树立和践行正确政绩观

深学细悟强党性 知行合一建新功

——中央和国家机关扎实开展树立和践行正确政绩观学习教育

新华社北京3月15日电 树立和践行正确政绩观学习教育开展以来，中央和国家机关各部门围绕“立党为公、为民造福、科学决策、真抓实干”总要求，坚持学查改一体推进，不断将学习教育引向深入。

统筹部署 系统推进

在商务部的“三会一课”现场，党员干部开展专题研讨，结合提振消费、扩大开放等工作实际交流感悟。

这是中央和国家机关扎实开展树立和践行正确政绩观学习教育的生动一幕。学习教育启动以来，商务部成立工作专班、强化统筹指导，结合工作实际细化5方面12项具体举措，结合警示教育进行动员部署，并以“双月清单”形式督促基层党组织落实责任。

公安部召开党委（扩大）会议对学习教育进行动员部署，相继印发实施方案、工作提示，推动相关工作全面铺开并向纵深推进；聚焦执法办案等领域梳理评估制度机制，健全防范和纠治政绩观偏差工作机制和常态化教育机制，做到制度治权、依规用权。

国家民委制定了学习教育实施方案，紧密结合民委工作实际，一体推进学查改。要求主要负责同志履行好第一责任人责任，坚持实事求是、求真务实，力戒形式主义，把学习教育成果转化为推动党的民族工作高质量发展的强大动力。

自上而下 务求实效

最高人民检察院以机关带系统，以上率下、上下联动，聚焦实际问题，将中央提出的突出问题，结合检察工作实际对标对表、精准画像，细化为7个方面政绩观偏差问题，健全有效防范和纠治政绩观偏差工作机制，把学习教育成果体现到高质效办好每一个案件、推动法律监督全面提质增效上来。

国家卫生健康委召开专题会议，党组牵头认真部署、执行学习教育重点工作安排，将学习教育与学习贯彻习近平总书记关于健康中国建设的重要论述和新时代党的卫生与健康工作方针结合起来，努力做到学得深、查得准、改到位，把学习教育成果转化为群众可感可及的服务保障成效。

“要把初心寓于政绩观之中，以实干出政绩”“既做实实在在的显功，也要沉下心来做‘事不避难’的潜功”……文化和旅游部党组理论学习中心组围绕学习教育主题组织开展学习研讨，广大党员干部反响热烈。

文化和旅游部强化党建工作领导小组统筹协调作用，成立由部领导牵头负责的工作专班，强化对部系统各级党组织开展学习教育全过程、各环节督促指导。

中央社会工作部及时跟进学习习近平总书记重要讲话精神，将解决思想问题和解决实际问题结合起来，将学习教育与推动中心工作结合起来，拓展深化新兴领域党的建设，加强党建引领基层治理和基层政权建设，做细做实凝聚服务群众工作，以推动社会工作高质量发展的实绩检验学习教育成效。

深学细悟 知行合一

“三会一课”、主题党日、青年理论学习……工业和信息化部通过多样载体教育引导党员干部将正确政绩观带入到工作中，深入重点地区企业调研，摸清实情，找准问题，提实对策，转化成果。党员干部一致表示，要当好党中央决策部署的执行者、行动派、实干家，将学习教育与中心工作结合，以正确政绩观引领提质增效。

司法部开展学习研讨、举办读书班，从思想上固本培元，提高党性觉悟，以学习教育为契机，把正确政绩观贯穿司法行政工作的全过程各方面，持续强化政治建设、专业能力建设、作风建设，自觉把行政立法、行政执法等各项工作放到经济社会发展大局中推动落实。

最高人民法院党组举办理论学习读书班，示范带动全院党员干警开展思想大武装、党性大锻炼，深刻认识人民法院开展树立和践行正确政绩观学习教育的现实意义，把树立和践行正确政绩观的要求落实到工作各环节、各方面，下大气力整改整治就案办案、机械司法、程序空转等问题，做到解决真问题、真解决问题。

中央和国家机关广大党员干部表示，将以扎实开展树立和践行正确政绩观学习教育为契机，努力创造经得起实践、人民、历史检验的实绩，为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业注入源源不断的正能量。

315 聚焦3·15

装修一套房，要踩多少坑？

新华视点

“没装修前，我刷了三个月的小红书，收藏了200多篇避坑指南，加了5个装修群。以为已经是半个专家了，结果开工第一天，现实就给了我一个大嘴巴子。你永远不知道下一个坑在哪，更不知道这个坑有多深”……

