

围绕“品质消费 美好生活”年主题

省消协确定2018消费维权工作四项重点



2018年,全省消费维权工作总体思路是:以党的十九大精神为指导,以更好地服务人民日益增长的美好生活需要为目标,以“品质消费,美好生活”年主题为主线,以营造安全放心的消费环境和维护人民群众切身利益为出发点和落脚点,突出“一个重点”、实现“两个突破”、发挥“三个作用”、完成“四项任务”,以勇创一流业绩的担当精神,以务实高效的工作作风,不断加大消费维权工作力度,推进消费环境综合治理,努力营造安全、放心的消费环境,为保护消费者合法权益,提振消费信心,释放消费潜力,推动全省经济健康发展做出新贡献。

一、坚持以学习贯彻落实新《消保条例》为重点,全面提升消协组织依法履职能力和水平。新《消保条例》明确了经营者义务和消费者权

益,并对预付消费、住房、物业、共享单车等15个重点行业和消费方式作出了规定,亮点突出,内容丰富。通过举办条例学习培训班、知识竞赛、知识讲座等方式,向行政执法部门、消协组织、经营者及消费者普及《消保条例》知识。加大宣传力度,通过微信公众号、电视、广播、报刊、网络等媒体对条例进行广泛深入的解读,让消费者真正了解条例的内容,并运用条例正确维护自身合法权益,使经营者能够按照条例依法诚信经营。

二、实现“两个突破”,努力在消费维权创新发展上取得新突破。一是在公益诉讼方面有新突破。公益诉讼是《消法》赋予消协组织的一项重要职能,各级消协要高度重视,积极推动公益诉讼工作的开展。今年将在石家庄、保定、秦皇岛、邢台等

地进行先行试点。二是在3·15文化建设方面有所突破。3·15文化建设对消费维权工作起着导向作用,对于提高消协工作人员精神状态,增强消协组织的凝聚力起到积极推动引领作用。2017年底,中消协双先考评组对省消协3·15文化建设给予了充分肯定,并提出在全国消协组织推广。

三、充分发挥“三个作用”,努力在提升消协组织社会影响力取得新成效。一是充分发挥消费维权志愿者队伍作用。2017年,省消协在全省各系统各行业吸纳了近万名热衷消费维权公益事业的消费者加入了志愿者队伍。二是充分发挥新闻媒体作用。各级消协要加强与新闻单位之间的联动,使其发挥应有的作用。三是充分发挥京津冀消协组织协同发展作用。加大与京津冀

消协组织协作力度,不断创新三地消协协同发展工作机制,建立畅通、快捷、高效的消费维权通道和信息互通、维权互动新模式,让三地消费者感到协同发展给消费维权带来的高效与便利。

四、完成“四项任务”,全面提升消协组织消费维权效能。突出抓以消费教育引导、消费调查评议、消费指导、投诉调解为主要任务的重点工作,力求取得新成效。第一,认真做好消费教育引导工作,努力在指导消费上取得新成效。第二,认真做好消费调查评议工作,努力在解决消费热点难点问题上取得新成效。第三,认真做好消费指导工作,努力在强化经营者自律上取得新成效。第四,认真做好投诉调解工作,努力在解决消费者诉求上取得新成效。

2017年全省消协组织受理投诉八大热点

2017年年报全省消协组织共受理消费者投诉13578件,解决12344件,投诉解决率90.91%,为消费者挽回经济损失1429万元。其中,因经营者有欺诈行为得到加倍赔偿的投诉151件,加倍赔偿金额30万元,接待消费者来访和咨询近11万余人次。2017年,全省消协组织受理投诉呈以下八大热点:

1. 家用电器类投诉居高不下,提高质量任重道远。2017年全省消协组织受理涉及家电维修服务问题的投诉2928件,虽比去年的3027件有小幅下降,依然排在商品大类投诉的首位。家用电器消费群体广泛,购买量大,品种参差不齐,变化明显,消费纠纷主要表现在商品质量和售后服务两方面。投诉的主要问题是:一是家用电器类商品质量不合格,如外观破损、性能故障等情况反映较多,经销商往往以“开具检测单”、“人为损坏”为由拒不承担举证责任,造成投诉处理周期长,处理方案协调难等问题;二是促销不讲诚信、广告承诺难以兑现、有意回避“三包”责任、售后服务缺乏规范和家电预收货款不能按时供货等问题;三是售后服务不及时,维修时间长,消费者向售后服务报修,经常出现以缺少配件为由迟迟不予维修,个别商家没有充足的安装队伍,临时雇佣人员技术水平低,责任心差,商家把大部分精力投入到

了销售方面,而忽略了售后服务;四是维修费用高、服务态度差,一些名牌产品存在店大欺客现象;维修时变法收取费用,消费者意见大。五是网络搜索、信箱小广告里的“黑家店维修”让消费者防不胜防。维修后故障重现,多次联系商家不予理睬、拖延维修及收费不合理等,给消费者造成损失。

2. 服装鞋帽类投诉仍然突出,质量和售后服务亟待加强。2017年涉及服装鞋帽类的投诉2261件,占投诉总量的16.65%,同比增长16.37%。其中质量问题投诉1313件,售后服务投诉380件,分别占服装鞋帽总量的58.07%、16.81%。其主要表现为服装类投诉主要集中在做工粗糙、销售前存有瑕疵、服装面料没有规范、醒目的洗涤说明,造成洗后串色、缩水、褪色、出现小孔、羊毛衫、西装起球、甲醛超标等问题;鞋类投诉主要集中在脱皮、脱胶、脱胶、裂口等质量问题。许多消费者在购货时没有索要购物凭证(发票及信誉卡)。造成这一状况的主要原因,一是消费者本身对服装、鞋帽等生活用品的需求量大,加之商家利用“让利”、“打折”等促销形式吸引消费者,使得购买力增加。二是有的经营者重销售轻服务,售后服务意识薄弱,商品出现质量问题时,处理投诉时的态度不积极。三是在超市里销售的服装鞋帽存在着许多问题。如一些规模较小的服装企

业、鞋厂生产的低价位服装服饰产品还有市场需求,但这些低价位服装服饰产品往往容易出现质量问题。四是一些消费者在购买服装和鞋类商品时不主动索要收费凭证,一旦出现质量问题,有关部门无法进行受理处理,失去了维护自身消费权益的证据。

3. 日用品类投诉较多,家具类投诉同比增长较快。2017年全省消协组织共受理日用品类投诉1743件,同比增长19.30%,其中家具类投诉上升较快,增长52.4%。消费者主要反映产品质量问题如色差、材质等,有的商品在“三包”期内出现质量问题却无法免费维修如家具变形等,有的商品需要检测才能认定责任如有异味等、售后服务态度和不等格式合同条款投诉较多。

4. 汽车投诉数量大,销售“猫腻”多,售后服务维权难。2017年全省消协组织共受理交通工具类投诉1087件,同比增长10.02%,其中汽车及零部件投诉479件,是占交通工具投诉总量44.07%,同比小幅下降。汽车投诉主要体现在以下六个方面:一是部分经销商存在销售欺诈行为,二手车作新车卖等。二是“三包”规定执行不到位。汽车销售后出现问题,有的经销商不是积极想办法解决,而是找各种理由搪塞推诿。尤其是在退换货方面,消费者主张一般很难实现。三是质量问题突出。如发动机异响、变速箱卡滞、水箱泄漏、车辆行驶中自燃等。四是强制消费。主要集中在强制搭售保险、强制代理挂牌、加价销售、隐瞒真实信息、无故不交付合格证等方面,消费者对汽车销售过程中的不正当营销方式反映强烈。五是售后服务良莠不齐、问题多。维修技术不过硬,维修态度恶劣,在维修、维护过程中导致汽车损坏;多次送修仍不能排除故障;擅自使用质次价廉的汽车配件,在修车过程中私自使用假冒零配件换走车辆的无故障优质配件;未按约定使用原厂配件,而以伪劣配件替代等问题。六是服务费用问题。主要是维修保养价格不透明、不透明、配件只换不修、过度保养、不能一次性解决故障、维修人员技术水平低等问题。七是合同

