



安徽消费者



第3期 总第90期 主办/安徽省消费者权益保护委员会
准印证：皖L00-163 内部资料 免费交流

2019.6.30

本期关注:长三角消保委联盟





安徽消费者 **3**
第3期 总第90期 2019.6.30

本期关注:长三角消保委联盟



安徽省消费者权益保护委员会
2019.6

主办/安徽省消费者权益保护委员会
编印单位:安徽省消费者权益保护委员会
第3期 总第90期 2019.6.30

编委会名单

主任 沈卫国
副主任 韩永生
编委 丁涛 吴瑞卿 张路明 罗勇
胡茵 周鹏 洪敬谱 王张
樊具山 金雷 余兵 曹桂旭
齐刚 黄华纯 唐凤阳 朱伟
钟林 喻薇莉 凤元华 陈波
王晓震 万冬鸣 兰文军

主编 吴瑞卿
编审 张路明
执行主编 洪敬谱
编辑 《安徽消费者》编辑部
校对 李玲 盛恩乐
摄影 柳书莲 韩峻

主办:安徽省消费者权益保护委员会
地址:合肥市宁国路112号工商大厦
电话:0551-64675176
网址:www.ah315.cn
编辑单位:安徽中消报新媒体有限公司
联系电话/传真:0551-64675172
投稿邮箱:ahxfz2018@163.com
印刷单位:合肥美之乐包装印务有限公司
印刷日期:2019年6月30日
印刷数量:1000本
发送对象:

安徽省消费者权益保护委员会成员单位; 全省各级消保委

声明: 版权所有,《安徽消费者》编辑部保留所有权。未经书面许可,不得以任何形式的复制、翻印、使用《安徽消费者》的任何图文。

安徽消费者



卷首语

共谋新机制, 打造示范区..... P1

专栏

长三角“消联”..... P2
消保委工作动态..... P17
放心消费创建..... P30
消费提示..... P34
投诉分析报告..... P37
3·15维权案例..... P42

封面

韩永生看望长三角消保委联盟第一次会议的与会代表

封二

目录、编委会名单

封三

省消保委党支部获得“先进党组织”荣誉称号

封底

安徽省放心消费创建宣传标识

共谋新机制,打造示范区

——长三角如何迈向高质量一体化

解放日报评论员:朱珉迕

不久前,中共中央政治局会议审议了《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》。近段时间,长三角一体化议题的热度持续攀升。5月,上海、杭州、宁波、温州、合肥、南京、苏州地铁APP实现互通,在拥有最密集高铁网络的长三角,交通一体化已经从高铁、公路等“主动脉”延伸到了城市内部的“毛细血管”。使用一个地铁APP,开通跨省公交线,打通“断头路”……这是一体化发展加速的体现。

一体化是一个不断深化、升级的过程,需要一个个项目的支撑,背后往往蕴含着制度性的协同与创新。比如,长三角去年发力推进异地就医医保费用直接结算,预计在本月,苏浙两省同上海就能实现市级统筹区联网全覆盖,安徽亦将在9月前把有条件的市级统筹区纳入联网范围;又如持续多年的区域大气污染、水污染防治协作,也在不断做出漂亮文章。这些探索,尝试打破壁垒,探索利益共享、责任共担的新机制,展现出超越局部利益和传统思维的“制度想象力”。

上升为国家战略、被赋予“更高质量一体化”的期待,长三角承载了更多愿景,最关键的正是制度层面的创新突破。经过改革开放40多年的发展,长三角对于一体化有了更高层面的需求。比如,能否在环境治理上突破行政边界进而深度合作,能否在科技创新成果运用上互惠互利,能否协同推进公共服务水平整体提升,等等,都已成为迫切的命题,亟待体制机制的创新。协同发展的规律就是如此,只有深度融合,发展动力才能更加强劲。

地缘相近、习俗相通,有优良的市场环境,有开放的基因,更有优势互补、携手做强的底子和愿望,这是长三角的优势。今天的长三角三省一市明确了“相加大于4”的愿景。“大于”意味着不只做“加法”,更要做“乘法”;不是量的叠加,而是质的交融;不能靠简单的行政推动和资源叠加,而需要通过制度创新挖掘协同发展的潜能。只有建立起顺畅的沟通协调机制,建立互利共赢的合作模式,才能为区域发展活力的释放提供助推。

长三角在全国经济中具有举足轻重的地位,这让长三角一体化承载着重要使命。它既有同“一带一路”建设、京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设相互配合、完善中国改革开放空间布局的意义,也有为全面深化改革开放继续蹚出新路的意义。从深圳到浦东到雄安,从京津冀到粤港澳到长三角,将改革开放向纵深推进的使命一直都在,探索的脚步从未停止。在中国改革开放历史进程中发挥过重要作用的长三角,在新一轮的深化改革、扩大开放之中,无疑要进一步走在前列,带头探路攻坚。

正是在这个意义上,衡量一体化成果的,不仅是它对经济增长和区域发展的驱动作用,更要看能否开创出新的发展范式。人们期待一个更高质量发展的长三角,更期待一种能为区域协调发展提供有益借鉴的制度性成果。呼之欲出的长三角一体化发展示范区,将是一块更为具体、更为聚焦的创新试验田。

(来源:《人民日报》)

韩永生出席长三角地区消保委消费维权一体化 合作协议签约仪式



为贯彻落实长江经济带发展、长三角区域一体化发展国家战略,4月17日,上海、江苏、浙江、安徽三省一市消费者权益保护委员会共同在上海签署《长三角地区消费者权益保护委员会消费维权一体化合作协议》。上海市消费者权益保护委员会主任杨定华,中国消费者协会副会长兼秘书长朱剑桥,上海市市场监管局局长陈学军,江苏省市场监管局局长朱勤虎,浙江省市场监管局局长冯水华,安徽省市场监管局局长韩永生、副局长张志宏出席签约仪式。三省一市消费者权益保护委员会秘书处负责同志参加签约仪式。

韩永生在签约仪式上表示,安徽将进一步扬皖所长、加强合作、完善机制、资源共用、成果共享,与

一市两省消费者权益保护委员会一道,把长三角地区消费维权一体化合作与长三角地区市场体系一体化建设、放心消费(品质消费)示范区建设行动有机衔接、同频共振,大力提高消费维权整体效能,共同引导品质消费,激发消费潜力,携手把长三角地区打造成为国内外消费者放心消费的首选地,为推动长三角更高质量一体化发展作出应有的贡献。

《协议》明确四地消保委将主要在6个方面开展联动合作:一是全力打响长三角地区消费品牌,承接中国国际进口博览会溢出效应,结合“上海品牌”“江苏精品”“浙江制造”“安徽名牌”分批推出反映长三角地区各地消费特点、购物特色的宣传内容。二是联动开展商品服务社会监督,整合四地消



保委的资源优势，联手开展商品和服务比较试验，联合开展消费体察、消费调查，共同发布结果，形成社会监督合力。三是联手推动消费投诉纠纷化解，推动长三角地区更多的市场主体建立消费纠纷处置绿色通道、先行赔付等快速反应和应急处置机制，对涉及长三角地区消费者群体性问题，特别是涉及消费者人身财产安全、生命健康的重大消费事件，开展联合调查、集体约谈，共同发布调查结果，形成联手化解消费纠纷的合力。四是联合推进消费知识宣传引导，针对共同关注的消费维权热点、难点问题，联合发布维权资讯，联手策划开展宣传教育主题活动，形成集互联网、微信、微博等移动智能端口多渠道并举的综合消费维权资讯宣传平台。五是协力推动消费领域立法立规，对新业态、新领域维权中的法律滞后、规则不全、标准缺失等问题，加强交流商讨，形成建议主张，推动立法立规，促进制度供给。六是探索建立消费领域信用体系，四地消保委加快推动投诉数据互通共享，探索建立消费领域信用体系，开展投诉公示试点工作，建立失信企业“黄黑榜”，督促经营者增强信用意识、诚信自律

经营。

根据《协议》，四地消保委将以上海大都市圈为重点，依托地域相连、经济相融、文化相通的整体优势，建立信息共通、规制共建、资源共用、权益共护、成果共享5项原则，明确了联盟合作、协调通报、联合声明、培训交流、比邻合作5项合作机制，特别是联盟合作机制，首次成立长三角消费维权联盟，设立轮值秘书长，由四地消保委秘书长轮流担任，负责每年牵头召开长三角消费维权联盟工作会议，根据共同关注的工作重点制定年度合作议题，商讨研究分工合作内容及维权工作发展方向。

据悉，下一步，四地消保委将围绕维权思路共谋、维权治理共商、维权资源共享的目标，加快建立具有长三角特点的现代维权体系，尽快建立长三角消费领域信用体系，全力打造长三角消费者权益保护示范区，让广大消费者在长三角地区能消费、敢消费、愿消费，让长三角地区成为国内外消费者放心消费的首选地。

(张路明/文 刘浩/图)

长三角消保委联盟第一次会议在安徽召开 研究讨论并制定联盟 2019 年工作计划



5月21日,上海、江苏、浙江及安徽四省市消保委在安徽合肥召开长三角消保委消费维权联盟第一次会议,研究讨论并制定联盟2019年工作计划,将建立长三角消费维权联盟官方网站、微信公众号等宣传平台,实现长三角消费维权宣传和投诉的一体化入口。

会前,省市场监管局党组书记、局长韩永生亲切看望了与会人员。

安徽省消保委主任沈卫国,安徽省市场监管局党组成员、副局长张志宏,上海市消保委副主任兼秘书长陶爱莲,浙江省消保委副主任兼秘书长崔砺金,上海市消保委副秘书长唐健盛,江苏省消保委副秘书长居上和安徽省消保委副秘书长吴瑞卿等领导参加了此次会议,会议由安徽省市场监管局副局长张志宏主持。

“长三角消费维权联盟”是根据此前四地在上海签署的《长三角地区消费者权益保护委员会消费维权一体化合作协议》而成立的,这是贯彻落实长江经济带发展、长三角区域一体化发展国家战略的重要举措,目的是实现信息共通、规制共建、资源共用、权益共护、成果共享。联盟设立轮值秘书长,由四地消保委秘书长轮流担任,负责每年牵

头召开长三角消费维权联盟工作会议,共商合作议题。

本次合肥会议就一些拟具体合作的项目进行了重点讨论,如建立消费信息互转及共享机制,共同开展重点商品评测等,设计长三角消费维权联盟标识,今后还将建立长三角消费维权联盟官方网站、微信公众号等宣传平台,实现长三角消费维权宣传和投诉的一体化入口,组织四地消保委秘书处工作人员开展交流培训,并将加强对外合作,以共同保障长三角地区消费者权益。

《中国消费者报》驻江苏、上海和安徽记者站的站长均参会。

(洪敬谱)



长三角消保委联盟启动上海、江苏、浙江、安徽四地主要景点儿童免票规则联合消费调查

5月21日，长三角消保委联盟召开第一次会议，会议商定联合开展沪苏浙皖主要景点儿童免票规则消费调查。

随着《长三角地区共同开展“满意消费长三角”行动方案》的签署，消费者对携手打响“满意消费长三角”品牌，推动长三角区域一体化发展有了更多期许。统计数据显示，今年一季度长江三角洲城市群GDP总量5.13万亿元，占全国GDP总量的24%。其中，旅游行业增长迅猛，长三角地区已经成为国内外消费者的重要旅游目的地之一。消费者反

映，长三角四地景点儿童免票规则的差异度比较大，并且和国外主要景点的规则也不尽相同。消费者希望随着长三角一体化的深入，儿童免票规则能够更统一、更合理、更贴合未成年人的成长规律。

为回应消费者关切，本次调查将通过数据采集、现场调查、企业沟通、专家评议等方式，收集第一手资料，倾听消费者呼声，汇聚国际国内经验，并提出合理化建议，促进长三角消费政策一体化建设和旅游产业高质量发展。

(洪敬谱 刘浩)

长三角主要景点儿童免票规则联合消费调查报告

一、调查背景

2018年11月5日，习近平主席在首届中国国际进口博览会开幕式发表主旨演讲时表示，支持长江三角洲区域一体化发展并上升为国家战略。为贯彻落实长三角一体化国家战略，努力推进长三角地区消费市场一体化建设，2019年4月17日下午，上海、江苏、浙江和安徽消费者权益保护委员会负责人在上海签署了《长三角地区消费者权益保护委员会消费维权一体化合作协议》，成立长三角消保委联盟。

联盟将依托地域相连、经济相融、文化相通的整体优势，秉持信息共通、规制共建、资源共用、权益共护、成果共享等五项原则，最大限度地激发消费潜能，优化消费环境，让长三角地区成为国内外消费者放心消费的首选地。选择景点儿童免票规则消费调查作为联盟成立后的首个落地项目，主要是由于旅游业已经成为长三角地区的重要支柱产业。据统计，今年一季度，长江三角洲城市群GDP总量

5.13万亿元，占全国GDP总量的24%。其中，旅游行业增长迅猛，为促进区域消费政策一体化和旅游产业高质量发展，上海、江苏、浙江、安徽四地消保委于6月1日同步开展长三角主要景点儿童免票规则联合消费调查。

二、调查情况

本次联合消费调查通过线上消费者问卷、头部OTA旅游平台大数据收集、线下景点企业座谈和专家评议等方式，汇总第一手数据，倾听消费者呼声，征询专家意见，最终形成了儿童免票规则方面的合理化建议。

(一) 长三角成为消费者亲子出游的首选目的地

随着长江三角洲城市群全球影响力的不断提升和对细分旅游市场的充分挖掘，长三角地区已经成为国内外消费者的重要旅游目的地之一。据不完全统计，长三角的儿童人口超过2500万，亲子游消费市场潜力巨大，以儿童为目标群体的景点也最为

发达。区域内各类景点企业重点布局主题乐园类、探索互动类亲子旅游产品，汇聚了迪士尼乐园、常州恐龙园、海昌海洋公园等一批深受儿童喜爱的知名景点，进一步增强了消费者赴长三角旅游的意愿。根据联盟开展的线上消费者调查，长三角已成为62.3%的消费者亲子出游的首选目的地，景点儿童免票规则随之成为消费者的关注热点。

(二)各景点免票规则差异度较大，较易引发消费争议

联盟对两家头部OTA在线旅游平台上的1000余个长三角景点相关规则进行了大数据收集和梳理后发现，大多数景点儿童免票以身高为标准，身高兼顾年龄的仅为6.2%，景点性质不同，规则差异度较大。一是实行政府指导价的景点和市场化运作的景点之间的差异，前者根据国家发改委和三省一市发改委的相关要求，不仅设置了儿童身高免票线，还设置了年龄免票线(6周岁含)，而后者绝大多数只设置了身高免票线。二是自然资源类景点和主题乐园类景点之间的差异，前者依托自然资源建造，带有一定的公益属性，对儿童免票的身高和年龄限制较为宽松，最高的为18周岁和1.5米，而后者根据其目标客户群体的不同，身高和年龄限制较为严格，最低的为2周岁和0.75米。三是人流量大的景点和人流量小的景点之间的差异，前者须常年应对瞬时大客流，为保障通行效率、避免造成拥堵，选择身高作为儿童免票标准，而后者客流量较小，具备核验儿童年龄的条件。上述差异和同龄儿童中身高超高越来越普遍的情况，引发了不少消费争议。

(三)消费者期待儿童免票规则更为科学合理

调查中业内专家认为，以身高作为儿童免票标准保证了效率，却有失公平。对照国外著名景点，基本都是以身高为准，如新加坡和日本的环球影城(4岁以下)、加利福尼亚乐高乐园(3岁以下)、悉尼塔龙加动物园(4岁以下)等。为听取消费者这方面的意见，四地消保委通过官网、微信、微博等自媒体和

第三方渠道，同步开展了线上消费者调查，共收到有效问卷9167份。结果显示，22.5%的消费者表示景点儿童免票规则没有明示，不够清楚；19.3%的消费者表示免票规则差异较大；50.1%的消费者表示免票身高限制不符合实际情况。同时，针对儿童免票规则的设置方式，有27.6%的消费者认为儿童免票应以年龄为标准；有63.9%的消费者认为儿童免票规则应兼顾身高与年龄，两者符合一项即可。身高兼顾年龄和以年龄为准的做法得到了绝大多数消费者的认同。

