

“高配”消协 意欲何为

消协打造2.0版的经济逻辑

本报深度记者 刘德峰 王海啸

新消法实施一年

维权胜诉率翻番

3月初,济南市民王惠终于收到了来自天猫商城的退款通知。

春节前夕,她在天猫的一家网店购买了一套家居服。“快递送到我们单位的时候是周末,没法签收,我就跟他说年后取。”她说。

可就在春节后,王惠意外发现所购商品网络显示已确认收货。她赶紧联系了卖家,这时已无法联系到快递人员,拿不到商品了。无奈之下,王惠递交了退货申请,经过确认,天猫退还了她的购物款。

类似王惠这样的网购经历,几乎天天都在发生。有些纠纷消费者与网店可以自行解决,有些则不得不诉诸法律。

还好,关于网购现在有了法律保障。山东省消费者协会宣教处副主任张有文说,“新消法补上了相关法律法规在非现场购物领域的缺。”

近年来,网购中出现的假冒伪劣、诈骗等问题,让网络成了消费者维权领域的新战场。尽管一些网购平台,推出了类似“全额赔付”、“7天无理由退款”等消费者保障计划,但消费者维权的成本依然高昂。

网购领域不断增长的投诉量,以及消费者对于加强网购消费维权的呼声,经消协组织传递到相关政府部门,便成为当时新消法起草的重要依据。

“新消法针对网购领域做出了原则性的规定,这也给我们和消费者的互联网消费维权工作带来了重大改善。”中国消费者协会副秘书长刘敏在接受齐鲁晚报记者采访时说,新消法实施后,2014年互联网服务的投诉率从原来的第四位升至第二位,其中网购投诉量遥遥领先。围绕网购纠纷,除经消协组织调解解决外,新消法的实施,也让消费者有了更多底气通过司法渠道解决。

一位李姓职业打假人在近期接受媒体采访时说,2014年他针对网购的起诉不下10次,胜诉率从此前的50%上升到了90%。

互联网消费维权状况的变化,是新消法实施后我国消费维权领域变化的一个缩影。

“消费者的科学维权意识、证据意识在不断增强。”曾亲身参与新消法草案起草的中国人民大学商法研究所

新修订的《消费者权益保护法》(以下简称“新消法”)至今年“3·15”已完整地走过了一周年。国家为消费者打造的这一新护盾,其坚固程度也经受了一年时间的检验。

伴随新消法的实施,作为消费者护卫和代言人的消协组织,不管是整体规格还是履职方式,也悄然发生了变化。

经济新常态下对消费的日益重视,深层驱动着消费方式的变革,培育着人们新的消费观念,也给了消协重新定位和行使职能的契机。

与过去相比,消协正在以一张新面孔示人,欲使自己更有公信力和话语权。

长刘俊海说,尤其在网购时代,消费者越来越注意利用交易对话截屏、手机拍照、通话录音等方式留取证据,维权水平不断得以提高。

此外,刘俊海认为,新消法的实施,让企业自觉性提高了,相关政府部门在这一年里也越来越勇于担当。

2014年7月10日,为落实新消法关于无理由退货的规定,国家工商总局、中消协约谈阿里巴巴、京东商城、1号店等10家电商企业,督促电商企业自觉履行经营者义务,保护消费者权益。

“延续到今年,国家工商总局披露2014年《关于对阿里巴巴集团进行行政指导工作情况的白皮书》,抛开相关的争议,至少可以看得出工商系统是有担当、有态度的。”刘俊海表示,工商总局新修订《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》,与工信部联合发布《关于加强境内网络交易网站监管工作协作 积极促进电子商务发展的意见》等举措,让新消法的实施变得更具操作性。

“各级人民法院也正在逐步健全利于消费者维权的制度,通过民事、刑事案件审理,维护消费者权益。”在刘俊海看来,各级消协纷纷履行新职责,行业协会开始转变立场和态度,考虑消费

者呼声等,种种值得肯定的变化已相继发生在我国的消费维权领域。

“成绩很多,当然也出现了不少问题。”刘俊海告诉齐鲁晚报记者,在新消法实施过程中,仍有少数商家对“7天无理由退货”这一网购“后悔权”有抵制情绪,相关制度设计也没有完全解决消费者维权成本高、收益低的窘境,一些产业部门或行业协会仍局限于行业、产业的立场,出现了懒政惰政甚至“护犊子”的情况。

