



安徽消费者

2

第2期 总第98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

2021.6.30

本期关注:全面拓展消费



安徽省消费者权益保护委员会

2021. 2



安徽消费者 2

第2期 总第98期 2021.6.30

本期关注:全面拓展消费



安徽省消费者权益保护委员会
2021.2

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2期 总第98期 2021.6.30

编委会名单

主任 沈卫国
副主任 韩永生
编委 吴瑞卿 张路明 罗勇 胡茵
周鹏 丁云 樊具山 王治富
余兵 吕永远 齐刚 黄华纯
唐凤阳 朱伟 钟林 喻薇莉
凤元华 许建静 王晓震 万冬鸣
兰文军
主编 吴瑞卿
编审 张路明
编辑 董杰 陈妍妍 谢小雪 王付红
校对 陈妍妍 谢小雪
摄影 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:合肥江中文化传播有限公司
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:2021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;
长三角消保委联盟

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,不得以任何形式复制、翻印、使用《安徽消费者》的任何图文。

安徽消费者



卷首语

乘势而上 促进我省城乡消费扩容提质 P1

专栏

拓展消费	P2
热点探究	P8
投诉分析	P13
消费提示	P18
消费体验	P21
放心消费	P26
党建工作	P36
消费动态	P38
典型案例	P44
活动征集	P48

封面

庆祝中国共产党成立100周年群众歌咏大会现场

封二

目录、编委会名单

封三

庆祝中国共产党成立100周年群众歌咏大会剪影

封底

“守护安全 畅通消费”年主题

乘势而上 促进我省城乡消费扩容提质

共建“一带一路”、长三角一体化发展、长江经济带发展、中部地区崛起等国家战略叠加,安徽面临左右逢源的优势,我们应抓住机遇、乘势而上,提升产业链供应链整体能级,促进消费市场提质扩容,不断满足人民日益增长的美好生活需要。

大力提升城市消费。培育建设消费中心城市,推动合肥创建国际消费中心城市,鼓励有条件的城市打造区域消费中心,实施新型消费标杆市、样板县建设工程,打造一批特色新型消费县(市、区)。建设高品质步行街,推进名品名店名街联动,创建一批省级高品质步行街和新型文旅商业消费集聚区。培育夜间经济试点城市。发展社区商业消费,新建和改造一批社区生活服务中心。引导财政性资金向养老育幼、住房、教育、医疗等公共消费领域倾斜,推进小区商业设施、家庭生活设施等适老化智能化改造。

全面促进农村消费。完善县域商业设施,改造提升县城综合商贸服务中心和物流配送中心,推动县乡村商业网络连锁化发展,建设乡镇商贸中心和商业综合体。发展新型乡村便利店。推进特色旅游名镇名村建设,支持乡村民宿、休闲农业等发展,建设特色文化产业村镇和文化产业群。完善农产品流通体系、零售网点,提高农产品消费结算信息化水平。加强产销对接,组织农产品流通企业参加沪苏浙和省内外农产品产销对接活动。推进农村电商高质量发展,培育电商强镇和县域电商特色产业园(街)区。

加快发展服务消费。打造一批高品质旅游城市,建设国家文化旅游消费试点示范城市,推进全域旅游高质量发展,加大古城、古镇、古村保护开发力度,共建世界级长三角旅游发展圈和皖苏浙赣鄂生态旅游协作区。提升养老托幼消费,大力发展家政服务、物业服务、母婴养老互利服务等家庭服务,完善社区居家养老服务体系,打造面向长三角居民的健康养老目的地。引导社会力量举办普惠性幼儿园和托幼机构,提供多元化托育服务。拓展医疗健康消费,推进智慧医疗服务,发展康养休闲产业,建设一批社区医养结合中心。促进体育健身消费,创建国家体育产业基地,新建改建一批体育场馆,培育一批品牌体育赛事,统筹建设全民健身设施,提升运营管理水平,打造社区“10分钟健身圈”。

积极发展消费新模式新业态。建立健全“互联网+服务”、电子商务公共服务平台,加快社会服务在线对接、线上线下深度融合。培育壮大零售新业态,拓展无接触消费体验,建设智慧超市、智慧商店、智慧餐厅、智慧商圈。鼓励支持社区电商、生鲜电商、跨境电商等新零售发展,建设直播电商园区(基地),加快传统商贸综合体和实体企业数字化改造。深入发展在线文娱,建成一批文化创意街区、艺术街区。支持发展“首店经济”“首发经济”,鼓励符合条件的企业(零售店)申请成为离境退税商店。扩大消费优质供给,畅通制造企业与新零售企业产销对接,促进消费升级和产业升级深度融合。

持续优化消费环境。开展放心满意消费创建活动,建立产品和服务消费后评价体系,提高消费者主体意识和维权能力。完善跨部门协同监管机制,实现线上线下协调互补、市场监管与行业监管联接互动,加大对销售假冒伪劣商品、虚假宣传、价格欺诈等行为的打击力度。强化消费信用体系建设,构建以信用为基础的新型监管机制,推进消费领域企业和个人信用应用。深化包容审慎和协同监管,促进新型消费良性发展。加强消费教育引导,培育成熟消费者,构建良性互动的消费关系。开展消费者满意度调查评测活动,以消费者需求为导向,促进政府更有力,市场更有效。

编者按:今年是建党 100 周年,是全面开启新阶段现代化美好安徽建设新征程的起步之年,保持经济平稳健康发展,确保“十四五”开好局、起好步意义尤为重大。为此,今年 4 月,中共安徽省委、安徽省人民政府出台《关于促进经济平稳健康发展确保“十四五”开好局起好步的意见》,旨在指导各地各部门深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,认真贯彻落实习近平总书记考察安徽重

要讲话指示精神,全面落实中央经济工作会议决策部署,立足新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局,巩固疫情防控和经济社会发展成果,努力保持经济运行在合理区间,确保“十四五”开好局起好步。《意见》中突出扩大内需战略,尤其在扩大消费、流通体系建设、对外贸易等方面提出的系列支持政策让省消保委理论研究组成员们很有感悟,也结合各自工作领域给出了自己的思考。

学习上海 打造安徽“五五购物节”

上海市 2020 年因疫情打造的“五五购物节”成绩斐然,不仅凝聚社会力量、让消费更温暖,而且对扩大内需、促进消费回补和潜力释放发挥了重要作用。今年第二届上海“五五购物节”,采取“政策+活动”双轮驱动,以“全球首发季”“全城打折季”为主题,举办近 390 项重点活动,1900 多项特色活动,在守护安全的同时畅通消费,仅 5 月份全市社会消费品零售总额同比增长 15.7%,比 2019 年增长 16.4%,并带动 6、7 月份持续增长。

我省“十四五”规划提出,全面促进消费,培育国际消费中心城市。合肥具有充满魅力的老城中心市级商业功能区和一大批特色区级商业功能区,蚌埠、芜湖、阜阳等市也有集中商圈和功能商业区。因此建议学习上海,各市因地制宜,打造“五五购物节”,具体做法是:

一、惠民措施更实惠



政策引领,多措并举释放消费潜能。一是抓紧制定预付式消费管理办法,让预付式消费发挥消费先手棋作用,带动消费回补。今年上海的单用途预付卡“增信用、促消费”宣传月期间,联手 10 家银行为消费者提供补贴 3000 万元,带动销售 1.7 亿元。二是数字人民币红包激发消费新动能。试点商圈,让数字人民币实现重点商户支付受理环境全覆盖。三是多主体参与真打折、真优惠让利于民。整合在



安徽设分公司的头部网络销售平台,重点是阿里巴巴、拼多多、美团、京东等,开展安徽“五五购物节”大补贴活动,让补贴带动线上线下销售。今年上海五五节期间,阿里巴巴补贴 92 亿,全平台销售额同比增长 37%。拼多多补贴 35 亿,带动销售超 200 亿。

二、多方位多平台联动

一是线上线下联动,“线上直播+线下路演”。今年上海的成效是拉动消费超 350 亿,同比增长 29%。二是多角度多维度发布安徽制造,推演安徽“伴手礼”“老字号”等。三是联动长三角促消费。可学习上海推出“长三角生态绿色一体化发展示范区

五五购物节”“长三角 G60 走廊品牌秀”等。

三、在供给质量上做足功课 下足功夫

一是让首发经济发挥新动能。上海的“2021 全球新品首发季”推出的 450 个引领性本土品牌发布及 150 余个国际知名品牌主题日系列活动等,引进各类首店旗舰店近 100 家。助力全市中高端消费同比增长 11.7%。二是多“液态”融合展现商业新魅力。组织统计网红打卡点、打卡线路,集中推介。学习上海发布夜生活主题曲和微型纪录片,推出“阅夜”“体育运动之夜”等,今年上海五五节期间夜生活到店消费和酒吧消费分别增长 50%、33%。三是数字化转型释放商业新活力。传统商业企业大多布局线上零售,线上发布并引流,同时联合线上头部企业、政府消费补贴等,为消费者提供更

优商品和服务。

四、强化宣传

一是发动全媒体宣传。今年上海五五购物节期间,纸媒报道 1000 余篇,电视广播报道 700 余次,全方位、矩阵式宣传,尽人皆知。二是因地制宜铺天盖地的营造氛围。主要交通枢纽,公交、地铁、出租车、商业路段和集中商圈共同推出“五五购物节”形象标识和宣传画,发动自媒体开展抖音、快手、小红书推特,信息流、曝光量集中。三是宣传小结与评比同步。评选并同步发布“最受欢迎消费地标”“最受欢迎直播活动”“最受欢迎夜生活好去处”等等。

(吴瑞卿)

加强消费教育引导 打造更高质量消费

一直以来,提及“全面拓展消费”,政府有关部门更多的是从消费供给侧发力,强调“刺激消费”,即扩大消费供给,提升产品质量、丰富产品种类,完善信贷政策,广发消费券鼓励消费等,这些措施在短时期内对提升消费的作用立竿见影。但同时却忽视了在消费者端发力,而如果消费的拓展只是靠一次次的“刺激”,那必然培养的是等待时机、见机消费的消费群体,长远看会让消费刺激措施变得疲软。因此,要全面拓展消费,也要重视从消费者端发力,培养适应新时代我国经济社会发展的消费者群体,实现消费的高质量发展,进而促进经济的高质量发展。

一、消费者端存在的主要问题

消费(主要指居民个人消费)简单来说就是个体通过购买行为满足物质、文化需要的行为,是一个动态的、可循环的过程。高质量的消费不仅在于消费规模的扩大、体量的增加、途径的便捷,更在于消费结构的不断完善、消费心理的科学文明、消费方式的与时俱进。当前,随着居民收入的增加、社会保障体系的完善、消费者权益保护事业的发展,人民群众从传统的重储蓄、轻消费向能消费、愿消费、敢消费过渡,解决了消费中的规模、体量、途径问

题。但是,正因为经济社会的高速发展,人民生活水平的极速提升,在消费的结构、心理、方式等领域也暴露出很多问题和不足,不善于消费、不精于消费现象明显,总体看享受到的消费质量不高,一定程度影响了人民群众的消费体验,长远看则会消弱消费的积极性。当前消费已经成为拉动国民经济增长的第一动力,因此保护群众消费积极性,提升消费体验,让人民群众享受到高质量消费,能消费、愿消费、敢消费的同时更能善于消费、精于消费、正确消费,对进一步激发消费潜能、促进全面拓展消费意义重大。人民群众消费质量不高的主要体现在以下几个方面:

一是消费结构不合理,偏重物质消费,文化消费、精神消费等不受重视。例如整个社会热衷买房,将家庭收入的绝大部分投入房市,直接影响了家庭消费水平的提升;热衷教育培训,而轻文化消费,造成了知识水平与能力素养的倒挂。

二是消费理念不正确,不能在消费领域树立正确的“价值观”。例如社会流行的“只卖贵的、不买对的”,让虚无的“高价值”消费成为标榜自我的途径;热衷奢侈品甚至山寨奢侈品,从买方市场影响到市场良性运转;年轻群体盲目消费、缺少理性,透支金钱的同时更透支信用。

三是消费方式不科学,健康文明的消费方式未成主流。如存在于餐饮领域的浪费现象是不合理不科学消费方式的直接提现,而很多报复式消费、跟风式消费则更体现了作为消费者的非理性。

二、提升消费质量的意见建议

消费教育(或称国民消费教育),是指有组织、有计划地向全体国民传授消费知识和技能,培养科学、文明的消费观念和维权意识,提高消费者自身素质的一种社会教育活动。全面拓展消费,从消费者端发力,让消费者从“能



消费、愿消费、敢消费”到“善于消费、精于消费、正确消费”的过程,本质上是作为消费者其消费知识、消费素养提升的过程,就需要从教育引导角度出发,采取有力措施。

1.加强消费教育理论研究。从上世纪六七十年代开始,消费教育就受到西方发达国家及有关消费者组织的重视,“开展消费者教育”是国际消费者联盟组织的三大宗旨之一。美国、日本、韩国、新加坡等国家都就开展消费教育工作制定了专门的措施,而消费教育的大力开展也完全契合这些国家经济高速腾飞、经济转型及消费市场扩大的轨迹,可见做好消费教育工作对经济高质量发展的倒逼作用十分明显。但是目前消费教育在我国国家受到重视不够,无论是在学术领域还是实践领域,没有形成与我国经济社会发展相匹配的消费教育理论体系,这最直接的影响就是消费者很多不会科学消费、理性消费、文明消费,一定程度制约的消费经济的良性发展。为此政府及有关部门要高度重点消费教育,引领力量加强对消费教育的研究,形成匹配我国经济社会发展的消费教育理论体系,并指导消费教育工作开展。

2.制定消费教育引导规划。消费教育就功能来说是消费经济中不可或缺的组成部分,并伴随经济社会发展不断出现新变化、新要求,为此政府要有针对性的制定消费教育引导规划,并纳入到经济社会发展规划和国民教育体系中。此外,消费教育本质上是一种引导式工作,在实际操作中很难对其效果进行切实的评判,甚至在一定时期内都难以看到效果,为此政府应在规划制定中留有一定发展空间,参考法治宣传教育的规划,制定国民消费教育五年规划,注重对不同地区、不同群体的分类指导,接续发力促进全社会消费能力素养的提升。

3.形成消费教育引导专门力量。明确专门机构或者部门开展,同时注重发挥社会组织力量,形成消费教育合力。目前,消费者权益保护体系已经较为完善,政府有关单位部门、社会组织、企业都高度重视消费者权益保护工作,在消费者教育引导工作中可以借助这些现有力量,快速形成消费教育工作体系。同时要明确开展消费教育的主导力量,成为



牵头开展消费教育的主力。

4.明确消费教育路径方向。要重点在消费知识、维权知识、思想观念等方面发力:在消费知识积累上,针对不同群体有针对性的借助不同组织力量开展消费教育,实行将消费教育纳入国民素质教育,在大中小学的日常教学中有重点的向学生传授消费知识;在社会群体领域,各有关单位、社会组织、企业要在各自职能领域、优势领域开展消费教育,传授消费知识,引导消费者注重对高质量消费的追求,在消费能力、素养上主动学习精进,成为精明消费者。如针对当前老年人群体面对线上新消费“无措”的现状,可以组织力量加强对老年人的消费教育,让他们敢于接受新事物,并增强学习新事物的信心,教会他们如何在线消费、购物、维权,让他们也成为线上消费“主力军”;针对年轻人冲动消费、超额信贷消费、奢侈浪费等现象,加强宣传教育力度,引导群体根据自身情况合理消费、科学消费。

5.加强消费教育人才培养。培养专兼职消费教育人才队伍,有关单位要通过系统培训和讲解消费教育历史、国内外消费教育经验、消费文化提高该队伍群体对开展消费教育重要性的认识;要加强消费法律、法规和各类消费教育知识培训,帮助队伍群体率先树立科学、文明、健康、绿色消费理念,在消费教育工作中做到有能力、有底气;要注重发展消费教育志愿者队伍建设,吸纳消费素养高、理论水平高、思想政治素质好、热心公益的各领域专业人士加入消费教育志愿者队伍,定期组织开展消费教育活动。

(陈妍妍)

多措并举 助力老年人消费群体崛起

随着我国经济社会的发展,老龄化速度也在加快,据预测,“十四五”期间,我国 60 岁及以上老年人口的规模年均增长约 1000 万,将远高于“十三五”期间年均增长 700 万的增幅。“十四五”时期我国 60 岁以上人口比重将超过 20%,65 岁以上人口也将超过 14%,即进入中度老龄化社会。我国养老产业市场规模不断壮大,数据显示,2019 年我国养老产业市场规模达 6.9 万亿元,2020 年我国养老产业市场规模达 7.4 万亿元,同比增长 7.25%。据预测,2021 年我国养老产业市场规模将达 8.9 万。根据中国社科院的《中国养老产业发展白皮书》显示,预计到 2030 年我国养老产业市场可达 13 万亿元。因此我国老年人消费具有相当大的市场潜力,如何把挑战转化为发展的动力,发挥好人口老龄化对消费正向拉动作用,助力老年人消费群里崛起,是我们需要思考的新问题。

1. 建立更加完善的养老服务体系,解除老年人后顾之忧

政府和相关部门,应改变以往养老服务政策倾向于公立机构,民办非营利机构所提供的以事业性为主的养老服务,重机构和设施建设、轻服务的弊端,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,出台社会化养老服务体系建设的专项规划,以及促进养老服务产业发展的相关政策,明确各类养老服务设施建设用地及建设、改造标准,明确生活照料、助餐助行、康复护理、紧急救助、精神慰藉等综合性标准,明确专业人才培养标准等。建立数据库并按需购买服务;引导社会资本积极参与,采取建设补贴、运营补贴等措施,低偿或无偿向公办及民办养老机构开放社区养老服务资源;丰富产品服务市场,加强政府对适老产品生产开发的扶持指导力度,国家层面适时制定适老化产品相关标准,地

方层面出台产品生产指导目录,对按目录开发生产的企业和机构给予补贴。加强农村养老服务体系建设,整合乡镇福利机构的养老资源,打造智慧化养老服务新模式。

2. 加大养老服务专业化、职业化人才队伍建设,传承中华敬老爱老美德

当前,我国面临养老服务从业人员不足,特别是专业化服务人才资源缺乏的困境。社会对养老服务的整体认知虽然有所改善,但仍存在偏差,养老服务被视为“伺候人”的行业。因此,亟需成立养老护理人才职业技能培训机构,鼓励高校、科研院所和企业间相互合作,促进“产学研用”的深度融合,搭建科技成果转化平台,同时为涉老创新企业提供技术指导平台和可持续的资金支持模式,以创新和高质量供给引领涉老产品和服务新需求。加强从业人员职业技能和职业道德评审工作,努力提高养老从业人员的社会地位、经济收入和保障水平。

3. 多方合力,助力老年人跨越移动智能支付这道“门槛”,为老年群体带来更方便快捷的消费体验

互联网、大数据、人工智能等信息技术快速发展,智能化服务得到广泛应用,深刻改变了我们的消费支付方式。老年人由于其本身的消费习惯,接受能力和适应能力较弱等原因,不少老年人不会上





网、不会使用智能手机,在日常生活消费中遇到“不安全”、“不方便”等困境,老年人面临的“数字鸿沟”问题使他们无法充分享信息技术进步带来的支付便利。商家在电子支付迅速发展的大背景下,有些店家以“找零不便”等理由将人民币拒之门外,取而代之的是扫码收款。甚至部分商家还会出现拒收现金的行为,带来的问题早已引发广泛关注,大大制约了老年人的消费热情。

首先,在产品 设计方面,金融机构应以移动支付的便捷化为出发点。老年群体由于其特殊性,其消费需求的侧重点与其他的群体存在差异性,所以金融机构应该结合老年人的特殊性,设计一些迎合他们的消费习惯的产品和金融服务场景,推出大字版、语音版、简洁版等智能金融 App,优化老年用户注册、银行卡绑定和支付流程等。把金融产品做得更简洁明了,老年人用起来就能更得心应手。

