

DB 3410

安徽省黄山市地方标准

DB 3410/T 33—2024

消费纠纷“作退一步想”调解服务规范

Service specification for consumer dispute mediation with Stepping Back

地方标准信息服务平台

2024 - 03 - 01 发布

2024 - 03 - 15 实施

目 次

前言	II
引言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本原则	1
5 基本要求	2
6 服务流程及实施	2
7 监督评价与改进	4
附录 A（规范性） 消费纠纷“作退一步想”调解流程图	5
附录 B（资料性） 投诉登记表	6
附录 C（资料性） 调解记录表	7
附录 D（资料性） 投诉调解书	8
附录 E（资料性） 调解口头协议登记表	9
附录 F（资料性） 投诉终止调解决定书	10
参考文献	11

地方标准信息服务平台

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利，本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由黟县市场监督管理局提出。

本文件由黄山市市场监督管理局归口。

本文件起草单位：黟县市场监督管理局、中国计量大学、黄山市市场监督管理局、黄山市消费者权益保护委员会、黟县消费者权益保护委员会、中量大黄山高质量发展研究院有限公司、浙江泽大律师事务所，安徽道同律师事务所。

本文件主要起草人：张妮、王政权、程辉、胡平珍、许舍予、王大明、严晓锋、黄娅敏、孔耀华、周旭、徐楠轩、陶菲、李佳、金炜、程鹏、汪琳、朱诚、任璐、庄燕群、巴媛媛、楼可欣、高浩宇。

地方标准信息服务平台

引 言

黄山市是徽文化的重要发祥地和主要传承地，自古以来“诚信”“礼让”之风盛行。清道光年间，安徽省黟县西递村胡文照在任桐庐和淳安知县、开封知府期间，从《论语·季氏》中记载的“君子有九思：视思明，听思聪，色思温，貌思恭，言思忠，事思敬，疑思问，忿思难，见得思义”中悟出“作退一步想”的理念，运用在地方治理中取得显著成效。辞官归隐后，他将治理地方的心得用于教育族人且做到身体力行。修缮祖居时，他主动将阁楼后退一步，正屋墙角削去三分，以便来往行人，并在门额上题写“作退一步想”五个篆体字。2022年，在黟县市场监督管理局的积极推动下，西递市场监督管理所挂牌设立“作退一步想工作室”，运用“作退一步想”调解工作法，极大提升了消费纠纷调解成功率。“作退一步想”调解工作将“谦让和合、豁达通融”的徽文化精髓与纠纷调解有机融合，让古徽州文化在预防化解消费纠纷中焕发新的时代生机，在引导当事人“作退一步想”的同时，促进基层社会治理“更进一步为”。本文件在总结西递市场监管所“作退一步想”调解工作经验的基础上，运用标准化的科学方法进一步提炼“作退一步想”调解服务的流程和技术要求，推动消费纠纷调解工作标准化，形成可操作、可复制、可推广的“作退一步想”调解服务规范。

地方标准信息服务平台

消费纠纷“作退一步想”调解服务规范

1 范围

本文件规定了处理消费纠纷时运用“作退一步想”调解工作法的基本原则、服务要求、服务流程及实施、监督评价与改进。

本文件适用于消费纠纷“作退一步想”调解工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

SF/T 0083-2020 全国人民调解工作规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

消费纠纷投诉 consumer disputes complaint

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，请求市场监管部门解决该争议的行为。

3.2

消费纠纷调解 consumer disputes mediation

市场监管部门经投诉人和被投诉人同意，自行或委托具有调解职能的调解组织，通过说服、疏导等方法，促使当事人在平等协商基础上自愿达成调解协议，解决消费纠纷的活动。

3.3

“作退一步想”调解工作法 consumer dispute mediation with Stepping Back

从“作退一步想”的典故中总结提炼出“听、理、思、退、和、行”六字调解工作流程，在调解过程中引导当事人相互体谅、退思补过，提升消费纠纷调解成功率的工作方法。

4 基本原则

4.1 公平公正

尊重各方表达意愿、诉求的权利，在当事人自愿的基础上，合法、公平、公正地化解纠纷。

4.2 多元共治

统筹有关消费维权服务站、法律服务机构、村（社区）委会、镇直单位、乡贤、导游等各方力量，共同参与消费纠纷化解。

4.3 高效便捷

给消费者提供在线纠纷解决机制等快速、便捷的调解服务。

5 基本要求

5.1 组织机构

消费者权益保护委员会和受市场监督管理部门委托的调解组织（以下简称“调解机构”），应承担实施本区域的消费纠纷调解工作，并公布接受消费投诉举报的电话、传真、窗口地址、邮寄地址及互联网网址。

