

河北省各级消保委去年为消费者挽回经济损失1458万元

据河北省消费者权益保护协会消息:2019年,全省各级消费者权益保护委员会为消费者挽回经济损失1458万元。其中,因经营者有欺诈行为得到加倍赔偿99件,加倍赔偿10万余元。

基本情况分析

按投诉性质分析:根据投诉性质分类,投诉涉及的主要问题中,质量问题占27.98%,售后服务问题占11.93%,虚假宣传问题占7.31%,合同问题占5.11%,价格问题占3.64%,计量问题占1.13%,安全问题占0.91%,假冒问题占0.61%,人格尊严问题占0.26%。除了这些之外,其他问题也占有很大比例,有6694件,占到了总投诉量的41.13%。

按商品和服务类别分析:1.商品类投诉。共受理商品类投诉10197件。其中,服装鞋帽类最多,有2344件,占商品类投诉总量的22.99%;其次是日用商品类,有2012件,占商品类投诉总量的19.73%;排名第三位的是家用电子电器类,有1767件,占商品类投诉总量的17.33%;交通工具类及食品类商品的投诉量也比较多,分别有1374件和1199件,投诉量列商品类投诉的第四位和第五位。

2.服务类投诉。共受理服务类投诉3134件。其中包含餐饮、住宿、美容美发、家政等生活、社会服务类投诉有1534件,占服务类投诉总量的48.95%,位居服务类投诉第一位。文化娱乐体育服务、销售服务、电信服务、房屋装修及物业服务类等四类服务投诉分别居第二位至第五位。

热点商品和服务投诉量变化:在商品类投诉中,服装、汽车及零部件、鞋、食品、通讯类产品、家具等投诉量居前。其中,汽车及零部件的投诉增幅最大,同比增长60.45%。

服务类投诉中,投诉量居前的是移动电话服务、美容美发服务、餐饮服务、网络接入服务、健身服务等。其中,健身服务的投诉增幅最大,同比增长200.85%,由2018年的117件增加到2019年的352件。

消费者投诉的热点问题

服装鞋帽是消费者投诉最多的商

品种类:2019年共受理服装鞋帽类投诉2344件,投诉数量总体还保持在第一位。服装类投诉主要集中在做工粗糙、标识不规范、洗涤串色缩水,面料起球、甲醛超标等。鞋类投诉主要集中在脱皮、脱线、脱胶、裂口等质量问题。这类商品投诉一直居高不下,究其原因,一是销量较大,消费者本身对服装、鞋帽等生活用品的需求量大,使投诉数量的绝对数字相对较高。二是有的经营者重销售轻服务,售后服务意识差,商品出现质量问题时,投诉处理不积极。三是低价位产品还有一定的市场需求,这些产品往往存在质量隐患。

家用电子类产品质量和售后问题比较突出:该类商品投诉与上一年相比虽然下降了22.16%,下降的幅度比较大,但仍然在商品类投诉中居第三位,共有1767件,占投诉总量16.87%。

消费者投诉主要还是质量和售后服务方面的问题。有些商品质量不过关,劣质产品较多,质保期刚过就出问题。也有的是投诉产品售后服务不到位,消费者反映更多的是商品出现性能故障报修后,有些品牌店大欺客不履行三包,售后服务维修不及时、用劣质配件、维修效果不理想等等。也有一些针对商品夸大宣传的投诉,电子产品更新换代比较快,商家过度宣传往往误导消费者,给消费者造成一定的经济损失。

汽车投诉增长快、解决难度较大:

2019年,受理交通工具类投诉1374件,增长45.24%,其中涉及汽车及零部件投诉有783件,占交通工具投诉总量一半以上,增长了60.45%。汽车投诉主要体现在五个方面:一是经销商存在欺诈行为,二手车当作新车卖;二是执行“三包”规定不到位,汽车销售后出现问题,有的经销商不是积极想办法解决,而是找各种理由搪塞推诿,尤其是在退换方面,消费者主张一般很难实现,维修技术不过硬导致汽车损坏、多次送修仍不能排除故障、配件只换不修过度保养、使用劣质配件、以假劣配件替代原厂配件等问题比较多;三是个别品牌汽车存在产品质量问题,如发动机异响、变速箱卡滞、水箱泄漏、车辆行驶中自燃等。

