

12315 消费投诉信息公示平台上线

公众可查询特定商家投诉情况

市场监管总局近日上线全国12315消费投诉信息公示平台,在全国统一开展消费投诉信息公示。消费投诉公示哪些内容?有哪些影响?21日,市场监管总局执法稽查局局长况旭针对这些问题进行了解读。

据介绍,市场监管总局建设全国12315消费投诉信息公示平台,将全国市场监管部门处理的消费者投诉信息统一归集公示。公示平台按照办结时间、行政区划、行业类别、商品服务类别、投诉问题类别、投诉数量、投诉增速、调解成功率、先行和解率等客观维度自动统计、分类。公众也可以根据自身需要组合搜索,查询特定商家的投诉情况、掌握实时投诉热点、浏览本地最新投诉等。

况旭介绍,为客观全面披露消费环

境,确保全国一把尺,坚持“全量公示”原则,以公示为常态、不公示为例外。无论经营者是否违法、投诉是否和解,都会公示,避免任何差别待遇和人工干预。消费者投诉和消费者评价一样有主观感受,正是这种千差万别的个性化投诉汇聚成动态大数据,为消费者提供了更多参考。公示内容的详略设置,既要满足公示目的、披露有针对性的信息,也要保护个人隐私和企业商誉,还要统一数据标准、确保数据质量。

况旭表示,消费投诉公示不是简单的“黑名单”,投诉数量也不能简单等同于商品质量优劣或者服务好坏,市场占有率较高的经营者,发生消费纠纷的情况往往也较多。与投诉数量相比,还需要关注经营者对待消费者的态度、处理

投诉的诚意、自身改进的情况。此外,投诉不是举报,消费纠纷和违法侵权也不能简单画上等号。公示中的“投诉问题”主要反映消费纠纷的缘由,并不等同于经市场监管部门调查认定的违法行为或者侵权事实。

实践中,一些企业售后体系尚不健全,对自身到底被投诉了多少次、消费者反映了什么问题,存在底数不完整、信息不对称、跟进不及时等困难。全国12315消费投诉信息公示平台开发了专门的企业服务板块,为企业提供自身投诉信息的告知、查询、统计、分析功能,引导规范和改进经营行为,提高商品服务质量,完善售后服务,提升消费纠纷的处理和预防能力,企业用电子营业执照即可登录平台使用。

况旭表示,当前,涉企信息以登记许可、行政执法、司法诉讼为主,消费者参与不够。消费投诉公示是完善消费领域信用体系的重要一环,强化信用约束和激励两方面作用。面对消费投诉持续较快增长,消费投诉公示以问题为导向、化压力为动力,引导经营者及时把消费纠纷化解在源头。同时,消费投诉公示也是作风建设新举措,以公开促公正,既规范企业经营行为,也规范政府履职行为。

去年11月以来,市场监管总局已在吉林、上海、浙江、广东、四川、新疆试点开展了消费投诉信息公示,试点地区的消费环境透明度、经营者诚信度、消费者满意度得到了提升,更多消费纠纷化解在源头和萌芽。

新华社北京10月21日电



10月22日晚,在第81届世界科幻大会闭幕式上,嘉宾见证世界科幻大会(成都)品牌推广中心成立。当日,为期5天的2023成都世界科幻大会在蓉城圆满落幕,这也是中国首次举办世界科幻大会。会聚世界顶尖科幻作家、编辑、从业者等,包括展览、论坛、沙龙在内的两百余场主题活动,让全球科幻迷们享受了一场精彩纷呈的“科幻派对”。

新华社发

雨果奖首次在中国颁奖 作家海漉凭《时空画师》获奖

10月21日晚,2023雨果奖在2023成都世界科幻大会上揭晓,共评选出17类雨果奖奖项和2类非雨果奖奖项,中国作家海漉凭借《时空画师》获得最佳短篇小说奖。这也是雨果奖首次在中国揭晓和颁奖。

记者了解到,本届雨果奖提名阶段,超25000部科幻作品(个人)参与了提名,共收到1800多个有效提名,最终评选出包括最佳短篇小说、最佳长篇小说、最佳戏剧表现等在内的17类雨果奖奖项和2类非雨果奖奖项。

中国科幻作家海漉凭借《时空画师》获得最佳短篇小说奖。最佳短篇小说奖由《兔子测试》获得,最佳长中篇小说奖由《溺水女孩的谜》获得,最佳长篇小说奖由《荨麻和骨头》获得。

雨果奖是为纪念雨果·根斯巴克,由世界科幻协会在每年的世界科幻大会期间所颁发的年度奖项。该奖项设立于1953年。

► 新闻链接

《时空画师》讲述了什么

据悉,本次雨果奖的提名和最终决选获奖名单,均由世界科幻大会会员投票选出,评选委员会负责提名收集、票数统计和资格审核。科幻作家海漉的《时空画师》获“最佳短中篇小说”奖,成为继刘慈欣、郝景芳之后第三位获得雨果奖作品奖的中国科幻作家。

那么让海漉获此殊荣的《时空画师》讲述了一个什么故事?创作的缘起是什么?

