



编者按:2017年,区消保委围绕中消协“网络诚信 消费无忧”年主题,以“诚信 共治”为工作主线,积极履行法定职责,全年共接待消费者来电、来访、来信咨询投诉7015人次,其中接待来电、来访咨询2251人次,受理消费者投诉4764件,比2016年同期(3170件)增加1594件,增幅为50.3%,办结率为100%,帮助消费者挽回损失171万元,收到消费者表扬信6件。其中承办市民热线1151件,较2016年同期(602件)增幅达91%,办结率100%,调解成功966件。

立足消费新常态 宣传引导重实效

统筹协调,开展维权活动

2017年3月5日,区消保委联合区市场监管局,组织计量、特种设备、食品安全、药品安全、医械安全等职能科室,区商联会、东区电信、邮政等部门在上海国际时尚中心设立“3·15”活动主会场,以“网络诚信 消费无忧”为主题开展现场互动活动。现场接待消费者咨询650人次,受理投诉27件,现场解决8件。围绕普及消费知识、提高消费者自我保护意识制作《消费提示》、《消费提醒》、《维权指南》等多种宣传资料,现场发放各类维权资料2000余份,为广大消费者提供面对面的消费咨询和维权服务。

根据消费投诉热点,2017年消保委重点围绕“关爱老人、理性消费”宣传重点,借助睦

邻家园场所开展老年健康保健的宣传教育活动。携手“东方电视购物”媒体,开展消费维权知识宣传;向区内各居委会、超市等维权联络点,张贴老年健康保健宣传海报;依托区域媒体,构筑多渠道的宣传平台。

主动跨前,妥善处理纠纷

面对投诉总量上升、新问题频现、群体性矛盾增多的现实情况,2017年区消保委主动跨前,妥善处置北京拜克洛克科技有限公司共享单车押金退款拖延、某海外租车遭遇到店无车或降级用车,某运动品牌取消订单拒不发货等引发的3起群体性纠纷。

2017年二季度,区消保委受理的涉及ofo共享单车(北京拜克洛克科技有限公司上海分公司)消费投诉呈井喷式上涨趋势。仅

4月一个月,就接到涉及ofo共享单车投诉高达430件,占区消保委当月投诉总量的55%,日均投诉15件,消费者投诉反映的主要问题有:预付款迟迟不退、客服电话难以联系、单车使用计费有误、账户无故被封等等。

接到投诉后,区消保委即对该公司情况进行排查,发现该公司上海部门仅负责公共关系和单车的日常管理。公司对外公开的客服电话所属地为北京,上海本地没有客服处理团队,所有投诉均需转由北京方面处理。区消保委和市消保委于4月中旬两次对该公司进行了约谈,要求ofo上海分公司尽快明确上海客服负责人并组建客服团队,提高客服电话的接通率,简化消费者预付款退款流程,实现诉求沟通顺畅,投诉处理快捷高效。

成立维权联合调解工作室

根据《杨浦区消费争议联合调解工作室方案》有关精神,为体现市场经济高效、便捷地化解消费争议的现实需求,满足消费者追求公平、正义的愿景,同时为照顾消费者解决争议的习惯,兼顾消保委法定的非政府组织的特殊地位,杨浦区消费争议联合调解工作室明确将设立在区消保委办公场所。

2017年1月,杨浦区消费维权《联合调解工作室》在区消保委正式成立。联合调解以为消费者快速高效地解决消费纠纷,减少消费者维权“中间环节”为目的,实现消费调解的多元化,更好地维护消费者合法权益,全年处理各类消费纠纷案件450余件。

消费案例

守信,企业才有生命力

【案情介绍】

去年11月,消费者赵阿婆听信了保健品推销人员的蛊惑,相信了对方所谓的买4盒送3盒的优惠活动,花费1万4千多元购买了7盒“筋骨力”。赵阿婆服用一盒之后,感觉没有效果,却出现不适情况。赵阿婆及时与经营者取得联系,要求将剩余的3盒及赠送的3盒退货,但交涉多次,对方同意退货,却总是寻找种种理由进行拖延,不予解决。

【处理结果】

接到消费者投诉,区消保委及时与经营者联系,告知消费者投诉事宜及投诉要求,并要求商家及时与消费

者联系,协商处理,解决好消费者的投诉,对方同意。但赵阿婆接连几天来区消保委,反映对方一直推诿,还是没有给予解决。区消保委即刻约谈公司负责人,向其严正说明不得损害消费者的合法权益,要求经营者能反思一下促销手段是否合理,是否按照消费者权益保护法来销售产品,并希望能考虑消费者是高龄老人及服用该产品后的实际情况,给予适当照顾,并要求其尽快予以解决。在区消保委的积极协调下,公司负责人同意马上给予退款。

