

上海市工商行政管理局文件

沪工商消〔2015〕149号

上海市工商行政管理局关于 印发《上海市工商行政管理局 投诉举报工作实施办法》的通知

各区（县）市场监管局，各分局，市局各处室、检查总队：

现将《上海市工商行政管理局投诉举报工作实施办法》印发给你们，请认真遵照执行。

上海市工商行政管理局

2015 年 7 月 29 日

上海市工商行政管理局投诉举报工作实施办法

第一章 总 则

第一条 为进一步规范消费者投诉、举报处理工作，提高消费者投诉、举报处理工作的制度化、规范化、程序化、法治化水平，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》、《上海市消费者权益保护条例》、《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》、《工商行政管理机关行政处罚程序规定》等法律、法规、规章，制定本办法。

第二条 本办法所称的投诉，是指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，请求工商部门保护其合法权益的行为。

本办法所称的举报，是指自然人、法人、其他组织等要求工商部门对违法行为调查处理的行为。

第三条 工商部门在其职权范围内受理的消费者投诉属于民事争议的，实行调解制度。

工商部门在其职权范围内受理的举报，应当按照《行政处罚法》、《工商行政管理机关行政处罚程序规定》、《网络交易管理办法》等调查处理。

第四条 工商部门应当引导经营者加强自律，推动经营者建立、完善消费环节经营者首问负责和赔偿先付制度，指导消费维权联络点（站）和“绿色通道”企业的投诉处理工作，推动消费争议和解。

第二章 组织机构与工作职责

第五条 “12315”消费者投诉举报中心负责“12315”热线接听，解答消费咨询，接待、登记各种途径的投诉、举报，并将相关信息录入“12315”系统；负责对投诉、举报、咨询等信息进行统

计、汇总和分析。

第六条 市局消保处负责分派市局登记的投诉、举报；指导投诉的受理、处理工作，并对重大投诉件进行跟踪督办。

第七条 各区（县）市场监管局、各分局的消保科（处）负责指导市场监管所、工商所及综合执法大队、检查支队（以下统称“基层所队”）的投诉受理、处理工作；负责分派市局转派以及本单位直接收到的投诉、举报。

基层所队根据区（县）市场监管局、分局的授权，依法受理、处理消费者投诉。

第八条 相关业务部门根据职责分工，对举报件处理工作进行指导、督办。市局、各区（县）市场监管局、各分局对涉及相关业务部门职责的举报，在分派时应分别抄告相关业务部门，并可根据实际情况，落实对复杂、疑难案件的会商。

市局检查总队、基层所队负责依法处理举报。

第九条 各区（县）市场监管局、各分局应当制定应急预案，积极防范、妥善处理辖区内涉及消费争议的重大、突发、群体性

事件，并及时向上级部门报告。

第三章 管 辖

第十条 消费者投诉由经营行为发生地或者经营者所在地的市场监管局、分局管辖。经营者注册地与实际经营地址不一致的，以方便消费者为原则，由经营者实际经营地的市场监管局、分局管辖，经营者注册地市场监管局、分局协同办理。

网络交易发生的消费投诉，可以由经营者所在地工商部门、市场监管部门管辖，也可以由第三方网络交易平台所在地工商部门、市场监管部门管辖。

经营者实际经营地址无法查找的投诉，一般由经营者注册地的市场监管局、分局牵头处置，其他相关市场监管局、分局协同办理；特殊情况由市局指定管辖。

第十一条 举报一般由违法行为发生地的市场监管局、分局管辖。对网络交易、广告等领域违法行为的管辖，有特别规定的，从其规定。

第十二条 发生管辖争议的，各单位可以协商确定，或者报请共同的上级部门指定管辖。

投诉的管辖争议，由市局消保处指定管辖；举报的管辖争议，应当上报市局相关业务部门指定管辖，并按照相关规定至市局公平处办理书面管辖手续。

第十三条 对市局通过“12315”系统分派的投诉、举报，经审查发现不属于本单位管辖范围的，各单位应当说明理由，在征得市局同意情况下，在两个工作日内通过“12315”系统申请市局重新分派。

第四章 处理程序

第十四条 消费者通过来电、来访等方式投诉的，工作人员应当记录消费者的姓名、住址、电话号码等联系方式，被投诉人的名称、地址，投诉要求、理由及相关事实根据，投诉日期等。

接待、登记举报时，工作人员应当记录被举报人的名称、地址，举报的内容及相关事实根据，举报日期等。

第十五条 各单位对直接收到的投诉、举报，应当于一个工作日内将相关信息准确、完整地登录到“12315”系统。

第十六条 投诉、举报信息登记部门应指定专人负责处理，并按照投诉、举报内容设定 A、B、C 信息级别。

A 级信息：国家工商总局（含央视“3·15”晚会）转办，市局领导批示，10 人以上群体性投诉、举报，可能危害消费者人身财产安全的投诉、举报；

B 级信息：3—10 人的群体性投诉、举报，有关部门时效性强的转办件；

C 级信息：一般消费投诉、举报，外单位、本系统一般转办件。

第十七条 投诉承办单位应当根据分派信息级别，自收到投诉件之日起七个工作日内（其中 A 级为 24 小时内）对投诉作出受理或者不予受理的决定，原则上以对应方式告知投诉人。不予受理的，应当同时告知不予受理的理由。

