

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

2011.12

预付费中的消费者权益保护

购买使用电热毯需谨慎

手机拨打“110”须加区号？

114查号台涉嫌侵害消费者权益

鉴别乌木金丝楠有窍门





近日，市消协针对国家质检总局发布的《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定(征求意见稿)》，专门组织有关法律专家和汽车企业代表召开了“推进汽车三包工作专家座谈会”。(具体内容见本期)



11月4日，丰台工商分局联合丰台区卢沟桥乡政府、丰台区消协等相关部门在万丰路商业企业中开展了绿色放心消费示范街共建活动。图为市工商局副局长黄晓文在活动启动仪式上讲话。



10月18日，海淀区消协召开消费维权志愿服务启动仪式暨“消费与民生”征文表彰会议。会上对《海淀区消费维权志愿者管理办法(试行)》进行了讲解，并进行了授徽、授旗及志愿者宣誓活动。



10月12日，市消协联合延庆县工商分局、延庆县井庄镇共同开展向老党员献爱心活动。市消协工作人员来到延庆县井庄镇二司村，向村里的老党员捐献了42件羽绒服和55双棉袜。



近日，东城区消协举办了2011年东城消协第二期维权培训班。中消协投诉与法律事务部主任陈剑等有关专家，就基层消协组织怎样做好消费维权工作进行了详细深入的讲解。



近日，一位70多岁的残疾消费者来到石景山区消协投诉。由于该消费者半身不遂，语言表述不清楚，消协工作人员只好耐心倾听，反复询问，最后成功为其追回购买电动车多交的三十元钱。

国标制定也该实现“标准化”

标准的是与非，对于公众来说，从来都是一头雾水，数据的高与低、解释得科学与否，都超出了自身认知的范围。此番，专家的发难涉及的只是冰山的一角，孰是孰非，亦很难判定。食品安全的标准，表面看来只是一组数据。不过这组数据，对专家而言代表了科学的尺度，拷问的是权威；对企业来说则是生产所遵循的最低底线，拷问的是利益；对普通大众来说是一条健康的保障线，拷问的是期盼；而对政府而言是公共管理的武器，拷问的是责任。

所以，食品安全标准制定的过程，实际上是多方面利益取舍的过程，这就需要建立一个标准制定的标准原则与程序，防止异化成为利益博弈的筹码。对此，政府部门该做的仅仅只是搭建一个听证平台，固守公共管理的立场，并督促企业遵循社会责任，体现道德良知，允许内部不同意见的争论，但必须通过既定的程序统一意见，形成标准制定后一个声音的局面。

乳品新国标争议中所披露的信息隐约表明，一方面企业在制定标准的过程中干扰过多，另一方面主管部门对专家论证的干涉不同程度地存在，征求意见不够全面，发扬民主不够充分，使得标准的制定沦为了类似于政府公共事务一类的行政决策，从而让制定的标准缺少了必要权威性与公信力。这些表明，食品安全标准的制定缺少可靠而科学的制度与程序设计，行政主导的权力过于集中，制定缺少应有透明度，以及可供监督的倒逼机制。由此，继乳品国标之后，速冻米面新国标为人所质疑就不难解释了。可见，制定食品安全国标也该实现“标准化”了，否则，可能会有更多的食品安全国标重蹈乳品国标的覆辙。（房清江）

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
崔倩 罗刚 郎丹柯 李蕊
陈凤祥 金俊华 赵元东 路志清
李建中 郝国庆 路士禹 杨立生
高云鹏 王连刚 王文华 张宝林
高贵民 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
彭会珠 陈亮 王亚宁 阳光 杨薇至
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
北京市丰台区大成路6号金隅大成时代中心公寓楼803室
100141
68520118
http://www.bjxf315.com
bjxfz315@126.com

2011.12 第6期 (总第20期)

内部资料 免费交流

卷首语:

国标制定也该实现“标准化”

热点关注:

- 预付费中的消费者权益保护 1
远程购物过程中的食品安全问题对策研究 4
诺诗兰等四品牌样品未通过测试 6
北京等22家城市消费维权单位联合发布
网络团购消费调查报告 7
22家消费维权单位点评通信行业
三大霸道行为 9
北京等22家城市消费维权单位联合向全国
人大常委会建议——
赋予消费者组织公益诉讼权利 11

消协观点:

- 市消协对家用汽车“三包”规定提六点建议
因质量问题退换汽车不应收取折旧费 13

消费警示:

- 澳门买手机请多参考和比较 17
谨防瘦身美容变毁容 18
切莫上“电信回报”的当 19
选购羽绒服注重看“内” 20
购买使用电热毯需谨慎 21
优惠装并不一定划算 22

案例点评:

- 游泳馆虽然设有警示牌
地面湿滑摔伤仍要赔偿 23

《北京消费者》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。

夸大收藏品的价值销售	24
涉嫌侵害消费者知情权	
房屋租赁合同到期后	25
中介应如数退还押金	
上门安装热水器拧裂水管	26
造成消费者损失理应赔偿	

调解案例:

手机拨打“110”须加区号?	27
婚庆服务不能随意增加费用	27
健身店随意迁址应退卡	28
1580元的镜架戴几个月就坏了	28
移民政策改变了能退费吗?	28
儿童游乐园内受伤谁负责?	29
新车开一年保险杠就掉漆	29
“洋沙发”用一个多月就开胶	30
GUCCU手表“三包”不包表带?	30
新冰箱两次修不好应退货	30
托管保健品引起合同纠纷	31
苏宁折旧换新服务遭投诉	31
干洗毛毯却被弄丢了	31
办完消费卡宠物店就关门了	32
新笔记本电脑用一个月就坏了	32
新手机有缺陷怎能不退换	32

法律讲堂:

114查号台涉嫌侵害消费者权益	33
-----------------	----

理论研究:

试析网络消费中消费者权益保护的难点	36
-------------------	----

消费课堂:

三种浴霸各有优缺点	42
豆浆机保养不可少	43
家用燃气灶打不着火怎么办?	44
冬季如何安全使用电热水器	45
空调使用不当酿十大祸害	45
空调冬季结霜有解决妙招	46
电压力锅会破坏营养吗?	46
隔夜菜究竟能不能吃?	47
豆腐怎样搭配最有营养	48
鉴别乌木金丝楠有窍门	49



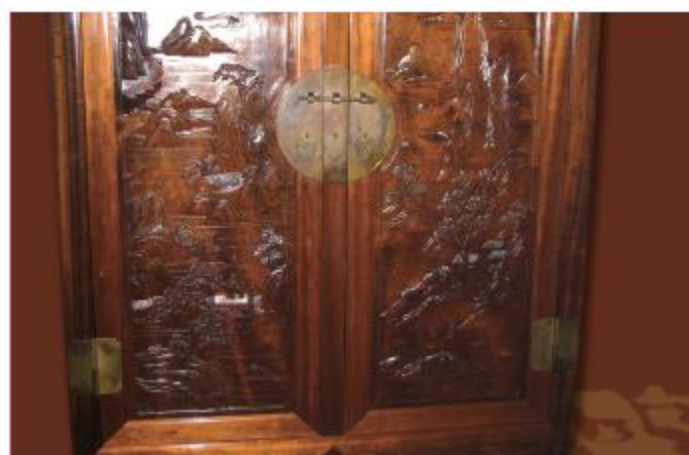
【热点关注】预付费中的消费者权益保护

01



【案例点评】夸大收藏品的价值销售 涉嫌侵害消费者知情权

22



【消费课堂】鉴别乌木金丝楠有窍门

35

预付费中的消费者权益保护

——浅议预付费格式合同中核心条款的把握

北京市消协副会长兼秘书长 董青



随着我国消费环境和水平的不断提升，消费领域中存在的预付费纠纷突出显现，如何解决好预付费消费问题已经成为新时期我国消费者权益保护中的重要课题。从宏观角度讲，预付费问题是影响消费经济市场稳定的重要因素，是构建现代和谐消费环境的重要组成部分，是衡量消费市场法治化的重要标准。从微观角度讲，预付费问题不仅关系到广大消费者自身的合法权益，而且还关系到商家合法经营和可持续发展的系列问题。预付费问题处理的好，可以促进消费市场更好更快的向前发展，如果处理的不好，很可能会导致影响社会稳定的群体性事件的产生，所以，对预付费领域中的消费者权益保护问题的研究就显得十分重要。

首先，我们必须认识到预付费作为一种新型消费模式是社会经济发展的必然产物，已经在国内外大

多数国家和地区盛行多年，甚至在某些特殊的消费领域已经成为一种主流消费模式。尽管我国现阶段预付费消费模式中还存在诸多问题，但是这不能抹杀该模式所特有的诸如快捷性、高效性、个性化服务等优越性。从国内外消费发展方向来看，预付费消费模式是一种不可逆的趋势。这是因为，从经济学角度分析，预付费模式可以给商家带来额外的利益（比如循环资金使用），同时对客户而言也是充满诱惑的选择（比如优惠与便捷）；从法律规制角度分析，预付费模式属于商家与消费者之间的合意，只要不违反现行法律规定，这种民事合意行为应该得到法律的承认；从社会成本论角度分析，预付费模式将带来最可靠的交易信任关系，从而将交易成本和选择成本降至最低。所以，我们对预付费消费模式的认识应该是基于规范和发展，而不是因噎废食阻碍其发展的总趋势。

然而，我们必须清醒的认识到现阶段预付费消费模式运行中确实存在大量亟待解决的问题。

第一，实践中存在大量脱法协议行为。预付费消费本来是商家和消费者之间的合意，但是协议的签订使用的大都是商家制定的格式条款，商家往往利用消费者法律意识的薄弱和轻信在格式条款中夹杂大量排除自己义务的不公平条款，或者模糊协议实际效果，使得该协议成为侵害消费者权益的“免

责协议”。

第二，商家缺乏诚信经营的理念。预付费消费在本质上属于“最大诚信协议”，消费者给予对商家的信任而提前给付金钱。实践中，消费者这种先给付行为却成为商家违反诚信的可能和依靠，以各种理由要求客户继续过度消费，甚至卷款而逃。

第三，消费者维权意识薄弱。消费者对经营预付费型模式的商家缺少法律意识，很少有人会在签订协议时要求查看商家的经营资质，也很少事先仔细分析预付费协议的条款，在自己的权利受到侵害后，又难以举证或怠于维权，这就为不良商家创造了可乘之机。

我们认为，造成现阶段预付费消费模式问题的主要原因是缺少对该领域商家的资质核准和行为监管。因为预付费型消费模式涉及到对社会不特定人群资金的预先募集，所以对经营主体资质的事先核准是必要的，相关部门应该按照预付费额度大小和经营规模设立分等级的入门门槛，建立相应的信用等级标准，及时更新公布于消费者得知。各地消保组织应该协助消费者对于那些经营已经出现问题，有可能出现违约的商家，比照《合同法》关于“不安抗辩权”的规定，要求商家提供可以继续履行的担保，对于未能提供相应担保的商家，消费者和消保组织有权利提请相关部门进行再次资质审查，以确保消费安全。

参考境外预付费消费者权益保护的实践，在确保商家资质得到事先审核以外，最重要和最有效的解决方式就是政府或者消保组织介入到预付费格式合同制定中来。统一制定一系列不同行业预付费合同标准，明确合同中必须记载和不得记载的相关事项。这不仅可以起到事前防患于未然的作用，而且可以用固定合同条款的方式明确消费者的各项权利和保障，此外，经过统一制定的格式合同在纠纷发生后，可以简化消费者举证责任，明确消费者与商家责权利的分属。这种以定型化契约的方式实现预付费消费安全的做法，主要有以下几个方面值得我们参考和借鉴：

1、明确履约保证金

为防患商家以预付费形式圈钱，或者出现经营不良时无法履行义务，所以在预付费定型化契约中特别设立最主要条款——履约保证条款。这种履约保证并不是商家场所、设备和资质的保障，而更重要的注重于资金上的保障。这样做一方面是约束商家经营行为，另一方面是明确消费者事先缴纳的预付费必须做到专款专用，商家无权挪用处分。

针对不同类型预付费商家的经营特点，履约保证的额度和方式也不尽相同。对于文体娱乐类经营者的保证金额度一般要求预存款占收款总额的百分之五十，而对于电子商务等中间机构的预存款要求达到百分之百。相关预存款保证金必须存入银行的“信托专户”之中，以台湾地区为例，其消保组织制定的相关条款中明文规定，要求商家以“委托人”的身份将预付费存入银行，“并依实际信托额度，按比例按期从专户领取”，一旦商家出现“解散、歇业、破产、被撤销登记或者其他原因无法履行之时”，消费者就可以成为剩余的预付费受益人，从而保障了消费者的后顾之忧。同时，为了使得预付费保证金制度更为灵活，商家也可以选择更多的保证方式，比如由第三方连带担保等，但是这些额外方式都必须得到消保组织或者相关管理部门的事先认可。

照此，如果我国大陆地区施行了预付费保证金制度，并在格式条款中加以明确，那么，这对于商家来说是一个极大的约束。对于消费者而言，一旦出现问题后并不需要去法院走漫长的诉讼程序，而只需要按照合同取得信托尾款，全部过程简单明确，将不会出现因维权导致的大规模群体事件或者大规模诉讼。

2、关于解约的消费者保障

除了《合同法》相关解除合同规定外，在预付费领域内对于消费者还应该充分额外保障。最重要的保障就是明确消费者拥有的“后悔权”。明确预

付费消费后悔权在预付费领域主要体现在两点，第一是规定契约生效后一定期限内消费者未使用之时，可以无条件解约并取回全额预付费。例如我国台湾地区关于“健身中心定型化契约”的规定“契约生效后七日之内未使用设备者”可以请求解约并取回费用。第二是所签合约期限尚未到来，在此之前，消费者可以随时无条件解除合同。

对于一些商家以“赠与”或者“优惠”为代价吸引消费者做预付费合同，合同解除后，商家不得要求消费者返还赠与，也不得在返还金额内进行扣除。这样的条款主要是针对一些开始以赠与和优惠为诱饵，后来又以返还为要挟的不良商家设定。如果条款中事先没有如此规定，那么一旦出现纠纷，商家很可能将赠与合同辩称为附条件合同，在法律适用上消费者将处于不利地位。

3、明确消费者的转让权和继承权

除了具有明确人身性质的消费合同外，一般不允许商家在合同中规定不得转让。对于转让手续费必须在合同中事先明确，如果没有明确的，视为不得收取额外费用。因预付费消费具有一定的“无因性”。所以一般情况下不记名预付费卡应允许自由流转。消费者死亡时，对于不记名预付费会员资格，继承人可以继承，也可以要求退费，对于实名性质的会员资格，会员死亡时资格中止，待到继承人确定后继续。

4、侵害消费者权益的不得记载事项

预付费格式合同不得记载以下事项：（1）除主管机关批准外，不得记载逾期或未使用余额不得退还的事项。如果确有记载，消费者也可按照《合同法》关于格式合同不利于制定者一方解释主张权利。（2）不得记载“不办理挂失”的事项。如果商家以未妥善保管预付费历史记录为由不予挂失的，消费者可以将保留的发票或其他证明方式做出证明。（3）不得记载商家片面解除约定的条款。虽然民事合同中需要尊重双方合意，约定解除确实

是合同解除的一种，但是在消费领域中更侧重的是对消费者的保护，预付费合同中侧重尤其如此，所以一般不允许商家设立片面解除合同的条款。

（4）不得记载免除商家故意或重大过失责任。故意或过失责任的承担是民事法律明文规定，法律不允许利用格式条款事先免除自己责任的行为。

5、事先广告承诺的履行

预付费纠纷高发区之一就是消费者无法享受到事先商家的广告承诺，或者在商家利用高质量服务等引诱消费者签订契约后，单方面降低标准。所以，在预付费消费模式中必须以条款的形式确认商家事先的广告。一般规定，商家应确保所负义务不得低于事先承诺的标准，双方承诺（包括口头承诺）均属事先承诺一部分，但是口头约定需要以书面方式加以确认，以方便事后举证。

总而言之，预付费消费模式的真正规制其实是一个庞大的体系，既包括相关立法的完善，也包括行业自律和商家诚信道德标准的提高，还包括各级消保组织和主管部门的监管。在此其中，由消保组织和行业主管部门共同制定有利于消费者权益保护的预付费格式合同，应该是现阶段最有效和最直接的办法。





前言：随着信息传递的高速发展，网络购物等快速购物方式逐步产生。这一新型业务的兴起对扩大消费，满足消费者多元化需求，促进社会发展具有重要意义。但远程购物方式给消费者带来方便的同时，侵害消费者权益的现象也时有发生，远程购物中的消费者权益问题日益突出。

特别是消费者在购买食品类商品后很难判断其质量，且遇到问题时维权难度比较大，如何保障消费者在远程购物中的食品安全显得更为突出和重要。为此，北京市消协根据近年来远程购物中出现的问题，就如何在远程购物中加强食品安全建设进行了初步探讨，并委托首都经济贸易大学首都经济研究所开展了远程购物中的食品安全课题研究。

为进一步推进远程购物中的食品安全课题研究，市消协近日在首都大酒店举办了远程购物中的食品安全问题专家座谈会。有关专家就如何加强我国远程购物中食品安全监管制度建设，完善消费者救助机制，以及对行业发展现状、消费者认知、监管制度及法律等方面展开了探讨。综合多方观点，有助于应对未来远程购物中的问题，从而更好地保护消费者的合法权益。

远程购物过程中的食品安全问题对策研究

目前，我国远程购物行业处于高速成长期，市场发展呈现交易规模快速扩大、投融资总量显著增长、参与主体明显增加、政府政策支持推动、监管体系不断完善、技术水平更新成熟等几大特征，并预计在今后5—10年内仍将继续保持这一快速发展态势，实现市场规模占社会消费品零售总额比重超过5%的发展目标。但同时，市场在消费者权益保护、商家主体行为规范、管理制度措施体系完善成熟等方面与发达国家存在一定差距，存在商家误导欺骗