其次,社区和相关机构可定期开展老年人移动支付讲座等公益培训。在面对移动智能支付的窘境,有些老年人他们其实也很想改变。这就需要社区和相关机构从基层服务出发,关注这些弱势群体,组织一些志愿者队伍,定期开展公益讲座,或者组织老年人加入老年大学,根据老年人的实际需求,免费设置实用课程,比如网上购物、网上交费、智慧医疗、安全防护、防范金融诈骗等,切合实际地解决老年人日常生活中碰到的困难,积极引导和鼓励他们使用智能手机,使移动数字智能时代带来的

便利惠及到社会发展中的每个群体,增强老年人移动支付的意愿。

当然,拓宽老年人移动支付线上消费的同时,还应保障其该有的线下消费权。现实中,一些老年人因为各方面原因,可能确实难以使用移动智能支付,在这种情况下,传统的线下交易渠道和方式依然能发挥重要作用。既要大力发展促进线上消费服务,也要保留老年人使用现金消费的权利,保障消费者享有自主选择的权利。因为

拒收现金既损害人民币的法定地位,也损害了消费者的支付选择权,乃违法行为。鼓励非现金移动智能支付并非意味着不要现金支付,两种支付方式不仅不矛盾,而应是相互补充、相得益彰。

4.老吾老以及人之老,重视老年人消费纠纷化解,切实维护他们的合法权益

老年群体、特别是一些空巢老人,由于子女工作繁忙缺少亲情陪伴,往往更容易产生孤寂感。因此,家人要多关心陪伴老人,主动了解老人的实际生活需要和消费需求,对于诸如养老服务产品这样的重大消费,一定要与老人多商量深沟通,帮助老人分析判断,与老人一起做选择做决定,不给不良商家可乘之机,防止掉入消费陷阱;老年人或家人在购买相关产品后,要注意妥善保存好付款凭证、合同或协议、发票等证据,以备日后发生消费纠纷时维权有据。一旦出现产品质量或者养老服务存在纠纷时,要及时向有关部门咨询、投诉或举报,依法维护自身的合法权益;政府和相关部门要充分履行职责,发挥职能作用,成立专业的老年人维权服务中心,既能解决“老年人的困难有人帮”的现实需求,又能够有效构建起老年人与法律机构的联系机制,加强老年人权益保护的宣传工作,鼓励更多社会力量参与老年人权益保护工作,更好地帮助老年人提升维权意识和维权能力。

(王付红)

强化经营者责任 保障消费者权益

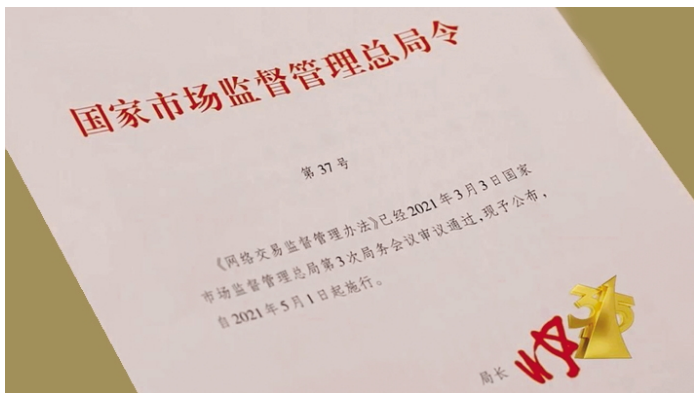
编者按:2021年3月15日,国家市场监督管理总局出台《网络交易监督管理办法》,自2021年5月1日起施行,办法制定了一系列规范交易行为、压实平台主体责任、保障消费者权益的具体制度规则。消费者权益保护组织作为开展社会监督、维护消费者合法权益的重要力量,在新《办法》实行的背景下如何进一步发挥好监督作用,督促网络交易平台切实履行保护消费者合法权益的义务,如何进一步提升开展维权工作的法治化水平,是当前需要进一步思考 and 研究的。

2021年国际消费者权益日即3月15日,国家市场监督管理总局制定并发布《网络交易监督管理办法》(以下简称《办法》),强化了网络经营者责任,加强了网购消费者的知情权、自主选择权等保护,对近年来广受诟病的虚构交易、个人信息强制征集、自动续费等消费堵点、痛点予以回应。对网络交易新业态“直播带货”、社交电商进行了规制,不仅界定了直播平台网络服务提供者的角色定位,而且从保护个人信息安全角度对网络消费者个人信息的收集使用规则做出明确规定。同时又针对虚构交易、误导性展示评价、虚构流量数据等新型虚假宣传行为进行了规制。针对免除三包、赔偿责任等霸王条款,《办法》明确列举了格式条款无效的情形。下面从消保委职责角度,详解《办法》的应用。

一、虚构交易被规制,网络交易更真实

网购与实体店消费相比,不用出门、方便快捷,但它的虚拟、远程、非现场特点,也为商家虚假操作提供了更大空间,随着电商平台的崛起,刷好评、刷成交量、刷直播热度等业务眼花缭乱,数据造假已经培养出了数条不良新产态。

据《2016-2020年中国互联网刷单市场形势及发展前景报告》,在互联网上提供刷效果服务的企业数以万计,淘宝网有11000家网店存在刷单现象,提供刷单业务的商家有机器、人工及人工和机器混合等多种刷单形式。2020年“双十一”期间,李雪琴应邀参加某平台直播活动,当时播报互动人数311万,后被报道其实真人不到11万,其余300万



全为机器粉丝。

国内首例刷单炒信被追究刑事责任的李某,在淘宝网站吸纳卖家互刷好评或者虚假交易,以此欺骗淘宝买家,并从中获利90余万元。刷单组织者李某,被浙江杭州余杭区法院以非法经营罪一审判处有期徒刑5年6个月。

为了营造诚信有序网络交易环境,治理网络市场的虚假营销,《网络交易监督管理办法》规定,不得虚构交易、编造用户评价;不得虚构点击量、关注度等流量数据,不得虚构点赞、打赏等交易互动数据,不得将好评前置、差评后置,不得采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销。同时《办法》引入信用机制,对网络交易经营者进行信用监管,对于刷单作弊的商家、平台,列入经营异常名录和严重违法失信企业名单,由国家企业信用信息公示系统统一公示。《消费者权益保护法》也规定,消费者可以要求卖家承担民事赔偿责任,受欺诈的消费者可主张惩罚性赔偿。

因此消保委组织对侵害消费者行为可以支持诉讼、探索集体诉讼,对侵害众多消费者行为予以公益诉讼。

二、“格式条款”带“紧箍”,网络交易更公平

网购纠纷中,卖家常抬出的杀手锏就是“这是我们的规定”,然后客服就会截图标出:“商品一经拆封不予退换”“奖品、赠品不予三包”“预售商品不适用七日无理由退货”等各种“隐形”规定。这些文字大多藏匿于格式条款带最末端。

小刘在某电商平台拼购活动中订购一款电脑,拼购活动页面有“七天无理由退换货”的标示。



货到后,小刘拆开包装发现电脑油漆味过大,并且性能很差,便立刻申请退货。最后卖家告知小刘,在销售页面的最下面一页,已用很小的字标注着“该电脑属于贵重物品,一经激活拒绝退货”。

针对商家层出不穷的霸王条款,《办法》明确列出格式条款不得含有5种类型:一是免除经营者的三包义务、赔偿责任,二是免除消费者的三包权、赔偿权,三是排除消费者的救济权,四是排除消费者变更和解除合同的权利,五是排除消费者的解释权。《办法》还规定,卖家使用格式条款,应采取显著方式提示消费者注意与自身有重大利害关系的内容,卖家用很小字眼在不显眼的位置标注免责条款,违反了经营者的显著提示义务,侵害了消费者的知情权。《消费者权益保护法》也规定,网购七日无理由退货义务与商品的三包义务是网络经营者法定义务,卖家用格式条款的方式免除自己的退货义务,属于《办法》所规定格式条款不得含有的内容,其规定对消费者不发生效力。

消费者遇到上述情况,可以向平台或者消保委组织投诉,要求商家履行退货义务。对无理拒绝消费者退货请求的卖家,依据《消费者权益保护法》的规定,市场监管部门、消保委组织可督促网络经营者及时整改违规格式条款,同时加强普法宣传,提高消费者对霸王条款的辨别意识,及时维护自身权益。

三、直播带货需担责,网络交易更规范

2020年3月,中国消费者协会发布的《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》中显示,有37.3%的消费者在直播购物中遇到过消费问题,但是仅有13.6%的消费者遇到问题后进行投诉,还有23.7%的消费者遇到问题并没有投诉。消费者的畏难心理反映了当前直播带货行业存在的售后维权无门等乱象。直播电商平台维权渠道不明晰,售后

体系不完善,无法取证成为困扰消费者“敢不敢”“要不要”维权的主要原因。消费者在直播电商平台维权比在传统电商维权更困难。商家、主播、平台的责任认定模糊,出现问题后,各主体之间相互推诿“踢皮球”,往往找不到客服或者经营者。

直播带货,假冒伪劣产品泛滥,一直被众多消费者所诟病。上海破获首例网红直播带货售假案,知名网红主播廖某用商家自主品牌作伪装,通过直播间带货、朋友圈发广告等方式,在直播间进行奢侈品牌“LV”“GUCCI”“Moncler”等品牌的盗版货进行直播带货,兜售假冒品牌服饰、箱包,案值约一亿元人民币,因涉嫌犯罪被逮捕。

针对当前“社交电商”“直播带货”等网络交易活动中的经营者法律责任不明确问题,《办法》规定,直播平台提供网络交易平台服务的,与其他网购平台一样,应当承担作为平台经营者的责任,直播卖家和购物平台卖家一样,要承担平台内经营者的责任。

针对部分直播商家在直播过程中夸大虚假宣传产品功效,直播活动结束后立马删除视频的做法,《办法》规定,用于网络交易的直播视频必须保存三年以上,为消费者遇到问题之后的维权提供证据支持,同时意味着以后在直播过程中虚假宣传将作为证据保存并需承担相应责任。《广告法》规定,广告代言人是指在广告中以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明的自然人、法人或者其他组织;同时该条款还将广告主排除在广告代言人的范畴。因此,“网红”主播在自己的直播间以自己的名义、形象对商品进行推荐、证明,应当认定为广告代言人,作为广告代言人的主播明知假货而推荐,应当与售假的商家承担连带赔偿责任。根据《办法》规定,直播平台明知假货未采取措施的,要承担连带赔偿责任。

当前直播销售假保健品、假减肥药业比较常见,《广告法》和《办法》均规定,在食品、保健品、药品等关系消费者生命健康的直播售假中,作为广告代言人的主播,不管是否知道为假货,只要直播,都要与卖家承担连带责任,直播平台只要未尽到对卖家资质资格的审核义务,或者未尽到安全保障义务,也要承担责任。消保委组织可通过消费调查方式,又针对性的开展调查、体察,提出建议和意见,为政府决策做参考。

四、个人信息要保护,网络交易才安全

扫码点餐、扫码支付、关注公众号投票、领取小礼品后,消费者频繁收到商业性信息,或者下载手机 APP 被迫同意与购买活动无关的信息,尤其是人脸识别、收录指纹、个人行踪、支付信息等敏感信息。

随着科技发展和社会进步,人脸识别已走进大众视野,广泛运用于客流统计、各类关卡、业务办理大厅、手机解锁、线上支付等。而越来越多的生活小区也安装了人脸识别门禁系统,在给居民带来便利的同时也存在很多风险。2021 年 3·15 晚会曝光的科勒用以非法采集顾客人脸信息的“万店掌”品牌摄像头。“名创优品”门店内摄像头,能够自动识别进店顾客的性别、年龄段等信息并打上“新顾客第一次到店”、“熟客第十一次到店”的标签。但进店顾客对此并不知情。未经消费者同意擅自收集非法采取进店顾客人脸信息,不仅违背了消费者的真实意愿,还极易造成消费者人身权益受到损害及其他歧视性待遇,系典型的违法行为,依法应当承担相应的法律责任。

《办法》规定:网络交易经营者收集、使用消费者个人信息,应明示信息的目的、方式和范围,并经消费者同意,不得采用一次概括授权、默认授权等方式。收集、使用个人敏感信息的,应当逐项取得消费者同意。网络交易经营者及其工作人员应当对收集的个人信息严格保密。网络交易经营者未经消费者同意或者请求,不得向其发送商业性信息等。《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》明确:移动互联网应用程序 APP 运营者不得因用户不同意收集非必要个人信息范围,而拒绝用户使用 APP 基本功能服务并明确了 39 种常见类型。同时规定,人脸信息作为个人独有的生物识别信息,属于个人信息,且属于个人敏感信息,依法应受法律保护。

消费者在日常生活中,需增强消费安全意识,提高警惕,切勿轻易扫描不明来源的二维码;在收到网络交易经营者发送的商业性信息时,可以表示明确拒绝,对方应立即停止发送。在使用手机 APP 前要留意相关软件服务协议及隐私政策,尤其是要仔细阅读收集信息类型、信息存储与安全等条款,预防 APP 使用信息的方式和结果造成自身合法权益的损害。在使用网络应用时,点击同意授权时,应

认真逐项看清网络交易经营者收集个人信息是否遵循了合法、正当、必要的原则,如若经营者强制消费者关注公众号、授权个人信息或者未明示收集、使用消费者信息的目的、方式、范围,则可能存在侵害消费者的知情权、自主选择权、隐私权、个人信息保护权的风险,当消费者合法权益受到侵害时,应及时保存证据,主动维权,可通过向有关部门投诉、申请仲裁、提起诉讼等方式维护自身合法权益。

五、破解自动续费套路,网络交易更透明

很多手机 APP 有会员服务自动续费的功能,但对自动续费没有明确提示,有的甚至默认勾选。如“百度网盘”购买会员时默认选项便是连续包月或者连续包年,“新浪微博”默认选项则是连续包年,下方自动勾选了“自动续费,可随时取消”的小字。用户想要取消自动续费步骤繁琐、困难重重,且大部分 APP 都没有取消自动续费的提示和路径,要想取消续费功能,没有专业人士帮助,难以完成。这些令人猝不及防的自动续费扣款陷阱往往让消费者在不知情的情况下额外付出很多费用,造成经济损失,侵害了消费者的知情权,自主选择权和公平交易权等。

人民日报曾评论自动续费套路:无论是从商业伦理上看,还是从法律角度来说,这一做法既破坏了诚信经营的原则,也侵犯了用户的合法利益。任何无视消费者利益的举动,最终都要付出代价。

《办法》规定:网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前五日,以显著方式提请消费者注意,由消费者自主选择;在服务期间内,应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项,并不得收取不合理费用。

消费者在购买会员服务时,应细看条款,提高防范意识,网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,如若在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前五日,未以显著方式提请消费者注意或者在服务期间内,未能为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项,消费者应提升维权意识,向有关部门进行投诉、举报。省消保委也可以对这种违规行为的网站或者 APP 提起公益诉讼,倒逼网络交易经营者规范自身行为,提升用户体验度。

开展预付式消费立法 加强预付式消费监管

近年来,预付式消费迅猛发展,从超市购物、美容美发到运动健身、教育培训,从线下实体店到线上网络交易,无不活跃着预付式消费的身影。预付式的经营模式,有利于回笼资金、刺激消费,但在当前法律规范、信用机制、监管措施不健全的情况下,“先付款后消费”的消费方式加大了消费风险,“办卡容易退卡难”,已成为预付式消费的顽疾。在2019年1月到2020年4月,安徽省各地消费者权益保护委员会共受理预付式消费相关投诉1208件,成功调解666件,解决率仅为55%,远远低于消费投诉解决率的整体水平。安徽省消保委2018年1月到2020年6月受理的群体投诉和疑难投诉中,预付式消费纠纷都占了第一位。

一、预付式消费存在的问题

1、商家发卡过于随意,卷款逃逸情况频发

目前发行预付卡,个体工商户和中小微企业尚无对发卡方的资质提出要求,其中超经营能力发卡、超折扣发卡、无证无照经营户发卡问题明显,经营不善卷款跑路较多。

2019 呆萝卜合肥、南京、蚌埠、阜阳、马鞍山等地近 1000 家门店关门歇业,大多用户余额无法退还;2019 年到 2020 年 3 月底,芜湖易开租车 APP 在消费者申请退回押金(储值金)后一直拖延处理的投诉数量达到 3467 件;2020 年春节前后亳州谯城区盘子女人坊摄影店收取预付金后无法提供服务,陆续有近百名消费者投诉;2020 年,嗨客公寓人去楼空,上百房东、租客受害。

2、霸王条款设定多,服务质量得不到保障

部分经营者为在短期内吸纳到更多的资金,办卡前往往以高额折扣吸引消费者,并在“使用规则”上做出一些“不明说”的限制。办卡后,经营者就在这些限制性的规则上做手脚、钻空子,或以“店内规定”等格式条款为由强制附加一些条件,侵害消费者合法权益。

如蚌埠市餐饮店“包天下”以系统升级为由不允许老客户使用储值卡,自 2019 年 11 月份受到 100 多个消费者投诉,占有消费者预付款 100 多万。

滁州杨女士 2020 年 2 月在美业实体店办理了会员卡,4 月到店内消费,却被告知不可以使用会员卡购买店内的洗护用品。

3、虚假宣传误导消费,不签合同退卡难

部分经营者在发售预付式消费卡券时夸大宣传,片面宣传,甚至虚假宣传,故意隐瞒重要消费信息,诱骗消费者冲动消费,办卡后不提供合同和票据,让消费者办卡容易退卡难。

如六安徐女士在自称为“**堂”的养生馆体验,店员宣传通过纯中医手法调理可以解决身体多处亚健康问题,徐女士在该店充卡消费 9 万余元。后徐女士通过官网了解到该养生馆非属 ** 堂旗下,只是打着“**堂”的旗号,利用消费者对中医比较信服的心理欺骗消费者。

2019 年 9 月,合肥董女士某美容店办理了会员卡充值了 8 万多元,身体不适要求退费,遭美容店拒绝。经了解,美容店既没有和董女士签合同也没有提供任何票据,使得调解陷入僵局。

4、经营权转让预付款不转让,后继者为难消费者吃亏

商家由于经营不善等原因会出现转让经营权的问题,后继者往往以不了解情况或“事不关己”为由拒绝履行先前的预付式消费义务。

铜陵市消费者张女士 2019 年在义安区五松镇某餐馆办理的预付卡,2020 年卡内还剩余 540 元,工作人员以换老板了(商家地址、门头都没换),系统内查询不到信息拒绝使用。

安徽芜湖张先生在某美发店办了



卡,还剩 200 元的时候,该店转让了,新店表示要继续充值才能用原来的卡,张先生又充了 500 元,谁知又遭遇了转让,新开的店一段时间后以系统读不出为由拒绝其使用预付卡消费,当地消保委调解中得知,新开的店与老店之间没有任何经济往来,所以拒绝张先生使用原预付卡。

二、完善预付式消费经营行为的对策和建议

从预付式消费纠纷来看,违法成本过低是经营者携款潜逃、侵权等行为的内在动力。为切实维护消费者正当权益,规范预付卡发放的乱象,防范和化解社会风险,应当加紧立法,加强监管,制定《安徽省单用途预付消费卡管理办法》,搭建“安徽省预付式消费信用监管和服务平台”。

(一)立法建议:完善监管措施、强化经营者义务。

立法方面可以依据《合同法》、商务部《单用途商业预付卡管理办法(试行)》,参照《上海市单用途预付消费卡管理规定》、《江苏省预付卡管理办法》、《北京市单用途预付卡管理条例》(征求意见稿)等相关法律法规和政策制定我省的办法,完善监管措施、强化经营者义务。

1、完善行政监管措施。(1)监管对象全覆盖,防止监管漏洞。明确监管范围,不论经营者所处行业或者组织形式,只要发行单用途卡的,均应备案。(2)设立统一的监管平台,实现信息化、智能化监管。建设单用途卡监管平台,监管平台具有业务管理、资金监管、信息披露查询、异常监测预警、投诉维权救济等功能。(3)加强资金监管,建立预收资金风险防控体系。一是明确预收资金管理要求。经营者预收资金余额应当与其实缴资本或者上一年度主营业务收入相适应。二是建立风险警示制度。经营者的预收资金余额超过风险警示标准的,应当对外披露并采取风险防范措施。三是采取专用账户管理以及履约担保等风险管理措施。经营者预收资金余额超过风险警示标准后,对预收资金应当采取银行专户管理或购买履约保证保险、担保保函等方式;(4)健全信用监管,建立严重失信主体名单。一是将经营者单用途卡失信信息向公共信用信息服务平台归集,并依法采取惩戒措施;二是建立严重失信主体名单。三是对经营者设置信用门槛,实行负面清单管理。

