津滨市场监管消〔2019〕2号

关于印发《2018年度滨海新区消费维权报告》的通知

各功能区市场监管局，各市场监管所、各相关直属机构、机关各处室：

《2018年度滨海新区消费维权报告》已编制完成，现予印发。

 2019年1月11日

（此件主动公开）

2018年度滨海新区消费维权报告

2018年，滨海新区市场监管局紧紧围绕“品质消费,美好生活”年主题，理顺工作机制，织密维权网络，完善投诉举报处理工作标准、机制和应急预案，积极维护消费者合法权益，深化消费维权社会共治建设，不断推动消费维权工作迈上新台阶，区域消费环境得到新改善。

一、消费维权基本情况

2018年,新区市场监管局及各级消费者权益保护组织共受理咨询、投诉、举报36089件，同比上升46.28%,为消费者挽回经济损失1591.06万元。各类维权站点和解消费纠纷1243件，无障碍退换商品11852件，挽回经济损失265.23万元。

**（一）市场监管部门受理咨询、投诉、举报情况**

2018年，新区市场监管局共处理咨询、投诉、举报35788件，同比上升52.34%，办结33735件，办结率94.26%；为消费者挽回经济损失1513.04万余元。

受理投诉17975件，同比上升47.57%，办结16832件，办结率93.64%。其中，商品类投诉11620件,同比上升35.54%；服务类投诉1847件,同比上升51.19%。

受理举报5913件,办结5003件，同比上升78.59%，办结率84.61%。

图一：受理咨询、投诉、举报对比情况

表一：2018年消费者举报情况一览表

|  |  |
| --- | --- |
| **涉嫌违法行为** | **案件数** |
| 商品质量 | 1649 |
| 无照经营 | 1144 |
| 广告 | 1425 |
| 合同 | 261 |
| 商标 | 152 |
| 认证认可 | 25 |
| 不正当竞争及限制竞争 | 81 |
| 售后服务 | 100 |
| 计量 | 66 |
| 电梯 | 43 |
| 传销 | 66 |
| 标准化问题 | 112 |
| 其他举报 | 789 |

其中商品质量问题涉及商家以次充好、掺杂使假等行为，以及经营者销售假冒伪劣、“三无”、过期、变质、含异物等不合格产品等；无照无证主要涉及餐馆、小超市、美容美发店、汽车修理、娱乐场所等无照无证经营或者超范围经营的行为；广告方面主要涉及商家利用网络、电视及宣传彩页等媒介发布虚假信息、夸大产品功效或者使用绝对用语等违反《广告法》的行为；合同问题主要为经营者违反合同约定、不履行合同义务、利用合同欺骗消费者等行为；商标侵权主要涉及烟酒、饮料、食品、通讯产品、服装鞋帽等产品经营者假冒他人商标、冒用驰名商标等问题。不正当竞争及限制竞争包括经营者虚假宣传，搭售及附加不合理条件，限定购买商品，不正当有奖销售等行为。

**（二）各级消费者权益保护组织及消费维权站点情况**

各级消费者权益保护组织受理投诉301件，同比增长16.22%，接待来电来访咨询573人次，同比下降37.72%。为消费者挽回经济损失78.02万元。各类维权站点共计和解消费纠纷1243件，无障碍退换商品11852件，挽回经济损失265.23万元。

**（三）市场监管部门处理投诉、举报区域分布**

消费者投诉、举报在全区均有覆盖，但不均衡。核心城区及中心商务区、保税区、开发区等更加集中。

表二：投诉、举报区域分布

|  |  |
| --- | --- |
| **区域** | **投诉、举报数量（件）** |
| 开发区 | 3676 |
| 保税区 | 3492 |
| 高新区 | 3079 |
| 生态城 | 2245 |
| 中心商务区 | 4109 |
| 东疆保税港区 | 6 |
| 临港经济区 | 0 |
| 塘沽街、大沽街 | 753 |
| 杭州道街、北塘街 | 2176 |
| 新河街、胡家园街、新城镇 | 846 |
| 汉沽街、茶淀街 | 521 |
| 寨上街、杨家泊镇 | 324 |
| 大港街、古林街 | 1587 |
| 海滨街、太平镇 | 473 |
| 小王庄镇、中塘镇 | 125 |

图二：投诉、举报区域分布

二、消费争议热点分析

**（一）基本情况**

2018年，滨海新区消费者投诉、举报热点与往年基本一致，依然集中在食品保健品、餐饮住宿服务、家居用品、家用电器、销售服务、交通工具等。其中，销售服务和美容美发洗浴服务、家居用品的消费争议同比增幅较大。通讯产品的消费争议同比增幅最小。