文化、娱乐、体育服务类投诉激增,预付款消费让消费者深受其害:随着生活水平的提高,文化娱乐体育活



动越来越受到消费者欢迎,但是,因各服务机构水平参差不齐,与之相应的该类投诉也呈现增长之势。2019年,共受理文化、娱乐、体育服务类投诉595件,同比上升2.13倍,尤其是健身服务投诉352件,占到了该类投诉的59.16%。这类问题中最突出的是预付费消费问题,该类投诉的特点是发案集中,涉及人员众多,投诉解决较为困难。商家通过宣传推出不同种类的优惠卡,吸引消费者一次性付款办理,但事后又以各种理由不兑现承诺;任意改变服务内容,如营业时间无故更改、改变服务设施或场所等;中途歇业或者转让,消费者余下的预付款无法正常消费;不按照双方约定条款提供退款、转卡服务,或者对于未约定退款条款的拒绝退款或设置退款障碍;未尽到安全保障义务,致使消费者在服务过程中人身、财产受到损失。

远程购物成为新的投诉热点,物流运输纠纷较为集中:网上购物、直销、邮购,这些新型消费方式在方便消费者的同时,引发的消费纠纷也随之而来,成为新的投诉热点。主要集中在电子、数码产品、珠宝首饰、化妆品、图书音像等方面,消费者投诉反映出的主要问题是商品质量和虚假宣传方面。伴随着远程购物的增加,快递服务投诉也随之增长,主要有乱收费、丢件、不按约定地址交付等,如未按约定收取运费或货到后找借口增加运输费、托运物品损坏丢失或者即使已进行了保价仍拒绝按保价赔偿,经营者未送达物品至指定区域,因消费者缺乏经验,事先与经营者协商运价不详尽,造成经营者以货物要挟索取高价运费等等,消费者在这方面投诉也比较多。

近日,邯郸市市场监督管理局评选出从2019年3月15日至2020年3月15日期间的“2019年度消费维权十大典型案例”,向广大消费者发布。

案例一:经开区某健身公司利用格式合同免除自身责任案。经过:2019年,经济技术开发区市场监管局执法人员对某健身服务有限公司检查时发现,该公司在销售健身卡后与消费者签订的人会申请表中写有“责任免除条款:乙方应具有完全民事行为能力,自愿参加健身中心并已理解并预见在健身中心内从事任何体育锻炼或活动,或使用任何设施可能发生的各种危险,风险及其后果并承诺自行承担由于上列原因而引起的任何损害或损失”与“本须知的最终解释权及修改权归甲方享有”。

当事人的行为,违反了《合同违法行为监督处理办法》第九条第一项、第十一项第(四)项的规定,属于利用合同格式条款侵害消费者权益的违法行为。

处罚:依据《合同违法行为监督处理办法》第十二条之规定,该局责令当事人立即停止违法行为,处以罚款10000元的行政处罚。

案例二:武安市某加油站规定单方享有最终解释权案。经过:武安市市场监管局执法人员在监督检查中发现,某加油站办理销售的会员积分卡上标有“此卡最终解释权归本公司所有”内容字样。有执法人员对该加油站所作的现场检查笔录、拍照取证、询问笔录和当事人陈述书等证据佐证。

处罚:当事人的行为违反了《消费者权益保护法》第二十六条和《侵害消费者权益行为处罚办法》第十二条第六项之规定,属于单方享有最终解释权行为,武安市市场监管局责令当事人停止违法行为,并处以罚款10000元的行政处罚。

