

# 提振消费信心

2023年消费维权年主题



中国消费者协会  
CHINA CONSUMERS ASSOCIATION

## 年主题涵义

2023年消费维权年主题“提振消费信心”具有以下三个方面的涵义:

**一是立足主责主业,推动消费者权益保护协同共治,打造更加安全放心消费环境。**要充分发挥消费维权社会平台作用,多维度、全方位加强消费者权益保护,实现消费维权协同共治,打造更加安全放心消费环境,扫除扩大消费道路上各种障碍。

**二是坚持需求导向,顺应消费需求多元化趋势,推动消费供给提质升级,推动高质量发展。**通过加强消费教育、消

费引导,帮助消费者了解相关知识,促进新供给创造新需求,将经济发展中的堵点、痛点、难点、空白点转化为新的增长点。

**三是坚持问题导向,找准主攻方向,解决“急难愁盼”,推动消费提质升级。**以改善消费条件、优化消费环境为主攻方向,聚焦消费者的“急难愁盼”问题,提升消费者投诉的便利度,加大消费者投诉问题的解决力度。通过构建和谐的消费关系,推动消费提质升级,助力经济平稳健康发展。

# 践行为民服务宗旨 助力优化营商环境

——松江消保委年度亮点特色工作展示

近年来,松江消保委不忘优化营商环境和消费环境的初心使命,深入学习贯彻党的二十大精神,深入落实“共促消费公平”和“提振消费信心”消费维权年主题,将“人民城市人民建,人民城市为人民”的理念贯穿始终,聚焦服务民生和助力经济发展,打响“四大品牌”,助力长三角G60科创走廊,服务全域松江,不断提升公信力和影响力。

## 一、推进示范引领,净化消费环境

松江消保委通过开展放心消费示范创建活动,以点带面,促进全区范围内消费环境的高质量提升,着力营造区域放心满意的消费环境,进一步推进“满意消费长三角行动”。松江消保委联合区市场监管局在广富林街道辖区印象城商圈组织开展了新《上海市消费者权益保护条例》宣贯暨2022年“松江区放心消费商圈”创建活动。G60科创走廊、松江印象城、松江万达广场、开元地中海等10家商圈负责人自发响应倡议,签署了放心消费商圈创建活动承诺书,进一步落实企业主体责任,优化放心消费环境,规范生产经营行为,让消费者买得放心、用得放心、吃得放心,持续有效发挥创建活动的示范引领作用。

## 二、推进消费宣传,深化宣传氛围

松江消保委借助各类平台、渠道和载体,进一步引导新型消费方式,帮助消费者依法理性维权。一是借力“3·15”国际消费者权益日、“质量月”和社区便民服务活动等,推动消费宣传进社区、进商圈、进校园、进景区、进企业,积极提振消费信心。二是借力新媒体,针对消费者关注的热点难点问题答疑解惑,充分发挥惠民生效能。2022年,开展了3期《直播松江》民生访谈节目和第8期“直播挑货”节目,在“松江消保委”公众号上发布学习笔记30期,进一步宣传贯彻年主题,开展消费提醒引导消费者理性消费、科学购物。三是借力年主题手册、公益读本、横幅等载体,确保宣传工作不断深化。通过在“松江消保委”公众号开展《个人信息保护法》有奖问答,在松江各维权联络点开展消费主题展板巡回展览活动,帮助消费者增强维权能力、提高维权意识,在区内营造了较好的普法宣传氛围。

## 三、推进品牌建设,亮化松江品牌

在“2022上海特色伴手礼”评测活动中,松江消保委先后走访了喜后食品、广富林遗址、二陆书院、御风缙丝艺术馆、布文化展示馆等多家松江特色企业,联系对接了来伊份、天喔、影视乐园、咸店羊肉、唐饼家、趣威文化、林清轩等企业。最终市消保委公布的92件产品中松江区共有10家企业的产品荣登“2022上



▲ 图为2022年10月18日区消保委换届大会现场。



▲ 图为2022年11月29日区消保委参观学习党的二十大精神松江发展主题展活动现场。

海伴手礼好评榜”,充分发挥了松江作为“上海之根”的历史底蕴优势。同时,还走访了北松公路汽车品质消费示范区的多家汽车4S店,进一步推动消费供给提质升级,打造高品质消费引擎,助力打响松江品牌。

## 四、推进消费监督,优化营商环境

松江消保委以增强消费信心、促进营商环境的优化和改善为宗旨,公开招募并正式组建“区消保委志愿者团”,积极打造“啄木鸟”品牌。先后组织志愿者完成了云间粮仓、新能源车充电桩等消费体察,冷藏鲜牛奶、常温乳品、未成年人购买手机、宠物消费和山姆极速达包装费涨价等市场调查,文创雪糕、叶榭软糕、草莓塔、滑雪场、景区门票和商超景点停车费等消费指引,以及弹窗广告一键

关闭、余山兔窝窝开业等体验测评。通过全方位、多样化的消费监督活动,不断提高消费者的满意度和获得感,进一步促进营商环境的优化和改善。

每逢春节、“3·15”、中秋和国庆等期间,松江消保委跨前一步、主动作为,联合区市场监管局、相关市场所对相关超市卖场和企业开展消费监督(检查),不断引导、督促经营者诚实守信经营,守护消费安全,充分为消费者把好质量关。

