

以“消费放心”提振“消费信心” 市场监管部门创新举措优化消费环境

■记者 戴绯绯 通讯员 杨黎光

放心消费是一座城市的庄严承诺。去年以来,市市场监管局紧扣“满意消费长三角”“放心消费在浙江”行动部署,以及省市场监管局、嘉兴市市场监管局关于放心消费建设工作要求,精心部署、统筹安排,质量为先、量质并举,持续推进“放心消费在平湖”再升级行动,切实优化全市消费环境,不断提高人民群众的获得感、幸福感和安全感。

截至目前,累计培育放心消费单位3676家、无理由退货承诺单位1325家、放心工厂388家、放心示范商圈(街区)3个、放心美丽乡村2个,建设村级维权站31个。

云社区 实现“小网格”助力放心消费“大格局”

“这些消费维权典型案例上榜‘消费宝’平台,请大家多多关注哦!”“六大‘口诀’记心间,这些消费提示要牢记!”……像这样的消费政策宣传经常出现在放心消费云社区各个微信群内。放心消费事关百姓民生,市市场监管局针对政府监管与商户需求之间衔接不畅这一痛点,建立起与“云社区”相应的微信群,实现传达政策法规、交流工作动态、了解经营情况、宣传店铺活动、化解消费矛盾和畅通邻里情谊等功能场景,通过“云社区”创建,逐步搭建各商户间的沟通桥梁,让部分消费问题在“云社区”内部就能消化,不同业态的放心消费单位也能“抱团”发展。

“云社区”为放心消费注入的是满满的正能量。通过“云社区”,第一时间推送相关政策规定,指导经营户落实主体责任;通过“云社区”,开展线上“物防”指



导,帮助食品企业落实有效防控;通过“云社区”,联合平湖农商银行指导经营户完善信息,优化服务助力商户资金周转,放心消费商户授信32.24亿元、贷款21.37亿元;通过“云社区”,组织4595家商户加入“消费宝”、拍摄“商家秀”,打响放心消费单位品牌,5条“商家秀”被“消费宝”录用;通过“云社区”,在线指导化解消费纠纷39次,实现消费纠纷快处,进一步优化消费环境。

“通过放心消费‘云社区’,我们可以和其他地区的企业一起交流经验,有什么问题也可以和市场监管人员线上沟通,很方便。”平湖市农产品展销配送有限公司相关负责人说。消费纠纷“云”上化解、经营困难“云”上纾解、暖心服务“云”上联结……市市场监管局直击痛点、全域推进,通过“云社区”创建,已经达成了一种新型的“云”上邻里关系。

“云社区”实现以“小网格”助力放心消费“大格局”。通过规范经营者的经营行为,进一步改善了消费环境,提振了消费信心,促进了经济发展。

共享法庭 打造消费纠纷多元化解新路径

消费事关人民群众切身利益,不断完善消费维权机制,织好消费维权共治网络,以奋进之姿打造消费纠纷多元化解新路径,是市市场监管局积极探索、不断实践的“解题”方法之一,也是“共享法庭”设立的初衷。

为深化“放心消费在平湖”建设,进一步推动经营者诚信经营,营造放心消费的良好环境,去年7月“共享法庭”联络法官张黛琳在红盾赋能助力“小个专”稳进提质暨“诚信经营促发展”主题活动上,对经营者进行了“放心消费在平湖”之消费投诉处理培训,共有经营户30余户参加活动。培训会上,授课法官以“诚信经营,共助放心消费”为题,围绕“共促消费公平”的两个方面作了辅导。对于“共促消费公平”,一方面要求严格按照法律规定,更好地保障消费公平;另一方面,积极引导“科技向善”,实现更深层次的消费公平。授课法官围绕这些方面,向大家讲解了羽绒服相关消费纠纷的典型案例以及买卖合同方面的风险防范知识。并提醒大家,为了有效减少此类纠纷,经营者应进一步提高自身的法律意识及防范风险能力,同时建议大家平时也要有证据保全的意识。“这样的培训很有必要,让我们懂得了在服装生产商与



