2023年全省市场监管系统
消费者权益保护监管人员培训班

# 學員天地

STUDENT'S WORLD

权益保护
专刊
7




## 本期导读


### 经验分享

04 江岸区市场监管局有关“职业举报”的现状和建议

13 襄阳市高新区市场监管局突出“四个加强”做好消费维权工作

### 案例分析

32 武汉市江夏区市场监督管理局典型案例分析



微信公众号　全景导览

中心地址：湖北 武汉 武昌区中北路20号白鹭街西段
邮政编码：430071
联系电话：400-0800-666
官方网站：www. hbmtc. org.cn
学习平台：www. mreln. com

连接知识·传递价值




权益保护专题培训班专刊


指导处室：湖北省市场监督管理局消费者权益保护处
湖北省市场监督管理局人事处
主办单位：湖北省市场监督管理宣传教育中心
中心地址：湖北省武汉市武昌区中北路20号
白鹭街西段
邮政编码：430071
联系电话：400-0800-666
官方网址：www.hbmtc.org.cn
学习平台：www.mreln.com



特别声明

●本刊编辑部保留一切权力，如欲转载，须获本刊编辑部同意。
●如有印刷、装订等质量问题，请直接与本刊联系调换。


# CONTENT 目录

**2023年全省市场监管系统消费者权益保护监管人员培训班**


**开班仪式** CLASS OPENING CEREMONY

01 开班仪式

**会议座谈** CONFERENCE DISCUSSION

02 会议座谈

**经验分享** EXPERIENCE SHARING

04 江岸区市场监管局有关“职业举报”的现状和建议
13 襄阳市高新区市场监管局突出“四个加强”做好消费维权工作
18 孝感市大悟县市场监管局四项举措推进消费示范创建 优化放心消费环境
23 随州市2023年全省消费维权培训班交流材料提纲

**案例分析** CASE ANALYSIS

32 武汉市江夏区市场监督管理局典型案例分析
40 宜昌市夷陵区购房宣传与合同有差异市场监管来调解
51 理法并用 化解消费矛盾

**老师风采** TEACHER'S DEMEANOR

55 老师风采

**课堂答疑** CLASSROOM Q&A

57 课堂答疑

**结班仪式** CLOSING CEREMONY

59 结班仪式




# 开班仪式

# CLASS OPENING CEREMONY





# CONFERENCE DISCUSSION

# 会议座谈

召开全省消费者权益保护工作会议暨“双网融合”工作现场会

1.鄂州市局讲解并演示“双网融合”平台操作实务、12315平台手机端操作实务；

2.鄂州市局介绍试点工作经验做法；

3.武汉、襄阳、宜昌、十堰、荆门等5个单位进行工作交流；





EXPERIENCE SHARING

# 经验分享


1.江岸区市场监管局有关“职业举报”的现状和建议
2.市场监管领域职业索赔应对技巧
3.襄阳市高新区市场监管局突出“四个加强”做好消费维权工作
4.孝感市大悟县市场监管局四项举措推进消费示范创建 优化放心消费环境
5.潜江市市场监督管理局交流汇报材料






# 江岸区市场监管局有关“职业举报”的现状和建议

职业举报人（亦称职业打假人、职业索赔人）通常是指具有一定对商品的专业鉴别知识，以牟利为目的购买不合格或不合规的商品，然后以消费者身份向有权机关主张权利，索取高额惩罚性赔偿的个人或组织。

## 一、职业举报人的发展

职业举报人由早期的职业打假人发展而来。1994年颁布的《消费者权益保护法》第四十九条规定：“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一倍。”这条“退一赔一”的规定很快造就了以王海为代表的第一批职业打假人。2013年新《消法》的修订，进一步规定“退一赔三”“最低五百元”的惩罚性赔偿条款；2014年最高人民法院《关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》司法解释，明确支持知假买假。2015年新《食品安全法》实施，规定可“退一赔十”，“最低一千元”。自此，该群体迅速壮大，并且目标并不限于传统意义上的假冒商品，针对商品瑕疵、广告用语的举报占据主流，以索赔为购买目的，牟利性越发明显，从而更适用职业索赔人这个称号。

## 二、职业举报人的基本特点

（一）组织专业化。最开始职业举报人一般是个人行为，现在逐步演化成有组织、有机构或小团伙形式。其组织内分工明确，既有负责网上利用大数据跟踪商家产品信息的，也有负责文案投递的，并且各机构同行之间互通有无，主要针对一些容易索赔的集中投诉。

（二）利益最大化。职业举报人一般从天猫、淘宝等知名网站，或到大型商超现场购买几十元甚至仅仅几元价款的商品后，通过当场或邮寄的方式向执法部门进行投诉举报，按照法律规定限额的顶格索赔500至数千元不等，以最少的成本换取最大的利益。例如王海曾经在媒体上公开声称，2016年“双十一”期间，他的举报团队购假索赔额预计达1000余万元。近年，随着网络交易的激增，职业举报人也与时俱进，在网上完成交易，通过信函进行投诉举报成为主要方式。

（三）手段多样化。职业举报人投诉内容一般是商品（食品）标签标识、营养标签、配料表、非法添加、产品过期、广告使用绝对化用语等。甚至有的职业举报人采取非法的手段，通过“夹带”、“造假”、“钓鱼”、“诱导”等方式，以“打假”为旗号，以“举报”相威胁，对商家进行勒索。

## 三、经营者对职业举报人的看法

许多经营者将职业举报人叫做骗子、敲诈者，一旦被他们盯上，大多会选择破财消灾。原因有二：一是担心自己的经营行为触犯法律法规，经执法机关核实后，被予以重罚；二是担心被举报人缠上以后，消耗更多的人力物力成本，影响到正常的经营。而部分职业举报人正是摸透了经营者的这种心理，会根据经营者的规模选择索赔的数额，以提高索赔的成功率。这样，许多经营者即使没有严重违法行为，也多半会选择破财消灾，满足职业举报人要求。根据一大型连锁超市企业不完全统计，2021年至2022年9月期间该企业仅在江岸辖区的门店就遭到恶意职业投诉举报200件，造成直接经济损失14.5万余元。此种现象在客观上增加的企业负担，破坏了营商环境。

## 四、基层执法现状

通过全国12315系统粗略统计，我局前三年接到职业举报人（包括疑似）投诉举报的数据为：2020年1225起，

2021年达到2388起，2022年截止9月8日已经达到5233件。职业投诉举报量成翻倍上升趋势，占比也在逐年上升。

| 年度 | 投诉举报总数 | 职业举报数 | 占比 |
|---|---|---|---|
| 2020 | 6456 | 1225 | 19% |
| 2021 | 7467 | 2388 | 32% |
| 2022 | 12589 | 5233 | 42% |

近年来，部分职业举报人更倾向于利用行政复议等流程谋取索赔利益，导致行政复议数量急剧上升。有的职业举报人通过大量投诉举报，再提交复议申请，人为制造复议案件，且在投诉举报信、申请书中明确表示不接受电话、手机短信等任何形式的沟通，其目的是增加基层执法人员的工作量，增加出错概率，通过给行政机关施压达到自身索赔利益。加上日常和突击的监管任务，让基层执法人员应接不暇疲于应对，即给监管执法质量的降低埋下了隐患，也造成了行政资源的巨大浪费。

**五、工作思路与建议**

一是制定一套可操作的“职业举报人”甄别标准，将“职业举报”与正常投诉举报区分开来。例如：将疑似职业举报的举报信息录入全国12315系统，特别是在同一时间段购买同一种商品的频次和区域明显超过正常消费范畴的行为，运用大数据收集、统计、甄别投诉举报人信息，依规判定其是否为真正消费者身份。对长期、频繁通过恶意投诉举报，大量提起复议和行政诉讼，进行无理“缠诉”的职业举报人建立名录，依法限制其滥用行政资源。

二是加强对辖区经营者相关法律法规的宣传，促使经营者在提高自律守法经营的同时，强化依法和运用技术手段保护自身合法权益的能力。如：增加门店摄像头覆盖率和数据保存时间，为证明自身无过、打击使用非法手段“自导自演”投诉举报行为提供有力证据，威慑非法恶意投诉举报。

三是依规采取包容审慎监管、刚柔结合执法、酌情自由裁量等措施，坚持用处罚与教育相结合的方式规范经营者行为。违法行为轻微并及时纠正，没有造成危害后果的，依法从轻、减轻或者不予行政处罚，切实保护经营者的合法权益，优化营商环境。

江岸区市场监督管理局

2023年7月18日










# 阳新县市场监管局 多措并举提升消费维权效能

□ 黄石市阳新县局消保股　赵艳红

近年来，为有效维护消费者合法权益和提升消费维权效能，阳新县市场监管局积极转变思想观念，建立健全12315工作机制，强化消费维权与执法办案工作的衔接，不断加大消费维权工作力度，切实维护了广大消费者的合法权益。截至目前，已受理消费者投诉2419件，举报570件，为消费者挽回经济损失56.7万元。

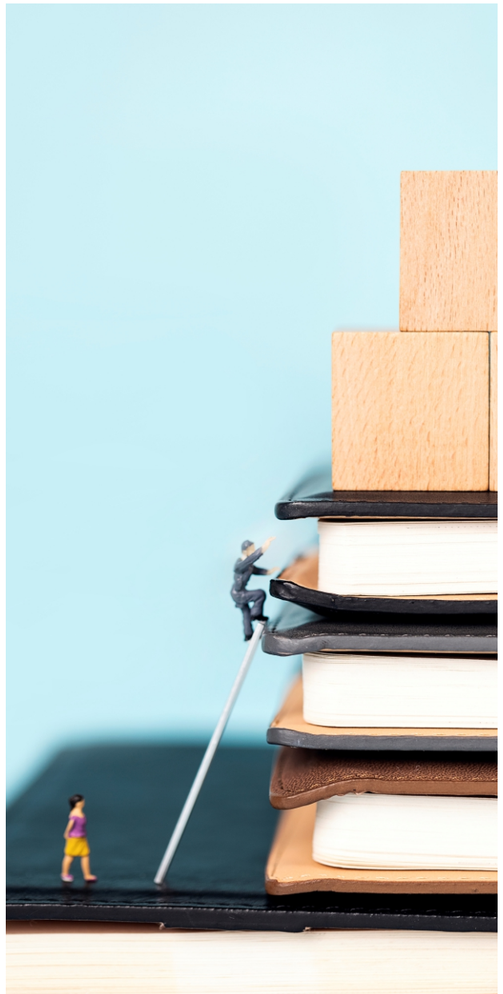
一是健全消费者维权机制，提升维权效能。充实了2名热爱消保工作、责任心强、业务熟练的干部负责12315电话值守、系统对接工作，让消费者维权渠道更为顺畅、便捷。县局“12315”消费者投诉举报中心按照“即时受理、分流转办、高效调处、及时反馈”的要求，第一时间将收到的消费者投诉举报事项和上级局交办件，统一梳理，一般性的消费者投诉件按照“属地管辖、就近处理”的原则分流及时调解；涉嫌违法经营的将线索移交局案管中心统一调度处理；不是市场监管部门职责范围的由县消委会移交其他部门办理。同时，将办理信息及时、准确、完整录入“12315”系统，做到“有诉必应、有案必查、有查必果”。

**二是在受理投诉中找案源，加大执法维权力度。**我局把“12315”投诉举报线索作为消费维权和执法办案的突破口和重要抓手，在受理消费者投诉举报中发现案源，可能存在违法行为的投诉举报线索，经由局案管中心及时移交执法大队、辖区基层所提前介入，开展调查、固定证据以及锁定事实，实现调解和执法无缝对接，依法维护消费者的合法权益，促进市场经营秩序有效好转。1-6月，12315投诉举报中心共移交违法线索3条，处罚款 4 万元。

**三是多方共治，营造安全放心消费环境。**在全国12315政企协作平台新增1家企业ODR，在全县大型商超、农贸市场、商户建成12315消费维权服务站38个，其中省级消费维权服务站1个，充分发挥商家主体责任，消费者可以通过平台或消费维权站直接跟商家协商解决消费纠纷，把矛盾和纠纷解决在内部。

延伸行政调解触角，在2个经营面积在1000平方米以上的农贸市场建立人民调解室（同时挂12315消费维权站和人民调解室），分别是李家湾农贸市场、中心集贸市场。目前2个农贸市场均已开展人民调解工作，做到有标识、有台账，调解员大多由农贸市场业主聘请的现场管理人员兼任，已明确到人，且已录入全省人民调解信息平台。

# 十堰市12315效能 做法



1、高度重视。效能提升的笨办法就是“上下一条心，绷紧一根筋”。十堰市局目前采取的是采取“每日进度督导、每周动态分析、每月量化考评、每季抽查回访、年度数据分析”的方式，加大督导力度。科室专人每天对系统超期、临期情况进行跟进提醒，最大程度杜绝超期现象出现。每周发布12315周动态，除数据分析外，加入一周诉求件超期情况通报。每月数据分析里开展12315工作效能量化考评，低于平均值、排名靠后均进行亮灯提示，签送至各县市区局负责人手上。市局专门印发相关工作提示，对各地工作中存在的问题点名直接披露，不隐瞒不遮盖。

2、开展培训。今年4月组织全市10个县市区局、基层监管所工作人员近200人进行消费维权业务培训，以规范投诉处理，全面提升12315维权效能为主题，结合大量案例，强调重点流程重点法规，切实提升基层工作人员技能水平。2022年组织各县市区局工作人员、企业维权站负责人等近300人进行12315维权服务站、ODR企业业务培训，切实提升消费维权工作人员服务水平，今年我局将于9月组织对ODR企业工作人员再次开展消费维权业务知识培训。





# 市场监管领域职业索赔应对技巧

□ 十堰市市场监督管理局 李爽

“职业索赔人”是以非法牟利为目的，利用商家标错价格或忽略设置购买件数等瑕疵行为，购买超过日常生活所需的商品，并通过投诉或诉讼等方式要求商家赔偿差价损失的群体。职业索赔人“以索赔之名，行牟利之实”，浪费了大量行政司法资源，破坏了正常的市场环境，影响了社会和谐稳定。

## 一、我市职业索赔诉求相关情况

2022年以来，市局12315平台受理疑似职业索赔人诉求共计756件 ，主要涉及食品广告虚假宣传、夸大宣传功效；食品不符合国家执行标准；医疗美容广告涉嫌夸大宣传、表示功效断言性保证；医院医疗广告夸大宣传效果，使用绝对化用语；经营者未及时申请变更经营许可项目；商家涉嫌销售三无产品；医疗器械广告、说明书涉嫌违反医疗器械规定等。

近几年，我市曾有多起职业索赔的案例，给企业经营造成很大困扰。武当山珍系列产品开发有限公司因网络广告含有绝对化用语、用语不规范、产品标签不规范等原因，被多地罚款合计70万元。伏龙山绿色食品开发有限公司也遇到相似情况。武汉武商集团十堰人民商场有限公司、湖北寿康永乐商贸集团有限公司、十堰市新合作超市有限公司这三家大型连锁商超每年都会为职业索赔耗费大量的精力。

职业索赔的兴起与《消费者权益保护法》“退一赔三”、《食品安全法》“一赔十”等惩罚性赔偿规定的出台关联颇深，并逐渐呈现趋利化、模板化、团伙化、专业化、多元化的发展趋势。职业索赔人往往是多人组成打假团队，其成员不乏媒体记者、律师和行业内人士等。其内部分工明确，有专门负责钻研业务的、有专门负责购买问题商品的、有专门负责写投诉举报材料的，还有专门负责到法院起诉的。相比之下，市场监管执法人员应对这方面知识储备、能力手段均有欠缺。

职业索赔人数量逐年增加，主要存在以下原因：一是职业索赔人追踪查处困难，其多采用网络投诉，利用大数据筛选线索,模式化索赔；二是索赔目的易达成，中小企业经营者因缺乏法律意识，职业索赔人利用投诉举报要挟商家赔偿，害怕行政部门处罚的心理达成索赔目的；三是实际工作中对违法行为情节轻微，处罚裁量减轻、从轻、免于处罚的条款机制仍不完善，依法处罚罚责重，不利于中小企业规范健康发展，极易引发更尖锐的社会矛盾；四是对职业索赔人敲诈勒索涉黑涉恶定性难，现有法规缺乏对职业索赔人的身份认定。

## 二、典型案例

2022年6月，茅箭区市场监管局接到一起投诉。投诉人称其以生活所需为目的在该区某超市购买一瓶黄酒，商家网页标示为半甜型黄酒，实际收到的产品为甜黄酒，未按要求标明产品含糖量范围，违反产品执行标准GB/T13662，要求退款并依据《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条给予1000元赔偿。

经核实，GB/T13662属国家推荐性标准，其8.1.1条款规定预包装产品标签应按GB7718和GB2758规定执行，还应标明产品风格和按产品分类标示含糖量范围等内容。执法人员同时发现，投诉人近年来多次投诉索赔，但常住地并不在十堰市。但要认定投诉举报人是否“职业索赔人”，一看是否为日常生活消费所需，《消费者权益保护法》中规定的“消费者”，指为日常生活消费需要购买、使用商品或接受服务的人。如果行为目的并非“为生活消费”， 而是借机向商家索赔以牟取私利，不属于“消费者”的范畴，其要求往往不会被支持。二看是否明知商家错误及主观目的是否追求不正当利益。职业索赔通常具有很强的逐利性，其购买商品的目的是

获得高额惩罚性赔偿及举报奖励，或借机向商家索要“封口费”。因此认定职业索赔人需要相应证据佐证，比如多次投诉举报、多次提起民事诉讼，或者多次异地消费、不正常消费过程等，并不能想当然判断。

经调查了解，涉案黄酒未按要求标明含糖量范围的行为，违反《中华人民共和国产品质量法》第二十七条第一款第（三）项的规定，属于“需要事先让消费者知晓的，应当在外包装上标明，或者预先向消费者提供有关资料”的内容，依据该法第五十四条规定，责令改正即可。

最终，由于投诉人近期无同类型投诉，虽常住地位于外市，但无其他证据证明其为“职业索赔人”，因此对其投诉事项予以受理。在涉案超市拒绝调解后，执法人员将终止调解结果告知投诉人，并依据《中华人民共和国产品质量法》第五十四条责令商家改正，召回涉案黄酒，有关违法线索一并通报该黄酒生产企业所在地市场监管部门。

### 三、应对职业索赔人的思考与建议

**（一）厘清投诉与举报。**投诉是消费者与经营者发生的消费者权益争议；举报是自然人、法人或者其他组织向市场监管部门反映经营者涉嫌违反市场监管法律、法规、规章线索的行为。两者的主要区别在于投诉举报对象，投诉的主体只能是消费者，而举报的主体除消费者外，还包括自然人、法人或者其他组织。常见的投诉受理错误情形，如合同纠纷，甲乙双方为法人或者其他组织，不属于消费者权益纠纷，对此类投诉事项应当不予受理。又如投诉事项不属于市场监管部门职责的投诉，如快递纠纷等，也应当不予受理。

**（二）明晰惩罚性赔偿条款构成要件。**《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条第一款规定的惩罚性赔偿，构成要素主要包括两点，一是投诉人属于普通消费者；二是经营者存在欺诈行为，欺诈行为可以参考《侵害消费者权益行为处罚办法》认定。《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条第二款规定的惩罚性赔偿，构成要素和《中华人民共和国消费者权益保护法》基本一致，但增加了一个构成要素，即不符合食品安全标准。例如本案所涉及产品标准是GB/T13662，该标准并非食品安全标准，投诉举报人在投诉举报内容中也明知当事人涉嫌违反GB/T13662。因此，惩罚性赔偿诉求就不应当援引《中华人民共和国食品安全法》，而应当援引《中华人民共和国消费者权益保护法》。

