体权益保护，促进平台经济健康发展。要持续强化安全风险隐患治理，健全“高效管住一件事”机制，推进食品安全全链条监管，优化工业产品质量安全监管，提升特种设备安全保障能力，提升药品安全监管服务效能，筑牢支点建设市场监管安全屏障。要持续推进严格规范公正文明执法，从严落实法规制度，严格规范涉企检查，提高执法办案质量，实现执法政治效果、纪法效果、社会效果的有机统一。要持续加强服务型机关建设，旗帜鲜明讲政治，全面落实意识形态工作责任制，树立和践行正确的政绩观，推进监管服务方式变革，弘扬务实高效清廉的优良作风，讲好市场监管故事，树好干部队伍优良形象。

会上，武汉、襄阳、宜昌、咸宁、恩施州局等5个市局作交流发言。

省局领导，二级巡视员，驻局纪检监察组副组长，各市、州、直管市、神农架林区市场监管局主要负责同志和办公室主任参加会议。省局食品安全总监、市场稽查专员，各处室、直属事业单位主要负责人，省药监局办公室主任列席会议。

以维权实效护航消费活力

文/徐文智

近日，中国消费者协会发布《2025年全国消协组织受理投诉情况分析》。数据显示，过去一年全国消协组织共受理消费者投诉201.6万件，为消费者挽回经济损失9.25亿元。这不仅是一份沉甸甸的维权成绩单，也是一扇观察中国消费活力的重要窗口。

思考这份年度消费维权数据报告，如何从维权实践中汲取经验、以制度创新回应期待，提升消费品质，助力经济健康可持续发展，成为2026年全国消协组织面临的一道重要命题。

2025年，我国社会消费品零售总额突破50万亿元，绿色消费、智能产品、悦己体验、银发经济等新业态蓬勃兴起，成为拉动经济增长的新消费增长点。与此同时，新场景也带来新挑战。例如，新能源汽车在线销售规则不透明、线上技能培训虚假承诺、二手网络平台验机不准等投诉热点频发，暴露出新兴领域标准建设滞后、监管未能完全跟上市场创新步伐的结构性问题。由此可见，消费供给的质变必然要求维权机制的量变，各地消协组织必须加快完善适应新消费业态的维权服务规则体系，才能让消费新动能高效转化为可持续的发展优势。

2025年，全国消协组织不仅着力于具体的消费纠纷化解——消费投诉受理量创新高，消费投诉解决率逾五成，挽回经济损失规模可观，更在维权机制创新上迈出坚实步伐。例如，上海市消费者权益保护委员会针对南极磷虾油产品含量虚标问题，不仅依法约谈企业推动问题整改，也为弥补行业标准空白提供了消协方案，实现解决一

类问题、规范一个行业；浙江省消费者权益保护委员会依托“长三角消费维权联盟”推动长三角地区异地纠纷协查协办，提升维权协同效能；湖北省消费者委员会通过“云端调解”机制实现城市和农村地区维权服务全覆盖，有效破解基层维权资源不均的难题。各地消协组织的具体实践表明，新时代的消费维权工作正从被动响应向主动预防转型，从单点突破向系统治理演进。

当前，消费领域仍存在维权成本高、部分企业责任意识淡薄、新兴消费风险复杂多样等维权难点。大数据杀熟、直播间虚假宣传、数字服务自动续费等新型侵权问题依然突出，消协组织面临市场监督精准性和技术赋能不足的新挑战。对此，《优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）》提出动态发展无理由退换货承诺单位150万家的目标，培育放心消费商圈、放心消费直播间等放心消费单元，正是从制度层面构建消费长效机制的关键举措。消协组织还应积极推动将消费纠纷解决纳入社会信用体系，强化数据监督能力与跨部门协同水平，让维权服务更智能、更高效。

消费兴则经济兴，维权强则民心安。踏上“十五五”新征程，全国消协组织应继续发挥维权枢纽作用，既做消费者权益的守护者，也做消费环境优化的推动者。只有让每一次维权实践转化为制度进步的阶梯，才能不断增强民众的获得感、幸福感、安全感，真正实现消费维权与发展护航的双向奔赴，为中国经济高质量发展注入澎湃动力。

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 罗中华

王萍 王和刘宇

孙维重 吕涛涛 吕华桥

金涛 张燕 毛锋

邱鹰 刘前涛 柯兵

喻芬 陈明 何正发

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

朱国华 邵志娟 魏海霞 王李华

张琼 黄波 余英 杨波

罗浩萍 杨彦峰 湛秋霞 黄正柏

文军 杨文斌 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 以维权实效护航消费活力

年主题宣传

04 2026年“提升消费品质”消费维权年主题宣传提纲

本刊特稿

07 聚焦聚力扩大内需战略 用心用情优化消费环境

消费调查

09 湖北省消费者委员会发布

2025年度“荆楚放心游”旅游消费调查情况

本刊策划

12 全省消费维权社会协同共治工作培训班在武汉举办

13 深化多元协同共治 打造消费维权“潜江样本”

15 以调解初心守护消费公平 用专业力量扎根维权一线

17 “优服务”践行诉前和解机制

“强担当”维护消费者合法权益

18 “3·15”金秋购物节践行服务初心

“六好”标准筑牢发展根基

20 高标准创建维权工作站 新局面开创维权新格局

22 精工细作铸就“荆楚放心礼”

产品质量赢得消费者信任榜

24 以“七天无理由退货”为起点 创“放心消费”新环境

25 打造协同共治枢纽 创新行业维权机制

经验交流

- 26** 全省消费纠纷诉源治理效能提升交流活动在黄石成功召开
- 27** 咸宁市茶行业消费纠纷溯源治理经验交流：
溯源筑基 共治护茶
构建咸宁茶行业消费纠纷诉源治理新生态
- 29** 襄阳市消费纠纷诉源治理工作经验交流：
整合维权资源 深化源头治理
全力构建消费维权社会共治体系
- 31** 宜昌市消费纠纷诉源治理工作经验交流：
筑牢源头治理基石 共建满意消费宜昌
- 33** 黄石市消费纠纷诉源治理工作经验交流：
聚力消费诉求多元共治 破解育婴领域消费难题
- 35** 荆州市消费纠纷诉源治理工作经验交流：
以“防控惩打”组合拳优化消费环境
构筑全链条诉源治理新模式
- 37** 十堰市消费纠纷诉源治理工作经验交流：
着力多元协同 深化源头治理

理论与实践

- 38** 省市场监管局等八部门印发
《关于依法规范处置牟利性投诉举报行为的指导意见》
- 42** 从个案突破到体系构建
——湖北省消费民事公益诉讼的探索与成效
- 45** 神农架林区构建“放心消费”生态圈

比较试验

- 46** 黄石市消费者委员会发布
16款婴幼儿内衣比较试验结果

湖北省消费者委员会常委单位

湖北省委宣传部
湖北省市场监督管理局
湖北省高级人民法院
湖北省公安厅
湖北省司法厅
湖北省住房和城乡建设厅
湖北省农业农村厅
湖北省商务厅
湖北省文化和旅游厅
湖北省卫生健康委员会
湖北省通信管理局
武汉市市场监督管理局
湖北日报传媒集团
湖北广播电视台
湖北省电信公司
湖北移动通信公司
国网湖北省电力公司

主 办：湖北省消费者委员会
承 办：《中国消费者报》湖北记者站
国内统一刊号：CN11-3413/F
执行主编：吴采平
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

2026年“提升消费品质” 消费维权年主题宣传提纲

2026年是“十五五”规划的开局之年。为全面贯彻党的二十大和二十届历次全会及中央经济工作会议精神，认真落实党中央、国务院决策部署，强化消费者权益保护，更好满足人民群众日益增长的高品质生活需求，助力经济社会高质量发展，在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上，中国消费者协会确定2026年全国消协组织消费维权年主题为“提升消费品质”。

一、年主题涵义

“提升消费品质”年主题的涵义是，各级消协组织要履职尽责、守正创新，以提升消费品质为目标，通过促进消费供给提质、加快消费维权提效、推动消费环境优化，助力消费提质扩容，为经济社会高质量发展注入持久动能。具体如下：

一是提升商品服务质量，筑牢消费品质基础。中央经济工作会议把“坚持内需主导，建设强大国内市场”列为今年经济工作八项重点任务之首。党的二十届四中全会提出，“要大力提振消费”，“以新需求引领新供给，以新供给创造新需求”。随着消费升级深入推进，品质化、个性化、体验化的消费需求持续释放，成为拉动内需增长的重要



动力。各级消协组织要践行以人民为中心的发展思想，紧扣消费者对美好生活的向往和追求，顺应消费升级趋势，推动“两新”政策落地落实，助力绿色消费融入百姓生活，通过加强对优质商品服务与新型消费知识的宣传普及，引导消费者树立科学理性的消费观念，做出明智的消费选择。面对消费场景中的民生新诉求与品质新期待，要督促经营者主动放弃“内卷”，向“新”而行。同时，倡导“科技向善”，积极推动出台适配新消费业态的标准规则，守牢安全底线，拉升品质高线，以高标准、严要求引领消费提质扩容，促使供需两端实现更高水平动态平衡，推动消费从“数量型”向“质量型”转变，让优质商品服务更广泛地惠及民生。

二是提升消费维权效能，增强消费品质保障。

党的二十届四中全会指出，“解决好人民群众急难愁盼问题”“提高人民生活品质”。“十五五”规划建议要求，“强化消费者权益保护”。当前，新技术新需求催生了消费领域的新变化，也带来了消费者权益保护的新挑战。消协组织要立足《消费者权益保护法》赋予的法定职责，夯实消费维权工作基础，提高消费维权现代化水平，为消费品质提升提供坚强保障。要坚持固本强基，对照《消费者权益保护法实施条例》要求，加强基层消协组织规范化建设，延伸消费维权服务触角，织密消费者权益保护网格。要拥抱数智化转型，大力推广“全国消协智慧315”平台，依托数智技术，推动消费纠纷源头解决，以便捷维权守护公平，以高效处置强化信心。要坚持问题导向，聚焦数字消费、情绪消费等新兴消费领域及预付式消费、直播电商等新型消费方式中的突出问题，强化靶向治理，防范化解消费风险，进一步提振消费信心，为品质消费持续健康发展保驾护航。

三是持续优化消费环境，涵养消费品质生态。

《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》要求，“完善共建共治共享的社会治理制度”。在“十五五”开局的关键时期，消协组织要

扛起消费维权枢纽责任，推动构建法治保障、政府监管、行业自律、企业负责、社会监督、消费者参与的消费维权多元共治格局。聚焦新业态、新技术带来的突出问题，要加强立法研究与标准制定，填补规则空白；针对跨界化、虚拟化的新型消费特点，要健全响应迅速、协同高效的现代化治理体系，维护公平有序市场环境。同时，要强化行业自律与社会监督，明确企业经营责任边界，筑牢全方位监督网络。通过系统施策、社会共治，切实破解消费领域的堵点难点，营造优质放心的消费环境，厚植消费品质生态的发展沃土，以高品质消费助推高质量发展，不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感，为“十五五”开好局起好步提供有力支撑。

二、年主题目标

一是发挥维权枢纽作用，凝聚社会共治合力。聚焦构建多元协同的消费维权体系，以打破部门壁垒、打通信息孤岛为突破口，建立信息互通、成果共享、投诉联调、线索移送、联合发布等常态化机制，推动跨部门消费维权协同发力。针对消费领域的新痛点、老问题，推动完善行业自律公约与服务标准，引导企业强化主体责任，规范经营行为，提升品质管控水平，对可能出现的消费纠纷抓源头、“治未病”。

二是完善消协组织建设，提升投诉处理能力。通过健全工作机制、优化人员配置、强化专业培训，为推进消费维权工作提质增效提供保障。聚焦异地消费维权痛点，因地制宜开展跨区域消费维权协作，打通解决异地消费纠纷的“最后一公里”。依托数智化手段，搭建高效网络投诉平台，进一步优化维权流程，全面提升投诉处理效率与消费者满意度。深化与司法机关的协作联动，健全公益诉讼、集体诉讼等制度，加强维权案例共享交流，练就化解复杂纠纷的“硬功夫”。

三是持续优化消费环境，强化消费监督效力。针对民生消费重点领域和消费新业态、新模式、新场景，深入开展消费监督工作，深挖问题根源，揭露违法行为，寻求解决办法，规范行业发展。构建

荆楚维权

覆盖广、响应快的舆情监测体系，及时捕捉消费领域热点舆情与潜在风险，筑牢风险防范“堤坝”。

四是推动消费赋能提质，加大消费教育引导力。高质量开展《消费者权益保护法》及其实施条例等法律法规的普法宣传。不断拓展消费教育的广度和深度，通过扩大网上消费教育课堂、开展重点商品比较试验等方式，聚焦绿色消费、智能消费等重点内容，加强消费普法宣传、知识普及和教育引导，帮助消费者树立科学理性的消费观念，具备面对消费侵权问题善于避坑、敢于维权的能力。

三、年主题重点工作安排

围绕“提升消费品质”年主题，中消协和全国消协组织计划开展以下工作：一是做好消费维权年主题和“3·15”主题活动宣传工作，大力提倡消费者权益保护的理念，扩大社会影响、凝聚社会共识，推进消费维权社会共治。二是继续办好“3·15金秋购物节”公益活动，突出“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”的活力特色，助力提振消费政策落实见效。三是深入开展“消协组织建设年”工作，推进健全完善各级消协组织建设，适时召开消协组织建设现场推进会。四是做好“全国消协智慧315”平台推广运用，不断壮大入驻企业队伍，有效发挥投诉阳光公开、投诉信息公示等功能，提高投诉和解率与投诉调解成功率。五是坚持和发展新时代“枫桥经验”，全面提升消费纠纷化解能力，开展相关业务培训、能手竞赛和工作研讨。六是着力提升“消费查”平台社会知晓率和影响力，做好线下无理由退货商家动态发展、数据录入及维护工作，助力线下无理由退货扩面提质增效。七是持续推进消费民事公益诉讼，与检察机关、司法机关、行政机关等建立协作机制，扩大案件线索来源，提升工作质量。八是强化绿色消费教育引导，发布《中国消费者绿色消费指南》，大力宣传推广绿色低碳生活方式，激发绿色消费潜力。九是切实完善网上消费教育课堂，持续充实消费教育内容，不断丰富教育课堂栏目，开展消费知识普及和比较试验结果推广，促进

消费者科学理性消费、增强维权能力。十是适时召开中国消费高端智库会议，积极推进消费维权社会共治，不断提升共治水平。

历年消费维权年主题

1997年	讲诚信 反欺诈
1998年	为了农村消费者
1999年	安全健康消费
2000年	明明白白消费
2001年	绿色消费
2002年	科学消费
2003年	营造放心消费环境
2004年	诚信 维权
2005年	健康 维权
2006年	消费与环境
2007年	消费和谐
2008年	消费与责任
2009年	消费与发展
2010年	消费与服务
2011年	消费与民生
2012年	消费与安全
2013年	让消费者更有力量
2014年	新消法 新权益 新责任
2015年	携手共治 畅享消费
2016年	新消费 我做主
2017年	网络诚信 消费无忧
2018年	品质消费 美好生活
2019年	信用让消费更放心
2020年	凝聚你我力量
2021年	守护安全 畅通消费
2022年	共促消费公平
2023年	提振消费信心
2024年	激发消费活力
2025年	共筑满意消费

“

编者按：

2025年12月29日，中国消费者协会第六届理事会第三次会议在北京召开。湖北省市场监督管理局党组书记、局长王世荣在大会作题为《聚焦聚力扩大内需战略 用心用情优化消费环境》的典型发言。

”

聚焦聚力扩大内需战略 用心用情优化消费环境

湖北省市场监管局

近年来，湖北省市场监管局、消委组织深入学习贯彻习近平总书记关于扩大内需的系列重要论述精神，把保护消费者权益作为践行“国之大者”、守护“民之关切”的重要抓手，大力实施优化消费环境三年行动，一体推进多元协同、数智赋能、靶向治理和优化供给，以高水平消费维权助力提振消费信心、激发内需动能。

一、多元协同增合力，共奏维权“大合唱”

一是部门协同建机制。推动建立市场监管、发改、商务、文旅等27个部门参与的“大消保”工作格局，健全信息共享、联合执法、案件移送、结果互认等联动维权机制，形成全链条共治合力，推动预付卡、教育培训退费等跨部门维权难题有效解决，组织的首例假冒“飞天茅台”公益诉讼入选最高检典型案例。

二是区域协同促联调。加强与河南、内蒙古等地



消费维权常态化合作。牵头建立鄂湘赣消费投诉协同处置工作机制，2025年鄂湘赣三省消委会联合处置异地投诉13件，联动发布消费提示警示6期，实现消费风险联防预警。积极与澳门消委联合调处跨境网购、珠宝、建材等消费投诉3起。

荆楚维权

三是社会协同化纠纷。设立消费维权站4100个、行业维权机构190个，推进消费诉求多元化解。选聘201名公益律师、专家等担任社会调解员，8.3万家企业入驻“全国消协智慧315平台”和“湖北消委投诉平台”，全年“线上和解”投诉1.9万件。探索城区消费纠纷集中处置，推行专人专班和专业专家联合调处，处理消费投诉4500余件。

二、数智赋能提效力，打造消保“智能体”

一是数字化平台强实效。自主研发智慧消保平台，全量整合12345、12315、消委组织消费投诉举报数据，接入反垄断、价格监管、广告监测等业务监管数据，归集消费舆情监测数据和消委成员单位共享数据，形成省市县贯通大数据库。开发智能法条匹配、类案比对、诉转案自衔接等功能，赋能基层调处工作。2025年全省受理投诉68万件，处理时限平均缩短40%。

二是闭环式处置防风险。依托智慧消保平台，运用人工智能技术嵌入智能体，建立“重点区域—重点行业—重点企业”三级预警模式，形成“消费预警—响应整治—反馈总结”闭环，既识别传统领域风险，又捕捉新业态问题，为精确监管、防范舆情提供决策参考。2024年以来，该平台成功预警燃气安全、新能源充电桩质量等风险27种，化解群体性纠纷17起。

三是定制化报告降成本。在平台上线“企业合规评估分析”等功能，借助AI智能分析，两年来甄别疑似职业投诉1.1万件，为700余家投诉举报集中企业定制“挑刺报告”，指导帮助企业降诉增效。唯品会湖北公司经约谈后，建立物流应急预案，2025年“双12”期间投诉同比下降60%。

三、系统治理破阻力，做强循环“大市场”

一是点上发力强监管。强力开展“守护消费”执法铁拳行动，强化竞争执法和“三品一特”安全监管，全年查办不正当竞争案件325件。建成全链条“公平竞争审查一张网”的创新做法获评中央网信办“人工智能+政务”规范应用案例。探索的“人工智能+市场监管”经验被国务院高质量发展综合督查纳

入全国推广典型案例。

二是线上聚焦促减量。创新建立“一人多次”“一事多人”消费诉求解决机制，在智慧消保平台搭建分析模型，精准识别投诉集中、增长快、问题典型的行业，推动消费纠纷源头减量。针对旅游、家装、通信等8大热点领域开展诉源治理，湖北节假日投诉量同比下降35%。针对汽车销售服务问题，引导车企推行“七天无理由退订（定）”承诺活动，在全国首发《退订（定）承诺服务指引》，全省共办结汽车定金投诉1714件，同比下降42%。

三是面上倒逼压主责。坚持合规、公示两手抓，引导经营者建立消费者权益保护合规体系，落实消费环节经营者先行赔付制度，加强消费投诉公示、信用联合惩戒，推动主体责任落地落实。2025年累计公示23个行业投诉信息7907件，发布16期黑榜单，形成违法必究、失信必惩的震慑效应。

四、优化供给激活力，唱响湖北“放心购”

一是提升供给品质。坚持以高质量供给创造有效需求，组织开展消费品质量提升、标准升级服务保障“两新”和质量品牌提升等行动，培育“湖北精品”产品和服务316个。首批发布认定“荆楚放心礼”产品50件，实施标识确权，对接香港品质保证局、内蒙、吉林等省市消协，推动跨区域展示销售。