消费者、恶意侵犯知识产权、兜售假冒伪劣商品、商品出现质量问题、消费者维权难等现象。所以，今后需要进一步完善行业发展的体制机制，建立强化行业组织的自律协调功能，引导和树立消费者权益保护意识，促进行业有序健康发展。

伴随着远程购物市场快速发展及其灵活、方便、快捷等优势显现，各类食品（干果、饮料、酒水、大米、奶粉、保健品、辅食）逐渐成为远程购物市场的重要交易产品，使得远程购物（食品）

市场同样取得快速发展,传统大型知名食品生产零售企业也因网购巨大的市场空间不断开始进入远程购物(食品)市场、促进自身转型升级,并一定程度上逐步改变了以往小规模、个体商家占主导的市场竞争结构,加剧市场竞争。但受我国食品生产行业总体发展水平较低、法制不完善导致消费者权益追究受偿存在困难、行业缺乏对商家经营资质评定与准入认证、食品商家违法成本低、行业自律和社会责任意识不强等因素影响,远程购物(食品)市场存在一定的食品质量安全隐患及问题。问卷调查显示,高达92.75%的被调查者认为远程购买食品不安全,认为安全的仅占7.25%,并具体表现在市场出售不经食品检验检疫和质量认证的自制食品、市场出售变质过期食品、市场出售进口食品没有正规进口渠道和销售许可证、市场虚假宣传和误导消费行为严重、市场出售食品生产流通过程和安全生产责任无法有效追溯等几大方面。

所以,本次研究通过对国内外远程购物(食品)市场监管中监管主体、法律法规、行业标准、监管制度、保障体系等几方面和对行业企业自律中政府层面、非政府组织层面、企业层面等几方面的比较分析,并借鉴其较为成熟有效的食品安全管理经验,结合实际2000份问卷调查取得的思路建议,针对远程购物过程中的食品安全问题以构建政府、企业与行业、社会舆论监督、社会公众与消费者四位一体的远程购物食品安全风险监管模式为目标,提出了相应措施建议。

其中,第一,政府方面,思路取向和工作重点是健全法律法规,完善措施手段。具体内容:一是制定专门的远程购物食品安全管理规章,有效整合现有相关法律内容并加以完善,作为所有规范远程购物(食品)市场行为的基准;二是建立行业准入制度,规范市场竞争及行为秩序;三是建立惩罚性赔偿制度,提升违法成本;四是完善纠纷诉讼制度,方便消费者维权;五是建立连带责任制度,增强平台企业的责任意识;六是建立食品召回制度,增强企业自律和责任意识,充分保护消费者。同时在完善职能措施上对工商行政部门、工业与信息化部门、商贸流通部门提出建议。

第二,企业与行业方面,思路取向和工作重点是依托行业组织,促进企业自律。具体内容:一是扶持行业组织的发展,在财政、人员和政策上扶持远程购物(食品)市场行业组织的发展,使其成为政府监管的辅助机构,加强行业组织与政府监管部门、各食品企业的协调合作;二是充分发挥行业协会作用,有效促进行业企业自律;三是强化社会信用体系建设,帮助引导消费者购物和加大企业的失信成本;四是完善检测标准及执行力度,杜绝不合格食品进入市场,提升食品安全质量水平。

第三,社会舆论监督方面,思路取向和工作重点是完善信息发布,强化举报监督。具体内容:一是完善信息发布体系,提高商品信息透明化水平;二是发挥社会举报监督作用,举多方力量共同维护远程购物市场食品安全;三是充分发挥媒体监督作用,使其客观报道和勇于揭露曝光食品安全事件。

第四,社会公众与消费者方面,思路取向和工作重点是指导消费行为,创新消协作用。具体内容:一是运用宣传手段,指导消费行为,增强消费者的自我保护意识,促进远程购物(食品)市场有序发展和遏制不法商家的生存空间;二是创新消费者协会职能作用,通过建立“曾遭投诉商家”档案和在线投诉处理机制等方式,有效保护消费者合法权益,促进市场有序发展。

总之,目前,远程购物特别是远程购买食品已成为当下以年轻人为主的消费群体的主要购物方式,但由于有关制度法规建立较早、监管措施尚不成熟,导致市场出现一定的食品安全、损害消费者权益现象,并且阻碍了作为新兴购物方式的远程购物市场的健康快速发展。本文建议构建政府、企业与行业、社会舆论监督、社会公众与消费者四位一体的远程购物风险监管模式,结合了国外食品安全的成熟管理经验经验和我国远程购物(食品)市场的发展实际,将在有效保障消费者生命健康安全地基础上,规范和促进远程购物(食品)市场发展,有效发挥远程购物(食品)市场在活跃市场消费、促进传统零售行业转型升级上的巨大作用。

北京等21家城市消费维权单位联合发布运动服比较试验结果

诺诗兰等四品牌样品未通过测试

在2011年城市维权（深圳）论坛召开前夕，北京、天津、上海、重庆、香港、澳门等21城市消协（消委会、消保委）联合发布了运动服比较试验结果，结果显示，我国运动服整体质量状况较好，但也发现诺诗兰、CONVERSE、Columbia、LOTTO四个品牌的运动服样品部分指标未能达标。

此次比较试验由城市维权论坛21家成员单位联合发起，由论坛2011年轮值主席单位深圳市消委会具体负责实施。60个比较试验样品涉及21个品牌，全部由深圳市消委会工作人员从市场上购买，基本涵盖了市场上的常见品牌和知名度较高的品牌，具有较强的代表性。样品委托深圳市计量质量检测研究院依据国家强制性标准以及相关产品执行标准，对可分解致癌芳香胺染料、甲醛含量、pH值、纤维成分含量、色牢度、可萃取的重金属、苯酚化合物、邻苯二甲酸酯、标识等指标进行了测试。

检测结果显示，60个受检样品整体质量状况较好，都未检出严重危害消费者健康的甲醛、可分解芳香胺染料，标签标识也齐全规范。其中，有56个样品通过了全部项目测试，未能通过测试的4个样品主要问题集中在PH值和染色牢度方面，分别为：标称为南京边城体育用品有限公司生产的西弗尼亚女式三穿冲锋衣（商标：诺诗兰，型号/货号GS112518），标准要求PH值为4.0-9.0，实测外衣面料PH值为9.4；标称为上海道尔奋针织有限公司生产的连帽拉链衫（商标：CONVERSE，型号/货号C311W206123），标准要求PH值为4.0-9.0，实测PH值为9.4。这两款产品的PH值都超过《国家纺织产品基本安全技术规范

（GB18401-2010）》对PH值标准的规定。PH值是指纺织产品上的水萃取酸碱度的大小，是纺织品的安全性指标，pH值越大为偏碱性，越小为偏酸性，中性pH值为7.5，一般纺织品的pH值在中性至弱酸性为好。若pH值超标容易引起皮肤瘙痒等炎症。《国家纺织产品基本安全技术规范（GB18401-2010）》规定：A类产品（婴幼儿服装）的pH值为4.0~7.5，B类产品（直接与皮肤接触的服装）的pH值为4.0~8.5，C类产品（非直接接触皮肤的服装）的pH值为4.0~9.0。

另外，标称为建邦服装（惠州）有限公司生产的裤子（商标：Columbia，型号/货号PM8843），标准要求耐湿摩擦2-3级（深色），实测结果为纬向2级（深色）。标称为佛山市勤顺针织企业有限公司生产的乐途俱乐部系列/套头卫衣（商标：LOTTO，型号/货号EWDF095-3 合格品），标准要求耐汗渍沾色≥3级，实测结果为耐碱沾棉2-3级。这两款产品都是染色牢度不符合标准要求，染料的染色牢度本身非毒害因素，但染料应持久地固着在织物上，否则转移到人体皮肤上可能会对人体造成危害。染色牢度差的服装遇到水、汗渍或唾液时，颜料容易脱落褪色，影响美观，并且颜料中的染料分子和重金属离子可能会被皮肤吸收，危害健康。

本次比较试验，是城市消费维权论坛21家成员单位为加强对运动服装的社会监督、指导消费，根据《消法》赋予的法定职能而发起，本次比较试验结果仅对测试样品负责，不代表该品牌其他型号、批次的产品质量。

北京等22家城市消费维权单位联合发布

网络团购消费调查报告

12月12日,北京、天津、上海、重庆、香港、澳门等21城市消协(消委会、消保委)及中国消费者报社联合发布的《网络团购消费者权益保护状况调查报告》(以下简称《报告》)指出,网络团购急剧发展,由此引发的各种侵犯消费者合法权益的问题层出不穷。夸大宣传、虚标原价、货不对板等成为困扰网络团购消费者的严重问题。针对网络团购中存在的这些突出问题,22家维权单位联合发布消费警示,提醒消费者谨防网络团购陷阱,有效维护自身合法权益。

网络团购“忽悠术”花样百出

《报告》认为,由于技术门槛较低,团购网站在近两年内陡增至5000多家。大大小小的团购网站跑马圈地,“千团大战”的硝烟迅速从一线城市蔓延到二、三线城市。网络团购的产品也从餐饮、休闲、娱乐急速扩张到各类日常消费品。网络团购的低价限时限购策略吸引了众多网民参与。但蹿红一时的网络团购引发大量消费纠纷,投诉呈现高速增长态势。22家城市消费维权单位在新浪网、中国消费网、城市消费维权联盟官方网站联合开展的“网络团购消费者权益保护状况调查”结果显示,网络团购暴露出多种侵害消费者合法权益的问题,消费者反映强烈、排名前三位的问题依次是:夸大宣传,实际商品或服务与网站广告宣传不符;团购网站承诺的服务缩水;退货(款)难,故意延迟退款或者退款程序极其复杂。调查显示,遇到这三大问题的参与调查者分别为17.05%、12.75%、10.61%。

《报告》指出,团购网站广告宣传与实际商品或服务不符,对消费者极易造成误导。据分析,一些餐饮供应商为了吸引消费者眼球,极力美化网上图片。消费者就餐时才发现,网上图片与实际出入很大。一些美容、保健服务也存在过

度吹嘘渲染现象,消费者感受到的实际效果与网站宣传存在很大差距。消费者对各种夸大其辞的广告宣传反映最为强烈。

团购网站虚标原价、虚假打折是困扰消费者的一大问题。一些团购网站为了招徕生意,暗中采取虚标原价的方法,炮制折扣幅度很大的假象来迷惑消费者。目前,2折、1折、甚至0.2折的促销信息在团购网站上屡见不鲜,折扣幅度较大的项目集中在保健养生、美容美发以及婚纱摄影等服务领域。一些团购网站为了吸引人气,疏于审核,甚至纵容商家虚标原价,抬高折扣幅度。

商品货不对板、质量存在瑕疵、假冒伪劣等现象让消费者叫苦不迭。今年,部分知名团购网站屡屡被曝销售假货,这不仅使这些知名团购网站声誉受损,同时也影响到整个网络团购行业的信誉。

除此之外,消费者参加网络团购还经常遇到服务缩水、退款(货)难、送货延迟、拒开发票、货款被骗等问题。

团购网站承诺的服务缩水问题较为严重。一些团购网站承诺,预约成功的订单可以随时到商家进行消费,不受时间和其他条件的限制,但消费者实际消费时却遭到商家拒绝。另外,一些团购网站为了吸引消费者,常常许诺一些免费赠送的商品或服务,但在实际兑现时却打了折扣。

退货(款)难,故意延迟退款或者退款程序极其复杂,也是团购消费者经常遇到的问题。部分团购网站即便同意退货或退款,也会拿出各种所谓退款流程百般为难消费者。

消费者在遇到问题要求团购商家解决时,部分团购网站与供应商互相推诿扯皮,问题迟迟得不到解决。团购网站通常会拿出各种格式合同条款推卸责任,这些由团购网站单方拟定的格式条款,掺杂在内容繁杂的网页之中,常常被消费者忽略。团购网站的免责条款比较典型的是:商家对其销售产品

或服务质量负责，网站对此不承担任何责任。用各种免责条款推卸责任，是团购网站漠视售后服务的主要表现。

拒绝提供发票是明显的违规行为，但是部分团购网站供应商却对此振振有词。商品或服务打折幅度大，利润低，是这些商家常用的借口。如果消费者坚持索取发票，商家会要求消费者多付费用，用以冲抵税金。

在网络团购过程中，缺乏自我保护意识，是消费者误入网络团购陷阱的原因之一。本次调查显示，许多消费者在参加网络团购时，并未积极采取自我保护措施，包括关注团购网站的口碑及品牌美誉度、保留交易记录、索取售货凭证等。

对此，22家城市消费维权单位发布消费警示，提醒消费者在参加网络团购时，要积极采取自我保护措施：一是要在付款前对网站的真实性、可靠性进行分析，包括网址、地址、电话、工商执照、ICP备案等；二是查验网站电话、地址、联系人、营业执照等证照之间的内容是否相符；三是不要被某些网站上价格低廉的商品所迷惑，只有QQ、EMAIL、手机号码，没有固定坐机电话和地址的网站，不要轻易与其交易；四是要关注团购网站的口碑及品牌美誉度，参考其他消费者的点评，选择比较熟悉的网站购物；五是保留交易记录、索取售货凭证等。

六成以上团购消费者权益被侵害

《报告》分析认为，团购网站之所以吸引网民眼球，与其低价、限时、限购的经营策略不无关系。面对团购网站大幅度的折扣降价以及铺天盖地的广告攻势，多数网民无法抵挡诱惑。但许多网民在参加网络团购后，对团购网站提供的商品或服务并不满意。调查显示，网民对网络团购的商品或服务总体评价并不高，其中表示“满意”的仅为16.16%，超过80%的参与调查者表示“一般”或“不满意”，这导致消费者参加网络团购的热情大大降低及一大批中小型团购网站被迫关闭。

网络团购之所以迅速降温，可以说与消费者的合法权益屡屡受损密切相关。本次调查显示，62.12%的参与调查者表示在网络团购过程中遇到过合法权益被侵害的情况。一些知名度非常高的团购网站因单方取消订单、售假等问题屡屡被媒体曝

光，致使网络团购行业信誉大幅下降。

调查还显示，消费者在参加团购合法权益被侵害后，25.17%的消费者会选择“与团购网站协商”，24.50%的消费者会与提供产品或服务的商家协商，但最高的则是37.92%的消费者选择了放弃维权。这主要是消费者对团购网站和商家处理纠纷的满意程度较差，48.48%的参与调查者表示“不满意”，44.44%的参与调查者表示“一般”，只有7.07%的参与调查者表示“满意”。

建立团购网站信用评价体系迫在眉睫

目前，消费者对整治和规范网络团购市场的呼声较高。24.06%的参与调查者表示，有关部门应出台相关法律法规和行业标准，建立团购网站信用评价体系，规范团购行业的经营行为。

另有超过20.91%的参与调查者表示，需要建立健全团购网站服务标准，加强对网络团购市场的有效监管。《报告》指出，目前，网络团购行业服务质量规范标准尚属一片空白。团购网站常常单方拟定合作协议，约束规制其与供应商、消费者之间的关系，这种格式合同往往带有霸王条款色彩。团购网站在终端消费者与供应商之间怎样理顺关系，提高网站的服务质量，需要相关行业指导机构拟定行业服务标准，指导整个网络团购行业贯彻实施。

还有近19.97%的参与调查者认为团购网站和商家需要提高诚信经营意识，建立健全产品质量、服务及风险监控体系。目前来看，消费者对网络团购行业的不信任感正在日益加重，呼吁团购网站讲诚信，严格审核供应商提供的商品和服务，是消费者当前的一大心声。另外，鉴于目前网络团购市场进入门槛较低，团购网站鱼龙混杂，18.71%的参与调查者认为，需要提高团购网站及商家进入网络团购市场的准入门槛。

《报告》认为，良好的口碑和信誉是一个行业保持旺盛生命力的基石。虽然团购网站存在很多问题，但是，网络团购作为一种新兴的消费模式，具有其独特的生命力。我国网络团购今后如何健康发展、减少侵害消费者合法权益的现象，是亟待研究的一个新课题，将网络团购纳入一个良性有序的发展轨道，需要引起有关政府部门的高度重视。

22家消费维权单位点评 通信行业三大霸道行为

在12月12日召开的城市消费维权（深圳）论坛上，北京、天津、上海、重庆、香港、澳门等21城市消协（消委会、消保委）及中国消费者报社，对通信行业的三大霸王行为进行了集中点评。22家城市消费维权单位指出，通过投诉案例和调查发现，移动、联通、电信三大通信运营商利用自己强势地位侵犯消费者合法权益的霸道行为依然存在，屡说不改。

霸王行为一：赠送服务到期后未经同意即延续服务并扣费，或擅自开通收费服务项目，涉及移动、联通、电信。

“手机报1个月免费体验啦！”、“恭喜你，免费赠送彩铃3个月，开通即送20元话费”，接下来一句就是“不体验，请回复XXXX”，甚至以“同意体验的无需回复，本月内即可开通”。这类免费体验短信，相信大部分消费者的手机都曾接到过。在免费期内确实免费，但过后就是收费陷阱。一些手机用户每月被莫名其妙地多扣费，一查才知道运营商擅自为其开通了多个增值服务。

22家消费维权单位点评：首先，免费体验也应征得消费者同意，消费者没有明确表示接受免费体验的，运营商不得单方面开通，否则无异于垃圾信息，干扰消费者的正常生活。其次，体验期过后，消费者必须明确表示定制，服务合同方才成立，未经确认即擅自扣费涉嫌侵权，甚至欺诈，无异于明

抢暗盗。消费者如果没有定制增值服务的意思和意思表示，则根据《合同法》的有关规定，在消费者与通信服务企业和SP服务商之间均不成立任何形式的交易合同。因此不仅扣费行为无效，而且通信服务企业和SP服务商涉嫌侵犯消费者的知情权、自主选择权和公平交易权。其三，如果SP服务商利用虚假的短信或其它服务界面诱骗消费者上当，违反消费者的意愿提供订制消费服务，则涉嫌欺诈，依《消费者权益保护法》第49条之惩罚性赔偿规定，消费者可要求经营者“退一赔一”。

