



提振消费信心

上海市消费者权益保护委员会

“省电”当噱头，忽悠消费者

上海市消保委近期将提起取暖器消费民事公益诉讼

□记者 陈友敏

去年入冬早，寒潮也多，取暖器的用电量成为消费者的关注点。因为自己没法测，很多消费者就求助上海市消保委，希望了解家里的取暖器是否真像网店宣传的那样省电。

前几年，市消保委专门做过小家电消费者需求调查，结果显示：超过七成的消费者会在网上购买取暖器，消费者选购取暖器主要看三个要素：颜值高不高、升温快不快和用电省不省。



宣传产品省电，比如“1 度电全屋 40 度”“一整周一度电”等等。市消保委请教了相关专家，专家都认为这种宣传根本不靠谱，就是在欺骗消费者。

不少知名企业表示，这种不负责任的宣传不仅会搞乱市场、损害消费者信心，还会打击投入大量人力物力专注搞研发、做产品企业的信心。

误导宣传侵害知情权

市消保委认为，产品是否省电是消费者选择不同品牌型号取暖器的主要考量因素之一。商家的误导宣传不仅会使消费者

做出错误的购买选择，而且消费者在实际使用中也难以获知真相，无法维护自身合法权益。

为此，市消保委购买了相关网店的取暖器产品，送到专业机构进行检测，测试表明产品的实际用电量是商家宣传的 3 倍以上，有的甚至达到 28 倍。

检测结果表明，宣称“省电”的取暖器实际达不到“省电”的效果，这些以“省电”为噱头的取暖器商家涉嫌虚假宣传。

公益诉讼驱逐“劣币”

不法商家虚假宣传欺骗消费者的行为屡屡发生，一个重要原因就是违法成本过低。消费者要么是真假难辨“不知情”，要么是没有精力维权“算了吧”。为了促进市场公平竞争，营造良好的消费环境，就需要进一步提高不法商家的违法成本，特别是要加大惩罚性赔偿力度，让不法商家付出应有的代价。只有通过增加不法商家的违法成本，才能让好的产品获得市场竞争优势。

由此，根据《上海市消费者权益保护条例》赋予的法定职责，市消保委将在上海市消保基金会的支持下对误导消费者问题突出且销售量较大的一批取暖器网店启动公益诉讼。

近年来，市消保委非常关注消费领域“隐性侵权”问题。少数商家利用信息不对称，通过误导消费者获得竞争优势，使细分行业出现“劣币驱逐良币”的现象，陷入“低价低质”怪圈。这种现象不仅对消费者不利，更会严重影响企业特别是合规经营的小微企业的正常发展。

今年，市消保委将在“隐性侵权”问题突出的行业和领域启动系列公益诉讼，正本清源，促进公平竞争，推动消费环境的提质升级。

中国平安财产保险

上海分公司

平安产险上海分公司：

共筑诚信消费环境，打造有温度的金融服务

为深入贯彻落实中国银保监会《2023 年全国银行业保险业“3·15”消费者权益保护教育宣传周活动》的文件精神及要求，平安产险上海分公司践行“人民至上，客户至上”的经营理念，高度重视教育宣传活动的针对性和有效性，充分利用自有资源，借力各大媒体平台优势，聚焦“一老一少一新”等重点人群，注重金融教育宣传的“量体裁衣”，于细微处传递平安消费者权益保护诚信文化的“温度”，以“省心、省时又省钱”的“三省”服务主张激发内生动力，提高消保活动的参与深度、覆盖广度和影响力度，增强消费者信心，提升消费者满意度。

“适老化”改造 助老年群体跨越数字鸿沟提升消费信心

针对老年人运用智能技术困难的情况，平安产险上海分公司依据老年客户群体使用场景开展“适老化”改造，主动将服务流程“再优化”，操作流程“再简便”，提升老年人群体在接受信息化、智能化服务过程中的获得感、幸福感、安全感。

95511 客服热线作为服务中的重要触点，已建立《老年人服务手册》，60 周岁以上老年客户直接进入人工服务专线，平均接通时长比普通热线快 2 秒。系统中增加老年人标签，优先处理老年人案件，并提供沪语特色服务，为有沪语服务需求的老人增加了更亲切的感受。