(四)长三角消保委联盟共同推动企业优化免票规则

针对长三角区域内景点性质差异较大，自然资源类景点与主题乐园类等景点分布不均的情况，联盟经过研究讨论和征询专家意见后认为，推动景点依据有关法规和经营实际设定适合企业自身的儿童免票年龄标准较为切实可行。据此，联盟成员于6月中旬分别召集四地主要景点召开座谈会，详细了解各类景点儿童免票规则的实际执行情况，充分听取企业对身高兼顾年龄的意见以及优化免票规则可能遇到的困难，倡导在保障效率的同时，形成更科学、更合理的儿童免票规则共识。大部分与会企业、尤其是四地著名景点均表示，将积极研究优化儿童免票规则的细化措施，尽快落实。

三、相关建议

给予未成年人特别保护和特殊优待是《未成年人保护法》确立的基本原则，也是社会进步和国家文明的重要体现。联盟期望通过此次消费调查，推动景点儿童免票规则的制定更科学、更合理，并建议各类景点根据相关法规和企业实际情况，出台儿童免票身高兼顾年龄的具体细则，让身高超高的适龄儿童平等地获得免票优待，使更多的消费者享受到福利。这样既能较好地解决儿童免票身高究竟设定为多少合理的问题，也能更好地保障消费者的公平交易权。

(长三角消保委联盟)

省暨合肥市消保委召开景点儿童免票规则企业座谈会



为了推动安徽省暨合肥市主要景点身高与年龄兼顾的儿童免票规则,6月19日下午,安徽省暨合肥市消保委在合肥市消保委召开景点儿童免票规则座谈会。省消保委消费指导部主任胡茵、合肥市消保委副秘书长陈静、丁云及合肥市部分景点有关工作人员参加会议。

胡茵介绍说,5月21日,长三角消保委联盟召

开第一次会议,会议商定联合开展沪苏皖浙主要景点儿童免票规则调查。6月上旬,安徽、上海、江苏、浙江四地消保委陆续开展了网络调查等活动,聆听消费者意见和呼声。安徽省消保委的调查显示,大多数消费者倾向于按照年龄和身高兼顾年龄免票规则。6月17日,安徽省消保委发出倡议,希望全省各景点实行身高兼顾年龄的免票规则。截止6月19日中午12点,全省已经有100余家景区响应该倡议。

与会企业表示,身高与年龄兼顾的儿童免票规则非常公平合理,合肥市的包公园、李府等景区均已经实行了该规则;少数景区相关工作人员表示,会后将积极向景区领导汇报,争取早日响应长三角消保委联盟的倡议。

(洪敬谱/文 韩峻/图)

安徽 131 家景点企业响应长三角消保委联盟倡议 积极推行身高与年龄兼顾的儿童免票规则



6月24日下午,长三角消保委联盟在上海召开主要景点儿童免票规则联合消费调查结果发布会,并倡议区域内景点推行儿童免票身高与年龄兼顾,得到了上海中心大厦、江苏周庄古镇、浙江西溪湿地、安徽西递景区等200余家景点企业的积极响应。

据统计,长三角已成为62.3%的消费者亲子出游的首选目的地,为促进区域消费政策一体化建设和旅游产业高质量发展,长三角消

保委联盟于6月1日启动了主要景点儿童免票规则联合消费调查。调查结果显示,不同类型的长三角景点儿童免票规则差异度较大,为保证通行效率,大多数景点以儿童身高作为免票标准,采取身高兼顾年龄的景点仅6.2%,而国外景点基本都是以年龄为准。随着经济社会的发展,同龄儿童中身高超高的情况愈发常见,由此引发了很多消费争议,再以身高作为儿童免票的单一标准已不符合未成年人成长规律。

为听取消费者对景点儿童免票方面的意见和建议,联盟成员同步开展了线上消费者调查。有22.5%的消费者表示景点儿童免票规则没有明示,不够清楚;19.3%的消费者表示免票规则差异较大;50.1%的消费者表示免票身高限制不符合实际情况。同时,有27.6%的消费者认为儿童免票规则应以年龄为准,更有63.9%的消费者认为身高与年龄,两者符合一项即可免票。身高兼顾年龄和以年龄为准的做法得到了绝大多数消费者的认同。

在聆听消费者呼声和专家建议的基础上,长三角消保委联盟呼吁儿童免票规则的制定要更科学、更合理。景点应做到身高和年龄兼顾,除设置身高免票标准外,增设年龄免票标准。当儿童身高超过免票限制而年龄未达到时,提供能够表明儿童本人的有效证件原件(相关细则由景点企业根据实际情况自主制定),也可享受免票。从而既有利于保障通行效率也有利于保障未成年人的合法权益。

江苏省消保委副秘书长居上表示,该省消保委

在对实行市场调节价的景区进行倡导的同时,会对未落实规定实行政府指导价景区开展约谈工作;浙江省消保委副主任兼秘书长崔砺金表示,浙江省内已评选出190家放心景区,希望这190家放心景区带头率先执行好身高和年龄兼顾的标准,让诗画江南、山水浙江的美誉唱响全国。

安徽省消保委副秘书长吴瑞卿在发布会上说,安徽省消保委针对完善儿童免票规则方面向省内旅游景区提出了倡议活动之后,得到了积极的响应。截止目前,安徽共有131家景区(包括109家政府定价景区,22家市场定价景区)接受了消保委的建议,承诺实行儿童免票兼顾身高与年龄的规则。安徽人文自然资源丰富,景点众多,各具特色,如皖南的新安江画廊、皖北的八里河风景区等都是长三角主要旅游目的地之一。吴瑞卿表示,安徽省消保委将在全省积极引导景区落实倡导,让大美安徽彰显更加迷人魅力。

长三角消保委联盟轮值秘书长、上海市消保委副主任兼秘书长陶爱莲在发布会上说,此次优化儿童免票规则联合消费调查,是长三角消保委联盟的首次实践,有利于提升服务品质、改善消费环境、激发消费潜能,吸引更多消费者选择到长三角旅游,加快实现长三角地区旅游产业高质量发展。

下一步,联盟将拓展合作广度,对国家发展有需要的、三省一市有共识的、老百姓关切的、具体操作能实现的消费者权益保护事项,深入研究、加快落地。

(消费指导部)



安徽省消保委副秘书长吴瑞卿发言



安徽西递景区代表景区发言

附:安徽同意实行年龄与身高兼顾的儿童免票规则景区名单(131家)

合肥

合肥三国遗址公园
合肥植物园
合肥徽园
合肥李鸿章故居陈列馆
合肥包公园
巢湖市银屏山景区

宿州

安徽皇藏峪国家森林公园
灵璧奇石文化园

亳州

亳州曹操运兵道
亳州花戏楼
亳州南京巷钱庄
亳州曹腾墓
亳州张园汉墓
亳州陈抟庙景区
亳州市城市展览馆
亳州市海洋世界

阜阳

安徽八里河景区
阜阳生态乐园
安徽颍上县迪沟景区
太和环球嘉年华游乐园
临泉县盛和海洋世界
乐水汤泉(界首馆)

淮南

安徽省焦岗湖风景区
安徽省焦岗湖影视城

滁州

滁州小岗村
滁州女山地质公园

明光市八岭湖生态旅游区
滁州长城梦世界景区
滁州金丝楠木博物馆
滁州白鹭岛生态旅游度假村
明中都鼓楼景区
明皇陵景区
凤阳韭山洞景区
狼巷迷谷景区

六安

六安大别山主峰景区白马尖
六安龙井峡瀑布
六安别山湖游船
六安悠然蓝溪旅游度假区
六安南山草原

马鞍山

马鞍山采石矶景区
当涂县李白墓
含山县褒禅山风景区
和县乌江霸王祠
马鞍山德化堂古床博物馆

芜湖

芜湖大浦旅游景区
芜湖马仁奇峰景区
芜湖丫山花海石林景区
芜湖板子矶景区
芜湖县六郎湿地花海

宣城

宣城敬亭山景区
安徽扬子鳄森林保护区
宁国恩龙世界木屋村
宁国华东大裂谷
宁国夏霖九天银瀑景区
郎溪县观天下景区

绩溪徽杭古道
绩溪龙川景区
绩溪紫园
绩溪县障山大峡谷
绩溪县太极湖村景区
旌德江村景区
旌德朱旺景区
宣城龙泉洞景区
宣城亲心谷生态景区
宣城千年仁里景区

铜陵

安徽浮山风景区
铜陵永泉农庄

池州

池州九华大王洞风景区
九华河漂流
九华天池风景区
九华九子岩
九华莲峰云海景区
安徽石台牯牛降景区
安徽石台怪潭漂流
石台县仙寓山景区
安徽杏花村文化旅游景区
安徽石台鱼龙洞景区
池州百丈崖景区
池州秋浦河漂流
石台蓬莱仙境旅游区
池州市清源山景区
安徽剡溪漂流
青阳县齐春生态庄园

安庆

安徽天柱山风景区
天柱山后流泉文化园
安徽天仙河景区

安徽明堂山景区
岳西天峡景区
安徽白马潭景区
安徽天仙峡景区
潜山县天龙关景区
潜山县白水湾景区
潜山天龙山九曲河漂流
安徽映山红博览园
安徽小龙山生态旅游景区
岳西县彩虹瀑布景区
岳西妙道山景区
罗河谷漂流
桐城孔城老街
桐城嬉子湖生态旅游区
安庆市五千年文博园
安庆花亭湖风景区
安庆独秀园景区

安徽省孔雀东南飞文化园

黄山

黄山风景区
黄山翡翠谷风景区
黄山太平湖景区
黄山洞天湾风景区
黄山唐模景区
黄山牯牛降景区
黄山市花山谜窟
歙县牌坊群鲍家花园景区
黄山黟县打鼓岭景区
黄山黟县关麓景区
黄山宏村景区
黄山木坑竹海景区
黄山南屏景区
黄山屏山景区

黄山守拙园景区
黄山塔川景区
黄山五溪山景区
黄山西递景区
黄山西递石林景区
黟县秀里景区
黟县卢村景区
休宁大熊猫生态乐园

广德

广德太极五色谷
广德五洋水世界
广德灵山大峡谷
广德红岩溪漂流
安徽桃姑迷宫

长三角档案

长江三角洲(简称“长三角”)是长江入海之前的冲积平原,中国第一大经济区,中央政府定位的中国综合实力最强的经济中心、亚太地区重要国际门户、全球重要的先进制造业基地、中国率先跻身世界级城市群的地区。

长三角,一片 35.9 万平方公里土地,占中国总领土面积 1/26;人口 2.2 亿,占中国总人口的 1/6。2018 年,长三角创下 21.3 万亿人民币经济产值,占中国经济总量近 1/4。

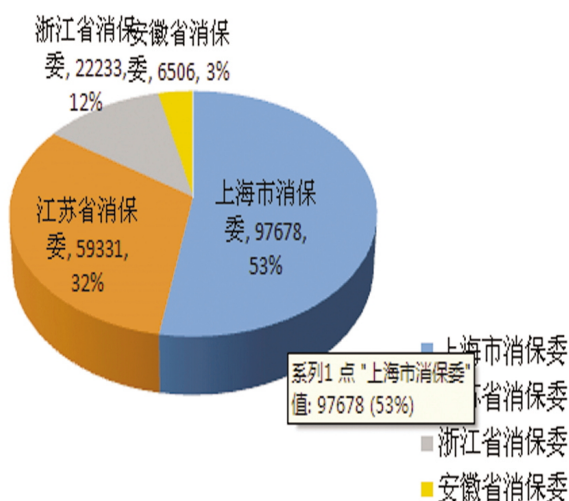
“如果我讲 1/4,你无感,我告诉大家,世界排名前五分别是:美国、中国、日本、德国、英国。2018 年,长三角经济总量超过了英国,你就明白什么叫长三角了。”民建中央副主席、上海市政协副主席周汉民这样解释长三角在中国经济发展中的重要地位。

五大热点 19 万件投诉—— 长三角消保委联盟解读上半年消费投诉

一、投诉基本情况

2019 年上半年,长三角地区消保委共受理消费者投诉 185748 件,同比上升 11.8%。其中,上海市消保委受理 97678 件、江苏省消保委受理 59331 件、浙江省消保委受理 22233 件、安徽省消保委受理 6506 件。按投诉类别分,商品类投诉 84955 件,占投诉总量的 45.7%;服务类投诉 100793 件,占投诉总量的 54.3%(上述数据仅是长三角地区消保委受理并处理的投诉量,并不包括消费者通过其他法定途径反映的投诉。由于四地消保委对于消费投诉的受理渠道和处理机制各不相同,所以投诉量差异较大)。

2019 年上半年长三角地区消保委受理投诉量(件)



二、热点领域分析

长三角消保委联盟通过对四地消费投诉数据和消费投诉典型案例的汇总分析,梳理了 5 大投诉热点领域:一是事件性热点——汽车及售后服务;二是阶段性热点——房屋及装修服务;三是趋势性热点——旅游及相关服务;四是结构性热点——预付式消费;五是增长性热点——新兴消费模式。

(一)汽车及售后服务

上半年西安奔驰车主维权事件引发全国广泛

关注,汽车相关消费投诉明显增多。据统计,2019 年上半年长三角汽车及售后服务投诉达 13183 件,同比增长 43.86%。投诉中反映的问题主要有:一是以低价优惠诱导消费者购车,实际结算却捆绑其他收费项目;二是赠送的商品或服务与承诺不符、存在虚高标价、质量无法保证等问题;三是汽车质量问题,主要是发动机、变速箱、离合器等关键部件在短期内出现质量问题,如发动机漏油、制冷设备失灵等。

长三角消保委联盟提示:汽车经销企业应诚信经营,一是对车辆和增值服务明码标价,不得以不真实的低价误导消费者;二是促销承诺应真实全面,不得以免费赠送为由逃避责任;三是收取订金应有书面协议,不得以营销话术“套路”消费者;四是交付车辆应按约履行,不得利用格式条款规避违约责任;五是完善流程,落实 PDI 责任,不得将存在问题的车辆交付给消费者;六是严格履行《汽车销售管理办法》的相关规定,不得依仗优势地位欺骗消费者。

(二)房屋及装修服务

随着国家新型城镇化战略的深入推进,越来越多居民的住房和居住条件得到了改善。总体而言,长三角房产交易市场秩序较为规范有序,未发现侵害消费者合法权益的突出问题。但由于当前长三角部分中小城市正处在商品房交房的高峰阶段,由此也引发了商品房及家装相关投诉数量的增长。2019 年上半年四地消保委受理的房屋及装修服务投诉为 2938 件,投诉中反映的问题主要有:一是开发商在销售房屋时以学区房、装修精良、环境优美、赠送面积等优惠为噱头,以此吸引消费者购房,事后却存在房型与宣传不符、承诺缩水的情况;二是房屋出现渗漏、精装修房出现墙皮脱落、家用设施安装不到位等质量问题;三是装修服务低价揽客,在房屋装修实际施工过程中肆意增加收费项目,装修费用低开高走,且在装修过程中使用低价劣质的材料,侵害消费者合法权益。

长三角消保委联盟提示：消费者在购买房屋时，要仔细阅读合同协议，并要求经营者在合同中对精装修所选用的建筑材料予以明确，如涂料、板材、卫浴等的具体品牌和规格。注意合同中的格式条款，根据实际需要补充约定相关事项，避免经营者利用不公平条款侵害自身合法权益。

（三）旅游及相关服务

随着长三角一体化上升为国家战略，长三角消费升级趋势明显，消费者的消费意愿、消费动力和消费体验持续提升。旅游、度假类支出占消费总支出的比重越来越高，旅游服务成为消费热点。随着旅游频次的增多，旅游相关服务投诉有所上升。2019年上半年四地消保委受理的旅游及相关服务投诉9218件，同比上升29.59%。投诉中反映的问题主要有：一是擅自变更旅游项目、游览时间、住宿酒店、餐饮标准等；二是行程安排不合理，导游服务不到位等；三是航空机票退改手续费过高。四是酒店在线预订成功后无法入住，如订单被取消，房价突然上调等。

长三角消保委联盟提示：一是经营者应以显著方式告知消费者旅游服务的实际提供者，保障消费者的知情权；二是经营者要与消费者明确约定旅游项目、游览时间、住宿项目等内容，并严格按照合同履行、保证服务质量；三是消费者在签约时要保存好相关证据，维护自身的合法权益。

（四）预付式消费

近年来，预付式消费在线下、线上越来越多。因预付式消费的商业模式本身存在结构性风险，靠消费者自身能力无法规避，引发的投诉屡禁不绝，既有线下的美容美发、洗浴健身、餐饮等企业关门倒闭，也有线上的旅游、住宿、文化娱乐网站停止营业，特别是共享单车押金等问题，往往呈现突发性、群体性的特点。2019年上半年四地消保委共受理预付式消费投诉高达21751件，同比上升75.07%。投诉中反映的问题主要有：一是线上平台企业以预存款、押金、账户充值等名义占有消费者的资金，不当设置退款障碍、不履行退款承诺；二是部分线下经营者倒闭“跑路”，导致消费者预付资金损失；三是部分教育培训机构在销售过程中嵌套了第三方信贷服务，通过设置不公平条款造成消费者的退出