“二次确认”是规范程序，通信服务企业必须严格执行。国家信息产业部于2006年9月15日发布了《关于规范移动信息服务业务资费 and 收费行为的通知》，该通知于2006年10月10日起正式实施。该通知规定：“用户申请定制包月类、订阅类移动信息服务业务（包括短信、彩信、彩E、WAP等）时，基础电信企业应当事先请求用户确认，未经用户确认反馈的视为定制不成立，且不得向用户收费；给用户发送的请求确认信息中，必须包括移动信息服务企业的名称、具体业务名称、资费标准、退订方式等应告知用户的信息。”

霸王行为二：对预付费手机号码的话费设置有效期，涉嫌强制消费，涉及移动、联通、电信。

通信运营商对预付费手机号码的话费设置有效期，有效期满，不管余额多少，消费者均被限制呼

出，必须再次充值才能继续使用，否则，一旦过了充值期，手机号码即作废且余额不退。这导致一些电话打得少的用户群体，比如老年人，一到有效期就得反复充值，如此恶性循环，造成话费越积越多。对一些聋哑人士而言，更是如此，他们平时打不了语音电话，只是发发短信，但运营商设置的有效期限迫使他们即使还有高额话费也要继续充值。

22家消费维权单位点评：使用手机频率较少并受有效期限限制的大多是老人、聋哑人等一些弱势群体。《电信服务规范》规定，“电信业务经营者应为残疾人和行动不便的老年用户提供便捷的服务。”《电信条例》第41条规定，“电信业务经营者在电信服务中，不得无正当理由拒绝、拖延或者中止对电信用户的电信服务。”在预付费手机卡还有话费尚未消费的情况下，通信运营商即中止服务，迫使消费者继续充值，涉嫌强制消费，而以报废手机号码且不退话费作为强制手段，更是一种强取豪夺的霸道行为，因此，通信运营商必须取消预付费手机号码的话费有效期限。

霸王行为三：余额不退，屡说不改，涉及移动、联通、电信。

消费者投诉反映通信运营商在客户购买充值卡给手机或电话账户充值后，不管是否接受过服务，账户内的余额一律不退；有的充值卡过了充值截止期后，运营商既不延期，也不退款。

22家消费维权单位点评：第一，用户开户后，就与运营商形成了电信服务合同关系。用户充值给手机里的费用属于预付款性质，在运营商没有提供相应服务前，该费用的支配权归用户所有，“余额不退”侵犯了消费者的公平交易权。第二，“余额不退”违反国家有关规定。根据2007年信产部电信管理局《关于用户手机销户要求余额退现金申诉处理的回复(信电简〔2007〕85号)》规定：“手机账户余额归用户所有，当用户要求对账户内金额进行

支配使用时，通信运营企业应切实履行其配合义务，向用户退还账户内余额”。同时，人民银行、监察部、财政部等部门下发的《关于规范商业预付卡管理的意见》(国办发〔2011〕25号)也明确规定：“为防止发卡人无偿占有卡内残值，方便持卡人使用，记名商业预付卡不设有效期，不记名商业预付卡有效期不得少于3年。对于超过有效期尚有资金余额的，发卡人应提供激活、换卡等配套服务。”第三，通信运营商占有话费余额属于不当得利。根据《民法通则》规定，“没有合法根据，取得不当利益，造成他人损失的，应当将取得不当利益返还受损失的人。”据此，运营商应将余额返还给消费者。



北京等22家城市消费维权单位联合向全国人大常委会建议——

赋予消费者组织公益诉讼权利

在2011年城市维权（深圳）论坛召开之际，北京、天津、上海、重庆等21城市消协（消委会、消保委）及中国消费者报社，联合向全国人大常委会法制工作委员会发出了《关于在〈消法〉中增加消费者组织代表不特定多数消费者进行公益诉讼的建议》（以下简称《建议函》），呼吁在《消法》修订过程中，明确消费者组织在消费侵权公益诉讼中代表不特定多数消费者进行公益诉讼的权利和主体资格。

《建议函》指出，目前，《民事诉讼法》、《消费者权益保护法》（以下简称《消法》）都在修订当中。日前召开的十一届全国人大常委会第二十三次会议初次审议了《民事诉讼法修正案（草案）》（以下简称修正案草案），并向社会公开征集意见，其中，针对近年来食品安全和环境污染事故的不断发生，一些全国人大代表和有关方面多次要求在民事诉讼法中增加公益诉讼制度，修正案草案据此增加了公益诉讼的规定：“对污染环境、侵害众多消费者合法权益等损害社会公共利益的行为，有关机关、社会团体可以向人民法院提起诉讼。”这是我国诉讼领域的一项重大突破，但对消费领域公益诉讼案件的诉讼主体并没有做出明确、具体的规定，而《消法》作为保护消费者合法权益

的特别法，对消费者组织代表不特定多数消费者进行公益诉讼及其主体地位更是没有规定。因此，建议在《消法》修订过程中，明确规定消费者组织可以代表不特定多数消费者进行公益诉讼的权利和主体资格。

《建议函》指出，首先，按照《消法》目前的规定，消费者组织没有代表消费者进行诉讼的职能，只能提供咨询服务和法律支持，这对于保护我国消费者的合法权益来说，还远远不够。而消费者组织是由国家法律确认的保护消费者合法权益的社会团体，法律理应赋予其代表不特定多数消费者进行公益诉讼的权利，只有这样，消费者组织的作用才能真正发挥出来，消费者的合法权益才能在更大程度上受到保护。

其次，在三鹿奶粉等群体性消费事件中，一些消费者势单力薄，举证困难，消费维权时常常陷入尴尬境地。另外，一些垄断行业的“霸王条款”屡点不改，仅凭单个消费者的力量往往难以撼动，这些都折射出我国现行法律的缺失，因此，在《消法》中引入公益诉讼，明确消费者组织在消费侵权公益诉讼中的诉讼主体地位显得尤为必要，无论是对于保护消费者权益、完善我国的法制建设，还是对于科学配置司法资源、提高诉讼效率、减少诉讼

成本、促进社会和谐稳定都具有重要的意义。22家城市消费维权组织指出，目前，许多消费者之所以不起诉或采取忍让态度，主要原因就是诉讼成本太高。而消费者组织的性质决定了它的公益性，从而保证了它的公正性，同时可以提高公民的自我维权意识。

第三，从司法实践上看，一些法律及地方性法规在明确赋予消协组织或其他一些特定组织在代表不特定消费者或不特定群体进行公益诉讼方面已经做了一些有益的尝试。2007年经广西壮族自治区十届人大常委会第二十六次会议通过的《广西壮族自治区消费者权益保护条例》即赋予了广西消费者权益保护委员会“可以代理不特定的多数消费者对损害消费者权益的行为提起诉讼”的权利，更最大限度地发挥了消费者组织作为消费者“代言人”的角色。另外，最高人民法院的《最高人民法院民事审判庭关于中国音乐著作权协会与音乐著作权人之间几个法律问题的复函》，以司法解释的形式确定了“音乐著作权协会”的诉讼主体地位；《劳动合同法》第五十六条“因履行集体合同发生争议，经协商解决不成的，工会可以依法申请仲裁、提起诉讼”，同样以法律形式赋予了工会组织在集体合同争议中的诉讼主体资格。

因此，22家城市消费维权组织一致建议在《消法》修改过程中，要解放思想，实事求是，与时俱进，大胆探索，积极借鉴其他法律法规的相关规定，在消费侵权公益诉讼中，明确规定消费者组织可以代表不特定多数消费者行使诉讼权。具体来说，在《消法》中消费者组织的职能部分，增加一项规定：就侵犯不特定消费者合法权益的行为，消费者组织可以代表受侵害的不特定消费者向法院提起诉讼。在具体执行过程中，法院可就此类公益诉讼发出公告，说明案件情况和诉讼请求，通知不确定的消费者来到法院登记，参与共同诉讼。



市消协对家用汽车 “三包”规定提六点建议



不论从哪个角度而言，对规范市场，化解矛盾，拉动内需，扩大消费，保护消费者合法权益，促进社会经济发展都具有重要意义。但是“三包规定”（征求意见稿）还有一些不足之处，期待完善，为此，北京市消协提出如下建议。

一、调整三包规定有效期的

起始时间

前不久，国家质量监督检验检疫总局发布《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定(征求意见稿)》(以下简称《汽车“三包”征求意见稿》)，并于10月下旬举行听证会。为切实保护消费者的合法权益，北京市消协邀请有关专家召开了“推进汽车三包工作专家座谈会”，并对家用汽车“三包”规定提出6条建议。

据统计，北京市消协系统2009年受理汽车方面投诉122件，2010年受理149件，2011年1-9月受理150件。三年来，汽车质量及服务的投诉量呈明显上升趋势，而相关投诉处理起来又较为复杂，难度较大。其难点主要表现为，举证不力、鉴定无门、维权成本高、解决效率低、责任不清，退换车难。因此，《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》(以下简称“征求意见稿”)的尽快出台，

“征求意见稿”第二十条，“家用汽车产品的三包有效期自销售商开具购车发票之日起计算”。但是在消费者购买汽车实践中，开具发票时间和提车时间不一致的情况时有发生，如果先办购车手续后提车，单纯以发票开具时间计算，对消费者来说，三包期就会减少，包括后面的折旧费，合理的补偿费等，都会受到影响。因此三包有效期的起始时间，应该以车的实际交付日期起计算为好。

二、调整提供备用车的限定时间

“征求意见稿”第二十六条规定：“…包括等待维修备用车的时间，超过5日的，修理商应当为消费者提供备用车，或者给予合理的交通费用补偿。”超过5天，才提供备用车，时间太长。因为车在三包期发生的质量问题，是经营者的责任，其



过错已经影响了消费者正常的工作和生活，因此，所谓5天时间的规定需要缩短。

三、退换车的限定条件应考虑可行性及法规依据

1、“征求意见稿”第二十三条规定，“家用汽车产品售出后30日之内，出现因产品质量问题而产生的……严重安全性能故障，消费者可以选择退货、更换、修理。消费者要求退货的，销售商应当负责免费退货。”30天的规定太短，如果以开具发票时间为“购车”时间，消费者提车时间会经常错过。再加上验车、办牌照等，30天的时间规定并不符合实际且不够科学。

同时，如消费者购车后因各种原因未能充分使用车辆，30日内很难发现汽车的质量问题。因此，考虑消费者的具体使用情况及目前有些城市对汽车行驶限行的一些规定，免费退车是否可以以实际公里数核算较为合理。如规定新车在一定公里以内，发生上述产品质量问题，可以选择退货、更换、修理。

2、“征求意见稿”第二十五条规定，“在整车三包有效期内，因产品质量问题修理时间累计不得超过35日；超过35日的，或者同一质量问题累计修理超过5次的，……由销售商负责更换同品牌同型号整车。”《消费者权益保护法》第四十五条规

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退货。”因此，提出所谓累计修理超过5次的规定，于法无据。尽管可以考虑汽车商品的特殊性，如设计复杂，零部件多等因素，但其规定也应在法律允许的框架之内限定，不能过于随意。

四、需要明确指定质量鉴定第三方，并且依法提供客观、公正的鉴定材料，同时应尽可能考虑降低消费者维权成本。

“征求意见稿”中所有列出的质量问题及故障，一旦发生消费纠纷，在消费者与经营者协商未果的情况下，一般最终都要委托专业机构进行鉴定。但在维权实践中，消费者或消费者组织都会遇到委托鉴定机构难及鉴定费用高昂的问题，而这类问题也恰恰是多年来解决汽车消费争议中的难点。因此，我们希望“汽车三包规定”在此方面能够有所突破，明确指定第三方鉴定机构，并在举证责任方面向处于弱势地位的消费者有所倾斜。

五、在“征求意见稿”第三章修理商的义务中，应当参照《部分商品修理更换退货责任规定》的相关条款，保证修理后的产品能够正常使用30日以上，避免同一故障，反复维修。

六、消费者因退货需“支付因使用该车所产生的相应的合理使用补偿”偏高。

通过计算，我们认为所谓的合理补偿偏高。造成消费者退换货的主要原因及责任在于产品及服务质量，因质量问题已经给消费者造成了相应的损失（时间、费用和精神上的），经营者应当承担主要责任。“使用补偿”偏高，明显不利于维护消费者权益，从长远来说，也未必有利于汽车工业的发展。

北京等21家城市消费维权单位就汽车“三包”征求意见稿联合向国家质检总局递交意见书

因质量问题 退换汽车不应收取折旧费

在2011年城市维权（深圳）论坛召开之际，北京、天津、上海、重庆等21城市消协（消委会、消保委），联合向国家质检总局送交了《二十一家城市消费维权单位关于完善〈家用汽车产品修理、更换、退货责任规定（征求意见稿）〉的若干意见》（以下简称《意见》），提出因质量问题退换的汽车，不应收取“折旧费”或合理使用费；销售商说明了瑕疵的，只能就瑕疵部分免责，而不能整车免责等七条意见。

不久前，国家质检总局起草了《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》），并面向社会公开征求意见。21家城市消费维权单位在对国家质检总局这种开门纳谏的做法表示充分肯定的同时，提出了完善《征求意见稿》的七条意见。

一是因质量问题退换的汽车，不应收取“折旧费”或合理使用费。21家城市消费维权单位一直反对因质量问题引发退换的商品要向消费者收取“折旧费”的规定，作为大件商品的汽车也不例外。《意见》指出，在质量存在瑕疵的前提下，是经营者违约而非消费者违约，依据《产品质量法》，售出的产品不具备产品应有使用性能的、或不符合产品标准的、或不符合应具备的质量状况的，销售者应当负责修理、更换、退货；给购买产品的消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失。《产品质量法》自始至终都未提及“折旧费”或合理使用费的问题，显然，经营者违约在先，又将自己的全部或部分损失转嫁到消费者

身上是于法无据的。若汽车“三包”规定退换车要收取折旧费或合理使用费，则有违上位法原则，对消费者是不公平、不合理的。

二是销售商说明了瑕疵的，只能就瑕疵部分免责，而不能整车免责。例如销售商在售车时说明了某车尾箱盖在运输过程中受到挤压，做过修补，因此降价销售。售出后，如果销售商以销售时说明了有质量问题为由对整车不予“三包”，理由是不能成立的。销售商只能就车尾箱做过修补这一质量问题免责，对车辆的其它质量问题则不能免除其“三包”责任。

三是应调整提供备用车的限定时间。“征求意见稿”第二十六条规定：“…包括等待维修备件的时间，超过5日的，修理商应当为消费者提供备用车，或者给予合理的交通费用补偿。”《意见》指出，超过5天才提供备用车，时间太长。因为汽车在三包期发生的质量问题，是经营者的责任，其过错已经影响了消费者正常的工作和生活，因此，所谓5天时间的规定需要缩短。

四是退换车的限定条件应考虑可行性及法规依据。首先，“征求意见稿”第二十三条规定：“家用汽车产品售出后30日之内，出现因产品质量问题而产生的……严重安全性能故障，消费者可以选择退货、更换、修理。消费者要求退货的，销售商应当负责免费退货。”《意见》指出，汽车三包是以开具发票时间为“购车”时间，但消费者提车时间经常会错后，再加上验车、办牌照等，消费者实际开始用车的时间大大延迟，因此，退换车的限定时

间应充分考虑这些客观因素。同时，假如消费者购车后因各种原因未能充分使用车辆，30日内很难发现汽车的质量问题。因此，要考虑消费者的具体使用情况及目前有些城市对汽车行驶限行的一些规定，免费退车以实际公里数核算较为合理。如规定新车行驶在一定公里数或一定时限以内，发生上述产品质量问题的，可以选择退货、更换、修理。

其次，“征求意见稿”第二十五条规定，“在整车三包有效期内，因产品质量问题修理时间累计不得超过35日；超过35日的，或者同一质量问题累计修理超过5次的，……由销售商负责更换同品牌同型号整车。”《消费者权益保护法》第四十五条规定：“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退货。”因此，提出所谓累计修理超过5次的规定，于法无据。尽管可以考虑汽车商品的特殊性，如设计复杂、零部件多等因素，但其规定也应在法律允许的框架之内限定，不能过于随意。

五是要明确指定质量鉴定第三方，并且依法提供客观、公正的鉴定材料，同时应尽可能考虑降低消费者维权成本。《意见》指出，《征求意见稿》中所有列出的质量问题及故障，一旦发生消费纠纷，在消费者与经营者协商未果的情况下，一般最终都要委托专业机构进行鉴定。但在维权实践中，消费者或消费者组织都会遇到委托鉴定难及鉴定费用高的问题，而这类问题也恰恰是多年来解决汽车消费争议中的难点。因此，希望汽车“三包”规定在此方面能够有所突破，明确指定第三方鉴定机构，并在举证责任方面向处于弱势地位的消费者有所倾斜，同时，国家应大力发展第三方鉴定机构，以解决目前出现质量问题却鉴定无门的窘况。

六是在《征求意见稿》第三章修理商的义务中，应当参照《部分商品修理更换退货责任规定》的相关条款，规定保证修理后的产品能够正常使用30日以上，避免同一故障反复维修。

七是要合理确定汽车损耗件目录，且不免除损耗件的“三包”责任，正常损耗除外。《意见》指出，《征求意见稿》并未公布汽车损耗件目录，在制定该目录时须合理确定，不应将非损耗件纳入其

中。21家城市消费维权单位指出，现在有生产厂家将整车所有能转动的部件都列为损耗件，只有车架固件除外，这种做法显然不合理，汽车发动机、连接杆、方向盘等不应算作损耗件。生产厂家如此做的目的，无非是想借“正常磨损”来逃避“三包”责任。那些诸如轮胎、雨刮器等毫无异议属于损耗件的零配件，如果确有产品质量问题，生产商和销售商必须也应当承担“三包”责任。近年来发生的以“回收胶”冒充“返炼胶”做成劣质轮胎系列事件就是最好的警示和证明。



