

# 消法实施30年 “3·15”成“365”

## 消保维权“冷与热”折射湖北消费之变

湖北日报全媒记者 汪子轶

编者按

又是一年“3·15”。自1994年《中华人民共和国消费者权益保护法》正式生效,湖北消费维权征途已历30年。

从人潮如织的“3·15”活动现场到365天不断档的线上线下维权网,消保维权的“冷与热”,折射湖北30年消费之变。

### “难忘那个开小轿车来投诉的人”

背景:大金额维权是个新鲜事 投诉热点:质量问题 短斤少两

“现在‘3·15’感觉没有以前‘热闹’了。”这是孔庆德、华世新、万燕三位“60后”“70后”消费维权工作者的共同感受。

20余年前,每逢“3·15”,政府部门开展现场接诉活动时,经常被消费者围得水泄不通。

“人们拎着开线衣裤、劣质鱼饲料、破损电饭煲,没开盖就莫名蒸发的白酒……一股脑涌过来求解决。”鄂州市市场监管局工作人员万燕回忆。

20世纪90年代,大量经营者涌向市场淘金,以鄂州市为例,1983年到1998年间,个体工商户数量和从业人数分别增长了8倍、12倍。小作坊的产品质量难以保障,还常出现“傍名牌”现象,经济发展模式较为粗放。

时任荆门市消费者权益保护协会会长

的孔庆德说,产品质量、食品安全、电器“三包”,是他处理最多的维权“老三样”,“不把消费者的事情解决,我根本睡不着觉!”

当时,消费者消费欲望和维权意识普遍不强,投诉金额也不大,短斤少两就是最常见的消费纠纷。

1990年—2000年间的工商所,收缴最多的东西竟然是秤。带着不同克重的砝码盒,去市场上为“黑杆秤”受害者公平计量,是“老工商”的日常。

1971年出生的华世新,1995年供职于古田工商所。

一天,一辆桑塔纳轿车停在所门口,一餐饭让两位天津朋友上吐下泻。

千元海鲜大餐宴请宾朋,这在当时是

个新鲜事,这位见多识广、勇于维权的消费者也给他留下了深刻印象。

三赴现场调查取证,华世新最终认定商家存在超范围经营和食品安全问题,酒店退了200元餐费,还承担了医药费。

和华世新同龄的万燕,见证了12315热线经验从鄂州起源、走向全国。

2002年,万燕到鄂州市工商局12315指挥中心工作,6个人,3台电脑,3部电话,负责城区内所有消费投诉。

“电话一响,我们必到现场。”万燕回忆道,2005年,一名东方红小学三年级的学生因为购买了散架作业本而投诉,万燕和同事第一时间到场处理。

5毛钱的货值有价,但对于孩子来说,消费维权的底气无价。



上世纪90年代,鄂州市工商局工作人员对市场上销售的白酒产品进行检查(资料照片)。

### “我帮助了投诉网购商品的女孩”

背景:电商初兴 投诉特点:消费者维权意识越来越强

在省市场监管局12315指挥中心办公室主任、“80后”朱晓妮心中,人生高光时刻之一,就是2009年作为12315优秀接线员,代表湖北在央视“3·15”晚会直播现场接听,是40位全国优秀代表之一。

“您好,这里是12315。”2007年,朱晓妮转岗到12315电话平台。

那时,湖北城镇居民的人均可支配收入首次突破万元,实现城市零售额2827.83亿元,比上年增长18.0%。人们的消费需求加快释放,手机及售后服务成了她的接线高频词。经过多年“3·15”集中宣传,消费者更重视取证、索要,“遇事就打12315”成了人们下意识的举动。

2009年,淘宝第一个“双十一”电商节开幕,当年,朱晓妮处理了潜江市一起网购商品投诉。一位本地女孩网购了几十元的服饰,因质量问题要求退货,商家不允。在朱晓妮和同事的协调下,商家最终为女孩换了货。

那时,维权一秒不停歇,靠的是接线员通晓法规、耐心倾听、思路敏捷。

而现在,维权时刻“不打烊”,靠的是越织越密的维权网络,12315电话、APP、微信公众号和小程序、支付宝及淘宝小程序等渠道全部开通,电话24小时有人接,网络平台投诉“不断电”。

