

编者按:3月15日是国际消费者权益日。中国石化一些企业直接服务于广大消费者,集团公司企改和法律部引导他们加强普法宣传教育,坚持依法合规经营,严把质量关,不断提升服务水平,营造安全便利的消费环境。本版刊发部分企业维护消费者合法权益、提升产品和服务质量的具体做法,敬请关注。

坚持依法合规经营 维护消费者权益

做刻在消费者心底的品牌

夏辉

“敬请广大消费者提高警惕,避免上当受骗,从正规渠道购买中国石化充值卡或使用加油卡充值消费。我们会积极配合打击欺骗消费者的行,依法维权。”

3月10日,在天津石油塘口站,公司宣讲团向往来客户宣传法律知识,吸引了不少客户驻足。

在3·15国际消费者权益日到来之际,天津石油法务部、安全环保数质量管理部和零售中心成立宣讲团,以宣传《民法典》《消费者权益保护法》《产品质量法》等法律法规为主线,以加油天津App和“一键加油”新消费模式为载体,走近消费者。他们在现场发放油品知识和法律热点宣传单,详细说明天津石油会员平台使用方法和享受优惠攻略,耐心解答消费常见误区,让消费者听得懂、能明白、记得住,树立天津石油靠得住、信得过的好形象。

活动现场,公司法律高级专家结合当前的消费热点与客户面对面交流。特别针对时下多发的网络消费安

全、教育培训消费等方面的突出问题,辨别、识别不法分子非法牟利的骗局,以案释法,赢得消费者的充分肯定。

“现在市场上商品太多了,眼花缭乱,难辨真假。加油我们就认咱们中石化这个大品牌。”现场,消费者对加油站普及消费维权知识点赞。

为增强干部员工法治意识,公司机关滚动播放《食品安全法》《电子商务法》等法治短片,加油站张贴、悬挂广告、标语、横幅,努力营造良好法治氛围,推动依法合规观念深入人心。

一直以来,天津石油始终将依法合规、诚信经营纳入全局工作统筹谋划,从油品外采、仓储运输到加油设备自查自检、核准调试等各个环节层层管控,严格把关。公司贯彻执行科学决策,坚决杜绝以言代法、逐利违法,一切新业态新合作严格规范程序审核和集体研判后,才可实施和逐步推广。公司高度重视法治建设,以多种形式开展法治宣传活动,规范合规经营,增强企业履行法治建设责任和社会责任的意识,构建和谐的消费环境,促进公司健康可持续发展。

多彩活动让消费者更懂“你”

陈静 陆玉猛

3月11日,江苏连云港石油微信公众号里,《真假美猴王》的专栏里介绍了中国石化加油站主要商标、标识的图解与真假对比,对消费者误进冒中国石化品牌的油站消费后合法权益受到侵害的案例以案说法,内容丰富形式活泼,吸引了不少客户点赞。

3·15国际消费者权益日到来之际,江苏石油组织各地市公司开展丰富多彩的活动,充分利用多种媒体传播优势,将产品知识、品牌认知、合理维权的途径和方法,全方位、多角度传达给客户,有效提升客户品牌认可度。

为彰显质优量足、诚信经营的企业形象,南京京湖西街加油站联系质量技术监督部门人员,在加油站现场对加油机现场校调,检查加油机主板、铅封等,现场进行油品抽样测试。他们还搭建了商品展示柜,分别将92号、95号、98号汽油和0号车用柴油的样品与劣质油

品一同展示,向广大消费者讲解优质油品和劣质油品的区别。现场顾客纷纷表示:“没想到中石化的油这么清澈,那我就放心啦。”

宿迁石油黄河南加油站搭建“3·15”法律咨询台,就客户关心的问题向客户当场答疑,并普及劣质油品的危害和打击假冒商标加油站的维权途径。加油站现场还发放了《油品知识百问百答》宣传手册200余份。

盐城石油邀请外聘法律顾问及企业专家团队,组织管理人员及一线岗位员工参与法律专题培训。结合典型案例,集中解读《消费者权益保护法》。培训结束后还开展数质量及法律答题活动,现场验收培训成果,巩固法律及油品知识。

