市场监管总局:2020年为消费者挽回经济损失超44亿元

“五线合一”高效运行消费者投诉举报更顺畅

热点关注

□ 本报记者 万静

近日,国家市场监管总局对外披露,2020年全国市场监管部门通过全国12315平台、电话、传真、窗口等渠道共受理消费者投诉举报咨询2130.32万件,为消费者挽回经济损失44.03亿元。

而这一成绩的背后源自于全国市场监管系统“五线合一”高效运行机制。

2018年4月,国家市场监管总局挂牌,全国市场监管部门将原工商、质检、食品药品、物价、知识产权统一整合到全国12315平台,实现了全业务、全系统诉求集中汇集。通过统一平台入口,消费者可以全天24小时提交投诉举报。整合后新增的产品质量、食品安全、价格、药品等业务,占投诉举报总量的33.51%。

2020年,全国12315平台访问量达7247万人次,累计注册公众用户682万人,全国市场监管部门依托12315平台共处理投诉举报咨询1726.29万件,投诉举报处理时长缩短5.35天,消费者维权满意度明显提升。

“五线合一”便利消费者维权

按照《关于深化市场监管综合行政执法改革的指导意见》要求,全国市场监管部门已经将原工商12315、质检12365、食品药品12331、物价12358、知识产权12330统一整合到全国12315平台,实现了全业务、全系统诉求集中汇集。

2020年,市场监管部门大力推进在线纠纷和解机制建设,努力把消费纠纷化解在源头、解决在基层、和解在企业。

据市场监管总局有关负责人介绍:“通过统一平台入口,消费者可以7×24小时提交投诉举报;统一接听程序,286个地方话务机构的5225名热线接听人员可以规范地录入和分送;统一办理程序,9.2万名市场监管干部可以按照统一程序在线互动、协同处理;2.55万家ODR(在线消费纠纷解决)企业按照统一规则主动与消费者先行和解,在第一时间化解纠纷;统一情况反馈,投诉举报人可以随时查看投诉举报处理进展情况,保障知情权和监督权。”

通过整合建设12315热线及平台,有力促进了市场监管部门各项业务融合,重构了投诉举报处理模式,推进了市场监管投诉举报业务的整体运转、程序统一、衔接顺畅和高效处置,为消费者维护自身合法权益提供了更多便利。对此,市场监管总局对外披露了一系列数据足以说明。

2020年全国12315平台共发展ODR企业2.55万家,主动与消费者协商解决纠纷19.22万件,与传统调解方式相比,和解率高出6.21个百分点,平均处理时长缩短7.76天,消费者满意度4.07分(满分5分),ODR城市覆盖率由25.60%增加到91.11%。与2019年相比,2020年ODR机制运行质量有了明显提高,投诉处理量、办理效率、和解成功率、消费者满意度等各方面均有明显提升,维权效能日益凸显。

“市场监管部门大力推进在线纠纷和解机制建设,目的就是力争把消费纠纷化解在源头、解决在基层、和解在企业。”这位负责人说。

全力保障诉求渠道畅通

新冠肺炎疫情发生后,部分医疗防护用品需求量激增、民生商品供应不畅,有关物资价格异常波动、质量问题频现,相关投诉举报咨询量一度呈井喷式增长。

据悉,2020年全国市场监管部门共接收疫情相关投诉举报咨询154.79万件,与疫情前相比,日接收量增长10.52倍,峰值日增长17.19倍。为此,全国各地的市场监管部门紧急抽调力量,全力保障诉求渠道畅通,全线提速办理程序,平均办结时长8.71天,较疫情前缩短10.46天。

据市场监管总局有关负责人介绍,疫情发生以来,相关投诉举报主要集中在口罩、蔬菜等方面,全国市场监管部门迅速开展专项行动,共查核71.81万件疫情相关投诉举报,为消费者挽回经济损失9159.20万元;立案14.16万件,罚没金额1.23亿元。

2020年下半年以来,随着打击价格违法、假冒伪劣、野生动物非法交易各项措施力度加大,公众投诉举报数量逐步减少,与峰值日相比,相关投诉举报日接收量下降94%、口罩下降99%、蔬菜下降97%,相关物资假冒伪劣、价格等问题下降86%和99%,违法行为得到遏制,市场秩序逐步趋于稳定。

