

# DB3212

## 泰 州 市 地 方 标 准

DB3212/T 1034-2021

### 消费维权服务站建设和服务规范

2021-03-11 发布

2021-03-15 实施

泰州市市场监督管理局 发布

## 前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由泰州市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：泰州市市场监督管理局。

本文件主要起草人：王坚、王广利、郑美琴、游海军、顾峰琦、黄实益。

# 消费维权服务站建设和服务规范

## 1 范围

本文件规定了消费维权服务站（以下简称“服务站”）建设和服务的基本原则、硬件要求、人员要求、制度建设、服务流程和评价改进等。

本文件适用于消费维权服务站的建设和服务。

## 2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**消费维权服务站 consumer safeguard station**

由经营者设立的用于快速受理、处理消费投诉纠纷，并向消费者提供相关消费信息咨询服务的固定场所。

## 4 基本原则

### 4.1 便民服务原则

坚持以人为本，畅通消费维权渠道，耐心解答消费者咨询，及时处理消费者投诉，就近解决消费纠纷，维护消费者合法权益。

### 4.2 社会共建原则

政府、商家和社会各界积极参与消费维权服务站建设工作，开展消费者权益保护有关法律法规以及商品知识宣传，引导消费者科学合理消费，形成以企业为主体、政府推动、全社会共同参与的工作格局。

### 4.3 稳步实施原则

突出重点行业、重点地区、重点领域，鼓励先行先试，形成试点示范，最终实现消费维权服务站全覆盖。

### 4.4 长效管理原则

建立长效管理机制，推动经营者加强组织领导、健全质量保障、强化激励监督，确保消费维权服务站科学、合理、高效运转。

## 5 硬件要求

### 5.1 基本条件

5.1.1 符合以下条件之一宜建设消费维权服务站（其他经营者可参照建设）：

- a) 营业面积在 800 平方米以上的商场、超市等商品交易场所；
- b) 从业人员在 50 人以上的经营服务企业；
- c) 经营摊位在 50 个以上的商品交易市场；
- d) 商铺数量在 30 个以上的商业街区；

e) AAA 级以上景区。

5.1.2 消费维权服务站可依托于经营者客服中心、游客服务中心等场所建设。

## 5.2 场所要求

5.2.1 服务站应设置在经营者营业场所范围内相对固定的场所。

5.2.2 服务站应使用统一的名称，名称格式为“主体单位名称+消费维权服务站”。

5.2.3 应在入口、电梯、楼梯、消费地图等地点设置服务站引导标识牌。

5.2.4 应在服务站醒目位置公示工作职责、工作流程、受理投诉范围、投诉调解须知、工作人员辖区执法机构联系电话等。

## 5.3 设备要求

服务站应配备固定电话、计算机、复印机等办公设备以及桌、椅、资料柜等办公家具。

## 6 人员要求

6.1 服务站应配备一名以上专职或兼职的工作人员。

6.2 工作人员应具有良好的个人素质和优秀的服务态度。

6.3 工作人员应熟悉与本经营场所生产经营和服务有关的消费常识、管理制度和法律法规。

6.4 应对工作人员进行岗前培训，考核合格后方可上岗。

## 7 制度建设

### 7.1 消费投诉处理制度

应建立登记、评估、处理、反馈、归档等基本工作制度，建立商品质量和服务规范承诺、7天无理由退货承诺、不合格商品退市、消费纠纷和解与消费侵权赔偿等制度。

### 7.2 消费投诉分析制度

应定期汇总、报送和分析消费者诉求情况，向消费者权益保护部门汇报投诉处理情况、意见建议以及消费者集中投诉的问题。

### 7.3 协作工作制度

7.3.1 应建立与市场监督管理、文化和旅游等有关消费者权益保护部门的联系制度，及时对接反馈投诉处理情况，获取疑难消费纠纷处理建议。

7.3.2 应协助有关监管部门对假冒伪劣商品进行调查及处理，完成消费者权益保护部门或监管机关交办的消费维权工作。

## 8 服务流程

### 8.1 投诉渠道

#### 8.1.1 现场投诉

在服务站接受消费者现场投诉。

#### 8.1.2 电话投诉

在官方网站、经营场所、宣传广告等公布投诉电话号码，接受消费者电话投诉。

#### 8.1.3 网络投诉

通过微信公众号、微博等网络渠道接受消费者投诉。

### 8.2 投诉登记

8.2.1 工作人员接待并倾听消费者的诉求，受理并记录消费投诉的发生时间、地点、投诉涉及的产品或服务、投诉原因、问题描述，投诉诉求及顾客联系方式，填写投诉登记表（见附录 A）。