精心策划活动内容,力求活动形式推陈出新,江苏石油把“3·15”活动当作吸引消费者提升对中国石化品牌认可度的良好机遇,依托油站强化普法实效的重要途径,收到良好成效。

让客户加上“放心油”买到“放心货”

张景 许金玲

3月9日22时,贵州石油24小时服务热线接到客户投诉,经过及时与服务站点沟通协调,向客户耐心解答疑问,争取到客户的理解。

“我们是处理客户投诉的第一窗口,要诚恳接受社会监督,做好服务是首要职责。”服务热线负责人说道。

贵州石油坚持“质量第一、顾客至上”经营理念,潜心品质管理,用心服务客户,全面提升依法合规经营的能力,让客户加上“放心油”、买到“放心货”。

产品质量是企业赖以生存的根本。贵州石油严把油品出入关,加大库站检测力度,对油气指标进行全分析检测,确保油品质量合格。物流运输方面,利用电子铅封、GPS轨迹追踪、视频监控等手段全程监督承运车辆,确保油气数量充足。每月,公司对加油机铅封、流量计、计量标准桶等开展检查,有效防范计量风险。同时,对所有便利店内上架商品逐一检查质量外观、生产日期、保质期,杜绝过期、破损、变质等商品上架销售。

“我信赖中石化,大企业,靠得住。”息烽县物流公司的王经理说,贵阳石油息烽公司在企业紧急时候,送

油到厂、全力保供,让他十分感动。

对出租车司机赵师傅来说,浣纱桥站是他常常歇脚的地方:“你们服务热情,和你们聊聊天也开心!”

作为直接服务窗口,服务质量对公司的品牌形象有着极大的影响。贵州石油推行“三到位”服务,积极打造“人·车·生活”生态圈,为超900万会员提供油站导航、商城惠购、汽车服务。24小时服务热线认真处理客户意见和建议,健全客户服务评价机制,接受社会监督。

保证产品质量、服务质量的前提,是依法合规经营。为增强全体员工依法合规经营意识,贵州石油组织全员学习《消费者权益保护法》《产品质量法》《中国石化诚信合规管理手册》等法律规章制度,利用“报、网、端、微、屏”等媒介开展普法宣传。

贵州石油主动维护企业权益,与工商、媒体等相关单位联合行动,在全省范围排查和打击社会单位侵犯“中国石化”商标的侵权行为,清理24座侵犯中国石化商标的“山寨”加油站。在加油(气)站、易捷便利店等场所,一线员工向客户宣传油品知识,提高消费者辨识能力。此外,公司积极配合政府部门开展“打非治违”专项行动,整治“自黑流”违法经营,履行市场主体责任。

生产优质熔喷布助力抗疫

刘坤荣

3月10日深夜,仪征化纤熔喷布生产基地,灯火通明,熔喷布生产线一片忙碌。

作为口罩的心脏,熔喷布质量的好坏直接影响到防护效果。仪征化纤高度重视熔喷布质量,致力于产品质量的提升,在全力满足市场需求和提升医用防护口罩过滤效率的基础上,开发出N95、KN99等高端口罩用布,丰富用户需求。

仪征化纤跨界生产熔喷布,缺乏生产经验和相关技术支撑。广大技术人员查阅大量文献寻找理论支撑,通过反复试验验证理论,为工艺调整及产品质量攻关提供数据支撑。同时,加强生产装置过程控制管理,制定详细的定期作业、质量控制标准,加强定期作业及质量控制水平的检查考核,增强员工质量意识,打造中国石化仪征化纤熔喷布品牌。

