



安徽消费者

2

第2期 总第110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

2024.6.30

本期关注：消法护航30年



安徽省消费者权益保护委员会

2024.2

省消保委党支部专题部署党纪学习教育工作



4月17日,省消保委党支部书记周玉战主持召开全体党员(扩大)会议,传达省局党组扩大会议暨党建工作领导小组会议精神,部署省消保委党支部

党纪学习教育工作。会议强调,全体党员要深刻认识开展党纪学习教育的重大意义,进一步深化对加强党的纪律建设重要性的认识;要按照支部党纪学习教育实施方案和工作计划高标准推进,努力营造学纪知纪明纪守纪的浓厚氛围;要以党建为引领,全面落实相关学习教育任务,提升党纪学习教育的广度、深度,切实把纪律要求内化为自觉行动,促进消保委各项业务工作更好开展。

(文/金小武 图/韩峻)

省消保委党支部开展党纪学习教育专题党课

6月3日,省消保委党支部召开全体党员(扩大)会议,党支部书记周玉战主持会议并为秘书处全体人员上党纪学习教育专题党课。他指出,开展党纪学习教育是当前一项政治任务,秘书处全体要按照既定的学习教育实施方案抓实抓细抓出成效,一要在思想认识上再提高,充分认识开展党纪学习教育的重要意义;二要在学习开展上再深入,紧扣党纪学习教育的目标任务和具体实施方案,带着问题、结合工作实际深入开展学习,做到知纪、明纪、遵纪;三要在组织推动上再加力,要注重方式方法,细化保障举措,加强日常监督,确保工作质效,让党纪学



习教育成效体现在高质量的消费者权益保护工作成效上。

(文/冯微微 图/韩峻)

更好维护消费者合法权益 更好推动消费市场繁荣发展

柴米油盐维系万家安宁,衣食住行关乎百业繁荣,保护消费者权益就是呵护民生福祉、保护经济活力、维护公平正义,对推动高质量发展和保障高品质生活,意义非常重要。党中央、国务院一直高度重视加强消费者权益保护,习近平总书记多次作出重要论述,强调“使居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费”,要求“优化消费环境”。今年的《政府工作报告》提出“实施‘放心消费行动’,加强消费者权益保护”,并列入了国务院今年的重点工作。《消费者权益保护法实施条例》(以下简称《条例》)的出台正逢其时,为新征程上推进消费环境建设强化了法治保障。

保护消费者权益是全社会共同的责任,需要立法、执法、司法多环节同向发力,需要政府、市场、社会多方面协同共治,这就需要有一个公平、透明、可预期的法律体系,为各方提供行动指引、平衡权利义务、促进多赢共赢。《消费者权益保护法》就是其中的基本法,1994年实施以来,深刻影响了市场经济和社会生活的方方面面,可以说是一部家喻户晓的法律。2013年第二次修订以来,随着我国新型消费的蓬勃发展,一些新的问题也不可避免地相伴而生,同时传统消费也有一些老大难问题还没有得到根本解决。为了增强消法的可操作性,有效回应社会关切,市场监管总局配合司法部起草出台了《条例》。《条例》的起草过程也是一个普及消费理念、凝聚消保共识的过程,带动了金融、电商、直播、物业、维修、快递、网约车等不少领域消保立法的完善。作为消法的第一部配套行政法规,《条例》起到了承上启下、辐射带动作用,在我国消费者权益保护事业发展历程上具有重要里程碑意义。

《条例》坚持问题导向、系统观念,重点在细化经营者义务、强化国家保护、完善争议解决等方面作出了一系列的规定。一是以人为本。全面加大了对消费者安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、安宁权、个人信息等保护力度,既是权利保障,也是行动指南。二是统领各方。作为基础性的、综合性的一般法,各领域的经营行为都要遵循其规定;作为倾斜保护消费者的特殊法,各行业的规章制度都要符合其精神。三是与时俱进。对预付式消费、直播带货、“一老一小”、“霸王条款”、“刷单炒信”、“大数据杀熟”、自动续费、强制搭售等新领域新问题,作出了专门的规定。四是关口前移。完善消费纠纷先行和解、行政调解、多元化解等机制,把更多纠纷化解在源头、消灭在萌芽状态。五是社会共治。强化社会监督和信用约束,更好发挥消费者以及消协组织的作用,同时明确反对滥用权利、恶意维权。《条例》的消费环境建设永无止境,消费者权益保护永远在路上。今年是消法实施30周年,《条例》也将于7月1日起正式生效,其出台将更好支持消费者依法维权,更好指引经营者依法经营,更好推动消费市场繁荣发展。

(摘自2024年4月9日国新办举行的国务院政策例行吹风会上市场监管总局副局长柳军的相关介绍,有删节,标题系编者所加)



安徽消费者 2
第2期 总第110期 2024.6.30

本期关注：消法护航30年



安徽省消费者权益保护委员会
2024.2

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秘书处

编委会名单

主 任 沈卫国
副 主 任 韩永生
编 委 周玉战 李 明 张路明 胡 茵 周 鹏
孙 初 丁 云 孙学明 肖玉娜 余 兵
丁 成 张艳秋 黄华纯 梁 岩 朱 伟
张巍巍 喻薇莉 凤元华 许建静 王晓震
胡文胜 金 炜

主 编 周玉战
编 审 张路明
编 辑 陈妍妍
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

投稿邮箱:ahxfz2018@163.com

印刷单位:合肥文善传媒印务有限公司

印刷日期:2024 年 6 月 30 日

印刷数量:400 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。

目 录

Contents

》卷首语

P1 更好维护消费者合法权益 更好推动消费市场
繁荣发展

》消法护航 30 年

P4 消保条例出台对更好保护消费者合法权益具有重要意义
/ 中国消费者协会

P9 安徽以“六尺巷工作法”“作退一步想工作法”等方法
化解消费纠纷 / 央广网

P12 当好消费者的贴心人、娘家人 / 省消保委

P15 不断加强消费者权益司法保护 / 省高院

P17 为营造安全放心的消费环境提供坚强司法保障
/ 省检察院

P19 创优消费环境 激发消费活力 / 省市场监管局

P22 多措并举 高效履职
推动消费者权益保护工作走深走实 / 合肥市消保委

P24 营造“优质、放心”的市场消费环境持续发力
/ 蚌埠市消保委

P25 让消费者维权更有信心 / 淮南市消保委

P26 聚力打造新时代“枫桥经验”滁州样板 / 滁州市消保委

P29 强平台 树品牌

不断提高消保委组织履职能力和水平

/ 六安市消保委

P31 规范行业自律 创新服务模式

推动电子电器行业的持续健康发展

/ 省电子电器服务业协会

》 投诉分析

P32 安徽省消费者权益保护委员会

2024 年上半年投诉分析 / 投诉部

》 经验交流

P36 内抓规范 外强协作

安徽省消保委不断推进消费民事公益诉讼

/ 周玉战

P38 预制菜产业健康发展与消费者权益保护 / 周玉战

》 舆情分析

P41 2024 年“618”消费维权舆情分析报告

/ 中国消费者协会

》 维权动态

P45 地板合同约定不明起纷争 律师协助调解化争端

/ 合肥市消保委

P45 六安市消保委

参加建立健全天然气上下游价格联动机制听证会

P46 蚌埠市消保委成功调处一起预付式消费纠纷

/ 丁 成

P46 池州市消保委开展消费维权工作调研

P47 滁州、六安联手远程调解 打造异地维权好“枫”景

/ 刘日华

P47 宣城市消保委成功调解一起“汽车保养”消费纠纷

P48 芜湖市市场监管局、消保委 开展“春风话语促整改”消费维权指导会

P48 潜山市召开黄金饰品经营主体集体约谈会

》 封 面

中央广播电视总台经济之声《天天 315》栏目来皖
调研,与参加座谈会同志合影

3月15日,李强总理签署国务院令,公布《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》,于2024年7月1日正式施行,这是《中华人民共和国消费者权益保护法》施行30年来首次出台的配套行政法规,在我国消保事业发展史上具有重要里程碑意义。消保条例对当前消费领域的热点难点问题作出了进一步细化规定,为正确处理保护消费者合法权益和支持经营者依法经营的关系,奠定了坚实的法治基础。

消保条例出台对更好保护消费者合法权益具有重要意义

消费者权益保护事关人民群众的衣食住行和切身利益。党中央、国务院高度重视消费者权益保护工作。消法施行以来,对于规范经营者的经营活动、保护消费者合法权益发挥了重要作用。随着近年来我国经济社会快速发展,尤其是平台经济等新业态、新模式不断发展,消费者权益保护工作出现一些新情况、新问题。在传统消费领域,虚假宣传、不公平格式条款、预付式消费侵权等问题突出。在平台经济领域,经营者滥用技术手段、平台规则、优势地位等侵害消费者权益情形多发,“价格歧视”“大数据杀熟”、虚假营销,尤其是网络直播带货中“以假充真”“以次充好”、过度收集消费者个人信息等问题引发广泛关注。聚焦突出问题,《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》(以下简称消保条例)的颁布实施,进一步完善了我国消费者权益保护法律制度体系,加大了对消费者合法权益的保

护力度。

一、消保条例具有鲜明的特点

消保条例继承和发展了消法“以人民为中心”的立法理念,就消费者权利作出了进一步细化表述,就经营者义务作出了可操作性规定,坚持了消法对消费者这一市场相对弱势方进行倾斜保护的基本原则。从总体上看,消保条例有如下鲜明特点:

一是既保护消费者合法权益又支持经营者合法经营。消保条例开宗明义,提出了消保工作的核心理念,强调消费者权益保护工作坚持中国共产党的领导,坚持以人民为中心,遵循合法、公平、高效的原则。消费者权益保护政治性很强,工作做得好不好人民群众最有发言权,老百姓日常生活感受最深。消保条例坚持人民立场,作出上述“两个坚持一个遵循”规定,就是要将消费者权益保护工作作为党和政府的利民惠民政策,对消费者合法权益予以

有力保障,公平保护消费者、经营者的正当利益,把消费者权益保护各项工作办好、办快,让老百姓“消费环境优获得感强愿消费”,增强消费对经济发展的基础性作用。

二是既与消法有效衔接又与时俱进。根据消法规定,国家倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式,反对浪费;条例最新明确,国家倡导文



明、健康、绿色的消费理念和消费方式,反对奢侈浪费。消保条例将绿色消费理念贯穿其中,并与时俱进地发出了反对奢侈浪费的号召。消保条例没有止步于消法对消费者九项权利、经营者相关义务的原则表述,对当前消费者权益保护的热点难点问题进行了有力回应,有的补充完善了电子商务法、个人信息保护法等相关法律规定,有的填补了预付式消费等相关法律制度的空白。

三是既注重对人民群众消费权益的普遍保护又体现对弱势消费群体的特别保护。消保条例强调,建立和完善经营者守法、行业自律、消费者参与、政府监管和社会监督相结合的消费者权益保护共治治理体系,对于经营者的消保义务在消法的基础上提出了更加细化的要求,有利于对消费者权益的普遍保护。同时,消保条例明确,经营者不得通过虚假或者引人误解的宣传,虚构或者夸大商品或者服务的治理、保健、养生等功效,诱导老年人等消费者购买明显不符合其实际需求的商品或者服务;经营者提供网络游戏服务,应当符合国家有关规定和标准,保护未成年人身心健康。这些规定强化了经营者关于老年人、未成年人消费者保护的义务,体现了国家对弱势消费群体的特别保护。

四是既注重社会共治治理又强调各有侧重。消保条例将消法规定“保护消费者的合法权益是全社会的共同责任”作出进一步细化,明确要建立和完

善经营者守法、行业自律、消费者参与、政府监管和社会监督相结合的消费者权益保护共治治理体系。具体到消费知识和消费信息的宣传,消保条例对各方要求各有侧重:有关行政部门加强消费知识的宣传普及以及对经营者的普法宣传,消费者协会应当加强消费普法宣传和消费引导,大众传播媒介加强消费者维权相关知识的宣传普及。对于经营者,消保条例除了作出“应当采用通俗易懂的方式,真实、全面地向消费者提供商品或者服务相关信息”的规定外,还作出若干具体的禁止性规定,如“不得在消费者不知情的情况下,对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准”(不得“大数据杀熟”)等。

二、消保条例将在优化消费环境、激发消费活力等方面提供更多保障

消保条例规定,国家统筹推进消费环境建设,营造安全放心的消费环境,增强消费对经济发展的基础性作用。消费环境好不好,老百姓最有评价权。消保条例将消费环境建设的重要性与发挥消费对经济发展的基础性作用有机融合起来。加强消费者权益保护是消费环境建设的关键所在,消费者只有在安全放心消费环境中,才可能增强消费意愿,激发消费活力,充分发挥消费对经济增长的内生动力作用。那种认为保护消费者权益不利于营商环境,甚至影响地方经济发展等的论调是片面的、不正确的。

中消协连续七年开展的百城消费者满意度测评结果表明,凡是重视消费者保护的地方,人民群众消费获得感越强,百姓消费越有活力,经济发展越有持久动力。作为消法的配套法规,消保条例很多具体条款顺应了近年来经济社会发展的新趋势,顺应了消费场景、消费方式、侵权问题、维权需求等的新变化,在强化消费安全、治理维权难点等方面作出了更细化、可操作性更强的规定,有助于优化消费者权益保护的效果,有助于优化消费环境,也有助于激发消费活力。



三、消保条例将在促进高质量发展、增进人民群众福祉等方面发挥更大作用

消费者权益保护是一项民心工程、民生事业,事关 14 亿消费者的福祉。构建商品和服务高标准体系,完善绿色消费标准、认证和信息披露体系,不断提升商品和服务质量,是实现高质量发展的必由之路。消保条例就加强消费商品和服务的标准体系建设、完善绿色消费的标准、认证和信息披露体系等提出明确要求,鼓励经营者制定实施严于国家标准或者行业标准的企业标准,鼓励经营者对商品和服务作出绿色消费方面的信息披露或者承诺,并倡导文明、健康、绿色的消费理念和消费方式,反对奢侈浪费。消保条例还规定,对于经营者在商品和服务标准方面进行虚假信息披露和承诺的行为,有关部门要依法查处。一方面,正面鼓励引导经营者作出高标准自我要求,另一方面遏制约束标准虚假信息披露和承诺行为,将有力促进我国商品和服务标准向更高水平迈进,为促进高质量发展奠定坚实的基础,为增进人民群众福祉提供坚实的保障。

四、消保条例亮点突出

经过八年起草和充分的酝酿、讨论、协商,最终呈现的消保条例对消法中相对原则性的条文作出了更细化、更具体的规定,特别是对于经营者的义务作出了进一步细化和补充,例如对保障消费者人身财产安全、缺陷产品处理、禁止虚假宣传、明码标价、使用格式条款、履行质量担保责任、消费者个人信息保护等义务作了细化规定,以及对“一老一小”消费权益作出特别规定,提升了法律的可操作性,有利于将消费者权益的保护落到实处。消保条例的突出亮点主要有:

一是关于商品或服务安全保障义务。消法规定了经营者应当保证其提供的商品或服务符合保障人身、财产安全的要求,但对于何为“提供的商品或服务”,尤其是赠品是否适用该条规定,则存在争议。消保条例从正反两方面作出了相应规定。一方面将经营者以奖励、赠送、试用等形式向消费者免

费提供的商品或服务纳入规制范围,要求这类商品或服务应符合保障人身、财产安全的要求;另一方面规定,如果该商品或服务仅是存在瑕疵但不违反法律强制性规定、不影响使用性能,则经营者只需在提供商品或服务前如实告知消费者即可。这种平衡设计契合实践中的交易需求,体现了对消费者权益的整体保护。

二是关于经营场所安全保障义务。消法采用了列举式的方法,要求宾馆、商场、餐馆等经营场所的经营者应尽到安全保障义务。消保条例扩大了法律适用范围,将所有经营者的经营场所及其设施都纳入规制范围,进一步强化了经营者对消费者安全权的保障义务。对于这类安全保障义务如何履行,消保条例规定:“经营者应当保证其经营场所及设施符合保障人身、财产安全的要求,采取必要的安全防护措施,并设置相应的警示标识。消费者在经营场所遇到危险或者受到侵害时,经营者应当给予及时、必要的救助。”

三是关于缺陷产品。消保条例在消法规定的经营者缺陷产品告知及处理义务的基础上,进一步拓展了消费者权利和相关经营者的协助义务。就消费者权利而言,消保条例新增了“消费者认为经营者提供的商品或者服务可能存在缺陷,有危及人身、财产安全危险的,可以向经营者或者有关行政部门反映情况或者提出建议”条款,明确了消费者发现商品或服务存在危险的反馈途径。在召回行为发生后,消保条例除了对采取召回措施的经营者作出“应当制定召回计划,发布召回信息,明确告知消费者享有的相关权利,保存完整的召回记录,并承担消费者因商品被召回所支出的必要费用”等细化规定外,还新增了“商品销售、租赁、修理、零部件生产供应、受委托生产等相关经营者应当依法履行召回相关协助和配合义务”等条款,对召回所涉及的相关经营者的义务作出规定。消保条例从不同角度完善了消法有关缺陷产品的规定,让消费者的人身、财产安全得到更充分保护。

四是关于退货、更换、修理义务。消保条例对经营者承担质量担保责任的期限作出了具体的、可操作性很强的规定。规定经营者的“三包”责任的有效期限不得低于国家有关规定的要求;“三包”期限起算自经营者向消费者交付商品或者提供服务完结之日起,需另行安装的商品,有效期自商品安装完成之日起计算;经营者履行更换义务后,更换、修理等义务的有效期限自更换完成之日起重新计算且经营者修理的时间不计入更换、修理等的有效期。消保条例明确了退还消费者退货款项的具体细则,规定经营者“应当按照发票等购货凭证或者服务单据上显示的价格一次性退清相关款项。经营者能够证明消费者实际支付的价格与发票等购货凭证或者服务单据上显示的价格不一致的,按照消费者实际支付的价格退清相关款项”。

五是关于预付式消费。消保条例重点强化了预付式消费活动中的经营者义务。消保条例规定,经营者以收取预付款方式提供商品或者服务的,应当与消费者订立书面合同,约定商品或者服务的具体



内容、价款或者费用、预付款退还方式、违约责任等事项;应当按照与消费者的约定提供商品或者服务,不得降低商品或者服务质量,不得任意加价;未按照约定提供商品或者服务的,应当按照消费者的要求履行约定或者退还预付款;出现重大经营风险,应当停止收取预付款。消保条例强调,经营者决定停业或迁址的,应当提前 30 天告知消费者,并按照消费者的要求继续履行义务或者退还未消费的预付款余额。

六是关于消费者权利义务。消保条例对消法赋予消费者的安全权、知情权、自主选择权等各项权利进行了细化,兼顾了消费新业态、新模式以及预付式消费场景下的消费者合法权益的保护问题。同时,消保条例还对消费者消费中的义务进行了适当规定。除了原则性地向包括消费者在内全社会倡导文明、健康、绿色的消费理念和消费方式,反对奢侈浪费,鼓励、支持一切组织和个人对损害消费者合法权益的行为进行社会监督等外,消保条例还特别强调,消费者应当文明、理性消费,提高自我保护意识,依法维护自身合法权益,在发生消费争议时依法维权;与经营者发生消费争议向市场监督管理部门或者其他有关行政部门投诉的,应当提供真实身份信息,有明确的被投诉人、具体的投诉请求和事实依据;不得利用投诉、举报牟取不正当利益,侵害经营者的合法权益,扰乱市场经济秩序。这些规定提醒消费者,在日常消费中有必要注意义务,要有一定的证据意识,避免过度消费、不合理消费、铺张浪费,避免投诉维权缺少必要证据,防止恶意投诉。

五、消保条例细化和扩充了消费者协会相关职责

消保条例设立“消费者组织”专章,体现了国家对进一步发挥消费者协会作用的高度重视。消保条例明确消费者协会按照消法的规定履行职责,并对消费者协会相关职责进行细化和扩充,特别是对于消费者协会反映的侵害消费者合法权益的问题,明确有关行政部门应当及时调查处理并予以回复;明确各级人民政府应当加强消费者协会组织建设,并对其履行职责予以必要的经费等支持。消保条例既对于消协组织长期以来形成的消费者权益社会监督手段进行了确认,如比较试验、消费调查、消费评议;又立足消费者权益保护工作发展的新形势,就消协组织的投诉信息公示、对有关经营者及行业组织指导谈话等进行了明确,进一步拓展了消协组织履职手段。

一是规定各级人民政府应当加强消费者协会

组织建设,对消费者协会履行职责予以必要的经费等支持。随着消保条例的贯彻落实,将进一步推动各级人民政府依法设立消费者协会,加强基层消协组织建设,并依法提供履职保障。

二是规定对于消费者协会向有关行政部门反映的侵害消费者合法权益的问题,有关行政部门应当及时调查处理并予以回复;对于立案查处的案件,有关行政部门应当将处理结果告知消费者协会。这一规定解决了消协组织依法履职过程中与有关行政部门沟通不畅问题,督促有关行政部门重视并及时有效解决消费者协会反映的侵害消费者合法权益问题。

三是规定消费者协会应当加强消费普法宣传和消费引导,向消费者提供消费维权服务与支持,提高消费者维护自身合法权益的能力。这一规定表明,除了传统的消费引导、维权服务职责外,面向广大消费者开展消费领域相关政策法律规定的宣传普及工作将是消协组织的又一项重要任务。

四是规定消费者协会应当及时总结、推广保护消费者合法权益的典型案例和经验做法,引导、支持经营者依法合规开展经营活动。对于经营者,以往消费者协会都是以揭露批评侵害消费者合法权益的行为为主,该规定意味着消协组织可以树立经营者保护消费者合法权益正面典型,推广好的经验和做法,营造比学赶超的社会氛围,有利于提升全社会加强消费者权益保护的意识和水平。