此外,市场监管总局还摸索出很多创新性的解决消费维权纠纷工作方法。其中最值得一提的就是,全国12315平台将开通“热线办理进度查询”和“工单短信提醒”两大便民功能。

“热线办理进度查询”功能,可方便消费者获取热线投诉举报的办理进度。当消费者拨打12315热线提出投诉举报后,可登录全国12315平台,输入拨打12315热线时使用的手机号或座机号,即可查询办理进度。若此投诉已处理完成,还可以对投诉办理情况及涉及企业进行评价。

“工单短信提醒”功能,可对消费者自主提交的投诉举报进行短信提醒。当消费者通过全国12315平台门户网站、App、微信公众号、微信小程序、支付宝小程序、百度小程序等渠道提交投诉举报后,平台将向其发送提醒短信,内容包含工单编号、消费者选择的市场监管局、12315网址等,是消费者维权途中的“短信备忘录”。

创新理念提高监管效能

2020年,从全国市场监管部门接到的投诉举报涉及企业领域来看,电商平台、游戏娱乐、在线教育培训、智能设备制造等新兴行业占比较高,餐饮、服装鞋帽等传统行业占比较小。值得注意的是,在我国经济运行稳步复苏、网上零售持续较快增长的背景下,去年网购诉求快速增长、热点频出——全国12315平台共受理网购投诉举报203.32万件,立案18.41万件,全国市场监管部门为消费者挽回经济损失3.04亿元,诉求热点主要集中在直播带货、生鲜视频、网上订餐。

过去的一年,直播带货行业在井喷式增长的同时,“翻车事故”、质量问题屡见不鲜,关于直播的投诉举报也迅速增长,产品质量疏于把关、使用“极限词”等引导消费者冲动消费、售后退换货难以保障等问题层出不穷。

与此同时,生鲜电商的备货能力、骑手配送、价格控制、售后服务等均受到严峻考验。2020年,全国12315平台共接收网购生鲜类食品投诉举报6.58万件,质量不过关、售后服务差、下单容易取消难、久未发货、虚假促销等成为投诉举报的主要问题。网上订餐投诉举报则集中在平台准入审核不严、线下餐厅无证经营、餐食外包装破损、送餐延误等。

针对直播带货诉求速增的现实问题,全国市场监管部门加大了对于直播带货领域的监管力度。据市场监管总局披露的数据显示,2020年,全国12315平台共受理“直播”投诉举报2.55万件(“直播带货”诉求占比近八成,同比增长357.74%),为消费者挽回经济损失835.53万元。

对此,中国消费者协会副会长、中国人民大学法学院教授刘俊海表示:“2020年疫情防控关键一年,全国市场监管部门工作非常到位。推出的种种举措,对于有效地化解纠纷、预防纠纷发生发挥了主渠道作用。”

但刘俊海同时提醒,目前我国消费纠纷依然处于高发状态,特别是随着一些新型消费模式比如直播带货、网上生鲜售卖等,引发了很多新的消费纠纷问题。市场监管部门还需要按照建设服务型政府的要求,在创新监管理念、铸造监管合力、消除监管盲区、提高监管效能方面加强消费者权益保护。

中消协发布“守护安全 畅通消费”主题调查报告 专家呼吁

补齐消费供给侧关键短板

□ 本报记者 侯建斌

3月15日,中国消费者协会对外发布《2021年“守护安全 畅通消费”消费行为及维权认知主题调查报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,消费者对于消费环境整体安全感评价得分为7.3分(10分制),总体表现良好。其中,线下消费的安全感评价要优于线上消费。

《报告》同时披露,过去的一年,“保健品”和“中介服务”分别成为消费者公认不满意的商品类消费和服务类消费。在商品类消费中,消费者对于保健品类、美妆护肤类和游戏道具类等虚拟商品的不满意情况较为集中;在服务类消费中,消费者不满意较多的情况则相对集中于中介服务、金融保险理财和医疗服务等领域。