今后,松江消保委将继续围绕我区中心工作,多维度、全方位加强消费者权益保护,聚焦消费者的“急难愁盼”问题,打造更加安全放心消费环境,助力辖区营商环境优化升级,助推长三角G60科创走廊和“科创、人文、生态”的现代化新松江建设高质量发展。

## 维权之剑

2022年7月21日,上海市第十五届人民代表大会常务委员会第四十二次会议修订通过《上海市消费者权益保护条例》,自2022年8月1日起施行。该法的修订进一步厘清直播带货、盲盒经济等新业态经营主体责任,助力提升新兴消费业态合规性,更切实有效地保障消费者权益。

2022年4月14日,国家市场监督管理总局令第56号公布《明码标价和禁止价格欺诈规定》,自2022年7月1日起施行。该规定进一步规范了经营者明码标价行为,预防和制止价格欺诈,维护市场价格秩序,保护消费者、经营者合法权益和社会公共利益。



▲ 图为2022年12月20日第八期直播挑货活动现场。



▲ 图为2022年9月26日区消保委走访指导蔚来服务中心活动现场。  
▲ 图为2022年9月29日“松江区放心消费商圈”创建活动活动现场。

## 消费提示

### 购车消费注意“四个方面”

松江消保委提醒广大消费者在购买汽车时要注意以下事项:

**一是经销商家要选好。**购车前货比三家,选择售后服务网点多、信誉度高、证照齐全的销售企业。

**二是购车合同要看清。**在合同中要写明车辆种类、购车金额、交车时间、交车地点和违约责任等内容,明确双方的权利与义务。要仔细了解厂家和经销商的各项售后服务承诺,不要轻信代理人或销售人员的口头承诺。

**三是车辆验收要仔细。**要仔细对车的重要部件的性能、外观、配置等交接表中所列内容逐项进行验收,确保无问题后再签字提车,避免

签收后发生不必要的麻烦。

**四是消费凭证要留存。**要保管好发票和说明书等相关材料,并注意留存今后每次保养和维修的各类消费凭证。

此外,由于国家实行新能源政策,使新能源汽车销售得到迅速发展,个人消费新能源汽车的数量也不断的提升,在新能源汽车购销两旺的情况下,国家关于新能源汽车的补贴、优惠政策也在不断完善和改进。为此,消费者在购新能源汽车时,一定要深入了解国家关于新能源汽车的规定,不要盲目签订购车协议,在签订协议时一定要留意保护好自己合法权益。

## 投诉分析

### 2022年松江区咨询投诉情况分析

2022年,松江区消保委受理咨询77件,受理投诉6122件,比2021年的4565件上升了34.10%;其中12345市民热线转办29件,信访转办3件,移动端转办92件,联网单位处理634件;共为消费者挽回经济损失886.55万元。

#### 一、投诉类别分析

(一)商品类投诉为2921件,占全年投诉量的47.71%。其中投诉量居前五位的是:交通工具526件,占商品类投诉的18%;食品类379件,占12.97%;家居用品329件,占11.26%;服装鞋帽227件,占7.77%;家用电器205件,占7.02%。上述五类商品投诉合计1666件,占商品类投诉的57.03%。

(二)服务类投诉为3201件,占全年投诉量的52.29%。其中投诉量居前五位的是:教育培训606件,占服务类投诉的18.93%;文化娱乐体育454件,占14.18%;食宿和美容美发洗浴各377件,各占11.78%;销售352件,占

10.99%。上述五类服务投诉合计2166件,占服务类投诉的67.66%。

#### 二、投诉性质分析

售后服务3394件,占55.44%;合同1905件,占31.12%;质量370件,占6.04%;价格165件,占2.69%;虚假品质表示63件,占1.03%;安全44件,占0.72%;广告20件,占0.32%;假冒15件,占0.24%;人身权利13件,占0.21%;计量4件,占0.06%;其他129件,占2.11%。

#### 三、投诉特点分析

(一)教育培训投诉高居榜首,占投诉总量近一成

受疫情和双减政策双重影响,今年不少培训机构经营困难,甚至关停,而针对教培的投诉主要涉及退费纠纷。原因有:一是培训机构直接关门跑路,无法联系负责人;二是培训机构资金链产生问题,甚至给付员工工资及场地租金都出现困难;三是退费金额协商不一,双方产生争议。

#### (二)汽车居商品类投诉首位

汽车仍占据商品类投诉首位,2022年交通类投诉为526件,其中涉及汽车及零配件投诉427件。主要存在以下问题:一是合同及定金纠纷较多;二是由于芯片和电池缺货,影响主机厂产能,提车周期延长;三是新能源车质量问题及由此引发的维修纠纷;四是新能源车上牌和充电桩安装纠纷较多。

#### (三)火热的宠物消费与滞后的相关规则

宠物经济快速发展的同时,也带来了诸多行业乱象,宠物消费市场相关法律法规有待完善。2022年,松江区消保委受理宠物消费投诉90件。消费者主要反映:一是商家售卖“星期宠”,消费者买回家不久宠物就生病、死亡,因商家不提供凭证、检疫证书等,消费者维权受阻;二是网购宠物货不对板,消费者收货后发现与宣传严重不符;三是宠物配套用品良莠不齐、标准缺失,存在质量不过关、售后维权难等问题。