此外，需要注意的是《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条第二款规定“生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失外，还可以向生产者或者经营者要求支付价款十倍或者损失三倍的赔偿金；增加赔偿的金额不足一千元的，为一千元。但是，食品的标签、说明书存在不影响食品安全且不会对消费者造成误导的瑕疵的除外”，如果属于标签瑕疵，在不误导消费者、不影响食品安全的情况下，不适用惩罚性赔偿。

**（三）规范处理“职业索赔人”的投诉举报。**近年来，“职业索赔人”向团伙化、规模化、专业化方向发展，个别人滥用投诉举报诉讼权利，甚至涉嫌敲诈勒索犯罪，处理时更应注意规范性、时效性。

**一是程序时限合法。**投诉举报都是7个工作日内作出是否受理决定（举报特殊情况可延长至15个工作日）；投诉60日内回复处理结果；举报90日内回复处理结果。

**二是答复精准简洁。**投诉举报决定受理的答复，投诉：“经审查，符合《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》规定的受理条件，我局决定受理”；举报：“你的举报已收悉，正在处理”。决定不予立案的，不能简单答复“不予立案”，还要简要告知原因，如举报事实不存在、无管辖权或是不构成具体哪条违法行为。立案查处的，要答复具名举报人具体处理结果。答复的指向性越明确，风险范围就越窄。同一个诉求内既有投诉又有举报的，必须分开处理，流程到位。

**三是形式统一规范。**信件必须书面答复，只能通过邮政快递而不能通过普通快递寄送；网络投诉网上进行答复；电话投诉电话进行答复，做好记录。









# 2023年十堰市房县消保半年工作情况汇报

### 一、半年工作开展情况

**（一）强化宣传，消费教育工作有了新气象。**

紧紧围绕“优化消费环境，提振消费信心”年主题，以“3.15”消费者权益保护活动日，“三月三”庙会，520国家计量日、525国家爱肤日等时间节点，向群众宣传《消费者权益保护法》《湖北省消费者权益保护条例》《侵害消费者权益行为处罚办法》《产品质量法》《计量法》《食品安全法》等法律法规。活动现场设立曝光台、投诉举报台、政策法规咨询台，对查获的假冒伪劣燃气灶、燃气减压阀、白酒、中药材等现场进行展示，向消费者详细讲解识假、辨假常识。截至目前，各项活动共受理消费投诉56件，发放宣传资料5500余份，接受群众咨询320余人次。由省局消保处、省广播电视台、房县文旅局三位主播以抖音直播的方式从市场监管、放心消费建设、文旅监管和服务、城市名片推介等角度向观众展示房县西关印象，将放心消费、绿色消费、健康消费的理念传播给更多消费者。

**（二）加强指导，放心消费创建有了新进展**

一是对城区已建的20户消费维权站（ODR企业）进行清理规范，督促企业加强行业自律，保证商品质量，提升服务水平，履行经营者维权主体责任。二是将维权网络向更多行业、更广领域延伸，目前新建维权站和

ODR企业共5家，涉及餐饮配送、集贸市场、旅游景区、家电商场等行业。三是推动消费投诉处置关口前移，发挥在线处理消费纠纷的作用，截至目前通过ODR企业进行和解的投诉30余件，和解成功率达96%，形成了经营企业、消费者、监管单位三位一体闭环式服务，将消费矛盾化解在源头，缩短了处理投诉的时间，减轻了基层工作人员负担。四是对照湖北省地方标准《放心消费示范单位创建指南》，指导房县西关老街文旅有限公司（西关印象景区）成功创建成“湖北省放心消费示范单位”，使房县放心消费创建迈上了新台阶。

**（三）层层把关，诉转案工作有了新突破**

在市局《诉求信息转案件线索工作规范》的基础上，我局对“诉转案”工作实行层层审核制，即投诉举报中心工作人员根据消费者诉求筛选出涉嫌违法违规线索后，由办公室运转至分管消保领导、分管法制领导、主要领导进行层层签批交承办单位办理。上半年，我局“诉转案”38件，与去年同期比200%。通过这种“诉转案”运行机制，增强了执法人员责任感，促使大家在投诉中找案源、在线索中查违法、在查处中维权益，提升了“诉转案”转化率，不仅保护了消费者合法权益，又依法查处了违法违规行为，有效促进了消费维权行政调解与监管执法的衔接。

**（四）多维培训，维权能力有了新提升**

通过制作《消费维权工作提示》，整理《职业打假人投诉举报应对之策及答复模板》，在12315工作群分享处理投诉举报方面的案例等方式来增加大家的业务知识储备和随机应变能力；开展了《依法依规处置投诉举报、防范履职风险》《规范处理、认真履职》消费维权知识培训，用通俗易懂的语言讲解投诉举报的处理流程、应该注意的问题等知识，加强解决投诉纠纷和消费维权能力。利用行政执法案件评查会，发现消费维权工作中的问题，提高投诉举报案件质量。将操作流程制作成课件进行培训，解决执法人员不会、不熟练运用全国12315平台的问题。一对一、面对面、手把手的对基层干部进行业务指导，提高监管人员业务技能。

**（五）服务为民，消费者满意度有了新提高**

积极发挥12315大厅窗口的作用，为咨询人答疑解惑，提供一站式的服务，让咨询人少跑路，节约时间成本。今年以来共接收各种咨询服务200余人次，做到“件件有着落，事事有回音”，得到了咨询人员的好评；对投诉举报（市长热线）做到“三及时”，即及时联系，及时初查，及时处理，截至目前我局没有一件超期办理的案件，群众满意度逐渐提高；不断提高办事效率，维护消费者的合法权益。截至目前通过12315平台和12345热线共受理消费者投诉举报656件。其中：投诉369件，已经办结364件；举报113件，已经办结106件；市长热线174件，已经全部办结，为消费者挽回经济损失29.14万元。

**（六）强化监督，共享共治能力有了新提升**

利用政府网站、微信公众号等平台及时发布相关消息和数据，接受广大消费者监督。发布消费典型案例3起，在节假日期间发布消费提示4次，对投诉举报咨询数据进行季分析、月诉求分析、周动态分析，制作《消费保护》3期，对投诉举报量大的企业进行投诉信息公示2期；及时向广大人民群众公布近期消费投诉热点和焦点，让人民群众在消费时提前知晓，有效的规避消费风险，引导消费者科学理性消费；对100余家经营主体进行消费维权知识培训，现场发布1月至5月消费投诉热点问题，针对投诉热点问题进行集体约谈。提醒经营主体提高商品和服务质量，加强行业自律，自觉接受社会监督，强化经营者的主体责任。

以上是我局消保维权工作的开展情况与大家交流，有很多不到之处。通过此次交流学习，我一定把大家的好经验、好做法、好的工作理念带回去，使房县消费维权监管水平迈上新台阶，谢谢大家！








# 襄阳市市场监管局
# 2023年上半年12315热线工作总结

2023年以来，全市系统12315热线工作以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，坚持以人民为中心，围绕襄阳市建设区域消费中心城市的工作目标，认真贯彻落实总局、省局、市委市政府对12315热线工作的各项部署，上半年重点做了以下工作：

**一、不断提高12315投诉举报接处能力和接处质量。**严格按照总局《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》、《12315投诉举报处理工作规则（试行）》，依法、规范、高效地处理每个消费诉求，从处理消费者诉求个案入手，有力维护消费者合法权益，让消费者在个案投诉举报处理中提升信任感、获得感、安全感，促进社会和谐稳定。2023年1月1日至6月30日，全市12315系统累计接处消费者来电52150件，同比去年增长9.36%，其中：咨询38879件，投诉10689件，举报2582件。投诉按时初查率99.77%（全国均值99.52%），投诉按时办结率99.91%（全国均值99.80%），投诉调解成功率68.13%（全国均值55.02%），举报按时核查率99.34%（全国均值99.19%），均高于全国平均水平。

**二、继续推进消费纠纷多元化解机制建设。**按照“政企共建、和解优先、加强指导、有序推进”的原则，继续建设ODR（在线消费纠纷解决）企业，1至6月12315平台新增ODR企业43家，进一步拓展了消费维权网络社会覆盖面，加强了在线消费纠纷平台宣传，引导和督促更多经营者履行消费维权社会责任，就地就近提供宣传、咨询、和解等服务，积极鼓励小额消费纠纷在线快速和解处理，即时化解消费矛盾。针对ODR工作中的短板指标，逐一分析研究，制定详尽的改进措施，形成工作提示，指导一线查漏补缺，提高工作效能。

**三、提高数据利用率，优化消费环境。**一是围绕2023年消费维权年“提振消费信心”主题，加强3.15期间数据公示工作：推动召开襄阳市2023年消费维权新闻发布会，依托12315数据介绍年度消费维权工作情况，公布年度消费投诉热点、消费维权执法典型案例和消费投诉典型案例。二是针对五一期间因宾馆酒店房价上涨而产生的重点诉求，最大程度的畅通投诉举报渠道、提高数据利用率：接线岗即接即转，接听完成后，立即转办至辖区市场监管部门；增派节日期间督办人员，做好相关诉求处理督办工作；根据消费者诉求和舆情动向，联合有关业务科室制定12315规范性回复，积极释法答疑，响应群众关切；立即建立节假日联合工作机制，创建消保、价监、执法支队等机构工作人员构成的节日工作微信群，将12315系统获取的涉及宾馆酒店房价相关诉求即时推送至工作群，帮助相关业务科室、执法支队掌握实时线索、开展线索排查、发现违法行为、快查快处。三是落实《襄阳市市场监督管理系统消费投诉信息公示办法（试行）》，统计分析12315消费投诉举报大数据，分析重点行业、重点领域的消费投诉量、消费投诉中反映集中的问题，发布全市12315系统2022年数据分析报告、2023年一季度数据分析报告，作出消费警示提示，保障消费者的知情权和自主选择权，提示消费者择优汰劣，引导和督促经营者诚信经营，推动经营者落实消费维权主体责任。

**四、加强12315效能评估评价工作。**深入贯彻党的二十大报告中“及时把矛盾纠纷化解在基层、化解在萌芽状态”的要求，切实推动全市市场监管部门依法履行消费维权职责，按照国家市场监管总局《12315效能评估评价规则（试行）》（国市监网监〔2020〕172号）及《12315效能评估评价细则》有关规定，每季度组织开展一次全市12315效能整体评估评价工作，每月度集中提醒一次12315热线工作中存在的短板，每星期讨论一个有代表性的疑难问题，每工作日按照法定时间节点督办具体工单，及时指出工作中的问题，研究解决问题的方法，并提出具体可行的工作要求，推动全市系统12315工作效能不断提升。

# 襄阳市高新区市场监管局
# 突出“四个加强”做好消费维权工作

近年来，襄阳高新区市场监管局坚持多措并举，通过广泛宣传、强化监管、引导规范、创建示范等方式，进一步畅通消费循环，培育新型消费，释放消费潜力，着力营造高新区安心放心舒心消费环境。

**一是加强消费能力提升，让消费年主题深入人心**

3月，高新区市场监管局联合检察院、法院、消防救援大队、信用办等单位以“优化消费环境，提振消费信心”为主题，组织开展2023年“3·15”国际消费者权益日主题宣传，现场摆放消费维权知识展板、典型案例图片，设立咨询服务台现场解答消费者疑问，围绕加强信用建设、打击传销、平安建设、防范非法集资和电信诈骗、食品药品和特种设备安全、知识产权保护等与人民群众生活密切相关的知识进行了广泛宣传，并向市民发放了《消费者权益保护法》、《消费维权知识手册》等相关资料1000余份，解答咨询12件，形成了良好的宣传效果。

**二是加强维权体系建设，提升消费维权效能**

以建立ODR平台消费者和经营者在线纠纷解决“直通车”为抓手，持续完善消费体系建设。今年来，已组织引导骆驼、麦当劳、跨境电商产业园等15家企业设立了12315平台ODR企业账号，形成更加完善的消费纠纷投诉和解处理网络。同时，实地对ODR企业走访检查，现场开展消费维权工作指导，提高经营者主动处理化解消费纠纷的能力水平，实现消费纠纷就进化解、及时化解、网上化解，有效保障消费者合法权益。

**三是加强引导规范，创建省级放心消费示范单位**

通过强化引导规范，指导辖区经营者从健全管理制度、规范高效服务、优化消费环境、保护消费权益、完善投诉渠道等方面建章立制，提升管理服务水平，帮助市场主体争创省级放心消费示范单位。经过努力，今年3月，我区一家企业被省市场监管局和省消委共同确定为2022年度湖北省放心消费创建示范单位，这也是高新区连续第二年有企业荣获这一荣誉。

**四是加强12315平台运用，形成消费维权闭环**

今年来，高新区市场监管局立足部门职能，狠抓“三个及时”，进一步强化12315平台工单办理。上半年，共通过12315平台受理各类投诉举报1683件，全部按期办结，有效形成消费维权工作闭环。树立了良好部门形象。

及时分办。市场监管部门受理投诉量大，及时精准高效的分办，对后期的问题办理质量至关重要。为此，该局机关对12315热线工作采取A\B角工作制，确保每天最少有一人接收梳理分办平台投诉，防止因分办不及时或不精准，耽误办理时间，影响回复质量。

及时调处。本着首问负责制原则，该局对受理的各类投诉第一时间调查核实。对属于本部门工作职责的，严格依法依规办理到位，本回复投诉人结果，听取意见，取得理解和支持；对不属于本部门工作职责的，详细告知投诉人维权渠道和路径，帮助其更好维护自身合法权益，绝不一推了之。

及时回访。对所有办理回复的投诉，该局安排专人第一时间进行回访，核实办理结果是否属实，是否履行到位，杜绝虚假回复工单。对诉求未能得到满足的，做进一步说明，并听取其意见建议，以进一步加强和改进12315热线办理工作，最大程度减少重办工单。







# 襄阳市东津新区积极维权
# 强作为提振信心促消费

□ 2023年度消保维权上工作总结

今年以来，我局全面落实中央、省、市关于促进消费、提振消费信心的部署要求，结合东津新区实际，践行以人民为中心的发展思想，将消费维权工作融入服务东津新中心城市建设中，围绕华侨城景区、东津民发世纪广场、餐饮外卖等消费热点领域，强化属地责任，搭建政企平台，协调各方力量，构建维权合力，积极依法履职，畅通消费循环，提振消费信心，激活消费潜力，促进消费升级，着力营造安心放心舒心消费环境。截止目前，我局共受理投诉举报616件，其中12345热线工单362件，12315平台受理投诉举报254件，消费维权网络舆情的投诉计6件。全部依法依规办结，为消费者挽回经济损失万余元。

**一、积极开展宣传教育活动，全面提振消费信心。**

**一是**积极开展“消费维权知识讲座”进校园、进企业、进社区等活动，结合食品安全、药品安全、质量安全、知识产权、价格监管等各项业务职能，今年通过到华侨城景区、民发广场、王河小学等地组织培训讲座，加大相关法律法规的宣传力度，帮助经营者全面准确理解相关法律法规，明确自身消费者权益保护的主体责任，引导消费者树立文明、健康、安全消费观念，理性消费、依法维权，提升消费者的安全感、获得感和幸福感。

**二是**积极推行“线下七天无理由退换货”承诺活动。今年我局以东津民发世纪广场作为辖区推行“线下七理无理由退换货”制度的示范点，主动对接相关市场主体，宣传讲解推行线下七天无理由退换活动的重要性和必要性，以及《襄阳市线下实体店无理由退货承诺指引（试行）》等相关内容，让大家认识到此项活动是扩大企业品牌效应，提振群众消费信心的有效途径，鼓励和引导商户自觉参与消费环境治理，形成消费维权领域人人有责、人人尽责、人人享有的局面。截止目前民发广场已有27户商家自愿参加“线下七天无理由退换货”。

**三是**积极抓好“线上宣传”活动。利用微信、短信、商户LED显示屏等媒介平台，持续开展《消保法》《价格法》《食品安全法》《反不正当竞争法》《中华人民共和国市场主体登记管理条例》等法律法规知识的普法宣传，发布消费提醒及“提振消费信心 促进放心消费”倡议书300余份，切实发挥消费教育引导作用。

**二、积极完善维权平台创建工作，强化政企协作力度。**为推进维权关口前移，提升维权工作效能，我局积极组织辖区6家ODR企业（12315平台入驻的先行调解纠纷企业），省级放心消费示范商户开展消费维权业务培训，邀请消保维权业务骨干和律师授课，立足市场监管职能，结合东津新区实际，从ODR企业管理办法、消费维权法律法规及案例分析、如何引导经营者自律，促进在线纠纷调解等方面交流学习，深入探讨，进一步引导辖区企业自觉履行消费维权的社会责任，加大协同共治力度。今年以来共分转华侨城、民发广场、瑞际酒店等ODR企业先行调解的共计42件。3月以来，我局联合相关单位，主动深入华侨城等重大企业调查核实情况，帮助调解处理年卡收费涉嫌加价、五一酒店涉嫌涨价等群体性投诉及网络舆情，打通消费维权最后一公里，稳妥处置化解消费纠纷，既维护了消费者合法权益，又促进企业又好又快发展。

**三、积极构建消保维权工作联席会议制度。**为进一步提升消费者权益保护工作效能，构建放心舒心安心的消费环境，今年，我局根据《消费者权益保护法》《湖北省消费者权益保护条例》的相关要求，以及《国务院办公厅关于同意调整完善消费者权益保护工作部际联席

会议制度的函》（国办函〔2020〕27号）和《市人民政府办公室关于建立襄阳市消费者权益保护工作年度报告制度的通知》（襄政办函〔2021〕39号）等文件精神，积极发挥牵头部门作用，草拟消保维权联席会议制度，征求了各单位的意见建议后，主动向党委政府请示建议，强化对消费者权益保护工作的组织领导，构建消保维权联席会议机制，强化统筹协调，厘清部门职责，形成工作合力，更好地保护消费者合法权益，促进东津新区经济快速发展，增进民生福祉，提高人民生活品质。

**四、积极畅通投诉举报渠道提升维权效能。**我局将消费维权工作融入服务东津新中心城市建设发展格局，强化属地责任，推动科所联动，凝聚业务条线，协调各方力量，积极依法履职，进一步畅通12315热线、全国12315平台、信件、来访等投诉举报渠道，严格按照总局《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》《12315投诉举报处理工作规则（试行）》《省局规范投诉举报处理工作的通知》等相关要求，制定完善《东津新区市场监管局处理投诉举报工作规范》，明确规定12315投诉、举报，ODR企业先行和解件，12345热线工单的处理程序、时限及相关依据，要求依法、规范、高效地处理每个消费诉求，并严格按照回复模版要求书面反馈结果。同时，重点加强3·15期间、节假日期间等重大时间节点，针对人民群众投诉举报热点难点事件，如景区酒店价格上涨、食品安全等投诉，务必做到快速反应、马上应对、妥善处置，切实保护人民群众最关心、最直接、最现实的消费权益，共同打造安全放心的消费环境。

**五、积极开展校园及周边消费安全整治行动。**我局以“3·15”宣传、创食品安全示范城市、推进落实食品安全两个责任等工作为契机，结合市场监管职能，根据省市局及管委会关于开展校园及周边环境整治工作的具体要求，积极配合校园周边办及相关单位，针对校园及周边食品安全、盲盒销售、烟酒销售、“三无产品”及含有恐怖、迷信、低俗、色情的玩具、文具、饰品的违规经营行为，进行排查整治，加大宣传力度，提升广大师生和群众的思想认识，确保校园及周边环境的长治久安。

