

北京

消费者

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任
BEIJING CONSUMERS

2010.08
双月刊 第4期



八成消费者认为
通信收费有陷阱

- ATM收费上调“被合理”
- 有人以消协名义诈骗
- 太傻提示留学四大陷阱



消费教育大讲堂

随着市场经济的发展，我国百姓的消费水平、消费结构、消费方式发生了重大变化。在新消费需求和新消费现象不断出现的情况下，能否让消费者明明白白地消费，树立科学的消费观念，直接关系到相关产品和产业的健康发展。

为了深入宣传《消法》，大力开展消费教育，提高国民消费理念，营造良好消费氛围，促进经济社会发展和社会和谐进步，北京市消费者协会、《北京消费者》杂志及北京消费维权网拟邀请部分信誉良好、专业水平高且涉及消费热点的专业机构及企业协办“消费教育大讲堂”活动。

“消费教育大讲堂”将邀请中消协、北京市工商局、北京市消协领导及协办单位负责人出席并讲话，邀请企业所在区县的工商分局、消协分会及工商所领导参与。讲堂内容既针对汽车、房产、出国留学等高额消费领域，也涵盖手机数码、健康饮食、时尚休闲等日常消费方面。此外，《中国消费者报》、《消费日报》、《北京消费者》、《北京消费维权网》对活动进行详细报道。

活动旨在充分发挥各家专业机构（企业）的特色和优势，积极宣传《消费者权益保护法》，传播正确的消费知识和信息，更好地为广大消费者服务。欢迎您参与本次活动，同时感谢您对首都消费者权益保护事业的支持。

电话：010-68520118

传真：010-68516799

网址：www.bjxf315.com/

联系人：陈亮 王亚宁 胡志勇

北京市消费者协会
《北京消费者》杂志

钱越存越少折射储户太弱势

100元钱存上9年只剩下60多元、银行存款余额达不到指定限额就要扣钱……一些律师、低收入家庭最近开始质疑银行收取小额账户管理费的行为：“银行有权单方面收取小额存款账户管理费吗？”“钱越存越少，合理吗？”（8月12日《人民日报》）

储户将钱存进银行，银行将储户的钱借贷出去获利，按常理银行应当通过利息的方式回报储户，储户存在银行的钱应该越来越多才是。虽然储户在银行开户占用一定的账户资源，但是这种经营成本应当由银行承担，银行一方面通过使用储户的钱获利，另一方面又让储户承担其经营成本，实际上是一种向储户转嫁经营成本的行为，显然是极不合理且霸道的行径。

或许在部分银行看来，一些小额账户所能产生的经济效益很小，却要为其承担账户管理成本，这很不合算，所以通过向其收取小额账户管理费的方式予以弥补。其实，正如有关专家在接受采访时所表示的，在网络和数据库技术非常发达的今天，银行完全可以通过技术革新等措施降低账户管理成本，而不一定非要通过收费降低经营成本。

另外，储户在银行开户时与银行签订了合同，在这种情形下，银行如果要向储户收取合同并未约定的收费，就应当与储户进行协商，而不应单方面收取相关费用。部分银行固然曾经公告过其向小额账户收取管理费事项，但银行在储户开户的合同中并无小额账户要收管理费的说明，银行单方面收费就属于违反合同法规定的行为了。

近些年来之所以会出现部分银行在跨行取款手续费、小额账户管理费等服务收费上损害储户利益现象，根本原因在于银行相对于储户处于强势地位，而储户则处于相对弱势地位，银行可以借助其优势地位侵占储户利益，所以储户的钱越存越少现象的出现，说到底是因为在银行的强势地位面前，储户的权利变得越来越小。

所以，要避免部分银行在服务收费上损害储户利益现象出现，需要管理机构强化对银行收费行为的监管，制约银行的权限，保障储户的权利免受侵犯。（魏文彪）

北京

消费者

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任
BEIJING CONSUMERS

主管
主办
编委会主任
主编
副主编
编委

北京市工商行政管理局
北京市消费者协会
王建华
董青
屈建辉 林跃文
罗刚 朗丹柯 李蕊 陈凤祥
于彦斌 郭大刚 黄玉凤 赵元东
路志清 李建中 郝国庆 王江
崔瑞云 高云鹏 王连刚 郝希纯
张宝林 张志森 赵宗武 关伯仲
阎大海 于文

执行主编
执行编辑
图片摄影
美术编辑
封面题字

陈音江
崔倩 彭会珠 陈亮 胡志勇 王亚宁 舒畅
杨连一
宫晓伟
中国社会科学院党组副书记、副院长
中国马克思主义研究基金会理事长
(原中共中央党校副校长)
王伟光

编辑出版
法律顾问

北京中轻热点文化传播有限公司
北京中银律师事务所 葛友山
北京汇佳律师事务所 邱宝昌
北京华烨律师事务所 陈玉龙
北京市常鸿律师事务所 常卫东

市消协地址
邮编
咨询投诉电话
邮箱
编辑部地址
邮编
电话
网址
邮箱

北京市宣武区莲花池东路102号天莲大厦
100055
96315
bjxiaoxie@sina.com
北京市西城区阜外大街34号干3楼302室
100832
68520118
<http://www.bjxf315.com>
bjxfz315@126.com

内部刊物以供交流 未经许可请勿转载

2010.08 双月刊(总第12期)

刊首语

钱越存越少折射储户太弱势

消协动态

1-6

市消协召开半年工作会暨半年投诉分析会
八成消费者认为通信收费有陷阱
消协劝喻 商家改错
彩虹维权 百姓受益

热点关注

7-19

ATM收费上调“被合理”
饭馆点鱼：给你看的≠给你吃的
霸王疑云
网络团购：红火背后的无奈

权威发布

20-25

10种家电下乡洗衣机比较试验结果
家电下乡洗衣机体验调查结果
市消协建议消费者尽量不用蚊香产品

法律讲堂

26-28

美容服务应注意三个法律问题

消费警示

29-32

当心！有人以消协名义诈骗
选购泳衣要仔细
电台广播宣传误导多
慎重签订家装合同
购买家电要保存相关资料

《北京消费者》杂志由北京市工商行政管理局主管、北京市消费者协会主办。刊物以报道消协动态、宣传消法、监督消费、引导消费为目的；以全面报道北京市消协系统动态、向消费者介绍选择鉴别商品的使用知识和方法为主要内容。

面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。

老年人消费谨防骗局
购买袋装涮肉三注意
买橄榄油看清含量标注

案例点评

33-36

酒店改成了健身公司
啤酒瓶意外炸伤眼睛
以“足金”充“千足金”
结婚喜糖里面竟然是土块

案例调解

37-40

美容过敏卡难退
美容卡打折有陷阱
馄饨汤里吃出餐巾纸
“老拖”美联美遭“劝喻”
药店也敢赠过期食品
瑞雪胶囊服用后不见效
“福”牌木门与样品不符
房屋中介巧设合同陷阱
多收两分钱 事关诚信大问题
非故意违约 商家应区别对待
光纤损坏 消费者获赔
美容过敏，美容院退款
“锐利100”停业不退卡
诺基亚手机两次修不好
二次维修 责任确实难认定
订购商品 别忘按时取货

汽车消费

41-44

三部委下文严惩违规4S店
经销商借车险找回利润
炎炎夏日 当心汽车自燃

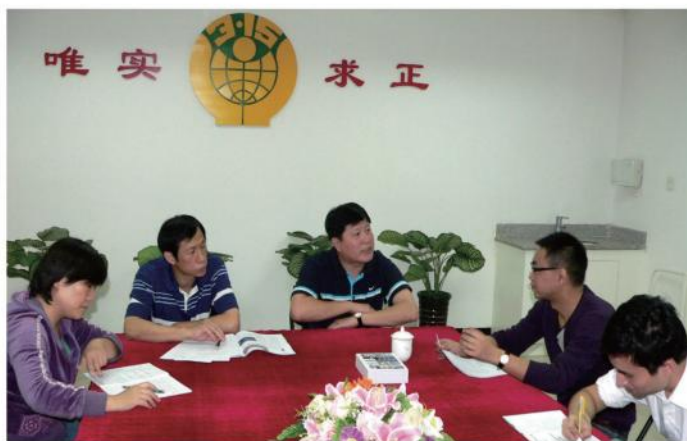
出国留学

45-48

太傻提示留学四大陷阱
太傻2010 经典申请案例解析
太傻咨询相关资讯

轻松一刻

49



消协动态] 消协劝喻 商家改错

03



热点关注] ATM收费上调“被合理”

07



汽车消费] 三部委下文严惩违规4S店

41



十个亮点 四项部署

市消协召开半年工作会暨半年投诉分析会

7月8日至9日，市消协召开了全系统半年工作会。市消协副会长兼秘书长董青、副秘书长屈建辉、消指部主任罗刚、投诉部主任郎丹科以及十九个区县消协的秘书长参加了会议。各区县消协围绕市工商局党组“市场环境建设”这一主题，结合本辖区实际和特点，总结了半年来开展的重点工作。会议突出了务实、创新和发展的理念，并强调各级消协组织要继续履行职能，推动消费维权工作深入发展。

市消协副会长兼秘书长董青在总结发言中指出，各区县消协按照年初工作计划，认真贯彻落实，各项工作取得了很好的效果。同事对上半年消费维权工作的主要特点进行了总结：

一是积极寻求建立跨区域联动机制。部分区县消协与周边的河北、天津等县市消协建立多地解决消费纠纷的合作机制，取得了较好的成效。二是宣传咨询活动针对性强，做到了内容具体、形式多样、工作制度常态化。如目前各区县消协坚持开展的“3.15”宣传咨询活动和消费课堂进“六区”活动，都做到了长年坚持不懈。三是在经营主体内部成立维护消费者权益的机构，引导其自律、主动承担社会责任等方面开展了大量工作。尤其在监督和促进行业完善和规范行规方面，各级消协发挥了积极作用。四是主动研究新兴行业出现的问题（电视购物、网购、预付费服务），前瞻性地开展消费者权益保护工作。在理论和法律层面上积极探索，认真研究，特别是对侵害不特定消费者权益的事件高度

重视，一旦发现苗头，就及时发表消协观点，加强了风险防范管理。五是落实首项职能，卓有成效。上半年开展宣传咨询服务，充分发挥了消费教育学校和教育基地的作用。六是协调各部门开展工作，体现了维护消费者权益是全社会共同的责任。特别是与法院、律协和行业协会等专家学者建立起紧密合作的工作机制，极大地提升了消协的工作效能。七是配合家电下乡开展工作，积极履行各项职能，联合家电下乡企业深入郊区县，广泛开展“送知识、送技能、送服务”系列活动。八是按照要求完成奶粉患儿赔偿工作。九是投诉站、联络站、绿色通道发挥了很好的作用。十是调研工作开展得比较深入细致。

在总结上半年十个工作亮点的同时，董青秘书长强调下半年要继续做好四项工作：一是妥善处理好消费投诉，解决好消费纠纷，在投诉过程中，注意提高效率、提升效果，对待消费者的诉求应做到份内事不拖，份外事要代寻，过分要求应耐心。二是履行好首项职能，教育引导经营者积极履行企业社会责任，加大对消费者教育和引导力度，充分发挥消费教育学校、消费教育基地的作用。三是珍惜消协组织的荣誉，不断扩大社会影响力和公信力，针对侵犯不特定多数消费者权益的行为开展揭露和点评。四是各区县消协要积极与相关部门和单位建立良好的合作机构，以获得法律和专业方面的知识。

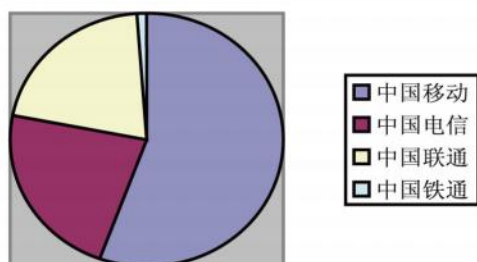
此外，董青秘书长还围绕消协的地位和作用，对消协干部的思想建设、组织建设和作风建设提出了进一步要求。

市消协发布电信资费调查报告，八成消费者认为——

通信收费有陷阱

日前，针对消费者反映强烈的电信行业相关问题，市消协联合搜狐财经频道在全国范围内开展了2010年电信行业资费情况调查。

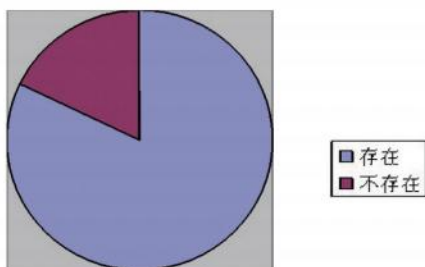
本次调查自7月12日至7月22日为期一周，共有11284人次参与网上投票，覆盖了北京、上海、河北、山东、江苏、浙江、新疆等十余省、市、自治区。其中中国移动用户共有6255人次，占55.43%，中国电信用户有2559人次，所占比例为22.68%，中国联通用户有2358人次，达到了20.90%，中国铁通有112人次，所占比例仅为0.99%（具体情况见下图）：



本次调查的问题及消费者回复结果如下：

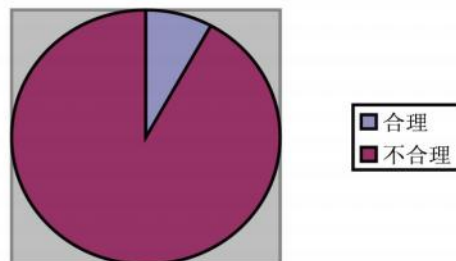
一、您认为现阶段通信企业在服务过程中是否存在收费陷阱？

针对问题在调查中，有9260人次（所占比例82.06%）认为通信企业在服务过程中存在收费陷阱，而仅有2024人次认为不存在此问题，所占比例为17.94%。



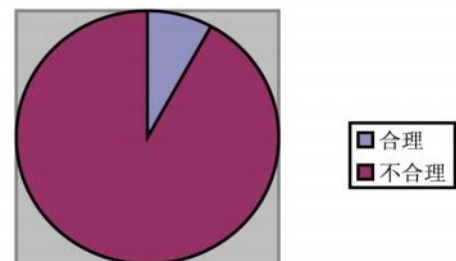
二、您认为目前在内地大多数地区执行的20元左右的固定电话月租费（北京地区：21.6）收取的是否合理？

针对问题在调查中，有10361人次（所占比例91.82%）认为目前国内大多数地区执行的20元左右的固定电话月租费（北京地区：21.6）不合理。而仅有923人次认为合理，所占比例为8.18%。



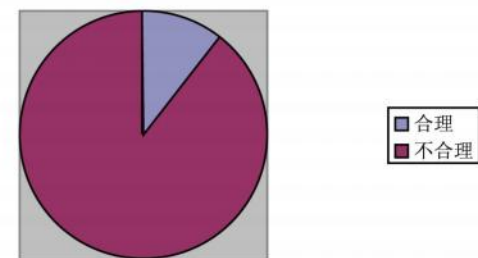
三、目前部分通信企业推出了预付费服务，且设置了在使用期满后，余额不退的规定，您认为这种规定是否合理？

针对本问题在调查中，有10372人次（所占比例91.92%）认为目前部分电信经营者在预付费服务中设置的在使用期满后，余额不退的规定不合理。只有912人次认为其合理，所占比例为8.08%。



四、针对使用期满后后的余额问题，部分通信公司提出可以在同公司内部号码间转存或再次输入部分费用可以激活，继续使用。但不直接退还消费者费用，您认为这种做法是否合理？

针对本问题在调查中，有10046人次认为是不合理的（所占89.03%），仅1238人次认为其有合理之处（所占10.97%）。



针对上述调查结果，市消协将邀请相关电信行业、法律界专家进行研讨与点评，并将相关结果向中国移动通信集团公司、中国联合网络通信集团有限公司、中国电信集团公司通报。



消协劝喻 商家改错

西城区消协实施《对经营者劝喻实施办法》，不仅有效降低了该区的消费者投诉量，还引导经营者增强了维权社会责任感，帮助其建立了良好的商业信誉。

“没想到消协发出的劝喻书作用这么大，拖了快两年的纠纷，超市很快就把钱退给我了，消除了我的一块心病。”近日，家住北京市西城区三里河三区的段女士高兴地对记者说。记者了解到，段女士所说的劝喻书是北京市西城区消费者协会为积极妥善解决消费者投诉，于今年3月实施《对经营者劝喻实施办法》后推出的新举措。根据《对经营者劝喻实施办法》，如果经营者在一个月内在被消费者投诉3次以上，或有消费者反映强烈的投诉事件，西城区消协将进行劝喻，督促其整改，规范其经营行为。这种消费维权模式，目前在北京市属首创。

消协发劝喻书促纠纷和解

段女士告诉记者，2008年10月，她在美廉美超市西城区的一家店里，花1250元购买了一台某品牌饮水机和一台某品牌净水机，约好一周后送货。后来超市通知段女士，她所购净水机型号已经断货，让她另选一款。段女士

因不喜欢其他型号的净水机，便提出退款。超市不同意，称与生产厂家联系后再说。此事过了一年多没有结果。在此期间，段女士多次与超市联系，得到的答复均称厂家会与她联系，她却始终没有接到厂家人员的联系电话。今年4月，段女士再次催促超市解决此问题。这一次，厂家人员与段女士进行了联系，以“时间太长，公司早已结账”为由不给她退款，提出让她另选其他型号的净水机。段女士对此不能接受，向西城区消协投诉。

西城区消协人员受理段女士的投诉后，立即进行了调查。经查，超市承认段女士所述事实，表示要尽快解决此事。此后，消协人员3次与超市联系催办此事，超市均口头答应却不见行动。随后，西城区消协针对超市侵害消费者权益的行为制发了劝喻书。在劝喻书中西城区消协表示，厂家销售人员的不规范行为损害的不仅仅是消费者的权益，对超市的信誉也是一种损害。这一问题的出现，说明超市在经营管理中存在问题，建议其有针

针对性地进行整改,更好地维护消费者合法权益和企业形象。超市收到劝喻书后,很快有了行动,不仅向段女士赔礼道歉、退还了货款,同时表示今后要加大整改力度,恪守职业道德,自觉维护消费者的合法权益。

月内被投诉3次以上将被劝喻

“劝喻是为了引导商家维护消费者合法权益,积极妥善处理消费者投诉。针对被投诉的经营者,我们一般先进行口头劝喻,如果经营者没有重视,我们就发放劝喻书,要求其整改,书面的劝喻往往对经营者更有威慑力。”西城区消协秘书长于彦斌接受记者采访时如是说。

记者在盖有“北京市西城区消费者协会”公章的劝喻书上看到,该函分为“劝喻”和“回执”两部分,劝喻的内容包括经营者存在的问题和消协的意见和建议,一式二份。

据了解,西城区消协制定《对经营者劝喻实施办法》依据的是《消费者权益保护法》的相关规定。于彦斌表示,劝喻是对经营者侵害消费者合法权益的行为进行约见沟通、提高认识、达成共识、改进服务的过程。消协对在一段时间内对被消费者投诉、举报较多,且负有责任的经营者进行沟通,指出经营者存在的问题,提出改进服务的建议,促进其改善服务,更好地维护消费者合法权益。实施劝喻的对象是指在西城区辖区内一个月被消费者投诉3次以上,或有消费者反映强烈的投诉事件的经营者。

目前,西城区消协进行劝喻的形式有3种,分别是:约谈劝喻,即约见经营者进行谈话劝喻;函件劝喻,即向经营者发函进行劝喻;公开劝喻,即通过大众传播媒介对经营者公开进行劝喻。“对于劝喻后仍旧没有整改的经营者,消协将向工商、质监等政府相关职能部门移交,或通过向经营者上级单位反映,督促其整改,并通过媒体予以曝光。”于彦斌对记者说。

有效督促经营者提高服务质量

记者了解到,早在去年6月,西城区消协就开始试行《对经营者劝喻实施办法》。在试行期间,消协对短期内出现投诉较多、又确属经营者责任的商家进行了劝喻,其中口头劝喻15家、书面劝喻3家、公开劝喻1家、媒体曝光1家。不少经营者依据消协劝喻的内容,制定了整改措施,取得了良好效果。

“消协有义务引导经营者增强信用意识,提高信用形象,营造良好的消费环境,通过沟通、提示、建议引导经营者依法经营,完善消费投诉受理和打假维权机制,积极妥善处理消费者投诉,并依法维护自身合法权益。”于彦斌说。

据了解,位于西单新一代商城服装市场2层的“禧隆华盛”手机卖场的部分经营者,以低价吸引买家先交钱,然后再设法卖出低价山寨机,屡次被消费者投诉。针对这一情况,西城区消协于2009年7月29日对该市场进行了口头劝喻。由于效果不明显,西城区消协于同年9月25日约见该市场负责人,对其下发了劝喻书。随后,该市场提交了书面整改措施。此后,该市场有关手机问题的投诉有所下降,部分经营者欺骗消费者的行为有所遏制,但未从根本上转变。“经营者出现了问题先劝喻,如果劝喻效果不明显,就要对违法经营者曝光了。”于彦斌说。针对该市场内手机卖场存在的问题,西城区消协于今年2月进行了公开劝喻,同时,由北京市工商局西城分局对涉嫌虚假宣传的手机经销商正式立案调查。

记者了解到,西城区消协制定的《对经营者劝喻实施办法》,得到了区内大型商场、超市、餐饮、服务企业及相关行业协会的理解和支持。不少经营者表示,《对经营者劝喻实施办法》起到了督促企业提高服务质量,维护消费者权益的目的,企业应该把维护消费者合法权益作为第一责任,认真对待消协提出的意见和建议,努力改进服务。(游 婕)





彩虹维权 百姓受益

丰台“彩虹”消费维权服务队通过凝聚工商、消协及有关司法部门等社会力量，形成一套长效实用的消费维权机制，让辖区百姓的合法权益得到了切实有效的保护

保护消费者的合法权益不仅需要政府部门在各自的职能范围内依法履行职责，更需要企业、消费者及各方社会力量的积极参与。今年3.15期间，丰台区消协通过总结多年消费维权工作经验，从切实维护消费者合法权益，优化区域消费生态环境的角度出发，在丰台工商分局的统一领导下，联合司法局等多个部门成立“彩虹”消费维权服务队。

通过“彩虹在行动”系列消费维权活动的深入开展，不仅让消费者切实享受到各项消费维权服务，而且有效整合了社会消费维权资源，充分发挥社会舆论监督作用，为构建完善的消费维权网络和建立消费维权长效机制起到促进作用。

凝聚社会力量

今年年初，丰台区消协通过总结多年消费维权工作经验，从切实维护消费者合法权益，优化区域消费生态环境的角度出发，提出动员凝聚社会各界力量，形成消费维权合力，共铸消费维权长效机制的目标。

3月12日，丰台工商分局专门举行彩虹消费维权服务队成立仪式，北京市消协副会长兼秘书长董青等领导为“丰台‘彩虹’消费维权服务队”授牌，消费维权各方代表出席仪式并在宣传板上签名宣誓。随后，丰台区消协从社区消费者的需求出发，依托消费者联络站联合丰台工商分局相关科室和丰台“彩虹”法律维权服务队的志愿者律师共同开展了一系列消费维权宣传、咨询活动，将法律维权“彩虹”送到社区消费者身边。