负责全省12315效能评估评价的李婷表示,目前全省4000多家企业入驻在

线纠纷多元化解平台,企业相关负责人在监管部门的敦促下“云端”化解客诉。

“消费者现在维权成本变低啦,我们建立的‘315’和解平台,消费者可以线上直接与商户沟通和解,和解率超九成;还有100多名社会调解员帮忙进行社会联动。”省消委投诉部主任聂喜洋介绍,2012年以后,投诉热点逐渐从民生商品转向家用轿车、网络服务、电子产品、大宗电器……消费者更加看重人格尊严、售后服务、三包履行等,维权诉求日益多元。近年来,全省消委组织接到的商品类投诉和平台类投诉各占一半。

2013年—2023年,我省12315平台共为消费者挽回损失14.52亿元。



2009年3月15日,朱晓妮在央视“3·15”晚会现场接听热线。

### “维权人玩转大数据分析”

背景:人工智能成为好帮手 投诉特点:新业态投诉激增

2019年,华世新重回阔别十年的汉正街,任汉正市场监管所所长。

“电瓶车少了,直播间多了。”回汉正所第一次巡查,他顿感曾踏过千万次的街道既熟悉又陌生。

近年来,线上消费势头越来越燃,直播带货等形式网购已成为湖北消费市场的重要组成部分。2023年,全省实物商品网上零售额比上年增长6.7%,占社会消费品零售总额的比重为15.2%。来自淘宝、1688、美团、抖音等新兴网购平台的维权诉求多了;“套娃”式医疗美容消费纠纷不时冒出;预付卡骗局、教育培训、盲盒商品和保险卡纠纷越来越多……网络时代到来,线上线下销售并重,交易方式日益透明化,消费者与经营者

之间的信息差减小,新的维权诉求也层出不穷。

新课题,正在被新一代维权人用大数据手段攻克。

省市场监管局12315指挥中心数据部部长童颖打开她带领团队研发的12315风险分析预警系统,轻点鼠标就能获取可视化数据,成为数据分析的能手。

童颖说,这个系统融合了大数据分析、AI、云计算等技术,首创引入数据挖掘、新词碰撞、聚类分析等功能,建立多维度风险预警体系,能够主动提示风险信息,让数据分析实现从“人工”到“智能”转型。

在系统内点击新词预警模块,一个个包裹着投诉新词的气泡立刻浮现出来。

2023年,童颖团队发现了869个新词,其中食品领域占比超三成,这表明食品领域消费的内生动力强劲、新业态不断涌现。

童颖研判出了“压片糖果”等新词中潜在的消费风险,当即通知相关部门,助其锁定问题企业并进行处置。

投诉数据用活了,就是企业的宝藏。受益于童颖和同事们上门奉送定制化“挑剔报告”,2023年,湖北本土零食企业良品铺子的投诉量下降了30%。

新一代的消费维权人赋予了“3·15”新的内涵——既保护消费者的合法权益,也帮扶企业提高商品品质和服务,让买卖双方都从解决纠纷中受益。新时期的消费热情,从好产品、优服务中燃起。



2024年3月,童颖(左一)和同事们正在研判分析12315维权大数据。(受访者供图)

### 定金订金都能退? 商家买主期待双赢

## 我省推广汽车七日无理由退定

湖北日报全媒记者 王艳华 汪子轶

定金与订金分不清的时代早已过去,购物签订合同时,很多消费者都会关注这项表述——订金可以退,定金不能退。

可是汽车等大宗商品消费,定金较高,如果在购车过程中计划有变,交出去的上万元定金收不回,消费者难免心有惴惴、不敢消费。

3月10日到14日,省消委在武汉市武昌区、武汉经开区连续举办两场汽车行业七天无理由退订(定)普法宣教活动,宣告2024年我省将在全省范围内推行该服务。

推行汽车七日无理由退订(定),消费者获益,经营者、监管者又将如何应对?

#### 解决汽车消费一大痛点

退不了,为什么还要消费者交纳定金?

若交易双方达成一致,定金能够锁定交易,保障合同的履行,给付定金的一方不履行约定债务的,无权要求返还定金。

然而在实际中,部分销售商大搞饥饿营销,不到最终签合同不告诉消费者实价是多少,消费者对交易信息不透明颇感烦恼;另一方面,部分消费者在交付定金后,依然存在着家庭内部协商不成、消费者个人征信遇到问题从而无法贷款、提车之前又想换款式等情况,定金打水漂,心里很

不快。

如何解决消费者购车的后顾之忧?