二是激发消费潜能。积极承办全国“优化消费环境月”主场活动，开展“3·15金秋购物节”公益活动，全省300余个优质经营品牌、超1万家门店踊跃参与，积极优化消费服务、创新消费场景，拉动消费53.52亿元、惠及3300余万人次。

三是强化守信践诺。深入开展放心消费承诺活动，大力推广线下无理由退货，推进本地购物异地退、线下购物线上退、先行赔付极速退。发布“消费警示”52期，举办“放心消费体察”活动30余场。

下一步，湖北省局和消委组织将积极探索数智消费维权新模式，加快建设诚信、公平、便捷、安全的消费环境，为推动消费者权益保护事业高质量发展贡献湖北更大力量。

湖北省消费者委员会发布 2025年度“荆楚放心游”旅游消费调查情况

为依法履行社会监督职责，进一步规范旅游市场秩序，共建放心安心的高水平旅游消费环境，省消费者委员会联合省市场监督管理局在全省组织开展2025年度“荆楚放心游”旅游消费调查活动。调查历时2个月，通过网络问卷（采集5162个有效样本）、体验式调查（征集18名志愿者调查10条热门线路，23家旅游景区）及国庆酒店价格监测等方式，全面呈现湖北旅游市场现状，既展现旅游市场亮点，也直指旅游服务待提升方面。

一、旅游偏好：自驾游占比超四成，平台成跟团游首选

调查显示，湖北旅游消费市场呈现“自驾主导、自由行与跟团游互补”的格局。42.4%的消费者选择自驾游，29.5% 偏好自由行，28.1% 倾向跟团游。

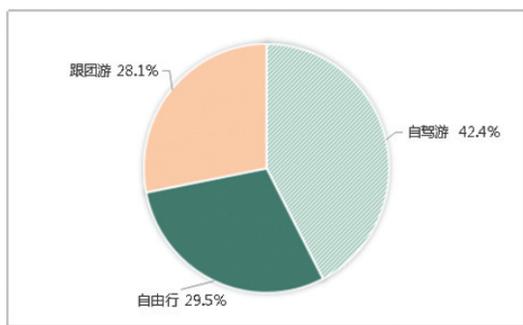


图1：出游方式选择

二、市场亮点：科技赋能提升体验，惠民服务彰显温度

调查发现了湖北旅游市场的多项进步：景区智能化水平显著提升，扫码入园、刷脸检票让游客平均等候时间从30分钟压缩至5分钟；热门景区停车位保障充足，智能停车系统实现10秒内快速通行；5A级景区代步车全覆盖，高峰时段等候不超过15分钟，解决“最后一公里”难题。

此外，旅行社合同规范、无强制购物，景区明码标价普遍落实，消费维权服务站响应及时（投诉响应时间小于1小时），部分景区推出“天气原因退改”“放心消费示范商户”等惠民举措，获得消费者认可。

调查也暴露了行业短板。平台消费投诉中，9.7%的消费者遭遇不公待遇，其中“大数据杀熟”占比42.8%，“酒店线上价格高于线下”占比34.7%，“退房难/高额手续费”占比22.5%。

三、调查显示：大数据杀熟、个人信息过度收集等问题有待解决

调查也暴露了行业短板。平台消费投诉中，9.7%的消费者遭遇不公待遇，其中“大数据杀熟”占比42.8%，“酒店线上价格高于线下”占比34.7%，“退房难/高额手续费”占比22.5%。

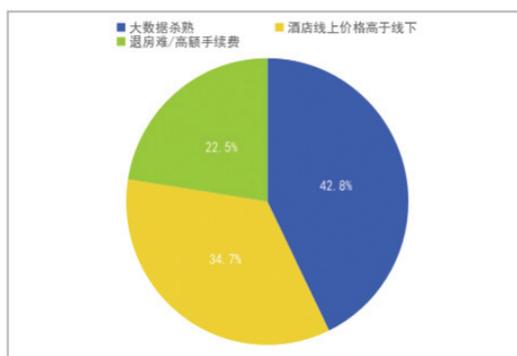


图2：不同类型问题占比情况

81%的5A级景区存在过度收集个人信息问题。通过景区官方微信公众号购票渠道，查询湖北省21家5A级景区在个人信息收集现状。结果显示，全省81%的5A级景区未遵循“最小范围”收集个人信息，存在涉嫌过度收集个人信息问题。仅4家景区在

荆楚维权

购票环节“仅提供姓名+手机号码”，占比19%；其余17家景区均强制要求“填写身份证号”，占比81%。部分景区购票页面未“公开个人信息处理规则”，存在个人信息泄露隐患。

本次调查共设计体验式调查线路10条，景区数量23家。调查指标根据《旅游景区质量等级划分》（GB/T17775—2024）标准设定，通过调查发现：2家景区存在垃圾清理不及时的问题，3家景区存在相关设施老化未及时维修，4家景区存在观光车司机开车接打电话、景区观光车没有安全带、游乐设施安全教育不到位的问题，5家景区餐饮场所未按要求公示证照信息、餐饮场所卫生条件差、餐饮场所未按要求张贴“反食品浪费”宣传提示等问题。

四、关于护航旅游消费市场的建议

针对发现的问题，为促进旅游市场提质升级，省消费者委员会提出四点建议：

1.加强监管监督。严查大数据杀熟、不合理低价游，规范景区餐饮、商品明码标价，增设平价消费供给，满足不同消费层次需求。

2.严守信息安全。购票环节遵循“最小必要”原则，不得强制收集身份证号等冗余信息，明确信息使用范围与留存时间。

3.筑牢安全防线。加强旅游从业人员安全培训，严禁司机行车中使用手机，落实特种设备安全检查，客流高峰时段采取限流措施。

4.推动文旅融合。打造“文旅+”特色项目与精品线路，强化科技赋能，完善旅游基础设施，助力湖北建设世界知名文化旅游目的地。

五、关于春节期间旅游消费提示

2026年丙午马年春节长假将至，旅游消费迎来高峰，为切实保障广大消费者合法权益，倡导理性消费、安全出游，提醒广大消费者增强风险防范意识，合理规划行程，度过欢乐祥和、平安顺遂的新春佳节。

（一）筑牢安全防线，确保旅途平安。

出行交通优先选择具备合法经营资质的交通工具，坚决远离非正规渠道，及时候补车票，切勿购买黄牛票，谨防上当受骗。乘坐出租车、网约车需核实车辆及司机信息，要求打表计费并留存行程记录；预定铁路、飞机等城际长途交通票，请通过12306、航空公司官方网站、APP或合法授权平台订购，进行退改签、退订、退款时，注意核实确认在官方渠道操作，警惕退款时遭遇资金诈骗。自驾出行提前检查车辆状况，遵守交通规则，避开高峰路段，不疲劳驾驶、酒后驾驶。

住宿消费选择证照齐全、信誉良好的酒店、民宿，可通过口碑良好的平台提前订购。入住前核查客房安全设施，熟悉消防通道与应急出口，妥善保管贵重物品，不在房间内使用明火或违规电器，退房时仔细核对消费明细。

景区游玩严格遵守景区安全管理规定，根据自身身体状况选择适宜的游览项目，不进入未开发、未开放区域；排队等候时保持秩序，照顾好老人、儿童，保管好随身物品，谨防拥挤踩踏。

饮食安全优先选择卫生条件达标、明码标价的餐饮商家，慎食生冷、生食海产品等高风险食品，拒绝购买景区周边无资质摊贩销售的裸露食品，注重饮食均衡，避免暴饮暴食。

（二）警惕消费陷阱，防范大数据杀熟。预订旅游产品、酒店客房、景区门票时，摒弃单一平台依赖，通过多个正规平台对比同规格产品价格，核实标价真实性，警惕“先涨后降”“限时秒杀”等虚假促销噱头，拒绝模糊标价、阴阳菜单等行为。防范大数据差异化定价，购买旅游相关产品前，可清除购物、旅游APP的浏览缓存与数据，尝试用不同设备、账号核验价格；发现同款产品不同价格且无合理依据时，及时留存价格截图等证据。预订旅游套餐等需签订书面合同，明确行程安排、服务标准、收费项目、退改政策及违约责任，注意区分“订金”可退而“定金”不可退，商家口头承诺尽

量写入书面合同；付款前核实订单明细，确认无隐形消费、附加收费。景区购物、游玩付费项目时，理性甄别商品质量与价格，不盲目相信夸大宣传，贵重物品需索取发票及质量凭证，拒绝强制消费、捆绑销售等违法行为。

（三）强化隐私保护，守护个人信息安全。下载旅游、预订类APP选择官方正规渠道，不随意授权非必要权限，拒绝“一揽子授权”读取通讯录、精确位置、相册等信息，景区人脸识别入园需确认单独授权选项，不接受强制刷脸要求。提供身份证、护照等敏感信息时，仅向正规经营主体提交，发送电子扫描件需进行打码处理，添加“仅用于XX旅游/住宿登记”等水印，不随意向陌生人透露个人身份、银行卡、出行行程等信息。旅途期间慎用公共WiFi，尤其是未加密的免费网络，避免在公共网络环境下进行支付、转账等操作；使用公共设备后及时退出个人账

户，清除操作记录。社交平台分享旅行动态时，避免实时发布行程轨迹、住宿地址、景区具体位置，晒出票根、证件时遮挡二维码、身份证号等关键信息，防止个人行踪与信息泄露。

（四）留存消费凭证，依法理性维权。旅游消费全程妥善保存合同协议、电子订单、支付凭证、发票、行程单、聊天记录等各类凭证，对商家标价、产品宣传、价格差异等情况及时拍照、截图固定证据，作为维权重要依据。遇到消费纠纷时，请先与商家或平台友好协商解决；协商未果的，可及时拨打12315消费者投诉举报专线、12345政务服务便民热线或登录全国，或向当地市场监管部门、消协组织投诉，依法维护自身合法权益。旅途期间如遇突发情况或合法权益受侵害，保持冷静，优先保障人身安全，在确保安全的前提下收集、固定证据，适时维权。

（上接第14页）

（一）聚焦专业领域，实现精准化解。针对物业管理纠纷量大面广、化解难的问题，在潜江市司法局指导下，推动成立了潜江市物业纠纷人民调解委员会，并通过“访调结合”“诉调对接”方式，将大量物业矛盾化解在萌芽、解决在诉前。2025年，物调委成功调解法院委托案件62件，有效缩短了维权周期，降低了当事人诉讼成本。

（二）聚焦机制创新，打造调解品牌。通过整合资源，将原消费者协会调委会与药品食品安全责任纠纷调委会合并成立消费纠纷调解委员会，实现了消费纠纷的集中受理、专业调解、快速处置，缓解了基层监管压力，提升了维权效率。消调委因其显著成效，连续多年获评全市优秀调解组织，并涌现出省级“最美消费维权人物”等先进典型，形成了具有潜江特色的消费维权品牌。

（三）聚焦平台建设，促进多元融合。指导调解委员会与相关部门协同，构建调解、监察、仲裁“三位一体”的维权一站式平台，实现矛盾纠纷“只进一扇门，最多跑一地”。2025年成功调解相关领域纠纷478件，为消费者挽回经济损失1800余万元。此外，还相继成立了小龙虾产业、金融纠纷等专业调委会及火车站调解室，将调解触角延伸至经济社会发展的各个角落，凝聚起防范化解社会矛盾的强大合力。

下一步，潜江市消委将以本次培训为新的起点，继续深入学习贯彻关于优化消费环境、促进社会协同共治的重要指示精神，认真学习借鉴先进经验，持续深化消费维权多元化解机制建设，不断丰富和发展新时代“枫桥经验”的潜江实践，努力提升消费维权工作的社会化、法治化、智能化、专业化水平，为营造安全放心消费环境、服务潜江市经济社会高质量发展贡献更大力量。

全省消费维权 社会协同共治工作培训班在武汉举办

为深入贯彻落实全省优化消费环境三年行动工作部署，加强新时代消费维权社会协同共治工作，推动消费者权益保护工作高质量发展。12月9日，省消委在武汉举办全省消费维权社会协同工作培训班。各市、州、直管市、神农架林区消委组织，行业协会、行业维权机构、企业维权办、社会调解员以及媒体代表共100人参加了培训。中国消费者杂志社书记刘福林，中国广告协会副秘书长张德志出席并授课。省市场监管局消保处、网监合同处、12315指挥中心，省广告监测中心，江夏区市场监管局负责同志出席了开班仪式。

本次培训紧扣“消费维权社会协同共治”主题，课程设置内容丰富、针对性强，旨在搭建交流平台，深化协作共识，提升专业能力，共同应对新时代消费维权挑战。张德志以《新消费 新挑战 共筑数字时代权益保护新机制》为题，从社会共治的宏观视角切入，深入剖析数字营销新业态、新模式下的广告合规与消费者权益保护问题，强调社会力量在推动诚信经营、维护公平竞争市场环境的关键作用。刘福林作了题为《凝聚社会合力 构建消费维权协同共治新格局》的专题辅导，深刻阐释了新时代消费维权工作面临的形势与任务，系统阐述了构建消费维权协同共治新格局的重大

意义与实践路径。省消委专家还围绕《〈消保条例〉理解适用与消费纠纷多元化解实务》、《提升消费供给品质，满足消费新形势新需求》等进行了授课。部分基层消委组织、行业协会、企业及社会调解员代表，分享了在消费纠纷调解、行业自律、企业主体责任落实等方面的实践探索，为推动消费维权社会共治提供了有益借鉴。

参训学员普遍反映，此次培训内容实、收获大，既深化了对消费维权社会协同共治理念的认识，也拓宽了工作视野，掌握了实用的法律知识和调解技能。大家表示，将把学习成果转化为推动工作的实际能力，进一步加强协作配合，积极参与消费环境建设，共同推动我省消费维权事业再上新台阶，为服务高质量发展贡献积极力量。





编者按：

在全省消费维权社会协同共治工作培训班上，潜江市消委、省消委调解员、湖北移动等8家单位和个人分享了其在探索消费维权社会协同工作中的品牌案例和经验做法，本刊特别予以整理编辑，供大家参考学习借鉴。



深化多元协同共治 打造消费维权“潜江样本”

潜江市消费者委员会

潜江市消委积极探索推进消费维权多元化解机制建设、创新发展新时代“枫桥经验”的工作实践。

一、强化根基，推动调解机制规范化、专业化升级

潜江市消委紧紧围绕优化消费环境、提升维权效能的总体目标，以规范市消费纠纷调解委员会（以下简称“消调委”）建设与运行为核心抓手，着力构建规范、高效、专业的消费纠纷多元化解体系。

（一）制度先行，明晰权责流程。我们高度重视建章立制，先后制定了《潜江市消调委工作职责》《人民调解员工作职责》等规范性文件，明确了调解工作的目标、范围、权限与责任。同时，绘制了《消费纠纷调解流程图》，对纠纷受理、证据调查、现场调解、协议达成、结案回访等各个环节进行标准化规范，确保调解活动在法治轨道内运行，程序合法、结果公正。

（二）流程再造，提升运行效能。积极推行“快速受理、精准调查、柔性调解、闭环履约”的

“四步法”调解工作模式。一是快速受理。依托线上12315平台、全国消协智慧315平台、湖北消委多元化解消费诉求应用系统与线下维权工作站，实现消费投诉同步接收、快速分派，普通投诉24小时内响应，重大、群体性投诉立即启动应急处理机制。二是精准调查。强调第一时间固定证据，2025年度已采集现场关键证据58份，并针对商品服务质量等专业问题，引入第三方检测机构出具权威报告（如建材甲醛超标检测），为调解提供坚实依据。三是柔性调解。根据纠纷类型（如网络购物、预付卡消费、汽车、家装等）制定差异化调解方案，运用“共情沟通法”疏导消费者情绪，并参考“全国消协智慧315平台”建立的典型案例库进行类案引导，提高调解针对性和成功率。四是闭环履约。对小额赔偿纠纷力争当场履行；对大额或分期履行协议，积极引导当事人申请司法确认，赋予强制执行力，并在调解后30日内进行回访，确保协议落实，目前回访满意度达99%。

（三）选优育强，锻造专业队伍。建立并实施

荆楚维权

了《调解员绩效考核办法》，将调解成功率、群众满意度、案卷质量等核心指标纳入考核体系，考核结果与绩效奖励挂钩，有效激发队伍活力。严格调解员准入与退出机制，由市消委负责提名考察，市司法局组织专业培训和资格考试，合格后聘用。对不能胜任工作或长期无法正常履职者，按程序予以辞退，确保消调委常年保持3名以上专职调解员在岗，保障了队伍的专业性、稳定性和战斗力。

二、协同联动，构建多元共治社会化、法治化格局

我们积极整合资源，推动消费维权工作从单一的调解处理向多方协同、系统治理转变，提升消费环境整体治理水平。

（一）深化部门联动，实现行政调解互通。与相关部门建立实时信息共享通道，对疑难复杂投诉，实现30分钟内人工对接、快速流转，引导相关行政部门、消委委员单位入驻全国消协智慧315平台，推动系统自动对接转办。针对天然气安装、物业服务等群体性纠纷，与相关部门联合成立工作专班，做到“接诉即办”，形成合力。所有调解结果均同步录入全国消协智慧315平台，形成“投诉-分流-调解-反馈-归档”的全流程闭环管理。

（二）强化行业协同，优化源头治理环境。充分发挥消委组织平台作用，定期组织召开委员单位会议，与市场监管、教育、卫健、住建、金融监管等部门研判消费投诉热点。围绕物业收费、食品安全、艺术类培训、预付式消费等重点领域开展联合检查，2025年度已协同查处相关违法案件9起。通过函询督办、约谈劝谕等方式，推动解决保险销售承诺不兑现、物业公司超额收费等典型问题，有效规范了行业发展秩序。

（三）健全诉调对接，强化司法保障支撑。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》。一是诉前分流。对法院委派的消费纠纷案件，先行由消调委调解，成功率达90%，有效节约了司法资源。二是诉中参与。对已

进入诉讼程序的案件，调解员以专家身份出庭协助调解，促使案件和解率提升至80%。三是司法确认。对达成的调解协议，及时引导当事人申请司法确认，2025年已完成司法确认案件5件，履行率达到100%，切实增强了调解协议的权威性和执行力。

三、创新赋能，实现维权效能整体化、最大化提升

我们不断拓展工作外延，运用多种手段，推动消费维权从事后调解向事前预防、从个案解决向行业规范深化。

（一）实施约谈公示，压实企业主体责任。建立并推行季度“消费投诉黑榜”公示制度，通过媒体平台定期公布投诉量居前的企业名单及典型案例，形成强大社会监督压力。2025年，已推动60家上榜企业完成整改，有效倒逼企业诚信经营、自觉履行消费维权主体责任。

（二）运用信用惩戒，构建联合约束机制。将“黑榜”企业信息推送至税务、金融等征信体系关联部门，实施限制招投标、取消政策补贴等联合惩戒措施，形成“一处失信、处处受限”的信用约束格局。指导行业协会参考消委数据制定行业黑名单，对多次上榜企业进行行业通报并建议监管部门重点监管，构建起“政府监管、消委监督、行业自律、企业自治”的多元共治体系。

（三）探索支持诉讼，降低群众维权成本。建立消费维权公益诉讼支持机制，为消费者提供法律咨询、证据收集指导、诉讼代理支持等一站式服务。目前，正针对某蛋糕店预付卡充值后关门跑路，涉及50余名消费者的群体性纠纷，积极收集证据，准备适时支持消费者提起诉讼，切实降低消费者维权难度和成本。

四、拓展领域，践行新时代“枫桥经验”本土化、品牌化

潜江市消委人民调解中心始终坚持和发展新时代“枫桥经验”，聚焦社会发展新形势和群众新需求，不断推动调解工作创新。（下转第11页）

以调解初心守护消费公平 用专业力量扎根维权一线

省消委调解员 上海兰迪（武汉）律师事务所律师 曾令刚

我是省消委第一届特聘调解员曾令刚，上海兰迪（武汉）律师事务所主任，党支部书记、高级合伙人。曾经在原湖北省工商系统基层工商所，县局、市局机关工作15年。后从事专职律师执业10年，具有高级企业合规师、数据合规师、标准审核员、证券从业等资格证书。