原材料制造商之间应签订明确清晰的合同,这样可以避免发生纠纷。听完法官的授课后,经营户们都纷纷表示,这样的培训获益匪浅。

据了解,自“共享法庭”运行以来,市法院定期与市消保中心共同专题调研消费维权情况,并向消保中心发送消费维权及法律风险防范建议。现已指导进行纠纷调解68次,调解成功48起,化解涉群体性消费纠纷183人次,去年获评全省首批示范“共享法庭”称号。“共享法庭”为多元化解矛盾纠纷提供了又一个创新的数字化平台,在行政调解、人民调解与法治宣传、司法调解、司法审判之间开启了“朋友圈”模式。后期,市市场监管局将依托职能定位,坚持守正与创新并举,用好、用活“共享法庭”这个平台,为推进多元化解矛盾纠纷机制建设贡献力量。

无忧退换商圈 全面提升消费服务质量

周末的大润发商圈,购物、就餐的顾客络绎不绝。那里是我市的“放心消费·无忧退换示范商圈”,也是平湖人周末休闲购物必到的打卡地。在商圈内,很多餐饮店、服装店门口都贴有“放心消费在浙江 放心消费在平湖”的绿色标识,诚信有礼元素也随处可见,这些标识代表的正是商圈对顾客放心消费的郑重承诺。

“只要不影响二次销售,商圈内店铺的鞋子、衣服7天内都能退货。我们平时也会组织定期检查,针对‘是否反向抹零’‘是否安全用电’‘商品是否符合法规’等方面开展自查。”平湖大润发商业有限公司顾客服务科科长钱娟告诉记者,在大

润发商圈的一楼,有一个消费维权站,顾客有任何的消费问题都可以在此进行维权。消费者要求退换商品的,商圈服务台(维权站)作为第一责任人,价格在500元以下,服务台审核无误且不影响第二次销售的,由服务台收回商品后,即时先行垫付将商品货款退回给消费者,服务台、维权站再向商铺结算。价格超过500元的,由服务台(维权站)引导至商铺,由商铺进行审核,审核无误且不影响第二次销售的,由商铺即时退还消费者。目前,大润发商圈与30多家商户签订了放心消费承诺书,向消费者承诺线下购物7天无理由退货。



为积极响应嘉兴市放心消费城市创建工作号召,共同营造放心、和谐、满意的消费环境,市市场监管局全面开展“放心消费·无忧退换”工作,不断拓宽长三角异地异店无理由退货覆盖边界,在发展推广“厂商一体化”、老字号企业、大型连锁企业等基础上,积极探索商圈互认等新型模式,做实异地异店无理由退货工作。“无忧商圈的创建既要提高质量,也要加大宣传力度,让消费者能了解这项工作,享受到无忧商圈创建的成果。”市市场监管局党委委员、行政执法队队长孙在林说。



2022年度平湖市消费维权十大典型案例

案例一:
消费者的五分钱也是大事,坚决对“反向抹零”说“不”!

【案例简介】
2022年10月31日,消费者投诉称我市某超市存在反向抹零的行为,收银员承认是电脑系统的设置造成的,证明这个行为一直存在且侵犯了广大消费者的切身利益。11月4日上午,消保工作人员对上述超市进行调查,查见当事人超市收银系统存在反向抹零情况:现场由超市工作人员在收银系统里录入小计1.15元的信息,最后收银系统显示收款为1.20元。

【案例评析】
《中华人民共和国价格法》第十三条第二款规定:“经营者不得在标价之外加价出售商品,不得收取任何未予标明的费用。”本案中,商家“反向抹零”的行为虽然违法所得不多,每笔交易最多多收几分钱,但明显侵犯了消费者的知情权、选择权与公平交易权。因此,市场监管执法人员已将该超市这一行为进行立案查处,该商家也积极配合整改,此起消费投诉得到圆满解决。

案例二:
促销提示牌的书写布局要合理

【案例简介】
消费者朱某于2021年12月21日投诉反映,其中午去某酒店用餐,该店在没有提前说明的情况下,每人发了一条湿毛巾,餐后收费时不管用不用湿毛巾,都按每人3元收费,如果不按每人3元付钱的话,就不能享受一楼大厅中午餐费打五折的优惠,但宣传页面上并没有写这一内容。消费者认为,这是一种强制消费行为,要求有关部门及时调处,要求店方道歉并退回多收的钱。