案例三:馆陶县某医药门市部经营未注册冒充注册商标药品案。经过:2019年5月,馆陶县市场监管局执法人员在日常检查时发现,当事人正在经销甘肃佛仁制药科技有限公司生产的“五味子颗粒”药品,该药品包装上标注的“佛仁制药”图形商标未在商标注册商品和服务分类第5类上取得商标注册证。截止案发时间,当事人共计购进销售上述“五味子颗粒”145件,每件价格650元,货值金额共计94250元。

处罚:当事人的行为违反了《商标法》第五十二条之规定,构成了经营未注册商标冒充注册商标的药品的行为。依据该条馆陶县市场监管局决定责令当事人限期改正违法行为,处以罚款16100元的行政处罚。

案例四:成安县某药房疫情期间哄抬口罩价格案。经过:成安县市场监管局在市场监督巡查时发现该药房于2020年1月27日销售3M口罩的价格为5元/个,而次日(2020年1月28日)销售的同型号3M口罩的价格为20元/个。

处罚:成安县市场监管局立即责令当事人改正,并依据《价格法》、《价格违法行为行政处罚规定》,对该药店处以10020元罚款。

案例五:磁县某装修公司侵犯消费者个人信息案。经过:接消费者电话举报,磁县市场监管局执法人员对某装修公司立案调查。经查,当事人未经消费者同意,也没有向消费者明示收集、使用信息的目的、方式和范围,用购买的方式收集上述购房消费者的个人信息,利用这些信息通过电话联系,邀请消费者参加大信全屋定制和整体厨房厂家的展销活动,侵害了消费者的个人信息权,其收集、使用上述购房消费者个人信息的违法所得无法计算。

处罚:根据《邯郸市规范行政处罚自由裁量权若干规定》第九条和《消费者权益保护法》第五十六条第一款第九项之规定,该局责令当事人改正违法行为,处以罚款10000元的行政处罚。

案例六:肥乡区王某涉嫌加工销售不合格食品案。经过:2019年8月,肥乡区市场监管局依法对王某某馒头坊加工销售的馒头等产品进行抽样送检,经检测该作坊所产馒头铝残留量实测值40.5mg/kg、花卷铝残留量实测值41.9mg/kg。

处罚:肥乡区市场监管局根据《食品安全法》第一百二十四条第一款(一)项的规定,对当事人依法作出没收违法所得200元、罚款50000元的行政处罚。

案例七:某品牌牙刷虚假宣传侵害消费者权益案。经过:邯郸市市场监管局执法人员根据举报,对被举报产品进行了检查,发现当事人在其牙刷产品包装上标注“有效祛除口腔异味”宣传用语,标注超出牙刷性能、功能的宣传用语,夸大了牙刷产品的实际功能,容易使消费者产生使用该牙刷能够彻底消除口腔异味的错觉,从而产生购买意向。

处罚:依据《反不正当竞争法》第二十条第一款之规定,邯郸市市场监管局责令当事人停止违法行为,处以罚款200000元的行政处罚。

案例八:河南某酒业有限公司网络传销案。经过:邯郸市市场监管局接群众实名举报,对被举报人进行了调查。发现:当事人利用其官方网站作为会员管理系统,采取注册制发展会员。成为会员必须购买当事人生产的一款红酒,购买不同数量的产品即可成为相应级别的会员。当事人发展的会员有一星、二星、三星、四星、五星五个不同级别。成为会员后,当事人采用静态分红、开拓奖、月福利奖三种形式,进行团队计酬。该奖金制度发展会员没有人数限制,但每个会员的一级下线只能有两个人(即左右市场。也叫A区、B区,俗称“双轨制”)。会员遍及全国29个省级行政区域,其中邯郸发展会员30余人。

当事人通过发展人员,要求被发展人员以认购系列红酒的方式变相交纳入会费,取得发展其他人员加入的资格,牟取非法利益;同时以双轨制的形式发展人员,形成上下线关系,并以下线的销售业绩为依据计算和给付上线的报酬,谋取非法利益。当事人的行为违反了《禁止传销条例》第七条第(二)项和第(三)项之规定,构成组织策划传销行为。