表三：2018年消费者投诉、举报前十位

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **商品及服务类称** | **数量** | **占总量比（%）** | **同比增幅（%）** |
| 1 | 食品保健品 | 3016 | 12.63% | 69.91% |
| 2 | 餐饮住宿服务 | 2147 | 8.99% | 71.76% |
| 3 | 家居用品 | 1782 | 7.46% | 81.47% |
| 4 | 家用电器 | 1753 | 7.34% | 49.83% |
| 5 | 销售服务 | 1647 | 6.89% | 138.01% |
| 6 | 交通工具 | 1631 | 6.83% | 8.01% |
| 7 | 文化娱乐体育 | 1484 | 6.21% | 52.67% |
| 8 | 服装鞋帽 | 1412 | 5.91% | 21.83% |
| 9 | 通讯产品 | 1255 | 5.25% | 5.55% |
| 10 | 美容美发洗浴 | 569 | 2.38% | 85.34% |

**（二）消费争议主要成因**

**1.食品保健品。**主要问题集中在食品过期、变质或有异物，食品在食用后引起身体不适，商家销售假冒伪劣食品，食品为“三无”产品，食品包装标签标识不符合国家标准规定，如：食品标签营养成分、原材料标注不合格，进口食品无中文标识等，此外，商家对保健品的功效夸大宣传，误导消费者也引起较多纠纷。

**2.餐饮住宿服务。**主要涉及酒店、餐馆无证无照经营，提供食物不卫生引起消费者身体不适，酒店服务不周要求赔偿，消费者未入住不予退还房费，预付卡无法继续消费，会员卡无法享受折扣，经营者未采取足够有效的安全保障措施，对存在风险的区域和设备没有作出说明和警示等。

**3.家居用品。**主要问题集中在商家销售的商品存在质量问题，不能及时给予售后维修服务，商品材质与说明、标注不符，在销售和售后环节经营者不按合同规定提供服务，消费者购买商品未及时发货。商家对家居用品的虚假宣传引发消费者不满，其中双“十一”期间交易量大，引发的消费纠纷问题更加突出等。

**4.家用电器。**主要问题集中在家用电器出现质量问题，如：电视显示屏问题，空调、冰箱制冷问题，销售承诺与实际不符，配送环节无法按时送货安装，额外收取安装费，售后环节未提供维修服务，长期维修未返还，产品无广告中宣传功能，销售者不履行三包义务等。

**5.销售服务。**主要问题是网上订购商品后商家不能及时发送，未提供售后服务，商品宣传与实际不符，优惠券未兑现，商品退换货产生纠纷，商品计量不足等。

**6.交通工具。**主要问题是汽车产品质量问题，售后服务不到位，维修后仍出现问题，保养服务质量差，承诺更换配件未予更换等。经营者不能按约定提供给消费者相关材料，强制为消费者上保险，强制购置装具方面存在的争议也较多。此外，在电动车、自行车的质量问题和售后维修等方面也存在消费纠纷。

**7.文化娱乐体育。**问题主要集中在健身娱乐场所违反合同约定，不履行宣传时的承诺，经营者停业、装修等不能提供正常服务等。另外预付卡不能正常使用所引发的退费问题也尤为突出。

**8.服装鞋帽。**主要问题集中在新购服装起球、掉色，原材料标注与实际不符，服装做工或面料存在瑕疵，鞋类破损开裂掉色等质量问题，网上购买的衣服鞋子尺码不对，衣服鞋帽促销活动商家未予兑现，使用夸大用语进行宣传，退换货环节存在争议纠纷等。

**9.通讯产品。**主要集中在手机质量不合格，配件不齐全，捆绑销售，以旧换新不履行约定，维修技术不过关，不履行“三包”义务，未及时返还话费，消费者不想购买商品商家不予退还押金等问题。此外，消费者交费后被告知有套餐、最低消费、需要定期认证激活等合约机问题也是争议热点之一。

**10.美容美发洗浴。**涉及美容卡无法继续消费，商家不履行承诺，消费者在美容美发过程中发生过敏情况，商家对服务的虚假宣传引发纠纷等问题。

三、消费维权机制建设

**（一）继续推动消费者权益保护工作联席会议制度。**继续召集成员单位召开消费者权益保护工作联席会议，针对投诉、举报疑难问题持续推行会商机制，强化内部横向沟通，增强市场监管系统维权合力，推动维权工作共治、共建、共享，更好地维护消费者合法权益。

**（二）继续推动投诉举报数据分析利用机制。**充分运用平台大数据，坚持投诉举报数据的月分析和周热点汇总通报，利用分析结果，掌握并研判区域消费热点和趋势动态，适时通报并对重点企业启动约谈机制，做好消费维权事前防范。

**（三）继续推动平台案件督查督办机制。**坚持平台案件督查督办，每周、每月对即将到期案件进行统计通报，按照责任区分工进行及时催办，确保责任区域内不出现超期案件。对各承办单位实行月考核、半年考核和年度考核，每月按时发布考核结果，促进各承办单位进一步加强管理，提高投诉举报处置质量和效能。