《时空画师》从故宫博物院闭馆日惊现“幻影”开始,将历史、推理、科幻相结合,追溯了一幅虚构的名画创作以及“当时”的朝野权力斗争故事。因为小说并未完全架空真实历史,读来更令人有种亦真亦幻的恍惚感,感觉这或许是曾经发生在另一个平行宇宙中的事情。

海漉写这个故事,是看到了宋代名画《千里江山图》背后的故事,作者王希孟早年早逝带来的遗憾和相关历史记录的稀少,就留给了创作者足够的发挥空间。他将小说里那个历史人物命名为“赵希孟”,并赋予了他以纯能量形态进入高维时空的超能力。这种超能力在赵希孟所处的宋代,自然是无人能够理解,他保守着这个秘密,以患上了某种“离魂症”作为给自己的解释。

为了创作《千里江山图》,赵希孟将精神抽离肉体,遁入高维空间,转瞬遍历天下山河,作为绘画的素材。他发现自己不仅能挣脱空间的束缚,连时间的界限也可以打破了。

据《北京晚报》报道

老年消费为何将就多讲究少

民政部数据显示,截至2022年底,我国老年人口已经超过2.8亿人,占总人口的19.8%。业内人士认为,提高老年人口生活质量,要从衣食住行等身边事上加强有效产品供给,以优质的老年用品调动社会消费意愿,让老人们不“将就”、能“讲究”。

“年轻款式挑花眼,老年款式没得选”

67岁的山东青岛市民苏爱竹近日为买衣服犯了难。她想为参加一场婚礼挑身衣服,可去附近的商场一看,青年服装多种多样,老年服装店却只有两家,款式雷同而且普遍老气。

除了保健品好买,衣食住行中经常是有钱难买“称心”,这是很多老年消费者挑选日常用品时的共同感受。

“老年人的鞋子需要强化防滑、护脚,衣服需要穿脱更方便,但市面上不容易买到。”上海市民陆跃华说,大多数日常消费品是针对青壮年设计,难以满足老年人的需求。

有养老机构负责人告诉记者,他曾想引进智能翻身床,但试过多家企业的产品,都没达到要求。“我们希望用上好的高科技产品,但很难找到。”

一些业内人士用“土薄根底浅,草盛豆苗稀”来形容当前老年用品市场的发展状况。

不仅供给总量不足,一些产品还“缺斤少两”“以次充好”。山东省老年产业协会会长白玉光举例说,老年人常用到的成人纸尿裤,对吸水层厚度、吸附效果、除臭等要求与婴幼儿纸尿裤差别明显,但一些产品简单照搬婴幼儿纸尿裤,还有企业减少吸水层厚度、甚至用再生材料替代无菌材料。

难买也难卖 供需“两端挤压”

业内人士介绍,目前老年用品市场不仅存在难买的问题,也存在“难卖”的问题,导致老年用品渗透率不高。

产品对老年群体的生理特征不贴近。老年人由于存在皮脂分泌下降、骨质疏松、身体变形等特征,对服装服饰、日化用品等日常消费品的适老需求高,相关产品需要兼顾功能性、便捷性、安全性等多重要求,但多数行业的针对性细分不明显,对老年人群体的关照不足。

消费渠道不畅通,线下门店不足。记者调查发现,城市中老年用品在医疗养老机构之外很难买到,农村地区更是连轮椅、纸尿裤都很难买到。许多老年用品只能通过网络渠道购买,然而老人上网普遍“不利索”,习惯使用网络的年轻人又不了解老人的需求,有购买意愿的老人也买不到心仪的产品。

市场监管和知识产权保护对新业态、新产品的覆盖有待提升。有业内人士说,有的企业不做研发,只模仿跟风;一些老年用品生产企业投入大量资金、人力搞研发,但产品刚出来就遭遇抄袭、仿制和假冒。

华录健康养老发展有限公司青岛分公司总经理李鹏说,不少老人习惯于节衣缩食,宁愿苦自己也不愿意给孩子“增加负担”,客观上也使老年用品难以“走出深闺”。

让老人“不将就”“能讲究”

接受采访的业内人士认为,我国已步入老龄化社会,让规模庞大的老年群体拥有更高质量的晚年生活,主

要还是需要提高优质老年用品的供给,让老人们减少“将就”。

《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》明确提出要发展壮大老年用品产业,加强老年用品研发制造。近期,工信部具体发布了《2023年老年用品产品推广目录》,推广包括老年服装服饰、养老照护产品、日用辅助产品、健康促进产品、适老化家居产品等263种产品,其中不乏柔性翻身智能床、智能跌倒防护服等切中机构和消费者“痛点”的产品。

“老年用品产业壮大发展既需要‘培土’,也需要‘扶苗’。”上海银发无忧科技发展有限公司副总裁林立钢认为,国家层面可通过财政、税收等政策,培育具备自主创新能力且具有一定市场基础的企业,使其成长为龙头企业。同时,加强知识产权保护,维护企业创新积极性,对市场违法行为进行有力惩戒。

白玉光说,小到老年人的鞋子,大到涉老建筑,各种涉老产品和服务应建立起完善的标准体系,确保市场健康发展。可从市场相对成熟的产品入手,加快制定及修订一批关键急需的产品和技术标准。

长期从事适老化家居改造的产品经理孙田建议,可用好基层社区、卫生机构等单位,做好日常生活用品、辅助用品、康复用品等重点品类的功能普及和消费指引,激发“身边效应”。李鹏等人建议,在具备条件的地区,可针对特定老年群体开展老年用品消费试点,以示范效应带动老年群体消费。

新华社10月22日电