告知投诉人是否受理的决定可以采取书面方式，也可以采取

口头、短信、电子邮件、传真等方式。采取口头或者其他方式告知的，应当利用“12315”系统或者其他方式，准确、完整地记录告知投诉人的方式、时间、内容等，并做好相关资料留存。

对重大、复杂、疑难以及书面方式提出的投诉，或者消费者明确要求书面答复的投诉，应当制发《受理消费者投诉通知书》或者《不予受理消费者投诉通知书》。

第十八条 下列投诉不予受理或者终止受理：

- (一) 不属于工商部门职责范围的；
- (二) 购买后商品超过保质期，被投诉人已不再负有违约责任的；
- (三) 已经工商部门组织调解的；
- (四) 消保委或者人民调解组织等其他组织已经调解或者正在处理的；
- (五) 法院、仲裁机构或者其他行政部门已经受理或者处理的；
- (六) 消费者知道或者应该知道自己的权益受到侵害超过一

年的，或者消费者无法证实自己权益受到侵害的；

(七) 不符合国家法律、法规及规章规定的。

第十九条 对事实清楚、争议简单、能够当场处理或者在七个工作日内达成调解协议且能即时履行的，投诉承办单位可以进行快速处理，口头告知当事人受理的决定，并经当事人同意不制作调解书。调解人员应当将相关投诉处理情况予以记录备查。

第二十条 投诉承办单位应当自受理消费者投诉之日起六十日内终结调解。对达成调解协议的，应当制发《消费者权益争议调解书》，调解书应当由当事人和调解人员签字，加盖承办单位印章，由当事人各执一份，承办单位留存一份归档。当事人因故无法在《消费者权益争议调解书》上签字或者盖章的，由调解人员注明原因。

无法组织现场调解或者当事人认为可以无需制作调解书的，经当事人同意，调解协议可以采取口头方式，但承办单位应当对调解内容予以记录备查，并将双方当事人的书面答辩材料、维修单据、退（收）款凭证、视听资料等作为证明材料归档。

第二十一条 现场调解时，应当核实消费者身份证明及经营者营业执照等信息。消费者委托代理人投诉的，应当核实委托人、委托代理人的有效证件及委托人的授权委托书；确有必要的，可以就有关信息与委托人进行核实。

第二十二条 经调解达成协议的，在通过“12315”系统选择办结前，投诉承办单位应当确认或者跟踪协议的履行情况，确保“12315”系统内表述的处理结果与协议实际履行情况一致。

第二十三条 调解不成的，应当终止调解，制发《终止消费者权益争议调解告知书》，告知当事人调解结果，并留储备查。

第二十四条 有下列情形之一的，终止调解：

- （一）消费者撤回投诉的；
- （二）当事人拒绝调解或者无正当理由不参加调解的；
- （三）消费者在调解过程中就同一纠纷申请仲裁、提起诉讼的；
- （四）双方当事人自行和解的；
- （五）被诉方确实无法查寻的；

(六) 其他应当终止的。

第二十五条 在处理投诉过程中，发现经营者涉嫌违法经营需要调查处理的，承办单位应当依法查处，并通过“12315”系统选择“立案查处”处理程序，将该违法经营行为线索转入行政处罚与执法监督系统。

第二十六条 各区（县）市场监管局、各分局应当自收到举报之日起七个工作日内对举报内容开展核查，并决定是否立案；特殊情况下，经办案机关负责人批准，可以延长至十五个工作日内决定是否立案。

第二十七条 对于不予立案的投诉、举报，各区（县）市场监管局、各分局作出不予立案决定后，应当在七日内将结果告知具名的投诉人或者举报人，并将告知情况等作记录留存。

对于予以立案的投诉、举报，各区（县）市场监管局、各分局在作出行政处罚、不予行政处罚、销案、移送其他机关等处理决定后，应当在七日内将处理结果告知具名的投诉人、举报人以及被调查人。

第二十八条 对于不予立案或者已进入行政处罚程序的投诉、举报，当事人要求书面回复的，各区（县）市场监管局、各分局应当按照《工商行政管理机关行政处罚程序规定》的有关规定，书面回复当事人。复杂、疑难的举报，应当经公平交易等部门审核后书面答复当事人。

未采取书面形式回复的，应当将回复投诉、举报人的方式、时间、内容等信息通过“12315”系统内“处理情况”栏目或者其他形式记录留存。

第二十九条 对既有投诉又有举报内容的诉求，应当加强内容甄别，依法分别适用相应的处理程序。

第三十条 有下列情形之一的，工商、市场监管部门可以对相关经营者开展行政约谈：

（一）商品或者服务质量问题具有典型性、代表性和倾向性的；

（二）经营者一年内因商品或者服务重大质量问题被消费者投诉累计3次以上的；

- (三) 侵害消费者权益行为产生较大社会影响的；
- (四) 发生群体性投诉的；
- (五) 商品或者服务质量存在缺陷、安全隐患，未采取有效措施；
- (六) 其他需要约谈的情形。