2、明确发卡经营者的义务。(1)一定时间内无



理由退款的义务;设立预付式消费“冷静期”或者“犹豫期,”在一定期间内,预收款经营者必须承担无理由退款的义务。(2)明确标识重要条款和适当的告知等义务。对预付式消费卡的使用期限、使用范围、余额处理等重要事项,发卡经营者应显著字样明确标明。对于预付式消费格式合同重大事项的变更,应当公告并保证用各种方式及时通知到每一位消费者。(3)禁止性义务,不得以经营者变更或者出让为由拒绝履行预付卡合同义务。明确合同禁止内容:办卡缴费概不退还;单用途预付卡丢失、损毁后概不补办;过期视为已消费,余额归经营者所有;最终解释权归经营者所有。(4)消费记录保存和丢卡挂失义务;经营者应当做好每次消费的记录和凭证存根,并且负有妥善保管义务,消费者丢卡的,经营者应当负责挂失并及时补办。

(二)监管建议:加强政府领导,创建监管平台

鉴于预付式消费监管的急迫性,我们可以在启动立法的同时,开展“预付式消费信用监管和服务平台”创建。监管平台的建设方面,可以学习借鉴北京石景山开发的“预支付宝”、上海市“单用途预付消费卡协同监管服务平台”、江苏南通的“卡成通”等监管平台的建设。

安徽预付式消费信用监管和服务平台创建工作,可以先在个别市、区开展试点,由市或区政府成立单用途预付式消费专项整治工作小组,统一协调商务、市场监管、金融监管综合执法部门以及教育、体育、文化旅游等各行业主管部门,通过社会共治,购买服务的方式,推动平台的创建。在平台数据创建方面,加强与网络公司合作,创建数据平台;在信息对接方面,加强各执法部门配合,实现备案、准入、监管、维权方面信息与平台无缝对接;在资金监管方面,加强与银行和保险合作;在合同规范方面,加强与行业主管部门合作,制定统一规范的预付式消费合同范本。

(董杰)

2021 年上半年长三角消保委联盟投诉统计分析

2021 年上半年,长三角消保委联盟共受理消费者投诉 228098 件,为消费者挽回经济损失 5.16 亿元。其中,上海市消保委受理投诉 95275 件,江苏省消保委受理投诉 96176 件,浙江省消保委受理投诉 27805 件,安徽省消保委受理投诉 8842 件。2021 年上半年,长三角消保委联盟共受理消费者咨询 512592 件。

按投诉类别分,商品类投诉共 110625 件,占投诉总量的 48.5%;服务类投诉共 117473 件,占投诉总量的 51.5%。通过对四地消保委受理投诉情况进行汇总分析,2021 年上半年长三角消费投诉呈现以下五大热点:

1、网络购物消费投诉

2021 年上半年,长三角消保委联盟共受理网络购物消费投诉 54392 件,除了传统的网购投诉外,直播带货和二手平台交易问题也较为突出。直播带货投诉问题主要集中在主播对带货产品功效、成分、价格优惠等作虚假宣传,消费者收到货后发现货不对板,甚至买到“三无”产品。在售后服务方面主播、商家、平台互相推卸责任,平台在消费者遇到消费纠纷时未能第一时间介入帮助消费者维权,反而撇清自身关系。二手交易平台投诉主要集中在商品鱼龙混杂、真假难辨,消费者买到的商品与图片描述不符、质量不过关、买到假货等,且部分二手平

台售后渠道不通畅,导致维权难。

典型案例

如今年 5 月,浙江省温州市瑞安市消保委接到一起网络直播带货群体投诉,一家登记注册地在杭州的培训机构租用位于温州瑞安的厂房进行直播培训,消费者在没有签订任何合同的情况下就通过微信转账的方式向该机构交费 1 万至 10 万元不等,不久后该机构就玩起了失踪,卷款跑路。

2、汽车消费投诉

2021 年上半年,长三角消保委联盟共受理汽车消费投诉 6439 件,投诉反映的问题主要有:一是质量问题投诉。传统汽车质量问题投诉主要集中在发动机、变速器等主要部件出现质量问题,以及车身附件及电器投诉。新能源汽车投诉主要集中于电池续航里程缩水、老化衰减严重、突然失去动力等。二是捆绑销售问题,如强制搭售保险、装潢、按揭等。三是购车合同争议,经营者提供的格式合同对双方权利义务约定不明确,通过格式条款减轻经营者责任。四是售后服务纠纷,如达到法定退换车条件 4S 店不同意退换、汽车故障多次维修仍无法彻底解决等。

典型案例

如江苏省消保委接到消费者游先生投诉,称其于今年 3 月 17 日在南京某 4S 店购买了一辆汽车,购车 60 天内发动机出现故障,动力消失,经检测是汽车发动机传感器出现了问题,导致喷油器无法正常喷射油量,游先生要求退换车遭到 4S 店拒绝。经过多次协商,4S 店同意退车。

3、美容美发服务投诉

2021 年上半年,长三角消保委联盟共受理美容美发服务投诉 5760 件。在美容服务类投诉中,医美服务逐渐成为投





诉热点,投诉问题集中在部分“黑医美”机构未取得医疗美容机构经营许可,违法违规开展医疗美容项目,使用假货、水货针剂和山寨设备,以及医美机构对美容效果进行夸大宣传,发布虚假广告,利用低价引流实际收取高昂费用。同时,美容美发行业预付式消费纠纷频发,部分商家通过诱导性推销使消费者大额充值,后续消费者因服务效果不理想退费却以各种理由拒绝。部分商家倒闭或者变更经营者,导致原卡无法使用,预付卡余额无法退还消费者。

典型案例

如上海市消保委接到消费者陈先生投诉,称其于2017年下半年至2021年4月期间,在文峰某加盟店累计充值高达110万元,卡中剩余90余万元。由于技术好的员工陆续离职,陈先生对新员工技术不满,向门店提出退款遭拒绝,遂向文峰总部投诉,总部却以加盟关系为由不予处理。经多次调解,门店退还了剩余款项。

4、教育培训服务投诉

2021年上半年,长三角消保委联盟共受理教育培训服务投诉8798件,投诉反映的问题主要有:一是培训机构对教师资质、教龄、教学效果、用户评价、价格等作虚假或引人误解的宣传。二是预付式消费模式下产生的各种退费纠纷,常见的情形有消费者因培训效果不理想、更换老师导致教学质量不

稳定或者因身体健康、居住地变化等客观原因无法继续上课要求退费;培训机构地址搬迁导致消费者上学不便要求退还剩余学费;培训机构因经营不善倒闭或跑路导致退费困难等。部分培训机构承诺一定时间或课小时内可无理由退款,但消费者要求退款时却不兑现承诺。

典型案例

如今年5月,浙江省绍兴市新昌县消保委接到消费者杨某投诉,称其女儿自2018年开始就在培训机构学习跳舞,今年2月1日,女儿因意外导致脚骨折,已

不适宜继续学习舞蹈,而本年度的2630元学费已经提前缴给培训机构,要求培训机构退还学费却屡屡遭拒。经调解,培训机构退还了2630元学费。

5、家用电器消费投诉

2021年上半年,长三角消保委联盟共受理家用电器类投诉21776件,投诉反映的问题主要有:一是家电存在质量问题,如外观破损,出现触摸屏不灵、无法启动等性能故障,消费者买到“三无”产品等。二是售后维修问题多,维修后故障重现,多次维修仍没有彻底解决问题,维修人员收费不合理,商家与厂家相互推卸责任,消费者遇到山寨维修点等。除了传统家电外,新型智能家电也越来越受到消费者喜爱,如自动炒菜机、扫地机器人等,相关投诉也逐渐增多。同时,现在很多智能家电打着养生、降低血糖等健康概念,但实际并没有宣传的功效。

典型案例

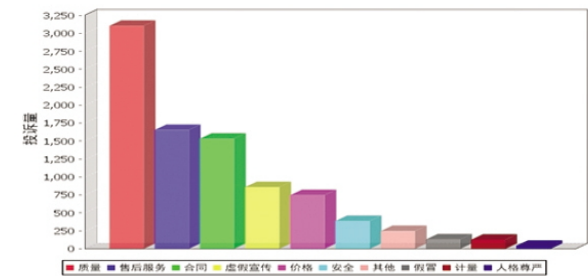
如安徽省安庆市消费者陈某于2019年8月购买了一个电压力锅,2020年3月更换过一次垫圈,2021年6月电压力锅出现定时功能始终不归零故障,致使托手被融化,电压力锅多次维修无法使用,消费者无奈之下只能投诉至消保委。经调解,该品牌售后负责人答复给予返厂维修,彻底解决问题。

安徽省消保委 2021 年上半年投诉分析报告

2021 年上半年,安徽省各级消保委共受理消费者投诉 8842 件,较去年同期的 10386 件下降了 14.87%。已解决 8634 件,解决率 97.65%,为消费者挽回经济损失 2045.21 万元,共接待消费者来访、咨询 42028 人次。

一、投诉性质分析

根据投诉性质分析(如图所示),质量 3107 件,占 35.14%;售后服务 1656 件,占 18.73%;合同 1535 件,占 17.36%;虚假宣传 860 件,占 9.73%;价格 749 件,占 8.47%;安全 388 件,占 4.39%;其他 247 件,占 2.79%;假冒 131 件,占 1.48%;计量 127 件,占 1.44%;人格尊严 42 件,占 0.48%;其中,质量、售后服务、合同、虚假宣传、价格占据了消费者投诉的前 5 名。

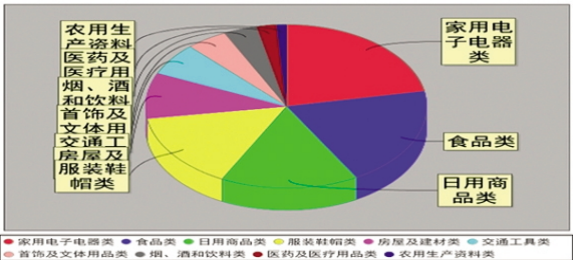


项目	2021 年	比重	2020 年	比重	比重变化
质量	3107	35.14%	3011	28.99%	6.15
售后服务	1656	18.73%	1216	11.71%	7.02
合同	1535	17.36%	1351	13.01%	4.35
虚假宣传	860	9.73%	422	4.06%	5.67
价格	749	8.47%	2181	21%	-12.53
安全	388	4.397%	220	2.12%	2.27
其他	247	2.79%	1608	15.48%	-12.69
假冒	131	1.48%	256	2.46%	-0.98
计量	127	1.44%	105	1.01%	0.43
人格尊严	42	0.48%	16	0.15%	0.33

二、投诉商品分析

根据投诉商品分析(如图所示),家用电器类 1194 件,占 13.50%;食品类 1070 件,占 12.10%;日用商品类 862 件,占 9.75%;服装鞋帽类 817 件,

占 9.24%;房屋及建材类 493 件,占 5.58%;交通工具类 346 件,占 3.91%;首饰及文体用品类 259 件,占 2.93%;烟、酒和饮料类 206 件,占 2.33%;医药及医疗用品类 126 件,占 1.43%;农用生产资料类 57 件,占 0.64%;其中,家用电子电器类、食品类、日用商品类、服装鞋帽类、房屋及建材类占据了消费者投诉的前 5 名。

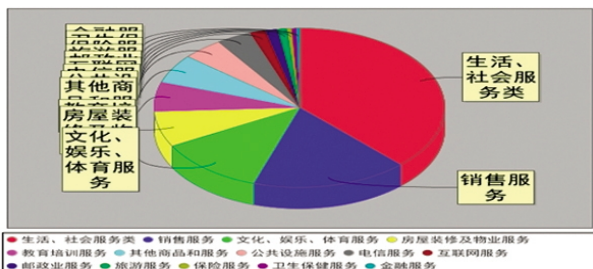


项目	2021 年	比重	2020 年	比重	比重变化
家用电器类	1194	13.5%	950	9.15%	4.35
食品类	1070	12.1%	1213	11.68%	0.42
日用商品类	862	9.75%	814	7.84%	1.91
服装鞋帽类	817	9.24%	617	5.94%	3.3
房屋及建材类	493	5.58%	538	5.18%	0.4
交通工具类	346	3.91%	380	3.66%	0.25
首饰及文体用品类	259	2.93%	185	1.78%	1.15
烟、酒和饮料类	206	2.33%	161	1.55%	0.78
医药及医疗用品类	126	1.43%	1680	16.18%	-14.75
农用生产资料类	57	0.64%	61	0.59%	0.05

三、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 1289 件,占 14.58%;销售服务 591 件,占 6.68%;文化、娱乐、体育服务 407 件,占 4.60%;房屋装修及物业服务 246 件,占 2.78%;教育培训服务 206 件,占 2.33%;其他商品和服务 201 件,占 2.27%;公共设施服务 151 件,占 1.71%;电信服务 134 件,占 1.52%;互联网服务 61 件,占 0.69%;邮政业服务 45 件,占 0.51%;旅游服务 33 件,占 0.37%;保险服务 20 件,占 0.23%;卫生保健服务 17 件,占 0.19%;金融服务 11 件,占 0.12%;其中,生

活、社会服务类、销售服务、文化、娱乐、体育服务、房屋装修及物业服务、教育培训服务占据了消费者投诉的前 5 名。



项目	2021 年	比重	2020 年	比重	比重变化
生活、社会服务类	1289	14.58%	1456	14.02%	0.56
销售服务	591	6.68%	591	5.69%	0.99
文化、娱乐、体育服务	407	4.6%	234	2.25%	2.35
房屋装修及物业服务	246	2.78%	201	1.94%	0.84
教育培训服务	206	2.33%	107	1.03%	1.3
其他商品和服务	201	2.27%	599	5.77%	-3.5
公共设施服务	151	1.71%	118	1.140%	0.57
电信服务	134	1.52%	180	1.73%	-0.21
互联网服务	61	0.69%	151	1.45%	-0.76
邮政业服务	45	0.51%	58	0.56%	-0.05
旅游服务	33	0.37%	26	0.25%	0.12
保险服务	20	0.23%	15	0.14%	0.09
卫生保健服务	17	0.19%	25	0.24%	-0.05
金融服务	11	0.12%	26	0.25%	-0.13

四、热点问题

(一)家用电子电器保修期后维修难

家用电器是消费者日常生活的必需品,由于基数大也是投诉的高发类别。2021 年上半年共受理家用电子电器类投诉 1194 件,位居商品类投诉排行第一。家用电器企业经过多年发展,产品质量及售后服务是有较大提升,产品的使用寿命也在延长,但有些过了保修期后的产品质量出现问题,售后服务就不尽如人意了,问题经过多次维修得不到彻底解决,给消费者的使用带来烦恼。

例如:安庆市消费者陈某于 2019 年 8 月,在太湖县某家电公司购买了某品牌电压力锅。2020 年 3 月更换过一次垫圈,2021 年 6 月电压力锅出现定时功能始终不归零故障,致使托手被融化,电压力锅多次维修无法使用。消费者无奈投诉至太湖县消保

委,后经县消保委调解,该品牌售后负责人答复给予返厂维修,彻底解决问题。

消保委提醒:消费者购买日常耐用商品时,尽量选择质量口碑稳定及有良好售后体系的大品牌产品,同时保留好购物凭证,为后续售后服务提供依据。

消保委建议:生产厂家不光要注重产品质量的稳定,做好配套的售后服务,特别是对过了保修期之后的产品售后服务更要重视。这些消费者都是品牌的忠实拥护者,不能因为过了保修期就有所怠慢,维修质量下降,故障多次维修得不到彻底解决,寒了消费者的心。

(二)汽车三包争议多

汽车现在是寻常百姓家除房产之外最大的耐用商品了,出现故障后,因其具有很强的专业性,消费者的维权之路异常艰难。虽然国家已经制定了《家用汽车三包责任规定》,但消费者实际使用过程中遇到问题,不符合退换货标准,故障多次维修却得不到彻底修复,频繁往返 4S 店,耗时费力。

例如:消费者文某在合肥某汽车 4S 店购买了一辆 SUV,价值 100 多万元。该车辆自使用第二月开始就陆续出现中控显示屏、减震器、变速箱、空调等多处故障,并先后进店检查维修 10 多次,消费者认为该车频繁出现质量问题,严重影响车辆使用要求换车,但 4S 店认为该车辆维修次数未达到家用汽车三包规定的换车条件为由,拒绝了消费者的诉求,双方产生争议,消费者遂向合肥市消保委投诉。市消保委接投诉后约请投诉双方进行面对面调解,还同时邀请了律师团两位律师参与。调解中争议双方就汽车维修次数不同部件检查和维修的判定标准,是否符合汽车三包退换货条件,展开了激烈辩论。经查,车辆虽一年不到时间有 14 次进店检查维修记录,但同一质量问题累计维修未达到 5 次,并不符合换车条件。但考虑到多次维修还是给消费者不好的使用体验。最终,4S 店同意为消费者更换空调系统全部电机、延长两年整车保修,赠送一定次数的保养服务。

消保委提醒:消费者购买汽车前要做足功课,选择具有良好信誉、售后服务质量水平高的企业。出现问题及时保留证据,发生纠纷冷静理智与经营者沟通协商。

消保委建议:4S 店作为汽车质量的保障方,负有修理、更换、退货的三包义务,应努力提高维修技术及服务质量,及时维修好消费者的车辆,避免消

费者短时间频繁往返店内修理,保障消费者的合法权益,对于消费者的诉求应该积极回应,不是一推了之,造成损失也应适当做出补偿。

(三)开发商强制搭售引纠纷

很多消费者在购买热门地块的商品房都会遇上“捆绑搭售”行为,不论是车位还是地下室亦或是精装修等等,想买房子就必须一起买,很无奈。买吧,觉得搭售不合理,不买吧,那就只能放弃心仪的房子。其实开发商捆绑销售的行为是排除了消费者的自主选择权,加重了消费者的购买负担,属于违规行为。

例如:2021年4月,芜湖市某消费者向芜湖市消保委反映,其3月26日在某售楼部交纳5000元定金,后发现开发商强制要求绑定车位才能售房,消费者认为不合理取消购房,但销售人员不退还定金。市消保委接诉后立即展开调查,经查消费者反映属实。经调解,最终开发商退还消费者5000元定金。

消保委提醒:消费者购买商品房签订合同时,需要仔细阅读合同条款,若存在不合理捆绑搭售条款的,要坚决拒绝,发现违法行为可以向相关部门积极举报,协商不成要积极维权,增强自身防范意识以规避风险。

消保委建议:《安徽省反不正当竞争条例》中明确规定:经营者不得违背购买者的意愿搭售商品或者附加其他不合理的条件。经营者违反本条例规定违背消费者意愿搭售商品或者附加其他不合理条件的由监管部门责令改正,消费者有权退货,对拒不退货的可依据情节处以所搭售商品价格1—2倍的罚款。监管部门应主动作为,积极监管,在日常巡查中及时纠正违规行为;对于消费者举报的违规行为应及时作出查处,不推诿扯皮;采取多种形式积极提升经营者的法律意识。

(四)服务约定不明留隐患

上半年受理生活、社会服务类投诉1289件,类别繁杂,涉及到消费者生活的方方面面,纠纷多出现在经营者提供的服务价格、约定服务项目内容及效果上,因为调解没有统一标准,需要投诉双方的积极配合才能完成。

例如:2021年5月,消费者王某与妻子一起去宿州某手足护理中心治疗灰指甲,第一次治疗经营者告知一个灰指甲100元治疗费,包治愈,两人共付费800元。第二次修指甲时,经营者并未告知消

费者涂抹药水需要另外付费。治疗结束后,经营者要求消费者付费1930元,消费者不认可,随后向宿州市消保委投诉。市消保委接诉后,经查消费者投诉属实。最终经调解,经营者退还消费者治疗费。

消保委提醒:消费者在接受商家服务时,应提前了解清楚服务项目内容、价格、对服务内容未达到合理效果等事项,保留好相应的证据及付费凭证。

消保委建议:经营者应合法经营,积极履行公开的承诺,店堂内应明码标价,努力提高服务质量,给消费者更好的服务体验。

(五)餐饮食品安全事件偶有发生

“民以食为天”,餐饮消费一直是消费投诉的热点问题,无论是食品的质量问题、餐饮行业的广告宣传、餐饮行业的诚信问题、还是就餐环境的卫生和安全问题等等,均能引起消费者不满和投诉,甚至直接导致消费者身体不适,严重危害了消费者的身体健康和合法权益。

例如:2021年3月30日,滁州经开区消保委接到消费者窦某反映在某酒店办宴席,就餐后数十人出现身体不适等症状,检查后发现是急性肠胃炎症状,寻求帮助。

接诉后经经开区消保委高度重视,随即安排工作人员前去涉诉现场进行检查。经了解,消费者3月28日在该酒店设宴,宴席后赴宴亲友相继反映出现腹痛、腹泻、呕吐等症状,医院在诊疗过程中发现多人有共同的赴宴史,遂将情况报告至市疾控中心,市疾控中心进行采样检测结果为:诺如病毒阳性,认定此次为食用伴有诺如病毒食物引起的公共卫生事件。

在工作人员耐心调解下,酒店与消费者达成一致意见:酒店补偿消费者宴席费及其亲友医药费、营养费等费用共计60000元。

消保委建议:消费者要选择环境整洁,证照齐全的餐饮企业,在就餐过程中如发现有变质食物,或发生腹泻呕吐症状的,应立即停止食用,保留好消费凭证及病例化验报告等相关资料,及时向监管部门投诉。

消保委提醒:餐饮经营者要守法经营,保证食品卫生安全、经营场地的服务设施符合标准,提升服务人员的规范管理水平,给消费者一个安全舒适的就餐环境。

(投诉部)

省消保委教您如何安全选购真空包装食品

真空包装是保护产品不受环境污染与延长食物等保存期限的包装,由于能提高产品的价值和品质,相比较其他保鲜技术也更为便捷、天然、健康,因此在食品生产领域应用广泛。

真空包装时需要将真空包装袋在真空包装机中完成重要一环——抽气除氧,目的是防止食品霉腐变质。真空除氧的另一个重要功能是防止食品氧化,如油脂类食品含有大量不饱和脂肪酸,受氧化容易变色变味,抽真空密封能有效隔绝空气抗氧化,保持食品的色香味和营养价值。

值得注意的是,真空包装本身不具备杀菌作用,要真正利用到真空包装技术的优点,还需要真空包装完成后,进行必要的杀菌,如高温杀菌、辐照杀菌等。任何易腐、需要冷藏的食品在真空包装后仍必须进行冷藏或冷冻,真空包装不是冷藏或冷冻

保鲜的替代方式,而且,不同温度下存放的食材,真空保鲜期是不一样的。

如何选择安全的真空包装食品呢?

