

提升消费品质 激发消费活力

市场监管部门多形式开展“3·15”系列活动

■记者 戴菲菲 杨思慧

从柴米油盐到衣食住行,消费融入生活日常;从品质保障到权益维护,监管守护万家灯火。消费者对美好生活的向往、对公平消费的期待,始终是市场监管部门履职尽责、担当作为的出发点和落脚点。

今年,市市场监管局紧扣消费维权年主题,持续推进“放心消费在平湖”再升级行动,以严监管守护安全底线,以优服务提升消费体验,全力营造安全放心、诚信有序的消费环境,以实际行动守护群众切身利益,持续激发消费活力,助力平湖经济高质量发展。

在“3·15”国际消费者权益日来临之际,各镇街道市场监管部门精心组织开展系列宣传服务活动,凝聚社会共治力量,普及消费维权知识,倡导诚信经营,用心守护每一份消费权益,让放心消费成为市民看得见、摸得着的民生福祉。

●当湖街道 进行“放心消费嘉年华,提升品质乐万家”3·15宣传

3月11日下午,当湖市场监管所联合当湖司法所、平湖农商银行当湖支行,在银泰商圈开展“放心消费嘉年华,提升品质乐万家”3·15主题宣传活动,践行2026年“提升消费品质”年度主题。

活动现场,三方单位协同发力,工作人员重点围绕养老钱守护、保健品政策开展宣传,通过发放手册、面对面答疑揭露保健品虚假宣传及养老投资陷阱,叮嘱老年群体警惕“温情牌”套路。同时,活动以视频展播形式展示“浙个好”、省优秀共产党员、非遗传承人等主体风采,并播放《走进餐饮后厨》专题视频,讲解“五净三清”操作规范,增强群众对食品安全的感知。现场还发放了《中华人民共和国消费者权益保护法》等宣传资料,受理消费咨询,实现宣传与服务融合。

此次活动创新形式、整合资源,既强化消费者维权意识与辨别能力,也压实商户主体责任,凝聚起“企业守信、群众放心、社会共治”的消费环境建设合力。

●钟埭街道 举行“提升消费品质,合规先行”3·15专题培训

3月6日下午,市场监管经开分局联合行政执法队,走进泛亚生物医药股份有限公司开展“提升消费品质,合规先行”3·15专题培训。培训结合典型案例解读政策法规,划出三条“高压线”,以“先定品、说实话、慎宣传、明价格”十二字寄语为企业指明合规方向;围绕自查自纠等四方面提出具体要求,警示企业摒弃不正当竞争行为,以合规护航发展。

培训还设置虫草专业知识科普环节,引导企业以科学、透明提振消费者信心。本次



当湖街道



新埭镇



钟埭街道



独山港镇



曹桥街道



广陈镇



新埭镇



林埭镇

培训采用线上线下融合模式,主会场30余人现场参与,约400人线上同步收看,实现企业关键岗位全覆盖。经开分局还将在3月13日联合多部门,在恒隆嘉荟城开展“3·15”主题宣传活动,汇聚10余家单位力量,从多维度为群众提供一站式消费服务。

●曹桥街道 举办“3·15品质派对——你送我检·眼见为食”特色活动

“3·15”国际消费者权益日来临之际,曹桥市场监管所紧扣“提升消费品质”年度主题,开展了“3·15品质派对——你送我检·眼见为食”特色活动,通过“进市场、进校园”双线宣传,把消费维权知识送到群众身边,植入孩童心中,筑牢辖区消费安全防线。

在“春天里”农贸市场,工作人员设置宣传咨询台,同步开设公平秤便民服务站与“你送我检”快检台,实现“宣传+服务+监管”一站式落地。同步走进曹桥行知幼儿园,工作人员以卡通图片、实物对比、趣味问答等童趣化形式,教孩子们辨认食品关键信息、规避消费风险,向老师普及校园周边商品监管知识,为未成年人健康成长保驾护航。

下一步,曹桥市场监管所将持续加大监管力度,常态化开展维权宣传,畅通“12315”投诉举报渠道,严厉打击侵权行为,全力营造安全放心的消费环境。

●新埭镇 参加沪浙毗邻“3·15”消费者权益保护宣传活动

3月12日下午,市场监管新埭分局组织人员赴上海市金山区枫泾镇,参加沪浙毗邻“3·15”消费者权益保护宣传活动,深入落实

长三角一体化发展战略,助力优化区域消费环境。

本次活动汇聚金山区枫泾市场监管所、青浦区练塘市场监管所、松江区新浜市场监管所、嘉善开发区及姚庄市场监管分局、市场监管新埭分局等五地六所(分局)及多家单位共同参与,现场六方正式签署《沪浙毗邻区域消费者权益保护共治合作协议》。并在后续多地多日多次开展“3·15”消费者权益保护宣传活动,发放普法宣传资料,现场受理消费咨询,解答政策疑问。

