

# Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任

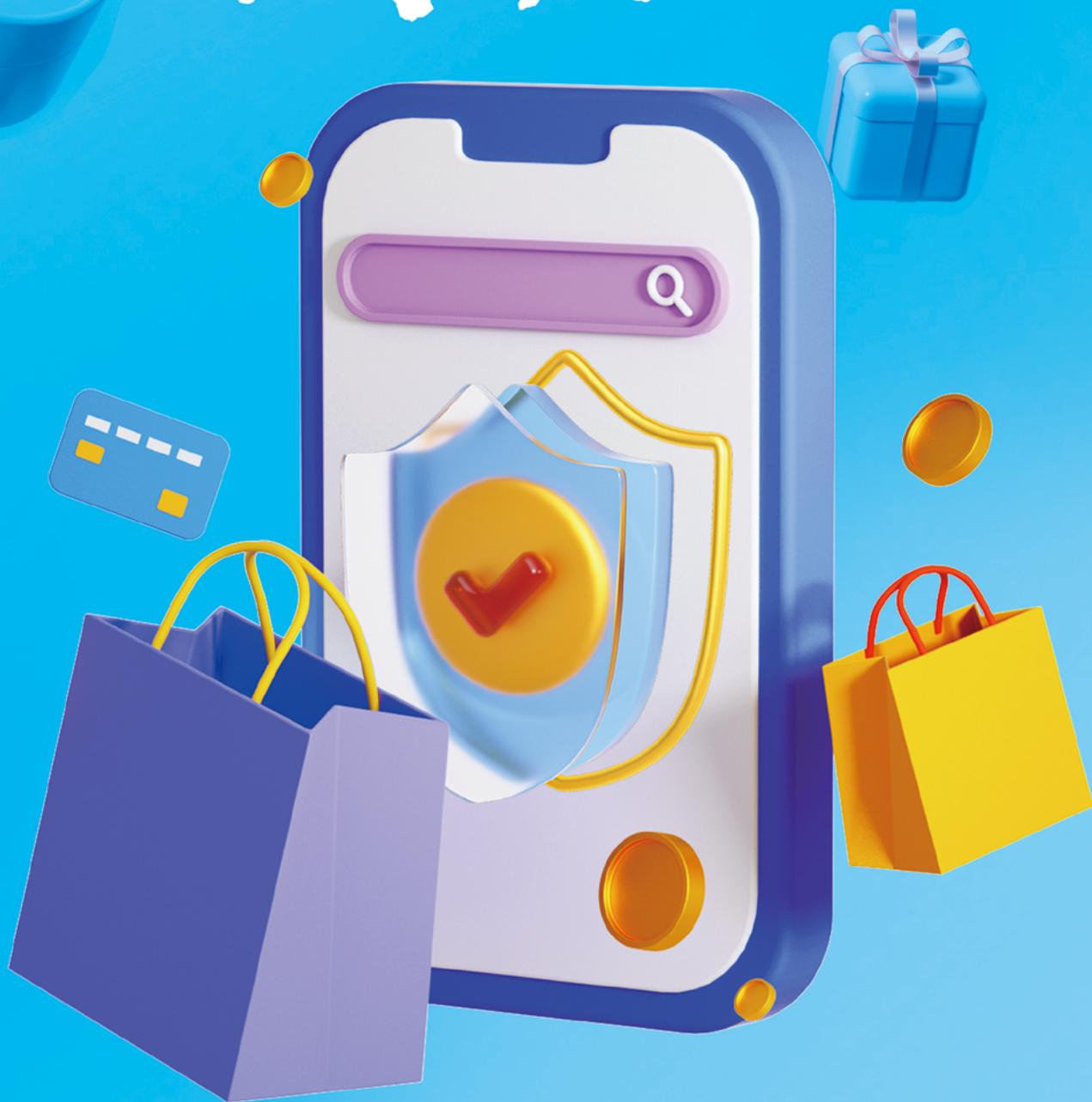
北京

# 消费者

2024年第3期

3

总第138期



## 护航放心消费 提振消费信心

P05 2022-2023年度消费维权先进个人事迹展示

P16 2024年“诚信服务承诺单位”名录

P12 北京市消费者协会储水式电热水器比较试验报告

P21 3·15特献：激发消费活力

# “奋楫笃行‘赶考路’ 凝心铸魂守初心”

## ——市消协党支部赴北京香山开展主题党日活动

为深入学习贯彻党的二十大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想，2024年3月8日，市消协党支部开展了“奋楫笃行‘赶考路’ 凝心铸魂守初心”红色教育主题党日活动，前往香山革命纪念地参观学习，重温红色历史，感悟革命精神，为新时代消协工作高质量发展汲取奋进力量。

北京香山是中国共产党领导解放战争走向全国胜利、新民主主义革命取得伟大胜利的总指挥部，在这里，中共中央绘就新中国伟大蓝图，奠基新中国雄伟大业。缅怀这段历史，对于深刻理解和把握新时代党面临的主要任务具有十分重要的意义，是我们开展党性教育、经受思想政治洗礼的重要一课。

全体党员首先来到香山公园，瞻仰了毛泽东同志当年办公居住地——双清别墅，室内陈列的《毛泽东在双清活动展》，讲述了中共中央从西柏坡“进京赶考”、毛泽东等中央领袖在香山指挥人民解放战争走向全国胜利的革命历程，波澜壮阔，振奋人心。

随后，全体党员共同前往香山革命纪念馆观看聆听了进京“赶考”、进驻香山、继续指挥解放全中国、新中国筹建、不忘初心 牢记使命永远奋斗五部分的红色革命斗争故事，一张张照片、一件件珍贵文物、一段段文字史料，全景式生动呈现了中共中央在香山期间领导全国各族人民，完成民族独立和人民解放的历史使命、开启中国历史发展新纪元的光辉历程。在中华人民共和国升起的第一面五星红旗前，大家久久驻足，深受感动。

活动结束后，党支部进行了热烈的学习讨论。大家纷纷表示，通过对香山红色纪念地的参观学习，深刻感悟到以毛泽东同志为代表的中国共产党人为建设新中国呕心沥血、鞠躬尽瘁的爱国为民情怀，更加深刻地领悟到习近平新时代中国特色社会主义思想作为行动指南的重要意义，激励我们继承和发扬党的光荣传统和优良作风，坚持以党的创新理论武装头脑，不断提高履职本领，以更高质效的服务为经济社会发展做出贡献。



# Prologue

## 卷首语

### 筑牢消费者权益保护法治根基

近日，《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》（以下简称《条例》）正式公布，并于2024年7月1日起施行。《条例》聚焦突出矛盾问题，从消费者权利和经营者义务、国家对消费者合法权益的保护以及争议解决规则等方面，全方位、多层次布局消费者权益保护工作，对完善我国消费者权益保护法律制度体系，加强消费者合法权益保护，促进经济稳定健康发展具有重要意义。

首先是聚焦消费者“急难愁盼”问题。《条例》针对有关消费热点难点问题进行明确规定，及时回应社会关切，对有效预防和化解消费纠纷，提振消费信心，促进和扩大消费具有重要作用。如预付式消费侵权“老大难”问题，《条例》规定经营者以收取预付款方式提供商品或者服务，应当与消费者订立书面合同，不得降低商品或服务的质量，不得任意加价，出现重大经营风险应停止收取预付款，停业或迁移场所应提前告知。针对网络消费大数据“杀熟”问题，《条例》规定经营者不得在消费者不知情的情况下，对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。针对商家误导“自动续费”问题，《条例》规定经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前，以显著方式提请消费者注意。

其次是细化和补充消费者权益保护规定。《条例》主要对《消费者权益保护法》规定的保障消费者人身财产安全、缺陷产品处理、禁止虚假宣传、明码标价、使用格式条款、履行质量担保责任、消费者个人信息保护等义务作了细化规定。如规定经营者应当采用通俗易懂的方式，真实、全面地向消费者提供商品或者服务相关信息，不得通过虚构经营者资质、资格或者所获荣誉，虚构商品或者服务交易信息、经营数据，篡改、编造、隐匿用户评价等方式，进行虚假或者引人误解的宣传，欺骗、误导消费者。《条例》还补充了经营者关于老年人、未成年人消费者保护相关义务规定。明确经营者不得通过虚假或者引人误解的宣传，虚构或者夸大商品或者服务的医疗、保健、养生等功效，诱导老年人等消费者购买明显不符合其实际需求的商品或者服务。明确经营者提供网络游戏服务，应当符合国家有关规定和标准，保护未成年人身心健康。

此外是加大消费者合法权益保护力度。《条例》明确规定国家加大消费者合法权益保护力度，建立和完善经营者守法、行业自律、消费者参与、政府监管和社会监督相结合的消费者权益保护共治体系。各级人民政府应当加强对消费者权益保护工作的指导，组织、协调、督促有关行政部门落实消费者权益保护工作职责。有关行政部门应当及时处理消费投诉、举报，开展消费预警和风险提示，加大监督检查和执法力度，及时查处侵害消费者合法权益的行为。消费者协会可以组织开展比较试验、消费调查、消费评议、投诉信息公示、对投诉商品提请鉴定、发布消费提示警示等，反映商品和服务状况、消费者意见和消费维权情况。这些规定既强调了各个不同主体的具体职责分工，又突出了多方参与的消费者权益保护协同共治理念。

本刊编辑部  
2024年3月31日



**热点** 关注  
**HOT FOCUS**

## P04 共促消费公平 提振消费信心

近日，中国消费者协会公布全国“双先”评选工作结果，对全国160个消费维权先进集体和220名先进个人进行表彰。本期《本刊策划》栏目选取北京市6名被中国消费者协会授予“2022-2023年度消费维权先进个人”荣誉称号的基层消费者权益保护同志的先进事迹进行宣传展示，旨在激励全市消协同志积极进取、开拓创新，为首都消费者权益保护事业做出新贡献。

### 卷首语

01 筑牢消费者权益保护法治根基

### 本刊策划

04 共促消费公平 提振消费信心

05 “热心、细心、耐心”放首位 切实保障  
消费者合法权益  
——北京市通州区消费者协会秘书长陈  
立爽先进事迹

06 理论与实践结合 为消费者营造放心消费  
环境  
——北京市朝阳区消费者协会秘书长王  
延海先进事迹

07 四讲铸四力 为消费者尽心尽力  
——北京市海淀区消费者协会投诉部主  
任米永强先进事例

09 在平凡的岗位实现不平凡的人生价值  
——北京市东城区消费者协会投诉部主  
任赵梦云先进事迹

10 助力消费维权机制建设 为消费者排忧  
解难  
——北京市昌平区消费者协会秘书长  
许毅先进事迹

10 用知识武装头脑 用脚步丈量责任 用汗  
水书写担当  
——北京市平谷区消费者协会秘书长  
宋国兵先进事迹

### 比较与选择

12 北京市消费者协会  
储水式电热水器产品比较试验报告

### 热点关注

15 “北京旅游消费环境调查”入选中消  
协年度消费监督典型事例

16 京津冀消协手动轮椅车比较试验被中  
消协评为“比较试验典型项目”

16 2024年“诚信服务承诺单位”名录

20 北京市屈鹏同志入选“2023消费维权年度  
人物事迹”

22 3·15特献：激发消费活力

22 一同走进老字号 激发消费新活力（东城区）

23 激发消费活力 倡导诚信经营（西城区）

24 激发消费活力 助力“五宜”朝阳（朝阳区）

25 诚信合规经营 激发消费活力（海淀区）

26 守护消费安全 激发消费活力（丰台区）

27 激发消费活力 维护消费者合法权益（石景  
山区）

28 创建诚信通州 激发消费活力（通州区）

29 诚信经营 激发消费活力（顺义区）

30 保护消费者权益 促进消费新活力（昌平区）

32 激发消费活力 为消费者权益保驾护航  
（门头沟区）

32 诚信助力优化营商环境 服务激发市民消费  
活力（房山区）



## P43 婴幼儿配方乳粉广告应注意哪些

婴幼儿配方乳粉是婴幼儿的重要食品，是关系亿万家庭幸福和国家民族未来的特殊食品。为规范婴幼儿配方乳粉广告宣传，有效维护广告市场秩序，保护消费者的合法权益，现就婴幼儿配方乳粉广告中应注意的几点重要事项做出消费提示。

- 33 优化消费环境 激发消费活力（大兴区）
- 34 走近“3·15”放心消费 市场监管在行动（怀柔区）
- 35 倡导诚信经营 激发消费活力（密云区）
- 36 培育诚信经营品质 激发消费活力（平谷区）
- 37 激发消费活力 共建诚信社会（延庆区）
- 38 激发消费活力 增强消费信心（燕山区）

### 消费提示

- 39 北京市市场监管局发布化妆品选购提示
- 40 消费提示之换季洗衣
- 40 理性消费 树立正确消费观
- 41 文明祭扫 理性消费 安全出行

### 消费课堂

- 42 东城区开展黄金珍珠消费体察活动
- 43 婴幼儿配方乳粉广告应注意哪些

《北京消费者》由北京市消费者协会主办。刊物以报道消协动态、宣传消法、监督消费、引导消费为目的；以全面报道北京市消协系统动态、向消费者介绍选择鉴别商品的实用知识和方法为主要内容。

面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



**主办** 北京市消费者协会

**编委会主任** 周小丰

**主编** 杨晓军

**副主编** 罗刚 吴海璐

**编委** 崔倩 李蕊 闫毓珊 杜颖  
马传生 王妍 王延海 刘博  
任军 陈立爽 郑寒冬 张金鼎  
赵伟春 宋国兵 于洋 谢小松  
许毅 陈义东 张格君

**执行主编** 陈音江

**采编部主任** 李君

**执行编辑** 陈亮 刘海宏 舒畅

**图片摄影** 杜颖

**美术编辑** 张霏霏

**市消协地址** 北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦

**邮编** 100055

**咨询投诉电话** 96315

**编辑部地址** 北京市丰台区广安路9号  
国投财富广场4号楼1611室

**邮编** 100073

**电话** 010-63361378

**网址** <http://www.bjxf315.com>

**邮箱** [bjxfz315@126.com](mailto:bjxfz315@126.com)

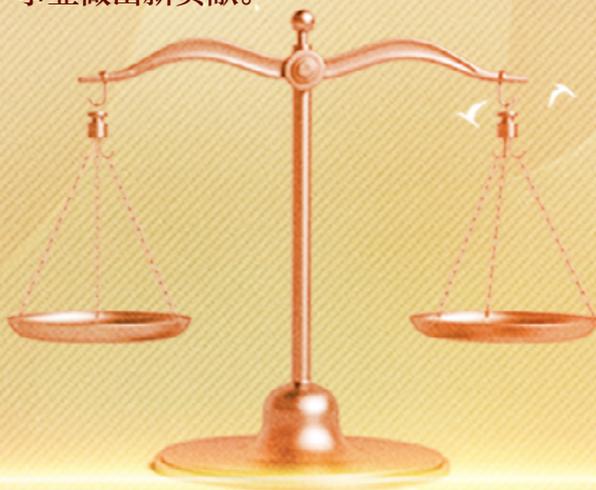
2024年 第3期（总第138期）  
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

# 共促消费公平 提振消费信心

## 编者按：

近日，中国消费者协会公布全国“双先”评选工作结果，对全国160个消费维权先进集体和220名先进个人进行表彰。本期《本刊策划》栏目选取北京市6名被中国消费者协会授予“2022-2023年度消费维权先进个人”荣誉称号的基层消费者权益保护同志的先进事迹进行宣传展示，旨在激励全市消协同志积极进取、开拓创新，为首都消费者权益保护事业做出新贡献。



## 2022-2023年度消费维权先进集体

- 北京市通州区消费者协会 —
- 北京市朝阳区消费者协会 —
- 北京市海淀区消费者协会 —
- 北京市丰台区消费者协会 —
- 北京市西城区消费者协会 —

## 2022-2023年度消费维权先进个人

- 陈立爽 北京市通州区消费者协会秘书长
- 王延海 北京市朝阳区消费者协会秘书长
- 米永强 北京市海淀区消费者协会投诉部主任
- 赵梦云 北京市东城区消费者协会投诉部主任
- 许毅 北京市昌平区消费者协会秘书长
- 宋国兵 北京市平谷区消费者协会秘书长

# “热心、细心、耐心”放首位 切实保障消费者合法权益

## ——北京市通州区消费者协会秘书长陈立爽先进事迹

2022年以来，陈立爽同志始终和上级党组织保持高度一致，坚决贯彻落实上级的各项工作部署，扎实开展理论学习，认真履行岗位职责，严格自我要求，带领通州区消费者协会较好地完成了各项工作任务。具体情况如下：

### 一、注重理论修养，筑牢以人民为中心的发展理念

消费者协会作为联系广大消费者的桥梁与纽带，担负着化解社会矛盾的重要职责，陈立爽同志清醒认识到，要做好新时期的消协工作，必须树立全心全意为消费者服务的思想，要有高度的政治责任感。为此，在平时工作中，特别注重政治理论学习，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面学习贯彻党的二十大精神，坚持以人民为中心的发展理念，紧扣“七有”要求和“五性”需求，持之以恒加强作风建设，深入开展学习“三心”教育，不断提高个人修养，夯实为消费者服务的思想，强化政治理论知识的储备，恰当运用于本职工作中。

### 二、加强队伍建设，为消费维权提供坚强保障

作为通州区消费者协会的负责人和党支部书记，在平常工作和学习中，不断抓好队伍建设和党性理论学习，带领党支部全体党员干部掀起学习热潮，通过学习使大家坚定了“不忘初心、牢记使命”的信念，通过分享疑难消费纠纷调解经验及相关政策法规，督促每名干部坚持把“热心、细心、耐心”放在首位，切实保障消费者的合法权益。

### 三、认真履职尽责，用心解决消费者的急难愁盼问题

陈立爽同志热爱本职工作，具有较强的事业心、责任感和良好的职业道德，在工作中认真学习各项业务知识和法律法规，研究消费纠纷调解技巧，面对侵害消费者合法权益的行为能够挺身而出、敢于碰硬、担当作为。2022年以来带领消协通过96315平台、对外公示电话及其他途径共受理消费投诉1680件，咨询2376件，共计4056件，解决率达到90%以上，为消费者挽回经济损失合计110.70万余元；开展诚信活动，通州区20家企业被市消协评为“诚信服务承诺单位”；开展消费宣传30余



次，专家消费教育6次，发布消费提示、警示69条；积极运用互联网大数据技术开展投诉数据分析，梳理和归纳消费者维权的热点和难点问题、总结典型案例，利用大众传播媒介对损害消费者合法权益的行为发布消费提示，予以揭露、批评。

### 四、加强创新研究，为优化副中心消费环境做贡献

在陈立爽同志的带领下，通州区消协是在全市市场监管系统内首个并连续多年开展消费环境调查的区级消

协。至今，已连续七年开展实体店消费体验调查，连续四年开展消费者满意度调查，并连续举办了三届北京城市副中心消费论坛。在第三届论坛召开时，中消协主要领导出席并致辞，市局高念东局长、唐云华副局长对通州区消费者协会发布的“两调报告”给予了高度评价并做了批示。通州区消协在推动辖区实体店规范化建设，消费者满意度提高，优化消费环境和营商环境以及塑造区域消费名片上发挥了积极作用，为助力副中心经济高质量发展上做出了