一是观察胀袋

是否胀袋是消费者判断食品真空包装是否变质最为直观,也是最为便捷的方式。

根据物理常识,正常情况下,包装食品袋内气压应该是与外界一致或者在抽真空后小于外界,如果发生胀袋,说明袋内气压高于外界,这说明密封的包装袋内产生了新的气体,这些气体就是微生物的大量繁殖后产生的代谢产物,因为少量微生物的代谢产物是不足以胀袋的。大部分可能导致食物腐败的细菌或霉菌(乳酸菌、酵母菌、产气气杆菌、多粘芽孢杆菌、曲霉菌等等上百种)在分解食物中蛋白质和糖分的过程中会产生大量的气体,如二氧化

碳、硫化氢、氨气、烷等等,就是这些气体把包装袋“吹”成了气球。食物在包装前的灭菌过程中,微生物及芽苞尚未被完全杀死,在包装完成后微生物大量繁殖,发生腐败,自然就发生了包装袋鼓胀的问题。

二是闻味道

选购真空包装食品时,千万不要将能闻到食物的香味作为评判标准。食品味道溢出包装外,就说明真空包装本身已经不再真空,出现了空气泄漏。这意味着细菌也同样可以自由“流动”了。

三是查验标识

拿到一个食品包装,首先要查看其生产许可证、SC 编码、生产企业、成分表是否齐全。这些证书就像是食品的一张张“身份证”,证书背后蕴涵着的是食品的“前世今生”,从何而来、到过哪里。

冷冻保鲜 (-16~-20℃)		非真空保鲜存放	真空保鲜存放
 肉类		6个月	15—20个月
 海鲜和鱼类		6个月	10—12个月
 干果、咖啡豆类		6—9个月	18—24个月
冷藏保鲜 (5±3℃)		非真空保鲜存放	真空保鲜存放
 肉类		2—3天	12—13天
 海鲜和鱼类		2—3天	6—8天
 熟肉类		2—3天	10—14天
 蛋类		2—3天	30—50天
室温储存 (25±2℃)		非真空保鲜存放	真空保鲜存放
 干货		3—4个月	一年
 咖啡		2—3个月	一年
 茶叶		5—6个月	一年
 奶粉		1—2个月	一年



《食品安全法》明确规定食品包装上应当标注食品生产许可证编号,编号是字母“SC”加上14位

阿拉伯数字组成,“SC”编码代表着企业唯一许可编码,可实现食品的追溯。

四是严格注意食品保质期

临近保质期的食品不等于有害,但是食品的色泽、营养都会下降。真空包装食品打开后,应尽快食用,不宜再放入冰箱储存。选购“买一送一”食品时,要注意搭售商品的生产日期和保质期。

(消费指导部)

皖南七市消保委: 厉行勤俭节约 反对食品浪费

2021年4月29日,第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议通过《中华人民共和国反食品浪费法》,自公布之日起施行。《反食品浪费法》的施行,一方面让节约粮食成为每个人的责任和义务,另一方面也从法律层面对食品浪费行为进行了约束。

在此,铜陵联合安庆、马鞍山、芜湖、宣城、池州、黄山市消保委共同发布消费提示,提醒广大消费者:勤俭节约,反对浪费,从我做起。

一、天气渐热,合理购买蔬菜水果等易腐食品

立夏已过,天气渐渐炎热起来,蔬菜水果等新鲜食品的存放时间也随之变短,建议广大消费者在购买蔬菜水果等新鲜食品时,根据自己的日常需要和蔬果的耐存放性合理购买,避免大量购买又没有及时食用,产生腐烂变质的浪费现象。

二、购买促销食品,保持理性不盲目

超市和商场经常会清理出一些临期食品,一些食品的生产厂家也会时不时做一些促销活动,这些食品的价格往往比日常价格低很多,对消费者有很大的诱惑。建议消费者在购买临期食品时,仔细查看食品的保质期,确定自己是否能在保质期内食用完毕。在面对厂家强有力的促销活动时,保持理性的头脑,科学合理购买。大量地买回家,放到过期又扔掉的行为是不可取的,既浪费钱财又浪费食品。

三、外出就餐,合理点餐勤拿少取

外出就餐时,有的消费者一直都在乎“面子”问题,即便只有几个人就餐,也要点一大桌子菜,造成

大量菜品吃不完浪费。《反食品浪费法》实施后,这样的浪费行为在经营者明示收费标准后,可以对明显浪费的消费者收取处理厨余垃圾的相应费用。建议消费者外出就餐时,根据就餐的人数和口味,合理点餐,对于没有吃完的食品,打包带走不浪费。

消费者在自助餐厅就餐时,也应养成勤拿少取的习惯,吃多少拿多少,吃完了再拿,避免拿太多吃不完,造成浪费。

四、对于经营者诱导超量点餐的行为,及时举报

《反食品浪费法》实施后,餐饮服务经营者有义务提醒消费者科学合理点餐,有义务根据实际情况提供小份餐。消费者在点餐的过程中,如果遇到餐饮服务经营者有诱导、误导自己超量点餐的行为,可以保留证据,及时向相关部门举报。



淮北市消保委发布“六一”儿童节消费警示

六一儿童节即将来临,很多家长已开始筹划如何为自己的小孩过一个快乐的节日,许多的小朋友也已开始翘首期盼自己的节日,淮北市消保委提醒大家家长在选购儿童商品和接受服务时,保持理性,科学消费,安全第一。

一是理性消费,警惕“低价”诱惑。儿童节前夕,各类套餐活动层出不穷,例如:儿童摄影、亲子旅游、儿童套餐等,某些商场、商家打出“全城最低价”“跳楼甩卖”“0元秒杀”“买一送一”等吸引眼球。面对低价诱惑,消费者要特别留意,看清商家的具体规则,认真阅读有关合同或协议,不要被商家低价、优惠等促销方式所影响,忽视了低价背后的附加条件。**二是儿童玩具,认定“3C”标志。**根据国家有关规定,儿童玩具(童车、电玩具、娃娃玩具、塑胶玩具、金属玩具、弹射玩具等)、泳具必须经过3C强制性安全认证,并在产品上贴有3C标志。因此家长在购买儿童玩具时,一定要认准看清玩具是否有“3C”标

志。对于新上市的具有攻击性、外表颜色鲜艳、有强烈异味的玩具,家长要多注意,这类玩具可能不利于儿童身体健康。**三是儿童食品,认准“QS”标识(企业食品生产许可)。**家长选购儿童食品时,要看清食品标签,食品标签应该有品名、商标、配料表、生产厂家、厂址、电话、卫生许可证号、生产日期、保质期、执行标准号、规格、数量、合格标志等信息,纳入QS管理的食品还应该印有QS标志和号码,不要购买“三无”食品;同时,尽量选择规模大、信誉好的商场购买,不要随意购买流动摊贩制售的食品,这些小摊点的食品大多从非正规渠道进货,质量没有保障,而且流动性大,出现问题无法追索。

除上述三点以外,各位家长在购买儿童商品或接受服务时,一定要向商家索要并保存购物凭证和服务发票,遇到消费纠纷,可向当地消保组织、市场监管部门或者拨打“12315”进行投诉,及时维护自身权益。
(淮北市消保委)

皖南区域一体化消保委支招如何选端午特色食品

赛龙舟、吃粽子等是端午节的传统习俗。随着端午节的脚步临近,粽子、绿豆糕、咸鸭蛋等作为节日特色食品将大量上市,消费者消费需求也日渐升温。为了让广大消费者吃到安全、放心的端午特色食品,宣城市消保委通过“消费维权区域一体化”合作机制,联合黄山、安庆、马鞍山、芜湖、铜陵、池州市消保委共同提醒广大消费者如何选购及食用粽子、绿豆糕、咸鸭蛋等端午食品。

一、挑正规商家

消费者购买粽子、绿豆糕等食品时,请尽量选择正规且信誉度较好的大型商场、超市。同时保留好相关购物凭证(购物小票、电子支付截图等),以备日后维护自身合法权益使用。消费者不要贪图方便,随意选择一些无质量保障的地摊、流动商贩处贩卖的粽子,以免质量不达标,引起身体不适。

二、重商品品质

选购粽子时,一要尽可能购买出厂时间较近的产品。二要购买具有清晰标识的粽子产品。注意独立包装的品牌粽子是否带有SC标志、是否有生产日期、保质期等标签标识,并查看真空包装是否漏气。三要警惕粽叶新鲜诱人的粽子。(该类粽叶有可能是加入了硫酸铜、氯化铜等工业原料浸泡的“返青粽叶”)。四要重新加热蒸煮后再食用,小心粽子的口味变化,如果尝到粽子馅发酸、发苦或口味不正,请不要食用,依法维权。

选购绿豆糕时,一要观察气味和色泽。绿豆糕应该具有独特的绿豆豆香和清淡的气味,颜色为绿色偏淡黄色。二要尝口感。好的绿豆糕口感细腻酥软,入口即化,不粘牙,香酥柔滑美味,捏在手中感觉细腻酥软。三要注意看保质期。由于夏天气温较高,通常情况下,没有加入防腐剂的绿豆糕保质期在2-3天。

选购咸鸭蛋时,要做到一看。品质较好的蛋品外壳比较干净、圆润且有光泽,蛋壳呈现青色;质量不好的咸鸭蛋外壳比较灰暗,而且很容易碰碎,保质期较短。靠近蛋黄的部分蛋壳微微发黑,表明鸭蛋盐分正好,煮熟后将会有很好的出油量。二闻。挑选时应选择没有异味的咸鸭蛋,这样的腌制蛋保存状况较好,发生散黄或变质现象较少。三掂。把咸鸭蛋拿在手中掂分量,首选质量重的。四摇。鸭蛋放在手中轻轻摇动,有微颤感,如果质量不好则会有异响。

三、依法理性维权

如果遇到食品消费纠纷,消费者应在确保人身安全的前提下,依法、理性与商家协商,避免产生过激行为。协商不成,可以通过以下途径来投诉:1.登录全国12315平台进行投诉或举报。2.通过微信小程序搜索12315来投诉。3.可拨打当地12315投诉热线进行投诉。
(宣城市消保委)

以文化促传播 以体验促消费

——首届 28 家安徽消费体验馆官宣出炉

为了宣传安徽产品，促进企业高质量发展，助推安徽经济，安徽省消保委于 2020 年 8 月至 12 月在全省范围内开展了首届“安徽消费体验馆”遴选活动。经过社会公开征集、企业自愿申报、属地消保委初审推荐、省评测工作组评测、社会公示等程序，最终认定 28 家企业体验馆为首届“安徽消费体验馆”。

这 28 家消费体验馆，具有鲜明徽商、徽文化特色，充分展示了新时期安徽优质的产品和企业文化。以文化促传播，以体验促消费，在给消费者带来更好消费体验的同时，传播科学健康的消费理念、消费知识，激发消费者的消费潜能。

“吃”安徽美食

徽菜博物馆、八公山豆腐文化体验馆、胡玉美消费体验馆可以让您领略舌尖上的徽州，感受传承千年的独特风味。青松食品文化馆、肯德基徽文化主题餐厅又会让您品尝到迥然不同的中西“小吃”。

“饮”安徽风味

谢裕大茶文化博物馆、太平猴魁博物馆、天之红庄园、松萝茶体验馆、六安瓜片茶文化体验馆、天方茶苑体验馆、润思消费体验馆是徽茶的风情；迎驾酒文化博物馆、金种子酒文化博物馆、沙河老坛是徽酒风采；元气森林体验馆、雨耕山消费体验馆、新希望白帝乳业体验馆、蒙牛乳业体验馆是现代安徽的特有酿造。

“品”安徽文化

宣纸文化园、歙县古城墨砚博物馆、徽州雕刻博物馆、中国徽墨文化园，非遗传承人和大国工匠会为您展现精彩的传统技艺，开启独具特色制作之旅。

“享”安徽健康

霍山石斛历史文化生态基地体验馆、九仙

尊石斛文博园、紫荆花康养产业展示馆可以让您感受安徽康养特色；

“赏”安徽品质

中国金丝楠木博物馆、华夏丝绸博物馆的展品不仅极具艺术观赏性和深厚的历史文化性，还能让您从中汲取和感受到中国传统文化的精髓。

(消费指导部)



首届 28 家安徽消费体验馆简介

徽菜博物馆

中国徽菜博物馆，坐落于黄山市文头创业文旅小镇，占地两万平方米，是以徽州本土历史为素材，以创新的展现形式、以独特建筑空间为载体，倾心打造的大型综合餐饮体。

项目包含场景化档口 60 余间、胡兴堂文化体验场馆及可同时容纳千人就餐的大型中餐厅，同时还具备多项文化旅游业态，是将徽菜推向世界的一张文化名片。

地址：黄山市屯溪区迎宾大道 62 号

青松食品安全科普体验中心馆

安徽青松食品有限公司结合公司特色和优势，高标准建设食品安全科普与面食文化消费体验馆。通过文字、图片、影像、VR 体验、DIY 互动体验等，营造出一个体验式、情景式、互动式的多元化消费体验平台。全年开放，年接待量达到十万人。

地址：合肥市高新区宁西路 26 号、28 号

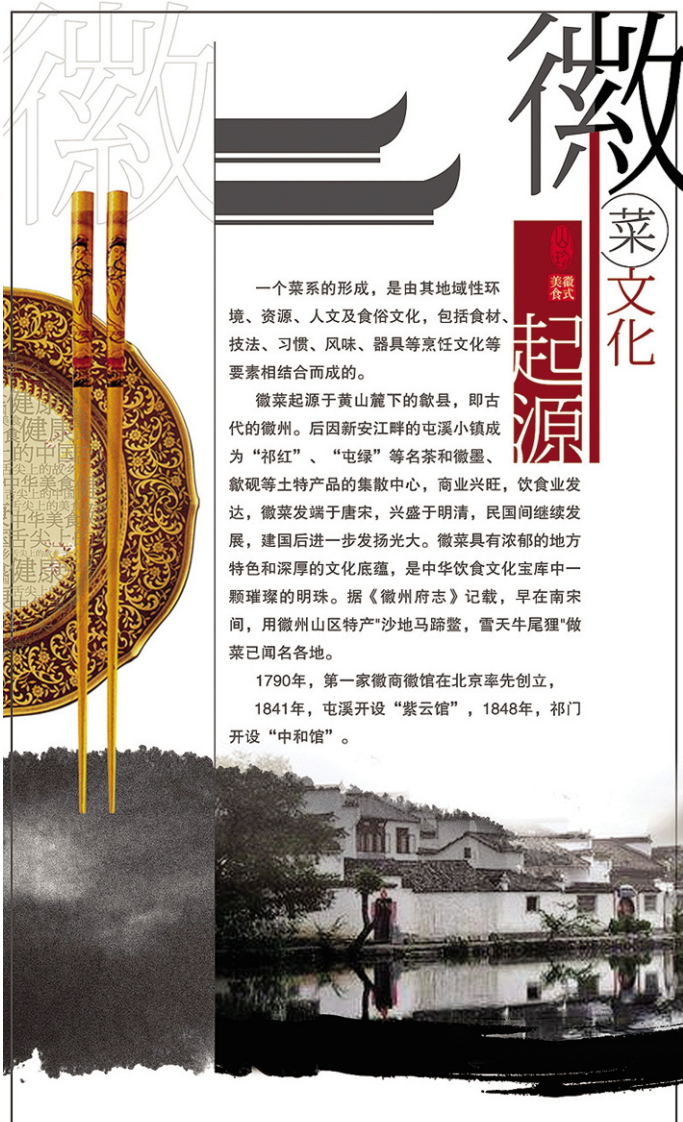
肯德基徽印象文化主题餐厅

“徽印象”文化主题餐厅是肯德基携手安徽大学徽学研究中心打造，将徽派建筑、徽州文书等极具徽派特色的文化内容通过图片、实物、影像等形式在餐厅予以展示，为广大消费者尤其是青少年，提供了解徽文化、学习徽文化、体验徽文化的窗口，成为地方文化的“守护者”和“传承者”。

地址：合肥市包河区徽州大道 5558 号世纪金源购物中心 F2

胡玉美消费体验馆

胡玉美消费体验馆地处安庆市繁华的四牌楼街区。2019 年底，以徽派格调修葺一新的体验馆，重新面向大众开放。体验馆不仅有休闲惬意的消费体验区，也有“胡玉美文史馆”、“胡玉美蚕豆辣酱非遗技艺”等展示区，也让它成为了安庆市网红打卡



一个菜系的形成，是由其地域性环境、资源、人文及民俗文化，包括食材、技法、习惯、风味、器具等烹饪文化等要素相结合而成的。

徽菜起源于黄山麓下的歙县，即古代的徽州。后因新安江畔的屯溪小镇成为“祁红”、“屯绿”等名茶和徽墨、歙砚等土特产品的集散中心，商业兴旺，饮食业发达，徽菜发端于唐宋，兴盛于明清，民国间继续发展，建国后进一步发扬光大。徽菜具有浓郁的地方特色和深厚的文化底蕴，是中华饮食文化宝库中一颗璀璨的明珠。据《徽州府志》记载，早在南宋间，用徽州山区特产“沙地马蹄鳖，雪天牛尾狸”做菜已闻名各地。