**六、积极推动“食品安全放心消费示范街”创建活动。**紧扣“放心消费创建”工作重点，以“食品安全、诚信经营、消费满意”为目标，积极引导华侨城等重点企业开展放心消费创建活动，帮助将华侨城奇妙小镇餐饮一条街打造成具有示范引领作用的餐饮服务食品安全放心消费示范街，在切实提高餐饮服务保障水平的基础上，使之成为辖区旅游餐饮消费的重要场所，进一步提振消费信心，促进辖区健康快速发展。

下一步，我局将立足市场监管职能，坚持人民至上的工作理念，坚持把消保维权工作融入东津城市新中心建设大局中，持续推动构建政府主导、部门协作、企业自律、行业自治、社会监督、消费者参与的共建共治共享新格局，进一步提高投诉举报办理质效，努力营造放心消费环境，让广大人民群众能消费、愿消费、敢消费，更好发挥消费对经济增长的“主引擎”作用，为东津新区高质量发展注入更多动力。







# 荆州市公安县交流讨论提纲

□ 公安县市场监督管理局
2023年7月18日

公安县市场监督管理局坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，坚持维护消费者的合法权益，畅通扩展维权渠道，提升消费维权实效，疏解消费堵点、痛点、难点，持续改善消费环境，不断增强消费者的获得感、幸福感、安全感，提振消费信心，助力公安高质量发展。

**一、充分发挥消费维权职能作用**

近年来，随着数字经济的发展，各种新型消费形式如雨后春笋般迅猛发展，在不断方便人们物质文化生活的同时，损害消费者人身、财产、个人信息安全的现象也时有发生。公安县市场监督管理局依法履职，在优化营商环境的同时，不断改进完善消费维权机制，督促经营者守法诚信经营，引导消费者提升依法维权能力，促进消费市场健康发展。

**一是完善消费维权处置流程。**我局组织制定《公安县市场监督管理局消费投诉举报工作流程细化表》，对消费者的投诉、举报、咨询，从登记、受理、办理、回复、归档五个方面，进行了明确规范。严格实行“首接告知责任制”“首接筛查责任制”“谁接受、谁登记”的原则，确保投诉、举报、咨询一个不漏。建立责任追究制度，按照“谁主管、谁负责”的原则，遵循“及时受理、及早介入、妥善处理、定时回访”工作目标，对投诉举报案件迅速做好受理、分转、调处、回访、结案、归档等工作，实行限时办结，兑现社会承诺，形成投诉举报处置闭环。

**二是高效运用快速反应机制。**我局基层所成立17个12315快速反应小分队，人员按照“4-3-3”的比例合理配置，即40%的人员从事消费维权、30%的人员从事登记服务、30%的人员从事监管执法，全面开展消费维权工作。按照“属地管辖为主，级别管辖为辅，就近受理”的工作原则，上下联动，及时协调，共同维权。制定了《12315快速反应处置办法》，明确规定对接到的投诉举报在工作时间内需要出现场的，执法人员2人以上，着装执证、带齐文书，城镇30分钟、农村45分钟到达现场进行处置。

**三是不断提高人员队伍素质。**我局以《<市场监督管理投诉举报暂行办法>学习读本》为重点，结合典型维权案例，每年分两期对全县监管系统46名消费维权专管员进行业务知识培训，提高大家对专业知识的掌握。坚持以老带新，对投诉举报处置业务知识短缺、工作经验不足、能力素质较弱的人员，专门安排能力强、业务精、会处置的同志进行帮带，面对面讲知识，手把手教方法，确保每名同志能够胜任本职业务工作。定期下发消费维权工作简报，通报处置情况，列举典型案例，刊载心得体会，交流经验看法，做到取长补短，全面提高处置能力。

**二、大力营造放心舒心消费环境**

推动消费市场发展环境优化，打造放心安心舒心消费环境，是顺应消费发展新趋势、满足人民美好生活需要的关键之举，公安县市场监管局完善消费诉求办理机制、加强重点领域监管，助力公安放心舒心消费环境建设。

**一是着重抓好放心消费示范单位创建。**我局以“食药无伪劣、商品无假冒、服务无欺诈、投诉无障碍”为主题，与公安县文明办联合组织开展“放心消费在公安”暨诚信行业、诚信单位、诚信示范街区、诚信经营示范店创建活动，努力打造“性灵公安·诚信家园”，三年来共创建114家诚信经营示范店及诚信单位，14家放心消费示范维权服务站、4条示范街区、11家诚信行业、

消费品牌2个、消费教育基地2家，其中省级放心消费创建示范单位3家、市级放心消费创建示范单位10家，呈现一批放心诚信经营示范店、诚信单位、诚信行业、示范街区、示范站点。

**二是广泛开展社会协同共治系列活动。**我局积极引导企业入驻ODR平台，要求企业按照消费维权服务站的建设标准进行规范，截至目前有39家企业入驻，共处理投诉66件，其中ODR企业自行和解3件，办结率100%，满意率达98%以上。全面推动315消费投诉和解平台的运用及线下实体店7天无理由退换货承诺活动，加速消费纠纷化解，降低消费维权成本，推动维权关口前移，目前全县共有513家商户入驻湖北315消费投诉和解平台，线下实体店7天无理由退换货承诺262家，退换货共计2119人(次)，退换货金额11.96万元。同时我局加强一会两站建设，每个行政村(社区)建立1个“消费者投诉站”和1个“12315联络站”，“两站”实行合署办公，地点设在村委会或社区居委会内，在辖区市场监督管理所和消协分会指导下开展工作。“两站”设站长1人，工作人员2—3人，站长由行政村(社区)支部书记或村委会(居委会)主任担任，成员由村委会(居委会)成员、村民(居民)代表组成。鼓励大型超市、商场建立“消费者投诉站”和“12315联络站”，机构设置比照行政村(社区)的模式设立，目前此项工作正在进行当中。

**三是不断强化消费宣传教育引导。**我局每年按照消费维权年主题，组织开展“3　15”国际消费者权益日宣传活动，在县城区设主会场，16个乡镇设分会场，围绕群众关心关注的消费维权、食品安全、知识产权、红盾护农等法律法规和热点难点问题进行宣传，增强群众消费维权意识。充分发挥媒体媒介作用，与荆州电视台江汉风“维权三剑客”栏目、公安县融媒体中心、公安县“民生零距离、有事找华仔”栏目等进行协作，定期录播消费维权主题节目，架起职能部门与群众维权之间的桥梁。用好用活公安县市场监管12315微信公众号、公安县公安新闻官网微信“孱陵在线”、公安县移动政务客户端“云上公安”等平台，定期推送消费维权知识、消费警示提示、维权工作动态，引导消费者合理消费、理性消费、安全消费。

**三、下一步工作措施**

我局本着“找准问题，深抓根源，定好方向，为民维权”的总体思路，在“诉前”、“诉中”、“诉后”上下功夫，坚持民生指向、安全导向、消费靶向，开展投诉举报处理工作，确保公安县市场秩序平稳运行。

**一是探索建立消费维权社会联调模式。**加强消费维权服务站管理，开展全县消费维权站清理整顿，按照标准化维权站建设条件，进一步完善消费者投诉处置工作制度。建立消费矛盾纠纷人民调解制度，进一步探索消费维权社会联调模式，组建消费维权社会联调专业队伍，健全管理机制，切实发挥消费投诉社会协同调处的优势，快速高效推动线下消费纠纷解决。

**二是深化部门间信息共享和执法协作。**建立联席会议制度，发挥联席会议制度牵头作用和综合监管优势，及时向相关部门通报消费维权问题，健全部门协作机制，解决重点行业、重点领域的突出问题，适时开展联合整治活动，形成监管合力，消除监管盲区和交叉冲突。完善“诉转案”工作流程和制度规范，加大“诉转案”工作力度，促进消费维权行政调解与监管执法衔接，坚决杜绝“以调代罚”的现象，形成违法必究的稳定预期，进一步提升市场监管行政效能。

**三是严厉打击侵害消费者权益违法行为。**强化预付式消费和农资、医疗美容领域监管力度，全面核查并依法查处不公平格式条款、违法广告、不正当竞争、不正当价格等违法违规行为；突出重点领域、重点产品、重点行业、重点区域，聚焦汽车、家用电器维修及售后服务、侵害消费者个人信息违法行为等，开展专项整治行动，进一步净化市场环境，维护消费者权益。

**四是探索消费者满意评价机制。**探索建立消费者满意评价机制，开展消费者满意度评价活动，组织消费体察团深入行业、企业开展消费体察活动，及时掌握各行业消费过程中的不足，督促行业认真改进完善，减少消费纠纷，提升消费者满意度。

**五是提升12315数据分析运用能力。**深化12315数据分析利用，加强消费热点动态监测，每季度报送消费热点分析报告，建立重点领域消费预警处置机制，分领域分行业开展处置报告分析，加大违法线索、大要案信息排查力度。推进消费投诉信息每季度进行公示，实现消费者投诉数据集中公示，从源头上规范市场秩序和消费环境。





# 孝感市大悟县市场监管局四项举措 推进消费示范创建 优化放心消费环境

近年来,大悟县市场监管局牢固树立消费至上理念,通过强化组织领导、营造创建氛围、严把审定关口和建立长效机制四项举措,推动放心消费创建工作共建共治共享,不断优化消费环境,增强消费对经济发展的基础性作用,促进大悟消费经济稳定健康发展。2022年,全县被认定省级放心消费示范单位1家,市级放心消费示范单位9家;今年拟申报省级放心消费示范单位1家,市级放心消费示范单位8家。

**一、成立创建专班。**成立由主要领导任组长、分管领导任副组长、相关股室负责人为成员的放心消费创建工作领导小组,并指导各基层所成立创建工作专班,形成“统一领导、各司其职、相互配合、运转有序”的创建组织体系。结合大悟实际制定创建工作方案,层层压实责任,狠抓工作落实,做到不降标准,不减力度,全力推进,努力营造安全放心舒心的消费环境。

**二、营造创建氛围。**一是在电视台、大型商场超市、集贸市场等电子显示屏循环播放放心消费公益宣传片,以及出动宣传车、散发宣传单等多样形式,广泛宣传放心消费创建。二是通过大悟新闻、大悟发布、大悟V讯等微信公众号以及县政府门户网站等网络平台,广泛宣传《消费者权益保护法》《湖北省消费者保护条例》《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》等法律法规和《放心消费创建工作方案》,努力做到宣传对象全覆盖。三是联合相关职能部门,以“3·15”国际消费者权益日、食品安全宣传周主题宣传月等为契机,在城区和各乡镇集市区布置展台,开展放心消费创建公益宣传;通过县移动通信网络运营商,每月发布放心消费创建宣传公益手机短信;走进经营主体,鼓励积极参与放心消费创建,积极营造创建放心消费的浓厚氛围。

**三、严把审定关口。**结合创建放心消费示范商户、示范街区、示范站不同的实际情况,按照省局《放心消费单位创建指南》,全面审核市场主体申报情况,重点检查是否执行进货检查验收、索证索票、购销货台账、退(换)货、不合格商品退市、商品质量承诺以及消费投诉处理等各项自律制度,同时结合消费者满意度情况并征求相关部门意见,优中选优,保证审核工作的质量,把好放心消费单位准入关。

**四、建立长效机制。**一是建立示范称号授予机制。对经过省市县局考核验收达到创建标准和要求的,分别授予省市县级“放心消费示范商户”、“放心消费示范街”、“放心消费示范维权站”称号,并邀请县电视台现场采访,循环报道,使他们切实收到诚信经营、文明服务所带来的良好的社会反响。二是建立维权能手评选机制。定期在已创建的放心消费市场主体中,开展“十佳消费维权能手”、“十佳商品服务质量监管员”、“十佳维权服务站”评选活动,丰富创建主题活动,提高消费维权人员开展消费维权的工作热情,进一步提升维权的效能。三是建立放心消费创建退出机制。对已获创建称号的市场主体因失信行为或违法行为被行政处罚、被监管部门列入黑名单、出现重大的商品和服务质量安全事故、发生重大群体性消费投诉事件影响社会稳定等情形的,撤销其授予的称号,2年内不再受理其申请。



# 黄冈市市场监管局消保科交流材料

近年来，黄冈市市场监管局在省市场监管局的正确领导下，紧紧围绕“优化消费环境、提振环境信心”的主题，拓展消费维权思路，不断强化消费维权，推进放心消费创建，切实维护社会和谐稳定，创造有序的消费环境，不断增强人民群众在消费领域的获得感、幸福感、安全感。

## 一、亮点工作

**（一）做好重要节点政务值守及发布消费警示工作。**严格落实12315政务值守工作要求，做好消费者诉求接收和处理工作，确保五一、端午节日期间12315热线畅通，平台运行稳定。并在五一、六一、端午、高考前等重要消费节点发布了消费警示，引导消费者科学理性消费，增强安全意识，有效规避消费陷阱，提升依法维权能力，强化消费者权益保护，创建放心安心的消费环境。

**（二）成功举办了3.15国际消费者纪念日活动。**今年3月15日，在遗爱湖公园临皋春晓广场举办了以“优化消费环境 提振消费信心”为主题的“3·15国际消费者权益日”活动，黄商购物中心、万达广场、居然之家3个分会场同步举行。会上介绍了全市消费者权益保护工作情况。湖北黄商集团股份有限公司董事长樊汉明代表黄冈企业就诚信经营、提升消费环境作表态性发言。活动主会场设立市场监管展示区、消费维权联席单位展示区、普法宣传和投诉受理区、打假治劣活动展示区、黄冈地标优品展示区、消费示范创建展示区、民生保障展示区7大活动区，并邀请了地标优品企业、消费示范企业、地方特色餐饮企业、民生保障企业、汽车销售企业共同参与。此次活动有利于增强全市广大消费者依法维权的意识与能力，引导消费者科学、理性消费、依法维权。

**（三）完善消费者权益保护社会共治机制。**为加强消费者权益保护工作协同共治力度，营造和谐安全的消费环境，提升消费者满意度。3月份，召集25个成员单位召开了全市消费者权益保护工作联席会议第二次全体会议，省市场监管局消保处处长徐小勇、省消委秘书长陈方军出席会议并讲话，徐小勇处长和陈方军秘书长充分肯定了黄冈建立消费者权益保护工作联席会议制度以及在消费者权益保护方面所做的工作，并介绍了省局和省消委的消费维权工作情况，对黄冈下一步的工作提出了很好的建议。会议通报了2022年度全市消费维权工作情况，市检察院、市公安局、市住建局就维护消费者权益作了交流发言。会议要求，各成员单位要各司其职，密切协作，以消费维权联席会议为平台，加强协作配合，加快形成权责明确、公平公正、透明高效、法治保障的消费维权格局。

## 二、消费维权环境建设情况

**（一）持续开展放心消费创建活动。**以“食药无伪劣、商品无假冒、服务无欺诈、投诉无障碍”为主题，引导经营主体自觉履行法定义务和社会责任，培育一批省级放心消费示范点，提升消费环境安全度、经营者诚信度、消费者满意度。2022年共有9家企业被认定为省级放心消费示范单位。

**（二）做好“在线消费纠纷解决”企业发展工作。**为进一步深化“放心消费在湖北”活动，优化我市营商环境和消费环境，提升广大消费者满意度，在全市范围内积极开展推广建站工作，鼓励本辖区有较强消费者权益保护意识、自觉履行消费维权社会责任、企业客服售后机构健全的经营者成为ODR企业，同时做好ODR企业的申请准入、动态监管、效能评价等工作。2022年在全市共发展了102家ODR企业。2023年截至5月底共新建了13家ODR企业。

**（三）开展“线下购物七日无理由退货承诺”活动。**按照“政府鼓励倡导、企业自愿承诺、承诺即受约束”的原则,我市积极推动“线下购物七日无理由退货承诺”活动,广大线下经营者积极响应并参加。2022年5月份，在居然之家一楼中庭广场开展了“黄冈市线下实体店七天无理由退货承诺活动”。我市首批 210 家参与“线下实体店七天无理由退货”的实体店郑重承诺并在承诺书上签名，其中8家企业作为代表接受了“无理由退货承诺单位”的授牌。今年下半年，我们将开展第二批“线下实体店七天无理由退货”活动，倡导更多的经营者积极参与到活动中来。

## 三、消费维权工作的难点问题

**（一）投诉举报受理事项边界不清，职责不明。**有的投诉举报事项虽然有法律规定不是市场局监管职责，但只要涉及消费争议各部门均认为应由我们接诉，比如对快递、家政、教培等领域的投诉，市场局成了兜底部门，凡诉必应。

**（二）12315和12345融合性较差。**表现在投诉举报件办理时效不一致，影响按时办结率，且12345工作人员（接线员）大都是临时聘请的，流动性强、缺乏专业性，对于各个职能部门的职能职责不清楚，有些投诉乱分，经常造成推诿扯皮。

**（三）职业投诉举报量大且复杂。**职业打假人其手法专业化、组织集团化、目的利益化，他们抓住商品宣传、标签瑕疵等问题，在主张赔偿和行政奖励不能得到满足的情况下不断申请行政复议，极大的占用了行政资源。基层执法人员监管领域广、承担任务多，工作负荷较大，执法力量严重不足，应对专业问题能力有限等。

## 四、强化消费维权工作上的建议

**（一）加强消费教育引导工作。**广泛运用互联网、微信等新媒体，采取多种形式宣传普及消法及配套规章，提高消费者自觉运用法律武器保护自身合法的能力，增强经营者诚信守法意识。

**（二）加强业务培训工作。**强化消保机构专业化队伍建设，开展消费维权业务培训，提升维权处置水平，全力打造高素质、高水平、符合新时代发展要求的干部队伍。

**（三）建议省级乃至国家层面出台相应的政策法规。**对职业投诉举报作出适当的限制，从而更好地建立正常的市场秩序和消费环境。





# 黄冈市黄梅市场监管局消费维权工作汇报

近年来，黄梅市场监管局始终坚持以消费者为中心，致力提升消费满意度、释放消费潜力，切实保障消费者合法权益，维护消费市场的良性发展，不断提升广大人民群众的获得感、幸福感和安全感。

## 一、工作亮点

**1、优化消费环境，提升消费品质。**（1）为了保障老百姓最后一公里饮食安全问题，进一步提升外卖食品安全水平，黄梅局率先向推行网络订餐食安封签项目，对“饿了么”“美团”等外卖机构进行全程管控，外卖餐品信息可查、食材可追、加工可视、配送可控，实现网络定餐食品安全监管无死角。让消费者买得安心，吃得放心。目前，已向市场投放专用防伪的一次性“食安封签”150万张。（2）为不断提升餐饮服务食品安全监管效能，推进食品安全社会共治格局的形成，黄梅局搭建“互联网5G+明厨亮灶”智慧监管平台走在全市前列，实现了视频监控、智慧抓拍、可视化取证、双向互动。现已入驻全县158户餐饮单位（含学校食堂），公众观看直播量达13万余次。（3）开展“你点我检”，护航食品安全。以检验检测“小窗口”促进食品安全“大监管”，全面营造人人关心食品安全、监督食品安全的良好氛围。截止目前已开展食品快速检测5020批次，4个批次不合格，点出关注度、幸福感，检出满意度、安全感。（4）紧盯群众反映强烈、社会舆论关注和市场监管风险压力大的重点领域、重点市场、重点行业、重点商品和服务,严厉打击“食品中非法添加降糖降压降脂物质、假冒知名品牌及“傍名人”“搭便车”行为、餐饮浪费、药品药械领域商业贿赂”等十四类违法行为,依法查处了一批民生领域重点案件,有力保护了人民群众健康安全。如黄梅县小邓农家土菜馆未采取措施防止食品浪费案被黄冈市市场监督管理局入选关于发布制止餐饮浪费典型案例；张某涉嫌伪造、擅自制造他人注册商标标识案、黄梅小池喜如晏酒店未在醒目位置张贴，摆放反食品浪费标示案被湖北省市场监督管理局入选2023民生领域“铁拳”行动典型案例第一批、第二批。