违约问题突出。主要表现在紧俏车型及预付款购车上,加价上保险提得快,不加价不上险往后推。有些经销商让消费者增加配置和装饰或购买配套汽车产品,形成事实上的乱加价、乱收费。

5. 生活、社会服务类投诉中住宿服务质量问题成为难点,酷骑单车押金不退成为投诉咨询热点。2017年全省消协组织受理生活、社会服务类投诉842件,同比增长31.36%,排在服务大类投诉的第一位。消费者接受餐饮、住宿、美容、美发时,有关安全的投诉一直是难以解决的问题,其中住宿服务质量的投诉成为今年投诉的难点,同比上升69.9%。在餐饮方面,游客反映饭店存在以下问题:一是不按菜单所标价格计费,存在多收费的情况;二是加工的菜肴量少、掉包;三是消费者就餐后经营者拒绝开发票的情况较多。在住宿方面主要是住宿条件与其收费不相符。在住宿过程中发现宾馆服务不到位,例如房间打扫不彻底、消毒工作基本未作、浴室用品不更换、无安全警示标志等,消费者到消费场所,人身和财产的安全必须得到保障,这是消法赋予经营者的责任。美容美发方面主要是效果与宣传时差异大或产品不安全导致过敏或强制消费等。

共享单车的出现,着实给消费者带来诸多便利的同时也出现了很多问题:单车的质量,押金不及时退还等问题。特别是随着共享单车的使用率越来越高,问题也随之而来,押金不退问题监管不到位成为投诉咨询热点,酷骑单车尤为突出,多地办事处已出现人去楼空,至今没有得到有效解决。

6. 电信服务质量依然堪忧,合同纠纷仍是主因。2017年共受理电信服务类投诉343件,互联网服务353件,共计696件,占投诉总量的5.13%,同比下降14.76%。消费者对宽带和手机流量等问题反映突出。此类投诉的主要问题为:一是套餐资费不明确、计费标准不清晰、告知不详尽、特别是靓号收费问题、私自注销靓号问题,引发消费者误解和不满;二是流量收费不透明,流量漫游不提醒不告知,如京津冀过境流量收费问题。三是未经消费者同意擅自更改消费套餐,营业员介绍业务不准确,造成消费者误解。四是商业短信广告多,尤其是金融类诈骗短信,干扰了消费者的正常生活。五是服务质量不理想,通话及上网效果稳定性差,消费者反映的问题未能及时解决,消费者不满意。

7. 网络、电视等远程购物欺诈多,互联网服务逐渐成为投诉新热点,微信购物问题急需解决。随着社会的发展,网络、电视等远程购物这种省时省力便捷的购物方式已被越来越多的人所接受,网络购物已渐成新热点,主要问题有:一是质量问题,主要表现为:消费者网购的家电、电子机械等商品在三包期内出现质量问题,商品在收到拆包后发现存在质量问题或有瑕疵。二是假冒伪劣商品。消费者通过网络购买品牌服装、鞋类、化妆品等商品,商家承诺假一赔十或其它更多售后保证,但消费者收到货后经验货发现是假冒产品,要求退货,商家拒绝履行承诺。三是货不对版。消费者收到网购货物后发现实际货品与样品形状不符,有的甚至为“三无”产品。四是网络交易七日无理由退货执行难,如电商推诿扯皮,承诺不兑现等。五是微信购物出现问题无法解决,法律上存在监管空白。今年接到很多咨询电话反映微信购物的问题:大部分是到货后发现商品不是原装正品,或假冒伪劣产品,商品质量出现问题后微商没有具体的经营地址,找不到真正的经营者等。《消费者权益保护法》明确了网络交易平台(如淘宝、京东)为第一责任人。但是微信购物是利用社交平台进行的一种新型购物方式,对此确实没有具体的法律规定。微信购物是一种新的交易形式,在消费纠纷调解方面,很难找到微商真实的信息,联系不上就无法解决。