1790 年，第一家徽商徽馆在北京率先创立，

1841 年，屯溪开设“紫云馆”，1848 年，祁门开设“中和馆”。

地。胡玉美消费体验馆至今还较好地保存着近两百年历史的胡玉美酱园正门残存门框——“石箍门”，它还被认定为安庆市文物保护对象、历史建筑。

地址：安庆市四牌楼 10 号

八公山豆制品消费体验馆

八公山豆制品消费体验馆位于豆腐诞生地和豆腐文化发祥地——淮南八公山，由安徽八公山豆制品有限公司打造，全年免费开放。场馆集豆腐文化参观、豆制品线上线下消费、国家非遗豆腐传统制作技艺体验、豆制品技术培训交流、豆腐美食品鉴于一体，是一处豆腐文化体验式消费、多元业态

运营的消费体验中心，为消费者营造了互动性高、体验感强的消费氛围。

地址：安徽省淮南市寿县八公山乡大泉村安徽八公山豆制品公司

谢裕大茶文化博物馆

谢裕大茶文化博物馆是安徽省首家以茶叶为主题的博物馆，主要分为茶史溯源、徽茶之光、茗香天成三个版块十二个单元，馆内还配有品茶室、购物超市、VIP 接待区、学术报告厅和临展区等。茶博物馆集实物陈列、茶艺表演、品茗、制茶非遗技艺体验和茶文化学术活动为一体。到访消费者仿若置身徽茶文化历史发展长河，倍感中国茶文化博大精深。

地址：黄山市徽州区潜口镇谢裕大东路 99 号

太平猴魁博物馆

太平猴魁文化体验馆坐落于安徽省黄山市黄山区，呈现一派传统徽派建筑风格，是集参观、体验、品鉴和产品展示等功能为一体的场馆。馆内陈列有太平猴魁茶文化历史的多种展品，消费者可以到此了解太平猴魁茶文化历史底蕴，体验传统的手工制作技艺，领略独特的“猴韵”兰香。

地址：安徽省黄山工业园区（黄山市猴坑茶业有限公司大院内）

天之红庄园

天之红庄园为天之红祁门红茶体验中心，内设茶事体验、茶文化展示交流、非遗技艺实践等特色体验项目。消费者可在制茶技师的指导下，亲手完成鲜叶采摘到制成干茶全过程的同时，还可以放空心情，尽享大自然的淳朴和恬静。

地址：安徽省黄山市祁门县凫峰镇李源村天之红庄园

松萝茶文化博物馆

松萝茶消费体验馆由黄山王光熙松萝茶业创立，以松萝茶文化为主题，以普及茶知识、弘扬茶文化为宗旨，是一处集博物馆、生态茶园体验区、非遗工作室、梦工厂、研学阵地、省级质量控制研究中心等为一体的省级研学基地、3A 级旅游景区。

地址：安徽省黄山市休宁县经济开发区龙跃路 6 号

六安瓜片茶文化体验馆

六安瓜片茶文化体验馆，依茶谷而建，占地面积 3000 平方米。这里现代徽派建筑与徽茶文化的融合，尽显徽风皖韵。体验馆是以“茶”为核，结合赏茶、品茶、茶艺表演等表现形式，建设而成的茶主题沉浸式体验园区，内含品茗区、茶艺区、商务区、园艺区等众多体验区域。消费者将在全方位了解六安瓜片的历史文化及传统制茶技艺的同时，品味瓜片茶的独特口感，达到身心合一的品茶体验。

地址：六安市裕安区龙河西路徽六品牌展示馆、独山镇六安瓜片体验馆

天方茶苑消费体验馆

天方茶苑消费体验馆是专门从事地方农副产品特产品销售、地方茶文化及民俗文化展示的场馆，2020 年获评安徽省放心消费示范单位。体验馆共三层，总面积达 3000 平方米。一层为地方特色产品展示展销馆，二层为石台县茶文化博物馆，三层为秋浦民俗文化馆。

地址：池州市石台县横渡镇香口村

润思消费体验馆

润思消费体验馆，始建于 1951 年，前身为新中国祁门红茶第一厂“中国茶业公司贵池茶厂”。馆内完好保存了从上世纪 50 年代至今的祁红木仓、建国初期制茶车间、建国初期手工拣场、审评楼、拼配楼、办公楼以及资料物件等，曾先后荣获“中国 20 世纪建筑遗产”、“国家工业遗产”称号。场馆活态展示了祁门红茶不同历史时期的发展状况、非遗技艺传承等，供消费者体验不曾断代的祁红味道。

地址：池州市池口路 33 号

迎驾酒文化博物馆

体验馆位于安徽省霍山县佛子岭镇，是全国工业旅游示范点，也是展示中国生态白酒领军品牌——迎驾贡酒、“中国好水”优秀品牌——野岭饮料的重要平台。体验馆由酒文化博物馆、黄岩洞、酒

道馆、水博馆、原酒坛库、曲酒酿酒车间、生态循环系统、白酒智能化灌装线、刷水生产线组成,经常分季节推出个性化的主题活动,积极为消费者打造健康和高品质的生活方式。

地址:安徽省六安市霍山县佛子岭镇迎驾集团总部内

金种子酒文化博物馆

金种子酒文化博物馆是金种子在国内首个旗舰体验馆,集文化遗存、展颍州酒史、传古道礼训、播酒史渊源于一体。由华夏酒文化、古颍州酒文化、金种子企业文化、酿酒工艺、大昇酒坊、颍州酒史等15个展区组成。馆内拥有大量实物展陈,更融合现代科技,提升体验与互动,让参观者在博物馆内就可以体验到浓厚的酒知识与酒文化。

地址:安徽省阜阳市河滨路302号

合肥沙河古坛品牌体验中心

体验中心位于天鹅湖畔的新地中心,总建筑面积2102平方米,以“新的传承、起源界首、辉煌历史、回归传统、美酒庄园”五大篇章,图文并茂,再现场景,生动展示沙河古坛回归传统的理念和实践,让消费者真切感受老式白酒酿造过程的独特魅力,体验迷失多年的粮食香。

地址:合肥市政务区天鹅湖畔新地中心A座46楼

元气森林消费体验馆

元气森林是一家自主研发+自主设计的创新性饮品公司,专注于年轻一代健康好喝的饮品。公司立足于健康需求,破除口味壁垒,传递“无糖”生活理念(0糖、0脂肪、0卡路里),倡导健康、快乐、环保、时尚的生活理念。

地址:安徽省滁州市琅琊区经济开发区雷桥路2号

雨耕山消费体验馆

芜湖市雨耕山缙香酒窖消费体验馆位于国家4A级旅游景区中国雨耕山文化产业园内。这里自1887年起,英国、法国和西班牙等欧洲国家兴建

的大量西洋建筑。雨耕山酒窖,是经国际团队创意设计,由地下1.5万平方米、50多年历史的老防空洞蝶变而来。在这里,消费者可以游览独特的酒窖建筑,感受葡萄酒悠久的历史,享用精致法式西餐,开展丰富的主题活动。

地址:芜湖市镜湖区雨耕山文化创意园D楼-2层

新希望白帝乳业消费体验馆

在这里消费者可以体验仿真奶牛的挤奶互动趣味游戏、近距离参观乳品智能化生产场景,学习到奶牛历史、世界分布、奶牛种类和高品质牛奶产生过程等丰富的消费知识。

地址:合肥市肥东县经济开发区镇西路55号

蒙牛(马鞍山)消费体验馆

蒙牛(马鞍山)消费体验馆位于安徽省马鞍山市经济技术开发区黄金地段,在这里消费者可以跟随讲解员的引导,参观拥有国家级实验室、亚洲最大冰淇淋生产线之一的蒙牛马鞍山工厂,直观地了解到乳制品生产全过程。

地址:马鞍山市红旗南路123号

中国宣纸文化园

中国宣纸文化园位于安徽省泾县,内有宣纸博物馆、宣纸技艺体验园、红星宣纸工厂店,是集人类非遗宣纸传统制作技艺展示、文化体验式消费、创意生活于一体的综合性文化旅游园区。消费者可在此观摩宣纸制作技艺,选购优质红星宣纸产品,甚至还可自制一张独有的宣纸;同时,消费者还能现场与大国工匠互动交流,提升文化品味。

地址:安徽省宣城市泾县乌溪村(205国道旁)

歙县古城墨砚博物馆

黄山市古城歙砚有限公司创立于1999年。公司位于S215省道(芜屯公路)旁郑村路口,占地万余平方米。公司旗下“和氏璧”品牌被认定为安徽省著名商标,后该字号(品牌)又被认定“安徽老字号”。公司也被认定为徽州文化生态保护试验区·非物质文化遗产传习基地、安徽省文化产业示范基地

地。

公司旗下歙县古城墨砚博物馆因加大研学、游学质量而被认定为安徽省质量品牌升级工程教育实践基地。“和氏璧牌歙砚”荣获安徽名牌产品、苏浙皖赣沪名牌产品 100 佳、安徽名牌伴手礼等称号。

地址:安徽省黄山市歙县郑村镇郑村路口文房四宝市场

徽州雕刻博物馆

黄山市徽州雕刻博物馆由黄山市洪建华雕刻文化艺术发展有限公司投资运营。馆藏古今徽州竹、木、砖、石雕等艺术珍品,并设有竹木雕刻、古典家具、漆器古琴、古建模型等非遗工作室;可开展旅游参观、非遗手作、研学旅行、展示展览、文化交流等体验项目。被文化和旅游部列为“国家级非物质文化遗产保护研究基地”、“国家级非物质文化遗产(徽州竹雕)代表性项目保护单位”;同时也被人社部授予“国家级技能大师工作室”,还被评为安徽省中小学研学旅行教育示范基地等。

地址:安徽省黄山市高新技术开发区梅林大道 88 号

胡开文苍珮室徽墨体验馆

安徽省绩溪胡开文墨业有限公司开设于 1953 年,公司始终坚持古法和创新并举制作徽墨。体验馆 1500 平方米的展览面积,集合了游览、展示、体验、购买等功能,充分满足消费者深入了解产品、感受品质的需求。

地址:宣城市绩溪县扬之南路 12 号

霍山石斛历史文化生态基地体验馆

霍山石斛历史文化生态基地体验馆,是一处 200 多亩林下仿野生霍山石斛示范基地。该馆依托当地得天独厚自然环境建设而成,以大别山药王故居、非物质文化遗产专习基地以及国家级霍山石斛原种保护基地为重点,宣传霍山石斛的养生文化,体验霍山石斛种植、加工的古法炮制技艺。

地址:安徽省六安市霍山县太平畈乡王家店村

九仙尊石斛文博园

九仙尊石斛文博园位于安徽省六安市经济开发区新北二路 88 号,占地面积 500 亩。园内设有霍山石斛文化体验中心、游客接待中心、西山药库、四季花海等区域,集文化科普、科技展示、休闲娱乐、购物餐饮于一体,同时是以中医药及霍山石斛为主题的国家 AAA 级旅游景区。

地址:安徽省六安市经济开发区新北二路 88 号

紫荆花康养产业展示馆

紫荆花康养产业展示馆依托紫荆花怡养小镇建设,位于安徽省六安市。紫荆花怡养小镇建于 2014 年,为安徽紫荆花控股集团旗下安徽紫荆花养老服务股份有限公司投资兴建。小镇以健康、怡养为核心,是集生态养老、运动休闲、文旅研学、健康食品为一体的综合服务型特色小镇。

地址:安徽省六安市裕安区徐集镇菊花村安徽紫荆花怡养小镇

中国金丝楠木博物馆

2012 年中国金丝楠木博物馆在滁州诞生。博物馆以金丝楠木为主题,包括八大展厅、七大派系、五大类藏品,全面展示了中国昔日帝王家具的风采,使得后人进一步了解古代政治、文化、生活,集中体现了精湛的工艺和深厚的历史文化价值。消费者可由此观中国金丝楠木,看东方神木之风采;赏明清古典家具,览中华上下五千年。

地址:安徽省滁州市昭阳工业园 2 号楼

华夏丝绸博物馆

华夏丝绸博物馆位于华诗雅蒂丝绸文化产业园,是安徽省首家丝绸消费体验馆。该馆集丝绸文化展示、桑蚕科普教育、蚕茧创意工艺品 DIY 制作体验、丝绸产品购物体验等为一体,以文化促传播,以体验促消费,为消费者带来更美好的丝绸消费体验。

地址:安徽省阜阳市经济技术开发区新安大道 76 号

(注:排名不分先后)

安徽 31 个部门“八大提升行动” 打造区域性放心满意消费环境新高地

近日，安徽省市场监管局等 31 个部门联合印发《关于进一步深入开展放心满意消费创建活动加强消费环境建设的意见》(以下简称《意见》)，部署开展“八大提升行动”，促进消费不断增长、升级，把安徽打造成区域性放心满意消费环境新高地。

《意见》指出，到“十四五”末，新增放心满意消费示范单位省级百家、市级千家、县级万家，培育不少于 500 个放心满意消费创建示范街区(市场、景区、服务区)，不少于 5 个放心满意消费创建示范行业，每个省辖市指导培育不少于 1 个县(区、市)开展区域示范领跑行动，试点开展“放心工厂”培育工作，认定“安徽消费体验馆”不少于 100 个，遴选安徽伴手礼不少于 100 个，培育放心满意消费示范电商平台不少于 10 个、网店不少于 1000 家，力争放心满意消费进乡村覆盖到全省 95% 以上的行政村(社区)。全省消费环境安全度、经营者诚信度、消费者满意度进一步提高，创建工作覆盖率进一步提升，消费环境进一步优化。

《意见》共提出八个方面重点任务：

一是开展实物消费领域创建提升行动。围绕穿、用、行等消费领域，引导经营者进一步建立健全和落实进货检查验收、商品质量承诺、不合格商品退市、经营者首问和赔偿先付、消费纠纷和解等制度。鼓励经营者作出高于法律规定的保护消费者权益的承诺。推动连锁企业、大型零售集团旗下各公司(门店)开展一体化创建，加入“长三角实体店异地异店退换货联盟”，实行跨区域异地异店退换货制度。

二是开展服务领域创建提升行动。以消费者反映问题较多的服务领域为重点，通过行政处罚、行政约谈、投诉信息公示、消费调查、公开点评、社会曝光、行业规范等一系列措施，开展专项整治。研制服务业高端品牌培育标准。全面推进高速公路服务区放心满意消费创建，实现全省高速公路服务区创

建覆盖 90% 以上。深入开展放心满意示范景区创建活动，力争实现 5A 级经营性景区创建全覆盖、4A 级经营性景区创建覆盖 75% 以上。

三是开展食品领域创建提升行动。开展“食安安徽”品牌示范创建活动。推进食品小作坊整治提升行动。加强进口冷链食品监管，建立冷链食品追溯体系。在食品生产、流通和餐饮等领域，同步推进放心满意消费创建活动。

四是开展电子商务领域创建提升行动。设置消费维权处理部门和专职队伍，积极落实赔偿先付制度。督促电商平台和网店经营者自觉履行相关主体责任，培育放心满意消费示范电商平台及网店。

五是开展放心满意消费创建进乡村提升行动。制定放心满意消费创建进乡村地方标准。严厉打击农村地区、城乡接合部制售假冒伪劣商品、虚假广告、虚假或者引人误解的商业宣传、价格欺诈等违法行为，引导设立消费维权站点。鼓励和引导农村家宴、乡村民宿、农家乐、农村食杂店等积极参与放心满意消费乡村示范店创建活动。

六是开展消费品生产领域创建提升行动。以日用消费品生产企业为重点，开展放心工厂创建培育工作。优先将“安徽省人民政府质量奖”“安徽老字号”“安徽工业精品”等名单内企业纳入培育范围。开展“厂商一体”退货承诺，建立先行赔付制度、消费争议快速处理绿色通道等维权服务机制。

七是开展行业一体化创建提升行动。联合与人民群众消费密切相关的物业服务、装饰装修、家政服务、快递、保险等行业组织，推动创建工作向行业拓展。培育 5 个以上放心满意消费创建示范行业。

八是开展区域整体创建提升行动。在商业步行街、商业特色街区、商业综合体、新型消费商圈、专业市场、集贸市场等块状区域，聚力打造一批放心满意消费创建示范街区(市场)，助推合肥市申建国际消费中心城市。

(来源：中安在线)

安徽省召开消费者权益保护工作联席会议

4月22日下午，安徽省消费者权益保护工作联席会议在省市场监管局召开。联席会议召集人、省市场监管局党组书记、局长韩永生主持会议并讲话。联席会议副召集人、省市场监管局党组成员、副局长张志宏在会上介绍了2020年我省消费者权益保护工作情况。

2020年，联席会议各成员单位按照党中央、国务院和省委、省政府部署要求，认真履职尽责，消费维权体系不断完善，消费领域市场环境不断净化，放心满意消费环境不断提升，疫情期间消费者权益得到有效保护，消费纠纷多元化解与社会共治不断深化，人民群众的获得感、幸福感、安全感切实增强。

韩永生指出，“十三五”时期，我省大力加强消费者权益保护，消费者权益保护地方立法和制度建设取得新突破，消费领域突出问题治理取得新成效，畅通消费者诉求渠道取得新进展，消费环境建设取得新成果，人民群众的消费满意度不断提高。

韩永生要求，构建新发展格局，增强消费对经济发展的基础性作用，打造多点支撑的消费增长格局，必须进一步营造安全放心诚信的消费环境。出台《关于进一步深入开展放心满意消费创建活动加强消费环境建设的意见》是贯彻落实党中央、国务院和省委、省政府决策部署的重要举措，是改善消费环境、服务构建新发展格局的重要抓手。各成员单位应当认真履行好消费者权益保护法定职责，深入推动放心满意消费环境建设，共同打造“满意消费长三角 放心消费在安徽”品牌。各成员单位要制定具体工作方案，细化目标举措标任务，压实工作责任，确保重点任务落到实处。要落实好行业主管部门责任，推动相关行业领域经营者开展诚信承诺、完善消费纠纷和解制度，发挥行业组织的优势，推进行业自律、引导经营者守法经营。要积极宣传创建活动经验成果和先进典型，扩大创建活动影响力。及时披露重大典型消费侵权案件，有效震慑不法经营者。



韩永生强调，联席会议办公室要全力为各成员单位和各方面做好服务，与各成员单位一起，共同做好消费者权益保护工作。要加强部门间的协同配合，建立健全通报制度，加快完善协作机制，发挥联席会议机制作用，形成保护消费者权益新格局。

会议审议通过了《关于进一步深入开展放心满意消费创建活动加强消费环境建设的意见》和《安徽省消费者权益保护工作联席会议成员单位职责》，明确了机构改革后消费者权益保护工作联席会议各成员单位职责，研究构建资源共享、情况互通、协作联动的工作平台，共同解决消费维权领域的热点、难点、堵点、痛点问题。

省消费者权益保护工作联席会议31个成员单位代表、省市场监管局12315指挥中心及省消保委秘书处有关人员参加会议。

(来源：省市场监管局网站)

张志宏调研督导合肥市放心满意消费创建工作

6月4日,省市场监管局党组成员、副局长张志宏带队调研督导合肥市放心满意消费创建工作。

张志宏先后走访了巢湖百大购物中心、巢湖万达广场、富煌三珍食品集团及瑶海区保利广场。在巢湖百大购物中心,张志宏查阅了该商场15日线下无理由退换货台帐,询问了部分营业员对无理由退货承诺和放心满意消费创建相关知识的掌握情况;在巢湖万达广场,张志宏询问了商场管理方宣传动员商户参与创建、争创放心满意消费示范街区的有关做法,现场查看了该商场ODR在线投诉处置情况;在富煌三珍食品集团,张志宏深入水产加工车间,详细了解企业水产品全产业链体系建设、打造“放心消费食品工厂”等相关情况;在瑶海区保利广场,张志宏详细了解企业在经营管理、ODR在线纠纷解决机制、12315消费维权服务站建设等情况。

在随后召开的放心满意消费创建工作座谈会上,张志宏听取了合肥市放心消费创建工作情况汇报,对合肥市局以“亮品牌、提品质、守信用”为主题开展放心满意消费创建活动予以肯定。张志宏指出,合肥市局在今后的创建工作中要总结经验、优化方法,助推国际消费中心城市建设。一要提高认识。提高政治站位,科学把握新发展阶段,深入贯彻