自2024年4月受聘省消委调解员以来，我通过“全国消协智慧315平台”和“湖北消委投诉平台”调解消费纠纷，调解成功率达69.90%，为消费者挽回经济损失51万元。

消费维权投诉调解工作是连接消费者与经营者的桥梁，在于化解消费矛盾、促成纠纷和解。这项工作充满挑战，但也让我深感成就。近两年来，我在公益调解的道路上，经历了成功与失败、感谢与埋怨、信任与质疑。但我始终坚信，公益调解的终极目标是铸就和谐，为此我坚守初心，坚定前行。

消费是经济发展的基础性力量，依法保护消费者权益不仅关乎民生，也是推动市场公平竞争、促进社会和谐的重要保障。下面，我结合三个典型案例，分享在工作实践中的几点体会：

一、坚守“公”字，筑牢调解生命线

调解员是公平的中间人，而非任何一方的代言人。中立与客观是我们的基本原则，这需要在三对关系的处理中准确把握：

一是中立与共情。共情不是偏袒，而是理解消费者“委屈感”和商家“经营难”的工具。通过共情找到沟通切入点，但始终保持情绪中立，避免被任何一方带偏。

二是耐心与效率。调解需要耐心，允许当事人

适度宣泄，再用冷静引导回归问题本质。对事实清楚、诉求合理的案件，则需果断推进，提升效率。

三是包容与底线。我们包容倾听，但坚守原则。对于不合理诉求，必须明确拒绝，既保护经营者权益，也维护调解机制的严肃性。

例如：在胡女士装修预付款纠纷案中，就充分体现了公平原则的运用。消费者胡女士与装饰公司签订合同后，商家单方面变更付款方式，要求提前支付高额费用。我们依据《消费者权益保护法》的诚信原则，明确指出商家行为侵犯了消费者的选择权和公平交易权。虽然合同中未详细注明支付节点，但通过调查确认了双方口头协商的事实。最终促成商家全额退还3万元预付款，这个结果既维护了消费者权益，也警示经营者要恪守诚信经营原则。

二、善用“专”字，磨砺调解金刚钻

作为一名律师调解员，我深知调解不是“和稀泥”，是法、理、情的融合。实践中，我总结了以下几点专业技巧：

一是先治心，再治事。许多纠纷本质是情绪之争。例如，一位消费者因对母亲照片不满情绪激动，我通过共情安抚，待其情绪平复后，才引导进入理性协商。

二是“背对背”探底，“面对面”促成。在双方僵持时，通过单独沟通掌握核心诉求。

三是“翻译”双方语言，寻找利益共识。将消费者诉求转化为商家理解的商业逻辑，将专业术语转化为通俗语言。

例如：叶女士电热水器纠纷就充分展现了专业调解的重要性。这个案件涉及跨省协调、三包期限

荆楚维权

认定等多个专业问题。省消委启动社会联调机制，我全程参与调解。此件投诉依据属地管辖原则，将投诉分转至北京、江苏两地消协组织，同时积极对接品牌武汉售后经理，形成多方联动的工作格局。通过专业分析商品三包期限的起算点、维修次数与退货条件的关系等关键问题，最终促成商家同意换货，展现了专业调解在复杂案件中的独特价值。

三、聚焦“法”字，把稳调解定盘星

相关法律是化解消费心纠纷的坚实后盾，但要运用需灵活，既要“心中有谱”，快速匹配相关法律法规；又要“手中有度”，在事实难以厘清时，引导双方权衡诉讼成本，推动务实和解。

例如：胡女士美容纠纷就是法律原则灵活运用典型案例。面对美容机构存在的销售诱导、医疗违规、流程不规范等多重问题，我们深入调查取证，确认商家存在刻意隐瞒关键信息、风险告知缺失等侵权事实。通过专业医疗知识分析，认定注射位置不当是导致并发症的直接原因。虽然消费者因身心受损拒绝直接会面，但我们通过多轮专业沟通，最终促成商家退还一半费用14800元。这个案例不仅维护了消费者合法权益，也对规范美容行业经营行为起到了警示作用。此外，律师调解员的专业技能在证据收集、信息核实等方面具有独特优势。例如，通过多平台搜索获取经营者准确联系方式，为调解打通第一步，运用法

律专业知识快速厘清责任边界，提高调解效率。

各位同仁，通过上述三个案例，我们可以看到消费维权投诉调解是一门艺术，要求我们兼具倾听者、分析者、沟通者、引导者等多重角色。这个过程虽有艰辛，但当我们看到双方化干戈为玉帛时，那种成就感无可替代。

在装修纠纷中，我们坚守公平底线；在跨省消费投诉中，我们发挥专业优势；在美容伤害案件中，我们把握法律尺度。每一个成功调解的案件背后，都是我们调解团队用心用情、专业专注的付出。

在调解工作中，我们注重沟通协调，为消费者提供法律咨询，向经营者释法说理，引导双方达成共识。调解结束后，通过跟踪回访确保协议履行，巩固成果、提升满意度。回顾过去，调解工作的顺利推进离不开省消委的正确指导、各位调解员的共同努力，以及省消委领导及对接人员的大力支持。在此，我表示衷心感谢！

做好新时代调解工作责任重大、使命光荣。当前消费领域新业态、新模式不断涌现，纠纷类型日益复杂，这对我们调解工作提出了更高要求。我们要不断学习新知识、掌握新技能，提升应对复杂问题的能力。我相信，在省消委的领导下，我们携手并进、担当作为，定能开创调解工作新格局，让和谐之花开遍荆楚大地！

（上接第17页）

智慧维权体系的深入实践，结出了多方共赢的果实。在客户侧，我们的“心级服务”品牌美誉度持续提升；在企业侧，17个单位荣获省、市“消费维权先进单位”称号，更涌现出荣获中消协“年度人物”表彰的优秀员工。尤为令人欣慰的是，我们推出的“1元防诈包”等惠民服务，曾成功帮助一位武汉老人挽回了5万元经济损失，这正是我们工作价值最生动的体现。

下一步湖北移动将持续深化“社会共治”参与者的角色定位：一是深化平台应用，探索智能辅助

等在纠纷调解中的应用场景；二是优化诉前和解流程，进一步提升在线和解的体验与效率；三是强化源头防控，将诚信经营与合规要求嵌入产品研发、营销宣传全流程。

在此，我们将更加积极地拥抱和用好各级消委组织搭建的全国消协智慧315维权平台，主动承担消费维权主体责任，将消费纠纷化解在萌芽、诉解在平台。让我们同心协力，以实实在在的诚信经营与高效服务，共同擦亮“放心消费还是湖北”的金字招牌，为营造规范有序、安全放心的全省消费环境贡献力量！

“优服务”践行诉前和解机制 “强担当”维护消费者合法权益

中国移动通信集团湖北有限公司

湖北移动作为服务荆楚大地千万用户的通信央企，我们始终将维护消费者合法权益视为企业生存发展的基石和必须履行的社会责任。能够成为首批入驻全国消协智慧315平台、湖北消委投诉平台的企业，我们倍感光荣，更深知这是一份沉甸甸的信任与嘱托。

我们的核心理念是“数智驱动，以高效解纷促客户满意”。我们深刻认识到，在新消费时代，畅通、便捷、高效的维权渠道本身就是优质服务的重要组成部分。积极参与消费维权诉前和解机制工作，不仅是为了解决纠纷，更是我们践行以人民为中心发展思想、落实“以客户为中心”服务理念，是构建长期信任、实现企业可持续发展的必然选择。

围绕这一理念，我们重点构建了以三大平台为依托的“智慧维权”工作体系，让消费纠纷化解驶入“快车道”。

一、平台赋能，打造“一键直达、在线速解”的高速通道

我们高度重视权威维权平台的枢纽作用，将其作为倾听客户心声、改进自身服务的重要窗口。通过技术对接，我们打通了全国消协智慧315平台、湖北消委消费诉求多元化解系统与我公司内部客服系统的数据通道，实现了客诉信息的实时抓取、智能分发与处理进程全程可视化。这意味着消费者的投诉可以“一键直达”责任单位，我们则通过在线诉前和解机制，在线上完成接收、协商、和解的全流程，真正让“数据多跑路，消费者少跑腿”。我们将所有通过全国消协智慧315平台渠道流入的工单视

同升级投诉，建立专人跟踪、全程督办机制。截至2025年11月，我们通过该渠道已高效办结和解工单1019件，和解成功率高达98.53%，且全部实现按时限闭环，初步实现了“投诉在线化、纠纷快化解”的目标。

二、流程再造，构建“接诉即办、闭环管理”的响应机制

外部平台的顺畅运行，离不开内部流程的强力支撑。我们建立了“上下联动、横向协同”的快速响应机制，全面推行首问负责制与“专人专岗”闭环管理。我们明确要求对消费诉求做到“一分钟内响应、一个工作日内办结”，确保关键处理节点全程留痕、可追溯、可核查。在全省，我们已在132家核心营业厅挂牌建立了“12315消费维权服务站点”，将维权触点延伸到客户身边。这套从“收集、研判、整改到反馈”的完整闭环，旨在确保每一位消费者的合理诉求都能“事事有回音、件件有着落”。

三、数据反哺，践行“以诉促改、源头治理”的治本之策

我们坚持“处理一个投诉，解决一类问题”的思路，充分挖掘维权数据的宝贵价值。通过对平台客诉信息进行大数据分析，我们精准定位服务短板与产品盲区，并以此驱动前端的系统性优化。例如，针对套餐资费争议，我们开展了“明白办、放心用”专项清理，大幅精简在售资费套餐；针对流量提醒问题，我们优化模版与流程，相关有责申诉率同比下降超25%。这些从投诉中溯源产生的改进措施，切实从源头减少了潜在纠纷的发生，形成了“维权-改进-预防”的良性循环。（下转第16页）

“3·15金秋购物节”践行服务初心 “六好”标准筑牢发展根基

宜昌北山商业连锁有限责任公司

今天，我想围绕“社会共治”这一主题，汇报北山超市作为两届“3·15金秋购物节”的深度参与者，如何将自身发展融入消费维权大局，以及在践行“六好”标准、构建放心消费环境方面的探索与实践。我们的心得是企业不仅是市场的主体，更是社会共治网络中连接消费者、消委组织与市场生态的关键节点和行动先锋。

一、从“两争”承诺到“共治”担当

北山超市自1996年创立之初，便将“诚信”刻入企业基因，创始人提出了“争做全市无假货卖场，争做全市最低价卖场”的朴素初心。这份初心，历经近三十年市场洗礼，已升华为“坚守品质与安全，坚定真诚与善良”的经营理念，以及“员工幸福，顾客满意，社会认可”的企业愿景。

正是基于这份长期主义的价值追求，我们视“3·15金秋购物节”为一项极具重要意义的机遇。对我们而言，它绝非简单的短期促销活动，而是一个履行社会责任、接受公众检验、锤炼品牌信誉的综合性平台。作为首批参与企业，我们深感这不仅是一份荣誉，更是一份沉甸甸的责任和来自消协组织及广大消费者的信任。我们认识到，在“社会共治”的宏大格局中，企业不能缺席，更应主动作为。通过购物节，我们努力将“诚信经营、放心消费”从内部口号，转化为消费者可感知、可检验、可受益的公开承诺与具体行动，积极扮演好共治体系中的“企业角色”。

二、构建以“六好”为核心的共治行动框架

“3·15金秋购物节”提出的“诚信好、质量

好、性价比好、体验好、服务好、投诉处理好”的“六好”目标，为我们提供了清晰、可操作的行动指南。我们围绕这六个维度，系统性地构建了企业内部的全链条保障体系，确保消费者权益保护工作落到实处、见到实效。

（一）筑牢“质量”与“诚信”的生命线，夯实共治根基。我们深知，质量与诚信是社会共治的基石，也是企业生存的底线。为此，我们内部严格执行“质量一票否决制”，这是一条不容触碰的红线。在采购环节，我们建立严格的供应商准入与商品审核机制，确保源头可溯、证照齐全、符合国标。在运营环节，我们建立了覆盖从仓储、配送到上架、销售的全流程质量反馈与追溯系统，通过“营采联动”快速响应并解决任何潜在问题。我们还将“诚信”体现在价格上，始终坚持“实折实扣，明码实价”，坚决杜绝“先涨后降”的价格陷阱，通过规模化集采和供应链优化，将真正的实惠带给消费者。

（二）注入“体验”与“服务”的人文温度，丰富共治内涵。我们相信，社会共治追求的不仅是秩序的规范，更是消费环境整体满意度的提升。因此，我们着力于打造有温度、有文化、有乐趣的消费体验。在金秋购物节期间，我们精心策划了一系列主题服务：一是文化赋能，举办“中秋猜灯谜”等活动，巧妙融入地方民俗元素，将购物场所变为传播传统文化的温馨课堂。二是情感联结，开展“亲子趣味DIY”活动，关注家庭消费单元，营造和谐欢乐的亲子互动场景，传递健康的消费观念。三是痛点攻坚，针对中秋期间异地寄送礼品的民生需

求，创新推出“心意千里免费邮寄”服务，主动为消费者分忧，让商业服务承载更多情感关怀。这些举措，让我们的服务超越了简单的交易，成为连接情感、服务民生、促进和谐的纽带。

（三）创新“投诉处理”的机制与诚意，畅通共治渠。高效的纠纷化解机制是社会共治能否顺畅运行的关键环节。我们致力于让维权通道更便捷、处理更高效、结果更暖心。

机制上，我们积极响应号召，成为全省首批公开、全面落实“线下购物七天无理由退货”承诺的单位之一，并大力推行“上门退换货”及异地异店退换服务，目标是“让退货比购物更便捷”。

流程上，我们建立了“首问负责、限时闭环”的快速响应机制，并开通线上投诉专属渠道。我们设定内部硬性标准：一般客诉门店2小时内处理，超时未决则4小时自动升级至店长，6小时直达总部督办，确保消费者诉求“诉得快、有人管、能解决”。

理念上，我们最具特色的做法是设立“顾客投诉奖”（内部“顾客委屈奖”），对于提出宝贵意见和建议的顾客给予奖励。这并非噱头，而是我们主动接受监督、将每一次投诉视为改进服务宝贵机会的真诚姿态。我们坚信，认真对待并妥善解决一

个投诉，往往能赢得一群顾客信任。

三、信任是共治成果，也是前行动力

通过持续参与金秋购物节并践行上述体系，我们深切体会到消费者的信任，是企业参与社会共治所获得的最宝贵“回报”，也是最强大的发展动力。这份信任，也让我们收获了湖北省“放心消费创建示范单位”等荣誉。

展望未来，北山超市将继续在宜昌市消委及各级部门的指导下，坚守初心，不断完善自身。我们将把购物节期间形成的良好机制常态化、制度化，持续优化商品质量、服务体验与维权效能，积极入驻全国消协智慧315平台，探索更便捷的消费纠纷在线解决方式。

在此，我们也由衷地倡议：希望全省更多的商业同仁，能以“3·15金秋购物节”等活动为共同纽带，主动担当，积极作为。让我们共同坚守诚信底线，共同优化消费体验，共同完善维权机制，将企业自身的规范发展，深度融入消费维权社会共治的大局之中。唯有如此，我们才能合力筑牢“放心消费”的坚实基础，真正让消费者敢消费、愿消费、乐消费，共同为经济社会的高质量发展注入蓬勃、持久的消费动能。

汉川市消费者服务中心再次荣获“优胜单位”

文/章志军

2月28日，从汉川市三级干部大会上获悉，汉川市消费者服务中心获评“优胜单位”，连续两年荣获此称号，并受到汉川市委、市政府通报表扬。

2025年以来，汉川市消费者服务中心坚持以人民为中心发展思想，紧扣“共筑满意消费”消费维权年主题，凝聚社会力量，开展“放心消费在汉川”系列活动，优化消费环境，激发消费活力，为地方经济高质量发展注入强劲动能。相关经验做法在孝感市政府

专题会议及全省消费维权业务培训班上交流，《人民日报》、《湖北日报》等媒体进行报道。

迈入“十五五”新征程，汉川市消费者服务中心将紧扣2026年“提升消费品质”消费维权年主题，聚焦消费维权热点难点，开展消费纠纷诉源治理，畅通消费投诉举报渠道，切实保障消费者合法权益，维护市场公平交易秩序，营造诚信、安全、放心的消费环境。

高标准创建维权工作站 新局面开创维权新格局

荆州市好邻居商贸有限公司

“好邻居”公司自2000年创立以来，二十五载深耕荆楚大地，现已发展63家直营门店，全力打造“一个好邻居，幸福一座城”，恪守“真品为真心，真心换真情”的企业宗旨，践行“品质、服务、满意、微笑”的服务信念，努力让“好邻居”这三个字成为提升消费者日常生活的幸福感与安全感。

总公司售后服务体系在荆州市消委指导下，建立了企业消费维权工作站，维权平台网络覆盖荆州、仙桃、石首、枣阳等各分公司区域，直接服务近百万城乡居民。在长期经营实践中，我们深刻认识到做好消费维权工作重要性，不仅是对法律法规的基本遵循，更是企业实现可持续发展的生命线，是我们在新时代履行社会责任、赢得消费者信任的必由之路。

为此，我们高标准推进企业消费维权工作站建设，将其定位为“三大平台”：连接企业与消费者的沟通平台、公司品牌声誉的守护平台、参与消费维权社会共治的重要平台。消费维权工作站由副总经理直接分管，实行跨部门协同运作机制，秉持“维权前置，服务升温”、“投诉是礼物，改进是动力”的工作理念，全力推动消费纠纷化解在源头、解决在门店。

下面，我将从三个方面具体汇报工作站的建设实践：

一、筑牢维权工作机制，构建权责明晰的售后体系

我们着力构建系统化、规范化的消费维权工作

机制，确保工作有序推进、责任落实到位、售后服务体系完备。

一是健全制度体系，让维权工作“有章可循”。建立了包括快速响应机制、首问负责制、先行赔付制度、溯源整改流程等在内的完整工作规程。特别是在全省率先推行“消费纠纷先行赔付”制度，设立专项保障基金，确保符合条件的消费投诉能够得到及时、妥善的处理。

二是实行标准化服务，让维权体验“规范统一”。制定并严格执行《客户服务标准用语规范》、《投诉处理时限承诺标准》、《赔付标准实施细则》等内部标准。在所有门店统一公示维权服务电话、处理流程、责任人信息，确保消费者在任何一家门店都能享受到同等标准、同等质量的维权服务。

三是强化内部管控，让维权效能“持续提升”。建立投诉数据与商品质量评估、供应商管理、部门及员工绩效考核紧密挂钩的联动机制。通过“日汇总、周分析、月研判”的数据析因制度，形成“发现问题-深入分析-精准改进-持续提升”的螺旋式上升管理闭环，实现源头治理、系统优化。

二、优化工作流程，打造便捷高效的维权闭环

我们持续优化维权处理流程，致力于为消费者提供便捷、高效、温暖的维权平台。

一是畅通维权渠道，确保“诉求有门、维权有路”。在分公司门店高标准建设“消费维权服务站分站”，全部入驻“全国消协智慧315平台”，实现

“六个统一”：统一标识、统一流程、统一标准、统一培训、统一考核、统一公示。线上通过全国消协智慧315平台、湖北消委投诉平台、12315平台ODR机制受理，线下通过各门店实行集中管理、闭环处理，确保消费者通过任何一个渠道提出的诉求都能得到及时响应和妥善解决。

二是提升处理效能，践行“快速响应、优质解决”。严格执行“24小时内响应、48小时内形成解决方案、72小时内完成处理”的时限承诺。对于普通小额消费纠纷，我们创新推行“3分钟内受理，60分钟内办结”的快速处理模式。近年来，我们的消费投诉按时办结率保持在98.5%以上，消费者满意度达到90.6%。

三是创新服务举措，体现“主动担当、诚意服务”。我们在严格遵守法律法规的基础上，主动拓展服务承诺的广度与深度，全面推行“七天无理由退换货”制度。特别设立200元“服务投诉奖”，鼓励消费者积极维权。通过这一系列创新举措，我们切实让消费者感受到好邻居公司的诚意与担当。