根据承诺,消费者因生活需要在实体店支付购车订(定)金后,如满足条件,可以在经营者承诺的退订(定)时限七天内,申请退还购车订(定)金,且无需说明理由。

汽车产业是湖北第一大产业、支柱性产业,目前已经走过了高速增长期,到了存量白热化竞争阶段。武汉经开区正在创建中国车谷,辖内9家企业每年出产100多万辆汽车。汽车行业健康发展离不开消费服务的升级,倒逼销售商要提升商品质量和销售服务,刺激消费,从而从激烈的市场竞争中脱颖而出。

省消委相关负责人禹静表示,去年年底,这项活动在黄石试点,起到了很好的示范效应,目前,武汉市武昌区23家、武汉经开区8家汽车经销商已加入。

#### 已有湖北消费者享受退定服务

黄石,全省推广购车七日无理由退订(定)的第一站,去年11月,黄石市消委就开展了相关试点计划,发动25家汽车4S店开展相关承诺活动,率先在大宗商品消费领域赋予消费者“犹豫期”和“后悔权”。

一个月后,当地消费者刘先生在某品牌4S店看中一款车辆,现场交纳一万元定金。

回家后,家人提出预订的车辆不适合,刘先生便向4S店要求退回定金,该店工作人员怀疑他可能拿着自家合同去别的店“杀价”,不退定金。

刘先生知悉该门店已参加“购车七天无理由退订(定)”承诺活动,于是向黄石市消委投诉。经调解,经营者从落实主体责任、诚信经营、提升企业品牌效应的角度出发,为消费者办理了退定手续。

湖北江浩律师事务所刘滨律师告诉湖北日报全媒记者,经营者既然将承诺写进合同条款,就具有法律效力。如果汽车销售行业能够积极加入并履行承诺,能够起到很好的示范带动作用。

怎样才能确保这项政策落实?

省消委解读,参与承诺活动的经营者必须将退订(定)承诺写进合同,包括在销售合同或订(定)凭证中载明退订时限、流程等具体事项;亮牌经营,在经营场所门店入口或大厅等醒目位置悬挂承诺标识;经营者在销售汽车商品过程中主动向消费者告知承诺,并详细说明无理由退订(定)的范围、时限、流程等重要事项;监管部门允许经营者根据自身情况主动退出,能够履行承诺的经营者将被清退。

#### 汽车销售方从观望到“入伙”

汽车销售企业收取定金由来已久。在4S店工作10多年的业内人士王先生认为,让消费者交定金很合理。

“销售人员起早贪黑,带着客户看车、试驾、议价,工作量很大。”他认为,“消费者不用钱表明诚意,可以随意跑单,我们跨区域调车,进行个性化定制改装的成本又由谁来买单呢?”

王先生的疑惑,也反映出很多汽车销售商最初的态度——观望。

武汉鹏龙国越汽车销售服务有限公司总经理亢宏伟透露,去年年底他们就已经在考虑加入七日无理由退订(定),但当时还有两方面顾虑:一是个性化的定制产品如果被退单,会影响正常销售;二是现实中存在客户拿着合同去其他的销售商那里谈更优惠的价格的情况。

不过,在和市场监管部门沟通后,顾虑都被打消了。市场监管部门明确回应,个性化定制汽车商品、非生活需要购车都不享受这项退订(定)服务。

目前,部分武汉4S店在七天的后期上再加码,推行十天可退订(定),而部分民营汽车销售商对此依然心存顾虑。

“汽车对于大多数人来说还是刚需,如果产生反悔情绪,大概率是真的遇到了问题。”省消委相关负责人分析,“七天无理由退订(定)活动可以达成三方共赢,消费者更有信心消费,对政府来说营造出了诚信经营的氛围,而销售商之所以愿意加入,是因为此举可以增进与消费者之间的信任,提高品牌美誉度,促进销售增长。”

#### “码”上知晓 食安封签

## 餐饮外卖 “食”不相瞒

湖北日报全媒记者 汪子轶 通讯员 吴杰鹏

就餐时不了解餐厅食品安全情况、唯恐点到“黑外卖”、取餐时怀疑餐品被开封过……

近年来,围绕消费者关切的餐饮外卖安全问题,我省推行一批经验,打造一批试点,餐饮企业、外卖商家、骑手和消费者之间,逐渐走向“食”不相瞒。点餐时,湖北消费者可以用上一些小技巧,食品安全透明可查,吃得更放心。

#### 就餐前扫一扫 安全信息都知道

消费小贴士:放心餐饮社会监督码一般贴在商家门口或者摆在收银台,扫码之后可以核实该餐饮经营主体的证照信息、食品安全情况等各类信息。

在武汉东湖高新区大悦城,太二酸菜鱼、苏梅花园等餐饮店的门口都贴着一张宝蓝色的二维码。

消费者进店前先扫码,手机屏幕上立刻会显示出企业的执照信息、经营范围等信息。进入“鄂企通”模块,可以清晰知晓从业人员健康证、监管负责人信息、日常监督检查信息、风险量化分级信息、企业负责人和食品安全总监的姓名等,点开“后厨视频”模块,还可以在线查看后厨操作间的实时画面。