五是规定消费者协会可以组织开展比较试验、消费调查、消费评议、投诉信息公示、对投诉商品提请鉴定、发布消费提示警示等,反映商品和服务状况、消费者意见和消费维权情况。这一规定是对消费者协会长期以来或近期探索的有效工作手段的确认,有利于强化消协组织对商品和服务的社会监督,引导、督促经营者守法诚信经营。

六是规定消费者协会可以就消费者权益保护事项向有关经营者、行业组织提出改进意见或者进行指导谈话,加强消费者、经营者、行业组织、专业

机构、有关行政部门等各相关方的组织协调,推动解决涉及消费者合法权益保护的重要问题。这一规定明确了消费者协会可以约谈有关经营者或行业组织,提请重视相关消费者权益保护事项,及时整改或采取预防措施,加强消费者权益保护。同时,该规定还赋予了消费者协会组织协调,凝聚各相关方的合力,推动解决涉及消费者合法权益保护重要问题的职责,这就意味着消费者协会要积极担当消费维权“枢纽”,充分发挥社会组织的平台作用。

七是规定消费者协会可以就消费者投诉的损害消费者合法权益的行为开展调查,与有关经营者核实情况,约请有关经营者到场陈述事实意见、提供证据资料等。这一规定是对消法有关消费者协会“受理消费者投诉,并对投诉事项进行调查、调解”职责的进一步细化,显著增强了法律的可操作性,有利于消费者投诉问题的快速有效解决。

八是规定对侵害众多消费者合法权益的行为,中国消费者协会以及在省、自治区、直辖市设立的消费者协会,可以向人民法院提起诉讼。这一规定援引了消法第四十七条,重申了省级以上消协组织的“公益诉讼”主体资格。

九是规定消费者和经营者发生消费争议,请求消费者协会或者依法成立的其他调解组织进行调解的,相关组织应当及时处理。这一规定要求消协组织对于消费者和经营者的消费投诉调解请求,要予以及时处理,不得推诿。消费投诉调解需要双方自愿,经营者拒绝消协组织调解时,消费者可以依法采取其他维权途径。

十是规定有关行政部门经消费者和经营者同意,可以依法将投诉委托消费者协会或者依法成立的其他调解组织调解。根据本规定,经消费者和经营者双方同意,消费者协会可以接受有关行政部门的委托,调解相关消费投诉,这将有利于有关行政部门缓解投诉处理压力,更好地开展行政执法。

(来源:中国消费者协会)

为深入宣传消法实施以来在维护消费者合法权益、促进和谐消费环境建设等方面的积极成果,中央广播电视总台经济之声《天天 315》栏目在《中华人民共和国消费者权益保护法》实施 30 周年之际,推出了大型融媒体活动“消法护航消费 30 年”,旨在呈现各地在保护消费者权益方面的先进经验和做法,为全国消费者权益保护工作提供有益借鉴和启示。6 月 5 日,栏目组一行来到安徽,就“消法护航消费 30 年”主题进行调研采访。采访调研组与省消保委、省高院、省人民检察院、省市场监管局及省电子电器服务业协会等消保委成员单位、部分市消保委进行座谈交流,深入了解安徽省在依法护航消费者权益、优化消费环境建设等方面的主要做法和经验并赴一线实地采访。总台经济之声、央广网、央视频、云听等融媒体对我省保护消费者权益方面的先进经验和做法均作了大幅报道,收到较好社会效果。现将部分媒体报道及座谈会部分交流内容予以分享。

安徽以“六尺巷工作法”“作退一步想工作法”等方法化解消费纠纷

当前,安徽正在以“和”文化为内核,提高消费维权质效,解除消费者后顾之忧。2023 年,安徽省市场监管系统共接收咨询投诉举报一百五十多万件,为消费者挽回经济损失 1.33 亿元。安徽省 12315 效能评价排名全国第二。

消保委:“以和为贵”促进经营者主动和解

和平、和睦、和谐,是五千多年来中华文明的鲜明特性。在中国南北交汇中心地带的安徽,一个“和”字笔墨浓烈,贯通黄河、长江,联通古今、温暖人心。在消费维权领域,“和”文化也成了多元化解决消费纠纷的“法宝”。

安徽省消保委秘书处秘书长周玉战介绍,在消费纠纷多元化解机制中,为了更好地发挥消费者权益保护组织的中间作用,他们探索建立了与其他消费纠纷解决途径的衔接机制,把几种途径打通——与经营者建立主动和解机制,建立消费纠纷和解平台,目前入驻企业有 50000 户,如果有投诉,直接由平台授权和解;推广应用中小企业智慧 315 平台,



采访调研团队与安徽省消保委座谈

目前入驻经营户已有 490 家,经营户以规模较大的企业为主,对于没有入驻平台的主体,按照有关要求进行阳光公开,督促这些企业主动进入平台,主动参与对消费者的和解工作;与行业组织建立协作机制。

法院:“一站式”诉讼服务提升消费纠纷化解质效

“一个好汉三个帮”,安徽省消保委与安徽省高级人民法院建立消费者投诉与诉讼对接机制,一批疑难投诉纠纷得到有效化解。

安徽省高院除了与安徽省消保委建立相关对接机制,还与行业协会等单位协作,实现职能互动、优势互补、资源共享,推进消费纠纷多元化解机制建立。安徽省高级人民法院民一庭四级高级法官徐宽宝介绍:“全省三级法院全面建成‘一站式’诉讼服务中心,实现自助立案、材料云柜流转等多项功能,深入推进案件繁简分流,建立小额消费纠纷快速调处机制,做到速审速解,通过在线诉讼、在线调解,提升消费纠纷化解质效。全省 A 级景区全部实现旅游人民法庭和旅游巡回法庭全覆盖,在村居和社区设立退休法官工作室,解决农产品购买、网络购物、乡村旅游等方面纠纷。全省人民法院注重整合多方力量,以调解化解消费纠纷。”

检察院:瞄准民生痛点发起公益诉讼

在处理消费维权的公益诉讼中,检察部门的中间枢作用不可或缺。2018 年,安徽省消保委与安徽省人民检察院联合下发《关于加强消费民事公益诉讼协作的意见》,搭起消费民事公益诉讼合作框架。在民事公益诉讼案件信息通报、工作联动、支持起诉与办案协作方面奠定了良好的制度基础。

安徽省人民检察院第八检察部主任徐芳表示:“完善协同工作机制,积极拓展公益诉讼检察与消费保护行政执法衔接工作。例如,宣城市检

察机关依托医疗美容行业开展专项整治活动,联合市场监管部门对全市药店诊所、医美机构开展专项监督。携手社会组织和志愿者倡导形成立体式全员参与的新格局。在深化支持起诉工作方面,省人民检察院和省消保委深度协作,近三年支持省消保委提起公益诉讼 20 件。”

蚌埠样本:首创节假日预约消费维权服务

在消费纠纷中,要让消费者与经营者“握手言和”,消协组织更应“向前一步”。蚌埠市消保委首创的“节假日预约消费维权服务”解决了群众工作日期间投诉难的问题,效果显著。

蚌埠市消保委秘书长丁成介绍:“有些消费者面临的消费纠纷矛盾非常激烈,愿意接受调解。由于周一至周五没有空闲时间签署协议,于是消保委工作人员安排节假日办理。在周六中午组织经营者和消费者调解,双方都降低投诉要求,实现‘握手言和’。”

桐城样本:巧用妙用“六尺巷工作法”化解消费纠纷

安徽省桐城市六尺巷的故事自清代康熙年间流传至今。故事中,张、吴两家礼让形成了一条六尺宽的巷子,被传为美谈。它所承载的谦和礼让的精神对当地社会道德风尚产生深远影响,也给当下解决消费纷争带来启发。六尺巷精神就被桐城市消保委用在了纠纷化解“新机制”中。

桐城市消保委打造“永红暖心工作室”,作为



安徽省桐城市“永红暖心工作室”

“新时代六尺巷工作法”在消费维权领域的一张亮眼名片。工作室于 2022 年 3 月 15 日挂牌成立至今，共接到消费者投诉举报一千七百五十多件，调解成功率达到 98%，帮助消费者挽回损失 690 万余元。

2024 年 3 月，有消费者找到工作室寻求帮助：几年前他买房时，开发商赠送了车位代金券，购买车位可以抵扣 2 万元，今年他想要买车位时被告知代金券过期不能用了。消费者认为，代金券应当随时都可以使用，否则就对消费权益构成了侵害。开发商负责人表示，车位售价已

经较当初定价优惠了 2 万元，相当于抵扣了代金券额度，现在购买车位只能全额付款，并已将此事通过有关渠道公开告知业主。

接到消费者投诉后，“永红暖心工作室”联系双方展开三方座谈，第一次调解双方各执一词，互不退让。为化解这场纠纷，工作室运用“新时代六尺巷工作法”，既向消费者解释企业规定及合同的合理性，也向经营者陈述消费者的困难及诉求的合理性。再结合六尺巷的典故，希望双方发扬礼让精神，换位思考，并和当地住建局工作人员共同上门调解。桐城市市场监管局文昌市场监管所副所长、“永红暖心工作室”负责人方永红介绍：“经过多次调解，采用‘新时代六尺巷工作法’，最终商家作出让步，采取变更车位位置的方式，让消费者重新使用了车位代金券，双方最终达成和解。”

黄山样本：古为今用“作退一步想”开辟新途径

在黄山市黟县西递景区内，有一处“大夫第”老宅，始建于清康熙三十年。道光年间，任开封知府、朝列大夫的胡文照在修缮祖宅时，主动把阁楼后退一步、正屋墙角削去三分，以便来往行人，并在门额上题写“作退一步想”五个字，以此告诫后代子孙“裁直为圆、方便他人”的待人处事、和睦邻里之道。



安徽省黄山市黟县西递景区内的“作退一步想工作室”

黟县市场监管局于 2022 年在核心景区和站所驻地挂牌设立“作退一步想调解工作室”，开辟了一条消费维权调解新路径。

2023 年 11 月 7 日，黟县市场监管局碧阳市场监管所接到一起消费投诉。投诉人反映，7 月底在当地一家商场购买了一台价值 7200 元的冰箱，8 月初冰箱就开始频繁出现故障，联系店家维修，反复修理几次后故障没能彻底解决，因此要求退货退款。店铺经营者认为，商品已经超过 7 天无理由退换货期限，也超过了三包期限，不能退货。11 月 8 日，执法人员运用“作退一步想”工作法进行调解，建议双方各退一步，采取换货不退款的方式解决。最终，双方达成一致。黟县市场监管局局长王政权说：“黟县市场监督管理局找准徽文化精髓与消费维权工作的契合点，创新打造了‘作退一步想消费维权工作法’，制定实施了黄山市地方标准消费纠纷‘作退一步想调解服务规范’，形成具有黟县特色的消费维权调解品牌。这项工作法运用以来，受理调解消费投诉 1300 余件，调解成功率达到 87% 以上，100%督促落实，为消费者挽回经济损失 162.8 万元。”

(来源：央广网)

省消保委：

当好消费者的贴心人、娘家人

一、强化消费纠纷多元化解机制建设

《消法》规定消费争议有五个解决途径：协商和解、消协调解、行政投诉、提请仲裁、提起诉讼。为更好发挥消保委组织在消费者权益保护中的中坚作用，我省消保委探索建立与其他消费纠纷解决途径的衔接机制，提高消费纠纷处理效能。

（一）建立促进经营者主动和解机制

一是依托省消保委网站建立全省消保委消费纠纷和解平台，指导经营者建立和解在先工作机制，目前已完成5万家经营主体入驻。二是推广应用中消协智慧3·15平台，目前共组织入驻经营主体490家。对涉及未入驻平台经营主体的投诉，依照规定予以公示。三是与行业组织建立协作机制。省消保委与省汽车经销商商会、省摄影行业协会、省电子电器服务业协会、省家政服务业促进会、合肥市家政家装协会等5个行业组织建立消费纠纷和解工作机制，引导督促行业会员和企业主动承担和解责任。

（二）与行政部门建立投诉处理衔接机制

我省《消费者权益保护条例》吸收了我们多年调解工作经验，规定：消费者权益保护委员会可以将消费者投诉转交有关部门，有关部门应当对投诉调查处理，并向消费者反馈。消保委可以通过查询等方式了解投诉处理情况。

（三）与仲裁机构建立裁调对接机制

省消保委指导市级消保委设立小额消费争议仲裁庭，争取免收或减收仲裁费用，为需要仲裁的消费纠纷双方提供便捷高效的服务。2023年，在淮北市开展消费纠纷裁调对接试点。淮北仲裁委员会、淮北市消费者权益保护委员会、淮北市司法局和淮北市市场监督管理局等4家单位联合成立了淮北市消费纠纷仲裁中心。具体受理办理消费者为



经营者、行业组织代表响应省消保委倡议并签名承诺

生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，与经营者发生的有关财产权益纠纷的案件。今年1月份，郑某因购买二手打印机与一公司产生了消费纠纷，双方在协商无果的情况下，签订了仲裁协议，调解中心对协议审查后，进行了调解，达成和解协议并进行仲裁确认，双方当事人对处理结果均感到满意。

（四）与法院建立诉调对接工作机制

省消保委与省高级人民法院建立消费者投诉与诉讼对接机制，并于2016年印发了《关于进一步完善消费者权益纠纷诉调对接工作的意见》，全省消保委通过与法院诉调对接，一批疑难投诉纠纷得到有效化解，如：省消保委支持合肥市消费者颜先生因购买假冒木门提起诉讼，最终胜诉获得3倍赔偿51万元。黄山市消保委按照诉调对接的程序，成功调解106户业主与某开发商因房屋的实际层高与合同约定层高不符的群体投诉，调解协议得到屯溪区人民法院进行司法确认。今年，在滁州市开展支持集体诉讼试点，出台《支持消费者集体诉讼指引（试行）》，明光市消保委通过集体诉讼为110个学员挽回教育培训退费损失200余万元。

二、创新消费民事公益诉讼

省消保委坚持人民立场,着眼于消除消费安全隐患,从加大对违法行为的震慑力度,促进公平公正,从切实维护消费者合法权益的角度出发,积极推进消费民事公益诉讼工作,截至 2024 年 5 月,安徽省消保委(以下简称我委)共计提起消费民事公益诉讼案件 40 件,已经判决 16 件,全部胜诉,调解获赔 12 件。其中,2023 年提起 23 件,结案 13 件(判决支持 3 件,调解 10 件),2024 年提起 3 件。案件范围覆盖假酒假烟、农用化肥、老年保健品诈骗、假机油、口水油火锅锅底等。

(一)建立公益诉讼诉前工作机制

根据工作需要,在深入研究和总结借鉴经验的基础上,2016 年 5 月,省消保委制定了《消费民事公益诉讼案件诉前工作规范(试行)》,建立了消费民事公益诉讼诉前工作机制,成立公益诉讼诉前研讨小组,就公益诉讼相关线索能否提起公益诉讼、公益诉讼具体诉求、公益诉讼赔偿数额等进行研讨和论证。提高市、县(区)消保委员会工作积极性,要求地方各级消保委每年向省消保委上报公益诉讼的线索,并列入年度目标考核。

(二)与检察院建立公益诉讼合作机制

检察院的中枢作用不可或缺。2018 年,在检察部门的支持下,省消保委与省检联合下发《关于加强消费民事公益诉讼协作的意见》(皖检会[2018]10 号),搭建起消费民事公益诉讼合作框架,在民事公益诉讼案件信息通报、工作联动、支持起诉与办案协作方面,奠定了良好的制度基础,多年来运行良好,发挥着重要作用。目前,双方在公益诉讼的合作案件中,对于违反食品药品安全标准的,由检察院来提起公益诉讼;对假冒商标,不涉及产品安全缺陷的,经省消保委同意,由检察院移送我委提起公益诉讼。对省消保委提起的消费民事公益诉讼案件,检察院全部出庭支持起诉。初步形成检察院提供线索、查阅公安机关刑侦材料、检察院支持诉讼和材料移送、法院立案庭审、判决执行等流程的工作模式。

(三)争取法院支持赔偿性诉求

为发挥公益诉讼威慑作用,在我省探索提起惩罚性赔偿公益诉求。2019 年 12 月,省消保委首次就 9 件假冒注册商标案

向滁州市中级人民法院提起惩罚性赔偿消费民事公益诉讼。这是省消保委首批消费民事公益诉讼,通过惩罚性赔偿和公开赔礼道歉,放大了威慑效应,取得了“办理一案,教育一片,整改一方”的良好效果。

(四)以委托代理方式推动地方公益诉讼开展

发挥属地消费者组织的作用,破解力量不足、鞭长难及的困局。《消法》只赋予了省级以上消费者协会提起公益诉讼的资格,随着案件不断增加,为持续推进消费民事公益诉讼,省消保委以委托地方消保委秘书长作为代理人的方式提起诉讼,既能从实际上拓宽了消费民事公益诉讼,又能提高地方消保委工作积极性,充分发挥其地缘优势,提升办案质效。目前,我委提起的 40 件公益诉讼案件中,我委直接提起的 10 件,其余 30 件都以委托地方消保委的方式提起,占比 75%,为目前我委诉讼提起的主要方式。

(五)建立“公益诉讼+消费教育”模式

建立“公益诉讼+消费教育”相结合的模式,拓展消费民事公益诉讼案件的影响力。省消保委提起的假化肥涉农公益诉讼案,庭审结束后,省检察院就该案件召开了评审会,滁州市、马鞍山市多名人大代表、政协委员对该案给予高度评价,提议应当加大宣传,提升广大农民维权意识。该案判决胜诉后,省消保委联合省检察院开展了“安徽省农资消费教育专题活动”,以公益诉讼现身说法,为农民提供辨假知识及维权渠道。

(六)组建律师团,提供有力法律保障

凝聚合力,向社会借智借力。2024 年,省消保委组建第二届公益律师团,聘请省内热心消费维权公益事业、诉讼经验丰富、行业口碑好的律师加入,并



省消保委第二届公益律师团成立暨工作会议

制定律师团工作规范,确保律师团规范有序运作。地方消保委开展消费公益诉讼,可以直接从律师团里选任公益律师作为代理人。实践证明,律师团的建立为后续公益诉讼工作提供了有力的专业保障。

三、发挥好在促进和扩大消费中的积极作用

为了贯彻落实党中央国务院和省委省政府促进消费政策要求,进一步打响安徽品牌,提振消费信心,激发消费增长新动能,省消保委近年来在创新性履行消费引导法定职责方面做了一些探索,取得初步成效。

(一)优选安徽特色伴手礼、长三角特色伴手礼

省消保委连续开展了三届安徽特色伴手礼评测活动,并于2021年出台了《安徽特色伴手礼评测规范》,是全国首个伴手礼评测团体标准。三届优选的130件安徽特色伴手礼产品中,既有承载时代记忆和文化底蕴的“非遗”、“老字号”和“地标名品”,又有代表新时代新消费的智能科技产品,与引领国潮风尚的“新国货”时尚新品,突出展现了“安徽制造”的靓丽颜值,与安徽悠久的历史文化底蕴,得到了广大消费者和商家的认可。

省消保委还与沪、苏、浙三省消保委紧扣“安徽名牌”“上海品牌”“江苏精品”“浙江制造”主题,按照统一征集、分层评测、集中发布的思路,推出了百款“长三角特色伴手礼”,联手进行推广。在上海、合肥、无锡三地开展了系列宣传、展销活动,企业不仅收获了较好的社会效益,经济效益也收获颇丰,现场展销的商品受到消费者青睐,很多企业还接到了全国各地的购货订单。

(二)遴选安徽消费体验馆

为将安徽品牌企业、优质产品和消费者联动起来,激发市场主体的积极性,提振消费信心,省消保委在企业自建的消费体验馆中,开展了“安徽消费体验馆”遴选活动,并于2021年制定发布全国首个《消费体验馆评价规范》团体标准。从创造产品到提供体验,从单向传播到双向互动,体验式消费为安徽品牌价值的实现提供了新思路。通过消费体验馆的空间条件,带动更多消费者多层次、多方位地参与消费新产品、新服务、新模

式的互动,培养了消费者科学理性的消费习惯,提升了消费者的知识水平与能力,也进一步提高了消费者满意度。2021年,省消保委优中选优推出首批28家安徽省消费体验馆,给消费者带来更加满意、舒心的消费体验。

(三)参与“皖美消费新场景评选活动”

2023年7月,省发展改革委牵头,省委宣传部、省商务厅、省文化和旅游厅、省市场监管局、省体育局、省消保委七部门联合开展了“2023年度消费新场景”评选活动,办公室设在省消保委秘书处。活动启动短短三天的网络浏览访问量高达935万人次,投票量达到了92.5万票。最终评选出街区乐购、不夜市集、休闲度假、生态田园、新型商贸、文娱潮玩、科教研学等7大领域共100家皖美消费新场景。这一个个崭新的场景,展现安徽创新之美、制造之美、生态之美、文化之美和诚信徽商之美,正在不断提升着消费者的体验,激发着消费潜力的释放,带动着安徽消费新业态新模式创新发展,有力提升了皖美消费的知名度、美誉度和竞争力。

(四)开展消费引导“双百”活动

省消保委近年来注重从需求端发力,提升消费者维权意识和能力,引导文明、健康、绿色的消费理念和消费方式,反对奢侈浪费。今年省市县三级消保委联动在全省开展“安徽百场消费大讲堂”、“安徽百场绿色消费体验”行动,3·15当天启动,全省各地统一标识,分头开展。截止5月份,合肥、蚌埠、淮南、滁州、芜湖、六安等地已陆续开展60多场。