成本畸高，损害了消费者的合法权益。

长三角消保委联盟提示：一是消费者在网络平台预存款和押金的所有权属于消费者，经营者不得利用不平等条款、技术方法和商业套路给消费者退款设置障碍。二是呼吁长三角共同加强预付式消费的顶层设计，强化预付式资金监管，保障消费者的资金安全；三是建议教育部门会同金融部门研究出台相关规则，对教育培训嵌套第三方信贷服务的行为加强监管。

（五）新兴消费模式

在“互联网+”和消费升级的双重驱动下，长三角的消费新模式、新业态层出不穷，涉及衣食住行等消费领域的方方面面。原有线下消费向线上迁移，线上和线下打通并高度融合。细分行业的独角兽企业发展迅猛，为长三角经济发展和居民生活品质提升提供了强劲动力。消费新模式、新业态在刺激消费新需求、提升消费频度的同时也带来了相关消费投诉的显著上升。据统计，2019年上半年四地消保委共受理新模式、新业态领域投诉56849件，占投诉总量的30.6%，涵盖了网络订餐、网约车、长租公寓、生鲜、送花、移动支付等众多行业。长三角消保委联盟通过数据建模的多维度分析，梳理出以下主要问题：一是新兴企业高速扩张，在销售与服务的过程中瑕疵较多；二是商业模式尚未定型，处在不断变化过程中，产品与服务的稳定性相对较差，承诺不履行的情况多发；三是新兴企业普遍存在顾客服务能力和其市场规模不匹配，消费争议处理的及时性、有效性已经成为新模式、新业态发展的痛点和堵点。

长三角消保委联盟建议：一是政府要投入更多的公共资源，不断优化营商环境，大力助推消费领域新兴企业的健康发展；二是企业在注重创新的同时，一定要将商业模式的合规性、业务增长的协调性、顾客服务的完善性作为自身的核心竞争力；三是四地消保委要跨前一步，发挥与消费者沟通、为消费者服务的专业性，帮助新兴企业建立完善的客户服务体系，共同提升解决消费争议的能力水平，构建更为和谐的企业与消费者关系。

（长三角消保委联盟）

总价 17 万元的木门竟是假牌子？ 皖浙消保委联动“验明正身”

长三角消保委联盟协作维权第一案

中国消费者报
CHINA CONSUMER NEWS

2018年5月27日 星期一 第11000期 零售每份0.50元 邮发代号38-10 广告刊例另议 印刷厂：上海报业印刷有限公司

消费者买到问题产品，安徽省消保委启动长三角消保委联盟消费维权机制 两地联动为木门“验明正身”

■本报记者 洪敬谱

4地联手
护航消费者

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

■本报记者 洪敬谱

▲图为中国消费者报头版头条

中国消费者报报道(记者洪敬谱)安徽省合肥市消费者颜先生从合肥古木林木业有限公司(以下简称合肥古木林公司)订购了杭州欧盼木业有限公司(以下简称杭州欧盼公司)的“欧盼”原木木门、门套、护墙板等,总价 17 万元,安装不到 4 个月,竟然大面积开裂。

▲护墙板开裂

在消费者维权过程中,销售商合肥古木林公司无法提供产品合格证、质保书,以及杭州欧盼公司代理合同等证明性材料。

近日,通过长三角消保委联盟消费维权机制,安徽、浙江两地市场监管部门和消保委联手,揭开了木门的真相。

木门大面积开裂

5 月 27 日,颜先生向《中国消费者报》记者反映,其于 2018 年 8 月 12 日与合肥古木林公司签订了 17 万元的木门系列产品订购协议,约定从合肥古木林公司订购由杭州欧盼公司生产的 11 扇“欧

盼”木门及门套、护墙板等产品,安装到颜先生位于合肥市某小区的一套房子里。今年 1 月,木门等产品安装结束。此后,颜先生多次要求合肥古木林公司提供生产厂家杭州欧盼公司的出厂合格证及质保书,未果。

▲木门开裂

4 月 14 日,颜先生在家里检查时,发现所有木门及部分门套和护墙板大面积开裂。他及时通知合肥古木林公司负责人洪女士,要求通知生产厂家杭州欧盼公司,尽快协商处理。但杭州欧盼公司的工作人员一直未出现。洪女士称,此事只能由合肥古木林公司解决。颜先生拨打 12315 投诉。

颜先生告诉记者,5 月 21 日上午,合肥市庐阳区大杨镇市场监管所就其投诉进行了第一次调解。在调解现场,合肥古木林公司负责人洪女士告诉市场监管所工作人员,她无法取得本次订购产品的合格证及质保书。颜先生对此十分不解,如果是杭州欧盼公司生产的产品,为何该公司既不出具产品合格证及质保书,也不派人前来解决产品质量问题呢?

颜先生给杭州欧盼公司打电话核实。杭州欧盼公司办公室人员告诉颜先生,合肥古木林公司负责人洪女士曾经在该公司订购过木门,但自 2018 年以来,该公司未销售过木门等产品给合肥古木林公司,颜先生订购的此批木门、门套及护墙板不是杭州欧盼公司生产的。

5 月 28 日上午,合肥市大杨镇市场监管所组织进行第二次调解。在调解现场,合肥古木林公司负责人洪女士和吕先生均表示,该批木门是“欧盼”木门,是一位崔姓业务员联系的,他们将努力提供相关证明材料,并表示愿意为颜先生修复问题木门。颜先生要求其提供崔姓业务员的联系方式以核实真假,遭到了拒绝。吕先生表示,他们会联系杭州欧盼公司来证明这批产品是“欧盼”正品。

当天调解结束时,颜先生要求,如果是“欧盼”产品,就应由杭州欧盼公司来承担相关责任;如果不是“欧盼”产品,合肥古木林公司涉嫌销售假冒产品和消费欺诈,要求市场监管部门予以查处,并由合肥古木林公司承担“退一赔三”的责任。

维权联盟验真假

5月28日下午,颜先生将相关情况投诉至安徽省消保委。由于涉及的生产商和销售商分属浙江和安徽两省,安徽省消保委立即启动长三角消保委联盟消费维权机制,协调浙江省消保委给予支持。

5月30日一早,安徽省消保委投诉部科长王灿和《中国消费者报》记者一同来到浙江省消保委。浙江省消保委副主任、秘书长崔砺金了解此事后,立即联系杭州市及萧山区消保委,并协调杭州市市场监管局瓜沥分局执法人员一起调查。当天上午10点左右,杭州市市场监管局瓜沥分局副局长李龙等两位执法人员,与安徽省消保委工作人员及《中国消费者报》记者一行来到杭州欧盼公司了解情况。

杭州欧盼公司董事长俞锦平对《中国消费者报》记者说,“欧盼木门”是该公司的商标,已经使用了十多年,该公司拥有完备的销售追溯体系,对每一位购买该公司产品消费者的信息均有详细登记。经查实,颜先生购买到的木门系列产品不是该公司的产品。

俞锦平还告诉记者,合肥古木林公司在2018年之前确实与该公司有过合作,销售过“欧盼”木门,此后就没再销售过“欧盼”木门。就在消费维权工作人员来的前一天,合肥古木林公司负责人打电话给他,希望他帮忙出具产品证明,他没同意。“是我们公司的产品,我们一定会负责任的。不是我们公司的产品,我们也不能背这个黑锅。”俞锦平说。

杭州欧盼公司还向安徽省消保委出具了一份函件,说明颜先生家的木门不是该公司的产品。

专家观点:销售商涉嫌欺诈

安徽省消保委投诉部主任罗勇在接受《中国消费者报》记者采访时说,《消费者权益保护法》规定,经营者与消费者进行交易,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则,消费者享有知情权和选择权,经营者向消费者提供有关商品或者服务应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。通过长三角消保委联盟消费维权机制启动以来掌握的证据来看,合肥古木林公司涉嫌生产销售假冒“欧盼”木门系列产品,其行为涉嫌欺诈。按照《消法》第五十五条的规定,经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当承担“退一赔三”的责任。

罗勇表示,安徽省消保委支持消费者合法合理维权,将约谈合肥古木林公司,要求该公司合法诚信经营。对于颜先生的投诉,消保委将组织调解,如果调解不成,消保委将启动与法院之间的诉调对接机制,支持消费者通过诉讼的方式维护其合法权益。

安徽省消保委律师团律师、安徽皖大律师事务所律师刘德礼在接受记者采访时说,最高人民法院

《关于贯彻执行〈民法通则〉若干问题的意见》(试行)第六十八条规定,“一方当事人故意告知对方虚假情况,或者故意隐瞒真实情况,诱使对方当事人作出错误的意思表示的,可以认定为欺诈行为”。按照《侵害消费者权益行为处罚办法》有关规定,经营者销售伪造产地、伪造或者冒用他人的厂名、厂址,销售的商品侵犯他人注册商标专用权,以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式销售商品的,作虚假或者引人误解的现场说明和演示,且不能证明自己并非欺骗、误导消费者而实施此种行为的,经营者不以真实名称和标记提供商品或者服务,属于欺诈行为。

刘德礼还表示,《消法》第三十四条规定,有关国家机关应当依照法律、法规的规定,惩处经营者在提供商品和服务中侵害消费者合法权益的违法犯罪行为。《消法》第五十六条规定,经营者的欺诈行为,除承担相应的民事责任外,由有关行政部门责令改正,可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得一倍以上十倍以下的罚款,情节严重的,责令停业整顿、吊销营业执照。《商标法》第五十七条和第六十一条规定,生产销售侵犯注册商标专用权的商品的行为属于侵犯注册商标专用权,国家有关部门有权对该行为依法查处,涉嫌犯罪的,应当及时移送司法机关依法处理。

新闻背景:4地联手护航消费者

上海、江苏、浙江和安徽4地消费者组织4月17日签署《长三角地区消费者权益保护委员会消费维权一体化合作协议》,推动联动监督和消费投诉纠纷化解,推进数据互通共享,助力长三角消费者权益保护进入新的“一体化阶段”。

4地消保委依托地域相连、经济相融、文化相通的整体优势,建立信息共通、规制共建、资源共用、权益共护、成果共享5项原则,明确了联盟合作、协调通报、联合声明、培训交流、比邻合作5项合作机制。

4地联动开展商品服务社会监督和消费投诉纠纷化解,联手开展商品和服务比较试验,联合开展消费体察、消费调查,推动长三角地区更多的市场主体建立消费纠纷处置绿色通道、先行赔付等快速反应和应急处置机制。

此外,同时成立的长三角消保委联盟,将设立轮值秘书长,由4地消保委秘书长轮流担任,负责每年牵头召开联盟工作会议,根据共同关注的工作重点制定年度合作议题,商讨研究分工合作内容及消费维权工作发展方向。

(中国消费者报·中国消费网)

全国主流媒体部分新闻报道集锦

长三角消保委联盟倡议景点儿童免票实行年龄身高“双轨制”

新华社 社会
2019-06-24 18:01:27

来源：新华网 浏览量：96848

新华社上海6月24日电（记者 周蕊）长三角消保委联盟24日在此间发布的长三角地区主要景点儿童免票规则联合消费调查结果显示，1000多家景点中仅有6.2%儿童免票标准兼顾身高和年龄两个标准。长三角消保委联盟倡议出台儿童免票身高、年龄兼顾的细则，更好保护消费者权益。

新华社



中央电视台

微博正文

人民日报 6-24 19:47 来自新媒体聚合平台

【#儿童免票兼顾身高和年龄#，你支持吗？】6月24日，长三角消保委联盟召开主要景点儿童免票规则联合消费调查结果发布会，倡议景点应做到身高和年龄兼顾，除设置身高免票标准外，增设年龄免票标准。上海迪士尼度假区、江苏周庄古镇、浙江西溪湿地、安徽西递等长三角242家旅游景点企业积极响应。（田泓）



人民日报

中国消费者报

CHINA CONSUMER NEWS

守初心 担使命 找差距 抓落实
推动高质量发展走在前列

长三角消保委联盟倡议
儿童免票兼顾身高和年龄

中国消费者报

长三角240多家知名景点儿童免票将执行“双轨制”



中新网上海新闻6月25日电（记者 陈静）长三角消保委联盟24日在此间发布长三角地区主要景点儿童免票规则联合消费调查结果。据此1000多家景点中仅有6.2%儿童免票标准兼顾身高和年龄两个标准。

长三角消保委联盟当日发出倡议，儿童免票应充分考虑具体细则，以更好保护消费者权益。

中国新闻网

Shanghai Daily Tuesday 25 June 2019 METRO A5

Free tourism entry comes of age

Shanghai Daily Tuesday 25 June 2019 METRO A5

Stick to end for rat in cargo hold of plane

Shanghai Daily Tuesday 25 June 2019 METRO A5

Lotus and water lily exhibition to open

Shanghai Daily Tuesday 25 June 2019 METRO A5

上海日报英文版



安徽日报



新安晚报



安徽法制报



江淮晨报



合肥晚报

省消保委主任沈卫国一行到铜陵调研考察消费维权工作

4月3日—4日,省消保委主任沈卫国,省消保委副秘书长吴瑞卿等一行到铜陵调研考察消费维权等工作。铜陵市人大副主任、市消保委主任汪宜武、市政府副市长吴强、市市场监管局局长王书春、副局长陆峰、相关区负责人陪同,市消保委秘书长、各县区市场监管局负责人、消保委秘书长等参加调研。



调研中,省消保委听取了铜陵市消保委组建情况和近年来消费维权工作情况汇报,就消保委的组织建设、创新维权模式、实现消费维权社会共治等工作听取了市县区的建议、意见。实地考察了放心消费创建工作开展情况。

沈卫国主任对铜陵市消费维权工作予以了高度肯定,认为铜陵工作勇于创新、亮点突出、特色鲜明。指出消费对拉动经济增长作用重大,消保委在发挥消费拉动经济增长大有作为。他就当前国内市场诚信建设、质量建设与营造安全放心消费环境关系进行了阐述。要求铜陵市各级消保委组织要学深悟透中共中央、国务院《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》的精神实

质和深刻内涵,依据《消法》赋予的公益性职责,主动作为、争取支持、扩大影响、促进消费增长。

沈卫国主任就如何进一步夯实消保委各项工作提出了要求,指出消保委组织要充分发挥各成员单位、律师团、志愿者等的积极作用。一是充分发挥消保委成员单位的作用,发挥好消保委独特的社会组织联系作用,形成消保工作一盘棋的局面,真正做到人人都是消费者,人人关心消保工作的形势。二是拓展消费志愿者队伍职能,打造“啄木鸟”等消费志愿者平台。三是消保委调解功能进一步前移,建立乡镇、街道、社居委消费维权组织,将各种投诉调解工作解决在萌芽状态。四是发挥媒体作用,利用媒体舆论引导绿色消费,从思想源头上引导消费者树立正确、理性的消费观,弘扬社会正能量。

沈卫国主任强调,消保委有为才有位。一要加强自身能力建设,做好内部培训。二要立足当前现有条件,勇于作为,敢于直面“职业打假人”等新形势新问题,真正发挥消保委的职能。三要勇于探索消保工作的不同形式,要借鉴关心下一代工作委员会等机构好的做法,发挥退休人员等不同社会群体的力量,形成消费维权合力。



(下转 19 页)

省消保委召开家装建材行业消费维权新闻通气会

6月21日上午,安徽省消保委召开家装建材行业消费维权新闻通气会。会议邀请了合肥市建筑装饰协会的专家及中国市场监管报、中国质量报、中国消费者报、安徽日报、安徽广播电视台等近20家中央及省内主流媒体。

会上,省消保委王灿同志通报了家装建材领域消费争议的总体情况以及存在的主要问题:2019年1月1日至今,安徽省消保委受理有关家装建材类投诉126件,主要在产品质量问题,合同纠纷,以及以假充真、以次充好等方面。针对上述情况,省消保委提示消费者在家装过程中需注意十项要点:

①要选择政府行业主管部门颁发建筑业资质证书的企业;②要选择使用市场监管部门和市城乡建委监制的家装示范合同的企业;③广告宣传中上榜“几年还本”、“对半折扣”、“先装修后付款”之类宣传用语的企业慎选;④受过政府行业主管部门和行业协会处罚、通报的企业慎选;⑤不具备企业法人身份的家装公司慎选;⑥收取高额定金或工程首