澳门买手机请多参考和比较

澳门消费者委员会日前发布消费提示，并通过22个城市消费维权联盟成员单位，提醒内地消费者：为防止价格欺诈，澳门消委会在其官方网站上(www.consumer.gov.mo)公布了澳门市场上的手机零售参考价，内地消费者到澳门购买手机，要先参考，多比较，以防被忽悠。

澳门消委会指出，近年来，澳门手机市场蓬勃发展，专营及兼营手机的商号至少有两百家。根据他们受理的投诉反映，澳门个别销售手机的商号以吹嘘或误导的方式，肆意抬高一些热门手机的售价至市场普遍零售价的一至两倍，个案中涉及的消费者包括了一些内地游客。

为节省消费者比较手机价格的人力、时间等成本，使消费者更容易取得手机的市场价格，澳门消委会在澳门手提电话零售业商会的协助下，开展了澳门市场手机零售参考价的收集工作，并在该会的网上公布了手机零售参考价供消费者参考。

澳门消委会表示，有关工作将按市场需求分阶段进行，初步先行公布六个品牌共十三个型号手机的最低及最高零售参考价，并会定时进行更新。消费者只需登陆该会官方网站(www.consumer.gov.mo)就可以查找到该十三款手机的零售参考价。澳门消委会同时强调，这些资料属参考性质，但相信不会偏离手机市场的一般售价；另外，由于各手机商号会因本身的经营成本而有不同的售价策略，消费者购买手机时仍需多加比较，并视自身需求判断手机的价格是否合理。

据了解，澳门消委会与澳门手提电话零售业商会合作推行行业守则，经营手机零售的“诚信店”

及澳门手提电话零售业商会属下会员都会执行行业守则的承诺，共同保障消费者合理权益，因此，消费者在查找手机零售参考价的同时，也可以通过网页内的搜寻功能来查找“诚信店”商号的名单及地址，而澳门手提电话零售业商会属下的会员就会在铺内贴上该商会的会徽。澳门消委会表示，这些服务措施将有助于消费者在购买手机前有更充份的参考。（澳门消委会）



谨防瘦身美容变毁容

苗条漂亮是当前年轻女孩追求的目标，但面对大大小小的美容院，爱美心切的女孩子却容易迷失方向，消费者小周就因此经历了“步步惊心”的痛苦。

小周是个白净漂亮的女孩，但觉得胳膊、肚子和腿部需要局部减肥。听朋友说，打瘦身针见效快，就到网上搜了一家美容院。花了一万元办了张卡，做“溶脂瘦身针”减肥，当时肚子打了6支药，两个大腿分别注射2支药，两个胳膊各注射1支药。术后40天出现了左上臂两处脓包溃烂，相继在腿部、胳膊处又出现多处硬节，周围红肿继而溃烂，流出黄色分泌物，而且不能愈合。现在小周每天都要到医院清创，忍受着清创时不能打麻药的痛苦，而且非但没能减肥，反而身体比原来还胖了不少。据医院诊断，小周的创口需要做植皮手术。对于一个人到北京打拼的小周，又是一笔不小的负担，无奈之下，小周投诉到海淀区消协，经查该美容院涉嫌异地经营，并且没有医疗美容的资质。经海淀消协调解，商家退还手术费10000元，赔偿消费者医药费25000元，治疗费40000元，共计赔偿65000元。

如今美容店遍布于大街小巷，在网络上美容的广告也是琳琅满目，往往令消费者难以分辨。海淀消协特别提示消费者：

1、要辨明医疗机构资质：医疗美容与生活美容是有本质区别的，医疗美容实施侵入型医疗美容手术（即破坏皮肤、血管等组织机构的手术），需要有市或区县卫生局核发医疗机构执业许可证，并且在类别上应标注有“医疗美容”。

2、要辨明医师资质：医师应该注册在实施手术的医疗机构，医师的资质可以到医疗机构所在地的卫生局查询。

3、要清楚正规医疗美容的规程：正规的医疗机构在实施医疗美容前，都会告知手术的风险，与消费者签订协议书，开具正式的发票。实施手术的地方，应该具备隔离室等消毒措施。如果许诺可以去家里做手术，这样的医疗美容手术，其消毒措施不完善，很容易造成感染，请消费者慎重选择。

海淀区消费者协会郑重提示广大“爱美”的消费者：不要为贪图一时的便宜，而让不具备医疗美容资质的机构或医师在自己的身体上随意动刀、打针，而经受“步步惊心”的痛苦。（海淀区消协）



切莫上“电信回报”的当

近日，有人打着“中国电信感恩大回报”的名义，在密云县城果园小区、鼓楼南大街、沙河早市等地以“买手机送话费”的形式进行非法促销活动，致使不明真相的群众上当受骗。

家住密云县城某小区的退休老同志王先生就是被骗的其中一人，一天上午王先生在密云鼓楼南大街见有一伙人正在宣传其是中国电信工作人员，为了感谢大家对中国电信的支持，现正在开展“中国电信感恩大回报”促销活动，欢迎大家踊跃参与，王先生见有众人围观，自己禁不住诱惑，便花400元人民币买了一部手机，谁知回家后打开一看便傻了眼，该手机机身是摩托罗拉的，电池是飞毛腿的，充电器根本不能使用，手机的功能键也根本无法操作，此时，方知上当受骗。之后，王先生便带上自己所购买的手机到所买手机的地方想与手机的促销商进行理论，到地方一看才知道，此促销点因被别人举报已被公安部门依法取缔，再找公安部门时却告知让其到县消费者寻求解决。

密云县消协工作人员耐心地接待了王先生，并及时与密云中国电信取得了联系，密云中国电信的同志明确告知，他们从没有搞过任何形式的“感恩大回报”促销活动；再与公安部门联系，却告知他们只是依法对这伙人的非法促销行为进行了取缔，但是，这伙人具体是什么地方的人，现在又去了什么地方，他们也不清楚。在了解了相关情况 after，县消协秘书长也只好告知王先生，因其所购手机系不法商贩所卖，既没有合法手续，又没有明确的被诉主体，县消协无法帮其解难题。面对于此，王先生还是表达了感谢之情。

针对这一非法促销活动，密云县消协特提醒广

大消费者，一定要理性消费、科学消费、依法消费，切莫轻易上当受骗，切记：一是参与各类促销活动，一定要看其手续是否齐全，凡是手续不齐全的一定不能听其天花乱坠的宣传，对持不准的可向相关部门进行咨询，免得上当受骗；二是参与各类促销活动，一定要详细审阅所购商品是否标明厂名、厂址、注册商标、生产日期、保质期等事项，一旦发现与其促销活动宣传的内容不一致，要立即向相关部门进行举报和依法维权。



选购羽绒服注重看“内”

冬季已经来临，羽绒服市场到了雪花纷纷使人睁不开眼的境界。今年新品羽绒服从产品的系列化、款式的多样化，和品牌的国际化等方面更加突出“薄、精、纯”的特点，花色品种也给消费者提供了更大的选择空间，大部分产品采用了比以往更先进的制作工艺，女式在外形上更讲究曲线，束腰式、短款、运动式，与面包服均分天下，面料的选用除了尼龙绸之外，油面绸、闪光绸、漆皮绸等占据主流。面对众多的羽绒服商品，消费者一定要拨开重雾见真境。否则，就有可能钱花了不少，没买到正品。

为此，临沂市罗庄区消费者协会提醒消费者：选购羽绒服除注意外观质量外，更重要的是对填充料质量上的选择。选择羽绒服主要应注意以下几点：

1看 看有无产品质量标签，标签上是否标有生产厂家、含绒量多少等内容。

2按 将羽绒制品放松铺平，让其自然恢复三分钟，再用手按压制品，随即把手松开，看制品是否能很快回弹，恢复原状。如弹不起来或回弹很慢很低，说明填充料质量欠佳，如根本无回弹性，则填充料很可能是鸡毛或是其它长毛片的粉碎毛而非羽绒。

3摸 用手摸捏羽绒制品，试其手感柔软程度，如手感柔软又有完整的毛片则为正宗产品，如有过大过粗的长毛片，手感柔软但回弹性差系软化毛片而非羽绒。

4抖 用力将羽绒服抖一抖，如果这时会有羽绒跑出来，肯定使用的布料欠缺防绒外钻的加工，这种羽绒服会愈穿愈轻，保暖性也会愈差。优质羽绒服面料大多选用250T以上高密度纺绒布、尼龙绸或

尼龙纱丁缎，以防绒毛外钻。

5拍 将羽绒制品放在桌上轻轻拍打，如蓬松度高，拍打后迅速恢复到原来蓬松状态的，说明是上品；若蓬松度和回弹性能都不高，就是次品；若拍打后发死，像棉絮一样，就可能是粉碎绒。

6抓 有些厂家为了增加重量，在羽绒服中添加细微的棉，用手抓一下，如果掺有棉花就会有较粘的感觉，如果是羽绒就会松开。

7掂 用手掂一掂羽绒制品的重量，同时观看体积的大小，重量越轻体积越大则为佳品，含绒量30%，同等重量体积小于棉花一倍，含绒量70%以上，则大于棉花二倍以上。

8试 选购羽绒服装一定要试穿一下，特别是胸围要大小适中，内穿毛衣一件，再穿上羽绒服，要感到既不紧也不松才适合穿着。（山东省消协）



购买使用电热毯需谨慎

时下天气变冷，电热毯进入销售旺季，成为老年和儿童的冬季取暖用品。为此，一些不合格电热毯有可能流入市场。山东临沂罗庄消费者协会在此提醒消费者：购买电热毯需谨慎，防止危险发生。选购时，要注意以下方面：

1. 必须是经有关部门或单位检验合格的产品，以保证产品质量，故应留意产品是否有生产许可证编号。

2. 要有一个清晰明确的标志，标志上应能反映出电热毯的规格、生产厂家及必要的提示。

3. 电热毯的面积不同，加热面积也不同。通常分为单人、双人或三人电热毯。在可能的情况下，尽可能选择面积较大的电热毯。

4. 尽可能选择质地好的面料。

5. 功率单人不宜超过60W，双人不宜超过120W。

6. 通电检查。将其放到高温档位置，约3~5分钟用手摸电热毯中部应有温升，证明该档是完好的。如调温器是其它型式的。还可以进行相应的调节试验，但试验时间较长。

7. 电热毯电源控制器应完整、光滑、无缺损，使用灵活，有清晰的开关标记，使用的电源线应为双层护套线。

有关专家还介绍，当人们使用电热毯时，即使绝缘电阻完全合格的产品，也会有感应电压作用于人体。这个电流虽微小，但对年老体弱者或心脏病患者、婴幼儿有潜在危险，孕妇睡电热毯也可能导致胎儿畸形。中风病人，特别是高龄老人，由于他们的皮肤对冷热感觉比较迟钝，电热毯过热，容易对身体造成危害。

冬季使用电热毯须注意以下事项：

1、电热毯不要与人体直接接触。上面铺一层毛毯或床单。不可折叠使用，否则易烧坏电热毯的绝缘面，发生火灾事故。

2、不能将电热毯放在有尖锐突起的金属物或硬物上使用。

3、电热毯不用时一定要切断电源，以防发生意外。

4、要避免在同一位置反复折叠，以防电热丝因折叠而断裂，造成火灾。如因久用而发生“不热”现象，应送厂家修理。（山东临沂罗庄区消协）



优惠装并不一定划算

近日，消费者王女士向媒体反映，她所购买的德清源“促销装”鸡蛋竟然比同品牌未标明“促销”的鸡蛋贵，“我回家算了算，每斤贵出五六块钱呢！”王女士说，本来买“促销装”就是为了买个划算，谁知回家一算账，反而亏了。

记者来到王女士购买鸡蛋的物美超市看到，王女士所说的德清源“促销装”鸡蛋为516g、12只装，售价19.8元；而德清源另一款未标注“促销装”鸡蛋为795g、15只装，售价21.6元。记者算了一笔账，促销装鸡蛋合每斤19.18元，而普通鸡蛋每斤只有13.58元。如此算来，促销包装的鸡蛋的确比普通装贵上六块钱。

超市销售人员表示不清楚此情况，但他告诉记者：“德清源鸡蛋是分大小号的，个头大的比较贵。”而对鸡蛋的单个重量售价进行计算，则“促销装”每只鸡蛋平均43克，合1.65元，非促销装平均每只鸡蛋重53克，合1.44元。由此可以清楚地看到，德清源“促销装”的鸡蛋小而贵、而非促销装的普通鸡蛋则相对大而便宜。

记者就此致电了北京德清源农业技术股份有限公司，其市场部的杨女士回答说：“‘促销装’只是专供大卖场的一种特别包装，是与卖场做活动时使用，并不一定是最划算的产品”。而当记者问道为何个头小的鸡蛋反而比大鸡蛋贵时，她解释说“德清源有自己的一套计算方法，消费者应根据同类商品去比较，如12枚的促销装应和其他12枚包装的产品去比。”记者询问其他12枚包装的产品售价，得到的答复是“没有同类产

品，仅此一款。”

很多消费者都表示，看到“优惠装”或“促销装”会不假思索地认为更划算，大包装也被认为是像“批发”一样的划算之选。然而，有些产品的大包装却比小包装更贵。

在乐购超市记者发现，好丽友薯愿盒装薯片有原味、番茄和红酒牛排三种口味，单卖每盒均6.9元，而将这三种口味的薯片捆绑销售的“三联装”则售价22.8，“三联装”比单买贵出2.1元；农心土豆排骨拉面每包单卖3元，而“5联包”价格为17.6元，核算下来大包装中每包面的价格是3.52元，比单买贵出17%。农心食品的张女士告诉记者，五联包的大包装的出厂价确实较优惠，至于为何会高于单独包装则“可能是超市单方的动作。”

此外，梅林198g装午餐肉售价9.9元，454g装售价23.9元，大包装就比小包装单位价格贵出1元多；桂格快熟燕麦片大包装也比小包装单位价格更高……

可见，“促销装”、“优惠装”及大包装不一定是划算的选择，所以购物时，消费者需多过脑子算算，不要因为促销、优惠等字样花了更多的钱。（邵瑞琳）



游泳馆虽然设有警示牌 地面湿滑摔伤仍要赔偿

【案例简介】

2011年8月，消费者张先生在平谷区某康乐城游泳时，因地面湿滑不慎摔伤，经诊断为尾骨摔伤。张先生是出租司机，由于摔伤在家休养不能按时缴纳车份最后导致其失业。张先生身体恢复后，找到该康乐城要求赔偿。但康乐城以游泳馆内有地面湿滑警示牌为由，拒绝赔偿。

【调解结果】

平谷区消协接到投诉后，立即对张先生反映的问题展开调查调解工作。经过消协耐心调解，康乐城最终同意赔偿张先生医药费、误工费共计1198.08元，并同意张先生到康乐城同一个集团旗下的某出租公司工作。消费者张先生既得到了经济补偿，又解决了就业问题，对消协调解结果十分满意。

【案例点评】

本投诉的经营者康乐城在调解之初，始终坚持已经在店堂进行了告知，希望自身可以免责。但《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》第六条规定：“从事住宿、餐饮、娱乐等经营活动或者其他社会活动的自然人、法人、其他组织，未尽合理限度范围内的安全保障义务致使他人遭受人身损害，赔偿权利人请求其承担相应赔偿责任的，人民法院应予支持。”《消法》第二十四条规定：“经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。”所以，虽然经营者已经设置警示牌对顾客进行提醒，表明商家尽了

一定的注意义务，但如果潜在的危险性很大，仅仅警示是不够的，经营者还需进一步采取措施，来保证消费者的生命安全。本案中，地面湿滑到消费者可以摔伤的程度，说明经营者的安全保障措施仍然不到位。据此可以认定，该经营者未能全部尽到对消费者人身和财产安全的保障义务，故经营者应该赔偿消费者的相应损失。



夸大收藏品的价值销售 涉嫌侵害消费者知情权

【案例简介】

近日，海淀区消协学院路分会接到俞女士投诉，称几天前听信北京某文化传播有限公司业务人员的宣传，花8000元购买了一套第四版人民币收藏品。俞女士回家欣赏时，家人感觉不对，便与收藏文物的朋友打听，并上网搜索一些关于人民币收藏品的资料，结果发现俞女士购买的第四套人民币根本不值8000块钱，俞女士马上找到商家要求退货，但商家找各种理由推托。万般无奈之下，俞女士只好向消协投诉并请求帮忙解决此事。

【调解结果】

接到投诉后，消协工作人员立即与该文化传播有限公司取得联系，但该公司开始对消协工作不配合，并以各种理由接受拒绝消协调解。经过消协分会工作人员多次沟通，该公司负责人才来到消协。但该负责人到消协后，还是坚持说买卖双方是自由交易，不存在任何强买强卖行为，不能给予退货。经过消协一再做工作，该公司才同意扣除80元手续费后，退还消费者其余货款，消费者表示接受。商家负责人当即取出了现金7920元交到

消费者手中。

【案例点评】

《消法》第八条规定：“消费者享有知悉其购买、使用商品或者接受服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务、或者服务的内容、规格、费用等有关情况。”本案中，经营者以8000元的价格将收藏品卖给了消费者，而实际价格并不值8000元，这一行为明显损害了消费者的知情权，所以经营者应当对消费者负责。



房屋租赁合同到期后 中介应如数退还押金

【案例简介】

消费者袁先生于今年2月与某中介公司签订了房屋租赁合同，有效期至今年8月20日。但消费者按照约定时间交回了承租房屋的钥匙，中介公司也完成验房、收房、核对物品等一切手续后，消费者袁先生要求中介公司按照合同退还押金时，却被告知2300元押金全部被扣除。袁先生追问扣除押金的原因，中介公司说房东扣除了押金，所以他们须扣除消费者的押金。消费者袁先生无法接受中介公司的说法，随后将其投诉到消协，要求退还押金。