“双百”活动启动仪式

省高院：

不断加强消费者权益司法保护

消费者权益保护关系各行各业和千家万户，必须有强大的法治保障。《中华人民共和国消费者权益保护法》于 1994 年 1 月 1 日起施行，为适应我国国情的深刻变化，分别于 2009 年、2013 年进行了修正，至今已实施 30 年，为更好地维护消费者合法权益提供了立法支撑。安徽法院坚持以习近平法治思想为指导，认真学习贯彻《中华人民共和国消费者权益保护法》，不断加强消费者权益司法保护，营造良好消费环境，增强消费者的消费信心，促进消费发展。

一、提高政治站位，增强保护消费者权益的政治自觉

抓深化认识。认真组织学习习近平总书记关于强化消费者权益保护的重要指示批示精神，积极贯彻落实中央及省委关于促进消费的工作部署，增强保护消费者权益的政治自觉。抓统筹部署。省高院党组高度重视涉消费领域案件审判执行工作，院主要领导参加研究部署、带队督导推动，听取重大案件专门汇报，对服务保障消费者权益保护工作提出明确要求。将涉消费领域案件审判作为一项重要内容，纳入全省法院审判工作要点，明确工作落实的各项具体措施。多次在全省法院审判工作会议和条线会议上，对服务保障消费工作作出部署。各中院也切实加强了对辖区法院相关工作的部署推进。抓压实责任。省高院明确民事审判一庭、刑事审判二庭、行政庭负责审判职责范围内案件指导工作，指派专人负责涉消费领域有关工作的协调联络。各中级、基层法院也明确责任人，加强工作联动，形成一级抓一级，层层抓落实的良好工作格局。

二、依法履行职责，切实维护消费者权益

严厉打击侵害消费权益犯罪行为，有效维护消费者民事权益，依法监督、支持监管部门依法行政。2016—2023 年，全省法院共审结涉消费者权益刑事

一审案件 3723 件，涉消费者权益民事一审案件 195244 件，涉消费者权益行政一审案件 851 件。从消费端入手，对食品和药品生产、运输、仓储、销售全链条所涉制假售假行为进行严厉打击，确保人民群众“舌尖上的安全”和“针尖上的安全”。妥善审理直播电商、平台纠纷案件，加强新业态下消费者权益保护、快递服务消费者权益保护、消费者个人信息保护。加大对未成年消费者、老年消费者、农村消费者权益保护。从生产经营端入手，加强产权司法保护，全面依法平等保护各类产权，完善以公平为原则的产权保护制度，充分发挥产权保护对激励商品和服务产出的作用，助力扩大消费供给。依法惩治生产销售假种子、假化肥、假农药等不符合国家强制性技术标准或者安全标准的农业生产资料、伪劣商品等违法犯罪行为，依法保护农村市场主体合法权益。从市场秩序入手，坚决打击电信网络诈骗等犯罪活动，遏制欺诈消费者的不诚信行为，引导生产经营者通过提高商品和服务质量获得竞争优势，促进经营者诚实守信经营，保障消费者明明白白消费。如安庆市中级人民法院审理的罗某销售假冒伪劣 3M 口罩案，罗某明知系假冒伪劣产品，向他人大量购买假冒“3M”9001、9002 等型号口罩后非法销售，其行为触犯了销售假冒注册商标的商品罪和销售伪劣产品罪，法院依法择一重罪处罚，以销售伪劣产品罪判处罗某有期徒刑七年六个月。余某诉张某、葛某、张某某服务合同纠纷案入选中国消费者协会发布的 2021—2022 年度“全国消费维权十大典型司法案例”。邓某诉霍邱德之邦物流有限公司快递服务合同纠纷案入选 2023 年“全国消费维权十大典型司法案例”。

三、强化机制建设，提升消费者权益保护司法服务水平

着力畅通维权渠道。全省三级法院全面建成

“一站式”诉讼服务中心,实现自助立案、材料云柜流转等多项功能。开通诉讼服务网和12368司法服务热线,为消费维权诉讼提供“7×24”式服务。通过在线诉讼、在线调解,提升消费纠纷化解质效。全省A级景区实现旅游人民法庭或旅游巡回法庭全覆盖,为旅游消费者提供优质高效的司法服务。在村居、社区设立退休法官工作室,解决农产品购买、网络购物、乡村旅游等方面的纠纷。设立金融法庭巡回审判点,提供“投诉+调解+裁决”一站式纠纷解决服务,依法保护金融消费者合法权益。切实提高诉讼效率。深入推进案件繁简分流,建立小额消费纠纷快速调处机制,做到速审速结。注重整合多方力量,以调解化解消费纠纷,通过诉前调解、委托调解等方式,发挥调解在定分止争中的作用。桐城市人民法院“‘六尺巷 六步走’调解工作法”获评“全国新时代‘枫桥经验’先进典型”。稳步推进专业化审判。各地法院组建专门审判团队,挑选经验丰富、业务精湛的法官担任团队负责人,吸纳消保委、市场监管部门人员进入涉消费者权益纠纷案件人民陪审队伍,引入技术调查官等具备该领域专业知识专家参与庭审提供意见,提高审理涉消费者维权纠纷案件的专业性。完善消费者权益司法救济制度。依法办理消费公益诉讼案件,充分发挥公益诉讼保护消费者合法权益、遏制违法生产经营行为、维护诚信高效市场秩序的作用。如亳州市中级人民法院审理的李某销售假药案,李某利用其中医按摩师身份将从他人处购买“关节再生胶囊”后对外销售。经鉴定,该产品所含成份与国家药品标准规定的成份不符,系假药。李某因涉嫌销售假药罪被移送起诉。亳州市人民检察院提起民事公益诉讼,亳州中院依法判决李某赔偿涉案消费者购买药品价款的三倍赔偿金共计360000元,并在亳州市级以上媒体公开向社会公众赔礼道歉。

四、深化司法协作,形成权益保护合力

加强协作配合。积极与政府有关部门、消保委、行业协会等进行协作,充分实现职能互动、优势互补、资源共享。推进消费纠纷多元调解机制建立,合力优化消费环境,维护消费者权益。省高院和省消保委建立诉调对接工作平台和诉调对接工作机制,

明确在各级法院设立“消费者权益纠纷调解工作室”,各级法院和消保委可互相派员入驻,消保委调解协议可获得司法确认。延伸审判职能。针对办案中发现的监管漏洞,及时发出司法建议,促进行政执法部门加强和完善监管行为。砀山县法院在审结被告人何某某等人生产、销售不符合安全标准的食品案后,就食品安全的日常管理等方面向砀山县市场监督管理局提出建议,建议市场监督管理局不定期进行抽查,保障食品安全。坚持综合施策。综合运用案前调解、依法审判、强化执行、信用惩戒等手段,与行政执法、检察监督优势互补,强化消费教育引导,持续开展放心消费创建。积极对接市场监管部门消费领域失信名单制度,推动共建失信违法生产经营者信息披露平台。完善守信激励和失信惩戒机制,增加违法经营成本,营造不敢、不能、不愿违法经营的市场秩序。

五、强化宣传引导,营造消费者权益保护良好氛围

加强司法公开。实行消费维权案件审判信息全流程公开;主动接受社会监督,邀请人大代表、政协委员和社会公众旁听消费维权案件审理;积极回应代表、委员关于消费者权益保护工作的意见建议。加强裁判示范引领作用。省高院在3·15期间通过发布白皮书、召开新闻发布会等形式,向媒体通报全省法院消费者权益保护工作开展情况;在“安徽高院”微信公众号等媒体上发布消费维权典型案例,以案普法、以案释法,充分发挥司法案例规范、指引公众行为的作用。加强普法宣传。省高院在媒体上常态化发布普法宣传文章,帮助消费者避开消费陷阱,为消费者答疑解惑。全省法院以“3·15消费者权益日”“4·26世界知识产权日”的法治宣传为契机,组织干警进校园、进企业、进社区、进市场开展消费安全宣传,通过搭建宣传台、发放宣传册、悬挂宣传横幅、现场答疑解惑等多种方式进行教育引导。

下一步,全省法院将进一步发挥审判职能作用,切实保护消费者合法权益,维护诚信公平高效的市场秩序,为优化消费环境、提振消费信心提供更好的司法服务和保障。

省检察院：

为营造安全放心的消费环境提供坚强司法保障

安徽省检察机关积极主动作为,充分发挥公益诉讼检察职能,以专项行动为抓手,接续开展消费者权益保护公益诉讼工作,为营造安全放心的消费环境提供坚强司法保障。近三年,全省检察机关共立案办理相关公益诉讼案件 4543 件,其中民事公益诉讼案件 2823 件。滁州市检察机关支持省消费者权益保护委员会提起董某明等人销售假冒注册商标商品民事公益诉讼一案入选最高检 3·15 食品药品安全消费者权益保护检察公益诉讼典型案例,相关经验做法被《检察日报》专版报道。淮南市人民检察院支持安徽省消保委起诉的一起生产、销售有毒、有害食品案入选“2023 年放心消费在安徽十大事件”。滁州天长市人民检察院诉某来电子公司等 12 家企业生产、销售不合格电动车充电器系列民事公益诉讼案,助推电动自行车充电器领域首个强制性国家标准出台。

安徽检察机关 1 名干警获评“2020 全国最美消费维权人物”,2 名干警获评“2020 安徽最美消费维权人物”称号。

一、围绕食品药品安全等消费民生痛点,着力构建多维度检察保护新格局

持续开展食品药品领域公益诉讼工作。近三年来,省检察机关共立案办理食品药品安全领域公益诉讼案件 3718 件,在 820 件食品药品安全领域案件中向违法行为人提出惩罚性赔偿金,诉请金额 12.3 亿余元。今年初,省检察院在全省检察机关部署开展社区团购网络营销、直播带货等新业态涉食品药品安全公益诉讼工作,第一季度共立案办理 62 件。针对处方药、麻醉药品、精神药品等药物滥用问题,指导各地加大办案力度。陈某某生产销售假药民事公益诉讼案中,针对陈某某在未获得国家药品监管批准情况下,自己研制“高能血液清毒液”并通过网络对外销售的行为,滁州市检察机关提出销售金额 3 倍的惩罚性赔偿金 406 余万元获法院判决支持。全力保护消费者个人信息安全。针对群众反映强烈的



安徽日报报道省检察院食药领域公益诉讼工作

个人隐私信息屡受侵犯问题,集中力量办理个人信息保护领域公益诉讼案件。如马鞍山市花山区检察院针对当地众多孕产妇住址、手机号码、新生儿出生日期、出生医院等敏感个人信息被非法获取并被出售至各类商家,致众多孕产妇频繁接到各种推销电话,正常生活受到严重干扰,身心健康遭受损害情形,对违法行为人以侵犯公民个人信息罪提起刑事附带民事公益诉讼,在追究其刑事责任的同时诉请其承担民事侵权赔偿责任,加大惩治力度。积极拓展消费维权公益诉讼新领域。开展涉农领域、产品质量安全领域、消费预付卡以及医疗美容行业突出问题等多个公益诉讼专项监督活动。针对辛某某生产、销售假冒具有植物新品种权的小麦种子行为,淮北市检察机关在追究违法者刑事责任的同时让其承担惩罚性赔偿金 89 万余元的民事责任,加强知识产权保护的同时,有效保护消费者合法权益。

二、着眼系统治理、溯源治理,推动完善全方位综合治理大格局

深化“府检联动”工作机制。联合省卫生健康委等 6 部门开展全省抗(抑)菌剂剂突出问题专项整

治工作,共立案办理“消”字号公益诉讼案件74件,督促行政机关查处涉案企业13家、销售商218家。会同省农业农村厅、省市场监管局等六部门扎实推进食用农产品“治违禁、控药残、促提升”三年专项行动,助力维护食用农产品安全。完善协同工作机制。各地检察机关积极推进公益诉讼检察与消费保护行政执法衔接工作,不断丰富和拓展协作方式、协作内容,提升消费者权益公益诉讼保护合力。如宣城市检察机关依托医疗美容行业专项整治活动,与市场监管部门通过联合对全市药店、诊所、以及美容行业开展专项监督活动,进一步保障人民群众使用药品安全,推动各职能部门依法履职。依法促进社会治理。强化类案监督,推动行政机关制定规范性文件,建立长效工作机制,或会同行政机关开展专项行动,共同推动行业治理。如,加大对农村地区销售不合格食品药品销售不合格保健品,卫生室滥用、使用过期药品等违法行为的办案力度。宿松县检察院在办理一起涉非法行医公益诉讼案件中,通过制发检察建议推动相关主管行政机关开展为期一年集中整治活动,有力打击辖区内非法行医乱象,规范个体(社区)医疗机构的经营行为。

三、携手社会组织和志愿者,倡导形成立体式全员参与全格局

深化支持起诉工作。持续推动省检察院与省消保委会签的《关于加强消费民事公益诉讼协作的意见》落地落实,近三年,检察机关支持消保委提起公益诉讼20件。如滁州市检察院在办理张某龙、张某

明等人生产、销售假化肥一案中,依法支持安徽省消保委对违法行为人提起民事公益诉讼,该案系安徽省检察机关支持起诉的首起涉“三农”领域民事公益诉讼,办案成效被安徽电视台专题报道。针对淮南市田家庵区某火锅店、牛某某、王某等以“口水油”方式生产、销售有毒、有害食品一案,经淮南市人民检察院支持安徽省消保委起诉,法院判决各被告连带支付公益诉讼惩罚性赔偿金共计512万余元并公开赔礼道歉。多渠道保障公众参与。我省“益心为公”检察云平台正式启用,全省招募近3000名公益保护志愿者,近两年,平台志愿者向检察机关提供多条损害消费者权益的重要线索,并提供了专业意见。同时,省检察院聘任5名市场监管、药品监管、卫生健康等部门业务骨干作为特邀检察官助理,助力提升检察办案质效,更好维护消费者合法权益。联合开展专题普法活动。2023年11月,省检察院组织全省检察机关联动开展以“尚俭崇信尽责同心共护食品安全”为主题的食物安全宣传月活动,充分运用线上线下媒介渠道,广泛开展食物安全工作宣传,助力营造全社会共同维护消费安全的浓厚氛围。

下一步,全省检察机关将继续能动发挥检察职能,聚焦食品药品安全、个人信息保护等消费领域突出问题,依法能动履职,推动溯源治理,持续深入推进消费领域公益诉讼检察工作,切实增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。

(上接24页) 虚假宣传、欺诈骗消费等违法线索的第一时间,向各级消保部门报告,快办快处、联发联动,有效遏制违法苗头。对于消费投诉的疑难案件,也通过四级联动维权机制,多方调处消费纠纷,极大提高双方自愿达成和解协议的意愿,不断提高投诉调解成功率,取得明显成效。

4.首创节假日预约消费维权服务

近年来,蚌埠市消保委根据部分上班族群众投诉需求,在全省率先开展节假日义务预约消费维权服务,以解决群众工作日期间投诉难问题。这种工作模式,进一步拉进了和群众的感情,许多经营者和消费者被我们的工作热情感动,主动放弃一些不

合理诉求,有效提高了调解成功率。三年来,共接受消费者预约132次,解决率99.36%,服务消费者和经营者372人次,为消费者挽回经济损失130万余元,避免经营者经济损失近50余万元。

5.举办大型3·15系列宣传活动

蚌埠市消保委连续二十三年成功举办3·15电视直播(含云直播)晚会。2023年3·15电视晚会直播期间,约30万消费者参与节目互动,现场接听电话和接受网络投诉336起,大数据统计显示,晚会播出时有100万网友进行点击、观看,3·15电视及云直播晚会已经成为我市消保维权法制宣传的一张靓丽名片。

省市场监管局:

创优消费环境 激发消费活力

近年来,安徽省市场监管部门立足监管职能,在质量基础、安全监管、执法监管、消费维权和放心消费建设等方面,做了大量工作,取得了明显成效,以创优消费环境为抓手护航消费。2023年,安徽省“三品一特”(食品、药品、重点工业产品和特种设备)安全状况稳定向好,食品安全工作连续4年获国家考核A级等次,药品抽检合格率达到99.7%,产品质量省级监督抽查合格率94.45%、比上年提高0.98个百分点,全省未发生较大及以上特种设备安全事故;全省制造业产品质量合格率、制造业质量竞争力指数、消费品质量合格率、公共服务质量监测满意度分别居全国第4、第7、第4和第6位,质量工作连续3年获国家考核A级等次。通过开展民生领域反垄断执法专项行动、部署开展妨碍统一市场和公平竞争的政策措施清理工作,安徽省清理政策措施1.66万件,查办教育、医疗、旅游等民生领域价格案件2219件,实施经济制裁6133.69万元。具体情况如下:

一、筑牢质量工作基础,不断提升消费供给质量

一是大力促进质量服务提升。发布《安徽省质量强省建设纲要》,启动进一步提高产品、工程和服务质量三年行动,滚动实施138个“四个一”质量提升行动,验收命名12个省级产品质量提升示范区,实施新能源汽车产业质量提升行动。4家组织、1名个人上榜第五届中国质量奖(提名奖)公示名单。备案召回缺陷产品138.08万件,居全国前三。全省建成质量基础设施“一站式”服务站点146个,服务企业46243家,减免费用上亿元,解决技术难题2674个。

二是不断提高计量服务水平。2023年新批准发布安徽省地方计量技术规范29项。开展电动汽车充电桩强制检定在线监管试点。新建成国家新能



源汽车储能产品产业计量测试中心。1项诚信计量案例入选全国7大典型案例。

三是着力加强标准化建设。2023年获批国家标准化创新发展试点省、国家强制性标准统计分析点和国家标准验证点。主导和参与制定国际标准6项、国家标准589项,发布地方标准358项,公开团体标准747项、企业标准18388项。获评中国标准创新贡献奖7项、ISO杰出贡献奖1名。

四是切实增强认证认可优质供给。2023年开展虚假认证专项整治行动,实施小微企业质量管理体系认证“2141”提升行动,精准帮扶37个行业278家小微企业。推进检验检测促进产业优化升级行动,搭建公共服务平台67个,促进中小微企业科技成果转化24个,帮助企业降低成本提升产值1.84亿元。国家公共安全电子信息产品质量检验检测中心等3个国家质检中心通过总局验收。

二、加强安全监管工作,守住消费安全底线

一是守护舌尖上的安全。出台加强食品安全社会共治若干措施,开展“食安守护”行动,强化“两超一非”问题治理,2023年查处食品违法案件9300件,“两个责任”包保督导实现全覆盖。合肥、马鞍山获批全国第三批食品安全示范城市。对22种食品和42个食品生产集中区域开展重点整治,在全国

率先开展“一企一策”精准监管行动,推进“一市一品”质量安全提升行动,有力促进食品产业高质量发展。开展食品销售安全“佳节守护”、农批市场“四化”巩固提升和农村地区食品销售安全专项治理行动,整治农村地区食品销售突出问题 1.01 万个,创建农村食品经营示范店 3568 家深入开展春秋季校园食品安全风险隐患排查,排除风险隐患 1.2 万个。组织排查缓解体力疲劳功能保健食品风险隐患,发现并整改问题 2580 个。联合开展保健食品科普宣传乡村行活动,受教群众 19.8 万余人次。完成食品抽检 26.3 万批次,发现不合格(问题)食品 8243 批。“流动诊所”帮扶企业 394 家。组织“你点我检”1.2 万批次。创新建立食品抽样异常信息报送机制,出台全国首个食品安全抽检监测数据抽查工作规范地方标准。

二是严把产品质量安全关。2023 年聚焦燃气器具等重点领域,深入实施“除患助企”行动。印发工业产品“两个规定”工作方案,在全国首批建成省级信息平台,录入单位 1.4 万余家。对电子电器等八大类 151 种 3563 批次产品开展省级监督抽查,合格率为 94.35%。创新开展“产品质量安全管理开放日”活动 30 余场次,率先开展工业产品质量安全突发事件应急演练率,承办全国消防产品质量提升大会。质量技术帮扶 2846 家企业提升产值约 2.77 亿元。

三是全力保障特种设备安全。2023 年圆满完成特种设备“两个规定”试点任务,全省配备安全总监、安全员 10.1 万人。开展城镇燃气安全专项整治、重大事故隐患专项排查和瓶安行动、电梯安全筑底三年行动,交办处置重大事故隐患 307 件。在全国率先全面启用特种设备安全管理和作业人员电子证书,电梯检验检测分离改革全面落地。

三、强化执法监管,规范市场秩序

2023 年,全省查处各类违法案件 8.74 万件,医疗美容行业乱象、产品过度包装等问题得到明显遏制,网络交易环境进一步净化。

一是持续优化竞争环境。开展民生领域反垄断执法专项行动,2 起垄断案件被总局作为典型案例公布。部署开展妨碍统一市场和公平竞争政策措施清理工作,清理政策措施 16601 件,修订废止 66 件。办结反不正当竞争案件 736 件。出台《企业商业秘密管理体系要求》安徽省地方标准。芜湖获批全

国第二批商业秘密保护创新试点地区。

二是严查价格违规行为。查办教育、医疗、旅游、物业、粮食等民生领域价格案件 2219 件,实施经济制裁 6133.69 万元,其中 1 起案件入选全国收费监管十大优秀案例。深入开展涉企违规收费专项整治,组织重点检查和交叉检查,检查涉企收费单位 2748 家,立案 68 起。

三是打击广告违法行为。查处导向类营销宣传案件 47 件。组织开展涉疫药品和医疗用品、“神医神药”、公务员考试培训等广告专项整治,查办广告案件 4328 件,罚没款 1785.66 万元。

四、加强消费者权益保护,消费服务提质增效

一是畅通投诉举报渠道。全方位畅通“两微一端”、门户网站、来信来访等线上线下投诉举报渠道,高效完成 12315、12345 双号并行,做到应收尽收、应接尽接。坚持对投诉举报数据进行分析研判,采取一月一通报、一季一调度,紧盯消费热点和痛点问题,加大督导和约谈力度,切实提升消费维权效能。2019 年以来,全省共接处投诉举报咨询 520 万件,为消费者挽回经济损失 5.22 亿元。2021 年—2023 年,我省 12315 效能评价评估得分位居全国前列(2022 年第一,2021 年第二;2023 年第二,全省 16 个市市场监管局均获评全国优秀并被通报表彰,安徽省是全国唯一一个所有市级市场监管局都入全国优秀的省份)。