**2、畅通维权渠道，提升维权效能。**畅通12315投诉举报渠道,完善投诉举报受理、分流、办理和“诉转案”机制，形成维权合力,提升维权效能,做到投诉举报案件“件件有落实,事事有回音”。持续巩固“放心消费环境建设”成果，积极开展“放心消费承诺”活动和“放心消费示范店”评选创建活动，压实企业主体责任，督促经营主体诚实守信、规范经营，积极营造价格放心、质量放心、服务放心的消费环境，共指导创建放心消费示范店79家、入驻湖北省和解平台160家、线下实体店无理由退货承诺单位27家。培育ODR企业32家，对ODR企业进行在线管理,查看其是否有投诉举报工单,并由当地监管所进行分流、催办或介入指导。让投诉举报“无时差、零距离、不用跑。

## 二、消费维权工作的难点、堵点和存在的问题

**一是**受疫情影响，经济复苏回暖不愠不火，省级消费教育示范基地至今无企业申报；**二是**12315效能评估评价是对市场监督管理部门12315投诉举报处理工作质量、工作效率进行量化评估评价的机制。各基层单位仍出现办件初查反馈超期及办结超期现象，在处理各类投诉举报时，存在处理方式不明确、回复用语不规范、回复内容模糊等问题，导致调解成功率偏低。**三是**随着网购的盛行，职业打假人投诉举报有增无减，其手法专业化、组织集团化、目的利益化，他们抓住商品宣传、标签瑕疵等问题，在主张赔偿和行政奖励不能得到满足的情况下不段申请行政复，极大的占用了行政资源。基层执法人员监管领域广、承担任务多，工作负荷较大，执法力量严重不足，应对专业问题出现本领不足、本领恐慌、本领落后。

## 三、优化消费环境，激发消费活力方面的工作建议

**一是**精准帮扶企业纾困解难，规范涉企收费，建立“名特优新”、“地标品牌”名录库，激发市场活力，提升产品质量，形成能消费、愿消费、敢消费的消费环境。

**二是**政府引导、部门推进、企业参与、社会监督，在部门之间、系统上下全面推行消费诉求“闭环处置”模式。

消费权益无小事，件件回应暖人心。消费者权益保护是一项只有起点、没有终点的民生、民心工程。阔步新时代、迈步新征程，黄梅县继续以消费维权为己任，充分利用市场监管职能，着力解决人民群众的急难愁盼问题，让放心消费成为黄梅一张亮丽名片。

# 随州市2023年全省消费维权培训班交流材料提纲

2023年上半年，随州市市场监管局消费者权益保护工作紧紧围绕省局和市委市政府有关促进消费的工作部署，积极按照市局党组对消费者权益保护工作的部署安排，进一步推进放心消费创建活动，全面履行消费者权益保护职责，创新消费维权新机制，有效化解消费纠纷，引导社会共治，切实维护消费者合法权益，促进我市消费环境建设。

## 一、开展12315评价 提升工作效能

根据省局有关12315效能评估评价工作安排和要求，我们规范全市12315投诉举报处理评估评价工作，积极推进提高我市投诉举报处理效率，积极发挥ODR在线争议解决机制作用，市局消保科（12315指挥中心）按照工作计划，对全市2023年第一季度、第二季度12315工作效能进行了督查分析，从中发现存在一些薄弱环节，如12315热线接通率、ODR单位发展质量与ODR单位按时办结率亟需提高。我们迅速行动，与12345热线联系沟通，确保诉求渠道畅通。到ODR企业现场指导平台应用，确保完成12315效能工作目标。

## 二、推行“双催办” 高效处置投诉举报

为落实省局工作部署，我们根据市局党组书记、局长魏保同志“工作向前一步”的要求，进一步建立健全消费维权工作机制，创新工作方法和举措，倾力打造良好的消费环境。

一是提高政治站位，增强工作敏锐性。积极应对热点、难点和可能出现的消费舆情，高效处置预付卡消费、转供电、专用汽车及涉及“四大安全”领域的投诉举报。

二是维权“哨所”前移，推行双催办。“双催办”工作制度，即12315工作人员每个工作日对临近到期的投诉举报工单进行平台催办和岗位催办，即通过全国互联网12315平台对即将超期投诉举报件通过系统催办；同时进行岗位催办，并建立台账。工作人员按市本级和县市区行政区划分工负责，积极催办、督促各辖区即将超期投诉举报件得到及时处理，并认真登记台账，切实推进各地各级消费维权工作效能。同时实行通报制度，对承办单位无正当理由的“超期件”情况进行通报，促进督办落实。实行双催办工作制度以来，全市市场监管12315系统工作效能不断上升，效果明显。

三是实行周例会。主要是总结分析每周岗位工作情况，收集12315热线的热点难点和涉及的相关法律法规。按季度、半年、年度整理例会记录，分别形成“12315工作指引”和“市场监管工作知识库”，并推送给全市市场监管消费维权岗位执法人员和12345市长热线，持续提升全市消费维权工作水平。

截止6月30日，全市12315系统处理消费者投诉举报合计6825件。其中投诉5926件，调解成功4658件，调解成功率78.60%，为消费者挽回经济损失545.79万元；举报899 件，全部得到妥善处置。

## 三、实行巡回培训 提高维权技能

近年来，我们每年积极梳理市、县、所从接收登记、分办、受理、处理、告知、反馈工作闭环每个节点可能出现的纰漏，认真分析市场监管所维权执法人员存在的线上操作不及时、线下行政调解和执法办案不依规等问题，有针对性拟定工作方案，分别到各县市区开展12315平台操作技能、ODR企业平台管理应用、行政调解存在的问题和职业索赔人等方面“巡回培训”活动。参加巡回培训活动的人员有各地分管领导、消保股全体人员、市场所所长和所12315平台操作人员及负责处理投诉举报的执法人员。课程既有操作讲解，也有政策法规分析，又结合工作案例。同时，我们总结应用消费维权“三十二”字工作法，即“及时接收、快速分办、限期办理、高效处置、 依规告知、按时反馈、资料归档、程序合规”。增强了消费维权执法人员的政治敏锐性，提升了维权工作能力和业务水平。



## 四、完善双号并行 筹备平台对接

2022年2月，根据省局做好热线归并工作和市政府《关于抓紧推进热线整合有关工作的督办函》有关要求，我们及时向省局汇报，建议在平台未完成对接前，市市场监管局取消12315话务坐席，将12315消费者投诉举报来电转接至12345热线，话务坐席归并12345市长热线统一管理。实现“7*24”小时人工服务要求，实现双号并行。

市局领导非常重视平台对接工作，今年4月、7月，我们两次到鄂州市考察学习双网融合平台对接模式和经验，目前，正在争取政府支持，积极沟通协调相关部门配合，力争早日落实省局有关要求，完成平台对接工作。

## 五、强化线上操作 推动ODR机制运行

今年四月上旬，我们拟发了《关于加强ODR企业建设和315和解平台应用的通知》，扎实推进ODR企业发展，提出今年新增300家工作目标。针对基层所人少事多的现状，要求市、县（市区）、所三级强化指导，我们组织12315指挥中心工作人员到投诉较多的ODR企业，现场培训平台操作应用和投诉和解工作。目前，全市发展ODR企业283家，其中，新增ODR企业275家，我们运用双催办工作机制，保障ODR机制运行有序，有力推进多元化解消费纠纷工作。

## 六、会诊投诉热点企业 提供维权定制服务

专用汽车投诉在随州市消费诉求总量中占比长期居高不下，为此，今年5月19日，我们会同曾都区市场监督管理局主动上门到程力集团开展消费维权定制服务，分析存在的问题，指导企业完善相关制度和措施，履行法定义务和责任，激励企业提供高质量产品和服务供给，创新消费维权模式，应对专业汽车行业问题，进一步优化消费环境和营商环境。

# 如何处理12345等平台关于职业打假的回复

□ 恩施州利川市场监管局 张雨生

处理消费投诉，维护消费者的合法权益，是市场监管部门的法定职责，但目前“职业打假人”的投诉举报占用了基层市场监管所大量行政资源和精力。对于层出不穷的职业打假，基层监管人员大多抱有抵触情绪，对于职业打假人的投诉举报，有的是置之不理，有的是敷衍了之。如果不在一次回复中将职业打假人的诉求全部回复清楚，可能会引起行政复议甚至是行政诉讼。

目前，职业打假人聚集的焦点是食品，《最高人民法院关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》第三条：“因食品、药品质量问题发生纠纷，购买者向生产者、销售者主张权利，生产者、销售者以购买者明知食品、药品存在质量问题而仍然购买为由进行抗辩的，人民法院不予支持”的规定，又被认为从法律层面支持职业打假人关于食品、药品的打假行为。看似这一规定的内容与湖北省市场监管局印发的《关于依法处置恶意投诉举报行为维护营商环境的指导意见的通知》以及《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》第十五条的规定有冲突，其实不然。《最高人民法院关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》第三条是支持购买人主张民事权利，《关于依法处置恶意投诉举报行为维护营商环境的指导意见的通知》、《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》中的相关规定是指行政机关不支持、不受理职业打假的恶意投诉举报的行为，并没有否定他的民事权利。同时，职业打假人一般向市场监管部门反映情况兼具投诉、举报两种行为，依据《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》第三条的规定，不是因生活需要购买、使用商品或接受服务的投诉，可以不予受理，但对举报反映的违法线索需进行调查核实。

职业打假人的投诉举报的模式相对固定，首先先是在网络平台或者线下实体店发现问题商品，自行与商家沟通索赔，索赔不成功，便向市场监管部门进行投诉举报，投诉举报内容包括问题商品的问题点、要求市场监管部门对商家进行处理，并责令商家按照按照一赔十（不足一千陪一千）或一赔三（不足五百陪五百）进行赔偿，线索反映属实，市场监管部门查处后，对其进行奖励，对后续处理结果，书面告知（有得要求告知处罚决定书的内容），因12315平台规定必须提供相关个人信息，且平台会记录投诉举报的次数，所以职业打假人往往通过12345、信访平台等其他平台进行匿名投诉举报，就如何回复12345平台的转办件，结合工作实际，有以下几点看法

## 一、如何应对职业打假

1、接到职业打假人的投诉举报后，不应先入为主的认为是职业打假，而对其作出不予受理的决定，应该就举报的线索进行查实，同时形成痕迹资料。在按照12345回复模板进行回复时，只需要将调查核实的主要情况进行介绍，而不是以流水账的形式向投诉举报人进行汇报。调查中，发现投诉举报的线索属实，确需立案的，应该对被投诉人立案调查，立案后，确实需要处罚的，按照一般案件程序进行办理，如果被投诉人的违法情节轻微，可以结合实际，按照《行政处罚法》第三十三条，恩施州市场监管局印发的“四张清单”以及营造包容审慎的执法环境，“首微不罚”的要求，不予处罚。

2、对于职业打假人的索赔诉求，按照《食品安全法》第一百四十八条的规定，可以要求赔偿的依据是消费者购买了不符合食品安全标准的食品受到损害，可以要求赔偿；而要求惩罚性赔偿的依据是生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品，但是职业打假人对于食品、药品的打假大多数是标识标签有问题，食品本身不存在安全问题，不符合索赔的标准。《消费者权益保护法》第五十五条规定的惩罚性赔偿的标准是，经营者提供的商品或服务有欺诈行为，如何认定哪些行为属于“欺诈”，《湖北省消费者保护条例》第十八条对“欺诈”有明确的认定。同时，《食品安全法》和《消费者权益保护法》中规定的惩罚性赔偿是消费者主张的民事权利，并没有要求和赋予市场监管部门责令经营者对消费者进行赔偿的权利。

3、对于职业打假人要求奖励的诉求：《市场监管领域重大违法行为举报奖励暂行办法》第二条已对可以奖励的行为进行了说明即“重大违法行为”，“重大违法行为”是指涉嫌犯罪或者依法被处以责令停产停业、责令关闭、吊销（撤销）许可证件、较大数额罚没。职业打假人一般的投诉举报达不到“重大违法行为”的标准。

4、要求书面告知处理结果：依据《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》第三十一条规定，市场监管部门应告知投诉举报人的内容只有是否立案，对于其他的要求，可以不予受理。

## 二、如何认定职业打假

所谓的职业打假其实并不职业，给他们冠以“职业”二字只是因为他们关注的领域是一般人不会关注的，同时在投诉举报中，会附带一些法律条款，给人一种比较专业的错觉，其实，他们对于法律条款的理解往往比较片面，只解读只对自己有利的条款的一部分。就如何认定是职业打假，1是通过投诉举报人举报的内容，职业打假人往往关注的是普通消费者不会关注的内容如食品营养标签中蛋白质的含量、脂肪含量、某种营业元素的标注情况、执行标准等；2是投诉举报人刻意的行为，如保留选购商品的全过程视频资料、购买的商品超出合理消费需要、不合常理的跨区域购买商品；3是投诉举报人的目的性，明确的提出惩罚性赔偿要求；4是投诉举报的数量，大大超出普通消费者。

在回复12345转办件时，我们可以就以上的依据认定为职业打假的恶意投诉举报，不予受理，但是我们按要求与投诉人取得联系时，不应直接告知其为恶意投诉举报，我们可以电话告知投诉举报人，对他的索赔要求，行政机关职能组织调解，要求其提供地址，向其邮寄送达投诉受理通知书以及投诉调解通知书，通知其在规定的时间到单位所在地参加调解，让投诉举报人明白无利可图后，知难而退。



# 仙桃市研讨交流提纲

近年来，“职业打假人”这个特殊群体频频出现在公众视野，因“职业打假”牵连出的投诉举报、行政复议、行政诉讼层出不穷，导致基层市场监管工作压力骤增，甚至造成基层监管人员“疲于应对”的局面，从而导致行政资源被大量浪费的情况产生，如何依法依规妥善处理这一“特殊群体”的索赔诉求成了当前基层消费维权工作的重点之一，以下就如何妥善解决“职业打假”问题浅谈一下个人观点，不足之处望批评指正。

一、“职业打假”有哪些特征：首先，“职业打假”是指以知假买假为手段，以获取利益为目的的一种行为。“职业打假人”是伴随着惩罚性赔偿制度而产生的一个群体,它并不是一个专门的法律术语，目前也没有对此有一个统一的定义，通常是指以打假作为工作、以打假收入作为主要生活来源的人。他们有着明显的三个要素，分别是以营利为目的、知假买假、重复性购买。他们往往为了获得高额的惩罚性赔偿，故意大量购买有缺陷的商品，更有甚者故意制造“假”商品“碰瓷”式索赔，其行为已严重扰乱正常的市场秩序。

二、基层市场监管人员如何应对“职业打假”？当前“职业打假人”主要靠通过投诉和举报实现索赔诉求，他们通常采用包括：全国12315平台、12345平台、邮寄投诉举报信、电话投诉举报等渠道进行投诉举报索要赔偿。作为基层市场监管人，在处理疑似“职业打假”的投诉举报时，首先要做到沉着冷静。所谓“敌军围困万千重，我自岿然不动”，一个沉着冷静的状态不仅有助于我们顺利开展工作，更有利于掌握工作主动权。其次我们要熟悉掌握投诉举报处理流程，针对投诉和举报分别采取不同的处理措施，如涉及市场主体违法线索应当按举报流程处理等。同时我们要做好工作留痕，与投诉举报人的通话录音、对涉诉主体下达的各类执法文书、调解文书等工作资料应当及时整理归档，唯有如此，才能在面对“职业打假人”发起的行政复议和行政诉讼中占据主动，做到有理有据、程序合法。最后，我们还应当认真钻研市场监管有关法律法规，把每一次处理投诉举报、行政复议、行政诉讼当做一次锻炼，事后不断复盘总结，提升工作水平。

三、遏制不当索赔应当从根源发力。有关法律法规所规定的惩罚性赔偿制度本意是为维护消费者合法权益，之所以出现各类“职业打假”，根源还是在于当前消费大环境仍有很大的提升空间。在广大的农村、乡镇地区，销售过期食品、生产标签瑕疵产品的经营行为时有发生，这在某种程度上给了“职业打假人”群体生存扩增的土壤，以仙桃地区为例，市场监管部门接到的过期食品、产品标签瑕疵类的投诉举报大部分都集中在乡镇，出于维护消费者权益和规范市场环境的角度，我们更应该利用自身知识帮助相关市场主体提升产品质量和服务质量，从根源发力解决好“职业打假”现象。







# 潜江市市场监督管理局交流汇报材料

□ 潜江市12315指挥中心 王主军

**一、基本情况：**

潜江市12315指挥中心是2019年市场监管部门机构改革之时成立的，2022年按照市局科室整合方案现合并到消保科。12315指挥中心现有工作人员4名，其中专职接线员2名，共设3个座席。根据《国务院办公厅关于进一步优化地方政务服务便民热线的指导意见》要求，12315座席已迁移至12345市长热线办公区域集中办公。

潜江市12315指挥中心是12315投诉举报的处理机构，主要负责全市12315行政执法体系建设；管理全系统国家12315平台的日常工作；负责各种方式的消费者投诉、举报、咨询的接收、分送、督办、回访以及数据汇总分析、管理使用工作；指导、考核承办机构“一案一档”建设；指导、督办全市系统“诉转案”工作；发展ODR企业，健全完善全市ODR企业机制及处理上级领导交办的重大群体性诉求、信访件。

近年来，12315指挥中心牢牢守住12315这条热线，以忠诚和担当践行“12315一号对外听民声”的初心和承诺。2020年3月，被潜江市妇联授予潜江市“巾帼文明岗”荣誉称号；2022年5月，被潜江市团市委授予潜江市“青年文明号”荣誉称号。今年元月至今，12315指挥中心接收消费者诉求（含咨询、投诉、举报）5226件,为消费者挽回直接经济损失33.12万元。

**二、主要工作做法是：**

1、树目标导向，提升队伍能力建设。12315指挥中心是我局投诉举报窗口，市局党组高度重视指挥中心硬件软件配置，不仅在办公环境上优先改造维修，也在选人用人上予以倾斜，打造12315优质服务窗口。2019年12月，市局报请市政府同意，以“以钱养事”形式招聘了专职接线员。通过引入90后高素质新鲜“血液”，指挥中心以老带新、实战促学，新招人员迅速进入角色，为新时期消费维权工作扎实开展提供了强有力的队伍保障。

2、树效果导向，促工作能力再提高。针对机构改革后市场监管业务量大类杂、点多面广的特点，12315指挥中心通过集中学、讨论学，收集梳理了不属于市场监管部门的职责事项，旨在帮助工作人员尽快适应岗位新要求，熟悉业务知识，增强接线能力，用心用力用情服务广大消费者。强化数字赋能，深入挖掘、充分运用12315信息化平台数据，建立健全“一月一回访”“一月一分析”“一季一通报”的“三个一”工作机制，开创了一条依托信息化建设全面提升工作水平的新路。