3月14日，京城大雪纷飞。丰台区消协及彩虹消费维权服务队法律维权服务分队在卜蜂莲花六里桥店门前广场举办了第一场“消费与服务——消费者法律支持咨询服务活动”，法律维权服务分队的成员们为近千名消费者提供咨询服务。3月15日，丰台区消协联合丰台工商分局商标科、消费者权益保护科以及彩虹消费维权服务队品牌打假服务分队在花乡汽配城举办汽车行业服务商标维权活动。4月28日上午，彩虹消费维权服务队商品检测服务分队在五棵松附近的京铁家园社区举办“携手社区共创丰台区消费安全生态圈”宣传咨询活动，为社区

居民提供现场免费咨询。

截止到4月份,丰台区消协已在辖区北大地西区、紫芳园、马家堡嘉园一里等五个社区开展了法律维权进社区系列宣传咨询活动,累计接待咨询消费者500余人次,发放宣传材料800余份。活动现场就涉及食品安全、违法广告、电子商务、合同纠纷、霸王条款、产品质量、虚假宣传以及其他民事法律问题为消费者进行了解答。通过社区宣传活动,使社区消费者对消协工作有了进一步的了解,心中的法律疑难问题得到了专业解答,法律维权意识进一步提高。

建立联动机制

“丰台‘彩虹’消费维权服务队,通过品牌打假、绿色通道、商品检测、法律维权、舆论监督等五个服务分队,引入社会力量开展专项服务、保障,全面推进消费维权工作的体系化与精细化。”李建中秘书长说,“服务队”首批发展包括部门、单位、组织或企业共计210家,个人身份加入“服务队”的队员100人。其中,品牌打假服务队包括商标权利人、生产企业,共计60家;绿色通道服务队主要包括辖区130家12315-消费争议快速解决绿色通道企业;商品检测服务队主要包括检测机构,共10家;法律维权服务队包括区工商局、区消协以及邀请加入的司法局、卫生局、质监局等10个政府部门以及40名法律工作者;舆论监督服务队主要由辖区人大代表、政协委员、新闻媒体工作者、社区工作者以及消费者代表组成,共计60人。

李建中秘书长告诉记者,成立“彩虹”消费维权服务队,主要从五个方面促进辖区消费生态环境建设。一是品牌打假服务队,严打严防,共同维权。发挥品牌权利人专业特长与资源优势,通过信息共享,相互配合,提高打假维权的效能;开展社区工商工作站巡回宣讲活动,介绍品牌知识、传授辨伪识假方法,提高消费者自我保护意识与能力,打防结合,双管齐下。二是绿色通道服务队,强化自律,拓宽渠道。从提高企业规范经营意识入手,开展系列培训活动,讲解“三包”服务、消费纠纷调解等专业知识;开展“消费争议不出店堂”活动,降低消费维权成本。三是商品检测服务队,整合资源,共保安全。整合企业、工商及专业机构专业检测资源,建立以企业自检、送检为基础,工商与专业机构抽检为保证的商品质量检测、监测体系,并通过培训“进基层、进企业、进社区”,普及质量标准、质量标志、质量检测程序等知识,提高质量意识,确保消费质量安全。四是法律维权服务队,普法宣传,依法维权。发挥消费者联络站、工商工作站效能,走进社区,开展咨询、宣传,倡导科学消费,警示消费陷阱。五是舆论监督服务队,征询反馈,接受监督。从社区居民、人大代

协代表中,广泛聘请商品质量社会监督员,收集意见建议,改进维权工作,开展座谈、走访,共研难点、热点问题,形成合力共建辖区良好消费生态环境。

有效化解矛盾

“当消费者的合法权益受到侵害时,犹如风雨来临,消费者维权会面临种种障碍,当消费者合法权益得到维护后,如同雨过天晴,天边美丽的彩虹是经历风雨的见证,是成功维权的象征。以彩虹命名,象征着在丰台工商分局和丰台区消协的组织协调下,丰台区消费者权益保护工作必将取得成功。”李建中秘书长说,彩虹象征着各种社会力量的共同参与,丰台彩虹消费维权服务队,以消保维权工作为核心,依托工商12315投诉举报中心、社区工商工作站等资源,引入企业、专业检测机构、法律专业人士、社区居民等多方力量,搭建消保维权社会化平台,协作开展培训、宣传、咨询、维权等各项服务、监管活动。

今年4月中旬,丰台区消协陆续接到有关某健身企业特惠游泳卡持有者的投诉。消费者刘女士等人投诉称,该健身企业在装修后擅自改变之前出售的特惠游泳卡的使用方式,将单次消费价格由原来每次10多元提高到90元。消费者要求继续按照原价使用或退回卡内余额,均被企业拒绝。消协等有关工作人员对此事进行调查,督促该健身企业妥善处理此事,但对方认为自己有对特惠游泳卡使用方式进行调整的权利。

由于该健身企业已办理近800张特惠游泳卡,为维护消费者合法权益,确保不引发群体性纠纷,4月28日,在云岗消协分会的主持下,丰台区消协、丰台工商分局消保科、合同科的负责人以及彩虹消费维权服务队法律维权服务分队的几位律师,同该健身企业负责人一起举行了一次协调会。丰台区消协代表消费者与企业进行模拟对话,向企业表达了消费者的诉求。接着,法律维权服务分队的律师对该企业涉嫌违反《合同法》及《消费者权益保护法》等有关法律的行为进行了点评,并提出了相关法律建议。最终,该健身企业认识到了上述行为的错误,并在第二天制订了退款、置换、转卡等解决方案。

彩虹消费维权服务队成立以来,始终坚持以为消费者服务,为区域消费生态环境服务,为辖区经济发展服务,为社会诚信体系建设服务、为社会和谐服务的“五个服务”理念为指导,构建起由政府监管、企业自律、舆论监督、消费者参与“四位一体”的消费维权网络;建立起集打击假冒伪劣、商品质量控制、商品质量检测、消费者权益保护和社会舆论监督“五功能合一”的消费维权工作机制。目前,彩虹消费维权服务队已经有效预防和调解了多起消费纠纷,让消费者真正体会到了风雨之后见彩虹的感觉。(陈文)



ATM收费上调 “被合理”

近日天气炎热,不少消费为图省事,大多就近选择一家自助银行ATM机跨行取款,事后却发现自己的银行账户被“多扣钱”了。原来,广州、深圳、南京、长春、天津等部分地区的多家银行从去年上半年开始悄悄上调了跨行取款手续费,从2元上调到了4元。但是,大多数持卡人并没有注意到这次提价。

众多消费者毫不知情

广州市民刘欣女士前几天急需用2万元,就近来到家附近一家工商银行自助ATM机,用建行卡取了2万元。该ATM机每笔取款限额为2500元,刘欣一共取了8次才取出2万元,原以为跨行取款每笔手续费为2元,没想到,取完款后刘欣收到的建行卡手机短信通知却显示,“跨行取款费32元”。“跨行取款手续费什么时候涨到4元了?早知道收费标准这么高,还不如打车找一家工行取款机。”此外,刘欣还抱怨,为什么不在ATM机上明示相应收费标准或相应提醒?“尤其涨价后应该给予提醒。以前一直以为是2块钱一笔,现在突然翻了一番,而且是取完后才知道翻番了!”

据了解,继四大国有银行ATM机跨行取款费上调之后,交行、广发行等部分股份制银行也从今年7月起正式上调这一手续费。

此外,深圳、南京、天津、长春等多个城市的多家银行也逐步上调了跨行取款手续费。长春消费者吴小姐表示,自己7月21日跨行取款100元,被扣去4元钱。对此,吴小姐抱怨道,“一开始同城跨行取款是不收钱的,后来收费2元已引起身边好多人有意见,现在涨到4元也太离谱了点吧?以后是不是就涨到8元、10元了?”

收费上调有据可依

对于消费者的投诉,记者拨打了工商银行95588客服热线,工号为00156的业务代表告诉记者,目前北京

地区的跨行取款手续费仍为2元/笔,其他地区的具体情况需咨询当地客服电话。工作人员还表示:“手续费收取多少取决于发卡行,与取款机所属银行无关。”随后,记者拨通02095588广州工商银行的客服电话,工号为24050的业务代表接听了记者电话,该工作人员表示,此资费已经上调很久了,从2008年4月9日开始在各大网点张贴上调说明,2008年5月1日正式开始上调。对于记者询问仍有很多消费者不知道上调一事,以及为何不在提款机上张贴告示或设置提示,该工作人员未发表说法,只是表示:“我们在网站、营业网点都张贴过了公告。”并强调,该收费是通过物价局等多个部门监督审批的。

对于这种解释,多数消费者表示不能接受。消费者刘欣认为,“就是为了不去银行排队,才在提款机取钱,银行应该在ATM机附近明示收费标准。把公示贴在银行里,消费者怎么可能会知道?”

而对涨价一事,银行则表示,持卡人跨行取款时,无论同城还是异地,发卡行均按3元/笔的标准向代理行支付代理手续费,同时按照0.6元/笔的标准向银联支付网络服务费。按上述分成标准,2元/笔的跨行收费标准,发卡行会因此赔上1.6元。而银行免收此项费用或者只收2元,都是倒贴客户的。此外,银行方面表示,手续费提高与成本上升不无关系,增加取款机数量需要成本,维修、更换ATM机也需要成本。但由于各家银行的收费标准并不统一,而且有调整的可能性,在自助提款机上体现这一收费标准目前还有操作上的难度。

手续费不能银行说了算

关于跨行取款的手续费,有专家表示,银行作为企业可以适当收取一定的费用,用于机器维护等各种开销。另外,由于银行加银联的网络才得以实现跨行交易,所以在用户交付的手续费中也包含银行交给银联的

网络服务费是可以理解的。

但是也有业内人士对此持反对意见，浙江在线的资深专家刘凯玲发文表示：对储户来讲，他们为银行带来利润，银行就应该为他们提供良好的公共服务。在排队难的现实语境下，通过跨行取款改善服务品质，这本是银行的职责，又有什么理由收费甚至是翻倍收费呢？何况，储户跨行取款，减轻了开户行的工作量，这个手续费即使要收，也应该由开户行出。就算银行为此支付了技术成本与服务成本，各家银行之间的跨行取款成本应该基本一致，为何国有银行大幅提高跨行服务收费标准，外资银行可以分文不取？

对此，刘凯玲表示，希望银行方面能够引起反思，检视收费标准的合理性与合法性。更重要的是，央行不能放手让储户赤手空拳与各大涨价银行博弈，银监会也不能失语。

(王春宝)

■各方反应

中银协：涨价合法合规

针对部分银行调高同城ATM跨行取款手续费一事，中国银行业协会日前表示，此次上调是市场调节下的结果，商业银行ATM跨行取款收费属于市场调节价，“商业银行根据自身的成本情况调整ATM跨行取款收费标准，是合法合规的”。

银行业协会还介绍说，根据《中国银联入网机构银行卡跨行交易收益分配办法》：“持卡人在他行ATM机上成功办理取款时，无论同城或异地，发卡银行均按每笔3.0元标准向代理行支付代理手续费，同时按每笔0.6元标准向银联支付网络服务费。”也就是说，在跨行取款时，每笔银行要产生3.6元的“成本”。

针对银协这种说法引发媒体的质疑，该相关负责人表示，银协认为收费调高“合规”。

市消协：侵犯消费者知情权

在中国银行业协会称同城ATM跨行取款手续费涨价合法合规后，北京市消协法务与投诉部主任郎丹柯发布观点认为，银行业协会强调的合法，只是符合现有商业银行的管理办法，并不意味着合理，也并不意味着不侵权。部分银行的这种涨价做法涉嫌侵犯了消费者的知情权、公平交易权和选择权。

郎丹柯表示，在今年世界银行品牌500强名单中，中国的银行占了12家，有些银行有超强的“吸金”能力，但其在服务收费上的一些做法近来却饱受诟病。银行在飞速发展的同时，应该考虑还利于社会。

郎丹柯还称，银行的几次费用调整依据是2003年发

布的《商业银行服务价格管理暂行办法》，但该《办法》并没有对如何调整、通过什么方式调整、调整到什么幅度予以明确，而消费者享有公平交易和自主选择的权利，因此银行业的价格调整要符合公开、透明的原则，需要与消费者在内的相关利益方进行协商，采取听证等方式，尊重消费者的知情权，不能随意涨价。

此外，从2004年银行卡开始收取10元年费以来，多项银行服务经历了从免费到收费的过程，需要收费的银行服务已有百余项，这种“敛财”的嘴脸让公众对银行的形象大打折扣。如何让消费者尊重与信任，是银行及行业组织更应考虑的问题，而不是为自己的收费行为绞尽脑汁想理由。

律师：银行涨价违反合同法

中银律师事务所律师董正伟认为，客户在办理存款与银行卡的同时，等于是与银行签订了合同。而按照合同法的规定，未经双方协商一致，一方不得擅自变更合同内容。

因此，银行单方面提高同城ATM跨行取款手续费，是违反合同法的。

董正伟进一步介绍说，持卡人进行同城跨行ATM取现对于银行来说是有好处的。提款人不用排队，银行业务效率提高，收益自然得到提升。

此外，以“发卡银行均按每笔3.0元标准向代理行支付代理手续费”判断银行成本增加是不对的，因为A银行支付给B银行的同时，B银行也会支付给A银行该种费用，是互相可以抵消的。

董正伟认为，既然成本只有6毛钱，且银行还通过ATM获益了，那么同城跨行ATM取现手续费应该完全由银行方面承担，连2元/笔都不应该收取。

发改委：尽快出台管理新规

国家发改委相关负责人近日也表示，依据2003年银监会会同发改委下发的《商业银行服务价格管理暂行办法》，商业银行同城ATM跨行取款手续费属于市场调节价，商业银行总行可以自行制定和调整收费标准。但考虑到我国国情和商业银行发展的实际情况，商业银行在制定或调整涉及公众利益的服务收费项目时，应审慎调整有关收费标准。

这位负责人透露，发改委已配合有关部门研究起草了新的《商业银行服务价格管理办法》，对商业银行有关服务收费进行了比较全面和系统的规范，并对商业银行的信息披露、监督管理、价格投诉和争议处理、价格检查等内容进行了详细规定。

该负责人还表示，商业银行收费项目和标准由国务院银行业监督管理机构、中国人民银行根据职责分工，分

■ BeiJing Consumers

别会同国务院价格主管部门制定。发改委正在积极协调有关部门，对《商业银行服务价格管理办法（草稿）》进行完善，争取尽快出台，以进一步规范商业银行收费行为，维护广大消费者利益，促进银行业健康发展。

■ 外国ATM机跨行收费情况

美国：收费前提示持卡人

记者通过采访美国休斯敦的一些银行获悉，在美国，银行也对在ATM取款机上跨行取款的客户收手续费，每笔取款的收费限额从1.5美元到3.5美元不等，收费标准由ATM机所属银行决定。

值得一提的是，如果要收手续费，ATM机在收费

前，应当提示并征得持卡人同意。

比利时：手续费低廉

比利时ING银行一名工作人员告诉记者，在比利时，用借记卡在ATM机上跨行取款均要收费，但收费并不高。以ING银行为例，不论是否同城，每笔交易收取的费用都为0.1欧元，折合人民币不到1元，并且这笔费用到每年年底才结算，而比利时其他银行的做法也大体相当，为的是鼓励客户尽量使用本银行的交易系统。

有趣的是，这名工作人员向记者证实，如果是到欧元区其他国家，ATM机跨行取款却不收费，这主要得益于欧盟在推进单一欧元支付区建设方面所取得的成果。

■ 国内部分银行ATM机收费

● 招商银行

同城跨行费用：2元/笔

异地跨行费用：交易额的5%。(最低5元，无上限)+2元

异地同行费用：交易额的5%。(最低5元，无上限)

● 建设银行

同城跨行费用：4元/笔

异地跨行费用：交易额的1%(最低2元，无上限)+2元/笔

异地同行费用：交易额的1%(最低2元，最高1000元)

● 中信银行

同城跨行费用：每月前2笔免费，之后2元/笔

异地跨行费用：交易额的5%。+2元

异地同行费用：交易额的5%。

● 兴业银行

同城跨行费用：每月前3笔免费，之后2元/笔

异地跨行费用：每月前3笔免费，之后2元/笔

异地同行费用：不收费

● 光大银行

同城跨行费用：每月前2笔免费，之后2元/笔

异地跨行费用：每月前2笔免费，之后2元/笔+交易额的5%。(最低5元，最高25元)

异地同行费用：不收费

● 中国银行

同城跨行费用：4元/笔

异地跨行费用：12元/笔

异地同行费用：10元/笔

● 广东发展银行

同城跨行费用：每月前3笔免费，之后4元/笔

异地跨行费用：每月前3笔免费，之后4元/笔

异地同行费用：不收费

● 交通银行

同城跨行费用：2元/笔~4元/笔

异地跨行费用：2元/笔+8%。(最低5元，无上限)

异地同行费用：6%。(最低1元，无上限)

● 民生银行

同城跨行费用：每月前3笔免费，之后2元/笔

异地跨行费用：5元/笔

异地同行费用：5元/笔

● 农业银行

同城跨行费用：4元/笔

异地跨行费用：交易额的1%(最低1元，无上限)+2元/笔

异地同行费用：交易额的1%(最低1元，无上限)

● 华夏银行

同城跨行费用：每月前1笔免费，之后2元/笔

异地跨行费用：每月前1笔免费，之后2元/笔

异地同行费用：不收费

● 工商银行

同城跨行费用：4元/笔

异地跨行费用：交易额的1%(最低1元，最高50元)+4元/笔

异地同行费用：交易额的1%(最低1元，最高50元)



饭馆点鱼 给你看的≠给你吃的

饭店在门口的水族箱里放几条活鱼当幌子，顾客看鱼、过秤用的是这些活鱼，拿到后厨下锅时就掉包换成了死鱼。不大工夫，下厨的活鱼又被人放回水族箱继续“值班”。连日来，很多消费者向记者反映下馆子吃鱼被掉包的遭遇。近日，《北京日报》记者对此进行探访，发现了饭店卖鱼时偷梁换柱的伎俩。

九头鸟饭店 活鱼“值班”死鱼下锅

中午，“九头鸟”海淀世纪金源店里推杯换盏声响起一片。店门口放着上下两排水族箱，箱里草鱼、鲢鱼、江团鱼、鲈鱼等近十种鱼正悠闲地吐着泡泡。一个手拿抄鱼网的胖小伙站在水族箱前满脸堆笑。

记者挑了一个临近水族箱的位子坐下。不一会儿，旁边落座的一家四口点了条江团鱼，胖小伙将活鱼抄进一个大黑塑料袋，拿到客人面前。“您瞧瞧，活蹦乱跳的，二斤三两！”客人瞟了一眼没做声。胖小伙见状一路小跑直奔后厨，记者借口找洗手间跟了过去，只见后厨里放着一个大水盆，这边胖小伙把活鱼倒进盆，那边厨师就将冰砖上早已开膛破肚的另一条鱼拎上案板加工……

过了五六分钟，胖小伙又从后厨快步走出，手里还是拎着那支黑塑料袋。他来到水族箱旁，抄起网子熟练地将一条鱼又放回箱内。又隔了不到十分钟，冒着热气的鱼就已经端上了那一家四口的餐桌。

短短一个中午，这样的场景反复上演了多次。记者询问胖小伙，他家的江团鱼从哪里进货，怎么保证质量？“京深海鲜市场。都是当天的鲜鱼，不是活的我们不要！”答得底气十足、干脆利落。

记者打车直奔位于南三环外的京深海鲜市场，一连十几家商户都表示不卖江团鱼，市场管理方也说这里以卖海鱼为主，淡水鱼在隔壁的光彩市场销售。记者又到

光彩市场打听，所有摊位当天都没有江团鱼销售。可想而知，刚才那一家四口看到的活江团鱼，不知已经值了几天班了。

光彩市场的一位摊主对记者说，他一天卖的死鱼至少上百斤。“什么人愿意买死鱼啊！”“宾馆饭店！这草鱼活的6块5一斤，死的才4块5。”摊主说，饭店来买鱼，要是放鱼缸做幌子，就买活的；要是做菜，就买死鱼。

果不其然，记者在随后的采访中发现，活鱼掉包的伎俩，并非是九头鸟一家饭店的专利。曾经干过餐饮业的左女士向记者透露说，在饭店吃鱼，想做到“所见即所吃”基本不太可能。她说，每天厨师到岗后都会提前腌制鱼，客人看鱼的时候，服务员只是抓只活鱼当“模特”，在客人面前走一圈。

“九头鸟”世纪金源店顾客所点活鱼被死鱼掉包的情况被曝光后，记者对这一现象进行追踪调查发现，经曝光后九头鸟的“值班鱼”已经下岗，而其他不少商家依然在沿用活鱼换死鱼的伎俩。“掉包计”俨然成了一些见利忘义饭馆卖鱼的潜规则。

“太熟悉”右安门店 抓完再放不过3分钟

中午1点30分左右，记者来到太熟悉家常菜右安门店，点了一道水煮鱼。一位女服务员来到门口三层高的水族箱跟前，捞出一条活蹦乱跳的大鱼，男服务员上来帮忙，俩人一起才把鱼塞进一个大塑料袋里上秤。

“这怎么称得准！干嘛不把它打死再称！”记者问。服务员不吭声，称罢拎起塑料袋，穿过一排排餐位，从大厅西南角走到东北角，把鱼放下。

随后记者目睹了奇怪的一幕：一个黑瘦的男服务员，拎着刚才装鱼的塑料袋从里面出来，直奔门口水族箱。到了跟前，刚才帮忙装鱼的服务员，又帮着把鱼放

了回去。一抓一放，前后不超过3分钟。

“这不是刚才我点的那条鱼吗？怎么又放回来了？！”记者追上前问。

“这个，不是，那个，这是我们放生的。”服务员支支吾吾，声音极小。

“这鱼从哪儿来的？”

“后厨。”服务员慌张地说，“……你找我们经理吧，我不知道。”

“你把我点的鱼放回来了，那厨房里做的是什么鱼？”

“这您放心，我们给您做的肯定都是活鱼。”赶过来的大堂经理说，“这条不算，我们再重新给您抓一条！”

“两岸一家”簋街店 活鱼压根儿没进操作间

下午2点多钟，记者来到位于簋街的“两岸一家”饭店。午饭高峰已过，前厅服务员稀少，记者径直走到后厨，满地的钵盆碗筷却不见一个厨子。

一排水族箱就摆在后厨对面。记者点了条活鱼，一个穿着雨靴的伙计熟练地从箱里捞出一条，麻利地过秤，随后一甩手丢进那个空荡荡的后厨中的大水池中。这时，水族箱里还有八条鱼。

三分钟后，记者再次来到后厨，里面依旧是空荡荡无一人，刚才点的那条鱼正在大水池中游弋。记者催促另外一位路过的服务员赶快做鱼，谁知她竟走到后厨南侧的另一间屋，向里面大喝一声：“18号台的鱼，快着点！”原来记者刚才看的后厨是假的，点的活鱼压根儿就没进真正的操作间。

不到十分钟，记者要的鱼就热腾腾地上桌了。然而菜谱上却说，这道菜做起来很是复杂，需十几道工序！厨师手快？还是此鱼非彼鱼？放下碗筷，记者再次来到餐厅后面，只见刚才点的那条鱼还在水池中悠闲地游着呢。