【案例评析】
该案例中,店方拿来的消费提示牌,是一个“纯正港式午茶”的五折优惠活动,整个页面写了大大的“五折”两个字,而在页面下方很不醒目的位置,用小字写了“温馨提示:本厅就餐收取餐茶费8元/位(毛巾3元/位,茶水5元/位)”,这样的提示牌很容易使消费者产生误解,经营方不应该把对经营有利的内容用大字予以强调,而对经营有负面影响的内容有意通过缩小字体等方式进行淡化处理。

案例三:
有特殊交易条件的必须明确标明

【案例简介】
2022年7月8日,消费者张女士持某酒店价值1000元的充值优惠卡到该酒店点菜,见点菜区标有特价帝王蟹298元/斤,点了一只帝王蟹,称重以后正好是2斤。张女士拿出优惠卡买单时,酒店方以张女士用了优惠卡以后就不能享受帝王蟹特价价格为理由,要求以398元/斤的价格收取帝王蟹费用,或者不用优惠卡而是以现金形式完成买单也可以享受帝王蟹298元/斤特价价格,双方争执不下,张女士便投诉到了市场监督管理局。

【案例评析】
2022年7月1日开始施行的《明码标价和禁止价格欺诈规定》第六条第一款:经营者应当以显著方式进行明码标价,明确标示价格所对应的商品或者服务。经营者根据不同交易条件实行不同价格的,应当标明交易条件以及与其对应的价格。在此次消费纠纷中,酒店方只标注一个特价价格,未标注原价,而且未告知消费者不同的交易条件,酒店方未做好根据不同交易条件标明不同交易价格的工作,已经违反了《明码标价和禁止价格欺诈规定》。

案例四:
签订合同要仔细 保留证据除隐患

【案例简介】
消费者陈女士反映其于2022年5月21日在平湖市某商行自家乡下自建房订了一扇大门,当时说好的价格为1380元/㎡,打九五折,还会减掉一张800元的优惠券。现大门已安装好,结账时商家称打九五折和优惠800元两者只能选其一,陈女士当时听岔了,不可能再给陈女士在打折基础上优惠800元。陈女士觉得不合理,遂投诉至消保中心要求调处。

【案例评析】
此案例中消费者陈女士在和商家签订合同时过于草率,没有把优惠信息具体写到合同内,导致后面结账时双方口径不一致,产生矛盾。消费者在签订合同时一定要仔细,要把产品详情以及双方协商好的条款逐一写进合同,尽量消除后期隐患。一旦后期产品或者服务出现问题,保留证据维护自身合法权益。

案例五:
是质量问题还是使用不当?商家明确告知使用细则能避免消费纠纷

【案例简介】
2022年12月20日消费者姚先生投诉称,其在某药店购买了一款价值200多元的额温枪给家里发烧的老人使用。在使用过程中,发现该额温枪无论测身体的哪一个部位,温度都是在35℃左右,保持不变,怀疑该额温枪是劣质产品,要求退货退款。但药店称该额温枪是合格且可正常使用的,而且额温枪因外包装破损,影响二次销售,不予退货。在自行协商没有结果的情况下,姚先生向消保中心发起投诉,要求帮助协商退货退款。

【案例评析】
从消费者角度,对于所购买的商品的性能和使用常识,需要作一些了解,而商家也需在一些需要特殊使用方法或者条件的商品的销售过程中,要跟客户明确使用细则以及退换货要求,以防出现不必要的消费纠纷。

案例六:
网购整体淋浴房有故障,维权获赔偿

【案例简介】
投诉人贾先生于2022年12月2日在拼多多某旗舰店购买整体淋浴房1套,支付了1760元商品费用和165元快递费用。收到货后,贾先生按照商店提供的安装视频自己找师傅安装,安装过程中发现产品存在故障。与商家沟通后,商家承认电脑板少了一根线导致上述问题发生,提出想买方自己拆卸电脑板返厂换新。因线路安装是最后一步,消费者尝试拆卸电脑板时,发现电脑板四周及螺丝孔堵满胶水,已无法拆卸。故消费者通过全国“12315”平台投诉,要求商家对此质量问题作出经济赔偿。