“面向新起点、开启新征程,把消费者权益保护置于更加突出位置,加强消费者权益保护制度建设与实践,是构建新发展格局的必要保障。”中消协有关负责人呼吁,企业经营者应注重消费者合理需求和维权诉求,强化售后服务保障,着力防范化解各种经营风险,补齐消费供给侧关键短板。同时,加强消费者权益保护专业力量供给和保障,促进消费纠纷投诉渠道的便利畅通,降低维权成本,增强维权效能体验,提升消费者安全感和维权信心。

建立预付式行政监管机制

近年来,“先交费后消费”的预付式消费模式已经渗透到人们的日常生活,从最初的办卡、买券,到如今的各类付费会员、充值满减等,各行各业的商家都在不断拓展预付式消费的应用场景。

不过,预付式消费乱象也随之而来。《报告》显示,约50.6%的消费者表示有过预付式消费的体验和经历。问题主要集中在付费前后的显著差异,经营者在消费者付费之后的表现不尽如人意。43%的消费者认为经营者诱导办卡后,后续消费与首次体验差距较大;36.9%的消费者表示曾遇到过商家跑路的情况;还有一些消费者表示实际消费过程可能与付费前承诺不符,或者实际持卡消费金额可能高于现金付款方式。

预付卡消费的种种乱象,中消协此前曾做过披露,比如办卡前未告知重要条款,实际消费时限制较多;经营者变更法人,债权债务不作妥善处理,新法人不理旧账;因疫情影响,消费者合理退订,经营者却无故拖延或拒不办理,或者退费设置不合理条件,并收取高额手续费;甚至有部分商家以低价优惠为诱饵,诈骗钱财,卷款跑路。

一个比较典型的事例是,2020年9月,橄榄球运动培训机构巨石达阵被传出资金困难、多个城市的校区大面积停课。而就在该机构停课前的一个月,还有课程顾问在大力推荐课程,让家长们续费。

针对预付式商家跑路频发问题,北京市中银律师事务所律师葛友山建议,从经营者准入、合同条款、履约担保、资金监管、信用信息披露等方面进行立法规制,并建立起责任明确的预付式行政监管机制,从源头上减少和杜绝此类问题的发生。

对违法广告信用联合惩戒

《报告》显示,受新冠肺炎疫情影响,51.0%的消费者表示外出就餐频率减少。值得一提的是,节约粮食、避免浪费的意识得到经营者和消费者的普遍认同。73.2%的消费者关注到餐厅内张贴的反对餐饮浪费的标识,74.8%的消费者遇到过服务员提示适量点餐。

另有数据表明,对于未吃完的餐食,86.5%的消费者表示会主动打包带走,66.6%的消费者表示服务员会主动提醒打包;71.9%的消费者则表示打包时遇到过餐盒收费的情况。

中消协有关负责人指出,“节俭用餐、减少浪费的氛围和习惯得到较好实践。”

如何进一步避免餐饮浪费,中国饭店协会会长韩明呼吁,广大餐饮企业要通过张贴宣传标语、点餐时提醒顾客理性消费、餐后主动提供打包服务等方式,积极营造文明用餐、节俭消费的良好氛围。

不断涌现的消费新业态、新模式,在满足消费者多样化需求的同时,也暴露出安全保障不足的消费风险,消费者在个人信息保护、支付安全、消费质量等方面还有着一些顾虑。

疫情发生以来,各地政府部门陆续推出各类健康码、通行码产品,成为消费者去往各地和出入各种消费场所时的必备工具。不过,消费者在上传各类证件信息和行程信息之后,开始担忧个人隐私和信息安全问题。

《报告》披露,37.4%的消费者表示比较担心个人信息的安全性,19.5%的消费者则表示非常担心,仅有6.6%的消费者表示完全不担心。

调查发现,消费者在烦心或者不满意的原因中,个人信息被泄露、遭遇虚假宣传等问题,占比分别为28.6%和26.2%。

在直播带货火爆背景下,虚假宣传问题备受诟病,比如夸大产品效应、宣传医疗效果、以尚未有定论的研究进行定论性宣传、使用专利申请号进行宣传、假冒他人名义进行宣传、对产品进行排他性宣传、伪造荣誉进行宣传等问题不同程度存在。