待记者吃完回到水族箱前查看，鱼又变成了九条，同时假后厨水池中那条鱼也不翼而飞了。

“郭林”东大桥店 水煮鱼找不到鱼眼睛

正午时分，记者来到郭林家常菜东大桥店，餐厅大堂坐满了前来就餐的顾客。“有水煮鱼吗？”“有！”话音刚落，男服务员就从店门口的水族箱里捞出一条鲈鱼装进塑料袋，一斤三两。

“吃鱼就要吃新鲜的，我们这里每天中午都要卖出去十几条鲈鱼。”服务员不断向记者推介手中的活鱼。

“你不会给我掉包换死鱼吧？”记者试探性地问。“大哥，瞧您说的，我们的鱼每天都不够卖！”随后，他还向记者支招辨别活鱼、死鱼的小窍门——“死鱼煮出来之后鱼眼睛不是凹进去就是没有，只有活鱼的眼睛会鼓出来。”

12点21分，得到记者的同意，服务员拎起塑料袋径直奔进后厨。

12点34分，一盆热气腾腾的水煮鲈鱼端上了桌，比炒一盘莴笋仅仅慢了不到5分钟。“这鱼是我们点的吗？做得也太快了吧？你看鱼眼睛都没有了，跟你刚才说的都不一样。”记者捞起鱼头质问道。

“这个……这个肯定是活鱼，鱼眼睛也有可能……被油给烫掉了。”服务员说话忽然变得不太利索。然而，直至吃完所有的水煮鱼之后，记者才惊讶地发现，盆里有鱼头、鱼肉、鱼尾，可愣是找不到鱼的脊梁骨。

一天的采访结束了，我们有句真心话想对众店家说：你们千万别只为追求小利而丢掉了诚信，那可是立业兴商之本啊！不要让活鱼“值班”死鱼下锅的事在京城继续上演。

（巩峥 陈红梅 于丽爽 华锴）





霸王致癌？证据不足

据香港《壹周刊》报道，霸王旗下中草药洗发露、首乌黑亮洗发露以及追风中草药洗发水，经过香港公证所化验后，均含有被美国列为致癌物质二恶烷。

随后，霸王公司首席执行官万玉华做出回应。该物质是在原料中出现，而且全行业大部分洗发水均有，强调含量少对人体无害。

霸王集团回应称，二恶烷是目前国内外清洁类、洗涤类产品中普遍存在且不可避免的物质。公司没有刻意在产品中添加二恶烷。它只是生产过程中的副产品，由所需使用之原材料或其他因素，且技术上无法避免，致含自然残留微量。产品中所发现之残留是微含量，并低于世界各地政府立法机构制定的安全水平，不会对消费者构成安全或健康疑虑及问题。

调查显示

十款畅销洗发水九款检出二恶烷

记者在近期展开的调查发现，市面上大多数洗发水产品均含有“二恶烷”。记者在某大型超市购买了市面部分畅销的10款洗发水产品，其中包括部分国内外知名洗发水品牌。随后，记者将这些洗发水送至“广东省保化检测中心”，(该机构是省级卫生化妆品监督检验机构，属于国家卫生部全国化妆品卫生监督抽检指定检验机构、广东省食品药品监督管理局认定的法定监督检验机构和“广州市质量监督监测研究院”(该机构是三大国家级化妆品质量监督检验中心之一)，两家权威机构进行检测。

几天之后，记者拿到了两大中心提供的检验报告，两份报告一致检测出：这10款畅销的洗发水中，有9款均

被检测出含有二恶烷。

国家药监局

含少量二恶烷对人体无害

媒体报道霸王洗发水含二恶烷以来，很多消费者都关心：霸王防脱洗发水还能用吗？霸王防脱洗发水会不会致癌？

国家药监局立即要求广东省食品药品监督管理局依法组织对该公司开展现场检查，并对相关的霸王洗发水产品进行抽检，结果显示，抽检样品中二恶烷的含量水平不会对消费者健康产生危害。

国家药监局曾于2009年3月21日在官方网站上发布了对卫浴产品中二恶烷安全风险评估的结果，评估结果与美国、澳大利亚等权威机构的结论一致。即日常消费品中(食品和药品除外)，二恶烷的理想限值是30ppm，含量不超过100ppm时，在毒理学上是可以接受的。

消费者

起诉霸王未获法院受理

据《法制晚报》报道，起诉霸王洗发液的是一名王姓律师。王律师在6月12日购买了价值49元的霸王洗发液后，港媒曝光霸王洗发液含有致癌物质二恶烷。

王律师认为，作为生产企业应当保证产品质量，保证其不会对消费者造成伤害。作为商业企业，对产品质量同样负有经营责任。在他看来，被曝含二恶烷后，霸王生产厂家拒不为消费者退款的做法对消费者不负责任。而且，该厂家事先并未将属于国家明令禁止使用物质的二恶烷，写入产品成分内，告知消费者。

同时,王律师认为,明星成龙曾为二被告生产经营的产品做广告,使原告相信了产品质量和效果,促成原告的消费行为,依据法律第三被告应对此承担连带责任。因此,在起诉霸王洗发液生产厂家的同时,王律师将销售商家乐福、广告代言人成龙一起告上北京朝阳法院。请求法院判令第二被告家乐福退还货款49元,赔偿精神损失1000元。

昨天上午,朝阳区人民法院南磨房法庭未对王律师的起诉立案受理,理由是王律师提出该产品有质量问题 and 该产品对自己造成伤害,均不能提供相关证据。

小知识·二恶烷

二恶烷: 有机化合物,别名二氧六环,无色液体,稍有香味。属微毒类,对皮肤、眼部和呼吸系统有刺激性,并且可能对肝、肾和神经系统造成损害,急性中毒时可能导致死亡。主要用作溶剂、乳化剂、去垢剂等。

健康危害: 本品有麻醉和刺激作用,在体内有蓄积作用。接触大量蒸气引起眼和上呼吸道刺激,伴有头晕、头痛、嗜睡、恶心、呕吐等。可致肝、皮肤损害,甚至发生尿毒症。侵入途径有吸入、食入,也可通过皮肤吸收。

含二恶烷是全行业现象? 有些洗发水原料本身夹带二恶烷

目前化妆品中所含二恶烷均为沐浴露和香波中主要的温和表面活性剂中的副产物带入。而目前化妆品规范2007版中不论是原料还是产品中被副产品带入的二恶烷均未作规定。

不论中国还是欧盟,不论东盟还是日本,现行化妆品管理对化妆品原料付产物二恶烷都未作规定,化妆品原料带入二恶烷也未作规定。所以市面上所有使用环氧乙烷加成工艺生产的表面活性剂都含有不同量的二恶烷,使用此类原料的化妆品也都含有不同量的二恶烷。

生产洗发水难以避免二恶烷? 新工艺可降低含量 成本要贵四到五倍

能否通过技术避免将这种有害物质带入到化妆品里面,或者将有害物质成分降到最低?

据了解,含二恶烷的表面活性剂并不是不可代替,目前已经有新的表面活性剂能达到更好的效果。业内人士称,洗发水企业在生产过程中,可以通过改进生产工艺,安装一种脱二恶烷装置,即可将二恶烷的含量降到更低,甚至

几乎检测不出。但此装置的生产成本要贵4到5倍,因此很多企业不愿意采购这种替代原料。

二恶烷含量多少才算有害? 多少含量算有害 各国至今无标准

国家药监局新闻发言人颜江瑛介绍,我国规定二恶烷为禁用物质,即不能作为化妆品生产原料即组分添加到化妆品的物质。如果因为技术原因可能在生产过程中将禁用物质作为杂质带入化妆品,则化妆品必须符合《化妆品卫生标准》和《化妆品卫生规范》对化妆品的要求,在正常、合理、可预见的使用条件下,不得对人体健康产生危害。而多少含量算有害?“目前各国均未制定化妆品中二恶烷的限量标准。”颜江瑛说。

美国食品药品监督管理局通过对二恶烷的长期监测,认为不超过79个ppm是可以接受的;澳大利亚则认为不超过100个ppm是允许的;中国台湾地区的限量规定为100ppm。

我国二恶烷测定进展如何? 二恶烷残留量测定国标有望年内出台

国家洗涤用品质量监督检验中心姚晨之副主任接受采访时透露,我国首个表面活性剂中二恶烷残留量的测定标准已经报给国家标准委进行审批,预计今年内即可出台。

姚晨之表示,我国目前没有针对二恶烷残留量的抽查检测任务,国家洗涤用品质量监督检验中心也没有对相关产品进行过检测。

姚晨之指出,二恶烷含量数值安全范围应该由国家卫生部门进行论证。





霸王防脱？没有审核

“如果霸王防脱洗发液真能防脱，为何公司老总陈启源的头发不怎么多？”在霸王被曝光含有致癌物质“二恶烷”之后，霸王的防脱功效也开始备受质疑，公司创始人陈启源脑门上头发略显“稀松”的照片在网络上传，并成为网友追问霸王防脱发是否有效的证据。

陈启源在用霸王防脱洗发液吗？如果在用，是否对自己的脱发起到了效果呢？虽然《每日经济新闻》就此问题多次和霸王方面联系，但截至发稿时仍未得相关回应。霸王防脱洗发液是否有效？防脱发作为一种特殊功效是如何通过相关部门审核呢？《每日经济新闻》就此展开了调查。

霸王“防脱功能”由谁认定？

“既然选择防脱洗发水，当然还是看重产品的防脱发效果了。”消费者张女士向记者表示。然而，当记者通过相关系统进行查询时，却发现霸王多款育发类产品在备注里都标明：“卫生部未组织对本产品所称功效进行审核，本批件不作为对产品所称功效的认可”。

既然卫生部门未对霸王的“特殊功效”作出认可，那么霸王所宣称的多种“育发”功效又从何而来？又是谁来对霸王的防脱功能进行审核？

在《化妆品卫生监督条例》和《化妆品卫生监督条例实施细则》中明确规定，特殊用途化妆品在投放市场前，必须进行产品卫生安全性评价。

按照国家食品药品监督管理局今年年初下发的《化妆品命名规定》及《化妆品命名指南》，化妆品命名不能提疗效，例如“防脱”、“生发”等。但“丽涛防脱

洗发液”、“霸王防脱洗发液”却是在数年前就获得了相关部门的批文。那么霸王防脱洗发液是否进行过相关的人体试用实验呢，相关结论如何？记者就此向国家药监局进行采访，希望查询相关实验报告，对此该局新闻处一人士回应称“我们该公布的都已经公布了，报告你们可以向企业要”。

然而，记者在卫生部及国家药监局的网站上都查不到相关的实验报告，仅有简单的批件信息。而霸王方面对相关采访传真、函件也不予回应。

防不防脱企业自己说了算？

“霸王防脱洗发液”与“丽涛防脱洗发液”为同一产品，成分相同。2003年8月29日，“丽涛防脱洗发液”获得卫生部批准允许生产的批件，随后霸王和丽涛两个商标同时出现在同一包装上，只不过“丽涛”两字非常小，容易被消费者忽视。

记者致电国家食品药品监督管理局新闻处，试图了解特殊化妆品的防脱等功效在卫生监管部门的行政审批过程，对此新闻处长申晨表示，“在化妆品生产方面，国家只对安全性进行审查，并不对功能进行审查。化妆品的特殊功效由企业自己负责。”

广东化妆品标准检测中心一位负责人也表示：“育发、防脱发类特殊用途化妆品的功效评价比较难做。一是脱发是由很多种因素引起的，在使用育发类产品的同时还会受很多因素影响，很难进行单纯的评价；二是要做育发类特殊化妆品功效评价的实验时间会比较长，至少需要几个月或半年时间才能看到效果。所以国家在这

方面并没有出台标准。”

国家食品药品监督管理局一位工作人员说得更为直接：“国家局只是负责行政审批，数以万计的产品如果都要一个个去检测，你觉得可能吗？这是厂家自己需要做的工作和内容，需要厂家自己承担这部分责任。”

上述广东化妆品标准检测中心负责人还告诉记者，目前国家并不对产品的这类功效进行评价，“有没有这个功效是企业自己的问题。”

监管漏洞让虚假宣传有机可乘

今年2月，国家食品药品监督管理局网站公布了《化妆品命名规定》和《化妆品命名指南》，强调医疗术语、明示或暗示医疗作用和效果的词语被禁止用于化妆品名称。另外，根据《化妆品命名指南》，处方、药方、药用、药物、医疗、医治等都属于医疗术语。规定还指出，虚假、夸大和绝对化的词语都不得用于化妆品命名。

然而据前述广东化妆品标准检测中心负责人观察，“目前市场上仍有很多产品都说有育发、防脱这个功效，有一些消费者对此并不了解，就会尝试去买。”由此，消费者往往成了一些化妆品企业违规行为的受害人。

“我国目前主要是针对生产许可环节进行管理，而国外的管理主要是靠行业自律。”7月27日，记者连线了江苏化妆品行业质量安全监督检验中心邹洁部长，邹洁表示目前国内对化妆品的管理采取的是多部门相互合作的模式，“国内对化妆品行业的监督管理职能涉及卫生部门、质检门以及工商管理部门，其中卫生部门负责生产许可、卫生许可批准这一块；质监部门负责化妆品国内生产加工以及国内市场质量；工商部门负责经营销售等渠道。现在卫生部门的原有职能已划到食品药品监督管理局，后者注重于化妆品的特殊许可这一块。”

业内人士告诉记者，多个职能部门参与管理在一定程度上削弱了监督力度，直接导致“特殊功效”成为管理部门触及不到的领域。“一个普遍现象就是，国内在化妆品检测方面存在漏洞和标准滞后的问题。”

目前没有一种药物能根治脱发

目前市场上的育发类产品琳琅满目，“防脱生发”、“汉方防脱”等产品宣传常常让消费者心生向往。

然而在实际的使用中，鲜有消费者对防脱效果感到满意。在中国法院网上有一则消费者起诉霸王虚假宣传的报道，消息称，“2006年8月28日，受到霸王公司有

关其产品‘不含化学成分’等广告的影响，原告陆先生在海淀区白石桥的家乐福方圆店购买了一瓶霸王防脱洗发液，用后效果并不理想，不仅达不到防脱固发的效果，而且还不时导致头皮过敏发痒。原告认为，霸王公司的广告有虚假性，为此要求霸王公司在法庭上向其赔礼道歉，并赔偿损失68元。”

据有关报道，去年中国医师协会、北京医疗整形美容协会联合向社会公布，目前没有一种药物能够根治脱发，各种防治脱发药物、防脱洗发液或所谓的“特殊用途化妆品”都不具备治疗功效。

中国医师协会皮肤科分会副主任朱学骏指出，头发的生长和脱落是有周期的。头发的寿命为2~8年，由生长期到休止期需要3个月的时间，由休止期到脱落期也需要3个月时间，生发产品在广告中宣称的“几日防脱一月后生发”根本就是无稽之谈。

朱学骏表示，生发产品中添加何首乌、川芎等中药成分最多可以起到黑发、扩张血管的作用，并没有解决病根。其实，很多生发产品都不能达到治脱发的目的。而生发梳等工具对改善头皮血液循环确实有一定帮助，但并不能预防掉头发。

那么消费者对于产品特殊效用表示质疑，可以申诉的渠道有哪些呢？记者致电上海质量监督局12365投诉热线，工作人员表示，有三种途径：一是需要消费者与厂家联系，并由厂家出示相关鉴定证明；二是厂家不承认做虚假广告，就需要消费者去国家第三方机构做检测，检验产品中是否含有防脱发方面的成分，如果检测出来确实没有这个成分，将由质监局进行厂家和消费者之间的调节；三是诉诸于法律，而法律依据就是这一份检验报告。

北京薪评律师事务所张韬律师认为，“国家既然未给予特殊用途化妆品认定，那么企业对自己所生产产品的特殊功效就需要自我举证。”

“中草药产品的概念是这样的，产品中含有中草药例如首乌、人参等成分，这些中草药确实有促进毛发生长的作用，但是并不表示该产品就一定有这个功效，所以企业不能就此宣称自己的产品有这样一个作用，实际上有没有这个功效，企业自己可能也没有做过相关鉴定。”上述广东省化妆品标准检测中心负责人表示。

该负责人感慨，“长期从事检验检测工作，我个人作为消费者不会特意选择中药材产品。中药材对我而言是一个概念性的东西，能起多大作用我是持怀疑态度的。”他告诉记者，不否认某些产品中会添加何首乌等提取物，中药作为药材食用，往往在进入血液循环系统以后才能起作用。“作为洗发水，用在头皮上恐怕很难进入血液当中并起作用。”（郑佩珊）



中药世家？疑云重重

霸王防脱洗发液被曝含有致癌物质二恶烷之后，又被曝是由丽涛品牌变身而来，霸王的“纯天然”说法遭到外界强烈质疑——霸王集团创始人陈启源真是“中药世家”吗？霸王洗发液真有“祖传秘方”吗？陈启源真是“帝王的后代”吗？……

记者赶赴陈启源的老家广东罗定，探寻霸王“中药世家”的发源地。

疑问1：1500年前帝王之后？

可能有人听说过，霸王创始人陈启源还是帝王后裔。

去年，霸王在H股上市之时，媒体报道中有这样一段描述：“陈启源祖籍广东罗定市。霸王方面提供给记者一本2007年罗定市地方志编辑委员会出版的《罗定史志》第一页中写到：据史料和陈氏族谱记载，陈启源的家世渊源可追溯到1500年前的陈朝开国皇帝陈武帝霸先。其后人继承了陈霸先一些医术，族人中多有行医

者,“中药世家”的称号逐渐流传开来。”

这也许是霸王“中药世家”宣传口号的由来。记者辗转联系到《罗定史志》该文的作者——罗定市志办前主任苏智勋。

当记者第一次拨通苏智勋电话时,对方回应“我不在市志办做了,我在陪朋友,我没有时间”,随即挂断了电话。

随后,记者再次拨打了苏智勋的电话,询问陈启源的家世追溯到陈霸先有何依据。苏智勋回答道:“他(陈霸先)当时在肇庆、罗定、三水等这一带活动的嘛。”当记者询问具体参考的史料时,苏智勋表示:

“肯定查了很多书,现在也说不清楚。我现在在另外的行业,不做这个了。我没时间跟你说。”随后,苏智勋挂断了电话。

2007年,《罗定史志》专门撰文为霸王作传。在罗定地方志办公室,《每日经济新闻》记者还看到,罗定市2009年39期《罗定史志》特地为霸王撰写贺文“祝贺霸王集团上市圆满成功”。

在陈启源的老家罗定市华石镇三屋村,记者见到了上述陈氏族谱。该族谱在一篇名为“追踪溯源世代久远”的文章中说“至谈先、霸先、休先为第60世”。

三屋村族谱编委会人员介绍,这本族谱从2004年开始修订,2006年修订完成,总共花了12余万元。记者从族谱看到,其中陈启源捐献了5.7万元,其弟陈启泉和其父陈敬芳也在捐赠数额较多者之列。陈启源为三屋村族谱编委会副主任,陈启泉为编委会委员,陈敬芳为编委会顾问。

陈启源在前面显眼的一页为该族谱题词:“锐意创新,再创辉煌”。

族谱的背面下方正中,印着金色粗体字:霸王国际集团控股有限公司赞助。

疑问2:“中药世家”历代行医?

由陈启源父子三人赞助修订的陈氏族谱,是证明陈启源与陈霸先以及中药世家“关系”的重要依据。

在霸王集团的企业网站上,这样写道:“据陈氏族谱记载,陈氏家族历代行医,熟谙各种中草药的药性,摸索出一套中草药养发的祖传秘方。陈氏家族第二十一代传人陈启源先生创建了霸王国际集团……”

陈氏家族是否真是历代行医呢?记者在三屋村随机采访了几位村民,对方均表示没有听说过陈启源父辈和祖父辈有过从医经验。

在陈氏族谱的记载中,所记录的该村第一代人名有道赞。在《陈氏族谱》中,从第一代道赞起,陈启源属

永寿支系,为21代子孙。在族谱的备注中,唯一记载从医的人为17代的陈文朝。该备注称,陈文朝“当中医生,在乡村中较有名气,任过四和堡堡长”。

陈氏族谱编委会一位成员也告诉记者,陈启源的爷爷陈琼芝虽然因为跟村医陈文朝学过而“懂药性”,但并没有从医,而是务农。

记者在该村的陈氏族谱上看到陈敬芳的介绍提到,“上世纪50年代是罗定围底红星制药厂创始人之一,对中草药有一定的研究”。

为此,记者前往罗定围底镇探访85岁高龄的邓超胜,邓超胜表示自己是陈敬芳在“围底制药厂”的同事,两人工作均为供销。对于陈启源祖上为陈霸先的说法,邓超胜表示“这种家族的事情很难说清楚的”。

三屋村有村民告诉记者,确实听说陈敬芳在制药厂做过,但他同时也在家里“干农活”。

疑问3: 博士学历不受认可?

究竟陈启源是如何走上“中药护发”之路的呢?

在尖岗中学念完高中后,陈启源离开家乡当兵3年。回乡之后,陈启源被其父托付给邓超胜,随其学习中药制作、采购等。

在这期间,跟随邓超胜学习并不是陈启源的唯一工作。一位在华石镇工作的村民告诉记者,陈启源曾经在华石镇开过农药厂,师傅邓超胜也表示知道陈启源做过杀虫剂。三屋村族谱编委会上述人士确认,陈启源当兵回来后在华石镇搞工厂,自己做农药,后来到广州华南农业大学搞农药,“搞到90年代就去搞洗发水,一直到现在”。

从陈启源的经历来看,其在创业前仅仅完成了高中学业,而在公开报道中,他却是加州美国大学DBA(工商管理博士)。霸王集团CEO、陈启源的妻子万玉华也拥有一模一样的博士学位。

这个加州美国大学究竟是什么来头?