下一步,新埭分局将积极参与区域联合行动,携手毗邻地区单位打造区域放心消费品牌,为长三角一体化高质量发展贡献市场监管力量。

●新仓镇 开展“3·15”授牌走访与集中普法系列活动

“3·15”国际消费者权益日来临之际,市场监管新仓分局联合平湖农商银行及镇食安办、应急消防等部门,开展授牌走访与集中普法系列活动,以“树标杆、优服务、重共治”筑牢辖区消费安全防线。活动中,新仓分局与农商银行共同为放心消费示范点、优秀诚信经营商户授牌,发挥标杆引领作用;工作人员随后上门走访商户,了解经营情况,现场解答维权、证照办理等问题,推动放心消费创建落地。

活动现场,各部门各司其职,向商户和群众普及维权知识、讲解识假方法,同步开展安全、法治宣传,通过挂横幅、发资料、现场答疑等形式,传递依法经营、理性消费理念,形成协同共治氛围。此次系列活动凝聚部门合力,强化了商户诚信经营意识和群众维权能力,为打造安全放心的消费环境、助力辖区经济高质量发展夯实了基础。

●独山港镇 部门联动进行“3·15”系列宣传

“3·15”国际消费者权益日来临之际,市场监管独山港分局紧扣“品质消费,悦享生活”主题,聚焦学校、企业、商超、社区多元场景开展系列宣传活动,多部门联动将维权知识送到群众身边,筑牢消费维权防线。分局精准开展分众宣传,实现宣传全覆盖。进校园普及食品、文具安全及网络消费避坑知识,守护青少年消费安全;进企业宣讲诚信经营政策,督促企业落实主体责任;进社区搭建展台答疑解惑,讲解维权流程;进商超规范商户经营行为,向消费者普及品质消费知识。

此次活动累计发放宣传资料300余份,接受咨询50余次,提升了消费者维权能力,压实了企业经营责任。下一步,分局将继续推动消费维权工作常态化,深化多方共治合力,严厉打击侵权行为,持续优化辖区消费环境,让群众悦享品质消费。

●广陈镇 “护航‘她’经济,守护‘她’安全”化妆品专项检查展

“三八”妇女节又恰逢“3·15”国际消费者权益日来临之际,为规范化妆品市场秩序,激发“她”经济活力,广陈市场监管所近日针对辖区化妆品专营店、商超专柜等重点场所开展了专项检查,检查坚持“监管+服务”双轮驱动,护航美丽消费。

一是聚焦价格透明。严查明码标价不规范、节日涨价等行为,督促经营者做到货签对位、标识清晰,保障消费者明白消费。二是聚焦促销规范。针对节日促销活动,核查打折规则、宣传用语是否真实,严防虚构原价、夸

大优惠,指导商家诚信经营,确保“女神”享受真实惠。三是聚焦来源追溯。严查进货台账与供应商资质,抽查进口及特殊用途化妆品,指导使用“化妆品监管”APP核验信息,杜绝问题产品上架,守牢安全底线。检查中,执法人员坚持“执法+普法”,普及《价格法》《化妆品监督管理条例》等法规,提升经营者主体责任意识,并主动问需解难,提供合规指导,以监管温度助力“她”经济。

下一步,广陈市场监管所将持续强化市场监管,畅通“12315”投诉举报渠道,及时回应消费者诉求,为“她”消费保驾护航。

●林埭镇 开展“提升消费品质 促进放心消费”主题宣传

“3·15”国际消费者权益日来临之际,林埭市场监管所联合平湖农商银行、平湖市盐业有限公司,在林埭农贸市场门口开展“提升消费品质 促进放心消费”主题宣传活动,将消费维权、金融及企业科普知识送到群众身边。

工作人员提前布置宣传阵地,悬挂主题横幅,摆放消费相关法律法规宣传册,结合农贸市场消费特点,聚焦食品药品安全、假冒伪劣识别、消费纠纷处理等高频问题开展宣传。活动设置互动问答与礼品发放环节,工作人员结合法规和典型案例,解答群众消费维权、食品辨别等问题,提升群众参与度。

此次政银企协同宣传,融合监管职能与机构、企业服务优势,扩大了宣传覆盖面。下一步,林埭市场监管所将深化多方合作,畅通“12315”投诉举报渠道,加大执法力度,切实解决消费痛点,持续优化辖区消费环境。

