内蒙古自治区消费者权益保护服务中心指导

“党建领航强监管 履职担当促发展”

内蒙古自治区消费者权益保护服务中心与内蒙古自治区市场监管局网监处联合开展主题党日活动

本报讯（记者 李娜 刘哲）为深入学习贯彻习近平总书记关于网络治理、市场监管等重要指示精神，推动党建与业务深度融合，进一步提升党员干部履职担当能力和广告监管研判水平，内蒙古自治区消费者权益保护服务中心（以下简称“消保中心”）与内蒙古自治区市场监管局网监处于日前联合开展“党建领航强监管 履职担当促发展”主题党日活动。

在活动中大家共同学习了习近平总书记关于网络生态治理、智慧监管等工作的重要指示精神，进一步统一了思想、凝聚了共识，明确了以党建引领监管效能提升的工作方向。随后，消保中心就传统媒体广告监测系统、互联网广告监测系统和网络交易监测系统三项工作的开展情况进行了专题汇报。

座谈交流环节，参加活动人员畅所欲言，各抒己见，围绕进一步做好监测工作，更好服务于市场监管工作，更好服务于广大消费者进行了发言。大家认为，广告监测是广告监管的第一道关口，是防范导向风险、实现早发现早处置的基础。为高质量推进广告监管工作，实现广告监管工作的智慧监管，在今后的工作中，要进一步优化监测结果通报方式，更好发挥督促作用；要持续推进 AI 智能识别、软硬件国产化升级和系统平台整合，提升监测精准度和工作效率；提升广告治理的前瞻性、精准性、系统性和协同性，营造风清气正的广告环境。

本次联合主题党日凝聚形成了“三个必要”共识，一是在处室职能整合背景下开展本次联合主题党日活动非常必要；二是推动构建传统媒体广告、互联网广告、网络交易“三位一体”监测模式非常必要；三是监测工作要坚持成熟做法、优化工作流程、创新工作机制非常必要。活动研讨充分、成效明显，有效增进了相互了解、推动了业务融合，助力破解党建业务“两张皮”问题，推动党建成果转化为监管实效发挥了积极的作用。与会人员将以此次共建为新起点，深化协同联动，持续提升广告及网络交易监测质效，为服务全区市场监管和消费维权工作作出积极贡献。

放心消费点亮工程启动 首批 4 家平台同步点亮

11 月 3 日，市场监管总局建设的全国放心消费平台（小程序“消费查”）上线，已有超万家放心消费商家入驻。为了更好地给经营者提供赋能、给消费者提供决策参考，市场监管总局正在实施“放心消费点亮工程”。百度地图、京东、淘宝闪购、美团 4 家平台企业首批加入，与全国放心消费平台实时对接，实现放心消费商家“一处赋标、多处点亮”。

市场监管总局指导百度地图打造“全国放心消费地图”，依托全国放心消费平台数据，在首批 1 万多家放心消费单元和集聚区名称后设置统一的“放心消费承诺”标签，配置专属的水滴标。消费者可以搜索“放心消费”“放心消费承诺”“放心消费地图”关键词，查看放心消费商家列表及点位地图，浏览周边放心消费商家，还可一键规划行程前往。

3 家电商平台则率先聚焦社会关注度高的外卖领域，首批点亮约 3000 家放心消费餐饮店。依托市场监管总局数据，3 家电商平台将在放心消费门店名称或者 logo 处设置“放心消费承诺”标签，消费者浏览时可以显著识别。消费者在外卖首页搜索“放心消费”或者点击进入放心消费专区，即可浏览附近的放心消费门店。进入门店下单页后，还可以看到“安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”的统一承诺内容以及全国统一的放心消费承诺标识。

放心消费点亮工程是数字时代消费环境社会共治的一次创新，凝聚消费者、经营者、监管部门等各方合力，构建放心消费生态圈。对拒不履行放心消费承诺的商家，市场监管部门将及时处理，4 家平台将同步取消其放心消费标识。同时，市场监管部门和平台企业将对放心消费商家加强常态化指导和服务，提高放心消费品牌的公信力。

目前，放心消费点亮工程已在北京、杭州、嘉兴、福州、泉州、深圳、佛山、长沙、常德 9 市落地，接下来将在全国范围内大力推广。市场监管总局欢迎更多电商平台加入放心消费点亮工程，让更多放心消费商家脱颖而出、健康成长，让“放心消费在中国”触手可及。