自己的贡献。

### 五、严格自我要求，争做一名优秀担当的消费维权人

陈立爽同志在工作中始终身先士卒，严格遵守国家法律法规和消协组织规定。他反复强调，“要耐心做好调解工作，严格按章办事，不利用工作之便徇私情”。努力做到了踏踏实实做事，清清白白做人，以实际行动践行着忠诚、干净、担当的党员本色。

## 理论与实践结合 为消费者营造放心消费环境

### ——北京市朝阳区消费者协会秘书长王延海先进事迹

2021年1月，经朝阳区市场监管局党委任命，王延海同志担任北京市朝阳区消协秘书长，在北京市消协和朝阳区市场监管局党委的领导下，王延海认真学习消协工作相关规定，结合朝阳区实际，圆满完成了消费者权益保护的各项工作。

#### 一、注重理论学习，加强党性修养

作为一名党员和部门负责人，王延海同志坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，切实增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，把学习贯彻落实党的二十大精神与加强干部队伍建设、构建放心消费环境等实际工作相结合，把对党忠诚、为党分忧、为党尽职、为民造福作为根本政治担当，带动朝阳区消协广大党员不断增强政治意识、改革意识和服务意识，有着广泛的群众基础。

#### 二、强化责任担当，勇于攻坚克难

在工作中，王延海同志始终能够以强烈的事业心、责任感和旺盛的热情投入工作，在大事面前沉着冷静，在困难面前迎难而上，面对侵害消费者合法权益的行为能够挺身而出，勇于担当作为，敢于较真碰硬。2021年1月到消协主持工作以来，认真学习业务知识，同时凭借多年积累的工作经验，深入分析疑难消费投诉案例，充分发挥出朝阳区消协的各项职能，为营造朝阳区安全放心消费环境，

助推朝阳区国际消费中心城市主承载区建设做出了突出的贡献。

#### 三、坚持勤勉务实，认真履职尽责

一是组织纪念“国际消费者权益日”系列活动，广泛开展消费维权普法宣传教育，凝聚各方力量，着力提高社会各界维护消费者权益的自觉性和主动性，与朝阳区市场监管局共同对闽龙陶瓷建材市场开展了线下实体店“7天无理由退换货”承诺活动，联合朝阳区市场监管局相关科室走进北京眼镜城进行质量宣讲，保障消费者合法权益，促进消费品质提升；二是积极推动企业自律，推荐朝阳区18家企业获评“诚信示范单位”，指导重点企业完善投诉举报解决机制，督促企业主动遵守诚信服务承诺；三是强化投诉数据运用，每月对“96315”热线的投诉数据进行深入分析，形成《朝阳区月度“96315”系统投诉情况》，在朝阳区市场监管局投诉举报调度点评会上对投诉工作完成情况进行点评，在王延海同志的带领下，2022年1月至今，通过“96315”热线转至朝阳消协的投诉共计8713件，办结率达到83.9%；四是多渠道化解消费纠纷，5月10日，朝阳区消协与朝阳区司法局组织召开座谈会，对人民调解委员会的组织架构、人员配备、业务培训、调解制度、涉案信息录入等工作开展研讨，共同推进人民调解委员会工作，全年共开展人民调解45件，挽回



经济损失67.1万元。

#### 四、严守纪律规矩，筑牢廉洁防线

作为朝阳区消协的秘书长，王延海同志发挥示范作用，带头强化廉政学习教育，结合正反面典型与党员干部交流学习体会，形成一级带一级的学习氛围，筑牢党员干部的理想信念。在思想方面牢固树立纪律和规矩意识，自觉以党纪政纪约束自己，五年内无违法行为，无违纪行为。用群众的满意程度审视自己，模范地遵守廉洁自律各

项规定，同时主动与党员干部谈心交心，了解干部工作生活情况，准确把握思想动态。把党风廉政建设工作与分管业务工作相结合、与中心工作相结合，在各类会议中传达党风廉政建设的新思路、新部署。在他的带动下，朝阳区消协始终坚持以人民为中心的发展思想，始终保持风清气正的政治生态，持续为朝阳区经济社会高质量发展贡献力量。

## 四讲铸四力 为消费者尽心尽力

### ——北京市海淀区消费者协会投诉部主任米永强先进事迹

米永强同志以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，注重加强自身党性修养，深入学法，严格执法，廉洁守法，努力提高调解技能，坚决维护消费者的合法权益，

**一、讲政治，不忘初心，铸牢作为一名海淀消协人维护首善之区的源动力。**把岗位视为宣传党的路线方针政策与实践阵地，维护消费者合法权益的桥头堡，服务人民群众的最后一公里防线，有效解决消费者难心事、

烦心事、愁心事，维护首都消费环境，维护首善之区形象。两年来共指导帮助海淀各级消协组织共处理各种投诉2万多件，在投诉量同比增长48%的情况下，解决率提高23%，为海淀消协品牌形象进一步提高作出了贡献。

**二、讲方法，多措并举，提高海淀区消协的影响力。**针对海淀区平台企业在全国最多、业态最广、消费模式最全，由此导致投诉量大、面广，涉及法律法规杂、消费者诉求期望值大等特点，对投诉大户共性问题处理注重



从制度上求“变”求“率”，对散户投诉求“满意”。一是对投诉量大企业特别是平台企业采取约谈，公示、限期整改等形式，督促企业未诉先办、有诉立办。两年来共约谈企业20余户30余次，配合市消协约谈13户2次，平台企业解决消费纠纷的积极性、主动性和解决率都得到了明显提高。二是共性纠纷发消费警示。充分利用“315国际消费者权益日”，加大宣传，面对面解答法律疑惑，利用区局公众号“市监声音”上发各类消费警示、提示10篇。三是走进企业现场指导，帮助查找问题。两年来深入平台企业指导9次，四是对重点特殊消费群体普法进社区，两年来共进社区授课普法11次，老年群体、残障人士等受众1000余人次，五是设立由消保、法制、执法大队等部门人员的专家团队，充分发挥利用“吹哨报到”机制，对工作中遇到的疑难杂症集体会诊，提高解决率。六是对部分拒不配合工作、消极应付、威胁消费者及工作人员的“小恶”商家敢于碰硬，震慑违法行为，提高不良商家侵害消费者权益的违法成本。七是加强实战培训。采取微信工作群释法、案例公示、会议讲评、奖惩结合等方式，解决各级调解员不想为、不敢为、不会为等问题，变独唱为合唱，提高海淀消协的调解满意率。

**三、讲作风，亲力亲为，强化一名海淀消协人的执行力。**两年来，米永强同志共直接处理各种疑难消费纠纷20余件，涉及争议金额约200余万元。在处理某健身场

所与消费者因怀孕要求退还28万元预付费产生的消费纠纷中，先后5次约谈商家，两次去现场调查，依法依理，耐心释法，讲明利害，最终商家由拒不配合调解到主动配合，从扣除30%解约费到全额退费，调解圆满成功。在调解某老年消费者因身体原因无法接受服务而与某按摩场所的13万退费纠纷、某家长因孩子不适应某学科培训机构老师要求退还剩余11万，某消费者因突然病故引起的18万争议金额，面临无法取证、笔迹鉴定、银行确认、代理资格确认等的疑难纠纷中，没有按照北京市相关规定或者消协职权建议消费者向主管部门投诉，一推了之，而是知难而上，主动作为，向商务、教委、公安、卫生等相关部门了解政策，并启动“吹哨报到”，联合专家团队，群策群力，最终全部按消费者合理合法要求解决，受到各级机关领导和消费者一致肯定。

**四、讲廉洁，慎独慎行，始终坚定维护海淀消协的社会公信力。**在纠纷处理中，面对商家的诱惑以及朋友、同事、同乡等各种请托，坚决拒绝。建立双人调解制度，定期报告调解进度，自觉接受监督。对消费者因圆满解决纠纷，帮其挽回损失而吃请、送礼品等，坚决拒收，对消费者执意要送面感谢锦旗也以上级有要求婉言谢绝，不增加消费者的负担。两年来只被动接受了一名消费者邮寄的锦旗。在工作中，时时告诫纠纷双方，消协工作维护的是社会公平正义，时时处处坚定维护消协的社会公信力。

# 在平凡的岗位实现不平凡的人生价值

## ——北京市东城区消费者协会投诉部主任赵梦云先进事迹

习总书记指出：“伟大出自平凡，英雄来自人民。”用心把每一项平凡的工作做好，就是不凡；所有的不凡，无不源于平凡的日积月累。赵梦云同志就是这样，在平凡的岗位实现不平凡的人生价值。他在基层消费维权岗位从事维权工作三十余年，始终兢兢业业，凭着真诚的态度和专业的知识，及时化解消费者的急难愁盼，深受广大消费者好评，被亲切地称为消费者的“娘家人”。工作以来，荣获三等功两次，优秀10次，嘉奖6次。据不完全统计，获得锦旗30多面，收到市长信箱、区长信箱及消费者转来的各种表扬信80余封。因成绩突出，荣获北京市“消费维权之星”称号。2022年被北京市司法局评定为首批二级人民调解员。赵梦云一直坚持“消费者至上”的维权理念和“消费者为本”的职业情怀。

**一、任劳任怨，服务到位得信任。**赵梦云始终以雷锋精神作为自己工作上的航标灯，一直在消费维权一线奔忙。接待群众、受理投诉、调查取证……小到几块钱的超市购物，大到上百万元的房车，只要是消费投诉，赵梦云都倾情倾力、全力调解。无论严寒酷暑，都挡不住他为消费者合法权益奔波的身影。今年暑期一个炎热的午后，当时体感温度超过40度，赵梦云正大汗淋漓在去往医院的路上，忽然接到消费者投诉，消费者付款后，店家未能如约提供相应服务，且后续服务无法保障。为帮助消费者解决问题，他冒酷暑顶高温反反复复于单位和被投诉人门店之间，最终帮助消费者成功退款。消费者特意送来了表扬信。他真诚为民、及时高效的工作作风，多次受到消费者的赞扬。

**二、尽职尽责，依法维权有保障。**他始终从维护消费者合法权益出发，认真接待来信来访和投诉电话，做到件件有记录，事事有回应，有的投诉标的仅是几块钱，有的投诉涉及外区甚至是外省市，赵梦云也从不怕麻烦，积极受理、及时转办，努力为消费者讨回公道。消费者赵先生于2021年8月在北京农业展览馆举办的房车展上购得某品牌房车一辆，房车交付使用后车辆存在车身多处漏风漏水、无法充电等问题二十余项。2021年9月起，消费者与



销售商及厂家沟通维修事宜。但商家长期未履行三包义务，由于销售商注册于东城，2022年8月，消费者找到东城区消协进行投诉。赵梦云在接到投诉后立即开展调查，联合销售商经营所在地江苏省溧阳市市场监管局、溧阳市消协及中协、中国汽车流通协会、北京市消协等相关单位联合调解，在各方共同联动调解下，厂家给消费者更换一辆新车，解决了消费者异地购车换车难问题，受到消费者高度评价。

**三、勇挑重担，疫情面前有担当。**2022年10月13日，东城区体育馆路街道疫情突然来临，由于他以前已经多次参与疫情防控，单位原不打算再安排他下沉。赵梦云同志得知消息后，又一次主动请缨，奔赴高风险社区疫情防控第一线，连夜入户开展抗原检测、贴门磁、送马桶等工作，他用任劳任怨诠释了基层消协人的使命和担当。桃李不言，下自成蹊。赵梦云常说：“老同志的一言一行，一举一动，年轻同志都看的到，咱年龄大就要以身作则，带好头，希望以力所能及的小事情影响更多的人。”他用朴实的话语和脚踏实地的行动影响和带动了身边的人。现在，东城消协干部都以促进消费公平，提振消费信心，维护消费者合法权益为己任，用心用情用力守护消费者美好生活消费需求。

## 助力消费维权机制建设 为消费者排忧解难

### ——北京市昌平区消费者协会秘书长许毅先进事迹



许毅同志担任北京市昌平区市场监督管理局消费者协会秘书长期间严格落实中消协、市消协各项工作部署，始终树立“以消费者为中心”的工作理念，切实履行保护消费者合法权益的工作职责，圆满完成各项工作任务，现将工作情况简要汇报如下：

**一是保障96315投诉分转渠道畅通。**他严格把关，责任落实到人。无人时，自己顶上。区消协电话长期有人值守，不漏接。据市消协全年统计数据：昌平区“到期未分派、未处理、未上报、未办结的”工单数等四项全部为零。

**二是牢固树立服务意识，努力为消费者排忧解难。**他把消费者的投诉事当成自家事来办，件件有着落，事事有答复。处理疑难投诉15件，为消费者挽回经济损失20

余万元。

**三是助力京津冀消费维权机制建设。**他按照北京市消费者协会下派的《天津消费者协会投诉转送函》，迅速为1位天津消费者成功调解了3年未解决的投诉，挽回经济损失360元。赶在“3·15”宣传活动前，为京津冀消费维权机制建设“增光添彩”。

**四是倡导诚信自律，增强经营者社会责任意识。**“诚信服务承诺单位”评选活动结束后，他持续关注“诚信服务承诺单位”的后续情况，组织诚信服务承诺单位召开工作会，为企业排忧解难。他结合昌平区文明城市创建活动，会同区融媒体中心加大对“诚信服务承诺单位”的宣传力度，进一步扩大了影响，引导更多经营者重信守诺，提高经营者诚信度和消费者满意度。

**五是加强消费提示，制作“放心消费在昌平”系列视频。**他围绕社会消费问题热点、难点，组织人员制作“放心消费在昌平”消费提示系列视频之《五一假期篇》和《校外培训篇》，被人民日报、北京青年报、北京日报等多家市级媒体转发。

**六是开展集中培训，提升消费投诉处置能力。**深入开展能力提升年主题活动，他以《竭尽所能维护消费者合法权益》为题，针对新入职的年轻干部开展消费投诉处置工作培训。培训中分享了消费纠纷和解的案例，共同交流了消费投诉处置的经验，有效提升年轻干部的消费投诉处置能力。

## 用知识武装头脑 用脚步丈量责任 用汗水书写担当

### ——北京市平谷区消费者协会秘书长宋国兵先进事迹

宋国兵，男，49岁，从事消费纠纷调解工作14年以来，兢兢业业、任劳任怨，牢固树立全心全意为人民服务

的宗旨，经常走访农村、社区、商场了解情况，排查调解纠纷，不断总结经验，认真分析研究问题，对街道、社

区、商场的情况了如指掌，对消费者的诉求，尽心尽职地及时化解，排忧解难，在工作中取得了优异的成绩，被单位记三等功2次、嘉奖多次，特别是2019年负责平谷区消费者协会工作以来，解决消费纠纷831起，为消费者挽回经济损失100多万元，参与调解的消费纠纷，调解成功率达90%以上，受到消费者的一致好评和信赖。

### 一、用知识武装头脑。

2009年从部队转业到原北京市工商行政管理局平谷分局峪口消协分会从事工作，宋国兵同志面对的是一个全新的工作领域，从未系统学习过法律知识的他深感工作起来十分吃力。为此，他开始对投诉调解的相关法律进行系统的学习，特别是在市局组织的干部入职培训时，利用优质学习环境，充分掌握了涉及投诉纠纷调解的《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国民事诉讼法》《中华人民共和国合同法》等30多部法律法规知识，在本分局组织的法律法规知识竞赛中取得多次第一的好成绩，由门外汉逐渐成长为一名精通调解知识和法律知识的优秀调解员。

### 二、用脚步丈量责任。

多年来，宋国兵同志主动联合区属相关部门，积极开展3.15维权日宣传，协助制作“保护消费者权益，我们在行动”特别报道，在广场、景区等人员集中共同开展宣传活动，发放消费者维权宣传材料共计10000余份；联合平谷区苦雨益行青年志愿者服务中心、律师界代表、区市场监管局等社会各界力量共同开展维权志愿活动，并邀请区电视台制作成专题片进行播出；通过平谷咨讯、平谷大帝国等第三方平台结合3.15年主题“提振消费信心”进行专题宣传，浏览量10000余人次，自己利用腾讯视频会议系统对“无限极北京公司”员工进行新消法培训，参与人数300余人。

### 三、用汗水书写担当。

生活消费纠纷涉及面比较广，小到一根针，大到一栋楼，事事连民生。2021年9月10日，宋国兵同志接到一名小学生家长投诉，称在平谷三小旁有一家小商店出卖儿童卡通图片存在有奖销售，接到投诉后，他迅速赶到现场进行调查了解，发现商家出售的是儿童刮刮乐，刮出的奖品只是一些儿童玩具，不是刮出奖金之类的，虽不存在违法情况，但也容易让孩子刺激上瘾，随即现场对商家进行教育引导，尽量销售有益孩子学习、健康成长的学习用品，同时也将情况告知了投诉人，获得满意好评。2022



年2月初，他接到马昌营紫贵佳园社区的求助电话，称近段时间接到多起12345投诉电话，有多个居民投诉物业服务不到位的问题；通过调查，他发现居民反映的有共性的问题也有个别问题，针对问题，对物业公司进行了约谈，召开业委会、居民代表大会，最后让该物业的负责人一起与居民代表进行研讨，共同协商解决办法，最后达成一致意见，使物业及时纠正问题，居民满意而归。2023年1月，他接到丰台区杨女士的投诉电话，称在平谷区国美电器购买微波炉时，由于销售员的误导，购买了一台蒸锅，由于父母年龄较大，买回后不会使用，想进行换货，按照家用电器的“三包”规定，该蒸锅已过了换货的期限；针对这种情况，他首先对销售员是否误导进行了调查，经询问了解，杨女士在选购微波炉时，销售员王女士的确给她推荐了该蒸锅，根据《反不正当竞争法》第八条第一款明确规定“经营者不得利用广告或者其他方法，对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等作引人误解的虚假宣传”，由于杨女士的蒸锅没有使用过，不影响二次销售，最后与商家协商，更换了一台微波炉。

多年来，宋国兵同志都以对广大消费者特有的政治责任感，把调处纠纷、化解矛盾，当作公益事业头等大事来做，努力践行着作为一名人民调解员的信念和追求。

# 北京市消费者协会发布 储水式电热水器产品比较试验报告

储水式电热水器（以下简称热水器）是一种加热水并将水储存在容器中，装有控制水温装置的固定式器具。我国电热水器行业经过多年的发展，已成为一个极成熟的产业，技术不断进步，先后出现了防电墙、防电闸、3D速热、变频增容等新技术。为了解储水式电热水器的性能、质量状况以及在使用方面的优劣，更好地指导消费，北京市消费者协会对市场上销售的部分品牌储水式电热水器产品开展了比较试验。

1

## 比较试验样品情况

比较试验样品由北京市消费者协会的工作人员以普通消费者的身份从电商平台购买了15个明示能效等级为1级，额定容积为60L，额定功率为（3000~3300）W范围内的产品，涉及13个品牌，购买价格从998元/台到2699元/台。

