

尽责履职 全力维护消费者权益

编者按:杨浦区消费者权益保护委员会前身系杨浦区消费者协会,成员由政府相关部门代表、企业和行业代表以及消费者代表组成。近年来,区消保委积极调解消费纠纷及时化解社会矛盾,为社会和谐稳定、区域经济发展作出了贡献。先后荣获2012—2014年度全国消协组织消费维权专项工作先进集体,2014年度上海市消费者投诉处理工作先进集体,2011—2012年度上海市工商系统文明窗口、工商杨浦分局消费维权示范岗等称号。

据统计,2005—2014年,区消保委共受理、处理消费者投诉25535件,督办区内投诉联网单位调处各类消费投诉13347件,接待消费者咨询31071人次。其中,2014年受理12345市民热线转办件714件(列全市第二),结案率达100%,调解成功率633件,调解成功率达88.66%(列全市第五)。

维权关口前移 提高工作效能

在消费投诉处理上,区消保委率先建立由消保委、企业维权联络站、行政部门组成的“三位一体”联动维权网络。目前,在全区23家企业建立了“消费维权联络站”,推进消费维权关口前移,变消费维权“事后调处”向“事前调控和防范”转变,明确企业是消费者权益保护的第一责任人,督促企业做到“投诉不出门,和解在现场”。

与此同时,区消保委还依托12315工作平台,通过企业主动申请和择优推荐的方式,帮助具有一定经营规模、售后服务较完善的企业与12315工作平台实现联网,降低消费者的维权成本,提高投诉解决效率。如今,全区已有联网单位6家,涉及电视购物、网上购物、体育运动、教育培训、美容美发等行业。

建立联动机制 形成维权合力

区消保委积极整合各成员单位的优势资源,开展现场检查、现场咨询等活动,形成维权合力,在引导企业规范经营,提高售后服务、投诉处理等方面,起到了积极的作用。对于疑难消费纠纷,区消保委寻求行政部门的协助,2014年,启动联动机制处理群体消费投诉5起,为有效提高消费投诉调解成功率、化解社会矛盾纠纷起到了推动作用。

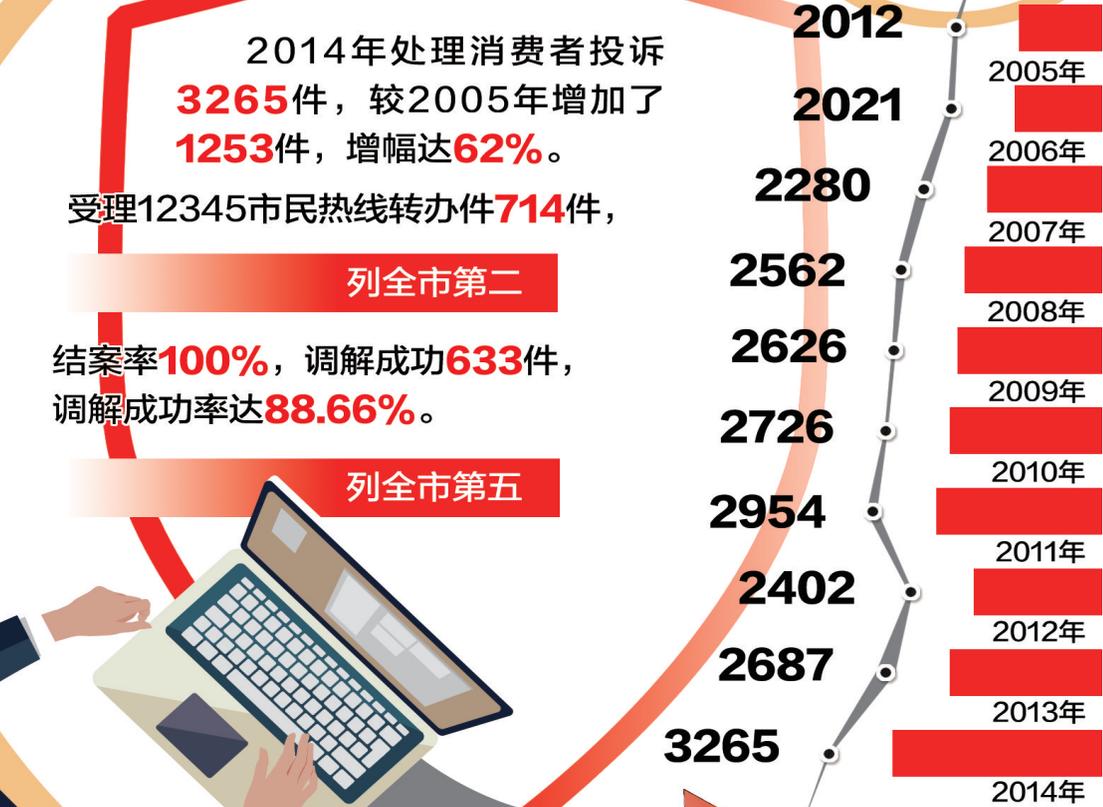
近年来,预付卡消费逐渐成为市民投诉热点。2014年,位于杨浦区的亚历兰大健身馆停业转让,接盘企业要求会员补交部分品牌差价方可继续使用原健身卡,消费者无法接受,即向区消保委投诉。据统计,区消保委先后受理涉及原亚历兰大健身馆的消费投诉达98件,为妥善处理这一群体消费纠纷,区消保委联合市场监督管理部门,通过“共同约谈”、“严格监管”和“联合上门服务指导”等措施,与相关企业沟通协调,最终接盘企业作出了书面解决方案,为涉案的90余位消费者办理转卡或退卡手续,切实维护了消费者权益。

