

不断开创消费维权事业新局面 依法履责 推动共治

枣庄市市中区市场监管局创新监管方式化解消费纠纷

近年来，枣庄市市中区市场监管局坚持服务型监管新理念，把快速处置消费者投诉举报作为提升监管质效的突破口，持续推进市场监管服务改革创新，寓监管于服务，以服务促监管，进一步密切市场监管与服务对象的联系，妥善在源头化解消费纠纷，实现消费者、经营者、行政部门三者之间“零距离”，实现规定时限内办理消费者投诉举报回复率100%。

推动关口前移，实现监管服务“零距离”。建立“三联”工作机制，下沉监管力量，推动监管服务在一线落实，消费纠纷在一线解决。一是机关干部联系市场主体，让矛盾化于未发。区市场监管局选派17名科级干部、260余名工作人员，按照“定人定企”原则匹配到属地企业，前移监管关口，对500余个企业进行点对点帮扶，畅通市场主体和消费群体的诉求渠道，及时满足市场主体经营中的各类需求，积极当好缓解社会矛盾和压力的“减震器”。二是基层监管所联系村居，让纠纷止于未诉。统筹安排120余名基层市场监管所工作人员下沉属地村居，成立村级调解工作室。制作“市场监管服务联系牌”，公开工作职能、服务事项、联系电话，现场解决居民在日常生活中遇到消费问题，让老百姓时刻感觉到“市场监管就在身边”。三是消费维权服务站联系群众，让诉求应于一线。依托村居、社区、商品交易

市场、行业协会等组织，搭建消费纠纷和解平台，建立11个“消费维权服务站”，让更多的消费者能够就近就地化解消费纠纷。2022年以来，接受消费者咨询5700余人次，妥善受理消费者投诉11200余件。

施行流程再造，实现监管处置“零阻滞”。坚持把群众满意作为“第一标准”，向时间抢速度，与效率拼质量，进一步明确监管责任、优化办理流程，强化监管力度，更好满足人民群众消费需求新期待。一是明确时限标准。制定出台《投诉举报受理快速处置制度》，明确规定一般性举报投诉24小时办理回复；较复杂举报投诉事项5个工作日必须做出答复回应，比国家市场监督管理总局规定的7个工作日缩短2个工作日以上。二是优化办理流程。明确投诉举报由综合科室统一承接分转，基层市场监管所属地处置。凡投诉举报，取消层级签批程序，均由市场监管局消保室统一承接、登记、分析、分类，第一时间直接分转到属地市场监管所处置，确保快速处置落实。三是建立会商机制。为有效应对监管领域广、覆盖面多、业务量大的难题，建立投诉举报处置内部会商制度，确保在高效处理投诉的同时，监管不空档、不降档。涉及多业务、跨属地的复杂举报投诉事项，由区市场监督管理局消保室牵头，召集法制室、相关业务科室和具体承办基层市场

监管所会商后再予办理答复，确保不因缩短处置时间降低举报投诉办理质量。2022年，家住滕州市张旺镇的农民消费者徐某，在枣庄某农机公司购买了一台价值65650元某品牌拖拉机，第二天发现拖拉机机体裂纹漏机油，农机公司给予更换一部新车，但更换后的拖拉机故障频出，经过多次与售后服务维修中心联系进行维修，维修后依然无法正常使用，消费者与农机公司联系，要求更换拖拉机，农机公司不予更换。消费者无奈到市中区市场监管局投诉。消保室牵头，迅速召集法制室、相关业务科室和具体承办基层市场监管所会商，制定调解方案，经过多次调解，最终农机公司给予更换新发动机一部，价值两万余元，消费者感到非常满意。2022年以来，市中区市场监管局召开会商会议31次，解决疑难案件38起。

开展研判督办，实现监管监督“零盲点”。坚持问题导向，建立全链条研判督办机制，聚焦民生诉求热点，以点带面，有针对性地开展执法检查。一是事前介入“风险点”。定期梳理汇总投诉举报数据，整合与归类原分散的投诉举报数据中的企业经营合法合规性和产品质量问题，研判分析出需要关注的重点工作、敏感问题，进而对监

管重点作出针对性的调整。二是事中督办“敏感点”。每天安排人员对派发流转的投诉举报工单逐条督办，检索各承办单位市场监管所的处理反馈情况，及时督促相关市场监管所限期办理，依法履职到位，确保所有消费者投诉举报事事有着落、件件有回音。结合当前疫情防控常态化要求，重点围绕涉及超市粮油、肉类、蛋奶等主要民生商品的违法行为进行常态化专项检查，依法严肃查处未按规定明码标价、虚假折扣、虚假宣传促销、囤积居奇、哄抬价格等违法行为。三是事后紧盯“反弹点”。立足“双随机、一公开”，举一反三、以点带面，开展专项整治执法行动，持续抓好重点领域、重点行业的规范整治，持续优化全区放心消费环境，促进群众满意度、认可率的不断提升。结合本地产业和区域特色，开展“消费维权知名品牌”创建活动，推动放心消费全域创建，打造1个品牌商圈、1条示范街区、2个放心市场、2个放心商超，建成省级放心消费示范店13家、市级放心消费示范店20家、区级放心消费示范店1600余家。