【案例评析】

随着人们对于身体健康方面的需求越来越高,“保健”已经成为城市老

年人最关注的话题。但有些不良保健品厂商的推销无孔不入,比如组织到社区、公园等处开展“免费检测”等活动,用虚高的检测结果吓唬消费者,进而推销产品。一些保健品公司经常邀请老年人参加免费出游、免费抽奖等活动,活动过程中诱导老年人购买保健品。因此,消费者对于保健品推销应当警惕消费欺诈。在准备消费时,应对该商品或服务以及经营者的详细情况进行辨认。如果进行了消费,应要求出具正规的票据,并妥善保管。购买保健品一定要到正规的商场和药房购买,购买那些质量好、有信誉的品牌产品,只有这样消费者才能不上当受骗,切实维护好自己的合法权益。

贷款购车“贷”出纠纷

【案情介绍】

随着经济社会的发展,车辆成为基本代步工具,越来越多家庭购置车辆,由此引发的纠纷也屡见不鲜。

消费者张先生去年7月中旬在某4S汽车销售店看中了一款轿车,签订购车意向,约定在某银行办理汽车分期申请贷款,并按照销售要求预交了1万元订金。为避免风险,消费者还特意让销售在意向合同上注明:银行贷款如不通过,可退订金1万元。随后,张先生按照银行的要求提交了相关审核资料,几天后消费者收到银行的短信通知,审核不通过。于是,张先生便联系4S店销售申请退还1万元订金,没想到的是此时对方却表示订金不能退,要给消费者另找其他银行贷款。21日上午,消费者到门店内找到销售负责人沟通退订金事宜,对方负责人直接答复消费者按照公司规定购车合同内的订金不会退。迫于无奈,张先生打了汽车厂方的投诉电话,对方表示不能强制要求4S店退订金,只能沟通协调。

【处理结果】

区消保委接到投诉后,即联系了消费者,了解到投诉情况与登记信息一致,双方在销售合同中书面约定了如贷款不通过,可退订金1万元且不设任何条件。于是,区消保委与该4S店进行了沟通,销售部经理表示,确实有该消费者的订购记录,由于销售顾问经验不足在合同上写了退订事宜,现在的情况是该消费者持有的银行信用卡每次还款均按最低额还款,因此导致信用问题无法办理车贷。但公司可以帮助办理其他银行的贷款且不增加消费者负担,但消费者始终不予接受,坚持要求按购车意向合同退还订金。而公司则认为贷不出款的直接原因不在公司,按公司有关销售规定无法满足消费者退订要求。

区消保委指出,由于贷不出车款,导致购车合同无法继续履行,既然销售人员根据消费者的要求在合同上对于退订事宜作出了补充规定,则不能简单地将该行为视作销售人员的个人行为,公司应当为销售人员的错误行为买单。经反复协调后,公司答复同意退一半订金即5000元给消费者。

【案例评析】

贷款购车为很多人带来便捷,从消费者角度而言,毕竟买车为一大项支出,还应慎之又慎。而从汽车4S店角度来说,也应多与消费者沟通交流,解释清楚合同条款,避免因信息不对称而造成不必要的纠纷。

隐瞒预约事项 消费者健身遭遇麻烦

【案情介绍】

消费者李小姐来电反映:其于2017年3月在某酒店游泳健身会所办理了会员卡(主副卡),年限:5年,价格:2.2万元,现因无法正常上课健身,要求退卡遭到拒绝。

据消保委了解,消费者办理了价值2.2万元的健身会员套卡,在使用过程中,消费者发现,实际到健身会所上健身课程都需要事先预约,消费者尝试预约,都无法成功预约,而且李小姐投诉称办理会员卡的时候,工作人员并没有告知健身课有预约制度,导致现在影响了消费者正常锻炼。经多次沟通协商要求退卡,健身会所要其承担销售35%佣金+10%广告费,李小姐表示不认可,认为现在的情况是一人去过会所不超过5次,

另一人还没有使用过健身卡。消费者要求按照5年的均价扣除费用后,给予尽快退款。

【处理结果】

接到投诉后,消保委工作人员即与健身会所店长联系。因健身合同中对此预约上课的双方矛盾焦点并无任何描述,在消保委的督促下,健身会所表示管理层准备再与消费者进行一次协商,初步定在周六,待确定时间后会通知消费者。区消保委将沟通情况告知消费者,请消费者耐心等待会所的电话通知。一周后,区消保委再次联系双方,消费者称上周六双方协商过一次,当时达成了初步协议,但会所告知还要上报审批,还要看审批结果。区消保委与店方联系,对方称该消费者的事宜已有店里

的高层在处理,对顾客反映的预约难的问题是可以解决的。区消保委要求会所方面加快内部协调流程,尽早将店方审批结果告知消费者。三天后,消费者李小姐来电称,已与会所方达成补充调解协议,补充协议已经双方签字确认,消费者表示满意。

【案例评析】

健身会所在为消费者办理价值2万余元的健身合同时,应审慎地将健身会所的有关健身规则详细无误地告知消费者,重要事项更应在健身合同中予以明确表述。消费者在签订健身合同后才发现健身课需要提前预约的重要合同内容未被告知,造成了其后预约上课的困难,以此为由向健身会所提出合理安排健身课,乃至要求按合同年限的均价进行退卡应属合理。