比较试验样品基本情况

序号	品牌	型号	购买价格 (元)
1	Midea	F6032-PE7(HE)	2149
2	Vanward万和	E60-Q9D1-30	1499
3	史密斯.劳伦	60Q3	1299
4	Haier	EC6002-MG3U1	1399
5	万家乐	D60-FW5	1799
6	CHIGO志高	60Q3	998
7	Midea	F6032-JA7(HE)	1649
8	OPEIDA欧派雪	60Q35D	1399
9	Vatti	DDF60-i14029	1699
10	Haier	EC6002-JH7U1	2199
11	Fardior法迪欧	F60-C30HN1	1699
12	VIOMI	VEW6018	1799
13	A.O.SMITH	E60VDP-B	2648
14	ARISTON阿里斯顿	JQH4W 60 3QH AG	1988
15	Rheem瑞美	CSFH060-G10	2699

2

## 比较试验测试项目

本次比较试验委托中家院（北京）检测认证有限公司对储水式电热水器样品的加热效率、24h固有能耗系数、热水输出率、增容比、容量、界面交互易用性、app

远程遥控易用性项目进行了测试。比较试验结果仅对购买的样品负责。

3

## 比较试验结果

### （一）加热效率

加热效率指标反映的是电热水器中加热元件结构的优劣，是电能转化为热能效率高低的最直接体现，加热效率越高意味着产生相同的热能情况下所消耗的电能越低，也就越节能。本次对购买的15套储水式电热水器产品进行检验，测试结果中有12款热水器的测试结果为96%以上，达到了五星级水平，其中“Haier”牌EC6002-MG3U1型热水器、“Fardior法迪欧”牌F60-C30HN1型热水器、“Rheem瑞美”牌CSFH060-G10型热水器的测试值达到了99%以上。“史密斯.劳伦”牌60Q3型热水器和“OPEIDA欧派雪”牌60Q35D型热水器的结果低于90%，不符合国家推荐性标准GB/T 20289-2006中第6.2条要求，测试值较差。

### （二）24h固有能耗系数

24h固有能耗系数是能效等级中的两项考核指标之一，该项指标反映的是电热水器保温效果的优劣，保温性能是热水器的重要指标，在日常使用过程中，除了消费者使用热水以外的时间，热水器均处在保温状态，保温性能优越的热水器可以最大限度减少热能损失量，最大程度避免不必要的能源流失。本次测试结果中，有6款热水器的测试结果为0.56以内，达到了五星级水平，其中，“Midea”牌F6032-JA7（HE）型热水器和“Fardior法迪欧”牌F60-C30HN1型热水器的测试结果最好，达到了0.54以内。7款热水器的测试结果达到四星级水平，测试结果为0.58以内，其余热水器达到三星级水平，测试结果为0.60以内。

### （三）热水输出率

热水输出率是能效等级中的两项考核指标之一，该指标主要反映热水器制热水和输出热水的能力。本次测试结果中，“ARISTON阿里斯顿”牌JQH4W 60 3QH

AG型热水器和“万家乐”牌D60-FW5型热水器的测试结果为90%以上，达到了五星级水平，有10款热水器达到了四星级水平，测试结果为80%以上，其余3款热水器达到了三星级水平，测试结果为70%以上。

#### （四）增容比

增容比指标可以直观地表现出热水器产品在规定条件下可以提供40℃热水的总量，可以比较出不同企业不同型号的水热水器，在相同的试验条件下进行试验，所产生40℃热水量的多少。本次测试结果中，有10款热水器的测试结果超过4倍，“Fardior法迪欧”牌F60-C30HN1型、“Haier”牌EC6002-JH7U1型以及“Midea”牌F6032-PE7（HE）型3款热水器的测试结果名列前茅。其余5款热水器的测试结果低于4倍，其中“OPEIDA欧派雪”牌60Q35D型、“史密斯·劳伦”牌60Q3型以及“CHIGO志高”牌60Q3型3款热水器的测试结果较差，低于3.5倍。

#### （五）容量

容量指标主要测量实际容量与制造商所标称额定容量之间的偏差，在国家标准GB 21519-2008中，要求热水器的容量偏差不应超过 $\pm 10\%$ ，一方面是为了避免企业虚标，以小充大，另一方面是为了避免过于追求超高的热水输出率，而忽视超出标称容量的水量而带来额外的电能损耗，同时，也是为了规范产品实际规格，便于能效等级的考核。本次测试结果中，除“ARISTON阿里斯顿”牌JQH4W 60 3QH AG型热水器的测试结果为正偏差，其余14款热水器产品均为负偏差，其中“Rheem瑞美”牌CSFH060-G10型、“Fardior法迪欧”牌F60-C30HN1型以及“万家乐”牌D60-FW5型3款热水器的测试结果最好，偏差较小。

#### （六）交互界面易用性

本次交互界面易用性项目主要考量语义明确性、操作便利性、反馈明确性、反馈及时性和交互逻辑这五个维度。从测试结果看，交互界面易用性项目有9款产品超过平均值（15款产品的测试结果平均值）；其中“A.O.SMITH”牌E60VDP-B型热水器表现较为突出。

#### （七）APP远程遥控易用性

APP远程遥控易用性主要考量用户在使用APP操控时，APP的语义明确性、操作便利性、反馈明确性、反馈及时性和交互逻辑。本次测试所有样品整体测试结果情况良好，有8款产品超过平均值（15款产品的测试结果平均值），其中“Midea”牌F6032-JA7（HE）型、

“Haier”牌EC6002-JH7U1型热水器名列前茅。

## 消费提示

### （一）选购

通过比较试验结果，消费者在选购储水式电热水器产品时应注意以下几点：

1.看标识和说明。产品标识应齐全，包括：制造商或责任承销商名称或商标、型号、额定电压、额定功率、额定容量、额定压力等。产品的使用说明中应有使用操作的详细说明，功能标识说明，应有详细的维护保养方法等。

2.尽量选择大型商场、超市等场所，线上购买时应选择大型知名的电商平台。产品应选择销售规模较大、产品质量和服务质量较好的知名企业的产品。小企业的产品可能存在容量以小充大、能效等级虚标的情况，不建议购买。

3.尽量选择购买能效等级为1级的电热水器产品，并且可以关注一下产品上所粘贴能效标贴上的标称值，24h固有能耗系数的值越小越好，热水输出率的标称值越大越好。

4.能效标贴上会设有二维码，如果没有则存在假冒伪劣嫌疑，需谨慎购买，扫描二维码可查阅该产品的备案信息，包括制造商名称、能效等级、24h固有能耗系数和热水输出率等信息，消费者可以与实物进行比较，信息一致则可以放心购买。

5.在容量选择上如果选择的容量偏小会导致热水不够用，给生活带来不便，而容量过大又会带来不必要的资源浪费，产生额外的电费支出。所以，选购电热水器时应根据家庭人数多少、用水习惯和浴室空间大小来选择多大容量的电热水器。一般来讲，各大商超、电商平台都会配有专业的销售人员，可以给消费者提出较合理的推荐，方便消费者选购适合自己的产品。

6.如果家里卫生间空间较小，可以选择大功率小容量的电热水器，但如果家中用电容量有限，则可以考虑购买带有增容、3D洗或类似功能的水热水器，同时可参考企业给出的增容倍数做参考，增容倍数越大，提供的热水越多。但不要盲目关注增容倍数多少，还要关注企业所明示的测试条件，相同进水温度、进水流量的情况下，增容倍数越大越好。

7.选购时还应考虑家庭成员的使用习惯、电子产品使

用的交互逻辑等来选择。有老人的家庭由于老年人学习能力较差、接受力较低，应注意产品的语义和产品使用反馈情况老年人是否理解，避免造成使用不便，对生活造成困扰。

**(二) 使用及维护**

- 1.将温度调整为最大温度进行加热可以有效杀除滋生的细菌，建议每半个月至少进行一次。
- 2.每四个月或半年进行一次排污操作，排污时检查镁棒是否良好，及时更换。
- 3.洗澡时不要手持花洒，将花洒固定在配套支架上使用，可降低接地系统异常所导致的触电风险。
- 4.装有漏电指示灯的热水器，当漏电指示灯点亮时，应立即拔下热水器插头，不要触摸和使用热水器，及时联系

厂家专业人员，排除故障后方可继续使用。

5.不用热水器的时候可以将热水器的温度调整至45℃左右，可降低能耗，对于带有ECO模式或者其他省电模式的水器也可以打开这些功能，同样可以实现省电的目的。对于带有定时以及远程app功能的水器，我们还可以根据自身情况设置热水器的加热时间、加热温度等参数，按需使用，可最大限度节约能源。

6.使用电热水器时，我们应根据使用热水的多少合理调整热水器的功能及设置。当预计使用热水水量较大时，如秋冬季，可调高设定温度或打开增容、3D洗等类似功能。当预计使用热水水量较少时，如夏季，则应考虑调低设定温度，并关闭上述提高热水量的功能，减少资源浪费。

序号	品牌	制造商	规格型号	价格(元)	加热效率(%)		24h固有能耗系数		热水输出率(%)		增容比	容量	交互界面易用性	APP远程遥控易用性
					数据	星级	数据	星级	数据	星级				
1	Haier	青岛经济技术开发区海尔热水器有限公司	EC6002-MG3U1	1399	99.6	★★★★★	0.559	★★★★★	87.1	★★★★	4.01	-5.3%	"交互界面易用性好，语义明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性好，语义较明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"
2	Fardior法迪欧	苏宁智能终端有限公司	F60-C30HN1	1699	99.4	★★★★★	0.534	★★★★★	85.6	★★★★	4.40	-2.5%	"交互界面易用性一般，语义较明确，操作便利性一般，反馈较及时、明确，交互逻辑性一般"	"APP远程遥控易用性一般，语义明确性一般，操作便利性一般，反馈及时性较好、明确性一般，交互逻辑性差"
3	A.O. SMITH	艾欧史密斯(中国)热水器有限公司	E60VDP-B	2648	97.7	★★★★★	0.568	★★★★	86.3	★★★★	4.15	-5.8%	"交互界面易用性好，语义明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性较好，语义明确性一般，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较差"
4	Midea	广东美的厨卫电器制造有限公司	F6032-JA7(HE)	1649	98.7	★★★★★	0.528	★★★★★	87.6	★★★★	4.08	-5.2%	"交互界面易用性较好，语义明确性一般，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性好，语义明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"
5	Haier	青岛经济技术开发区海尔热水器有限公司	EC6002-JH7U1	2199	97.9	★★★★★	0.565	★★★★	86.5	★★★★	4.31	-4.2%	"交互界面易用性好，语义较明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性好，语义较明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"
6	Midea	广东美的厨卫电器制造有限公司	F6032-PE7(HE)	2149	98.0	★★★★★	0.560	★★★★★	88.2	★★★★	4.21	-5.5%	"交互界面易用性好，交互界面语义较明确，操作便利，反馈及时、较明确，交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性好，语义明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"
7	Vanward万和	广东万和电器有限公司	E60-Q9D1-30	1499	97.9	★★★★★	0.589	★★★	88.7	★★★★	3.73	-3.3%	"交互界面易用性较好，语义较明确，操作便利，反馈及时、较明确，交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性好，语义明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"
8	史密斯·劳伦	中山市宝盛电器有限公司	60Q3	1299	89.7	★	0.566	★★★★	70.3	★★★	3.24	-6.2%	"交互界面易用性较好，语义明确，操作较便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性好，语义明确性一般，操作较便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"
9	CHIGO志高	中山市安心生活电器有限公司	60Q3	998	92.4	★★★	0.575	★★★★	77.5	★★★	3.01	-6.0%	"交互界面易用性较好，语义明确性一般，操作较便利，反馈及时、较明确交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性一般，语义明确性一般，操作较便利，反馈及时、明确性一般，交互逻辑性较差"
10	OPEIDA欧派雪	佛山市顺德区尚电器实业有限公司	60Q35D	1399	86.6	★	0.580	★★★★	77.6	★★★	3.32	-6.0%	"交互界面易用性较好，语义明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性一般"	"APP远程遥控易用性一般，语义明确性一般，操作较便利，反馈及时、明确性一般，交互逻辑性较差"
11	ARISTON阿里斯顿	阿里斯顿热能产品(中国)有限公司	JQH4W603QH AG	1988	97.7	★★★★★	0.555	★★★★★	93.7	★★★★★	4.12	+9.8%	"交互界面易用性一般，语义明确性较差，操作较便利，反馈及时、较明确，交互逻辑性差"	"APP远程遥控易用性一般，语义明确性一般，操作便利性一般，反馈及时性一般、较明确，交互逻辑性较好"
12	Vatti	华帝股份有限公司	DDF60-i14029	1699	96.8	★★★★★	0.572	★★★★	88.8	★★★★	4.05	-6.0%	"交互界面易用性较好，语义明确性一般，操作便利，反馈及时、较明确交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性好，语义明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性一般"
13	万家乐	广东万家乐燃气具有限公司	D60-FW5	1799	98.6	★★★★★	0.557	★★★★★	90.6	★★★★★	3.89	-2.5%	"交互界面易用性好，语义明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性较差，语义明确性较差，操作便利性较差，反馈及时性较差、明确性较差，交互逻辑性较差"
14	Rheem瑞美	瑞美(中国)热水器有限公司	CSFH060-G10	2699	99.2	★★★★★	0.570	★★★★	89.4	★★★★	4.08	-2.2%	"交互界面易用性较好，语义明确性一般，操作便利，反馈及时、明确性一般，交互逻辑性一般"	"APP远程遥控易用性较差，语义明确性差，操作便利性一般，反馈及时性较差、明确性较差，交互逻辑性较差"
15	VIOMI	佛山市云米电器科技有限公司	VEW6018	1799	98.7	★★★★★	0.587	★★★	85.6	★★★★	4.12	-3.8%	"交互界面易用性好，语义明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"	"APP远程遥控易用性好，语义较明确，操作便利，反馈及时、明确，交互逻辑性较好"
"星级评价规则(其中，加热效率、24h固有能耗系数、热水输出率的评价规则参考T/CSTE 0123—2023《质量分级及“领跑者”评价要求储水式电热水器》制订)"					>96%且≤94%	★★★★★	≤0.56	★★★★★	≥90%	★★★★★	"这4项指标的星级评价规则没有可参考的相关标准，无法给出科学、公平、客观的评价原则，因此，本次针对这4项指标仅给出测试数据，不进行星级评价。增容比为：温度设定至最高温度，加热完成后在23℃±1℃进水条件下，以5L/min±0.2L/min流量排40℃±1℃的热水总量与热水器标称额定容积的比值。"			
					>94%且≤92%	★★★★	>0.56且≤0.58	★★★★	>80%	★★★★				
					≤94%且>92%	★★★	>0.58且≤0.6	★★★	<80%且≥70%	★★★				
					≤92%且>90%	★★	/	/	/	/				
					≤90%	★	/	/	/	/				

# “北京旅游消费环境调查” 入选中消协年度消费监督典型事例

为切实保障消费者合法权益，不断优化消费环境，持续增加高质量商品和服务供给，推广各地消协组织在履行消费监督职责方面好的经验做法和优秀成果，让广大消费者和社会各界进一步了解消协组织工作，中国消费者协会于2023年在全国消协组织范围内开展了“2022—2023年度消费监督典型事例”选树活动。

此次选树活动共收到各地消协组织报送的83件消费监督项目，按照典型性、代表性、突出性、先进性原则，经中消协组织专家严格审核，最终有10个消费监督项目入选“2022—2023年度消费监督典型事例”，北京市消费者协会“2023年北京旅游消费环境调查”成功入选。

为贯彻落实《北京市旅游条例》，北京市消协连续8年开展旅游消费调查，客观、系统、动态地反映北京特色旅游环境现状。北京市消协始终以首善标准服务新时代首都高质量发展，充分履行《消法》赋予的职责，立足北京城市战略定位，以推进国际消费中心城市建设和构建和

谐宜居之都为目标，探索出具有品牌推广意义的“北京旅游消费环境调查”工作，为北京旅游经济发展建言献策。2023年北京旅游消费环境调查得到了北京市政府相关领导的肯定，有效促进了首都旅游消费环境的优化提升，对促进旅游业健康发展提供了有力支撑。

调查监督工作是消协组织提高影响力、权威性的重要抓手。此次入选的消费监督典型事例聚焦消费者反映集中、诉求迫切、危害性大、影响面广的侵害消费者权益问题，综合运用消费调查、消费体验、消费评议、劝谕约谈或移送有关部门处理等监督方式，在促进行业自律、企业整改、完善立法、加强监管等方面取得了社会广泛认可。

中国消费者协会希望通过“消费监督典型事例”选树活动，激励全国消协组织聚焦消费者急难愁盼问题，持续深入开展消费监督，深挖问题根源，标本兼治推动问题有效解决，为保护消费者合法权益、促进经济社会高质量发展贡献消协力量。

## “2022—2023年度消费监督典型事例”（排名不分先后）：

- 旅游消费环境调查—北京市消费者协会
- 农村快递服务体验式调查—河北省消费者权益保护委员会
- 消费领域个人信息保护社会监督—上海市消费者权益保护委员会
- 智能电视领域消费调查—江苏省消费者权益保护委员会
- 在线家政消费体察—浙江省消费者权益保护委员会
- 老年旅游体验式调查—福建省消费者权益保护委员会
- 多措并举破解预付式消费维权难题—山东省聊城市临清市消费者协会
- 互联网不公平格式条款消费监督—广东省消费者委员会
- 共享自行车消费监督—广西壮族自治区消费者权益保护委员会
- 消费领域口碑推荐指数调查—青岛市消费者权益保护委员会



## 京津冀消协手动轮椅车比较试验 被中消协评为“比较试验典型项目”

2024年，中国消费者协会面向全国开展比较试验典型项目征集工作。本次活动共收到27个省、市、自治区消协组织的56个比较试验项目，按照公平、公开、公正的原则，中消协组织专家严格审核，最终确定10个“比较试验典型项目”。其中，北京市消费者协会、天津市消费者协会、河北省消费者权益保护委员会联合开展的“手动轮椅车比较试验项目”被评为“比较试验典型项目”。

比较试验是消协组织履行消法职责的重要手段，为广大消费者提供客观翔实的消费信息，帮助消费者做出科学评价、理性选择，保障消费者更好地享有知情权和自主选择权，助推高品质消费。同时，比较试验一定程度上起到推动行业市场规范、有序、高质量发展的积极作用，激励企业关注产品及服务的提质升级，增强消费者获得感、幸福感，促进消费活力迸发。

中消协希望通过对比较试验典型项目的宣传推广，充分展示比较试验的科学性、规范性和指导性，帮助消费者全面准确掌握产品信息，做出客观评价、理性选择，助推高品质消费，从而进一步扩大比较试验社会影响力，不断优化消费环境，激发消费活力，积极服务经济社会高质量发展。

### 10个“比较试验典型项目”（排名不分先后）：

手动轮椅车—北京市消费者协会、天津市消费者协会、河北省消费者权益保护委员会  
硅油纸（空气炸锅专用纸）—黑龙江省消费者协会  
薰衣草精油—上海市消费者权益保护委员会  
儿童厨房玩具（真煮厨具）—江苏省消费者权益保护委员会  
果蔬清洗机—杭州市消费者权益保护委员会  
充电宝—广东省消费者委员会、澳门特别行政区政府消费者委员会  
扫拖一体机器人—深圳市消费者委员会  
家用摄像头—广西壮族自治区消费者权益保护委员会  
洗衣凝珠比较试验—重庆市消费者权益保护委员会、四川省保护消费者权益委员会  
藏香—西藏自治区消费者协会

