

打造消费纠纷调解的“商河样板”

商河县市场监管局积极探索消费维权新模式

通讯员 李雪晴

全面深化行政调解 巩固提升专业优势

充分发挥市场监管在行政调解中的主力军作用,聚焦品牌打造,突出亮点示范,握指成拳发力,推进行政调解水平再上新台阶。

一是擦亮“金牌调解、维权先锋”品牌底色。持续推进“放心消费在商河”活动,扎实开展“金牌调解、维权先锋”民生热线与消费维权品牌创建活动,全力打造“民生无小事,维权无障碍”的消费环境。发挥热线透视功能,分析民生热点、查找监管短板,县域消费环境持续优化提升。“金牌调解、维权先锋”服务品牌荣膺山东省放心消费优秀案例一等奖。2022年1月至今年3月底,商河县12315效能评估评价量化评分连续27个月排名济南市区县第一位。

二是提升“三级联动、精准推进”约谈成色。商河县市场监管局、县消费者协会面对消费维权新形势、新挑战、新任务,聚焦消费者反映集中、诉求迫切、影响面广的消费维权问题,以省、市、县级消费者协会“三级联动”体系为抓手,围绕共同目标、整合各方资源、推动监管下沉,构建起消费维权共建、共治、共享新格局。比如,在处理一起集中反映某教育科技公司侵权问题过程中,县消协会同省、市消协

近年来,商河县市场监管局始终坚持“源头减量、未诉先办、事要解决、依法调解”理念,从历史和现实相贯通、理论与实践相结合的高度,深刻认识新时代新征程调解工作的重要性,强化行政调解、司法调解、人民调解优势互补、有机衔接,创新打造“消律联动、三位一体”消费维权新模式。

对该公司进行三级联动约谈,重点关注反映集中的退费慢、退费难,服务态度不好,服务质量差等问题,对受理的42项消费投诉逐条梳理、逐项分析,要求结合实际制定整改措施、明确整改时限。

三是打造“多方联合、集中解决”治理特色。商河县市场监管局会同信访、公安、热线办、人社、税务、行政审批、金融事业中心以及街道“八部门联合”,对投诉举报信访集中的4家从事线上培训的教育科技公司进行集体约谈,与会单位负责同志分别从企业宣传、技能培训、经营管理、依法纳税、合同履行、社会治安等角度引导劝诫,一次性妥善处置129起投诉举报信访工单,以更优流程、更好服务、更短时限跑出纠纷调解“商河加速度”。

深度对接司法调解 率先挖潜联动优势

充分发挥法律专业机构、专业人员优势,切实帮助群众实现和维护自身合法权益。

一是创新“消律联动”机制,专业加持切口准。5月17日,商河县消律联动消费纠纷调解中心揭牌成立,在全省首创“消费者

协会+律师事务所”联动处置模式,制定《商河县消律联动消费纠纷调解工作实施办法(试行)》,综合考虑办理难易程度、情节复杂程度等因素,将工单分为“简单类”“疑难复杂类”“重点关注类”三类,明确受理登记、回应处理、审核执行、调查反馈、录入归档等流程规范,以分类结果确定处理路径。

二是推行“所所联动”机制,多元化解效率高。为进一步实现调解关口前移,缓解纠纷调解压力,提升维权调解质效,各市场监管所联合司法所,从“业务共学、平台共建、资源共享、情况共处、信息共议”五个方面,细化完善消费纠纷联动调解机制建设,充分利用所对接资源优势,打造多层次、多途径、低成本、高效率的消费纠纷调解新模式,发挥“1+1>2”的联动工作效能。

三是建立“局所联动”机制,督促指导合力强。一方面,对市场监管所和司法所联动调解过程中难度大、争议多、时间久的纠纷案件,县市场监管局、县司法局及时提供必要支持,增强业务指导的针对性和实效性,保障消费纠纷及时妥善解决,并积极落实回访、做好经验总结;另一方面,县市场监管局持续加强与

县司法局、县公安局等司法部门在法治宣传、教育培训、化解诉求等方面沟通合作,建立健全交流商会机制,深化协作配合、解决实际问题,形成了行政调解与司法调解相互衔接、相互支持的良好局面。

大力推动人民调解 加快塑成发展优势

充分发挥人民调解在矛盾纠纷预防化解中的“第一道防线”作用,秉持“调解优先、源头治理”的理念导向,建好建强“消费维权服务站”。

一是坚持布局科学,推进全域覆盖。结合行政村分布、历年消费投诉大数据分析等发展实际,充分考虑地理位置、产业结构、人流量等因素,按照“五个相对”(经济相对发达、地理位置相对适中、消费纠纷相对较多、办公场地相对完善、工作人员素质相对较高)标准,“先行示范+复制推广”的建设思路,设置优化站点布局,先行培育和打造一批高标准、高质量、高要求的示范维权服务站36个,以点带面、串珠成链、全面铺开,在全县建成站点153个,提高站点覆盖率,打造调解服务圈。

二是坚持定位明确,塑强核心功能。通过多轮走访调研,结合县域发展实际和乡镇特色,建立如郑路珍珠红西瓜、白桥大蒜等维权服务站,突出有重点、有特色、有定位。依托村委会、市场

监管所、消费维权志愿者在农村大集设立流动消费维权服务站,摆摊设点、现场办公,实现矛盾纠纷早受理、早处置、早化解。年初,商河县首家农村消费维权服务站——乔李石村消费维权服务站成立不久,几位垂钓爱好者与该村某饭店发生消费纠纷,村消费维权服务站第一时间介入,快速处置、圆满解决,三方握手言和、共叙桑麻,并约定将乔李石村所在的郑路镇作为投资首选地。