批款超过总款40%的企业慎选;⑦业主缴纳的装修款不由签约公司控制而是直接打入“总公司”账户的企业慎选;⑧以“低价套餐”作诱耳搞“钓鱼工程”的企业慎选;⑨以互联网网站名义签单再转包给个人施工的慎选。⑩建议家具建材卖场建立相关保证机制,督促退场经营户承担相关法律责任。

会上同时发布了“长三角消费者权益保护委员会联盟”成立后首例跨省合作消费维权案例。

(投诉部)

(上接18页)

沈卫国主任就做好下一步工作提出要求,指出今年的工作要和去年工作相衔接,注重工作的连贯性。我省工作要和中消协的要求相结合,同时体现安徽省消保工作的独特性。维权工作要和热点投诉相结合,积极回应社会关切。要扩大宣传教育引导力度,利用网站、媒体进行正面的宣传和报道,同时利用好网站自身的在线调解功能。各项工作目标要远大,工作要务实,从小事做起,积小步为大步,不断取得消保工作新突破。

吴瑞卿副秘书长充分肯定了铜陵市消费维权工作,认为铜陵市的工作勇于创新、成效明显。要求铜陵市消保委组织要进一步更新维权理念,转变维权思路,服务政府、服务消费升级。吴瑞卿副秘书长同时介绍了中消协会议的情况,对公益诉讼、支持诉讼的开展进行了部署,就长三角建立投诉协调机

制进行了介绍。吴瑞卿副秘书长强调省消保委的各项工作要服务服从于政府中心工作,当前全省各级消保委应立足于拉动内需推动经济发展开展各项工作,探索开展消费评测推介,组织开展好比较试验、消费教育,社会监督等工作。

铜陵市吴强副市长就铜陵近年来消费维权工作进行了汇报,铜陵市场监管局陆峰副局长介绍了放心消费创建工作的特点以及形成的铜陵创建模式。各县区市场监管局领导结合各自实际提出了建议。

调研期间,沈卫国主任一行还前往永泉农庄、美丽乡村犁桥村、大通濠溪一条街实地走访考察,指导放心消费创建进乡村、创建放心消费示范一条街等工作。

(张路明)

全省消保委 2019 年工作会议在肥召开 各市消保委主任参会 四地消保委主任作交流发言



5月20日下午，全省消保委2019年工作会议在合肥召开。会议总结2018年度工作，安排部署2019年工作任务。各市、省直管县消保委主任（或第一副主任、常务副主任）、秘书长参加会议，省消保委主任沈卫国做工作报告、省市场监管局党组成员副局长张志宏出席会议并讲话。省消保委副秘书长吴瑞卿主持会议。

沈卫国主任全面总结了2018年全省各级消保委工作。他强调，当前，发挥消费对经济增长的基础性作用尤为重要，各级消保委要切实增强政治责任感和历史使命感，牢固树立四个意识：一是站位意识，践行以人民为中心发展思想，坚持消费者至上理念，通过消费提升人民群众的获得感幸福感；二是补位意识，把握消保委组织定位，发挥组织协调、桥梁纽带作用，为国家立法、政府决策积极建议；三是品位意识，服务高质量发展，督促生产经营者不断提高产品服务质量、品质，引导消费者科学理性文明消费，提升消费素养；四是进位意识。对标先进，创新作为，全面履职，重点是支持、帮助消费者依法维权，不断提高消保委公信力、影响力。沈卫国主任还对2019年工作进行了部署。

张志宏副局长指出，2018年全省

消保委紧紧围绕年度工作总体目标，以“品质消费美好生活”年主题为主线，以推进放心消费创建为抓手，强化宣传教育、舆论引导和社会监督，各项工作稳中有进，不断创新，取得明显成效。全省消保委工作主动作为，载体形式多样，活动亮点纷呈，省局给予充分肯定。

张志宏副局长要求，各级市场监管部门要组织传达学习好中消协五届五次理事会和这次会议精神，提高思想认识，加强对消保委工作的支持，进一步增强做好消费维权工作的使命感、责任感和紧迫感，进一步发挥消保委在市场监管和消费者权益保护中的独特作用。各级消保委要以消费领域信用体系建设为载体，促进消费环境不断改善。牢牢把握工作重点，着力化解消费维权难点痛点推进维权工作提质升级，努力提升消费维权能力水平。

（张路明）



芜湖、铜陵、合肥、滁州四市作消费维权工作交流

全省消保委 2019 年业务培训会议举行

5月21日上午,全省消保委2019年业务培训会议在合肥举行。上海市、浙江省、广东省消保委负责人分别就长三角消费维权一体化建设、电商维权、消费公益诉讼等业务培训讲座。



上海市市场监督管理局副巡视员、市消保委副主任兼秘书长陶爱莲介绍长三角消费维权一体化构想及上海市消保委工作经验。

浙江省消保委副主任兼秘书长崔砺金讲授电商消费维权的实务与探索。



广东省消委会副秘书长黄冠英讲授消费民事公益诉讼实务。

安徽省通信消费教育基地揭牌



活动现场



揭牌仪式现场



安徽省消保委主任沈卫国致辞

5月17日上午,安徽省通信消费教育基地在中国电信安徽分公司授牌成立。安徽省消保委主任沈卫国与省消保委相关负责人、新闻界20余名代表、安徽省诚信企业示范联盟成员企业代表及中国电信安徽分公司副总经理方文胜参加授牌仪式。

开展消费维权教育工作是《消法》赋予消保委组织的法定公益性职责,消费维权教育基地是动员社会力量,依托重点消费群体建立的开展公益性消费教育引导活动的场所。此次成立通信消费教育基地,将进一步丰富安徽省消费者权益保护工作的内涵,有助于构建更加和谐、健康的消费关系。

授牌仪式上,安徽省消保委主任沈卫国说,希望中国电信安徽分公司充分发挥好教育基地平台作用,聚焦消费者需求,加大通信行业科普和网络与信息安全相关知识的宣传,增进对通信行业的了解,提升消费者的网络与安全的风险防范意识和防范技能。



中国电信安徽分公司副总经理方文胜致辞

中国电信安徽分公司副总经理方文胜表示，中国电信安徽分公司将依托丰富的客户资源、专业的讲师队伍、便捷的互联网渠道，在安徽省消保委的统一组织与安排下，将通信行业科普知识和网络与信息安全传递给更多的消费者，为促进通信行业市场健康有序发展作出积极贡献。

安徽省消保委副秘书长吴瑞卿表示，安徽省通信消费教育基地成立以后，省消保委将携手中国电信安徽分公司，依托“基地”面向广大消费者普及通信行业科普及网络与信息安全知识，组织 5G 业务体验，实现“普及通信知识、引领通信消费、增强防范意识、提升服务技能”的目标。



体验 5G

据安徽省消保委有关负责人介绍，这是安徽省第二家省级专业消费教育基地。早在 2016 年 5 月 9 日，安徽省第一个省级消费教育基地——安徽省金融消费教育基地在工商银行合肥市包河支行成立。三年来，该基地在落实《消法》和《安徽省消费者权益保护条例》等各项职责、引导消费者学习金融消费知识、防范金融消费风险方面发挥了积极作用。

(胡茵 洪敬谱)

省消保委开展绿色消费体验活动



引导节约资源和保护环境的消费方式,是法律赋予消保委的公益职责。4月16日下午,由省消保委副秘书长吴瑞卿带队省消保委秘书处工作人员一行12人来到“蔚来汽车”在合肥的生产基地,开展绿色消费体验。蔚来汽车安徽区域总经理罗维方亲临介绍绿色出行理念、蔚来汽车创新等。

体验活动中,参观了汽车生产车间,现代化、全机器人操控焊接、冲压、组装、喷漆的生产流程,参与产品体验,听取产品介绍。体察绿色消费生产车间、清洁的电池能源更换和高效的售后服务。



安徽省消保委 2019 年上半年工作总结



3·15 活动现场

2019 年上半年,省消保委按照中消协和省局重点工作部署要求,以“信用让消费更放心”年主题为主线,强化组织领导、明确责任分工,各项工作有序推进。

一、3·15 宣传纪念活动

1.举办 3·15 电视晚会。3 月 14 日晚,省消保委、省市场监管局、省广播电视台共同主办的“安徽最美消费维权人物颁奖暨 3·15 晚会”在安徽广播电视台公共频道播出,3 月 16 日上午,公共频道和安徽移动频道重播,产生了良好的社会反响。

2.举行大型现场咨询服务活动。3 月 15 日上午,省 3·15 大型现场咨询服务活动在合肥市包河区万年埠街道举行。副省长杨光荣、省消保委主任沈卫国,省政府副秘书长章石生、省市场监管局局长韩永生,合肥市政府副市长、市消保委主任朱策、省市场监管局副局长张志宏等领导共同开启水晶球,拉开了安徽省 2019 年 3·15 宣传活动大幕。

3.发布系列消费权威信息。联合中央驻皖、省及合肥市 30 多家媒体发布消费维权典型案例等系

列消费维权信息,引导消费者科学消费,警示经营者诚信守法经营,营造浓厚的消费维权氛围。

4.召开主流媒体年主题座谈会。3 月 8 日上午,省消保委在省质检院召开 27 家主流媒体参加的“信用让消费更放心”年主题媒体座谈会,中央电视台、中国消费者报、安徽日报、安徽电视台等媒体记者踊跃发言,提出了很好的意见建议。

5.组织诚信企业签署自律公约。指导 23 家企业制定了《“恪守信用 放心消费”自律公约》,在 3·15 宣传活动现场举行签字仪式,承诺做好全省企业诚信经营表率示范。

6.开展通信消费体验。3 月 20 日,组织消费维权志愿者、主流媒体记者共 30 余人,走进中国电信安徽分公司开展消费体验活动,消费者增长了信息消费知识。

二、消费教育引导

1.发布《安徽省消保委旅游消费体验式调查报告》。通过对合肥、黄山、池州等 12 市 55 个景区、18 条旅游线路、21 家旅行社(在线平台)、7 个旅游特

色小镇的体验式调查,约谈了7家涉事企业,指出了调查发现的8大问题,提出了7项建议,涉及的旅行社、企业均作出整改。

2. 发布《安徽省芝麻油消费情况调查及品质比较试验报告》。就发现的不符合国家标准的产品线索向省市场局报告,进行了转办案件处理。将依据本次比较试验的结果和素材制作一个专题消费教育宣传片。

3. 建立“安徽省通信消费教育基地”。5月17日电信日当天,与安徽电信公司合作建立的全省首个通信消费教育基地揭牌,电信专家就通信网络的安全、垃圾信息防范、5G运用等电信知识首开课堂,为近百名消费者作了精彩讲解。

4. 发布系列消费警示(提示)。发布了“欢度新春佳节 这些消费提示请记好”、“购买和食用粽子需注意新鲜、安全、科学、适量”、“饮料解暑虽爽 多饮有害无益”消费提示,“警惕预付式消费四大顽疾”消费警示。

5. 开展保健食品知识系列宣传。5月上旬,秘书处联合省局特殊食品监管处推出4个保健食品知



3·15 晚会彩排现场

识系列宣传专题,与省局食品抽检处合作,发布了端午节令食品粽子、绿豆糕、咸鸭蛋抽检结果和消费注意事项。

三、消费监督工作

1. 认真受理消费者投诉。上半年全省消保委共受理投诉6505件,解决6170件,解决率94.85%,挽回经济损失1996.62万元。省消保委在全省推广中消协电商投诉直通车,完成“和解通”消费纠纷网上和解平台程序设计。

2. 推动消费民事公益诉讼。年初与省高检会商,研究启动我省消费民事公益诉讼事宜。6月下旬,针对铜陵市铜官山区检察院拟提起一起公益诉讼案件的公告,与铜陵市积极协调,省消保委拟提起该案件。

3. 督促企业恪守信用。针对“邮政速递合肥公司”违反诚实信用原则,延误送达问题,向省邮政部门发函,建议对邮政速递合肥公司加强管理监督。次日,邮政速递合肥公司即回函,认真整改。

4. 筹备消费环境满意度调查工作。为确保调查质量,制定了招标文件和项目要求策划书,目前已完成公开招投标,正在有序进行中。

5. 与省局联合下发了《2019年放心消费创建工作计划》(皖市监函[2019]198号);草拟了省级示范单位认定工作方



十位“安徽最美消费维权人物”

案,正在征求意见。

6.积极参与立法立标。就《民法典物权编(草案)》《交通运输新业态用户资金管理办法》《网络交易监督管理办法》进行立法研究,提出修改建议。

四、长三角消费维权一体化

1.签署一体化合作协议。4月17日,省消保委与上海、江苏、浙江消保委共同签署了《长三角地区消费者权益保护委员会消费维权一体化合作协议》,“长三角消保委联盟”正式成立。

2.承办联盟第一次会议。5月21日,省消保委承办了长三角消保委联盟第一次会议,研究讨论并制定了长三角消费维权联盟2019年五项主要任务。

3.联合开展景区儿童门票收费调查。6月24日,长三角消保委联盟召开了调查结果发布会,倡议区域内景点推行儿童免票身高兼顾年龄,得到了包括我省131个景区在内的长三角地区共242家景点企业的积极响应。

4.率先牵头启动了长三角消保委投诉协作机制。针对合肥市消费者颜先生投诉庐阳区某建材商户销售假冒浙江品牌木门系列的投诉,与浙江省消保委联动,仅用一天时间就完成实地取证工作。

五、党支部和组织队伍建设

1.深入开展不忘初心,牢记使命主题教育。创设党支部(扩大)会议制度,秘书处领导、部门主任参加,党支部和支部(扩大)会议进行了集中学习研讨,组织开展了坚定信念、牢记初心、创新发展、勇担使命、清正廉洁专题等教育活动。重点学习了党章、党的十九大报告、习近平视察安徽讲话原文等。

2.发挥党支部战斗堡垒作用。党支部参与秘书处重要决策,立足消费维权抓党建,抓好党建促消



召开3·15媒体座谈会



开展消费体察活动

费维权。党支部组织开展“三送五进”等活动,组织生活丰富多彩。

3.召开全省系统年度工作暨业务培训会。要求各市消保委主任参加,有力推动各市消费维权体系建设。邀请上海、浙江、广东等消费维权先进省份消保委负责同志结合工作实际开展专题授课,提升我省消保委工作水平。

4.完善秘书处内控制度。成立了秘书处内控建设领导小组、秘书处民主财务监督小组,制定了受理投诉(信访)工作办法、“马上就办”十项制度、作风效能建设管理办法。各项制度严格执行,秘书处面貌焕然一新。

我省首个乡镇消费者权益保护工作在巢湖市成立

6月12日,巢湖市栏杆集镇党委政府挂牌成立巢湖市栏杆集镇消费者权益保护工作站,这是全省首个乡镇消费者权益保护工作站。工作站站长由镇党委副书记担任,成员有市场监管所、公安派出所、司法所、民政所、村居委负责人等,主要职责是在镇党委政府领导下,贯彻落实消费者权益保护法律法规,研究制定全镇消费者权益保护政策措施;指导督促镇有关单位落实消费者权益保护工作任务,加强与全镇各单位在消费者权益保护工作方面的协作配合;协调解决消费者权益保护工作中的重要问题;组织开展对消费侵权热点的治理;加强对消

费者权益保护法律法规的宣传普及力度等,消费者权益保护工作纳入基层综合治理体系。

5月20日全省消保委2019年工作会议结束后,巢湖市消保委及时向市委市政府汇报了会议精神,在市委市政府的大力支持下,启动了巢湖市乡镇消费者权益保护工作站建设,截至7月5日,该市散兵镇、中埠镇、银屏镇相继成立消费者权益保护工作站,预计全市各乡镇将在今年8月底完成建站工作,实现消费者权益保护组织全市城乡全覆盖。

(巢湖市消保委供稿)

合肥市召开消费者满意度优改提升座谈会

5月8日下午,市市场监管局、市消保委召开合肥市消费者满意度优改提升座谈会。市市场监督管理局相关负责人、市消保委相关负责人、重点消费品或服务行业协会、企业代表、专家学者等20余人参加了会议。

今年2月,中消协公布了《2018年70个城市消费者满意度测评报告》,报告反映出合肥市在消费者满意度方面仍存在短板,为此,市消保委对标测评结果,梳理合肥市整个消费环境目前存在的主要问题,对各项指标进行解读与分析,并开展一系列调研活动。对合肥市在消费供给、消费环境、消费维权这三大指标中存在的短板进行调查研究,旨在推动进一步提升消费者满意度。本次行业协会、企业座谈会是系列调研活动中一个重要的环节。