在加州美国大学的校友会网站上,记者查到了“霸王国际董事长陈启源”的照片,这可以证明陈启源确实在此取得博士文凭。

“加州美国大学是一个没有经过认证的大学。”学术打假名人方舟子告诉记者。“它网站上提供的只是移民局和加州教育部门的注册信息,这些只能说明它是一个合法登记注册的学校,并不能说明他们经过了认证机构的认证。鉴别大学最简单的办法是去看中国教育部认可的美国大学名单。凡是经过认证的美国大学,都会得到教育部的认可。”

记者发现,在我国教育部最新公布的美国取得认证资格的大学名单中,并无“加州美国大学”。



网络团购 红火背后的无奈

时下，一种新兴电子商务模式——网络团购，正逐渐改变着中国人的消费方式，尤其受到网民的热切追捧。据了解，网络团购在仅仅出现两年多时间便已经成为了中国众多网民热衷的购物方式。在北京、上海、广州、深圳等城市的团购网站受到网民热捧。消费者通过专业团购网站一起消费，提高与商家议价的资本，使商家最大程度将商品让利售出。

现在各类团购网站打出的平均折扣多数在三折左右，巨大的价格跳水空间吸引了众多消费者投身其中，但花钱后却发现买来的服务并不尽如人意，红火的团购背后却留有一条“灰色的尾巴”。

e 惊现“发票三角债”

日前，团购导航网站“团800”经过对国内主要团购网站的调查和收集用户反馈，总结出消费者容易忽视的几大误区，其中最让人头疼的就是“发票三角债”。

消费者刘先生最近就经历了商家在发票问题上的来回“踢皮球”。他在某团购网站上参加一款泰国菜的团体消费，原价近200元的套餐仅售80多元，但就餐后商家拒绝开具发票，并回应说：“费用是团购网站收的，网站应当开具发票”。而当他找网站时，网站却让他和商家沟通。

一位业内人士对记者解释说，目前团购网站的运作流程都是先收钱，在消费者实施了消费行为之后再去跟商家集体结账，而且由于打折幅度很大，商家一般不再愿意承担“开发票”所产生的成本，“这就变成了要不

到的三角债”。

e 问题丛生待规范

在低价的诱惑下，团购显示出极大的魅力。然而，团购网站却问题丛生。除了发票问题，“超低价疯抢”也是很容易存在的消费误区。

此前有团购网站组织“负1元”抢购昂贵的电子产品，也就是说，消费者只要参加团购，不仅不付钱，还会得到1元“网站虚拟币”。当然，“负1元”本质上不是团购，而是一种招揽消费者的手段，参加抢购的电子产品往往数量稀少，而大量“喜获1元体验金”的消费者们为了使用掉这1元，就不得不参加下次的团购活动了。

此外，被消费者提及较多的还有团购人数“作假”和退货难题，这些也都是团购巨大折扣背后容易忽略的隐忧。根据“团800”网站对各团购的信息抓取数据，“很多网站的团购人数经常出现莫名暴涨，更改数据的嫌疑很大”，但消费者不明就里，还以为这就是正在流行的热门消费。

另外，还有退换货的问题，根据消费者的反馈，很多团购网站并不拒绝退换货，但要求消费者承担双向邮费，而一旦碰到假货，投诉无门的消费者也多半只能在自己建论坛里互相帮助。

e 游走在灰色地带

“1288又开始骗钱了。”日前记者在QQ上看到，网友“Neol”在“1288维权群”里的一条发言，使得原

■ BeiJing Consumers

本安静的群顿时热闹起来。在采访中,她向记者反映,买家往往是支付了定金却等不到货品。要想找网站投诉解决,网站负责人却一走了之。

7月22日上午,网友“Neol”发现,之前已停止运营的1288团购网,居然“重新开张”,推出了一单手机团购。“欠了这么多人钱,居然还能继续卖东西?”群友纷纷质问。

原来,6月中旬,多名网友曝出自己被1288网无故拖欠货款的遭遇。“1288维权群”群友“下弦月”告诉记者,她看中了1288网上一件原价几百元,现价65元的韩国服装,在把钱打到网站经营者黄维喻的支付宝里后,始终没有收到衣服。于是,她联系了网站客服。“客服的回复一直是衣服因为是韩国代购,需要12到15天。当时也没怎么在意,因为也不是第一次团购了,后来发现网站连续几天都登不上去,就去网上搜了一下,想看看还有没有人有这种问题,结果就搜到了这个群。”

1288网经营者黄维喻表示,自己是因为被联系的淘宝卖家骗走了定金,且由于黑客攻击网站造成用户信息丢失,因而不能给买家发货或退款。

对此,北京律师钱钧表示,网站经营者不能以上述情况作为拒绝退还消费者货款的理由。“消费者可以向网站经营者主张退还货款,网站经营者在偿付消费者后可以向连带责任人进行追偿。”钱钧说。

缺乏法律监管

据中国电子商务协会政策法律委员会负责人介绍,建立一个正规的团购网站并不像人们想象的那么容易。

“事实上,要办一个团购网站,需要的不仅仅是ICP备案,还有ICP经营许可证。”他介绍说:“申请ICP经营许可证应具备的条件,其中有一条就是经营者为依法设

立的注册资金大于等于100万元的内资公司,这就说明了团购网站的经营者必须是独立的经营实体,而非个人”。然而,之前黄维喻在接受媒体采访时称,建立一个团购网站的手续也非常简单,只需一个ICP备案即可。

更令人担忧的是,目前国内大部分团购网站都没有办理ICP经营许可证,交易欺骗等情况时有发生。同时,因为目前我国互联网相关法律中尚没有专门的法律对团购网站的经营活动进行规范,在一定程度上增加了有关部门的监察和执法的难度。

“但可以相信,随着团购行业的进一步成熟,必将有相关的规范会陆续出台。网络购物涉及到工商管理、信息管理、技术监督、公安机关等多个部门,工商局作为市场监管部门理所应当对现实的市场、虚拟的市场进行统一的管理。”钱钧说。(周净)

□ 关于网络团购

网络团购是通过互联网渠道将有相同购买意向的消费者组织起来,向厂商进行大宗购买的行为。尽管网络团购的出现只有短短几年时间,却已经成为在网民中流行的一种新消费方式。据了解,目前网络团购的主力军是年龄25岁到35岁的年轻群体,在北京、上海、深圳等大城市十分普遍。

作为一种新兴的消费模式,网络团购同所有网上购物一样,目前还缺乏相关法律法规的监督约束,这样就导致一些违法分子利用法律漏洞诈骗消费者。为了确保购物安全,消费者在选择团购博取优惠价格的同时,对团购平台的选择也应该谨慎小心。选择专业、信誉高的平台发起团购,或参加团购,即可以提高网购安全系数,团购产品的质量及售后服务也能有所保障。





北京市消费者协会发布 10种家电下乡洗衣机比较试验结果

我国是家用电动洗衣机生产大国，2008年产销量超过4200万台，居世界第一，同时，为了扩大农村消费、统筹国内外市场，也为了促进社会主义新农村建设、提高农民生活质量，国家出台了家电下乡政策。“家电下乡”运行近一年以来，取得了巨大的成绩，但同时在产品质量和服务方面也存在着一定的问题。为确保家电下乡项目中标并正在北京辖区销售的洗衣机产品质量符合标准要求，保护广大农民消费者的合法权益，打击假冒伪劣产品，北京市消协近期对10个品牌的中标下乡洗衣机进行商品比较试验。

一、试验样品及来源

本次试验样品由北京市消费者协会工作人员以消费者的身份从北京辖区的电器商场随机购买。产品涉及山东、安徽、江苏、广东等4个省市10家企业生产的10种家电下乡洗衣机样品。这些样品基本代表了北京市场销售的主要家电下乡洗衣机品牌，比较试验结果基本反映了北京市场上销售的家电下乡洗衣机的质量状况。

二、检验标准及项目

本次洗衣机样品委托国家家用电器质量监督检验中

心进行测试。依据GB 4706.1-1998《家用和类似用途电器的安全 第一部分：通用要求》、GB 4706.24-2000《家用和类似用途电器的安全 洗衣机的特殊要求》、GB 4706.26-2000《家用和类似用途电器的安全 离心式脱水机的特殊要求》、GB 12021.4-2004《电动洗衣机能耗限定值及能源效率等级》、GB 19606-2004《家用和类似用途电器噪声限值》、GB/T 4288-2008《家用和类似用途电动洗衣机》、0714-EMTC-3100/1《家电下乡推广产品（洗衣机）项目招标文件》、0714-EMTC-3247/1《全国推广家电下乡产品（洗衣机）项目招标文件》等标准及相应的检验方法对样品的洗净比、用水量、耗电量、噪声、含水率、漂洗性能、对触及带电部件的防护、结构、接地措施、耐潮湿、标志和说明、泄漏电流和电气强度等项目进行测试。

三、试验结果

经测试，10台洗衣机样品按照企业标注的能效等级检测，测试结果均符合GB 12021.4-2004《电动洗衣机能耗限定值及能源效率等级》标准规定的等级划分；按照GB/T 4288-2008《家用和类似用途电动洗衣机》标准测试，样品的对触及带电部件的防护、结构、接地措

施、耐潮湿、泄漏电流和电气强度等项目全部符合国家标准要求，家电下乡洗衣机产品安全性能有可靠保证；但依据企业使用说明书和洗衣机铭牌上明示的技术参数，2台洗衣机样品在用水量、耗电量指标中超过标准中规定的允许偏差范围存在瑕疵。

具体结果如下：

1、洗净比。洗净比是样品的洗净率和参比洗衣机洗净率的比值。它是反应洗衣机洗净性能的重要指标，洗净比值越大，说明该洗衣机洗得越干净，其能效等级也可能越高。本次比较试验中，所有样品洗净比指标等级检测结果均符合GB 12021.4-2004《电动洗衣机能耗限定值及能源效率等级》标准要求，且与企业明示洗净比相比，测试结果均在GB/T 4288-2008《家用和类似用途电动洗衣机》标准规定的明示值允许偏差范围（-0.035）之内。

2、用水量。用水量是指在洗涤过程中每公斤负载所消耗的水量（L/升）。该指标越小说明被测洗衣机越节水。经测试，所有样品用水量等级检测结果均符合GB 12021.4-2004《电动洗衣机能耗限定值及能源效率等级》标准要求。但与企业明示的用水量相比，只有合肥荣事达三洋电器股份有限公司生产的三洋牌XQB60-M810型洗衣机样品用水量指标超过了GB/T 4288-2008《家用和类似用途电动洗衣机》标准要求的明示值允许偏差范围（+5%）。

3、耗电量。耗电量是指在洗涤过程中每公斤负载所消耗的电量（kWh/千瓦时）。该指标越小说明被测洗衣机越节电。经测试，所有样品耗电量等级检测结果均符合GB 12021.4-2004《电动洗衣机能耗限定值及能源效率等级》标准要求。但与企业明示的耗电量相比，杭州松下家用电器有限公司生产的松下牌XQB60-Q640U型洗衣机耗电量超过了GB/T 4288-2008《家用和类似用途电动洗衣机》标准要求的明示值允许偏差范围（+7%）。

4、噪声。噪声是指洗衣机在正常使用条件下发出的声功率级噪声值。该指标越小越好。本次比较试验中，所有样品噪声检测结果均符合GB/T 4288-2008《家用和类似用途电动洗衣机》标准要求。

5、漂洗性能。漂洗性能是指洗衣机洗涤物上残留漂洗液相对于试验用水的碱度之差，也就是说反应的是洗涤结束后洗衣粉在衣物中的残留状况。该指标越小，说明洗衣粉在衣物中的残留越少，漂洗性能越好。本次

比较试验中所有样品该项指标均符合国家标准。

6、脱水性能。脱水性能是指脱水装置去除洗涤物中水分的能力。该值越小说明脱水后残留在衣物中的水分越少，也就是甩得越干。本次比较试验中所有样品该项指标均符合国家标准。

7、对触及带电部件的防护、结构、接地措施、耐潮湿、标志和说明、泄漏电流和电气强度。这些检测项目是洗衣机产品安全指标。经测试，所有样品这些指标均符合国家标准，消费者可以放心选购。

四、消费提示

1、消费者购买家电下乡产品应事先了解家电下乡政策，确认家电下乡产品型号、最高限价和销售网点名单（可登陆www.jdxx.gov.cn或致电400-887-3200查询）。

2、消费者购买家电下乡产品应到指定的销售网点购买，并索要正规税务发票。

3、消费者选购洗衣机在选购时都应注意选择口碑较好的品牌，外壳及内桶（滚筒）应光滑、无变形；使用说明书、合格证和保修卡等齐全。

4、消费者购买家电下乡产品开箱时，要注意验证及保存产品标识卡（粘贴在说明书封面上），确定标识卡正确完好后，方可从说明书上取下标识卡，并以此作为申领补贴的重要凭证。无标识卡的产品应拒绝接受。购买家电下乡产品后，需将标识卡上的卡号、产品编码的条形码和购买人的个人信息告知网点销售人员，进行销售登记以备补贴。

5、洗衣机其正面粘贴有能效标识，消费者可以根据能效标识标注的数据来选择合适的产品。

6、双桶洗衣机购买时要注意定时器是否能正常使用，转动时是否顺畅，是否能恢复零位。脱水时机身应平稳、无过大的噪声与振动，脱水过程中打开脱水桶盖，脱水桶应能迅速停止转动；全自动波轮式洗衣机购买时要注意内桶波轮转动是否灵活，有无异常声音，控制面板按钮是否易于操作，脱水过程中打开上盖时洗衣机能否停止运转，设定的程序能否按其设定运转，进排水阀的控制是否正常；全自动滚筒式洗衣机购买时要注意洗涤程序能否正常运转，洗涤过程中是否有自动门锁，门的密封是否良好，进水阀、排水泵（阀）控制是否正常。

7、洗衣机在使用前应仔细阅读其使用说明书，了解其注意事项和使用方法；洗涤前取出口袋中物品，以防有尖锐物品划伤衣物和洗衣机；洗衣量不宜过多，否则负载过大会使电机过热发生危险。

家电下乡洗衣机体验调查结果

为配合家电下乡洗衣机比较试验，了解家电下乡洗衣机服务质量，市消协于5月下旬开展了家电下乡洗衣机售后服务调查体验活动。

本次活动分别在房山、大兴、延庆、密云四个郊区县同时进行，消费者以亲身体验的方式拨打10个品牌家电下乡洗衣机厂家售后服务热线电话、记录维修人员上门时间、察看售后维修人员有无厂家标志（胸牌）。从体验结果来看，本次涉及的10个品牌家电下乡洗衣机的售后服务能够满足农村消费者的要求，反映良好，如海尔、澳柯玛洗衣机的售后服务人员为距延庆县城60公里外的消费者提供服务时，仍然能及时赶到，且服务态度良好，令消费者感动。

体验结果如下：厂家服务热线一次拨通的品牌有：海尔、美的、小天鹅、松下、三洋、TCL、三星；售后维修人员及时上门服务的品牌有：海尔、美的、小天鹅、荣事达、三洋、澳柯玛、TCL、三星；售后维修

人员厂家标志（胸牌）明显的品牌有：荣事达、美的、松下、三洋。

存在的主要问题是个别品牌售后服务热线电话不畅通，不能按约定时间及时上门，服务人员没有明显的厂家标志及服务态度不好等问题。如房山TCL维修人员上门时没穿厂家标志的工作服，也没有胸牌等明显标志，且先要上门费，服务态度不好；延庆美菱售后服务电话二天才拨通且上门不及时；大兴三星维修人员实际上门时间与预约上门时间相差一天。

为此，市消协建议家电下乡洗衣机厂家：1、提高对家电下乡产品售后服务重要性的认识，强化员工服务意识。2、保持售后服务电话畅通。3、合理布局维修网络。要考虑郊区的路况和维修点与消费者间的距离，合理安排时间，尽可能保证在约定的时间内上门。4、企业对上门维修人员要统一着工装并佩戴胸牌等厂家明显标志，提倡规范化服务。

家电下乡洗衣机比较试验结果

序号	生产企业	商标	型号	规格/kg	洗净比		用水量L/kg		耗电量kWh		洗涤噪声dB(A)		脱水噪声dB(A)	
					明示值	实测值	明示值	实测值	明示值	实测值	明示值	实测值	明示值	实测值
1	青岛澳柯玛股份有限公司	澳柯玛	XPB85-2119S	8.5	0.80	0.814	197	156.40	0.17	0.17255	59	59.0	69	60.5
2	合肥美菱家电工贸有限公司	美菱	XQB65-8082VC	6.5	0.80	0.842	156	152.75	0.11	0.1079	62	48.4	72	65.7
3	合肥荣事达三洋电器股份有限公司	三洋	XQB60-M810	6.0	0.84	0.826	120	131.40	0.10	0.1008	58	51.5	62	62.8
4	TCL集团股份有限公司	TCL	XQB50-51SZ	5.0	0.81	0.851	120	118.00	0.085	0.0845	59	51.3	65	64.7
5	无锡小天鹅股份有限公司	小天鹅	XQB62-308G	6.2	0.82	0.829	138	137.02	0.105	0.1023	62	54.9	67	65.6
6	合肥荣事达洗衣设备制造有限公司	荣事达	XQB55-648G	5.5	0.80	0.834	115	118.25	0.09	0.09295	60	55.0	68	64.6
7	合肥美的洗衣机设备制造有限公司	美的	MB5501	5.5	0.80	0.823	115	113.30	0.09	0.0891	60	53.8	68	67.2
8	杭州松下家用电器有限公司	松下	XQB60-Q640U	6.0	0.81	0.809	140	139.20	0.09	0.1014	62	49.4	72	62.5
9	青岛海尔洗衣机有限公司	海尔	XQB60-7288	6.0	0.80	0.858	108	105.60	0.10	0.099	56	55.7	66	65.8
10	苏州三星电子有限公司	三星	XQB50-Q85	5.0	0.80	0.813	120	113.00	0.085	0.0735	60	58.0	68	64.7

序号	生产企业	商标	型号	含水率	漂洗性能 10 ⁻² mol/L	标志和说明	对触及带电部件的防护	耐潮湿	泄漏电流和电气强度	结构	接地措施
1	青岛澳柯玛股份有限公司	澳柯玛	XPB85-2119S	62.0%	0.042	合格	合格	合格	合格	合格	合格
2	合肥美菱家电工贸有限公司	美菱	XQB65-8082VC	90.6%	0.044	合格	合格	合格	合格	合格	合格
3	合肥荣事达三洋电器股份有限公司	三洋	XQB60-M810	83.5%	0.057	合格	合格	合格	合格	合格	合格
4	TCL集团股份有限公司	TCL	XQB50-51SZ	76.7%	0.042	合格	合格	合格	合格	合格	合格
5	无锡小天鹅股份有限公司	小天鹅	XQB62-308G	76.2%	0.041	合格	合格	合格	合格	合格	合格
6	合肥荣事达洗衣设备制造有限公司	荣事达	XQB55-648G	81.9%	0.059	合格	合格	合格	合格	合格	合格
7	合肥美的洗衣机设备制造有限公司	美的	MB5501	89.2%	0.042	合格	合格	合格	合格	合格	合格
8	杭州松下家用电器有限公司	松下	XQB60-Q640U	81.9%	0.048	合格	合格	合格	合格	合格	合格
9	青岛海尔洗衣机有限公司	海尔	XQB60-7288	80.9%	0.038	合格	合格	合格	合格	合格	合格
10	苏州三星电子有限公司	三星	XQB50-Q85	75.7%	0.033	合格	合格	合格	合格	合格	合格

注：1、比较试验结果只对购买的样品负责，本表中排名不分先后；2、部分测试项目国家标准规定的明示值允许偏差范围：洗净比为-0.035、用水量为+5%、耗电量为+7%、噪声为+3分贝。

2010年家电下乡洗衣机售后服务调查情况统计表

	澳柯玛			美菱			三洋			TCL			小天鹅		
	售后电话	上门时间	厂家标志	售后电话	上门时间	厂家标志	售后电话	上门时间	厂家标志	售后电话	上门时间	厂家标志	售后电话	上门时间	厂家标志
房山	1次拨通	报修第2天	无标志	1次拨通	报修第2天	工作服	1次拨通	报修当天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	无标志	1次拨通	报修当天	工作服
延庆	1次拨通	报修当天	胸牌	4次以上拨通	报修第4天	胸牌	1次拨通	报修第2天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	无标志	1次拨通	报修第2天	胸牌工作服
大兴	2次拨通	报修第2天	胸牌工作服	2次拨通	报修第3天	工作服	1次拨通	报修第2天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	胸牌工作服
密云	1次拨通	报修第2天	工作服	1次拨通	报修第2天	工作服	1次拨通	报修当天	胸牌工作服	1次拨通	报修第2天	工作服	1次拨通	报修当天	胸牌工作服

	荣事达			美的			松下			海尔			三星		
	售后电话	上门时间	厂家标志	售后电话	上门时间	厂家标志	售后电话	上门时间	厂家标志	售后电话	上门时间	厂家标志	售后电话	上门时间	厂家标志
房山	1次拨通	报修当天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	胸牌工作服	1次拨通	报修第2天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	工作服	1次拨通	报修第2天	工作服
延庆	2次拨通	报修第2天	胸牌工作服	1次拨通	报修第2天	胸牌工作服	1次拨通	报修第3天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	无标志	1次拨通	报修第2天	工作服
大兴	1次拨通	报修第2天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	胸牌工作服	1次拨通	报修第2天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	胸牌工作服	1次拨通	报修第2天	胸牌工作服
密云	1次拨通	报修当天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	胸牌工作服	1次拨通	报修当天	胸牌工作服	1次拨通	报修第2天	胸牌工作服	1次拨通	报修第2天	胸牌工作服



没有一种蚊香完全无毒

市消协建议消费者尽量不用蚊香产品

时值盛夏，蚊虫叮咬成为令人头疼的问题。为了防止蚊虫叮咬，家用卫生杀虫用品已成了人们生活的必需品。为了解北京市场上家用卫生杀虫用品的质量状况，维护消费者的合法权益，科学引导指导消费，促进家用卫生杀虫用品行业健康发展，北京市消费者协会近期对30种家用卫生杀虫用品开展了比较试验。

一、试验样品及来源

本次比较试验的样品由北京市消费者协会工作人员以普通消费者的身份从北京市的商店、超市随机购买。购买的家用卫生杀虫用品样品全部标称为合格品，涉及天津、上海、广东、浙江、江苏、河北、福建、安徽8省市18家生产企业生产的30种家用卫生杀虫用品。样品除廊坊乐万家联合家化有限公司生产的乐万家牌檀香型5双盘蚊香样品为2010年6月生产，剩余29种样品均为2010年5月前生产。样品包括盘式蚊香14种、电热片蚊香8种、电热蚊香液8种，基本覆盖了北京市场上销售的家用卫生杀虫用品的主要品牌，比较试验结果基本反映了北京市场家用卫生杀虫用品的质量状况。

二、检验标准及项目

本次比较试验委托北京市轻工产品质量监督检验一站依据GB18418-2001《家用卫生杀虫用品-电热蚊香液》、GB18417-2001《家用卫生杀虫用品-电热片蚊香》、GB18416-2001《家用卫生杀虫用品-盘式蚊香》、参照GB24330-2009《家用卫生杀虫用品安全通用技术条件》等标准对盘式蚊香样品有效成分含量、连续燃点时间、药效、烟尘量、标志；电热片蚊香样品有效成分含量、药效、标志；电热蚊香液样品有效成分含量、耗量、标志等指标进行测试。此外，电热蚊香片样品在药效按企业明示时间达到后又增加了1.5小时和3小时的药效试验，电热蚊香液样品在按生产企业明示时间达到后又增加了药液即将全部耗尽时的药效试验。

三、测试结果

比较试验中30种测试样品有25种样品所检项目全部符合国家标准，其中盘式蚊香11种，电热蚊香片8种，电热蚊香液6种，占总样品数的83.3%。具体结果如下：

1.蚊香的连续燃点时间。国家标准中规定“连续燃

“点燃时间 ≥ 7 小时，中途不得熄灭”。此项要求是考虑到使用者最低的睡眠时间是7小时左右，蚊香点燃后通过药剂的挥发，对于蚊虫起到驱灭的作用，从而保证使用者在睡眠时间不受蚊虫的叮咬和侵袭。本次比较试验中，只有河北省蠡县冀鑫精细化工有限公司生产的蚊敌牌5双盘无烟黑蚊香样品，连续燃点时间明示为9小时，实测为5小时10分钟，未达到国家标准要求。

2. 蚊香的烟尘含量。在GB24330-2009《家用卫生杀虫用品安全通用技术条件》标准中，规定无烟蚊香烟尘量 $\leq 5\text{mg/g}$ 、微烟蚊香烟尘量 $\leq 30\text{mg/g}$ 。烟尘量的要求主要是控制烟尘量，提高消费者的生活质量，增强低碳环保意识，保护环境，是一项新的指标。经测试，本次比较试验所有样品均符合国家标准要求。