处罚:依据《行政处罚法》第二十三条之规定,邯郸市市场监管局责令当事人改正传销违法行为。依据《禁止传销条例》第二十四条第一款之规定,决定对当事人作出如下处罚:(一)没收非法财物45966180.43元;(二)罚款200000元。合计:47966180.43元,上缴国库。

案例九:丛台区消费者刘某减肥押金退还案。经过:2018年9月中旬,消费者刘某到某美容减肥中心负责人高某达成口头意向,于9月16日、17日等分四次将减肥押金12800元、去妊娠纹押金11600元共计24400元交到减肥中心。当消费者刘某做第三次去妊娠纹服务,并提出中心应履行协议将第一次1160元妊娠服务费退还消费者时,经营者借口种种理由迟迟拖延不兑现。同时消费者刘某认为该美容减肥中心提供的几次减肥服务项目,完全没有当时承诺的减肥效果。综合上述两项服务情况,消费者向经营者提出终止服务并退还剩余押金20920元要求。美容减肥负责人高某借口没钱不予退还消费者的押金。消费者与其商谈无果拨通了12315投诉电话。

投诉后,从台区市场监管局工作人员即刻会同执法人员到美容减肥中心依法实施现场检查,确认该中心是为逃避监管的无照经营户。

处理:该局调解执法人员依法做出对该经营场所停业整顿,限期办理相关手续的决定,并促使经营者高某写出了还款承诺书,明确了还款期限。最终经营者高某分三次将余款全部还清。

案例十:石家庄市杜某投诉其在永年区购买的小麦次粉,不符合自己要求纠纷案。经过:石家庄的杜先生拨打961890群众服务热线称:2019年4月12日,其来邯郸市洛河岸面业有限公司购买小麦次粉用于养殖,后发现该批小麦次粉质量(其中的灰分指标)不符合自己的要求,满足不了自己的养殖需要,对其造成了损失,与商家沟通,协商未果。要求退货并赔偿损失(货物价值45000元,损失9200元)。

处理:永年区市场监管局接到转办单后,立即派工作人员进行核实:邯郸市洛河岸面业有限公司称投诉人到面粉厂购买小麦次粉时,提出在销售价格方面给予照顾,并没有对小麦次粉的产品质量提出要求;投诉人对面粉厂的说法没有否认,但称:该批小麦次粉购买后发现不符合自己的要求,要求退货,商家不予退货。该局工作人员经过多次与面粉厂进行沟通,双方当事人最终达成和解协议:对投诉人杜先生购买的该批小麦次粉(货物价值45000元)予以退货。

邯郸发布二〇一九年度消费维权十大典型案例

沧州副市长变身“网红”推销特产 俩小时成交1500万



3月16日,在位于沧县崔尔庄镇的“枣团圆”枣业集团内,企业营销部负责人刘伟指着直播平台不断刷新的订单,兴奋地说,“这是疫情发生以来,我们最高的销售纪录了!”

当日,由沧州市人民政府和阿里巴巴集团发起的“源头产地复苏计划”在沧州正式拉开帷幕,当地6000多家企业参与活动。同期举行的沧州超级产地直播活动中,54家企业536款产品,在1688网站平台直播间向全世界买家零距离“面对面”售卖。

沧州是我国重要的红枣制品、鱼竿渔具、玻璃制品、美妆工具、仿真植物、运动器械和家装建材等产业基地,产业基础雄厚,相关产业人口比重高。“枣团圆”枣业集团是沧州一家规模较大的枣加工生产企业,2019年,企业年加工能力达到8000吨,销售收入8000万元。

疫情发生以来,企业销售市场一度受限,库存红枣达800吨。

针对受疫情影响较大的中小企业开工后无法打开销路问题,沧州市积极对接阿里巴巴并申请了千万级的直播流量资源,组织本地企业进行线上推广,最大限度推动企业经营复苏。

沧州市人民政府副市长詹鹏对“1688源头产地复苏计划”帮助沧州中小企业加速复苏寄予厚望,并亲自为之代言,呼吁全市复工复产企业充分把握机会,拓宽互联网创新发展思路,通过超级直播活动提振信心,全力恢复生产经营。

据统计,活动当天仅上午9时至11时的两个小时内,平台交易额就达到了1500万元!