3、树质量导向，促责任担当再压实。先后制定了《12315工作规范》《12315首问责任制度》等多项工作制度，形成了“多线合一、统一转办、跟踪问效、及时反馈”的工作模式，确保各类投诉举报信息受理有渠道、转办有目标、办结有时限、协调有保障、结果有考核。“五线合一”以来，12315接收咨询、投诉和举报大幅上升，办结率达100%。在2021年省局12315指挥中心《全省12315效能评估评价工作通报》中，我局维权效能居全省前列，其中投诉按时初查率、投诉按时办结率和举报按时核查率均为100%，受到省局高度肯定。今年1至6月的效能评价工作统计中我局的投诉按时初查率、投诉按时办结率和举报按时核查率也达到了100%,调解成功率达68.72%，高于全国平均水平。

4、树文明导向，促维权服务再提升。严格要求接线员接诉文明用语，做到语言文明，态度友善，礼貌亲切对待消费者的诉求。指挥中心领导带头值守平台，解答消费者问题。指挥中心对分送至各承办单位的诉求，进行跟踪回访。对消费者要求出现场的，城区街道30分钟内到达；乡镇和偏远地区60分钟内到达。对于不属于我

局职责范围的事项，依法不予受理的，耐心做好宣传解释工作，并积极引导消费者向其他部门主张权利。同时，指挥中心还积极发展全市83家消费维权服务站和50家ODR企业的作用，消费纠纷不出店，就近化解消费争议。今年元月以来消费者通过ODR在线和解平台共投诉54件，其中消费者转ODR企业自行和解37件，已全部办结。

**三、存在的问题：**

1、12315与12345集中办公后，两个平台还没有实现技术上的无缝对接，数据不能及时转换，导致处理诉求低效。我们潜江市目前在工作时间接听消费者来电时工作人员采取两种方式：一是潜江市境内电话通过12345平台接听，询问详细信息录入12345平台，然后再将信息录入全国12315平台分转；二是潜江市境外电话通过12315平台接听，直接录入全国12315平台分转。非工作时间全部呼转至12345。**希望省局加强与省政务办积极对接，尽快在技术层面上将12315与12345实现数据适时转换对接，共享数据信息等，确保消费者诉求第一时间解决，更好地保障消费者地合法权益。**

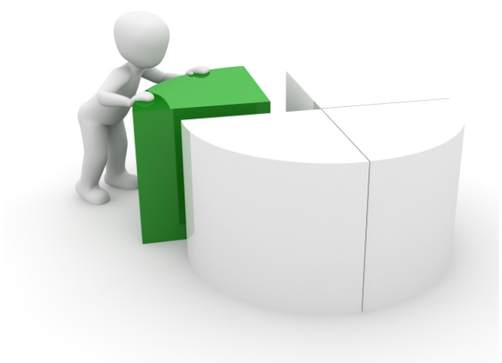
2、职业索赔人的诉求日渐增多，严重浪费行政资源，导致普通消费者的诉求处理时间变少。应统一对职业索赔人实名投诉和举报办件进行规范，**同时，将职业索赔人对本地企业在商品包装和宣传上的错误和不严谨等轻微违法行为一一列举，告知辖区单位，指导企业改正错误，为基层减负。**

需要省局出台指导性意见，多组织基层维权人员参加业务知识培训。

3、全市建立了83家消费维权工作站，并于2019年就制作了全市统一的标识牌，有全省统一的“放心消费创建”LOGO标识。标识牌不仅公布了辖区所维权人员、经营者工作人员的姓名、手机号码、照片等基本信息，还在全省系统实现了两项创新。一是首创“扫一扫，维权制度全知晓”的标识牌式样，通过二维码扫描将原工商、消委关于和解及调解工作制度的近二十个标识牌，替换为市场监管部门、消委的一个标识牌，为市场主体上墙公示提供了便利；二是首创将潜江市市场监管投诉举报热线0728-12315与潜江市消费者委员会投诉电话0728-6666315公布于二维码内，将市场监管部门的维权站与消委的维权站合二为一，提升了维权效能，降低了企业负担。**现由于全国12315平台上没有这个消费维权站这个模块了，目前这83家维权站在平台上根本没运用，省局可否考虑将这模块加上去？**

4、目前全市按照“四有一健全”的标准共发展了50家ODR企业平台。即有相对固定的解决消费纠纷场所，有专职或兼职工作人员，有可接入互联网的计算机，有接听投诉的专用电话，企业受理和处理消费投诉的工作机制要健全。**我们通过平时处理ODR在线投诉事件时发现如果投诉人在全国12315平台通过自录投诉自动选择转到ODR企业在线和解，辖区监管所则看不到此条投诉记录，因而无法查看其办理情况，可能会导致超期办理的情况，如何解决此问题。**

5、机构改革后，部门整合的职责涉及面广，特别是人员调整后，大多数从事维权岗位的人员和新招聘的接线员从未接触过此项工作，涉及到各方面的法律法规、业务知识、处理能力有待进一步提升。消费者投诉问题后，部门间存在职责分工不明、业务交叉难分解的问题。如快递、医美、银行、保险、网贷、房屋质量、车辆维修、噪音污染、城市管理、停水停电等等，常常以这类投诉属于消费纠纷为由，转给市场监管部门。法律规定的交叉，引起部门之间的推诿，影响了工作效率。**省局能否建立“权威准确、标准统一、实时更新、共建共享”的政务服务便民热线知识库，为一线人员及时受理消费诉求提供政策支撑。**







# 神农架林区阳日市场监督管理所
# 消费者维权心得体会

消费者维权涉及到市场监管的方方面面，一个好的市场环境是提振消费者消费信心，激发该地区经济发展的重要动力。

2023年1月10日，阳日市场监管所接到来自12345工单投诉。具体内容如下：“昨天在阳日加油站加的油，油上面有一层蜡一样的物质，到目前为止，已经有十辆车因昨天在阳日加油站加油后，出现故障，去找加油站，加油站说已经把油拉到宜昌检测去了，要求维权。”

接到通知后，阳日市场监督管理所立即与投诉人取得联系，因使用本批次柴油人数较多，执法人员到达现场时已有十余名司机将矿车停在加油站周围，严重影响了交通，通过执法人员现场调解要求留下司机代表与加油站负责人沟通，其余车辆及司机及时将矿车开走，避免了一次群体性事件发生。

我所执法人员对阳日加油站进行实地核查后发现：1.该加油站连夜抽取投诉中统一批次柴油到宜昌进行检验后，结果显示为合格；2.从同一批柴油中抽取出来的柴油表层确实浮起一层类似猪油状白色膏体，但加入汽油抗凝剂后，该情况明显好转，白色膏状物体慢慢溶解；3.经与加油站负责人沟通后了解，该柴油符合质量标准，但因神农架林区早上气温较低，一般当温度低于0度时，就会有白色膏状凝固。

执法人员现场与当事人、加油站负责人进行协调沟通，该当事人要求阳日加油站：1.更换油箱内剩余柴油；2.更换车内机油滤芯；3.赔偿误工费。加油站负责人表示同意，后续将把本次柴油调换到其他温度较高的地区使用，同时在今后将及时提醒加油司机购买降凝剂。

在生活中，我们既是市场环境的监管者，又是一个平凡的消费者。由于小额消费可能涉及到社会生活的方方面面，如何妥善的解决纠纷，化解矛盾，不仅是个别消费者的利益保护问题，更是关系到消费者切身利益的一个社会问题。经营者只有关注和尊重消费者权益才能实现经济利益的最大化，树立消费者权益至上理念，说起来容易，但要落实到行动上却并非易事。

作为消费者，要主动参与,依法维权。积极谏言献策,坚决抵制假冒伪劣商品,发挥消费者在消费环境治理中的积极作用树立法律意识,学法,知法,守法,用法。以消费督促，让诚信经营理念贯穿在市场交易的全过程,推动服务水平提升,消费环境改善。

作为经营者，在依法经营、诚信经营的原则上，要更加主动扛起经营责任，主动化解矛盾纠纷，进一步畅通消费者的问题反馈渠道，及时与消费者和消费者组织沟通，积极有效的推出合理解决措施，时刻从消费者本位思考和处理问题，惟有如此才能在市场竞争的大潮中立于不败之地。

作为监管部门，一是要时刻树立一心为民的服务思想，畅通消费者投诉举报的受理渠道，认真做好消费者咨询、投诉和举报的受理、办理、反馈工作，做到事事有回音，件件有着落；二是要时刻保持谦虚谨慎的学习态度，要强化消费者权益保护工作技能培训、交流办案知识、经验，提升维权队伍素质和能力，才能及时化解矛盾风险，维护和谐稳定的市场环境，提升消费者维权信心，激发市场经济活力；三是要将宣传普法贯穿到执法检查的全过程中，放大维权效果，加大消费宣传教育力度，广泛深入宣传推广消费环境建设工作，提升消费维权理念，引导消费者树立正确的消费观；在重要节点、时段集中开展消费宣传和教育活动，进一步落实经营者主体责任。

阳日市场监督管理所

2023年7月18日



CASE
ANALYSIS
案例分析


1.武汉市江夏区市场监督管理局典型案例分析
2.跨越六千里的调解 —— 十堰市郧阳区
3.十堰市襄城区鲜活易腐食用农产品
消费矛盾纠纷的办理
4.宜昌市高新区反斗乐园预付卡消费纠纷案例
5.从市场监管实务角度
看“毛老太粉蒸肉”及其类案
6.理法并用 化解消费矛盾






01/案例分析

# 武汉市江夏区市场监督管理局典型案例分析

**案例一：周某某诉江夏区市场监督管理局要求针对其举报过期食品案件重新作出行政行为。**

2022年9月30日11:15，江夏区市场监督管理局执法人员对当事人进行现场检查。经查，现场未发现超过保质期食品，当事人为食品销售经营主体，所进购商品流通频率较高，自今年7月至被检查之日，所投诉商品至少于7月3日、7月18日、7月30日及9月3日进货四批次共计120袋（30袋/件/批次），所购进产品生产日期均为购进之日前1个月内，执法人员在当事人现场所发现的生产日期为8月17日的产品为当事人9月3日购进。

经现场实际测量放置该产品的货架，货架尺寸为：高120cm，纵深39cm，长101cm，根据该货架的客观实际情况，当事人在清理货架过程中完全不存在视觉死角及盲区，申请人能第一时间在此货架最前面显著位置径直拿到流通频率极高的超过保质期的食品不具有合理性。同时，经审查申请人提供的通过手机屏幕录制功能拍摄的视频证据，该视频界面在00:02分时有微信聊天信息内容“买了能立马联系吗”；01:17分时有微信聊天信息内容“还是要有时间间隔”；01:29分时有微信聊天信息内容“会把我送进去么”；01:24分，申请人在毫无征兆的情况下突然将手机摄像头从他处直接定位至被投诉食品，反复突出显示生产日期2022年5月27日后取走；02:20，申请人到店内冷藏设备处取走农夫山泉纯净水一瓶，未查看任何产品信息。申请人在同一经营场所同一时间段内购买不同食品的明显差异化表现，充分说明申请人的购买过程具有明显的针对性和预知性。

综合判断该视频证据形成的原因、发现所举报产品的客观环境，其作为电子数据证据的客观真实性、关联性及申请人所举报产品的来源存疑，不具有直接认定当事人存在销售超过保质期食品违法行为的证据能力，不能作为定案的依据，经审查不予采纳。

我局针对该投诉案件及举报内容所作出的具体行政行为事实清楚、证据充分、程序合法，不符合《中华人民共和国行政复议法》第二十八条第一款第三项重新作出具体行政行为的规定。

《最高人民法院关于行政诉讼证据若干问题的规定》

第五十六条 法庭应当根据案件的具体情况，从以下方面审查证据的真实性：（一）证据形成的原因；（二）发现证据时的客观环境；（三）证据是否为原件、原物，复制件、复制品与原件、原物是否相符；（四）提供证据的人或者证人与当事人是否具有利害关系；（五）影响证据真实性的其他因素。

第五十七条下列证据材料不能作为定案依据：（一）严重违反法定程序收集的证据材料；（二）以偷拍、偷录、窃听等手段获取侵害他人合法权益的证据材料；（三）以利诱、欺诈、胁迫、暴力等不正当手段获取的证据材料；（四）当事人无正当事由超出举证期限提供的证据材料；（五）在中华人民共和国领域以外或者在中华人民共和国香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区形成的未办理法定证明手续的证据材料；（六）当事人无正当理由拒不提供原件、原物，又无其他证据印证，且对方当事人不予认可的证据的复制件或者复制品；（七）被当事人或者他人进行技术处理而无法辨明真伪的证据材料；（八）不能正确表达意志的证人提供的证言；（九）不具备合法性和真实性的其他证据材料。

第六十三条证明同一事实的数个证据，其证明效力一般可以按照下列情形分别认定：（一）国家机关以及其他职能部门依职权制作的公文文书优于其他书证；




（二）鉴定结论、现场笔录、勘验笔录、档案材料以及经过公证或者登记的书证优于其他书证、视听资料和证人证言；（三）原件、原物优于复制件、复制品；（四）法定鉴定部门的鉴定结论优于其他鉴定部门的鉴定结论；（五）法庭主持勘验所制作的勘验笔录优于其他部门主持勘验所制作的勘验笔录；（六）原始证据优于传来证据；（七）其他证人证言优于与当事人有亲属关系或者其他密切关系的证人提供的对该当事人有利的证言；（八）出庭作证的证人证言优于未出庭作证的证人证言；（九）数个种类不同、内容一致的证据优于一个孤立的证据。

（3）申请国家赔偿。表现形式为要求行政机关赔偿其因提起复议、诉讼所支出的误工费、住宿费及路费等其他费用。

我局做出的行政行为未侵犯申请人的人身权、财产权，其损害赔偿不符合《中华人民共和国国家赔偿法》第三条、第四条的规定，其因此支出的相关费用属于《中华人民共和国国家赔偿法》第五条第二项个人行为所致，不属于行政赔偿范围，应由自身承担。

**案例二：武汉丽佰家装饰设计有限公司在装修中使用与约定不相符的装修材料案**

1、案情简介：2021年9月4日，江夏区市场监督管理局大桥所接到包先生举报，称当事人在履行装修合同中使用与合同约定不相符的装修材料，要求监管部门查处并依法赔偿损失。经查，2021年8月3日，当事人双方签订了《订货合同》，工程总价25480元，约定装修使用板材“兔宝宝实木多层拉美灰橡”制作柜体。9月1日，举报人在装修现场发现实际装修中所用板材为“莫干山”板材，与合同约定不符。当事人的行为涉嫌违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》第十三条第（一）项“从事服务业的经营者不得有下列行为：（一）从事为消费者提供修理、加工、安装、装饰装修等服务的经营者……使用与约定不相符的零部件或材料……”之规定，9月23日，报经区局批准立案调查。

2、处理结果：经调查证实，双方合同价款25480元，实际板材成本15971元，设计费用1274元（合同额5%），安装成本2400元（80元/平方米，共计30平方米），运费700元，中介提成1100元，成本合计21445元，利润4035元。

2021年9月13日，办案人员组织当事人双方调解，经现场调解当事人退还装修合同费用并赔偿举报人9000元，共计34480元。当事人积极配合案件调查，如实陈述违法事实并主动提供证据材料，已将所使用不符合约定的装修材料撤出现场并恢复原状，并积极赔偿消费者损失，主动减轻违法行为造成的危害后果，2021年12月16日，依据《侵害消费者权益行为处罚办法》第十五条之规定，我局对当事人作出罚款4035元的行政处罚。

3、案件启示：该案装修地位于洪山区，案发现场调查取证困难，在办理过程中，举报人提供了案件所需关键证据，即现场使用的“莫干山”品牌装修板材。因此，在举报案件中，接到举报线索后要第一时间指导举报人有效保存并及时提供被举报人违法证据。在行政处罚案件办理中，要尽可能兼顾行政处罚与行政调解，发挥行政部门定分止争的调解功能，最大程度节省司法资源，可以将当事人与举报人的和解结果作为行政处罚案件的裁量情形予以考虑。

**案例三：武汉任意领域体育发展有限公司江夏分公司隐瞒所提供服务重大利害关系信息误导消费者案**

1、案情简介：2022年11月9日，江夏区市场监督管理局大桥所收到消费者投诉，称2022年9月25日在当事人处办理398元健身双月卡，当事人未告知其开卡时间、退卡违约责任承担等与消费者有重大利害关系的约定，导致投诉人在不知情的情况下致使所办理健身卡已自动开卡35天，严重损害了投诉人合法权益，要求监管部门查处。在案件调查中，另有消费者投诉称2022年12月13日在当事人处办理了为期30日的健身私教卡，约定该卡使用时间为2023年春节期间1个月（不间断）。受疫情影响，当事人于2022年12月17日至2023年1月30日暂停营业而无法在约定期限内履行该合同，投诉人分别于2022年12月16日、12月27日、2023年1月31日分别向当事人提出退款要求未果，当事人的上述行为涉嫌违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》第六条第八项、第十条之规定，11月14日，报经区局批准立案调查。

2、处理结果：经调查证实，当事人隐瞒所提供服务与消费者有重大利害关系信息误导消费者的违法行为合同金额2546元，故意拖延消费者提出的合理退款要求的违法行为合同金额6400元，以上两项违法行为违法所得共计8946元。2023年3月10日，经办案人员调解及对当事人进行普法宣传，当事人已将上述违法所得全数退还投诉人。

当事人在提供服务过程中故意隐瞒所销售健身卡不能转卡退卡等与消费者有重大利害关系的信息，此行为属于《侵害消费者权益行为处罚办法》第十六条第二款规定的消费欺诈行为，当事人还以此隐瞒信息为依据拒绝消费者退卡退费申请，产生了恶劣的影响。最高人民法院《关于依法妥善审理涉新冠肺炎疫情民事案件若干问题的指导意见（二）》中关于合同案件的审理第一条第二款“疫情或者疫情防控措施导致出卖人不能按照约定的期限完成订单或者交付货物，继续履行不能实现买受人的合同目的，买受人请求解除合同，返还已经支付的预付款或者定金的，人民法院应予支持”明确指出，受疫情影响出卖人无法按照约定期限履行合同的，出卖人应返还买受人已支付的预付款，因此当事人虽因疫情影响无法按时履行服务合同也应按照买受人的要求返还预付款。

综合考虑当事人违法行为的事实、性质、情节及影响，上述违法行为不符合从轻、减轻或者从重行政处罚的情形，应当在一般处罚范围内处罚。2023年3月27日，依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条第一款之规定，对当事人作出警告、罚款44730元的行政处罚。

02/案例分析

# 武汉经开区案例分析

**【受理案情】**

2022年2月18日，举报人杨先生发现纱帽街艾之福艾灸馆经营者臧丽涉嫌虚假宣传行为，遂于2月1日向武汉经济技术开发区市场监督管理局举报。

**【办理结果】**

我局纱帽市场监督管理所受理杨先生举报后，立即派出执法人员对臧丽经营的汉南区纱帽街艾之福艾灸馆以及汉南区纱帽街艾在德多艾灸店进行检查，经我局执法人员现场调查发现商家销售的松花粉片、栓清酶、羊奶粉、人参肽、阿胶，等产品外包装上无保健食品标识，且生产厂家无法出示国产保健品注册证书，无法证明所售产品为保健食品，广告牌以及工作人员的宣传涉嫌虚假夸大宣传食品功效。我局执法人员现场取证拍照店内情况、宣传广告图片、所售产品外包装照片。2月21日本局予以立案，本局决定责令当事人改正违法行为，并作如下行政处罚：罚款人民币50000元。