## 2024年“诚信服务承诺单位”名录



为贯彻落实《北京市“十四五”时期市场监管现代化规划》文件精神，压实市场主体责任，优化首都营商环境，增强市场主体诚信意识，引导和规范社会信用行为，营造安全放心的消费环境，按照《北京市评比达标表彰工作协调小组关于贯彻落实〈创建示范活动管理办法（试行）〉的通知》要求，2024年度北京市消费者协会在全市范围内继续开展“诚信服务承诺单位”活动。

经企业自愿申请并做出诚信服务承诺，市、区消费者协会推荐，北京市消费者协会审核，确定231家企业为2024年“诚信服务承诺单位”，现将名单公布如下：

- 
- 1.王府井集团股份有限公司百货大楼
  - 2.北京工美集团有限责任公司美术用品部
  - 3.北京新中国儿童用品商店有限公司
  - 4.北京大明眼镜股份有限公司
  - 5.银泰商业管理集团有限公司北京一分公司
  - 6.北京江苏大厦
  - 7.博登酷贸易（北京）有限公司
  - 8.北京万龙洲饮食有限责任公司
  - 9.北京双火神品牌管理有限公司
  - 10.北京簋街怡园餐饮有限公司
  - 11.北京花家怡园餐饮有限公司
  - 12.北京早晨映像文化传媒有限公司
  - 13.北京胡大餐饮有限公司
  - 14.北京便宜坊烤鸭集团有限公司便宜坊玉蜓桥店
  - 15.北京南门涮肉有限公司
  - 16.北京市千叶珠宝股份有限公司
  - 17.中国全聚德（集团）股份有限公司北京全聚德王府井店
  - 18.北京云海祥阁餐饮管理有限责任公司
  - 19.北京金龙潭园农副产品市场有限公司
  - 20.北京里丁餐饮管理有限公司
  - 21.北京菜市口百货股份有限公司
  - 22.北京内联升鞋业有限公司
  - 23.北京同和居饭店有限责任公司
  - 24.北京步瀛斋鞋帽有限责任公司
  - 25.王府井集团北京长安商场有限责任公司
  - 26.北京一得阁墨业有限责任公司
  - 27.北京成文厚帐簿卡片有限公司
  - 28.北京祥义号商贸有限公司
  - 29.北京国华商场有限责任公司
  - 30.北京晋雅信达文化发展有限公司
  - 31.北京老舍茶馆有限公司
  - 32.北京世纪黄山酒店管理有限责任公司
  - 33.百盛商业发展有限公司
  - 34.北京祥龙茶文化发展有限公司
  - 35.北京天艺同歌国际文化艺术有限公司
  - 36.北京奥洁斯商业集团有限公司
  - 37.清新全家（北京）环保科技有限公司
  - 38.北京汇宇进出口贸易有限公司
  - 39.丰琪世纪（北京）生物科技有限公司
  - 40.蓝湾（北京）酒店管理有限公司
  - 41.北京市五指生足部反射区保健中心有限公司亚运村店
  - 42.北京小仙炖生物科技有限公司
  - 43.北京国际珠宝交易中心有限责任公司
  - 44.北京马仕玖煲餐饮文化有限公司呼家楼店
  - 45.北京柏食通餐饮管理有限公司
  - 46.北京五十六顶毡房餐饮管理有限公司
  - 47.北京京遇餐饮管理有限公司
  - 48.北京众帮伟业汽车服务有限公司
  - 49.北京华士威服装有限公司
  - 50.北京十里城灯饰批发市场有限责任公司
  - 51.北京汉汤泉健康管理有限公司
  - 52.北京沃驰得酒店管理有限公司
  - 53.北京翠微大厦股份有限公司
  - 54.北京稻香湖投资发展有限责任公司
  - 55.北京市摄影器材市场有限公司
  - 56.北京新燕莎商业有限公司
  - 57.北京大诚中医针灸医院有限公司
  - 58.北京香山假日商务会所有限公司
  - 59.北京三博脑科医院有限公司
  - 60.北京超市发连锁股份有限公司
  - 61.中科领军（北京）口腔医院有限公司
  - 62.益飒美置业（天津）有限公司欧美汇咨询分公司
  - 63.北京德尔康尼骨科医院有限公司
  - 64.北京泰富酒店管理有限公司
  - 65.北京润源置业有限公司
  - 66.北京远鉴信息技术有限公司
  - 67.北京北纬四十度大酒店有限公司
  - 68.北京醉爱时尚餐厅有限公司
  - 69.北京周林频谱科技有限公司
  - 70.北京居然之家购物中心有限公司
  - 71.北京集美家居市场有限公司
  - 72.北京花乡花木集团有限公司
  - 73.北京红星美凯龙国际家具建材广场有限公司
  - 74.北京翠微大厦股份有限公司大成路百货店
  - 75.北京中科百年中老年口腔医院有限公司
  - 76.北京京阳光国际美容服务有限公司北京分公司
  - 77.北京锦丰大酒店有限公司
  - 78.银河互联网电视有限公司
  - 79.北京冠京隆综合商品市场有限公司
  - 80.北京金鼎轩酒楼有限责任公司第二分店



- 81.北京国韵兄弟餐饮管理有限公司
- 82.北京方庄全聚德餐饮管理有限公司
- 83.北京兰特伯爵餐饮有限公司
- 84.北京好特热国际酒店管理有限公司
- 85.北京红色盛宴餐饮有限公司
- 86.北京中艺理想家装饰有限公司
- 87.北京市喜隆多购物中心有限公司时尚奥莱分公司
- 88.北京居然之家杨庄家居建材有限公司
- 89.世纪易联(北京)科技有限公司
- 90.北京环球国广媒体科技有限公司
- 91.北京当代商城有限责任公司石景山分公司
- 92.多点新鲜(北京)电子商务有限公司
- 93.北京国际雕塑公园管理处
- 94.北京文轶翰城科技有限公司
- 95.北京壹门商贸有限公司
- 96.北京广顺源火锅城
- 97.北京佳河餐饮管理有限公司
- 98.北京恒源安居物业管理有限公司
- 99.北京天美鹤餐饮服务中心
- 100.眉州东坡餐饮管理(北京)有限公司双峪路店
- 101.北京天和晟京门餐饮有限公司
- 102.北京美联软通科技有限公司
- 103.北京华冠商业科技发展有限公司
- 104.北京市自来水集团良泉水业有限公司
- 105.北京良乡盛通家居广场市场有限公司
- 106.北京市良乡万达工贸有限公司
- 107.北京龙人澎湃汽车销售服务有限公司
- 108.北京苏宁易购销售有限公司良乡大角店
- 109.北京半岛印力商业运营管理有限公司
- 110.北京珍妮优美容美发有限公司
- 111.北京圣水天缘旅游文化有限公司
- 112.北京云岭山房餐饮服务有限公司
- 113.北京润迪澎湃新能源汽车贸易有限公司
- 114.北京冠伶商贸有限公司
- 115.中国工商银行股份有限公司北京通州分行
- 116.北京中保伟业保安服务有限公司
- 117.北京小街宏兴农贸市场有限公司
- 118.北京市春立正达医疗器械股份有限公司
- 119.北京阔阔门业有限公司
- 120.北京瑞旻商业发展有限公司北京通州希尔顿酒店
- 121.北京波士顺达汽车销售服务有限公司
- 122.北京美味阳光餐饮管理有限公司
- 123.中国全聚德(集团)股份有限公司北京全聚德花庄店
- 124.北京肯德基有限公司通胡大街餐厅
- 125.北京煜立君豪商业管理有限公司
- 126.北京犇隆科技管理有限公司
- 127.北京盒马网络科技有限公司九棵树东路分公司
- 128.北京虎威天下文化传媒有限责任公司
- 129.北京新世界千姿百货有限公司
- 130.北京皇城万福烤鸭店有限公司顺义分公司
- 131.北京童侣体育文化有限公司
- 132.北京顺鑫鑫源食品集团有限公司
- 133.北京益麒麟家居建材广场市场中心
- 134.北京味老全餐饮管理有限公司
- 135.北京静之湖度假酒店有限公司
- 136.北京煌潮大酒店
- 137.北京祥瑞聚鑫汽车销售服务有限公司
- 138.北京蜀园餐饮有限公司
- 139.北京阳坊胜利饮食文化发展有限公司
- 140.北京觅舍酒店服务有限公司
- 141.北京盛百味餐饮有限公司
- 142.北京隽丰商业管理有限公司
- 143.北京昌乐万达广场商业运营管理有限公司
- 144.北京华商兴晟置业有限公司
- 145.中国联合网络通信有限公司北京市怀柔区分公司
- 146.中国移动通信集团北京有限公司怀柔分公司
- 147.北京东方腾龙建材市场有限公司
- 148.北京物美京北商业管理有限公司
- 149.北京好美滋食品烘焙中心
- 150.北京大星发商贸有限公司
- 151.北京北方怀山柔水酒业有限公司
- 152.北京瑞特沃斯机电建材市场有限公司
- 153.北京广通机动车驾驶培训有限公司
- 154.北京富昱元升科技有限公司
- 155.北京闵邦韩医药销售有限公司
- 156.北京东寺渠农副产品市场有限公司
- 157.北京康安利丰农业有限公司



- 158.北京天昊源度假村
- 159.北京即刻到家服务科技有限公司平谷镇罗营分公司
- 160.北京谷达酒店运营管理有限公司
- 161.北京天运美华酒店管理有限公司
- 162.崔记生活（北京）餐饮服务有限公司
- 163.北京汇聚胜利酒店管理有限责任公司
- 164.北京玉衡源餐饮服务有限公司
- 165.北京优尔餐饮有限公司平谷分公司
- 166.今麦郎饮品股份有限公司
- 167.北京康乐亿家大药房有限公司
- 168.北京瑞嘉鞋服有限公司
- 169.北京奥金达农业科技发展有限公司
- 170.吉永达（北京）控股集团有限公司
- 171.北京厚德紫金餐饮管理有限公司
- 172.北京青岛啤酒三环有限公司
- 173.北京徽州印象餐饮管理有限公司
- 174.北京清凉谷风景区
- 175.北京奶川万达广场商业管理有限公司
- 176.北京永宁八达岭酒业（集团）股份有限公司
- 177.北京王木营蔬菜种植专业合作社
- 178.北京步延儿育体育有限公司
- 179.北京国家高山滑雪有限公司酒店分公司
- 180.北京法曼廷餐饮服务中心（个人独资）
- 181.新华家园健康科技（北京）有限公司
- 182.北京金林辉汽车修理有限公司
- 183.北京周菊商贸有限公司
- 184.北京曾府酒店管理有限公司
- 185.北京八达岭国际会展中心有限公司
- 186.北京慧妮商贸有限公司女子美容院
- 187.北京正济堂药品连锁超市有限责任公司燕阳城店
- 188.北京雅妮泰干洗店
- 189.北京智源云创科技有限公司
- 190.北京米家旺酒楼有限公司
- 191.北京梅赛德斯—奔驰销售服务有限公司
- 192.北京祥龙博瑞汽车服务（集团）有限公司一分公司
- 193.北京蔚来汽车销售服务有限公司
- 194.北京勤和祥通汽车销售服务有限公司
- 195.北京博瑞祥驰汽车销售服务有限公司
- 196.联想（北京）有限公司
- 197.北京圣象木业有限公司
- 198.北京博瑞祥浓汽车销售服务有限公司
- 199.安利（中国）日用品有限公司北京分公司
- 200.北京蓝景丽家大钟寺家居广场市场有限公司
- 201.北京腾宇律师事务所
- 202.北京腾宇企标知识产权代理有限公司
- 203.北京苏宁易购销售有限公司
- 204.北京天木汽车修理有限公司
- 205.北京市产品质量监督检验研究院
- 206.北京首都国际机场股份有限公司
- 207.强力家具集团有限公司
- 208.北京劲松望京口腔医院有限公司
- 209.北京劲松口腔医院有限公司
- 210.北京红星美凯龙世博家具建材广场有限公司
- 211.红星美凯龙环球（北京）家具建材广场有限公司
- 212.北京中食优选商业集团有限公司
- 213.中食之家（北京）商贸有限公司
- 214.北京柏生香寝具用品有限公司
- 215.北京照相文化有限公司
- 216.北京珺瑞祥酒业有限公司
- 217.北京玖九宴肠春餐饮有限公司
- 218.北京木木华眼镜有限公司
- 219.恒洁商业（北京）有限公司
- 220.荏原机械（中国）有限公司
- 221.北京阳光消费大数据技术研究院
- 222.北京中轻热点文化传播有限公司
- 223.北京海恒丰商务咨询有限公司
- 224.青岛海信电器营销股份有限公司北京分公司
- 225.北京乐桥燃气设备有限责任公司
- 226.北京市四美国际企业管理有限公司
- 227.北京京润红美容有限公司
- 228.羽木熙护肤造型
- 229.北京爱黛美容有限公司
- 230.北京坤兑健康科技有限公司
- 231.北京大悦时代餐饮管理有限公司

## 北京市屈鹏同志入选 “2023消费维权年度人物事迹”

为推进消费维权社会共治，更好保护消费者权益，打造良好消费环境，充分激发消费活力，中国消费者协会组织全国省级消费者协会（委员会）开展了“2023消费维权年度人物事迹”宣传选树活动。

经各省区市消协组织遴选推荐，中消协综合考量，最终确定“2023消费维权年度人物事迹”10人和“2023消费维权年度人物事迹提名”20人。北京市市场监督管理局12315投诉举报中心主任屈鹏同志入选“2023消费维权年度人物事迹”。

**2023消费维权年度人物事迹名单：**屈鹏、许丽娜、孙茂强、韩志斌、蔡太传、洪序耿、秦维、邹丽霞、袁菲、吴增功。

**2023消费维权年度人物事迹提名名单：**闫惠靓、刘韶静、赵昌斌、赵兴广、祖春宇、盛昭园、付强、刘晓琳、魏贤成、沈洪国、郭建须、姚华、胥渝波、蒋礼清、李松、王毅、邢艳红、李栋、叶克奔·黑沙甫、易瑶瑶。

### 屈鹏同志事迹：

屈鹏，男，1980年出生，汉族，中共党员。现为北京市市场监督管理局12315投诉举报中心主任。在工作中牢固树立了“维护百姓权益，一切为公众服务”的工作宗旨，始终勤于学习，善于研究，以执着的工作热情，专业的工作能力，实践着一个普通共产党员为民服务的政治信念。工作期间表现优异，得到了各方面肯定，多次荣获系统嘉奖、优秀共产党员等荣誉并荣立三等功。

**1.把百姓的需求放心间。**北京作为拥有上千万人口的国际型特大消费城市，商品种类繁多，经营模式多样，市场监管部门面临着监管难度大，群众诉求多的特点，全市市场监管部门在处置群众诉求、解决消费纠纷的工作中肩负重任。屈鹏同志始终心为民所想，力为民所出。为了将工作重点与百姓关注的热点和需求相结合，他多次协调召开专题会议，邀请各方对当前热点问题开展研讨，了解百姓日常消费中遇到的问题与难点，认真研究群众投诉举报



数据，深入实施问题解决方案，推动群众反映急难愁盼问题的切实解决。

**2.把工作的重任扛肩上。**近年来，网络商品消费逐渐成为百姓日常消费主流，其多样、便捷的特点深受群众欢迎，但随之产生的消费纠纷数量不断增加。北京作为全国互联网经济发展的高地，在促进网络交易平台发展与维护消费者合法权益方面面临着挑战，民有所呼、我有所应，屈鹏同志带领团队对网络消费纠纷处置开展研究，结合群众反映的热点问题，对互联网商品服务质量状况、交易规律等方面进行深入梳理，联合互联网企业共同查找服务管理中存在的问题，通过大量的走访调研，会同相关部门优化了群众诉求内容记录等多方面工作，进一步聚焦群众反映问题核心要义，提升了基层部门处置群众诉求效率，对促进平台企业合规健康发展、降低群众诉求产生、提高诉求解决效率等方面发挥了积极作用。

**3.把奉献的信念烙心中。**市场监管部门承担的接诉即办工作与百姓生活息息相关，更是践行“以人民为中心”发展思想的生动实践。担任12315投诉举报中心主任以来，屈鹏同志始终聚焦“国之大者”，强化全市市场监管

系统接诉即办的工作统筹，聚焦群众反映的热点问题，围绕市场监管领域群众反映诉求重点、诉求办理难点等方面强化全市工作协调推动，持续深化市区所三级联动，通过制定群众诉求办理六步工作法，建立关注诉求解决的双回访机制，建机制、固根基、促成效，全系统接诉即办工作取得深入发展，问题解决率、诉求满意率不断提升。

**4.把党员的作风融言行。**作为一名共产党员，党员高度的社会责任感与实现伟大“中国梦”的光荣使命感成为他思想深处的动力源泉。为了全身心投入工作，经常放弃

节假日休息时间，研究工作中的问题，重积累、勤思考、善钻研，为市场监管部门解决群众诉求制订完善了多项工作机制，有效提升了全市市场监管部门接诉即办工作效能。在工作中以身作则，兢兢业业对待每个工作细节，认真倾听每个消费者、每个经营者反映的情况，对工作中发现的问题仔细研究，一丝不苟。屈鹏同志立足本职，踏实工作，在平凡岗位上，把全部的热情投入到工作中，默默奉献。始终忠诚于党、忠诚于人民、忠诚于事业。

（北京市消费者协会）

# 激发消费活力

2024年消费维权年主题

# 3·15特献：激发消费活力



今年3月15日，是第42个国际消费者权益日。中国消费者协会将“激发消费活力”确定为2024年的消费维权年主题。为了进一步维护消费者的合法权益，提高消费者的风险意识，优化消费环境，让消费者在敢消费、愿消费、乐享高品质消费的同时，守好自己的“钱袋子”，北京市各级消协组织积极开展“3·15”国际消费者权益日宣传活动。

## 一同走进老字号 激发消费新活力

### ——东城区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

2024年3月8日，东城区市场监管局、东城区消费者协会组织诚信服务承诺单位相关人员、基层市场监管所干部、消费维权志愿专家、新闻媒体、消费者代表等30余人，到东城区北新桥街道北京稻香村门店开展消费体察活动。

体察人员首先走进了位于东四北大街的北京稻香村第三营业部，在店长的引导下对北京稻香村的百年发展史进行了解。同时，大家也通过店长的讲解，对北京稻香村的商标品牌有了更加清楚地了解。

活动中，来自社会各界的消费者代表品尝了北京稻香村的福龙饼、吉庆饼等龙年限定新品，也在讲解下了解了北京稻香村二十四节气系列产品的立意与创新。消费者代表们纷纷为北京稻香村务实创新，又不忘弘扬传统文化的精神点赞。品尝结束后，代表们也切实地对中华百年老字号如何在时代洪流中不断创新、精进提出了宝贵意见。