二是健全 12315 工作体系。发挥社会共治力量,搭建消费纠纷化解平台,引导督促经营者履行消费维权主体责任,促进消费纠纷和解。大力推进 12315“五进”工作,在商场、超市、市场、企业、景区设立消费维权服务站(点)10765 个,并逐步向行业协会、商会、街区等消费集聚区延伸,确保消费纠纷不出服务站点。提升 12315 业务技能,2019 年,荣获首届全国 12315 技能大比武决赛三等奖。2023 年,荣获第二届全国 12315 技能大比武决赛二等奖。

三是完善纠纷解决机制。积极发展 ODR 单位,引导消费者与企业协商解决纠纷,以数据“多跑路”实现维权“少跑腿”,推动从线下“调解”向线上“和解”转变。2023 年,新发展 ODR 单位 1482 家,全省共有发展 3192 家,和解消费纠纷 49254 件,和解成功率超过 82 %。引入消保委、人民调解组织、律师、志愿者等加入消费纠纷调解,大大提高了纠纷调解



省消保委成员单位负责同志向 2022—2023 省级放心消费示范单位代表授牌

效能。总结提炼长丰县消费纠纷人民调解“五千万”、桐城“六尺巷”、淮北“一杯茶”、黄山“作退一步想”调解法,推进消费纠纷多元化解。

五、深化放心消费建设,不断优化消费环境

始终把保护消费者合法权益作为市场监管的出发点和落脚点,深入开展“放心消费在安徽”行动,构建了纵向连通、横向联动、责任明确、协同推进的新格局,实现了放心消费建设点、线、面的全方位发展,着力推动全省消费环境不断优化。

一是政府高位推动。2020年5月,省政府建立跨部门跨领域消费维权联动协作机制。2021年9月,调整提升消保工作联席会议规格,由分管省长担任召集人,明确31个成员单位职责,落实“管行业也要管消保”,加强综合监管与行业监管分工协作。省市场监管局主动牵头,围绕安全、质量、价格、服务及维权“五个放心”,联合省直31个部门开展放心消费建设活动,推动构建“政府监管、行业自律、群众参与、社会监督”的消费环境多元化协同共治新格局。2023年和2024年,省民生办将“开展放心消费创建活动”列入50项省民生实事中,放心消费建设工作上升为政府工作。

二是强化部门联动。将消费环境建设工作责任横向分解至省直部门、纵向压实至市级政府,形成纵横结合、全面覆盖的全省“一盘棋”体系。五年多来,全省在12个与消费密切相关的重点行业领域培育经营主体7万余户,认定省、市、县三级放心消费示范单位23910家,放心消费创建进乡村9518个,覆盖全省85%的行政村。放心消费创建活动取得阶段性成效,全省消费环境安全度、经营者诚信度、消费者满意度大幅提高。2022年6月,按照中

办国办《创建示范活动管理办法(试行)》新要求,以省消费者权益保护工作联席会议办公室名义在全国率先印发《安徽省放心消费创建活动方案》,全面启动新一轮放心消费创建活动,放心消费建设范围扩大为示范单位、功能街区、行业协会、美丽乡村、县(市、区)五大类,做到各行业、各领域、各地域“应创尽创”,全力打响“放心消费在安徽”品牌。在全省统一规范使用“满意消费长三角 放心消费在安徽”LOGO标识暨公开承诺式样。指导皖南七市共同开展“满意消费在皖南”行动,推动泛皖北区域建立消费维权联盟。与省通信管理局联合开展通信行业放心消费网点创建活动,推动我省通信行业消费服务水平升级。

此外,我省深度融入“满意消费长三角”行动,主动靠上去、精准接上去、全力融进去,共同打造消费领域金字招牌。2019年以来,三省一市累计培育长三角放心消费单位44.3万家,线下无理由退换货单位43.2万家,异地异店退换货单位2174家,建设放心消费商圈、商场、街区1000余个。

三是推动无理由退货。制定《安徽省线下实体店无理由退货工作指引》,推出《深入推进线下无理由退货工作若干措施》,发布《线下实体店无理由退货承诺服务规范》省级地方标准。持续推进线下无理由退货发展工作,壮大线下无理由退货单体总量。在推进无理由退货工作中,顺应零售业线上线下融合发展趋势,探索多种无理由退货模式。指导合肥百大集团、无限极安徽分公司等在所属各公司(分店)、各区域、各业态全面推进线下无理由退货同城异店、异地异店承诺活动,其中,合肥百大集团下属28家公司4656家门店(柜台)、无限极安徽分公司下属200家直营店(加盟店)全部作出无理由退货承诺。无理由退货已由城区向街道延伸,由规模以上商超、品牌连锁企业向中小实体店延伸,由商业街区、商圈集聚区向旅游景区、专业市场延伸,由日用消费品向家居家装、家用电器、旅游商品等消费领域延伸,为消费者提供了兜底的诚信保障和权益保障。截至目前,全省16个省辖市131个县(市、区)共有6.8万家经营户作出承诺,并在当地政务媒体网站对承诺单位全部亮身份、亮承诺、亮规则,接受社会各界监督。

合肥市消保委：

多措并举 高效履职 推动消费者权益保护工作走深走实

合肥市消费者权益保护委员会始终坚持以人民为中心的发展思想，牢固树立“消费者至上”理念，以提升消费者满意度为抓手，围绕每年的维权年主题，注重多措并举，探索多元共治，强化多效引导，推动放心消费环境建设和消费者权益保护工作走深走实。

一、深化“放心消费行动”，持续营造安全放心消费环境

2018年以来，市消保委、市市场监管局按照“满意消费长三角 放心消费在安徽行动”部署，秉承“五个放心”（安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心）工作理念，积极推动放心消费创建工作向纵深发展。一是指导各县（市、区）市场监管局、消保委和重点街区、商圈管理机构改善消费环境，优化消费体验，建立消费维权服务站，健全消费纠纷处理机构，提高创建工作成效；二是组织商家开展诚信承诺践诺活动，签订放心消费承诺书，公示诚信，倡导“亮品牌、提品质、守信用”放心消费理念落实落细；三是拓展放心消费创建范围，动员与市民群众生活消费密切相关的行业协会（商会）主动参与放心消费示范创建，对标对表，不断完善更加有利于消费者权益保护的体制机制。截至2023年底，合肥市培育放心消费承诺单位12000余户，全市主要商业集聚区和各类市场均设立消费维权服务站，放心消费进乡村已覆盖全市90%的行政村。

二、激发消费活力，积极推广“线下无理由退货承诺”

合肥消保委、合肥市市场监管局在全市范围内

广泛推行“线下无理由退货承诺”工作，鼓励更多实体经营者作出有利于消费者的服务承诺。一是突出统一承诺、统一标准、统一服务，鼓励经营者不断强化服务保障、优化消费体验，提振消费信心；二是突出示范引领、省市县联动作用，围绕重点行业领域、重点商业街区、重点民生品牌和连锁型企业，以点带面、“批量式”发展线下无理由退货承诺单位；三是敦促企业践诺守约，按照多为消费者创造便利、少让消费者跑路的原则，引导企业执行“先行赔付”和“异地异店”退换货制度。截至目前，合肥全市线下无理由退货承诺单位达14000余户。

三、注重多措并举，持续提升消费者满意度获得感

根据中消协百城市消费者满意度测评工作要求 and 自查调研部署，市消保委每年委托专业调查机构开展一次全市消费者满意度深度调研活动，倾听消费者诉求期盼。邀请消保委理事单位、行业协会、新闻媒体和各界代表参加的促进消费者满意度提升工作调研座谈会，共同把脉消费环境建设的痛点、难点，动态开展调查评议活动，适时约谈相关企业，敦促加强整改。携手合肥日报社持续开展提升消费者满意度宣传活动，先后向全市经营者发布优化消费环境倡议书，向全体市民发布“致消费者的一封信”，并通过相关专栏报道全市放心消费建设和消费维权工作。协调合肥电信、联通公司群发满意度测评短信800万条，邀请经营者和市民朋友为“放心消费在合肥”代言，主动提示来肥游客关注消费安全、提升维权意识。合肥市消费者满意度测评排名已连续三年处于上升趋势。

四、强化社会共治,建立消费纠纷多元化解机制

合肥市消保委大力推行投诉信息公示制度,对投诉中拒不配合调解的经营者通过省消保委工作平台及相关新媒体渠道进行公示,敦促企业重视消费者诉求,落实保护消费者合法权益主体责任。2023 年,市消保委系统共处理投诉 8761 件,解决 7844 件。投诉解决率为 89.5%。为消费者挽回经济损失约 604 万余元。接待消费者来访、电话咨询 10859 人次。市消保委与市建筑装饰协会、保险行业协会、房地产业协会长期开展消费维权合作,共同组建消费维权工作站,并就工作站规范建设、运营管理等加强指导和考核。合肥市消保委与市家装维权工作站联合开展“家装消费大巡检”和家装行业诚信承诺活动,邀请技术专家参与家装消费投诉调解工作,并联合发布家庭装修消费提示。合肥市保险消费维权联络站深入推进保险纠纷调处机制建设,组织会员单位派员进驻各区、县人民法院并设立 9 个保险消费纠纷调解工作室,近三年共处理全市保险纠纷诉调对接案件 11907 件。合肥市房地产业协会积极配合市消保委开展投诉纠纷调解,梳理房地产类投诉类型,发布交易风险提示,参与市消保委组织的各类消费宣传活动,携手营造安全放心的消费氛围。市消保委积极推动建立消费纠纷多元化解机制,建立消费维权专家委员会、消费维权法律服务团和消费维权志愿者等资源力量为维权工作提供多样化的服务支持。市、县两级消保委组织与各级市场监管部门、法院、检察院系统保持日常沟通协调,互相通报工作中发现的新问题、新情况,强化消费纠纷风险预警,形成消费者权益保护合力。肥西县、蜀山区消保委派员入驻当地政法委牵头成立的一站式矛盾纠纷调处化解工作站,积极



消费维权进社区宣传

践行新时代“枫桥经验”。

五、开展多效引导,持续倡导文明理性消费方式

合肥市消保委根据投诉咨询典型问题,结合特定消费节点,常态化发布消费提示,提醒消费者警惕消费陷阱和“套路”,近年来先后发布关于“老年人电话购物”“考试培训机构选择”和“‘双 11’网络消费”等数十篇消费提示,同时联合市市场监管局发布医疗美容消费温馨提示和预付式消费风险提示,联合市保险行业协会发布“关于防范金融领域非法代理维权风险的提示”,呼吁消费者强化安全防范意识和风险管理能力。市消保委立足社情民意“联络员”和消费政策“宣讲员”角色,积极调度社会各界力量开展消费教育活动。携手各区市场监管和消保委开展消费教育进老年消费教育基地、进社区、进学校系列活动,消费者踊跃参与。与市食安办联合邀请消费者代表、人大代表、政协委员等参与食品抽检,开展食品企业消费体验和调查评议活动,有效连接企业经营者和消费者供需两端,增进理解和互信。持续打造“消费教育大讲堂”普法品牌,组织专家、律师面向企业和消费者开展法律法规宣传和投诉案例分享活动,引导市民科学合理消费和企业诚信经营。

蚌埠市消保委：

营造“优质、放心”的市场消费环境持续发力

近年，蚌埠市消费者权益保护工作坚持全面履职和开拓创新相结合，强化一个“严”字，抓住一个“联”字，突出一个“宣”字，致力一个“实”字，打造一个“创”字，持续营造“优质、放心”的市场消费环境。

一、“严”字当头，加强基础建设

近年来，蚌埠市各级政府高度重视消保委组织建设，消保委秘书处独立挂牌，独立承担对外工作任务。市级消保委秘书处在编人员全部在岗，市市场监督管理局还根据工作特点委派熟悉、热爱消保工作的机关科级领导干部主持工作，极大地加强了秘书处消保维权力量。目前，蚌埠市三县六区消保委秘书处均为在编在岗人员或明确专人负责，同时部分区、县在经费异常紧张的情况下，还为秘书处定向招聘了专职技术保障人才，实现全面履行法定职责。

二、“联”为抓手，合力社会监督

近年来，蚌埠消保委先后联合市保险行业协会、混凝土协会、餐饮协会等联合开展消费调查，依法向市行政执法局建议进一步规范共享单车停放点设置，经市发改委明确后，向市城投公司提出龙子湖公园停车场收费合理化建议。积极参与涉及民生的出租车价格调整听证活动，为消费者合法权益发声。充实消费维权志愿者队伍，向各成员单位招募志愿者并充实专家库成员，共有 1000 余人次志愿者参与消保维权和社会公益活动。

三、“宣”字为要，普及消费教育

蚌埠市消保系统联合成员单位、街道、社区，开展消费维权法律知识进社区、街道和绿色消费大讲堂活动；先后多次组织消费者代表旁听消费纠纷民事诉讼及其他地市组织的公益诉讼；与报社和电台、电视台等新闻媒体长期合作制作以案说法节目，不断增强全市消费者和经营者的守法意识。其中“警惕 10 元旅游消费陷阱”、“建议采用第三方担保的预付式消费”等普法教育警示先后在《光明日报》《经济日报》《中国消费者报》《安徽法制报》《蚌埠日报》等中央级和省、市级媒体刊发。



四、“实”字为基，扎实做好消费维权工作

近 5 年来，全市消保系统每年接受消费者咨询、投诉均在 10000 起以上，办结率稳定在 96% 左右，为消费者挽回经济损失近 1000 万元。其中办理上级交办转办的投诉，消费者和经营者满意率高达 99.6%。实现了大部分消费纠纷解决在基层、和解在现场的目标，人民群众的获得感、幸福感、安全感不断增强。

五、“创”字为重，打造蚌埠消保工作新局面

1. 诉调对接、支持诉讼

与蚌山区人民法院建立诉调对接机制；牵头召开市场监管、法院、检察、司法、商务、住建等多部门参加的集体诉讼制度座谈会，协商建立支持消费者集体诉讼制度；联合相关部门办理 4 起群体性预付式消费纠纷，受益群众达 871 人。指导 4 户连锁经营企业妥善处理预付卡退费，帮扶经营企业依法终止经营活动，成功促成 29 起历史遗留投诉案件双方和解，100 余人息诉罢访。

2. 建立完善公益诉讼工作

2023 年，牵头市场监管和市、区两级检察部门，学习先进地区公益诉讼经验，向省消保委提供 3 条公益诉讼线索，目前已有 1 起进入起诉阶段。

3. 创建四级联动消保维权工作机制

针对近年来养老诈骗、预付式消费逃逸等群体性案件多发乱象，蚌埠市消保委积极探索“枫桥经验”蚌埠模式，完善消费纠纷多元化解机制，创建了市、县（区）、街道、社区四级联动消保维权工作机制，四级联动的各基层组织在发现（下转 18 页）

淮南市消保委：

让消费者维权更有信心

1986 年,淮南市消费者协会成立,成立之初,淮南市消协就以维护消费者合法权益为己任,三十载历程,风雨不变,初心不改。2016 年,淮南市消协依法变更为淮南市消保委,消保委主任由人大副主任担任,2022 年,淮南市消保委组建了二届全委会,主任由市政府副市长兼任,淮南市消保委每年召开全委会研究重大事项、总结上年工作、通过新年工作计划,不定期组织召开主任(扩大)会议协调相关工作,组织更加强大,维权更有信心。



淮南市消保委约谈投诉较多企业

一、投诉有回应,调处纠纷担责任

调处消费纠纷是消保委的基本职责,淮南市消保委三十年如一日,保持热线畅通,及时解答消费者咨询,调处消费者纠纷,全市各级消保委组织平均每年化解千余起消费者投诉,解答四千余起消费咨询。

调处消费纠纷,既要靠消保委工作人员过硬的法律知识,耐心的处理态度,还需要借助社会力量。淮南市消保委组织了涵盖法律、通讯、保险、家装、医疗等行业资深从业者为成员的专家委员会,建立了公益律师团队,在探讨社会消费热点问题,提供专业知识方面发挥了积极作用。

淮南市消保委牢固树立群众观念,坚持投诉咨询事事有回音,件件有着落。完善消费投诉闭环服务,支持消费者到法院立案起诉,为支持诉讼的消费者提供免费法律援助。通过矛盾纠纷多元化解,筑牢维权屏障,高效维护广大消费者的合法权益;牵头妥善处理信访批示案件:2013 年,牵头处置吴某医美信访件,陶某投诉行业协会乱收费、篮球馆儿童摔伤等领导批示件,化解社会矛盾,维护社会稳定。

预付款消费是近年来消费难题,淮南市消保委

始终当做民生重点问题不断探讨。为更好化解社会矛盾,维护社会稳定,淮南市消保委组织公益律师团、消费者代表召开案情分析会。2023 年成功妥善处理“星悦健身”因关门引起的 600 余名消费者群体投诉事件。通过分析,发现该游泳健身馆负责人存在公司账户和个人账户混用,涉嫌公私身份混同的违法行为,这一发现给了公安机关立案调查的依据,在公安机关的配合下,促使游泳健身馆负责人主动配合解决问题。协调由该健身游泳馆支付一定的费用,新的健身馆接手办卡消费者继续消费。对于想通过诉讼退费的消费者,淮南市消保委果断支持,免费代写诉状,协调诉讼事宜等支持消费者诉讼,该案件一审、二审均判消费者胜诉。最终该群体纠纷得到及时化解。

二、消费要共治,维权合力有机制

维护消费者合法权益是全社会共同的责任,早在 2007 年,淮南市消协就与淮南市装饰行业协会、市洗涤行业协会等多个行业协会建立联合办公机制,制定行业消费纠纷调处办法,共同参与行业规范管理,调处行业消费纠纷,该工作得到中消协表彰。

2022 年,淮南市消保委联合 (下转 28 页)

滁州市消保委：

聚力打造新时代“枫桥经验”滁州样板

近年来,滁州市消保委在省消保委的正确指导下,不断健全消费纠纷多元化解机制,坚持和发展新时代“枫桥经验”,充分发挥听证调解、人民调解、消费纠纷诉调对接在消费纠纷多元化解机制中的基础性作用,不断将消费纠纷化解模式向纵深推进,推动社会各界凝聚合力,带动政府部门、人大代表、政协委员、行业协会、媒体、消费维权志愿者、专家等同频共振、同向发力,切实把“预防在前、调解优先、运用法治、就地解决”落到实处,聚力打造新时代“枫桥经验”滁州样板。

一、工作成效

滁州市消保委连续四年二届被中国消费者协会表彰为“全国先进集体”;滁州消费维权受到市委市政府领导批示肯定和省消保委通报表彰;在南京都市圈消保联盟消费维权能力提升培训暨工作推进会、全省消保委业务骨干和提升履职能力培训班作经验交流发言,开展集体诉讼全省唯一试点工作,《维权共治“破圈”大融合 构建多元化解新格局》案例被评选为“2023年满意消费长三角优秀案例”,《中国市场监管报》《中国消费者报》《安徽法制报》等主流媒体报刊频频刊登“滁州声音”,处理投诉获赠三面锦旗,我委推荐的蔡太传成功入选中消协“2023消费维权年度人物事迹”。

二、工作亮点

(一)营造氛围,扩大宣传教育朋友圈

一是注重专题宣传,渗透生活消费全方面。利用3·15等重要节点开展主题宣传,联合茶叶协会发布预防茶叶过度包装倡议书,联合建筑装饰协会发布家装消费提示,联合教体局、科技局、文旅局发布校外培训消费提示,联合南京都市圈发布暑假旅游消费提示。同时结合消费热点发布消费警示70篇。

专题召开3·15纪念活动新闻发布会,向社会通报消费维权成果;二是注重媒体宣传,发挥消费维权传声筒。通过滁州市广播电视台《政风行风热线》等栏目向听众“零距离”宣传消费维权知识。在《滁州日报》刊登消费公益广告,向市民推送公益彩信,探索抖音、公众号等新媒体宣传,制作消费维权微视频课堂200余部,联合40多家成员单位编印年度《消费维权报告》,努力实现宣传效果最大化和最优化;三是注重示范宣传,以点带面促进维权共治。近年来,认定安徽省消费体验馆2家,建立市级消费教育示范点40个,省级老年消费教育示范点1个,市级消费教育基地3个。结合三八妇女节、六一儿童节,邀请消保委公益律师走进滁州学院、醉翁小学校园开展消费教育,信息报道被《中国市场监管报》《中国消费者报》刊登。

(二)多元化解,绘就“基层治理”新“枫”景

一是着力打造“党建引领消费维权”。滁州天长市在农贸市场消费集中地,以“中国好人”共产党员李宏祥名义建立“李二宝维权志愿者服务站”,充分发挥党员经营户在消费纠纷调解中的模范带头作



组织消费纠纷听证调解会

用,截至目前,李二宝消费维权服务站共调处消费纠纷 168 件;二是成立人民调解委员会。滁州天长市组建由退役军人和社区工作人员等 36 名组成的人民调解志愿服务队伍,成功调处消费纠纷 152 件,为消费者挽回损失 80 余万元。滁州定远县挂牌成立消费纠纷人民调解委员会驻人民法院诉调对接办公室,招募人大代表、政协委员、公益律师、企业维权站相关负责人等 44 名消费纠纷人民调解员。通过该种模式,成功化解陈某与定远县某汽车公司购买汽车合同定金纠纷诉讼,裁定被申请人当庭支付申请人 5200 元;三是探索跨区域联动调解。牢牢把握新时代“枫桥经验”实践要求,突出融会贯通、学以致用,加强基层矛盾纠纷预防化解资源整合融合、密切协调配合,探索跨区域协作机制,日前与六安市消保委联手通过微信群远程调解成功化解一起装修纠纷,为消费者挽回经济损失 28000 元,降低消费维权成本。