3. 药效。药效是产品在规定的条件下及规定的时间内应达到驱灭蚊虫的效果。通常是以KT50值大小来显示。KT50值是在规定的条件下，50%的试虫被击倒所需的时间，也就是说药效的好坏直接反映了驱蚊效果，直接关系到消费者使用的效果。在国家标准中规定盘式蚊香、电热蚊香片、电热蚊香液KT50 ≤ 8.0 分钟。本次比较试验的30种样品有29种药效符合国家标准要求，只有天津阿斯化学有限公司生产的安速牌净含量42毫升电热蚊香液样品未到明示使用时间时药液耗尽，无法进行药效试验。

此外，8种电热蚊香片样品中，河北康达有限公司生产的枪手牌无香型电热蚊香片样品在超过明示时间1.5小时后测试药效KT50值超过8分钟，其余电热蚊香片样品在超过明示时间3小时后测试药效KT50值均在8分钟之内，本次比较试验样品中电热蚊香片药效指标整体较好。

电热蚊香液样品在耗量合格的基础上增加了试验时间，直至药液即将全部耗尽为止，测试药效。本次比较试验8种电热蚊香液样品中除天津阿斯化学有限公司生产的安速牌净含量42毫升电热蚊香液样品外，剩余7个样品药液即将全部耗尽时均符合KT50 ≤ 8.0 分钟的标准要求。

4. 有效成分含量。有效成分含量是家用卫生杀虫用品中具有生物杀虫活性的化学成分，也就是说这些化学成分以一定的含量存在于产品中，通过加热或点燃以气体状态作用于蚊虫，起到驱灭蚊虫的效果。2010年5月前实行的国家标准要求有效成分含量应在产品包装上明示并且不得低于产品明示的含量。2010年5月1日新实施的GB24330-2009《家用卫生杀虫用品安全通用技术条件》增加了有效成份含量允许的波动范围：蚊香的有效成份含量允许波动范围不高于明示值的40%，不低于明示值的20%；电热蚊香片有效成份含量允许波动范围不高于明示值的25%，不低于明示值的10%；电热蚊香液有效成份含量允许波动范围不高于明示值的35%，不低于明示值的10%。

本次比较试验中30个样品有4个样品存在有效成份含量不足或以其他农药冒充包装明示农药的问题，包括电热蚊香液1个，盘式蚊香3个。其中有2个样品有效成分含量实测值低于明示值，它们是：江苏庄臣同大有限公司生产的全无敌牌45毫升 $\times 2$ 瓶电热蚊香液；安徽正峰日化有限公司生产的春蛙牌10单盘装蚊香；2个样品明示的有效成分未检出，它们是：晋江金童蚊香制品有限公司生产的金童牌净含量为175克5双盘无烟蚊香，明示有效成分是Es-生物烯丙菊酯，实测是氯氟醚菊酯，厂家反复称用错包装；河北省蠡县冀鑫精细化工有限公司生产的蚊敌牌5双盘无烟黑蚊香，明示有效成分是富右旋反式烯丙菊酯，实测是四氟甲醚菊酯，严重误导消费者。

5. 电热蚊香液的耗量。国家标准中规定药液按厂家明示时间试验后，应保证仍有药液可供挥发，药效仍符合KT50 ≤ 8.0 分钟。耗量指标是考核电热蚊香液药液部分是否能够满足明示的使用时间，以保证消费者的合法权益。8种电热蚊香液样品中有7个样品药液即将全部耗尽时符合KT50 ≤ 8.0 分钟的标准要求，只有天津阿斯化学有限公司生产的安速牌净含量42毫升电热蚊香液样品，明示使用时间720小时，实际使用672小时药液耗尽，未达到国家标准要求。

6. 标志。标志是提供选购商品的指南，标志明示清楚，才能易于消费者选购商品。本次比较试验中，此项指标只有蠡县冀鑫精细化工有限公司生产的蚊敌牌5双盘无烟黑蚊香，标志中无产品执行的标准号、生产日期和保质期或产品批号和限期使用日期、产品质量检验合格证。

四、提醒消费者

1、建议消费者节制使用蚊香类产品，能不用时尽量不用，没有一种蚊香是对人完全无毒的。

2、婴幼儿大脑尚未发育完善，有婴幼儿或孕妇的家庭不应使用蚊香等杀虫剂，可采用蚊帐等物理方法防蚊。

3、消费者如果条件允许，应尽量使用电蚊香片或液体蚊香，因为这两种蚊香是药液直接散发，不用借助辅助材料的燃烧，不会因燃烧不充分产生其他有害物质。

4、建议消费者在正规商场或超市购买家用卫生杀虫用品，选择有信誉的大企业生产的产品，不要贪图便宜在游商、摊贩等不正规的渠道购买，同时应妥善留存购物凭证，以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。

5、消费者在选购时要注意商品的标识标注是否有制造商的名称、地址及使用说明，商品有没有生产日期，农药登记证号，是否在有效期内，并检查包装是否完整，产品是否完好，没有损坏。

北京市消费协会盘式蚊香比较试验结果

样品名称	商标	规格型号	标称生产企业	连续燃点时间 (标准要求应≥7h)		烟尘量 (标准要求无烟烟量X≤5mg/g、微烟烟量X≤30mg/g)		有效成分含量 (标准要求不得低于产品明示的含量)		药效 (标准要求KT50≤8.0min)	其它
				产品明示	实测值	产品明示	实测值	明示值	实测值		
榄菊蚊香	榄菊	大盘装 净含量: 155克	中山榄菊日化实业有限公司	未明示	8h55min	微烟	14.6	四氯甲醚菊酯含量: 0.03%	四氯甲醚菊酯含量: 0.04%	2min11s	/
黑蚊香	飞毛腿	净含量: 32克×5双盘	江苏爱特福气雾剂有限公司	未明示	8h50min	微烟	17.8	Es-生物烯丙菊酯含量: 0.15%	Es-生物烯丙菊酯含量: 0.2%	2min35s	/
三洁 (无烟) 蚊香	劲扑	10盘装 净含量: 150克	保定市一诺日化科技有限公司	未明示	8h20min	无烟	0.6	富右旋反式烯丙菊酯≥0.20%	富右旋反式烯丙菊酯: 0.22%	1min58s	/
蚊香	睡の香	净含量: 175克 大盘无烟檀香	江苏三笑集团有限公司	未明示	8h15min	无烟	1.5	四氯甲醚菊酯含量: 0.02%	四氯甲醚菊酯含量: 0.05%	1min26s	/
微烟蚊香	乐万家	檀香型 5双盘	廊坊乐万家联合家化有限公司	未明示	8h15min	微烟	5.8	富右旋反式烯丙菊酯0.25%	富右旋反式烯丙菊酯0.26%	1min50s	/
蚊香	李字	净含量: 32克×5双盘	浙江李字蚊香股份有限公司	未明示	8h5min	微烟	5.5	四氯甲醚菊酯0.02%	四氯甲醚菊酯0.04%	1min41s	/
蚊香	全无敌	净含量: 35克×5双盘	江苏庄臣同大有限公司	未明示	7h34min	/	/	四氯甲醚菊酯含量: 0.015%	四氯甲醚菊酯含量: 0.016%	1min47s	/
蚊香	雷达	10盘装净含量 (重量): (31+5)克×5双盘	上海庄臣有限公司	未明示	7h15min	/	/	右旋烯丙菊酯含量: 0.15% 炔丙菊酯含量: 0.03%	右旋烯丙菊酯: 0.15% 炔丙菊酯: 0.03%	2min27s	/
蚊香	超威	净含量: 155克 (10单盘)	广州立白企业集团有限公司	未明示	8h35min	/	/	氯氟醚菊酯含量: 0.08%	氯氟醚菊酯含量: 0.08%	2min31s	/
刘老根蚊香	刘老根 LMLGEn	10盘装净含量: 175克	保定安康蚊香有限公司	未明示	7h 50min	无烟	0.2	富右旋烯丙菊酯≥0.02%	富右旋烯丙菊酯: 0.03%	1min27s	/
蚊香	春蛙	10单盘装净含量 (重量): (160克±5)	安徽正峰日化有限公司	未明示	7h30min	/	/	氯氟醚菊酯含量: 0.05%	氯氟醚菊酯含量: 0.04%	1min29s	/
无烟蚊香	金童	净含量: 175克 5双盘	晋江金童蚊香制品有限公司	未明示	7h15min	无烟	1.0	Es-生物烯丙菊酯含量: 0.17%	氯氟醚菊酯	2min21s	/
银燕蚊香	银燕	10盘装 无烟型	源达日化 (天津) 有限公司	8h	8h	无烟	5.0	富右旋反式烯丙菊酯0.23%	富右旋反式烯丙菊酯0.23%	3min49s	/
无烟黑蚊香	蚊敌	5双盘	蠡县冀鑫精细化工有限公司	9h	5h10min	无烟	3.9	富右旋反式烯丙菊酯0.26%	四氯甲醚菊酯	1min40s	标志 (无产品执行的标准号 生产日期和保质期或产品批号和限期使用日期、产品质量检验合格证)

注: 1、比较试验结果只对购买的样品负责, 本表中排名不分先后; 2、本次比较试验测试标准: GB18418-2001《家用卫生杀虫用品 电热液体蚊香》、GB18417-2001《家用卫生杀虫用品 电热片蚊香》、GB18416-2001《家用卫生杀虫用品 盘式蚊香》、参照GB24330-2009《家用卫生杀虫用品安全通用技术条件》。3、样品除廊坊乐万家联合家化有限公司生产的乐万家牌檀香型5双盘蚊香样品为2010年6月生产, 剩余29种样品均为2010年5月前生产。

美容服务 应注意三个法律问题



本栏目由北京市律师协会消费者权益法律专业委员会协办

本期主持：宋立颖律师

八年执业经历，积累了丰富的法律执业经验，执业机构为北京市盈科律师事务所，主要从事诉讼及非诉讼法律服务工作。尤其在公司法律事务、合同法律业务、劳动人力资源、知识产权等法律事务中作为专长业务！

案例一：

北京市朝阳区人民法院审理一起关于美容服务合同的案件，刘女士与某美容美体公司签订了一份减肥服务协议。该美容美体承诺自2009年3月31日起5个月内将刘女士的体重由200斤减到135斤，并确保不反弹。如减不到135斤，1个月内无条件全额退款。签订协议后，刘女士按约支付了费用。但经多次接受服务，并没有达到该美容机构所承诺的减肥效果，故被诉至法院，要求被告退还全部服务费，并赔偿交通费、误工费、精神损失等1万元。朝阳法院经审理认为，刘女士提交的证据能够形成一个完整的证据链条，足以证明其交纳了美容费用后，该美容美体公司所提供美容服务未达到减肥效果，根据该美容美体公司做出了无效退款的明确承诺，法院对于刘女士要求退还服务费的诉讼请求予以支持。该美容美体公司未到庭应诉，不影响法院依据查明的事实，依法作出处理。故判决该美容美体公司退还服务费。

案例二：

石女士为瘦身去某美容中心接受了瘦脸和瘦腿的美容治疗，办理该美容院的会员卡，但在美容院进行注射治疗后，却导致肉毒中毒，才发现注射药物为肉毒素，石女士认为中毒原因系被告为其做美容治疗时注射肉毒过量引起，石女士诉至法院，要求二被告公开赔礼道

歉、支付医疗费、误工费、赔偿精神损害抚慰金共计121337.2元，退还美容费6600元。法庭上，被告某美容中心不承认石女士曾在该美容院做过治疗，石女士拿出美容院的会员卡 and 广告折页纸，及石女士持有的美容中心专门印制的名片，经审理，法院认为，作为医疗损害赔偿纠纷，原告对其与被告存在医疗行为及损害后果承担举证责任，被告对其诊疗行为与原告的损害后果没有因果关系及诊疗行为没有过错承担举证责任。原告提供证据足以证明其在该美容中心接受了针剂注射美容，随后发生中毒行为而住院治疗。被告仅以矢口否认应对，不提供任何证据，不能证明其诊疗行为没有过错或者其行为与原告的损害后果没有因果关系，因此，法院作出美容院承担赔偿责任的相关判决。

律师点评：

据中国消费者协会统计，2009年全国美容美发、洗浴投诉量同比上升16.7%，成为新的投诉热点。上述统计数据说明随着人民生活水平的提高，人们对自身美的追求也日渐高涨，人们对美容类的消费性需求在逐步扩大，同时也要求提供这种美容服务类的行业机构也要提高和完善自己的服务水平。因为目前多数的美容美体消费类投诉及法律诉讼纠纷案件中，主要涉及的问题是多数美容机构发布严重失实的虚假广告，

夸大美容产品或服务的效果，对可能危及消费者人身安全的服 务，未作出真实说明和明确警示可能产生的副作用。上述案例中涉及到的问题是诸多的美容类纠纷案件中遇到普遍性法律问题，同时也关系到目前我国美容机构在为消费者提供美容服务过程所面临的信任危机及法律的风险。在此笔者对消费者在接受美容服务过程中应注意的相关法律问题以及发生相关的损害纠纷后应如何维权作简要的分析。

消费者要根据自己的消费需求选择美容机构，以便针对性的进行美容消费。

目前我国将美容为医疗美容和生活美容，两者在概念上的区分为：生活美容是通过运用化妆品、保健品和非医疗器械等非医疗性手段，对人体进行诸如皮肤护理、按摩等带有保养或保健性的非侵入性的美容护理。生活美容机构只要得到政府有关部门申请批准，取得法人资格的工商营业执照及必要的卫生部门的许可证和税务部门的纳税登记便可进行营业活动。生活美容机构的从业人员对美容师的要求不是很高，只要掌握基本的专业知识，通过短期培训后便可上岗工作，无统一的技术职称标准和认定。而医疗美容是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑。医疗

美容机构从事的的医疗行为必须遵守卫生行政主管部门对从事医疗行为机构的要求，则还须符合我国法律及医疗行业管理的规定办理设置审批和登记注册手续，经卫生行政部门登记注册并获得《医疗机构执业许可证》后方可开展执业活动，在医疗美容诊疗服务范围内进行经营活动。同时，对医学美容院的美容师的要求也非常严格，负责实施医疗美容项目的主诊医师必须具有执业医师资格，经执业医师注册机关注册；具有从事相关临床学科工作经历；经过医疗美容专业培训或进修并合格，或已从事医疗美容临床工作1年以上；以及省级人民政府卫生行政部门规定的其他条件。

另外，医疗美容与生活美容两者的经营范围是完全不同的，医疗美容包括光疗，冷冻，抽吸、注射及填充，化学剥脱，激光等有创和无创性治疗，头面部、乳房、躯干、会阴部整形手术及包括穿耳孔术、肉毒毒素美容注射在内的其他整形手术，并按照《医疗美容分级管理目录》根据机构级别限制项目开展范围。而实际上，正规生活美容机构则主要开展形象设计、发型设计及理发、化妆品销售及化妆技巧、皮肤护理、保健按摩、健胸、减肥等带有保养或保健性的非侵入性的美容服务，美容院根本不具备合法的经营范围从事医疗美容服务，但大多数的美容院存在超范围违法经营的情况，



由于社会上医疗美容和生活美容往往还界定不清，消费者在进行美容消费时对医疗美容与生活美容不进行区分，多数消费者认为两者不会有太大区别，盲目消费，使得那些不具备医疗美容从业资格的美容院混水摸鱼，在不具备《医疗机构执业许可证》的情况下，违反法律规定，擅自开展医疗美容执业行为，其服务水平不高，质量难以保证，导致美容消费投诉纠纷频发。

消费者在选择美容机构后，如何理性消费，尽量避免可能发生的法律风险？

消费者为生活美容的需要进行日常的美容消费时，一般要注意到合法经营的美容院进行消费，消费时要持理性态度，对一些美容机构发布严重失实的虚假广告，夸大美容产品或服务的效果，要有针对性的进行甄别，尤其对通过出售打折的预付卡和送赠品等促销方式要提高警惕，对美容院出售的美容产品是否符合国家卫生、生产标准都要进行甄别。

如消费者通过整形整容进行美容消费时，一定要慎重考虑行之，对术前的美容方式及进行消费时可能的法律风险要有清楚了解。

1、是要注意查看该美容服务机构是否具有医疗机构执业许可证，主治的医师是否具备专业资格证书。

2、要与美容服务机构签订医疗美容服务合同，合同中内容条款要具体明确，一旦双方发生争议合同能够作为纠纷的重要依据。合同中要有医生和患者签名。合同内容应该包括与受术者相关的、受术者必须知道的一些情况。例如：手术大概怎么进行、用的是什么材料、材料特点、手术后可能出现什么情况、拆线时间、恢复时间、并发症等。

3、要在手术前留存相片。美容手术都要进行符合医学摄影要求的局部照相。可作为日后发生纠纷的证据保存，同时美容机构也能作为手术资料保存，供临床科学研究使用。

4、要保存每次的就医资料。消费者手术后要注意留下例如：收据、挂号单、诊疗记录等书面材料。一旦发生纠纷，上述资料能够作为原始书面证据以便维护消费者权益。

5、最好在手术前多咨询一下相关的医疗美容机构，作到对自己的美容手术心中有数，在手术中使用的产品及材料要求提供合格证书或检验证明。

发生美容纠纷后，消费者如何进行维权？

消费者在接受美容服务过程中发生纠纷，要注意根

据自身发生损害的不同类别与程度提出相应的诉讼请求。从目前发生的多数案件并结合目前我国法律规定，医疗美容纠纷案件为医疗美容服务合同纠纷。



《中华人民共和国合同法》第一百二十二条规定：

“因当事人一方的违约行为，侵害对方人身、财产权益的，受损害方有权选择依照本法要求其承担违约责任或者依照其他法律要求其承担侵权责任”。对于这类纠纷，究竟按违约之诉来主张，还是按侵权之诉来主张，《合同法》第一百二十二条赋予原告进行选择的权利。如消费者是基于医疗美容服务合同而发生纠纷，作为合同一方的消费者可以根据实际情况主张违约或侵权诉讼主张。合同法规定，当事人不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，就要承担违约责任，违约责任是指合同当事人违反合同约定，不履行义务或者履行义务不符合约定所应承担的责任。如消费者选择违约之诉，则应当依据《合同法》第七章违约责任的规定提出自己的主张，但在此类诉讼中消费者不能请求精神损害赔偿。

侵权行为是指行为人因过错而实施的适用过错责任原则和侵权行为的一般构成要件的侵权行为。其构成要件有四：一、损害事实的存在；二、违法行为与损害事实之间有因果关系；三、侵权人主观上有过错；四、侵权行为的违法性。如消费者选择侵权之诉，则依据《民法通则》、《最高人民法院关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》、《最高人民法院关于确定民事侵权精神损害赔偿责任若干问题的解释》的相关规定提出诉求，此种请求可以要求精神损害赔偿。因侵权而提出损害赔偿包括：财产损失：由于美容使接受者遭受的财产损失；人身损害：由于美容使身体的内外有形组织和各种器官的生理机能遭受破坏；精神损害：是指给当事人造成精神上的痛苦。

结论：上述所论述的是消费者在接受美容服务过程中应注意可能发生的法律问题，笔者认为为保护消费者的切身利益和健康，相关部门应制定行业准入标准，行业性规范的法律、法规制定，统一行业的管理权，规范我国美容消费市场，杜绝恶性损害消费者权益的事故发



市消协、西城区消协联合发布消费警示

当心！有人以消协名义诈骗

4月以来，市消协和西城区消协连续收到多起消费者的投诉举报，反映他们接到自称是消协工作人员的电话，声称消费者的相关投诉已经受理，需要“有偿”办理退款手续。

4月初，市消协接到一湖北消费者电话，称收到自称是北京市消协工作人员的电话，称其在北京某法院一起因消费纠纷的诉讼已获胜诉，赔偿款已打入市消协账号，请速汇款作为解冻金将其在市消协的资金解冻，并要求其提供账号和密码。

4月14日，一位来自辽宁省的程先生就向西城消协反映，说他在2009年2月底曾经向有关部门投诉过电视购物的电器产品。当天他接到自称是西城消协工作人员的电话，说他的投诉事项已经办成，要求将93元邮费汇到某个账号。

同月26日，张女士也反映说，她在2009年5月在某电视购物公司购买一笔记本电脑，发现有质量问题便投诉，最终没有解决。从4月2日至14日连续接到自称是西城消协打来的电话，要给她解决相关投诉问题，并要求张女士汇手续费300元。

5月5日，内蒙古鄂伦春旗徐女士接到自称是“北京市西城区消协”的人数次来电，通知她有关电视购物欺骗的投诉已在办理，可全额退回购货款，但必须先交“手续费”方可解决。徐女士信以为真，先后三次汇款：97元、135元、200元，对方第四次索要“手续费”时，徐女士方觉有诈，便电话向西城消协举报。

同9日，河北唐山的董先生反映，他近日接到电话，说自己是西城消协的，并说董先生关于电视购物购买手机型号不对一事的投诉已经受理，要求他提供一个个人账号和密码，就可把所退款项打到账户中，当时董先生没有多想就说出了自己的银行账号，事后觉得不对便没有说出密码，而后立即通过114查询西城消协电话并反映了此情况。

截至目前，北京市西城区消费者协会已经接到十余名消费者反映类似情况的投诉电话，引起了北京市消协和西城消协的高度关注。根据消费者提供的地点和电话，消协发现，这些自称是消协工作人员的电话号码主要集中在01051600977和01057635010两个，提供给消费者的地址是西城区展览路1号，都是要为消费者解决电视购物或网络购物等消费投诉问题为借口，声称消费者的相关投诉已经受理，可以办理相关退款手续，但要求消费者先把邮资、手续费寄到一个指定账号中或者要求消费者提供一个个人账号和密码把所退款项打到账户中。

按照消费者提供的地点和电话，消协委托当地工商所进行了巡查，并没有找到假冒消协的单位或个人。鉴于此种情况，北京市消协和西城消协认定这是以消协名义进行诈骗的行为，为此提醒广大消费者，消费者协会受理、解决消费者咨询、投诉，均不收取任何费用。消费者接到以消协名义有偿为消费者解决投诉的电话，要记清来电人提供的账号和电话等相关信息立即向消协反映或者向警方报案。

市消协、大兴区消协联合发布消费提示



选购泳衣要仔细

炎炎夏日，游泳运动是消暑健身的好方式，泳衣自然成为了游泳爱好者的常备物品。但泳衣商品品牌众多，质量也是良莠不齐，同时，许多消费者对于泳衣的

知识了解不多，在选购时无所适从。近来，大兴区消费者协会已接到多起关于泳衣质量的消费投诉。为此，北京市消费者协会与大兴区消费者协会发出消费提示，帮

助消费者了解泳装选购和使用常识。

1、消费者应选择经营规范、有信誉的购物地点选购泳衣，不要贪图便宜购买过于低价和路边游商兜售的泳衣产品，并且留存发票等购物凭证，以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。

2、选购泳衣，“舒适”与“贴身”是首要原则，泳衣要比正常衣服更紧一些，一方面是布料的弹性使然，另一方面是下水之后，水的重力会有挤压泳衣的现象，如果不够贴身，很容易有滑落的风险。因此，消费者选购泳衣时应试穿，并进行适当运动，以帮助感受穿着效果，过紧、过松、压迫感较强的泳装都不适宜购买。

3、泳装属运动实用型服装，拉伸力较强，运动量大时，极易从拼接处开线，因此消费者最好不要选择拼接较多的款式，并仔细检查搭扣、吊带、系绳等细节处的牢固程度。此外，优质泳衣面料拉力很紧，弹性不是越大越好，而是回弹复原要好，多次拉伸仍能