这些问题的存在,让消费者与企业经营者之间的攻防战仍不时上演。刘敏坦言,“目前状况下,通过立法还不能把消费维权的问题都严丝合缝地解决。”

副国级领导人牵头

中消协升级2.0

如今,消费者不仅需要新消法,还需要一个新消协。

2015年1月20日,中国消费者协会第五届理事会换届选举在北京召开,全国人大常委会副委员长张平当选会长,国家工商总局党组书记、局长张茅当选常务副会长。

换届后的中消协理事会阵容强大。仅19位理事会副会长中,就有十多位副部级领导,其中包括全国人大常委会法工委副主任阙珂、公安部副部长黄明、司法部副部长郝赤勇、国家质检总局副局长张沁荣、国家食药监总局副局长滕佳材等人。

“从这次人事变动来看,中消协经历了一次明显的升格。”刘俊海说,尽管作为社会组织的中消协本身并未升级,但副国级领导担任中消协会长以及堪称豪华的理事会阵容,都凸显了国家对消费者权益保护的重视。

“国务院总理李克强在换届选举前,对理事会大会作出重要批示,这也是一种信号。”山东省消协宣教处副主任张有文说,其实是消费对刺激需求、拉动内需日渐重要的作用,主导了这次消协组织的升格。这是消协打造2.0版本背后的经济逻辑。

3月5日上午,李克强总理作政府工作报告时指出,2014年消费对经济增长的贡献率上升3个百分点,达到51.2%。全国两会上,全国政协委员、中国移动董事长奚国华也说,2014年,信息消费对GDP增长直接贡献达到0.8个百分点,间接拉动国民经济产出超过1.2万亿元,对全社会生产效率提升的作用达

到38%,直接贡献新增就业岗位165万个,间接新增就业岗位395万个。

我国经济进入新常态,消费的拉动作用不断凸显。商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍去年底在出席中国青年经济学人论坛时表示,对经济增长有实质性贡献的,是出口和消费,而不是投资,尤其在经济面临下行压力时,消费的稳定作用特别明显。“要解决消费、投资和出口三驾马车之间结构优化的问题,就要把消费作为第一拉动力,这个目标即便在经济增长面临压力巨大的情况下,仍然要坚定不移地坚持。”

消协自然也了解消费在推动我们经济结构调整中不可替代的作用。“要想真正发挥好市场在资源配置中的决定性作用,必须发挥好消费引导市场的功能。”刘敏说。

“消协组织三十年来发展的过程,其实与我国经济社会发展的进程是同步的。”刘敏告诉齐鲁晚报记者,新常态下,差异化消费、个性化消费等消费习惯的变化,网络消费、跨境消费等消费环境的改变,都需要消费者保护组织有一个新的发展。

刘敏介绍,这次中消协人事调整的另一层考虑,是希望在国家层面更好地协同共治,做好消费者权益保护工作。

“携手共治、畅享消费”也被定为2015年消协工作的年主题。从这一点出发,换届后的中消协理事会,增加了中央国家机关工作人员、专业学者、地方消协理事的比重,特别是新增了多位基层消协组织理事。

“这使中消协理事组成更具广泛性、代表性和社会性。”刘敏表示,如今市场细分及专业化程度提高,消协组织不可能无限制扩大规模,消协工作人员也不可能具备所有的专业化知识,“且不说怎么去帮助消费者维权,就是去跟消费者讲该如何科学消费,我们都需要其他专业人士或部门的支持。”消协必须借助社会各界的力量,共同做好消费维权工作。

不过,一位长期在消协组织任职的理事成员对此持谨慎态度。“平台大了以后,关键要看如何落地生根,让换届后的理事会在实际维权工作中真正发挥作用,同时增强地方消协的执行力。”该人士告诉记者,如果只是名义性的变化,那这次换届的初衷很可能会落空,“搭台唱戏,重在唱戏,现在还没到沾沾自喜的时候。”

(下转B02版)