

维权护航稳秩序,放心消费惠民生活

2025年,县市场监督管理局紧扣优化消费环境核心目标,聚焦维权提效、监管精准、创建提质、共治赋能四大重点,扎实推进消费维权各项工作,全县消费环境持续向好,群众获得感稳步增强。

该局深化12315-12345双线融合机制,畅通线上线下投诉举报渠道,建立快速响应、高效处置的工作流程。制定出台《县市场监督管理局投诉举报分流处置办法》(依法限制恶意牟利性职业投诉举报行为实施办法),推动投诉处置工作制度化、规范化,切实提升维权处置效率。

为规范合同条款,进一步优化消费环境,该局紧盯家庭装修、摄影婚庆、运动健身等八大消费热点行业,深入推进“合同赋能

助企惠民”行动。依托浙江合同在线平台,采取“系统抽取+投诉研判+现场抽查”方式开展“合同体检”,重拳整治经营者利用不公平格式条款规避责任、加重消费者负担等行为。2025年发放督促提醒函20份,指导修正不合理条款64条,有效净化了重点行业市场环境。

此外,该局持续推进县级产品质量安全监督检查,2025年完成抽查任务470批次,其中生产领域163批次,合格率99.39%;流通领域307批次,合格率93.16%。坚持抽检与整改并举,对不合格产品依法依规处置,倒逼企业严格落实质量安全主体责任。通过持续强化质量监管,不断提升区域质量安全治理水平,切实守牢产品质量安全底线。

2025年,县市场监督管理局紧扣“放心消费”主线,持续畅通投诉举报渠道,规范投诉举报处理流程,强化重点领域监管,不断提升维权效能,全力保障消费者合法权益,维护公平有序市场秩序。

一、投诉举报处理总体情况

全年共受理12345转办、全国12315互联网平台、消费者来电来访等各类有效投诉举报5277件,累计为消费者挽回经济损失27.28万元,维权效能持续提升。

二、消费投诉举报主要特点

(一)投诉举报总量持续高位运行。全年投诉举报数量维持较大基数,来源覆盖线上线下多个渠道,反映出随着市场活跃度提升和经营主体数量增长,各类消费纠纷相应增加,消费者维权意识不断增强,维权渠道更加畅通。

(二)产品质量与食品安全问题为投诉热点。产品质量、食品安全、售后服务三类投诉合计占比超七成,举报热点同样集中于

此。反映出产品质量不稳定、食品过期变质、标签不规范、生产经营不规范等问题仍是监管的重点与难点。

(三)生活服务类投诉占比突出。餐饮住宿、美容美发、文化娱乐、体育服务位居服务类投诉前三位,主要问题涉及及服务不规范、收费不透明、履约不到位等方面,停车、教育培训、电信等领域亦有消费纠纷发生。

(四)网络消费投诉举报增长明显。全年共受理网络消费投诉749件,同比增长49.2%,其中质量问题占42.99%,售后服务占25.23%,成为主要投诉焦点。全年受理网络消费举报588件,同比上升50.38%,网络消费维权压力持续加大。

(五)传统消费与网络消费问题高度趋同。无论是线下实体消费,还是网络消费,质量、食品安全、售后服务均为突出问题,表明强化商品质量管控、规范经营行为、提升售后服务,仍是当前及今后一段时间消费维权工作的关键发力点。



警惕针对老年人的保健品销售陷阱

消费风险提示

近期,县市场监督管理局接到多起消费者投诉,有消费者称家中老人通过微信小程序商城购买某品牌保健食品时,被要求首次消费即需支付1588元高额费用,并伴随诱导性营销话术。部分商家还以“健康讲座”“免费旅游”为噱头,侵害老年消费者合法权益。为保护老年群体健康与财产安全,特此提醒:

一、警惕“高门槛入门”与“健康承诺”陷阱

(一)高额首次消费:“首次消费需1588元”的设置,可能是一种筛选客户或捆绑销售的手段。请冷静思考,您是否真的需要一次性购买如此高金额的特定品牌产品?这是否符合您最初的消费预期?

