



“信用让消费更放心”

近年来,区消保委以党的十九大关于“完善促进消费的体制机制,增强消费对经济发展的基础性作用”为指引,根据区委、区政府有关优化营商环境、打造“四个品牌”的重要部署,始终抓牢一个中心——消费者维权工作,全力做好重点工作——消费宣传和教育,夯实工作基础——秘书处队伍建设,整合委员资源——发挥委员单位的优势,不断提升区消保委的社会影响力和公信力,努力形成多方参与、合力维权的格局。



今年3月15日是第37个国际消费者权益日。当天上午,杨浦区3·15国际消费者权益日咨询宣传活动在欧尚超市长阳店举行。 ■高帆 摄

定向宣传,切实体现“上海服务”精神

区消保委将关爱老年消费群体作为消费宣教重点,结合文明城区创建,开展定向宣传,不断提升消保委为民服务的工作水平。2018年,区消保委联合各监管所,制作消费宣传展板和宣传海报,定期在杨浦各居委会、超市等维权联络点巡展,联合市消保委、新消费研究中心组织开展消费调研,引导中老年消费者理性消费,预防消费陷阱,提高维权意识。

近年来,区消保委根据不同时段消费维权的难点、热点问题,结合

每年的消费年主题,定期调整宣传重点,有针对性地向各消费群体开展宣传,共发放各类维权宣传资料9万余份,充分体现了“上海服务”精神。

完善消费维权闭环,强化联网单位及联络站作用

2017年,杨浦区消费维权《联合调解工作室》在区消保委正式成立。2018年,区消保委与区人民调解协会深入合作,积极探索通过购买服务的方式增强联合调解室的调解力量,建立了对人民调解员的培训机制,充分体现了联合调解的工作合力,提高了杨浦联合调解工作室的调解水平。

同时,区消保委还致力于不断推进12315外部联网单位及区内消费维权联络站的建设,至今已培训发展东方电视购物等8家联网企业和又一城购物中心等23家企业消费维权联络站。2018年,为进一步增强企业自主调解能力,简化投诉流程,区消保委积极探索引入12345市民服务热线直接对接投诉联网企业的工作模式。据统计,自2018年4月1日对接机制启动,东方购物有限公司直接处理12345市民服务热线转办件84件,办结率达100%。

实时关注消费热点,共创“上海购物”环境

近年来,随着互联网+的高速发展,以及各类新兴行业创业公司不断成立,消费纠纷也顺应发展趋势转变成新消费纠纷,同时由于此类消费纠纷大多带有网络属性,在其纠纷问题的背后更隐含易传播、易升级、易放大的特性,一旦未能及时妥善处理则极易升级成为社会舆论事件。

面对新形势,区消保委主动出击,针对某数码公司封禁游戏账号以及某英语培训APP学费规则混乱等问题,多次约谈涉诉企业,主动帮助企业开展《消法》《消条》培训,督促企业明确纠纷处理方案,为消费者提供快捷高效的纠纷处理渠道,有效控制了辖区内群体性新消费纠纷的升级,维护了社会稳定。

同时,区消保委积极联合市场监管部门开展放心消费推进工作,推广落实放心消费创建企业评价标准,为区内主要商圈、商业企业、购物中心开展共创放心消费环境的专题讲座,着力推动区内企业打造具有国际影响力的“上海购物”品牌,努力营造具有国际竞争力的“上海购物”环境。

增强文化软实力,擦亮“上海文化”金名片

杨浦作为上海市内知名高等学府云集的辖区,其与时俱进、自我创新、不断突破的学习特质,是上海特有的文化名片。

2018年,为确保“进博会”顺利召开,区消保委结合辖区实际情况,制定《进博会期间重大消费者投诉处理工作预案》,创立了绿色投诉通道。区消保委以12345投诉调解全回访为抓手,通过抽查各投诉处理环节及调解纠纷的履行情况,在“进博会”成功落幕后,区消保委毫不松懈,对于进博会保障期间学习到的经验进一步总结提炼,将绿色投诉通道巩固完善,形成杨浦特色长效服务机制,为“打响‘四大品牌’,促进消费增长”夯实基础。

保健品消费提示

什么是蓝帽子?

