守护安全 畅通消费

市市场监管局“权心权益”营造安全放心消费环境

又是一年3·15。今年3·15国际消费者权益日主题是“守护安全 畅通消费”,这也是永康市消费者权益保护委员会、市市场监管局的工作重心所在。近年来,市消保委、市市场监管局充分发挥“一条热线受理、一支队伍执法、两个部门维权”的机构改革效应,各级消委组织积极当好消费者权益保护的“遮阳伞”、市场秩序规范的“稳压器”、不稳定因素化解的“润滑剂”。同时,随着消费维权工作不断推进,消费维权渠道的畅通建设不断加强,不仅极大地降低了消费者的维权门槛,同时也提升了市民的维权意识,当消费者权益被侵犯时,从一开始不知道该不该维权、如何维权,到如今能够主动维权、合法维权。

□融媒记者 胡颖 通讯员 夏磊

深入分析全年维权情况 以案说法让消费无忧

去年,市市场监管局共接到消费者咨询4578件,受理各类投诉、举报31348件,受理处置率为96%,为消费者挽回经济损失312.8万元。记者了解到,2020年的投诉、举报件数较2019年同期增长一倍。

根据去年市市场监管局受理的各类普通消费投诉情况,从投诉类别看,商品类1282件,占投诉总量的22%;服务类4782件,占投诉总量的78%。商品类投诉中,前三位分别是交通工具类(汽车、电动车、摩托车)352件,占比28%;日用百货类198件,占比16%;食品类195件,占比16%;装修建材类(门、锁、五金交电)188件,占比15%。服务类投诉中,前三位分别是销售服务3319件(产品售后服务),占服务消费投诉的70%;其他服务1529件,占服务消费投诉的26.3%;餐饮和住宿服务116件,占服务消费投诉的2.4%。

从投诉内容看,2020年全年售后服务占首位,共2121件,占投诉总数的35%;质量投诉居第二,共2104件,占投诉总数的34.7%;其他投诉1225件,占投诉总数的20.2%;广告投诉329件,占投诉总数的5.4%;合同173件,占投诉总数的2.9%;价格112件,占投诉总数的1.8%。

消费者权益保护是个永恒的主题,更是全社会共同的责任。日前,市消保委针对去年疫情影响以及我市作为全国排名前列的网络经济强市,从各类投诉中选取了一些较为典型的消费者维权案例,以此提醒广大经营者依法经营、诚信经营,进一步增强经营者的社会责任感,同时也提醒广大消费者提升自我保护意识,形成消费维权人人有责、人人尽责的新局面,共同营造安全放心的消费环境。

“双11”半价销售,商家事后反悔拒发货

【案情简介】

去年11月,市市场监管局石柱市场监管所接到郑女士投诉称,“双11”期间,她在我市某网店下单购买了半价优惠促销的汗蒸毯,此后,商家仅发了1个快递运单号,物流信息一直无更新。郑女士联系商家,商家说是因为缺货,愿意为其办理退款。但郑女士发现,该店仍在销售该款商品,她要求商家按时发货。

【处理过程及结果】

经查,郑女士反映的情况属实。商家表示,自己开网店的时间不长,经验不足,“双11”推出促销活动后,下单的人较多,如果全部发货,自己将损失一大笔钱,于是谎称缺货,希望消费者办理退款。这样一来,不仅可以提升网店的销量,同时也不用亏损很多钱。经调解,郑女士收到了商家发的产品,并对石柱监管所的调解表示感谢。

【案例评析】

网店搞促销不仅要合法,也要量力而行,否则,欺诈消费者,依法要“一赔三,兜底赔500元”。

纹眼线致眼睛肿胀,美容店退赔7300元

【案情简介】

去年11月初,龙女士在我市一家美容院纹了眼线后,眼睛出现轻微红肿的症状,原以为第二天能自行消肿,没想到,一觉醒来,眼睛肿胀到无法睁开,眼结膜也开始充血。随即,龙女士前往医院检查,医生表示可能是龙女士对纹眼线的染料敏感,且纹眼线时操作不当造成。龙女士向美容院索赔医药费等未果,遂投诉到市市场监管局经济开发区市场监管所。

【处理过程及结果】

经济开发区市场监管所调查后认为,系商家操作手法失误造成龙女士眼睛充血红肿。按照相关法律规定,综合考量,建议店方退回纹眼线费用,并承担龙女士的医疗费和误工费。经工作人员释法明理和调解,双方最终和解:店方当场退还了纹眼线的费用2800元,并在之后赔付4500元给龙女士。