**（四）继续推动消费维权快速反应机制。**坚持周末及节假日在岗值班备勤，快速反应，及时分拨各类投诉举报案件，百分之百确保3小时内分拨到承办单位，12小时内联系投诉举报人，并开通短信平台受理告知业务，通过发送短信方式让投诉举报人第一时间了解案件受理分送进展情况，为投诉举报人提供方便快捷的服务。

四、消费维权网络建设

**（一）发挥平台作用。**充分发挥投诉举报平台的作用，妥善处理8890市民服务热线转办事项，全力保障全国12315互联网平台二期上线运行，明确各层级工作人员职责以及投诉举报案件受理、分拨、延期、反馈和告知流程，并开通短信平台受理告知业务，通过发送短信方式让投诉举报人第一时间了解案件受理分送进展情况，切实加强基层与群众的沟通，提高案件调解效率。

**（二）规范维权站点。**持续规范和建立“消费维权服务站”（目前已增至70家），“街镇消费维权便民服务站”（目前已增至20家）、26家大中型零售企业推行小额消费纠纷快速解决暨无障碍退换货机制，进行重点走访；继续落实推行消费环节经营者首问制度和赔偿先付制度，试点企业已增至12家。

**（三）约谈重点企业。**行政约谈重点问题企业，加大对突出问题的源头治理，确保维权可控。全年开展行政约谈67次，行政约谈经营单位156户次，帮助经营单位解决问题82件。

**（四）推进诚信服务。**开展“诚信服务**.**放心消费”首批创建活动。重点围绕家电、百货、保险三个与群众生活密切相关的行业，滨海新区获选的25家企业本着自愿申报，严格审核的原则，经过区消协初审推荐，由市消协专家组，通过行业座谈、消费体察等形式，对申报企业进行专家审查，并向社会公示等严格程序最终评审通过，并于“3**.**15”期间组织25家获选企业参加了全市首批“诚信服务**.**放心消费”单位颁牌大会。

五、消费教育宣传情况

**（一）开展主题宣传活动。**积极开展形式多样、内容丰富的“3.15”和老年消费教育宣传活动。共计发放各类宣传材料32410份，现场受理咨询、投诉1775件。与滨海时报社持续开办《滨海消费》每月专栏并刊登“3.15”特刊。

**（二）开辟媒体宣传阵地。**与滨海时报社深度合作，持续开办《滨海消费》每月专栏，并通过融媒体同步转载等多种途径宣传报道与维护消费者权益相关的维权知识、消费提示警示、典型案例、分析报告及新闻资讯等,全年已登载13期。

**（三）开办消费教育讲堂。**深入农村、农资市场宣传农资知识、识假辨假方法，提高农民消费防范意识；联合空港学校，共同开展“3.15在行动：走进校园 消费维权伴你行活动”；深入长征里等街镇社区、商场、市场、超市、企业开展了老年消费教育公益宣讲活动24场。

六、专项整治调查情况

**（一）开展消费体察。**与市消协共同走进天津养乐多乳品生产工厂开展消费体察活动，深入企业生产一线，“零距离”感受产品生产过程。针对乳制品生产流程和品质保障、企业发展历程、经营管理理念、生产质量保证和客服服务等进行座谈交流。

**（二）开展消费调查。**联合滨海时报社融媒体开展“滨海新区品质消费满意度微调查”活动。调查结果显示新区消费者肯定了2017年新区市场监管局和消费者协会的工作。

**（三）开展红盾质量维权行动。**按照市场委的部署要求，结合新区实际制定红盾质量维权行动方案，并认真梳理商品质量监管和服务领域消费维权的工作重点，细化工作措施，明确工作责任，加强工作督导，强化重点领域消费维权，加大商品质量监管力度，严厉打击销售假冒伪劣和侵害消费者权益违法行为。通过加强商品市场质量监管，开展广告整治工作、网络市场监管(网剑)专项行动、农资市场执法检查等促进商品和服务质量整体提升，维护消费者合法权益，促进供给质量不断提升，营造安全放心消费环境。

**（四）开展“平行进口汽车”专项治理行动。**在“平行进口汽车”销售重点区域内设立消费警示牌及警示标语，提示消费者警示经营者。通过区局微信、微博平台发送消费提示，多渠道、多形式开展消费宣传、消费警示。根据投诉举报平台数据分析，对开发区内“平行进口车”投诉举报量较大的企业进行不定期行政约谈，严格规范企业经营行为。建立部门之间相互沟通，信息共享工作格局，及时向上级领导及相关部门通报相关信息，预防监管风险，形成监管合力，维护市场秩序。

**（五）开展送法上门活动。**主动与中新生态城管委会对接，开展送法上门活动，以《消费者权益保护法》《侵害消费者权益行为处罚办法》《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》为主线，对经营者的义务、消费者的权益、消费争议的解决、七日无理由退货规定、消费环节首问和先行赔付等相关制度进行解读培训。现场解答企业在经营中遇到的实际问题，并针对消费纠纷中存在的疑难问题、解决方法提出了规范建议。