针对虚假宣传问题,中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍建议,在立法上明确自媒体商业表达属于广告法管理范围,将信用联合惩戒机制纳入违法广告治理,促使社交平台依法依约处理消费者投诉举报,履行虚假信息辟谣、内容合规审查、流量审核、算法优化等责任和义务。

努力提升消费者维权信心

数据显示,48.9%的消费者曾遭遇各类消费纠纷问题,引发消费者不满情绪。其中,最主要问题表现是售后服务保障不到位。

与经营者出现纠纷后,近一半的消费者会选择向第三方责任平台进行反馈或申诉;31.6%的消费者会找经营者直接协商解决;29.2%的消费者表示会向消协等社会组织进行投诉;最终选择向法院提起诉讼的消费者总体占比不高,仅有5.8%。

在维权信息获取方面,消费者获取维权信息的渠道较为畅通,网络社交媒体、生活经验及经历、互联网搜索引擎等,均为消费者获取维权信息提供了便利。

《报告》显示,出现纠纷后选择进行维权的消费者中,约62.5%的消费者对维权结果表示“满意”,约26.5%的消费者对维权结果的满意度表示“一般”。

中消协有关负责人指出,从消费者对于现有维权途径的感知情况来看,消费者对于维权渠道的多样性和便利性总体较为认可,认为维权效能的保障性总体较为均衡。

“以侵害消费者合法利益为代价的经营发展,也是在折损企业的声誉和信用,还将破坏整个市场的秩序和消费生态。”中消协有关负责人指出,企业经营者必须强化责任意识,夯实质量基础,坚守安全底线,不断优化商品和服务供给的标准与流程;要强化售后服务保障,补齐消费供给侧关键短板;妥善解决处理消费维权诉求,让消费者敢消费、愿消费。

中消协有关负责人建议,有关部门在扩大内需促消费的进程中,加强对消费者协会等专业维权机构的支持力度,促进消费者投诉渠道的便利畅通,特别是加强基层农村消费维权网络建设,增强维权信心和效能体验,降低维权成本。

此外,各级消协组织要主动承担好、发挥好社会监督、社会服务的法定职责,适应快速发展变化的消费趋势和维权特点,对内强化自身业务和能力建设,对外强化品牌建设和社会公信力,及时高效响应消费者的投诉和咨询诉求,提高维权供给质量和维权结果满意度。

核心阅读

企业经营者应注重消费者合理需求和维权诉求,强化售后服务保障,着力防范化解各种经营风险,补齐消费供给侧关键短板。同时,加强消费者权益保护专业力量供给和保障,促进消费纠纷投诉渠道的便利畅通,降低维权成本,增强维权效能体验,提升消费者安全感和维权信心。

新疆公布线下购物无理由退货指引

330家线下企业签订承诺书

本报讯 记者**潘从武** 《新疆维吾尔自治区线下购物无理由退货指引(试行)》(以下简称《指引》)近日公布,在新疆全区范围内推动线下实体店无理由退货,“无理由退货”让消费者有了线下消费“后悔权”。截至目前,新疆全区共计330家线下商贸企业签订了无理由退货承诺书,自治区市场监管部门向承诺单位发放了“无理由退货承诺单位”统一标识。

据了解,《指引》进一步提高了经营者诚信经营水平,不断优化市场消费环境,引导形成合理消费预期,并在全区广泛开展倡导线下购物无理由退货承诺活动。《指引》适用于全区向社会公开承诺无理由退货的线下购物经营主体。也就是说,消费者在新疆全区范围内的承诺单位发生消费行为的,均可享受无理由退货服务,退货承诺时间最低为7日(含7日),鼓励线下实体店更长时间的无理由退货承诺。

但需要消费者注意的是,退回的商品应当完好,不影响经营者二次销售。赠品、保修卡等应随同商品一并退回。商品退回所产生的运费由消费者承担,另有约定的按约定执行。

根据《指引》,经营者发现消费者购买商品非出于自身生活需要,或有违诚实信用原则,或存在恶意情形的,经营者有权拒绝退货;因无理由退货产生的消费纠纷,消费者可以向属地市场监管部门或消费者权益保护组织申请调解。