**【案情分析】**

当事人违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条“经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者”。 的规定，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条 “经营者违反本法第八条规定对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传，或者通过组织虚假交易等方式帮助其他经者进行虚假或者引人误解的商业宣传的，由监督检查部门责令停止违法行为，处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照”的规定进行处罚。







03/案例分析

# 跨越六千里的调解

十堰市郧阳区

2022年9月,郧阳区市场监督管理局接到一个远在北京隔离管控区的吴女士打来的电话。吴女士在电话里非常焦急，声泪俱下的控诉自己在郧阳区居然之家购买的定制家具，按约定时间送到自己在郧阳区家里的不是自己定制的家具，与老板联系，老板声称已经不做家具生意了，在云南打工，自己不知道怎么办才好，只好向郧阳区市场监督管理局投诉。

郧阳区市场监督管理局接投诉后非常重视，指定城关市场监管所精兵强将介入调查。经过周密细致的调查，双方于2021年8月6日签订合同，吴女士现场支付15500元货款，被投诉人王学明应当在2021年12月1日前将吴女士定制的总价值20500元的定制家具为吴女士送货上门。到了约定时间，王学明将一套定制家具送货上门，但是与吴女士定制家具相差巨大。2022年5月，王学明因经营不善撤离居然之家。双方由此产生纠纷，久拖不决。

根据调查情况，郧阳区市场监督管理局认为：根据《中华人民共和国消费者权益保护法》，第九条、第十条之规定，消费者享有自主选择商品或者服务的权利，消费者也享有公平交易的权利。王学明与吴女士签订合同却不按合同履行，侵犯了吴女士作为消费者应当享有的权利。然而在处理的过程中，市场监督管理局执法人员遇到的实际情况是，投诉人在北京被隔离管控，被投诉人在云南建筑工地也被隔离管控。久拖不决，影响的是人民群众对市场监督管理局公信力的信任。执法人员抱着功成不必在我，功成必定有我的心态，积极查阅相关法律法规，联系双方解决问题。

2022年11月15日，在执法人员的建议下，双方各自委托代理人，在城关市场监管所12315大厅组织了一场隔空调解，最终双方达成一致，被投诉人王学明为投诉人吴女士更换合同约定的定制家具，并赔偿吴女士4000元，吴女士使用微信为王学明转账1000元合同尾款。

至此，一场跨越6000里，投诉人和被投诉人分别处在祖国南北两端的调解落下帷幕，消费者的权益的到了保障。



## 04/案例分析

# 十堰市房县局消费维权案例

**案例一、全屋定制订金纠纷案**

**【简要案情】** 2023年3月3日，我局接到消费者郑先生投诉，称“2022年11月在房县好宜家生活广场一楼金牌橱柜交了一万元意向金，商家一直不给报价出效果图。请予以核实为准，帮助解决问题”。

**【调查情况及处理结果】**经调查核实，2022年11月19日，房县某公司在年终促销活动时，投诉人郑先生交1万元全屋定制定金，后因房屋装修设计方案沟通不畅，产生纠纷，要求退款。经执法人员组织双方进行调解，该装修公司退还郑先生订金9000元，投诉人郑先生支付该公司设计费1000元，双方达成和解。

**【分析点评】**交付订金需谨慎，签订合同是责任，冒然决定起纠纷，看好选好再决定。

**案例二、婚介所不按合同履约案**

**【简要案情】**2023年 5月26日，我局接到消费者蹇先生投诉“2021年11月28日在房县某婚恋中心交了3000元介绍费，该婚恋中心没有按照约定给蹇先生介绍婚恋对象，请求退款”。

**【调查情况及处理结果】**经调查核实，消费者蹇先生反映属实，执法人员向婚恋中心宣讲了相关法律法规，现场进行帮教，经调解，该婚恋中心将3000元中介费退还给蹇先生，双方对执法人员表示感谢。

**【分析点评】**商家经营要诚信，树立形象是根本，合同约定要遵循，公平交易少纠纷。





## 05/案例分析

# 十堰市襄城区鲜活易腐食用农产品消费矛盾纠纷的办理

（檀溪所供稿）

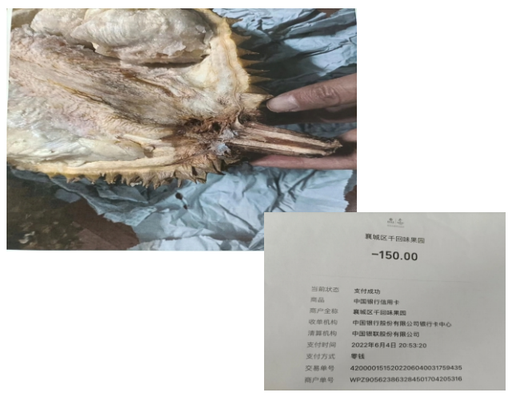
**一、投诉案件基本情况**

投诉案例: 2022年6月6日，通过12345接消费者陈女士求助“前天晚上我在襄城区宝通路百回味果园花了150多元买了一个榴莲,外表是好的,今天打开发现里面坏了,商家不给退也不给换,我希望给我退或者换。”

**二、案件办理流程**

（一）分析。经初步研判，投诉人因生活消费购买水果对其产品质量不满发生矛盾纠纷。根据职责分工，区市场监管局对流通环节食品（含特殊食品、食用农产品、食品添加剂、食盐）负有监管职责。投诉的问题属于我局职责范围内，依法予以受理。

（二）联系投诉方了解具体情况。经与消费者联系，告知其投诉已依法受理，了解事件时间、地点、购买经过等信息，并提取了购买凭证和变质榴莲的图片，证明了消费矛盾纠纷的存在事实。消费者是6月4号晚上在襄城区千回味果园购买榴莲一个，共150元，6月6日打开后发现里面发黑，不能食用。




（三）对涉诉经营者市场主体资格进行检查。经查，襄城区千回味果园位于襄轴一路，依法持营业执照从事经营活动，经营范围中含有“水果、预包装食品销售”。

（四）向经营者了解销售情况。 襄城区千回味果园承认此交易行为的发生。经营者马红昆表示：2022年6月4日晚9点中左右，投诉人来店购买榴莲。当时店内没有成熟的榴莲，只有部分刚进货还没有放熟的榴莲。当时就告知了消费者，说此批水果还未成熟，暂时不卖，让消费者等几天再来买。但消费者非要买，并和店家表示我买回去后不管是好是坏都不回来找你。最终经营者还是将未熟的榴莲卖给了消费者。以上销售过程消费者也认可。

（五）了解双方分歧。基本情况调查后，工作人员先将交易情况经双方认可后，分别听取双方意见，争议焦点以及处理的意见。

店家认为：(1)销售水果时明确告知消费者没有成熟，消费者知晓；（2）消费者明确表不论水果的好与坏都不找店家退换；（3）消费者购回已过了2天，其贮存情况不知是否得当，水果是鲜果，每时每刻都在发生变。水果里面变黑不是店家造成的。店家的意见是坚决不予退换。

投诉人认为：（1）商家虽告知了榴莲没熟，也没拒绝销售，交易行为已发生，和商家交易行为成立；（2）口头协议是说不管好坏都不抱退换，但口头协议不能排除商品在一定期限内可以包退换的权利；（3）商家应该履行质量三包义务。消费者的意见是要求退换。

（六）调解。调解人员从以下方面对消费纠纷进行厘清与沟通：（1）商家与消费者构成买卖关系，交易行为真实发生；（2）对榴莲内部发黑事实予以认定。但榴莲属于鲜活易腐农产品，投诉又在2天后，其榴莲内部发黑不能食用的原因无法完全确定是商家的产品质量责任

还是消费者的存放责任；（3）商家在交易行为发生时告知消费者水果的现状，让消费者明明白白消费，对此做法工作人员予以肯定；（4）对消费者错误认为口头协议无效进行了法理解释，并对消费者进行了批评教育，以此来降低消费者维权的预期；（5）对商家销售行为中不能保证产品质量的行为予以批评教育，以此消除商家的抵触情绪；（6）缓和气氛，化解矛盾。提出双方基本能接受的调解意见，促成矛盾纠纷的和解。

最终，在我局工作人员的努力下，双方达成和解协议：商家补偿消费者100元，消费者不再为此事提出任何异议。

**三、案情分析**

本案是比较典型的日常消费产生的不能完全划分责任的矛盾纠纷。在本案例中，消费者购买的鲜活易腐水果，2天后发现有质量问题，是买回家后保存不当还是经营者卖出的时候就存在质量问题无法明确甄别。双方对商品质量出现问题应该都有一定的责任。

消费者辩称口头协议无效，是错误的认识。依据我国现行《民法典》的相关规定，口头约定有法律效力，并应通过收集合同订立过程中和履行过程中的文书、资料、来往函件等证据材料，证明双方合同关系的存在、合同的约定以及履行情况等，从而保护自己的合法权益。虽然当事人双方的口头约定具有法律效力，但是如果其中一方对该口头约定予以否认并不履行相应的义务，那么就需要另一方提供证据来证明该口头约定的存在，否则空口无凭，很难让法律对此约定予以认定。消费者对购买的水果2天后出现的问题，不能排除其因保存不当而产生变质，因此，消费者亦对产品质量的产生负有一定的责任。

经营者对其榴莲产生变质应负有责任。消费者权益保护法在质量保证义务方面对经营者予以了规定，第二十二条：经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限;但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵的除外。在本案中，榴莲明显不是水果的瑕疵，经营者在明知不能保证榴莲正常食用的情况下仍然卖出，虽经明确说明，但不能免除其负有销售商品质量合格的责任。

本案看似简单，但细品后会发现，在调解过程中充满了檀溪所工作人员的工作经验和调解智慧。矛盾双方在自行协商无果后才进行的投诉，实则已经进入“僵局”。双方各持己见，都有道理，互不让步，矛盾僵化。工作人员向双方当事人详细了解具体情况后，先是细化整个消费流程，该肯定的给予表扬；然后理清责任，各打五十大板，充分运用各法律法规给予普法教育，法理解释；最后针对双方当事人对纠纷的不同认识，依据《消法》等相关法律法规，直接明确地提出对纠纷起因和双方责任的看法，同时对勇于承担责任的商家和同意让步的消费者在语言上鼓励表扬，让双方心理上得到安抚，从而达到和解的目的，其做法值得大家借鉴。

**四、相关的法律法规**

鲜活易腐物品是指在一般运输条件下易于死亡或变质腐烂的物品。此类货物在运输和保管过程中采取特别的措施，保持一定湿度、温度等，以保持其鲜活或不变质。我们工作中常见的食用农产品有虾、蟹、鲜鱼、水产品类；肉类；水果、蔬菜类；植物类、菌类；乳制品；冰冻食品等。

《消费者权益保护法》第十六条：“经营者向消费者提供商品或者服务，应当依照本法和其他有关法律、法规的规定履行义务。经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务，但双方的约定不得违背法律、法规的规定。”

第二十三条：“经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限；但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵，且存在该瑕疵不违反法律强制性规定的除外。”

《民法典》第四百六十九条：“当事人订立合同，可以采用书面形式、口头形式或者其他形式。”









06/案例分析

# 宜昌市夷陵区购房宣传与合同有差异 市场监管来调解

**【案情简介】**

2022年8月17日，李女士投诉由宜昌新首钢房地产开发有限公司建设的鸿坤花语墅，称其购买的鸿坤花语墅L32−102后院有一大型配电房与当初选房时的宣传图不一致，要求市场监管部门调查调解。

**【处理过程及结果】**

接到投诉后，工作人员立即赶往鸿坤花语墅进行了调查。李女士所购买的鸿坤花语墅L32−102后院确有一配电房，宣传图册显示配电房在L32−103和L32−104之间，交房时发现配电房位于L32−101和L32−102之间，购房合同中表明配电房在L32栋南侧，与宣传图册完全不符。李女士与开发商协商，开发商只愿意补偿一个车位，原因是另一住房L32−101户主已向法院起诉，经法院协调由开发商补偿一个车位给该户主，因此对于L32−102户主李女士也只补偿一个车位，李女士不同意。了解情况后，我们组织开发商与李女士进行现场调解，根据现场勘查认为配电房遮挡更严重，要求其补偿两个车位。经过现场协商，双方达成一致意见：由开发商补偿李女士一个负一楼车位，一个负二楼车位，车位可选，子母车位和独立车位除外，李女士另补偿开发商1万元。

**【案例评析】**

依据《最高人民法院关于审理商品房买卖合同纠纷案件适用法律若干问题的解释》第三条：商品房的销售广告和宣传资料为要约邀请，但是出卖人就商品房开发规划范围内的房屋及相关设施所作的说明和允诺具体确定，并对商品房买卖合同的订立以及房屋价格的确定有重大影响的，应当视为要约。该说明和允诺即使未载入商品房买卖合同，亦应当视为合同内容，当事人违反的，应当承担违约责任。

07/案例分析

# 宜昌市高新区反斗乐园预付卡消费纠纷案例

宜昌高新区北苑监管所

**一、事件起因**

我局于2022年2月底开始，陆续接到24名消费者反映宜昌高新区乐兜成长体验馆撤场不退费的投诉，涉及退费金额3万余元。我局高度重视，立即成立专班开展调查。

**二、当事人基本情况**

名称：宜昌高新区乐兜成长体验馆；经营者姓名：吴海涛；经营场所：宜昌高新区发展大道13号水悦城409、507号★经营范围(一般经营项目)：亲子活动服务、无奖电子游戏机服务；预包装食品、乳制品、日用百货、玩具、工艺品、塑料制品、文具销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）++。

**三、事件背景**

在乐兜成长体验馆明确准备退场后，水悦城为保障消费者权益，保证儿童娱乐板块的可持续经营，水悦城管理方与反斗乐园撤场事宜开展谈判，主要就经营场地和设备转让给同行接盘进行商讨，直到2022年2月，因反斗乐园只愿拿出15万元解决存量客户导致与接盘方无法合作。眼看距离撤场的时间所剩无几，并且闻讯而来的消费者已经开始要求反斗乐园退款了，但该店以没收到相关通知为由拒绝为消费者退款。

**四、处理过程**

为妥善处理纠纷、维护社会稳定，工作人员第一时间向我局主要负责人汇报。我局迅速成立了调查处理专班，主要负责人亲自坐镇处理反斗乐园的群体投诉，分管领导全程指导跟踪，北苑市场监管所所长具体负责处理投诉。一方面及时联系每一位投诉人，了解消费者情况及诉求,建立消费者投诉台帐。另一方面在第一时间到反斗乐园经营场所开展调查。经营现场醒目位置未张贴撤店公告，收银系统中无法导出准确的存量客户信息。在其收银台左墙上张贴有“深圳市乐的文化有限公司（以下简称总部）管理制度”。反斗乐园分为两个区域:儿童乐园游玩区和星际传奇电玩区。儿童乐园游玩区涉及的人数和金额最大，但电脑里无法调取消费者任何信息,星际传奇电玩区的人数较多，但金额相对较小，虽然可以查看到充卡的人数和部分金额，但数据需要筛查和估计，电脑显示总人数为46639人（含已消费完毕或僵尸户），涉及退费金额约150万元（注：根据购币套餐的平均数计算）。通过与常年不在该店现身的负责人吴海涛电话联系，要求吴海涛到我局来处理投诉，其态度及其恶劣。鉴于现场张贴“深圳市乐的文化有限公司管理制度”，执法人员追问他深圳市乐的文化有限公司与你店是何关系时吴海涛表示：“投诉的事情由水悦城负责处理，公司总部和反斗乐园这个个体户没有任何关系，并声称不是消费者投诉就要给人家退钱，投诉不见得就有道理，不服气可以到法院起诉等。现场的工作人员无法提交有用的材料，按照以往经营户跑路后的处理惯例，做好消费者解释工作，引导消费者通过诉讼解决，最后可能就是赢了官司赔了钱的结果。面对当前的状况，我们采取了以下措施：

第一，抽丝剥茧，找出隐藏在个体户背后的公司老板。我们通过对水悦城管理方调查发现，成立初期，合同签订的对象为“深圳市乐的文化有限公司”，多年的工作业务联系人叫李光富（总部华中区经理）。反斗乐园工作人员反映其营业收入都是通过辖区工商银行的对公账户转入公司总部，人员工资也是由总部发放，而且公司总部会定期到店内检查巡视，调查还发现反斗乐园现场，醒目位置张贴了公司管理制度等。由此执法人员判定个体户背后真正的老板是总部深圳市乐的文化有限公司。在与水悦城商管公司的工作人员沟通过程中反映，听说公司总部这次撤店的主要原因是想整合业务谋求上市。这条不经意间提供的信息，让执法人员如获至宝，找到了处理这期投诉的金钥匙。

第二，因势利导，迫使隐藏在背后的深圳市乐的文化有限公司就范。总部远在深圳，加上疫情期间执法人员无法赶往深圳调查，在调查陷入僵局的情况下，立刻通知反斗乐园的店长和水悦城商管公司，接受我局的书面约谈，将法律依据及违法后果进行了书面告知。约谈书发出后一直得不到任何回应，询问店长也是一问三不知。执法人员通过网络查询深圳市乐的文化有限公司的登记情况，锁定了总部的高管，通过多次电话、微信等方式联系李光富（总部华中区经理）、邵逸忻（总部行政副总），要求总部派人处理投诉，履行经营者法定义务，鉴于总部上市在即，请总部务必处理好群体投诉，否则我局将向公司总部所在地证券监管部门去函建议暂停上市。经过多次较量，公司总部的行政副总邵逸忻开始与我局接触，并表示一定会配合我局处理好投诉事宜。

第三，公平公正，采取有效措施全力维护消费者的合法权益。一是解决退费比例不合理问题。充值时有赠送的金额，但退费时只是简单的扣除赠送的金额再按照正常单次消费的额度扣除次数后所剩余额进行退费，其结果明显不利于消费者，因为当初消费者充值就是因为有赠送才选择充值的，退费的时候完全扣除赠送金额，就显得明显不合理了。我们秉持公平合理的原则，勒令该店按照“未消费次数/可消费次数X本金”的公式予以退费，赢得了消费者的支持。二是解决退费准备金超额问题。3月初，前往该店退费的消费者每天都有上百人之多，退费金额动辄10几万元，导致退费的专用账户经常被限额而无法支付消费者的退款。消费者的情绪激动，现场几度失控，我局执法人员一方面做好现场消费者的安抚工作，另一方面报告我局主要负责人，主要负责人亲自与金融办、工商银行等负责人沟通，同时执法人员全程协助该店，为其账户开通绿色通道，保障了消费者的退费预期。三是解决散币不退的问题。整个系列投诉中，有相当一部分消费者购买了散币或者是充值卡中取出的散币未集中的现象。因为散币的来源很多，有该店免费赠送、网上低价购买等等原因，在退款过程中出现了纠纷。从情理上看，不退散币也确实合情合理，最终经过折中的方式，按照每枚散币5毛钱的原则进行退款。四是处理好工作人员态度差的问题。退费初期，因退费的群众较多，排队时间较长，消费者的情绪很大。该店工作人员每天退费甚至连早中饭都没有时间吃，承受了很大的工作压力，也出现了厌战情绪。通过我们的疏导和分析矛盾纠纷的利弊，消费者理解了工作人员，工作人员也对消费者的心情感同身受。

**五、处理结果**

截止目前，已为4838名消费者共计退费161.74万元。因为总部要实施战略转型，申请撤场注销个体户执照，我局考虑到企业发展，同意了撤场申请，但执照暂不得注销，一直待消费者投诉处理完结后再行注销，后续退费工作仍将继续。