三、创新维权新举措，建设智慧维权平台

我们在维权工作中持续探索创新维权举措，推动维权工作向智能化、精准化、人性化方向发展。

一是强化技术赋能，推动“智慧维权”。我们充分运用“全国消协智慧315平台”，实现消费投诉的智能分流、自动提醒、实时跟踪。通过对全国消协智慧315平台、湖北消委投诉平台、12315平台ODR投诉数据进行深度挖掘和分析，我们能够精准识别共性问题 and 潜在风险，实现维权工作从“被动应对”向“主动预警”、从“事后处理”向“事前预防”的转变。

二是推进服务前置，实现“未诉先办”。我们作为一家企业维权工作站，联动辖区相关部门，创新开展“消费课堂进社区”、“产品使用指南视频

化”、“满意度定期回访”等活动，将维权工作关口前移，主动普及消费知识，化解潜在消费矛盾。特别是在新品上市和促销活动期间，我们会提前进行消费风险研判，制定应急预案，确保消费者权益得到全方位保护。

三是深化社会协同，共建“共治格局”。我们积极参与行业协会标准制定，主动与消委组织、相关部门建立“绿色通道”维权机制，定期邀请消费者代表参与“开门办站”活动。同时，我们坚持开展每月一次的全系统自查自纠，每年两次的第三方神秘客调查，自觉接受社会监督，将外部压力转化为内生动力。

通过高标准推进企业消费维权工作站建设，我们取得了显著成效：近三年来，客户满意度从78%提升至90.6%，投诉和解率从70%提升至94.2%，重复投诉率下降63%。我们先后荣获“放心消费示范单位”、“消费者满意单位”等荣誉称号。更重要的是，我们深刻体会到：只有真心把消费者的“小事”当成企业的“大事”，把每个投诉都视为改进的契机，社会共治的道路才能越走越宽广，企业的根基才能越扎越牢固。

展望未来，好邻居公司将重点推进三个方面的工作：一是积极探索企业维权工作站入驻全国消协智慧315平台和湖北消委投诉平台，参与在线纠纷解决机制，打造“指尖上的维权工作站”；二是建立更加透明、开放的品质公示体系，让消费者“看得明白、买得放心”；三是深化与消委组织的协作配合，共同开展消费教育引导活动。

在此，我诚挚倡议广大企业同仁，让我们携手并肩，将消费者权益保护深度融入企业经营服务全过程，以实际行动践行“消费者至上”的理念，为构建更加安全、放心、舒心的消费环境，为推动经济社会高质量发展贡献力量！

精工细作铸就“荆楚放心礼” 产品质量赢得消费者信任榜

鄂州市东塔食品工贸有限公司

作为“荆楚放心礼”企业，我们始终将维护消费者权益、打造让消费者放心满意的产品视为企业的法定责任和生命线，坚信这是构建持久消费信任、实现企业可持续发展的核心基石。

一、坚守初心，以文化传承铸就“放心之魂”

我们秉持“品质为基，信誉为魂，守护‘湖北味道’”的核心理念。武昌鱼，不仅是美味食材，更是深厚的荆楚文化载体——从三国时期孙权建都鄂州（古称“武昌”）时的“贡品”，到苏轼笔下“长江绕廓知鱼美”的赞叹，再到毛主席“才饮长沙水，又食武昌鱼”的传世佳句，其本身便是一部流动的历史。这份跨越千年的文化积淀，让我们深刻认识到，东塔食品生产的武昌鱼，承载的不仅是舌尖上的味道，更是湖北的诚信与品质形象。加入“荆楚放心礼”体系，正是要将消费者权益保护意识深度融入品牌血脉，让每一份出自我们之手的產品，都成为承载匠心、传递信任、有温度、可放心的“荆楚好礼”。

二、机制筑基，构建三维一体协同共治防线

为确保“放心”承诺落到实处，我们着力构建了“品控+维权+监督”三位一体的质量保障与消费维权体系：

一是全链条品控，筑牢安全根基。我们严格对标并力求超越“湖北精品”标准。原材料精选自梁子湖生态养殖区的优质武昌鱼，引入自动化生产线，建立标准化操作流程。产品需历经低温腌制、自然风干、秘制卤煮、高温杀菌等多道核心工序，

且必须通过企业自检、第三方权威机构抽检、上市前终检三重质量关口，确保从源头到成品的安全、优质与稳定。

二是高效率维权，提升消费满意度。企业内部严格执行“首问负责制”和“快速响应机制”，公开承诺对消费者的合理诉求做到24小时内响应、48小时内给出初步处理方案并积极推动解决。曾有一位外地顾客反馈产品口味与预期略有差异，我们不仅立即补寄新品并真诚致歉，更将其意见视为宝贵资源，据此优化了产品配方，最终成功将其转化为品牌的忠实拥护者。这让我们坚信，妥善处理投诉是维护信誉、赢得信任的契机。

三是全方位监督，借力社会共治。我们主动接入全国消协智慧315平台、湖北消委投诉平台、（12315ODR）机制，积极配合省市消委组织的各类监督调查与消费体察活动，自觉将外部监督反馈转化为驱动产品迭代升级、服务优化完善的内生动力。这正是消费维权社会协同共治理念在我们企业的具体实践与生动体现。

三、创新赋能，让“放心消费”体验更有温度

在坚守品质底线的基础上，我们通过传承与创新，不断提升消费者的获得感与满意度：

一是工艺创新。在继承楚菜非遗制作技艺精髓、保留传统风味的同时，积极引入现代食品加工技术与设备，有效提升了产品品质的稳定性与安全性，让武昌鱼制作技艺这项非物质文化遗产在新时代焕发出更加旺盛的生命力。

二是服务延伸。在产品包装内附上精心编写的食用指南和蕴含武昌鱼文化的简介手册，让消费者在享受美味的同时，也能了解其背后的历史故事，实现“品其味，知其源”，增强消费的文化体验感。

三是产品多元。密切关注市场变化与消费需求，针对年轻群体和便捷化消费趋势，成功研发并推出了休闲风味鱼块、即食软罐头等系列新产品，有效满足了不同场景下的消费需求，拓宽了市场边界。

四、共治成效，用数据彰显协同发展成果。

在消费维权社会共治理念的引领和各级消委的指导帮助下，企业发展取得了切实成效。自入选“荆楚放心礼”以来，借助该平台整合的“供销荆选”商城推广、高德地图“放心礼”点位导航等资源，销售渠道得到有效拓展，预计2025年销售额将实现同比增长20%；产品已覆盖全国市场，成为许多企事业单位年节采购的“长情”选择，客户复购率显著高于行业平均水平约25个百分点，消费者满意度调查稳定在98%以上，所有投诉办结后的回访满意度达到100%。这些数据的背后，是“社会协同

共治”模式优化消费环境、激发市场活力的有力证明。

面向未来，东塔食品将矢志不渝，持续深耕。充分依托鄂州花湖国际机场的全球物流枢纽优势，进一步拓宽产品销售半径，让“荆楚放心礼”游向更广阔的世界。深度挖掘并融入荆楚文化元素，让产品不仅美味安全，更富有“文化质感”与“人间烟火气”。持续升级消费者维权与服务保障体系，积极探索适用于线上渠道的快速纠纷调解、先行赔付等创新机制，积极响应并参与“放心消费还是湖北”的各项行动。

借此机会，我谨倡议在座的各界同仁：让我们共同珍惜和维护“荆楚放心礼”这一金字招牌，以诚信经营为根本，以卓越品质为核心，以社会协同共治为路径，将消费者权益保护工作深度嵌入企业经营管理全流程。

一条武昌鱼，承载千年风韵；一份“放心礼”，凝聚共治初心。让我们以此次培训为新的起点，用精益求精的工匠精神筑牢信任基石，用真诚守信的商业实践书写满意答卷，共同为持续优化湖北消费环境贡献力量！

（上接第25页）

同时，我们也在探索通过组织“工地开放日”、工艺技能竞赛、发布“放心家装企业”名录等方式，主动向消费者展示优质工艺和诚信服务，变“口碑危机”为“信任契机”，增强消费者对正规家装企业的辨识度和信任感。

通过上述体系的持续运行，我们的工作取得了一些初步成效。2025年以来，协会直接参与协调处理的重点家装投诉纠纷均已得到妥善办结。更为重要的是，通过市长高位推动、部门联动发文（如《黄冈市室内装饰装修市场监管工作机制》的印

发），长期困扰行业的监管职责不清问题得到初步理顺，一个“消委牵头、部门联动、协会参与”的共治格局正在黄冈加速形成。这不仅是解决了几起投诉，更是为行业长远健康发展奠定了制度基础。

展望未来，我们在黄冈市消委及相关部门的指导下，不断完善自身。下一步，我们计划，一是深化数据应用，分析投诉热点，开展更具针对性的消费提示和行业培训；二是配合推动行业诚信体系建设，探索建立企业信用档案；三是大力普及规范合同，减少合同纠纷；四是探索更便捷的在线纠纷解决模式。

以“七天无理由退货”为起点 创“放心消费”新环境

湖北午时药业股份有限公司

我们深刻认识到，在社会协同共治消费维权格局下，企业扮演的角色至关重要。我们不仅是法律法规的遵循者，更应是消费生态的主动建设者和诚信价值的坚定赋能者。对我公司而言，全面落实并主动提升“七天无理由退货”标准，绝非一项被动的合规任务，而是一项关乎长远发展的“信任前置”战略部署。我们将其视为构筑持久消费信任的基石，视为企业实现高质量发展的生命线工程。

一、深刻认识“无理由退货”的重要意义

午时药业深耕大健康领域近五十载，始终恪守“品质即生命”的核心理念。旗下“金银花露”等产品能够入选“荆楚放心礼”，赢得市场的广泛信赖，其根本源于我们对产品全链条质量与安全的不懈追求与极致把控。

我们将“七天无理由退货”定义为“倾听市场最真实声音的窗口”和“驱动内部持续优化升级的引擎”。通过这一机制，我们能够更直接、更迅速地感知消费体验的痛点与期待。

二、构建让承诺坚实落地的“三重保障”

为确保“无忧退货”的承诺不止于口号，而是转化为消费者可感、可知、可信的体验，我们系统构建并持续完善了以下三重保障机制：

一是制度标准保障，让规则清晰透明。我们依据《消费者权益保护法》和中国标准化研究院出台的《售后服务 无理由退货服务规范》，制定了远比通用要求更为细致、更具操作性的内部《无忧退货服务细则》。该细则明确界定了“商品完好”的具体情形，明确了无理由退货条件、退货流程、服务

监督与评价等进行了规范，合理划分了退货运费承担规则，并郑重作出了“1小时内响应受理，12小时内完成退货退款”的限时办结承诺。透明的规则，消除了双方的模糊地带，让消费维权过程有章可循、高效公正。

二是流程闭环保障，让体验畅通无阻。我们致力于打造线上线下一体化、全渠道贯通的闭环服务体系。公司不仅开通了400服务专线、官方公众号、线上商城等自有渠道，还主动入驻“全国消协智慧315平台”及“湖北消委投诉和解平台”，自觉将服务置于社会监督之下。通过技术整合，实现了消费者无论通过何种渠道购买、通过哪个平台投诉，均能“一入口进入、全流程跟踪、一体化办结”，确保维权路径畅通无阻，进度实时可查。

三是协同赋能保障，让数据反哺成长。我们建立了常态化的客诉数据月度分析研判机制。客服部门处理的每一个退货案例，其背后反映的产品包装设计、使用说明清晰度、消费预期匹配度等问题，都会被系统梳理、分类，并定期向研发、生产、品质、营销等前端部门反馈。这推动公司实现了从“事后处理投诉”到“事前预防问题”的深刻转变，真正做到了“化解一个纠纷，优化一类流程，提升一层管理”，让消费者的反馈成为企业产品迭代与服务升级最宝贵的战略资源。

三、在标准之上延伸服务的“温度”与“智慧”

在夯实基础服务流程的同时，我们也在积极探索如何让服务更具温度、更显智慧：

（下转第30页）

打造协同共治枢纽 创新行业维权机制

黄冈市装饰装修行业协会

家装消费，关乎千家万户的幸福安居，其维权工作不仅是解决个体纠纷，更是提振消费信心、促进行业健康发展的关键环节。我们深知责任重大，始终致力于将维权工作站打造成连接消费者、经营企业、政府部门与行业协会的枢纽平台，努力推动形成企业自治、行业自律、政府监管、社会监督的良性共治生态。

我们的工作理念，可以概括为“行业维权，主动担责，做行业健康形象的守护者”。我们认识到，被动应对投诉只是治标，主动规范行业方能治本。为此，我们着力推动工作从末端调解向前端预防、从事后处置向全程服务转变，力求将矛盾化解在萌芽状态。

在工作机制上，我们着力构建了一套系统化、协同化的运作体系：

第一，织密“协同共治”网络，凝聚多元合力。

我们坚信，单打独斗难以根治行业顽疾。在黄冈市消委和市场监督管理局的支持下，我们建立了常态化联动机制。2025年5月，针对一系列家装投诉，市委副书记、市长刘洁同志亲自主持12345市长热线现场办公会，明确指出要“多方联动，依法依规化解纠纷”。这为我们指明了方向。我们迅速行动，一是积极对接行政资源，与市建设工程市场与定额服务中心等部门紧密协作，联合现场办公、联合外出考察（如赴黄石学习先进管理经验），共同研判问题、制定规范。二是积极引导会员企业入驻“全国消协智慧315平台”，探索纠纷在线和解。三是组建专业支撑力量，依托协会专家委员会，为复杂的装修质量、工艺标准争议提供专业鉴定意见，

提升调解的专业性和公信力。

第二，优化“闭环处理”流程，确保案结事了。

我们规范了从投诉受理、现场勘验、责任认定、督促整改到结果回访的全流程管理。对于每一起来电、来访或平台转办的投诉，我们都力求快速响应、实地查清、公正调解。更重要的是，我们建立了有效的“诉转案”衔接机制。对于在调解中发现的涉及虚假宣传、合同欺诈、使用不合格材料等明显违法行为，我们坚决固定证据，及时移交给市场监管部门立案查处。这一机制形成了强大的法律威慑，让诚信守法者受到保护，让违法失信者付出代价，从根本上净化了市场环境。

第三，强化“主动干预”措施，推动源头减量。

我们努力变“被动灭火”为“主动防火”。一方面，以案释法，警示一片。我们定期整理剖析典型投诉案例，通过协会公众号、行业会议等渠道公开发布，明确“红线”与“底线”。例如，针对近期集中出现的合同纠纷问题，我们配合主管部门，推动规范合同文本的使用。另一方面，聚焦问题，专项治理。2025年6月以来，我们积极配合市资建局等部门，参与启动了为期半年的市区住宅室内装饰装修领域突出问题专项治理行动，目前正推动企业开展自查自纠，后续将开展联合现场检查，实现“解决一个、规范一类、治理一行”的效果。

第四，探索“正向引导”路径，重塑行业形象。

除了处理纠纷，我们更致力于树立行业正面标杆。我们积极配合主管部门，着力培育优质市场主体，计划培育和引进一批产值高、信誉好的龙头标杆企业，发挥其示范引领作用。（下转第23页）

全省消费纠纷诉源治理效能提升交流活动在黄石成功召开

12月23日下午，全省消费纠纷诉源治理效能提升现场交流活动在黄石市举行。省消委秘书处相关负责人，黄石、咸宁、潜江市市场监管局分管局领导及部分市州消委秘书长参加。本次活动旨在交流经验、凝聚共识，探索跨区域跨部门协作路径，推进消费纠纷源头降诉及消费环境共建共治，助力“放心消费还是湖北”品牌建设。

会上，通报了2025年全省诉源治理工作情况。全省消委系统以《湖北省优化消费环境三年行动方案（2025-2027年）》为遵循，践行“一三五”维权机制，通过精准研判、合规指导、压实责任、跟踪问效推进治理。数据显示，1-10月全省消委投诉总量同比下降4.49%，调解成功率提升8.38个百分点，文艺演出、通信服务等重点领域投诉量大幅下降，其中文艺

演出投诉降幅达48.47%。

市州代表分别进行了经验分享。黄石聚焦育婴行业，发布《黄石市母婴护理（月嫂）服务合同（示范文本）》，推行月子中心“七天无理由退订”做法，夯实前端预防基础；十堰搭建跨部门联动机制，高效化解复杂纠纷；襄阳探索智慧维权模式，打通维权“最后一公里”；宜昌联合行业、行政部门探索协同共治路径；荆州推动消费维权从“被动应对”向“主动防控”转型，实现消费投诉减量与消费环境优化；咸宁结合产业发展，推动鄂蒙消费维权机制建立与落地；潜江成立“消费纠纷调解委员会”，延展消费维权直属队伍，实现“一升两降”，成效显著。

省消委秘书处相关负责人总结指出，2025年全省诉源治理构建清晰路径、显现实效，但仍存在治理覆盖不足、长效机制不健全、地区发展不平衡等问题。2026年将重点推进四方面工作：一是深化治理范围，延伸至“一老一小”、预付消费等重难点领域；二是固化治理成果，推广合同示范文本；三是强化协同联动，健全跨部门协作机制；四是赋能智慧治理，深化大数据应用。

此次活动搭建了全省消费纠纷诉源治理经验共享平台，与会代表表示将转化交流成果，深化本地诉源治理，持续优化消费环境，提升品牌影响力，为全省经济社会高质量发展助力。



咸宁市茶行业消费纠纷溯源治理经验交流：

溯源筑基 共治护茶

构建咸宁茶行业消费纠纷溯源治理新生态

咸宁作为“中国青砖茶之乡”“中国桂花茶之乡”，是我国三大茶马古道源头之一，茶产业已成为联结生态、文化与消费的特色支柱产业。目前全市茶叶基地面积达51.18万亩，年产茶总量7.81万吨，全产业链综合产值超130亿元，拥有各类茶叶加工企业154家。近年来，咸宁市消委会以溯源管理为核心，深耕诉源治理，构建“源头可溯、纠纷可解、风险可控”的治理体系，有效守护了“咸宁茶”公共品牌信誉与消费者合法权益。

一、目前溯源治理情况

（一）构建“三位一体”溯源体系，从源头防控风险

联合市场监管、农业农村等部门，以“标准+技术+监管”为支撑，搭建全链条溯源管理机制。在生产环节，依托“鄂食安”平台推行茶产品“一品一码”溯源，推动赤壁青砖茶等重点品类生产企业100%赋码，赤壁市已构建涵盖6个子体系16小类的104项标准体系，将溯源纳入全产业链规范，消费者扫码可查原料产地、加工流程、检验报告等信息，实现“从茶园到茶杯”全程追溯。在流通环节，推动32家龙头茶企纳入“放心消费承诺码”管理，在商超、电商平台同步展示溯源信息与承诺内容，消费者扫码即可投诉维权。在监管环节，依托专业检测机构强化质量管控，对潜在问题产品通过溯源系统倒查生产流通责任链条，实现“抽检-溯源-查

处”闭环。

（二）建立“多元联动”处置机制，高效化解纠纷

针对茶行业纠纷专业性强、责任界定难等特点，构建“消委会+部门+协会+企业”四方联动机制。联合市市场监管局、茶叶协会在赤壁青砖茶产业园、桂花茶示范基地等设立茶行业消费维权服务站，吸纳52名茶艺师、评茶员、法律专家组成专业调解团队。针对2025年3月消费者投诉某视频平台购买的枇杷花茶未标注“不适宜儿童饮用”警示标识问题，通过溯源码快速锁定生产与销售主体责任，推动涉事商家完成退款处置，此类标签争议纠纷处理时间压缩至1.8天。针对网购茶叶品质不符、包装破损等高频投诉，推动128家茶企入驻“湖北315消费投诉和解平台”，实现线上投诉、云端调解、快速理赔，线上和解率达85%。同时，响应鄂蒙两地“羊来茶往”产业融合需求，在省消委支持下，落实鄂蒙四市（盟）合作协议，建立了跨区域消费维权“绿色通道”，畅通异地投诉受理、协同处置渠道。

（三）强化“靶向宣传”引导，筑牢共治防线

坚持“预防为主”，聚焦消费痛点开展精准宣传。结合“3·15”“茶文化节”等节点，开展“茶文化进社区、进景区、进企业”活动，发放《茶叶消费维权指南》6万余份，重点讲解标签标识解