平湖市2025年度十大维权维序案例

案例一: 网购洁具维权难 跨省调解效率高

【案情简介】 2025年5月,上海消费者王先生投诉称,其通过网购平台向新埭镇某洁具厂网店购买的淋浴房,使用未两年即出现漏水问题。王先生主张产品应符合五年法定质保期,要求商家免费维修;但商家称产品质保仅1年,拒绝承担维修责任,双方协商未果后求助市场监管部门。接到投诉后,工作人员立即确认淋浴房漏水情况,购买时间及质保争议焦点,随即启动调查并对接涉事商家核实情况。最终,双方达成一致,商家同意立即上门维修,王先生自愿承担一半维修费用。
【案例评析】 本案核心焦点在于产品法定质保义务与商家自行约定质保期限的冲突。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》相关规定,经营者应当履行法定质保义务,不得通过单方约定免除或减轻自身法定责任。同时,作为一起跨省消费纠纷,依托“无讼理念”推进高效调解,践行便民服务宗旨,有效化解消费矛盾,切实保障消费者合法权益。

案例二: 涉老产品猫腻多 依法调解解纠纷

【案情简介】 2025年9月下旬,先后有23名老年消费者联名投诉一家直销公司,反映其被诱导购买了宣传称“改善人体微循环”的保暖内衣、保健品等涉老产品,使用后未见宣传功效且价格过高,退货退款遭公司以“个体差异”为由拒绝。接报后,执法人员第一时间对涉事场所进行执法检查,虽未发现明确虚假宣传证据,但综合各方线索,初步判断其推销产品话术与老年人理解偏差及产品价格高于市场是纠纷主因。最终通过调解,公司为老人办理一定量的退款,共挽回损失13万余元。
【案例评析】 根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。……”本案警示经营者在营销商品时必须严守法律与诚信底线,也提示消费者需警惕口头功效承诺与不合理高价。

案例三: 金饰物品无印记 实践调解化疑云

【案情简介】 2025年5月,消费者韩女士投诉称,其近期发现2023年在金店购买的2个足金手镯,均无黄金首饰应有的钢印,到店沟通未果。接到投诉后,工作人员邀请双方开展面对面调解。韩女士质疑黄金真伪,金店则称钢印系佩戴两年磨损,且无法确认首饰为其店内所售。工作人员明确调解关键是确认黄金真伪,最终促成双方约定:共同到店对2个手镯喷熔查验,由调解人员见证取证。经查验黄金无问题,金店为韩女士调换同等重量足金手镯,双方对调解结果均表示满意。
【案例评析】 调解的核心是尊重双方当事人意志、有效化解矛盾纠纷。2025年金价持续上涨,黄金首饰消费热度攀升,相关纠纷随之增多。本案中,无初步证据证明被投诉人有违法违规行为,市场监管部门作为调解消费纠纷的第三方,兼顾各方当事人的合法权益,在不侵犯被投诉人利益的条件下,着力解决投诉人核心诉求,达成调解成功的目的。

案例四: 全屋定制起纠纷 六千补偿终和解

【案情简介】 2025年10月,消费者唐先生前来投诉,反映其与某全屋定制公司签订了一份总价12.5万元的定制合同。工程完工验收时,唐先生发现存在房门及门套开裂、餐边柜颜色不符、层板开裂等多处细节做工问题,多次与公司沟通要求整改未果。接到投诉后,工作人员迅速联系双方了解情况,并组织现场查验确认事实。经调解,双方达成一致:该全屋定制公司限期修复合理问题点位,并一次性支付6000元补偿。
【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“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。”全屋定制属于个性化定制,在收取货款后逃匿的行为涉嫌犯罪。依据相关法律法规,该案已移送公安机关处理。
【案例评析】 本案是一起经营者恶意停业跑路并涉嫌刑事犯罪的恶劣事件。其本质在于经营者表面是经营不善关门,但本质是在已丧失履约能力且主观上具有非法占有故意的情况下,收取消费者大额预付款后逃匿。市场监管部门将该案移送公安机关,正是基于其行为的刑事违法性,体现了行政执法与刑事司法的有效衔接,有力地打击了侵害消费者权益的犯罪行为。

案例五: 格式条款要规范 大额消费须谨慎

【案情简介】 2025年3月,消费者张女士前来投诉,反映其于2024年在平湖某美容店分3次累计充值约12万元,消费几次后,因个人原因向商家提出退还剩余款项7.8万元,商家拒绝退款,遂引发矛盾。接到投诉后,工作人员立即联系双方核实情况。经过线下调解,核算实际过程中的金额,商家最终退款6万元,双方均表示认可。
【案例评析】 本案是因消费者冲动消费且商家格式条款存在不合理而引发的纠纷。案件的特殊之处在于,消费者所支付的款项中,既包含个人消费项目,也涉及商家推出的拉人返现营销活动,这使纠纷的调解处理具有一定的复杂性。案件的调解成功,关键在于准确把握了双方情况,妥善平衡了双方,既未让商家损害自身合理利益,也为消费者额外挽回应有金额。