回到原样。

4、消费者为孩子选购泳衣，由于孩子发育快的特性以及孩子穿着时的舒适性，大多有选择大一号泳衣的心理，但是泳装牵涉到下水后运动的机能性，大一号的泳衣不仅孩子穿起来不贴身，不好看，泳衣更可能因为水的浮力而显得格外松垮。因此选购时，应为孩子挑选合身的泳装，即使孩子稍为长高长胖，也可以因为泳装本身材质的弹性，仍然贴身舒适。色彩方面以颜色鲜艳为主，方便父母注意孩子是否从事危险活动，或进入危险区域。以外，建议消费者为孩子买穿脱容易的分体款式。

5、海水或游泳池中所含的氯对泳衣的衣料易造成损害，游泳前应用清水把泳衣淋湿，以减少池水或海水的腐蚀，增加泳衣的使用寿命，并且小心不要将防晒油、化妆品等化学药剂沾到泳衣上，以免伤害衣料；游泳结束，应用20摄氏度以下清水手洗，洗好后轻轻拧干，不要曝晒，放置阴凉干燥处晾干。



海淀区消协发布消费提示

电台广播宣传误导多

昆明消费者王女士向海淀区消协投诉，称其通过电台的方式在中关村鼎好乐惠购物购买了一部手机，价值人民币890元。当时她听完广播打电话询问，销售人员一再承诺是苹果牌的手机，绝对不会是山寨版的。但当她拿到手机后才发现实际与商家承诺的完全不一样，此手机不仅是山寨的，而且非常粗糙。消费者无奈投诉到消协，消协对其进行了回复。

伴随着人们生活节奏的加快，网络，电话的普及，

越来越多的服务方式应运而出，网站购物、电视购物及电话推销的投诉案例层出不穷。如今电台购物又在悄悄萌芽，属于一类新型的推销购物方式。

针对这一问题，海淀区消协发布消费提示，提醒广大消费者，虽然便捷的购物方式为我们省去很多麻烦，但现在此服务行业法律法规不完善，所以消费者在选择这种消费方式时一定要做好调查，不盲目，不要贪图便宜，理性消费，以免自身权益受损。

西城区消协发布消费提示



慎重签订家装合同

目前已进入装修旺季，关于家装方面的消费投诉也多了起来。近期，西城区消协也接到数起关于家装问题的投诉，主要涉及合同不规范、消费者轻信家装公司的优惠装修等问题。对待纷繁的装修纠纷，消费者应该如

何处理。西城区消协特发布装修消费提示，提醒消费者应注意以下几点：

1、在选择装修公司的时候，应该选择有一定知名度的装修公司，这些公司一般不会出现欺骗消费者的行

为，接到投诉时也会及时认真地处理。

2、重视合同。由于很多问题都出在合同里，所以，建议合约双方在签合同前，一定要把合同的内容搞清楚，包括每条每款。而装饰公司则有责任告诉客户，每条合同条款都意味着什么。消费者在没有对合同充分搞懂之前，不管合同大小不要轻易签字。如果合同的附件(如图纸、报价、材料采购计划、施工计划)没有完全准备好，也不要签字。

3、预防为主。经常有一些装修完以后要求检测室内空气质量的消费者，但在这之前，他们并没有这方面

的要求。其实，此时即便测出了有害气体的含量超标，也很难有什么办法来解决。所以，一定要“预防为主，检测为辅”，把自己对环保的要求放在合同里，落实到设计方案中。

4、严格履行合同。既然双方签订了合约，就必须严格执行。即使有一方对合同有一些改变，也一定要与合同的另一方讨论，征得对方的同意，最后落实到补充条款中。这样既维护了双方的合法权益，同时出现问题也有据可查。



房山区消协发布消费提示

购买家电要保存相关资料

消费者在购买家用电器后，为避免消费者日后在退换货、使用、维护、保养和维修时发生不必要的麻烦和纠纷，房山区消协发布消费提示：购买家电后要保存相关资料：

一、“三包”凭证及发票或购物凭证

“三包”凭证是家用电器产品售出时制造商和销售商提供给用户的单据或凭证，是家用电器使用中出现问题或故障后用户要求对其包修、包换、包退的依据。其内容包括维修者名称、地址、电话号码、修理记录等。发票和相关购物凭证，是购买的有效凭证，也是消费者在消费维权时的有效依据。

二、说明书或用户手册

家电说明书或用户手册是日后安全使用和保养的可靠保证，一定要妥善保存，避免丢失。同时，说明书中

也明确了家用电器的设备型号，消费者在电话报修时及时说明设备型号，便于维修人员快速诊断故障，能根据型号事先准备好可能需要更换的零部件。

三、产品合格证

产品合格证是家用电器合格的有效证件。内容一般有家用电器的名称，生产厂家名称、检验员号和检验日期等。

四、维修后填写好的维修记录凭证

“三包”期内电器维修后，消费者应当索要并保留维修记录凭证。根据国家有关规定，在保修期内两次修理仍不能正常使用的，经营者应当负责更换或者退货。已经修理、加工的部位在30日内出现质量问题的，经营者应当免费包修。家电维修后不如实填写维修记录凭证，或用户保存不好维修记录凭证，消费者要求销售商为其更换或者退货的权利就无法得到保障。

怀柔区消协发布消费提示



夏季记牢九种饮食习惯

夏季，气温和湿度适宜细菌的生长繁殖，加之居民食品储存习惯还未随季节变化而及时做出调整，熟食冷菜储存不当，隔夜、隔顿菜没有彻底加热等问题都使细菌性食物中毒发生的危险性大大增加。怀柔消协提示消

费者：

一是蔬菜水果尽可能清水浸泡时间不少于10分钟后再清洗食用。消费者应尽量到正规农贸市场或超市购买果蔬。

二是慎食街头卤菜。街头卤菜摊点经营条件恶劣，没有相应的降温、灭菌设施，卤肉、凉拌菜三四个小时就可能变质。

三是有些死亡的水产品不宜食用。因天热，黄鳝、龟鳖、螃蟹等水产品死亡后极易变质，切勿食用。

四是不要贪吃路边烧烤。烧烤过程中滴下的油脂，在高温及火炭上会产生大量如苯并芘类的致癌物质，希望民众少食用或不食用烧烤食品。

五是腌制食品中因为盐多，会直接损伤胃黏膜，而且其中所含的亚硝酸盐在胃酸和细菌作用下会转变为亚硝胺，更易致癌。

六是食用冷饮要适量。购买冷冻饮品尽量选择正规商场和超市，买回的冷冻饮品要及时食用，或及时放入

冰箱冷冻格中保存。凉开水是最好的解渴饮料。

七是管好家中的冰箱。冰箱的低温不会杀灭细菌，而某些细菌就是在冰箱的冷藏温度下繁殖产毒。此外，从冰箱中取出的冷藏食物最好重新煮透后再食用。

八是包装食品即时食用。听装、瓶装、罐装、利乐纸盒、真空包装的各种食品，一旦打开，细菌生长繁殖的速度加快，如不能及时采用冷藏等后续保护措施，很快就会发生变质腐败。

九是外出就餐应尽量选择正规的、食品卫生信誉度高的餐馆饭店，不要到马路摊贩或无证摊贩处消费。一旦发生食物中毒，要尽快组织人员到就近的医疗机构救治，同时向卫生监督部门报告，并保留、保护好可疑食品及工具、设备和现场。



丰台区消协发布消费提示

老年人消费谨防骗局

老年人是全社会共同尊重和关心的对象。但近段时间以来，却有一些不法商贩处处给老年人设置陷阱，以各种名目繁多的推销方式来骗取他们的养老钱，并且频频得手。一月份以来，丰台区消协接到了类似的投诉3件。鉴于近期这类欺骗老年消费者的案件增多的情况，丰台消协发布消费提示，老年人消费谨防骗局。将不法商贩设置陷阱的三种形式进行介绍：

陷阱一：打着“为老年人义诊”的旗号，以免免费查体为由，编造谎言，推销商品。一些不法商贩在住宅小区或公园推销药品、保健品或医疗器械，通过免费查体的途径，无中生有或恶意夸大老年人身体的健康状况，从而达到推销商品的目的。

陷阱二：用举办“健康讲座”的名义，以免免费专车、免费就餐等“攻心策略”，诱导老年人消费。举办“健康讲座”本是一件方便群众、有利群众的好事，可偏偏有人将其做变了样。具体表现是：商家派出业务人

员与老人套近乎，盛情邀请老人免费参加他们举办的健康讲座，并派专车免费接送、到吃饭时间请老人免费就餐，并不断地向老人游说他们的商品多么的有效，让老人觉得盛情难却，然后跟随老人回家取钱，并以种种理由拒绝开具正规发票。

陷阱三：上门推销、夸大宣传、打着所谓“高科技、绿色环保、健康”的旗号，吸引老年消费者。现在一些不法商贩利用平时家人都去上班只有老年人在家的时间，上门推销商品，并利用老年人对高科技的信仰，有意夸大宣传，将普通的商品宣传成高科技或绿色环保、物超所值的产品，吸引老年人消费。

在此提醒广大老年消费者：在选购商品、接受服务或选择投资方式时，应时刻保持清醒的头脑，尤其是面对现如今形式多样的推销方式，更要提高警惕。当对一些推销的形式产生疑惑时，要多和家人商量或直接拨打96315、12315热线咨询，谨防上当受骗。



酒店改成了健身公司 之前承诺仍然要兑现



案情简介：

2009年6月初开始，石景山区消协陆续接到消费者投诉，反映某酒店海水浴场的经营方，单方面改变对持卡会员的承诺，将原有对持卡会员的免费用餐改为收费（午餐人民币：12元，晚餐人民币：18元），消费者对此反映非常强烈，经营方拒不恢复原有制度。

处理结果：

经调查得知，此起投诉纠纷问题复杂，涉及160多名消费者，解决起来难度很大。一是部分持卡会员态度坚决，不付餐费，而有部分持卡会员已经接受了经营方的变更；二是经营方做了变更，管理人员不断变化，解决问题的负责人也经常调整，给问题的解决增加难度；三是经营方认为办理会员卡的协议上并没有写明用餐免费，过去的免费费只是搞活动促销，现在开始收费是正常的；四是目前在该地点经营的主体已由酒店公司变成了某假期体育健身公司，经营主体变更后，对过去遗留的一系列问题进行清理需要一定时间。但在消协的调解下，最后双方实行老卡老办法，新卡新办法，消费者表示十分满意。

案例点评：

依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第三十六条：消费者在购买、使用商品或接受服务时，其合法权益受到损害，因原企业分立、合并的，可以向变更后承受其权利义务的企业要求赔偿。区消协认为，经营者不应以经营主体变更而改变原有的相应制度，持有原有会员金卡的消费者理应继续享有原有的权利。因此，经营者理应做出让步。

啤酒瓶意外炸伤眼睛 没有安全提示就得赔



案情简介：

2008年7月11日消费者王某购买的某品牌啤酒，在准备饮用时因外力造成酒瓶爆炸，玻璃碎片划伤右眼致使眼内液体流出，经县医院诊断为外伤性白内障，当时花治疗费人民币3000元。消费者与酒厂负责人多次交涉，酒厂只同意补偿人民币2000元，消费者不同意投诉到消协。

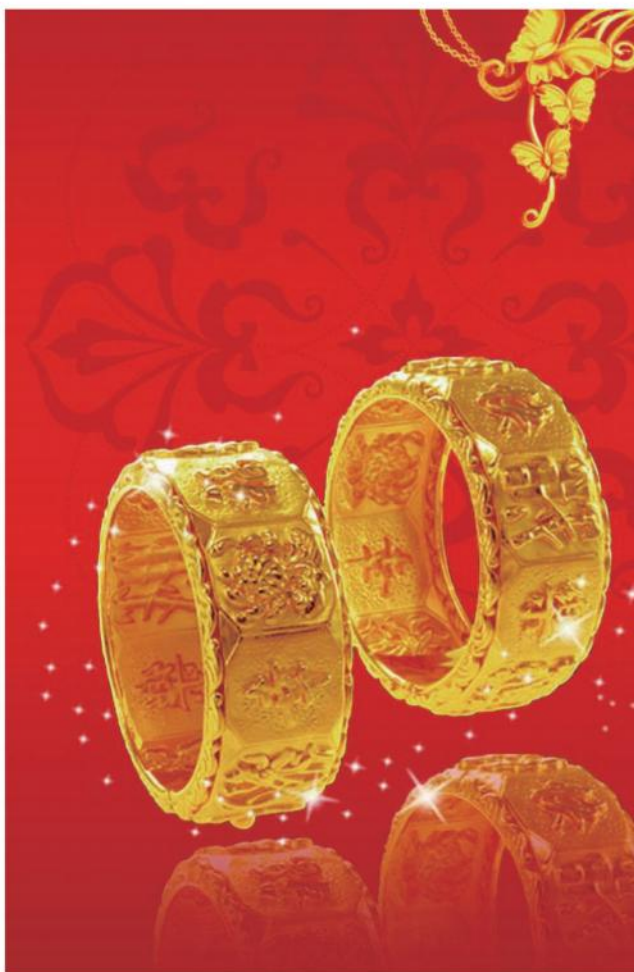
处理结果：

消协工作人员让消费者先治疗再议赔偿事宜。后经北京同仁医院手术治疗，消费者共花费医药费人民币8000余元。2009年3月5日，这起投诉在消协工作人员的协调下，当事双方本着客观的原则自愿达成如下协议：酒厂补偿消费者王某人民币13000元，双方一次性解决，今后互不追究。

案例点评：

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十一条：经营者提供商品或者服务，造成消费者或者其他受害人人身伤害的，应当支付医疗费、治疗期间的护理费、因误工减少的收入等费用。在此，酒厂生产的啤酒没有提示消费者注意酒瓶的安全使用，造成消费者人身伤害，应当承担赔偿责任。

以“足金”充“千足金” 一字之差却要双倍赔偿



案情简介：

2009年5月20日，王先生在延庆某购物广场以以旧换新方式为夫人购买了一支价值4200元的老凤呈祥的千足金手镯。但回家后，发现并不是千足金，而是足金。后找到商家进行理论，商家态度恶劣。商家认为是服务员弄错，责任不在商家，可以为王先生换成千足金，但需补足差额，王先生不同意，于是到延庆消协投诉。

处理结果：

延庆消协仔细查看了消费者王先生的手镯，发现上面确实写有老凤呈祥足金的字样，而王先生的发票上却写成是老凤呈祥千足金，经过市场调查了解到，千足金与足金有很大差别。经延庆消协与商家多次协商，商家同意双倍赔偿，王先生从商家那里挑选了一条千足金项链和一条千足金手链，总价值8500元，王先生对调解结果非常满意。

案例点评：

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十九条：经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的一倍。在此，企业利用足金与千足金一字之差欺骗消费者，应对消费者进行双倍赔偿。

结婚喜糖里面竟然是土块 商家十倍赔偿合情也合理



案情简介：

2009年3月4日,消费者罗先生分两次到某商场花230元给儿子买的用于结婚的喜糖,里面竟然包了很多土块,更让他生气的是他的喜糖都发给亲朋好友了。造成了很不好的影响,生气之余他找到商家讨个说法,商家迟迟不给解决,于是来延庆消协寻求帮助。

处理结果：

延庆消协迅速与该商场联系,经过多次调解,考虑到消费者精神上受到伤害和名誉上受到的影响,在延庆消协的主持和调解下,最终商家一次赔偿消费者2300元作为补偿。罗先生对延庆消协的调解结果非常满意。

案例点评：

根据《中华人民共和国食品安全法》第九十六条：生产不合格食品安全标准的食品或者销售明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失之外，还可以向生产者或者销售者要求支付款项十倍的赔偿金。同时，依据《最高人民法院关于确定民事侵权精神损害赔偿责任若干问题的解释》第八条：因侵权致人精神损害，造成严重后果的，人民法院除判令侵权人承担停止侵害、恢复名誉、消除影响、赔礼道歉等民事责任外，可以根据受害人一方的请求判令其赔偿相应的精神损害抚慰金。因此，某商场的行为不仅是销售明知不符合食品安全标准的食品，更对罗先生精神上和名誉上造成很大的伤害，应给予精神补偿。



美容过敏卡难退

2009年3月,刘女士在东城交道口某美容院办理了一张3500元的美容卡,随卡赠送2000元的其它服务项目。当刘女士做完五次脸部护理后,出现了发痒的症状,依据消费者的情况美容师先后为其做了17次修复保养,把美容院赠送的2000元其它服务项目全部做完。2009年底,消费者因脸部去死皮后引发过敏去医院治疗而中断美容服务,于是要求美容院退卡中剩余款2200元并赔偿看病产生的医药费2000元,遭到拒绝。

消协经调查后指出:消费者称脸部过敏,未提供医院出具的证明。而美容院在消费者面部出现问题后虽及时进行了补救,但是给消费者造成伤害的事实是存在的。因此双方都应承担一定的责任。经调解,美容院同意扣除部分费用后,一次性退还消费者人民币970元。为了减少消费者为此事再耽误时间,消协分会做了先行赔付。

美容卡打折有陷阱

5月5日,消费者陈女士来到崇文区消协投诉。其于3月28日晚到崇文区花市附近一美容美发连锁16分公司理发、烫发。理发师建议其办理价值10000元的美容美发卡,声称用卡消费可以享受3.8折的优惠。陈女士办了优惠卡后到该店做修眉美容,结果被告知修眉属于特殊项目不享受3.8折的优惠,并被强行收取10000元服务费。

崇文区消协接到投诉后非常重视。经查,该企业只是在宣传册上标明特殊项目不享受3.8折优惠,且对特殊项目的具体内容并未注明,根据《消法》的相关规定,消费者有权知道享受服务的真实情况的权利,而且经营者也有义务告知服务的真实情况。经营者的做法侵害了消费者的知情权。经调解,美容美发店退还消费者10000元服务费。

馄饨汤里吃出餐巾纸

5月7日上午,东城区景山消协分会接到消费者张女士的投诉电话,称其早晨与另外两名消费者(其中一消费者带有一名3岁的小孩)在某餐饮有限公司吃早点,所食用的馄饨汤中发现了煮过的餐巾纸,于是与店主交涉,要求赔偿。但店方拒绝赔偿且态度极其生硬。

接到投诉电话,消协工作人同立即与卫生监督部门取得联系并在第一时间赶到现场。卫生监督部门对该店进行了现场检查、取样检测。店主与消费者一同来到消协分会接受调解。工作人员向经营者讲解了《消法》、《食品安全法》关于食品质量及安全的相关规定。指出经营者的行为违反了法律的规定,侵害了消费者的权益。经调解,中午12时,三位顾客分别与经营者达成调解协议,商家赔偿每位消费者用餐费、误工费等各100元。

“老拖”美廉美遭“劝喻”

消费者段女士前年10月在三里河美廉美超市购买一台安吉尔饮水机、净水机各一台共计1250元,约定一周后送货。事后商家通知段女士所选购净水机型号已经断货,售货员提出让段女士另选一款,段女士不喜欢其它型号的饮水机,便提出退款,可是商场经理不同意退款,说与厂家联系后再予答复。此后段女士多次与商场联系,每次得到的答复都是厂家会和段女士联系,段女士却没有得到厂家的答复。

今年4月8日,段女士再次催促解决问题,厂家以“时间太长,公司早已结账”为由不给段女士退款,反而让其另选其他型号净水机。

接到投诉后,西城区消协立即进行了调查。商家承认段女士所述事实,但是商家与厂家相互推诿置消费者利益而不顾,一拖就是一年多,这种行为严重侵害了消费者合法权益,依照《合同法》和《消法》的相关条款,消费者有权要求商家返还货款。为此,西城区消协决定对该企业消侵害消费者权益的行为制发《劝喻书》,指出该企业存在的过错,并提出消协意见和建议。结果,商家很快向段女士赔礼道歉,并退还现金1250元。



药店也敢赠过期食品

前不久，张女士到一家药店去买减肥食品，营业员向张女士推荐韩国瘦身1号减肥食品，说买3盒赠1盒。张女士买了3盒，价钱共计132元整。张女士当时就发现赠品没有外包装盒，问营业员为什么没有标生产日期，营业员说：“食品都是一批来的，放心吃吧，先吃赠品。”张女士按照营业员嘱咐服用6天赠品后，感到心慌、手发抖浑身没劲，再仔细一看赠品内包装突然发现已过了保质期。

于是张女士找到药店说明情况并要求退货和赔偿医药费共计1000元整。营业员以负责人不在为借口多次进行推拖。张女士来到崇文区幸福大街消协分会进行投诉，要求讨回公道。消协工作人员立即联系该店负责人到分会解决纠纷。商家承认食品已过期。工作人员对经营者进行了批评，指出其行为已经违反了《消法》等相关法律法规的规定，应当承担消费者的损失。经调解，药店为消费者退货并赔偿医药费共计1000元。

瑞雪胶囊服用后不见效

消费者廉先生到宣武区牛街消协分会投诉，称其听信河北金汉方有限公司宣传后，购买了50盒瑞雪胶囊保健品，共计14000元。但他服用一个月后，发现根本没有宣传的效果，廉先生要求退掉放在该公司未取的25盒瑞雪胶囊保健品，该公司不同意。

接到投诉后，消协的工作人员与该公司进行联系，指出其保健品未起到实际宣传的保健作用，也就是提供的服务和商品与宣传不相符，违反了《消法》的有关规定，应该承担相应的责任。经调解，该公司同意将消费者未取走的保健品退掉，退还消费者7000元。

“福”牌木门与样品不符

海淀区学院路消协分会接到一位70多岁老年消费者的投诉。消费者在万家灯火市场1-321号商户定做“福”牌木门，收货时发现商家送到家的“福”牌木门与样品不符，随即要求退货。该商户态度及其恶劣，拒绝消费者的要求。同时市场主办方也进行了多次沟通，均未成功。

消协接到投诉后，考虑到消费者的年龄，立即展开调查。经查，消费者反映情况基本属实。为此，积极与市场主办方、商户联系协调，并做好安抚消费者的工作。第二天中午，商户退还消费者9200元定金。

房屋中介巧设合同陷阱

消费者屈女士由于孩子考试，想在校区附近短期租房，随即与某房屋中介公司签订合同，期限是三个月；中介以没有三个月版本为由，让屈女士签了一份七个月的合同，月租金为2250元。业务员口头担保：租住两个月后再交下一季度的房租，如不继续租住双方同时寻找下一个租户，无论找到与否三个月到期押金及剩余房租一并退还。但三个月到期后，经营者说按照合同约定拒绝退款，消费者将该公司投诉到海淀区北下关消协分会，要求退还多交的租金、押金共计7000余元。

消协工作人员接到投诉后，立即展开调查，通过多方了解，证实消费者反映情况属实。消协找到该公司的法人、经办人，指出如果逾期不退还剩余租金及押金，公司的行为有欺诈的嫌疑，违反了《消法》等相关法律法规的规定。中介公司认识到了事态的严重性，当即表态妥善解决消费者的投诉，并当场电话约定消费者速来分会签订调解书。经调解，经营者退还消费者各种费用7718元。

非故意违约 商家应区别对待

消费者方先生到顺义区消协投诉，其在顺义某游泳训练中心为其小孙女购买价值1400元的游泳训练卡，用以锻炼小孩子的身体和培养兴趣爱好。可万没想到花钱办卡后，小孙女不愿参加游泳训练。无奈之下，消费者找到游泳中心想退卡退款，可游泳中心认为是消费者单方违约，不予退款。消费者找到消协求助。