蓝帽子是由国家相关主管部门审批认证的保健食品标志。获批产品外包装标注“国食健字”字样,为天蓝色,呈帽形,俗称“蓝帽”。正规的保健食品都会在产品外包装上标有天蓝色、形如“帽子”的标志,下方标注出该保健食品的批准文号。

提醒一: 长知识,莫信这些大话

保健品不具备疾病预防和治疗功能,任何宣称保健品治病、防病的行为,都是不符合法律法规和相关规范性要求的。消费者不要轻信保健品能“治未病”“预防和治疗多种疾病”等以防治疾病为噱头的夸大、虚假宣传行为。购买保健食品应认准“小蓝帽”标识,并认真核对产品批号和功能声称是否存在虚假、套用等问题,必要时,可通过属地药品监督管理部门查验真伪。

提醒二: 防忽悠,远离这些行为

为达到诱导消费者购买保健品的目的,很多不法商家以“免费”为诱饵,采取亲情关爱、定期聚会、感恩答谢等方式,来获取消费者的健康状况、家庭收入、联系方式及情感信任,进而大肆推销各类保健食品。为防止中老年消费者因保健品消费而上当受骗,建议远离所谓的专家义诊、免费体检、免费健康讲座、组织旅游、分时养生度假、以及会议营销等商家法定营业场所以外的各类保健养生宣传、经营行为。

提醒三: 识骗局,猛戳这些谎言

不法商家往往打着惠民工程、政府补贴、消费维权等幌子,利用国家机关、医疗单位、学术机构、行业组织的名义,以专家、知名人士、医务人员和消费者身份对商品做虚假或引人误解的宣传,通过虚假打折、“雇托儿”“饥饿营销法”等手段制造“现场抢购”的营销氛围,诱导消费者按所谓的“疗程”“优惠”大批量购买产品。甚至有的打着各种社会组织和消费维权的旗号,声称能帮助消费者追讨被骗买保健品款项,诱使消费者落入“连环骗”的圈套。

提醒四: 懂维权,保留这些凭证

在维护自身合法权益方面,消费者不仅要做到掌握起码的辨识商品真伪的能力,而且还应当做到掌握基本消费维权知识,购买保健食品或接受相关服务,应当选择正规商家,通过正规途径购买,并妥善保留购买小票,主动索要发票,保存在线交易记录等必要的凭证,一旦发生消费纠纷,要通过正规途径维护自身权益。



2018年度消费投诉情况分析

2018年,区消保委接待消费者来电、来访、来信咨询投诉8099件,其中接待来电、来访咨询2156人次,受理承办各类投诉4116件,帮助消费者免受损失约479万元。承办12345市民热线转办582件,已办结581件,办结率为99.8%,调解成功451件,调解成功率77.6%。

另外,2018年区消保委督办投诉

联网单位调处各类消费投诉1827件,较去年同期(1641件)增加了11.3%。

概况

从投诉所涉类别来看,商品类投诉1741件,占投诉总量的42.3%。家具、服装鞋帽以及视听产品居商品类投诉前3位,投诉量分别为276件、258件、253件。服务类投诉2375件,

占投诉总量的57.7%。食宿文化娱乐、教育培训和美容美发洗浴居服务类投诉前3位,投诉量分别为466件、456件、270件。

2018年,区消保委在受理各类消费投诉总量同比下降的情况下,部分领域及行业的维权投诉量反而逆势上涨,凸显出了当前消费投诉的热点问题以及消费趋势的变化。

特点

2018年,区消保委在受理各类消费投诉总量同比下降的情况下,部分领域及行业的维权投诉量反而逆势上涨,教育及培训投诉持续上升,预付卡消费投诉仍是维权重点,凸显出了当前消费投诉的热点问题以及消费趋势的变化。

消费案例

上门取件勿大意 真假快递需留心

2018年7月,消费者陈女士在某购物平台预定了次月安装的厨房吊顶,下单后经营者将风扇和灯具送达陈女士家,但吊顶的铝扣板迟迟未能交付。消费者与对方交涉后,经营者同意退货并约定后续提供快递上门取货。

快递上门收货时,发生重复收货情况,先后上门的快递员均自称为该平台委托的快递,上门进行收取退货商品。当时消费者已将退货商品交付给先前上门的快递员,且无任何收货凭证。后经营者以未收到消费者

的退货而拒绝退款。

争议焦点

消费者认为经营者存在泄露消费者个人信息的嫌疑,认为退货的需求是通过经营者的平台进行转达告知的,快递上门取件也是由经营者提供的服务,故重复收货导致货物遗失是经营者方面的工作失误,应当按照正常退货流程为消费者退款。

经营方否认泄露消费者信息的情况,称其信息可能是通过其他途径泄露出去;经营者并未收到退货商

品,且消费者所称将商品交付快递员的情况也无任何凭据可以证明,故拒绝消费者的退款要求。

争议分析

消费者怀疑经营者泄露其退货信息才会有假冒快递上门取件导致其退货商品遗失,但是消费者并无快递取件凭据或者其他证据可以证明该情况。

调解结果

经区消保委现场调解,争议双方对于假冒快递取件导致货物遗失的

定责未能达成共识,最后以调解失败告终。区消保委建议消费者通过其他渠道维护自身权益。

消费提示

在网购退货时,如有上门取件环节,要与快递员认真确认退货的每个环节:1.确认快递上门目的。2.核实平台信息和退货内容数量。3.保留退货凭据或快递回执单等。此外,在有条件的情况下,消费者也可通过自行录像或拍照等方式留存快递取件时的影像资料,以防退货中产生纠纷。