同时，平安产险在官方 APP 端——平安好车主、平安好生活，持续推进互联网应用适老化改造，上线大字版界面，支持手机号一键登录，减少操作流程，续保用户信息直接带出，通过 OCR 快速识别证件信息，减少手工录入，车辆可续保、可年检、有违章信息，消息通道直接触达，快速提醒办理，便利老年人使用智能化产品和服务应用。

在日常服务中，平安产险上海分公司精心改造老年人服务场景，设置“爱心直通车”接待空间，配备老花镜、纸质业务说明材料，甚至还有血压测量仪、免费饮用水、适用各品牌手机的充电设备、急救药箱等暖心硬件设施。对有意愿尝试智能设备的老年客户，服务人员会全程陪伴式服务，全程一对一引导并帮助老年人完成业务办理，轻松跨越“数字鸿沟”。

对于老年人受伤住院案件，平安产险上海分公司理

赔人员主动进入医院开展医疗慰问，老年伤者如伤情简单，理赔人员现场收集理赔材料，将诊疗费用赔付至老年伤者账户中。如遇到复杂伤情情况，理赔人员积极配合伤者及其家属了解受伤情况、所需医疗费，坚决落实“先赔后治”将理赔款打入医院，让老年伤者可以及时得到救治，不用考虑经济问题。术后或在恢复期，理赔人员再上门了解恢复情况，并主动收集理赔材料，简化理赔流程。

“三省”大招 助新市民提升服务满意度圆梦美好生活

《2022 新市民金融服务白皮书》显示，新市民目前约有 3 亿人，生活风险多，普遍缺乏保险意识，备受社会关注。平安产险上海分公司结合其需求痛点，推出省心、省时、省钱的“三省”大招，以有温度的金融产品和服务，助力新市民圆梦美好生活。

平安产险上海分公司常态化开展面向新市民群体的金融科普，增强新市民风险防范意识，通过官媒矩阵及主流媒体，围绕新市民用车、车险、理财、养老等多角度，通过长图、短视频等形式，开展多样化的科普，助力新市民提升保险意识、风险防范意识和金融素养，让新市民省心。

针对外卖骑手，平安推出专属雇主责任险，并针对理赔全流程，从简化理赔单证、医疗费垫付、整案赔付报价到伤残鉴定，进行精简优化。

此外，新市民职业风险高，亟需职业个性化的保险保障。为此，平安产险上海分公司针对家政服务人员，为其定制综合性保险保障，包括意外伤害保险、个人责任保险、猝死保障，覆盖家政服务人员职业意外及上下

班途中风险，以及个人责任风险，切实帮新市民省钱。对于新市民子女，推出普适型子女学平险，涵盖意外伤害、意外医疗、重大疾病、疾病身故、意外疾病住院津贴等责任。面对新市民群体行业流动性大，社保缴纳比例不高的特点，为该群体量身定制健康险产品，弥补保障空缺，保险覆盖了意外伤害、门急诊、住院医疗、重大疾病、住院津贴、女性生育等责任，切实为新市民生活护航。

筑牢基础 扎实推进内部诚信合规文化建设

平安产险上海分公司始终坚守诚信合规经营底线，扎实推进内部诚信文化、清廉合规文化建设，对内部不同岗位的员工开展了多场培训，加强员工消费者权益保护、金融知识普及和预警监测意识，鼓励员工充分发挥“前哨”作用，自觉远离非法金融活动、抵制网络金融谣言。

公司在内部消保会议中明确提出，要把消保工作视为公司经营的生命指标。把“有温度”的服务理念进一步转化为改进管理、优化服务、诚信开展业务的实际行动。同时依托“消费者权益委员会”完善事前审查、事中处置、事后问责的闭环管理。消保工作早已不局限于眼下和当下，哪里有消费者的需求和呼声，平安产险上海分公司就有求必应，第一时间奔赴现场协助解决。

此外，平安产险上海分公司充分利用资源，在线上、线下全媒体渠道进行形式多元、内容丰富的知识普及和风险提示。平安产险上海分公司员工、党员志愿者走进街道、社区，为老年人、青少年、新市民发放宣传页，围绕金融常识、消费者权益、老年人防诈骗提示、保险智能应用知识等方面，通过实际案例全方位讲解，精准提升不同群体的自我保护意识，避免遭受各类金融“套路”的侵害。