(二)“神奇功效”不可信:保健食品不是药品,不能治疗疾病。任何宣传其产品具有“根治”“替代药物”等功效的行为,均涉嫌违法违规。切勿轻信关于疾病治疗功能的承诺。

(三)“量身定制”套路:警惕以“健康咨询”“体质分析”为名,引导您选择使用该品牌全套高价产品的行为。真正的健康方案应基于专业医疗诊断,而非单一品牌的销售导向。

二、微信小程序购物,需认真核实资质与信息

(一)核实商城真伪:首先确认您访问的微信小程序商城是否为官方授权或运营渠道。可通过品牌官网查询

官方认可的销售渠道列表进行比对。非官方渠道存在产品假冒、售后无保障等风险。

(二)审查产品信息:在购买前,务必在小程序内仔细查看产品详情。

1. 确认有清晰的“蓝帽子”保健食品标志及批准文号(如:国食健注G/Jxxxx)。

2. 核对保健功能、适宜人群、不适宜人群及食用量,切勿超越建议用量或盲目服用。

3. 查看产品生产日期、保质期及生产企业信息。

(三)警惕“社群营销”与“成功学”灌输:此类消费常与微信群分享、线上会议等形式结合,通过展示成功案例、高收益诱惑来促单。请保持冷静判断,勿被群体氛围和财富故事影响理性决策。

三、评估长期消费风险,避免非理性投入

(一)警惕“自用+分享”模式风险:了解该品牌是否与“发展会员”“分享获利”等模式挂钩。警惕以“创业机会”为名,诱导您不断囤货或发展下线,最终可能导致经济损失和人际关系紧张。

(二)计算长期成本:“购买一个疗程”只是开始,请理性评估若长期服用,所需的经济投入是否在家庭预算的合理范围内,其带来的健康价值是否与成本相匹配。

四、科学保健与依法维权须知

(一)保健首选均衡膳食:维持健康的基础是均衡营养、适量运动和良好生活习惯。保健食品仅适用于特定人群的膳食补充,不能替代正常饮食。

(二)事前咨询专业人士:在购买和使用任何保健食品前,尤其是患有疾病或正在服用药物者,务必咨询正规医疗机构医生或注册营养师的意见。

(三)保留全部交易证据:务必保存好全部交易记录,包括支付凭证、产品宣传页面截图、与客服或推荐人的聊天记录等,这些都是维权的重要依据。

(四)了解依法维权途径:若发生消费纠纷或认为受到虚假宣传误导:

1. 首先通过交易平台客服渠道与商家协商。

2. 协商不成,立即拨打12345或者12315热线,或通过全国12315平台(网站、APP、小程序)进行投诉举报,提供商家全称、主体公司及详细证据。

3. 若涉嫌传销,可同时向市场监督管理部门或公安机关举报。

县市场监管局温馨提示:健康无价,但需科学守护;消费自由,还需理性判断。面对高门槛、高承诺的保健食品销售模式,请务必捂紧钱包,保持警惕,认真研究,谨慎决策。切勿因热情推介或健康焦虑,进行超出自身需要和承受能力的消费。

大额美容消费起纠纷,消保调解助退款

消费维权典型案例

去年7月初,消费者张女士反映其在某美容院充值44500元并接受了医美项目。张女士称,商家在服务前未明确告知价格,服务结束后才告知费用,且价目表上无此项目标注,存在未明码标价的情况。为此,张女士要求商家退还部分费用,但商家以“已提供服务”为由拒绝。多次沟通无果后,张

女士拨打“12315”投诉,请求县消保委介入调解。

接诉后,县消保委迅速核实情况并组织调解。通过现场沟通与普法教育,商家认识到自身在经营过程中存在的不足。最终双方达成一致:商家扣除人工费用后,向张女士退款9500元。张女士对调解结果表示满意,商

家也承诺今后将加强内部管理,确保服务项目价格透明、公开。

县消保委提醒,广大经营者应切实履行对消费者的保障义务,严格遵守明码标价规定,杜绝误导消费。同时也提醒消费者,在进行预付式消费或接受服务前,应核实商家资质,理性消费,警惕各类消费陷阱。

孩子在游乐场意外受伤,该由谁担责?

室内游乐场是“遛娃”热门地,但孩子玩耍时意外受伤,责任该由谁承担?去年,县消保委曾成功调解一起因儿童在游乐场摔伤引发的消费纠纷。

去年2月,张先生带5岁女儿到某室内游乐场游玩。孩子在攀爬区玩耍时不慎摔下,导致左脚骨折。事后,张先生认为游乐场应负全责,而经营者则认为家长监护不力也应承担相应责

任。双方就赔偿问题多次协商未果。4月,张先生拨打投诉电话,请求消保委介入调解。

接到投诉后,县消保委工作人员迅速了解事情经过,并开展调解。依据相关法律规定,经营场所、公共场所的经营者或管理者未尽到安全保障义务,造成他人损害的,应当承担侵权责任。一方面,游乐场未充分履行安全告知与防护义务,应负主要责任。另

一方面,张先生作为监护人,对小龄儿童未能全程有效看护,未尽到相应的监护责任,也应承担次要责任。经调解,双方达成一致,游乐场向张先生赔偿各项费用共计5000元。

县消保委提醒,游乐场经营者须切实履行安全保障义务,加强设施维护与现场管理;家长也应提升安全意识,加强对未成年人的看护与安全教育,共同防范意外发生。