之后体察人员走进了位于东四北大街的北京稻香村零号店，在相关项目负责人的讲解下了解了北京稻香村零号店的创新理念与经营情况。传统与国潮创新结合的切入点何在，如何将京味糕点及其背后蕴含的文化与现代时尚潮流相结合，传播中国传统美食文化，北京稻香村交出了一份令人满意的答卷。

北京稻香村公司负责人表示，北京稻香村将继续以“诚信为魂、质量为纲”的经营理念打造核心竞争力，继续守正创新，不断弘扬中华食品文化，逐步拓展全国市场，并致力于将蕴涵中国传统文化的经典食品推向世界，展示中华美食魅力，为广大消费者提供更加优质放心的产



品，不辜负消费者对北京稻香村满满的信任，不断满足消费者多样性的消费期待。

活动过程中东城区市场监管局北新桥街道所所长马涛强调，区市场监管局持续围绕北京稻香村落实食品安全主体责任，食品加工制作过程质量化、标准化，知识产权保护等方面加强服务与监管，协助企业参选北京市政府质量奖项申报，持续优化消费环境；同时，在消费者权益保护方面，指导北京稻香村建立并畅通快速解决消费者投诉的机制，做到客诉件件有回应，妥善处理消费者投诉，让消费者买得舒心、用得放心，激发消费活力，提振消费信心。

活动后消费者代表们纷纷表示，通过参观北京稻香村传统和创新型门店，了解到了北京稻香村的发展史，也看到了很多现代消费模式与传统文化相结合的新思路。真切感受到了北京稻香村的守正创新精神，也看到了北京稻香村对于弘扬传统文化所做出的切实努力。他们表示通过消费体察活动，不仅给消费者与企业互闻互知、互通有提

供了桥梁，更是对消费者知情权的保障，提振了他们的消费信心。

东城区消费者协会秘书长马传生指出，消费体察活动旨在深入宣传2024年“激发消费活力”消费维权年主题，本次消费体察活动通过实地听讲解、品产品、察环境、提建议，让消费者直观地了解东城区中华老字号美食魅力，从而敢于消费、愿意消费、放心消费，树立品质消费信心，让消费者后顾之忧，激发消费活力，更好地满足消费者美好生活消费需求。

此次消费体察活动有效促进了生产经营企业与消费者的面对面沟通。一方面向消费者宣传了消费知识，引导消费者科学消费，不断提升消费信心。同时也为企业及时掌

握消费需求提供新渠道，使其对照新需求提高供给标准、提升供给质量，促进新供给。通过消费者、相关机构、企业三方的共同努力营造国际消费中心城市更好的消费环境。

东城区市场监管局和区消协表示，今后还将继续组织消费者走进更多不同行业的企业进行体察，通过消费体察，引导消费者树立科学消费观念，提振消费者对消费市场的信任和信心。同时也借此机会让企业与消费者互通有无，推进企业进行自我提升，为消费者提供更好的产品和服务质量，营造更加健康有序的消费环境。（东城区消协供稿）

## 激发消费活力 倡导诚信经营

### ——西城区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动



在“3·15”国际消费者权益日到来之际，西城区市场监管局、区消协结合“激发消费活力”年主题，紧紧围绕“2-1-1-5-2”中国式现代化西城实践框架体系，结合辖区实际，开展了30余场丰富多样宣传活动，持续提升辖区消费环境建设，营造放心消费环境，助力西城高质量发展。

**一、政企同行放心消费。**区消协积极推进2024年诚信服务承诺单位入驻平台相关工作，及时开展宣传工作，15家诚信服务承诺单位成功入驻96315消费纠纷和解绿色通道，同时强化社会监督，倡导企业强化责任意识，加强“消费环节经营者首问制度”及“赔偿先付制度”等消费争议快速和解机制建设。主动与消费者快速和解消费纠纷，减少消费纠纷外溢，缩短消费纠纷解决时间，降低消费者维权成本。从源头上减少消费纠纷，提升消费体验。

各市场所对辖区重点企业开展行政指导，发放《营造西城安全放心消费环境 落实消费者权益保护主体责任工作手册》，要求经营者落实好两项维权制度，做到诚信经营，切实维护好消费者的合法权益。月坛所联合消保科、餐饮科、产品科、综合执法大队走进长安商场面向员工开展教育宣传活动，结合消费维权案例、产品抽检情况、餐饮服务食品安全操作规范，并通过原创相声《电梯那些事儿》普及电梯相关法律法规要求，多角度、全方位解析经营者义务，强化经营者主体责任意识。此次培训是市场监管部门整合力量“送培训、送指导、送服务”的生动体现，以企业实际需求为出发，针对长安商场商户不断增加、现场合规管理难度上升等情况，通过政企互联互通，现场教学，使专题培训真正做到“提质降量”，让商场按需“点菜”。西城区市场监管局各市场所、执法大队以“稳秩序”为核心，全面加大市场监管力度。执法人员深入辖区内的各类市场主体，对食品、药品、日用品等涉及消费者日常生活的重点商品进行了严格的执法检查。通过提升服务人员的专业素质，优化工作流程，扭转当前消费维权领域舆情易发多发现状，化解风险隐患的同时，增强企业合规风险防控与客诉应对能力；通过政府行政部门“沉浸式”服务，赋能企业高质量发展，双方联手，进一步激发消费活力，为消费者营造放心舒心的购物环境。

**二、加强执法普法宣传。**为切实维护消费者合法权

益，西城区市场监管局积极开展各类专项检查，加大对辖区检查力度，结合《北京市西城区学校食品安全排查整治专项行动实施方案》的工作要求，对辖区内餐饮、商超、个体等市场主体进行检查。依法严查食品药品、特种设备、燃气灶具、电动自行车、儿童玩具等涉及消费者人身财产安全的产品，严厉打击侵害消费者合法权益的违法违规行为。执法人员重点提示消费者在购买商品和服务过程中，一定要仔细查看商家资质，理性消费，如遇消费纠纷问题及时向市场监管部门反映，维护自身合法权益。督促引导经营主体主动承担社会责任，持续改善消费环境，提高消费质量，切实维护广大消费者合法权益，提高人民群众的获得感、幸福感、安全感。执法人员对辖区内的餐饮、商超、个体等市场主体进行全覆盖检查。督促经营者要遵守市场规则，坚守安全底线，坚持诚信守法经营，不得进行不正当竞争行为，保障消费者的合法权益，不断提振群众消费信心。

**三、宣传教育理性消费。**“3·15”期间，西城区市场监管局、区消协通过微信公众号发布《教您避坑，请查收西城送您的消费维权指南》，明确消费者权利畅通维权解决方式，并通过典型案例开展有针对性的消费提示。同时利用“小颖话营商”品牌录制《您的“3·15消费提示已送达”》短视频，扩大消费维权知识覆盖面，并充分协调多渠道播放总局“3·15”公益广告。区消协向红居南街社区居民现场开展消费维权宣传咨询服务，发放《北京市消费者》期刊及《消费维权案例手册》150余份。各场所向属地社区居民发放《预付费消费维权手册》《青少年消费维权案例》《老年消费维权案例》《网络消费维权案例》《单用途预付卡管理条例配套制度》等宣传材料，面向不

同消费群体进行消费维权知识宣传。针对网络购物中普遍存在的问题，结合真实案例，向居民群众介绍日常生活中常见的消费陷阱，提醒居民群众做成熟理性的消费者，围绕消费者权益保障热点问题与现场互动答疑解惑，受到社区工作者及居民一致好评。消保科联合产品科、计量科、计量所前往什刹海党群服务中心，为居民提供眼镜、血压仪校验等便民服务，并邀请区消防局讲解消防安全知识，邀请中联品检（北京）检测技术有限公司现场解答纺织服装产品标准及购买注意事项，受到居民好评。大栅栏所联合西城区烟草专卖局、区人民法院、大栅栏街道办事处在北京坊开展现场宣传，重点提示消费者增强保存证据的意识。

**四、有效化解消费投诉。**西城区市场监管局、区消协落实好“3·15”期间的消费咨询及投诉受理工作，加强值班值守，及时关注辖区企业舆情加强沟通联动，对于体育健身、美容美发等预付费消费投诉情况以及企业联系不上等经营异常情况及时做好沟通研判，采取措施有效应对，通过畅通消费维权渠道，及时回应群众关切，积极维护消费者的合法权益。有效梳理分析“接诉即办热线”“全国12315平台”“96315热线服务平台”等渠道工单数量、问题类型的基础上，对辖区消费纠纷热点、难点问题进行了认真剖析和研判，优化行政调解制度，持续推动建立健全人民调解、行政调解、司法调解等消费纠纷多元化解机制。进一步发挥消费者协会组织优势，加强消费教育，强化社会监督，引导行业自律，力求通过高质量的接单办件工作有效化解消费矛盾，提升消费者满意度。（西城区消协供稿）

## 激发消费活力 助力“五宜”朝阳

### ——朝阳区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

3月12日，区市场监管局、区消协联合区烟草专卖局、区房管局、区农业农村局等部门在蓝色港湾“摆摊设点”，举办朝阳区2024年“3·15”国际消费者权益日纪念暨“激发消费活力”年主题现场宣教活动，为消费者普及相关知识，切实保护消费者合法权益。

活动现场，每个“摊位”都是一个咨询台，各部门工

作人员一边在“摊位”前接受消费者咨询，为消费者答疑解惑，一边发放各类法治宣传资料和法律知识读本，向消费者传授识假辨假知识，讲解假冒伪劣商品的鉴别方法，提高消费者鉴别真假商品的能力。

朝阳区消费者协会秘书长王延海现场提醒广大消费者，在消费过程中务必要向经营者索要发票或相关凭证，

聊天记录、购物凭证小票、快递单号、合同等要妥善保管好，一旦发生消费纠纷时可以作为消费凭证。消费者发现自身消费权益受到侵害时要积极维权，在维护自身消费权益过程中与经营者协商不成的，可拨打消费者协会投诉热线96315进行求助。

“这种标识不清的是假烟，买烟的时候一定要从正规渠道购买。如果发现有销售假烟的情况，可拨打12313，进行消费者维权。”在区烟草专卖局的“摊位”前，整齐摆放着真假烟草、宣传册等，工作人员认真地为来往群众普及相关知识，叮嘱群众在购买商品时要“擦亮眼睛”。

2024年是《中华人民共和国消费者权益保护法》实施30周年，朝阳区结合不同消费群体的需求，开展消费者权益保护系列宣传活动，通过消费维权宣讲、咨询、消费体验等多种方式，进社区、进商场、进学校、进楼宇，为消费者解决“急难愁盼”，同时依托社区、学校、楼宇的



微信群和市场监管部门微信、微博、抖音等新媒体平台，推送群众喜闻乐见的消费教育图片、视频、文字等，解读食品安全、网络购物、产品“三包”等消费、维权知识，统筹推动消费服务质量提升，助力“五宜”朝阳建设。（朝阳区消协供稿）

## 诚信合规经营 激发消费活力

### ——海淀区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

海淀区市场监管局在五棵松万达广场牵头组织开展“诚信合规经营 激发消费活力”主会场活动的同时，还在全区多个地点开展了进校园、进社区、进企业、进市场、进商圈、进公园等丰富多样的分会场活动。

**一、进企业。**海淀区市场监管局干部与消费者代表一同走进企业，通过实地参观、试用体验，直观感受科创产品从设计理念诞生到最终问世全流程，并通过座谈交流的方式，了解企业在产品质量把控、标准化建设、消费保障体系等方面情况。三方人员畅所欲言，大家一起“商量着办”，为进一步激发消费活力，构建共商共治新格局奠定了坚实基础。

**二、进社区。**在苏家坨镇、八里庄街道等街镇的多个社区，通过发放宣传册、设置特色展台、现场答疑、案例分析等方式向社区居民宣传《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，进一步提升消费者依法维权意识。活动还邀请了中医特色义诊团队和计量检测专业技术人员，为居民提供专业医疗建议、个性化健康指导、眼镜清



洗等便民服务，并讲解了规避消费陷阱的小技巧，告知消费维权渠道，切实解决社区居民维权难、投诉难的问题，得到了市民的一致好评。同时，还充分发挥食品药品安全信息员作用，利用普法培训、电子宣传屏、网络沟通平台等，广泛宣传《激发消费活力送您消费锦囊》，确保消费者安全饮食、理性消费、健康生活，进一步营造人人关心、人人参与的良好社会氛围。

**三、进校园。**执法人员还来到北京交通大学、北京航空航天大学、海淀区第三实验小学（北校区）等辖区院校，向学生们现场普及预付式消费安全注意事项、消费者权益保护知识、网购商品退换货政策，以及如何识别假冒伪劣商品、防范消费陷阱等内容。活动现场，还特别对网络购物、食品安全、“网红”玩具等进行了解读，并安排普法讲座，增强学生们的法治意识和自我保护能力，引导学生们树立正确的消费观念，学会理性消费。通过寓教于乐的方式，将消费维权知识传递给莘莘学子，形成家庭、学校、社会共同参与的良好氛围。同时，还向学生们介绍了“12315”消费者投诉举报热线，鼓励学生们在遇到消费纠纷时积极维护自身的合法权益。

**四、进商圈。**与此同时，在世纪金源、清河万象汇、锦绣大地农贸市场、马甸公园等辖区大型商圈、公园及人员密集场所，市民们纷纷驻足观看宣传展板、宣传视频，提出日常生活中遇到的实际问题，执法人员对消费维权、食品安全、医疗美容、称重器具、产品质量等进行详细解答，有效提高消费者法律法规知识的同时，让更多的消费者加入了市场秩序维护者的行列中来，共同营造公平、安全、放心的消费环境。

**五、加强检查。**为进一步规范市场秩序，保障消费者合法权益，激发消费活力，海淀区市场监管局围绕食品药品安全、产品质量、明码标价、诚信计量等开展全方位检查，通过强化执法、快速处理、宣传引导，进一步规范市场秩序，优化营商环境，畅通投诉举报渠道，高效快速解决消费纠纷，切实维护好广大消费者的合法权益。

**六、开展企业指导培训会。**海淀区市场监管局组织召开了重点平台企业指导培训会，美团、去哪儿网、中关村在线、敦煌网、转转、抖音、快手、小米、腾讯、网易、百度、滴滴、微博、叮当快药、贝壳找房、58同城、优酷、爱奇艺共计18家平台企业参加。培训会围绕平台使用的规则、协议等格式条款，在售商品认证资质，广告导向，食品安全，公平竞争等内容，督促平台企业加强主体责任意识，加强内部管控，落实安全生产责任，规范市场经营行为，确保网络市场环境安全稳定。

海淀区市场监管局将继续在激发属地经济活力、维护良好消费秩序上发力，多维度加强消费维权宣贯，聚焦消费者“急难愁盼”，全面提升消费者的安全感、获得感和幸福感。（海淀区消协供稿）

## 守护消费安全 激发消费活力

### ——丰台区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

为进一步推动丰台区国际消费中心城市建设，打造安全城市、品质生活，优化提升市场消费环境建设，激发消费活力，丰台区市场监管局、丰台区消费者协会围绕“守护消费安全 激发消费活力”开展“3·15”国际消费者权益日系列活动。

**一、承办“数字赋能预付费安全 激发丰台消费活力”主旨论坛。**3月15日，为加强预付费消费安全，充分发挥数字人民币高安全性、可追溯性特点，丰台区市场监管局会同区金融办举办“数字赋能预付费安全 激发丰台消费活力”主旨论坛，此次论坛邀请中国人民银行数字货币研究所专家、中科大脑创新研究院执行院长王静宇和中国数据哥彭作文分别围绕“数字人民币智能合约在预付费领域的应用”“智能时代新思维、新实践”“数字经济时代的消



费权益保护”开展主旨演讲。现场，作为餐饮行业代表，丰台区餐饮协会会长穆慧妍表示将积极推动餐饮企业加强数字化建设，加强行业自律，引导企业诚信经营，提升消费者信任度。会上，丰台区市场监管局发布了2024年丰台区预付式消费安全提示。此次活动为数字货币研究机构、

数字科技企业、预付行业主管部门、银行机构、预付费企业、相关领域专家搭建了深入学习交流研讨的平台，进一步加快推动了数字人民币在丰台区预付式经营领域的应用。

**二、开展消费维权宣传。**以“3·15”国际消费者权益日为契机，在全区户外电子屏幕，推送消费维权内容，开展消费维权宣传。同时，联合多部门开展丰富多彩的主题活动，多角度保障消费安全，营造放心消费氛围。

**三、召开药品安全巩固提升工作推进会。**丰台区市场监督管理局联合丰台区公安分局、丰台区人民法院及马家堡街道等部门召开了“搭建多元治理平台 促进药品安全持续巩固提升”药品安全巩固提升工作推进会。会上公布了第一批“药品安全巩固提升信息监测点”单位，企业代表签署了《药品、医疗器械、化妆品合规经营承诺书》，丰

台区市场监管局、丰台区人民法院、丰台区公安分局、马家堡街道共同签署了《药品安全巩固提升普法宣传、联合执法、行刑衔接联合工作方案》。充分发挥药品经营主体责任，多部门协同、行刑衔接，建立横到边，纵到底的药品安全共同治理机制，整体推进药品行业健康有序发展，守护人民群众药品安全。

**四、开展餐饮消费月活动。**丰台区市场监督管理局会同卢沟桥街道举办“激发消费活力 共护消费安全”“3·15”主题活动暨“卢沟桥街道餐饮消费月”启动仪式。现场设置消费者权益保护主题展、“齐参与”趣味有奖答题和消费维权现场咨询等活动。与丰台区消防支队联合微博直播，普及消防产品常识，讲解如何辨别假冒伪劣消防产品，发布消防安全用品消费提示等。（丰台区消协供稿）

## 激发消费活力 维护消费者合法权益

### ——石景山区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

为纪念“3·15”国际消费者权益日，进一步优化市场消费环境，提升消费满意度水平，近日，北京市石景山区市场监督管理局先后在物美慧科大厦、万达广场、喜隆多广场、北方工业大学附属中学、老山社区等开展进企业、进商圈、进校园、进社区等宣传活动，宣传的主题为“激发消费活力”“走近3·15.放心消费市场监管在行动”。参加活动的还包括石景山区检察院、区教委、区司法局、物美集团等单位。

活动通过发放宣传材料、现场答疑、培训讲座、知识竞赛等方式，与消费者、经营者开展面对面的消费维权法律知识宣传教育。其中，为宣传和推广消费者权益保护法，增强青少年的维权意识，3月14日，由石景山区市场监督管理局、教委、司法局、石景山区消费者协会、物美集团五家联办的石景山区第十八届“物美杯”青少年维权知识竞赛在北方工业大学附属学校举行。区市场监督管理局副局长鲁文盛、区教委副主任胡光熠、司法局副局长安婧婧、消协副秘书长何刚、物美商业集团股份有限公司党委副书记刘德舆出席会议。北方工业大学附属学校初一年



级全体学生代表到场为选手助阵加油。本次比赛共有北方工业大学附属学校、京源学校、首钢集团有限公司矿业公司职工子弟学校、京源学校莲石湖分校、教育科学研究院附属石景山实验学校、北京大学附属中学石景山学校、实验中学、北京景山学校远洋分校、第九中学分校、石景山学校共10所学校组队参赛。石景山区“物美杯”青少年维