座谈会上,结合各自行业、企业特点,围绕中消

协2018年消费者满意度测评反映出的合肥市在预付式消费、保健品消费、网络消费、共享单车等消费领域的突出问题,结合当前消费者较为关注的食品安全、汽车消费、家装消费等热点问题,就如何提高经营者的诚信经营意识,如何破解食品安全等维权难题提出意见建议,并就如何整合力量加大维权宣传、畅通维权渠道、提高维权效率提出意见建议。

市消保委秘书长王张指出,一是行业协会、企业要加强行业自律,将消费者权益放在重要位置;二是行业组织与市场监管部门要多交流沟通,想办法,出实招,构建消费维权社会共治格局。三是各行业、企业要积极参加放心消费创建活动,共同维护好市场环境。

(合肥市消保委供稿)

滁州消保委成立消费维权律师团 让消费维权更有底气

为更好地落实《消费者权益保护法》、《安徽省消保条例》赋予消保委的职责,充分发挥律师在保护消费者合法权益中的专业性、权威性作用,5月15日,滁州市消保委举行滁州市首个消费维权律师团成立仪式。以滁州市律师协会会长倪升山为首的五名工作经验丰富、热心消费维权事业的律师被正式聘任为滁州市消费维权律师团律师。成立维权律师团,是加强消费者权益保护工作的创新之举,同时也是发挥司法实践服务于消费维权工作的积极作用,为广大消费者解决消费纠纷提供有效的法理支撑和法律援助。

在成立仪式上,市市场监管局党组成员、副局长,市消保委副主任陈友贵将聘书颁发到五名律师手里。这份大红色烫金的聘书,不仅代表着一份荣誉,更是沉甸甸的责任。自此,滁州市民的品质消费生活又多了一道安全屏障。

仪式上,市市场监管局副调研员、市消保委秘书长唐凤阳宣读了《滁州市消费者权益保护委员会维权律师团工作职责及律师行为规范》,对维权律

师团律师的职责以及行为规范进行明确。

律师代表杜宝安表示:“我们是公益性质的组织,将从最专业的法律角度出发,为消保委消费维权工作提供法律支撑。协助消保委及有关部门和行业组织,加强交流对话,鼓励倡导经营者提升经营品质,也引导消费者树立品质消费理念。我们一定会认真履行职责,必要时,我们还会提起消费维权的公益诉讼,来最大化保障消费者的合法权益,维护社会公共利益。”

最后,陈友贵对律师团提出几点要求:一是坚持以消费者为中心,加强同消保委的密切合作,发展好、实现好、维护好最广大消费者的合法权益。二是依法代表消费者利益,积极探索新的合作方式方法,利用行业技术优势,为消费环境的优化提供良好法治支撑。三是借鉴、总结现有消费民事公益诉讼实践经验,从技术层面不断完善公益诉讼的程序、方法和适用范围,发挥公益诉讼利剑作用。

(滁州市消保委供稿)

马鞍山市消保委副主任郑发宁应邀参加 “普及金融知识万里行”宣传活动



6月24日晚,马鞍山市银行业协会牵头组织全市银行业金融机构在当涂县东城水岸广场举行“普及金融知识万里行”宣传活动。市消保委副主任郑发宁应邀出席。

此次活动的目的是为了宣传和普及金融知识,进一步发挥和履行金融企业的社会主体责任,保护金融消费者权益,帮助当涂县居民提高金融风险意识,抵御非法集资。

宣传活动中,各家银行宣传人员向过往居民们分发宣传金融知识、发放宣传资料、解答居民们关心的金融消费问题。

(马鞍山市消保委供稿)

阜阳市组织开展家用汽车行业消费维权工作约谈

阜阳市积极抓好家用汽车行业放心消费创建工作,继6月份组织开展对全市家用汽车消费调查评议之后,针对家用汽车在消费领域存在的问题,6月27日上午九点,阜阳市市场监督管理局、市消保委组织约谈了37家汽车销售企业。市市场监管局副局长张文生出席会议、市商务局执法局局长姜军、市市场监管局执法稽查科、反不正当竞争科、价格监督检查局、经济检查执法局、市消保委秘书处负责人等参加了会议,市局12315投诉举报中心齐刚主任主持会议。

会上,市消保委副秘书长张艳秋宣读了家用汽车调查评议报告,12315投诉举报中心主任齐刚宣读了2019年上半年家用汽车投诉举报情况通报,针对阜阳市汽车销售行业出现的定金合同、强制购买保险、虚假宣传销售、合格证拖延以及售后服务维修等问题,进行了行政告诫。姜军针对其监管的范围普及了《汽车销售管理办法》出台的背景并对其部分条款进行了解读,市消保委律师团李彬和

陈周杰两位律师分别对金融服务费等收费和虚假宣传结合案例发表了律师观点、进行了案例点评,各汽车销售方代表进行了表态发言,并与律师团律师积极互动学习汽车“三包”规定。与会汽车销售公司代表和汽车行业协会负责人分别表态承诺依法经营、做好消费维权工作。

在阐述消费维权的重要意义后,张文生对汽车销售行业消费维权工作提出了四点意见:一是开展行业放心消费创建工作,讲诚信,树品牌,履行消费维权第一责任人义务。二是监管部门履职尽责。把市场规范好,及时依法查处违规行为。三是齐抓共管、社会共治。企业、协会、主管部门、监管部门合力营造放心消费环境。四、优化环境,帮扶好企业。给与政策上的支持和把关,协调解决企业在发展中遇到的困难和问题,把热情服务和人性化管理融入监管执法,让企业少走弯路。

(阜阳市消保委供稿)

保健食品消费知识讲座—— 宿州市消保委、市市场监管局走进老年大学

2019年6月27日,宿州市消保委秘书处、宿州市市场监管局特殊食品监管科共同为市老年大学的老年消费者上了一堂实用有效的保健食品消费知识课,受到了老同志们的欢迎。此活动是我市2019年食品安全宣传周主题日活动内容之一。

课前,市消保委秘书处、市场监管局特殊食品科为老年消费者们发放300余份保健食品及消费维权知识宣传册,含有“科学选用保健食品”、“揭秘食品、保健食品欺诈和虚假宣传十大骗术”、“整治

食品保健食品欺诈和虚假宣传七问七答”等与老年人保健食品息息相关的小知识。

课上,特殊食品监管科科长为老年消费者科普了什么是保健食品,保健食品有什么样的标识等,并重点强调了“保健食品不能代替药物,购买时请谨慎选择”,针对保健食品常见的销售“陷阱”,作出消费警示,以防老年消费者上当受骗。

(宿州市消保委供稿)

芜湖市市场监管局、消保委召开 2019 年放心消费创建推进暨培训会议



为全力推进 2019 年放心消费创建工作，芜湖市市场监管局、消保委在各县区已顺利完成 2019 年参创经营者申报工作的基础上，于 5 月 16 日下午及时召开全市各县区、开发区放心消费创建工作分管领导、消保委秘书长计 20 余人参加的放心消费创建推进暨培训会议。市局分管局长、消保委副主任饶小侃出席会议并作了相关指示，市局消保局局长、消保委秘书长喻薇莉对 2019 年放心消费创建工作进行了全面部署与培训，市局消保局办公室主任朱敏、消保委法律与公共事务部主任王雅琴分别总结了 2018 年全市放心消费创建工作成果，传达了省局、省消保委放心消费创建工作的有关精神。

饶小侃副局长围绕省委、省政府的创建工作要求，就在芜湖市全面开展 2019 年放心创建工作提出三点意见：一是提高认识，增强创建工作的责任感和使命感。他要求各县区充分认识创建工作是增强消费对经济发展基础性作用的客观需要，是推进企业自律、建立市场监管长效机制的有效载体的重要意义，扎扎实实抓创建，齐心合力推创建，为实现我市“十三五”创建计划贡献最大的力量。二是真抓实干，把放心消费创建工作落到实处。要按照培训提示的工作要点及时间节点，在时间紧任务重的情

况下，采取可行措施加以落实，保证创建任务完成的工作质量，提升放心消费创建工作水平，最大限度发挥放心消费创建工作的社会效益。三是强化督查，确保创建工作顺利推进。要定期开展对辖区放心消费创建工作督导，定期通报辖区放心消费创建工作开展情况，确保创建工作按时限要求稳步推进。喻薇莉秘书长紧紧围绕《芜湖市 2019 年放心消费创建工作实施意见》的要求，给参会人员重点培训了放心消费创建工作应重视的九个问题，其中，对如何准确把握创建方法及开展创建工作作了全面剖析与指导。消保局、消保委还编印了《芜湖市 2019 年放心消费创建工作培训手册》，将放心消费创建工作中应知、应会、应用的相关要求、表格及模板材料发给与会人员及全市所有的市场监管所，指导各县区市场监管部门、消保委在短时间内把握 2019 年放心消费创建核心，提高创建工作效率，确保创建任务圆满完成。会上，市市场监管局、市消保委为迅速在全市营造 2019 年放心消费创建氛围，还将为全市 650 户参创经营者定制的放心消费创建标志下发给各县区，由他们在 5 月底前对参创者进行统一悬挂，强化放心消费创建工作的社会影响力。

(芜湖市消保委供稿)

铜陵市“放心消费创建”工作在全省作经验介绍

5月20日,全省消保委2019年工作会议暨业务培训班上,铜陵市“放心消费创建”工作经验在全省交流学习、受到肯定。市人大副主任、消保委主任汪宜武以“三高三多两强化 开创铜陵消费维权工作新局面”为题向与会人员作了分享推介。

围绕打造“放心消费之城”,近年来铜陵市积极创新工作理念,坚持高质量开局、高标准实施、高强度推进放心消费创建工作,成立了高规格的领导小组,市人大副主任、市政府副市长担任组长,县(区)政府、市发改委、市场监管局等41个部门以及相关行业协会为成员单位,积极推动创建工作与民生工程、文明创建和市场监管工作相融合,将“放心消费创建工作领导小组”、“消费者权益保护工作联席会议”、“消费者权益保护委员会”组织机构的成员单位合而为一,形成统一的创建平台。同时积极向基层、网络等延伸,从培育创建示范户到打造放心消费示范行业,再向放心消费示范



街、区拓展,成立了全省首个电商企业联盟,并将创建工作列入县、区政府年度质量考核和绩效考核内容,对工作开展不力、推进迟缓的,对相关负责人进行约谈,形成了“三高、三多、两强化”的铜陵创建模式。

自创建以来,铜陵市共有155?家单位参与创建,认定了82家县(区)级示范单位,15家市级示范单位。

(铜陵市消保委供稿)

宣城市开展放心消费示范单位和诚信企业回访工作

为做好消费维权工作,全面了解2018年以来各地放心消费创建工作开展情况及诚信企业在履行维护消费者合法权益中的责任和义务落实情况,6月下旬,宣城市市场监管局、市消保委对全市放心消费示范单位和市级“诚信企业”开展了回访活动。

回访中,回访组认真查看档案资料和实地检查

放心消费创建工作开展情况,重点了解各企业在保护消费者合法权益中履行的第一责任主体情况,要求示范单位和诚信企业要提高服务质量,正视消费者的诉求,要及时合理解决消费纠纷,发挥示范单位和诚信企业的正能量,让消费者放心消费。

(宣城市消保委供稿)

阜阳市召开保险行业放心消费 创建工作“维权放心”专题座谈会

为进一步推进全市保险行业放心消费创建工作,6月26日,阜阳市放心消费创建办会同阜阳保险行业协会组织召开了保险业放心消费创建工作“维权放心”专题座谈会。

阜阳市市场监管局12315举报中心主任齐刚,阜阳银保监分局保险机构监管科科长、财务会计科科长谢大为,阜阳保险行业协会会长郭磊,阜城45家产、寿险公司分管总,会员单位客户代表,社会监督员代表参加了会议,会议由阜阳保险行业协会秘书长王玉芳主持。

会上,阜阳保协秘书长王玉芳对行业前期的放心消费创建工作进行了回顾总结,并通告了行业后期放心消费创建工作计划。阜阳保协会会长郭磊肯定

了保险行业放心消费创建工作取得的成效,分析了继续深化推进放心消费创建工作的重要意义,并对行业下一步的创建工作提出了要求。

会议期间,8家保险公司就“放心消费”创建工作做了经验分享与交流发言;并邀请客户代表、社会监督员代表对保险公司的服务体验做了发言。

阜阳市市场监管局12315举报中心主任齐刚对阜阳保险业放心消费创建工作作了指导发言:一是协会和各公司对放心消费创建工作要深层次再认识;二是要在“安全放心”、“质量放心”、“价格放心”、“服务放心”、“维权放心”上再深入;三是保险行业要积极参加阜阳市开展的放心消费创建活动。

(阜阳市消保委供稿)

安庆市消保委召开消费者权益保护暨 放心消费创建工作会议



为全力推进2019年消费者权益保护和放心消费创建工作,安庆市市场监管局、消保委于5月31日上午及时召开全市2019年消费者权益保护暨放心消费创建工作会议,各县(市)区、高新区综合执法局消保工作分管领导、消保股长和消保委秘书长共计30余人参加会议。市局副局长郑学平出席会议并作了相关指示,市消保委秘书长万冬鸣对2019

年放心消费创建工作进行了全面部署,各县(市)区分管领导对本单位上一年消保及放心消费创建工作总结发言,市局消保科科长余凯布置2019年工作。

郑学平充分肯定了各县(市)、区放心消费创建工作的成绩,围绕省委、省政府的工作要求,就怎样开展2019年消保和放心创建工作提出三点意见:一是树立四个意识,通过加强站位意识、补位意识、品位意识、进位意识,增强消保和创建工作的责任感和使命感,提升人民群众的幸福感和获得感。二是掌握工作重点,通过舆论宣传、教育引导、完善监督、创建示范、硬化措施等五个方面,细化工作要求,突出工作亮点,真抓实干,把消保和放心消费创建工作落到实处。三是压实工作责任,将消保和放心消费创建工作纳入市局考核目标管理,确保工作目标完成。

(安庆市消保委供稿)

界首市首家放心消费 进乡村消费教育和维权服务站挂牌成立

近日,界首市首家放心消费进乡村消费教育和维权服务站在邵集乡赵大庄村正式挂牌成立。界首市放心消费创建工作人员现场向服务站的工作人员和义务调解员讲解了服务站工作制度及工作职责。这项举措意在解决放心消费进乡村消费维权“最后一公里”的问题,提高维权效能。

“我们在赵大庄村设立消费教育和维权服务站,主要是为了维护农村消费者的合法权益,提高广大农村消费者的维权意识,为助力乡村振兴、打赢脱贫攻坚战“添油加力”。”界首市消保委秘书长孙健介绍说,服务站的功能,一方面是宣传消费维权和食品安全的法律法规知识,另一方面就是接受并受理广大农民朋友的消费投诉。

这家设在赵大庄村的放心消费进乡村消费教育和维权服务站,工作人员和义务调解员均以村两委干部为主,站长由该村的村委会主任担任,而界首市放心消费创建办也将经常派工作人员对服务站开展指导。

据悉,如果农民朋友遇到消费纠纷,可以就近直接向消费教育和维权服务站投诉,服务站会根据相关的法律法规进行受理和处理,如果维权服务站无法解决,再通过市场监管部门介入开展调解。这样,一般的纠纷可以在消费教育和维权服务站就能解决,减少了消费者维权所需的时间和成本,可以大大提升维权效率。

(界首市消保委供稿)

淮北市召开 2019 年度放心消费创建工作会



4月24日上午,市市场局、市消保委组织召开了2019年度放心消费创建工作会议,全市三区一县市场局分管局长、消保委秘书长参加了会议。

会上,市消保委秘书长樊具山对放心消费创建方案进行了解读,对创建工作需要注意的五个指标、六个节点、两个规范、三个重点进行了提示。

市市场局党组书记周杰对下步创建工作提出四点要求,他强调指出:要进一步提高认识,高度重视;要增强信念,明确工作任务和时间节点;要创新工作方法,搞好四个结合;要强化宣传引导,营造创建氛围,让更多的经营者和消费者了解创建、参与创建,上下联动、共同努力,把创建工作抓紧抓好,

抓出实效。

(淮北市消保委供稿)

省消保委联合省市场监管局发布 科学选用保健食品攻略

编前语: 为了加强广大消费者对食品、保健食品欺诈和虚假宣传方面知识的了解, 更好地维护广大消费者的合法权益。近日, 安徽省消保委联合省市场监管局特殊食品监管处发布以下消费知识, 供广大消费者学习。