高品质的熔喷布受到市场青睐,一些不法分子盗

用中国石化、仪征化纤名义,假冒中国石化品牌在市场上销售熔喷布,严重扰乱国家抗疫市场秩序,损害用户的利益,侵犯中国石化合法权益。

仪征化纤积极运用法律手段依法维权,在微信、微博等平台上公开展示维权声明,警示不法分子。对一些已经受到不法分子欺骗的客户,仪征化纤销售和法律部门积极提供帮助,指导受欺骗者向当地工商和公安部门报案,并积极配合杭州、南京等地的工商、公安部门,查处市场假冒销售行为,打击侵权,有效维护市场秩序和消费者合法权益。

向市场供应高品质熔喷布的同时,仪征化纤还积极利用自产的熔喷布委托定制“BST”品牌的防护口罩,支持中国石化系统内企业防疫抗疫。

“每一根丝都是承诺”,这是仪征化纤对用户和消费者的承诺。当前,疫情防控依然严峻,仪征化纤将继续秉承承诺,抓质量、树品牌,以高质量熔喷布供应市场,助力抗疫。

坚持顾客导向 打造品质“长城”

孙悦 钱志勇

近日,润滑油公司公布了2020年度质量检查结果:全年共接受中国石化和国家各级技术监督部门共计177批次产品抽查,公司出品的润滑油产品全部合格,续写了10余年来数百种产品抽查100%合格的优异质量纪录。

多年来,润滑油公司建立并实施多标准融合的质量管理体系,从严把关键过程风险控制,建立大质量观,强调产品内在质量、外在质量与服务质量的完整性,统一性,品牌价值不断提升。

润滑油是机械中流淌的黄金血液,其性能不仅影响到机械工作的效率和使用寿命,在一些重要装备和关键领域,润滑油的性能往往一发而动全身,成为项目成败的关键。公司良好的质量把控在行业内颇受好评,连续8年保持北京质协评选的质量信得过单位奖项,并作为受邀企业向北京海淀区企业推广介绍为客户创造价值的“全生命周期”质量管理经验,发挥示范作用。

长城润滑油客服中心是行业内成立最早的专业化客服中心,为客户提供油品技术咨询,接收意见、建议并处理客户投诉。客户投诉信息及时传递到相关单位及管理层,并在最短时间内给顾客答复和解决。从客户反馈中获得更多产品需求信息,多种产品及包装得到不断改进和创新。公司建立并实施统一的客户开发和维护工作管理程序、客户投诉及服务控制程序、技术服务程序,建立并维护与顾客的沟通渠道,保持良好的合作关系。此外,公司每年聘请第三方进行客户满意度调查,真实掌握顾客和市场对产品、服务等方面的评价,以此为基础全面整改问题和弥补不足,持续提高产品和服务质量。

公司以覆盖全国网络的长城润滑油服务体系、4个研发中心、5大销售中心和5大技术服务中心,作为强有力的技术服务支持后盾,在产品销售、技术服务环节及时为产品用户提供高质量的样品检测,增强产品信赖度,体现服务价值,提升品牌影响力,2020年完成样品检测近两万个,实现比上一年稳步增长。



广西梧州石油开展“诚信3·15放心购”活动,加强便利店现场及仓库管理,组织员工全面排查便利店商品,梳理分类陈列,规范现场标价,营造让消费者安全放心购物的环境。图为加油站员工为顾客展示易捷便利店优质商品。 韦夏 摄 黎菲文



3月11日,杭州石油易捷便利店进行商品全面自查,对动销率低、临保商品等逐件检查,确保商品质量过关。图为杭州南环路加油站员工核查商品保质期。 龚良奇 摄



仪征化纤销售服务中心终端产品销售团队坚持领导带队走访用户,用品质打造品牌,以优良产品质量和真诚服务接受市场和消费者的检验。图为终端产品销售团队工作人员在易捷便利店了解用户对产品的使用情况。 刘玉福 摄



近日,武汉市市场监督管理局联合度量衡管理所、消费者协会等部门,到武汉石油十升站进行突击检查。图为相关人员检查加油机主板防作弊功能是否开启,确保油品数量合格。 李毅 摄 陈艺婷文



3月中旬,安徽池州石油开展为期一周的油品知识宣传活动,分别在库站设立6个咨询平台,向客户讲解油样鉴别方法、正确选择油品和合法权益维护等知识。图为新区加油站员工向客户讲解油品知识。 孙宗奎 摄

● 相关链接 ●

这些法律知识你了解多少?