(三)法治合力,构建“融合共治”新格局

一是充分运用听证调解。聘任 20 名法律专家委员会委员成立法律专家委员会,开展 5 期听证调解,邀请法律专家、行业协会、主管部门参与,多元化解消费纠纷获赠 3 面锦旗;二是探索集体诉讼试点。在省消保委大力支持下,在预付式消费等领域开展支持集体诉讼试点工作。出台《支持消费者集体诉讼指引(试行)》,起草了与市中院《关于完善消费纠纷诉调对接工作机制的实施意见(征求意见稿)》,内容包括探索在预付式消费、食品药品安全、消费者个人信息保护等领域开展集体诉讼试点工作,目前还在征求意见中;三是公益诉讼再上新台阶。配合省消保委对董某等 11 人假酒案提起民事公益诉讼,该案被最高人民检察院评为“3·15”食品药品安全消费者权益保护检察公益诉讼典型案例,并获评安徽省“十大法治事件”;积极配合省消保委对接滁州市人民检察院,提起安徽首例涉农消费民事公益诉讼案,诉张某等 7 名被告生产、销售假化肥;在省消保委指导下,出庭对李某等 9 名被告在卤菜里加入罂粟壳的生产、销售有毒、有害食品行为提起民事公益诉讼,消保委诉讼请求均得到法院支持。

(四)刚柔并济,织密社会监督防护网

一是开展形式多样的消费体察。开展 3 次“你

点我察”消费体察直播活动,主动将监督传播思路由单向传递转变为双向交流,让群众多角度、深层次体验和感受消费监督工作全过程;开展食用农产品“你点我检”网络调查投票活动,根据投票结果,开展“可视化”监督消费体察,现场体验抽样;邀请人大代表、政协委员、消费维权志愿者、监管部门、媒体记者等开展 7 次消费体察。从“你点我察”到“你点我检”,让社会各界有效参与消费监督,有力保障群众消费监督的参与权、知情权、选择权;二是参与社会监督检查。参与相关部门针对课外培训、食品过度包装、消费“刺客”等社会关切问题监督检查;向发改委和交通局发出查询建议函,建议出租车明码标价、据实结算得到回应,促进滁州出租车收费方式改变;三是积极参与民生听证会。受发改委委托组织消费者参加滁州至南京城际铁路(滁州段)运营初期票价定价听证会、滁城普通住宅小区前期物业服务费标准调整征求意见会、滁城居民生活用水价格调整听证会;召开物流、装修、汽车行业约谈会 3 次。

(五)群策群力,共画满意消费同心圆

针对“双 11”“618”消费陷阱发表滁消观点及建议,在微信公众号制作专题公益律师坐诊日栏目,每周安排 2 名公益律师以案释法。截至目前已开展“曝光频道”公示投诉信息 4 期,公益律师坐诊日 28 期。积极联合滁州市广播电视台,通过《今晚看滁州》栏目发布消费维权新闻 20 余条。举办首届优秀消费维权案例宣讲大赛,得到全市公检法等部门及企业消费维权服务站的积极响应,充分展示一批有力量、有态度、有温度的新时代优秀消费维权案例。举办南京都市圈消保联盟消费维权能力提升培训暨工作推进会,推进形成南京都市圈消保联盟维权“一张网”的工作格局。自特色伴手礼评选活动开展以来,全市共有市级特色伴手礼 20 件,省级特色伴手礼 6 件,长三角特色伴手礼 2 件。

(六)品牌培育,擦亮“亭美滁州”新名片

立足工作实际,通过创新、整合和提升工作内容、形式、方法等方面的品牌化思路,打造出具有鲜明特色、广泛认同、有效传播的消费维权工作品牌形象。一是打造《滁消说法》栏目。聚焦消费领域急难愁盼问题,通过“法治+新媒体+声动”模式,打造全省首档新媒体公益律师消费维权宣传教育普法

栏目《滁消说法》，邀请公益律师点评，以短视频形式向广大消费者“声动”普法，相关视频在抖音号、微信视频号、公众号同步展播，受到广大消费者的点赞好评。《滁州新媒体“声动”普法开课》被中国市场监管报刊登，截至目前已开展5期《滁消说法》；二是成立“消消乐 享满意”志愿服务队。召集消费维权专家志愿者15人、消费维权志愿者173人，成立“消消乐 享满意”新时代文明实践志愿服务项目，与滁州学院青年志愿者总队共建，今年新招募大学生维权志愿者69名，举办滁州学院团委与滁州市消保委结对共建暨“雷锋月”志愿服务启动仪式；三是创建“巾帼维权栈”红透半边天品牌。把妇

建融入消费维权业务发展的各个环节各个步骤，与市检察院、市妇联联合开展“法治守护半边天 携手建功新时代”主题检察开放日活动，以法制盾牌铸起巾帼情感护盾切实保障妇女儿童的消费维权合法权益；四是制作“亭城点察”短视频品牌。为更好的打造短视频宣传教育载体，围绕你点我察，结合日常监管工作，面向社会公众，介绍工作成效、体验经营流程、宣传滁州特色等，探访网友点名体察地点，同时也邀请感兴趣的消费者参与进来，提升消费安全监督的科学性和靶向性。

（上接第25页）市装饰协会组建淮南市家装专业委员会，共同探讨家装行业消费纠纷难点问题，化解家装消费纠纷，拟定淮南市家装行业满意消费服务规范，引导经营者诚信守法经营。

三、工作更深入，公益诉讼谱新篇

2014年，新修订颁布的《消费者权益保护法》赋予了省级消费者组织依法提起诉讼的职能，淮南市消保委作为市一级消保委开拓创新，主动与省消保委沟通，由省消保委委托代理公益诉讼。

2020年7月8日，寿县人民检察院向淮南市消费者权益保护委员会发出提出民事公益诉讼函，建议对陈某等制售假酒的行为提起公益诉讼，经市消保委向省消保委报告及会同律师专家调研会谈，省消保委决定由淮南市消保委作为委托诉讼代理人。此案市中院做出民事判决：被告陈某等6人的侵权行为侵犯了众多不特定消费者的合法权益，支持消保委主张的3倍惩罚性赔偿共计335430元，要求被告在市级以上新闻媒体向社会公众公开赔礼道歉的诉讼请求。

拓展工作思路，由淮南市政府副秘书长（消保委第一副主任）牵头，制订诉讼费缓交减免方案，解决了公益诉讼的发展掣肘。淮南市消保委、市食安办、市法院、市检察院、市市场监管局共同制订了《关于协作配合共同推进食品领域公益诉讼的工作机制》，发挥公益诉讼在食品领域侵权案件中的司法救济作用。截至目前，淮南市消保委共接收公益

诉讼线索41条；提起诉讼16起，胜诉6起，和解5起，暂时撤诉2起；3起案件正在审理中，即将结案；新拟起诉5起。市一级消保委代理省消保委开展公益诉讼模式，得到了一致认可，“淮南模式”向全省乃至全国不断推广，开辟消费者组织开展消费民事公益诉讼新篇章。

四、宣传更广泛，维权意识有提升

普法也是消保委的一项重要职能，一直以来，淮南市消保委坚持深入企业、社区、学校、农村等，向重点区域重点人群宣传消费维权法律知识。宣传形式多样，有媒体合作、有社区设点、有公开课堂、有指导约谈。

淮南市消保委设立了一个老年消费教育基地、一个社区消费教育基地、一个农村消费教育基地，联合市高新区管委会、山南各社区，在高新区建设12块户外消费维权智慧服务平台大屏，及时宣传消费投诉信息、公示曝光典型案例，平台系统可链接网络或皖事通App，同时搭载了消费教育咨询系统、放心消费创建系统、名特优企业及产品展示系统等内容，方便消费者便捷获取各类消费信息。每一年度都印制2000份宣传材料，与报纸联合开辟3·15专刊，与电视联合开辟维权案例解读，用老百姓通俗易懂的方式教授维权知识。

随着时代不断变革，生活不断更新，消费维权工作也将迎来一个又一个挑战，淮南市消保委尽职履责，至终如一，消费维权永远在路上。

六安市消保委：

强平台 树品牌 不断提高消保委组织履职能力和水平

近年来,在省消保委的关心指导下,六安市消保委以改制更名为契机,坚持问题导向,强化组织建设,创新开展工作。六安市消保委被中消协授予2018-2019年度、2022-2023年度全国消协组织消费维权先进集体荣誉称号。市消保委秘书处实现增编扩容,获评市级“青年文明号”。市消保委秘书处两名同志先后被授予“全国消协组织消费维权先进个人”“安徽十大最美消费维权人物”“为国争辉六安人”“巾帼建功标兵”“六安市首届十佳普法宣讲员”“六安市第二届十大法治人物”等荣誉称号。

一、发挥消保委平台作用,在调动社会各方参与消费维权方面取得新作为

(一)组建高规格的委员会,强化工作要素保障

2016年12月,原六安市消费者协会改制更名为六安市消保委,我们以此为契机加强组织建设,组建由国家机关、人民团体、新闻媒体等单位参加的高规格委员会。六安市级领导兼任消保委主任,人大、政协、公检法等机构领导兼任副主任,进一步提升消保委组织的权威性和公信力。市消保委成立后,独立办公开展消费维权活动,市财政每年为消保委履行公益职责提供专项业务经费保障,消保委办事机构秘书处设定12名事业编制,内设综合部、投诉维权部、消费指导部、组织联络部四个部室,配备业务用车,为进一步做好消费维权工作提供了基本保障。

(二)发挥桥梁纽带作用,凝聚各方维权力量

六安市消保委每年召开全体成

员单位会议,市政府分管市长出席大会,统筹安排全市消费维权工作。每年组织开展培训交流、赴先进地市调研学习,拓宽消费维权视野,提高履职能力水平。发挥消保委平台优势,定期编发内部工作简报、发布投诉分析报告,联合成员单位发布消费维权成果,联动开展消费教育引导等活动。针对消保委人少事多等问题,充分发挥消保委组织得天独厚的资源整合与协调动员能力,将消费维权工作社会化,广聚力量促消费纠纷多元化解“效能提升”。一是促进消费纠纷和解。在强化消费纠纷消保委组织调解同时,充分发挥行业组织自律作用,先后在汽车、家装等5个行业组织成立消费维权工作站,在1313家放心消费示范单位建立和解工作机制,努力将消费矛盾争议和解在企业、化解在源头。二是打造专业支持团队。先后成立专家团(专业委员会)、律师团、志愿者团。选树20名最美消费维权人物。招募聘任来自社会各行业领域的168名消费维权专家、公益律师等注册志愿者,深度参与消费调



评选六安特色伴手礼

查、监督评议、体察体验等维权志愿活动。围绕顺应我市汽车产业发展,组建成立六安市汽车专家委员会,聘任17名相关领域专业人士,为有效化解疑难投诉等提供智力支持。三是延伸维权服务触角。推进公益诉讼和支持诉讼。市消保委与检察机关等建立支持诉讼、消费民事公益诉讼协作机制,加大消费领域社会公共利益保护力度。2起支持消费者诉讼案均获胜诉,进一步提升消费者维权服务满意度。

二、激发品牌特色优势,在推动消费品质升级方面取得新突破

多措并举促消费,打造新场景,激发新活力,消费引导教育基地“多点开花”。一是开展首届“六安特色伴手礼”、“六安消费体验馆”评测遴选活动。认定推选16件具有六安地方特色的正品优品为“首届六安特色伴手礼”,进行宣传推介。遴选并命名认定茶叶、石斛、灵芝、康养、童车童床、家具等12家不同类型的企业体验场馆为第一届“六安消费体验馆”,并进行宣传展播,助力打响“放心消费在六安”品牌。二是推荐皖美消费新场景和“长三角特色伴手礼”。积极融入长三角一体化发展,我市推荐的9个消费场景成功入选“2023年度百佳皖美消费新场景”。14件产品获得“安徽特色伴手礼”称号、7件本地优质商品入选“长三角特色伴手礼”名录,并参加无锡、上海巡礼展销。六安市消保委被长三角消保委联盟表彰为“2023长三角伴手礼”优秀组织单位。三是积极引导文明健康绿色消费。每年组织人大代表、政协委员等开展“体验六安 共创放心消费”消费体察系列活动,持续关注“一老一小”特殊群体消费,开展防养老诈骗宣传教育,发布“制止餐饮浪费”、“倡导节约适度包装”、反对“野蛮装修”、“净化校园周边消费环境 保障青少年身心健康”、“关注老人居住行”等倡议,倡导绿色、节约、平安消费。

三、关注消费变化发展,在高质量保障消费者诉求方面取得新成效

一是消费监督“聚焦难点”。围绕影院3D眼镜收费、超市会员积分清零、餐饮行业扫码点餐强制消费、强制关注公众号、电动自行车“充电难、充电

贵、充电不安全”、汽车销售、家装服务、不公平合同格式条款等民生热点问题,开展消费调查体察、提出建议意见、推动问题整改、回应社会关切。二是提示警示“聚焦热点”。联合成员单位共同发布消费提示、典型案例。发布中小学生校外培训、开学季、“6·18”等消费提示,常态化公布消费纠纷典型案例,原创《十大消费提醒》获评全国第一届消费者权益保护“微课”优秀视频奖(安徽两件作品获奖)。开办“小保来维权”普法栏目,践行“以案示警、以案释法”,提醒广大消费者规避消费陷阱,警示经营者诚信经营。

四、广泛宣传引导,在营造浓厚消费维权氛围方面取得新提升

一是把握节点常宣教。统筹开展3·15系列宣传和促消费等活动,每年以市政府办名义印发活动通知,编发年度消费维权报告、老年消费教育指导手册、放心消费宣传教育手册、公益广告(短信)、短视频,联合成员单位举办新闻发布会、开展消费教育普法行、消费维权知识有奖问答、主题征文、名优产品评测、展销等系列活动。创新邀请热心消费维权事业的六安知名人士参与制作、发布六安市3·15公益宣传片,扩大社会影响,凝聚维权共识。二是打造维权发声新阵地。全面推进新媒体宣传,充分运用“网、微、端、抖”等宣传载体,依托“六安市消保委”微信公众号、视频号等平台,累计发布消费维权知识及资讯图文信息10300余条次,进一步拓展消费教育宣传渠道、受众面、触达率和影响力。六安市消保委微信号影响力多次进入全国城市消保组织微信公众号榜单排名前十。

消费者权益保护是一项民生工程、系统工程,消费维权维的是“民心”,护的是“民利”,需要久久为功、善作善成。下一步,六安市消保委将进一步推进新时代消保委组织现代化建设,夯实秘书处履职保障;进一步创新履职方式,增强履职能力和水平;进一步突出问题和目标导向,倾力维权,在消费环境建设和服务经济社会高质量发展中,发挥积极作用。

省电子电器服务业协会：

规范行业自律 创新服务模式 推动电子电器行业的持续健康发展

一、联合开展标准制定

在标准化建设方面，已发布实施：DB34/T4227《电子电器行业服务机构等级划分与评价规范》、DB34/T4784《废旧电子电器回收服务规范》、DB34/T4785《电子电器行业服务机构运维服务质量评价规范》，标准为行业服务机构提供了明确的等级划分依据和服务质量评价标准，也为消费者在选择服务时提供了有力的参考。

目前，协会正积极推进《二手手机交易服务规范》和《家电清洗服务规范》标准的立项工作。标准的制定有助于规范二手手机交易市场和家电清洗服务市场，为消费者提供更加安全、可靠的服务。

二、联合开展调查调研

在行业调研方面，深入开展燃气热水器、空调支架、空调维修等多个领域的调查活动，2024 年作为技术支持单位参与安徽 3·15 晚会家电维修版块，为消费者提供专业的服务指导和建议。

三、联合开展行业维权

在维权服务方面，2017 年联合成立了安徽省电子电器行业维权办公室，为消费者和企业提供了一个便捷的维权渠道，维护行业公平公正。

四、联合开展公益服务

在公益活动方面，积极履行社会责任，参与多项公益服务活动，联合会员单位为 1362 位援鄂医护人员家庭提供免费清洗空调服务，得到了社会各



开展 2024 年“皖美好服务全屋智能+”活动

界的高度评价。此外，进社区为老党员、老人家庭等群体提供免费电器清洗服务，用实际行动践行社会责任。

协会秉承“服务会员、服务行业、服务社会”，每年 3·15 组织会员单位参加省消保委现场活动，2023 年联合举办“皖美好服务 链接智慧家”，2024 年联合举办“皖美好服务 全屋智能+”，这些活动不仅促进了行业内的交流与合作，也提升了消费者对电子电器行业的认知度和满意度。

展望未来，安徽省电子电器服务业协会将继续制定和完善行业标准，规范行业自律和市场乱象，提升行业服务质量和水平，推动电子电器行业的持续健康发展。同时，我们也将继续关注市场需求和消费者需求的变化，不断创新服务模式和服务内容，为消费者提供更加优质、便捷的服务体验。

安徽省消费者权益保护委员会

2024 年上半年投诉分析

一、投诉概况

2024 年上半年,安徽省各级消保委共受理消费者投诉 14007 件,较去年同期的 11621 件上升了 20.53%。解决 12632 件,投诉解决率 90.18%,为消费者挽回经济损失 2208.31 万元。接待消费者来访和咨询 56472 人次。

与 2023 年同期变化表

项 目	2024 年上半年	2023 年上半年	变化幅度
受理数(件)	14007	11621	↑ 20.53%
解决数(件)	12632	10898	↑ 15.91%
挽回损失(万元)	2208.31 万	1867.08 万	↑ 18.28%
加倍赔偿案件(件)	7	19	↓ 63.16%
加倍赔偿金额(元)	8500	11440	↓ 25.70%
政府罚没款(元)	6600	1300	↑ 400%
来访咨询(人次)	56472	58871	↓ 4.08%

二、投诉分类基本情况

(一)投诉性质分析

根据投诉性质(如图 1 所示),质量问题占 36.61%,售后服务问题占 24.81%,虚假宣传问题占 10.77%,合同问题占 9.26%,安全问题占 7.76%,价格问题占 6.17%,计量问题占 1.45%,假冒问题占 1.35%,其他问题占 1.04%,人格权益问题占 0.77%。

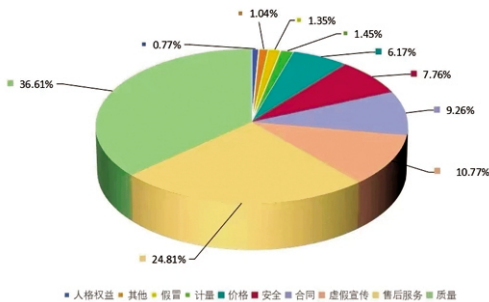


图 1 投诉性质比例图(%)

与 2023 年同期相比(如表 1 所示),售后服务,虚假宣传,安全问题投诉比重上升,价格,质量,合

同问题投诉比重下降。

表 1 按投诉问题性质分类情况表

项目	2024 年上半年(件)	投诉比重(%)	2023 年上半年(件)	投诉比重(%)	比重变化(%)
质量	4625	36.61	4568	39.31	↓ 2.69
售后服务	3134	24.81	2426	20.88	↑ 3.93
虚假宣传	1360	10.77	837	7.20	↑ 3.56
合同	1170	9.26	1347	11.59	↓ 2.33
安全	980	7.76	758	6.52	↑ 1.24
价格	780	6.17	1183	10.18	↓ 4.01
计量	183	1.45	212	1.82	↓ 0.38
假冒	171	1.35	169	1.45	↓ 0.10
人格权益	97	0.77	57	0.49	↑ 0.28
其他	132	1.04	64	0.55	↑ 0.49

(二)商品和服务类别分析

在所有投诉中,商品类投诉为 8463 件,占总投诉量的 67%,与 2023 年同期相比,比重上升 3.69 个百分点;服务类投诉为 4064 件,占总投诉量的 32.17%,比重下降 2.26 个百分点;其他类投诉为 105 件,占总投诉数量的 0.83%。

根据商品大类投诉数据(如图 2、表 2 所示),食品类、日用商品类、服装鞋帽类、家用电子电器类、交通工具类投诉量居前五位。与 2023 年同期相比,食品类,日用商品类,交通工具类投诉量比重上升,医药及医疗用品类,首饰及文体用品类,烟、酒和饮料类投诉量比重下降。

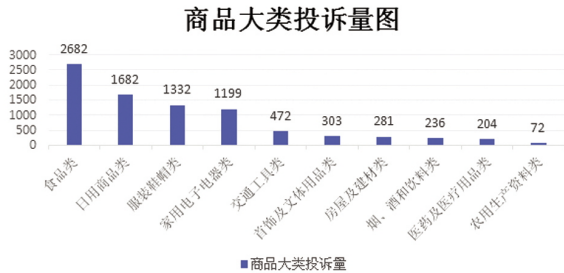


图 2 商品大类投诉量图(单位:件)

表 2 商品大类投诉量变化表

商品大类	2024年上半年(件)	投诉比重(%)	2023年上半年(件)	投诉比重(%)	比重变化(%)
食品类	2682	21.23	1945	16.74	↑449
日用商品类	1682	13.32	1167	10.04	↑327
服装鞋帽类	1332	10.54	1277	10.99	↓044
家用电器类	1199	9.49	1172	10.09	↓059
交通工具类	472	3.74	387	3.33	↑041
首饰及文体用品类	303	2.40	401	3.45	↓105
房屋及建材类	281	2.22	331	2.85	↓062
烟、酒和饮料类	236	1.87	297	2.56	↓069
医药及医疗用品类	204	1.61	338	2.91	↓129
农用生产资料类	72	0.57	42	0.36	↑021

根据服务大类投诉数据(如图 3、表 3 所示),生活及社会服务类、销售服务、文化、娱乐、体育服务、房屋装修及物业服务、教育培训服务居于前五位。与 2023 年同期相比,生活及社会服务类,销售服务,电信服务投诉量比重上升,文化、娱乐、体育服务,教育培训服务,房屋装修及物业服务投诉量比重下降。