深圳市乐的文化有限公司处理投诉负责人感慨地说:本公司在其他地区按照同样的模式经营,在撤场时仅用了2-3万元就就轻松摆平了消费者的投诉,没想到在宜昌的投诉居然花费了这么多人力和物力,绝没想到高新区市场监管局的维权力度竟如此大。

**六、案件启示**

本案属于众多预付卡纠纷中的一个比较特殊的类型。他的特殊主要体现在以下几个方面：

1、全国连锁形式，财务体制由总部掌控。公司总部将各地的分店采用个体形式注册，既可以在纳税方面充分享受政策，又可以在出现经营不善的时候与总部撇清关系，降低总部的运营风险，规避法律责任。

2、商业综合体内经营。我们以往碰到的预付卡跑路的经营主体大多数都是在写字楼、单体门店或住宅等场所，没有更多的管控和约束。但此类在商业综合体运营的主体更容易被管控。

本案能够顺利达到预期目的，也是基于我局平时的管控以及总部运营的背景，有实力退费的前提。虽然本案获得了群众的一致好评，但此类案件很难复制，不是因为其急于上市的迫切需要，最终的结果也难以预料。



# 宜昌市公安县消费投诉举报中的典型案例

**一是单用途商业预付卡退费问题。**

**案情简介**：2022年7月20日，公安县市场监督管理局12315投诉举报中心接到了57名家长的群体投诉称：公安县托马斯教育培训有限公司6月底通知关门停业，商家承诺会退回学费，但是没有兑现承诺，望公安县市场监督管理局（以下简称公安县市监局）调解维权。

**处理过程及结果**：公安县市监局工作人员通过消费者提供的佐证材料统计，涉及未消费的课程费用14多万元，尔后工作人员找到培训机构负责人进行约谈，公安县托马斯教育培训有限公司负责人说明了关门的原因：疫情反反复复，加上去年的双减政策，课少了很多，慢慢就支撑不下去了。虽然有许多客观原因，但是经营者应遵守相应的法律法规，最后在公安县市监局近5次的协调督办下，该培训机构负责人分三次将总计14万余元的款项退回给了这57名家长。

**工作作为**：我局组织相关人员开展单用途商业预付卡百日专项整治活动，主动向县政府汇报，与商务、公安等部门对接协调，快速制定工作方案和召开动员部署会，机关相关单位、综合治执法大队和17个基层所同时发力，上下联动、密切配合，围绕十类19个方面全面开展整治。全县共摸排市场主体2339户，签订承诺书2042份，下达责令整改通知书4户，摸排发卡经营者297户，其中企业38户、个体259户，已备案的发卡经营者7户，发放宣传单两万余份，使单用途商业预付卡发放行为更加规范、秩序明显好转，切实维护消费者合法权益，营造了整治规范单用途商业预付卡的良好氛围。

**二是房屋销售虚假宣传问题。**

**案情简介**：2023年2月16日，公安县市场监督管理局12315投诉举报中心接到了以谢女士为代表的群体投诉称：荆州佳盈置业有限公司存在虚假宣传、合同欺诈等情况，望公安县市场监督管理局（以下简称公安县市监局）进行调解，开发商解除房屋买卖合同,返还购房款和利息，并赔偿有关损失。

**处理过程及结果**：公安县市监局工作人员通过消费者提供的佐证材料统计，涉及费用40多万元，尔后工作人员找到房地产公司负责人进行约谈，起初荆州佳盈置业有限公司拒绝调解，在我局执法人员多达多次调解之后，双方达成调解协议。五月份诉求人进行回访，诉求人表示对结果比较满意。

**工作作为**：我局开展广告监管重点领域专项整治工作，坚持以人民为中心的发展思想，坚决扛起广告监管职责使命，大力整治人民群众反映强烈、社会关注度高、影响面广的医疗、医疗美容、药品、保健食品以及戎装、投资理财、房地产等重点领域违法广告乱象，依法整治投资理财、房地产领域的虚假、误导性广告宣传，并建立广告重点领域长效监管工作机制，把专项整治各项工作落细落实，坚决维护消费者权益，减少此类诉求发生。

**三是使用不合格计量器具问题。**

**案情简介**：2023年6月20日，公安县市场监督管理局12315投诉举报中心接到市民投诉称:公安县南平陈平水产收购龙虾的称有问题，缺斤少两，望公安县市场监督管理局（以下简称公安县市监局）调解维权。

**处理过程及结果**：接到诉求后，我局立即安排执法人员对当事人的收购经营场所进行了现场检查，并对当事人用于收购水产品的电子称进行了现场检测，用两个25公斤的标准砝码进行检测，检测结果为49.60公斤，我局当场封存了当事人的电子称送公安县计量检定测试服务中心进行检定，并将根据检定结果依法对当事人进行立案查处。

**工作作为**：在重点民生领域开展计量专项检查，不仅检查收购场所的电子称，还对超市计量器具使用、定量包装商品量等情况、加油站的加油机等计量器具进行检查。同时，我局围绕民生关切，持续开展计量检定上门服务，切实保障广大消费者合法权益，促进经营者落实计量主体责任意识，减少缺斤少两等计量相关诉求。







# 从市场监管实务角度看“毛老太粉蒸肉”及其类案

荆门市屈家岭管理区市场监管局 陈旺

前言：重庆的毛老太以4500元卖出150份粉蒸肉、扣肉熟肉产品，因未标注产品相关信息，被“职业索赔人”邵某以出售“三无产品”为由起诉，法院二审判毛老太退还4500元货款并给予十倍赔偿，共计约5万元。2022年4月20日，经媒体报道后此事引发巨大反响，21日晚成为微博热搜第一。

无独有偶，笔者近期也参与办理了一起类案。2021年底，千里之外的辛某通过抖音了解到刘某销售卤制熟食，在同刘某确认其产品可通过真空包装、邮寄配送后，辛某通过微信向刘某下单了3000余元的猪蹄、酱牛肉等熟食卤味。辛某收到货后，以刘某销售三无食品为由，投诉、举报至我局，要求“退一赔十”，并依法查处刘某的违法行为。

正所谓“外行看热闹，内行看门道”，作为市场监管执法人员，如何合法合规地处理此类案件，既维护市场秩序和当事人合法权益，又防范执法风险，笔者试从实务角度浅谈拙见。

## 一、职业索赔人投诉举报处置应遵照何种程序

“职业索赔人”一般指以索赔为目的购买商品或服务，然后以投诉、举报或诉讼等为手段，利用商家“不愿惹麻烦”、“害怕挨处罚”等心理，向商家索取财物的人员。因这一类人员中既有“真打假”的，也有“假打假”的，广大群众对此褒贬不一。根据此类人员的行为方式，大家习惯上称其为“职业打假人”或“职业索赔人”。不得不说的是，这其中一些恶意的职业索赔人浪费了市场监管部门大量的行政资源，也给履职带来了不小的风险，需要我们科学、谨慎地应对。在实务中，职业索赔人提出的诉求往往既包含投诉，也包含举报，需要执法人员分别进行处理，笔者就从程序的角度对此加以探讨。

**（一）关于处理投诉的程序问题。**市场监管部门处理投诉的程序，通常依照的是《消费者权益保护法》和《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》（以下简称投诉举报暂行办法），这两个规范性文件都要求我们区分“消费者”和“非消费者”，重点其实就是区分投诉人是否“为生活需要”。在实务中，执法人员面对职业索赔人的身份认定，虽然可以凭经验判断出其并非法律意义上的消费者，但想举证证明，却十分困难。因此，有部分地方面对职业索赔人，直接以其不属于消费者为由，对其投诉不予受理，笔者认为是不合适的：一方面容易被认定为行政不作为，另一方面也容易误判，发生“误伤”。笔者认为，在处理职业索赔人的投诉中，执法人员应该根据投诉举报暂行办法第九条、第十二条、第十五条的规定，对管辖权、消费者权益争议事实等作严格审查，及时作出受理与否的决定。

在投诉受理后，市场监管部门应根据投诉举报暂行办法第十八条的规定，采取妥当方式组织调解。这里要说明的是，调解须基于双方的合意，调解的行为及结果对双方不具有强制性。同时，执法人员也不得采用逼迫等方式强行要求双方达成合意。如被投诉人明确拒绝调解，或者双方明确表示无法达成调解协议，执法人员应留存好相关证据（如被投诉人的书面说明等），及时终止调解，并根据投诉举报暂行办法第二十一条的规定，在终止调解决定作出之日起7个工作日内告知双方。

根据《最高人民法院关于适用<中华人民共和国行政诉讼法>的解释》（法释〔2018〕1号）第一条第二款之规定，调解行为不具有可诉性。因此，只要依法依规对投诉妥当处置了，一般情况下便能够极大的降低履职风险。

**（二）关于举报处理的程序问题。**市场监管部门处理举报的程序，一般依照的是《市场监督管理行政处罚程序规定》（以下简称处罚程序规定）和《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》。在接到举报时，执法人员首要根据投诉举报暂行办法第二十五至二十九条的规定确定本单位是否有管辖权，如无管辖权，应当及时告知

举报人直接向有处理权限的市场监管部门提出。这里需要说明的是，告知不等于移送，投诉举报暂行办法第二十九条只设定了市场监管部门的告知义务，并没有设定移送义务。

按照处罚程序规定第十八条的规定，执法人员应该在接到举报材料之日起十五个工作日展开核查，并由单位负责人（负责人不等同于主要负责人，在市场监管部门一般指分管案件的副职）决定是否立案。这里要说明的是，立案与否的决定，需要市场监管部门根据核查情况，综合分析后作出，此决定属于行政机关行政裁量权的范畴，应以查明的事实为依据，而非以举报人的请求及主观认识为依据。根据投诉举报暂行办法第三十一条第二款之规定，举报人实名举报的，执法人员应在作出是否立案的决定之日起五个工作日内告知举报人。

在告知方式上，执法人员应充分考虑日后行政复议或行政诉讼时的举证问题。笔者建议，职业索赔人如来函举报，执法人员应以复函形式书面告知；如通过全国12315平台自行登记的举报，则直接在平台内告知；如通过来电、上级市场监管局交办或者其他市场监管部门移送的，最好也以复函形式书面告知；如通过信访渠道举报的，须结合实际情况妥善处理。在告知的内容上，除了明确告知是否立案外，还应当写明立案或不予立案的理由，一般不需要再另行告知查处结果，但法律、法规、规章规定应当告知查处结果的除外。在告知的送达方式上，能够直接送达的应直接送达，无法直接送达的，邮寄送达，在经举报人同意后，也可以电子送达，具体可参照处罚程序规定第八十二条处理。送达时，执法人员务必妥善留存邮寄单、电子送达凭证等送达回证。

市场监管部门对职业索赔人举报事项的答复，往往未能完全如其所愿，对此，举报人能否提起行政复议和行政诉讼，实践上做法不一，理论上也存在较大的分歧。笔者查阅了大量职业索赔人行政诉讼的判决书，结合部分专家学者的学术论断，综合笔者的应诉经验，得出的结论如下：根据复议法、行政诉讼法及其司法解释有关规定，司法机关一般认为，基于“自益性”举报对答复不服的，应认定具有利害关系，属于行政诉讼受案范围；但基于“公益性”举报不服的，不应认定具有利害关系，不属于当前行政诉讼受案范围。因此，对职业索赔人实际购买后发起的举报，执法人员应慎重答复，避免在复议及诉讼中被动。

## 二、经营卤制熟食及扣碗类熟肉应取得何种许可

在实务中解决这一问题，首先需要理清“销售”及“制售”的区别，其次再来理清“制做并销售”应该取得的许可，本文主要从经营角度加以探讨。

**（一）食品经营中的“销售”及“制售”。**根据《食品经营许可管理办法》（以下简称食品经营许可办法）第十条的规定，食品经营主体业态分为食品销售经营者、餐饮服务经营者、单位食堂。简单点理解，就是目前市场上从事食品经营的，要么是经营食品销售，要么是经营餐饮服务，要么是经营单位食堂，跳不出这“三座大山”。该办法第十条还规定：“食品经营项目分为预包装食品销售（含冷藏冷冻食品、不含冷藏冷冻食品）、散装食品销售（含冷藏冷冻食品、不含冷藏冷冻食品）、特殊食品销售（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品）、其他类食品销售；热食类食品制售、冷食类食品制售、生食类食品制售、糕点类食品制售、自制饮品制售、其他类食品制售等。”，这一法条在“其他类食品销售”和“热食类食品制售”之间使用的标点符号为“；”，根据《立法技术规范》关于标点符号的规定，这个法条就比较好理解了，即如果只取得了“销售”类的许可，如散装食品销售、预包装食品销售，是不能够开展食品加工制作的（即“制售”），否者对于线下经营户就属于超许可范围经营，对于入网经营户则构成无证经营（本文下面会进行详细论述）。

**（二）“制做并销售”卤制熟食及扣碗类熟肉应该取得的许可。**根据《食品生产许可管理办法》（以下简称食品生产许可办法）第五十六条规定，取得食品经营许可的餐饮服务提供者在其餐饮服务场所制作加工食品，不需要取得本办法规定的食品生产许可。食品经营许可办法第五十五条规定，各省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门可以根据本行政区域实际情况，制定有关食品经营许可管理的具体实施办法。以笔者所在的湖北地区为例，《湖北省食品经营许可管理实施办法(试行)》第十五条就明文规定，申请销售散装熟食的，申请人还应当提交与挂钩生产单位的合作协议（合同），提交生产单位的《食品生产许可证》复印件。以上规定进一步印证了笔者关于取得“销售”类的许可不能进行食品“制售”的结论。这里还可以得出另一个结论：如果以“制售”为主的食品经营，如制售卤制熟食、扣碗类熟肉，其经营者要么取得餐饮服务许可，要么取得单位食堂许可。



这里还要对“食品生产加工小作坊许可”特别说明一下。食品生产许可办法第五十八条提出了“食品生产加工小作坊”，并规定各省、自治区、直辖市市场监管部门可以根据情况制定具体实施办法。还是以湖北为例，《湖北省食品生产加工小作坊生产许可管理办法（试行）》第三十三条指出，食品小作坊是指有固定生产经营场所，从业人员较少、生产加工规模小、生产条件和工艺技术简单，从事传统、低风险食品生产加工以及销售活动的个体经营者。在实务中，各个地区基本都是对食品小作坊经营范围实行“负面清单”管理，即只规定不得经营的项目，其他没有明文禁止的项目，可以按照总局发布的食品生产目录开展经营，但是经营项目应该严格按照许可的项目开展。这些规定给小规模的经营户生产加工以及销售有关食品提供了依据。此外，若取得小餐饮经营许可（湖北地区具体分类为“小吃店”）制售此类熟食，同样也是可以的，本文不再赘述。

这样就得出一个结论：除了食品生产许可证外，取得食品经营许可（餐饮服务、食堂）、食品生产加工小作坊许可、小餐饮经营许可均可以制售卤制熟食、扣碗类熟肉等食品。放在“毛老太粉蒸肉”案中，如果当地市场监管部门没有明确禁止“热加工熟肉制品”，毛老太等经营户取得上述许可后制售卤制熟食、扣碗类熟肉等食品并不构成无证经营（能否网络经营的问题下文分析）。

## 三、卤制熟食及扣碗类熟肉是否属于散装食品

食品经营许可办法第五十二条对预包装食品等名词进行了定义。其定义的散装食品，指无预先定量包装，需称重销售的食品，包括无包装和带非定量包装的食品。在湖北地区的地方规定中，散装食品包含散装熟食，专指散装酱卤制品。食品经营许可办法第五十二条定义的冷食类食品，指一般无需再加热，在常温或者低温状态下即可食用的食品，含熟食卤味、生食瓜果蔬菜、腌菜等。国家市场监督管理总局根据《食品生产许可管理办法》制定的食品生产许可分类管理目录中，扣碗类熟肉归类到了“热加工熟肉制品”。

在实际生活中，群众通常会自己卤制食品，而且开一次卤锅往往会卤制相对比较多的食材，制作完成后在冰箱冷冻或冷藏储存，慢慢食用，只要稍加注意，卤制熟食发生腐败变质的风险并不大。但是，扣碗类熟肉群众一般不会大量制作，其中很大程度的原因就是不好保存，腐败变质的风险比较大。

因此，笔者观点，根据部门规章的定义，结合生活常识，卤制熟食归入散装食品或冷食类食品，并无不当；毛老太经营的扣碗类熟肉则应当归入食品经营许可办法第五十二条定义的“热食类食品”（指食品原料经粗加工、切配并经过蒸、煮、烹、煎、炒、烤、炸等烹饪工艺制作，在一定热度状态下食用的即食食品，含火锅和烧烤等烹饪方式加工而成的食品等）或“其他类食品”（指区域性销售食品、民族特色食品、地方特色食品等）中，按现制现售的食品管理。

**四、网络经营或快递寄售此类食品是否应加标签**

在探讨这个问题时，首先来分析通过微信、抖音等平台网络经营或快递寄售此类食品是否合法，其次再看制作加工此类食品应该遵循何种规定，最后再看是否应当添加标签。

**（一）通过微信、抖音等平台网络经营此类食品是否合法。**在当前，微信、抖音等平台并不算严格意义上的网络食品交易第三方平台，在实务中，有部分法官在裁判文书中指出，如仅通过微信、抖音等平台进行宣传，以线下门店销售为主，以线上寄售为辅的，不认为是入网食品经营者，邮寄和现场购买仅仅是配送方式的不同；如以线上销售为主的，则视为入网食品经营者。笔者比较赞同这一观点。对市场监管部门而言，当前不论是取得食品经营许可、食品生产加工小作坊许可、小餐饮经营许可，要开展网络经营，都是需要经过审批或者备案，并在许可证上标注“含网络经营”或者“网络经营”。

《网络食品安全违法行为查处办法》第十六条也明文规定：“入网食品生产经营者应当依法取得许可，入网食品生产者应当按照许可的类别范围销售食品，入网食品经营者应当按照许可的经营项目范围从事食品经营。法律、法规规定不需要取得食品生产经营许可的除外。

取得食品生产许可的食品生产者，通过网络销售其生产的食品，不需要取得食品经营许可。取得食品经营许可的食品经营者通过网络销售其制作加工的食品，不需要取得食品生产许可。”该办法三十八条还规定，入网食品生产者超过许可的类别范围销售食品、入网食品经营者超过许可的经营项目范围从事食品经营的，依照食品安全法第一百二十二条的规定处罚，即按照“未取得许可从事食品生产经营”处理。

因此，得出一个结论：经营者如依法取得了相关许可，通过了网络经营的审批或备案，严格按照许可范围，通过微信、抖音等平台网络经营此类食品是合法的。

**（二）快递寄售此类食品是否合法。**当前，认为快递寄售熟肉制品不合法的观点主要依据的是《食品药品监管总局办公厅关于餐饮服务提供者在网上销售真空形式包装的散装熟食问题的复函》（食药监办食监二函（2017）492号），该复函指出：“《餐饮服务食品安全操作规范》第三十三条明确规定了熟制食品贮存和运输的温度和时间要求，即使在冷藏条件下贮存和运输熟制食品，从烧熟至食用的间隔时间也不得超过24小时。餐饮服务提供者制售熟肉的许可条件和加工制作要求，与食品生产者加工“热加工熟肉制品”的许可条件和生产要求存在很大差异。餐饮服务提供者在网络上异地销售真空形式包装的散装熟食等食品，贮存和运输熟制食品的温度和时间较难符合规定，存在较大的食品安全风险，应予禁止（持有食品生产许可证者除外）。”