科学选用保健食品

1、什么是保健食品? 保健食品有什么样的标识

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

保健食品具有三个特征: 一是具有食品属性, 是一类特殊的食品。二是安全性, 在规定的摄入范围内长期食用, 对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害。三是功能性, 对特定人群具有一定的调节作用, 不能治疗疾病, 不能替代药物。

保健食品标识为蓝帽子, 具体如下:

2、保健食品与其他食品的主要区别



(1) 保健食品强调具有特定保健功能, 而其他食品强调提供营养成分。

(2) 保健食品具有规定的食用量, 而其他食品一般没有服用量的要求。

3、保健食品与保健品的区别

保健食品具有明确的法律定位, 保健食品的监管法律依据为《中华人民共和国食品安全法》, 产品属性为食品。保健品没有明确的法律定义,

一般是对人体有保健功效产品的泛称, 诸多媒体报道中涉及的保健品, 实为内衣、床垫、器械、理疗仪、饮水机等, 而非食品或保健食品。宣传报道和监管执法过程中, 首先应依法辨别产品属性, 清晰界定产品是食品还是用品, 是保健食品、普通食品还是有毒有害食品, 报道、文件和文书中应根据产品的实际属性, 依法规范表述产品名称, 不能一概笼统表述为“保健品”, 造成事实不清、监管错位和信息误导。

4、保健食品与药品的主要区别

(1) 使用目的不同: 保健食品是用于调节机体机能, 提高人体抵御疾病的能力, 改善亚健康状态, 降低疾病发生的风险, 不以预防、治疗疾病为目的。药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病, 有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或者功能主治、用法和用量的物质。

(2) 保健食品按照规定的食用量食用, 不能给人体带来任何急性、亚急性和慢性危害。药品可以有副作用。

(3) 使用方法不同: 保健食品仅口服使用, 药品可以注射、涂抹等方法。

(4) 可以使用的原料种类不同: 有毒有害物质不得作为保健食品原料。

5、保健食品与药品对人体的作用有何不同

药品对身体来说是一种异物, 而保健食品却基本上是原本就存在于人体内或人体正常生理功能所需要的某种成分。换个说法, 人体很难因为某种药品不足而患病, 但却可能因为长期缺乏某种营养物质而引起一些身体不适的症状。由此可知, 多数药品是人体患病之后用来治疗的工具, 而保健食品则可以帮助身体不生病或者在健康的维持及促进上发挥非常重要的作用。

从另一个观点来看, 药品能够直接抑制或攻击病因或病状, 最常见的就是退烧或是降血压、血糖等对症疗法; 而保健食品则是以调整机体功能、使机体的代谢系统保持平衡或是让血液循环顺畅等等, 帮助身体用其自身的抗病能力去应对疾病。

6、为什么不能声称保健食品具有某种疗效

根据《中华人民共和国药品管理法》对药品的定义：药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病，有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或功能主治、用法和用量的物质。而保健食品的使用不得作为治疗疾病用途，否则就是违法。比如说同样是“维生素 E”，如果用于“药品”时，则能以“消除疲劳、保护心脏、减轻皱纹或雀斑”等来表示其功效；但当其用作“保健食品”的某种成分时，则只能是“食品”，所以绝对不能宣称“对xx有效”或是“可预防xx”。国家之所以会进行这样严格的规定，一个重要的原因就是消费者信赖的问题。由于我国规定处方药品不能进行大众媒体广告宣传，并且制造及售卖药品必须经过国家严格审查后才能得到批准。而保健食品首先是食品，所以会比药品更加容易进行生产制造、售卖，并且能够进行广告宣传。如果允许保健食品标识其具有某种疗效，那么有可能被消费者误认为是药品，从而过分依赖保健食品，可能耽误了接受正规科学医疗的机会。

7、保健功能范围及相对应的适宜人群、不适宜人群是什么？

保健功能	适宜人群	不适宜人群
1.增强免疫力	免疫力低下者	少年儿童
2.抗氧化	中老年人	
3.辅助改善记忆	需要改善记忆者	
4.缓解体力疲劳	易疲劳者	少年儿童
5.减肥	单纯性肥胖人群	
6.改善生长发育	生长发育不良的少年儿童	孕期及哺乳期妇女
7.提高缺氧耐受力	处于缺氧环境者	
8.对辐射危害有辅助保护功能	接触辐射者	少年儿童
9.辅助降血脂	血脂偏高者	
10.辅助降血糖	血糖偏高者	
11.改善睡眠	睡眠状况不佳者	少年儿童
12.改善营养性贫血	营养性贫血者	
13.对化学性肝损伤有辅助保护功能	有化学性肝损伤危险者	少年儿童
14.促进泌乳	哺乳期妇女	
15.缓解视疲劳	视力易疲劳者	
16.促进排铅	接触铅污染环境者	少年儿童
17.清咽	咽部不适者	
18.辅助降血压	血压偏高者	

19.增加骨密度	中老年人	儿童
20.调节肠道菌群	肠道功能紊乱者	
21.促进消化	消化不良者	
22.通便	便秘者	
23.对胃粘膜有辅助保护功能	轻度胃粘膜损伤者	
24.祛痤疮	有痤疮者	
25.祛黄褐斑	有黄褐斑者	
26.改善皮肤水分	皮肤干燥者	
27.改善皮肤油分	皮肤油分缺乏者	儿童
28.营养素补充剂	需要补充者	

8、目前保健食品批准证书编号的主要形式有哪些？

旧式证号	新式证号
国食健字 G/J 年份 ****	国食健注 G/J 年份 ****
卫食健字(年份)第 *** 号	食健备 G/J 年份 ****
卫进食健字(年份)第 *** 号	

G 代表国产；J 代表进口

9、怀疑所购买的保健食品时如何进行网上查询？

记下保健食品批准文号，根据产品标签上的批准证书编号或者产品名称进行查询：

国家市场监督管理总局：<http://samr.saic.gov.cn/>

10、保健食品的标签由哪几部分构成？

保健食品标签、说明书的内容应当包括产品名称、主要原（辅）料、功效成分/标志性成分及含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用量与食用方法、规格、保质期、贮藏方法和注意事项等。

11、购买保健食品要注意什么？

(1)到合法店铺购买，正规保健食品经营企业应在店内悬挂具有保健食品经营范围的《食品经营许可证》。

(2)购买保健食品时，宜向营业员明确说明买保健食品的目的。

(3)在选购之前，应仔细阅读说明书。

(4)仔细查看包装上的生产日期、有效期等内容，不要买过期保健食品。

(5)保管好购买凭证，如购物小票或发票，若质量有问题，购物凭证是投诉、索赔、维护自己权益的重要凭据。

(6)保健食品一般都是较长期食用才能达到保健的目的，不可期望所谓的“疗效”“速效”。

(7)要根据自己的经济情况，量力而行，不要一次性大量购买某一产品。

省消保委3号消费提示

购买和食用粽子需注意“新鲜、安全、科学、适量”

端午将至,粽子消费日渐升温。在此,安徽省消保委提醒广大消费者在选购、食用粽子时要注意“新鲜、安全、科学、适量”。

一、选购首重“安全”。要在有证照的经营场所购买预包装粽子。购买时要看清外包装上的标签标识,如生产日期、保质期、生产者名称和地址、成分或配料表、食品添加剂、SC标识等是否齐全;真空包装的,要查看是否漏气胀袋;不购买无厂名、厂址、生产日期和保质期的预包装粽子,不要购买超过保质期的产品;不要购买粽叶过于翠绿的粽子。购买时还应注意保存相关凭证。这其中包括网购,《食品安全法》明确规定:网络食品生产经营者,必须要持照经营,在进行实名登记、明确责任、审查许可证之后方可售卖。网络食品经营也必须“持证上岗”。

二、购买贮存要“科学”。不论是真空包装类、速

冻类粽子或者是新鲜的手工粽子,不要购买过多。要严格依照标签标示方式保存和加工食用,生熟粽子要分开贮存。尤其是一些手工粽子和自己制作的粽子,最好是现吃现买或现包现吃,避免粽子放置过久变质。冷藏或冷冻储藏的粽子,在食用之前应彻底热透,吃剩的粽子不应重复加热超过1次,不要食用馅料已发酸、发苦或口味不正的粽子。网购时一定要注意的是否需要冷链运输和相关运输时间,防止二次污染。

三、食用要“适量”。粽子好吃,但是不易消化。生粽子是要小火慢慢熬了之后才能真正的熟。吃粽子要充分加热,但最好不要反复加热,一次食用不能太快或太多,不要吃储存已久的粽子、有心血管、胃肠道疾病和糖尿病人应谨慎食用。

(消费指导部)

省消保委4号提示

饮料解暑虽爽 多饮有害无益

炎炎夏日,喝饮料是广大消费者解暑降温的一种选择。目前市场上销售的饮料品种繁多、各式各样,有包装饮用水、碳酸饮料(汽水)、茶(类)饮料、果蔬汁类及其饮料、蛋白饮料、固体饮料和其他饮料类等,消费者要慎重选择,科学饮用。安徽省消费者权益保护委员会提醒您注意以下几点:

1、选购饮料时尽量到正规的商场、超市或食品商店;

2、选购饮料时一定要先查看包装上企业名称、地址、产品名称、配料表、生产日期、保质期、贮存条件、产品标准号以及SC食品生产许可证编号等标识是否齐全,不要购买“三无”产品;

3、饮料品种繁多,作用也不尽相同,消费者应根据自身需要选择购买;

4、碳酸饮料不能冷冻,冷冻后碳酸饮料中的二

氧化碳在水中的溶解度降低,会导致大量气体从水中析出,造成容器的压力过大。密闭的容器首先将变形,进而可能导致爆炸并发生危险;

5、果蔬汁不能完全替代水果、蔬菜。大部分果蔬汁产品中损失了大量的膳食纤维,且一些有益的成分在榨汁过程中因不能及时溶出而随果渣废弃;

6、饮用饮料要适度,过度饮用会对身体健康不利。如儿童和青少年过度饮用碳酸饮料容易造成肥胖,影响儿童和青少年的生长发育;过度饮用冷冻冷藏饮料,会刺激胃肠,造成胃肠损伤。

饮料虽然好喝,但是千万不能把饮料代替白开水来饮用,生活中我们还是要多喝水少喝饮料。

最后,如果您购买到假冒伪劣饮料,甚至身体健康受到损害,要收集和留存证据,及时维权。

(法律与公共事务部)

省消保委 2019 年上半年投诉分析报告

全省各级消保委共受理消费者投诉 6506 件 较去年同期上升了 7.82%

7 月 2 日,安徽省消保委发布 2019 年上半年全省消费投诉分析。据统计,2019 年上半年,全省各级消保委共受理消费者投诉 6506 件,较去年同期的 6034 件上升了 7.82%。其中省消保委和池州市消保委分别受理一起涉及跨省消费投诉,受到了中央驻皖和省暨合肥市主流媒体的广泛关注。

一、投诉概况

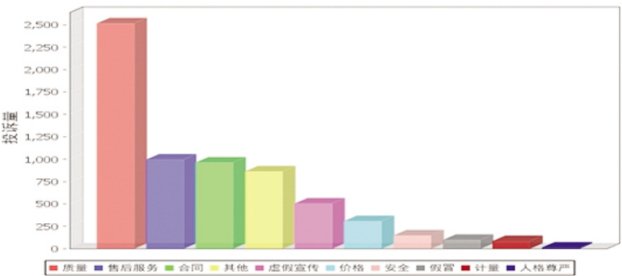
2019 年上半年,安徽省各级消保委共受理消费者投诉 6506 件,较去年同期的 6034 件上升了 7.82%。已解决 6170 件,解决率 94.84%,为消费者挽回经济损失 1996.62 万元,共接待消费者来访、咨询 49866 人次。

安徽省消保委受理投诉与 2018 年同期变化表

项 目	2019 年上半年	2018 年上半年	变化幅度
受理数(件)	6506	6034	↑ 7.82%
解决数(件)	6034	5787	↑ 4.27%
挽回损失(万元)	1996.62 万	2553.52 万	↓ 21.81%
加倍赔偿案件(件)	12	12	0
加倍赔偿金额(元)	64978	19742	↑ 229.14%
政府罚没款(元)	0	0	0
来访咨询(人次)	49866	53779	↓ 7.28%

二、投诉性质分析

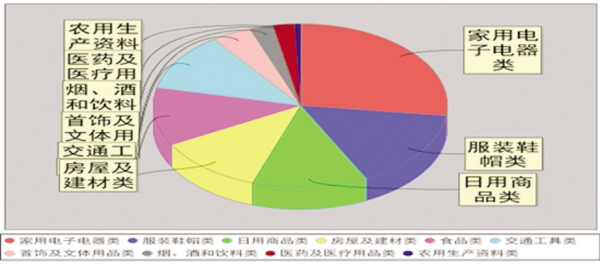
根据投诉性质分析(如图所示),质量 2516 件,占 38.67%;售后服务 997 件,占 15.32%;合同 963 件,占 14.80%;其他 864 件,占 13.28%;虚假宣传 506 件,占 7.78%;价格 309 件,占 4.75%;安全 149 件,占 2.29%;假冒 100 件,占 1.54%;计量 87 件,占 1.34%;人格尊严 15 件,占 0.23%;其中,质量、售后服务、合同、其他、虚假宣传占据了消费者投诉的前 5 名。



项目	2019 年	比重	2018 年	比重	比重变化
质量	2516	38.67%	2367	39.23%	-0.56
售后服务	997	15.32%	790	13.09%	2.23
合同	963	14.7999%	936	15.51%	-0.71
虚假宣传	506	7.779%	534	8.85%	-1.07
价格	309	4.75%	303	5.02%	-0.27
安全	149	2.29%	91	1.51%	0.78
假冒	100	1.54%	86	1.43%	0.11
计量	87	1.34%	108	1.79%	-0.45
人格尊严	15	0.22998%	17	0.28%	-0.05
其他	864	13.28%	802	13.29%	-0.01

三、投诉商品分析

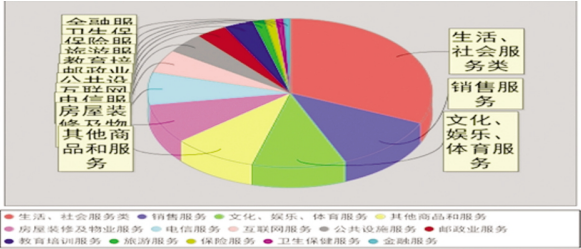
根据投诉商品分析(如图所示),家用电子电器类 972 件,占 14.94%;服装鞋帽类 558 件,占 8.58%;日用商品类 457 件,占 7.02%;房屋及建材类 422 件,占 6.49%;食品类 415 件,占 6.38%;交通工具类 410 件,占 6.30%;首饰及文体用品类 162 件,占 2.49%;烟、酒和饮料类 92 件,占 1.41%;医药及医疗用品类 87 件,占 1.34%;农用生产资料类 20 件,占 0.31%;其中,家用电子电器类、服装鞋帽类、日用商品类、房屋及建材类、食品类占据了消费者投诉的前 5 名。



项目	2019 年	比重	2018 年	比重	比重变化
家用电器类	972	14.94%	961	15.93%	-0.99
服装鞋帽类	558	8.58%	549	9.1%	-0.52
日用商品类	457	7.02%	568	9.41%	-2.39
房屋及建材类	422	6.49%	387	6.41%	0.08
食品类	415	6.38%	323	5.35%	1.03
交通工具类	410	6.3%	340	5.63%	0.67
首饰及文体用品类	162	2.49%	154	2.55%	-0.06
烟、酒和饮料类	92	1.41%	65	1.08%	0.33
医药及医疗用品类	87	1.34%	74	1.23%	0.11
农用生产资料类	20	0.31%	49	0.81%	-0.5

四、投诉服务分析

根据投诉服务分析(如图所示), 生活、社会服务类 921 件, 占 14.16%; 销售服务 350 件, 占 5.38%; 文化、娱乐、体育服务 311 件, 占 4.78%; 其他商品和服务 280 件, 占 4.30%; 房屋装修及物业服务 248 件, 占 3.81%; 电信服务 204 件, 占 3.14%; 互联网服务 148 件, 占 2.27%; 公共设施服务 127 件, 占 1.95%; 邮政业服务 101 件, 占 1.55%; 教育培训服务 98 件, 占 1.51%; 旅游服务 39 件, 占 0.60%; 保险服务 36 件, 占 0.55%; 卫生保健服务 28 件, 占 0.43%; 金融服务 20 件, 占 0.31%; 其中, 生活、社会服务类、销售服务、文化、娱乐、体育服务、其他商品和服务、房屋装修及物业服务占据了消费者投诉的前 5 名。