【案例评析】
本案中,贾先生在发现产品质量问题后,第一时间就保存了相应证据并联系了商家,使得案件处理十分顺利。在此提醒广大消费者,遇到商品质量问题消费纠纷应第一时间联系商家或厂家,在网购商品时,注意保存消费证据及产品质量问题相应证据,以便更好的维护自身的合法权益。

案例七:
口头约定不牢靠,立字为据才可靠

【案例简介】
2022年1月14日,消费者马某投诉,称其于2021年5月份办理某健身会所2年的预付卡,价值3000多元。商家当时同意带小孩过来健身是免费的,现其带小孩过去健身后洗澡要收20元费用,但是合同上没有说明另外收费内容,健身房针对儿童收费区域是张贴说明的,但是浴室里面没有说明,消费者对健身房没有提前告知顾客小孩洗澡要收费的行为不认可,要求把剩余卡内费用退掉或者针对小孩洗澡不收费,要求部门调处。

【案例评析】
此案提醒消费者,在消费过程中,要重视与经营方进行书面约定,任何与经营方的口头约定都是不牢靠的,此案如果在签合同时,能再加上一条:可以带孩子进入会所并免费洗澡,就能避免这个投诉的发生。

案例八:
钢筋质量有偏差 消保投诉获维权

【案例简介】
2022年5月23日,两名消费者反映其在自建房屋装修过程中,从平湖某建材店购买了钢筋等建材,施工后出现墙面裂痕等现象,后消费者将所用钢材送去嘉兴方圆建设工程质量检测有限公司检测,发现所用的14mm和8mm钢筋重量存在一定偏差,于是要求该建材店赔偿损失。

【案例评析】
根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十三条规定:“经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限;但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵,且存在该瑕疵不违反法律强制性规定的除外。经营者以广告、产品说明、实物样品或者其他方式表明商品或者服务的质量状况的,应当保证其提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符。”本案中,消费者购买的钢筋因质量问题导致房屋受损,导致消费者产生损失,因此经营者应当承担相应的责任。

案例九:
商家侵犯消费者人格尊严的行为必须改正

【案例简介】
投诉人杨先生于2022年9月25日通过“饿了么”平台在某麻辣烫店购买了一份外卖,杨先生感觉外卖口感一般,于是在平台上给予了该店差评。该店老板出于气愤,在平台上对投诉人杨先生进行了多次侮辱,态度恶劣。投诉人杨先生通过“12315”平台进行投诉,希望市场监管部门能够对商家行为及态度进行纠正。

【案例评析】
依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第十四条的规定,商家辱骂消费者的行为,侵犯了消费者的人格尊严。此次投诉涉及的商品消费行为金额虽然不大,但涉及到消费者人格尊严的保护,说明部分商家虽然比较重视餐饮安全、产品质量,但在尊重消费者人格尊严的权利方面还存在欠缺。

案例十:
选购定制类产品要谨慎

【案例简介】
消费者陈先生反映其到某建材经营部为乡下自建房选购大门。通过销售人员介绍和查看产品照片后,陈先生预订了一款中意的四开间大门款式,当时支付订金3000元,并约定到货安装完成后,按照大门面积,以1280元/平方米计算支付尾款,总价大约在15800元左右。到货后,陈先生发现大门和他预想的不一樣,陈先生在预订时向销售人员要求四扇门都要做成能打开的,结果到货的大门只能开2扇。陈先生要求退货并退还订金,商家不同意,理由是大门是按照陈先生订单上的款式、尺寸生产加工的,这个款式的四开间门只能开中间2扇,旁边2扇为装饰,且定制产品无法退还,商家要求陈先生全额支付大门尾款。双方协商不成,陈先生于2022年4月13日电话投诉要求调处。

【案例评析】
此案例中消费者在选购产品时和销售人员在沟通上的问题,销售人员为促进生意,没有详细告诉消费者产品详情,侵犯了消费者的知情权。同样消费者在选购产品时仅凭照片和自己的想象,没有对产品进行充分了解,也没有和商家签订详细订货合同。消费者在选购定制类产品时一定要谨慎,订货时需充分了解产品并在合同中进行详细约定,维护自身合法权益。