张志宏现场查看巢湖万达广场ODR在线投诉处置情况

新发展理念,加快构建新发展格局,认真落实党中央、省委关于全面促进消费的决策部署,高质量推进长三角一体化发展,全力建设放心满意消费品牌。二要打造特色。结合区域经济产业和消费供给特点,分类指导,区域领跑,打造一批国内知名商圈、特色商业街区,高标准创建放心满意消费示范区。三要善于借力。借助非公党建、食品安全创城、质量强市等工作,部门之间形成合力,结合监管职能共同推动放心满意消费创建工作。四要注重成效。创建活动不仅是贴标识、挂横幅,要往深里走、往实里走,防止形式主义,要用一系列工作举措,丰富创建内容,让消费者能充分感知和体会到消费环境的改善,从而持续释放消费潜力,促进消费提质扩容。

合肥市市场监管局及巢湖市、瑶海区政府负责同志分别陪同。省局12315指挥中心、省消保委秘书处有关负责同志参加调研督导。

(来源:省市场监管局网站)



全省放心满意消费创建工作推进会在天长市召开



6月21日至22日，全省放心满意消费创建工作推进会在天长市召开。省市场监管局党组成员、副局长张志宏出席会议并讲话，天长市市长贺家平到会致辞。

会前，参会人员现场观摩了千秋乐农贸市场、天发广场、石梁镇石街社区、今麦郎食品有限公司、吾悦广场和西月城等天长市放心满意消费创建示范点。会上，天长市、宿州市、阜阳市、芜湖市、黄山市和九华山风景区等市场监管局分别作了交流发言。

张志宏简要回顾总结了近年来全省放心满意消费创建工作。他指出，要认清形势，提高站位，准

确把握创建工作新使命新任务新担当。要统一思想认识，提高政治站位，科学把握新发展阶段，深入贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，以更高的自觉、更大的力度、更实的举措推动放心满意消费创建工作。

张志宏要求，要突出重点，抓住关键，全力促进创建工作扩容提质增效。以拓展延伸创建的广度和深度为提升方向，将创建从商品领域向服务领域、流通领域向生产领域、传统业态向新兴业态、线下向线上延伸，从单个经营者向商圈、街区、城区、乡村以及区域整体拓展扩容。重点抓好线下无理由退货承诺、12315工作效能、ODR机制、消费维权服务站建设、消费投诉信息公示等工作提质，构建“政府主导、部门协同、企业自治、社会监督”社会共治局面增效。

张志宏强调，要加强领导，狠抓落实，确保创建工作有序推进取得实效。切实把创建工作作为一项民心工程来抓，加强组织领导、协调配合、宣传引导，进一步严明要求、压实责任，稳扎稳打、步步推进，确保创建工作有力有序有效开展。

滁州市局主要负责同志，各市（省直管县）局分管负责同志及12315指挥中心、消保委秘书处负责同志，以及九华山、黄山风景区局负责同志出席会议。滁州市所辖各县（市、区）局分管负责同志、12315指挥中心及消保委秘书处负责同志列席会议。

（李美娜）

安徽省高速公路服务区放心满意 消费创建落实情况体察结果

为更好营造高速公路服务区放心满意消费环境,落实《安徽省高速公路服务区放心消费服务规范》(T/AQB 4-2020)、《安徽省高速公路服务区放心消费示范单位评定规范》(T/AQB 5-2020)两项团体标准(以下简称《标准》),2021年4月-6月,全省消保委系统联动开展了高速公路服务区放心消费创建团体标准落实情况体察活动。4月26日,省消保委以暗访形式体察了肥东、文集、大墅、全椒、滁州、曹庄服务区;6月30日,省消保委再次以暗访形式体察了吴圩、君王、濉溪、禹会服务区;各市消保委联合有关单位成立体察小组,对辖区内高速公路服务区或明查或暗访,共体察服务区78个,其中安徽省驿达高速公路服务区经营管理有限公司运营服务区75个,安徽国路高速公路有限公司运营服务区1个(众兴服务区),安徽滁宁高速公路服务有限公司运营服务区1个(曹庄服务区),安徽安联高速公路有限公司运营的服务区1个(禹会服务区)。体察人员以消费者视角从《标准》的基本要求、安全放心、质量放心、服务放心、价格放心、维权放心、配套服务、消费教育等8个大项、26个小项对服务区落实放心消费团体标准及参与放心满意消费创建情况进行全面了解。

一、总体情况

(一)《标准》入团单位运营服务区体察情况

安徽省驿达高速公路服务区经营管理有限公司、安徽国路高速公路有限公司为《标准》的起草和入团单位,被体察的76个服务区在落实放心消费创建团体标准方面总体得分较高。

基本要求方面,多数服务区在各营业场所、服务台等显著位置摆放了放心消费创建标识。安全放心方面大多服务区能全面落实疫情防控要求,服务区的功能区划分较为清晰合理,安全通道畅通,经

营单位相关证件及规章公告较规范。质量放心方面,服务区总体环境良好,经营场所卫生状况符合标准要求,提供的餐饮、零售服务能满足高速公路往来消费者基本需求,部分服务区能提供家庭桌餐、包厢服务和住宿服务。价格放心方面做到了明码标价、“一货一签”。服务放心方面,经营场人员能够做到主动热情服务,对消费者咨询均做耐心细致解答。大多服务区都设置了固定咨询台,并且不少服务区设置有顾客休息区、母婴室、第三卫生间、儿童游乐及健身设施等配套服务设施。维权放心方面,服务区均在明显位置公示了维权电话及服务区相关责任人联系电话、服务区监督电话。配套服务方面,配套服务场所照明良好,卫生状况基本符合标准,卫生间通风、杀菌设施工作正常,无异味。部分服务区设置有安徽特色产品窗口及消费扶贫专柜。消费教育方面,服务区对放心消费创建活动有一定形式的宣传,张贴了制止餐饮浪费、垃圾分类等标识。

(二)《标准》非入团单位运营服务区体察情况

4月27日,省消保委体察小组对安徽滁宁高速公路服务有限公司运营的曹庄服务区开展了体察。总体看,服务区配备超市、餐厅、卫生间、开水间、休息区等,可以满足高速公路司乘人员需求。就服务区公示的信息看,其参加了所在辖区来安县放心满意消费创建活动,对创建活动、制止餐饮浪费等做了一定宣传。服务区入口处设置了专门通道,落实了疫情防控有关要求。但服务区总体环境、配套服务等距《标准》要求差距较大。

6月30日,省消保委体察小组对安徽安联高速公路有限公司运营的禹会服务区开展了体察。该服务区设有12315维权服务站,但未参加所在辖区放心满意消费创建。服务区功能区划分清晰合理,停

车区域空间较大, 各类车辆停放区域标识明显; 室内各功能区标识清晰, 超市经营商品种类较多, 并专设有蚌埠特产区; 餐饮选择多样, 有多种小吃可供选择, 自助餐菜品较丰富; 配备有母婴室、第三卫生间、休息区等, 所售商品明码标价、一货一签, 能规范出具发票。总体看, 服务区的服务环境、服务水平等基本符合《标准》要求。

二、存在问题

(一)《标准》入团单位运营服务区存在问题

对照《标准》要求, 各入团单位运营服务区仍存在不足。

1. 基本要求方面仍有欠缺。服务区工作人员对放心消费创建工作知晓度低, 省消保委体察小组通过暗访形式向服务区工作人员(包括管理人员、普通工作人员、经营单位工作人员)询问放心消费创建工作相关内容, 无一人能较为准确、全面的回答出“五个放心”基本内容, 甚至已经挂牌本地放心消费示范单位牌子的服务区工作人员对放心消费创建基本内容仍不知晓。

在标识摆放上, 经营单位人员表示创建活动的“迎客松”标识由服务区统一提供, 但标识普遍存在大小、颜色、规格等差异。而在标识的摆放上, 服务区也没有做统一明确要求, 标识摆放张贴随意。



创建标识不统一, 摆放、张贴随意

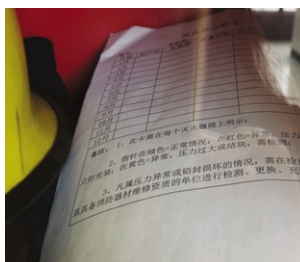
2. 安全放心方面需进一步完善。服务区功能区

划分虽较清晰, 但是对各功能区的引导标识需进一步完善, 尤其是配套服务的第三卫生间、母婴室等没有在明显位置设置引导牌。部分服务区存在停车场空间较小, 车位线不明显, 无法满足车辆停放需要等问题。在全椒服务区的体察时, 体察组所乘坐丰田海狮 14 座商务车(车高 2.285m)在进入小型车专用停车区时与限高杆(标高 2.2 米)发生碰擦(禹会服务区小型车专用停车区限高杆标高 2.8 米)。

经营单位有关证照以及服务区负责人联系电话、监督电话等虽有公示, 但不少公示信息牌位置“隐蔽”, 需经“仔细”查找才能发现。文集服务区的“麦之坊”未公示食品经营许可证。郎溪服务区工作人员健康证未全部上墙, 存在健康证过期未及时更换情况。此外体察中发现部分服务区存在消防设施全年无检查记录、工作人员无安全保护设施开展高空作业等安全隐患。



证照公示标准不一, 信息公示杂乱



全椒服务区消防设施全年无检查记录

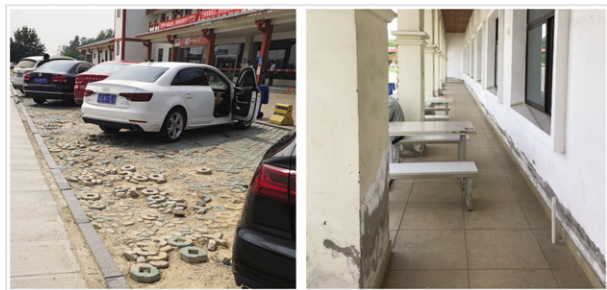


工作人员无安全措施开展高空作业

3.质量放心方面亟需提高。服务区总体环境存在较大差异,部分驿达服务区近年来新建或者改造,总体环境优良。但未改造服务区存在光线不足、设施陈旧、墙面破损等问题,而一些建成年限较早的服务区,由于规划面积较小,功能区域划不合理,高峰期容易出现人员拥挤、混乱情况。

住宿服务水平不高,大部分服务区不能提供住宿服务。肥东服务区虽能提供住宿服务,但水平不高,住宿环境差,光线不足,有异味。体察中服务台无固定工作人员,在与其他工作人员交谈中得知一般前来住宿的多为长途货运驾乘人员的“老主顾”,通过电话联系预约住宿,总体看来住宿服务水平和条件都有待提高。

餐饮服务、零售服务较为单一,大部分服务区提供的餐饮服务品种不多,主要集中为中式快餐、面点类,入驻品牌少,小吃品类不丰富。濉溪服务区仅一家中餐厅运营,无其他小吃。总体看,服务区的餐饮、零售服务很难激发司乘及过往人员的食欲、购买欲。



濉溪服务区停车区域 香泉服务区墙面发霉破损严重破损

4.价格放心、维权放心方面问题集中。在体察人员开展的模拟消费中,服务区大多经营单位不能规范出具发票,濉溪服务区虽规范出具了发票,但由于只有单侧服务区开票,消费者如需开具发票耗时较长(约半小时),整体看与标准要求差距较大。吴圩服务区超市售卖的永健山椒凤爪,标明活动价为6元/袋,但标签下原售价则为5.5元/每袋,活动价高于原价的定价方式让人迷惑。

维权放心方面,部分服务区未建立客户投诉登记台账,投诉渠道不够畅通,并且投诉处理反馈机

制不够健全,部分服务区未建立消费者投诉受理档案。



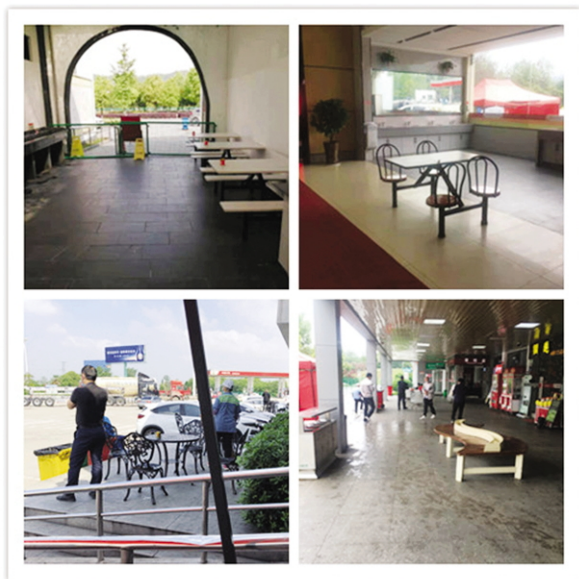
吴圩服务区同款产品活动价高于原价

5.服务放心方面难以满足多元化需求。咨询引导服务水平亟需提升。省消保委的体察中,各服务区咨询台设置标准标准不一,且所有咨询台在体察中均无工作人员值守。各市消保委体察情况则出现分化,在专人引导服务上结果不一,大部分服务区设置了咨询台并有工作人员在岗,但仍有部分服务区咨询台设置不够规范。

公共休息区需进一步做好规划。大部分服务区都设置有顾客休息区,但是设置标准差异较大,有的休息区与餐饮区合并设立,有的休息区设置在主营业区以外,无专门引导标识。而不少休息区则整体设置简陋,仅在特定位置摆放简单的桌椅,并且不少位置尴尬,如设置在垃圾桶旁、盥洗室旁。



服务区咨询台无工作人员在岗



公共休息区设置简陋

6.配套服务方面标准不高。大多服务区没有安徽特色产品及文化展示窗口,仅有少数安徽名土特品牌入驻,所售产品较为单一,缺少系统的产品介绍,地域标识不明显。部分驿达服务区间距太近,且未做好差异化规划建设,同质化现象明显。文集服务区为2019年新改造服务区,但配套的母婴室虽经多次申请却一直未到位。全椒服务区第三卫生间、母婴室通风不足、有异味,难以为老年人、母婴等特殊群体提供真正舒适便捷的服务体验,而滁州釜山服务区的第三卫生间则成为了存放清洁用具的置物间。



全椒服务区母婴室墙面发霉 釜山服务区第三卫生间成为置物间

7.消费教育方面形式单一。对放心满意消费创建宣传不力,整体看各服务区均无有效的放心消费创建宣传举措。此外长江“十年禁渔”、禁限塑新规宣传和执行不到位,仅有少数服务区张贴了宣传海报或悬挂的宣传标语。驿达公司自营超市也未执行限塑令新规,所提供塑料袋不符合限塑新规。

(二)《标准》非入团单位运营服务区体察情况

1.曹庄服务区体察情况

本次省、市两级消保委共同体察了安徽滁宁高速公路服务有限公司运营的曹庄服务区,作为《标准》的非入团单位,曹庄服务区除存在以上共性问题外,还存在不少突出问题,主要表现为“差乱脏臭”,体察总体情况较差。

一是总体环境差。服务区公共区域为水泥硬化地面,不少区域都出现了破损,雨后有积水。停车区域标线不够明显,功能区紧挨并只做简单隔离,不少司乘人员直接跨越隔离栏通行,有一定安全隐患。在落实疫情防控要求上,只搭建了简陋的检疫通道,虽要求扫描健康码进入,但是现场无工作人员值守,司乘人员不扫描可随意进出。



服务区地面破损、标线模糊 防疫岗位无人在岗

二是整体环境乱。因停车区域不大,现场无工作人员对车辆停放进行有效引导,整体上人流、车流较为混乱。尤其是服务区紧邻高速收费站,出服务区车流大、通行慢、大型车辆多,现场混乱极易发生交通事故。服务区内设置了咨询台,但是无工作人员在岗。整个体察中未见到着工作制服的服务区工作人员。其他经营场所的营业人员表现懒散,餐厅前台工作人员在体察过程中全程低头不语,服务意识不高。超市收银台机打小票拖在地上形成一堆乱纸。



服务区无人在岗 超市收银台杂乱

三是内部环境脏。开水间、公共休息区设置简陋,且紧邻处放置垃圾桶。服务区垃圾桶无盖,不符合卫生要求。其他公共区域均有明显垃圾,部分区域有垃圾堆放。



垃圾露天堆放

公共场所脏乱

四是卫生环境臭。进入服务区大厅,即可闻到卫生间传出的刺鼻气味,进入卫生间刺鼻气味呛人,让人难以停留。卫生间门帘破损,异味弥漫包括超市、餐厅在内的整个营业场所,致使提供的服务体验很差。

2.禹会服务区体察情况

禹会服务区由非入团单位安徽安联高速公路有限公司运营,体察中虽总体得分较高,但在服务水平和管上仍存在一定不足。

一是服务区卫生状况需进一步改进。公共区域仍可见有少量烟头、纸屑等垃圾,卫生间地面有少量水渍。自助餐厅餐具由服务员分发,卫生消毒情况不明。

二是配套服务设施需进一步优化。配备的母婴室内部设施不佳,沙发和墙面污渍严重,房顶有大块墙纸脱落,裸露的粉刷层严重上霉。

三是功能区布局需进一步调整。特色小吃区域与卫生间仅隔一个门帘,所提供的餐饮环境不佳,影响消费者食欲。

三、意见建议

2020年10月安徽省消保委与安徽品牌质量促进会联合制定并发布的《安徽省高速公路服务

区放心消费服务规范》、《安徽省高速公路服务区放心消费示范单位评定规范》两项团体标准,从总体原则、基本要求、组织建设、设施与环境、质量与安全管理、信息与宣传、服务改进等七个方面对我省高速公路服务区放心消费创建进行标准化约束,对扩展放心消费创建领域、打造放心消费创建标杆、选树放心消费创建典型具有重要意义。2021年省市场监督管理局等31部门联合印发了《关于进一步深入开展放心满意消费创建活动加强消费环境建设的意见》(皖市监发〔2021〕29号),各高速公路服务区运营管理公司应以落实两个标准及文件为契机,在打造我省高速公路服务区放心满意消费行业标杆上实现更大作为。

(一)落实主体责任,加强两个团体标准的培训。

本次体察情况看各服务区对放心满意消费创建和两个团体标准的知晓率较低,并且工作人员普遍反映服务区没有开展相关的系统性培训。服务及运营公司要进一步落实创建工作主体责任,从教育培训入手,将放心满意消费创建纳入日常工作,与公司年度重点工作任务相结合,将“五个放心”等基本内容作为应知应会内容纳入对员工的考核,不断提高全体员工对创建活动和两个团体标准的知晓率,更好践行标准各项要求。

(二)坚持问题导向,促进两个团体标准落地生根。





各服务区及运营管理公司要针对本次体察发现的问题,对照标准要求开展自查,真正从全面落实标准的角度细致细化放心满意消费创建各项工作,切实将两个团体标准与公司业务考核相衔接,与企业文化建设相融合,从严要求、补缺补差,真正做到通过标准的落实促放心满意消费创建,打造“放心消费在驿达”“放心消费在国路”等口碑形象,让高速公路服务区成为我省对外展示形象的新窗口。

(三)以标准为引领,提高服务区建设水平。

高速公路运营管理公司在服务区改造、新建中应积极借鉴长三角发达地区高速公路服务区建设



好的经验,对照《标准》要求在规划设计、功能划分、服务标准和水平上进行超前规划(如丰乐服务区)。同时参考知名商场布局对服务区商业运营进行提质升级,打造具有安徽特色的实景式商业化服务区,以进一步满足消费者多元化需求,激发消费者潜在购买欲,提升我省高速公路服务区整体水平。

(四)善于抓住重点,提高标准打造更高水平服务区。

各高速公路服务区在创建工作中应有高于《标准》的自我要求和责任意识,对不同服务区有针对性、有计划性、有重点的进行升级打造,如根据服务区所在辖区发展需要,在建设中对接乡村振兴,设置扶贫产品、地域特色产品、文创产品专柜等,更好服务乡村振兴、推介“皖美好礼”、展示安徽风采。同时要瞄准消费领域的新政策、新要求,当前在落实线下七日无理由退货、宣传“长江禁渔”、践行“限塑令”新规上主动作为,更好展现企业担当。最后,建议驿达公司创建扫码服务中,将放心消费主要内容融入其中,以放心满意消费创建活动为引领,再造公司新形象。