市中区市场监管局将紧紧围绕“提振消费信心”年主题，多形式、广角度地开展系列宣传活动，推动消费环境持续改善，不断满足人民日益增长的美好生活需要。



中国消费者协会公布 2023年消费维权年主题为 “提振消费信心”

市中区举行2023年 3·15国际消费者权益日 纪念活动

“提振消费信心”年主题以统筹凝聚各方力量，促进消费维权共治更加有力有效；加强政策法律和标准研究，保障消费维权法治基础更加坚实稳固；创新消费教育方式，增强消费者科学消费理性维权能力；提升维权工作效能，助力打通难点堵点持续优化消费环境为目标。

围绕“提振消费信心”年主题，中消协和组织计划开展以下方面工作：

广泛深入开展年主题宣传，扩大社会影响，促进形成共识。开展企业保护消费者权益社会责任研究和新形势下消费者权益保护现代化研究，制定企业保护消费者权益良好行为规范，出台消协组织现代化建设指导意见。针对直播带货、预付式消费、大数据“杀熟”等问题和领域开展理论与实务研究，揭露批评有损消费信心的行为，发表消协观点，提出立法、监管建议，推动相关制度不断完善。完善消费教育大纲，推进网上消费教育基地建设，创新方式、丰富载体，实现消费

教育品牌化可视化传播，以消费者喜闻乐见的方式普及消费知识。持续开展治理过度包装、反对餐饮浪费等活动，倡导企业加快生产方式绿色转型，呼吁消费者践行绿色低碳生活方式。

围绕加快消费提质升级，开展智能化产品、电子设备、养老产品、婴幼儿产品等产品比较试验，及时更新数据库信息，优化“消协帮您选”微信小程序内容，为消费者选择优质产品提供客观真实的参考依据。持续开展百城市消费者满意度测评，推动城市消费环境改善优化。关注消费薄弱环节以及消费新业态、新模式，重点开展预付式消费、农村消费环境等方面的监督调查，推动解决影响消费信心的突出问题。推动全国消协组织投诉处理系统优化升级，实现消协组织、经营者、消费者三方实时在线互动，提升投诉处理网络化、智能化、便利化水平。综合运用投诉信息公示、体察、约谈、支持起诉、公益诉讼等手段，想方设法提高消费纠纷解决率和消费者满意度。

3月15日上午，由市中区市场监管局、市中区消费者协会联合相关单位、行业协会、经营企业、新闻媒体举办的2023年“3·15”国际消费者权益日纪念活动在红星美凯龙广场举行。活动旨在进一步改善消费环境，促进消费畅通，紧紧围绕“提振消费信心”消费维权年主题，多形式、广角度地开展系列宣传活动，推动消费环境持续改善，不断满足人民日益增长的美好生活需要。

市中区市场监管局、市中区消费者协会及有关单位、各市场监管所在各辖区大型商场设立宣传点，现场受理消费者投诉，解答消费疑难问题，发放宣传资料，开展多种形式的宣传咨询活动，集中体现政府部门、行

业协会、公共企业等社会各界履行消费维权责任和法定义务工作情况，重点展示消费维权工作成果，倡导和坚持依法维护消费者权益，服务经济社会良好发展理念，汇聚各方面消费维权合力，促进建立政府部门、社会组织、经营者和消费者共同参与的消费维权共治新格局。活动现场共接受群众咨询380余人次，受理消费者投诉40余起，发放宣传资料2400余份。

活动当天，市中区市场监管局、市中区消费者协会在大润发超市、盛北商贸城、贵诚购物中心设立了分会场，开展宣传咨询活动，受理消费者的投诉、发放与消费者权益有关的宣传资料，提供消费知识指导和咨询服务活动。

2022年消费者投诉十大热点

教育培训方面

消费者反映的主要问题有：部分培训机构因经营不善，关门停业或跑路失联，导致消费者退款困难。存在虚假或者夸大宣传现象。如有的学科类培训转为素质发展类培训后，办学能力和授课老师教学水平名不副实，教学质量与承诺不符。部分机构乱收费，不给消费者开具相关发票和提供有效凭证，不与消费者签订合同、协议，致使消费者在维权时难以提供有效证据。泄露消费者个人信息，如将消费者电话提供给其它机构等。

家用电器方面

消费者反映的主要问题有：小家电因其种类和品牌众多，各项功能和指标不统一，性能质量差异较大。部分厂商服务意识不强，对消费者诉求不重视，售后服务不及时、不到位、质量不高，特别是农村偏远地区。部分售后服务人员不具备相应的专业技术或水平，安装或者维修时，给消费者造成新的损失。因信息不对称，售后维修服务有过度维修或价格虚报现象。

预付式消费方面

从受理情况来看，预付式消费纠纷涉及百货超市、生活服务、家居建材、教育培训、网络交易等多个领域。其中，教育培训、美容美发、健身服务等成为预付式消费纠纷较为集中的行业。消费者反映的主要问题有：经营者设置不公平格式条款，限制预付卡使用期限，或者排除消费者退卡权利。办卡手续不规范，不与消费者签订书面合同。经营者虚假宣传，诱导消费者办卡，办卡后不兑现承诺。单方面终止服务，即部分经营者因经营不善等原因，关门歇业、易主、变更经营地址等，既不