【调解结果】

接到投诉后，消协工作人员立即展开了相应的情况核实工作，并进行了多次现场调解。中介公司反复强调是房东先扣除了该房屋的押金，公司才不得已扣除袁先生的押金，并坚持不予退还消费者的押金；最后，消协工作人员指出其行为是违反法律规定的。经过调解，中介公司扣除相应的水、保洁等费用后，退还消费者剩余押金2000元，消费者表示满意。

【案例点评】

《合同法》第六十一条规定：合同生效后，当事人就质量、价款或者报酬、履行地点等内容没有约定或者约定不明确的，可以协议补充；不能达成补充协议的，按照合同有关条款或者交易习惯确定。本案中，中介公司的验房报告、物品清单完成时，有中介公司和消费者的双方认可签字，消费者也已经将房屋腾空，并将钥匙正常交予中介公司，这期间视于双方已将合同履行完毕，没有任

何不正常情况，中介公司就应按照合同内容退还消费者押金，至于房东与中介公司的纠纷，与消费者投诉的问题无关。中介公司不能以此为理由拒绝退还押金。



上门安装热水器拧裂水管 造成消费者损失理应赔偿

【案例简介】

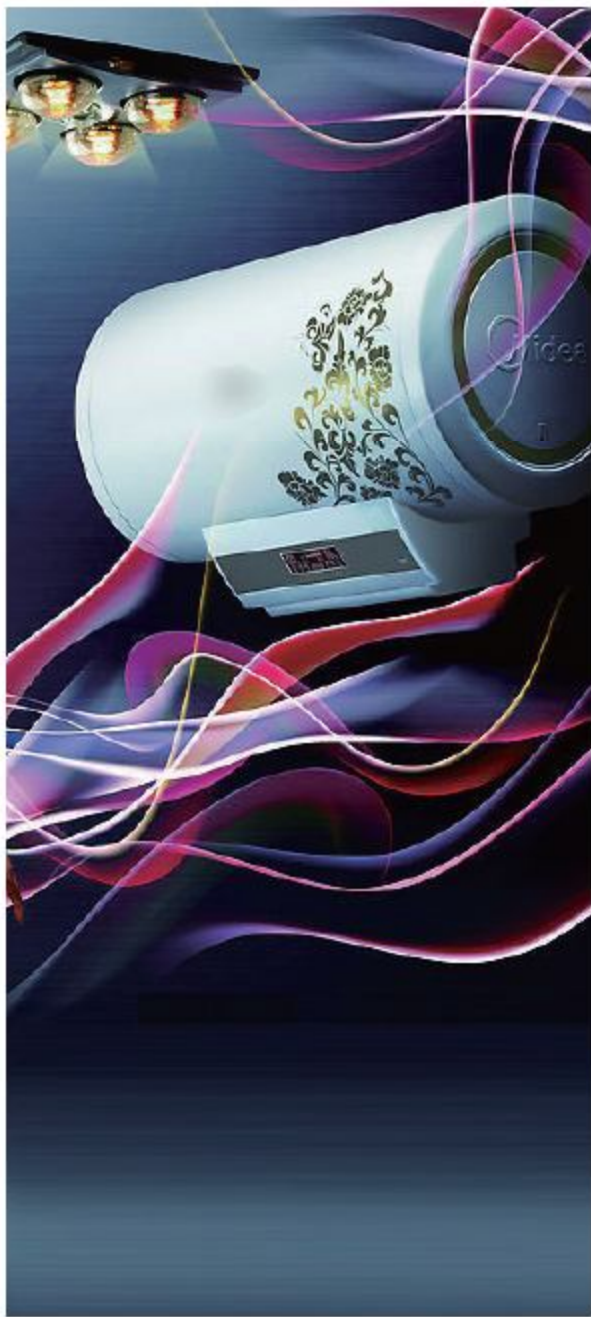
7月21日，消费者王先生在海淀区内某公司购买了一台热水器。工人上门安装时，不慎把水管拧裂，造成王先生家客厅的部分地板被水泡，随后楼下的住户家也进了水。消费者王先生要求商家赔偿，但双方就赔偿数额产生纠纷，始终无法达成一致。消费者在无奈的情况下投诉到海淀区消协四季青分会。

【调解结果】

消协工作人员接到投诉后，立即对王先生反映的问题进行调查了解。消协工作人员调查发现王先生反映的问题基本属实，变耐心做商家的思想工作，最终双方达成一致意见，商家把水管修好，并赔偿消费者1500元，消费者对消协的调解非常满意。

【案例点评】

依据《消法》第四十四条规定：“经营者提供商品或者服务，造成消费者的财产损害的，应当按照消费者的要求，以修理、重做、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等方式承担民事责任。消费者与经营者另有约定的，按照约定执行。”本案中，经营者上门安装热水器时拧裂了消费者家的水管，是因为经营者的操作问题，故经营者应对自身行为导致消费者受到损失负责，按实际赔偿消费者的有关损失。





手机拨打“110” 须加区号？

一天傍晚，寇先生接到了邻居的电话，称邻居家被盗，请寇先生赶紧回家查看。寇先生回家发现，屋内很多家具都变了位置，接着在一间小屋发现了盗贼，并携有匕首。在与盗贼周旋并制服盗贼后，寇先生迅速拨打110报警，但却一直是语音提示音，无法拨出去。寇先生年过五十，而盗贼还是年轻小伙，如果僵持下去，势必处下风。

情急之下，寇先生向盗贼许诺不报警，以叫邻居确认丢失物品为由，将盗贼反锁家中，出外找寻路人报警才得以脱身。寇先生事后向其手机厂家咨询，方知该手机拨打110时前面要加拨区号。寇先生已就此款手机造成生命威胁为由向海淀区消协投诉，目前正在调解之中。

《消费者权益保护法》明确规定了消费者的九项权利，第一项就是：“消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利，消费者有权要求经营者提供的商品和服务，符合保障人身、财产安全的要求。”寇先生所使用的手机拨打110的方式与常识相悖，在关键时候不能迅速拨通，对生命安全造成了直接的威胁，侵害了消费者的安全权。同时手机说明书中未对拨打110需加拨区号做任何说明，也侵害了消费者对商品的使用所享有的知情权。销售方、厂家将承担相应的赔偿责任。

海淀区消协呼吁手机厂家能够对手机拨打紧急呼救电话功能引起重视；同时也给消费者提个醒，如果拨打紧急呼救电话出现同样问题，可以尝试加拨区号，保住110这条生命线。

婚庆服务不能随意增加费用

近日，东城区消协幸福大街分会接到一起投诉。消费者郑女士委托一家婚庆公司进行婚庆服务，合同约定婚礼摄像、司仪共计5600元整。双方签订协议后，郑女士共交定金2000元整。

随后，郑女士考虑到父母年纪大了比较传统，如穿着拖尾的婚纱上去敬茶不是很庄重，也不太方便。于是向婚庆公司主持人提出，在举行婚礼时向父母敬茶，需要换一身衣服。但主持人表示婚礼期间不能空场，要活跃气氛，郑女士的要求违背了主持人的风格和原则，在这期间婚礼上必须有活动，而添加活动需要郑女士承担1500元整费用。郑女士认为婚庆公司随意增加费用，故要求退还定金2000元整。

婚庆公司则辩称，其公司并非违约，郑女士未提出换衣服，而是在举行婚礼时需另外增加一些活动，所以需要增加一些费用，具体金额双方并未商定，婚庆公司不同意退还定金。消协工作人员从消费者的角度出发，对婚庆公司进行了非常耐心细致的思想工作，经过多次调解，最后双方做出让步，婚庆公司同意退还郑女士定金1200元整，由于婚庆公司当时未带现金，分会为其进行先行垫付，此举受到了消费者的好评。



健身店随意迁址应退卡

近日，消费者张先生来到东城区消协幸福大街分会投诉，称他去年10月19日在欧奕健身方庄店分别办理健身年卡2张，共计1818元整。没过多久，该店由方庄迁址至富贵园。由于张先生家离富贵园较远，不方便经常过去健身，便找到该店负责人要求退还剩余卡费1818元整。该店同意退卡并书面承诺于今年4月25日办理退款手续。但随后该店负责人一直以各种借口拖延退款。张先生多次上门交涉都被对方拒绝，于是，只好投诉到消协希望讨个公道。

消协工作人员接到投诉后，立即联系双方当事人到消协了解情况、解决纠纷。张先生当场向消协分会出具了发票和退款证明，该店负责人看后无话可说。消协工作人员对商家讲解了《消法》等有关法律法规，并进行了说服教育。最后，商家当场退还张先生健身卡费1818元整，消费者对消协及时快速解决投诉表示非常满意。



1580元的镜架戴几个月就坏了

近日，东城区消协建国门分会接到消费者赵女士投诉，称其2010年10月在某眼镜店配近视镜，镜架的价格1580元。眼镜买回一段时间后，赵女士发现镜架的镀层开始脱落，于是她找到眼镜店要求更换依附镜架。但眼镜店告诉她，这个镜架已经超过3个月的保质期，所以不能更换。

东城区消协建国门分会接到投诉后，工作人员立即查阅了《部分商品修理更换退货责任规定》，但其三包的范围不包括眼镜。工作人员并未放弃，又查阅到部分省市眼镜行业协会制定的《眼镜质量包用期规定》，该《规定》对眼镜质量包用期规定内容是：成品眼镜及配装眼镜在正常情况下，镜架出现螺丝滑牙、脱焊、镀层质量问题，按配镜收费价格执行“三包”期，即200元以下（含200元）的为三个月；201至500元的为半年；501元以上的为一年。消协根据此《规定》与商家联系，提示其尊重消费者合法权益，要规范格式合同。后经调解，该眼镜店为赵女士更换了一副新镜架。

赵女士随后给东城区消协建国门分会送来表扬信，称赞消协工作人员工作热情负责，并对消协为消费者维权保驾护航的精神表示深深感谢。

移民政策改变了能退费吗？

近日，消费者向女士到东城区消协建国门分会投诉，称其2010年通过某中介公司办理加拿大投资移民，并交付30000元中介费。但后来因为加拿大移民政策发生改变，向女士不符合改变后政策的移民条件，于是要求解除合同。向女士委托律师要求退还中介费及所有资料，但该中介公司与律师发生矛盾，向女士付了高额律师费并没有解决消费纠纷，为此请求建国门消协调解。

消协接到投诉后，与中介公司取得联系并核实了情况。该中介公司称因加拿大投资移民政策改变，向女士提供不出移民需要的材料，无法办理移民的原因出在向女士一方，因此中介公司没有责

任，而且向女士所委托的律师态度不好，与中介公司的工作人员发生言语冲突。

消协在核实清事情的原委后，建议中介公司依《合同法》相关规定，积极解决消费纠纷，同时向中介公司讲明消费者权益保护法规的规定，督促其尽快为消费者解决问题。经调解，中介公司最终退还消费者20900元。

“花了高额律师费都没解决的问题，你们在很短时间就帮我把问题解决了，真是太感谢你们了！”向女士由衷地称赞消协工作人员为百姓办实事，是真正的人民好公仆。

儿童游乐园内受伤谁负责？

近日，家住顺义区木林镇某小区的消费者王先生电话打到密云县消协，称他和家属带着8个月的女儿到密云某商场一家儿童游乐园办理了一张200元的游乐园消费卡。随后带其女儿到这家游乐园游玩时，女儿小腿不慎被游乐园内的设施夹红，在向游乐园工作人员讨要说法时，工作人员答复其女儿小腿被夹红，不是因为设施问题，而是家长二人照顾不周所致，故不承担任何责任。

消费者王先生在与游乐园协商无果的情况下，便拨打了110报警电话，在“110”工作人员的协调下，游乐园派人陪同王先生夫妇一起带其女儿到医院进行了检查，经过经查，小孩小腿并无大碍，游乐园派专人打车将王先生一家送回木林家中。王先生给县消协打电话的目的是想通过消协帮忙为其退回200元的办卡费。

消协接到反映后，及时与游乐园负责人进行了沟通。经了解得知，消费者王先生为其女儿办理游乐园的游玩卡，不只消费了这一次，另外，王先生之女游玩小腿被夹红，不是设备问题，而是王先生夫妇照顾不周所致，按理儿童游乐园不应承担任何责任。经过“110”工作人员协调，游乐园工作人员陪同王先生夫妇一起带其女儿到医院进行了检查，“110”工作人员在场的情况下，王先生夫妇并没有提出退回200元消费卡之事，过后再提出这样的要求，这家游乐园认为是过分要求，不能接受。

针对了解到的情况，消协先是对消费者王先生阐明了消协的观点，一是消费者王先生女儿小腿被夹红，作为家长确实负有照管不周之责；二是此事已经过“110”工作人员协调解决，基于以上两点，消协理应不再受理，但考虑到王先生女儿年纪太小，不适宜过早游玩游乐设施。故消协与游乐园负责人进行了沟通，指出了这家游乐园在对待幼小儿童消费者应该注意的问题，提出了消协的解决建议。最后，游乐园同意为王先生退回200元的办卡费用。



新车开一年保险杠就掉漆

刚买一年的汽车前保险杠就开始掉漆，虽然多次找到4S店讨要说法，但一直没谈出个解决方案。近日消费者韩先生满脸忧愁地来到北新桥消协分会投诉。

韩先生反映，去年8月份，他在某汽车4S店以27.88万元的价格购买了一辆别克GL8汽车，本想好好享受有车一族的快乐与便利，但近期发生的事情却怎么也让其高兴不起来。从今年1月至6月期间，汽车前保险杠在没有任何碰撞的情况下开始出现大面积掉漆现象。韩先生将汽车送到维修中心修理多次后，问题始终没有得到彻底解决，因此“掉漆”成为了自己每天开车时影响情绪的源头，无奈之下只得求助于消协。

北新桥消协工作人员接到投诉后，立即与该品牌汽车售后服务人员取得联系，及时将此车从上海通用库房到4S店车库的流程签收单都统一进行了调拨。核实情况后，由4S店维修部门出具了详细的汽车掉漆问题的情况说明。为了彻底解决韩先生所购汽车出现的问题，消协联系消费者、4S店店长进行了现场调解。现场根据4S店高级技工的判断，消协工作人员分别同店长、消费者进行了积极的沟通，最后拿出了一个双方都能接受的解决方案：即根据韩先生从业时间的要求，选一个月内由4S店维修部门为韩先生所购别克GL8汽车的前保险杠进行免费重新喷涂。韩先生对消协为自己的汽车维修中的积极态度和维护消费者合法权益方面付出的努力表示感谢，对调解结果十分满意。

“洋沙发”用一个多月就开胶

近日，消费者王先生到密云县消协投诉，称其今年初花50万元在北京一家意大利品牌家具代理商购买了一组产于意大利的皮质沙发及三个茶几，用后一个多月即发现沙发的扶手皮质连接处有开胶之处，之后王先生与北京这家代理商取得联系，代理商对其问题总是推诿、搪塞，致使王先生对所购沙发的产地产生了怀疑，故打电话给密云县消协寻求解决办法。

县消协接到消费者王先生的咨询电话后，一方面耐心了解王先生购买沙发的详细情况，另一方面与代理商所在地朝阳区消协取得了联系，将王先生购买沙发所遇到的情况进行了沟通。在朝阳区消协工作人员的认真工作和努力下，这家代理商表示配合调解。随后，北京意大利品牌家具代理商、意大利的生产厂商、朝阳区消协、密云县消协等单位的负责人一同来到了消费者王先生家中，经过意大利生产厂商现场确认，消费者王先生所购沙发确系其生产的品牌产品，对其产品存在的缺陷也表示认可。但北京这家代理商对王先生提出的诉求却强词夺理，坚持只能维修，既不能换货也不能退货。在这种情况下，朝阳区消协和密云消协的工作人员，耐心做代理商和意大利生产厂商的工作，最后北京代理商和意大利生产厂商同意为消费者王先生更换一组同品牌、同规格的新沙发。

对于这一解决结果，消费者王先生对朝阳区消协和密云县消协真诚为消费者服务的做法表示十分感谢。

GUCCCL手表“三包”不包表带？

近日，东城区消协建国门分会接到消费者陶先生的投诉，称其2011年7月在金宝街某商场购买了一个GUCCCL手表，但该手表没带几天，白色表带就开始出现变黑，消费者要求商家给予修理或者换货，但商家却不同意。

接到投诉后，建国门消协分会及时与该商场联系。商场称一年之内手表出现质量问题，按“三包”规定可以享受免费维修，但表带不在“三包”范围，如要维修需要交纳维修费用。对于商家的说法，消费者陶先生不认可。

建国门消协分会查阅《部分商品修理更换退货责任规定》发现，钟表三包是整机三包有效期1年，主要部件三包有效期2年。消协认为表带是手表的必要组成部分，并对商家进行了法规解释和提示，指出在保修期内只要确定不是人为造成的损坏，商家就应该履行“三包”责任。经建国门消协分会调解，该店免费为消费者更换了一条新手表带。消费者陶先生对消协工作人员的调解非常满意。同时，建国门消协也提醒消费者应理性选择购买奢侈商品，目前奢侈品的“三包”与普通商品没有两样，价格昂贵不等于质量和服务好。



新冰箱两次修不好应退货

日前，消费者曹先生在某电器公司购买了1台博世牌电冰箱，价格为5912元。在使用过程中，曹先生发现冰箱噪音大，厂家两次维修均未能修好，于是曹先生要求该电器公司给予退货，该电器公司书面承诺7日内退货。曹先生按照约定时间办理退货手续时，但该电器公司却以各种借口推辞拖延退款。曹先生无奈投诉到东城区消协幸福大街分会。

接到投诉后，消协工作人员立即与该电器公司取得联系，依照《消费者权益保护法》第二十三条“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。”的规定，依法对消费者投诉进行了调解。最终该电器公司同意退货，一次性退回曹先生5912元。