第五章 信息管理和归档

第三十一条 承办单位应当按照“谁受理、谁录入，谁处理、谁录入”的原则，及时、准确、完整地将各类数据项及投诉、举报的受理、处理情况录入到“12315”系统中，并调取核对被诉经营者的注册信息，对名称、地址等信息进行补充、修改。

第三十二条 对举报人情况、举报线索和办理情况等相关信息，应当按规定予以保密。

第三十三条 信息中心负责“12315”系统技术支持，并根据消保部门的意见，设置工作人员的“12315”系统使用权限。

第三十四条 承办单位应当于消费者投诉、举报处理结束后

90 日内，按照档案管理的规定及时归档。

（一）投诉材料归档主要包括：

1．“12315”系统生成的相关页面，主要指消费者投诉信息登记表、“12315”系统“处理情况”页面、“12315”系统投诉处理流程页面。

2．承办单位已向当事人出具的相关法律文书，主要指受理消费者投诉告知书或者不予受理告知书、消费者权益争议调解书或者终止消费者权益争议调解告知书以及相关送达文书。

3．其它应当归档的材料，主要指进行告知和调解过程中相关的视频、录音、书面等形式的证据材料。

适用投诉快速处理程序的投诉，应根据实际情况，按照本款规定进行材料归档。

（二）举报材料的归档主要包括：

1．12315 系统生成的相关页面，主要指举报信息登记表。

2．承办单位已向当事人出具的相关法律文书，主要指回复当事人不予立案决定或者处理结果的相关文书。

3. 其它应当归档的材料，主要指现场笔录等调查取证情况。

第六章 督办和考评

第三十五条 加强对各区（县）市场监管局、各分局投诉、举报处理工作的业务指导，定期对投诉、举报的受理、处理情况等进行检查和情况通报。

对下列情形的投诉、举报予以督办：

- （一）逾期尚未反馈结果的；
- （二）重大投诉、举报件；
- （三）涉及群体性的消费投诉或者集中举报；
- （四）消费者不服原处理意见，并已对调查处理的程序、认定依据进行复查的；
- （五）其他需要督办的。

第三十六条 各区（县）市场监管局、各分局应当落实市局督办要求，并及时反馈结果。

第三十七条 加强对各区（县）市场监管局、各分局投诉、

举报处理工作的考评，重点对诉求办结率、调解成功率、诉转案率、数据质量等指标进行量化检查（详见附表）。

各区（县）市场监管局、各分局可以参照上述指标要求，对基层所队进行细化考核。

第三十八条 各区（县）市场监管局、各分局要定期对投诉举报处理情况进行统计分析，并于每季度和年度上报投诉举报处理情况。

第七章 附 则

第三十九条 投诉、举报涉及市民服务热线的，按照市民服务热线的相关规定执行。

第四十条 本办法自印发之日起施行。《上海市工商行政管理局关于进一步规范消费者申诉、举报工作的意见》（沪工商消〔2009〕428号）同时废止。

附件：投诉举报处理工作考评表

附件

投诉举报处理工作考评表

单位：

综合得分：

考核指标及基准分值		评分方法	得分	备注
诉求 办结 情况 (20 分)	依法及时受理、及时答复、及时办结	受理、答复、办结超期的，每件扣 2 分。因超期导致信访、复议、诉讼的，每件加扣 2 分。		
调解 成功率 (30 分)	积极推动消费争议和解，行政调解成功率较高	以 24 分为起始分值，高于 75% 的，每上升 5% 加 2 分；低于 75% 的，扣 1 分，每下降 5%，加扣 2 分。对调解结果等弄虚作假的，每件扣 1 分。		
诉转 案率 (15 分)	积极利用投诉举报线索发现查处违法经营行为	以 12 分为起始分值，低于 6% 的，扣 1 分，每下降 1%，加扣 1 分；高于 6% 的，每上升 1%，加 1 分。		
数据 质量 (15 分)	市场主体名称与核准登记名称的匹配度较高，处理情况等信息登记录入完整、准确	匹配度应高于 60%，每下降 10%，扣 2 分。其他录入数据等出现偏差或者错误的，每项扣 0.5 分。		
案卷 (20 分)	按规定使用文书，进行资料留存；按时归档，归档资料齐全	未按规定归档或者未规范使用相关文书的，每件扣 0.5 分。		

加分 项目 (10 分)	妥善处理重大、突发、群体性投诉件；积极通过 12315 投诉举报线索 , 查处典型侵权违法行为 , 并进行宣传。	被市局及以上领导批示肯定的 , 被评为市局“十佳案件”的 , 入选“3·15”消费侵权典型案例的 , 被市级以上媒体或者门户网站报道的 , 每件加 2 分。		
----------------------	--	--	--	--

注：各项指标的分值扣完为止，累计得分不超过基准分值。

上海市工商行政管理局办公室

2015 年 7 月 29 日印发
