

消费引领发展,维权保障民生。2016年1月1日至12月31日,锡山区市场监督管理局共接到消费者的各类投诉举报1327起,受理1327起,受理率100%,共为消费者挽回经济损失158.9万元。

朱鲸润 锡山区市场监管局



为市民讲解维权知识
本版图片均由
锡山区市场监管局
提供

做百姓健康消费的守护人

2016年锡山区12315消费投诉情况分析出炉

商品类消费 投诉 **731**
起,占消费投诉 **72.6%**
位于前五位的分别是:

排名	类别	数量	占投诉比例(%)
1	服装、鞋帽	147	20.1
2	家居用品	129	17.6
3	交通工具	96	13.1
4	通讯产品	71	9.7
5	家用电器	71	9.7

服务类消费 投诉 **276**
起,占消费投诉 **27.4%**
位于前五位的分别是:

排名	类别	数量	占投诉比例(%)
1	美容美发洗浴	121	41.9
2	文化娱乐体育	26	15.1
3	餐饮住宿	25	10.5
4	制作保养修理	21	8.1
5	销售	18	7.0

消费者投诉举报热点

服装鞋帽类商品投诉高居榜首。在商品类的投诉中,服装鞋帽类商品的投诉举报量上升势头很快。消费者主要反映的问题有:一是服装鞋帽类的质量有待提高;二是售后服务问题;家居用品的投诉量也居高不下,与去年相比,投诉占比由17.5%上升为17.6%,依然处于高位。从分类看,家居用品包括家具、床上用品、厨卫用品、钟

表、箱包和清洁用品等与人们生活息息相关的多个系列,使用面广量大,所以投诉量较大;美容美发洗浴类服务质量差被投诉。与去年相比,美容美发洗浴服务的投诉量虽略降,但投诉量排名仍是第一。美容美发洗浴的投诉中,除了部分是服务质量的因素外,绝大部分涉及预付式消费,经营商家涉嫌存在欺诈行为和非法经营。

据预警中心显示,服务投诉排在前三位的是广告中出现最高级类词语、不履行国家规定三包义务和经营者发生变动后承受其权利义务的企业不履行三包义务。而广告类投诉主要集中在网络销售中,消费者投诉网店商家在广告中使用了顶级、最好、最优秀设计大师设计等绝对化用语,涉嫌存在欺诈行为误导消费者。

投诉处理遇到新问题

目前,预付式消费的投诉举报量日益增多,但没有有效的办法进行处理。

依照《预付卡管理办法》的精神,工商行政管理部门并不是预付式消费卡的主管部门,在商家发行预付式消费卡

时,无权去设置一些条件与准入门槛。但是当商家逃逸或者因预付式消费卡引发投诉时,消费者又往往是向工商部门进行投诉,还认为工商部门在处置该类投诉上存在问题。而事实上,法律仅仅赋予工商部

门消费调解的权利,对于逃逸商家,无权进行抓捕等工作。此类问题的影响越来越大,广大消费者都深受其害,但是目前又没有有效的措施来处理应对,希望广大消费者要谨慎进行预付消费。

消费警示

微信交易陷阱多 选择消费需谨慎

微信是一种朋友间聊天交流、联络感情的社交平台,但现在打开微信发现,越来越多的人在朋友圈里发布各种化妆品、零食、衣服、美食等交易信息,做起了微信生意。

据了解,个人要想在淘宝等平台开店,需向平台运营方提交各种手续,交纳保证金,而在微信开店几乎没有门槛,只需注册微信号,以个人名义在朋友圈发布照片和广告,就可以做生意了。因这些微商没有实体店,只是自然人经营,没有明确的被诉方,出现问题消费者往往难于维权。

锡山区市场监督管理局商务区分局在此提醒广大消费者,微信只是一种交流工具而非专业网购平台,微信运营方对“朋友圈”购物并没

有专门监管。且“朋友圈”中所谓微商往往没有实体店,消费者也无从索要相关票据,即使能够提供相关票据,由于网络交易的虚拟性,很多微商交货甚至收钱后就消失得无影无踪,一旦出现问题,只能自认倒霉。

所以,消费者在选择交易方式的时候应注意尽量选择有经营实体的微商进行交易;同时应通过用户评价等方式充分了解卖家的交易履约信用情况再做选择;除此之外避免通过微信转账或发红包的形式直接向卖家支付货款,而应当选择有第三方平台作为履约保证的交易方式,否则付款后款项直接进入对方账户,一旦出现问题,消费者的权益无法得到保障。

热点解读

解读网购七日无理由退货暂行办法

为了保障《消费者权益保护法》七日无理由退货规定的实施,国家工商总局出台了《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》,自2017年3月15日起施行。

七类商品不适用无理由退货

《办法》明确,四类商品不适用无理由退货:消费者定做的商品;鲜活易腐的商品;在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品;交付的报纸、期刊。

三类经消费者购买时确认可以不适用七日无理由退货规定的商品:拆封后易影响人身安全或者生命健康的商品,或者拆封后易导致商品品质发生改变的商品;一经激活或者试用后价值贬损较大的商品;销售时已明示的临近保质期的商品、有瑕疵的商品。

消费者想退货,商品应当完好。《办法》对商品完好的内涵和标准进行界定:保持原有品质、功能,商品本身、配件、商标标志齐全。

赠品应一并退回 消费者承担运费

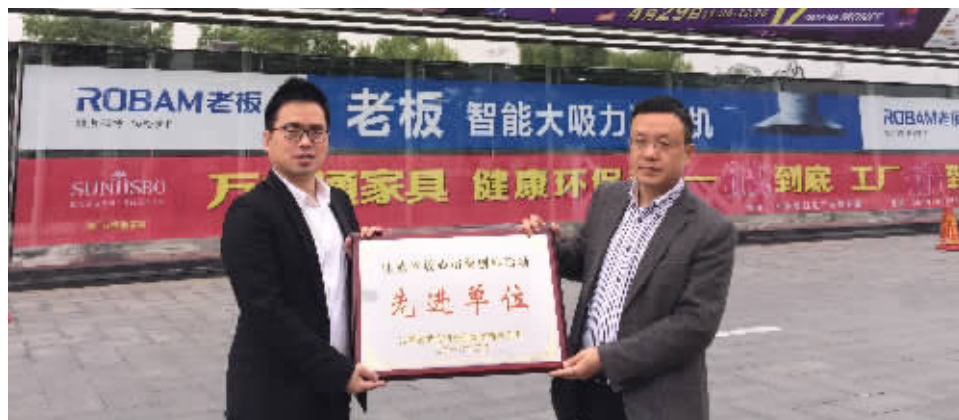
赠品包括赠送的实物、积

分、代金券、优惠券等形式。如果赠品不能一并退回,经营者可以要求消费者按照事先标明的赠品价格支付赠品价款。

《办法》明确,商品退回所产生的运费由消费者承担。经营者与消费者另有约定的,按照约定。消费者参加满足一定条件免运费活动,但退货后已不能达到免运费活动要求的,网络商品销售者在退款时可以扣除运费。消费者退回的商品完好的,网络商品销售者应当在收到退回商品之日起七日内返还已支付的商品价款。

在微信朋友圈买东西需区分情况

消费者在微信朋友圈里购买商品,能否适用无理由退货需要区分情况:如果销售者是依法登记取得相应经营资格的市场主体,则该交易行为等同于网购,消费者可以提出七日无理由退货请求;如果不是依法登记取得相应经营资格的市场主体,仅是熟人出于信任购物,不适用无理由退货。



企业被授予“江苏省放心消费创建活动先进单位”荣誉