

守护安全 畅通消费

衢江积极构建消费维权工作新格局守护衢江人民美好生活

3月15日是国际消费者权益日。今年的主题是“守护安全 畅通消费”。区市场监管局围绕这一主题,充分发挥市场监管部门、消费者协会的职能作用和舆论监督作用,动员社会各界积极参与消费维权,推动消费环境改善,构建消费维权工作新格局。



为进一步加强消防产品监督管理,切实保障公共消防安全,3月15日上午,区市场监管局、区消防救援大队联合开展“3·15”消防产品专项检查行动,重点对辖区高层公共建筑、高层住宅建筑微型消防站和“三合一”场所进行监督检查。
袁昕玥

党建统领、科所联动,完成创建任务

以“激发消费潜力、助力衢江发展”为目标引领,以建设“安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”的“五心”消费环境为中轴主线,全域推进放心消费工作向深入推进。2020年全年共培育放心消费单位1350家,其中放心消费商家870家,无理由退货承诺单位364家,放心工厂116家,放心街区1个,完成省局创建目标任务的120.5%。

金融助商、实措惠民,扶持放心消费

2020年12月9日,衢州市金融助商惠民、赋能放心消费活动暨全市农商银行放心金融网点建设现场会在衢江农商银行举行。根据衢州市市场监管局与省农信联社衢州办事处的战略合作协议,双方将共享放心消费信息,共建信用服务体系,全市农商银行宣布,三年内,推出100亿元“放心贷”、5亿元“知识产权贷”,共同推进金融科技与市场监管的深度融合,全力扶持一批有成长性的中小企业,一起赋能“放心消费在浙江”建设。并且,区市场监管局与区营商办、区农商行签订金融助商惠民战略合作协议,开创政银合作新局面。

法治为基、强化监管,健全维权新格局

持续完善纠纷调解快速处理机制,建立节假日24小时值班、12345电话百姓事“马上办”、举报投诉应急联动三项投诉举报处置制度,做到日常接待有“门诊”,特殊时段可“急诊”,调解处理能“出诊”。2020年共受理消费投诉举报1425件。其中投诉件1351件,举报件74件,共计涉及争议金额177万元,挽回消费者损失金额115.6万元,有力地维护了消费者合法权利,消费者满意度持续上升。

衢江区消费维权典型案例发布

案例一:商品未明码标价

【案情简介】消费者王某:“我在衢江区某理发店烫染头发,商家推荐了500元的烫染套餐。烫完后因不想染发,希望商家退染发的钱,商家计算后表示要扣除烫发及洗发费用320元。可是并没有看到店内有明码标价,包括我从店内购买的一款护发产品,也是没有明码标价的。”

希望商家退还我烫发和购买产品的费用。”
【处理结果】衢江区市场监管局工作人员接到投诉后,立即前往投诉地点现场核实投诉详情。在店内的玻璃上发现张贴有烫发、洗发价格的价目表,消费者购买的护发产品有价格标签,但其他部分在售产品未明示价格标签。商家表示,消费者当时可能未留意标示的相关项目的价格导致与店员产生了争执,导致服务体验不愉快。根据店内价目表,商家退还的染发费确实是按照标

价退还,不存在少退的情况。商家将消费者购买的未启用护发产品全额退款,消费者表示不再就此追究,达成调解协议。鉴于该商家违法行为轻微,能积极主动整改,未造成危害后果,责令其立即改正。

【案件评析】《关于商品和服务实行明码标价的规定》中第九条规定:明码标价应当做到价目齐全、标价内容真实明确、字迹清晰、货签对位、标示醒目。价格变动应当及时调整。经营者有下列行为之一的,由价格

主管部门责令改正,没收违法所得,可以并处5000元以下的罚款;没有违法所得的,可以处以5000元以下的罚款:(一)不明码标价的;(二)不按规定的内容和方式明码标价的;(三)在标价之外加价出售商品或收取未标明的费用的;(四)不能提供降价记录或者有关核定价格资料的;(五)擅自印制标价签或价目表的;(六)使用未经监制的标价内容和方式的;(七)其他违反明码标价规定的行为。

案例二:预付卡迟迟不退款

【案情简介】衢江区王女士反映其2019年在某运动中心办理了十月健身挑战卡,挑战卡约定十个月打满100次可以退全部费用1380元。王女士在2020年9月底完成了挑战,运动中心方面在10月9号帮忙

办理退钱手续,当时办理人员称一个月内就会退款。可是过去一个多月了,还未退款。再次询问后业务员拖延称公司走流程,还要过一两个月。王女士无奈向市场监管部门反映。

【处理过程】获悉此事后,衢江区市场监管局直属所执法人员立即与该运动中心的负责人联系,了解相关情况。据负责人表述,王女士10月9日办理了退款,他们单位内部

需要走流程,要一个月左右到账,因这个月有好多人完成挑战,想着一起走退款流程,所以耽搁了王女士的退款时间。衢江区市场监管局直属所工作人员介入协商这件事情后,该运动中心的负责人马上将退款流程提前审批,以最快的速度将1380元费用退款到位。

【案件评析】在购买预付卡时一定要记得

与经营者签订书面合同,并检查合同条款是否齐全完备,这是维护自身合法权益的重要凭证!经营者未按约定提供商品或者服务的,消费者有权要求退还预付款余额,并要求依法赔偿损失;消费者已享受的折扣等优惠,经营者不得在消费者的预付款余额中扣减。