托管保健品引起合同纠纷

近日，石景山区消协金顶街分会接到消费者万先生投诉，称其2009年11月7日与某生物研究所签订一份托管12盒保健品合同。但当消费者万先生病情需要，而向该生物研究所取出时却被拒绝。

接到万先生的投诉后，消协工作人员立即进行了相关调查。该生物研究所虽然注册地在石景山，但实际在东城区经营。其负责人表示，与万先生签订合同的人员根本不是他们企业的员工，现在也不知去向，货款也未进公司帐，他们怀疑合同是被人盗用了。消协工作人员多次与该生物研究所负责人联系，并告知消费者持有的合同盖有公司公章，合同被他人盗用属内部管理问题，理应承担赔偿责任。

虽然该投诉涉及的时间较长，经营者又不在本辖区经营，加之公司内部出现管理漏洞，调解起来有一定难度。但经过消协多次做工作，该生物研究所最终同意为消费者提供价值6000元的12盒保健品。消费者万先生非常感动，由于年老且有病在身，所以只能通过电话向消协工作人员表示感谢。

干洗毛毯却被弄丢了

近日，消费者庞女士到某洗衣店清洗毛毯，并按约定交付了35元整。但当庞女士洗衣店去取毛毯时，商家却推脱毛毯暂时找不到。在庞女士的一再追问下，洗衣店才告诉她毛毯被弄丢失了。庞女士多次要求洗衣店赔偿，但洗衣店只同意为其免费清洗几件衣服作为补偿。庞女士为了解决问题无奈到东城区消协幸福大街分会投诉。

消协接到投诉后，立即约谈双方当事人到消协进行调解。依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第35条有关规定：“消费者在接受服务时，其合法权益受到损害的，可以向服务者要求赔偿。”洗衣店将庞女士要求清洗的毛毯丢失，其过错责任在先，应当予以赔偿。经过消协工作人员耐心向洗衣店宣讲消法，洗衣店最后向庞女士承认了错误，并为庞女士购买了一件新毛毯，调解圆满成功。



苏宁折旧换新服务遭投诉

近日，家住琅山地区水电宿舍的宋女士到西城区消协投诉，称其年初时在苏宁电器石景山店购买了一台新电冰箱，当时享受了以旧换新的优惠，并于一周之内由售后服务人员办清了一切手续，顺利地运走了旧冰箱，领回了折旧款。

新冰箱使用之后，宋女士感觉质量挺好，还享有优惠和折旧，于是又到该店购买了一台同样的冰箱，将位于门头沟玉皇庙老家的旧冰箱折旧换新。没想到新冰箱送来之后，旧冰箱却迟迟没人来运。按厂家规定，每周三是专为门头沟方向消费者的服务日。宋女士开始让弟弟特意到老家等候来拉旧冰箱，后来干脆自己专程到老家等待。然而，时间一周一周地过去，就是没有人来取旧冰箱。她每次与售货员联系，得到的回答总是“等着吧”、“我休假”、“再等等”。这一等三个月过去了，姐弟俩跑了一趟又一趟，始终没见人来，与售后服务人员联系，得到的答复是根本就没见过工作签单。这可让宋女士着了急，无奈之下投诉到西城区消协。

接到投诉后，消协工作人员立即与苏宁电器石景山店的负责人取得了联系，指出了店方违约的问题，责成店方尽快给予解决。两天后，宋女士就接到了电话通知，并于下一个服务日收到了折旧款、运走了旧冰箱。宋女士高兴地说：“真没想到拖了三个月的问题，消协一周就解决了，我真应该好好谢谢你们！”

办完消费卡宠物店就关门了

近日，消费者赵先生兴冲冲的来到东城区消协幸福大街分会，将一封写好的感谢信交给消协领导手里，对幸福分会段永利同志工作热情，快速解决消费纠纷表示感谢。

原来，赵先生等5名消费者同住在一个小区。他们都是宠物爱好者，分别于去年在一家宠物店办理宠物美容卡各一张，卡费共计9000元整。大家用了一段时间后，忽然发现该店闭门停业，门前也未张贴告示，拨打对方电话始终无法接通。大家都感到非常气愤，心里很着急，报警无果后，赵先生等5人抱着一线希望来到幸福消协分会进行投诉，寻求帮助，要求退还剩余卡费。

消协接到投诉后，工作人员段永利急消费者所急，想尽办法联系到了商家负责人。但该负责人称有急事在山东的老家，一时来不了北京。段永利在电话里和商家负责人反复沟通，并对其进行了说服教育和《消法》等有关法律法规的宣传。最终，段永利利用自己的真诚打动了商家负责人，终于在一个星期之内特意从山东赶到北京，为赵先生等5人办理了退卡手续，为消费者挽回经济损失共计3690元整。

新笔记本电脑用一个月就坏了

消费者王先生在某电器城购买了1台“东芝牌”笔记本电脑，价格为2999元整。使用不到一个月的时间，电脑发生故障不能正常启动。王先生要求商家退货，商家不同意退货，只承诺7个工作日内帮他修好。但过了7个工作日，电脑还是没有修好。王先生认为商家不守信誉，随即投诉至东城区消协幸福大街分会。

消协接到投诉后，立即联系商家和消费者到消协进行调解。根据《消费者权益保护法》45条规定：“商品在保修期内因质量问题维修两次仍不能正常使用可以要求退换货”。如商家承诺高于国家规定的，按商家承诺履行。王先生所购笔记本电脑在三包有效期内出现故障，商家应当予以维修，且保证消费者的正常使用。商家在承诺的修理期限内未予修理完毕，过错责任在先。消协依据《消法》进行了耐心地调解，最终商家与王先生达成了退货协议，退还货款2999元整。

新手机有缺陷怎能不退换

9月23日上午，消费者佟先生来到密云县消协，反映其于9月19日花500元人民币在密云县城某手机大卖场购买了一部三普368品牌手机，买回后打开按说明书的内容进行操作，结果该手机的手写功能根本不能使用，随后便到这家手机大卖场反映了手机不能使用的情况，手机大卖场的工作人员进行了现场实际操作，证明佟先生所购手机确实存在质量问题。

但在协商解决问题时，该手机大卖场的工作人员却以各种理由进行推脱，一方面说手机即使有质量问题，也得送厂家进行鉴定，另一方面答应给佟先生换一部别的品牌手机。佟先生只好同意换一部别的品牌手机，当佟先生对所换手机打开一看时发现，其手机从外观到功能都不能与原来的手机相比，故与卖场工作人员进行理论，但卖场工作人员表示要换就只能这样换。无奈之下，佟先生来到密云县消协投诉。

县消协接到投诉后，迅即与该手机卖场的主管部门领导取得了联系，反馈了佟先生所购手机和换货情况，同时提出了县消协的解决建议。县消协指出了该手机大卖场对待消费者的答复存在的不足，认为消费者所购手机存在质量问题，不是消费者使用不当所致，而是该产品自身存在的缺陷，消费者提出退货和换货的要求理应支持，但手机大卖场工作人员对待消费者正当的要求而采取搪塞、推诿的做法实属不该，故建议其作为该手机大卖场的主管部门应该支持消费者的诉求，为其退货或为其更换同品牌的手机。该手机大卖场的主管部门领导在听取县消协的解决建议后，态度非常积极、诚恳，表示一定按照县消协的解决建议，认真解决好消费者这一诉求，一定让消费者满意。最后，该手机大卖场为佟先生更换了一部消费者能够接受的新手机。

114查号台

涉嫌侵害消费者权益

【案例简介】

老两口家中的著名品牌“热得快”牌电冰箱出了问题，售后服务说明书早就找不到了，于是他们按照114查号台报出的400打头的专业服务热线拨打了报修电话。随后一名“热得快”厂家的专业维修人员就上门检修了电冰箱，维修人员指出了电器好几处毛病和隐患，更换了一大堆零配件，向老两口收取了一大笔维修费用。老两口当时就感觉有些不对劲，但由于对家电维修确实不懂行，又一想人家毕竟是著名品牌的专业人员，也就只好说多少、付多少了。

没过两天，老两口听到家中电冰箱轰隆作响，急忙打开箱门却发现冰箱里面竟然烫得吓人，冷冻食品全都烤熟了。老两口当即惊出了一身冷汗，实在想不通刚修好的电冰箱怎么简直成了电烤箱了，马上拨打了“热得快”售后服务热线质问到底是怎样维修的，原本热情礼貌的服务热线立马儿改变了说话腔调：“你老糊涂了吧，我们从来就没有修理过电冰箱！”

老两口实在气不过，这不是花钱找罪受吗！于是分别向质监机构、工商部门和消费者协会投诉了“热得快”厂家。经调查得知，经由114查号台报出的400打头的所谓“热得快”专业服务热线根本就与“热得快”品牌没有任何关系，系没有执照、

没有资质、打一枪换一个地方的黑窝点。原来400打头的电话号码也不保险啊！

正牌儿“热得快”厂家的客服维修人员很快登门为老两口修复了电冰箱，更换了那些由“山寨”维修人员掉包的假冒伪劣零配件，只是按照厂家明码实价规定收取了合理的维修工本费。老两口非常疑惑和纳闷的是，正经的服务电话怎么在114查不出来，而假冒的服务电话怎么在114一查就出来呢？

【律师点评】

114查号台在我国社会生活中占据着重要位置，人们早已习惯于拨打114查询需要的电话号码，比如开锁公司、搬家公司、电器维修等服务电话。大多数人甚至把114查号台当作了政府的职能部门，在心目中的地位有如119、110等特服号码一样“神圣不可侵犯”。

在电信南北分拆之后，114查号台在北方10省主要由中国网通经营，在南方21省主要由中国电信经营。114业务从原先的单一查号逐渐向酒店预订、机票预订、餐饮预订等拓展，运营模式也发生诸多变化。近年来，个别114查号台依然披着公益事业的外衣，摆着服务公众的姿态，挥舞着垄断经营的法宝，拨打着谋取私利的算盘，利用凭借政策掌控

的公共信息资源公然做起了贩卖公众信任的逐利交易。当年的114是“为人民服务”的公益机构，如今的某些114早已堕落成为“为人民币服务”的中介平台。

114查号台乱象丛生，有恃无恐，引发的社会诚信危机愈演愈烈。公众早已受够了114查号台商业广告的骚扰，虚假信息乃至诈骗信息泛滥更是严重超出了社会公德的底线。不法分子假冒知名品牌的维修网点早已司空见惯，甚至有犯罪团伙在114查号台登记假冒金融机构的电话号码，制造银行汇款假象，实施代销骗购诈骗活动。

个别114查号台由公共服务平台到逐利平台，再到“诈骗平台”，一路从公众的心间跌入低谷。究其原因，某些114查号台的堕落源于其价值导向的失守，从公共服务价值到以经济利益为核心的私利化价值观，其服务性质的扭曲实属必然，结果也必然导致私利的膨胀。114查号台凭借其垄断公共信息的优势以及以往积累的公众信任，大肆谋取暴利，采取的“竞价排名”的百度盈利模式更是为虚假信息泛滥提供可能。而且114查号台仅对竞拍成功企业提供专享报号服务，必然导致其他同类企业失去了公平竞争的机会，这也违反了我国《反不正当竞争法》。在我们这个本来诚信就较为稀缺的时代，114查号台利用垄断公共信息的优势谋取私利，灼伤的不仅是公众的信任，同时也伤及了公众的权利，破坏的是整个社会价值，损害了整个社会的诚信体系与整体利益。

例如某市114查号台专设了“开锁热线”，其中暗箱操作过程不乏腐败传闻和金钱交易。由于没有需求信息来源，没加入热线的开锁公司，处于倒闭状态；而另一方面，加入热线的开锁公司的营业额迅速攀升，以至于根本忙不过来，于是就按其定额收费的三分之一价款转包给其他开锁公司坐享渔利。随着拨打开锁热线客户需求的上升，开锁热线

的开锁价格也相应提高了。比如打开一个普通铁栅栏门锁的价格，“开锁热线”一口定价150元，而“开锁冷线”报价只有80元还可讨价还价。但是，由于广大顾客查根本查不到别的开锁公司的电话，只能专门“享用”开锁热线的高价服务。

114查号台作为一种有偿收费平台，依法应该对登记号码进行合理审核，承担为用户提供真实信息的义务。消费者拨打114查询电话号码，查号台是收取服务费的，就使得消费者和114运营商之间存在合同关系，而114没有提供给消费者真实准确的信息，这就存在114履行合同的过错问题，电信运营商理应承担法律责任。但是不得不特别提醒的是，我国目前对于像114这类的公共信息资源服务平台尚无明确的专门具体的法律约束机制，按照目前的法律，电信公司对登记单位提交的备案文件只是例行形式审查，没有法定义务鉴别客户备案文件的真伪。骗子在设计骗局时，事先使用了假公章，假证照到114查号台办理了登记备案手续。对于登记单位所作的违法或犯罪行为，114查号台往往声称，工作人员已按现行规定对备案资料履行了合理审查义务，但对于提交的虚假文件既没有责任更没有能力鉴别真伪。现实司法实践中相关案件的审判结果都是114运营商无需承担赔偿责任（个别判例只是给予象征性小金额“补偿”）。法院通常判决认为，消费者被骗是在没有慎重调查的情况下，盲目决策造成的，同114查号台提供的错误信息之间没有必然的因果关系，而且114查号台本身也不是审核鉴定机构，因此114运营商对于相关诈骗损失不承担赔偿责任。

114服务异化是国有垄断公司伪市场化的必然结果。以往正反两方面的经验和教训告诉我们，像医疗、教育这类关系国计民生的具有公益色彩的公共服务体系，是不能完全放任商业化市场运营的，否则无与伦比的利益驱动本质必然导致金钱挂帅。

公益荡然无存，社会道德和诚信必将为此付出沉重的代价。我们非常痛心地看着，某些国有垄断企业早已堕落成为“为小团体服务”的赚钱机器，国家垄断产生的巨额利润因垄断行业“三公消费”以及个别腐败份子长袖善舞而大多流失殆尽。期待那些追逐一己私利的国有垄断企业停止将公益事业的公信力转化为商业利益，只能是缘木求鱼，因此必须清楚界定公共服务平台性质，让公益的归公益、让市场的归市场、政府必须要将两者截然区分开来。国家作为国有垄断行业的所有权和政权执掌者，关键在于如何管理和改善公共服务体系。解决当前114查号台诚信危机的根本方式，就是由政府主导（管理、出资或补贴）将其打造成为全国统一的、纯公益性质公共服务平台。这是政府节约公共电信资源、提高社会公信力的最佳方案。

在此特别提醒广大消费者对于114查号台必须要有与时俱进的正确清醒认识，在拨打114查号台查询电话信息时应当注意以下几点：

一、确认企业真实身份要到工商部门，不能单凭114查号台的查询就作出判断。只有在工商行政主管部门登记注册的企业才具有法律效力。建议人们在核实单位真假时，最好到工商部门查询，查验金融机构可到银监部门核实。例如可登陆北京市工商行政管理部门主办的“北京市企业信息网”进行

免费查询。

二、家用电器售后维修等服务电话一定要查阅电器说明书标明的专业维修网点电话号码。如果说明书遗失，首先应该询问销售商城有关售后服务电话，其次登陆电器生产厂商的门户网站（注意识别山寨网站）查询维修电话。因为通过114查号台查询的维修电话往往“不给最好的只给最贵的”，有可能是冒牌维修企业每年花大价钱买来的优先推荐排名，即使是正牌维修企业也必然要将巨额竞拍花销转嫁到消费者身上。

三、特别警示有犯罪分子利用人们对114查号台的信任，在114查号台登记假冒金融机构的电话号码，制造银行汇款假象，实施代销骗购诈骗活动。在此类诈骗案件中，犯罪分子往往使用尚未在该地区设立分支机构的金融机构名义，利用小灵通号码与固定电话号码不好辨别的特点，在114查号台登记小灵通号码。然后向受害人发送伪造的银行汇款单据，并要求供货。当受害人通过114查号台查到的假金融机构电话咨询时，犯罪分子便假冒金融机构工作人员，为受害人确认该虚假汇款信息，制造已经汇款的假象，诱骗受害人上当。在经济活动中，如需核实银行汇款等金融信息，可采取致电该金融机构总部咨询、亲临银行营业网点查证等多种方式加以验证。



本期主持：耿军律师

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

耿军律师：1966年6月出生。中国人民大学经济法硕士研究生学历。首批《中华人民共和国法律职业资格证书》获得者。现任北京市律师协会消费者权益法律专业委员会秘书长。耿军律师法学基础扎实，实践经验丰富，工作勤勉尽责，能够切实维护当事人的合法权益。至今代理了大量的诉讼、仲裁案件以及承办了大量非诉讼业务，并担任多家房地产、贸易、投资、建筑等大中型公司的常年法律顾问。主要业务领域包括诉讼、仲裁及非诉讼法律业务等。

试析网络消费中 消费者权益保护的难点

海淀区消协副秘书长 陆熙瑜

网络打破了空间地域的阻隔和时间的限制，以其获取信息的方便、快捷和范围广阔，迅速走进人们的生活，从拓展人们的信息获知层面，近年来随着电子商务的发展更深入到人们的消费层面。但迅猛发展的网络消费与传统消费模式下的法规、管理以及理念的冲突也日渐突出，从而冲击着网络消费中对消费者权益的保护。本文在大量网络投诉案例归纳总结的基础上，对网络消费中损害消费者权益的行为及网络消费中消费者权益保护的难点进行分析。

一、网络消费中损害消费者权益的行为

网络消费，是指直接或间接利用互联网进行的买卖商品或服务的行为，是包括网络教育、在线影视、网络游戏在内的所有消费形式的总和。它的发展与网络紧密相连，特别是电子商务的兴起直接催化了网络消费的发展，2010年团购鼻祖Groupon的商业模式传入中国之后，激发了国内团购网站的迅猛发展，更极大地促进了国内网络消费的发展。截止到2011年6月底，团购网站已经上升到5300家，中国网购的用户规模达1.73亿，同比增长33.1%。[《2011年（上）中国电子商务市场数据监测报告》中国电子商务研究中心2011年8月1日 <http://b2b.toocle.com/zt/2010bgdz/>]我国网络零售业务正处于快速发展的时期。