社交媒体上，有不少消费者吐槽自己的装修遭遇。装修一套房，可能会踩哪些坑？乱象背后有哪些症结？“新华视点”记者近日进行了调查。

装修踩坑 新华社发 勾建山 作

◆合同“埋雷”、“货不对板”、渗水漏水问题突出

今年1月初，谭先生被某家具公司的优惠活动吸引，了解情况后与其初步确定全屋定制服务购买意向，并支付2000元定金。几天后，该公司工作人员上门量尺报价，谭先生发现，总价从前期沟通的1.2万元增至1.5万元。

工作人员称，只有参与“全屋定制+成品家具”订购套餐活动才可获得宣传所称的优惠折扣。不想买成品家具的谭先生提出退定，却被拒绝。

谭先生向记者出示的销售合同显示，要享受所谓“优惠”，成品家具选购须占定制合同金额的50%以上，选购时间在定制家具出货前，“这就好比买肉必须搭一半骨头，还得提前付钱。”

中国消费者协会发布的2025年八大投诉热点显示，家装行业部分商家设置各类合同陷阱与隐形消费，相关投诉呈增长趋势。

一些消费者表示，合同“埋雷”只是套路的开始，开工后“货不对板”的情况也屡见不鲜。

此前，家住浙江杭州的李月（化名）通过电商平台在重庆某公司订购了全屋衣柜等家具，安装完成后才发现，实际所用板材与合同约定不一致，“他们在宣传时展示原厂家生产的精板，销售时却换成第三方用从原厂家购进的素板加工而成的产品，并宣称该板材为原厂家生产的精板。”

根据原厂家就此事出具的说明，未经该公司授权，私自使用该厂家生产的素板自行进行饰面加工，却仍称是该厂家的精板，属不实表述、涉嫌误导。

更糟心的是，有消费者入住后发现渗水漏水问题，墙面、地板也“牵连受害”。湖南一名网友在社交平台发文称，年前自家新房卫生间门口有轻微渗水现象，过完年发现墙面开始大面积脱皮，碎渣掉一地，部分区域裸露出墙内网格布。他向记者表示，尽管装修公司承诺处理到位，但截至目前都未找到漏水原因。

◆缘何维权难？

业内人士认为，家装服务具有准入门槛低、全周期链条长、产品非标准化等特点，部分服务缺乏规范标准和强有力约束，导致维权难问题。

——行业标准落地难。

记者采访了解到，尽管相关部门出台了《住宅装饰装修工程施工规范》等系列国家标准，但在实际落地中，由于家装工程具有“隐蔽性”，行政监管难以全覆盖，消费者往往依赖事后鉴定，导致约束力滞后。

目前，我国已分别对木家具、定制家具、全屋定制家居产品等出台验收规范或行业标准，但不少是推荐性而非强制性标准，商家可选择性执行。

重庆市永川区三教镇市场监管所工作人员谢元认为，当前部分产品质量执行标准不够细化、难以统一，“在处理常见投诉过程中，不少投诉双方都认为自己履行了合同，但对结果就是不满意。”多名业内人士也表示，“缝隙多大算不合格”“形变多少属正常”等项目缺乏强制性细化标准，消费者往往陷入维权困境。

——责任成了“糊涂账”。

“家装服务链条太长，一个工地涉及设计师、定制厂商、工头、工人……人一多，有时责任很难划分清楚。”重庆某装修设计公司设计师陶源（化名）说。

处理过多起装修纠纷的重庆箭宇律师事务所律师朱莹玮发现，消费者维权时最头疼的是证据收集与固定。比如，推销时所说的“全包”“零增项”“进口材料”仅是口头承诺，没写入合同；水电管线一旦封进墙里，其品牌和厚度无从查验。一些消费者为了居住不得不先自行修复质量问题，导致原始现场被破坏，丧失事后鉴定的基础条件。

——“偷梁换柱”埋隐患。

记者在采访中发现，一些家装公司采用“项目制”或频繁更换法定代表人，甚至注册空壳公司逃避法律责任，消费者即便胜诉，也面临执行不能的困境。

中国消费者协会发文表示，部分装修企业通过品牌或关联公司名义开展业务，实际签约和收款主体不一致，实际施工人员与合同主体不一致。

2025年7月，家装行业连锁品牌靓家居宣布停止营业，多名消费者就披露装修合同表示，该公司此前与客户签订协议时，签约、开票主体均为已注销的“幽灵分公司”，可能给合法维权埋下隐患。

◆为“安居梦”筑牢“防火墙”

