

DB4403

深 圳 市 地 方 标 准

DB4403/T 321—2023

消费者权益服务站建设与管理规范

Specification for the construction and management of consumer rights
service station

2023-03-01 发布

2023-03-15 实施

深圳市市场监督管理局

发布

目 次

| | |
|-------------------------------|----|
| 前言 | II |
| 1 范围 | 1 |
| 2 规范性引用文件 | 1 |
| 3 术语和定义 | 1 |
| 4 基本原则 | 1 |
| 5 建设模式与职责 | 2 |
| 6 建设要求 | 2 |
| 7 运行要求 | 3 |
| 8 管理要求 | 4 |
| 9 评价与改进 | 5 |
| 附录 A（规范性） 深圳市消费者权益服务站标识 | 6 |
| 参考文献 | 7 |

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。

本文件由深圳市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：深圳市消费者委员会、深圳市计量质量检测研究院、福田区消费者委员会。

本文件主要起草人：李廷义、刘铁东、欧阳艳珣、戚菲、罗静、靳丽娟、魏兴、周振文、孙娟萍、莫艳梅、周珏、朱伟豪、向红霞、吴晓莹、方少辉、李善、李泓、杨秀锋、白国强、叶嘉伟、李莉、李智儒。

消费者权益服务站建设与管理规范

1 范围

本文件规定了消费者权益服务站建设与管理的基本原则、建设模式与职责、建设要求、运行要求、管理要求、评价与改进。

本文件适用于深圳市区域内消费者权益服务站的建设与管理。

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

消费者权益服务站 consumer rights service station

由消费者委员会和市场监督管理部门指导，依托有关市场主体、政府主体建立的用于快速受理、处理消费投诉，并向消费者提供消费信息和咨询服务的公益性服务场所。

3.2

市场建站主体 market subject for construction of consumer rights service station

在深圳市区域内从事商业、集贸、专业市场、餐饮酒店、文体旅游、教育培训、电子商务和物流运输等经营活动的企业、协会、商会等组织。

3.3

政府建站主体 government subject for construction of consumer rights service station

履行消费者权益保护职责的各级政府以及市场监督管理、商务、教育、文化广电旅游体育、交通运输、住房建设、卫生健康、司法和信访等有关职能部门。

3.4

争议和解 reconciliation of dispute

消费者和经营者发生消费者权益争议时，在不违背法律原则、尊重事实和双方意愿基础上，争议双方自行协商解决消费争议的一种活动。

3.5

争议调解 mediation of dispute

有关职能部门或调解组织通过说服、疏导等方法，促使争议双方在平等协商基础上自愿达成调解协议，解决消费者权益争议的一种活动。

4 基本原则

4.1 便民高效

坚持以人为本，畅通消费维权渠道，及时、就近、快速解决消费者权益争议，降低消费维权成本，切实维护消费者合法权益。

4.2 社会共建

政府、企业（个体工商户）和社会各界积极参与消费者权益服务站（以下简称“服务站”）建设工作，形成以政府引导、市场主导、全社会共同参与的多元共治格局。

4.3 协同融合

建立消费者权益保护有关职能部门之间的工作联动机制，促进资源整合，共享互通，强化沟通协作，共同营造安全放心的消费环境。

4.4 先行先试

可依托顾客服务中心、游客服务中心、社区工作站等现有场所建站，鼓励先行先试，形成试点示范，最终实现服务站全覆盖。

5 建设模式与职责

根据建站主体和职责分工不同，服务站分为以下两类：

- 市场建站主体模式，市场建站主体建立的服务站负责争议和解，具有向本组织成员和消费者宣传消费者权益保护有关法律法规，并向消费者提供消费信息和咨询服务的职责；
- 政府建站主体模式，政府建站主体建立的服务站负责争议和解与争议调解，具有向消费者宣传消费者权益保护有关法律法规，并向消费者提供消费信息和咨询服务的职责。