笔者在此无意挑战原食药总局复函的权威，只是从法理上讲，此复函在形式上属于业务指导性文件，其效力、位阶低于法律、法规和部门规章，一方面不能直接作为行政执法依据，另一方面，在法律、法规和部门规章并未作出禁止性规定的前提下，此复函明令禁止餐饮服务提供者网络上异地销售真空形式包装的散装熟食等食品是否涉嫌违法？此外，在实务中，大量办理了食品经营许可、小餐饮经营许可的餐饮服务主体和办理了食品加工小作坊许可的主体，在规模、设备、食品制作条件上差别不大，此复函只禁止了餐饮服务提供者，那取得食品加工小作坊许可的主体在网上销售熟食该不该被禁止呢？

笔者认为，在网络经营高度繁荣的今天，网络销售和网络购买熟食已成了群众日常生活中稀松平常的事，我们作为市场监管者，遇到市场新业态、新模式，采取“一禁了之”的做法并不可取。不管是当前包容审慎的监管要求，还是优化营商环境、助力疫后重振的现实要求，都需要我们以更科学的方法开展工作。笔者建议，总局应自行组织或要求地方市场监管部门充分运用当前科技手段，对网络销售的熟食存储运输、菌落及变质等具体风险点进行量化评估，结合评估情况和社会实际，制定分级分类监管方案，指导基层科学监管，规范小微商户经营行为，引导群众理性消费。

**（三）网上销售此类食品是否应当添加标签。**《食品安全法》第六十七条、第六十八条预包装食品和散装食品标签做出了具体规定。对于现场制售的食品，现行的《预包装食品标签通则》（GB7718—2011）在“范围”中规定，“本标准适用于直接提供给消费者的预包装食品标签和非直接提供给消费者的预包装食品标签。本标准不适用于为预包装食品在储藏运输过程中提供保护的食品储运包装标签、散装食品和现制现售食品的标识。”可见，现制现售食品不属于该标准调整范围。

因此，熟食卤味真空包装后作为散装食品在网上销售，应该按照规定在其容器、外包装上标明食品的名称、生产日期或者生产批号、保质期以及生产经营者名称、地址、联系方式等内容。并且，经营户按要求添加标签的成本和操作难度并不大。对于毛老太经营的扣碗类熟肉，因其不易保存，笔者建议，商家在网上销售过程中应充分考虑购买者的空间距离，认真评估食品变质等风险后谨慎销售，销售时的标签可参照散装食品的标签规定执行。

**四、在诉讼阶段如何做好经营户的应诉指导**

考虑到当前优化营商环境的需要，部分地区要求市场监管部门协助商家做好职业索赔人诉讼的应诉指导，本文从管辖法院和应诉准备两个方面加以探讨。

**（一）管辖法院的确立。**商家同职业索赔人之间的纠纷，一般是由买卖行为引起的，即要么是由合同纠纷产生的违约之诉（如违反约定销售不符合食品安全规定的食品），要么是由产品质量产生的侵权之诉（如因产品质量问题受到了侵害）。

对于违约之诉。根据《民事诉讼法》（以下简称民诉法）第二十四条之规定，因合同纠纷提起的诉讼，由被告住所地或者合同履行地人民法院管辖。这其中的“被告住所地”比较好理解，就是商家所在地，但“合同履行地”认定比较复杂。如果是职业索赔人线下现场购买的，根据《最高人民法院关于适用<中华人民共和国民事诉讼法>的解释》（以下简称民诉法解释）第十八条之规定，交易行为地为合同履行地。如果是通过网络购买的（包括微信、抖音），根据民诉法解释第二十条之规定，以信息网络方式订立的买卖合同，通过信息网络交付标的的，以买受人住所地为合同履行地；通过其他方式交付标的的，收货地为合同履行地。合同对履行地有约定的，从其约定。

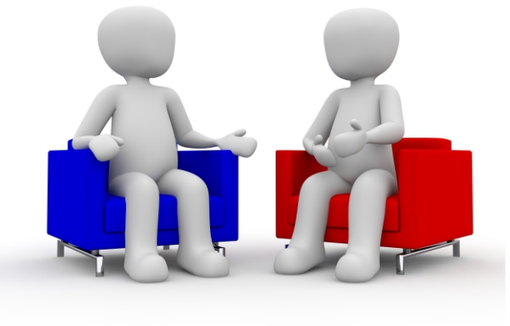
对于侵权之诉。根据民诉法第二十九条之规定，因侵权行为提起的诉讼，由侵权行为地或者被告住所地人民法院管辖。根据民诉法解释第二十六条之规定，因产品、服务质量不合格造成他人财产、人身损害提起的诉讼，产品制造地、产品销售地、服务提供地、侵权行为地和被告住所地人民法院都有管辖权。

因此，通过网络购买的产品，职业索赔人不管是以哪一种诉由起诉，其所在地的法院一般都有管辖权。这对商家来说是非常不利的，仅前去应诉就需要支出较高的成本。这里需要说明一下，有的平台约定了管辖法院的，商家可以依据约定提出管辖权异议，但在实务中还涉及格式条款是否排除权利的认定问题，比较复杂，本文不做讨论。

**（二）应诉准备。**遭遇职业索赔人，商家首先要保持冷静，不管通过任何方式同其沟通，均要做好录音、录像或聊天记录留存。同时，不要轻易同意职业索赔人的无理要求。在日常经营中，商家也应该有保留证据的习惯，如保存生产、经营过程的监控录像、采购凭证，以便特殊情况时能派上用场。在接到法院传票后，商家应积极收集证据、准备答辩材料。证据主要从证明职业索赔人的目的恶意性、自身商品规范性等方面收集，答辩状撰写好后要及时向管辖法院寄送，必要时可以寻求律师等专业人员及当地个私协会的帮助。

结语：研习法律的人一定听过一句法谚：“法律的生命在于经验而不是逻辑。”法律能被人们所遵守，不在于法律条文有多符合逻辑，而在于其符合人们在社会实践中所形成的习俗和文化。我们所处的社会，是个实然的世界，而法律所要规范处理的，却是应然的问题。就拿“毛老太粉蒸肉”案来说，法院“退一赔十”的判决之所以引起轩然大波，法律的规范要求同社会实际之间的偏差就是其中原因之一。

维护市场秩序、优化营商环境、守住安全底线是我们市场监管部门义不容辞的责任，因此，我们既要为消费者的合法权益“撑腰”，也要为市场主体的发展“鼓劲”。作为一名市场监管执法人员，“执法”二字要求我们应该在法律条文规范的框架内去执行法律，但这种执行绝不应该是对条文的生搬硬套，而是秉持监管的“情怀”，即：既要维护法律的尊严，也要讲政治、顾大局，促一方发展、守一方平安，还要注重社会效果和舆论导向。最终，通过各方的共同努力，让法律规范落地生根，使法律的应然同社会的实然趋于统一。



# 实际工作中的典型案例及心得体会

孝感市云梦县市场监管局倒店市场监管所　高刚强

2023年，我所接群众举报称：其在辖区某超市购买蔬菜时消费了20.67元，结账时却支付了20.70元，超市多收取了0.03元，侵犯其合法权益。

接到投诉后，执法人员立即赶到该超市进行核查，通过现场抽查部分蔬菜类商品标签，检查收银系统中的销售明细，发现该超市确实存在“反向抹零”行为。执法人员现场责令商家立即整改，规范电子秤及收银系统精确值，并及时退还多收取消费者的费用。同时，执法人员对该超市的行为依法进行立案查处。

“反向抹零”涉嫌违反《中华人民共和国价格法》第十三条第二款“经营者不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用。”，属于“在标价之外加价出售商品或者提供服务”的价格违法行为。

市场监管部门提醒广大消费者，在付款时要注意应收款与实收款是否一致，消费过程中如遭遇不公正待遇时，建议保留好相关票据及付款凭证，主动拨打12315进行投诉举报，维护合法权益。同时，也提醒广大经营者，“反向抹零”属违法行为，不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未标明的费用。如果存在价格违法行为，经营者要向消费者退还多收取的价款或被没收违法所得，还可能面临监管部门的罚款。如果情节严重的话，会被责令停业整顿或者吊销营业执照。







# 黄冈市黄梅县甄果鲜生水果食品店“反向抹零”消费价格纠纷

案例提供：黄梅县市场监督管理局

**【案情简介】**

2023年4月21日，黄梅县小池镇陈女士在黄梅县甄果鲜生水果食品店购买凤梨水果实际金额32.77元，付款时商家“反向抹零”收取32.8元。投诉人认为自己权利受到侵害，故拨打12315进行投诉。

**【处理过程及结果】**

接到投诉后，黄梅县市场监督管理局小池分局执法人员立即对黄梅县甄果鲜生水果食品店进行检查，检查中商家承认在本店充值卡中会进行四舍五进反向抹零，并立即对投诉人进行赔付，并对店内电脑收费计价方式进行改正。考虑到当事人积极进行赔偿，并进行整改修改电脑计价方式，给予从轻处罚，责令改正，罚款200元。

**【案情评析】**

“反向抹零”属于在标价之外加价出售商品是违反中华人民共和国价格法，反向抹零，指不法商家将零头超过5就往上抹。“抹零”本是减少现金找零的麻烦，“让利于民”的善意行为。但在移动支付日益普及便捷的当下，不法商家利用收款“四舍五入”、“反向抹零”等行为侵犯消费者知情权、选择权与公平交易权的现象时有发生。从该个案角度看，涉及金额虽然微乎其微，但实质是属于《中华人民共和国价格法》第一十三条第二款规定的“在标价之外加价出售商品或者收取未标明费用”的违法行为。在此黄梅县市场监管局提醒广大经营者不要心存侥幸，为分毛小利失信于消费者并且受到处罚。同时，也号召广大群众在遇到“反向抹零”此类行为时，敢于投诉举报维护自身合法权益。



12/案例分析

# 理法并用 化解消费矛盾

黄冈市武穴市市场监督管理局



武穴市市场监督管理局又被市民点赞了。今年6月28日，港口市场监管所接到一起12315平台分流转办的消费投诉，投诉人王某某称在商户处购买的食品存在质量问题，食用后腹泻。接诉后，涉及食品安全、人民群众身体健康，港口所工作人员立即作出反应，电话询问投诉人身体状况，并现场检查商家待售的食品，发现食品未超过保质期，且商家较好的履行了食品查验义务，商家称该食品售出几十份，而且自己也食用过，没有其它消费者反应食品有问题，基本排除食品本身的质量问题。7月5日上午，港口所组织调解，调解中双方发生争执，工作人员耐心倾听，安抚双方情绪，针对争执的食品质量焦点问题进行分析，因天气炎热或受空调冷气影响及肠胃适时反应，均有不可抗力腹泻现象，消费者可能因体质原因对低温食品不耐受而出现腹泻。因投诉人的确食用该食品后出现不适，商家没有尽到告知食用时应注意事项也存在过错，对消费者的身体健康造成了一定的损害，根据《消费者权益保护法》、《食品安全法》相关规定，理应赔偿消费者的损失。经过工作人员几轮细致的思想工作，最终，商家补偿投诉人600元，投诉人王女士很满意，双方签订调解协议书，至此成功化解这起消费纠纷。 7月10日上午，王女士将一面“公正高效 倾心为民”的锦旗送到武穴市市场监督管理局港口工商所，对该所为民维权、认真负责的工作态度表示衷心感谢。





13/案例分析

# 仙桃市长埠口市场监管所消费维权典型案例
# 购买玩具卡片消费纠纷案



**【案情简介】**2022年5月1日，徐先生家里十岁小孩，在无监护人陪同下在仙桃市长埠口一中旁边胖子超市购买850元的卡片，徐先生认为该卡片的价值与实际不符，且十岁小孩无监护人陪同，无选择能力，现超市已还400元，希望商家退还剩余450元，请市场监管部门调处！

**【处理结果】**仙桃市市场监管局长埠口市场监管所工作人员接诉后，于2022年5月18日组织双方进行首次调解，投诉人要求被投诉人道歉，并不再向其小孩售卖该卡片，双方意见不一致，调解未成。2022年5月31日第二次调解中，当事人的的诉求是商家退还剩余450元并道歉，双方意见不一致，调解未成，但双方态度有所缓和，工作人员感觉到调解成功的希望。经过工作人员于2022年6月6日对当事人双方的第三次调解，投诉人要求被投诉人就向未成年小孩售卖大金额卡片的事情道歉，并不再向其小孩售卖该卡片。双方互相理解，被投诉人已道歉，本次调解达成一致协议。

07/案例分析

# 天门市食品标注虚假生产日期案

**【基本案情】**我局12315接到举报电话，王先生称其在拼多多平台上的某零食铺购买了6袋特惠方便面，到货后发现其中一袋方便面标注有2个生产日期，举报人怀疑生产日期人为篡改过，要求市场监管部门查处。

**【处理情况】**我局执法人员到该商家仓库进行现场检查，经查，商家先回收过期方便面，用酒精擦拭原生产日期，打印新的生产日期后在拼多多网络平台上以特惠名义销售。商家的行为违反了《食品安全法》第三十四条第一款第（十）项“禁止生产经营下列食品、食品添加剂、食品相关产品：（十）标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食品、食品添加剂”的规定，依据《食品安全法》第一百二十四条第一款第（五）项的规定，我局责令当事人改正违法行为，并予以行政处罚。







13/案例分析

# 潜江市买房被砸伤，市场监管来维权

**一、案情简介**

2021年 3月 22日，李女士在东立壹品楼盘认筹时，家人被营销中心4米高的门砸到了脚导致骨折。去医院复查，医生称要继续静养。售楼部只赔付了前期几千元的医药费，不愿意承担后续治疗费用，李女士无奈便电话投诉，要求售楼部赔付后续医疗费以及误工费，希望市场监管部门的工作人员可以协助处理。

**二、处理过程及结果**

接到投诉后，我所维权人员立即赶往现场调查了解情况，初始楼盘负责人以不在潜江为由拒绝调解。多次电话联系后，该负责人同意调解，半个多月里该所多次组织双方调解，向该楼盘负责人宣传国家法律法规，对楼盘负责人晓之以理、动之以情，带其去李女士家中看望伤员，李女士与其握手言和，促成被诉双方达成调解协议，李女士最终获得企业36500元的经济赔偿，双方对调解结果均表示满意，并对西城市场监管所维权人员热忱周到的工作态度给与了称赞。

**三、案例评析**

根据《民法典》第1253条规定，建筑物、构筑物或者其他设施及其搁置物、悬挂物发生脱落、坠落造成他人损害，所有人、管理人或者使用人不能证明自己没有过错的，应当承担侵权责任。所有人、管理人或者使用人赔偿后，有其他责任人的，有权向其他责任人追偿。据此可知，不动产及其搁置物、悬挂物发生脱落、坠落的归责原则乃过错推定责任原则，责任主体为所有人、管理人或使用人。本案中，东立壹品营销中心4米高的门属于构筑物，其发生坠落，造成了李女士家人严重的人身损害，责任主体应为该“门”的所有人，即东立壹品，应当对受害人承当侵权责任。

《消保法》第七条第一款规定：“消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利”，第十一条规定：“消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利。”李女士和家人作为消费者，在楼盘认筹时脚被砸骨折，受到了严重的人身损害，享有依法获得赔偿的权利。

按照《消保法》第四十九条规定：“经营者提供商品或者服务，造成消费者或者其他受害人人身伤害的，应当赔偿医疗费、护理费、交通费等为治疗和康复支出的合理费用，以及因误工减少的收入。造成残疾的，还应当赔偿残疾生活辅助具费和残疾赔偿金。造成死亡的，还应当赔偿丧葬费和死亡赔偿金。”东立壹品理应赔偿合理的医疗费和误工费。

《消保法》明确规定，缺陷商品或者服务致人死亡或者健康严重损害的，首先应当按照该法第49条赔偿医疗费、护理费、交通费等为治疗和康复支出的合理费用，以及因误工减少的收入。其中，造成残疾的，还应当赔偿残疾生活辅助具费和残疾赔偿金；造成死亡的，还应当赔偿丧葬费和死亡赔偿金。同时，该条规定受害人有权依据该法第51条的规定主张精神损害赔偿。由此可见，惩罚性赔偿数额的计算基准为“人身损害赔偿数额”和“精神损害赔偿数额”的总和，在具体给付数额上可以是两倍，可以是一倍半，也是可以一倍，还可以是半倍。

有关“经营者惩罚性赔偿责任的规定”的法律内容，经营者惩罚性赔偿责任的认定需要满足经营者提供的产品或服务有缺陷且经营者对此是明知的，该缺陷使受害人健康受到损害。鉴于经营者东立壹品主观上对其服务中存在的安全隐患并不“明知”，因此，不适用惩罚性赔偿责任，可不追究若干倍的赔偿给付数额，但应支付医疗费和误工费合理费用，为治疗和康复的全过程中所支付的费用都属于“合理费用”，企业最终赔偿李女士合理费用36500元，合理合法，尽显人道主义。

有关“经营者惩罚性赔偿责任的规定”的法律内容，经营者惩罚性赔偿责任的认定需要满足经营者提供的产品或服务有缺陷且经营者对此是明知的，该缺陷使受害人健康受到损害。鉴于经营者东立壹品主观上对其服务中存在的安全隐患并不“明知”，因此，不适用惩罚性赔偿责任，可不追究若干倍的赔偿给付数额，但应支付医疗费和误工费合理费用，为治疗和康复的全过程中所支付的费用都属于“合理费用”，企业最终赔偿李女士合理费用36500元，合理合法，尽显人道主义。

# TEACHER'S DEMEANOR
# 老师风采





















# CLASSROOM Q&A 课堂答疑
















# 结班仪式

# CLOSING CEREMONY







为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，准确把握消费者权益保护工作的新要求，提高全省系统消费者权益保护监管人员业务能力和水平。7月19日下午，2023年全省市场监管系统消费者权益保护监管人员培训班在鄂州顺利开班。省局消保处处长杨鹰、鄂州市局三级调研员金涛、省局12315指挥中心主任彭为红、省消费者权益保护中心主任、秘书长蔡浩、省市场监管干部学校副校长聂焱出席开班仪式。来自全省各市、州、直管市、神农架林区消保科（处）科长及12315平台工作人员，共130人参加培训。

本次培训聚焦消费者权益保护监管中面临的核心业务和监管难题。课程经过精心设计、邀请多位省内外专家授课，内容涵盖以行政复议应诉为视角依法办理投诉举报类事项、投诉举报要点汇编和实用技巧、全国12315平台基础功能介绍、12315效能评价介绍、新形势下消保工作的思考、强化12315效能评估打造民意畅通新平台、数据分析利用的方法与实践和湖北12315消费者诉求处理全流程标准等。同时还邀请了学员进行现场交流答疑，课程内容及课堂氛围获得了学员的一致好评。培训期间，省局消保处还组织17个地市州局消保科长和12315中心负责人进行12315效能提升工作座谈，切实提升全省12315工作水平。线下面授结束后，参训学员全年可在“市场监管教育在线”平台访问培训班的完整课程，巩固培训内容、夯实学习收获，最大化形成学习成果。

此次培训，旨在推进12315效能提升，切实提高消费维权服务水平，坚持以人民为中心的发展思想，以消费环境建设为重点，建立完善协同、高效、便捷消费维权机制，提升消费维权治理能力，强化消费者维权意识，大力营造安全放心消费环境，切实保护好消费者合法权益，不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感，推动全省经济高质量发展。