项目	2019 年	比重	2018 年	比重	比重变化
生活、社会服务类	921	14.16%	747	12.38%	1.78
销售服务	350	5.38%	234	3.88%	1.5
文化、娱乐、体育服务	311	4.78%	165	2.73%	2.05
房屋装修及物业服务	248	3.81%	196	3.25%	0.56
电信服务	204	3.14%	274	4.54%	-1.4
互联网服务	148	2.27%	164	2.72%	-0.45
公共设施服务	127	1.95%	152	2.52%	-0.57
邮政业服务	101	1.55%	127	2.1%	-0.55
教育培训服务	98	1.51%	75	1.24%	0.27
旅游服务	39	0.6%	30	0.5%	0.1
保险服务	36	0.55%	39	0.65%	-0.1
卫生保健服务	28	0.43%	22	0.36%	0.07
金融服务	20	0.31%	51	0.85%	-0.54
其他商品和服务	280	4.3%	288	4.77%	-0.47

五、典型案例

1、家电销售承诺兑现难

近年来, 家用电器产品的质量都在稳步上升, 各家品牌商为了市场占有率的提升, 销售手段花样繁多, 你家送赠品, 我家就送延保服务, 但消费者在购买使用后, 麻烦就出现了, 企业推脱责任就严重损害了自身品牌形象, 势必会被市场淘汰。

消费者陆某向六安市消保委投诉, 称其 2018 年 6 月从市区某电器店购买了净水器一台。购买时商家承诺免费更换滤芯一次, 并在发票上注明。这台净水器有 4 个滤芯, 1~3 号滤芯一年换一次, 4 号滤芯是两年更换一次。今年到期时商家只更换了 1~3 号滤芯, 拒绝更换最贵的 4 号滤芯, 理由是 4 号滤芯明年才到期, 更换就属于二次更换了, 不在免费更换的范围之内。六安市消保委接投诉后, 立即联系商家进行调查。经查消费者投诉属实, 商家免费更换滤芯一次的承诺已在发票上明确标注, 消费者购买的净水器, 1~4 号滤芯的首次更换均应免费。最终经过调解, 商家免费赠送消费者一个滤芯, 等 4 号滤芯到期后自行更

换。

2、买房不签合同退款难

商品房是消费者日常生活中的消费大件商品，从商品房售前的宣传到确定购买时的购房合同、贷款服务，再到商品房交付后的质量问题及入住后的物业服务质量无不牵动着消费者的心，哪一个环节出现问题都会让消费者心力憔悴。

2019年1月，消费者徐某向淮南市消保委投诉，称其准备在淮南市某房地产销售公司购买一套房子，用于儿子结婚用。消费者交付首付款等费用后，房产公司迟迟不与消费者签订购房合同，消费者认为房产公司存在问题，所以决定不再购买，要求房产公司退款未果。淮南市消保委接到投诉后立即与开发商取得联系，经查消费者投诉属实。经过调解，房产公司退回消费者预先缴纳的费用，最终消费者挽回了经济损失40多万元。

3、享骑电单车押金难退

从2018年10月，安徽省消保委陆续接到享骑电单车押金难退还的投诉。我们与享骑电单车公司安徽片区负责同志联系后，当时还能及时退还押金，但到2019年1月底，随着投诉联络人的离职，消费者退还押金问题就再也无法解决。因受属地管辖原则限制，我们只能请消费者向享骑电单车公司所在地的上海市消保委投诉。

近两年，共享出行成为消费维权的重点领域，相关投诉大幅增加，部分企业未经消费者同意擅自挪用押金维系经营，需引起重视。《电子商务法》第21条规定：电子商务经营者按照约定向消费者收取押金的，应当明示押金退还的方式程序，不得对押金退还设置不合理条件。消费者申请退还押金，符合退押金退还条件的电子商务经营者应当及时退还。享骑公司拒不退还押金的行为，涉嫌违反了《电子商务法》的规定，侵害消费者的合法权益。

4、二手车交易平台问题多

随着电视和网络上五花八门的二手车平台广告不间断的播出，让消费者印象深刻。电商企

业把二手车交易搬到了互联网上，省去了交易的很多环节，方便了买卖双方，但随着交易平台的越来越多，很多问题也陆续暴露出来。虽说网站平台宣称经过上百项检测，但检测可信度难以确认，各种事故车、调整过公里数，套牌车都出现在平台中。由于对车辆信息的不了解，绝大多数消费者都只能依靠网站登记的信息判断，买卖双方信息无法对称，就会影响汽车质量的判断，接连影响后续的使用，纠纷就会增多。

合肥市消费者权某向省消保委投诉称，他在某二手车交易平台购买的车辆有问题，车辆涉嫌调整了里程表公里数，还严重烧机油。消费者在与经营者协商无法达成一致意见，遂请求帮助。省消保委接投诉后立即与交易平台联系，交易平台回复称，车辆公里数并没有私下调整，消费者投诉汽车行驶公里数有误差，是因为销售人员在填写合同的时候笔误。汽车烧机油的情况确实存在，平台可以免费为消费者维修。最终经过调解，二手车交易平台补偿消费者一万元，由其自行维修。

5、住宿服务“猫腻”多

随着消费者出行日益增多，住宿方面的投诉问题也日益凸显。主要问题有消费者网上预订付款后，被经营者告知未预留房间或临时加价，实际入住的房型规格与网络宣传图片不符，房间内收费项目过高或者是不合理等。

2019年2月9日，一位消费者向芜湖市消保委反映其在某酒店住宿时使用房间内放置的拖鞋，后来结账时才得知该拖鞋是收费的商品。因为经营者将价格标签放在非常不显眼的位置，导致消费者没有注意到。消费者认为经营者存在诱导消费的嫌疑，要求退回收取的费用。芜湖市消保委接投诉后立即展开调查，经营者虽然也提供免费拖鞋，但是却放在隐蔽的位置，不容易被消费者发现。最终经调解，经营者退回了所收取的48元拖鞋费用。

6、干洗衣物纠纷责任难认定

二季度正是冬衣干洗收纳的季节，随之而来的消费纠纷也有所增加。因为干洗服务具有一定的专业性，出现纠纷后责任难以凭肉眼进行判断。消费者送洗衣物时，经营者只大致对衣服检查一下，且送洗有时间差，消费者也无法判断经营者是否按照衣服标识进行规范操作，给后期出现纠纷埋下了隐患。

2019年3月15日，一名消费者向芜湖市消保委反映，其在2月16日在某干洗店送洗了一件皮草服饰。等到3月13日到店取回衣物时，发现衣物表面的皮毛受到了损害，与经营者协商时，对方一直敷衍不处理。芜湖市消保委接到消费者投诉后，立即联系双方了解情况。经核实消费者所反映问题基本属实，后经调解，经营者根据衣物的实际价值赔偿消费者1000元并退还其300元洗衣费用。

7、加油站捆绑销售强制消费

近一两年，消费者开车进加油站加油时，都会遇到加油员向司机宣传发动机积碳多对车辆有损伤，顺便推销类似“燃油宝”、“汽油添加剂”的产品。但很多加油员采取强制推销手段，不买不给加油，还限制必须要购买多瓶，让消费者苦不堪言，进退两难。

2019年6月10日，消费者胡某向宿州市消保委投诉，称其在宿州某加油站加注95号汽油时，该加油站工作人员要求必须先添加燃油宝才能加油。由于消费者的车已经没有油了，行驶不到别的加油站，所以只能购买了6瓶燃油宝再加油。宿州市消保委接投诉后，与加油站负责人取得联系，对该加油站不合理销售进行了严厉的批评，责令加油站工作人员尽快处理消费者投诉。当天消费者致电宿州市消保委，告知投诉的问题已经解决，该加油站将其购买的6瓶燃油宝全额退还。

8、酒店随意更改预约

餐饮类消费投诉在生活服务类消费投资中占比较大，投诉问题涉及餐饮菜品质量差，服务人员素质水平低，虚假打折宣传，预约随意更改

等问题，消费者要注意收集证据及时维权。

2018年10月，临泉县消费者在临泉县某大酒店支付1000元定金，预定2019年正月初六该酒店的大厅用于举办婚礼，但在2019年1月21日，消费者前往酒店询问时，却被告知预定的大厅已经转给其他消费者，导致婚礼不能如期举行，双方协商无果，遂投诉至消保委。临泉县消保委接投诉后立即展开调查，消费者投诉情况属实，但酒店只愿意退还定金，不愿意赔偿。最终经调解，酒店退回定金1000元，并赔偿消费者经济损失2000元。

9、皖浙两地消保委联动为木门“验明正身”

5月下旬，合肥市消费者颜先生投诉称，其从合肥古木林木业有限公司订购了17万元的由杭州欧盼木品有限公司生产的“欧盼”原木木门系列产品，安装不到4个月，竟然大面积开裂。后消费者在维权的过程中，发现合肥古木林公司涉嫌售假。

5月30日一早，省消保委投诉部科长王灿和《中国消费者报》记者一同来到浙江省消保委请求协助调查。浙江省消保委副主任、秘书长崔砺金了解此事后，立即联系杭州市及萧山区消保委，协调杭州市场监管局瓜沥分局执法人员陪同王灿科长一行来到杭州欧盼公司进行了解情况，杭州欧盼公司董事长俞锦平亲自对该事进行核查，确定颜先生订购的17万元的“欧盼木门”系列产品不是该公司的产品。6月5日，省消保委启动了约谈程序。然而，在约谈现场，合肥古木林公司负责人洪女士否认其销售给消费者颜先生的是欧盼木门系列产品，而是古木林整装产品。

6月21日，省消保委召开家装建材行业消费维权新闻通气会，针对合肥古木林公司不承认销售假冒木门一事发表观点：虽然合肥古木林公司不承认当初以“欧盼”的名义销售产品给消费者颜先生，但是多项证据表明，合肥古木林公司就是以“欧盼”木门的名义销售产品，其行为涉嫌消费欺诈，理应按照《消法》相关规定对消费者

进行“退一赔三”，省消保委将启动有关机制支持消费者采取诉讼的方式维护其合法权益，并将案件线索移交有关执法部门。

10、旋耕机维修 16 次仍无法作业 池州市消保委跨省维权

近日，一起因旋耕机问题引起的跨省维权纠纷，在池州市市场监管局和市消保委工作人员的调解下，厂家、销售商和消费者三方达成和解协议，投诉人表示对结果很满意。

6 月 20 日，池州市贵池区马衙街道种粮大户钱某某向池州市市场监管局 12315 投诉处置举报中心反映，其于今年 4 月 17 日在池州市优特农机销售服务公司购买的价值 67000 元的旋耕机（生产厂家为湖州思达机械制造有限公司）在次日耕田作业时就出现故障，虽经销商及时派售后服务人员上门维修，但先后出现问题且维修达 16 次之多，已无法进行耕田作业。

接诉后，池州市市场监管局高度重视，当即指派 12315 中心和市消保委联合协调处理。因旋耕机生产厂家湖州思达机械制造有限公司位于浙江省湖州市吴兴区埭溪镇，池州市消保委立即与浙江省湖州市和吴兴区消保委联系，请求他们给予帮助支持。

随后，池州市市场监管局 12315 中心和市消

保委工作人员陪同消费者和销售者于 6 月 24 日前往湖州思达机械制造有限公司实地了解核查情况，并在当地消保委和市场监管所工作人员的协助下，经过多轮协商，最终促成厂家、销售商和消费者达成了和解协议：由销售商将该旋耕机托运到厂家，由厂家免费将该机重新上生产线检测，更换所有损坏和质量有问题的零部件，直到整机下线后符合国家行业质量标准后，由厂家派工作人员托运到池州，现场试机作业并经消费者现场确认符合质量要求后交付消费者，消费者对此表示满意。

2018 年以来，省消保委在放心消费创建、宣传教育、消费监督和推进长三角消费维权一体化合作等方面取得了突出成绩，为进一步优化消费环境、提升消费品质，促进我省经济社会发展做出了积极贡献。在今年安徽省直机关庆祝“五一”暨表彰先进大会上，省消保委副吴瑞卿获得“省直机关五一劳动奖章”荣誉证书；在刚刚结束的省市场监管局“两优一先”评选活动中，省消保委党支部获得“先进党组织”荣誉称号，杨扬、董杰两位同志荣获“优秀共产党员”称号，受到了省市场监管局党组表彰。

(投诉部)



投递延误安徽省消保委发函邮政速递合肥分公司道歉并整改

4月25日,安徽省消保委针对中国邮政速递物流股份有限公司合肥市分公司(以下简称“邮政速递合肥公司”)违反诚实信用原则,向安徽省邮政部门发函,建议对邮政速递合肥公司加强管理监督。4月26日,邮政速递合肥公司给安徽省消保委回函说,该公司已向消费者致歉,并已经认真整改。

4月26日,邮政速递合肥公司给安徽省消保委送达了《关于我公司芜湖路营业部邮件投递延误整改处理的回复函》。《回复函》中说,4月25日,该公司收到安徽省消保委的函件之后,第一时间对吴女士投诉芜湖路营业部快递员未按时送达邮件事宜进行核查。经查,投诉情况属实,吴女士的邮件于2019年4月20日到达芜湖路营业部,替班邮递员马某于当日16时42分联系客户,吴女士表示周末不上班,可以将邮件放在门卫室,但马某因投递有关规定(他人代收时也需签字,该单位保安无签字义务)及邮件安全等原因,当日没有将邮件投至门卫处,且未告知吴女士。次日,和正班投递员陈某交接时未详细说明该邮件投递和客户需求情况(周一上班时间要急用),造成了正班投递员陈某重视不够,周一(4月22日)上午将该邮件按照正常投递流程处理再投,未优先及时送达。4月22日上午,吴女士在门卫处未收到该邮件后,于8点35至9点35分间3次联系马某催投邮件,马某回复简单,未准确回复正班投递员邮件投递时间;9时46分,正班投递员陈某才联系上吴女士,邮件于9时55分送达。

邮政速递合肥公司认为,通过对该邮件延误投递的剖析,折射出该公司在服务方面存在的不足,一是未履行告知义务,邮件不能交门卫处未能告知客户原因;二是替班和正班投递员工作交接不严谨,造成正班投递员对邮件紧急程度重视不够;三是首问负责制执行不到位,针对客户的查询和投诉,未能负责到底。

针对存在的问题,邮政速递合肥公司在

《回复函》中说,该公司高度重视此事,收悉投诉后,该公司服务质量负责人、芜湖路营业部经理已于4月25日下午上门向消费者致歉。同时,该公司对投递员马某好陈某以及芜湖路营业部经理进行了相关处理。

另外,该公司针对此次投递延误事件举一反三,将在全公司开展职业道德教育和《投递作业规范》《快递条例》的培训,落实规章制度的执行,增强揽投人员主动服务意识,提升服务技能和服务水平;加强质量管控,强化监督检查,各级检查人员认真履行检查职责,落实各环节的监督检查,提高规章制度的执行力;落实客户查询和投诉的首问负责制,不推诿、不扯皮,首问负责到底,提高售后服务质量,提升客户体验。

邮政速递合肥公司表示,感谢监督批评,将认真履行“全心全速”的承诺,加强服务质量管理,以客户为中心,不断提升服务水平,全心全意投递好每一封邮件,服务好每一位客户,树立行业榜样,对客户负责,对社会负责,有效保护消费者权益。

(投诉部)



合肥市消保委快速调解挽损失 消费者送锦旗表谢意

3月28日,合肥市消保委接待了一位从怀远县赶来的消费者张女士。张女士称自己在合肥某商家购买了一件外套价值3680元,回到家后发现外套的肩部破损无法缝合,便找到销售人员调换。无奈该款外套已经没有库存,销售人员便推荐张女士更换其他款式,但张女士无法接受新款服装的样式,遂来到合肥市消保委求助。

合肥市消保委接到投诉后,考虑到张女士家在怀远县往来不便,便启动了快速调解机制,立刻电话联系了商家。经过与商家的沟通、协调后,商家同意给张女士按照原价退款,随后张女士前往商家办理了退款手续。从张女士来到合肥市消保委至退款成功前后不到一小时。

4月9日,张女士又特意从怀远县赶到合肥市消保委,赠送一面内容为“高效依法为百姓办实事



消费者合法权益受保护”的锦旗,并再次表达了对合肥市消保委的感谢。

(合肥市消保委)

空调外机噪音大 安庆市消保委调解化“干戈”