然而网络消费的繁华背后，隐忧却日益凸现。随着互联网的发展，许多不法分子纷纷将牟利黑手伸向互联网，使得网络消费安全遭受严重威胁，问题亟待解决。今年7月19日，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布了《第28次中国互联网络发展状况统计报告》显示，2011年上半年，遇到过病毒或木马攻击的网民达到2.17亿，比例为44.7%；有过账号或密码被盗经历的网民达到1.21亿人，占24.9%，较2010年增加3.1个百分点；有8%的网民在网上遇到过消费欺诈，该群体网民规模达到3880万。中国消费者协会发布的2010年全国投诉情况显示，消费者对于互联网服务的投诉增长幅度非常惊人，同比上升68.7%。网络消费过程中出现的各种损害消费者权益的情形，成为其发展的阻碍，亦对消费者权益保护提出严峻的挑战。目前网络消费的消费者权益保护存在七大威胁。

威胁一：消费欺诈严重威胁消费者网络消费安全

“货款匆匆去，不见货发来”、圈钱后踪影全无等网络欺诈行为已屡见不鲜。网络传播的广泛性和非现场交易行为给不法之徒以可乘之机，这些不法之徒把网络变成了受众面巨大的捕“渔网”，肆意实施网络欺诈，严重扰乱网络消费安全，网络消费欺诈成为网络消费这方沃土的第一重症。典型的

欺诈手段有设套圈钱、诱饵引诱、“游击”行骗、虚假竞拍等手段。

设套圈钱：消费者张先生通过搜索网站搜索到了祥达票务网，在网上提交了网上支付形式的订单后，马上接到了自称是这家票务网负责人的电话，让其用银行转账的形式付款。张先生按照对方的帐号进行银行转账后，对方却说由于订单上的支付方式是网上支付而实际采用银行转账付款，因而钱和订单被系统锁定，需要再付同样的钱款激活，这时张先生才醒悟上当，后查看该网站没有ICP备案信息。此案例，支付方式就是预先设计的“套”。

诱饵引诱：消费者冷先生被一家电信增值业务



提供商的网页宣传所吸引，称“手机充值卡0.4折火爆销售，预付少量定金，快递送货到家，满意付清余款”，冷先生付了200元看了货后比较满意，于是付了800元剩余定金，付款后接到称技术部的电话，称还要交3800元平台费，是代移动公司收取的，这时冷先生方醒悟受骗，该网站同样没有ICP备案信息。案例中交200元看的货就是诱饵，骗取了消费者信任。另外发布中奖信息也是一种诱饵引诱的常见伎俩，行骗人在一些游戏的网站上发送“中奖”信息，让汇邮费、税费等，这往往使一些爱贪小便宜或有好心态的消费者上当受骗。

“游击”行骗：消费者李女士家里的空调不制冷了，从网上搜索了一家维修公司，号称为该品牌的特约维修商，打了网上提供的400电话，很快上门了，维修人员说启动器坏了，收了580元，而第

二天却发现空调又出现了同样的故障，这次再打电话维修商承诺马上派人来，但却迟迟等不到来人，因为没有留下维修商名称和地址，无处找寻。这起案例，维修商利用了网络传播面广，但难以追查的漏洞，实施游击行骗战术。

虚假竞拍：虚假竞拍的目的并不是卖出商品，而是利用这种竞拍活动来赚取人气。当消费者竞拍商品时，以缺货、加收快递费、谎报地址、要求消费者上门自取商品等手段搪塞、欺瞒消费者。还有的利用我们常说的“托”来哄抬价格，欺骗“局外”消费者。由于网站网页的更新速度很快，网上消费的取证非常困难，经营者对网上交易的商品或服务内容很容易篡改，因此造成消费者举证难度很大，自身合法权益难以得到有效保护。

威胁二：虚假广告威胁消费者的知情权和公平交易权

网络广告是网络消费者购物的主要依据，但仅凭浏览网页，消费者很难判别广告信息的真实性、可靠性，因此消费者在其知情权和公平交易权大打折扣。

这些虚假广告往往会夸大产品性能和功效、虚报价格、作出虚假服务承诺等。消费者江女士被网上“30天白发自然变黑，无效退款有保证”的广告吸引，购买了“爱黑发”产品，但使用后并无效果，退款却无门。消费者陈女士的投诉，称其在“纷纷团”上团购了鳄鱼牌T恤，团购的广告上称“支持专柜验货，发现不是正品无条件退款”，陈女士收到货后，到专柜验货，发现不是正品，要求退货却遭拒。

消费者因误信网络虚假广告而购买了伪劣、假冒商品，不仅损害了消费者的经济利益，如果从网上购来的食品过期或者变质，购买的家用电器缺乏安全保障，还可能危害消费者的生命和健康安全。

威胁三：非法交易威胁消费者的知情权和安全权

网络的开放性也为非法交易提供了销售空间。根据北京市企业登记前置许可项目目录2008年第一版,涉及前置许可的营业项目达110项,食品、药品、保健品、医疗器械的销售都在其列,但网上从事这些交易的商家却不乏其数,消费者对其资质难以分辨,如果商家没有相关资质,消费者因从事这类交易而遭受损失将很难得到有效救济。

威胁四:合同履行不当威胁所提供商品或服务的质量及求偿权

海淀区网络消费的投诉中,拖延送货等履行合同不适当的投诉占投诉的80%以上,网络消费合同不适当履行的行为多表现在以下几个方面:

不能履行:因为某些环节问题,经营者不能履行合同。如消费者在团购网站购买了某餐馆套餐团购券一份,而在有效期内,餐馆却要进行内部装修,无法提供餐饮服务等等。

延迟履行:出于某些原因,经营者向消费者承诺的交货或提供服务日期难以兑现。如消费者团购了“五一”期间某地的旅游,后告知“五一”期间不能安排此活动,出游时间顺延到节后等等。

瑕疵履行:网络消费者在认购商品并发出货款后,经常出现实际交付商品的种类、数量、质量等与购买时要求不一致的情况,比如消费者在团购网上团购餐饮券,当时网页上承诺:团购券可在两家餐厅可以使用,后却改成1家餐厅使用。还有一种瑕疵履行的情况是,在物流过程中造成的商品丢失、损坏又难以得到合理的赔偿。

售后服务无法保证:网络消费的最大特点就是打破了地域的限制,但也使得售后服务成为网上消费的“死穴”。一方面,一些商家不提供发票,不提供商品质量“三包”保证,使得消费者应享受的退货、换货、维修服务的权益得不到保障;另一方面,因为跨地域交易、经营者真实身份难以认定等因素,消费者很难实现其享受售后服务的权利,如不少消费者喜欢在网上购买小件家具,商家要求加

运费的不在少数,有一些商家只把货品送到物流中转站,要从中转站运到家里,又需多加一笔钱,而且安装服务人员不在当地,消费者只能自己安装;另外,网上购物一般采用邮寄或快递公司送物流速度相对较慢,消费者退换货时间花费较多,这些都增加了消费者退换货的困难。

威胁五:网络格式合同使消费者公平交易权受到侵害

目前,网络消费类合同中普遍采用的是格式合同形式,大多数交易条款或服务条款都是经营者事先拟定好的,消费者一般只能接受或拒绝。消费者在网络交易中经常遇到的格式合同是点击合同(click-warp contract),即消费者按照网页的提示,通过双击经营者网站的“同意”或“接受”按钮所订立的网络合同。另一种格式合同是浏览包装合同(browse-warp contract),指经营者作为合同的一方在合同中约定,访问者一旦浏览了其网站主页便于该经营者成立了合同。

以团购网站抽样调查,可以发现团购网站大部分都有“用户协议”,内容基本一致,其中含有大量的免除网站义务的条款,例如“单方面撤回任何承诺”、“保留对产品订购的数量限制权”、“保留随时修改或中断服务而不需告知用户的权利”、“拒绝提供任何类型的担保”等条款。但是,这些条款团购网站不但没有主动提请消费者注意,实际上团购网站连用户协议都没有提请消费者注意。例如窝窝网的用户协议只出现在网页的最底下的“公司信息”一栏的最角落处,一般消费者很难注意到。更有甚者,用户协议在网页上甚至找不到,只有在消费者注册会员时才能看到用户协议的链接,并且在“我已阅读并同意用户协议”上默认为打勾状态。参与团购的商户也有不合理使用格式条款的现象。例如商家在团购网站上贴出的信息多为吸引消费者购买的信息,而对于限制的条件,则

多用小号字体标在行文之间,规定消费时必须提前预约、限制使用(如影院规定3D和IMAX影片除外)、不可同时享受店内其他优惠等等。

威胁六:网络支付对消费者财产安全的威胁

网络交易是一种非即时清结交易,通常由消费者通过信用卡或其他支付手段付款,经营者收到货款后才发货或提供服务,这区别于生活中即时清结的消费交易。网络的开放性增加了消费者财产遭受侵害的风险,基于我国金融服务水平和电子化程度限制,网上支付的安全还难以得到保障。在淘宝网购物通过支付宝付款一直被认为是目前较安全的网购方式,但神通广大的黑客可将木马病毒程序和钓鱼网站依附于支付宝,消费者网购资金可能并未转入支付宝,而是被黑客劫至第三方支付平台,继而流进骗子的账户。消费者王女士对网购不是很熟悉,在淘宝网上购买吸尘器时,商家说没货,给了另外一个链接,称网银购买可以优惠。于是王女士尝试了网银操作,在使用银行网银软件时,既没进入付款确认程序,也没授权让钱转到任何人的账户中去,而是从网银交易付款页面中退出,但后来发现银行账户的钱已被划走,其淘宝帐号也被盗取进行了四项交易。

威胁七:网络消费者隐私权受到威胁

我国民法通则中并没有对隐私权的规定,其他法律中亦不涉及,但不可否认,现阶段广大网民的隐私权正处于危机之中。网络消费中,大量的私人信息和数据等被信息服务系统收集、储存、传输,消费者的隐私权不可避免受到威胁,一些商家为了扩大销售额,不惜将以前消费者的信息建立数据库,根据其经济状况、上网习惯等不停轰炸消费者的邮箱以推销自己的产品;更有甚者,为了眼前的经济利益将消费者的信息卖给他人。此外,消费者的信用卡账号、密码被篡改、被盗也是常有的事。

所有这些问题如果不能及时有效地解决,必将会制约未来网上购物进一步发展。

我国《消费者权益保护法》赋予消费者九项基本权利,而从以上网络消费中消费者权益的七大威胁可以看出,在网络消费中,消费者的人身、财产安全权;知悉权;公平交易权;求偿权四项权利均受到了威胁。在网络消费中消费者弱势地位明显,加强网络消费中的消费者权益保护刻不容缓。

二、网络消费中消费者权益保护的难点

在网络消费中消费者权益保护主要存在以下五个难点:

难点一:责任主体确定困难。网络消费者进行维权首先得找到责任主体。如果连责任主体都无法确定,向谁维权?如何维权?网络交易具有虚拟性,经营者多用虚拟网名注册,仅对交易商品进行简单说明和图片展示,公布联络电话、收款账户等最基本的交易信息。至于经营者的真实身份、住所、是否注册登记、资金规模及履行能力等关系交易安全的信息,消费者大多无从知晓。甚至有些情况下,网络经营者隔一段时间就要更换一次网名,等消费者想维权的时候早就不见踪影。没有责任主体,工商、消协等行政部门都无从介入;仅靠留下的手机、E-MAIL或QQ的联系方式让公安部门在破案时也无从下手。仅海淀区消协接到的这类因主体无法找到而终结的案例几乎每月都能发生一两起。

难点二:异地调解困难。由于网络消费属于异地消费,买卖双方大多分处两地,发生售后纠纷时,需向卖方所在地行政、司法部门反映,投诉时不能及时与商家所在地工商管理部门进行面对面沟通,只能通过电话、网络等方式进行维权沟通,增加了投诉过程中信息沟通、证据提交等方面的难度,大大影响了调解的效率和力度。而因为网络消费的被告住所地不公开,及网络消费在线交易,以虚拟的信息传递代替有形的合同履行,所以合同履



行地也难以确认，导致了网络消费者维权中诉讼管辖法院认定也比较困难。而且不同地域或国家之间法律法规不一致，以及地方保护主义盛行，使得消费者诉讼索赔难上加难。

难点三：网络消费者维权举证困难。网络消费者在维权中，即使认定了责任主体，确认了诉讼管辖法院，但在举证上也存在一系列的困难。根据《民事诉讼法》的规定，谁主张，谁举证。网络消费者要诉讼维权，必须举出完整的证据，证明消费关系存在以及自己因消费而遭受的损失。网络消费全程在网上进行，双方之间很少会有书面材料存在，而且大多商家不提供购物发票和质量“三包”凭证，所以网络消费者要维权必须从网络上调取资料。这些资料能否作为证据使用还有疑问，即使能够作为证据使用，证明力究竟如何也难以确定。这些都导致了网络消费者在维权中举证困难。

难点四：环节多导致责任主体认定困难

1、快递环节的“纠结”：网购虽是货到付款，但送货的基本为快递公司。快递环节容易产生以下“纠结”：一是商家和快递公司相互推诿责任；二是如果不进行保价，快递公司按规定只按运输费用的几倍赔偿，而不按商品的价值赔偿；三是快递公司自行规定消费者签字后再验收，验收发现商品缺失或损坏，又以其已签字为由拒不承担赔偿责任

责任；四是快递公司在自己制定的格式合同中，限制消费者的索赔时效等等。我辖区清华同方液晶电视机的网上销售就出现了这样的问题，当消费者发现屏幕破损时，打电话给商家，商家说货物交给快递公司是好的，让消费者找送货的快递公司，快递公司说消费者没有当面开箱验货，2天后才报告电视机屏幕破损是消费者责任，不承认是运输导致损坏，消费者维权无法可依，也无据可查。

2、支付环节的“纠结”：网络交易大多需要第三方支付进行付款，如果在支付时发生了钱款被盗或到账差错，第三方支付平台承担什么责任，承担多少责任，都没有相关规定，也会导致消费者维权的障碍。

3、网络交易平台的“纠结”：大部分网络交易都是通过交易平台进行，平台提供商为开设“店铺”的企业和个人提供网络平台，消费者与商家是通过网络交易平台（如团购网站）的桥梁作用下发生交易的，因此造成了法律关系复杂化。在出现纠纷后，交易平台承担什么责任，是否有责任给消费者提供经营者真实的信息，法律没有明确规定；网络交易平台与商家的关系在认定网络消费中法律关系，尤其在认定谁是与消费者签订买卖合同中的卖方尤其重要，在学界，主要有四种观点。

第一种观点为“超市货架说”，这种观点认为，网络交易平台与商家是合伙关系，两者承担连带责任。因此，发生纠纷中，消费者可以起诉他们中的任何一家，或者将二者列为共同被告。

第二种观点为“商厦专柜说”，持这种观点的学者认为，网络消费相当于商厦将柜台或店面出租给商家，各商家接受商厦的统一管理，但以商厦的名义对外出售，并且出具商厦的统一发票。因此，网络交易平台与商家的关系仅为内部

关系,在对消费者的关系上,由网络交易平台统一对外承担责任。

第三种为“中介服务说”,这种观点认为网络交易平台利用自己的知名度挂出商家的交易信息,目的在于促成商家与消费者的关系,相当于市场中介的作用。因此网络交易平台并不介入到与消费者的买卖关系中。只有在网站在发布商家信息的过程中存在过失或过错,消费者才可以追究网站的过错责任。

第四种为“柜台或展台租赁说”,这种观点认为网络交易平台与商家的关系如同于交易市场的举办者将市场柜台或展台出租给不同的商家,各商家以自己的名义对外进行买卖活动,出具商家自己的发票。因此,在网络消费中,应当适用《消费者权益保护法》第38条的规定:消费者在展销会、租赁柜台购买商品或者接受服务,其合法权益受到损害的,可以向销售者或者服务者要求赔偿。展销会结束或者柜台租赁期满后,也可以向展销会的举办者、柜台的出租者要求赔偿。[张楚、王祥、欧奎:《电子商务法案例分析》,中国人民大学出版社2002年版,第234~235页。]

在这四种观点中,第一种观点主张两者为合伙关系明显是不符合我国法律的,我国法律规定合伙是指各合伙人订立合伙协议,共同出资、合伙经营、共享收益、共担风险,并对合伙企业债务承担无限连带责任的营利性组织。第二种观点也与网络消费不符,因为在网络消费中,网络交易平台并不是以自己的名义与消费者发生交易,且没有向消费者提供自己的发票,而是商家自己向消费者提供发票。比较合理的观点是第三种与第四种。

以网络团购为例,我们认为第三点观点更符合,虽然团购网站直接向消费者收取预付款,在消费者下单付款时双方协议并不是规定由团购网站直接商品或者服务,而是规定由供应商提供,并且无一例外地规定了网站自身的拒绝担保条款。因此,

团购网站在团购交易中充当的应当是中介服务的作用,而真正的交易双方是消费者与商家。因此,如果在团购中消费者的权益受到侵犯,商家应当承担相应的责任,只有团购网站在媒介过程中存在过失或过错,才应当承担相应的过错责任。比如发布信息不真实,商家无许可证、明显夸大的描述、商品有明显的安全隐患等情形之下,团购网站应当发觉而未尽审查义务的,应当负相应的过错责任。当然,如果团购网站故意与商家串通,欺骗消费者,团购网站与商家双方要负连带责任。

难点五:标的小维权难。网络消费者在网络消费中一般会选择价格低廉的一些商品或服务,在主体没有营业执照的情况下,工商、消协无法介入,而公安部门会因为所涉及的标的额较小,不予立案;而造成消费者投诉无门,但由于网络消费的聚众性,往往受到侵害的消费者不只一人,虽然个体侵害数额小,但涉及的消费者数量如果多,其涉案金额会是不小的数目。如何针对网络消费侵权的特殊性以及危害性,设定相应的监管规则,也是迫切需要解决的问题。