普及新《消法》 切实履行职能

随着新《消法》的颁布实施,网络购物、信息安全等领域的条款备受关注。去年,区消保委先后开展针对网络、电视、电话购物及服务执行情况的消费体验活动,主动约谈企业,要求经营者加强对产品描述、电视广告、电话订购确认环节的监督与管理。此外,区消保委还开展了商业特许经营调查、2014诚信兴商十件事社会跟踪暗访、汽车三包执行状况调查、月饼及外包装消费体验等活动,及时发布消费提示、警示信息,对企业的失信经营行为予以公开披露,推进消费市场公平有序、良性发展。

为进一步提升消费者的自我维权意识,区消保委以新《消法》的颁布实施为契机,在投诉联网单位、热点行业企业及社区,开展专题讲座,推动新《消法》的传播和运用。借助媒体资源优势,在《杨浦时报》推出“关注新消法、解读新消法”专栏,对新《消法》涉及的网络购物、公益诉讼、惩罚性赔偿等热点问题进行了解读。组织东方商厦杨浦店等20余家消费维权联络站企业,参加新《消法》学习培训,采用专家讲解、以案说法、集体交流的方式,帮助企业认识和了解经营者的义务和消费者的权利。同时,将宣传活动深入社区,向居民讲解新《消法》修订的相关内容,发放《杨浦消费维权指南》等宣传资料。

此外,为切实做好消保委维权工作,进一步提高社会公信力和满意度,区消保委结合工作实际,创新工作方法,推出“消费投诉五种分类法”和“12345工作法”,有效化解大量消费纠纷,为消费者挽回了经济损失,赢得了信任,也获得了经营者的认可。



区消保委先后荣获2012—2014年度全国消协组织消费维权专项工作先进集体,2014年度上海市消费者投诉处理工作先进集体,2011—2012年度上海市工商系统文明窗口、工商杨浦分局消费维权示范岗等称号。

消费者被欺诈 可获“退一赔三”

【案情介绍】

2014年8月,家住闵行的赵先生通过某电视购物节目购买了一款品牌布艺沙发,价值3999元。当销售商送货上门时,赵先生发现商品无任何标识,且质量比预期差很多,随后赵先生向销售商提出了异议。几天后,销售商上门核实并确认该商品存在严重质量问题,但之后电视购物公司与商品供应商之间互相推诿,于是赵先生投诉到区消保委请求协助处理。

【处理结果】

区消保委在接到投诉后,立即展开调查,消费者赵先生称某电视购物公司提供的商品缺乏必要的信息标识,应以“三无”产品认定,要求对方承担欺诈赔偿责任。

在调查了解过程中,销售商则出具了产品供应商提供的相关检测报告,否认了销售“三无”产品的事实,并辩称由于销售量较大,工作人员误将已经退回的问题产品又再次作为新品发送给了消费者,属于工作失误。

由于双方分歧较大,区消保委及时组织消费者、销售商、供应商三方进行现场调解,发现经营者提供的产品检测报告与实际商品不一致,经营者也无法提供其他有力证据。经调解,三方最终达成“退一赔三”的处理意见。

【案例分析】

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条规定:“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应

当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍;增加赔偿的金额不足五百元的,为五百元。法律另有规定的,依照其规定。”

本案中,某电视购物公司作为销售主体,其提供的产品无任何标识,且存在明显缺陷,客观上侵害了消费者的知情权、公平交易权。消费者在发现问题提出交涉后,经营者提供不出相对应的检测报告,且辩称的工作失误也无法提供更多的依据证明。综合以上情况,区消保委酌情指出了经营者的不规范行为,经营者理应承担“退一赔三”的法律责任。

隐瞒车辆事故信息 买卖合同被撤销

【案情介绍】

2014年6月,张女士在本区某汽车销售公司购买了一辆荣威W5汽车,售价15万元。张女士称,购车时销售人员表示该车是一辆展车,2012年生产,行驶公里数为3000公里。数日后,张女士发现该车有明显的撞击痕迹,与销售人所描述的事实不符。购车后一个月,销售公司通知张

小姐到苏州交购置税,但查询结果显示该车已交过购置税,张女士怀疑这是一辆二手车,要求无条件退货,但遭到对方拒绝。张女士投诉到区消保委请求协助处理。

【处理结果】

区消保委受理张女士的投诉后,即与汽车销售公司取得联系。销售公司人员称,张女士是通过中介人购买

的该车,公司方向中介人详细介绍过车辆的基本情况。张女士购车时由中介人陪同,公司方认为中介人应向张女士说明车辆基本情况,且张女士当时仔细检查过车辆,并没有提出异议,所以汽车销售公司不应承担相关责任。张女士则认为,汽车销售公司作为经营者,应向本人如实说明车辆的基本情况,而非只向中介人介绍。因此,要求汽车销售公司承担相关责任,给予退货。经调解,汽车销售公司给消费者作退车处理,消费者表示满意。

【案例分析】

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条规定:“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利,消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务或者服务的内容、规格、费用等有关情况。”第二

十条规定:“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。经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和用法等问题提出的询问,应当作出真实、明确的答复,经营者提供的商品或者服务应当明码标价。”

本案中,销售公司仅向购车中介人说明了车辆的相关情况,导致了损害消费者权益情况的发生,消费者主张退车的诉求是合理、合法的。