近日,安庆市消保委成功调解一起空调消费纠纷。消费者汪先生于2019年1月27在某品牌空调专卖店购买了一台柜机,安装之后,发现空调外机噪音过大,对室内正常生活造成影响。该品牌空调经销商安排售后工作人员上门检测后,认为空调外机运转时发出的声音是正常的。但消费者对此结果表示怀疑,坚持要求换机,而商家认为机组没有质量问题,无法更换。双方协商未果,消费者汪先生遂投诉到市消保委。

安庆市消保委接到投诉后,及时与商家联系并核实相关情况。为更直观了解消费者反映的问题,经与双方沟通后,决定到汪先生家现场体验并进行

调解。4月19日下午,市消保委两位工作人员、空调售后负责人陈经理在汪先生家,将空调运行一个小时。坐在客厅里能感受到噪音比较大,这种情况主要由两方面引起的:1、大功率空调开启后,外机运转产生的声音比较大,但经过检测,声音在说明书承诺的范围,符合国家规定;2、空调外机安放的位置离客厅太近,无遮挡物隔音,大部分声音会传进客厅。

了解相关情况后,经消保委工作人员调解,双方达成一致:空调售后免费为消费者移外机,同时加装减震,隔音棉。消费者对此表示满意。

(姚爱莹)

悉心为民维权 黄山市消保委获赠锦旗



4月30日,市民马先生将一面绣有“维权楷模 心系百姓”的锦旗送到黄山市消保委秘书处,以表达消保委工作人员为其快速维权,挽回损失的感激之情。

原来,4月12日马先生驾车至黄山银街昱中花园地下停车场,因停车位隔离柱破损导致马先生车

辆的一个轮胎被割破,马先生当场联系停车场管理人员协商更换轮胎事宜,不料对方置之不理,无奈之下马先生自己先行更换了备胎。之后马先生报了警并投诉至有关部门,黄山银街管理公司依然不理睬马先生的诉求,还强硬的表示其可以直接去法院起诉。

4月19日,马先生投诉至12345热线。市消保委接转办的投诉后立即展开调查,经核实:马先生反映的问题属实,诉求合情合理。4月22日,市消保委工作人员前往黄山银街管理公司约谈其负责人,宣传《消费者权益保护法》等法律法规,指出黄山银街管理公司作为昱中花园地下停车场的运营方和管理方,负有保障消费者人身、财产安全的义务。对于停车位隔离柱的破损,银街管理公司既没有及时修复也没有采取积极有效的隔离警示措施,导致消费者车辆轮胎割破,作为经营者应承担赔偿责任。通过多次调解,晓之以理,言明利害关系。最终,黄山银街管理公司同意赔偿马先生更换轮胎的损失,双方达成和解,投诉得到圆满解决。

(黄山市消保委)

汽车水箱损坏 宣城市消保委调解获赔 23500 元

近日,李先生到宣城市消保委投诉:2019年1月份驾驶车辆至郎溪高速出口处撞到狗,造成了车辆受损,李先生立即报警并联系所投保的保险公司。保险公司勘察员要求李先生将车开到4S店维修,李先生将车从郎溪开往宣城4S店,途中车辆发动机出现异常并在高速上抛锚,后该车由拖车拖入宣城4S店。

4S店对该车辆多次维修后,该车仍然不能正常行驶,经专家检测,该车辆水箱损坏,汽车发动机在高速、高温环境下工作,最终导致发动机受损,建议更换发动机,费用约为35000元。

保险公司认为发动机受损属二次事故,不属于

理赔范围,拒绝消费者提出更换发动机的要求。

市消保委工作人员受理投诉后认真了解相关情况,指出保险公司在勘察现场时,应提醒消费者车辆存在的安全隐患而不是在不明确车辆受损的情况下凭主观判断该车辆可以继续行驶,消费者听取保险公司的建议后继续行驶是造成发动机受损的主要原因,保险公司应承担相应责任。

经过耐心调解,最终保险公司承担更换发动机相关费用23500元,消费者承担11500元,一起保险消费纠纷顺利得到解决。

(宣城市消保委)

旧表换新表 霍邱县消保委化解消费难题

【案情简介】

今年3月,霍邱县某燃气公司要求公司所有用户统一换装新的燃气表。4月5日,公司技术人员上门为城关镇蓼都景园小区某用户王先生家更换新的燃气表。据王某自述:自家这次没有更换新表前,旧表显示燃气值108?m3尚未用完。要求燃气公司将尚未用完的燃气直接计入新表,继续使用。但某燃气公司表示,王先生使用的燃气旧表发生故障,造成旧表显示剩余108?m3燃气,而实际是王先生家燃气早已用完。所以,王先生家旧表显示剩余108?m3燃气,不能计入新表继续使用。为此,消费者王先生多次联系某燃气公司,请求和解。但公司不予回复。无奈,投诉到县消保委,请求帮助解决。

【处理过程及结果】

县消保委接到王先生的投诉后,立即组织人员与商家取得联系,开展调查、核实工作。在充分听取双方意见后,认定消费者王先生投诉反映的情况基本属实,明白了双方争论不休的焦点。县消保委组织当事双方现场调解,首先平复双方情绪,然后要求双方面对面交流。

县消保委工作人员动之以情,晓之以理。向企业宣传诚实守信是企业在激烈的市场竞争中赖以生存的灵魂,要树立顾客至上的营销理念,让利消

费者。企业的日常经营行为就是无声的广告,既实惠,又好用。

县消保委依据《消法》《条例》等相关法律法规,结合既往调解经验,耐心讲解、扎实工作。最后达成如下协议:

一、双方握手言和,接受调解。

二、双方中任何一方就此事表示不再追究对方任何责任。

三、燃气公司为王先生安装新表,原108?m3燃气仍然有效,计入新表继续使用。

四、消费者王先生对调解结果表示非常满意。

【案例评析】

这是一起在消费过程中造成他人财产损失而产生的消费纠纷维权案例。本案中我们熟练掌握并准确运用《消费者权益保护法》第四条:“经营者与消费者进行交易,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。”第五条:“国家保护消费者的合法权益不受侵害。国家采取措施,保障消费者依法行使权利,维护消费者的合法权益。”第七条:“消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。”等相关法律法规,结合投诉案件实际,迅速做出公正有效的调解,双方对此表示满意。
(霍邱县消保委)

通信费用引纠纷 固镇县消保委调解获赔偿

近日,固镇县消费者权益保护委员会成功调处一起因通信公司停止用户通信服务引发的纠纷,最终,通信公司恢复了通信服务,并赔偿了用户损失。

家住固镇县城的小张近期因为手机停机,到某通信公司营业厅缴话费时查询发现,自己2018年竟然被多扣取了好几百元钱。小张感到很蹊跷,便向该通信公司客服反馈,却未得到及时答复。小张便向固镇县消保委投诉,反映了此事。

县消保委接到投诉后,经调查,证实了小张所

反映的情况。随后,县消保委工作人员联系到该通信公司客服经理,组织双方展开调解。在县消保委工作人员的努力协调下,通信公司同意为小张恢复通信服务,并退还了去年多收取的通信费用。

县消保委提醒消费者,接受通信服务时,要注意定期查询话费详单,仔细核对收费项目。当发现问题时,及时与运营商协商解决,也可以向有关部门投诉。

(固镇县消保委)

来安县消保委成功处理一起干洗衣物染色案

【案例简介】

2019年4月,消费者某女士到来安县消保委投诉,称其在某干洗店干洗一件价值一千元衣物,取衣物时发现衣物染色,与购买时的颜色有色差。多次和干洗店负责人沟通如何处理和赔偿事宜无果的情况下,消费者到来安县消保委投诉。

【处理过程及结果】

接诉后,消保委工作人员立即对消费者反映的情况进行调查了解,经核实,消费者反映送去的衣物为纯白色,经干洗店干洗后,衣物整体并不是纯白色,但是,对于染色的说法,双方说法不一。消保委工作人员在依法依理的基础上组织双方进行当面调解,经过多次调解,双方达成书面协议,商家补偿消费者450元,消费者对此表示满意。

【案例评析】

本案中,经营者与消费者对于衣物被干洗损害的责任认定出现分歧,并且双方都无法提供强有力的直接证据证明各自的说辞,是导致本案调解难度



较大的主要原因。根据我国《消费者权益保护法》第七条规定:“消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。消费者有权要求经营者提供的商品和服务,符合保障人身、财产安全的要求”。因此本案中,商家有责任按照法律法规承担赔偿责任的责任。(来安县消保委)

冰箱外观有缺陷 谢家集区消保委调解后商家退货

2019年4月15日,谢家集区消保委接到一消费者徐先生反映,称其于3月31日在谢家集区某店购买某品牌冰箱一台,工作人员送货时,消费者发现冰箱冷冻室底部有凹陷。经营者随即为徐先生更换一台新冰箱,但是冰箱仍然存在冷冻室底部凹陷问题。消费者要求退货,经营者表示此凹陷非质量问题,不影响使用,双方协商未果,消费者徐先生投诉至谢家集区消保委。

接到投诉后,谢家集区消保委工作人员立即联系了消费者和经营者了解情况,经调查,消费者反

映基本属实。经营者在送冰箱时,徐先生就发现了冰箱冷冻室底部有凹陷,因此不存在人为使用不当的情况。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十三条第三款规定,冰箱属耐用商品,在购买六个月内发现质量问题,双方发生争议的,应当由经营者承担举证责任。经营者只是表示此凹陷非质量问题,但却拿不出证据。经谢家集区消保委的介入调解,最终商家同意消费者的退货要求。

(谢家集区消保委)

商家重复收费 马鞍山市消保委责令商家退款



今年“3.15”期间，马鞍山市消保委接到消费者虞先生投诉反映其2月份在苏宁易购购买了燃气灶和热水器各一台，当时苏宁易购开据的燃气灶发票型号与购买机型不一致，热水器发票写成洗碗机且价款不一致，在虞先生强烈要求下苏宁电易购得

以纠正。

但热水器安装后虞先生发现，相关标志上称保修8年，查看热水器发票发现其中有延保费255元，保修8年是因缴纳了延保费用而获得的，而延保费用就包含在购物款中，对此消费者表示无法接受这样不清晰的消费机制。再次找到苏宁易购工作人员等了半个多小时没有人露面解释。

针对消费者反映的情况，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条：“消费者享有知悉购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。”第九条：“消费者享有自主选择商品和服务的权利。”规定，马鞍山市消保委工作人员赴苏宁易购了解相关情况，经细致的沟通调解，同时发出建议函建议作为名牌企业应该诚信经营，切实维护好消费者的知情权、选择权的合法权益。

苏宁易购表示将进一步规范发票开据工作，同时将消费者反映的附加延保费用予以退还，针对相关问题进行整改。

(马鞍山市消保委)

固镇县消保委成功调处一起车窗玻璃爆裂投诉纠纷

不久前，穆先生在固镇县城某汽贸公司更换了汽车车窗玻璃一块，孰料，车窗玻璃于近日莫名其妙爆裂了。他认为玻璃有质量问题，便找到该汽贸公司理论，要求免费更换新玻璃，但遭拒绝。无奈之下，穆先生便向固镇县消费者权益保护委员会投诉。

县消保委接到投诉后，立即展开调查，并与汽贸公司经理取得联系，确认穆先生反映情况属实。之后，县消保委工作人员组织双方展开调解。汽贸公司经理表示，汽车车窗玻璃为易碎品，不在三包范围之内，且玻璃爆裂不排除人为因素。县消保委工作人员指出，车窗玻璃更换没有多久，且玻璃上

没有任何外力击打的痕迹或撞击的受理点，玻璃自爆很大程度上是玻璃质量存在问题。

县消保委工作人员努力从中协调，最终，汽贸公司同意为穆先生更换车窗玻璃。穆先生非常高兴，向消保委工作人员连声道谢。

根据法律相关规定，经营者提供商品或者服务，造成消费者财产损害的，应当按照消费者的要求，以修理、重做、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等方式承担民事责任，双方另有约定的，按照约定履行。

(固镇县消保委)

宿州市消保委依法履职 调查微信小程序电商企业

近段时期,市消保委、市市场监管局 12315 中心频繁接到投诉,据来自省内外的消费者反映通过微信小程序平台“丽都飞燕”、“皙秀服饰”等购买衣服等商品,但在支付费用后出现商品发货不及时、收到劣质商品或不能按照宣传 15 天无理由退换货商品等问题,消费者与商家交涉发现无有效联系方式、有效地址或平台无退换货渠道,消费者投诉高居不下,在社会上造成恶劣影响。

接诉后,市消保委立即组织调查,发现消费者投诉所涉 14 家商家显示为宿州注册企业,但发货地均为外地,部分登记地址不存在,多数登记号码无法联系,消费者维权陷入困境。针对此情况,市消

保委依法履行公益性职责,及时发出消费提示《微信小程序购物需谨慎》,提醒消费者防范购物陷阱,同时发函至腾讯公司,要求其对小程序平台企业采取必要的处置措施,进一步规范平台内经营者经营行为。

腾讯公司接函后积极配合,一方面督促企业尽快处理消费者投诉,另一方面对涉诉企业采取了封号、限制微信支付、禁止分享等处置举措。

目前,此类型消费者投诉大幅下降,侵害网购消费者合法权益行为得到有所遏制。

(宿州市消保委)

婚宴定金难索回 肥西县消保委调解全额退

5 月 6 日,肥西县消保委接到一起投诉,消费者叶先生在上派镇某大酒店预定 7 月 22 日婚宴,交纳定金 10300 元,婚宴总额 6 万元,后因女方退婚,无法如期举行婚礼,5 月 1 日立即与酒店联系,要求退还定金,但酒店答复如果能把 7 月 22 日婚宴订出去就会返还等额消费卡,如果消费者强烈要求退还定金,则酒店只会同意退还一半的金额,且只能以消费充值卡的形式退还。消费者不服,遂投诉。

肥西消保委接到投诉后,考虑到消费者损失巨大,立即约见该酒店负责人,指出消费者无法执行合同非消费者主观因素造成,消费者自身也承受精神的创伤和钱财的损失;况且距离婚宴预订的日期还有近 2 个半月的时间,酒店完全有时间将所预定场地与其他消费者签约,如签约成功则不会给酒店造成任何损失,如确实该日酒店在 2 个半月内未能被订购,消保委再作最终调解,期间消保委将全程跟踪酒店预订情况,双方均表示认可。

酒店负责人表示会尽可能减少消费者损失,经努力酒店方重新签约成功,并全额退还叶先生



10300 元现金。消费者非常满意,特致电肥西消保委表示谢意。

(肥西县消保委)



省消保委党支部获得“先进党组织”荣誉称号

在刚刚结束的省市场监督管理局“两优一先”评选活动中，省消保委党支部脱颖而出，获得“先进党组织”荣誉称号，杨扬、董杰两位同志荣获“优秀共产党员”称号，受到省市场监督管理局党组表彰。

党支部推进“两学一做”学习教育常态化制度化。加强思想政治建设和作风建设，宣传贯彻党的理论和路线方针政策，加大党员的教育、管理、监督和服务，树牢“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，形成风清气正的干事创业环境，各项工作有序推进。深入开展不忘初心、牢记使命主题教育。创设党支部（扩大）会议制度，秘书处领导、部门主任参加，党支部和支部（扩大）会议进行了集中学习研讨，组织开展了坚定信念、牢记初心、创新发展、勇担使命、清正廉洁专题等教育活动。重点学习了党章、党的十九大报告、习近平视察安徽讲话原文等。结合业务工作，组织开展“三送五进”等服务活动，组织生活丰富多彩。

党支部参与秘书处重要决策，立足消费维权抓党建，抓好党建促消费维权。完善秘书处内控制度，成立了秘书处内控建设领导小组、秘书处民主财务监督小组，制定了受理投诉（信访）工作办法、“马上就办”十项制度、作风效能建设管理办法。各项制度严格执行，秘书处面貌焕然一新。2018年以来，省消保委在放心消费创建、宣传教育、消费监督和推进长三角消费维权一体化合作等方面取得了突出成绩，为进一步优化消费环境、提升消费品质，促进我省经济社会发展做出了积极贡献。

上半年，省消保委秘书处各项业务工作在不断创新中有序推进，取得显著成效。副秘书长吴瑞卿获“省直机关五一劳动奖章”、省消保委秘书处在省局直属事业单位2018年度综合考核中获“好”等次、排序第一位。

（张路明）





营造放心安全消费环境
促进经济持续健康发展

放心消费创建单位公开承诺

安全放心、质量放心、价格放心

服务放心、维权放心



“安徽消费者”微信公众号



“安徽新消费”微信公众号