荆楚维权

读、溯源查询、维权途径等知识；联合内蒙古消协开展跨区域消费教育，发布蒙汉双语消费提示，助力赤壁青砖茶在蒙市场规范流通。联合茶叶协会开展“诚信经营培训”，覆盖茶企负责人、销售人员300余人次，强化《消费者权益保护法》《食品安全法》宣贯，明确标签标注、宣传承诺等合规要求，从经营者端减少纠纷诱因。特别是结合《咸宁桂花茶产业发展三年行动方案（2025-2027）》，重点开展品牌培育与消费维权同步宣传，助力桂花茶产业发展目标落地。

二、溯源治理下一步工作设想

（一）深化数字化溯源，构建智慧治理平台

升级茶行业溯源管理系统，对照《咸宁市茶产业“十四五”发展规划》要求，2026年底前实现全市154家茶叶加工企业、重点茶叶电商100%接入，新增“原料检测数据上传”“消费评价反馈”功能模块，打通生产、流通、消费数据链路。开发咸宁茶叶消费维权小程序，整合溯源查询、投诉举报、纠纷调解、先行赔付等功能，实现“扫码投诉、一键溯源、在线定损”。依托鄂蒙合作框架，推动两地溯源数据互通、检测标准互认，为跨区域纠纷处置提供数据支撑。建立茶行业消费纠纷大数据分析库，每季度研判标签争议、品质不符等热点问题，形成风险预警报告，为监管决策与企业改进提供支撑。

（二）完善标准规范体系，强化源头治理

联合市场监管、农业农村部门及茶叶协会，优化《咸宁桂花茶》《青砖茶加工技术规范》等标准，明确标签标识、品质分级、适宜人群标注等强制性要求，重点解决“无不适宜人群警示”“宣传与实际品质不符”等突出问题。结合跨区域销售需求，规范蒙汉双语标签标注要求，推动“咸宁茶”集体商标使用管理规范化，将溯源覆盖率、纠纷处理率等纳入授权使用考核，对违规企业实行商标禁

用惩戒。开展“计量诚信示范店”创建，在茶叶市场、商超推行计量器具定期检定公示制度，严厉查处“缺斤短两”违法行为。

（三）健全社会共治格局，凝聚治理合力

深化“消委会+部门+协会+公众”协同机制，每半年召开茶行业消费维权联席会议，共享投诉数据、会商治理难点；持续深化鄂蒙四市（盟）协作，扩大跨区域维权服务站覆盖面，提升异地纠纷协同处置效能。壮大茶行业维权志愿者队伍，吸纳退休干部、评茶专家、媒体记者等组建25支专业志愿服务队，开展市场监管、纠纷调解辅助、消费教育等工作。推动建立茶行业诚信评价体系，将溯源落实情况、抽检结果、投诉率等纳入评价指标，实行“红黑名单”制度，对严重失信企业实施联合惩戒，助力培育更多省级、国家级农业产业化龙头企业。

（四）强化法治保障，提升治理规范化水平

推动制定《咸宁市茶行业消费纠纷诉源治理工作规范》，明确溯源证据效力、调解程序、赔偿标准等，提升纠纷处理规范化水平。加强调解员专业培训，重点开展茶叶品质鉴别、食品安全标准、溯源系统操作等技能培训，每年培训不少于6次，打造专业化调解队伍；开展鄂蒙两地调解员交流学习，提升跨区域纠纷处置能力。探索茶行业消费民事公益诉讼，针对群体性食品安全问题、虚假宣传等行为，依法提起公益诉讼，维护广大消费者合法权益，为茶产业全产业链综合产值持续增长保驾护航。

下一步，咸宁市消委会将继续以溯源治理为核心，持续深化跨区域协作，不断创新举措、完善体系，着力构建政府监管、企业自律、社会监督、公众参与、法治保障的社会共治新格局，为推动咸宁茶产业做大做强、保障消费者“舌尖上的安全”作出新的更大贡献！

襄阳市消费纠纷诉源治理工作经验交流：

整合维权资源 深化源头治理 全力构建消费维权社会共治体系

襄阳市消委深入贯彻落实省委省政府关于优化消费环境的决策部署，紧紧围绕《湖北省优化消费环境三年行动方案（2025-2027年）》目标任务，聚焦消费纠纷源头预防与高效化解，积极探索维权资源整合路径，持续深化社会协同共治，着力构建多元、联动、高效的消费维权新格局。

一、坚持政府主导，高位推动治理合力。

始终将消费维权工作置于全市经济社会发展大局中谋划推进，强化政府统筹，压实各方责任。一是健全高位推进机制。市政府连续七年召开全市消费维权工作会议，将消费者权益保护纳入重要议事日程。建立并落实消费维权工作年度报告和集中公示制度，组织市场监管、文旅、住建等20个职能部门每年通过市政府门户网站公开年度维权工作报告，主动接受社会监督，倒逼履职尽责。二是深化环境共建共治。每年专题召开提升城市消费者满意度工作推进会，分管市领导部署工作，精准分析短板弱项，明确提升路径，推动形成“政府主导、部门联动、齐抓共管”的消费环境建设格局。三是强化权威发布引导。市政府建立常态化消费维权信息新闻发布制度，每年“3·15”期间集中发布全市消费维权白皮书、年度十大消费热点及典型案例，展示维权成果，传播维权知识，营造崇尚诚信、理性维权的浓厚社会氛围。

二、畅通多元渠道，延伸基层共治网络。

着力打通维权“最后一公里”，拓展线上线下融合的纠纷化解通道。一是夯实智慧平台基础。全

力推进“全国消协智慧315平台”和“湖北315多元化解平台”应用，打造线上纠纷“速裁通道”。目前，全市累计入驻“双平台”企业达5540家，通过平台受理并流转投诉10926件，推动大量一般性纠纷在企业端快速直处、线上和解。二是激活社会调解力量。面向社会公开遴选33名具备专业知识、热心公益的律师、记者、行业专家，组建线上特聘调解员队伍，参与复杂疑难纠纷调处。持续深化线下实体店“七天无理由退货”承诺活动，2025年新增承诺单位406家，全市动态参与企业累计达1600家，以承诺促诚信、减纠纷。三是赋能企业主体责任。通过线上线下多种形式，加强对经营者的培训指导。年内组织参加省消委智慧平台应用培训，并专题举办全市消协系统、企业维权负责人、消费维权志愿者参加的线下培训班，参训125人次，着力提升企业自主化解纠纷的意识和能力，筑牢纠纷预防第一道防线。

三、深化协同联动，构建多维解纷体系。

积极搭建跨部门协作桥梁，推动形成优势互补、衔接顺畅的维权合力。一是深化“检消协作”。自2023年与襄阳市人民检察院建立协作机制以来，定期召开联席会议，在线索移送、支持诉讼、公益诉讼等方面深度合作。联合发布消费民事公益诉讼典型案例，共同签署知识产权保护协作机制，2025年已配合省消委推动4件知识产权类消费公益诉讼案件进入立案程序，提升了维权刚性。二是拓展“仲调、金调对接”。与襄阳仲裁委员会、襄

荆楚维权

阳市金融消费纠纷调解中心建立对接机制，规范案件移交、委托调解流程，为涉及合同履行、金融消费等专业纠纷提供仲裁、专业调解等多元化解决路径，实现了“调解”与“仲裁”、“行政调解”与“专业调解”的有效衔接。

四、融入区域联盟，提升跨域维权效能。

为破解异地消费维权难题，融入更广范围的维权协作网络。加入“湘鄂赣三省九市”“鄂豫皖大别山”区域消费维权联盟，建立跨区域纠纷协查、调处联动机制。近年来，依托联盟机制，联合孝感、安陆等地消委成功调解多起“全屋定制”合同纠纷，为消费者挽回损失超25万元。2025年12月，高效办结一起澳门特别行政区消费者网购商品质量纠纷案，在接到省消委、澳门消委会转办函后，迅速响应，仅用3个工作日便促成双方达成和解，商家全额退款1098元，获得了消费者的书面感谢，跨区域维权协作的效能得到充分体现。

五、聚焦源头预防，提升维权服务温度。

坚持调研先行、宣教并重，推动维权工作由事

后调处向事前预防延伸。一是开展靶向消费体察。围绕消费热点，2025年“五一”前组织文旅消费体察，形成专题报告获市领导批示；8月开展育婴行业消费调查，发布调查报告及消费提示，引导行业规范。二是助力企业合规发展。主动对接重点商圈和企业，如派驻骨干进驻天丽家居广场，提供维权培训、指导平台入驻等“上门服务”，助力企业完善内部投诉处理机制，降低合规成本。三是深化宣传教育引导。联合融媒体、金融、公安等部门，开展“3·15”金融消费保护等专题宣传活动，发布风险提示，提升消费者尤其是老年人等弱势消费群体的防范意识和维权能力。

消费纠纷诉源治理是一项系统工程，需要持续探索、久久为功。下一步，襄阳市消委将进一步深化多元化解机制建设，优化维权资源配置，强化跨领域、跨区域协同联动，不断提升消费纠纷源头预防和高效化解能力，为持续优化消费环境、擦亮“放心消费还是湖北”品牌贡献襄阳力量。

(上接第24页)

一是以技术赋能，提升响应效率与精准度。引入智能客服系统，高效解答80%以上的常规售后咨询；运用大数据分析模型，对退货率异常订单进行智能识别与预警，并主动介入关怀，将传统的被动响应模式部分转变为“主动预警、贴心服务”的新模式。

二是以诚意延伸，展现超越期待的责任担当。对于因消费者自身原因（如误购、口味偏好）产生的非质量问题退货，同样致力于提供人性化解决方案。

四、信任转化为企业与市场的双重价值

持续的投入与耕耘，已经结出初步的共赢果实：

一是客户关系更为稳固。自推行升级版“无忧退货”服务以来，公司核心产品的客户复购率提升约15%，售后服务综合满意度连续两年维持在98%以上的高位。

二是品牌美誉度持续攀升。更少的消费纠纷、更佳的用户口碑，使“午时药业，放心之选”的品牌形象日益深入人心。

三是内部管理迈向精益。通过退货数据的持续反哺，我们已成功优化了3类产品的包装设计，改进了2项产品工艺说明，从源头上有效降低了因信息不对称导致的误解与潜在争议，实现了管理效能的螺旋式上升。

宜昌市消费纠纷诉源治理工作经验交流：

筑牢源头治理基石 共建满意消费宜昌

宜昌市消费者委员会深入贯彻落实省委省政府关于优化消费环境的决策部署，严格对标《湖北省优化消费环境三年行动方案（2025-2027年）》及省局“一三五”消费维权工作机制要求，将消费纠纷源头治理作为提升维权效能、优化消费环境的核心工程，聚焦“一老一小”等重点民生领域，积极探索实践，努力构建预防在前、调解优先、多方联动的治理新格局。

一、坚持高位统筹，构建协同联动“一盘棋”格局

消费纠纷诉源治理是一项系统工程，必须强化顶层设计，凝聚各方合力。

（一）强化组织领导

在宜昌市市场监管局的指导下，宜昌市消委牵头成立消费纠纷源头治理工作专班，制定专项实施方案。围绕《湖北省优化消费环境三年行动方案（2025-2027年）》的总体目标，结合宜昌实际，明确将预付式消费风险高、群众反映集中的产后母婴服务、食品零售、汽车销售等领域作为源头治理的优先方向和主攻阵地，设定阶段性目标与具体实施路径，确保工作有的放矢。

（二）深化部门协同

积极打破部门壁垒，与市场监管、卫健、商务、文旅、司法等部门建立健全信息共享、线索移送、联合检查、会商研判和应急联动机制。如，在针对产后母婴服务行业的专项治理中，构建“消委发起、部门联动、专家参与、社会监督”的工作模式，形成齐抓共管的治理合力。

（三）聚焦民生关切

始终将解决消费者“急难愁盼”问题作为出发点和落脚点。依托投诉举报大数据平台，定期分析

研判消费风险，动态调整治理重点。对于涉及“一老一小”等特殊群体的消费领域，给予重点关注和资源倾斜，力求通过源头治理，切实提升人民群众的消费安全感与满意度。

二、坚持精准施策，打好重点领域“组合拳”

秉持“抓前端、治未病”理念，针对不同行业特点，实施差异化、精准化治理。

（一）深耕调查研究，找准症结根源

以产后母婴服务行业为例，采取“线上问卷广泛征集+线下实地体验走访+投诉数据深度分析”相结合的方式，对该行业的服务合同、收费标准、服务质量、安全卫生等环节进行全景式“扫描”。特别是组织法律专家、行业代表对普遍使用的格式合同进行“法律体检”，出具专业点评报告，明确指出其中存在的不公平格式条款（如单方享有最终解释权、限制消费者退款权利）、预付费退款规则模糊、责任免除不当等核心法律风险点，为后续的规范整改提供坚实的法理支撑。

（二）实施靶向治理，破解突出问题

针对调查发现的问题，坚持法治思维，分类施策。在食品零售行业，重点聚焦食品安全主体责任落实、进货查验记录制度执行、食品标签标识规范等关键环节，督促经营者严守安全底线。在汽车销售领域，针对信息不透明、强制捆绑销售保险或装潢、合同存在“霸王条款”、预付定金（订金）纠纷等顽疾，通过行政约谈、发布消费警示、推广合同示范文本、责令限期整改等方式，倒逼经营者诚信守法、规范经营。处理的类似汉口某游泳馆“关门易主”式的预付卡纠纷，也促使我们加强对文体娱乐、教育培训等预付式消费领域的风险排查和经

荆楚维权

营者履约能力评估。

（三）推动标准建设，固化治理成果

坚持“解决一个问题，规范一个领域”。一方面，对已整改问题强化“回头看”和跟踪问效，防止反弹回潮。另一方面，着力推动长效机制建设。如，正联合相关部门及行业协会，研究制定《宜昌市产后母婴护理服务合同（示范文本）》，从源头上减少因合同约定不明引发的纠纷。同时，积极倡导并支持相关行业成立或健全行业协会组织，引导其制定行业自律公约与服务标准，提升行业整体自律水平。

（四）强化教育引导，浓厚共治氛围

通过举办经营者座谈会、法律法规培训班、典型案例剖析会等形式，引导市场主体自觉落实消费维权主体责任，树立“纠纷化解在店内、和解在源头”的理念。同时，充分利用各类媒体平台，向消费者普及《消法》《消法实施条例》《民法典》等法律法规条例知识，特别是预付式消费风险防范、合同条款审查、依法维权途径等实用内容，定期发布消费提示警示，提升消费者自我保护能力与理性维权意识，鼓励社会各界积极参与监督。

三、坚持守正创新，推动治理效能“可持续”提升

当前工作中仍面临部分经营者整改内生动力不足、新兴消费业态风险预判不足、跨部门协同机制有待进一步深化等挑战。下一步，我们将以此次活动为新的起点，认真学习兄弟市州先进经验，重点在以下几个方面持续发力：

（一）拓展治理半径，深化重点攻坚

在巩固现有重点行业治理成果的基础上，逐步将治理范围向老年消费、家装建材、网络直播营销、校外培训等纠纷多发的领域延伸。对已治理领域实施常态化“回头看”，确保治理成效经得起检验。

（二）提升智治水平，强化风险预警

加强消费维权大数据的深度分析与应用，探索建立重点行业消费风险预警模型，努力实现消费

纠纷从“事后调处”向“事前预警、事中干预”转变。加强消委组织工作人员及调解员的业务培训，特别是对新业态、新领域法律法规和调处技能的学习，提升队伍专业化水平与复杂纠纷化解能力。

（三）深化协同机制，凝聚更大合力

进一步强化与人民法院、仲裁机构的沟通协作，完善“诉调对接”“仲调对接”工作机制，为消费者提供更多元、更便捷的纠纷解决渠道。更充分地发挥行业协会、商会的自律作用和企业“消费维权服务站”的桥头堡功能，推动消费纠纷最大限度在源头、在基层、在行业内得到化解。

（四）融合品牌创建，优化整体环境

将源头治理工作与“放心消费在宜昌”创建活动深度融合，把纠纷预防化解成效作为放心消费示范单位评选的重要指标。

通过树立标杆、示范引领，带动更多市场主体主动优化商品与服务，积极化解消费争议，共同擦亮“放心消费还是湖北”的品牌底色，让消费者在宜昌敢消费、愿消费、放心消费。

消费纠纷诉源治理任重道远。宜昌市消委将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，继续秉持以人民为中心的工作理念，学习先进，补足短板，勇于探索，为持续优化我省安全放心的消费环境、服务经济社会高质量发展贡献力量！



黄石市消费纠纷诉源治理工作经验交流：

聚力消费诉求多元共治 破解育婴领域消费难题

近年来，随着生育政策优化和消费升级，育婴服务市场需求激增，但行业快速发展也伴生了消费纠纷增多、维权难度加大等问题。黄石市消费者委员会紧紧围绕省委省政府关于优化消费环境的决策部署及省局“一三五”消费维权工作机制要求，聚焦“一小”民生关切，将育婴行业作为深化消费纠纷诉源治理的重要突破口，积极探索“精准评议+多元共治+标准引领”的工作模式，着力推动消费维权从“末端应对”向“源头防控”转型，努力实现投诉减量与群众满意双提升。

一、精准把脉，以深度评议锁定治理“源头”

（一）数据画像，量化聚焦核心症结。面对育婴行业消费纠纷易发多发的态势，改变被动坐等投诉的惯性思维，主动出击，通过系统性调查评议，为源头治理精准“画像”、明确“靶心”。近三年以来全市12315、12345平台涉育婴行业的投诉数据显示，相关投诉量从2022年的44件快速增长至2024年的117件，增幅显著。通过对这些投诉的精细化分类和量化分析，精准锁定五大核心问题：售后服务问题（占比28.8%，主要表现为服务缩水、关门跑路、退款难）、虚假宣传（占比25.4%）、产品质量问题（占比17.7%）、合同纠纷（占比14.6%）以及价格问题（占比13.5%）。清晰的数据为后续精准介入提供了坚实依据。

（二）案例剖析，场景化揭示消费痛点。在诉源治理过程中，注重将数据转化为具象场景，精选并通报了“月子中心月嫂护理不当致新生儿健康受损且推诿责任”、“托育机构预收费后负责人失联”、“问题奶粉导致幼儿健康受损商家拒不认责”等典型案例。这些真实案例深刻揭露了部分经

营者漠视消费者权益的行为，引发了社会各界对行业乱象的强烈关注，为凝聚治理共识提供了生动素材。

（三）多方会诊，共挖问题深层根源。牵头组织召开了由市场监管、卫生健康、教育等委员单位，行业协会、月子中心、托育机构、母婴产品经营者等企业代表，以及消费者代表、人大代表、政协委员、公益律师、媒体记者共同参与的育婴行业消费评议诉源治理座谈会。通过搭建开放式对话平台，各方深入剖析，一致认为行业标准缺失、跨部门协同监管存在缝隙、部分经营者诚信自律意识淡薄、消费者专业信息不对称等，是导致纠纷频发的深层次原因。这次“会诊”统一了认识，为后续协同治理奠定了坚实基础。

二、协同联动，以多元共治疏解矛盾“源头”

（一）强化部门联动，提升监管穿透力。破解育婴行业消费维权问题，单一部门力量有限。着力构建“部门监管、消委监督、行业自律、消费者参与”的诉源治理体系，形成源头治理合力。在诉源治理问题上，积极推动建立市场监管、卫健、教育等部门的常态化联合监管与信息共享机制。针对虚假宣传、产品质量、合同规范、预付式消费风险等突出问题，联合开展专项检查与整治行动，实施“穿透式”监管与综合执法，有效堵塞监管漏洞，合力筑牢婴幼儿消费安全防线。

（二）引导行业自律，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倡议书》，呼吁全行业严守质量安全底线、杜绝虚假宣传、规范合同与售后服务。引导头部企业分享内部质量管理、服务提升经验，推动行业从“要我改”向“我要改”