今年的政府工作报告提出“实施服务消费提质惠民行动”“加强消费者权益保护”，系列举措助力打造更安心的消费环境。

今年1月，中国房地产业协会发布《住宅全案整装服务标准》，覆盖“全案整装”全流程服务规范，要求安装工地摄像头，明确售后响应与处理时限等。

西南政法大学经济法学院副教授马勇建议，相关部门可协同完善行业标准体系，制定更细致的施工工艺标准和验收规范，实现“所见即所得、计价即结算”。

形成监管合力，一些有益探索已在路上：重庆、江西等地明确要求物业服务企业严格落实装饰装修申报登记制度；就“先款后工”模式制约家装消费的突出矛盾，部分家装行业头部企业探索引入银行作为“装修款项的资金存管方”……

针对装修公司“诈欺”“跑路”等顽疾，受访人士普遍认为，可建立全国联网的家装企业信用黑名单，将恶意增项、偷工减料、卷款跑路等行为纳入失信名单，限制其市场准入、融资贷款等权益。

对消费者而言，如何精准“避坑”？

朱莹玮建议，消费者与企业签订装修合同时要仔细核对，拒绝笼统描述，如材料需写明品牌、型号等，工艺需明确具体做法，工期需规定延误违约金具体数额。签约前，还可通过网站等工具查询公司背景情况，尽量避开成立时间极短或频繁变更法人的公司。

“做到重要记录必保留、关键节点必验收、变更必书面确认，即使后期产生纠纷，消费者也有理有据。”朱莹玮说。

新华社北京3月15日电

保护消费者要『3·15』更要『365』

3月15日，《新华每日电讯》发表题为《保护消费者要“3·15”更要“365”》的评论。

近年来，各地各部门在消费者权益保护领域持续发力，“3·15”已经成了保护消费者权益的一张“金名片”。比如推广“全国消协智慧315平台”、健全投诉举报快速处置机制、推动“7天无理由退换货”等，商家经营更加规范，民众消费也更加放心。

但不可否认的是，很多顽瘴痼疾仍未根除。随着商业模式不断创新，侵权行为也在“进化”。大数据杀熟变得更加隐蔽，自动续费提示越来越模糊，直播带货的虚假宣传花样翻新……这些日常生活中的“微侵权”，实实在在地侵蚀着消费者的权益。因此，消费者权益保护不能只靠“3·15”这一天的集中曝光，而要贯穿全年的每一天。

要实现从“3·15”到“365”的跨越，关键是构建常态化、制度化的消费者权益保护机制。

健全常态化维权机制，要筑牢监管的长效防线。要推动监管从“事后救火”转向“事前防火”，利用大数据监测、投诉举报平台等现代手段，实现24小时在线监管，对违法行为“露头就打”。

健全常态化维权机制，要激活企业商家的诚信自觉。消费者的信任，是企业商家最宝贵的财富。要赢得消费者的认可，就要坚守诚信底线，严把质量关，规范经营行为，做到明码实价、真实宣传、优质售后，主动扛起保护消费者权益的责任。任何企图通过虚假宣传、套路欺诈、漠视质量等方式牟利的行为，终将受到法律的制裁和市场的淘汰。

健全常态化维权机制，更要凝聚全社会的共治合力。消费者要增强维权意识，主动留存证据、依法维权，既做消费的参与者，也做市场的监督者。媒体、行业协会等机构要切实发挥监督监管作用，曝光违规行为、宣传维权知识，营造“人人关注、人人参与”的良好氛围。

“3·15”国际消费者权益日是一面镜子，照见了短板与不足；但更应该是一把钥匙，打开常态长效治理的大门。既有“雷霆万钧”，也有“细水长流”，才能让消费者感到公平与温暖，为市场的健康发展注入持久动力。 **新华社北京3月15日电**

涉“问题”蛋白粉、“荧光”猪肉、坑人小药丸等

两部门发布公益诉讼典型案例

最高人民检察院、中国消费者协会3月15日发布一批消费者权益保护公益诉讼典型案例。这批典型案例共10件，涉及营养品、农产品等多个消费品类别。

其中一件典型案例中，西安某公司明知安徽某公司生产的蛋白粉不符合相关安全标准，仍以明显低于同类产品的每盒18元价格进货，以每盒650元价格出售。经检测，涉案产品蛋白质、维生素、微量元素等含量远低于相关国家标准，属于不符合安全标准的食品，不仅影响患者术后康复，而且加重患者经济负担，侵害社会公共利益。西安检察机关按照相关程序向法院提起诉讼，两家涉案企业均被依法惩处。