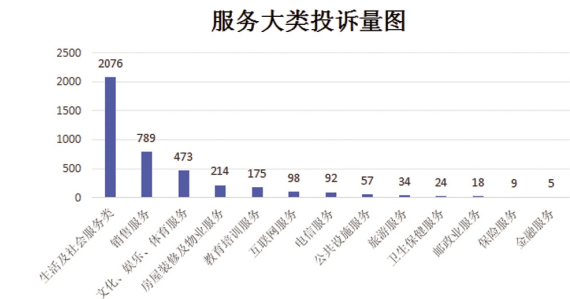


图 3 服务大类投诉量图(单位:件)

表 3 服务大类投诉量变化表

商品大类	2024年上半年(件)	投诉比重(%)	2023年上半年(件)	投诉比重(%)	比重变化(%)
生活及社会服务类	2076	16.43	1757	15.12	↑132
销售服务	789	6.25	590	5.08	↑117
文化、娱乐、体育服务	473	3.74	736	6.33	↓259
房屋装修及物业服务	214	1.69	268	2.31	↓061
教育培训服务	175	1.39	281	2.42	↓103
互联网服务	98	0.78	104	0.89	↓012
电信服务	92	0.73	80	0.69	↑004
公共设施服务	57	0.45	61	0.52	↓007
旅游服务	34	0.27	31	0.27	↑000
卫生保健服务	24	0.19	32	0.28	↓009
邮政业服务	18	0.14	27	0.23	↓009
保险服务	9	0.07	18	0.15	↓008
金融服务	5	0.04	16	0.14	↓010

(三)商品和服务投诉细分情况

在具体商品投诉中,投诉量居前五位的分别为(如图 4 所示):食品、服装、日用杂品、化妆品、鞋。与 2023 年同期相比,日用杂品,化妆品,家用小电器产品投诉上升,首饰,鞋,通讯类产品投诉下降。

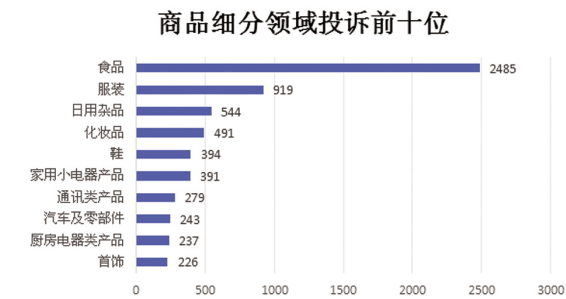


图 4 商品细分领域投诉前十位(单位:件)

表 4 投诉量居前十位的商品(单位:件)

商品类别	2024年上半年	2023年上半年	同比(%)
食品	2485	1802	↑37.90
服装	919	832	↑10.46
日用杂品	544	264	↑106.06
化妆品	491	274	↑79.20
鞋	394	429	↓8.16
家用小电器产品	391	257	↑52.14
通讯类产品	279	299	↓6.69
汽车及零部件	243	200	↑21.50
厨房电器类产品	237	195	↑21.54
首饰	226	331	↓31.72

在具体服务投诉中,投诉量居前五位的分别为(如图 5 所示)餐饮服务、店面销售、美容、美发、住宿服务、远程购物。与 2023 年同期相比,店面销售,摄影及照片冲洗加工,餐饮服务投诉上升,健身服务,参观、游乐服务,培训服务投诉下降。

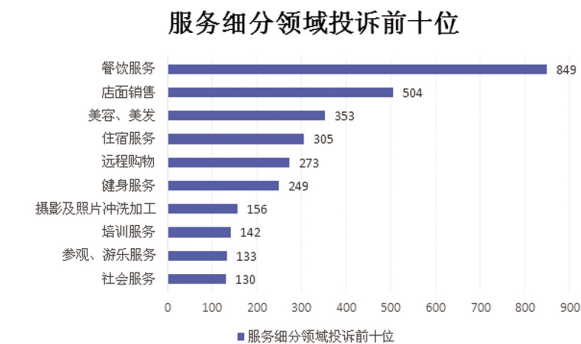


图 5 服务细分领域投诉前十位(单位:件)

表 5 投诉量居前十位的服务(单位:件)

服务类别	2024 年上半年	2023 年上半年	同比(%)
餐饮服务	849	672	↑26.34
店面销售	504	316	↑59.49
美容、美发	353	296	↑19.26
住宿服务	305	266	↑14.66
远程购物	273	271	↑0.74
健身服务	249	439	↓43.28
摄影及照片冲洗加工	156	103	↑51.46
培训服务	142	200	↓29.00
参观、游乐服务	133	196	↓32.14
社会服务	130	127	↑2.36

三、热点问题

1. 预付式消费类投诉

预付式消费方式普遍存在于消费者日常生活中,经常出现在美容美发、健身、教育培训等行业中。经营者设定格式条款,故意减轻或逃避应承担的责任;限制消费者转让、退卡、特殊期间限制使用;拒绝兑现办卡前的承诺及待遇,服务水平大打折扣;更有经营者擅自终止服务未提前告知消费者,致使消费者无法享受应有的服务。

例如:2024 年 5 月 18 日,宣城市泾县消保委接到消费者叶女士等 6 人投诉,称他们 2023 年在泾县财富市场某儿童乐园办理了会员卡,剩余 400 元未使用,现该店倒闭未提前通知顾客退款,请求帮助。接到投诉后,县消保委立即请辖区分会与消费者联系,展开调查。5 月 21 日,分会约谈该儿童乐园负责人吴女士。经过工作人员约谈后,该儿童乐园负责人最终作出承诺同意退款。针对暂未申请退费的消费者,商家在工作人员的介入下也主动联系进行退费。截至 2024 年 5 月 22 日已退款 66 人,合计金额 13395 元,消费者对处理结果表示满意。

消保委建议: 预付式消费门槛低,风险大,消费市场存在监管难点。经营者缺乏诚信,发行预付费卡也没有完善的审核与合理限制;相关监管部门职责不清、监管主体较多;消费者维权意识薄弱,维权证据不足。2024 年 7 月 1 日实施的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》中强化了预付式消费的经营者义务,但对于此类投诉还是要加强部门合作。相关部门权责分明,加大预付式消费的执法力度,才能有效提高预付式消费法律的实效性。强化经营者社会责任,可建立发卡商家信用信息公

示制度,通过大众传播媒介予以揭露、批评,提高其失信成本,倒逼其合法诚信经营,履行维护消费者合法权益的社会责任。消费者需要理性消费,在消费中仔细查看经营者相关证照,办卡缴费时与商家签订书面合同,并注意保留协议、发票等相关证据,一旦发生纠纷时及时投诉,维护自己的合法权益。

2. 食品类投诉

上半年食品类投诉 2682 件,占投诉总量 21.23%,位列商品类别第一位。食品质量及安全问题依旧是消费者关注的热点,也是出现问题最多的两方面。食品上霉变质、包装中掺杂异物、缺斤少两、标签标识不符合规定;保健食品营养含量、功效与宣传不符问题时有发生。

例如:2024 年 4 月 16 日,某消费者打电话向宿松县消保委投诉,称其 4 月 15 日早上花费 4.5 元在某精作鲜包店购买了两个包子。消费者吃完身体出现异常,去医院检查为食物中毒,后与店主交涉,店主态度恶劣,请其赔偿医药费和误工费无果。接到投诉后,皖西南投诉站工作人员立即对该店进行检查,当场让商家与消费者进行电话沟通,就服务态度向消费者赔礼道歉,最终取得消费者谅解。工作人员已责令商家限期内进行整改,后续将联合相关监管部门加强对此类小餐饮服务经营户的监管,督促经营户加强店堂食品安全管理,保持店堂环境卫生清洁,严格落实食品安全主体责任。

消保委提醒: 民以食为天,食以安为先。食品质量及安全,关系到消费者的身体健康和生命安全。近年来,食品安全问题频发,特别是在食品网络销售和外卖配送的兴起,食品法律法规惩罚力度不够,缺乏威慑力的情况下,食品安全风险更加突出。即使包装完好、保质期内的商品也可能存在质量问题,因此消费者应提高警惕,发现问题后,注意留存商品交易过程中的各种证据,这不但是一种良好的消费习惯,更是对未来可能发生的纠纷进行维权的有力证据。行政监管部门应认真执行食品安全监督执法职责,加强对食品生产企业、销售商家的监管检查,及时发现食品安全问题,督促他们进一步加强食品质量安全的管控措施,保障消费者吃的安全,吃的放心。

3. 未成年人消费类投诉

未成年人消费投诉往往就因为他们很多的消费行为是被限制的,事后无法取得家长认可,因此



造成的消费纠纷成为了投诉热点。

例如:2024年2月23日,消费者吴女士向阜阳市临泉县消保委反映:2023年11月26日自己孩子通过某平台店铺“某弟官方旗舰店”(地处临泉县)购买了游戏账号,共计5个订单约3000元左右,消费者表示有证据可以证明是未成年人14岁的孩子购买的,与商家协商只予退还80%,希望消保委核实处理。接到投诉后,县消保委立即安排工作人员展开调查,后查明投诉人反映情况属实。经工作人员与商家多次沟通,商家同意退还95%的费用,共计退款2850元,消费者表示满意。

消保委建议:●未成年人消费投诉主要涉及为了购买网络游戏装备,背着父母用压岁钱或者偷用家长的账户绑定的微信和支付宝大额充值。还有孩子为了购买游戏卡片、盲盒往往超额消费,某些稀有卡片及盲盒公仔都是为概率获得,为了收集稀有卡片、盲盒,刺激着孩子们的购买欲、造成不必要的攀比心。监护人在日常生活中要与孩子多沟通交流,学校也要加强教育引导,让他们形成正确的消费观念。监护人对未成年人使用电子设备要加以限制,管理好自己的手机支付密码,以免产生不必要的财产损失。有关监管部门要加快推进专有法规立法,明确主管部门及监管范围,设立行政许可及备案机制,构建网络游戏经营信用体系。游戏运营企业应继续贯彻《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》相关要求,利用技术手段,发挥防沉迷系统的作用,甄别、限制未成年人的注册和支付行为。如果出现未成年人充值消费纠纷问题,应简化处理程序,适当采取略宽松的审核机制,在符合一定形式要件的情况下,尽量予以退款处理,同时可对该用

户再次提出此类要求进行一定限制。

4.装修类投诉

近年来家庭装修建材行业迅猛发展,但由于装修企业资质良莠不齐,商家偷工减料,使用的建材质量不合格、以次充好;有些装修人员缺乏责任心、粗制滥造,不按工程规范施工;装修合同不规范,拒绝提供验收服务,出具质量保修书。当住宅装修出现质量问题时,装修企业常常以各种借口推脱,拒绝履行售后保修服务。

例如:2024年4月24日,消费者窦先生前往六安市消保委投诉,称其4月初在某平台上看到一家全铝整装工厂的视频广告,宣称“全铝整装,本月装修只要半价全包,包量房设计、包主材辅材、包配送安装、包家具家电,没有中间商,不加价不增项”。因为窦先生家房屋拆迁,着急装修新房入住,很快就与商家约好到工厂参观。业务员向窦先生宣传家电、家具免费送,预算在7-8万元。最终,窦先生交了3万元定金,公司开具了“全屋定制预算清单”和定金收据,但并未签书面合同。经过测量和设计,商家报价从7-8万提到了15万,消费者觉得自己陷入了商家的营销套路,要求退回定金未果。市消保委接诉后了解到商家在滁州市来安县,随后将窦先生的相关材料转交给滁州市消保委处理。最终,经过来安县汉河市场监管所搭建微信群组织异地网络调解,商家在扣除相关费用后将2.8万元退给窦先生。

消保委建议:●装饰装修服务是关系到百姓安居乐业的民生问题,涉及到行业的公共管理和行业自律。建议消费者选择社会上信誉好装修企业,签订正式规范的书面合同,谨防装修加价陷阱,明确质保条款。消费者在装修过程中要注意现场监工,装修完毕后,及时验收,合格后再结算余款。一旦发现及时协商保存相关证据积极维权。有关行政主管部门加大监管力度及宣传力度,严格控制市场准入制度。行业协会应加强会员企业的自律,共同协作,提高服务水平,以消费者的利益为最大目标,促进行业良性发展。企业提高自身发展要求,创立品牌意识,加强施工管理,组建自身的建筑人才队伍,抵制低劣施工队挂靠,诚信经营。

(投诉部)

内抓规范 外强协作

安徽省消保委不断推进消费民事公益诉讼

自2020年提起首起消费民事公益诉讼以来,安徽省消保委守正创新,坚持人民立场,着眼于消除消费安全隐患,切实维护消费者合法权益,不断推进消费民事公益诉讼取得新突破。截至2024年6月,安徽省消保委(以下简称我委)共计提起消费民事公益诉讼案件40件,已经判决16件,全部胜诉,调解获赔12件。案件范围覆盖假酒假烟、农用药肥、老年保健品诈骗、假机油、“口水油”火锅锅底等。2020年提起的9起假酒消费民事公益诉讼,获评2020年“安徽十大法治事件”;2023年委托淮南市消保委提起的1起“口水油”火锅锅底案,入选“安徽放心消费十大事件”。

一、主要做法

消费民事公益诉讼作为省级以上消费者组织的一项重要法定职责,安徽省消保委从“内抓规范、外强协作”入手,进行了有益的探索尝试。

(一)建立公益诉讼诉前工作机制

2016年5月,根据工作需要,在深入研究和总结经验的基础上,我委制定了《消费民事公益诉讼案件诉前工作规范(试行)》,建立了消费民事公益诉讼诉前工作机制,成立公益诉讼诉前研讨小组,就公益诉讼相关线索能否提起公益诉讼、公益诉讼具体诉求、公益诉讼赔偿数额等进行研讨和论证。

同时,2016年修订完成的《安徽省消费者权益保护条例》给予了强有力的支撑,其中明确规定,“省消费者权益保护委员会为提起诉讼收集证据,需要有关行政部门协助的,有关行政部门应当支持”“市、县(区)消费者权益保护委员有提起公益诉讼建议的权利”,工作中,我委要求地方各级消保委每年向省消保委上报公益诉讼的线索,并列入年度目标考核。

(二)与检察院建立公益诉讼合作机制

检察院的中枢作用不可或缺。2018年,在检察部门的支持下,我委与省检联合下发《关于加强消费民事公益诉讼协作的意见》(皖检会〔2018〕10号),搭建起消费民事公益诉讼合作框架,在民事公益诉讼案件信息通报、工作联动、支持起诉与办案协作方面,奠定了良好的制度基础,多年来运转良好。我委提起的消费民事公益诉讼案件,检察院全



部出庭支持起诉。目前,检察院在和我委消费公益诉讼的合作中,对于违反食品药品安全标准的,由检察院来提起公益诉讼;对仅仅是假冒商标,不涉及产品安全缺陷的,经我委同意,由检察院移送我委提起公益诉讼。我省提起公益诉讼最多的淮南市,大部分案件线索是五区两县检察机关主动提供,与刑事案件同步推进。初步形成检察院提供线索、查阅公安机关刑侦材料、检察院支持诉讼和材料移送、法院立案庭审、判决执行等流程的工作模式。

(三)争取法院支持赔偿性诉求

为发挥公益诉讼威慑作用,在我省探索提起惩罚性公益诉求。2019年12月20日,我委首次就9件假冒注册商标案向滁州市中级人民法院提起惩罚性消费民事公益诉讼。关于消费民事公益诉讼案件中,原告能否提出惩罚性赔偿的诉求,是庭审争议的焦点。法院在充分听取原被告意见后,认为经营者生产、销售假冒产品,既会对购买、消费该产品的特定消费者群体个人造成私益权利的侵害,也会对社会主体的公共利益、公共秩序等造成损害,这种与特定消费者群体私益无关的公共利益损失,无法通过特定消费者提起的私益诉讼予以弥补,必须通过公益诉讼的赔偿制度予以解决,故对《最高人民法院关于审理消费民事公益诉讼案件适用法律若干问题的解释》第十三条中的“等”字做目的性的扩张解释,判令被告承担销售额三倍的惩罚性赔偿。这是我委首批消费民事公益诉讼,通过惩罚性赔偿和公开赔礼道歉,放大了威慑效应,取得了办理一案,教育一片,整改一方的良好效果。此后,我委提起的全是赔偿性公益诉讼,均得到法院支持。

(四)以委托代理方式推动地方公益诉讼开展

发挥属地消费者组织的作用,破解力量不足、鞭长莫及的困局。《消法》只赋予了省级以上消费者协会提起公益诉讼的资格,随着案件不断增加,为持续推进消费民事公益诉讼,我委以授权地方消保委秘书长作为代理人的方式提起诉讼。目前,淮南、阜阳、滁州、安庆、蚌埠等多地消保委都先后提起消费民事公益诉讼案件,既能从实际上拓宽了消费民事公益诉讼,又能提高地方消保委工作积极性,充分发挥其地缘优势,提升办案质效。目前,我委提起的40件公益诉讼案件中,我委直接提起的10件,其余30件都以委托地方消保委的方式提起。

(五)建立“公益诉讼+消费教育”模式

建立“公益诉讼+消费教育”相结合的模式,拓展消费民事公益诉讼案件的影响力。我委提起的假化肥涉农公益诉讼案,庭审结束后,安徽省检察院



就该案件召开了评审会,滁州市、马鞍山市多名人大代表、政协委员对该案给予高度评价,提议应当加大宣传,提升广大农民维权意识。该案判决胜诉后,我委联合安徽省人民检察院开展了“安徽省农资消费教育专题活动”,以公益诉讼现身说法,为农民提供辨假知识及维权渠道。

(六)组建律师团,提供有力法律保障

凝聚合力,向社会借智借力。为更好落实公益诉讼职责,发挥消费维权司法救济作用,安徽省消保委成立公益律师团,聘请省内热心消费维权公益事业、诉讼经验丰富、行业口碑好的律师加入,并制定律师团工作规范,确保律师团规范有序运作。地方消保委开展消费公益诉讼,可以直接从律师团里选任公益律师作为代理人。实践证明,律师团的建立为后续公益诉讼工作提供了有力的专业保障。

(七)公益诉讼赔偿金一案一户

财政给予了热情支持。起初安徽省消保委会提出赔偿金额由法院或者消保委代管,等待消费者诉讼时效届满后,如无提出赔偿,则上缴国库。后续随着实践经验逐步积累,安徽省消保委对赔偿金的处置思路进一步延伸并加以创新,对公益诉讼赔偿金

向财政申请开立专门账户,实行一案一户。法院判决后,我委根据法院的判决书去银行申请账户,被告将款项打入该账户,实现一案一户,并就公益诉讼赔偿金使用进一步探索,希望将公益诉讼赔偿金真正用于公益。

二、存在问题及思考与建议

(一)赔偿诉求缺乏明确的法律支持

除了食品药品安全领域之外,消费公益诉讼赔偿诉求缺乏明确的法律支持。除了《最高人民法院关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》,对食品药品公益诉讼可以提起赔偿诉求明确之外,现有法律和司法解释,都没有对消费公益诉讼赔偿性诉求做出明确规定,导致判决结果也各不相同。建议立法或者司法解释明确消费民事公益诉讼允许赔偿性请求和惩罚性赔偿请求,并厘清公益诉讼赔偿诉求和个人私益赔偿诉求的关系。

(二)赔偿款的管理和使用不明确

公益诉讼赔偿款执行到账后,应该放在哪个部门?作何种用途?消费者如何申领?目前,也没有统一规定。我委就公益诉讼赔偿款开设专门账户,实行一案一户,但对赔偿金如何使用并没有规定。公益诉讼赔偿金,要真正发挥公益的效用。

建议中消协与最高人民法院等方面协商制定消费民事公益诉讼赔偿款使用管理办法,明确消费者申领程序,以及公益诉讼赔偿金用于支持消费维权公益性事业开展。

(三)诉讼费用缺乏支持

公益诉讼属于民事诉讼范畴,原告依据程序要缴纳诉讼费用。消协组织费用来自于财政支出,管理要求相当复杂,为了顺利推动消费民事公益诉讼案件进展,我委向法院申请采取缓交诉讼费的方式,待案件判决后由败诉方承担,这只是临时性的办法。部分涉及民生的案件,涉案金额数千万元,诉讼费达到十几万乃至几十万,诉讼费用缓交如协调不成,则诉讼工作无法开展。

民事诉讼设立当事人交纳诉讼费用制度的基础是“受益者负担原则”,而公益诉讼是为了国家、社会的公共利益。建议中消协能与最高人民法院等沟通,参照《检察机关提起公益诉讼改革试点方案》检察机关提起公益诉讼免缴诉讼费的规定,免缴消费民事公益诉讼费,为消费民事公益诉讼扫清障碍。

(文章系安徽省消保委秘书长周玉战在“全国消协组织法律理论与实务培训班”上的交流发言,有删节)

预制菜产业健康发展与消费者权益保护

当前,预制菜已渗透到经济社会生活的很多领域,处理好预制菜产业与消费者权益保护之间的关系,对于促进预制菜产业健康发展的意义重大。预制菜产业健康发展和消费者权益保护之间,应该是相互促进、相互影响的关系,预制菜产业的健康发展可以更好的满足消费者多样化、品质化的需求,让消费者有很多的选择,更优质的消费体验;另外,保护好消费者权益,也可以激发消费者意愿和消费活力,更好挖掘释放消费潜力。