荆楚维权

转变，激发经营者诚信经营的内生动力。

（三）发动社会监督，织密共治网络。充分发挥人大、政协监督、3.15志愿者监督、公益律师团队及新闻媒体的作用。通过定期曝光典型案例、发布消费警示提示，形成强大的舆论监督压力。公益律师为消费者提供专业法律支持，降低维权门槛，营造了社会力量广泛参与消费环境监督的浓厚氛围。

（四）赋能消费者，提升自我保护能力。通过多渠道发布消费提示、剖析维权案例、普及育婴知识和相关法律法规，引导消费者科学理性消费、谨慎选择预付服务、增强证据意识。同时，畅通“全国消协智慧315”及省消委投诉平台渠道，建立快速响应和联动调处机制，让消费者维权更便捷、更有信心。

三、标准引领，以制度规范筑牢治理“根基”

（一）开展比较试验，以科学数据引导品质消费。在“治已病”的同时，更注重“防未病”，着力推动建章立制，从规则层面减少纠纷隐患，巩固源头治理成果。委托专业机构开展了“婴儿内衣比较试验”，对市场主流品牌的关键安全与性能指标进行检测比对。通过发布试验结果，为消费者提供权威选购指引，同时倒逼生产企业提升产品质量，推动市场优胜劣汰。

（二）推行无理由退订，以标准指引化解预付风险。针对预付式消费退款难这一痛点，创新性地引导本市一批代表性育婴服务机构（包括部分月子中心、托育机构等）率先公开承诺“七天无理由退订”。并在此基础上，牵头制定了《黄石市育婴行业七天无理由退订服务指引》，明确了适用服务范围、操作流程、时限和责任，为消费者设置了消费“冷静期”，从制度上降低了冲动消费和预付费纠纷风险。

（三）规范服务合同，以示范文本明晰权

责。针对月嫂等服务领域合同不规范、纠纷多的问题，联合市家政服务业协会、消费维权法律服务中心，共同制定了《黄石市月嫂服务合同（示范文本）》。该文本对服务内容、标准、费用、各方权利义务、违约责任等进行了清晰、公平的约定，从源头上减少了因约定不明产生的争议，保障了消费者、服务人员、经营者三方的合法权益，促进了家政服务的规范化、职业化发展。

四、成效与展望，以长效机制巩固拓展治理成果

（一）工作成效初步显现。通过一系列源头治理举措，黄石市育婴行业消费环境得到初步净化，消费纠纷诉源治理工作取得阶段性成效。一是行业突出问题得到系统梳理和曝光，整改方向更加明确。二是消费维权效能稳步提升，截至目前，市消委本级线下调解成功率达93.2%，智慧平台调解成功率达73.93%，消费者满意度达88.7%。三是社会共治格局初步构建，部门协同、行业自律、社会监督、消费者参与的合力不断增强。四是社会影响力持续扩大，相关工作得到了市委主要领导同志的调研肯定，媒体广泛报道营造了良好氛围。

（二）经验启示与未来方向。实践启示：“精准评议”是发现真问题的前提，“诉源治理”是破解复杂难题的关键。市委书记郟英才专题调研消费矛盾纠纷多元化解工作，更为我们指明了方向、注入了动力。

黄石市消委将持续践行新时代“枫桥经验”，进一步深化消费纠纷诉源治理。将把在育婴行业探索的模式，逐步推广至老年消费、教育培训、家居装修等其它民生关切领域。同时，持续加强智慧维权建设，深化跨部门协同，创新消费教育形式，努力构建更加长效的消费环境共建共治共享机制，为持续擦亮“放心消费还是湖北”品牌贡献黄石力量。

荆州市消费纠纷诉源治理工作经验交流：

以“防控惩打”组合拳优化消费环境 构筑全链条诉源治理新模式

荆州市消费者委员会严格落实省局“一三五”消费维权工作机制要求，坚持系统思维，将消费维权工作深度融入社会治理大局，积极探索并实践覆盖“预防、控制、惩罚、打击”全链条治理模式，致力于从源头减少纠纷、在过程控制风险、以惩教规范主体、用铁腕打击侵权，切实优化消费环境，提振消费信心。

一、聚焦源头“防”，筑牢协同共治基础，着力化解风险于未发。

坚持预防为主，通过强化共识、明确靶向、凝聚合力，夯实消费维权工作的根基。

1、强化思想引领，凝聚治理共识。深入学习领会关于完善社会治理体系的重要精神，提升对消费领域诉源治理重要性、紧迫性的认识，将维权工作从“事后调处”向“事前防控”转变确立为核心导向。

2、明确目标任务，精准布局防线。围绕上级部署要求，确立“聚焦重点、源头化解、共治共享”目标，将“一老一小”权益保护、重点行业规范、放心消费环境创建列为前端防控的核心任务，并细化落实路径。

3、凝聚部门合力，构建协同网络。依托消费者权益保护工作联席会议机制，加强与市场监管、公安、司法、检察院、法院等部门的常态化协作，在信息互通、风险共研、行动协同上形成合力，构建齐抓共管的“大维权”预防体系。

二、着力过程“控”，创新多元化解机制，全力遏制纠纷于萌芽。

聚焦纠纷产生与扩散的关键环节，通过技术赋能、数据驱动和责任压实，提升控制与化解效能。

1、拓宽线上化解渠道，提速纠纷处理。大力推广全国12315平台ODR机制及湖北315和解平台，年内新增ODR企业482家，累计入驻企业超8000家，推动消费纠纷在线和解、即时处理，将大量矛盾化解在企业端、和解在初始阶段。

2、建立数据研判机制，实现风险预警。运用12315大数据风险预警模型，定期对“一老一小”、预付式消费、育婴服务等重点领域投诉数据进行深度分析，全年发布风险分析报告15期，精准锁定12类民生消费热点与风险点，为前端监管和行业自律提供精准靶向指引。

3、压实企业主体责任，推动自我规范。通过行政约谈、合规指导、发布经营指引等方式，督促企业落实消费维权第一责任人义务。2025年三季度针对中心城区7家消费投诉重点企业进行行政约谈，开展推动维权模式从“被动应对投诉”向“主动优化服务”转型，使一般消费纠纷平均处理时长显著缩短。

三、强化规则“惩”，聚焦重点领域整治，大力规范秩序于当下。

针对消费侵权高发领域和突出问题，实施靶向整治与信用约束，彰显治理决心与惩戒威力。

1、重拳整治预付式消费乱象。贯彻落实市委主要领导批示，联合多部门研究制定规范措施，以规范合同格式条款、打击虚假宣传、强化资金监管、畅通维权渠道为重点开展专项治理，着力破解

荆楚维权

这一民生痛点。

2、开展母婴消费领域治理。联合市场监管、卫健、消防部门对全市母婴护理机构开展“拉网式”排查与“体检式”抽查，联合出动执法人员278人次、执法车辆92台次，对全市29家母婴护理机构开展全面排查，现场抽查9家并开具责令改正通知书6件，推动行业在食品留样、消防安全、服务合同等方面实现标准化管理，守护婴幼儿消费安全。

3、强化跨部门联合信用惩戒。针对严重侵害人民群众利益的案件，通过健全法律文书传递、信息共享等制度化机制，确保联合惩戒措施落地见效。期间归集教育、公安、法院等39个部门数据近亿条，完成列严案件23件，有效震慑了严重违法失信行为。

四、突出联合“打”，突破区域协作壁垒，合力打击违法于常态。

对恶意侵权行为与跨区域复杂案件，强化行刑衔接、区域联动与公益诉讼，形成高压打击态势。

1、开展“守护消费”铁拳行动。重点围绕“三品一特”、检验检测领域、计量领域、消费者权益保护和知识产权保护领域及长江禁渔等重点领域专项执法。截至12月20日，全市系统共办结行政处罚

案件1796件，罚没4141万元，从轻处罚669件，减轻处罚627件，先后发布《查处公安县某艺术培训有限公司价格欺诈案》等典型案例19件。

2、创新跨区域执法协作。推动《湘鄂赣三省及相邻省份市场监管跨区域执法协作机制建设》，推进“宜荆荆恩”消费维权一体化合作，建立线索互移、案件协查、维权互认的跨区域协作机制。全年联动发布消费警示11条，组织交叉体察2次，完成异地退换货100余起，有效打破地域壁垒，实现对消费侵权行为的全域追踪与协同打击。

3、强化公益诉讼司法震慑。与检察机关签订《民事公益诉讼工作框架协议》，建立“线索移交、支持起诉”协作模式。成功办结全省首例个人信息保护等领域公益诉讼案件，通过追究违法主体的民事赔偿责任，实现“办理一案、震慑一片、规范一行”的社会效果。

消费环境关乎民生与发展。市消委将始终坚持人民至上，深入贯彻中央及省、市决策部署，持续深耕诉源治理，与社会各界携手，共筑共治共享的放心消费新格局，为湖北优化消费环境、提振消费信心贡献荆州力量！

(上接第37页)

三、下一步工作思路

(一)织密解纷网络，推动体系纵深发展。加快“双平台”向中小微主体、直播电商等新领域延伸，加强入驻企业动态监督与评估。探索在重点商圈、街区试点设立实体化“消费纠纷联合调解中心”，整合行政、司法、行业资源，提供一站式调解服务。

(二)强化协同联动，提升共治整体效能。进一步细化部门间信息共享、联合约谈、协同执法流程，重点深化文旅、商务、教育等部门在预付式消费领域

的风险共防与监管协作。积极推动建立跨区域消费维权联动机制。

(三)深化源头预防，构建全链条教育体系。联合行业协会制定推广重点领域合同示范文本，运用新媒体开展分众化、场景化“靶向”消费教育。持续通过社会监督倒逼产品与服务品质提升。

消费纠纷诉源治理是一项系统工程，必须常抓不懈、久久为功。十堰市消委将继续深化探索、优化机制，努力为全省营造安全、放心、满意的消费环境贡献十堰力量！

十堰市消费纠纷诉源治理工作经验交流：

着力多元协同 深化源头治理

2025年，十堰市紧扣省局“一三五”消费维权机制，坚持“预防为先、调解为主、法治为基、共治为要”，整合资源、智慧赋能，初步构建起政府主导、企业自律、行业协同、社会参与、消费者响应的纠纷多元化解体系，努力将矛盾化解在基层、消弭于萌芽。

一、主要做法与初步成效

（一）夯实“双平台”根基，压实企业首责。以“全国消协智慧315平台”和“湖北消委投诉和解平台”为线上主阵地，推动大型商超、重点电商、连锁企业及投诉高发主体全面入驻，实现投诉直达、在线响应、云端和解、闭环管理。目前，全市入驻企业达2200家，通过平台成功和解纠纷2721件，和解率97.1%，为消费者挽回经济损失84.83万元，既提升了维权效率，也强化了经营者“第一责任人”意识。

（二）借力行业专长，提升调解公信。针对与消费者生活密切相关的行业协会，引入装饰、洗染、家电、快递、餐饮、银行、保险、美发美容等行业协会的11名专家入驻平台，凭借专业权威协同化解“全屋定制”售后、生活美容等复杂消费纠纷30余件，调解成功率达98%，不仅破解了专业壁垒，也以调促规，推动了行业自律。

（三）强化部门协同，实现调管衔接。积极发挥消委桥梁作用，联动市场监管、文旅、住建、商务、卫健等6个职能部门的33名业务骨干作为协作调解员，建立数据共享、线索移交、案件协办机制。2025年，联合调处各领域消费纠纷20余件，挽回损失5万余元，提升了行政监管的精准性与时效性。

（四）拓展社会智库，延伸共治手臂。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、法学专家组建“法律专家库”与“特邀调解员”团队。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。

（五）深化信用约束，优化消费生态。纵深推进“放心消费在十堰”创建，发展线下无理由退货承诺单位700多家，培育放心消费单元2944个。全面应用投诉信息公示系统，公示率达99.19%，定期发布“红黑榜”4期，发挥信用约束与市场淘汰作用，营造了守信受益、失信受戒的市场环境。

（六）注重宣传预警，筑牢源头防线。围绕“共筑满意消费”年主题，开展“3·15”系列活动及消费教育“五进”宣传。发布消费警示5期，深化投诉数据分析，筛查违法线索5.84万条，推动“诉转案”105件。对投诉集中企业开展“一企一策”指导，推动49项整改落地，并组织行业培训，努力从源头上减少纠纷产生。

二、面临的挑战与不足

实践中，我们亦清醒认识到一些深层次问题：一是多元协同的广度与深度有待拓展，“双平台”在中小微企业及新业态中的覆盖与活跃度不足；跨部门、跨区域信息共享与执法联动机制需进一步深化。二是“诉转案”机制效能有待提升，投诉线索转化为案源的精准率与成案率尚存空间。三是源头预防的精准性与约束力有待增强，针对特定人群与新业态风险的宣教指导需更具前瞻性与强制力。

（下转第36页）

省市场监管局等八部门印发 《关于依法规范处置牟利性投诉举报行为的指导意见》

2月2日，湖北省市场监督管理局、湖北省公安厅、湖北省司法厅、湖北省数据局、湖北省信访局、湖北省药品监督管理局、湖北省高级人民法院、湖北省人民检察院等八部门印发《关于依法规范处置牟利性投诉举报行为的指导意见》的通知，对牟利性投诉举报行为依法进行规范处置。

关于依法规范处置牟利性投诉举报行为的指导意见

为全面强化消费环境建设的法治保障，依法有效治理以牟利为目的投诉举报行为，节约行政与司法资源，维护公平有序的市场环境和安全放心的消费环境，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》《市场监督管理行政处罚程序规定》《市场监督管理投诉举报处理办法》《优化营商环境条例》等法律法规及相关政策精神，结合我省实际，制定本意见。

一、行为认定

本意见所称牟利性投诉举报行为，是指行为人并非为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，违背诚信原则，滥用投诉、举报、复议、诉讼、信访、政府信息公开等法定权利变相向有关经营主体施压，以牟取不正当利益，扰乱正常生产经营秩序及行政、司法秩序的行为。

认定是否构成牟利性投诉举报行为，根据《市场监督管理投诉举报处理办法》第十七条第一款规定，可以考虑以下因素：

（一）购买商品的数量、次数、频率等与商品保质期或者消费者的通常消费习惯明显不符的。

（二）同一投诉人对同一经营者、同一类商品或者服务、同一类问题短期内大量投诉，或者不同投诉人恶意串通，对同一经营者、同一类商品或者服务、同一类问题短期内集中投诉的。

（三）不能证明存在已实际购买商品或者接受服务、自身合法权益已实际受到侵害等真实消费关系或者消费者权益争议的。

（四）多人使用同一手机号码、通讯地址等联系方式投诉的。

（五）其他根据实际需要可以考虑的因素。

各级市场监督管理部门在认定是否构成牟利性投诉举报行为时，可以结合实际对《市场监督管理投诉举报处理办法》第十七条第一款第五项进行细化，包括但不限于以下因素：

（一）明知或应知商品或服务存在特定问题仍故意购买，并以此索赔；因同一或类似问题获得赔偿后，再次购买相同商品或接受相同服务并索赔。

（二）未因消费行为遭受实际人身、财产损害，仅以标签、标识、说明书、宣传用语等不影响商品或服务质量和不会对消费者造成误导的轻微瑕疵索要赔偿的。

（三）冒用他人名义投诉举报，投诉不提供真实姓名、居民身份证号码，提供的居民身份证号码、通讯地址不实，或者提供的信息过于模糊，无法确定当事人，且不配合核实验证身份信息。

（四）通过“夹带”、“调包”、篡改商品信息、伪造证据、捏造事实等方式制造索赔借口。

（五）以投诉举报、媒体曝光、网络散布不实信息等方式威胁、要挟经营者，索要财物或所谓“顾问费”“封口费”“赞助费”“服务费”等无

合法依据费用的。

(六) 同一主体在一定时期内提出或者撤回投诉举报等数量明显异常, 远超普通消费者合理维权范畴; 主要指一年内向本省各行政部门提出或者撤回投诉举报10次以上(同一事项的重复诉求除外), 或一年内通过全国12315平台提出或者撤回投诉举报30次以上(同一事项的重复诉求除外)。

(七) 索赔诉求超出一般消费者索赔维权的合理范围的; 索赔诉求超过法律保护范围的。

(八) 反复多次投诉举报后, 以信息公开的形式要求行政机关公开投诉举报处理资料和被投诉举报人信息等, 并以提起行政复议或行政诉讼威胁、要挟行政机关调解, 向经营者索要财物费用等。

(九) 其他明显以牟利而非消费为目的, 滥用权利、违背诚信原则和公序良俗的行为。

具有下列情形之一的, 应依法处理, 一般不认定为牟利性投诉举报行为:

1. 经营者涉嫌食品药品安全等领域违法犯罪行为的。
2. 可能引发系统性风险的。
3. 经营者内部人员(“吹哨人”)依法举报的。

二、处置流程

各级市场监督管理部门应当畅通消费者投诉举报渠道, 完善投诉举报处理机制, 依法及时受理和处理投诉举报, 查处相关违法行为。对于投诉中反映的违法线索, 属于市场监督管理部门管辖的, 应当依法进行核查处理, 不得为促成调解而不予核查处理。对牟利性投诉举报行为要谨慎甄别, 坚持依法行政和分类办理原则, 强化程序意识, 确保行政履职合法规范。

(一) 审慎受理。对符合牟利性投诉举报特征的投诉, 依据《市场监督管理投诉举报处理办法》第十六条第(三)项规定, 不予受理; 已受理的, 依据第二十三条第(六)项规定, 终止调解。可以要求投诉人提供真实身份信息, 对无法查实、不能

提供或者拒不配合查实相关身份信息的, 依据《市场监督管理投诉举报处理办法》第十六条(五)项规定, 不予受理; 已受理的, 终止调解。作出不予受理决定和终止调解的, 应当按照《市场监督管理投诉举报处理办法》依法告知投诉举报人。对于无法查实联系方式的投诉举报人, 做好记录留存。

(二) 依法处置。对于举报或投诉中发现的涉嫌违反市场监督管理法律法规规章的行为, 应严格按照《市场监督管理投诉举报处理办法》《市场监督管理行政处罚程序规定》等有关规定予以核查, 依法作出立案或不予立案决定。对涉及食品药品安全等人身财产安全或者可能引发重大社会影响的违法行为, 要严格依法查处; 对不影响食品安全、产品质量安全的标签标识瑕疵等可依法不予立案处罚的轻微违法行为, 投诉举报人索要不合理赔偿且向行政机关提出无合法依据的立案调查请求的, 依法不予立案。

(三) 及时告知。分阶段及时履行告知义务。对不予受理、终止调解的投诉, 不具有处理权限、实名举报以及有关法律法规规定需要告知处理结果的举报, 依照《市场监督管理投诉举报处理办法》《市场监督管理行政处罚程序规定》等要求, 及时、准确履行告知义务。

(四) 支持维权。鼓励经营主体在受到涉嫌违法的索赔行为时, 通过合法途径收集、固定证据, 澄清事实、恢复名誉。支持生产经营者通过向公安机关报案、起诉等法律救济渠道积极维权, 保障自身经营不受无端干扰, 切实维护市场秩序和自身合法权益。

(五) 违法犯罪线索移交。在处置过程中, 发现通过“夹带”、“调包”、篡改商品信息、伪造证据、捏造事实等方式骗取经营者赔偿, 或者以非法占有企业钱财为目的, 对经营者以投诉举报、媒体曝光、诉讼等相要挟进行敲诈勒索的线索, 要提醒被投诉举报人向公安机关报案。市场监督管理部门在依法查处违法案件过程中, 发现行为人或者经营者涉嫌犯

荆楚维权

罪，依法需要追究刑事责任的，依照有关规定向公安机关移送案件，并根据国务院制定的《行政执法机关移送涉嫌犯罪案件的规定》将涉嫌刑事犯罪线索移送公安机关，并抄送同级检察机关。

三、工作措施

（一）建立部门联动机制。充分发挥各级消费者权益保护联席会议工作机制作用，定期分析研判本辖区牟利性投诉举报工作形势，交流工作经验，破解难点堵点问题。各职能部门依据各自职责分工（见附件1），密切协同、齐抓共管，共同依法遏制牟利性投诉举报行为。