（据“市说新语”微信公众号）

京津冀三地消协敦促 15 家企业规范机票退改签

京津冀三地消协组织 11 月 6 日召开机票退改签调查结果通报会，敦促中国国际航空、中国南方航空、中国东方航空、海南航空、厦门航空、四川航空、天津航空、吉祥航空、春秋航空、河北航空等 10 家航空公司，以及携程、去哪儿、飞猪、同程旅行、途牛等 5 家线上售票平台就退改签规则公示不明显、收费行为不规范、维权保障不充分等方面进行整改。

今年 9 月，三地消协启动机票退改签专项调查，调查发现三方面问题：

规则公示不明显。37.7% 的受访者表示需多次点击跳转才能找到退改签规则，58% 的受访者仅听说过阶梯费率、不了解具体规则和扣费标准。

收费行为不规范。部分平台实际扣费与公示标准不一致，因航空公司原因调整航班时间仍按旅客个人原因扣费，同一航空公司不同平台票价相近但退票费差异明显，航班取消后部分平台捆绑销售的附加费用未退还。

维权保障不充分。73.7% 的维权受访者表示仅能获得部分补偿，10.3% 的诉求被直接拒绝或得不到反馈。部分平台还以差异化字体、颜色展示信息，出现“看时便宜，购时价高”。

三地消协提出，各企业要优化规则制定和公示、规范收费标准和行为，制定退改签“阶梯费率”。并提倡放宽免费退改条件、设置短时误购纠错期限，航司原因不得按旅客个人原因扣费等。

三地消协还要求提升维权效率，建立投诉专项台账，明确受理、处理及反馈时限，确保消费者便捷联系人工客服。各参会企业表示，将认真对照问题开展自查自纠，严格落实整改要求，及时反馈整改进展。

下一步，京津冀三地消协组织将持续跟踪监督整改落实情况，对整改不到位或拒不整改的企业，将依据相关法律法规采取进一步措施，切实维护消费者合法权益。

（据新华社 记者/刘洋、鲍赫）

消费提示

警惕日化产品“食品化”包装

儿童保湿霜装进果冻或酸奶的“吸吸袋”，洁厕凝胶做成糖果造型，润唇棒包装成棒棒糖……生活中，日化产品“食品化”包装的现象并不鲜见。

虽好看好闻，却潜藏风险。近期，云南一老人把“白桃香氛洁厕慕斯”当成饮料误食，导致口腔和食管灼伤。贵州一男童误食洗衣凝珠，被紧急送医洗胃。

外表是“食品化”包装、内里却是不可食用的日化产品，模糊了食品和日用品的边界。本该在包装上醒目标识的“不可食用”，往往淹没在密密麻麻的小字里，有的甚至根本没标注。对于视力下降或不识字的老人以及缺乏辨别能力的儿童来说，存在很大的误食风险。特别是强酸强碱类清洁剂，一旦入口，后果严重。

日化产品“食品化”包装的目的，无非是想通过漂亮的包装吸引消费者注意，传递“天然、温和、无害”的信号，诱导消费者选购。但产品包装不能为了“卖相”无视安全。日化产品包装首先要守住安全底线，对于涉及化学制剂的产品，警示标识理应格外显著醒目，而不是有意混淆其与食品的边界，让人产生误会。

“大字吸睛、小字免责”的套路，绝不是企业逃避责任的“挡箭牌”。消费者权益保护法规定，经营者应当以显著方式提请消费者注意与其有重大利害关系的内容；产品质量法要求，可能危及人身、财产安全的产品，应当有警示标志或者中文警示说明。有些日化商品正面印着“白桃慕斯”“多肉葡萄”等诱人字眼和水果图案，却把“不可食用”的警示藏在背面小字里。这种不显著的警示方式，并不能让经营者免责。法律人士表示，消费者如果因包装混淆而误食受伤，既可以向销售者索赔，也可以向生产者追偿。相关部门还应加大监督管理力度，对市面上此类容易混淆的产品进行排查。

《洗涤用品安全技术规范》已经发布，将于 2027 年 5 月 1 日起实施，并且在原有推荐性国家标准基础上转化为强制性标准。目前正值新国标施行前的过渡期，这是标准切换时预留的缓冲阶段，目的是让企业和市场有序调整。企业不应抱着“能卖一天是一天”的侥幸心态，对已经暴露的安全隐患视而不见，而须主动回应消费者的安全需求，向新标准靠拢。

别把日化产品“食品化”包装当潮流。食品和日化产品本就是两个需要明确区分的品类，任何包装设计都不能打安全的“擦边球”。守住安全底线，既是对消费者负责，也是企业长远发展的根基。

（据《人民日报》）