

城市锐评

优化维权环境 增强消费信心

■李英锋

日前,中国消费者协会发布2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,多数受访者认为消费环境越来越好,近八成受访者对未来一年经济发展状况有信心,消费环境将变得更好,公众信心总体乐观。值得关注的是,调查显示,消费者选择“默默忍受”比例较往年继续降低,近八成对维权结果表示满意。

面对侵权行为,选择“默默忍受”的消费者越来越少了,也即愿意较真、敢于较真的消费者越来越多了。这是一个令人欣慰的变化,释放出积极的消费维权信号。

以往,有不少消费者遭遇消费纠纷或侵权行为后,因嫌麻烦、维权程序繁琐、维权周期长、举证难、维权标的额不大或个人维权意愿不强等原因忍气吞声,放弃维权或浅尝辄止,没有充分使用维权武器与侵权的经营者博弈到底,不仅吃了“哑巴亏”,默认了权益损失,也在一定程度上助长了不法经营者的侵权侥幸心理。近年来,消费者选择“默默忍受”的比例持续走低,说明消费者的维权意识越来越强了,消费者的维权环境越来越友好了。

相关地方、部门对消费维权机制和措

施的创新、完善、优化,对消费维权责任的强化,支撑了消费维权环境的好转以及消费维权信心的提升。比如,多地市场监管部门推出了消费纠纷在线调解或云端调解模式,给消费者维权尤其是异地维权提供了方便,化解了消费者的网购维权难题,减轻了消费者的维权负担;市场监管部门开展的消费投诉信息公示试点工作,提升了投诉信息的透明度,给消费者提供了重要参考,能更好地满足消费者的知情权和选择权,能引导消费者提升维权的精准性和成功率;各地各级市场监管部门、消协对消费者投诉举报的处置效率提升,法院也支持了很多消费者的维权诉求,办理了不少典型案例,获得了消费者的认可;各地消协积极支持消费者起诉,并发起多起消费公益诉讼,在跨省公益诉讼、惩罚性赔偿等方面实现了突破,让很多消费者直接受益,给消费者注入了强心剂;一些旅游目的地推出涉旅游投诉先行赔付制度,展现了维护消费者权益的诚意,给消费者吃下了定心丸;围绕“3·15”国际消费者权益日开展的系列活动以及媒体的监督烘托起越来越强的维权氛围,给消费者提供了大量有益的信息,教会了消费者更多维权知识和技巧,让消费者越

来越明白、越来越精明了……维权环境的持续优化,让维权路径越来越顺畅、维权成本越来越低、维权成功率越来越高,让消费者的维权底气和信心越来越足,也让消费环境更安全、放心了。

当然,整个市场环境、维权机制还存在着一些问题,距离消费者的维权需求还有一定差距。消费者不做“沉默的羔羊”终须靠维权环境的优化。今后,各级政府以及市场监管、法院、消协、电商平台等维权责任主体,应进一步加强对消费者的维权教育,提升消费者的维权素养,引导消费者用足用好各种维权武器;瞄准消费新场景和消费者的多元维权需求,进一步畅通消费维权渠道,拓展消费维权平台,创优消费维权模式,提升维权机制的运行效率,降低维权门槛和成本,给消费者提供更多维权便利,让消费者敢消费、愿消费、放心消费。

维权环境好了,维权的消费者多了,经营者侵权后大概率会承担责任,甚至会得不偿失,就会逐步增强对消费者权益的注意意识和敬畏意识,就会规范营销行为,降低侵权风险。消费信心源于放心,对消费者而言,这显然是一个良性的维权循环。

破解家电“修不如换” 须补齐售后短板

■张玉胜

近年来,家电更新换代的速度越来越快,智能化水平不断提高,给人们的生活带来了极大便利。但是,新华每日电讯记者调查发现,不少消费者常常面临家用电器维修难题,如维修价格不透明、维修质量难保证、行业标准规范不完善等,让不少消费者对家电维修“望而却步”,导致“修不如换”现象出现。