权知识竞赛自2003年开始，已经连续开展了18届，深受学生们的欢迎。竞赛以青少年日常生活中常见的消费、食品安全、未成年人司法援助等内容为主题，将消费维权知识、未成年人保护融入课堂之中，提高青少年法律意识和自我保护常识，形成了政府搭台、企业参与、全社会共同关心青少年成长的良好氛围。

与此同时，针对消费维权、食品、价格、广告等易出现问题的领域，石景山区市场监督管理局对相关企业进行

培训，针对预付费、退费、保健食品等维权热点，向消费者宣传如何选购和防范假冒伪劣产品等常识。“3·15”系列宣传活动表达了市场监管部门进一步优化消费环境的决心，使更多的消费者认识到，消费有保障，维权有信心。宣传以外，市场监管部门将同步开展打击侵犯消费者权益的专项执法行动，打击违法，保护合法，维护市场秩序，营造更加安全放心的消费环境，切实保护消费者的权益。（石景山区消协供稿）

## 创建诚信通州 激发消费活力

### ——通州区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

在第42个“3·15”国际消费者权益日来临之际，通州区消费者协会在市消协的指导下、在区市场局的领导下，围绕中国消费者协会确定的“激发消费活力”消费维权年主题，进一步加强消费教育宣传引导，持续提高消费者权益保护工作水平，不断优化副中心消费环境。

**一、进社区。**2024年2月27日上午，通州区消费者协会在新华街道如意园社区组织了以“诚信通州 创建放心消费环境 激发消费活力”为主题的“3·15”宣传活动。参加活动的人员为社区居民，共计20余人。现场给居民发放了消法等宣传材料，为大家生动解读了《消费者权益保护法》中消费者的权利以及《北京市单用途预付卡管理条例》。参加活动的居民也纷纷提出自己在生活消费中遇到的各种问题，工作人员现场进行了一一解答。现场互动氛围良好，居民反响热烈，对活动给予了充分肯定。活动目的，一是走进社区，拉近与居民的距离，更好地了解居民的诉求，及时为居民解决急难愁盼；二是不断丰富和提升消费宣传教育形式和效果，更好地保护消费者的合法权益，不断优化提升北京城市副中心消费环境！

**二、进集中办公区。**2024年3月5日下午，通州区消费者协会邀请中消协律师团律师芦云走进通州区紫光科技园区开展“3·15”主题活动。活动现场，芦云律师为50余名涉网平台经营者分享了《电子商务法》的相关知识，主要围绕电子商务法中经营者的责任和义务以及典型案例进行讲解，并与大家开展现场交流互动，取得良好效果。此



次活动，主要针对网络消费纠纷的热点、难点、堵点等问题展开，以源头治理为抓手，进一步提升经营者的诚信意识、责任意识和法律意识，压实企业主体责任，共同为维护消费者合法权益以及构建安全、放心、和谐的网络消费环境做出努力，激发消费活力，助力副中心经济高质量发展！

**三、推进生产企业。**2024年3月7日下午，通州区消费者协会邀请中消协律师团律师李斌走进北京苏稻食品工业有限公司开展“3·15”主题活动。苏稻是通州区乃至北京市的重点糕点类食品企业，被商务部认定为“中华老字号”，目前在全国拥有800多家专卖专营店，10余万线下销售网点。企业在发展壮大的同时，始终把维护消费者权益保护工作放在突出位置，对于消保常识也是求知若渴。为此，通州区消费者协会在“3·15”主题日之际专门邀请专家走进企业送服务、送法律、送温暖，助企业解需解

困，促企业积极参与到协同共治的消保维权大体系中。根据企业需要，李斌律师提前备课，现场为大家分享了《食品安全与职业打假人投诉案例解读》这一课，结合典型案例，从食品的生产、标签标识、储运、销售以及售后等各个环节进行了讲解，现场为工作人员提出的问题答疑解惑，取得较好效果。企业研发、生产、销售、售后等各个岗位的管理代表参加培训，共计50余人。

**四、针对热点问题开展系列消费提示。**2023年春节前后，保健食品在辖区内成为消费者投诉热点，为保护消费者合法权益，维护市场良好秩序，践行“激发消费活力”年主题，通州区消费者协会在“3·15”国际消费者权益日期间通过北京通州市场监管微信公众号发布保健食品专题消费系列提示（共六篇），其中视频消费提示分别从正确认识、合理选购及科学食用三个方面分期发布，保健食品十大骗术系列三期，从不同角度提示广大消费者，理性消费、安全食用保健食品。

**五、开展诚信服务承诺主题活动。**2024年3月22日下午，通州区市场监督管理局、通州区消费者协会联合举办2024年通州区“创建诚信通州 激发消费活力”诚信服务承诺主题活动，全区十多个行业的35家企业代表以及部分行业监管干部、消费者协会干部和媒体记者，共计80余人参加。活动现场，区消协秘书长陈立爽发布了《2023年度

通州区受理消费者投诉相关数据分析报告》；副局长韩涛公布了通州区13家被北京市消费者协会评为2024年度“诚信服务承诺单位”的企业名单；党组书记张胜勇为2024年度“诚信服务承诺单位”企业进行了授牌；3家诚信服务承诺单位先后作为2024年度获评企业进行了表态发言；最后党组书记张胜勇对活动进行了总结讲话，并提出三点倡议：一是聚焦服务理念，深入开展消费者权益保护工作；二是聚焦社会力量，加强消费维权格局协同共治；三是聚焦新兴业态，助力副中心国际消费中心城市建设。通过发布投诉数据分析报告，对损害消费者合法权益的行为进行揭露和曝光，进一步净化辖区消费环境，有力维护消费者的合法权益；通过举办诚信服务承诺主题活动，进一步压实市场主体责任，引导和规范诚信经营，为创建诚信、安全、放心、和谐的消费环境奠定基础，进一步提升消费者的安全感、获得感和幸福感！

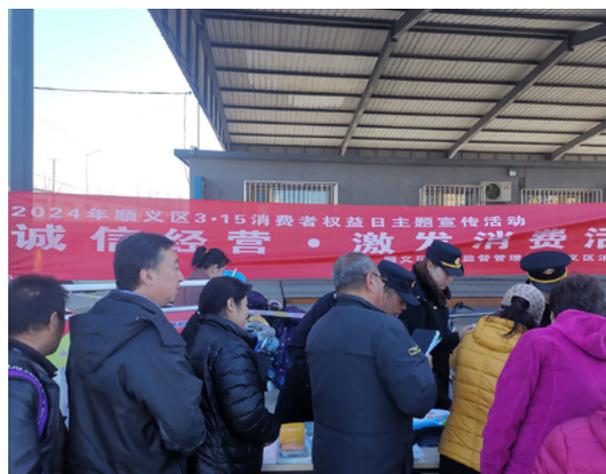
通州区消费者协会下一步将以“3·15”国际消费者权益日系列活动为契机，继续有效发挥公益性职责，在引导消费维权、倡导诚信经营、解决群众“急难愁盼”以及优化消费环境建设等工作中进一步创新工作方法，为营造良好消费环境助力副中心高质量发展作出新的贡献！（通州区消协供稿）

## 诚信经营 激发消费活力

### ——顺义区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

结合市场监管总局“走近3·15”，放心消费市场监管在行动主题宣传活动，围绕中国消费者协会确定的“激发消费活力”消费维权年主题，更好地开展消费教育、消费宣传和消费引导工作，丰富消费教育的内容和方式，顺义区市场监督管理局、顺义区消费者协会于2024年3月组织开展“诚信经营·激发消费活力”暨消费者权益保护法实施30周年为主题的系列宣传纪念活动

**一、制定方案，围绕“3·15”主题开展系列活动。**结合顺义区创城工作安排，为做好“3·15”国际消费者权益日宣传活动，进一步营造安全放心的消费环境，北京市顺义区市场监督管理局制定了《顺义区2024年“3·15”国际消费者权益日活动方案》。以“诚信经营·激发消费活



力”为主题，确立指导思想，明确活动安排，强调工作要求，全面展示一年来消费者权益保护工作新举措新成效。设置三个线下主会场：北京居然之家家居建材超市有限公司、中粮祥云小镇、鲁能美丽汇。

**二、各市场所组织多场宣传活动。**顺义区市场监督管理局27个市场所选取各自辖区人流密集、商业集中的地区举办“3·15”专场宣传活动，现场设置咨询台接受消费者咨询及投诉；利用展板讲解、发放材料等形式向群众讲解消费维权知识。市场所突破传统宣传形式，采取线上直播方式宣传“3·15”相关内容，扩大了宣传范围，提升了宣传效果。共开展主题宣传活动37场，参与数量42262人次，经营者参与数量678户次，印发宣传资料36000册，开展消费教育引导活动20场次。

**三、开展集中执法。**顺义区市场监督管理局高度重视“3·15”期间的舆情监测和市民诉求中的案件线索分析，各市场所通过集中执法从快从严查处严重侵害消费者权益

的违法行为。特别是“3·15”晚会现场全局通过视频会议形式集中观看，时刻保持市局与区市场监管局、区市场监管局与执法队和场所连线畅通，对中央电视台、北京电视台曝光的侵害消费者权益案件，重点关注、积极应对、快速处置。

**四、多媒体宣传。**加强与新闻媒体的合作，通过顺义电视台、顺义广播电台及顺义时讯等新闻媒体进行多层次宣传，推出形式多样的消费教育引导服务，及时发布消费警示提示，宣传相关法律法规，有效提升消费者依法维权能力和经营者诚信自律意识。发表专题文章或报道8篇，广播电视播放专题节目3个。依托顺义区市场监管局微信、微博、抖音号等，充分发挥大众传播媒介时效性强、覆盖面广、影响力大的特点，结合创城工作“诚信经营”宣传，采取多种形式开展“诚信经营·激发消费活力”主题宣传。制作宣传视频2个，发布典型案例3个。（顺义区消协供稿）

## 保护消费者权益 促进消费新活力

### ——昌平区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

2024年“3·15”国际消费者权益日来临之际，昌平区市场监督管理局全面启动以“激发消费活力”“走进3·15.放心消费市场监管在行动”等主题的宣传宣传活动。以此纪念《消费者权益保护法》实施三十周年，推动消费者权益保护工作深入开展，现将活动情况总结如下：

**一、宣传活动形式多样，营造浓厚社会氛围。**线下活动丰富多彩。本次主题宣传活动以行业监管服务为契机，联合属地部门、行业协会、重点企业、商圈，通过“一主六分”七个会场，开展以预付式消费、餐饮服务、食品流通、化妆品、广告服务、旅游服务、汽车销售等七大行业主题宣传，通过监管引领、协会搭台，多方联动，促进全行业宣传资源的高效整合，同步强化市场监管合力。主会场上25位企业代表现场发出诚信经营承诺。昌平区商业企业联合会会长发出诚信经营倡议，以行业自律激发“源动力”倡导企业诚信经营，引导和规范社会信用行为，为优化营商环境，共建国际消费中心城市注入强大活力。与



此同时，科所队联合结合地域特色开展了系列进乡村、进社区、进校园、进商圈、进企业等消费维权政策普法宣传活动，通过法规宣传、诚信倡导、消费维权大讲堂、悬挂横幅、设立咨询台、发放宣传图册等形式开展系列宣传活动，向社会普及消费维权知识，特别提示消费者防范预付卡欺诈、警惕保健品虚假宣传及非法传销等消费陷阱，提

升辨别能力。3月8日以来共开展具有行业监管特色的宣传活动7场，其他普法宣传40余场，发放宣传材料6000余份。线上活动精彩纷呈。围绕“激发消费活力”“走进3·15.放心消费市场监管在行动”主题，昌平区市场监督管理局通过官方微信公众号持续打造“小许聊消费”专栏和“你点我检”守护群众舌尖上的安全专题活动，让更多的消费者了解和参与到食品安全检测工作，发挥社会公众对食品安全监管中的参与和监督作用。发布2023年度昌平区市场监督管理部门投诉举报分析报告，结合数据分析，节日特点发布相关专项监督检查情况及风险防范提示，3月1日以来发布各类消费提示7篇，通过市、区级媒体开展“3·15”新闻宣传特别报道，增进社会公众对市场监管和消费者权益保护工作的了解与支持，进一步扩大宣传活动影响力，努力营造一流消费环境。在区级以上媒体发表稿件25篇（其中文字报道12篇，电视新闻9条、电视专题4条）。

**二、畅通维权渠道，高效化解消费纠纷。**高标准落实接诉即办要求。认真做好“3·15”期间消费投诉数量可能激增的应对保障工作。安排充足力量，保障自设电话、网络、全国12315平台等诉求渠道畅通，充分发挥全国12315平台消费投诉信息公示、在线消费纠纷解决（ODR）机制作用，强化消费纠纷源头治理，提高诉求处置效能，确保“3·15”期间消费者通过各种渠道反映的诉求有人办、马上办、能办好，第一时间化解突出消费矛盾，切实做到民有所呼、我有所应，有力维护社会和谐稳定。3月1日至3月14日，昌平区市场监管局共接收办理各种诉求4529件，其中：12345接诉即办工单2558件，现已办结1881件；全国12315互联网平台1971件，其中投诉1577.举报374件，现已办结743件。约挽回消费者经济损失32.9万元。活动期间无重大舆情发生。领导带动多举措压紧压实责任。在全局倡导“把企业的事当做自己家里的事，把人民群众的事当做自己的事”的办件理念。局班子专题研究“双否”工单，“一把手”亲督促、抓落实，今年以来共开展一把手接单督办47件，切实推动工单办理的提质增效。持续落实警示黄牌、“灰名单”、店内和解员等十一项综合举措，强化监管责任、压实主体责任，截至3月实施线上线下黄牌警示2921户次，建立消费纠纷店内和解制度57263户，市场主体自行和解投诉94023件。强化合规经营教育抓好风险防范。针对寺库、高德、瓦力、石头科技、八达岭奥莱、物美等多发投诉主体，开展行政约谈，督促重点企业、重点商圈结合自身实际，加强“3·15”期间客服力量，最大限度减少投诉外溢、避免投诉升级，提前制定防

范消费纠纷风险、有效应对舆情的措施，以及防范和应对群诉发生。“3·15”期间开展行政约谈5场，约谈诉求高频主体27家；开展以“信用与安全让消费者更放心”“诚信经营，放心消费”等主题的进企业“送法律，送服务”，涉及主体1500余家，力争从源头实现降量。

**三、以问题为导向，打击侵害消费者权益违法行为。**认真开展“守护消费”专项执法检查。以问题为导向强化监管。严厉打击当前侵害消费者权益突出违法行为，切实维护消费者合法权益。重点打击利用格式条款侵害消费者合法权益违法行为；侵害消费者个人信息违法行为；在提供修理、加工、安装、装饰装修等服务过程中侵害消费者合法权益违法行为；不履行“网络购买商品七日无理由退货”相关义务违法行为。开展执法检查30余次。

**四、做好应急值守，确保快速反应。**全力做好应急值守工作。成立“3·15”晚会临时应急指挥小组，保留足够的执法力量，做好充分应急准备，确保人员到位、通信畅通。组织全局150余名值守人员认真观看“3·15”晚会，各相关科室和消费者协会主要负责人带一名执法干部、各场所主要负责人带领至少两名执法干部进行值守。同时，高度重视“3·15”期间的舆情监测和市民诉求中的案件线索分析，防范监管风险。

**五、迅速行动，开展专项排查整治。**针对“3·15”曝光食品问题开展专项排查整治。一是开展曝光问题食品全面排查。第一时间组织排查辖区是否销售有“3·15”晚会曝光的安徽阜阳市春天食品有限公司、安徽东辉食品科技有限公司、安徽厨先生食品有限公司生产的预制菜食品，经排查未发现曝光问题食品。二是开展肉制品生产专项检查。针对“3·15”晚会曝光的问题梅菜扣肉预制菜，举一反三，3月15日当晚对辖区10家肉制品生产企业进行了逐一排查，仅有1家生产企业在生产扣肉，经核实，其使用五花肉作为扣肉生产原料，未采购使用槽头肉。截至目前已完成对5家肉制品生产企业现场检查，暂未发现问题，下一步将完成10家肉制品生产企业全覆盖检查，督促企业落实主体责任。三是开展制售驴肉经营单位排查抽检。针对曝光的制售假驴肉问题，迅速行动，对辖区驴肉火烧及其他制售驴肉的餐饮门店开展专项检查，暂未发现来自河北省任丘市的驴肉产品，截至目前共检查相关餐饮门店69户，抽检样品54件，尚未收到不合格报告；检查过程中发现1户餐饮门店未按规定履行进货查验制度，2户未按规定落实主体责任，均已依法责令改正。（昌平区消协供稿）

## 激发消费活力 为消费者权益保驾护航

### ——门头沟区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

为加强消费者权益保护意识，营造安全放心消费环境，在第42个“国际消费者权益日”即将到来之际，门头沟区市场监管局立足职能，围绕“激发消费活力”活动主题开展系列活动，为消费者权益保驾护航。

**一、坚持“一条主线”，严查侵权行为。**自3月份起开展为期半年的“守护消费”专项执法行动，依据《消费者权益保护法》《侵害消费者权益行为处罚办法》等相关法律法规，严厉打击利用格式条款侵害消费者合法权益、侵害消费者个人信息、不履行“网络购买商品七日无理由退货”相关义务、故意拖延或者无理拒绝消费者合法诉求等违法行为，切实维护消费者合法权益。

**二、关注“两个平台”，高效化解热点诉求。**依托12345便民服务热线、12315投诉举报平台重点监控合同纠纷（消费）、食品安全等热点诉求，各承办部门优化转办流程，实现诉求处理“加速度”。通过强化重点行业监管、约谈相关企业等方式，未诉先办主动化解消费纠纷类诉求，全力保障消费者合法权益。3月以来，共接12345便民服务热线诉求工单224件，其中热点诉求为消费纠纷和食品安全类，分别为64件、52件，占比28.6%、23.2%。



**三、把牢“多个阵地”，传递健康消费理念。**各属地市场所结合区域实际情况，以“激发消费活力”为主题，联合各行业主管部门、政府职能部门、社会各界力量，持续开展进商圈、进社区、进企业、进学校等多形式宣传活动，广泛传播绿色健康的消费理念，推动消费者权益协同共治，全力营造更加安全放心的消费环境。截至目前，共开展主题宣传活动近10场，发放宣传品400余份，受众人数400余人。（门头沟区消协供稿）

## 诚信助力优化营商环境 服务激发市民消费活力

### ——房山区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

为更好优化房山区营商环境，平稳推进商业、汽车业、旅游业的蓬勃发展，打造辖区内更加安全放心的消费环境，房山区消费者协会以建设“幸福房山”为工作引领，会同区市场监管局、区商务局、区文旅局开展了纪念“3·15国际消费者权益日”暨2024年度诚信服务承诺企业授牌与汽车行业企业诚信公约签约活动，努力推动维权共建，强化保护共责。

**一、消费教育进企业。**此次活动中安排了为“诚信承诺服务单位”授牌与签订汽车行业诚信公约的环节，一是推动经营者对标高质量发展要求，倡导经营者依法诚信经营，强化企业责任，以诚信助力优化营商环境；二是引入多部门协同共治，解决消费者“急难愁盼”的汽车类纠纷，积极为消费者提供支持和帮助，自觉履行消费者权益保护的主体责任，用服务激发市民消费活力；三是鼓励