一、预制菜产业快速发展,已深度融入百姓日常生活

1.预制菜发展状况。从产业和市场角度看,2022年我国预制菜市场规模达4196亿元,2023年预制菜市场年规模达到5165亿元,预计至2026年突破万亿大关。在产业端,近两年每年新增预制菜相关企业数千家,农食、速冻、餐饮、零售等各类企业纷纷入局。目前预制菜行业下游最大的需求来自餐饮企业,占比达80%。小吃快餐店、连锁店、主打外卖的餐饮店、乡厨、团餐食堂等是预制菜应用的主要场景。随着锁鲜技术、冷链技术的发展,部分高端餐饮、酒店宴席也开始频繁使用预制菜。而根据省农业农村厅印发的《安徽省预制菜产业发展规划(2023—2025)》,截至2023年,我省预制菜企业1630家,年总产值约1092亿元,到2025年,全省预制菜经营主体数量力争发展到2000家左右,预制菜产业规模突破1200亿元。从消费者角度看。2023年江苏省消保委发布微调查,了解消费者对线下餐厅、饭店使用预制菜情况。调查结果显示62.8%的消费者在外出就餐过程中遇到过饭店、餐厅使用预制菜。

2.预制菜的发展优势很明显。首先,可以促进产业化融合发展,提升规模化、标准化降本增效。2023年中央一号文件《关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》提出培育乡村新产业新业态,其中要求“提升净菜、中央厨房等产业标准化和

规范化水平,培育发展预制菜产业”,这是预制菜首次被写入中央一号文件,获得了国家政策的加持,也为预制菜行业发展带来新的机遇期。

其次,饮食更便利、更便捷,契合了当前很多人的生活。从消费者角度,预制菜契合了“懒宅”经济,简单加热或熟制后即可食用,拉进了经营者与消费者的时空距离。

再次,成本可能更低。预制菜规模化、产业化生产,可能会让利于消费者,降低了终端价格,提高了性价比。

二、引发的消费权益保护问题逐渐增加

1.消费者的态度,部分消费者对预制菜并不太买账。2023年江苏省消保委发布微调查,了解消费者对线下餐厅、饭店使用预制菜的态度看法,调查结果显示53.2%的消费者反对饭店、餐厅使用预制菜,表示去餐厅就是想吃新鲜菜品;65.6%的消费者认为饭店、餐厅使用预制菜应当提前告知;78.1%的消费者反映线下饭店、餐厅针对使用预制菜这一情况未做到提前告知;消费者普遍认为预制菜与现做菜存在差别,主要体现在质量、分量、口味等方面。

2.“预制菜进校园”问题成为检验消费者态度的典型事件。近期热烈讨论的“预制菜进校园”话题,也是检验社会对预制菜的一个态度。因一些家长担心长期食用预制菜会对孩子健康不利,针对部分学校统一配餐引入预制菜的情况引发家长、各部门和社会关注,最终以对“预制菜进校园应持十分审慎态度,不宜推广进校园”的“结论”暂告一段落。

3. 央视3·15晚会曝光的“梅菜扣肉里的槽心肉”的问题,让消费者更加忧心预制菜品质。此次曝光不仅暴露出行业发展和监管方面的一些问题,更加重了社会消费者对预制菜质量问题的担忧。问题之后,2024年3月18日,市场监管总局、教育部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国家卫生健康委联合印发《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》(国市监食生发〔2024〕27号),就促进预制菜产业高质量发展作出相关规定。其中首次从国家层面明确了预制菜的定义和范围:是以一种或多种食用农产品及其制品为原料,使用或不使用调味料等辅料,不添加防腐剂,经工业化预加工制成,配以或不配以调味料包,符合产品标签标明的贮存、运输及销售条件,加热或熟制后方可食用的预包装菜肴。《通知》还从标准体系建设、食品安全监管和推进产业高质量发展等方面作出要求,“不添加防腐剂”“严格食品添加剂使用”“严把原料质量关”等规定,将更有效地保障消费者吃得健康,让预制菜发展有更加广阔的空间。

三、预制菜消费中的如何保护消费者知情权、选择权等有争议

中消协5月份发布了《中国消费者权益保护状况年度报告(2023年)》指出,预制菜菜品标示不详细、不规范、不真实等信息缺陷,侵犯了消费者知情权和选择权;预制菜食材不新鲜、口味还原度不够、产品同质化严重,品牌化低、标准不健全等问题,引发消费者对预制菜商品安全、绿色、健康等方面的担忧。

总得来看,在预制菜领域消费者的知情权、选择权、公平交易权,在某些情况下没有得到很好的保护和保障。要不要披露预制菜使用情况,怎么披露;以及怎么发展预制菜产业,保护消费者的公平交易权等等,需要重点考虑。而目前,关于经营者要不要披露、怎样披露预制菜的相关信息,值得讨论。

1.从目前食品相关法律法规来看,没有明确规定。比如,作为保障消费者知情权、选择权方面主要依据的《食品标识管理规定》,第十八条食品标识不得“以欺骗或者误导的方式描述或者介绍食品”,但该现行规定并未强制性要求商家就预制菜作出明确标识。而从各电商平台资质规则中可以看到“预制菜”在多个平台规则中被归类为生鲜产品,并未与其他未经加工的农产品原材料在产品类目上进行区分。

还有,根据《食品安全国家标准——预包装食品标签通则(GB7718-2011)》,预制菜这类向消费者提供的预包装食品标签标示应包括食品名称、配料表、净含量和规格、生产日期和保质期、贮存条件、食品生产许可证编号等等需要标示的内容。而其中生产日期的定义为食品最终包装的日期,这也意味着主动选择采购预制菜的消费者可能难以从其包装上生产日期回溯原材料实际投入加工的日期。

2.消法充分保护消费者知情权。但是,《消费者权益保护法》第八条规定消费者享有知情权:“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。”而相对应的,根据消法第二十条,经营者应当负有向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等真实、全面的信息的义务,不得进行虚假或诱导性的宣传。经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用方法等问题提出的询问,应当作出真实、明确的答复。根据前述规定,消费者有权要求提供餐饮产品的商家说明食品及服务的真实信息,并基于真实详细的信息作出消费选择,商家也应履行主动披露义务。

3.现实民事判决具有借鉴意义。上海市第一中级人民法院的一则民事判决,很有借鉴意义。上海市一中院(2017)沪01民终7144号中指出,经营者披露的信息“应根据一般消费者的认知能力、消费心理及对消费者选择权行使的影响作出判断,对于直接影响消费者选择权行使和真实意思表示的信息,经营者对此负有主动告知义务,且应以消费者能够接受和理解的方式特别提示”。类比参照上海市第一中级人民法院的裁判观点,如果采用预制菜会直接影响到消费者行使选择权,经营者则应当主动披露其使用预制菜的情形及所使用预制菜的相关信息。江苏省消保委开展的调查也显示,高达93%的受访者认为商家应在点餐前告知使用了预制菜。

四、如何做好预制菜领域消费者权益保护

(一)面临的问题困难

1.诚信环境有待优化。任何领域保护消费者权益都以经营者的诚实守信为基础,否则消费者权益就很可能被侵害,处处是坑。目前来看,不少预制菜生产和使用的经营者诚信有所欠缺,没有履行主动告知义务,甚至故意使用诱导性的广告词使消费者

产生误解,导致消费者无法基于真实的认知作出消费选择,已经侵犯了消费者的知情权。

2.从生产方面,预制菜生产加工相关标准规范不够完善。预制菜质量、口感等方面,难以有效保障。目前预制菜的生产加工主要依据普适性的食品安全法律法规,例如《食品安全法》《餐饮服务食品安全操作规程》,以及一些行业、团体以及部分地区相继出台了针对预制菜产业的规范标准。全国标准信息公共服务平台数据显示,预制菜相关的标准共有将近200项,其中团体标准约占7成,企业标准占2成以上,还有8项地方标准。预制菜食品安全以及相应的标准规范尚未在国家规范层面形成统一的准则,仍主要依靠行业自治、团体自治的途径规范食品安全和保障食品风味,支撑程度明显不够。

3.监管、认证、溯源体系还不够健全。2024年3月18日,市场监管总局、教育部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国家卫生健康委联合印发《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》(国市监食生发〔2024〕27号),就促进预制菜产业高质量发展作出相关规定,首次从国家层面明确了预制菜的定义和范围。但是,更具体的监管、认证、追溯制度等还须进一步完善。

4.消费者对预制菜的了解认识不够,维权困难。消费者对预制菜工艺流程、质量、营养等认识还不够科学理性,维权时取证能力不足,也让维权效果很难满意,拉低了消费者对预制菜消费的满意度和体验感。

(二)消保委做好消费者权益保护的职责

1.消保委的法定职责。保护消费者权益是全社会共同的责任,在预制菜领域也适用。立法、司法、行政、社会各界都有责任。消费者协会(消保委)和其他依法成立的消费者组织应当按照消费者权益保护相关法律法规履行职责。在《消费者权益保护法》《安徽省消费者权益保护条例》和7月1日实施的《消费者权益保护法实施条例》框架下,消保委组织在履行消费者权益保护方面有丰富的职责和手段。目前,安徽消保委的成员单位包括检察院、法院等司法机关,发改委、商务等行政部门,安徽广播电视台等新闻媒体,及行业组织等70余个成为单位。以政府部门为主,涵盖社会各界,具有凝聚各方力量做好消费者权益保护工作的独特优势。

2.消保委在预制菜领域保护消费者权益的有益探索。一是做好消费维权工作。实施好智慧315平台应用和升级工作,为消费者投诉提供便捷服务,用心用力用情,解决好消费者投诉;同时,积极鼓励引导生产和使用预制菜的经营者入驻和解平台,主动承担起消费纠纷投诉化解的主体责任,更好的促进预制菜领域的放心消费和满意消费。另外,加强与法院、检察院的工作衔接做好相关案件的公益诉讼和支持诉讼工作;与行业协会等组织一道,做好投诉和调解工作。二是开展消费调查。对预制菜生产和使用实施社会监督,引导经营者合规诚信经营。三是开展消费体察。组织消费者实地查看预制菜生产加工现场,了解预制菜原材料采购、制作、储存等过程,帮助消费者正确认识预制菜,引导消费。四是联合或参与制定相关标准。利用消保委的社会组织优势,联合相关企业、组织、行业协会探索制定相关标准,促进消费者权益保护工作在标准规范层面落地。2022年,安徽消保委联合上海、浙江、江苏消保委及长三角餐饮行业协会,部分预制菜龙头企业,制定了《长三角预制菜菜点质量及服务评价规范》团体标准,从原材料、加工、包装、标签标识、贮存配送、还原度以及食品安全指标等多方面提出了明确要求,对预制菜产业发展和消费者权益保护发挥了积极作用。五是在立法立规方面积极建言发声。现行安徽消保条例的制定和修订,省消保委是重要参与者和起草者。在下一轮修订安徽省消保条例时,也努力将预制菜方面好的消保意见写进去。六是开展消费法律法规和预制菜知识宣传。引导消费者理性看待预制菜,营造有利于预制菜产业发展的好的社会氛围,既维护经营者利益,促进预制菜产业健康发展;又维护消费者合法权益,更好的满足消费者多元需求和品质需求。目前,全省消保委系统正联动开展“百场消费教育大讲堂”和“百场绿色消费体验”活动,打造了很好的载体。七是开展促消费活动。主要开展安徽伴手礼评测、安徽体验馆遴选等活动,努力把一些具有浓郁安徽地方特色、高品质的预制菜产品纳入安徽伴手礼进行推广等。

(文章系安徽省消保委秘书长周玉战在省律师协会消费者权益保护专业委员会召开的“预制菜产业的健康发展和消费者权益保护”研讨会上的交流发言,有删节)

2024 年“618”消费维权舆情分析报告

2024 年“618”在低价促销常态化背景下,主流电商平台主动求变,取消预售,加大力度让利消费者。国家邮政局监测数据显示,5 月 20 日至 6 月 16 日,全国快递揽收量达 137.66 亿件,投递量达 135.26 亿件,最高日处理量超 5.8 亿件。

去年以来,各平台不断探索新的促销模式。今年“618”网络电商尝试采用简化规则、取消预售、增加“仅退款”、拉长大促周期等动作,一定程度上提高了消费者购买意愿,但也打破了消费者、平台、商家三方固有平衡,呈现出一些消费维权新问题。

中国消费者协会利用互联网舆情监测系统,对 6 月 1 日至 6 月 20 日相关消费维权情况进行了网络大数据舆情分析。监测发现,平台商家寻求突破,市场环境变化,消费者购买意愿下降等多种因素作用,导致今年的吐槽内容不再集中于促销优惠需“做数学题”、快递积压等老问题,而是在以次充好、退换货、保价等方面衍生出新的话题。

一、消费维权舆情基本情况

在 6 月 1 日至 6 月 20 日共计 20 天监测期内,共收集到“消费维权”相关信息 9,110,688 条,日均约 45 万条。舆情走势波动集中在 6 月初第一批商品送达和“618”当日。6 月 18 日信息量为周期内峰值,达 702,031 条。

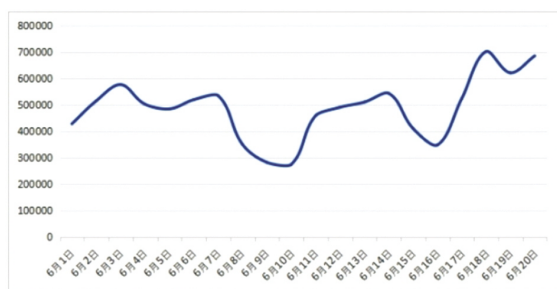


图 1 “消费维权”日信息量图

在信息传播渠道上,“消费维权”类信息传播渠道主要有微博、网站、客户端、微信、视频、论坛、数字报等。其中微博信息量最高,占比 32.94%;其次是网站,占比 29.97%;第三是客户端,占比 14.83%。

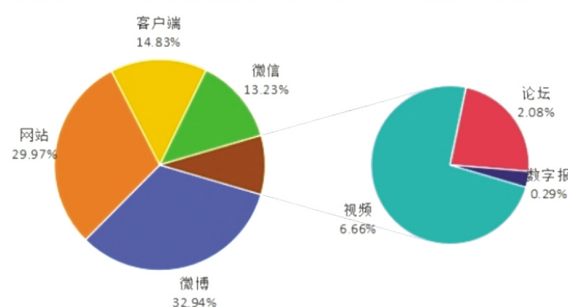


图 2 “消费维权”渠道信息量及占比分布图

二、消费维权问题集中领域及典型事例

监测期间,共监测到“消费维权”吐槽类信息 721,614 条,占“消费维权”总信息量的 7.92%。

此类信息体现了消费者对其所接受商品和服务的负面评价,兼具引发消费维权负面舆情的“敏感”属性,本报告将其归纳表述为消费维权负面敏感信息,并着重进行分析。

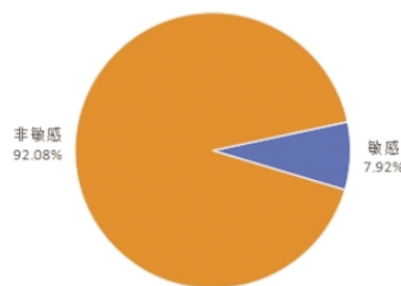


图 3 吐槽类“消费维权”信息占比图

监测发现,2024 年“618”消费者吐槽主要集中在假冒伪劣、售后维权、价格争议、快递服务等方面。

(一) 假冒伪劣

监测期间,有关“假冒伪劣”负面信息共 214,488 条,日均 1.1 万条。曲线峰值随 6 月初第一批退换货出现,6 月 18 日前后讨论热度二次增长。消费者主要反映收到的产品质量差、货不对板、虚假宣传等问题,其间央视对一些假冒伪劣产品的曝光引发公众热议。

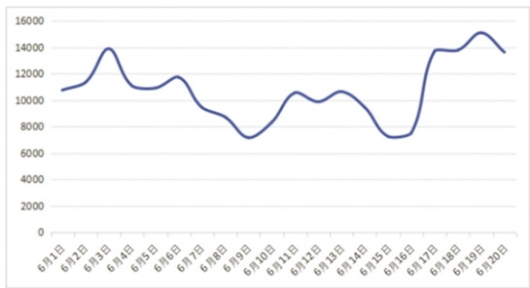


图4 有关假冒伪劣类负面信息日趋势图

例1:乳胶床品背后的陷阱

央视《财经调查》:记者深入温州市平阳县调查,曝光了温州嘉泰乳胶制品有限公司、温州臻荣乳胶制品有限公司和温州创康家居用品有限公司存在虚假宣传等违法违规行为。工作人员坦言,市场上所谓的石墨烯乳胶枕,准确的应该叫石墨烯“色”的乳胶枕,产品颜色不同,靠的不是科技,而是调色。投诉平台上一些消费者购买的乳胶床垫、乳胶枕头,在使用过程中出现了断裂、掉渣的情况,往往都是因为企业偷工减料,或者滑石粉掺太多,才出现问题。除此之外,为了减少乳胶的重量,降低乳胶密度也是行业里偷工减料的主要方式之一。很多电商和直播平台在商品详情上标注自己家产品的乳胶含量在93%以上,有的甚至达到了95%、98%,并附上了检测报告。这些检测报告其实是用特制的产品送检后得出的,之后会被通用到其他产品上。为了配合销售端进口产品的宣传,厂家不仅可以随意打上 Made in Thailand(泰国制造)的标记,还可以不写生产地址等信息。但其实这些产品绝大多数是国产的。



例2:福州女子网购的水晶还附假证

海峡都市报:近日,福州市民陈女士在淘宝淘工厂的“天天特卖工厂店”购买了三件天然水晶商品。收到货后,她怀疑商品质量存在问题,便自费送检,结果发现三件商品都是玻璃制成,就连所谓的鉴定证书也是假的。

(二)售后维权

监测期间,有关“售后维权”负面信息共 79,085 条,日均信息量 0.4 万条。6 月 19 日达到峰值,为 12346 条。消费者诉求聚焦退货退款问题。

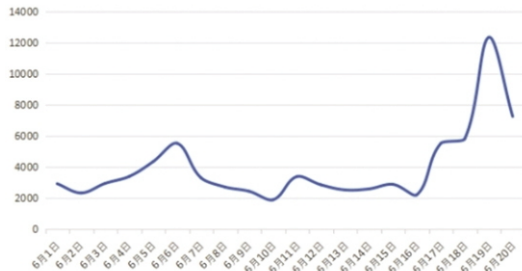


图5 有关售后维权类负面信息日趋势图

例1:上海知名舞蹈室爆雷

每日经济新闻:6月13日晚间,关于“5KM 倒闭”的话题冲上微博热搜第一。有上海 5KM 门店消费客户称,6 月各店面还在搞“618”的促销活动。一位 5KM 浙江绍兴大悦城店的顾客称,6 月 13 日她看到该店的“618”活动宣传,被顾问说服办了两张卡,一张双店 218 天时限卡,一张单店 55 次卡,共计 7854 元。办完卡后当天下午 5 时许,就发现群里有人喊老板跑路了。她提出退钱被店方拒绝后,不得不求助当地 12345 热线。该闭店事件影响到上海、杭州、绍兴、无锡等地的学员多人,且大多学员办卡金额在 3000 元以上,最高超过 10000 元。



例2:女子新购 Lululemon 打折款裤子裆部有血渍

津云:6月6日,胡女士透露她在 Lululemon 官方旗舰店购买了一条折后价格为 400 多元的裤子,不料收到商品时发现裆部附有明显的经血污渍。胡女士随即向客服反馈,客服却要求她提供多张商品防伪标识的照片,并备注在退货时务必填写“个人

原因”导致退货。胡女士提出希望商家能保证退货商品不再三次售卖,但未得到回应。

(三)价格争议

监测期间,价格争议负面信息共 58,954 条,日均 0.3 万条。因本次“618”大促活动持续时间较长,不同轮次,不同平台、主播、店播折扣不同,导致商品出现价差,一些消费者对优惠力度浮动太大不满,也有消费者对保价规则提出异议。

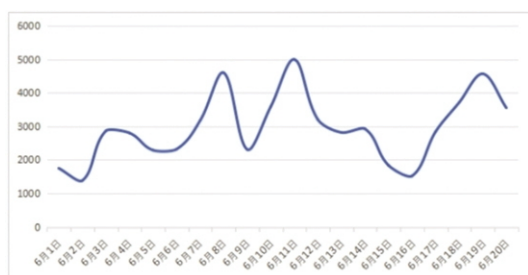


图6 有关价格争议类负面信息日趋势图

例1:消费者遭遇“限时降价”,扫地机器人买贵数百元,但难获价保

红星资本局:消费者张女士反映,自己于5月31日在石头科技京东自营旗舰店购买了石头 P10S PRO 产品实付 3673 元。6月15日,张女士购买的同款产品价格在同一店铺降至 2900 元左右。张女士申请保价(该订单支持 30 天价保),但京东客服以张女士没有在 6 月 15 日低价时锁单为由,拒绝按 15 日的低价接受保价申请。值得注意的是,消费者莫女士在 6 月 15 日低价时拍下了相关产品,但仍未成功保价。京东客服表示因为是政府补贴,所以不保价。对于此次石头产品在京东旗舰店的限时调价动作,石头科技方面 6 月 20 日表示,与石头没有关系,这些是平台的动作。

例2:大促周期长价格乱 消费者吐槽早买“吃亏”

中国商界杂志:一些早期下单的消费者发现自己买亏了。张女士称,5月29日,在“618”第一波促销活动中,她从电商平台下单购买了一部华为 FreeLace Pro2 无线耳机,当时折扣后是 402 元。半个月后的最后一波促销中,该耳机又降价了,到手价为 369 元。小红书网友称,“618”三波促销,从 5 月 20 日开始,有些商品一波比一波便宜。第一波促销时买的家电产品,到最后一波降价了 400 元—500 元。这让早期下单的消费者有些“受伤”,有保价

的商品可以找回差价,没有保价的只能自认倒霉。

(四)快递服务

监测期间,“快递服务”类负面信息共 27,117 条,日均 0.14 万条。“618”大促期间,有部分消费者收到一些不明来历的包裹,其中存在个人信息泄露、诈骗风险。