【案例评析】

商家在进行纹眼线之前未能详细告知消费者相关风险,且在操作过程中,因手法失误造成了消费者的人身伤害。因此,商家需要依法承担相应的责任。

金店误导消费者,虚假宣传系违法

【案情简介】

去年,市市场监管局古山分局接到一消费者投诉举报称,当地一卖场的柜台正在打折销售假的18K金首饰,望相关部门介入严查。

【处理过程及结果】

执法人员前往现场检查发现,该柜台销售的并非18K金,而是“18KGP金”。经调解,双方达成退货退款500多元的调解协议,同时,市市场监管局古山分局对商家下达了责令改正通知书,要求其限期改正误导消费者的宣传行为,详细说明其销售的首饰材质。

【案例评析】

据了解,18K金和18KGP金是两个不一样的概念。18K金中的“K”是指4.166%的含金量,18K金的含金量为75%。而18KGP金则是合金仿真首饰的标志,其中“GP”为英文Gold Plate的缩写,表明该产品是以其他金属为主要材料,在高温下锻压而成,再在上面覆盖镀金层,也就是俗称的镀金。

“瘦身”内衣毫无效果,究竟是否虚假宣传?

【案情简介】

去年9月,市民董女士在我市某美甲店做美甲时,听店员介绍“穿了就能瘦”的内衣,一时心动,便购买了8套,共消费9万元。此后,董女士穿了几套“瘦身”内衣,并没有感觉到有任何减肥效果。董女士跟丈夫说感觉自己被骗了,随后,董女士向市消保委投诉,称店家虚假宣传,要求退款。

【处理过程及结果】

调解中,店主表示,董女士当初购买内衣时,店员明确告知了价格,且不存在强买强卖的行为,至于当初是如何介绍这款内衣的,随着时间的推移,早已忘记。

因消费者无法提供该店虚假宣传的有效证据,现场检查也未在店里看到任何与“瘦身”内衣相关的宣传广告,经市消保委西城分会调解,该美甲店退还消费者3套未穿内衣货款,共计2.3万元。

【案例评析】

根据《中华人民共和国广告法》第二十八条第一款和第二款第二项规定,广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的,构成虚假广告。广告宣传商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息,或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息,以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际情况不符,对购买行为有实质性影响的,为虚假广告。

但是由于消费者未能提供相关商家虚假宣传证明,所以无法判定该美甲店是否存在虚假宣传行为。市消保委建议,消费者在消费时可注意下商家的产品宣传单、产品包装盒及微信朋友圈截图等内容,必要时可留照保存。

春天未到,景区无花可赏,门票退不退?

【案情简介】

去年12月的一天,市民朱先生前往我市某风景区游览,本想着能够欣赏到百花齐放的美景,但进入景区后发现,景区内根本没有什么鲜花开放的景致,体验感很差。朱先生认为,买票就是为了欣赏美丽的风景,结果在景区内什么也没看到,30元门票花得不值,要求景区退票未果,遂投诉至市消保委。

【处理过程及结果】

接诉后,市消保委工作人员前往景区现场调查,发现当时鲜花开放的区域确实较小。景区解释,因景区以花卉展示为主,景色季节性差距比较大,要等到春天才会有成片成片的鲜花开放。而朱先生入园前,售票处也说明了目前景区处在花卉欣赏的淡季,已履行了告知义务,并且景区售票处也有明码标价以及“进入园区后门票不退”的提示。

市消保委工作人员现场检查发现,景区门口醒目位置确有上述提示和价格标示,景区尽到了明码标价、标示醒目以及提前告知的相关义务。消保委向消费者解释后,消费者表示不再要求退门票。

【案例评析】

根据《中华人民共和国价格法法》第十三条和《浙江省价格条例》第七条第二款规定,经营者销售、收购商品和提供服务,应当按照政府价格主管部门的规定明码标价,注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。明码标价应当做到内容真实明确、标示醒目。

该景区在售票处醒目位置标明了价格以及相关提示,符合相关规定。在此,市消保委也建议消费者,在打算前往一些景区游玩,尤其是以鲜花等季节性明显的景观为主的景区前,最好提前了解相关信息,如是否应季、当天天气等,也可拨打相关景区电话,事先了解景区风景详情,以免高兴出游扫兴而归。