注：市场建站主体中协会、商会等第三方组织建立的服务站，在相关法律法规允许的条件下，可参与争议调解。

6 建设要求

6.1 基本条件

市场建站主体申报单位应具备合法的经营资质，还应同时满足以下条件：

- 全面执行明码标价；
- 不做虚假或引人误解的宣传；
- 建立完善的商品和服务质量保障、售后服务机制；
- 建立经营者首问责任制度。

6.2 场所

- 6.2.1 服务站应建设在经营者营业场所范围内或消费者容易触达的地方。
- 6.2.2 政府建站主体可依托群众诉求服务中心、综合治理服务中心、社区工作站和志愿者服务中心等现有公共服务场所建站。
- 6.2.3 应配有固定的办公场所，场所面积宜不少于 10 m²。
- 6.2.4 应使用统一格式的名称，名称格式为“主体单位名称+消费者权益服务站”。
- 6.2.5 应在服务站醒目位置设置标识牌，服务站标识应符合附录 A 的规定。
- 6.2.6 建站主体可根据实际情况在公示信息、宣传栏等相关设计中添加适宜的形象元素。
- 6.2.7 应在服务站醒目位置公示服务站工作制度、服务流程、工作职责、服务承诺、当事人的权利和义务、工作人员信息等，公示信息应统一。
- 6.2.8 宜在服务站设置宣传栏，向消费者发布相关消费提示或警示。
- 6.2.9 宜在入口、电梯、楼梯、消费投诉地图等地点设置服务站引导标识牌。

6.3 设备

服务站应配备电话（或电脑）、网络、登记簿、桌椅、资料柜等能够满足投诉处理工作需要的日常办公设施，鼓励实行“无纸化”办公。

6.4 人员

- 6.4.1 每个服务站应配备不少于1名专职或兼职的工作人员。
- 6.4.2 工作人员应掌握国家有关法律、法规和标准。
- 6.4.3 工作人员应熟悉与本服务站相关的产品或服务方面的知识、投诉处理的规章制度。
- 6.4.4 工作人员应热心投诉处理工作，具有良好的职业道德和沟通协调能力。
- 6.4.5 工作人员应进行岗前培训，培训合格后方可上岗。
- 6.4.6 工作人员应每年至少参加一次消费者权益保护相关法律法规培训。
- 6.4.7 由政府建站主体建立的服务站可组织培训315志愿者、社区义工等协助开展相关工作。

7 运行要求

7.1 受理渠道

服务站应畅通投诉受理渠道，开通多种受理方式，包括但不限于以下受理渠道：

- 现场投诉和信函投诉；
- 电话和传真投诉；
- 网络投诉。

7.2 受理范围

7.2.1 消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，与经营者发生消费者权益争议的由服务站受理。

7.2.2 投诉有下列情形之一的，服务站不予受理：

- 经营者的注册地和经营场所均不在深圳市的；
- 有确切证据证明不是为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，或者不能证明与被投诉方之间存在消费者权益争议的；
- 没有明确的诉求或者没有真实准确的被投诉方的；
- 经营者之间因购销活动产生纠纷的；
- 因投资、经营、技术转让、再生产等以营利为目的的活动引发争议的；
- 公民个人之间私下交易或通过非法渠道购买商品或者接受服务的；
- 消费者对投诉商品或者服务的瑕疵在购买或者接受之前已经知道且存在该瑕疵不违反法律强制性规定的；
- 法院、仲裁机构、其它行政机关或者依法成立的其他调解组织已经受理或者处理过同一消费者权益争议的；
- 以匿名方式进行投诉的；
- 其他不符合有关法律法规规定的。

注：证券、保险、银行等纳入《中华人民共和国消费者权益保护法》调整的金融信息服务内容属于服务受理范围。

7.3 服务流程

7.3.1 投诉受理

7.3.1.1 服务站接到投诉后,属于投诉受理范围的,应进行投诉登记;不属于受理范围的,应书面或口头告知消费者不予受理的原因。

7.3.1.2 工作人员应耐心倾听消费者诉求,指导消费者提供事实、理由和证据,并告知服务流程、反馈时间等。

7.3.2 投诉评估

服务站应对投诉事项的严重性、复杂性、是否会引发群体投诉等因素进行评估,必要时可向有关职能部门报备、寻求处理意见或提出建议。

7.3.3 投诉处理

7.3.3.1 投诉处理应体现公平、公正、合理原则,处理依据可参照 GB/T 17242 相关要求。

7.3.3.2 服务站应及时展开调查,对争议双方有分歧的投诉事实进行核实,投诉处理可参照 GB/T 19012、GB/T 19013 的相关要求执行。

7.3.3.3 服务站宜在 7 个工作日内将处理方案告知投诉方,促使争议双方达成协议。对疑难复杂的投诉,处理时间可适当延长,最长不超过 15 个工作日。

7.3.3.4 服务站宜对投诉处理全过程进行详细记录,记录方式包括但不限于文字、图片、音频、视频。

7.3.3.5 投诉有下列情形之一的,应终止处理,存档备案,并告知相关当事人:

- 经服务站进行争议调解,双方无法达成一致意见,或服务站与消费者先行和解失败的;
- 投诉方撤回投诉的;
- 争议一方或双方接到调解通知书后,无正当理由不参加调解的;
- 被投诉方明确表示不接受调解,或在服务站发出投诉调查函后规定期限仍不予答复的;
- 争议一方或双方已提起诉讼、申请仲裁、进入行政处理程序或者依法成立的其它调解组织已经受理的;
- 服务站受理投诉后,发现投诉内容超出服务站受理范围的;
- 法律法规规定的应终止调解的其他情形。

7.3.4 结果反馈

7.3.4.1 经服务站处理解决的争议,争议双方可口头达成协议或书面签订协议。

7.3.4.2 经服务站处理仍未能解决的争议,应根据争议的性质和类型判断,移交至有关职能部门进行处理。

7.3.4.3 在单个投诉处理完成后可进行投诉处理消费者满意度评价。

7.4 统计报送

服务站应对投诉受理和处理等情况进行统计,并按季度报送。统计报送的内容包括但不限于受理消费投诉数量、双方和解数量、和解率、争议金额,格式应符合相关制度规范要求。

8 管理要求

8.1 标识管理

未经有关职能部门同意,任何主体均不应擅自在任何场合使用服务站的专用标识;服务站因故撤销的市场建站主体或政府建站主体不应继续使用专用标识。

8.2 组织机构管理

- 8.2.1 消费者权益保护有关职能部门针对服务站的建设和管理，组织成立工作领导小组，明细分工，落实具体责任。
- 8.2.2 工作领导小组定期研究会商消费者权益保护工作，各职能部门间互相共享数据、信息，通报重大、复杂问题，研究制定消费者权益保护工作措施，处理需要跨部门协调解决的事项。
- 8.2.3 各区组织成立工作专班负责服务站的日常管理，包括建站申请审核、沟通联络、信息接收、信息上报等工作。
- 8.2.4 属地消费者委员会、市场监督管理部门为服务站提供业务指导和培训。
- 8.2.5 建立统一信息服务平台，实现服务站监督管理工作的信息化、动态化和时效化。
- 8.2.6 将服务站建设纳入放心消费环境建设工作发展规划，设立服务站建设与管理规范工作专项经费。

8.3 制度建设管理

消费者权益保护有关职能部门应制定相关制度规范以保障服务站高效运行，包括但不限于：

- 制定服务站建设工作指引规范；
- 制定服务站消费投诉处理工作制度；
- 建立服务站服务运行服务评价指标体系；
- 建立有关职能部门之间的投诉处理沟通协调机制。

8.4 档案管理

投诉处理涉及的资料应完整、真实和准确，并进行存档，投诉处理宜一案一档。保存不少于3年。

8.5 保密管理

服务站应对消费投诉件信息予以保密，投诉件所载信息只供服务站工作人员处理投诉使用，不应将有关信息透露给服务站以外人员，不应超出规定用途使用或允许他人使用相关信息。

8.6 日常管理

服务站应做好场所的通风消毒、卫生清洁等环境卫生及其它日常管理工作，提高消费者服务体验。

9 评价与改进

- 9.1 服务站宜每年开展一次内审自评活动，或委托第三方机构进行运行服务评价。
- 9.2 运行服务评价指标宜充分考虑服务站受理投诉数量、解决纠纷质量、服务时效、投诉处理消费者满意度、消费教育宣传和良性持续运营能力等维度。
- 9.3 由市场建站主体建立的服务站还可参考消费评价指数进行评价。
- 9.4 运行服务评价情况应形成记录和报告，评价结果作为服务站表彰、处罚、撤销等基础依据。
- 9.5 服务站应对运行服务评价发现的问题进行改进，并及时将改进结果形成文件记录予以存档。
- 9.6 服务站应对建设管理工作进行持续改进，树立投诉处理典型案例，鼓励工作机制不断创新。

附录 A

(规范性)

深圳市消费者权益服务站标识

深圳市消费者权益服务站标识见图A.1。



图 A.1 深圳市消费者权益服务站标识图

参 考 文 献

- [1] 第十二届全国人民代表大会常务委员会. 关于修改中华人民共和国消费者权益保护法的决定: 中华人民共和国第七号. 2013年
- [2] GB/T 17242 投诉处理指南
- [3] GB/T 19012 质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南
- [4] GB/T 19013 质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南
- [5] 深圳市人民政府办公厅. 关于成立深圳市推进放心消费环境建设工作领导小组的通知: 深府办函[2022]8号. 2022年
- [6] 深圳市推进放心消费环境建设工作领导小组. 关于印发深圳市建设放心消费环境提升消费者满意度工作方案的通知: 深市监[2022]206号. 2022年
-