自治区市场监督管理局网络交易监督管理处负责人介绍说,各地市场监管部门和消费者权益保护组织将建立《无理由退货单位动态名录库》,对承诺单位实行动态管理。在消费体验、社会监督、行政检查、消费投诉等动态监督过程中,对不履行承诺或停止营业的无理由退货承诺单位,市场监管部门将予以撤销并公布,停止使用“无理由退货承诺单位”统一标识。

内蒙古三年查办各类走私案件1491起

本报讯 记者**史万森** 记者近日从内蒙古自治区打击走私综合治理领导小组工作会议上获悉,2018年以来,内蒙古打击走私综合治理工作强化部门协作,优化体制机制,夯实工作基础,提升打私整体效能,全力服务自治区经济发展大局,构筑祖国北疆“两个屏障”。

在全区范围内连续三年组织开展了打击走私“国门利剑”“蓝天”等联合专项行动,重点围绕洋垃圾走私、珍贵动物及其制品走私、涉枪涉毒走私、资源性产品走私等领域开展严厉打击。三年来,全区共查办各类走私违法案件1491起、案值15.26亿元。其中,严厉打击洋垃圾走私,共破获走私洋垃圾案件45起,查获走私洋垃圾326.4吨;严厉打击象牙等濒危物种及其制品走私,立案侦办珍贵动物及制品走私案件10起,查获走私豚尾猴、暹罗鳄等珍贵动物活体21只,走私象牙、象骨制品1.1公斤,狼皮、羚羊角等珍贵动物制品668件。查办走私蒙古国牛羊肉等禁止入境物品案件42起,查扣禁止进境物品86吨。

严厉打击涉枪涉毒走私,三年共立案查办走私毒品案件42起,查获走私大麻、安钠咖等毒品22.68公斤;立案查办走私武器弹药案件24起,查获走私枪支19支、子弹6465发。

严厉打击涉税走私,共查办各类涉税走私犯罪案件55起,案值9.38亿元,涉税2.29亿元,涉案货物包括玉石、木材、煤炭、硅铁等多种资源型产品。

海关还办理走私违规行政案件1261起,案值3.33亿元,涉税2083万元。成员单位联合办案、合成打击效能进一步增强,摧毁10多个走私犯罪团伙。

此外,内蒙古不断完善打击走私综合治理工作机制,把反走私综合治理工作纳入自治区“平安建设”考评体系,推进沿边盟市及涉口岸旗县成立协调机构,基层反走私工作组织领导得到加强。反走私效能得到提升。各地、各成员单位依托打私平台固化合作,海关与15家成员单位签订执法行动协议或备忘录,公安、边检、烟草、邮政、银行、税务、生态环境等成员单位间建立执法配合机制,开展了一系列卓有成效的专项打击治理行动;成员单位联合办案、合成打击效能进一步增强,有效维护了人民群众身心健康和边境安全稳定大局。

西藏去年受理消费者投诉举报两万余件

本报讯 记者**刘玉璟** 西藏自治区人民政府新闻办公室近日举行新闻发布会。西藏自治区市场监督管理局一级巡视员谭群芳在会上介绍说,2020年,全区12315系统共受理各类消费者咨询、投诉、举报22827件,同比增加57.7%。

据介绍,全区12315系统受理的各类消费者咨询、投诉、举报等呈现三大特点:一是人民群众对服务类消费的关注度明显增高,2020年受理的各类咨询中,服务类咨询11864件,商品类咨询3660件,分别占总咨询量的76.42%和23.58%;同时,烟酒类鉴定、辨别蜜蜡、绿松石、虫草等咨询量也有所增多。二是服务类投诉举报已超过商品质量类投诉举报,2020年受理的各类投诉举报中,服务类投诉举报4414件、商品质量类投诉举报2889件,分别占60.44%和39.56%。三是汽车质量和售后服务投诉增速平稳,汽车质量和售后服务投诉已连续两年排名消费投诉热点前三位。

谭群芳说,今年,全区消费者权益保护工作将围绕服务民生,积极推进12345政务服务热线与12315市场监管投诉举报热线技术对接工作;围绕规范秩序,积极开展消费环境治理;围绕服务发展,积极开展创建放心消费体系建设,进一步提升消费维权水平,切实保护消费者合法权益。