案例三:自制虚假标签被罚

【案情简介】衢江区某土特产店在淘宝店销售的菜籽油标签含有虚假内容。
【处理过程】衢江区市场监管局执法人员

前往该店经营场所进行检查,在当事人汪某某的经营场所发现1升装无标签菜籽油两瓶,自制标签777张,标签内容中的生产商及生产许可证号与实际生产商不符。当事人涉嫌经营标签不符合法定要求的食品。根据《中华人民共和国食品安全法》第一百二十五条第一款(二)

项之规定,结合本案情节,决定对当事人作如下处罚:一、没收当事人未售完的2瓶无标签1L/瓶菜籽油及777张印有虚假内容的自制标签;二、没收违法所得13.4元,并处5000元罚款,共计5013.4元,上缴国库。

【案件评析】食品和食品添加剂的标签、说

明书,不得含有虚假内容,不得涉及疾病预防、治疗功能。生产经营者对其提供的标签、说明书的内容负责。食品和食品添加剂的标签、说明书应当清楚、明显,生产日期、保质期等事项应当显著标注,容易辨识。食品和食品添加剂与其标签、说明书的内容不符的,不得上市销售。

案例四:砖块质量问题引纠纷

【案情简介】投诉人郑先生在某建材厂购买红砖用于建造房屋,建筑工人在使用过程中怀疑砖块有未烧熟的现象,郑先生认为未烧熟的砖块用于造房子存在安全隐患,要求退货,多次与砖厂沟通未果。

【处理过程】衢江区市场监管局直属所工作

人员在详细了解相关情况,会同云溪乡干部召集企业负责人及投诉人一同前往现场调解。企业负责人表示一批砖块中必然会存在少部分质量未达到要求的情况,由于该企业目前已经停产,正在着手拆除,因此为投诉人更换砖块不太现实,同意协商给予适当补偿。经过工作人员耐心细致地解释政策法规、分析利害关系,最终双方达成和解,一次性给予投诉人郑先生4000元,用于破损砖块的补偿,并现场签订了《投诉调解协

议书》。

【案件评析】根据《中华人民共和国产品质量法》第四十一条第一款“因产品存在缺陷造成人身、缺陷产品以外的其他财产(以下简称他人财产)损害的,生产者应当承担赔偿责任。”的规定,本案投诉人可以向生产者索赔。为避免因产品质量或瑕疵导致的消费纠纷,消费者在购物和维权过程中应该选择口碑好、信誉好、有品牌的产品,避免购买“三无”产品;应选择在资质齐全、服务质量好的商家购

买,购买后应索取购物凭证、保修卡并做好保存备用;在遇到因产品质量或瑕疵导致人身或财产损失时,消费者应及时保存现场相关人身或财产受损的图片、影音证据;在消费维权过程中,因财产受损的,消费者应提供受损财物的清单、购买凭证(发票、收据等)、受损情况等材料;因人身受损的,消费者应提供医疗费用清单、伤残鉴定等材料;消费者与商家无法达成自行调解的,可以向消费者协会求助或拨打12315、12345热线电话。

案例五:蜂蜜广告宣传具有“保健 治病”功能

【案情简介】衢江区市场监管局高家所接到举报称,辖区内有一农产品商行销售的蜂蜜宣称食用后可以预防中风,可降低血脂血压。

【处理过程】接到举报后,衢江区市场监管局高家所干部立即赶赴现场核查。2020年7月16日,执法人员在出示执法证后,依法对涉事商行进行检查。现场发现洋槐蜜的宣传标签400张,标签上印有“能祛湿利尿、凉血止血,有舒张血管、降低血脂血压并用于预防中风,同时也有清热补中、解毒润燥之功效。为蜜中之上品,较适用于心血管病人保健使用”的字样。当事人发布的宣传广告对该蜂蜜的功能、用途的描述与实际不符,违反了《中华人民共和

国广告法》第十七条“除医疗、药品、医疗器械广告外,禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能,并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。”之规定,属于发布虚假广告的行为。执法人员现场对400张宣传标签依法扣押。

【案件评析】广告法规定,食品、保健食品不得宣传治疗功效,不得夸大或虚假宣称商品功效。普通食品不得宣称保健/药品功效,商品中不得使用夸大功效词“降血压、三高、治疗功效、防治贫血、预防糖尿病、预防肿瘤、预防脂肪肝、排毒、减肥或者其他效果承诺等描述。广大经营者要自觉遵守《中华人民共和国广告法》,诚信经营,对销售商品进行如实描述,切勿发布虚假广告,不得欺骗和误导消费者。同时广大消费者在购买商品时要小心鉴别商户的广告宣传内容,提高辨识能力,自觉维护自身合法权益,谨防被过度夸张、虚假的宣传内容骗取购买而损害了自己的利益。
内容/区市场监管局



3月15日,区市场监管局联合乡镇、卫生部门、公安部门、金融单位、通讯公司等各部门开展以“守护安全 畅通消费”为主题的“3·15”国际消费者权益日活动。活动当天,发放消费者权益保护、食品药品安全、防诈骗、交通安全、防范非法集资、健康保健等宣传资料2300份,现场接受咨询860人次,进一步提升了群众的维权意识,为净化消费环境起到了良好的宣传效果。
胡怡凯 叶康华