（二）建立牟利性投诉举报异常名录管理制度。充分发挥消费维权智慧监管平台作用，及时开展针对牟利性投诉举报的大数据分析，精准发现问题。各级市场监督管理部门以县（市、区）为单位建立牟利性投诉举报异常名录，逐级上报并通报至同级联合规制部门。牟利性投诉举报异常名录主要内容包括投诉举报人姓名、身份证号码、联系电话、联系地址、投诉举报数量、主要反映问题、涉及领域或商品服务类别等。各部门按照“谁产生、谁提供”原则，共享行政复议、行政诉讼、信访、12345热线等数据异常信息，动态完善异常名录，实现全省范围内信息共享和互认。严格保护投诉举报人的个人信息，牟利性投诉举报异常名录暂不向社会公开发布。

（三）推行包容审慎监管。针对牟利性投诉举报多发领域，进一步细化行政处罚裁量基准，完善依法不予处罚、减轻处罚、从轻处罚清单。坚持过罚相当、处罚与教育相结合原则，督促经营者及时改正违法行为，避免“小过重罚”，广泛运用说服教育、劝导示范、指导约谈等柔性监管措施，引导经营主体合规经营。

（四）建立处置容错机制。各部门对涉及处置牟利性投诉举报中的新类型案件、改革探索性案件以及因制度设计等原因发生纠错、满意度测评不理想的情形，如能提供合理说明及相关佐证材料，

可不纳入纠错考核机制及满意度测评考核；对工作人员在应对牟利性投诉举报非正常消费维权行为履职过程中依法依规认定，按法定程序作出不予受理决定并告知投诉人，且无明显主观过错的，免于追责，鼓励各部门积极履职、担当作为。

（五）建立经营者应对专项培训机制。强化对被投诉举报经营者的监督指导，督促其规范经营行为。重点加强对投诉举报集中的重点企业及部分初创企业、小微企业和个体工商户的专项培训，支持经营者通过拒绝赔偿、提起诉讼等方式维权，鼓励其收集固定敲诈勒索、威胁恐吓等违法犯罪证据并向公安机关报案。加大合规守信经营宣传引导力度，通过约谈、提醒告诫、行政指导等方式，督促生产经营者加强内部管理，提升知法守法意识。

本意见自印发之日起施行。各地在执行过程中遇到的问题，请及时向省级相关主管部门报告。

牟利性投诉举报行为治理联动机制部门职责

市场监管部门：在受理处理消费者投诉举报和打击市场监管领域违法行为过程中，立足职能，科学判断及处置构成滥用的牟利性投诉举报行为。有针对性地开展普法宣传及监管执法，引导企业合法经营，净化市场环境，从源头减少涉嫌违法的索赔行为。强化对投诉举报的大数据分析，负责收集、编制和动态更新本辖区范围内的牟利性投诉举报异常名录并向上级机关及各部门及时反馈。

司法行政部门：行政复议工作中，审慎办理因牟利性投诉举报行为衍生的行政复议案件。对市场监管部门在规制牟利性投诉举报行为时所作出的不予受理、不予立案等行政行为，严格依照《中华人民共和国行政复议法》等法律、法规、规章进行处理。

公安机关：依法严厉打击以“打假”为名的敲诈勒索、诈骗、诬告陷害等违法犯罪行为；接收有关部门依法移送的相关治安，刑事案件，并依法依

规办理，形成打击利用投诉举报谋取不当利益行为的高压态势，切实维护法治化营商环境。

信访部门：在处理信访工作中，负责收集掌握牟利性投诉举报人信访信息，分析研判牟利性投诉举报人的信访形势，为牟利性投诉举报规制相关部门提供决策参考；对信访人反映的投诉举报求决类事项，引导信访人向相关职能部门反映，由相关职能部门依法办理；对因牟利性投诉举报衍生的检举控告类事项，转送有关机关、单位进行依法依规处置。

数据管理部门：在受理处理政务服务便民热线诉求过程中，由12345热线负责受理企业和群众诉求，回答一般性咨询，由承办部门按职责分工办理相关业务，判定投诉举报异常信息，并向牟利性投诉举报规制相关部门反馈投诉举报异常信息。对被认定为牟利性投诉举报的工单不纳入政务热线满意度考核。

药监部门：在履行药品、医疗器械、化妆品安全监管职责时，重点甄别产品安全性有效性核心问题投诉与标签说明书形式瑕疵等非实质缺陷牟利性投诉举报。依法调查处理涉嫌违法线索，对查实的

质量问题严肃处置，对牟利性索赔依法不予支持。加强跨部门协同治理，推动信息共享与线索移送，探索信用惩戒机制。同时引导企业合规经营，强化公众宣传教育，营造社会共治环境。

人民法院：在审理食品药品纠纷案件过程中，发现购买者恶意制造生产者或者经营者违法生产经营食品、药品的假象，以投诉、起诉等方式相要挟，向生产者或者经营者索取赔偿金，涉嫌敲诈勒索的，应当及时将有关违法犯罪线索、材料移送公安机关。购买者恶意制造生产者或者经营者违法生产经营食品、药品的假象，起诉请求生产者或者经营者承担赔偿责任的，人民法院应当驳回购买者诉讼请求；构成虚假诉讼的，人民法院应当依照民事诉讼法相关规定，根据情节轻重对其予以罚款、拘留。

人民检察院：充分履行审查逮捕和审查起诉职能，贯彻落实好宽严相济刑事政策，依法严厉打击牟利性投诉举报中涉嫌敲诈勒索、诈骗等犯罪行为。注重综合履职，积极向有关单位和部门提出社会治理类检察建议。

（上接第45页）

四是实施差异化动态监管。将“放心消费单位”星级从低到高分分为三星级、四星级、五星级，对不同星级实施差异化动态监管。对信用好、服务优的，按制度规定晋升星级，降低随机抽查频次，“无事不扰”；对不履行承诺条款或存在缺斤短两、虚假宣传等违法违规行为给予降星处理，通过商家承诺+全民监督+智平台促进行业自律。

四、一码通查加一键和解，构建线上线下一体化消费维权生态圈。

一是打造消费环境升级“样板群”。推行“放心消费在林区”二维码，实现与12345平台数据互

通。“放心消费单位”的申报、核查、监管均在线完成，微信扫“放心消费单位”二维码，便可查看经营主体星级等次、信用评价和商品服务等信息。消费者遇到消费纠纷可在线提交维权信息，系统将通知经营主体限期处置。有效搭建经营主体、消费者、监管部门三方在线沟通桥梁。二是跑出维权服务“加速度”。推行全域线下无理由退货、消费环节先行赔付等“无忧退货”机制，积极引导50余家企业入驻在线纠纷解决机制，与支付机构、银行等合作，推广“一键和解”新模式，依托场景内嵌的维权服务站、快速响应机制、先行赔付等制度，推动消费从被动响应到主动预防，促进消费纠纷源头化解、就近化解、高效处置。

从个案突破到体系构建 ——湖北省消费民事公益诉讼的探索与成效

近年来，湖北省消委聚焦假冒商品治理、个人信息保护等高频侵权领域，累计提起8起消费民事公益诉讼，已结案6起。通过“锚定痛点、创新机制、凝聚合力”，形成可供参考的湖北经验。

一、锚定“痛点”，让公益诉讼直击群众急难愁盼

公益诉讼的核心在于“靶向治疗”，我们始终围绕消费者最关心、反映最强烈的问题选题破题。

一方面，聚焦假冒商品乱象，守护安全消费环境。针对湖北酒类市场假冒侵权高发问题，我们连续推进4起假冒名酒公益诉讼。2021年，联合孝感市公检法机关查清鲁某制假、张某售假假冒“飞天茅台”案，涉案金额超32万元；2023年，仅用1个多月促成周某灌装销售假冒“白云边”“天之蓝”案调解结案。通过“三倍惩罚性赔偿+公益履约”双重约束，累计推动违法者支付公益经费、助农采购款超30万元，有效震慑制假售假行为。

另一方面，紧盯个人信息泄露，回应数字时代需求。随着《个人信息保护法》实施，我们将个人信息保护纳入公益诉讼重点领域。2024年提起的两起案件成效显著：一是李某等4人截留手机号贩卖获利案在武汉中院立案审理；二是罗杰等3人利用职务之便盗用身份信息办卡贩卖案，促成荆州中院判决被告公开道歉并赔偿10.25万元，成为我省“省级统筹+地方联动”的首例典型案例。2026年就个人信息保护领域侵权问题新提起案件1起（见附件）。

二、创新“机制”，破解公益诉讼三大难题

公益诉讼面临“线索发现难、办案协作难、

执行落地难”，我们通过机制创新逐一突破，构建“上下联动、左右协同”的工作格局。

一是建立三级联动机制，打通维权“最后一公里”。构建“省消委统筹指导+市州消委协同参与+基层线索摸排”体系，省级制定《湖北省消费者委员会消费民事公益诉讼工作规范》，明确立案、取证、流程标准；市州推动本地化协作，如黄石联合中院、检察院签框架协议，鄂州、宜昌、襄阳拓展支持诉讼、集体诉讼渠道；基层依托市场监管所、社区维权站收集线索，确保“早发现、早介入”。

二是构建“四维协作”模式，凝聚跨部门合力。2022年，联合省高院、省检察院签订框架协议，建立“线索双向移送、办案协作、专项资金管理、日常联络”四项机制。

三是创新多元赔偿方式，实现“法律+社会”双效果。突破传统“单一赔偿金”模式，探索“公益履约+经济赔偿”结合的责任承担方式：一是公益服务代偿，如假冒“飞天茅台”案中，违法者需参与消费宣传、助老服务，两年内参加3次公益活动、服务10次；二是助农消费补偿，要求违法者购买湖北惠农产品，如两人分别购买6万元、8万元助农产品，既弥补公益损害，又助力乡村振兴；三是简化赔偿金管理，资金直接用于普法宣传、消费调查等公益服务和助农活动，省去专项账户流程，形成“用途定向、流程简化、效果落地”的闭环。

三、强化“协同”，为公益诉讼夯实基础

公益诉讼需要多方支持，我们通过整合资源、提升能力、宣传引导，筑牢工作根基。

一是联动专业力量，提升办案质效。组建专家律师团参与案件研讨，如确定假冒酒案“三倍惩罚性赔偿”诉求；联合检察机关研究法律适用，如依据《个人信息保护法》确定诉讼主体资格，确保案件合法高效。

二是创新地方协作模式，探索维权新路径。在荆州个人信息保护案中，首次授权地方消委负责人参与庭审，由荆州市消委秘书长张琼代理诉讼，既发挥地方熟悉情况的优势，又减轻省级压力，形成“省级统筹、地方执行”的协同模式。

三是加强宣传引导，营造全民维权氛围。通过“案件公示+普法教育”双轨并行，在《中国消费者报》公开调解协议、判决结果，6起案件均要求被告公开道歉，强化舆论监督；结合“3·15”、法律宣传周，解读案例、普及法律知识，提升消费者维权意识和企业守法意识，营造“不敢侵权、不能侵

权、不想侵权”的良好市场环境。

回顾实践，我们得出三点核心启示：一是选题要“准”，聚焦社会关注、群众关切领域，才能凸显公益诉讼价值；二是机制要“活”，打破壁垒、创新模式，才能破解办案难题；三是效果要“实”，兼顾法律惩戒与社会公益，才能实现“案结事了、政通人和”。

下一步，将重点推进三项工作：一是制定《湖北省消费者委员会消费民事公益诉讼赔偿金管理办法》，细化资金管理条款，规范使用流程；二是拓展公益诉讼领域，聚焦预付卡跑路、新能源汽车安全、网络消费欺诈等新问题，开展专项行动；三是深化省、市、县三级联动，推广荆州“地方代理人”模式，建立公益诉讼人才库，提升基层能力，持续筑牢消费者权益保护“防火墙”，为湖北建设高标准市场体系、推动高质量发展提供有力支撑。

附件

附件：荆州市侵犯个人信息案相关材料

一、案情简介

2023年2月至2023年3月，被告人王某、赵某、刘某学习寻车业务，2023年5月，刘某回到公安县开始单独从事寻车业务，2023年9月28日，被告人周某某与王某、赵某及被告人罗某合伙从事寻车业务。其中，周某某负责联系技术上线获取车辆停车信息查询软件，王某、赵某具体从事寻车业务，罗某提供收款微信、支付宝账户给王某用于收款、转账，同时提供刷脸验证帮助。2024年，赵某回到沙市区开始单独从事寻车业务。

具体寻车流程如下：王某、赵某、刘某在各种寻车安装GPS定位器微信群中寻找客户，找到客户后，客户将需要寻找的车辆车牌号等信息发给三

人。王某、赵某、刘某通过技术上线高某某提供的查询软件获取车辆停车信息，根据客户需求开展安装GPS定位业务。如客户需要安装GPS定位，王某、赵某、刘某则联系车辆所在地的“贴手”至车辆所在停车场找到车辆并秘密安装GPS定位器，向客户收取每人人民币1600元至2000元（以下均为人民币）不等的费用。“贴手”李某某、秦某完成安装后，将车辆照片及定位器的账号密码发送给王某、赵某、刘某，王某、赵某、刘某再将GPS定位器的账号密码提供给客户，客户即能实时掌握车辆轨迹信息。

公安县人民检察院于2025年1月6日向公安县人民法院提请公诉，公安县人民法院于2025年5月27日

荆楚维权

作出（2025）鄂1022刑初27号刑事判决书。

湖北省消费者委员会（以下简称“省消委”）根据《中华人民共和国个人信息保护法》第七十条“个人信息处理者违反本法规定处理个人信息，侵害众多个人的权益的，人民检察院、法律规定的消费者组织和由国家网信部门确定的组织可以依法向人民法院提起诉讼”，《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十七条“对侵害众多消费者合法权益的行为，中国消费者协会以及在省、自治区、直辖市设立的消费者协会，可以向人民法院提起诉讼”规定，作为适格原告于2026年1月向荆州市中级人民法院提起消费民事公益诉讼，荆州市中级人民法院已于1月18日立案。

二、案件隐蔽侵权危害深远

手段隐蔽、获利丰厚、危害深远。在数字化浪潮席卷生活的当下，个人信息已成为一种具有巨大经济价值的“隐形资产”。在消费者难以察觉、不易防范的隐秘角落，仍有不法分子利用技术手段非法获取车辆停放信息、秘密安装GPS定位装置，持续窃取公民车辆位置、行踪轨迹等敏感个人信息。这类侵权行为往往发生在车主不知情、不设防的场景中，具有极强的隐蔽性、持续性和危害性，消费者仅凭自身力量，既难以发现侵权行为的存在，更无法固定相关证据，维权陷入“看不见、摸不着、告无门”的困境，个人信息安全与人身财产安全长期处于风险之中。

三、消委组织联动履职守护权益

当消费者在毫不知情的情况下被装上GPS定位器，个人的生活轨迹在黑暗中裸奔时，消费者组织不仅是事后的“救火队”，更是主动出击的“维权卫士”。然而，要履行法律赋予的职责，用法律武器撕开这道隐秘的裂口，消委组织面临的是一场充满挑战的“多维战役”。

面对此类隐蔽性强、专业性高、产业链化的侵

犯个人信息违法行为，消委组织主动扛起法律赋予的公益维权职责，以《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国个人信息保护法》等为法律武器，全方位开展维权行动。而本案能够顺利启动公益诉讼程序、推进维权工作，关键得益于省级消委组织、市级消委组织与市级检察院之间建立的良好协作机制，形成了公益维权合力。本案的线索最初由荆州市人民检察院在履职过程中发现并梳理，考虑到案件涉及不特定多数消费者的个人信息权益，属于消费民事公益诉讼的范畴，将相关案件线索正式移交至荆州市消委。荆州市消委收到线索后，第一时间对案件基本情况、侵权事实进行初步核查，结合案件的复杂性、专业性以及主体适格性争议等问题，将线索同步上报至省消委，由省消委牵头，联合荆州市消委、荆州市人民检察院开展专项研究，共同推动案件立案筹备工作，为后续公益诉讼的顺利推进奠定了坚实基础。

四、案件意义

消委组织综合考量本案侵权行为隐蔽、受害群体广泛、危害后果严重等特点，依法提出停止侵害、删除信息、公开赔礼道歉、支付公益损害赔偿金等多项诉讼请求，具有鲜明的法治意义和实践价值。一是从源头制止侵权行为，彻底消除个人信息被持续泄露、滥用的风险，切实守护消费者个人信息安全底线。二是彰显法律权威、回应社会关切，让不法分子正视自身违法行为对消费者人格尊严、隐私权益造成的侵害，实现惩戒与教育相结合。三是加大违法成本、形成有力震慑，让侵权者为侵害众多不特定消费者合法权益、损害社会公共利益的行为付出应有代价，真正达到“打击一案、震慑一批、规范一片”的效果。四是为全国消委组织办理同类侵犯消费者个人信息公益诉讼案件提供了可借鉴、可复制的参考样本，助力提升消费民事公益诉讼办案质效。

神农架林区构建“放心消费”生态圈

文/黄敏

神农架林区市场监管局坚持以监管护航为盾、场景赋能为翼、维权创新为要，全域协同为路径，构建起旅游创优、维权升级的全链条“放心消费”监管体系。汇集“大消保”理念，融合“大维权”行动，打造出文旅融合、消费环境综合治理的“神农架生态文旅新样板”，形成了精准施策、因地制宜、普惠共享的良性旅游消费环境，为神农架旅游市场高质量发展绘就温暖幸福的民生底色。

一、“小现场”撑起维权大服务，十分钟响应圈机制高效能释放。

一是创新维权机制，铸就景区闭环服务典范。在旅游重镇创建“景区12315消费维权服务点”。通过设置卡通指引牌、电子导航屏等便民设施，覆盖景区核心街区，形成“10分钟维权服务圈”，建立“1+4”快速响应机制（1名所长统筹、4名执法人员备勤），敏感投诉1小时到场处理，实现“投诉不出街，维权不绕路”。自维权点开通以来，累计在旅游旺季期间处置纠纷500余件，调解满意度达99%以上，以高效维权服务为神农架文旅消费市场筑牢坚实屏障。二是在景区建立4个消费教育体验站，将维权知识、消费陷阱防范等内容转化为生动易懂的动漫课程，让消费者从“被动维权”转向“主动避坑”。三是擦亮“放心消费”金字招牌。持续扩容“放心商家”队伍，增加旅游区放心消费单元覆盖范围，新增129家放心消费单元和24家线下无理由退货商家，打破“买定离手”的传统消费壁垒。

二、从数据画像到靶向监管，新业态治理体系实现路径升级。

一是用精准施策为新兴消费行业“保驾护航”。开启直播营销领域“精准画像”，通过专项调研，深入分析重点直播平台的运营模式与治理痛点，归集网络交易主体监测数据877条，关联营业执照、投诉举报、信用风险等多维度数据，最终锁定200家食品销售主体作为重点整治对象，实现“靶向监管”。二是及时梳理文旅助农直播带货、快手买卖等新兴领域经营户违法行为，形成镜像清单，为重点商品异常低价判定策略，多维度建立识别标准，致力让涉旅市场“黑主播”“假商品”无所遁形。

三、星级动态调整到差异化管理，数字赋能打造放心消费新模式。

一是突破既定工作模式，实行“放心消费承诺备案制”。按照“让数据多跑腿、让群众少跑腿”的原则，符合条件的经营主体在线作出“诚信经营 放心消费”承诺即成为“放心消费承诺单位”，经过45天承诺公示期，根据系统归集的经营主体信用、投诉举报、行政处罚、列严列异等信息，未发现异常或违法违规行为的，自动成为“放心消费单位”。二是建立“文明诚信经营商户”评价体系，融合行业自律、市场监管、社会监督，从游客服务、经营诚信、计量合规等维度考评，设立“放心消费红黑榜及典型案例”公示栏，定期公示结果。目前已评选诚信商户40余户。“红榜”引流增收、“黑榜”倒逼整改，形成“守信得益、失信受惩”的良性氛围。三是开展消费维权“快车道”。依托科所联动品牌效应，构建线上“一键直达”、线下“即时调处”的投诉响应机制，纠纷调解成功率稳定在99%以上。（下转第41页）