日常生活中,相信大家或多或少都遇到过一些消费“坑”,那么消费者该如何维护自身权益呢?

消费者有哪些权利?

安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、求偿权、结社权、获得有关知识权、人格尊严和民族风俗习惯受尊重权、监督权。

常见的霸王条款有哪些?

1. 本商场有活动最终解释权:商场的“最终解释权”并不是一种真正意义上的权利,它不受法律保护。从合同解释理论上看,对合同的理解不等于对合同的解释,更不等于对合同享有解释权。我国《合同法》规定:“本商场有最终解释权”条款违反了法律强制性规定,属于无效条款。对于合同的条款,只有司法部门依法享有解释的权利,其解释具有法律效力,而当事人只能对合同作出自己的单方理解,其“解释”不具有直接的法律效力。

2. 一经办卡,概不退费:按照我国消费者与经营者之间商品服务合同所遵循的普遍惯例,除特殊商品和服务外,经营者均应当承担包换、包退等责任。

3. 外带酒水,本店收取20%开瓶费:违背消费者意愿强迫收取开瓶费,不仅违反了《民法通则》规定的自愿、公平、等价有偿的原则,而且侵犯了消费者享有的“自主选择商品或者服务”的权利和“公平交易”的权利,应予返还。

4. 本酒店停车场免费,财物丢失概不负责:停车场作为酒店的配套设施,其运作产生的成本已经分摊在酒店其他项目的消费上,消费者在酒店住宿消费支付的费用已经包括了酒店的停车服务费用,酒店与旅客之间成立保管合同。停车期间,因酒店保管不善造成车辆毁损、灭失的,酒店应当承担损害赔偿责任。

5. 消毒餐具费一元:餐饮服务者具有提供清洁餐具供顾客使用的义务,对消费餐具收取费用则系双方当事人之间自行约定的范畴。在双方对于消毒餐具收取与否及收取标准没有明确认知且未达成合意时,服务提供者无权向顾客收取该项费用。

消费者常用法律小知识

1. 商家一般退货义务:经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的,消费者可以依照国家规定、当事人约定要求退货,或者要求更换、修理等。没有国家规定和当事人约定的,消费者可以自收到商品之日起七日内退货;七日后符合法定解除合同条件的,消费者可以及时退货,不符合法定解除合同条件的,可以要求经营者履行更换、修理等义务。运输等必要费用应当由经营者承担。

2. 欺诈三倍赔偿:经营者有欺诈行为的,须退款并赔偿出售商品或服务三倍的价款,不足500元按500元退,退一赔三,500元保底。

3. 人身伤害两倍赔偿:当消费者因缺陷产品遭受人身损害时,经营者应予赔偿;如经营者明知该缺陷,再赔偿所受损失两倍以下的惩罚性赔偿。(即赔偿损失+损失两倍)

4. 假一赔十有效力:对于商家标榜的“假一赔十”在法律上属于加重自身责任的行为,具有法律效力,消费者在购买到假货时有权要求商家十倍赔偿。

5. 食品的十倍赔偿:如果消费者购买到了不符合安全标准的食品,受到损害的,可要求赔偿损失,此外还可以获得价款十倍或损失三倍的赔偿。增加赔偿的金额不足1000元的,赔1000元。(实际损失+价款十倍/损失三倍)

消费者维权有哪些途径?

1. 协商解决:当与商家产生纠纷时,可以直接与商家进行协商。

2. 投诉调解:如果无法与商家协商解决,可向消费者权益保护委员会或拨打12315寻求帮助。

3. 行政申诉:在无法协商或投诉无门的情况下,可以通过请求工商等部门来处理争议。不过行政申诉需要以书面形式,并载明要求、理由及相关的事实根据并提供相应证据资料。

4. 提起诉讼:为维护自身合法权益,可向人民法院提起诉讼,请求法院依照法定程序进行审判。

(李云凤)