三是坚持标准严格,激发内生动力。制定《关于建立高标准、高质量消费维权服务站的工作方案》,不定期对辖区内的消费维权服务站进行检查、指导、规范工作,实地查看服务站运行情况,特别是对一些主体已经不存在、有名无实却依然记录在案的消费维权服务站,进行重点筛查清理、摘牌销号。充分调动各主体建站的主动性,积极发现和培育表现突出的服务站和维权工作者,努力搭建宣传平台,丰富宣传形式,多层次、多领域、多渠道对典型案例和经验做法进行宣传推介,充分发挥榜样的示范引领作用。

下一步,商河县市场监管局将继续围绕矛盾纠纷多元化解需求,以优化调解资源配置、统筹调解力量运用为抓手,扎实做好人民调解、做实行政调解、做优行业专业性调解各项工作,努力打造出消费纠纷调解的“商河样板”。

把流量引到“地头”,由“大”向“强”转变

商河:农业大县打响电商突围战

通讯员 张鸣

新农人“触网出圈” 让商河好货火遍全国

商河是千年古县,也是传统农业大县,各类“土”特产品种类繁多、声名远播,山鸡蛋、老粗布、糖酥火烧、豆腐皮都是人们耳熟能详的商河特色产品,也是走亲访友的必备佳品。如何利用网络平台,进一步扩大“土”特产、“土”品牌的影响力,让“土特产”变“金饽饽”,争取更高的产品附加值,成为商河发展农村电商、推动乡村振兴亟待解决的一个问题。

在商河县殷巷镇十排赵村粽子加工车间,直播销售网红“粽子姐”,正带领一群姐妹们包粽子、赶订单。“手机变成新农具,数据变成新农资,直播变成新农活,主播变成新农人,粉丝变成新农友,网络变成新农田……”这一幕幕农村新景,正是商河发展农村电商最真实的写照。

五月初五端午节,也是商河县殷巷镇“粽子姐”最为忙碌的时候,为了接住雪片一样飞来的20万斤粽子订单,她每天像个陀螺一样,在直播间,流水线之间来回跑……创业初期她是自己包自己

商河县是省会济南的“北大门”,1162平方公里土地一马平川,是一个传统的农业大县。近年来,商河县借助乡村振兴的东风,以特色农产品为流量突破口,在农村电商这片“沃土”里深耕不辍,“潮”“土”结合,由“大”向“新”向“强”转变,打响了一个农业大县的电商突围战,使电子商务成为推动乡村振兴的新兴力量。



4月26日,商河县副县长范晓旭参加“山东好货”直播专场活动,向广大网友宣传推介商河好品七彩山鸡蛋。

赶集卖,后来接触到互联网后,开始发展直播电商。粽子的销量上去了,利润提高了,还为周边村庄100余名群众提供了就业岗位。

让村民成为网红,把流量引到地头。商河县将山鸡蛋等500余种“土”特产品纳入“网货池”,并量身定做网络销售模式。通过强化专业培训,邀请流量网红,培养

本土直播大咖等方式,商河县一批“土”特产生产者、经营者纷纷“触网出圈”,摇身一变成为“刘姥姥”“布叫兽”“粽子姐”“山鸡哥”等300余名本土电商网红。他们把直播间搬到了田间地头、工坊车间,让全国各地的网购者看得放心、买得安心,“地头流量”也让商河“土”特产成功火遍全国。

今年1-5月份,全县直播产品销售额达3.29亿元,一单单快递从商河发往全国各地,老百姓的腰包逐渐“鼓起来”,近几年线上线下带动村集体经济增收近1500万元。2023年,商河县还开启了大规模“电商村长”培育之路,成立培训学校,引进专业团队,为乡村振兴培养了一批懂农业、懂电商、懂市场的“新农人”,目前全县电商从业人员达5万余人。

“老”品牌变身“响”品牌 电商搭台成功破茧成蝶

走进商河老粗布产业“安琦布业”的电商直播间,仿佛穿越了时空,一名农村妇女正在娴熟地操作着老式织布机……“看到这种老式工艺作出的土布,心里莫名的踏实,买回来确实质量不错,摸起来手感也好,特别舒服。”一条网购追评,也反映出当下网友对老品牌、老工艺较为认可的消费心态。

老粗布是商河的传统老品牌、老产业,有着上千年的传承,借助电商的翅膀,2020年“安琦布业”营业额增长了近80%,到2022年就已突破一千万,成为商河老品牌在电商领域“破茧成蝶”的典型代表。

时代变革,大潮汹涌,老品牌

同样面临着转型需要。商河县借助新媒体电商渠道“推波助澜”,积极搭建电商园区载体平台,一对一精准对接,开展培训讲解、业务指导、金融支持等服务,“全程陪跑”帮助“老”品牌转型触网。

推动本土企业“上云上链”的过程中,商河县的“壹亩地瓜”成为天猫、拼多多、抖音TOP品牌商家,天猫平台地瓜品类全国第一,蔬菜类目全国排名第一,并成为全国薯类供应链龙头;斯伯特“诺特兰德”品牌连续两年荣登抖音年度品牌榜,在各大平台营养保健类目销售业绩第一名;“朗威”品牌哑铃单品在天猫平台销量全网第一……

从传统农业大县到农村电商强县,商河从小县域构建出的农村电商大生态,已成效初现。

这场由“大”向“强”的突围战中,商河披荆斩棘,先后斩获“山东省电子商务示范县”“淘宝直播村播计划试点县”“淘宝直播村播计划示范县”“全国电子商务进农村综合示范县”等一个个国字号、省字号荣誉;商河县发展电子商务助推乡村振兴的经验模式,还获得山东省政府主要领导同志的肯定性批示,这更坚定了商河发展农村电商的信心和决心,在搭建“县域电商高楼”的商河样板中,继续迈出坚实的步伐。