5.2 人员要求

调解机构应有符合消费调解工作要求的调解人员，调解人员除应符合 SF/T 0083-2020 中第 5 章 5.1 的要求，还应满足：

- a) 热心消费纠纷调解工作，具有较强的沟通协调能力和语言文字表达能力；
- b) 熟悉市场监管领域相关法律、法规，掌握消费纠纷处理的专业知识；
- c) 热爱徽文化，有较强的事业心和责任感，具有一定的徽文化的知识储备；

5.3 服务设施

5.3.1 应有固定的办公场所和必要的办公设施。

5.3.2 应设置独立的面对面调解区和背靠背调解区。

5.3.3 宜有体现“谦让和合”徽文化精髓氛围的相关布置，可设置“作退一步想”文化墙，挂设相关楹联、板画等。

5.3.4 宜在醒目位置张贴工作职责、服务流程，放置“作退一步想”宣传折页等。

5.4 服务事项

调解服务应至少包括如下内容：

- a) 对本区域内已受理的消费者投诉开展消费纠纷调解；
- b) 处理法院委托的消费纠纷调解；
- c) 督促达成调解协议的当事人，自动履行协议内容；
- d) 接受消费者法律咨询。

注：本区域内是指被投诉人的实际经营地或住所地在本区域范围内，电子商务平台经营者、电子商务经营者按住所地确定、平台内经营者按实际经营地或平台住所地确定。

6 服务流程及实施

6.1 服务流程

市场监督管理部门或委托的调解机构接受咨询、投诉的，参照附录A执行。

6.2 投诉受理

市场监督管理部门接到投诉后，应填写《投诉登记表》见附录B，在7个工作日内决定是否受理消费者提出的投诉，并经投诉人和被投诉人同意，采用调解的方式处理，但法律、法规另有规定的除外，受理的投诉事项如下：

- a) 有明确的投诉人和被投诉人，并包含投诉人姓名、电话号码、通讯地址，被投诉人姓名(名称)、地址等信息；
- b) 有具体的投诉请求以及消费者权益争议事实；
- c) 投诉事项属于市场监督管理部门职责。

6.3 调解准备

调解机构受理调解申请后，应及时指派调解人员负责调解工作，并与当事人协商确定调解的时间和方式，调解可采取现场调解，也可通过电话、互联网等非现场方式调解。

6.4 实施

6.4.1 “听”

- 6.4.1.1 听取投诉人投诉的事实和理由，审查投诉人提供的证据。
- 6.4.1.2 听取被投诉人的陈述，审查被投诉人提供的证据。
- 6.4.1.3 若有相关第三人或知情人，也应听取第三人或知情人对纠纷情况的陈述。

6.4.2 “理”

- 6.4.2.1 结合所涉纠纷，根据已认定的事实，梳理消费纠纷争议的焦点。
- 6.4.2.2 理清纠纷涉及的法律关系，解读法律政策，向双方当事人阐释所涉纠纷中各自的权利与义务。

6.4.3 “思”

- 6.4.3.1 抓住争议焦点，引导当事人换位思考。
- 6.4.3.2 根据当事人的特点和掌握的纠纷基本情况，研究提出一个或数个调解方案，积极引导当事人开展协商。
- 6.4.3.3 应对调解情况进行记录，填写《调解记录表》见附录 C。
- 6.4.3.4 当事人协商达成一致的，直接按 6.4.6 的内容执行。

6.4.4 “退”

- 6.4.4.1 借助视频设备或其它宣传材料向当事人作徽州古人胡文照“作退一步想”的事迹讲解。
- 6.4.4.2 采取分别谈话、亲友参与、专家咨询等灵活多样的方式，借古鉴今，引导双方当事人各“作退一步想”。

6.4.5 “和”

- 6.4.5.1 控制调解节奏、防止当事人采取过激行为。
- 6.4.5.2 在疏导工作的基础上，根据实际情况确定调解方案，促成当事人主动承担责任，自愿达成调解协议。

6.4.6 “行”

- 6.4.6.1 调解人员出具《投诉调解书》见附录 D。
- 6.4.6.2 双方当事人达成口头调解协议的，调解人员应做好《调解口头协议登记表》见附录 E。

6.4.6.3 应督促双方依照调解协议自觉履行或有必要的可引导当事人进行司法确认。

6.4.6.4 接受法院委托的调解并达成调解协议的，引导当事人及时向法院撤回起诉。

6.5 专家意见

若纠纷复杂需要咨询专家或委托鉴定的，可由调解机构委托或由双方当事人同意后共同委托。

6.6 期限要求

调解应不超过 45 个工作日，超过调解时限未达成调解协议的，应终止调解，由市场监管部门出具《投诉终止调解决定书》见附录 F，告知相关当事人依法通过其他合法途径解决纠纷。

