

# 从“炮轰”锦湖轮胎到叫板电信要求按秒收费 “最牛消保处长”： 敢向垄断开刀



核心提示

□新华社记者 刘景洋 王建威 何山

这两年,从“炮轰”锦湖轮胎、整治“吃费”手机、取缔餐具收费、叫停商场返券、揭开美容骗局,到眼下最热的叫板电信要求按秒收费……哈尔滨市工商局消费者权益保护处处长王绪坤,以敢打并打赢有影响的消保战走红网络,被称为“最牛消保处长”。“3·15”到来之际,他接受了记者专访。

## 1 “消费维权到了深水区,要敢向垄断行为开刀”

“‘电信论战’,这是个很敏感的话题。”王绪坤说。

2012年春节刚过,哈尔滨市工商局打出“新春第一战”——向通话不足一分钟按一分钟计算等电信收费开炮,引发消费者、法律人士、电信行业等热议。

事实上,这次“电信论战”并非哈尔滨市工商局第一次拿电信行业开刀。2010年上半年,王绪坤曾力主整治“吃费”手机,向电信运营商、手机制造商、手机设计商、增值服务商构成的庞大商业链条叫板,直至“吃费”手机事件受到关注,得以整治。

“恰恰就是在垄断行业、日常消费领域,最容易出现大面积长时间侵权行为。消费者司空见惯,认为惹不起、告不赢。”王绪坤说,电信计费问题诟病已久,大多没有圆满解决。在哈尔滨担任消保处长51个月,他接到3200多个电信投诉。过去注重个案解决,该退就退该赔就赔,但综合来看,退钱就等于承认错误,就证明不该有类似事件发生。

“组织查处严重侵犯消费者合法权益案件,监督流通领域商品质量,进行消费引导和提示,开展专项整治行动,这都是工商部门的法定职责,整治本身不存在越权行为。”他说,“消费维权到了深水区,就要碰触很多垄断行业、利益集团。作为专业维权的政府工作人员,就要敢于向垄断行为开刀。要终止侵权行为,就一定要站在风口浪尖。”

## 2 “消费者权益保护,炒得少,炒得还不够!”

在王绪坤不足20平方米的办公室里,堆放着许多不同门类的专业材料,最引人注意的是一条轮胎和柜子上《常见轿车轮胎使用不当造成损坏分析》的挂图,这是“炮轰”锦湖轮胎时留下的。“要想整治它,不成为专家能行吗?”王绪坤说。

2011年3月16日,哈尔滨市工商局开展轮胎市场专项整治行动,在全国率先重拳出击问题锦湖轮胎。当晚,锦湖轮胎总裁公开致歉并宣布将出台召回细则。22日,王绪坤组织受害者召开锦湖轮胎申诉现场会,不料该品牌的哈尔滨总代理当场离开,哈尔滨立刻全面禁售锦湖问题轮胎汽车。此后,围绕问题轮胎产地、召回范围、维修责任、赔偿等问题,侵权与维权双方舆论战逐渐升级,直至掀起全国范围的维权战役。

其实,这看似复杂的过程,对于哈尔滨市工商局消保处整个团队来说,是一个怎样将消费者诉求有效传播并讨回公平的课题。面对消费侵权已由传统流通领域向更广泛的服务领域扩展,并出现更加专业化、隐蔽化的趋势,每次行动前,他们都要做海量的专业准备。

同时,他们也深谙传播之道,如何梳理消费者诉求、选择什么时间节点、媒体如何跟进、请什么领域专家学者参与讨论等,都有成熟的运作模式,“政府牵头,媒体跟进,社会参与”,被业界称为消保界的“哈尔滨模式”。

“要梳理出消费者普遍关注的热门领域,整个过程是专业知识、耐力、艺术性、舆论的博弈。”王绪坤说,“消费者权益保护,炒得少,炒得还不够!”“讨公平”的结果,提高了政府的公信力,树立了工商部门的权威,老百姓学到依法维权的方法,遏制了商家的不法行为,有什么不好?



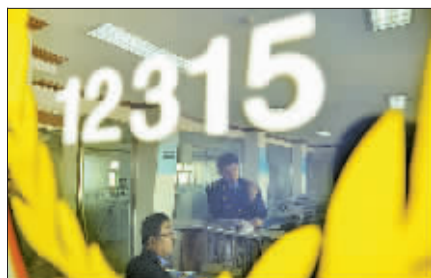
王绪坤



王绪坤向记者介绍锦湖轮胎。



王绪坤在办公室上网,浏览投诉信息。



王绪坤(右)与同事交流工作。

(本版图片均据新华社)

## 3 “敲为人民服务的钟,敲侵害消费者权益的丧钟”

一系列的专项行动,指向多为消费者敢怒不敢言的侵权行为,王绪坤也承担着来自各方的压力。

“有很多网民支持你,也有不少人骂你。”记者说。“总得有个破冰之人!”王绪坤说,“一些人更相信潜规则,而不愿相信规则。不过我不会变,让时间去证明吧!”

“受到委屈怎么办?”记者又问。

“最委屈的是,你豁出性命为消费维权,消费者却不敢出头。”他说,2011年年底,哈尔滨市工商局严查美容业骗局,需要消费者现身说法,但给800多个投诉人打电话,最后站出来的不足1%。“这也不怪百姓,有时候大家不敢相信,怕受牵连。后来随着整治深入,越来越多的人站出来支持我们了。”王绪坤说。

2011年,哈尔滨市叫停了消毒餐具收费,但很多消费者认为这项收费是习以为常的事,不就是多收一块钱嘛!王绪坤说:“但我们就是要较这一块钱的真!提供消毒餐具是饭店的法定义务,另行收费就是侵害消费者的公平交易权。”后来,一些企业联名向各级部门告状,但工商部门还是顶住了压力。

“最难受时,我关上房门,躺在床上失声痛哭,到楼下连喝五六瓶啤酒。半夜回到家,给朋友发短信,‘为了父老乡亲们的权益不受侵害,我们坚持坚持再坚持!’”王绪坤说。

对于消费者依法维权,王绪坤说,这就做数学题,光背定义、定理是不够的,还要靠实践。消费维权要破冰,政府部门就要做示范,带领全社会参与消费维权实践,这样才能让消费者维权意识觉醒,让人人敢维权、会维权,让市场秩序规范、商家公平竞争,而不是侵权者明知自己有错,还觉得能侥幸钻空子。

对于下一步将重点做什么,王绪坤表示不便透露,但他列举了几个常见的“霸王领域”。比如房地产销售,每年的11月到12月,都是“被进户”的高峰期。一些楼盘主体完工,但水、电、气等配套仍在建设,法定手续可能也不全,房子不具备居住功能。这时要求进户,让消费者承担不必要的取暖费、物业费,涉嫌侵权。再比如车险投保按原价、理赔按折旧,理财产品不能提前赎回,物流配送寄的时候一个价到了就漫天要价……

今年2月初,王绪坤实名注册新浪微博。“你在微博上给自己注明‘在其位谋其政的敲钟和尚’,敲的是什么钟?”记者问。

“敲为人民服务的钟,敲侵害消费者权益的丧钟!”他说。