此外,针对曹庄服务区在体察中发现的“差乱脏臭”问题,省消保委及时反馈并交由滁州市消保委督办,经过整改,目前“差乱脏臭”问题已得到改善。省消保委同时建议非入团的2家服务区运营管理公司积极创造条件加入《标准》建设体系,参加所在辖区放心满意消费创建活动,进一步提高服务水平和质量,联合打造我省高速公路服务区整体优质形象。

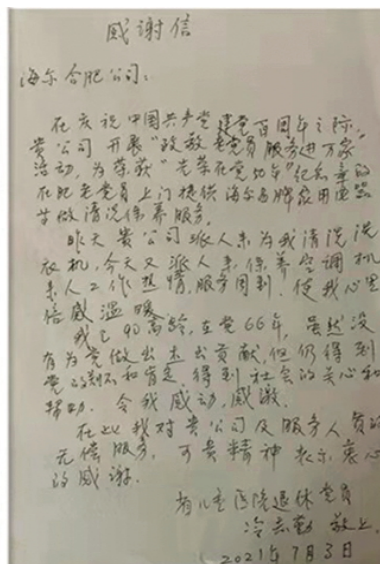
(省消保委理论研究小组)

省消保委开展“致敬老党员 服务送到家”活动

近日，省消保委联合省直机关工委、省市场监督管理局于6月28日至7月31日联合开展为荣获“光荣在党50年”纪念章的在肥老党员免费提供家电清洗保养服务活动。

活动中，工作人员冒着酷暑、肩背重达20多公斤的工具箱逐户登门进行服务，通过表面擦拭后，使用专业蒸汽清洗设备，为家用电器内部进行逐层清洗。清洗的同时，他们还向老党员们讲解家电健康知识和清洗保养方法，老党员们十分感动。

活动开展以来，已有近百名老党员前来登记，近半数完成服务，其中80岁以上23人，占比48%，90岁以上8人，占比17%。该活动受到老党员的交口称赞，一位来自省儿童医院90岁高龄的老党员冷老先生亲笔写了一封感谢信，他在信中



说到：“来人工作热情、服务周到，使我心里倍感温暖。我在党66年，虽然没有为党做出杰出贡献，但仍得到党的关怀与肯定，得到社会的关心和帮助，令我感动感激。”

此活动由安徽海尔智家具体承办。(谢小雪)

省消保委党支部在社区党建知识竞赛中喜获好成绩

6月23日，省消保委党支部在包河区包公街道宁国新村社区举办的“学党史、颂党魂、跟党走、勇担当”党建知识竞赛活动中取得好成绩，喜获二等奖。

本次社区党建知识竞赛是为隆重纪念中国共产党百年华诞的一项重要活动，也是省直机关党建与社区结对共建的重要形式。活动共吸引了省审计厅、省经信厅、省地矿局等驻地各单位共十支代表队、30名党员参加。比赛通过学习强国App题库出题，参赛队员通过扎实的理论知识功底为大家献上了一场党史知识答题盛宴。

本次党建知识竞赛省消保委秘书处党支部派出由刘勖、费军芳、陈妍妍组成的代表队参加，队员发挥敢打敢拼、善打硬仗的风格，通过必答题、抢答题两个环节的角逐，最终获得总分第三名的好成绩。

省消保委秘书处党支部一直以来高度重视党



员教育引导工作，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，抓实党员经常性教育管理，不断强化理想信念教育。党史学习教育活动开展以来，支部紧密联系秘书处日常工作，通过组织开展经常性学习教育活动，不断增强党员“学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行”的思想觉悟，为做好新发展阶段全省消费者权益保护工作打下了坚实基础！

(金小武)

省消保委党支部荣获“先进基层党组织”荣誉

6月29日,省市场监督管理局对全局先进基层党组织、优秀共产党员、优秀党务工作者进行通报表彰。省消保委党支部被授予“先进基层党组织”荣誉称号,党支部孙初、陈妍妍同志被评为优秀共产党员。

近年来,省消保委党支部在省市场监督管理局党组的领导下,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,深入学习习近平考察安徽重要讲话精

神,深入开展党史学习教育,贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神,努力把消费维权制度优势和消保委职责优势转化为社会治理效能,持续推进消费环境改善,进一步激发消费潜力,切实履行法律职责,开展廉政建设和反腐败工作,全面落实党风廉政建设责任制,强化党风廉政建设主体责任,党建工作取得了丰硕成绩。

此次荣誉的获得,既是对成绩的肯定,更是对工作的鞭策。省消保委党支部将珍惜荣誉,戒骄戒躁,不忘初心,牢记使命,以更加饱满的热情投入到消费维权事业中,做优消费教育引导,深入开展社会监督,不断加强党的建设,以更好的成绩献礼党的百年华诞。

(金小武)



淮南市消保委组织党员赴小甸集接受红色教育

七一前夕,为响应习近平总书记关于党史学习的重要指示,淮南市消保委党支部组织党员赴安徽省第一面党旗纪念园——小甸集红色教育基地,实地接受红色革命教育,学习小甸集特支的前期历史故事及期间涌现的革命先烈的英勇事迹。

支部党员先后在纪念广场、特支纪念馆、革命烈士纪念塔、革命烈士事迹陈列馆认真学习党史及先烈事迹,重温入党誓词并拍照留念。同志们在特支纪念馆借助图文材料、声像资料、雕塑等认真学习特支成立的故事及先烈的英勇事迹,通过学习掌握了特支成立前后所发生的重大历史事件和一些革命先烈生平事迹。同志们在革命烈士纪念塔前长久肃立瞻仰,并重温入党誓词。同志们在革命烈士事迹陈列馆认真学习革命烈士事迹并瞻仰烈士照片。

小甸集特别支部成立于1923年冬,直属党中央领导,这是安徽省也是鄂豫皖三省边区建立的最早党组织,对各地的革命活动和党组织建设起到了



重要的引领作用,在安徽革命史上留下浓墨重彩的一笔。

通过参观学习,支部广大党员干部被烈士们无比坚贞的革命信仰所感染,内心受到极大的震撼,对总书记“学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行”有了更深的理解,在今后工作中知不足、找新路,立志向、定目标,立足本职踏上新征程。

(淮南市消保委)

未成年人游戏充值 游戏公司被合肥市消保委约谈

近日,合肥市罗先生向市消保委投诉,反映在其不知情的情况下,刚年满8周岁的孩子用他的手机下载安装了一款以奥特曼为主题的ARPG手游(动作角色扮演类),并通过购买大量游戏“钻石”用于道具和角色升级,共充值花费65000余元,现联系游戏公司退款但被拒绝。

合肥市消保委接到投诉后立即展开调查,通过12315指挥中心查询发现涉及该游戏类似投诉一年多时间内达200余件,按照《消协组织消费维权约谈经营者办法(试行)》相关规定,5月17日下午,市消保委联合市市场监管局12315指挥中心、属地市场监管局(所)共同约谈该游戏公司,合肥市消费者维权律师服务团团员、安徽巨铭律师事务所吴越律师参加约谈并发表法律意见。

约谈会上,市消保委、市市场监管局向游戏公司通报了消费投诉情况,并指出经营者应按照国家规定,游戏充值前需要进行实名认证,投诉涉及的游戏帐号是已通过成年人身份信息实名认证过的,



的,所以没有充值金额限制。接到投诉后,公司会根据游戏中玩家等级、操作习惯、游戏时间、充值时间和频次等数据分析判断是否为未成年人,由于游戏是用户通过软件商店平台下载,充值也是先支付给了软件平台,所以还要结合平台意见给出相应处理方案。

市消保委强调,现有的实名认证系统不够完善,未成年人可以通过其已成年亲友的身份信息进行注册登录,避开游戏对未成年人所做的相关设置。仅凭实名认证系统的结果不能排除游戏者实际上是未成年人的情形。要求游戏公司进一步优化投诉处理流程,合理判断未成年人游戏行为,引入人脸识别系统,保护未成年人身心健康。

吴越律师就上述典型案例内容,从游戏时间、充值频次和其它相关证据如何判断是未成年人游戏行为给出专业意见,并指出游戏用户协议中涉及未成年人权益部分条款存在问题建议整改。

合肥市消保委提醒广大家长,目前手机已广泛成为支付工具,要正确引导孩子使用手机,仔细甄别孩子下载安装的软件APP是否含有付费内容,不要轻易告诉孩子支付密码,谨慎设置免密支付或孩子的指纹、面容支付,注意关注各类支付通知短信和银行余额变动情况,发现异常应立即联系支付平台或银行反映,避免不必要的资金损失。

(合肥市消保委)



芜湖市在全省率先启动消费投诉远程视频调解试点工作

为深入开展党史学习教育,切实为群众办实事解难题,芜湖市市场监管局从人民利益出发,积极探索消费投诉远程视频调解试点工作,5月28日下午在前期准备工作就绪的基础上,在市市场监管局六楼会议室于全省率先启动了消费投诉远程视频调解试点工作并召开了相应推进培训会议,全市市场监管系统12315、消保委工作分管领导,12315工作机构、消保委负责人,各市场监管所所长,执法大队队长计130余人参加了会议。

会议由市市场监管局12315中心主任、消保委秘书长喻薇莉主持,市市场监管局副局长朱寿发参加会议并发言,朱寿发从政治、经济两个角度,阐明开展消费投诉远程视频调解工作的意义,他说:做好远程视频调解工作是开展学党史办实事的重要抓手;是融入长三角一体化发展的新平台;是消费环境建设水平再提高的新举措。他同时结合芜湖12315工作实际,对全系统开展此项工作作出了三个方面要求:一是要加强组织保障,确保远程视频调解工作切实开展;二是要加强指导交流,确保远程视频调解工作有序推进;三是加大宣传力度,扩大远程视频调解工作的社会影响力。

朱寿发强调,全系统上下一定要按照省局的试点工作部署,在芜湖市委、市政府的坚强领导下,切实将消费投诉远程视频工作抓出成效,抓出特色。会上,喻薇莉主任解读了《芜湖市消费投诉远程视频调解工作实施方案》,市局12315中心二级主任科员薛义明培训了芜湖市消费投诉远程视频调解试点工作的相关工作规范,移动芜湖分公司技术人员还就远程视频调解工作的技术操作编制了手册并现场演示。

为达到培训效果,芜湖市市场监管局12315中心在会前分别为全市各级市场监管部门开设了云视讯平台账号,让参会人员会议现场登陆平台与技术人员互动,使培训气氛达到高潮,增强了会议实效。

会后,芜湖市市场监管系统83个单位将在全市试点开展消费投诉远程视频调解工作。届时,为方便经营者、消费者进入云视讯平台参与消费投诉远程调解,芜湖市市场监管局将在门户网站首页登载电脑软件参会及手机APP参会操作手册,指引消费者参照使用。

(芜湖市消保委)

阜阳市召开持续提升消费者满意度调研座谈会

5月12日,阜阳市市场监督管理局、市消保委联合召开了阜阳市消费者满意度调研座谈会。市发展改革委、市商务局、市城管执法局、阜阳市技师学校、阜阳金亚太(阜阳)律师事务所、汽车行业协会、美容美发行业协会、建筑装饰协会、香港财富广场、商厦时代广场、格力电器及消费维权志愿者等约20余名代表应邀参加了会议。

会议由12315投诉举报处置中心主任齐刚主持。阜阳市消保委副秘书长张艳秋宣读中消协字[2021]8号《关于开展联动工作调研促进消费者满意度持续提升的通知》。座谈围绕本地消费供给、消费环境、消费维权等问题进行了深入的讨论和交流,参会代表针对房地产、汽车、预付卡、教育培训

等社会热点难点问题,就如何提升消费者满意度提出了意见和建议。

会议认为,为营造良好的消费环境,提升消费环境满意度,自2020年以来,阜阳市市场监管局、阜阳市消保委在全面加强市场监管执法、维护市场秩序、营造放心的消费环境方面做了大量工作,积极维护消费者合法权益,开展放心消费创建活动,但消费环境的建设是一个系统工程,涉及到消费供给、消费环境、消费维权等方方面面,仅靠市市场监管局和消保委的努力是远远不够的,需要各相关部门拿出切实措施齐抓共管,需要广大经营者文明诚信经营,也需要消费者切实履行监督权力,共同营造放心满意消费环境。

(阜阳市消保委)

滁州市开展“我为群众办实事消费体察 走进食品生产企业”活动

6月24日上午,滁州市市场监管局、市消保委召集30余名消费维权志愿者,开展“我为群众办实事 消费体察走进食品生产企业”活动,深入安徽银鹭食品有限公司零距离感受食品生产经营环节。皖东检测院、经开区消保委、定远县消保委派员参加活动。

消费体察团参观了企业生产车间、观看了公司宣传片,品鉴了公司的产品,了解了公司的发展历程及企业文化,对该企业先进的设备、高速自动化生产、机器人作业以及严格的质量管理系统、“诚信、拼搏、创新、责任”经营理念等给予肯定。通过互动,消费者对该企业安全生产、信息查询、品质管理、食品追溯、责任追究等方面有了深刻认识,增强了食品安全信心。

食品安全是民生之本。市场监管部门围绕“守护安全 畅通消费”、“尚俭崇信 守护阳光下的盘中

餐”、“扫黑除恶 行业清源”主题进行相关法律法规政策宣传,通过开展消费教育引导、加强商品服务监督等,保障大众对食品的知情权、安全权和监督权,努力营造人人关心食品安全良好氛围,让消费者买的放心、吃的安心,不仅有“舌尖上的美味”,更有“舌尖上的安全”。

此次消费体察活动是市场监督管理局、消保委落实我为群众办实事的重要举措。消费体察团一致表示该项活动非常有意义,并感谢“娘家人”为消费者做了一件大实事,大好事。同时,我们也呼吁讲诚信、重责任的经营者,树立“诚信带来口碑,开放带来效益”的理念,打开企业大门接受群众监督,共建放心满意消费环境,促进经济健康发展,向党和人民群众交上一份满意的答卷,以优异成绩庆祝中国共产党成立100周年。

(滁州市消保委)

亳州市消保委“三举措”推动诉前调解工作

一是加强部门联动。亳州市消保委与亳州市中级人民法院联合印发《亳州市消费者权益纠纷调解机制建设实施方案》,深入推进与司法深度融合,建立健全消费者权益纠纷多元化化解机制,保护消费者合法权益,不断提升人民群众的获得感、幸福感、安全感。

二是组建调解队伍。选取熟悉消费者权益保护政策和法律知识专职人员、退休人员、公益律师等成立调解员队伍。邀请法院金牌调解员在线教学,

加强调解员专业知识学习;组织调解员观摩法院庭审,增长法律知识,提高职业素养。

三是强化调解机制。建立消费纠纷“法院委派、消保委协调、调解员接单”的诉调对接工作模式,帮助当事人权衡诉讼利弊和风险,促成和解。在案件调解中,因案施策,线上利用电话、视频、音频,线下实地走访,线上线下齐发力,全面提升消费纠纷调解工作的质量和效率。

(亳州市消保委)

铜陵市消保委组织召开行业协会消费维权座谈会

为加强与行业协会之间的联系,更好地保护消费者的合法权益,进一步推进放心消费创建工作纵深开展,6月3日下午,铜陵市消保委以“共谋消费维权 共促放心消费”为主题,组织联系7家与消费维权密切相关的行业协会召开消费维权座谈会,并邀请市民管局相关负责人参加会议。座谈会由市场监管局副局长、市消保委副主任陆峰主持。

座谈会上,铜陵市消保委通报了各行业存在的共性问题:经营主体不够完善,签订合同时和消费者之间存在信息不对称,宣传上夸大服务功能和产品功效,广告上使用绝对化用语,保护消费者个人信息工作欠缺等。着重从个人信息保护和预付式消费这两个方面介绍了一些典型案例,并宣传了《反食品浪费法》和安徽省禁限塑新规,要求行业协会加强自律,通过行业协会的力量增强企业的社会责任感和诚信度,倡议通过树立典型带动整个行业参与到放心消费创建中来。

各行业协会分别介绍了本行业的整体情况,分享了行业协会在保护消费者权益方面的一些做法。

铜陵市保险行业协会作为该市放心消费创建示范行业,在保险销售过程中对业务员的销售行为严格监督,定期召开培训会议,开展会员单位之间的互查,随机对消费者进行回访,并作为第三方积极参与到消费者和保险公司之间的纠纷调解中,帮助双方达成和解。

铜陵市银行业协会注重依法合规操作和反诈骗培训,通过开展“星级网点创建工作”约束营业网点的服务行为,保障消费者的各项合法权益,通过开展“金融知识万里行”活动,集中宣传金融知识,今年将以老年人为重点服务对象,到社区、农贸市场、老年大学及枞阳县向老年人开展金融知识宣传。

铜陵市快递行业协会自上而下采取“以罚代管”的消费投诉处理模式,快递包裹发生丢失、短少、延误等现象时,都由快递公司现行理赔,再行处理。

铜陵市建筑装饰协会就消费者投诉较集中的问题,加强行业自律,协会在向为消费者提供更专



业、更有针对性的服务方向上努力,也积极配合相关行政部门在调解消费者投诉的道路上探索。

铜陵市家庭服务业协会从源头处掌握了解会员单位的家政从业人员的各项情况,保证从业人员的健康、品德达标,目前协会中已经成立了纠纷调解委员会,调解消费者和家政公司及从业人员之间的纠纷。

铜陵市汽车维修行业协会配合相关主管部门进行资质审查,避免不符合资质要求的企业进入,考核会员单位的投诉量,加强服务规范培训,向“透明修车”的大发展趋势努力。

铜陵市餐饮商会在保护消费者合法权益上成立了专门的领导小组,建立了餐饮卫生和放心消费方面的长效机制。

铜陵市民管局相关负责人杨科长对此次座谈会予以充分肯定,她认为行业协会有自己独特的专业特点,通过加强行业自律和协会之间的联系,可以为维护消费者合法权益搭建更好的服务平台,提供更准确的信息。

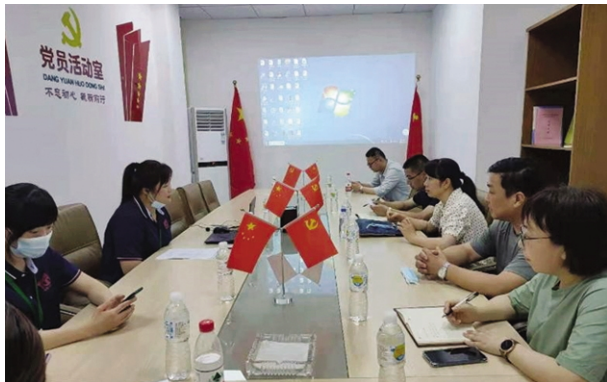
陆峰副局长对各行业的自身建设和消费维权工作予以了充分肯定,他要求各行业协会:加强法律法规学习,引导行业内的企业合法合规经营;完善机制,形成合力,建立起和国家维权机制相匹配的维权通道和工作机制,积极同消保委联系,共同开展好消费维权工作;发挥行业自律作用,推动落实经营者的第一主体责任;加强热点、难点问题研究,适应消费维权发展的新趋势。

(铜陵市消保委)

六安市开展“我为群众办实事”深入企业开展走访帮扶活动

为落实经营者消费维权主体责任,推进消费维权社会协同共治,更好地保护消费者合法权益,7月13日,市消保委秘书处与市12315投诉举报处置指挥中心一行先后走访六安百大金商都购物中心、海心沙广场、万达广场、六安移动等在线消费纠纷解决(Online Dispute Resolution,以下简称"ODR")企业。

在实地走访中,通过开展现场帮扶指导、信息交流等,鼓励企业利用好ODR绿色通道,积极引导消费者直接通过ODR绿色通道,快速解决消费纠纷,促进纠纷和解在源头。同时,引导企业树立诚信守法经营意识,加强对员工有关消费维权法律法规的培训,不断提高商品质量和服务水平,减少消费纠纷发生;积极发挥良好企业示范引领作用,落实线下实体店"无理由退货"、放心消费承诺、先行赔付等制度,让消费者购的放心、开心,用得舒心、顺心。