“当前,有序推动复工复产,畅通经济社会循环,已经成为统筹做好疫情防控和经济社会发展工作的紧迫任务。”负责运营该计划的阿里巴巴沧州产业带负责人闫婧说。阿里巴巴1688网站

于2月份推出“源头产地复苏计划”,定点聚焦精准发力,借助平台全面数字化优势,以线上销售带动线下生产,帮助中小企业尽快走出疫情困境,重现各大源头产地蓬勃生机。

本次除了1688网站平台诚信通商家可以报名参与本次直播活动外,沧州本地的批发市场档口商家以及普通工厂,都可以零成本开启门店参与超级直播活动。随着超级产地直播活动的成功举办,一系列别开生面的源头产地复苏措施,开始在沧州陆续实施,“三月大促”活动的帷幕已经缓缓拉开。

(人民网)



专业保险维权 实则“恶意退保”

河北省保协提示保险维权要走正规渠道

日前,河北省保险行业协会发出提示,提醒保险消费者警惕“恶意投诉全额退保”骗局。

据介绍,“恶意投诉全额退保”的不法行为是以牟取高额利益为目的,打着“专业保险维权”的名义,在社交平台、网购平台、电话短信等渠道向消费者发布“全额退保”虚假信息,煽动消费者委托其代理“全额退保”,从中收取高额费用。这种行为不仅侵害消费者合法权益,还扰乱了保险市场。

河北省保协相关人士介绍说,“恶意投诉全额退保”的主要特征如下:1.打着“专业保险维权”的名义;2.收取高额费用,一般向消费者收取退保金额

30%-60%的手续费;3.与消费者约定违约金,甚至将消费者的保单、身份证件等原件作为抵押;4.向消费者推荐新的替代保险产品;5.煽动消费者向监管部门实施格式化举报投诉,对监管部门的决定申请复议;6.唆使消费者向业务员“钓鱼取证”;7.利益诱使离职业务员为其提供消费者的投保信息;8.在社交平台、网购平台、电话短信等渠道发布“可在全国任意地区的任意保险公司办理任何险种的全额退保业务,100%退保成功,安全快速”“100%全额退保成功案例”等信息。

对保险消费者来说,参与“恶意投诉全额退保”存在很大风险。首先

是泄露个人及家庭隐私。“恶意投诉”通常要求消费者提供身份证件、银行卡、保单、电话号码等个人敏感信息,此类信息如落入不法分子手中,可能被非法利用并遭受损失。其次是增加个人承保成本、失去保险保障权益。退保使保险消费者失去原有保险合同的风险保障,再次投保时面临等待期重新计算、年龄增长带来保费增加的风险,也可能因为消费者身体健康状况、超过承保年龄等原因被保险公司拒保。甚至可能因不诚信行为被列入保险承保“黑名单”。还有消费者会遭受个人经济损失。消费者需向“恶意投诉”代理人支付高额的“咨询费”、“代理费”等

费用,如不支付,甚至可能遭到黑恶势力的骚扰。保险消费者退保后可能被诱骗、胁迫购买所谓的“高收益”理财产品,再次遭受经济损失。

河北省保险行业协会特别提示,保险维权请选择正规渠道。保险消费者如对保险合同存在疑问,首先,可通过拨打保险公司全国统一客服热线、登录保险公司官网、联系保单服务人员等方式与保险公司进行咨询协商。其次,可联系河北省及各市保险行业协会保险纠纷调解部门,请保险专业人员帮助调解与保险公司存在的争议和纠纷,或通过司法渠道解决保险合同纠纷。

(燕赵晚报)

(邯郸新闻网)