继续按合同约定提供服务，也不采取其他善后措施。经营者利用发行预付卡变相融资。

线上购物方面

消费者反映的主要问题有：价格歧视。有的经营者通过网络算法进行价格歧视，即对不同消费习惯消费者定价不同，“大数据杀熟”。这侵害了消费者的知情权和选择权。质量担保不落实。如通过网络购买的品牌服装、鞋类、化妆品等商品，购买时商家承诺假一赔十或其它售后保证，但发现问题时商家却拒绝履行承诺。实物与宣传不符。消费者收到网购商品后发现实际货品与样品不符，有的甚至为“三无”产品。网络经营主体信息不全，因涉及生产商、发货方、代理商等多个主体，消费者维权时却难以找到“正主”。优惠活动规则不清晰，商家对优惠券或者消费积分的使用条件、方法和期限不加提示或提示不充分。

旅游消费方面

消费者反映的主要问题有：合同不透明。旅行社对线路行程、交通工具、住宿标准等重要信息描述不清，发生纠纷时，给出的解释不利于消费者。旅行社及导游不按合同约定履行义务，擅自降低用餐标准，增加自费项目，对不参加自费项目的消费者进行胁迫和误导，甚至弃之不理。个别地接导游强迫消费者购物，而商品存在以次充好、价格虚高等问题。特别是珠宝首饰、珍珠水晶、药材保健品、纪念品工艺品等。

保健品方面

消费者反映的主要问题有：通过炒作各种高科技概念，宣称或暗示具有疾病预防和治疗功能，诱导消费者。虚假宣传。以送东西为诱饵骗老年人去听讲座，请所谓名校毕业

“海归”、名院专家、教授讲课，对消费者进行误导。部分商家抓住老年人追求健康和贪图便宜的心理，以免费体检、免费试用、免费旅游为噱头，拉近与消费者的关系，然后再诱导消费者消费，而消费者要退出便设置重重障碍。上门服务，亲情麻痹。有些销售人员利用部分老年人子女不在身边、生活相对单调等特点，以所谓的亲情服务建立信任关系，使老年人碍于情面购买高价、不适于自己的保健品。

交通工具方面

消费者反映的主要问题有：合同违约及不公平格式条款。有的购车时不签订书面合同，或对车辆交付时间、配置标准等约定不清，销售人员口头承诺不兑现以及强制搭售保险、强制代理挂牌、加价销售、隐瞒真实信息押证卖车、强迫交纳续保押金或续保保证金、收取按揭手续费等。售后不兑现承诺，不履行售车时承诺的优惠或补贴等。二手车况宣传与实际不符。在销售时隐瞒刮蹭、补漆、漆皮受损等真实情况，甚至将事故车、问题车当新车二次销售。售后服务质量和态度差。汽车保养价格及维修价格收取标准不公示，维修部件供应不及时、过度保养、变相收费或多次维修仍无法查明原因或排除故障等。

通信服务方面

消费者反映的主要问题有：手机信号差、杂音多、线路损坏、网络连接不上。套餐资费不明确，告知不详尽，收费名目繁多。运营商延伸服务操作不规范，诱导消费者开通使用有偿服务项目，或擅自收取有偿服务费用。话费及流量使用情况

的计算无第三方监管，产生误差时，运营商不愿帮助消费者查找原因，经常以电脑自动计费不会出错为由搪塞。未经消费者同意擅自更改消费套餐或开通增值服务。

家装建材方面

消费者反映的主要问题有：家具市场虚假宣传，误导消费者。装饰建材销售环节样品与实物不符，承诺优质环保实则以次充好，质量不合格。装饰装修服务领域存在价格不透明、水分大，装修费用“预算低，实收高”，有的还重复计价，或在施工中偷工减料，让消费者多花冤枉钱。装修队伍施工资质欠缺，个别队伍甚至没有相关资质。

服装鞋帽方面

消费者反映的主要问题有：线上购买出现图片与购买商品不符，存在色差，面料与宣传不一致等情况。个别经营者在商品出现质量问题时，不履行“三包”义务，拒绝退换货、补偿等。服装投诉主要集中在这做工粗糙、服装标识不全等方面。个别经营者销售假冒、套牌的服装鞋帽或者销售“三无”产品等。

针对以上消费领域和投诉反映的突出问题，区消协提醒广大消费者：提升消费维权意识和自我保护能力，通过各种形式了解掌握有关消费常识和信息，避免上当受骗。当您的自身合法权益受到侵害时，积极与经营者协商解决，也可通过向有关部门或当地消协组织投诉等途径，依法维护自身的合法权益；在购买商品和服务时，要注意留存相关的消费凭证，一旦发生消费纠纷，便于维权时使用；科学消费，理性消费，不要被商家名目繁多的所谓“优惠”促销活动所迷惑。

(本报图文由区市场监管局提供)