6.7 保密要求

对于调解中所知悉的有关当事人的个人隐私或商业秘密，调解人员应予以保密，未经双方当事人同意，调解协议不得公开。

6.8 档案管理

应采用信息化等手段加强档案管理，建立健全档案管理制度，且调解档案应包括《投诉登记表》《调解记录表》，调解成功的《投诉调解书》或《调解口头协议登记表》，调解未成功等终止调解情形出具的《投诉终止调解决定书》等。

7 监督评价与改进

7.1 监督

7.1.1 建立消费纠纷“作退一步想”调解工作服务考评机制，定期对服务内容、服务效果等进行检查和考评。

7.1.2 定期听取消费者权益保护委员会、相关行业组织等对调解服务的评价，对不满意情况进行分析，制定改进措施。

7.2 评价

市场监管部门应跟踪当事人对消费纠纷调解工作的满意程度，可采取满意度调查的方式对“作退一步想”调解工作规范的工作流程、工作方式和工作效果进行评价。

7.3 改进

7.3.1 建立持续改进机制，根据评价结果和投诉反馈情况，及时采取措施，并对改进情况进行跟踪。

7.3.2 开展纠纷案件类型分析、态势研判和数据分析，对相关行业有关经营主体的合规经营提出建议。

附录 A
(规范性)
消费纠纷“作退一步想”调解流程图



附 录 B
(资料性)
投诉登记表

登记单位：

编号：

投 诉 人	姓名		联系电话	
	住址		接收方式	
被 投 诉 人	名称（姓名）		联系人	
	地址		联系电话	
消 费 者 权 益 争 议 事 实				
投 诉 请 求				
投诉人（签字）：		经办人（签字）：		
年 月 日		年 月 日		

注：1. 消费者权益争议事实应当包括：消费者购买、使用商品或者接受服务的内容、时间、地点、涉及金额、争议情况等具体事实。

2. 投诉请求应当包括：消费者主张修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用、赔偿损失等具体请求。

附录 C
(资料性)
调解记录表

时间：
地点：
当事人：
参加人：

调解记录：

调解结果：
当事人（签名）：
当事人（签名）： _____
记录人（签名）： _____

地方标准信息服务平台

附录 D
(资料性)
投诉调解书

市场监管()第 号

投诉人: _____ 电话: _____

住 址: _____

委托代理人: _____ 电话: _____

被投诉人: _____

法定代表人(负责人): _____ 电话: _____

地 址(经营场所): _____

委托代理人: _____ 电话: _____

投诉内容及投诉请求: _____

经组织双方当事人进行调解,双方自愿达成如下协议: _____

履行方式及时限: _____

本调解书经双方当事人签字后生效。调解书生效后无法执行的,投诉人可以按照法律、法规的有关规定向有关部门申请仲裁或者向人民法院提起诉讼。

投 诉 人(签名): _____

被投诉人(签名): _____

调解人员(签名): _____

年 月 日(印章)

注:本协议一式三份,投诉人、被投诉人各执一份,市场监管部门或调解机构留存备案一份。

附录 E
(资料性)
调解口头协议登记表

投诉人：_____ 电话：_____

住 址：_____

委托代理人：_____ 电话：_____

被投诉人：_____

法定代表人（负责人）：_____ 电话：_____

地 址（经营场所）：_____

委托代理人：_____ 电话：_____

投诉内容及投诉请求：_____

经组织双方当事人进行调解，双方自愿达成如下协议：_____

履行方式及时限：_____

调解人员（签名）

日期：_____

注：此表由调解机构填写

附 录 F
(资料性)
投诉终止调解决定书

：

经审查，关于 _____ 投诉的调解过程中出现以下第 () 项情形，依据《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》的规定，我局(所)决定终止调解。

- (一) 投诉人撤回投诉或者双方自行和解的；
- (二) 投诉人与被投诉人对委托承担检定、检验、检测、鉴定工作的技术机构或者费用承担无法协商一致的；
- (三) 投诉人或者被投诉人无正当理由不参加调解，或者被投诉人明确拒绝调解的；
- (四) 经组织调解，投诉人或者被投诉人明确表示无法达成调解协议的；
- (五) 自投诉受理之日起四十五个工作日内投诉人和被投诉人未能达成调解协议的；
- (六) 市场监督管理部门受理投诉后，发现存在《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》第十五条规定情形的；
- (七) 法律、法规、规章规定应当终止调解的其他情形。

特此告知。

年 月 日 (印章)

注：1. 本决定书适用于有处理权限的市场监督管理部门或者其派出机构对投诉作出终止调解决定，并告知投诉人和被投诉人。

2. 市场监督管理部门派出机构以自己名义作出终止调解决定的，使用派出机构印章，受委托的调解机构应使用委托机构印章。

参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国消费者权益保护法》
 - [2] 《中华人民共和国人民调解法》
 - [3] 《安徽省多元化解纠纷促进条例》
 - [4] 《市场监管管理投诉举报处理暂行办法》（2019年国家市场监督管理总局令第20号）
-

地方标准信息服务平台