8.2.2 工作人员指导消费者提供相关证据和材料等信息，告知消费者办理流程、承诺时间等。

### 8.3 投诉评估

工作人员判定消费投诉的紧急程度，填写投诉处理记录表（见附录 B），并采取以下一种或多种处理方式开展评估：

- a) 服务站进行初步评估，主要评估投诉产品或服务的严重程度、安全隐患、复杂程度、影响程度、即时采取措施的必要性和可能性，同时评估是否会引发群体投诉；
- b) 服务站根据消费投诉问题性质与类型联系部门负责人，适当时，咨询消费者权益保护部门寻求处理建议；
- c) 服务站应立即通知责任部门采取纠正措施，适当时，责任部门应尽快查清根本原因，防止再次发生；
- d) 经营者责任部门应尽快确定是否需要进行检测、检测、检验、鉴定，如需要，应尽快与投诉人开展协商，共同委托具备相应条件的技术机构承担，并约定检定、检测、检验、鉴定费用承担原则。

### 8.4 投诉处理及结果反馈

8.4.1 受理投诉后，经营者责任部门应根据投诉方提供的事实、理由及证据，及时开展调查，对双方有分歧的投诉事实进行核实。

8.4.2 经营者责任部门应在查明事实的基础上，提出投诉处理解决方案，并及时将处理方案或处理结果反馈服务站。

8.4.3 服务站应在 2 日内将处理方案或处理结果及时告知投诉人，促使投诉方与被投诉方相互谅解，达成协议。

8.4.4 服务站记录投诉者对投诉处理的反馈意见，判定责任部门方案是否解决投诉，如未解决，应进行升级处理。

### 8.5 投诉问题升级处理

8.5.1 消费者对投诉处理不满意的，服务站应采取以下方式处理：

- a) 投诉转至经营者高层领导逐层解决；
- b) 与双方共同至辖区消费者权益保护部门或其他依法成立的调解组织进行处理；
- c) 提请仲裁机构对双方达成的仲裁协议实施仲裁。

### 8.6 消费者回访管理

8.6.1 工作人员在问题解决后 15 天内对顾客进行回访。

8.6.2 回访完成后，工作人员应对消费投诉解决过程进行记录并存档。

### 8.7 档案管理

8.7.1 消费投诉处理的全过程应详细记录并存档。除文字记录外，有条件的可采用录音录像的方式记录。

8.7.2 投诉涉及的举证材料应完整存档，宜一案一档。

## 9 评价改进

9.1 工作人员通过月报反馈本月消费者投诉情况，抄送经营者有关部门。

9.2 宜每半年或一年邀请第三方机构开展消费者投诉处理满意度评价。

9.3 服务站定期对消费投诉信息进行统计，确定投诉发生的原因是否为系统性、重复性问题，分析发生问题的根源，研究制定改进措施，由各部门组织整改，并及时将改进结果反馈给服务站，验证改进效果。

9.4 服务站宜将复杂的问题作为典型案例进行收集分析，并作为培训素材予以管理。

附录 A  
(资料性)  
投诉登记表

投诉登记表范例见表 A.1。

表 A.1 投诉登记表

登记编号：

投 诉 人	姓名		联系电话	
	住址			
	电子信息	(微博、微信、电视台、广播等联系信息)		
消 费 者 权 益 争 议 事 实				
投 诉 请 求				
投诉人(签字)：		登记人(签字)：		
年 月 日		年 月 日		

注1：本表格适用于经营者对消费者通过电话、传真、信函、上门等方式提起投诉的登记。

注2：消费者通过非现场方式提起投诉的，无须在投诉人一栏签字。

注3：消费者权益争议事实应当包括：消费者购买、使用商品或者接受服务的内容、时间、地点、涉及金额、争议情况等具体事实。

注4：投诉请求应当包括：消费者主张修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用、赔偿损失等具体请求。

附 录 B  
(资料性)  
投诉处理记录表

投诉处理记录表范例见表 B.1。

表 B.1 投诉处理记录表

投诉受理信息	投诉时间：            年    月    日    时    分			
	登记人：		投诉方式	
投诉问题信息	发生日期：		重复问题	(是 / 否)
	问题类型：			
投诉评估	严重程度		复杂程度	
	影响范围		安全风险	
	是否需要立即采取措施：			
投诉解决建议方案	(包括但不限于交付、退/换货、返修、解除合同、兑现承诺、支付补偿、道歉等)			
投诉处理结果跟踪				