消协展开调查证实，消费者反映属实。对此消协指出，虽然是消费者单方违约，但由于真正引发事件的根源是一个年幼的消费者，所以并不是消费者故意违约。综合相关因素，消协希望经营者能够以诚信为本，以人为本，为消费者解决这个难题。经调解，游泳训练中心退还了消费者余款。



多收两分钱 事关诚信大问题

5月7日，密云县消协接到消费者靳女士打来的咨询电话，称其在某超市购买小葱时，发现其标重与实际重量不符，且超市工作人员态度不好。

经了解：超市所销售的蔬菜都是事先打好捆，并标明每捆重量和价格（其购买小葱一捆重400克，卖0.8元）。消费者购买后为了验证其真实重量，故要求超市工作人员给予过秤，但遭其拒绝，并说该超市就是按标签上的重量和价格卖。对此，靳女士认为自己明明白白消费的做法没有错，随后自己使用该超市的电子秤称了小葱的重量，结果所购小葱的实际重量为390克，比该超市标注的重量少了10克，多收了2分钱。面对这一现实，该超市的工作人员不但不认识超市本身有误，反而认为靳女士斤斤计较，造成了消费者靳女士的不满，并与超市工作人员发生了争执，引发了多人围观。

县消协工作人员一方面安抚消费者，同时肯定靳女士的维权意识值得提倡；另一方面及时与这家超市的负责同志取得联系，提出消费者靳女士依法维权的做法并无过错，同时指出了超市存在的不足，作为经营者理应诚信经营，依法维护消费者的合法权益。经调解，超市认识到了自身存在的过错，当即向消费者靳女士进行了赔礼道歉并同意给予10倍补偿。

美容过敏，美容院退款

4月25日，怀柔区泉河消协分会接到一起消费近万元的预付费美容服务投诉纠纷。消费者黄女士诉称某美容院为其眼部美容时引起皮肤过敏，要求商家退还已预付的10000元美容卡费用。之前，黄女士已在该美容院消费了部分费用，美容院拒绝退还，双方发生较大争议，自调无果。

鉴于此类情况，消协分会工作人员及时与美容院负责人员取得联系，了解具体情况，并向其进行《消法》等相关法律法规知识的宣传教育，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条规定：消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。第十八条规定：经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。经调解，经营者认识到自身存在的问题，双方达成一致意见，美容院退还黄女士现金9400元。

“锐利100”停业不退卡

海淀区八里庄消协分会接到消费者陈女士投诉，称其于2009年4月21日在锐利100健身大兴月柜分店，办理了一张健身卡，价格为1200元。此后陈女士一直在该店健身，今年2月该店停止经营，并把所有会员转到了大兴领海分店。由于陈女士的家离领海店比较远，而且还不通公交车，陈女士就打算退卡。可多次协商，商家却始终拖延，不予解决。

消协接到投诉后，立即把约见总店负责人，展开调解工作。调解人员指出：消费纠纷的引发，是由于其健身分店停止经营，导致消费者无法就近健身，责任在于商家。《消法》第九条规定：消费者享有自主选择商品或者服务的权利。由于经营者的原因给消费者的权益造成了伤害，经营者应该承担责任。经调解，经营者退还了消费者卡里的余额500元整。



光纤损坏 消费者获赔

近日，因通州区大面积旧城改造、拆迁，北京领航光速传输网络有限公司的光纤被施工队施工时破坏，随后该公司获得了施工单位的赔偿。但光纤被破坏，让很多消费者无法在家中上网，于是找到北京领航光速传输网络有限公司，要求赔偿损失。结果双方未达成一致意见。

消费者向宋庄消协分会投诉。消协工作人员对此做了大量的调解工作，宣讲法律，找理论依据，最终北京领航光速传输网络有限公司提交了赔偿意见，对使用半年以上而不满一年的，视情况赔偿部分安装费；对安装半年以内的赔偿全额安装费；对后续还有向公司投诉的消费者，公司按规定妥善处理。有3位消费者获得经济赔偿1860元。

二次维修 责任确实难认定

4月19日，消费者张某在北京某机电有限公司怀柔分公司修理奇兵150型汽车一辆，修理费为4900元。提车后按载重要求试载，发现汽车有故障，又返回原维修单位要求返修。张某认为二次维修是因为上述原因未将汽车修好造成的，因此二次维修产生的费用应当由维修单位承担，但修理公司认为出现问题并非第一次修理所致，拒绝承担维修费用。消费者来到怀北消协分会要求给予调解。

消协经调查，给出了调解意见，虽然消费者没有经营者是造成二次维修的直接证据，但是二次维修出现在经营者为消费者第一次维修之后，作为经营者也无法提供自己没有责任的证据。根据消法规定，经营者应当承担一定的责任。最终双方达成如下协议：张某承担1000元，其余修理费3900元由维修单位承担。



订购商品 别忘按时取货

5月5日，密云县消协接到消费者张女士电话投诉。其于5月1日在密云某商场订购了该商场“五一”节日期间促销的柜式空调、壁挂空调和液晶彩色电视等家电商品，并按该商场的要求交付了2000元定金。可是，张女士5月4日前去这家商场提货时，商家却告知张女士其所订购商品已经无货了，只同意退还定金了事，消费者张女士在与商家协商无果的情况下，便与商家发生了口角，无奈才打电话至县消协投诉。

县消协工作人员接到投诉后，便迅即与这家商场负责同志取得了联系。经了解得知，该商场“五一”节日促销活动时间为5月1日至5月3日，并且商家在节日促销活动期间，为了让消费者张女士不错过促销活动的机会，先后于5月2日和5月3日两次电话与消费者张女士取得了联系，提示其按时提货，但是都因消费者张女士有事未能按时提货，过了5月3日的期限，商家的促销活动也就停止，不再享受优惠待遇。商家认为，造成这一结果，商家已尽其所能，并不存在过错，而是消费者张女士自己造成。

针对投诉双方各持一词的情况，县消协工作人员耐心做双方的工作，也指出了双方各自存在的不足，一是商家既然收取了消费者张女士的定金，那么就应该为消费者留存其所订商品；二是消费者张女士即使不能按时提取其所订购商品，那么也应该及时与商家进行联系说明情况。最后商家满足了消费者要求，为其准备了所订购电器，并享受了“五一”节日促销优惠价格。

诺基亚手机两次修不好

消费者陈某在怀柔区某商店购买一部诺基亚手机，价格为2235元，同时办理延保卡又交费58元，共计2293元。手机在“三包”期内经过两次维修，仍不能正常使用，后经售后服务单位检测同意更换一台新手机，因商家无同品牌、同型号、同规格的产品，消费者要求全额退款，双方发生争执，就退款问题协商未果。

消费者到怀柔区龙山消协分会投诉。消协分会工作人员接到投诉后立即展开调解。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十三条规定：经营者提供商品或者服务，按照国家规定或者与消费者的约定，承担包修、包换、包退或者其他责任的，应当按照国家规定或者约定履行，不得故意拖延或者无理拒绝。最后双方就达成协议，由经销商向消费者陈某全额退款2293元。





工商总局、交通运输部、质检总局三部委下文

严惩违规4S店

日前,工商总局、交通运输部、质检总局三部委下文严惩4S店违规行为,剑指搭售、“返利”、“好处费”等“潜规则”。

相关通知表示,将制止汽车品牌经销服务店(4S店)违背购买者意愿搭售商品或附加其他不合理条件;严查为消费者办汽车按揭、保险时收取“返利”、“好处费”等商业贿赂行为及汽车销售、汽车配件生产经营中,存在生产、销售、使用假冒伪劣汽车配件的行为。

随着整车销售利润逐年下滑,汽车4S店利润重心已从销售转向了维修、保险、金融、加装等业务项目,而这些业务中的行业“潜规则”也普遍存在,由三部委联合发出的政策“强力棒”,涉及到与汽车零售业相关的各大行业,不仅对品牌经销商的经营行为的规范性具有重要意义,同时也对经销商利润带来较大冲击,4S店赖以生存的产业链、利润结构有望被重新调整。

严打对象一

加价、搭售

表面上看,加价、搭售是由4S店发起,但车厂也在背后推波助澜

无论车市处于淡季还是旺季,总有部分热销车型存在加价行为。为制造“紧张”氛围,经销商、车厂往往营造

出车型热销、产能不足的情景,刺激车主为提早拿车额外支付费用,如搭售原厂装潢包、加价销售等。

目前,绝大多数厂家对加价提车的官方态度是绝不鼓励或者明令禁止,但由于缺乏有力的监督机制,而加价车型的市场需求大,经销商的加价风屡禁不止。换句话说,“热销车加价卖”已经成为业内公开的潜规则。表面上看,加价行为是由4S店发起的,但不可避免,车厂也在背后推波助澜。“饥饿营销”已被车企们看作屡试不爽的“炒作”手段。因此,即使厂家完全具备生产的产能,也会有意让市场保持着适度的饥饿感。当产品“供不应求”时,终端市场的加价现象也就非常正常了。

据业内人士透露,规模越大、销量越好的经销店,往往拥有更多的汽车配额,没有加价的消费者预付定金后,常被告知四五个月提车,如果所订车型提前到店,经销商并不会及时通知车主,而是将车卖给同意加价的消费者,随后经销商将在第一时间订购一辆相同的车型,伺机寻找下一个赞同加价的车主,直到没有办法拖延,才按指导价将车卖给最早没有加价的消费者。

对于加价、搭售行为,经销商则认为是平衡了销售整体利润。“消费者只看见经销商提高利润的时候,没有看到经销商亏本卖车的时候。”但无论如何,经销商为提高利润向消费者加价的行为,本身就是一种不正当的竞争行为。

专家分析,随着汽车产品的丰富,汽车零售行业的销售利润下降是必然趋势,而作为4S店而言,提升盈利水平更多的决定于自身管理水平的提升。而加价现象不仅侵犯了消费者的合法权益,也同时损害了车企的品牌形象。

严打对象二

零配件“挂羊头卖狗肉”

“原厂配件利润只有百分之十几,而副厂配件利润高达30%—50%!”

消费者到汽车品牌经销店进行维修、保养,除了看重专业技师的维修技能外,还因为信任经销商的配件品质。但在实际中,品牌经销店“挂羊头、卖狗肉”的情况并不少见。甚至一些4S店还公开兜售副厂配件。

汽车零配件主要可分为四类:原厂配件、正规配件、副厂配件和旧车配件,各类配件之间的价格差异较悬殊。原厂配件,又名“纯正”配件,由汽车生产厂家授权委托生产的配件,可以打上整车LOGO标志,并在整车厂的服务渠道供应,但价格普遍偏高。正规配件大多指零配件配套厂的经销商流出的配件,品质上与原厂配件相当,但价格会便宜20%左右。副厂配件,又被称为仿真件,这是指没有得到厂家授权的零配件企业生产的汽车零件。虽然外形上非常接近,但在品质上存在较大差异,部分劣质产品甚至严重威胁到车辆安全性与可靠性。副厂配件的价格差异也较大,通常比原厂配件价格便宜30%—50%。而旧车配件则是旧车上拆卸下来进行二次使用的配件。由于没有专业的旧件检测机构,且旧件市场流通着较多水浸车、报废车,令这类配件品质难以保障。因此价格也最便宜,往往不足原厂配件的10%。以记者目前使用的1.6L老款POLO的电子助力泵为例,原厂配件要5000元左右,副厂配件只需3000元左右,而旧车配件价格为300—1200元不等。

在4S店中目前普遍使用的是前两类配件,但在一些不影响维修品质的地方,如翼子板、保险杠、油漆、玻璃等上,也有可能使用价格便宜的副厂配件。业内人士透露,目前,4S店争夺客源已经白热化,而过高的经营成本与利润达成指标令许多职业经理人不得不在透明的工时费基础上,想一些“偏方”来提高盈利水平。“原厂配件利润只有百分之十几,而副厂配件利润高达30%—50%!”在利润的诱惑下,许多4S店非原厂件的使用比例逐年攀升,甚至有4S店明目张胆地销售副厂配件。

虽然标榜纯正配件的4S店中公开销售副厂件是被车厂明文禁止的,但不少经销商仍然或明或暗进行操作。车龄已超过八年的老车主陈先生有段难忘的经历,去年在车辆维修时,服务顾问提供了两套方案,当他表示出原厂配件维修费用太高时,服务顾问立马给出另一套更经济实惠使用副厂配件的维修方案。更多情况则是消费者在并不知情的情况下,被维修站强制执行了“货不对板”的待遇。

三部委已明确将对4S店维修服务中的混乱现象进行肃清,同时还将积极推行“质量三包”政策,保障消费者的合法权益。专家提醒,消费者在维修时也应该具备一定的维权意识,例如,配件更换时应该查看包装上的品牌LOGO与配件名称,而维修过程中也需要对一些不必要的维修项目进行拒绝。

严打对象三

车险、车贷“返点”

相关人员之间互拿“返利”、“好处费”现象比比皆是

经销商销售车险,均可获得保险公司给予的部分“返点”,这一现象早已在车市中存在多年。但某经销商保险负责人向记者表示,“返点”是经销商可获得的正常利润,与通知中的车险“返利”并非同一概念。他解释,目前新车保险7成以上是通过经销商售出,同时经销商还为客户提供包括车险销售、咨询、代理理赔和维修的一条龙服务项目。所以大多数经销商已成为保险公司的合法代理商,所谓的“返点”则是经销商的车险代理费,而这些利润经销商都需要向保险公司开具相应的发票。

那么在4S店的车险业务中是否存在商业受贿现象呢?记者了解到,保险公司与经销商之间的确存在许多“潜规则”,特别是在前几年保险行业管理不规范的背景下,相关人员之间互拿“返利”、“好处费”现象比比皆是。“推销保险的时候保险公司求着经销商,保险理赔的时候经销商又求着保险公司。”在利益关系下,车市中的“潜规则”很难根除,但也有明显转好的趋势。例如,保险公司要求经销商对利润开具发票后,较好地遏制了部分地下交易。

而在消费者购买保险时,最看重的是理赔服务。如果保险公司能够制订统一的理赔方案,且理赔金额与实际赔付额没有差异的话,消费者并不排斥在4S店以外的保险代理点购买车险。

另外,汽车金融虽然占销量比例不高,却已成为经销商单笔利润较高的业务。随着房贷下降,银行车贷业务占据了个人信贷的主要份额。目前,广州的多家汽车集团已直接与银行取得了合作,不仅车贷效率、服务提高,而且业务利润也更丰厚。

经销商在车贷业务中不仅可向消费者收取按揭手续费,从银行代理公司拿到“返点”,还可以赚取消费者的上牌利润及车险利润等。以10万元飞度的办理三年期信贷为例,首付3成向银行贷款7成,经销商可收取手续费2000元,从银行返利1000元,上牌及车险利润2000元,累计利润达到了5000元,占车价的5个百分点,利润远远高于整车销售利润。据悉。目前飞度的销售利润不足1000元。

(邵玉梅)



车市的新车近日纷纷大幅降价促销，很多有买车念头的市民都动了心去挑选购买。但笔者暗访发现，经销商由于促销造成的利润减少，正悄悄通过搭售车险“赚”回来。亚市一家4S店的销售顾问甚至直白地告诉笔者：“现在车价这么低，只能从保险上赚点儿了。”

卖车搭车险 否则少优惠千元

在亚运村汽车交易市场，北京旭阳伟业汽车销售有限公司的一位张姓销售主管告诉笔者，一款指导价为71500元的东风悦达起亚锐欧，销售价可以优惠到59500元，但是要在店里上3800元的全险。笔者表示不想在店里上保险，张主管马上表示：“那就不能给你这么优惠了，优惠得减1000块钱。”

笔者在调查中发现，在搭售车险时，除了少数4S店要求车主至少上交强险外，大多数都要求车主还要上车损险、盗抢险等主要险种；甚至有的4S店还要求消费者在店内把所有跟汽车有关的险种全上齐。

车商搭售车险的情况有多普遍？笔者随机现场和电话咨询了27家经销商，有8家车商表示，如果不在其店里上保险，报价要少优惠千元左右；有两家则明确表示，买车就得在本店上保险。

经销商成保险公司“下线” 拿15%返点

据了解，车商热衷于向消费者推销保险的原因，是为了获得双重的利益。一家4S店的销售顾问向笔者透露，眼下很多保险公司都已将汽车经销商发展为“下线”，每售出一笔保险，经销商便可以拿到15%左右的返点。

“一辆10万块钱的车，如果上全险，得5000多块钱，经销商至少可以拿到750元的返点。”这位销售顾问透露，竞争激烈的车型，经销商出售一辆新车的利润一般也就一两千元。车主在店里上保险，不仅经销商能拿

到返点，而且把新车的维修保养也圈定在了该店，而这正是经销商最重要的利益来源。

律师称搭售行为 违反法律规定

车商把汽车和车险捆绑销售，在法律上站不住脚。中国消费者协会律师邱宝昌指出，经销商搭售保险的行为违反了《反不正当竞争法》第十二条的规定——“经营者销售商品，不得违背购买者的意愿搭售商品或者附加其他不合理的条件。”

“4S店卖的是车，消费者买不买保险，在哪儿买保险，都应该由消费者自己决定。”邱宝昌认为，消费者遇到这种情况要有维权意识，工商行政管理部门也要加强监管，不能听之任之。

卖车没利 车险找齐

卖十几万元的车，利润只有1000多元，跑一天时间代办各种手续，利润只有100多元，而只要捆绑销售一份5000元全险，一般都会有700多元的收益……在核心产品已经不太盈利的情况下，汽车销售商开始将触角伸到汽车以外的部分，用车险、服务等附加服务将利润找齐。

“所谓的一条龙服务，能降低不少综合成本，再捆绑上车险，盈利就上去了。一上一下，销售商的利润并没有受到很大影响。”一名保险业内人士称，只要手续费在当地监管部门许可的范围内，监管部门不会对销售行为进行限制。

不过，业内人士也提醒消费者，一些不规范的保险中介有可能会损害消费者的利益。比如有的维修厂可能会偷偷减少一些出险比例不高的小险种，由此把消费者交来的保费截流一部分。等到爱车出事再发现，却已经为时过晚。这位业内人士表示，虽然搭配销售不在保险业监管部门的管理下，但消费者的权益受到了损害，可以通过消法维权。（王玲）

炎炎夏日

当心汽车自燃

烈日炎炎，行车安全成为开车人关注的话题，而汽车自燃更是每年夏季人们必然讨论的重点。

汽车自燃的四个原因

劣质改装隐患。在因线路故障引发的自燃事故中，主要原因是“搭铁”。特别是很多新购车的用户，对自己刚购置的爱车疼爱有加。可能会给车辆添加防盗器，换装高档影音系统，改装或加装车灯以改进造型，还可能会添加若干车载电器等等。但由于不在专业的改装店改装，没有分析车辆的线路布置和具体的结构，没有进行线路功率复核。为此也就出现了随便乱引电线，负荷大的地方不加保险，易摩擦处也未有效固定等多种错误改装。一旦出现线路老化、过载、接触不良或磨损“搭铁”的问题，“搭铁”处便会产生大量的热能。

车内电线短路。一些单线制的汽车，火线的绝缘体破损“搭铁”或电器“搭铁”都会造成短路，尤其是一些使用时间比较长、线路残旧和线路排列混乱的车辆。车上电线的“保护神”就是保险丝，一旦电线短路，瞬间产生大电流时，保险丝会被迅速熔断。但如果保险丝太大，例如有人图方便用铜线代替标准保险丝，导致保护功能丧失，就有可能使电线短路酿成火灾。另外，单线制车辆上的蓄电池火线(正极线)与车上金属体接触短路，也会产生火灾。

危险品致火灾。说到危险物品，人们想到的往往只有大型油罐车，殊不知我们日常生活中的打火机、香水、摩丝等也是构成汽车火灾的危险品。如将这些物品放在车内容易被太阳光线聚焦的部位，也具有一定的火灾危险性。一旦又引燃了车内的其他可燃部件，后果同

样严重。

停车选址不当。有些自燃事故是由于外因而导致的。比如，停车位置不当，容易导致周围物件起火，最终引火自焚。因此这就涉及停车安全的问题。夏季气温炎热，停车时应当注意车底是否有易燃物，比如干草、纸堆等。由于行车后车底三元催化器温度较高，一般温度都在300℃至400℃，到了夏季温度可能更高，甚至可能将整个装置烧红。一旦此时车底有易燃物，将很容易被三元催化装置点燃，从而导致车辆自燃。

如何保护和救助

虽然汽车自燃是谁都不愿意遇到的问题，但是一旦发生了自燃事故，首先还是要先学会逃生和灭火。自燃一般有前兆，比如车身有异响、异味，这时应立即停车熄火，最好能将车停在避风处。查找起火点，注意不要随意打开车前盖。因为空气进入车内反而容易助燃，将灭火器拿到手后再打开。如果自己无法控制火势，马上拨打119报火警，同时拨打投保的保险公司报案电话，在第一时间拿到报案号。消防队灭火后，记得索要出警证明，并开具起火原因说明。根据保险公司的要求拖去修理厂，并通知保险公司定损。

灭火大有学问

汽车自燃原因较多，而且要根据火源、车体着火部位不同而采取不同的灭火方式。如果是发动机罩内或仪表板下着火，往往是电器设备故障或燃油系统漏油造成的，此时应将汽车尽快驶离车道，关闭点火开关，所有人员迅速下车，并用随车带的灭火器灭火。若没有灭火

器，发动机罩内的火可用沙土扑灭，也可用厚布、工作服等将火扑灭。不过要注意一个细节，揭开车盖时应戴上手套，并将脸转向一侧，以免烫伤面部。另外，要记住起火初期切不可贸然打开发动机盖灭火，无论是前置发动机，还是后置发动机；无论是柴油机，还是汽油机。因为起火初期火势仍然控制在发动机盖下燃烧，没有形成热对流，可燃物也相对不多，火势燃烧较为缓慢，对扑救有利，这与“先控制、后消灭”的消防灭火作战原则异曲同工。这时可用随车灭火器，在发动机盖缝隙处，对准起火部位喷射灭火，尽可能控制火势。

如何保自燃险

“不少开车人认为，车子自燃引起的损失，不是车损是什么？既然投保了车损险就该赔。”消防专家介绍，实际上这是误区，想保自燃，就得再买“自燃险”。一般新车的质量厂家都有保证，所以从现有数据来看，购买自燃险的私家新车很少。不过随着车子使用年限变长，车况下降，车龄达3年以上可根据实际情况考虑购买“自燃险”。

记者随机咨询了几家保险公司，他们都表示，投保自燃险的车主非常少，从数量上来看还不到一成。工作人员表示，一些车主是不知有自燃险，还有一些则是为了省钱。据悉，自燃险的费率是根据车价来定的，一般两年以内的新车，投保自燃险费率在0.12%；2到4年的车，费率在0.2%；6年以上的车，费率则要0.5%。举个例子来说，一辆十万元的新车，自燃险的保费大概在100元左右。

太傻提示 留学四大陷阱

◆陷阱 1：冒充名校的“野鸡”

留学切记盲目选择学校，也不要出去随便读个学校回来以后也是“海龟”这样的想法。如果选择一个野鸡类的学校，耽误的是自己一生的前途。所以留学路上，学校的选择一定要谨慎，要努力提升自己，争取申请到一所名校并适合自己的好专业，这才是受用一生的。不要听信中介公司对其代理院校的夸大宣传。