食品安全条件达不达标,要不要进店消费,消费者“码”上知晓,心中有数。

3月12日,省市场监管局发布通知,依托“鄂企通”码,线上线下推广应用“放心餐饮社会监督码”,企业可自行申请,监管人员线下核实,审核通过后,餐饮经营主体可自行下载打印二维码并张贴。

2024年,省市场监管局将指导美团、饿了么等外卖送餐平台,在全省打造一批“放心外卖”示范店。预计今年8月前,“放心餐饮社会监督码”将在大中型餐饮企业、连锁餐饮企业、餐饮聚集区、“放心外卖”示范店推广应用,下半年逐步推广到各类餐饮经营主体。

#### 订餐时看一看 制作过程可监控

消费小贴士:打开主流点餐APP,通过“透明餐厅”、商家直播等方式,可实时查看餐饮单位的后厨环境、备餐动态等,看了再点餐,吃得更放心。

3月11日晚20:54,阿香米线菱角湖万达店内,一碗雪白的米线从后厨出炉,在外等候的服务员立刻端走;

20:56,伏小桃奶茶K11店内,客流不大,店员正在擦拭机器和台面;

20:59,不远处的霸霸盖饭饭后厨,头戴防尘帽的男店员正在核对平台订单,女员工则用勺子将制作好的配菜盖在米饭上,打包后放至出餐区……

通过饿了么平台的“透明餐厅”板块,商家的后厨实时直播画面可以直达消费者的手机。

“互联网+明厨亮灶”是近几年来我省市场监管部门大力推广的食品安全监管方式。去年5月17日,武汉首个网络餐饮“互联网+明厨亮灶”样板街挂牌。据平台介绍,现已接入“饿了么”平台的“透明餐厅”超300户。

后厨视频推送到“鄂食安”智慧监管平台后,平台可以对收集到的视频画面进行AI分析,精准识别厨师没有戴口罩等不规范行为,并发出预警提示,让以往随机性的检查变为随时督促提醒。

#### 收餐时查一查 小封签有大门道

消费小贴士:消费者可凭食品安全封签状态判断餐品在配送过程中是否被打开过,如果发现封签损坏,可以拒绝收餐,还可向外卖平台投诉。

菜和米饭袋袋,自粘胶条封上,再从旁取过一张印有“小菜园”字样的浅绿色条状贴纸贴在包装袋封口处,3月11日18时,武汉市凯德1818商圈6楼的徽菜中餐连锁小菜园店内,店长胡梅麻利地完成了一单打包。

这张小小的贴纸既是店家的软广告,也是守护食品安全的最后“神器”。一枚合格的食安封签只可使用一次,拆启后无法恢复原状,能确保送餐过程中不会被开封。

很快,饿了么骑手小宋取走了这份外卖,他表示:“送餐纠纷难以避免,骑手接到有封签的单子比较安心。”

2024年1月4日,武昌区楚天都市雅园居民周女士发现,在山住茶湖北大学店点的一单奶茶封签损坏、液体撒漏,拍照取证向客服投诉后,不到10分钟,29.7元退款通过平台到账。

据记者观察,目前市面上的食安封签大致分为监管部门发放版、平台制作版、商家自制版,还有很多店家选用订书机或透明胶筒易封口。茶百道、一点点、德华楼、阿香米线等许多品牌都自制了封签,越来越多的商家开始重视小封签背后的大安全。

今年,省市场监管局将推动出台“食安封签”和外卖送餐规范相关团体标准,规范其制作、使用和管理,明确餐饮外卖纠纷首负责任。

#### 记者手记

### 期待试点经验走向烟火人间

采访过程中,小餐饮、小门店普遍表示,制作封签、实现后厨直播都需要成本,一时难以实现。

这些宝贵的试点经验,还需从华丽商圈走向烟火人间。

当然,唯有样板街、品牌店先行,优秀、透明的餐饮企业得到更多消费者信赖,商家看到了实实在在的益处,才能逐渐带动整个行业走向规范化。

从品牌企业到街头小店,从试点运行到全面开花,实现真正的“透明化”,让消费者吃得安心,湖北餐饮外卖还有一段长路要走。

消费者点餐时精挑细选的小技巧,亟待化为“闭眼盲选”的消费底气。