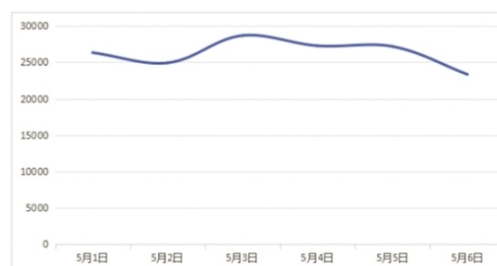


图7 有关快递服务类负面信息日趋势图

例1:“618”刷单转向暗处:商家互对暗语、篡改快递发货地

北京商报:为了逃避监管,电商商家刷单的阵地向暗处转移。近日,有消费者反映,收到了一个由中国邮政承运的包裹,里面仅有“618”活动传单,印着“免费送豪礼”字样,诱导用户扫描二维码,快递物流信息还出现了北京、甘肃两个截然不同的发货地。消费者怀疑是商家在刷单。记者深入调查发现,部分商家用“鱼塘”“补单”“主持”等暗号串通刷单资源。

例2:不明来历的空包裹或为“快递刺客”

大象新闻:5月28日,郑州市民张女士收到了一个奇怪的包裹,这份重量仅为 0.05kg 的包裹并不是自己和亲戚朋友买的商品,而且也没有送到她的手中。快递员告诉记者,只要在网购平台上留有地址,信息就有可能被泄露,这份包裹可能就是张女士信息泄露后发出的。某快递站点负责人表示,要么是刷单,要么是避免平台流量惩罚,要么是诈骗。



例3:起底快递单广告:扫码抽奖套路满满 骗

钱、推销 收集个人信息

新京报:在快递包裹外张贴的快递单上,“扫码抽水杯”“扫码领雨伞”“先别拆,领20元红包”类似的“福利”信息不胜枚举。领奖时层层跳转的页面背后却暗藏“玄机”,套路满满。抽不到水杯、雨伞,但话费券、白酒等却成为抽奖必中的“大奖”。在这里,充值话费可能变成无法立即使用的话费券,还需要下载某APP才能使用;抽到白酒,还得付几百元运费;更有甚者,暗中收集客户身份、面部特征、购物记录等个人信息。

三、分析:以新业态寻求破题,需防范新风险

随着电商、直播大促常态化的进一步形成,消费者对大型网络购物节的热情正在消退。往年消费需求集中释放、争相抢购的场景不再出现。今年的“618”各平台商家着眼于消费者体验,寻求“618”的新出路。就当前反馈来看,取消预售、简化规则、全程价保等对消费者的利好已经显现,解决了无法按期发货、快递积压、尾款涨价、繁琐付款、漫长等待等老问题。然而,新的业态也产生了新的风险,商家、平台和消费者间的平衡被打破,“618”消费维权呈现出新的特征。

(一)“价格战”简单粗暴,能否兼顾消费体验

“价格战”内卷加剧,为争夺市场,平台“比价大战”成为行业焦点。低价削薄的利润和服务成本主要由商家承担,倒逼中小商家通过各种方式变相寻求赢利,导致产品质量下行、以次充好。此外,寻求“最低价”保障的保价机制,也因平台、主播、商家保价规则复杂且不透明,导致相关争议投诉不断出现,影响了消费者的消费体验。

(二)消费者个人信息保护亟需提速

本次“618”出现刷单包裹,快递单“红包”“奖品”诱导消费,网民收到“消费券领取通知”跳转链接短信等情况,现象背后,是消费者信息被违规收集泄露,部分企业违规促销引流。消费者日常消费习惯、行为模式可能蕴含大量隐私信息,信息泄露不可避免。而随着人工智能的快速应用发展,更多的隐私泄露和数据滥用风险加剧,消费数据安全亟需加大监管与保护力度。

四、消费维权輿情应对建议

面对“618”等大促活动,越来越多人更倾向理性消费,注重品牌、质量、物流、增值服务等带来的良好综合体验。在激烈的竞争环境下,各平台均喊出了“聚焦用户体验”的口号。在持续发力有效解决消费者长期诟病的老问题(如简化玩法、倡导简单购物,比拼物美价廉)的基础上,针对本次“618”暴露的新堵点,建议相关主体从以下几个方面着手破题:

一是确保“低价不低质”,探索推动相关规则更加精细化合理化。低价是当前商家竞争的重要手段,但切不可顾此失彼,以削减消费者体验为代价。建议监管部门持续对平台、商家、主播等进行规范,防止不正当竞争、价格欺诈和以次充好等行为出现,杜绝“劣币驱逐良币”现象。呼吁平台和商家对保价规则尽到提醒和告知义务,同时力求内容明了、不玩套路,为消费者提供实打实的价格保障。监管部门也需积极发挥作用,一方面,加大惩处力度,防止平台滥用支配地位,保护消费者合法权益;另一方面,对不同平台和商家的价保规则进行协调,以免价保规则异化为新的“数学难题”。

二是坚持公平原则,完善退货退款等售后规则。建议平台不断优化“七天无理由退货”“仅退款”等规则,进一步明晰售后服务的适用范围,充分利用人工智能等技术手段优化退换货识别流程,增加在相关责任判定方面的人力物力投入,为消费者提供更加便捷的售后服务。同时督促商家认真落实相关规则,合规诚信经营。

三是依法保护消费者个人信息安全,做好宣传工作,加大惩戒力度。建议监管部门、相关平台对发现的各类可疑线索进行溯源,涉嫌违法犯罪的应依法惩处;若商家存在不当广告宣传,则平台也应承担连带责任;对骚扰短信等,运营商和相关部门应加强约束监管。此外,应更好发挥社会宣传作用,扩大宣传范围,提高精准度。针对包裹、短信中出现二维码、链接等诱导消费内容,相关部门可联合主流媒体、各级政务自媒体开展防诈宣传,兼顾线上线下,并对容易上当受骗的中老年群体进行重点宣传普及防诈知识,营造安全放心的消费环境。

(来源:中国消费者协会)

地板合同约定不明起纷争 律师协助调解化争端

消费者吴先生因家中房屋装修，于2021年9月在某家居建材商场地板商户处购买了一款进口品牌实木地板，并按照要求支付了90%的货款，销售订单备注栏打印有：“专用地膜，悬浮安装”文字，待地板到货后因装修房屋暂不具备条件未安装送货。2023年8月份，消费者联系商户安装地板，但双方就地膜品牌产生争议，消费者认为“专用地膜”是与地板同品牌的地膜，但商户表示“专用地膜”是指符合相关质量标准和安装要求的地膜，并非同地板品牌地膜，由于双方无法协商一致，吴先生向市消保委投诉。2024年4月24日合肥市消保委组织争议双方进行了现场调解，并邀请合肥市消费者维权法律服务团团员、北京观韬中茂(合肥)律师事务所吴小伟律师协助调解。

律师在调查了解案情后认为，虽然订单没有约定“专用地膜”的具体品牌，但结合吴先生询问商户后，销售人员微信发给吴先生的产品广告宣传视频

显示，该地板确有配套的同品牌地膜。根据《消费者权益保护法》第二十条第二款：经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用方法等问题提出的询问，应当做出真实、明确的答复。销售人员提供的宣传视频对消费者购买产生重大影响，消费者对“专用地膜”理解为同品牌地膜具有合理性。按照《民法典》第四百九十八条：对格式条款的理解发生争议的，应当按照通常理解予以解释。对格式条款有两种以上解释的，应当作出不利于提供格式条款一方的解释。格式条款和非格式条款不一致的，应当采用非格式条款。

合肥市消保委采纳律师意见依法支持消费者的诉求，由于商户已不再代理原进口品牌地板，无法提供品牌配套地膜，经调解，商户同意按照消费者指定的某进口品牌地膜型号采购并承担全部采购费用8000余元。

(合肥市消保委)

六安市消保委 参加建立健全天然气上下游价格联动机制听证会



5月13日下午，我市召开建立健全六安市天然气上下游价格联动机制听证会。六安市消保委作为社会组织代表应邀参加听证会。

此次听证的主要内容是建立天然气上下游价

格联动机制。六安市消保委作为对商品和服务进行社会监督的保护消费者合法权益的社会组织，有参与关系消费者切身利益的商品和服务的价格听证会的公益性职责。价格政策事关众多消费者权益，会上，我委代表对听证方案发表消费者组织观点，并从提升燃气企业服务水平、妥善处理消费投诉、加强行业管理、确保计量精准、解决老旧小区燃气改造问题等方面提出建议，为政府制定价格政策提供建设性意见。

下一步，六安市发改委将会同相关部门对听证会参加人提出的意见和建议进行认真梳理、研究，进一步修改完善听证方案，并按照规定程序报政府审批后向社会公布。

(六安市消保委)

蚌埠市消保委成功调处一起预付式消费纠纷

2024年4月9日,蚌埠市消保委秘书处联合蚌山区消保委及胜利市场监管所,成功调处一起预付式充卡消费纠纷,为消费者孟某挽回经济损失1000元,困扰经营者和消费者三个月的纠纷得以圆满解决。

2023年2月1日,消费者孟某在我市某养生馆办理了一张预付充值卡,当时充值2000元送600元。2024年1月10日晚再去消费时,被店内工作人员告知,卡内还剩的1000元不能使用了。原因是该店的三个股东分家,孟某被分到其他店做服务,双方就此事协商不成,险些造成肢体冲突。孟某报警后,警方制止了双方冲突,并进行协调,但双方的经济纠纷仍然未得到解决。经多次多渠道协商未果后,孟某向安徽省消费者权益保护委员会投诉,要求退回剩余的1000元。2024年1月24日,安徽省消保委将此投诉件交蚌埠市消保委处理。同日,市消保委秘书处将孟某投诉转交蚌山区消保委办理。经调查后发现,该店负责人已经于双方发生纠纷后的第六天进行了变更,经多次调解,新店主尤某拒绝为孟某服务,调处工作一度陷入僵局。2024年4月1日,蚌埠市消保委秘书处召集蚌山区消保委、

胜利市场所及某商业综合体商管负责人对该投诉进行会商,大家一致认为:该商户经营者涉嫌有意逃避债务,且受害者不止一户,不能让经营者通过变更营业执照侵害众多消费者合法权益。经过不断努力,终于联系到原经营者周某。蚌埠市消保委秘书处负责人依法告知其恶意逃避债务或者有意拖延拒绝履行对消费者的服务将承担的信用法律后果,慑于法律的威严,周某主动承认在签转让协议时确定尤某负责解决会员售后服务问题。在取得确凿证据后,市消保委秘书处决定启动四级联动维权工作协作机制。2024年4月7日,蚌埠市消保委秘书处联合蚌山区消保委、胜利市场监管所、某商业综合体商管部共同约谈尤某,依法告知其故意拖延和无理拒绝履行对消费者应尽义务的法律后果。慑于法律的威严,4月9日中午,双方在市消保委秘书处达成一次性和解协议,由尤某为孟某换发1000元新的充值卡。通过法律宣传,尤某认识到通过不正当手段逃避应尽义务的危害性,主动表示会对剩下的678户持卡用户进行接续服务。至此,通过依法解决一起预付式纠纷,化解了一片消费纠纷。

(丁成)

池州市消保委开展消费维权工作调研

为进一步推进全市消保委系统消费维权工作,5月7日—10日,池州市消保委主任汪方应、市市场监管局党组成员张文龙率队到各县区开展消费维权工作调研。

调研中,汪方应一行听取了各县区消保委组建情况和近年来消费维权工作情况汇报,并就消保委的组织建设、消费教育引导、消费维权多元化解等方面工作听取了各县区的意见建议。随后,调研组一行实地走访了安徽徽农生态食品有限公司、安徽尧舜智能袜业有限公司、润思消费体验馆及贵池区涓桥镇消费维权服务站,对放心消费创建、消费维权服务站建设、特色伴手礼评选等工作给予指导。

汪方应对各县区消保委消费维权工作予以高度评价肯定,认为县区消保委工作有创新、有亮点。他指出,消保委组织是依法成立的公益性社会组织,承担着党和政府交办的工作任务,履行《消法》和《条例》赋予的法律职责,是消费者权益社会保护的中

坚力量。全市各级消保委组织要主动担当作为,着力破解维权难题、化解消费纠纷,切实当好消费者的“娘家人”和“守护神”。最后,汪方应对各县区消保委工作提出三点建议:一是要提高政治站位,坚持以人民为中心的发展思想,把握好消保委职责定位,及时调整、优化消费维权工作思路,切实维护消费者合法权益;二是要扎实做好消保委中心业务工作,紧扣“激发消费活力”年主题,积极做好消费教育引导、消费纠纷化解、消费监督等各项工作,妥善解决消费者反映强烈的热点、难点问题,加强部门联动和上下联动,凝聚社会各界力量共同做好消费维权工作,营造安全放心的消费环境;三是要加强消保委队伍建设,争取地方党委、政府对消费维权工作的重视,在人员编制、经费等方面给予支持。加强消费维权工作人员履职培训,提升消费维权工作能力和水平。

(池州市消保委)

滁州、六安联手远程调解 打造异地维权好“枫”景

2023年4月,六安市消费者窦先生在微信上看到一个家装宣传广告,经营者所在地为滁州市来安县。商家宣传家装大约7—8万元能装修好。窦先生因为自家拆迁,老母亲高龄且身体不好,急着装修入住,4月13日,在没有签订家装合同的情况下交了3万元定金,经测量后商家又称大约需要12万元才能装修好,窦先生不能接受,要求退款,被告知要扣除7000元测量和设计费,窦先生认为不合理。

4月24日,窦先生投诉到六安市消保委。经过六安市消保委电话调解,7000元测量和设计费降到了5000元,消费者只能接受扣除2000元费用。六安市消保委与滁州市消保委沟通联系,希望滁州市消保委介入调解,滁州市消保委高度重视,立即联系经营者并就投诉问题进行核实,要求经营者履行好主体责任,依法依规诚信经营。同时与来安县消保委开展市县联动调解。

4月30日,经过滁州市、六安市消保委与窦先生和经营者反复电话沟通,来安县汭河所建立微信群远程调解。最终双方当事人达成一致协议,被诉

方扣除2000元测量、设计费用,退还投诉人28000元定金。

在此,滁州市消保委提醒广大消费者:选择家装不要轻信微信、网络、抖音视频广告之类的宣传,不要被优惠折扣所迷惑,特别是经营者在异地的家装更要警惕。谨慎签订报备合同,必要时可以拒签,直接要求与经营者签定正式合同。不要轻信所谓一口价、全包价以及最后优惠名额、打造样板房之类宣传。先签合同再交定金,以免冲动付费后对合同内容有异议时陷入维权被动局面。要求经营者将口头承诺内容写进合同附件并签字盖章。除查看合同里关于违约责任等关键内容外,对合同的关键附件如图纸、预算等内容,也要检查清楚并双方确认签字盖章。

下一步,两地消保委将在更多领域探索跨区域合作机制,生动诠释展现新时代“枫桥经验”的消保委智慧,把消费纠纷就地解决,不断降低消费者异地维权成本,有力提升人民群众的获得感、幸福感、安全感。

(刘日华)

宣城市消保委成功调解一起“汽车保养”消费纠纷

近日,宣城消保委收到消费者刘先生的投诉,反映其2023年在某汽车销售公司购买车辆时商家承诺将给予其4次免费保养。2024年,刘先生前往汽车销售公司保养时却被商家告知首保必须前往芜湖。刘先生认为,前住外地保养会给自己带来一定损失,且当初商家销售汽车时并未告知这一情况,侵害了消费者的知情权。刘先生与商家沟通要求履行之前免费保养的承诺,双方未达成一致,遂向宣城市消保委求助。

消保委工作人员立即联系商家了解情况,经询问和查看双方销售合同及单据,刘先生反映情况属实。经过与双方多次沟通,最终商家表示愿意履行承诺,后续帮助刘先生免费基础保养4次,投诉人对此结果表示认可。

宣城市消保委提醒广大消费者,在进行汽车消费时,对于商家给予的承诺一定要在合同中注明,同时保留好相关证据,以便于维护自身合法权益。

(宣城市消保委)

芜湖市市场监管局、消保委 开展“春风话语促整改” 消费维权指导会

为优化消费环境,开展好“消费促进年”活动,推动商品和服务质量的不断提高,更好地满足人民群众改善生活的需要,4月29日下午,芜湖市市场监管局、消保委在市市场监管局召开了“春风话语促整改”消费维权指导会,市市场监管局12315中心、消保委全体人员、全市9个县市区、开发区12315机构负责人,全市30家企业负责消费维权工作的负责人等40余人参加了会议。会议由芜湖市市场监管局12315中心主任、芜湖市消保委秘书长喻薇莉主持。

会上,市局12315中心、消保委秘书处相关负责人向与会人员作了三方面的消费维权指导。一是从党中央、国务院对消费环境建设的重要部署,全国12315效能建设,市委、市政府群众工作的要求以及企业可持续发展的需要等方面帮助企业充分认识新形势下做好消费维权工作的重要性与必要性;二是分析通报了我市消费投诉工作中存在的共性及相关企业存在的具体问题,并针对性地就提升维权效能进行细致地指导;三是分析通报了我市ODR(在线消费纠纷解决)机制运行中存在的共性及相关企业存在的具体问题,并从提高和解成功率、重视消费者评价等方面对企业进行法律法规、方法技巧等方面的指导。

为增强指导会效果,芜湖市市场监管局、消

保委还邀请芜湖凡臣电子商务有限公司、奇瑞汽车股份有限公司、三只松鼠有限公司等单位从降低消费投诉量、提高ODR和解成功率等方面进行了经验交流发言,通过交流,启迪了参会人员做好消费维权工作的新思路。此外,一些投诉量在全市排名靠前、ODR和解成功率较低的单位,通过会前芜湖市市场监管局、消保委对其存在问题的信息反馈,在会上也就企业存在问题的成因、下一步工作措施进行坦诚、具体的表态发言,对促进企业的进一步整改起到推动作用。会议总结时,芜湖市市场监管局、市消保委对9个县市区、开发区市场监管部门及参会企业作了进一步工作要求。一是强化企业内部管理,从人员素质与能力、管理的体制与机制、工作的方法手段上进一步查漏补缺,提升维权增长点;二是要按照《芜湖市市场监督管理部门ODR企业管理工作制度》的要求,创新性做好ODR平台管理、实地管理、信息公示管理、激励退出管理,提升消费和解工作水平;三是对企业存在问题进行认真分析,结合指导会的指导意见制定切实可行的整改方案。

芜湖市市场监管局、消保委表示,会后将结合企业相关整改情况,开展系列点对点指导工作,将消费维权工作落到实处。

(芜湖市消保委)

潜山市召开黄金饰品经营主体集体约谈会

为进一步规范黄金饰品市场经营秩序,保护消费者合法权益,5月29日下午,潜山市消费者权益保护委员会、潜山市市场监督管理局联合召开黄金饰品经营主体集体约谈会,全市18家黄金饰品经营主体参加约谈。

会议通报了近3年来全市黄金饰品行业的投诉举报情况。自2022年以来,黄金饰品行业投诉举报量呈逐年上升趋势,投诉问题主要集中在产品质量问题、计价模式不透明、换购“短斤缺两”、虚假宣传和误导消费等几个方面。会议对黄金饰品经营主体提出明确要求,一要严格遵守国家法律法规和行业标准,确保所售黄金饰品的质量和安全;二要规范经营行为,不得进行虚假宣传、误导消费者等不

正当竞争行为;三要加强内部管理,建立健全计量器具管理制度,确保所使用的电子计价秤等计量器具准确可靠,树立诚信经营的良好形象;四是做好售后服务,认真处理消费者投诉和纠纷,积极解决问题,维护消费者的合法权益。

会上,两家黄金饰品经营主体代表作表态发言,表示将严格遵守相关法律法规和行业标准,加强内部管理,规范经营行为,为消费者提供更加优质的商品和服务,共同推动黄金饰品市场的健康发展。

会后,各黄金饰品行业经营主体集体签订了《黄金珠宝经营诚信承诺书》。

(潜山市消保委)

中消协副秘书长潘海峰来安徽调研



6月20日下午,中国消费者协会副秘书长潘海峰来安徽省消保委调研指导工作。潘海峰副秘书长对安徽省消保委近年来履职情况表示肯定。他指

出,《消费者权益保护法实施条例》对消费者组织提出了新要求,各级消保委要围绕《消法》及实施条例赋予的各项法定职责义务,提升工作内驱动力,争取司法机关、行政机关等成员单位支持,做实消费维权各项工作,更好保护消费者权益,推动安徽省消费者权益保护工作再上新台阶。

省市场监管局一级巡视员杨焱、省市场监管局12315指挥中心主任万仕好陪同调研,省消保委秘书处各部门负责人、省消保委公益律师团团长方爱国及合肥市市场监管局相关负责同志、市消保委秘书长参加座谈会。

(文/陈妍妍 图/韩峻)

省消保委举办新时代消费维权能力培训班

全省消保委新时代消费维权能力培训班5月15日-17日在安庆举办。省市场监管局一级巡视员杨焱出席开班式并作动员讲话,安庆市人民政府副市长唐厚明出席并致辞,安庆市消保委主任程学东,安庆市市场监管局党组书记、局长焦玲参加开班式,省消保委秘书处秘书长周玉战主持开班式。



本次培训省消保委邀请了来自上海市消保委和省高院、省市场监管局经验丰富的专家和业务骨干授课,并进行消保委业务现场教学。通过培训,进一步拓展了学员工作思路,提升了理论水平和业务能力,进一步增强了责任感和使

命感。全省各市、省直管县(市)市场监管局分管消保委秘书处负责同志、消保委秘书长、业务骨干、各县(市、区)消保委秘书长,共计140余人参加培训。

(文/谢小雪 图/韩峻)

激发消费活力

2024 年消费维权年主题



中国消费者协会

CHINA CONSUMERS ASSOCIATION