◆陷阱 2：中介费成无底洞

初期收费很低的中介服务过程总会以这样那样的理由来进行二次收费，让申请者陷入僵局但是又不得不交。准备留学时，一定要提前了解清楚总收费情况，不要因贪图低廉首付款而忽略高昂的后续费用。

◆陷阱 3：中介“健忘”耽误学生

选择中介要看服务透明度，有时候中介人员会因为疏忽，而将一些客户的申请漏掉，不能及时赶上报名时间，从而耽误学生的前途。对于服务不公开透明的公司要额外小心，最好要求留学机构提供与学校联系的所有记录，有效监督申请进度。

◆陷阱 4：学历造假

为了应付海外学校的需要，一些不良中介主动向家长、学生提供制造“虚假文凭”的服务。一旦国外学校严格审查把关，通过假文凭过来的学生会被退回。切记造假后果都要自己承担，中介不会为此受到任何影响。对于此类建议，应该一律严厉拒绝。

太傻 2010 经典申请案例解析



康奈尔大学
Cornell University



胡雯雯 太傻留学本科组咨询师（北京），作为一个对于美国本科申请具备丰富经验的咨询师，善于利用独特的视角和观点，给予学子们专业的剖析；陪伴着他们不断地认识和提升自我，在申请过程中挖掘出自身潜能，从而清晰定位未来目标，最终赢得完美的录取结果。

破茧成蝶

【客户情况】

客户姓名：Vicky
进入服务时间：2009 年 7 月
毕业院校及专业：深圳某学校 高三学生
申请目标：美国 Top20
硬件条件：IBT: 110+ SATI: 2100+ SATII: 2400
申请结果：Cornell University

记忆中，800 米长跑的轨道上，她奔跑着，竭尽全力；然而跑完半程，她已经精疲力竭。我站在 400 米处嘶嘶力竭地为她鼓劲，因为我希望她明白人生就像是一场长跑，没有“放弃”这两字。——这是 Vicky 的母亲告诉我，发生在她和她女儿之间的一个小故事。

申请美国大学犹如 Vicky 人生一场新的 800 米长跑，然而这场赛跑的操场上不再只是您和 Vicky，还有我，您还是站在 400 米处为她加油，因为她需要您的鼓励，而我已经站在终点处等着她，等着她跑向终点的那一瞬间。——这是我和 Vicky 母亲一段对话的摘录。

2009.12.11，一个让我，Vicky 还有 Vicky 母亲都欣喜若狂的日子，AMS:28，当我的邮箱里出现“offer！”字样时，我迫不及待地打开了这封邮件，Cornell 的录取，Vicky 拿到了。拨通她母亲电话的那一刻，电话那头传来 Vicky 母亲激动的话语，让我深知这段时间自己工作的价值和意义。

申请过程中，很多家长认为孩子忙于高中课程的学习，迫于标准化考试的压力，已经花费了大量的精力准备，占据了大量的时间，尤其是在标准化考试期间，担心大量的文书写作影响到孩子正常的考试复习，希望由我们来负责完成，然而事实上他们并不了解不是我们不帮助孩子来完成这些工作，而是只有孩子最了解自己，他们的写作灵感会比我们多得多，很多他们年龄层的想法会是我们所想象不到的，孩子提供的素材越丰富，我们和他们碰撞出的火花才会更加绚烂。Vicky 的母亲留给我最深的印象，就是她深知孩子在整个申请过程中的重要性。

客户经理寄语：

Vicky，一个独立坚强，却又偶尔不太自信，有着小女强人潜质的女孩。在这段陪着 Vicky 一起走过的申请日子里，和她还有她的母亲之间有着太多让我回忆的故事，如果借用 Vicky 母亲的话来形容这段申请的岁月，那就是 Vicky 破茧成蝶，她陪着女儿一起成长，而我见证孩子破茧成蝶的过程。

客户感言：

我生活在一个单亲的家庭，除了南北方的文化熏陶外，我也有着母亲的坚强与独立。申请美国读书，是我的希望，也是我母亲的愿望。来到太傻，申请中的每一步，都是我、母亲、咨询师三个人共同来完成，这也让我深深感到了咨询师的责任心。太傻让我圆了我的美国梦，也为我的母亲带来了更多的希望与欢乐！感谢我的咨询师，感谢太傻。



斯坦福大学 Stanford University



刘云伟 太傻留学咨询理、工、文副总监（北京），擅长理工科类申请以及美、英、加等签证工作。在太傻工作的几年中，积累了丰富的申请经验，并善于处理疑难案例，能挖掘学生自身优势，为学生量身订造申请方案，曾帮助众多客户申请到美国名校的录取。

稳扎稳打 步步为营

【客户情况】

客户姓名：Lu
进入服务时间：2009年8月
毕业院校及专业：国内某知名重点院校
申请目标：美国 Top20
硬件条件：IBT: 100+ GRE: 1380 GPA: 3.8
申请结果：Stanford University

Lu 在 2009 年 8 月底加入服务，时间相对比较紧张，好在 Lu 在进入服务之前就已经考完了 GRE，并取得了令人满意的成绩。在与 Lu 及其家人沟通之后，得知 Lu 是比较看重学校的名气以及声誉，专业可选范围较大，最终经过探讨我们定了 3 个专业进行申请，分别是 IE、MIS、Engineering Management，而 Lu 最想去的学校是 Stanford University。

Lu 在申请中的一大优势在于，成绩非常不错，年级排名较高，而且出身于国内某牛校；这个对于他的申请来说是非常有利的。但是比较美中不足的是 Lu 的研究背景比较少，这点与国内大部分本科生比较相似。但是为了让其能够增加申请竞争力，我为他制定了合理、有效的专业提升规划，着重加强研究背景，通过两个多月的努力，Lu 最终弥补了其研究背景的劣势。

Lu 在申请中的另一大优势在于文书自我包装。在文书的准备过程中，和客户进行了大量的讨论，深入挖掘了客户的所有素材，最后在进行文书包装的过程中，选择了着重体现 Lu 未来发展潜力、理性的性格、专业兴趣以及大学生活的多姿多彩，将客户的这几个方面的突出素质展现的淋漓尽致。

由于 Lu 加入服务体系早，所以一些申请误区能够及时予以纠正，并且能够在背景提升的过程中进行了合理的规划，再加上 Lu 在申请的过程中的配合以及客户和咨询师的共同努力，最终他在 1 月初也就是递交材料一个月左右的时候拿到了 UPenn 的录取，而在 2010 年 3 月，Lu 收到了 Dream School—Stanford University 的录取。

客户经理寄语：

留学申请对于很多学生来说至关重要，关系到申请者一辈子的事情，建议各位在留学申请中应该稳扎稳打，步步为营，尤其是要充分了解自己，加强自己的申请竞争力，合理定位自己，切勿眼高手低。最后祝愿所有的留学申请者都能飞跃成功！

客户感言：

对于每一个想去美国求学的学生来说，都会有少许的名校情结，我自然也不例外。毕业于重点大学的我，大洋彼岸的斯坦福一直是我的梦想。曾想过 DIY，但是总觉得无从下手，来到太傻之后，各项有条理的规划，每一步的申请让我终于圆梦！谢谢我的咨询师，谢谢太傻团队！



麻省理工学院 MIT



王媛 太傻留学咨询商科组咨询师（北京）善于通过申请的过程，锻炼客户具有独立思考 and 坚持不懈的性格。擅长申请 MPA、金融、酒店管理，MBA 的申请，获得了众多名校的录取结果：MIT、Cornell、USC、Carnegie Mellon、Northwestern、UCSD、GIT、等等。

内心变得强大时 宇宙都会围绕着你

【客户情况】

客户姓名：Grace
加入太傻服务时间：2008 年 12 月
毕业院校及专业：国内某高校
申请目标：美国 Top20 金融
硬件条件：IBT: 100+ GMAT: 760+ GPA: 3.6
申请结果：MIT

正如 Grace 所说，这次申请就像一场突围。在突围中，我们的筹码虽然简单但不可或缺。就是信任和沟通；在突围中，我们收获的不仅仅是一个简单的胜利，而是一个让我们内心变强大的锤炼过程。

2 月 26 号，我在邮箱里看到了简短精悍的一个标题“姐姐，我被 MIT 录取了！”的时候，瞬间我与 Grace 携手走过的 1 年多的每一个紧要关头的冲突都浮现在了我的眼前：

3 月接到 Grace 的资料，我们的坦诚以及消除对方顾虑的沟通；

7 月第一次 GMAT 出结果，对于本来想申请 Top20 金融的申请者来说，640 的分数让她受打击，我让她抱着一颗平常心来看到任何挫折，面对一切的低谷时，对自己说两个字“正常”；

8 月底，Grace 接到了土耳其海外实习的通知，回国后复习了短短 10 天，10 月 Grace 凭着她强大的心理素质冲击到了 GMAT 的高峰，这给了我我们一剂强心针。在她犹豫申请不申请 MIT 的时候，我斩钉截铁的告诉她：“申！相信我也相信自己”；

11 月，申请正式开始后面临的无数繁杂细致以及技巧性的环节在我们相互的信任和充分沟通中变得一马平川；

2010 年 1 月，没有任何学校的消息的情况下，我告诉 Grace “相信我，你会非常好的结果的！我们已经做好了一切，录取是必然的！”

最终，画面再一次回到 2010 年 2 月 26 号，在发送和接受到“姐姐，我被 MIT 录取了！”这段话的不同的电脑屏幕后，都有相同的两颗难以平静的心。

客户经理寄语：

我非常想告诉广大的申请者，对于超级牛的牛校申请的过程中，需要的再也不仅仅是出色的成绩，完善的背景，更需要一颗强大的内心。在一切的计划被现实打破的时候，是否还有勇气重新站起来。

客户感言：

我准备得其实很早，但是由于没有申请过，对于申请这样一个系统而浩繁的工作竟手足无措。当考试、推荐信、PS、网申等等各种事情一股脑出现的时候，我不知道事情的优先级，每件事该如何做，不知道该如何利用剩下的时间提升自己。但太傻的出现，恰恰填补了这样一个空缺。太傻指导我提升自己的背景，对我有计划有目的的做一些实习和学术项目起了关键的指导作用。并且，我与我的客户经理良好的信任和互动，促成了我们顺畅的合作。如果可以将申请比作一场突围，我和太傻就是战友，用对彼此的信任和顺畅的沟通赢得了胜利。



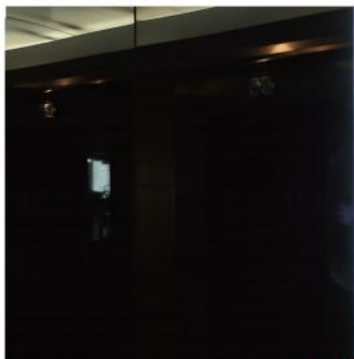
◆ 太傻咨询简介

太傻留学咨询隶属于北京澄怀科技有限公司，公司是集教育服务、教育咨询、网络服务、图书出版与教育培训为一体的综合性教育服务集团，是目前最大的、服务最广的专注于留学服务特别是留学咨询服务与留学考试服务的顶尖公司。公司总部位于北京，在广州和上海建有全资子公司。太傻咨询拥有 360 位美国留学咨询专家的强大阵容，14000 个名校申请成功案例的宝贵经验，客户遍布美国 Top100 院校。主要客户来源为国内 211 高校及各地重点高中。目前在美国高端留学咨询领域，太傻的市场份额为 70% 左右，占据了绝对优势地位。



◆ 诚信示范合作单位

自成立以来，太傻一直坚持为客户提供卓越的留学咨询服务。已经亲身感受过服务的客户对太傻都推崇备至，每年都有超过 30% 的新客户是由老客户直接推荐而来。立足客户满意度，几年如一日坚持兢兢业业的服务同时也获得了监管部门的高度评价。2008 年和 2009 年连续两年荣获北京市消费者协会颁发的“诚信服务示范单位”称号。



◆ 2010 上海世博会博鳌论坛馆合作伙伴

作为中国最大的留学咨询机构，太傻咨询帮助众多中国留学申请人跨越中美文化教育差异，成功被美国顶尖名校录取，并有大量客户获得美国大学发放的高额奖学金。2010 年，太傻咨询积极参与上海世博会，愿同博鳌论坛一起为增进中美文化教育交流做出卓越贡献。



◆ 留学维权平台

鉴于留学机构服务过程中纠纷不断，太傻咨询与北京市消费者协会成立“留学绿色通道”，为广大北京留学申请者开辟了唯一网上维权平台，受理消费者的投诉和咨询，调解消费纠纷等。

此平台与电话维权一样，可以快速得到市消协的答复。

维权电话：010 — 65881138 — 315



◆ 太傻建议 — 留学要趁早

留学申请一定要早准备，“机会永远属于那些有准备的人”，越早准备越有优势，能申请排名和声誉好的学校的机率就大一些，就应该做个勤奋的人。

俗话说“早起的鸟儿有虫吃”，对于留学申请也不例外。越早进入太傻的服务体系，获得的帮助也就越多。做任何事情还是要早计划，早打算，给自己预留足够的时间，这样才能达到最好的效果。

“早起鸟”在时间安排上要好好规划，在思想上更应该积极提高。怎样的申请才是好的申请？有特色的申请才是最好的申请。怎么才能有特色？自己的东西，通过自身思考而得来的，或许是很平常的经历，但能通过思考得出自己的见解，这就是特色，是任何人都无法抄袭的自己的东西。“早起鸟”要善于总结，善于归纳，做一个有思想的“早起鸟”！

每一个人都有自己的优势和劣势，如果能很早就加入太傻，并且在申请这个过程中，并与咨询师保持着一个很好的互动，提升自己甚至还可以申请巨奖。

推 销

有一个推销员，常挨家挨户地推销产品，把脚都走破了。一次这个推销员在拜访一客户三十次后，客户却在最后关头买了别人的产品。这位推销员百思不解，也很失望；但他仍不放弃，决定拜访该客户的总经理。他带着“有望客户表”，里头记满三十次拜访的谈话纪录，诚恳地请求总经理告诉他“失败的原因”，以便改进。那位总经理看了密密麻麻的“客户卡纪录”之后，抬起头，看着这个推销员，感动地说：“我佩服你的精神，现在，我决定买你的产品！”

钥 匙

一把坚实的大锁挂在大门上，一根铁杆费了九牛二虎之力，还是无法将它撬开。钥匙来了，他瘦小的身子钻进锁孔，只轻轻一转，大锁就“啪”地一声打开了。铁杆奇怪地问：“为什么我费了那么大力气也打不开，而你却轻而易举地就把它打开了呢？”钥匙说：“因为我最了解他的心。”

伤心故事

有三个人到纽约度假。他们在一座高层宾馆的第45层订了一个套房。一天晚上，大楼电梯出现故障，服务员安排他们在大厅过夜。他们商量后，决定徒步走向房间，并约定轮流说笑话、唱歌和讲故事，以减轻登楼的劳累。笑话讲了，歌也唱了，好不容易爬到第34层，大家都感觉精疲力竭。“好吧，彼德，你来讲个幽默故事吧。”彼德说：“故事不长，却令人伤心至极：我把房间的钥匙忘在大厅了。”

原来如此

甲：新搬来的邻居好可恶，昨天晚上三更半夜、夜深人静之时跑来猛按我家的门

乙：的确可恶！你有没有马上报警？

甲：没有。我当他们是疯子，继续吹我的小喇叭。

洗碗

晚饭后，母亲和女儿一块儿洗碗盘，父亲和儿子在客厅看电视。突然，厨房里传来一阵打破盘子的响声，然后一片沉寂。儿子望着他父亲，说道：“一定是妈妈打破的。”爸爸答道“你怎么知道？”儿子答道“她没有骂人。”

体 谅

妻子正在厨房炒菜。丈夫在她旁边一直唠叨不停：“慢些。小心！火太大了。赶快把鱼翻过来。快铲起来，油放太多了！把豆腐整平一下。哎唷，锅子歪了！”

“请你住口！”妻子脱口而出，“我懂得怎样炒菜。”“你当然懂，太太。”丈夫平静地答道：“我只是要让你知道，我在开车时，你在旁边喋喋不休，我的感觉如何。”

乘 车

一辆载满乘客的公共汽车沿着下坡路快速前进着，有一个人后面紧紧地追赶着这辆车子。一个乘客从车窗中伸出头来对追车子的人说：“老兄！算啦，你追不上的！”“我必须追上它！”这人气喘吁吁地说：“我是这辆车的司机！”

人小鬼大

小男孩问爸爸：“是不是做父亲的总比做儿子的知道得多？”爸爸回答：“当然啦！”小男孩问：“电灯是谁发明的？”爸爸：“是爱迪生。”小男孩又问：“那爱迪生的爸爸怎么没有发明电灯？”

保护、促进和支持母乳喂养 ——是雀巢公司一贯的策略

母乳是母亲天然的为宝宝准备、分泌的食物，因此母乳中各种营养物的质量和数量以及比例都最适合婴儿的需要和消化吸收能力。母乳喂养有利于维持婴儿正常体重增长，减少以后儿童及成人肥胖发生的风险。母乳中含有其它动物乳类不可替代的免疫活性物质，特别是初乳为新生儿提供了丰富的免疫球蛋白和抗感染因子等；可增强新生儿的免疫力；减少急性胃肠疾病的发生。因此母乳喂养的新生儿急性胃肠疾病发生率比非母乳

喂养的新生儿低6倍，其对免疫接种反应更强，抗体产生量也更

多。

最新的母乳是个有乳中所含细菌常有益菌；如双歧

研究发现，母乳喂养过程，主要属于人体正常有益菌，如双歧杆菌，乳酸杆菌等，这些有益菌通过母乳进入婴儿肠道，促进婴儿肠道内正常益生菌群的建立，使婴儿抗感染抗过敏的能力增强，降低感染性和过敏性疾病的发生。母乳中的乳糖，DHA，矿物质和维生素对婴儿的大脑及中枢神经系统的发育起着重要的作用，当然母乳喂养的优点还有其本身带来的母子依恋关系的建立；对婴儿情商发育的促进；对婴儿性格培育的极大好处；对母亲子宫的复原；产后体形恢复；母性的生成；母亲身心健康均有帮助。母乳喂养方便、卫生、经济更是对母子和家庭带来的巨大的好处。

1867年，瑞士籍化学家亨利·雀巢先生率先发明了世界第一种婴儿食品——牛奶麦片。一天，一位当医生的朋友带来了一个早产了一个月的婴儿，这个婴儿既无母乳，也吃不下其他食物，身体极度虚弱，因而被遗弃了。亨利·雀巢先生收留了这个孩子，喂他吃自己开发的牛奶麦片，小生命获救了。这个好消息很快在当地传开了，也被妈妈、助产士和医生们所知晓。后来雀巢这个神奇的产品为传到世界各地，成为帮助没有母乳的孩子健康成长的优质食品，引领他们走向美好生活。如今雀巢公司已经经历了143年三个世纪的风风雨雨，成为世界上最大的食品和饮料公司，产品销往世界的每一个角落。现在雀巢在全世界不仅只是速溶咖啡的代名词，而且在婴儿营养产品，奶品，糖果，冰淇淋，饮用水和宠物食品等各个产品系列中均名列前茅。



雀巢的成功和长盛不衰，有着众多的因素。其中“改良创新”是核心因素，雀巢现在在全世界拥有29个研究和开发中心（包括在中国北京、上海的两个研发中心），3700名科学家和工程师。2009年在研发上的投入达120亿人民币。没有任何一家食品公司在研发领域内投入这么大的人力、财力资源。巨大的投资，严谨的科研，为雀巢带来了丰硕的研究成果。使雀巢的产品不但营养、美味、方便、优质、安全，更为人们的营养、健康和幸福生活做出了巨大贡献。

百年雀巢始终将消费者的幸福置于首位，坚持着创造共享价值的承诺，不仅为股东，同时也为社会创造了价值。公司同时也为运营公司所在地的人民创造价值，这包括为我们供应原料的农户，我们的员工，我们的消费者以及我们运营公司所在的社会。遵守所在国家的法律法规和国际规范，

保障可持续性发展，彰显我们所承担的责任，确保我们的经营行为有益环境保护、社会公平。如亨利·雀巢先生在141年前的1869年就提出“在婴儿出生后的头几个月，母乳是其最天然的食物，每位能够自己哺育孩子的母亲，都应该母乳喂养她的宝宝”。自1981年世界卫生组织颁布了《国际母乳代用品销售守则》。1982年雀巢公司根据（国际母乳代用品销售守则）的每一款逐条制定了雀巢内部指示，以确保（国际母乳代用品销售守则）的条款和精神得到确切的贯彻。2004年7月，雀巢公司根据在发展中国家实施《国际母乳代用品销售守则》23年的经验，也参照后来世界卫生大会（WHA）的有关决议再次出版了修订版。雀巢在中国公开声明并承诺支持遵守世界卫生组织的《国际母乳代用品销售守则》和中国政府的《母乳代替用品销售管理办法》。雀巢坚信母乳是婴儿头6个月内最好的唯一食物，在因各种原因不能进行母乳喂养或者母乳不足的情况下，婴儿配方奶粉应在医务专业人员的指导下，为宝宝提供能够发挥其生长发育最大遗传潜力所需的充足适量接近母乳的营养！





北京市消费者协会商品检测指定实验室

北京市电子产品质量检测中心 北京市信息产品质量监督检验站

北京市电子产品质量检测中心（以下简称中心）又名《北京市信息产品质量监督检验站》是由《北京市电子产品质量监督检验站》与《北京市通信产品质量监督检验站》整合组建，并于2004年6月通过了北京市质量技术监督局组织的审查认可现场评审，授权开展检测工作。

中心是经公安部授权、是北京市安全技术防范管理办公室指定的安全技术防范工程验收的检验单位，是北京市科委指定的科技成果鉴定检测试验单位，市工商局等7委办指定的手机三包鉴定单位，符合《检测和校准实验室认可准则》的全部要求，通过中国实验室国家认可委员会（CNAS）认可，是中国质量认证中心（CQC）签约试验室，北京市消费者协会商品检测指定实验室。

中心拥有多名高级工程师、工程师、助理工程师和技术员。他们的专业涵盖了电子技术、通信、计算机、半导体、电真空、仪器计量、电子元件、无线电技术等相关学科领域。

中心拥有专业试验室5个，试验室面积约3500平方米，经授权的检测试验能力涵盖视听设备及配套产品；电子计算机及信息处理设备；电子测量仪器及电子设备；程控交换机、通信终端设备、移动通信机电源、计算机软件评测；安全技术防范工程；综合布线检测；电磁兼容试验；家用电器检测；安全性能检测；环境试验；可靠性等门类试验。承接的主要检测试验任务包含：市级质量监督抽查检验；各种不同形式的委托检测和试验；质量等级品评定试验及集中测试等各种评价性检测；生产许可证确认试验；计量器具新产品样机试验；科技成果鉴定检测；安全技术防范工程验收检验；计算机软件评测；有关电子信息产品质量等方面的咨询服务等。

中心是一个具有公正性、独立性、诚实性，向社会提供科学、公正、准确的检测数据及需要时可对其结果提出意见和解释的第三方实验室。



地址：北京市崇文区广渠门内大街9号

邮编：100062 传真：010-67115519

电话：010-6711551 010-67158656

[http:// www.betc.com.cn](http://www.betc.com.cn)

Email: jc@betc.com.cn