引导消费者科学消费，理性维权，提高对于合法权益的认识。

**二、消费教育进校园。**3月12日，为更好宣传消费维权年主题，同时提升学生对于消费者权益保护法的认识，房山区消费者协会联合史家营市场所走进史家营小学开展“纪念315国际消费者权益日—消费教育进校园”活动。区消协秘书长郑寒冬从以下三方面进行了主题教育：一是详细介绍了“3·15”的由来，拓展了学生们对于国际消费者权益日背景的了解；二是深入宣传消费年主题“激发消费活力”，结合学生消费实际，培养学生养成绿色健康的消费理念；三是从消法中安全权的定义出发，以学生用品安全、玩具安全为例进行讲解，通过和学生们的积极互动，引导学生加强对安全问题的重视。此次消费维权进校园活动的顺利开展，不仅增强了学生的消费维权意识，更

引导学生培养良好的消费习惯，下一步，区消协将持续关注未成年人消费权益，加大消费教育进校园进课堂工作力度，将知识和欢乐带给同学们，共同营造校园放心消费环境。

**三、消费教育进社区。**3·15到来之际，区消协为更好宣传消费维权年主题，并提升消费者的维权意识，增强消费者购买信心，特走进西路大街、鸿顺园社区开展了“激发消费新活力，共创幸福好生活”主题消费教育活动。活动中，区消协工作人员围绕2024年消费维权年主题“激发消费活力”进行了简单的说明，其含义在于有效维护消费者合法权益的同时，努力优化消费环境，帮消费者解决后顾之忧。同时工作人员对消费者关注的“净水器的分类、3C认证的必要性”等热点问题进行了讲解，努力从生活的角度出发，提升消费者对于质量安全的关注。在活动结束前夕，面对部分消费者提出的消费问题，工作人员进行了一对一的解答，并对于部分营销商赠送试用品、仅收取服务费诱导消费者购买的行为进行提示，避免大家上当受骗。消费涉及日常生活、关系千家万户，后续区消协将继续走入社区，深入消费者群体，为切实保护消费者的合法权益做出努力。

房山消费者协会将借助“3·15”系列活动以优化消费环境为主攻方向，为消费者排忧解难，打造更加安全放心的消费环境，让消费者愿消费，敢消费，乐享高品质消费！（房山区消协供稿）

## 优化消费环境 激发消费活力

### ——大兴区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

为有效保护消费者合法权益，引导企业诚信经营，不断优化辖区消费环境，让消费者敢消费、愿消费、乐享高品质消费，大兴区消费者协会围绕“激发消费活力”主题，开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动。

**一、开展现场宣传，增强群众消费维权意识。**3月15日，大兴区市场监管局到龙湖时代天街、鸿坤广场、大悦春风里、绿地缤纷城等重点场所进行现场宣传。通过悬挂横幅、设立咨询台、发放宣传材料、“你点我检”农残快检等形式，宣传消费维权知识。同时，围绕《中华人民共

和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等与广大消费者密切相关的法律法规开展普法宣传，现场以案说法引导消费者关注特种设备安全、食品药品安全、防范网络传销，传递消费维权理念，倡导诚信经营主张，指导消费者如何辨别假冒伪劣商品，增强消费者自我保护意识。此次宣传活动，累计张贴海报3000余张，发放宣传材料3000余份。

**二、践行诚信理念，组织企业签订诚信承诺。**活动期间，工作人员引导某企业负责人在现场宣读“共筑诚信 共

享安全”承诺书，向社会郑重承诺自愿维护消费者合法权益，奋力营造诚信、和谐的消费环境，促进经济持续健康发展，同时自觉接受广大消费者、政府相关部门和媒体的监督。随后，近百名经营者纷纷在印有“共筑诚信 共享安全”的红色横幅上庄重地签下自己的商铺及姓名。大家一致表示：会把诚信放在首位，“以诚立身、以诚立信”，及时化解消费纠纷，维护消费者合法权益。

**三、组织网络答题，宣传普及消费维权知识。**官方微信公众号推出消费维权知识网络问答活动，可通过扫码进入小程序的方式参与，内容涵盖预付费消费、维权渠道等日常消费小知识。在答题中普及消费维权法律知识，提升群众消费维权能力，目前已有5000余人参与答题。

**四、线上动画展示，引导合理解决消费纠纷。**官方微信公众号推出“提振消费信心 激发消费活力”为主题的漫画版消费提示《聚焦315.遇到消费纠纷怎么办？》，通过普及《中华人民共和国消费者权益保护法》《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》等法律法规，提醒广大消费



者在购买使用商品时注意保护自身合法权益，提高防范能力，引导企业诚信守法经营，落实社会主体责任。

下一步，大兴区市场监管局将持续开展形式多样的科普宣传活动，畅通群众维权渠道，引导企业依法诚信经营，继续加大执法检查力度，规范市场秩序，全力营造安心、放心、舒心消费环境。（大兴区消协供稿）

## 走近“3·15” 放心消费 市场监管在行动

### ——怀柔区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

3月份，怀柔区市场监督管理局、区消费者协会开展保护消费者权益系列宣传活动。此次系列活动，突出宣传“激发消费活力”维权的年主题，内容包括消费维权年主题含义、消费提示、商品鉴别常识等，大力开展全民消费教育，增强广大消费者维权意识。此次活动以线上线下结合形式举办。以怀柔区市场监督管理局微信公众号、各市场场所、主要商业主体电子显示屏、各乡镇政府公告栏等为宣传工具。另外，“3·15”当天还悬挂了18条宣传横幅，在京北大世界广场设立宣传主会场。

活动以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实践行主题教育精神，以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的，结合市场监管总局“走近3·15放心消费 市场监管在行动”主题宣传活动，围绕中国消费者协会确定的“激发消费活力”消费维权年主题，以纪念“3·15”国际消费者权益日为契机，进一步加强消费教育宣传引导，持续提高消费者权益保护工作水平，不断优化



怀柔消费环境，提振消费信心，激发消费潜能，促进实现消费市场的畅通发展和提质扩容，让消费者安心、放心、舒心消费，不断增强人民群众的安全感、获得感、幸福感。促进市场监管部门和各级消费者协会组织有力有效履行保护消费者合法权益法定职责，优化消费环境。

3月15日上午，怀柔区市场监管局、区消费者协会联合区精神文办办公室、商务局、文旅局、烟草局、公安局治安支队、公安局经侦中队等部门和物美京北大世界、中国移动怀柔分公司、中国联通怀柔分公司、中国人寿怀柔支公司，开展广场宣传咨询活动，进行现场宣传、现场咨询。设置宣传展板、发放宣传材料，宣传《消费者权益保护法》《食品安全法》《产品质量法》《广告法》等与消费者权益保护有关的法律法规，提示广大消费者谨防保健食品上当、传销害人、保险诈骗。

各科室、市场所、消协分会结合辖区监管实际，开展了形式多样的“3·15”消费者权益保护宣传普法活动。龙山市场所、消协分会联合市场局特化科、质量科进入龙山街道南城社区，向社区居民详细讲解了“化妆品购买常识和保健食品与药品的区别、保健品销售陷阱”“如何购买家用燃气产品和电动自行车、电池”等相关常识，提醒社区居民尤其是老年居民科学购买相关产品，防止上当受骗。党办、泉河市场所、消协分会会同市场局餐饮科、计量所走进杨家园社区。向社区居民发布“制止餐饮浪费

的消费提示、网络订餐消费提示、预防食品中毒提示”和“电子秤、血压计等计量器具的使用常识”，通过宣传使广大居民了解了餐桌上的安全知识和如何正确使用一些日常计量器具，防止自身权益被侵害。办公室联合团区委开展“消法普法进校园”活动，进入怀柔五中为孩子们讲解“消费者权益保护法”，发放“画说消法”宣传图册。怀北市场所和消协分会开展消法宣传进农村活动，在神山农村大集向消费者发放《画说新消法》和各类消保维权知识材料，努力提升农村消费者消保维权意识。

诚信经营是维护消费者合法权益的基础，为推进诚信体系建设，加强企业诚信经营教育，区市场监管局积极引导诚信经营，公平竞争，营造良好市场环境，组织开展“诚信服务承诺单位”争创活动。“3·15”前夕，怀柔区10家企业获得“北京市2024年诚信服务承诺单位”荣誉，通过发挥诚信典型示范引领作用，带动文明诚信经营，改善消费环境，保护消费者合法权益，促进消费公平。（怀柔区消协供稿）

## 倡导诚信经营 激发消费活力

### ——密云区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

2024年“3·15”国际消费者权益日期间，密云区消费者协会按照区委、区政府工作要求，围绕2024年“激发消费活力”消费维权年主题，结合“创建全国文明城市”，开展了一系列宣传活动。

**一、积极开展现场宣传活动。**3月15日上午，密云区“促进诚信经营 激发消费活力”3·15国际消费者权益日大型宣传活动在华远市场隆重举行。活动现场，区市场局、区消协联合公安、检察院、法院、司法局等16个部门，开展了3·15大型宣传活动，各部门共发放宣传品1000余份，涉及《民法典》《消费者权益保护法》《食品、药品安全》《反电信诈骗》《生活小常识》等。活动同时向9家获得2024年“诚信服务承诺单位”的企业进行了颁牌。其中，“诚信服务承诺单位”今麦郎饮品股份有限公司，代表辖区企业做典型发言并作出郑重承诺，表明全区广大企业、经营者以诚为本，以信为基，守法规范经营的决



心。在随后开展的普法宣传活动中，工作人员热情地向消费者宣讲有关法律法规，普及维权知识，发放宣传材料。此外，工商银行、移动通讯、北京银行等企业和经营者代表、消费者代表都积极参与，达到了良好的宣传效果。与此同时，密云区市场监督管理局各市场所，按照区市场监管局工作部署，以“进企业、进社区、进市场”等形式，

积极开展宣传活动。

**二、回顾去年活动积极贡献。**2023年，密云区各行业主管部门、各镇街分会协同发力，为维护消费者合法权益、打击市场消费领域违法行为作出了积极贡献。全年累计处理各类消费维权纠纷5.32万起，帮助群众挽回经济损失328.7万元。仅市场监管部门2023年共办理投诉举报3.6万件，其中来自“全国互联网12315平台”工单2.4万件、“12345”市民热线工单1.2万件。工单响应率始终保持在100%，解决率、满意率较上一年度提高了2.23%。同时，为促进经济高质量发展，保障人民群众生命安全和合法权益，密云区市场监管局围绕刷单炒信、直播带货虚假宣传、食品非法添加、化妆品非法添加、假冒知名品牌等突出问题，开展了民生领域案件查办“铁拳”行动等专项执法检查，累计查办案件1115件。

**三、确立今年活动中心与主题。**2024年密云区市场监管局民生领域案件查办“铁拳”行动已经全面启动。今年将以“护民生”为中心，突出“保安全”和“反欺诈”

两个主题，重拳出击，集中力量查办涉及消费者人身财产安全的制造业产品、食品药品等“三品一特”领域违法案件以及加油机计量作弊、价格欺诈、虚假宣传等线上线下侵害消费者合法权益的违法案件，为消费者合法权益提供更加有力的保障。同时也将围绕“促进诚信经营 激发消费活力”年主题，开展消保维权知识“进社区、进市场、进企业”等宣传活动，集中宣讲《消费者权益保护法》《商标法》《药品管理法》《产品质量法》等相关法律法规，揭露消费陷阱，发布消费警示和提示，增强辖区群众依法维权意识。

通过开展“3·15”系列宣传活动，推动社会协同共治促进经营主体筑牢安全底线，恪守诚信经营，引导消费者增强安全意识，提升维权能力，进一步维护规范有序的市场秩序，营造安全放心的消费环境，服务区域经济社会健康发展，助力全国文明城区创建实现“首创首成”目标。  
(密云区消协供稿)

## 培育诚信经营品质 激发消费活力

### ——平谷区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

2024年是新中国成立75周年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。为全面贯彻党的二十大精神，落实中央经济工作会议部署，切实保护消费者权益，更好满足人民群众美好生活需要，充分发挥消费对经济发展的基础性作用，助推平谷区高质量发展迈出坚实步伐，在“3·15”国际消费者权益日来临之际，平谷区消费者协会采取多种形式以中国消费者协会确定的“激发消费活力”年主题开展宣传活动。

**一、通过消协组织宣传活动。**平谷区市场监督管理局、平谷区消费者协会，协同区司法局、区法院、平谷区消防救援支队、兴谷街道，以中国消费者协会确定的“激发消费活力”年主题在北大市场和美购物广场、世纪广场开展宣传活动。活动现场共设置宣传展板10块，向广大消费者发放预防网购消费陷阱、老年保健品选购常识、防止



金融理财欺诈、预付卡消费宣传手册、《民法典》宣传手册、消防器材选购常识等材料3500余份，现场接待咨询35人次。

**二、通过社区宣传活动。**平谷区消费者协会在海关

西园社区开展消费者维权宣传活动。共向居民发放《民法典》《消费者权益保护法》等宣传材料100余份，宣传品100余份，回答解决了居民相关咨询20余个问题。

**三、通过走进驻军部队宣传活动。**平谷区消费者协会走进东高村驻军部队，开展消费维权宣传活动。活动中向官兵讲解消费维权技巧、方法以及相关法律法规并赠送预付卡消费、《民法典》《消费者权益保护法》等宣传手册300余册，宣传品100余份。

**四、通过走进老年干部活动中心宣传活动。**平谷区消

费者协会走进平谷区老干部局开展了以“关爱老年群体，护航银发消费”为主题的消费维权知识宣传活动。活动中主要以维权知识讲座、案例分析、现场咨询解答等方式向广大老年消费群体宣传消费维权及保健食品的相关法律法规知识。共向老干部发放消费维权宣传手册150余份，宣传品150余份。

**五、通过自媒体宣传活动。**微信公众号、抖音等第三方平台结合“3·15”年主题“激发消费活力”进行专题宣传，浏览量5000余人次。（平谷区消协供稿）

## 激发消费活力 共建诚信社会

### ——延庆区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

为维护广大消费者的合法权益，增强消费者的维权意识，营造文明有序、公平竞争、放心消费的市场环境，在第42个国际消费者权益日来临之际，延庆区各街乡开展“3·15”“激发消费活力”保护消费者合法权益普法活动。

**一、旧县镇开展“3·15”系列主题法治宣传教育活动。**法治讲座，增强意识。邀请村居法律顾问律师对《中华人民共和国消费者权益保护法》中消费者的安全保障权、知情权、自主选择权等基本权利以及经营者的相关义务等进行了具体讲解。法治宣传，维护权益。在旧县文化广场，开展保护消费者权益法治宣传活动。工作人员将消费者权益保护法、产品质量法等法律法规宣传材料发给过往群众，并现场解答咨询，引导村民依法维权。以案释法，提高警惕。开展“以案释法”活动，对网络购物、权益诉讼、惩罚性赔偿等有关消费者权益保护方面的热点问题进行了详细讲解，受到村民的好评。执法检查，护航消费。到镇商业街各商户、超市等经营场所，对经营者义务履行、消费商品质量保障等情况进行重点检查。

**二、永宁镇政府联合永宁法庭、和平街村委会开展“法润古城‘3·15’普法讲座”活动。**永宁法庭法官南磊鑫用通俗易懂的语言，为商超代表讲解消费者权益保护



法、食品安全法的相关规定，并进行重点篇章解读，引用司法实践中的典型案例，通过“以案释法”的方式向大家宣传经营者的主要义务以及违法经营行为应当承担的法律责任等知识，树立正确的消费观、经营观和维权观。

**三、大庄科乡开展“化解消费纠纷 促进社会和谐”“3·15”主题法治宣传活动。**通过悬挂横幅、发放宣传材料、法治大讲堂和现场答疑等方式，向现场群众介绍了“3·15”的由来及其意义，讲解了消费者权益保护法中的重点内容。结合消费维权案件开展“以案释法”，解读消费者的知情权、选择权、公平交易权、求偿权等九项权利和基本义务，引导大家理性消费、依法维权。

#### 四、百泉街道开展“聚焦消费维权，维护妇女权益”

法治宣传咨询活动。邀请宸轩律师事务所李静律师围绕群众日常消费中存在的网上购物退货、购买过期食品等热点问题，结合消费者权益保护法，重点讲解消费者如何高效、便捷地维护自身正当权益。

五、儒林街道走进商圈开展“3·15”消费者权益日系列活动。活动通过发放消费者权益保护法、民法典以及创建“全国守法普法示范市（县、区）”等宣传手册、折页和海报等形式进行。同时深入商户、楼宇，开展送法上

门活动。

六、香水园街道开展3·15“激发消费活力”保护消费者权益合法权益普法活动。室外宣传现场，通过悬挂宣传标语、发放宣传单等形式，围绕《消费者权益保护法》《民法典》等法律法规开展普法宣传，切实提高了居民对《消费者权益保护法》的理解。室内讲座现场特邀北京合川律师事务所管委会主任陈洪忠律师对老年人消费安全进行专题普法讲座。（延庆区消协供稿）

## 激发消费活力 增强消费信心

### ——燕山区开展“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动

在第42个国际消费者权益日到来之际，燕山区消费者协会紧紧围绕“激发消费活力”的年主题，采取进社区、进企业、进校园的形式，积极组织开展纪念“3·15”国际消费者权益日系列宣传活动。

一是深入辖区街道企业和社区，开展讲座和宣传活动。通过现场解答居民的咨询，摆放宣传展板、发放宣传资料等方式，加强消费教育引导，推动维权共建，提升消费者获得感。

二是以“守护夕阳红 安全养老每一天 预防诈骗到身边”为主题开展专题讲座。工作人员围绕什么是“养老诈骗”、开展打击整治养老诈骗专项行动、常见的诈骗形式、养老诈骗典型案例和如何预防养老诈骗共五个方面进行了讲解，为广大老年人敲响了警钟，筑起预防养老诈骗的思维防线。

三是对相关企业进行约谈。为进一步压实企业主体责任，营造良好的市场消费环境，维护燕山地区良好市场秩序，对2023以来投诉量排名前五的企业进行集体约谈。约谈期间，就消费者投诉中反映出企业存在的主要问题进行了通报，并针对各企业存在的不同问题提出具体要求，督促相关企业认真分析本企业在维护消费者合法权益方面存在的不足，结合企业经营特点制定有效的整改措施，为消费者提供更优质服务。

四是积极解决消费者关心关注问题。“3·15”当天，



燕山消费者协会会同市场监管分局、街道办事处、政法办、市场所紧紧围绕“激发消费活力”消费维权年主题，积极组织开展纪念“3·15”国际消费者权益日主题宣传活动，大力宣传《消费者权益保护法》《食品安全法》等相关法律法规，就如何维权、辨别假冒、过期、“三无”产品等问题进行了介绍，针对预付卡退费、产品售后等群众关心的问题现场进行了耐心地解答，引导消费者科学、理性、健康消费。