黄石市消费者委员会发布 16款婴幼儿内衣比较试验结果

婴幼儿内衣作为直接接触皮肤的日常用品，质量安全直接关系到婴幼儿身体健康与成长发育。为切实保障婴幼儿群体的身心健康，深化落实《湖北省优化消费环境三年行动方案（2025-2027年）》，进一步推动消费纠纷源头治理，提升消费维权工作效能。黄石市消费者委员会受湖北省消费者委员会委托，对本市市场热销的品牌婴幼儿内衣开展了比较试验。

一、实验样品

本次比较试验选取了市场热销的16款婴幼儿内衣样品，均由消委工作人员模拟消费者在黄石城区消费者关注度较高的大型商场、品牌连锁店等渠道随机购买，涵盖优衣库、圣宝度伦、巴拉巴拉、衣拉拉、象比家族、娃丽比、童泰等16个品牌。选购的婴幼儿内衣样品如下：（排名不分先后）



二、实验标准及方法

经业内专家、消委工作人员和检测机构讨论并征求意见，确定本次比较试验方案。本次比较试验依据《中华人民共和国消费者权益保护法》、《湖北

省消费者权益保护条例》相关规定，委托具备法定检验检测资质的机构湖北省纤维检验局黄石分局，参照GB18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》和GB31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品技术规范》标准，对16款婴幼儿内衣样品的八项检测指标进行检测，具体检测项目及表如下表所示。

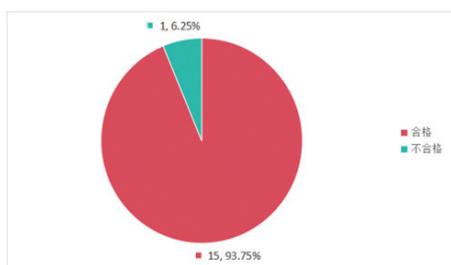
序号	项目	检测依据	指标要求
1	标识	GB/T 5296.4-2012	产品使用说明应符合标准第5章-第8章相关规定
2	甲醛含量 (mg/kg)	GB/T2912.1-2009	≤20
3	pH值	GB/T7573-2009	4.0-7.5
4	耐水色牢度(级)	GB/T5713-2013	变色: ≥3-4 沾色: ≥3-4
5	耐汗渍色牢度 (级)	GB/T3922-2013	变色: ≥3-4 沾色: ≥3-4
6	纤维含量(%)	FZ/T01057.3-2007 FZ/T01057.4-2007 GB/T2910.20-2009	以产品标识为准
7	耐干摩擦色牢度 (级)	GB/T3920-2008	≥4
8	耐湿摩擦色牢度 (级)	GB/T3920-2008	≥3(深色≥2-3)

三、比较试验结果

经测试，抽检的16款婴幼儿内衣样品中，15款样品实验结果均符合国家标准要求，合格率为93.75%，1款样品实验结果不符合国家标准要求，不合格率为6.25%，详见附件《婴幼儿内衣比较试验样品信息及测试结果汇总表》及注释。

01标识：依据强制国标GB31701-2015《婴幼儿及儿童纺织安全技术规范》和标准GB/T5296.4-2012《消费品使用说明第4部分：纺织品和服装》要求：婴幼儿服装必须明确标注“婴幼儿用品”字样，同时符合A类安全技术要求（这是婴幼儿专属的最高安全

等级)。使用说明包括制造者的名称和地址、产品名称、执行的产品标准、安全类别、纤维成分及含量、维护方法、产品号型或规格以及耐久性标签,这几项缺一不可。根据检测结果,除乔克叔叔的小童保暖套未正确标注维护方法外,其余品牌均符合国家标准,合格率达到93.75%。

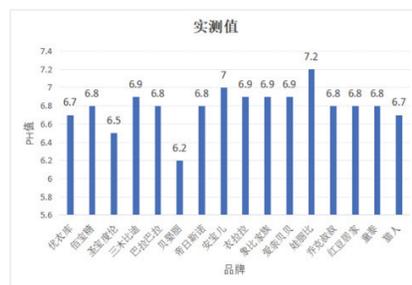


02甲醛含量: 甲醛常温下是一种无色气体,低浓度时不易察觉,高浓度时,有强烈刺激性和窒息性气味。纺织面料在染整过程中可能会用到,含有甲醛的纺织品在人们使用过程中会逐渐释放出游离甲醛,通过人体呼吸道及皮肤接触引发呼吸道炎症和皮肤炎症等疾病,严重时甚至会导致癌症,长期接触甲醛对婴幼儿伤害巨大。本次比较试验的16款样品均未检出甲醛,符合国家标准要求。具体情况如下表所示。

序号	品牌	实测值
1	优衣库婴儿压线爬爬服	未检出
2	佰宝糖婴儿内衣	未检出
3	圣宝度伦婴儿内衣	未检出
4	三木比迪婴儿内衣	未检出
5	巴拉巴拉女童内衣套装	未检出
6	贝婴丽内衣	未检出
7	帝日斯诺内衣	未检出
8	安宝儿小萌宠无背围领套	未检出
9	衣拉拉奇趣甜宝套头套装	未检出
10	象比家族对襟连体衣	未检出
11	爱索贝贝精致小马立领套	未检出
12	娃丽比开胸连体哈衣	未检出
13	乔克叔叔小童保暖套	未检出
14	红豆城柔软型男童圆领内衣	未检出
15	童泰立领套	未检出
16	猫人舒暖女童圆领插肩袖包腰套装	未检出

注:甲醛含量检测技术要求:GB/T2912.1-2009 甲醛含量≤20mg/kg

03PH值: PH值是衡量婴幼儿内衣产品酸碱程度的指标。人体皮肤呈弱酸性,服装面料的PH值控制在一定范围内有利于皮肤健康,防止细菌的侵入。根据我国强制性标准要求,婴幼儿服装的PH值应在4.0-7.5之间,本次比较试验的16款样品PH值均在6.2-7.2之间,符合国家标准要求。16款抽检样品的PH值测试结果见下图。



04耐水色牢度(级): 耐水色牢度指纺织品、皮革等材料在接触水(汗液、雨水等含水环境)时,保持原有色泽不褪色,不沾色到其他材料上的能力。它是衡量材料染色质量的关键指标,直接影响产品耐用性和使用体验。通常通过测试(如浸泡、摩擦等)评定等级(1-5级,5级最优),依据国家标准GB/5713-2013要求耐水色牢度应大于等于3-4级。本次试验16款样品的实测耐水色牢度均为4-5级,结果均符合国家标准要求。

05耐汗渍色牢度(级): 耐汗渍色牢度是指经过染色的服装在使用过程中,纺织面料上的染料经汗液作用而在不同程度上能保持其原来色泽的性能。耐汗渍色牢度有问题的服装面料上的染料容易通过汗液转移人体皮肤上,其中的染料分子和重金属等有可能通过皮肤被人体吸收而危害健康。本次比较试验的16款样品实验实测值均为4-5级,符合国家标准要求。

06纤维成分及含量: 纤维成分及含量是指面料中各类纺织纤维(如棉、莫代尔、氨纶等)所占的重量百分比,须符合GB/T29862-2013《纺织品纤维含量标识》标准要求,实测成分与吊牌标识明示成分误差应控制在正负5%以内。本次比较试验的16款样品纤维成分及含量均符合国家标准要求。

序号	品牌	纤维含量(100%)	技术要求
1	优衣库婴儿压线爬爬服	正身: 棉: 83.6 聚酯纤维: 16.4	正身: 83 聚酯纤维: 17
2	佰宝糖婴儿内衣	棉: 94.3 氨纶: 5.7	棉: 95 氨纶: 5
3	圣宝度伦婴儿内衣	棉 100	棉 100
4	三木比迪婴儿内衣	粘纤: 39.5 棉: 38.0 锦纶: 22.5	棉: 42 棉: 36.0 锦纶: 22
5	巴拉巴拉女童内衣套装	棉: 92.5 氨纶: 7.9	棉: 92.5 氨纶: 7.5
6	贝婴丽内衣	棉 100	棉 100
7	帝日斯诺内衣	棉 100	棉 100
8	安宝儿小萌宠无背围领套	棉: 96.8 氨纶: 3.2	棉: 95.0 氨纶: 5.0
9	衣拉拉奇趣甜宝套头套装	棉: 100	棉: 100
10	象比家族对襟连体衣	棉: 94.1 氨纶: 5.9	棉: 95.6 氨纶: 4.4
11	爱索贝贝精致小马立领套	棉: 95 氨纶: 5.0(配料除外)	棉: 95 氨纶: 5.0(配料除外)
12	娃丽比开胸连体哈衣	棉 91.1 氨纶: 8.9	棉 95 氨纶: 5.0
13	乔克叔叔小童保暖套	棉: 96.6 氨纶: 3.4	棉: 96.6 氨纶: 3.4
14	红豆城柔软型男童圆领内衣	棉: 94.3 氨纶: 5.6	棉: 93.0 氨纶: 7
15	童泰领套	棉 97 氨纶: 3.0	棉 96 氨纶: 4
16	猫人舒暖女童圆领插肩袖包腰套装	腈纶: 54.7 粘纤: 35.6 氨纶: 9.7	腈纶: 54.7 粘纤: 35.6 氨纶: 9.7

荆楚维权

07耐干摩擦色牢度(级)：耐干摩擦色牢度是指纺织品的颜色在干燥状态下，经受摩擦作用而保持不褪色、不变色的能力。它是衡量纺织品，特别是染色或印花织物物理稳定性和染色质量的重要指标。依据国家标准GB/T3920-2008要求耐干摩擦色牢度应大于等于4级，本次抽检的16款样品实验实测值均为4-5级，结果较好，符合国家标准要求。

08耐湿摩擦色牢度(级)：耐湿摩擦色牢度是指纺织品、皮革等材料在湿润状态下，经摩擦后保持自身色泽不褪色、不向摩擦物(如其他衣物、皮肤)沾色的能力。它是摩擦色牢度的重要分支(对应干燥摩擦色牢度)，核心针对洗涤后、出汗后等潮湿场景，等级仍以1-5级评定(5级最优)，直接关系到衣物穿着时的串色风险和耐用性。根据国家标准耐湿摩擦色牢度应大于等于3级，深色产品大于等于2—3级，在本次比较实验抽检样品中贝婴丽内衣的耐湿摩擦色牢度为3-4级，其他产品为4-5级，均符合国家标准要求。

序号	品牌	实测值
1	优衣库婴儿压线爬爬服	直向沾色: 4-5
2	佰宝糖婴儿内衣	直向沾色: 4-5
3	圣宝度伦婴儿内衣	经向沾色: 4-5 纬向: 4-5
4	三木比迪婴儿内衣	直向沾色: 4-5
5	巴拉巴拉女童内衣套装	直向沾色: 4-5
6	贝婴丽内衣	直向沾色: 3-4
7	帝日斯诺内衣	直向沾色: 4-5
8	安宝儿小萌宠无骨圆领套	直向沾色: 4-5
9	衣拉拉奇趣萌宠头套装	直向沾色: 4-5
10	象比家族对襟连体衣	直向沾色: 4-5
11	爱亲贝贝精致小马立领套	直向沾色: 4-5
12	娃丽比开胸连体哈衣	直向沾色: 4-5
13	乔克叔叔小童保暖套	直向沾色: 4-5
14	红豆绒柔软型男童圆领内衣	直向沾色: 4-5
15	童泰立领套	直向沾色: 4-5
16	猫人舒暖女童圆领插肩袖包脚裤套	直向沾色: 4-5

根据以上婴幼儿内衣比较试验样品信息及测试结果汇总表结果，可得出本次实验的优衣库、佰宝糖、圣宝度伦、三木比迪、巴拉巴拉、贝婴丽、帝日斯诺、安宝儿、衣拉拉、象比家族、爱亲贝贝、娃丽比、童泰、猫人品牌的婴幼儿内衣样品均符合GB31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》标准要求，而乔克叔叔的品牌样品标识不符合GB/T5296.4-2012《消费品使用说明第4部分：纺

织品和服装》标准要求。近期，市消委已着手对标识不合格商家开展约谈，并将敦促其整改，后期进行回访。

四、消费提示

黄石市消费者委员会提醒广大购买婴幼儿产品消费者：

1.消费者购买婴幼儿内衣时，应首先查看产品的使用说明(即产品标识)。产品标识是一种向消费者传达产品的性能、质量状况、使用方法等信息的载体，请勿选购无使用说明标识的婴幼儿内衣。

2.正确穿用与维护好婴幼儿内衣。按永久性洗涤标识操作，深浅衣服分开洗涤，以防异色污染；使用洗涤剂时有颜色衣服尽量避免用增白、漂白作用明显的洗涤剂，以防洗后衣服明显褪色。

3.选购婴幼儿内衣时，建议优先挑选100%纯棉、无刺激性气味、透气性良好的产品，面料以浅色、手感柔软为佳。需警惕合成纤维材质，聚酯纤维等合成面料即便标注为A类，其透气性仍相对较差，不适宜婴幼儿长期贴身穿着。同时要规避荧光剂风险，颜色过于洁白的婴幼儿内衣可能添加荧光剂，长期穿着存在健康隐患；若产品带有刺激性气味，选购时务必谨慎。

4.建议通过正规渠道选购婴幼儿内衣，如品牌官方旗舰店、知名电商平台、大型商超专柜及品牌专卖店等。同时留意产品吊牌上的功能性宣传内容，切勿盲目轻信部分企业的夸大宣传，应结合自身实际需求理性选购。

5.消费者购买婴幼儿服装应及时索取发票或购物小票，保留好购物凭证，以便后续依法维护自身合法权益。若发现产品存在质量、价格、假冒伪劣等消费纠纷，请及时登录“全国消协智慧315平台”“湖北315消费投诉和解平台”，或者拨打12315或黄石市消委投诉电话0714-6260315投诉。

全省重点行业消费维权工作座谈会在武汉召开

1月29日，省消费者委员会召开“全省重点行业消费维权工作座谈会”，总结2025年全省重点行业消费维权工作成效，分析当前形势，部署2026年重点工作任务。省市场监管局消保处、价监处、网监处、广告处、12315指挥中心、省标质院相关负责人，省消委秘书处、重点行业协会维权办（维权站）负责人、以及企业、媒体代表共70人参加会议。

会议通报了2025年全省重点行业消费维权工作情况和全省消委组织受理投诉情况，介绍了2026年“3·15”系列活动方案、宣传工作安排以及共建“放心消费家园”工作。省育婴行业协会、省眼镜行业协会、武汉天河机场、京东、澳华装饰等行业、企业代表作经验交流。省电子商务行业协会、省金银首饰商会、沃尔玛、美团等单位就2026年“3·15”活动计划及消费维权工作思路进行发言介绍。

会议指出，过去一年各重点行业维权机构围绕宣传教育、行业规范、投诉调解和协同共治等方面主动作为，消费维权社会共治格局进一步巩固。面对消费升级和业态革新新形势，要深刻认识消费维权工作的政治属性和国家要求，主动融入社会治理格局，以实际行动践行以人民为中心的发展思想。

会议强调，2026年是“十五五”规划开局之



年，全省消费维权工作要围绕“优化消费环境、守护消费公平、服务高质量发展”目标，重点做好以下四方面工作：一是聚焦品牌建设，持续开展“荆楚放心礼”评测、“3·15金秋购物节”等活动，深化“线下购物七日无理由退货”承诺，共建“放心消费家园”新场景；二是加强数智赋能，推广运用“全国消协智慧315平台”，建立消费维权专家咨询库，提升维权效能；三是深化源头治理，联合行业协会发布风险预警，开展靶向性合规指导，推动行业规范化发展；四是深化机制建设，拓展跨区域维权协作，构建社会共治共享新格局，为推动湖北高质量发展、加快建成中部地区崛起重要战略支点贡献力量。

湖北省消委被中国消费者报社评为2025年消费维权宣传突出贡献单位

2025年，湖北省消委积极通过《中国消费者报》等中央级媒体加大宣传力度，全省消委系统通过中国消费者报全媒体平台共刊发新闻宣传稿件60多篇，有效提升了湖北省消委会的社会影响力和公信力。



2024年度“荆楚放心礼”湖北特色消费品名单

推荐单位	认定产品	企业名称
省直	长飞FIBBR菲伯尔USB 100W磁吸数据线	长芯盛（武汉）科技有限公司
	楚天好凤鸣楚天·红绿黑茶礼盒	湖北省茶业集团股份有限公司
武汉市	黄鹤楼南派大清香楼20	黄鹤楼酒业有限公司
	蔡甸莲藕排骨汤	武汉农村电子商务有限公司
黄石市	毛铺紫荞酒、毛铺草本年份酒·8年组合	劲牌有限公司
	特级·桃花茶·绿（袋泡）	湖北桃花茶生态农业有限公司
十堰市	《春风吹拂满江桥》双面刺绣绣台屏组合	大冶刘小红刺绣艺术文化有限公司
	庐陵王房县黄酒酒匠	湖北庐陵王酒业有限责任公司
襄阳市	房州味道（小花菇黑木耳套盒）	湖北房州味道农业科技发展有限公司
	“遇见武当”特级初榨橄榄油	湖北鑫榄源油橄榄科技有限公司
宜昌市	霸王醉典藏、石花金一品组合	湖北省石花酿酒股份有限公司
	安琪纽特酵母蛋白粉	安琪纽特股份有限公司
荆州市	三峡步步升布鞋	枝江市步步升布艺有限公司
	宜昌工夫茶·宝顺合	宜昌茶业集团有限公司
荆门市	喜旺烤酸奶	宜昌喜旺食品有限公司
	东南醇公安牛三鲜	湖北东南醇清真牛肉食品有限公司
鄂州市	精品小胡鸭	湖北小胡鸭食品有限责任公司
	唯楚木艺虎座鸟架鼓	荆州市唯楚木艺有限公司
孝感市	金龙泉啤酒龙泉壹号	英博金龙泉啤酒（湖北）有限公司
	京山桥米	湖北国宝桥米有限公司
黄冈市	东塔食品鄂州武昌鱼	鄂州市东塔食品工贸有限公司
	鄂州雕花剪纸	鄂州市典则广告有限公司
咸宁市	梁湖良品梁子湖螃蟹	湖北梁湖良品发展有限公司
	小珑珑鱼丸	鄂州市小珑珑食品有限公司
随州市	青铜镜（跑兽葡萄镜）	鄂州市博物馆文物复原复制研究所
	孝感牌麻糖	孝感麻糖米酒有限责任公司
恩施州	神丹松花鸭皮蛋	湖北神丹健康食品有限公司
	午时银花露	湖北午时药业股份有限公司
仙桃市	神霖牌米酒	孝感麻糖米酒有限责任公司
	东坡文化综合伴手礼系列	黄冈文化旅游集团有限公司
天门市	别山源山茶油	别山源（湖北省）绿色农业有限公司
	黄梅挑花手工包	湖北梅开二度文化有限公司
潜江市	馥雅食品益元八珍	湖北馥雅食品科技有限公司
	李时珍国灸蕲艾雷火灸	李时珍国灸集团蕲艾产业（蕲春）有限公司
神农架林区	梦丝家秋冬季多功能艾绒蚕丝被	湖北梦丝家绿色保健制品有限公司
	英山云雾茶	湖北志顺茶业股份有限公司
咸宁市	众望小麻花	湖北众望科工贸有限公司
	桂乡仙粮野生黄精茶	湖北黄精哥食品有限公司
恩施州	品源香菇鲜椒辣酱	品源（随州）现代农业发展有限公司
	爱福牌龙须酥	随州市大洪山绿色生态保健食品有限公司
仙桃市	星斗山利川红茶叙东方	利川星斗山红茶有限责任公司
	蓝焙·黄连溪恩施玉露·玉露的记忆	恩施蓝焙茶业股份有限公司
天门市	咸丰白茶	咸丰县御晒源茶业有限责任公司
	临江绿毫	利川市临江茶业有限责任公司
潜江市	毛嘴卤鸡	仙桃市毛嘴卤鸡厂
	黄潭米粉速食装	天门黄潭米粉食品有限公司
神农架林区	蜂之宝土蜂蜜	湖北蜂之宝蜂业有限公司
	五七小李子油焖大虾	潜江市五七小李子餐饮管理有限公司
神农架林区	神农奇峰红茶	神农架林区神农奇峰茶业有限公司