8. 虚假宣传坑害消费者,医疗和卫生保健用品投诉尤为突出。各种虚假广告屡禁不止,消费者难辨真伪,加之消费者自我保护意识不强,轻易相信广告内容,一旦陷入消费陷阱,维权非常困难,为此医疗和卫生保健用品投诉最突出。其投诉的主要特点:一是消费群体集中。从投诉数据中显示,老年消费者占九成,老年消费群体对保健品概念、功效缺乏最基本的认识和判断,商家抓住老年人渴望健康的心理,通过对保健品功效虚假宣传,诱使老年人以高价购买没有保健作用的保健品。二是获取保健品信息渠道复杂。消费者主要通过电视、报纸、电话、广播、网络等方式获取保健品信息,铺天盖地及长时段滚动广告宣传,潜移默化地为消费者“洗脑”,强化对商品的认知。三是商家推销保健品手段多样。“赠药”、“免费抽奖试用”、“名医会诊”、“免费旅游”、“专家讲座”都是经营者惯用的手段,甚至雇用“托”在旁现身说法,诱使老人上当受骗。



河北省消费者协会关于线下七日购物无理由退货的倡议

2014年3月15日实施的新修订的《消费者权益保护法》针对网络购物等新型消费方式,设立了七日无理由退货制度。无理由退货制度保障了线上消费者能够享受到七天的“后悔权”,让消费者充分感受到了舒适的消费体验。实施4年来,这一制度对于改善网络交易环境,强化网络经营者义务,保护消费者权益起到了积极促进作用。

为了让消费者在线下实体店购物无忧,更好地保护消费者的合法权益,优化经营环境,促进经济发展,2018年全国工商和市场监管部门将继续加强消费维权,在监督经营者全面落实网购七日无理由退货制度的同时,推进线下无理由退货工作。为此,河北省消费者协会积极倡议线下实施无理由退货制度。

线下实施无理由退货制度,有利于释放消费潜力。赋予消费者后悔权,给予消费者一定的“冷静期”,让消费者不再雾里看花,不用担心上当受骗,能够树立消费者的信心,促进消费者与经营者交易,最大程度上激发和释放消费潜力。

线下实施无理由退货制度,有利于提升经营者形象。消费者权益保护法鼓励经营者在经营过程中做出更加有利于消费者承诺,在实践中,做出无理由退货承诺的商业做法也早已存在。经营者保障消费者后悔权,严格自律和诚信经营,可以提高经营者自身信誉和市场竞争能力。

线下实施无理由退货制度,有利于社会诚信体系建设。现实中,线下消费者退货难普遍存在,很多购买了不满意商品的消费者,通常选择自认倒霉。这种情况,侵害消费者的权益,助长经营者店大欺客的霸王心态,不利于形成良好的社会主义市场经济秩序、推动构建诚信社会。无理由退货制度,恰恰是一个构建诚信社会的“好杠杆”,能够更有力地维护消费者权益,也会倒逼经营者采取更严格的标准、更细致的措施,保障商品或服务的质量。

推行线下实施无理由退货需要全社会的共同努力。希望广大经营者积极响应倡议,主动作为、自觉对消费者承诺,履行七日无理由退货义务,严格遵守法律法规规定,积极支持消费者的合理要求;希望广大消费者要做成熟的消费者,不要认为无理由退货是可以利用的漏洞,既要依法理性维权,也不滥用退货权力;希望有关部门加强线下无理由退货制度的立法和监管,完善相关的法律法规,用法律形式建立起线上线下同等的无理由退货制度和待遇,让线下实体店无理由退货有法可依,加强宣传和引导,加强消费维权,更好服务人民日益增长的美好生活需要。