案例六: 关门失联涉诈骗 依法移送出重拳

【案情简介】 2024年12月起,多名消费者反映,我市某家具店在收取货款、未完成橱柜安装交付的情况下关门,店主失联。同时,多名已交全款的消费者与公司总部客服联系,总部称其系统中并无其相关订单。截至2025年2月14日,共收到投诉7起,涉及金额27万余元。经查,当事人在明知经营不善无履约能力的情况下,仍与多名消费者签订合同,在收取货款后逃匿的行为涉嫌犯罪。依据相关法律法规,该案已移送公安机关处理。
【案例评析】 本案是一起经营者恶意停业跑路并涉嫌刑事犯罪的恶劣事件。其本质在于经营者表面是经营不善关门,但本质是在已丧失履约能力且主观上具有非法占有故意的情况下,收取消费者大额预付款后逃匿。市场监管部门将该案移送公安机关,正是基于其行为的刑事违法性,体现了行政执法与刑事司法的有效衔接,有力地打击了侵害消费者权益的犯罪行为。

案例七: 向未成年人售酒 酒吧违法被查处

【案情简介】 我市某咖啡馆自取得营业执照以来主要从事咖啡、酒吧经营。2025年8月10日,当事人未落实未成年人身份查验措施,让1名未成年人进入酒吧并向其销售2杯酒水。当事人的行为违反了《中华人民共和国未成年人保护法》第五十九条第一款之规定,构成了违规接纳未成年人进入不适宜未成年人活动场所并向未成年人售酒的违法行为,市场监管部门依法对其作出警告及罚款10058元的行政处罚。
【案例评析】 本案是一起经营者违规向未成年人销售酒水的案例。案件聚焦于酒吧未履行身份查验义务这一关键违法事实进行查处,对娱乐场所严格落实未成年人保护责任形成了有力警示,体现了执法机关对向未成年人售酒行为“零容忍”,维护未成年人消费者权益的坚定立场。

案例八: 好评返现诱评价 虚假信息坏公平

【案情简介】 2025年9月5日,执法人员根据举报,对我市某小吃店外卖红包返现问题开展现场检查,在收银台上发现124张外卖反馈卡。经核查确认,当事人以每单返还消费者2.88元红包为条件,诱导消费者作出虚假的用户评价内容,进行虚假的商业宣传。累计返现129笔,金额共371.52元。市场监管部门依法责令当事人停止违法行为,并对其作出罚款2000元的行政处罚。
【案例评析】 根据《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条第二款规定“经营者不得通过组织虚假交易、虚假评价等方式,帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传”,当事人的行为属于上述规定所禁止的违法行为,构成通过虚假评价进行虚假或者引人误解的商业宣传。这种行为使得消费者难以通过真实评价获取可靠信息,既损害了消费者的知情权,也对其他守法经营者构成了不公平竞争。

案例九: 普通食品被神化 欺诈老人终被罚

【案情简介】 2025年9月,市市场监管局依法查处嘉兴某健康管理公司老年人会销中的虚假宣传行为。经查,该公司会销现场多次播放的视频中宣传“该产品为国家立项研究项目”“可以解决人类的一切疾病”等内容。但该产品标注类别仅为运动营养食品(运动后恢复类),当事人无法提供宣传依据,且涉及违法经营额67500元。其行为违反了《中华人民共和国广告法》相关规定,市市场监管局依法对其作出罚款20万元的行政处罚。
【案例评析】 本案是一起利用会销模式进行虚假宣传并销售运动营养食品的案件。本案中,当事人将普通食品神化为能治愈癌症、让植物人苏醒的“万能神药”,其宣传内容荒诞夸张,甚至搬出国家立项的名头,严重违背科学常识和诚信信用原则,不仅欺诈老年消费者牟取不法利益,更可能延误患者治疗,危害生命健康安全。

案例十: 借证入网涉违法 “幽灵外卖”受处罚

【案情简介】 2025年7月30日,市市场监管局依法对我市某餐饮管理有限公司作出罚款1万元的行政处罚。经查,当事人使用自己的营业执照和平湖市某茶庄的食品经营许可证,平湖市某茶庄的营业执照和食品经营许可证,分别在美团外卖、美团团购各上架1家店铺,并由湖州某餐饮管理有限公司管理运营。2025年2月25日,市场监管执法人员现场检查后,当事人下架2个店铺。至同年6月11日,完成店铺登记信息整改。
【案例评析】 “幽灵外卖”,是指一些没有堂食场地的外卖商户,通过租借证照、使用虚假地址、伪造门店照片等手段入驻外卖平台,甚至将自身包装成“高分店铺”的外卖。本案中当事人的行为违反了《浙江省电子商务条例》第八条第二款之规定,构成了提供虚假信息申请进入电子商务平台提供服务的行为,既破坏了网络餐饮经营的资质审核秩序,给食品安全监管带来隐患,也给消费者对经营主体认知带来了误导。