另一件典型案例中，某医药公司通过向老人寄送含有虚假中医养生讲座和虚构“宫廷秘方小药丸”可治疗多种疾病事实的评书机，诱导老年人收听并深信产品的治疗效果，用欺诈话术向老年人推销“固本延龄丸”，误导老年人相信该药品具备治疗“三高”、心脑血管疾病等功效，进价仅几十元的“固本延龄丸”被以高于进价4至5倍售出。山东济南检察机关向法院提起民事公益诉讼，某医药公司和相关成员被判承担相应责任。**据新华社**

警惕老年私域直播三大“坑老”陷阱

4000元一瓶的糖尿病治疗“神药”、1万元5桶的“防癌”羊奶粉、3万元一大盒的降血脂黑茶……记者近日采访发现，当前一些老年私域直播通过线下引流、线上洗脑的套路，利用虚构专家人设、夸大商品功效等方式，销售一些宣称“包治百病”的“灵丹妙药”，不少老年人掉入这些“坑老”陷阱。

陷阱一：“线下引流、线上洗脑”套路老年人

近日，记者在山东一个大型社区的商业街看到，几个人在街上摆放一箱鸡蛋，当有老年人经过就会主动上前，以免费领10个鸡蛋来吸引他们加入微信群。“群里每天都会发布直播链接，不断贩卖健康焦虑，给观看直播的老年人洗脑。我的邻居被忽悠后花4000元买了一瓶治疗糖尿病的‘神药’，但后来发现只是普通保健品，商家以商品包装已被打开为由拒绝退款。”曾加入直播群的社区居民张家礼告诉记者。

山东省消费者协会秘书处副秘书长梁峰说，老年私域直播以老年群体为专属目标，依托微信社群、私域小程序等封闭性私域流量场景开展直播带货或服务推广活动。一些商家利用老年人信息闭塞、情感需求强、辨别能力弱等特点，通过多渠道引流至封闭私域，然后以虚假话术和剧情实施诱导营销，此类直播已成为消费纠纷高发领域。

陷阱二：“包治百病”的“灵丹妙药”欺骗老年人

一些老年私域直播包装成“健康科普”“专家讲座”，通过虚构专家身份、夸大普通食品的治疗功效等方式，售卖具有“特殊功效”的产品，价格动辄数千元甚至上万元。

济南市民李健升说，他的一位老年亲属听信直播群里“名医”推荐的一款羊奶粉能显著增强人体免疫力，有“预防多种癌症”的奇效，花1万元购买了5桶，但喝完后健康状况并未改善；还有亲属花3万元购买了一大盒据称有降血脂、降血糖等功效的黑茶，喝完后血脂、血糖指标依然如旧。

近日，山东省消费者协会发布老年私域直播现状调查情况显示，49.66%的消费者遇到过“虚假宣传”，42.52%的消费者认为私域直播间内容存在违规现象。违规行为主要包括虚构专家人设、夸大商品功效（尤其涉病疗效宣传）、制造价格落差假象，引导性地影响老年人消费。

陷阱三：“证据留存与维权难”为难老年人

记者采访发现，私域直播商家往往将直播链接设置为内容不可回放观看，且会定期解散、重建群组，增加了消费者留存证据的难度。

山东省消费者协会调查发现，在老年私域直播消费维权方面，有85.83%的消费者有初步固证意识，但仅有14.32%的消费者有直播录屏的意识，14.17%的消费者无任何证据意识，5.38%的消费者在权益受损后选择不主动维权。同时，一些商家通过严格入群审核、责任转移、话术规避监管等手段，进一步增加了老年人的维权成本。

梁峰认为，相关企业应切实履行主体责任，规范营销宣传内容，完善售后服务机制；有关部门进一步规范商家营销行为，畅通老年消费者维权渠道；老年消费者应增强自我保护意识，警惕“情感营销”陷阱，辨识“夸大功效”宣传，防范“低价诱导”套路，并保留直播录像、聊天记录、支付凭证等证据以便维权使用。同时，子女应多关注父母网络消费动态，主动帮助识别风险，共同守好“钱袋子”。

新华社济南3月15日电

3月15日，在云南省昭通市永善县工农广场，工作人员向市民宣传消费者权益保护知识。

3月15日是“3·15”国际消费者权益日，各地开展形式多样的活动，维护消费者合法权益，引导群众树立科学的消费观念及消费安全意识。 **新华社**