通过系列活动，大大提高了广大群众的消费权益保护意识，增强群众鉴假维权能力，让辖区群众对生活中的维权知识增进了解，增强消费信心的同时引导消费者树立健康、理性、文明的消费理念，为燕山地区构建良好的消费环境奠定了基础。（燕山区消协供稿）



## 北京市市场监管局发布化妆品选购提示

国际妇女节来临之际，为帮助女同胞合理选购化妆品，3月6日，北京市市场监管局发布化妆品选购温馨提示。

### 提示一：化妆品不属于药品、医疗器械

化妆品是指以涂擦、喷洒或者其他类似方法，施用于皮肤、毛发、指甲、口唇等人体表面，以清洁、保护、美化、修饰为目的的日用化学工业产品。化妆品不属于药品、医疗器械，其广告中不得涉及疾病治疗功能，也不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。

### 提示二：特殊化妆品、普通化妆品要分清

化妆品分为特殊化妆品和普通化妆品。用于染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发的化妆品以及宣称新功效的化妆品为特殊化妆品。特殊化妆品以外的化妆品为普通化妆品。化妆品广告内容涉及化妆品分类和性能等表述，要与产品说明书相符合。特殊化妆品广告中可宣称染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发及新功效等内容。普通化妆品广告不得出现染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发等特殊化妆品中的功效表述，可根据化妆品实际功效，宣称滋养、修护、清洁、卸妆、保湿等内容。

### 提示三：儿童化妆品选购需理性

儿童化妆品，是指适用于年龄在12岁以下（含12岁）儿童，具有清洁、保湿、爽身、防晒等功效的化妆品。儿童化妆品广告中可以出现清洁、保湿、爽身、防晒等功效表述。“小金盾”是儿童化妆品区别于成人化妆品、消毒产品、玩具等其他易混淆产品的区别性标志，非儿童化妆品不得标注这个标志。需要说明的是，标注“小金盾”并不代表该产品已经获得监管部门审批或者质量安全得到认证。

### 提示四：牙膏参照化妆品管理

牙膏参照普通化妆品进行管理，牙膏广告参照普通化妆品广告管理。牙膏备案人按照国家标准、行业标准进行功效评价后，可以宣称牙膏具有防龋、抑牙菌斑、抗牙本质敏感、减轻牙龈问题等功效，不得宣称可治疗幽门螺杆菌等医疗功效。

### 提示五：赠品也要明示品种规格期限

化妆品广告涉及附带赠送的，要明示附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式。（北京市市场监管局）

## 消费提示之换季洗衣

又到换季时节，不少消费者会把自己需要干洗、特殊处理的衣物送到洗染店进行干洗及特殊养护。服装洗染常常出现洗后衣物出现串色、损坏、因商家保管不当造成衣物遗失、办理了预付卡无法正常使用等纠纷。在此，北京市市场监管局提醒消费者注意以下几点：

**1.送洗前要查验。**尽量选择经营场地规模大、服务设施齐全、售后服务工作规范的正规干洗店。



经营者应具备营业执照、卫生许可证等必要的经营资质。同时，注意将衣物中私人财物取出，并摘除衣物上的配饰，以防丢失。

**2.送洗时签合同。**消费者在送洗衣物时签订洗衣合同，与店家共同确认衣物存在问题，根据衣物标签确认洗涤方式，必要时可在合同中标注，列为补充条款，双方签名确认后生效。如若办理预付卡，切记理性充值，并与商家签订书面预付卡合同。同时妥善保管好合同、票据等，一旦发生消费纠纷，可凭上述凭证进行维权或索赔。

**3.衣服验收要仔细。**消费者在提取送洗衣物时要仔细验收，从衣物外观开始检查，确认衣物附件、饰物是否齐全，衣物外观是否完好，面料是否有损坏等。特殊材质衣物洗涤后，尽量在店内进行试穿，确保衣物没有因洗涤而出现“缩水”情况。

**4.特殊衣物选择保价服务。**对高档衣物或具有珍贵价值的衣物清洗时，消费者最好选择保价服务，在洗前与经营者针对衣物的价格进行保值约定。（北京市市场监管局）

## 理性消费 树立正确消费观

理性消费是指消费者在消费能力允许的范围内，按照追求效用最大化原则进行的消费。随着经济的迅速发展和生活水平的不断提高，市场上的商品种类越来越丰富，广大市民的消费决策变得多样化，因而出现了不合理消费的行为，密云区消费者协会提醒大家：作为每一位消费者都应该理性消费，树立正确的消费观。

### 一、量入为出·适度消费

适度消费，关键在于“度”，只要在“度”允许的范围内，就是合理的。但这种适度消费的行为并不意味着无限制的超前消费，更意味着铺张浪费。适度消费不是要一味地降低生活质量，它要求追求效用，在自己经济承受能力之内，应该提倡积极、合理的消费而不能超前消费，也不能抑制消

费，否则，不但会影响个人生活质量，还会影响经济社会的发展。

## 二、关爱环境·绿色消费

绿色消费，也称可持续消费，是指一种以适度节制消费，避免或减少对环境的破坏，崇尚自然和保护生态等为特征的新型消费行为和过程。真正树立绿色消费理念，要注重生态环境保护，在生产、消费和废弃物处理过程中注重保护环境；注重资源节约，包括资源的节约和重复利用等；树立可持续消费观，使消费行为不仅立足于满足当代人的消费和安全健康需要，还着眼于满足子孙后代的消费和安全健康需要。

## 三、勤俭节约·反对浪费

广大消费者应该做到厉行节俭，反对铺张浪费。节约是一种美德，节约是一种智慧，节约更应该成为一种习惯和风尚。建设节约型社会需要全社会的共同参与和共同行动，持之以恒，身体力行，杜绝浪费！

消费者在日常的生活中要理性消费，按消费需求结构，即按生存需求、发展需求、享受需求的顺序考虑消费开支，要量力而行，精打细算，注重效益，不仅要算金钱账、时间账、精力账，还要注重消费每种产品的效用，消费要适时，在消费中要注意消费观念、消费习惯的变化，尽量避免浪费。

（密云区消协供稿）

# 文明祭扫 理性消费 安全出行

清明节是我国传统节日，是祭祀扫墓、春游踏青的高峰。为了保障消费者的合法权益，密云区消费者协会提醒广大消费者：要文明祭扫，理性消费，安全出行。

一、崇尚科学，不搞封建迷信活动，树立新风尚。坚持以肃穆、环保、节约、安全的方式缅怀先人。要保持清醒头脑，根据自身实际情况理性消费，按需谨慎购买商品。

二、文明绿色低碳祭扫，保护生态环境。祭扫应注意文明、低碳、安全。提倡以敬献鲜花、绿化植树等方式表达追思，形成文明绿色、低碳环保祭祀新风尚。摒弃炫富浪费、人情攀比的陈规陋习，以现代文明方式祭祀逝者。践行文明祭祀、绿色消费、节约资源和保护生态环境。

三、合理安排祭扫时间，尽量避开祭扫高峰期。避免人流、车流拥堵造成的安全隐患。自觉服从祭扫现场管理人员的组织指挥，做到礼让、有序、安全。

四、要严格遵守有关防火规定。牢固树立安全意识，严防火灾发生。

五、在外就餐要选择清洁卫生、有合法资质的餐饮场所。同时，要养成良好的就餐卫生习惯，自觉树立科学健康的饮食观念和生活方式，提倡使用公筷公勺，适量点餐，自觉抵制“舌尖上的浪费”。

六、合理制定出行计划，文明出游。外出踏青游玩时，要及时了解旅游沿线及目的地的各种情况，提前谋划应对措施；祭扫过程中不乱扔垃圾、不采摘攀折花草、不踩踏碾压草地，用文明守护春色。

祭扫是一种形式，是对先辈的怀念和尊重。文明是一种风尚，是时代发展进步的体现。让我们行动起来，从自己做起、从家庭做起、从现在做起，以文明祭祀的方式追思先辈、祭奠逝者，保护绿水青山，共守美丽家园。（密云区消协供稿）

## 东城区开展黄金珍珠消费体察活动

近段时间，黄金饰品等消费持续走热，消费者购买意愿强烈，而黄金、珍珠首饰价值贵重，一旦发生缺斤短两，假冒伪劣等问题将严重损害消费者权益现象，不利于提升消费者消费信心。针对消费者黄金、珍珠选购过程中如何“避坑”？继3月8日举办消费体察走进中华老字号之后，2024年3月11日，东城区市场监管局、区消费者协会组织社会各界消费者代表50余人，走进天雅市场、红桥市场。

消费者代表首先走进天雅一楼，听取门店负责人介绍黄金知识、选购黄金小妙招，一是看工艺。按照加工工艺划分，黄金饰品可以被分为3D硬金、5D硬金、5G黄金、古法黄金等。挑选时，要检查饰品的细节，如链条连接、宝石镶嵌、佩戴舒适度等，这些都可以反映出饰品的工艺水平；二是看标签。国家标准规定标签至少应标注饰品名称(贵金属首饰命名内容应包括纯度、材料、宝石名称和首饰品种)、质量(以质量作为结算依据的饰品)、产品标准编号、生产企业(或销售企业)的名称；三是看印记。根据国标《首饰贵金属纯度的规定及命名方法》(GB 11887-2012)，黄金饰品上必须打上相应的印记：足金饰品，金含量不低于990‰，饰品上的字印标记为足金；含金量不低于999‰的黄金饰品，字印标记为足金999；18K金饰品的字印标记为Au750或G18K。



东城区市场监管局计量科负责人介绍：我国《零售商品称重计量监督管理办法》规定，当称重范围小于等于100g时，金饰品的负偏差应为0.01g之内。要保证售卖的黄金承重偏差在规定之内，就要保证用于金饰品交易的电子天平实际分度值(或称分辨率)至少要达到0.01g。同时作为需要强制检定的计量器具，电子天平及配套砝码作为强制检定计量器具必须每年检定合格方能投入使用。

活动现场，执法人员检查了金银首饰店是否配备符合要求的计量器具；是否存在使用改装、不合格或故意破坏计量器具准确度等行为；是否制定计量管理制度并建立台账。执法人员在检查时主动向商家和消费者宣传计量法律法规、讲解黄金购买注意事项。计量所工作人员对黄金计量相关知识进行宣传，对临近有效期的电子天平进行现场检定。

活动中，消费者代表就如何选购称心如意的黄金商品与经营者进行深入交流，并从消费者不断升级消费需求出发，就黄金销售企业和市场经营主体如何进一步提供个性化、多样化的创新产品和服务，提高市场和品牌知名度，扩大市场占有率，提升消费者满意度等提出了宝贵的建议。

天雅市场负责人表示，为了让顾客放心选购，特别邀请国家珠宝玉石质量检测中心入驻开展黄金饰品国检品质检测，市场还提供免费检测黄金纯度服务。激发消费活力方面，市场推出黄金饰品月月有惊喜优惠活动，传统节日会适时增加与消费者互动环节：抽奖、买赠、线下手作沙龙。

随后，活动参加人员走进红桥非遗文化鼻烟壶体验店，感受鼻烟壶非遗文化和精湛制作技巧，体验中华非遗传统文化魅力。还参观了红桥珍珠知名品牌产品，据介绍，近年来珍珠消费也呈现出个性化定制、工艺创新、传统与新国潮融合等特征，珍珠饰品也越来越受到不同年龄段消费者青睐。

在红桥市场会议室，红桥某品牌珍珠专家就珍珠选购技巧进行详细讲解：首先要从认清珍珠种类开始(淡水、海水、南洋珍珠)，学会识别珍珠形状(圆形、半圆形、椭圆形、水滴形等)、区分珍珠颜色(白、粉、紫、金、黑)、比选珍珠光泽(强、中、弱)，继而挑选珍珠的大小

(小、中、大)等方面选购,专家还对如何甄别珍珠瑕疵、做好珍珠搭配以及日常保养注意事项进行说明。

红桥市场负责人表示:市场持续优化提升消费环境,公开设立消费者投诉机制,及时化解产品质量、价格纠纷等投诉;率先实行经营保证金先行赔付,保证珍珠商品和服务质量安全可靠、价格公道;建立社会化珠宝鉴定机构,确保消费者购买到货真价实的珍珠饰品;支持商家加大产品更新,加强供给侧优质产品研发投入,不断满足消费者高品质需求。

活动过程中,消费者与消协、市场监管所,天雅、红桥市场负责人及黄金珍珠经营者围绕消费领域新场景、新业态、新技术不断涌现情况下,消费维权相关部门、市场经营主体及消费者之间如何协作消除消费痛点堵点难点,激发消费活力,释放消费潜能等话题进行深入沟通交流。

消费者代表们纷纷表示,这种“沉浸式”体察活动,近距

离感受了中华传统非遗文化和产品魅力,对红桥市场先行赔付制度也留下深刻印象,使消费者清晰了解市场和商户在优化消费体验、提升服务质量、解决消费纠纷等方面采取的实实在在激发消费活力的举措,提高了消费者对商品和服务的知情权,赢得了消费者放心消费的好口碑。

据参加活动的东城区市场监管局体育管理街道副所长唐浩介绍,市场所主要从强化党建引领市场发展、助力市场主体高质量发展;维护黄金珍珠市场秩序、规范企业经营行为;了解需求,协调资源,帮扶企业发展壮大;围绕12345、12315、96315等投诉举报解决,保护消费者合法权益等几方面开展黄金、珍珠市场监管与服务,提升消费者满意度。

东城区消协负责人指出,这次消费体察活动围绕近期黄金珍珠消费热点,紧扣2024年“激发消费活力”消费维权年主题要求,让消费者与东城区知名实体市场“零距离”体验,既感

受了高品质服务,又了解了贵重商品选购攻略,进一步提高了消费者参与商品服务质量的社会监督意识和自我保护能力,提升消费者对东城区实体市场规范化经营的认知,促进市场不断提高服务质量、优化市场供给,更好地满足消费者日趋多元化、个性化、品质化的消费需求。

今后区市场监管局和区消协还将立足自身职责,创新消费宣传方式,提升消费维权效能,以更便捷高效的投诉处理、更深入有力的消费监督、更有益有效的提示警示,切实保护消费者合法权益,同时推动生产经营主体要自觉担负起保护消费者合法权益的主体责任,始终坚持以消费者为中心,不断提高产品质量和服务水平,及时解决消费者诉求,精益求精,不断提升消费者满意度,创造更加优良、公平、健康的消费环境,共同营造东城区国际消费中心城市核心区安心、舒心、放心的消费环境。

(东城区消协供稿)

## 婴幼儿配方乳粉广告应注意哪些

婴幼儿配方乳粉是婴幼儿的重要食品,是关系亿万家庭幸福和国家民族未来的特殊食品。为规范婴幼儿配方乳粉广告宣传,有效维护广告市场秩序,保护消费者的合法权益,现就婴幼儿配方乳粉广告中应注意的几点

重要事项做出以下提示:

**一、不得在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或部分替代母乳的婴儿乳制品广告,不得对0-12个月龄婴儿食用的婴儿配方乳制品进行广告宣传**

《广告法》第二十条规定

“禁止在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。”如在某乳粉广告中含有“与母乳无限接近”“营养成分酷似母乳”暗示其乳粉可以替代母乳的内容,涉嫌违法。根

据《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》规定，0-12个月乳粉不得做广告。

## 二、不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者

《广告法》第四条规定“广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。”婴幼儿配方乳粉广告应当真实、合法、不引人误解，不得隐瞒实情、刻意夸大、虚假宣传，不得欺骗、误导消费者。

## 三、不得含有涉及疾病治疗功能的内容

《广告法》第十七条规定“除医疗、药品、医疗器械广告外禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。”婴幼儿配方奶粉不属于医疗、药品、医疗器械，其广告中不得出现《广告法》第十七条规定的内容或近似表述。

## 四、不得含有声称具有保健功能的内容

《食品安全法实施条例》第三十八条规定“对保健食品之外的其他食品，不得声称具有保健功能。”在婴幼儿配方乳粉广告中不得声称具有保健功能。如声称“有助于宝宝消化”“增强免疫力”的内容，涉嫌违法。

## 五、婴幼儿乳粉如属于特殊医学用途配方食品，应符合以下规定

婴幼儿乳粉如属于特殊医学用途配方食品，其广告需经相



关部门审查才能发布，广告内容需遵守《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》等相关规定。

## 六、不得使用绝对化用语

《广告法》第九条第三款规定“不得使用国家级、最高级、最佳等用语。”在婴幼儿配方乳粉广告中不得使用最高级、最佳等绝对化语言。

## 七、不得含有贬低其他商品的内容

《广告法》第十三条规定“广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。”在婴幼儿配方乳粉广告中不得使用捏造、恶

意歪曲事实或采用不公正、不客观等不正当手法诋毁其他生产经营者的商品。

## 八、不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人

《广告法》第三十八条第二款规定“不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人”。如果未成年人为公众所熟知的童星或具有一定的知名度，即使在广告中不表明身份，不以自己的名义作推荐证明，只是担任某个角色进行表演，由于其形象可以被公众直接辨识，也视为以自己的形象对商品作推荐，属于广告代言行为。

## 九、不应利用食品监督管理部门和其他有关部门以及食品检验机构、食品行业协会、消费者组织的名义或者形象做推荐、证明

《食品安全法》第七十三条县级以上人民政府食品药品监督管理部门和其他有关部门以及食品检验机构、食品行业协会不得以广告或者其他形式向消费者推荐食品。消费者组织不得以收取费用或者其他牟取利益的方式向消费者推荐食品。

《消费者权益保护法》第三十八条消费者组织不得从事商品经营和营利性服务，不得以收取费用或者其他牟取利益的方式向消费者推荐商品和服务。

婴幼儿配方乳制品只要合理使用，对儿童的健康成长有很大助益，家长们在选购时，要充分了解产品的真实信息，时刻保持理性的消费观念，提高警惕，不要被夸大宣传和虚假信息所迷惑。（北京市市场监管局）

# “3·15” 国际消费者权益日

## ——北京市市场监管、消协组织积极开展“3·15”宣传活动

今年3月15日，是第42个国际消费者权益日。中国消费者协会将“激发消费活力”确定为2024年的消费维权年主题。为了进一步维护消费者的合法权益，提高消费者的风险意识，优化消费环境，北京市各区市场监管局、消费者协会围绕“激发消费活力”消费维权年主题，积极开展“3·15”国际消费者权益日宣传活动。



东城区开展消费体察活动



西城区对企业开展行政指导



朝阳区开展维护消费进校园活动



海淀区创建“预付式消费商圈共治联盟”



丰台区举办“数字赋能预付费安全 激发丰台消费活力”论坛



石景山开展“3·15”宣传活动现场



通州区开展“3·15”宣传活动现场



顺义区开展“3·15”宣传活动现场



昌平区开展“3·15”宣传活动现场



门头沟区开展“3·15”宣传活动现场



房山区开展“3·15”宣传活动现场



大兴区开展“3·15”宣传活动现场



怀柔区开展“3·15”宣传活动现场



密云区开展“3·15”宣传活动现场



平谷区开展“3·15”宣传活动现场



延庆区开展“3·15”宣传活动现场



燕山区开展“3·15”宣传活动现场

北京消协  
微信公众号  
二维码



北京消协  
头条号  
二维码



北京市消费者协会  
BEIJING CONSUMERS ASSOCIATION