ODR企业分别介绍了目前开展消费者权益保护工作情况,表示下一步会继续发挥好ODR绿色通道作用,进一步优化服务举措,把安全、便利、实惠带给消费者。

市市场监管局12315指挥中心、市消保委秘书处,金安区市场监管局有关负责同志参加走访活动。

(六安市消保委)

宣城、湖州两市消保委联合开展投诉举报工作交流活动

为推进长三角维权一体化建设,强化消费者权益保护,7月5日至6日,湖州市市场监管局党委委员、副局长、市消保委常务副主任顾吉生带队一行8人到宣城市开展投诉举报工作考察交流活动。

考察组一行通过座谈交流和实地查看的方式



深入了解宣城市投诉举报工作情况。座谈会上,宣城市市场监管局交流了该市投诉举报情况以及在处理过程中遇到的痛点难点问题,基层维权工作人员就市场监管部门职责、理清投诉举报分类、诉转案问题等进行深入探讨。考察组一行实地查看宣城市放心消费示范单位,就放心消费创建进街区(景区)工作开展实地调研。

下一步,市宣城市市场监管局将进一步加大消费者权益保护力度,积极推进消费维权长三角一体化协作机制,探索消费纠纷处理、消费教育引导、消费维权协同发展等方面新举措,切实维护消费者合法权益,打造放心健康的消费环境。

(宣城市消保委)

马鞍山市消保委参加居民用管道天然气销售价格听证会

7月8日上午,马鞍山市博望区、郑蒲港新区居民用管道天然气销售价格听证会在南湖宾馆举办,市消保委应邀参会并发言。

听证会上,市发改委陈述了《博望区、郑蒲港新区居民用管道天然气销售价格拟调整方案》,会计事务所人员报告了《两区燃气公司2019-2020年管道燃气配气定价成本监审报告》。此次两区的居民用管道天然气价格调整是由于两区的供气方式及气源成本等发生变化,根据国家、省天然气价格管理规定进行调整。听证会的内容还有在两区建立居民生活用气阶梯价格制度。

在听证参加人对两个定价方案进行讨论和表

决环节,市消保委围绕听证内容的必要性、可行性、维护消费者合法权益和保持城市供气事业健康发展之间的平衡关系等方面阐述了观点和建议。认为两区民用气价下调并举办价格听证既维护了消费者的公平交易权和知情权,也是增强群众获得感的切实之举。实行气价浮动和阶梯气价,不仅有利于促进供气企业良性发展,也有利于增强居民节约用气意识,促进天然气资源节约、合理利用。同时对方案中明确城乡低保户、农村五保户等困难群众优惠政策给予了充分肯定。建议有关部门建立气价调整常态化工作机制,加大政策宣传、积极回应社会关切,力争将好事办好。(马鞍山市消保委)

芜湖召开消费者投诉排名靠前企业行政约谈会

为庆祝伟大的中国共产党成立100周年,指导、督促经营者在党的领导下,诚实守信、合法经营。7月1日下午,芜湖市市场监管局、市消保委在市市场监管局组织召开了2020年度以来消费者投诉排名靠前企业行政约谈会,市12315中心、市消保委秘书处全体成员,被约谈企业所在辖区市场监管局相关负责人、12315机构负责人、所辖市场监管所负责人,以及10家被约谈企业代表计30余人参加了会议。

会议由市市场监管局12315中心主任、消保委秘书长喻薇莉主持,市局分管局长、消保委副主任朱寿发出席并讲话。朱寿发副局长与到会同志分享了长三角地区消费维权工作鲜活的典型经验,客观地分析了芜湖目前在消费维权工作中存在的差距,并对下一步营造安全放心消费环境提出了殷切希望。喻薇莉主任为增强被约谈企业对消费维权工作重要性的认识,在会上解读了2021年消费维权年主题宣传提纲,并联系芜湖消费维权工作的实际,对被约谈企业如何做好消费维权工作提出了具体意见。市消保委副秘书长肖伟在认真梳理被约谈企业2020年以来消费投诉存在的共性与个性问题的基础上,向会议详细地通报了每户被约谈企业存在的主要问题。市局12315中心二级主任科员薛义明



运用今年以来发生在被约谈企业的7个消费投诉典型案例,对被约谈企业进行了深入浅出、别开生面的消费者权益保护工作行政指导。

约谈会上,被约谈企业代表也分别作了表态发言,表示将高度重视约谈中指出的问题,结合市场监管部门及消保委提出的消费维权指导意见,尽快制定切实可行的整改方案,以进一步强化内部管控,提高产品质量与服务水平,最大限度地保护消费者合法权益。

会后,市市场监管局、消保委还将整理打包的每户被约谈企业2020年度以来消费投诉的全部信息,通过电子邮件发送给被约谈企业,以期让企业通过对自身消费投诉情况的全面了解,有针对性地采取措施加以整改,从而取得约谈成效。

(芜湖市消保委)

修车修成“事故车” 律师专家解疑问

【案情简介】

消费者朱先生 2021 年 6 月 11 日驾车因避险擦上马路牙子,导致右侧前后轮胎割破、右侧下边梁挤压变形,将车辆送到购车时的 4S 店维修。消费者明确表示定损本人要到现场,结果 4S 店在消费者没有到现场确认的情况下就直接定损了,保险公司也未将定损详情通知消费者;消费者等待 3 天没有收到 4S 的消息,主动询问后才被告知车辆已经在做漆了,消费者表示自始至终都没见过维修清单和维修方案怎么直接就到最后一步工序了,6 月 16 日下午消费者收到维修工单电脑截图和车辆维修现场照片,照片显示右侧两车门拆下、右侧车体下方沿着 abc 柱连接的下边梁整个直接切割掉并焊接上了新的下边梁。看到照片中的车辆,消费者表示进行了这么大的维修,4S 店无论是口头还是维修清单中一直都没有提到切割两个字,而下边梁属于汽车结构件,经过切割维修后自己的车修成了“重大事故车”,导致车辆价值贬损,属于过度维修,并且维修过程中没有提前告知,侵犯了消费者的知情权和选择权,要求 4S 店赔偿。4S 店表示消费者当时的维修诉求就是换新,现在已经达到换新的目的,只是采用的切割后再换新的方式,并无不妥,双方沟通不畅,分歧较大。

【处理过程及结果】

合肥市消保委接到消费者投诉后,组织双方进行现场调解,考虑到汽车维修专业性强,特邀请了市消保委专家委员会汽车专家黄智勇老师,市消费者维权律师服务团团员、安徽润天律师事务所郭苗苗律师参与调解,根据当时保险公司拍的现场照片,黄智勇老师指出下边梁因事故已经被挤压变形厉害,变得非常细,如果采用钣金工艺,很容易受力后断裂,只能采用切割的方式,才能修复,结合维修费用来看,在合理范围内,不属于过度维修。黄智勇老师同时指出,作为普通消费者对汽车维修方面了解的知识有限,消费者说的换新,可能就是整体的换个零件,4S 店有义务将维修方案详细的告知消费



者,对于可能存在理解偏差的地方要予以解释说明,维修过程中要规范和完善相关流程。

郭苗苗律师对案件进行了分析,消费者的知情权,是指消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。根据《消费者权益保护法》的规定,“消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务,或者服务的内容、规格、费用等有关情况。”在维修过程中,经营者并没有尽到告知维修内容的义务,对于进行切割维修的方式也没有告知,如果告知了要切割,消费者有可能选择其它维修途径或方法 4S 店的做法限制了消费者有其他选择的可能,侵犯了消费者的知情权和选择权。消保委要求被投诉 4S 店本着以消费者为中心的态度,认真听取律师及专家的专业意见,努力将解决方案向消费者可以接受的方向靠近,化解矛盾纠纷。

【案例评析】

该起投诉案件,合肥市消保委借助专家委员会和律师团的力量,帮助厘清投诉案件事实问题和法律问题,在不鉴定的情况下,借用行业专家的力量搞清楚事实,节省了鉴定成本,同时发挥律师团的作用,法律分析清楚、明确,提高了调解的专业性和权威性,减轻了消费者维权成本,这一借助社会力量解决投诉的方式,值得各地消保委借鉴。

(合肥市消保委)

“直播带货”不发货 调查调解化纠纷

【案情简介】

2021年7月17日,消费者王女士在某商场“直播带货”间抢购了两床秒杀价牛皮席,可谓欣喜之极!可当王女士到店提货时,却被告知无法供货,遂进行投诉。六安市消保委在接到双方的调解申请后,立即展开调查,并组织双方进行面对面沟通。

经了解,原来王女士在浏览该商场会员直播间时,看中一款3999元的品牌牛皮席,直播间结算页面标价只要198元,遂立即订购了两床牛皮席。商家在王女士成功下单付款后,通过微信等途径立即告知王女士该款产品价格标错,并要求其申请退款。王女士拒绝了商家要求其申请退款的请求,坚持要求按照订单的内容去商场提货。

【处理过程及结果】

市消保委通过回放当日直播间视频,发现商家对该款品牌牛皮席的价格、规格等信息宣传介绍为:1.8米规格牛皮席价格为1.58万元,当日直播优惠价为3999元。全程并未宣传该商品价格为198元,消费者对此也予以认可。同时,商家表示在发现订单结算页面的牛皮席标错价格后,立即重新更正价格为3999元,并与消费者进行协商处理此事。

《民法典》第四百九十一条:当事人一方通过互

联网等信息网络发布的商品或者服务信息符合要约条件的,对方选择该商品或者服务并提交订单成功时合同成立,但是当事人另有约定的除外。民法典第一百四十七条:基于重大误解实施的民事法律行为,行为人有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。本案中,商场在直播全程并未宣传该款牛皮席价格为198元,但在订单结算页面价格标为198元,主观上存在一定的过失。结合调查的基本事实、该商品市场价格、事件发生的前因后果,市消保委积极引导纠纷双方和解,经过调解,消费者取消1笔订单,商家退款198元;另一笔订单消费者以实际付款额198元去商场领取一床牛皮席。

【案例评析】

本案中,经营者基于“直播带货”形式售卖商品,经营者在直播间未进行商品价格方面的虚假宣传承诺,以此来吸引、误导消费者与之交易。当经营者发现结算页面价格标注错误,立即采取相关补救措施,防止不利后果扩大,但经营者仍存在一定的过失。作为网络交易经营者,理应秉承谨慎、诚信的经营理念,需对其发布的商品要约的所有信息内容进行详细审查,共同维护一个良好的网络交易环境。

(六安市消保委)



健身卡退费维权案

【案情简介】

2021年6月2日,谢家集区市场监管局接到消费者郑先生的投诉,称其在谢家集区某健身房办理了一张健身卡,后因搬家到田家庵区,希望可以退卡。健身房相关负责人称不能退卡只能转卡,但是转卡要收取400元转卡费。郑先生认为转卡费过高且不合理,双方沟通未果,郑先生投诉至谢区市场监督管理局。

【处理过程及结果】

接到投诉后,花溪市场所执法人员立即联系当事双方了解情况,经查:消费者卡内剩余1000元,由于消费者个人原因提出全额退卡。健身房负责人称消费者办卡签订协议时,就告知消费者不能退卡,只能帮助消费者转卡,且收取400元转卡费,所以只能退600元给消费者。经过调解,健身房负责人同意退卡,且退给消费者800元,消费者也表示同意。执法人员要求经营者在与消费者签订办卡协议时,要规范双方的权利与义务,协议内容不得有霸王条款。

【案例评析】

本案的争议焦点有两处,一是消费者因个人搬家提出全额退卡的理由是否合理,二是协议中是否存在不予退卡的约束是否规范。消费者因为搬家而提出全额退款,属于单方面违约,而经营者在协议中体现不予退卡,属于霸王条例的一种。在此基础上,当事双方在执法人员的调解下自愿各退一步,达成调解协议。

本案中收不收取“转卡费”的关键,在于合同中是否有具体体现。对于合同约定有无法律效力,在于是否告知进行明确解释,如果有合同约定双方就此达成协议,则具有一定的法律效力,若存在收费过高的情况,就会出现些许争议,比如办卡本身很便宜,转卡费用很高,而转卡成本又很低,则应认定为不合理,转卡金额应该在公平的基础上协商一致。合同约定转卡费过高,即加重了消费者责任,该条款可被确认无效。未有书面协议的消费者,根据合同相对性的原则,也同样适用。

(淮南市消保委)

一波三折的退货之路

2020年12月,黄女士因奶奶生病,在网上买了一个价值3800元功能床,货到后,奶奶病情好转,不需要用功能床,黄女士按照七天无理由退货的规定,在期限内将功能床退回商家,商家同意退货。黄女士在某物流公司寄件时,对功能床进行了保价,多支付了几十元钱。在退回商品运输到湖北时,停留了两个多月的时间,物流公司的理由是疫情原因,并拒绝赔偿,商家要求黄女士赔偿损失,黄女士认为她按照相关规定,在期限内将商品完好无损的寄出,责任不在她。三方意见不一,黄女士投诉到宁国市消保委,希望能帮其解决纠纷。

宁国市消保委南山分会工作人员在接到投诉后,立即进行调查,黄女士所述属实,2020年底我国疫情已经很大缓和,各物流公司都能正常运转,疫情不能成为商品不送达的理由,且商品还有部分损坏。作为承运方的物流公司如将货物错运到货地点或接货人,应无偿运至合同规定的到货地点或接货人。如果货物逾期达到,承运方应偿付逾期交货的

违约金。经调解,该物流公司直接赔偿商家600元,商家表示同意,不再要求黄女士承担责任。

该案例的三方责任十分明确,根据法律规定托运人的主要权利包括:要求承运人按合同约定的时间安全运输到约定的地点,在承运人将货物交付收货人前,黄女士作为消费者,在规定期限内寄回商品时,商家不应当要求黄女士承担经济损失。保价费是一种加收费用的邮递业务,用于寄递较贵重物品、有价证券、包裹等,如有遗失或损坏,快递公司按保价金额负责赔偿。根据《邮政法》规定:邮政企业对给据邮件的损失依照下列规定赔偿:保价的给据邮件丢失或者全部损毁的,按照保价额赔偿;部分损毁或者内件短少的,按照保价额与邮件全部价值的比例对邮件的实际损失予以赔偿。本案中黄女士已对商品购买了保价服务,因此商品受部分损坏,物流公司应当赔偿。

(宁国市消保委)

律师专家齐上阵 化解家具纠纷案

消费者秦先生于2020年12月13日经朋友介绍实地参观了某品牌木门厂，出于对品牌厂家的信任，2021年1月5日给当时带领参观的王经理转账了订金9800元，6日签订了订购合同，订制家具三件（两个卧室衣柜，一个储藏室柜），合同里详细约定了柜体柜门使用材料品牌、材质、油漆工艺等内容，明确2月5日之前上门安装完毕。但是直到5月11号才安装，期间以各种理由推迟安装，导致延误三个月时间，安装后，消费者对柜子使用的材料、品牌均提出质疑，多次要求王经理提供产品质保卡和柜体、柜门油漆等材料组成说明，对方无法提供相关材料来源证明，消费者认为经营者没有按合同约定履行，以次充好，延期交货，要求退货退款，经营者表示是从其它工厂代工的，不同意消费者的诉求，双方产生争议，消费者向合肥市消保委投诉。

合肥市消保委接到投诉后，为了解具体情况，2021年6月9日下午，委派合肥市家装消费维权工作站的王水宝站长亲临现场察看，2021年7月1日下午，组织争议双方进行面对面现场调解，并邀请王水宝站长和侯磊磊律师参加调解。

调解中，王水宝从专业角度，询问了商家制作工艺，商家表示用的是约定品牌的板材，贴了一层其它颜色的木皮，王水宝指出商家的回复中存在的问题，合同上约定的是某品牌免漆板，而免漆板是无法再进行深加工的，最多只能做封边，若如商家所说采用了贴皮工艺，那么材质必然不是免漆板。同时，结合现场查看情况，发现柜体并非北美樱桃木原木烤漆、柜门材料不是杉木芯、油漆工艺等都



没有按照合同约定履行。

合肥市消费者维权律师服务团团员、安徽唯才律师事务所侯磊磊律师对案件进行了分析，商家对于柜体及柜门所使用的材质、品牌以及油漆的品牌等无法提供货源证明，而通过专家现场查看确实存在多数部分不符合约定，那么经营者无疑是构成了根本性违约，鉴于案涉购销合同的建立，需要双方相互信任、配合和协调，若消费者选择解除合同，根据《民法典》第五百六十六条的规定，消费者可以根据合同履行情况以及合同性质，请求经营者恢复原状（即拆除衣柜并搬离）或采取其他补救措施，并有权请求赔偿损失。

经过一下午的现场调解，最终争议双方达成一致，消费者同意保留储藏室柜子（作价5000元），经营者退还消费者4800元货款，按照约定时间上门拆除两个衣柜，拆除时需做好房屋设施保护并支付1000元的“拆除保证金”，待衣柜拆除后消费者确认对房屋设施无较大损坏后两日内退还商家，投诉双方签署调解协议达成和解。

（合肥市消保委）

2021 年安徽特色伴手礼开始征集

根据省委省政府促进消费扩容提质、全面拓展消费需求有关精神，顺应消费提质转型升级新趋势，激发消费增长新动能，为购安徽、卖全球提供专业信息，助力打响“安徽品牌”，安徽消保委拟开展“2021 年安徽特色伴手礼”评测活动。在此基础上同步开展“安徽特色伴手礼团体标准”制定和“长三角特色伴手礼评测”推荐工作。

现向社会公开征集参加评测的伴手礼产品，欢迎广大符合条件的企业积极申报。

申报条件

- 1、出品方为本省注册企业，生产经营在 5 年以上；
- 2、申报产品具有安徽地域特色，能够体现安徽文化；
- 3、在企业文化、智能、时尚感、科技含量等方面有明显优势，消费者认可度高；
- 4、出品方需保证申报产品不侵犯他人知识产权；
- 5、近 3 年无质量抽检不合格和不良事件发生；
- 6、出品方有较为完善的消费者权益保护机制和客户服务体系；
- 7、产品为线下实体店 7 日无理由退货承诺产品。

“2019 年安徽特色(名牌)伴手礼名录”中的产品不参加此次测评，所属企业可推荐其他产品参加。

申报材料

- 1、填写《2021 年安徽特色伴手礼评测申报表》(下载)；
- 2、营业执照复印件、商标注册证复印件；有知识产权需提交权属证书复印件；非遗、老字号、地理标志产品应报送相关证明材料；相关获奖证书复印件(复印件均应加盖企业公章)；
- 3、申报产品实物照片、短视频及产品说明；
- 4、产品或服务出品方科技、文化、品质等方面情况介绍。

申报截止日期至 8 月 20 日

按照自愿、公开、公平、公正的原则，由企业自主申报。相关材料报送至企业所在地市级消费者权益保护委员会秘书处。(活动不向企业收取任何费用)

详情可咨询：安徽省消费者权益保护委员会秘书处

联系电话：0551-64675115

邮箱：ahxbw5193@126.com

“永远跟党走”安徽省市场监督管理局 庆祝中国共产党成立 100 周年群众歌咏大会剪影

奋斗百年路,启航新征程。6月28日,由省消保委秘书处、省质标院承办的“永远跟党走”安徽省市场监督管理局庆祝中国共产党成立100周年群众歌咏大会在省局科技楼三楼举行,省市场监管局机关、省药监局机关、各直属单位参演了13个精彩节目,省局党员干部共聚一堂,用歌声赞美中国共产党百年辉煌。

由省消保委秘书处、省质标院共同演出的《游击队之歌》,参演队员精神抖擞、表演凝重专注、声音洪亮高亢、动作整齐划一,获得现场同志们的热烈掌声,演出后获得省局主要领导表扬。(韩峻 摄)



领导与演职人员合影留念



▲歌舞《春天的故事》把全场观众带回改革开放前期以经济建设为中心、向美好生活前行的奋斗岁月。



▲沐浴改革开放的春风,神州大地无限美好,《我们的生活充满阳光》。



▲情景剧《在希望的田野上》再现小岗村18个红手印的动人故事。



▲一曲动人《红梅赞》,一片丹心向阳开,革命人向死而生的大无畏精神感动了在场的每一位观众。



▲歌舞《革命人永远是年轻》展现军民齐心、斗争昂扬的革命主义精神。

守护安全 畅通消费

2021年消费维权年主题