消费者“修不如换”的无奈选择,不仅会造成资源浪费,还会抬高消费者的生活成本。造成家电“修不如换”的原因,主要有三个方面:一是家电结构变得更精密,维修成本提升。当下,家电多以集成化和模块化为主,一旦损坏就更需更换整个集成电路或模块,不像以前那样简单,只需更换某个或几个零部件就能修好;家电品牌的更新换代较快,也造成配件的滞后或不通用,导致维修难度大甚至不划算。二是维修监管缺位,质量难以保证。家电维修属专业技术活,维修者与消费者之间信息不对称,加之监管机制缺失,极易存在“钻空子”可能。如果遭遇维修者夸大维修难度、增加维修内容、抬高维修费用的套路,作为外行的消费者只能“哑巴吃黄连”。与其被不良维修者漫天要价、弄虚作假,倒不如弃旧换新。三是家电维修行业规范化标准缺失,导致维修时效慢,维修体验差。

破解“修不如换”的家电维修乱象,必须要补齐家电企业的售后服务短板,可从推进家电维修行业标准化建设、强化对维修机构和从业人员的专业化监管、惩戒不法维修商的坑蒙拐骗行为等方面入手,健全相关机制;抑或是从提醒消费者把好购买关、保证家电质量,强化对家电维修过程监督、提高维权意识并注重留存凭证,以减少家电发生故障几率和进行有效维权。如果将家电维修纳入商家的售后服务环节,或可促使维修价格不透明、维修质量难保证、行业标准不规范等问题更方便地解决。

一些家电品牌存在“重卖轻修”的偏颇认知,把提升售后服务视为不划算、不赚钱、找麻烦的美丽“包袱”,这其实是一种认知误区。家电的售后服务关系千家万户的切身利益,完善维修保养服务不仅可以成功锁住老客户,更可创造新的用户需求价值。检修及时、态度良好、收费合理等诸多细节都能体现出家电企业的责任态度,也是家电品牌提升市场竞争力的有力抓手。希望更多家电企业多一点惠民意识和长远眼光,做好产品质保和售后服务,以诚意树立品牌,以服务赢得市场。

整治乱象

中央网信办近日发布通知指出,按照2023年“清朗”系列专项行动计划,中央网信办开展为期两个月的“清朗·从严整治‘自媒体’乱象”专项行动,聚焦社交、短视频、网络直播等类型重点平台,针对“自媒体”造谣传谣、假冒仿冒、违规营利等突出问题,坚决打击,从严处置,营造清朗网络空间。

人民视觉



微言微语

如何唤醒“沉睡”的科技成果

背景:

近日,一组有关科技成果转移转化的数据引发关注。2022年我国发明专利产业化率为36.7%,创5年新高,其中企业发明专利产业化率为48.1%,科研单位发明专利产业化率为13.3%,而高校发明专利产业化率仅为3.9%。总体来看,我国专利申请数量与产业化率整体稳步上升,折射出科技创新的步伐。但是,目前科研单位和高校的成果与企业的需求匹配度不高,存在大量“沉睡”专利,值得深入思考。

《河北日报》:当前,科技成果的有效转化已经成为我国亟待突破的卡点之一。让“沉睡”的科技成果焕发生机,首先,要满足市场需求,充分发挥市场在科

技资源配置中的决定性作用,用市场的力量打通堵点和难点;其次,企业作为科技成果转化的主体,要大胆引进科技成果,敢于承担风险,勇于探索创新,这样才能最终享受到科技创新带来的红利;此外,良好的环境是实现科技成果转化的可靠保障,需要有关方面加快制定或完善相关法律法规,积极建立国家级对接平台,并大力培养一批既懂科技又懂市场的高端人才。

《北京日报》:专利“闲置”,症结何在?综合多方观点来看,一是“不敢转”“无法转”;二是供需对接不畅,或是院所专利只瞄准学术前沿,或是校企间缺乏有效沟通;三是转化链条存在卡点。唤醒“沉睡”的科技专利,提升成果转化效率,是我国科技创新的必过之坎,也是产业

链爬升的必然要求。我们有必要进一步从顶层制度设计上破解科技成果转化中核心技术发明人以及参与各方的权责匹配等瓶颈问题,使各方面都有责任感、获得感,最大限度释放创新潜力和活力。

《光明网》:实现高水平科技自立自强,迫切需要高校供给端和市场需求端共同发力,推动高校科技成果转化。一方面,高校需要引导科研活动面向市场需求,优化科研组织模式,推动科研资源有效配置和协同组织,提高科研成果的质量和可转化水平,同时进一步完善多元分类科研评价方式,激发科研人员的动力;另一方面,需支持企业加强与高校的合作,及时、有效地反馈市场需求,促进科技成果走出象牙塔,真正用武建功于我国的科技创新创造。