网络消费中消费者维权难已成为网络消费发展的最大瓶颈,保护网络消费者的合法权益,保证网络消费者在遭受侵权后迅速、方便的寻求救济,成为亟待解决的问题。



三种浴霸各有优缺点

市场上的浴霸种类很多，按取暖方式区分主要有灯暖式、风暖式和碳纤维式三种。每种产品各有优缺点，消费者应根据自己的实际需要进行选购。



灯暖式浴霸

灯暖式浴霸是最早出现在市场上的浴霸产品，目前依然维持着相当的市场份额。其功能主要是取暖、换气、照明，多采用2盏或4盏275瓦硬质石英防爆灯泡取暖，效果集中强烈，一开灯即可取暖，无需预热。

优点：这种浴霸由于生产历史长、产量大，所以技术很成熟，而且价格比较低廉，通常500元左右就可以买到国产名牌产品。另外，灯暖式浴霸还具有采暖迅速、供热集中、室内升温快等诸多优点，是一种实用性和性价比都比较高的产品。

缺点：灯暖式浴霸最主要的缺点是不适用于面积较大的浴室，因为其制热范围相对较小，在较大的浴室中会出现冷热不均的现象。再有，灯暖式浴霸的光线比较刺眼，很容易伤害的老人和儿童的眼睛。

风暖式浴霸

风暖式浴霸通过采用大功率PTC热敏陶瓷发热取暖，暖气通过高速运转的电机传递出来，实现浴室升温。

优点：相比于灯暖式浴霸，风暖式浴霸具有安全性高、供暖均匀、光线柔和等优点，即使较大的浴室也可以得到均匀的供热。另外，风暖式浴霸的外形更加现代，安装在浴室中，装饰性会好于灯暖式产品。

缺点：与灯暖式浴霸不同，风暖式浴霸的加热时间较长，需要在洗澡之前进行预热，所以会消耗更多的电力。除此之外，风暖式浴霸在送风时会让刚洗完澡的人体产生寒冷感，这也是最让老人和小孩不适应的地方。风暖式浴霸的销售价格也明显高于灯暖式浴霸，所以性价比要相对差一些。



碳纤维浴霸

碳纤维浴霸就是以碳纤维管里的碳纤维发热，以远红外方式用吹风将热量传递出去，属于集成吊顶浴霸，也可装于传统吊顶上。

优点：取暖效率高，升温快，同时还有一定的保健作用，比较流行。

缺点：较其他两种浴霸，生产历史还比较短，其品质保证的关键是过热保护装置（或隔热装置）是否过关，功率也比较大。（千龙网）

豆浆养生好处多 豆浆机保养不可少

豆浆营养好喝，是冬季里进补的佳品。豆浆机的普及也让人们随时可以享受一杯自制豆浆，而且也不用担心防腐剂及卫生为题。但在您沉浸在自制豆浆的美味中时，是否也注重过豆浆机的保养吗？今天小编给您介绍几个豆浆机保养的小窍门，您不妨看看。

1.制浆完成后，尤其全营养豆浆和绿豆豆浆冷却后，请不要再二次加热、打浆，否则会造成糊管。

2.机器工作后期、工作完成后及工作中停电，请勿拔、插电源线插头并重新按键执行工作程序，否则可能会造成加热器糊管、豆浆溢出或长鸣报警。

3.制作豆浆时，杯体内无水或水位过低，机器处于自我保护或报警状态，电机和加热管都不工作，并非故障，水量放置以靠近上水位线为佳。

4.机器工作时，请不要忘记安装拉法尔网，否则机器在打浆过程中会有溢出，以免溅出烫伤。

5.机器工作时，与插座等保持一定的距离，使插头处于可触及范围，并远离易燃易爆物品，同时电源插座接地线必须保持良好接地。

6.豆浆机应水平置于平台面上，以免因倾斜而使机器振动加大，甚至倾倒。

7.避免意外，请按说明书规范操作。

8.受热后，网罩与机头下盖扣合出现过紧，拆卸网罩时应先用凉水将其冷却，以免用力过大而划伤手或弄坏网罩。

9.豆浆机不用时，请保持清洁，放于通风干燥处，进水、受潮、发霉等因素容易导致电机烧坏，阳光也容易导致塑料褪色。

10.清洗机头部分时千万注意，不要将机头整



个浸在水中，这样损害机体，容易造成短路发生危险，可用流水或清洁刷清洗刀头部分。

11.有的地区的饮用水会造成豆浆凝结成类似豆腐脑的情况，主要原因是水中所含矿物质太多，可以使用凉开水或在水中加入少量食盐解决。

12.洗刷时，只能用水流、清洁刷刷刷机头下半部粘附的豆浆，切勿将机头浸泡入水中或水流冲洗机头上半部分，机头上部和电源插座部分，严禁入水。

13.使用完毕，必须把插头从插座上拔下后才能清洗，避免触电的危险。外壳表面弄脏时，要用软布擦去；肮脏严重时，可用洗洁剂清洗。

14.桶内清洗，要顺时针旋松，取下渣浆分离器，倒掉制浆后的豆渣，用清水、毛刷轻轻地冲刷表面的豆浆纤维物。

15.如果桶内电加热器上出现结垢，可用毛刷对其进行刷洗；若一时无法刷去，可用冷水浸泡一段时间后再次清洗，然后，倒掉清洗后的桶内余水，再稍加清水洗一下倒掉即可。也可用烧煮开水的办法去除电加热器表面垢层。（苏洁）

家用燃气灶打不着火怎么办？

燃气灶是每个家庭必备的厨房电器，人离不开一日三餐，每餐的烹制离不开燃气灶，因此燃气灶用的顺手不仅可以让主妇的厨艺得到淋漓尽致地展现，烹制效率也会得到提升。

经常看到有网友抱怨家中的燃气灶用久了之后打火困难的问题，有的燃气灶需要长按停留六七秒才能打火，有的需要打火几次才能成功点燃，更有甚者需要手动点火。针对以上问题，笔者查找了相关资料将其汇集整合如下：

燃气灶打不着火或需要多次打火

原因及解决办法：平常做饭时可能会移动灶圈，有可能点火针与灶圈的孔没有对应好，可以查看并调节一下，使火花刚好打在离其最近的小孔边缘；还可以调节燃气灶下方的风门，当风门太大时，燃气与空气混合比太小，不易点着火，可以将风门先调小；还有可能是灶圈太脏，阻碍了煤气，可以将其擦洗干净；检查电池是否有电。

火一边大一边小

原因及解决办法：可能是燃气压力波动造成，可以将火适当关小，不要让火溢出锅外；也有可能是风力的原因。

经常出现黄火

原因及解决办法：若出现黄火，可能是进风量不足导致天然气燃烧不充分所致，可以调节风门。若是气压变化所致则不用担心，过一会儿自然就会恢复。还有一种可能是管道中的液化石油气是混合，气体质量不高也会导致黄火出现。

【专家建议】

1.燃气灶下的橡胶管建议两三年更换一次。因为橡胶管容易老化，容易出现连接不紧密导致漏气等安全事故发生。

2.钢化玻璃材质的燃气灶表面，即使爆炸也只会碎成网状不会伤人，消费者可以安全选用，但在面积很小的厨房里，如果灶具离侧墙很近达不到一定的安装间距，钢化玻璃很容易发生过热现象，此时建议消费者选择其他材质面板的灶具，避免出现安全事故。

3.如果突然出现大风或在煮食时没有看好，发生水倾覆的现象。由于正规燃气灶都有意外熄火的安全装置，在发生大风或大水倾覆时会自动切断火源，消费者一般不用太过担心。

4.建议消费者根据使用说明书对燃气灶进行定期清洗和清洁，及时将做菜时泼洒的菜汤、油迹清洗干净，并注意打火孔位置的油污和积碳的清理，避免影响打火。（徐珂）



冬季如何安全使用电热水器

在寒冷的冬季，洗个热水澡，是件舒服惬意的事情，但怎样确保安全使用，防止漏电事故的发生呢？其实，电热水器安全事故的发生，大多是因用电环境和不正确的使用方法而起。为预防发生意外伤害触电事故，您可采取以下措施：

- 1、热水器的供电电源必须具备可靠的接地线，家用供电系统必须具备漏电保护装置。
- 2、必须使用固定的规格相匹配的三眼插座，且相线，零线，地线连接位置正确。
- 3、电源插座的位置应设置在水流无法溅到的

地方，并使用防溅插座。

4、配备漏电保护插头的热水器不得使用带开关的电源插座。

5、每周要对热水器电源线上的漏电保护开关进行一次漏电测验，若不能正常断开，请立即停止使用热水器，并立刻与专业维修人员联系解决。

如果您家的电源不符合上述要求，切勿继续使用热水器。务必对家庭电源系统进行改造，达到以上标准后，才可正常使用。（千龙网）

空调使用不当酿十大祸害

虽说，家电是我们日常生活中接触最为频繁的电器，但是使用不当造成的火灾等危害也是屡见不鲜。据了解，在使用家电过程中，最大的安全隐患就是用电问题，很多朋友因为缺乏常识而导致危险发生。今天，笔者就给到大家带来了空调安全使用的注意法则，感兴趣的朋友不妨一起来看看吧。

一、空调的供电应有专用线，在专用线路中应设有断路器或空气开关。供电导线、保险丝都应符合有关规定，不能随意更改。

二、为防止绝缘破损造成漏电危险，如有条件，可设置漏电保护器，其动作电流为15-30毫安，切断时间应不大于0.1秒。

三、空调器的开机、停机都要使用开关，不要用直接插拔电源插头来开、停空调器。这样一来造成空调控制系统会损坏，二来在插拔时会在插头和插座之间拉电弧，造成人身安全事故。而且长期在待机中，不仅消耗了一定的电量，还会在雷雨天容易遭雷击。

四、所有电器插头都要插紧，不能松动。否则会造成接触不良，损坏空调器。

五、住处电表容量不够，一定要先行扩容，切莫抱着侥幸心理，以免因线路不堪负荷而发生火灾。

六、应认真阅读使用说明书，按规定操作，切莫胡乱按动遥控器。

七、老式空调器停机后不可在3分钟内重新开机，否则容易烧坏压缩机。新式空调安有防止3分钟内重新开机的电路，即使在3分钟内重开机，压缩机也不工作。

八、一旦出现异常声响，应立刻关机、切断电源，并请厂家特约维修点或办事处技术人员到场检修。

九、空调器在运转时，切勿对着它喷杀虫剂或挥发性液体，以免漏电酿成火灾。

十、电源电压超过了工作额定电压240V以上时，最好停用空调器，以保安全。使用空调器时，若发现电源电压过低，应马上断电停止使用。容易损坏压缩机。（万维家电网）

空调冬季结霜有解决妙招

在寒冷的冬季，很多温度较低的区域都在靠空调来取暖，而空调在寒冬时节长时间进行制暖以后，室外机就需要进行化霜，在化霜完成以后，空调才会继续的进行制暖这时，很多朋友就会问，冬季长期开启会不会影响室内的温度？对空调本身是不是也有影响？

今天，笔者就给大家带来冬季使用空调几个注意要点，感兴趣的朋友不妨一起来了解下。

冬季空调该怎么用？

对用户来说在下雪天或雾天应少用或不用空调，因为这时用空调耗电多，制热效果差。万一不小心换热器被冻住，而室外气温如果低于零摄氏度，冰很难自动化掉，这时只能请专业维修人员上门除霜。

用户能否自己除霜？

自己除霜可把空调设定为制冷状态，这时房间温度低于设定温度，空调不启动。这时我们可以把室内机的气温传感器用电吹风吹一下或用热毛巾捂一下，对于有人机对话功能的空调就更简单了，只要用嘴吹一下遥控器上的感温头就行了。

目前哪种空调除霜效果比较好？

现在市场上的空调中，变频空调相对要比定速空调除霜效果好，定速空调最短除霜周期为50分钟，除霜时间为5—8分钟，变频空调最短除霜周期为30分钟，除霜时间为3—15分钟。（万维家电网）

电压力锅会破坏营养吗？

随着电压力锅的不断普及，随之而来的种种电压力锅使用问题也难住了不少消费者，所以笔者今天就来为大家解答一下电压力锅常见的几个问题：

1、电压力锅有什么功能？

蒸、煮、炖、熬、煮饭、做蛋糕。

2、电压力锅上的降压阀是什么？有什么作用？

当煮非流质食物的时候，可以快速开盖；限定锅内压力的安全保护。

3、煮食的时候要沸腾才能杀菌，但电压力锅无沸腾煮食是不是起不到这个作用？

认为沸腾才能杀菌实际上是人们的一个认识误区，在普通环境下水沸腾标明温度达到100度，实际上是细菌的100度的高温下无法存活。

4、压力锅快速煮食食物，会不会破坏食物本身

的营养？

不会，因为全程封闭的煮食，营养全部被锁定在汤汁和食物内部，营养一点也不流失。（人民网）



隔夜菜究竟能不能吃？

寻常百姓家，大部分人都吃过隔夜菜。然而，近日关于“隔夜菜有毒”的传言，再次引发了人们对健康饮食的担忧。

近日，浙江大学生物系统工程与食品科学学院食品科学与营养系实验室进行的一次普通实验中，炒青菜、韭菜炒蛋、红烧肉和红烧鲫鱼4种熟菜在冰箱里存放24小时后，亚硝酸盐含量分别为每千克5.36、5.64、5.52和7.23毫克，全部超过《食品中污染物限量标准》的限量标准。此后，隔夜菜致癌的说法便不脛而走。

隔夜菜是否会致癌

“所有的植物中都含有硝酸盐和亚硝酸盐。现有的科学研究结果一般认为硝酸盐本身是无毒的。而亚硝酸盐如果大量进入人体的话，可能导致‘高铁血红蛋白症’，血液失去携带氧的能力，从而出现缺氧症状，严重的可能危及生命。”美国普渡大学农业与生物系食品工程专业博士、科学松鼠会成员云无心认为，“亚硝酸盐更广泛的忧虑还在于它在人体内可能转化成亚硝胺，而后者是一种致癌物。”

但在云无心看来，在国家标准中，熟肉制品中的亚硝酸盐残留量是不超过30mg/kg，而酱腌蔬菜中的残留标准是不超过20mg/kg。“暂且不讨论新闻中报道的实验数据的准确性，它所宣称的‘严重超标’的红烧肉中的亚硝酸盐含量跟加工食品相比，远远要低。也就是说，既然熟肉制品、酸菜、泡菜、酱菜都可以安全食用，为什么亚硝酸盐含量低得多的红烧肉、红烧鱼和炒青菜就不能吃呢？”

中国农业大学食品学院营养与食品安全系副教授范志红也认为，“隔夜菜中的亚硝酸盐含量，从2—3mg/kg升高到6—9mg/kg。这个量是高还是低

呢？如果这就叫作‘有毒’的话，很多食品都不能吃了。比如肉肠、火腿、熟肉、腌腊制品之类，按国家标准许可，亚硝酸盐残留限量是30—70mg/kg，比隔夜菜的量要高七八倍！吃碳烤羊肉串等，残留量恐怕还要高！”

隔夜菜与“夜”无关

隔夜菜究竟是与“夜”有关，还是与时间有关？云无心认为，“从食品科学的角度来说，隔不隔夜不是问题所在。问题的实质是做好的菜在保存过程中发生了什么。”

云无心还原了蔬菜中的硝酸盐转化成亚硝酸盐的过程：“这个转化过程可以由蔬菜中本来的还原酶来实现，不过在菜被加热做熟的过程中，这些酶失去了活性，这条路也就被截断了。另一种途径是细菌的作用。本来蔬菜被做熟，其中的细菌也被杀得差不多了。但是在吃的过程中，筷子上会有一些细菌进入剩菜；保存过程中，也可能会有些空气中细菌进入。做熟的蔬菜更适合细菌，在适当的条件下它们会大量生长，而生长过程中硝酸盐就可能转化成亚硝酸盐。”

“隔不隔夜无关，只跟保存条件有关。”云无心表示，“菜中会有多少亚硝酸盐产生，首先取决于蔬菜本身；其次是做熟的蔬菜在什么样的条件下保存；第三才是保存了多长时间。”



豆腐怎样搭配最有营养

豆腐功效大可防癌，怎样搭配最有营养。豆腐由大豆制作而成。每百克大豆可为人体提供近40克的蛋白质。含有人体不能合成的8种必需氨基酸，容易吸收。大豆还不含胆固醇，还可降低人体胆固醇，从而抑制和预防癌症的发生。那么，豆腐和谁搭配最有营养呢？



搭配1：豆腐+白萝卜

豆腐属植物蛋白，多食会引起消化不良。萝卜，特别是白萝卜的消化功能强，若与豆腐拌食，有利于豆腐的吸收，人也就不会受消化不良的困扰。

搭配2：豆腐+海带

豆腐营养丰富，能补充人体需要的优质蛋白质、卵磷脂、亚油酸、维生素B1、维生素E、钙、铁等。豆腐中还含有多种皂角甙，能阻止过氧化脂质的产生，抑制脂肪吸收，促进脂肪分解；但皂角甙又可促进碘的排泄，容易引起碘的缺乏，海带含碘丰富，将豆腐与海带一起烹调，是十分合理的搭配。



搭配3：豆腐+肉、蛋

豆腐虽含有丰富的蛋白质，但缺少一种人体必需的氨基酸——蛋氨酸。如果单独烧菜，蛋白质的利用率则很低。如果将豆腐和其他的肉类、蛋类食物搭配在一起，可以提高豆腐中蛋白质的营养利用率。

搭配4：豆腐+鱼

豆腐中蛋氨酸含量较少，而鱼类含量非常丰富；鱼类某些氨基酸含量比较少，而豆腐中则含量较高。这样两者合起来吃，可以取长补短，相辅相成，从而提高营养价值。由于豆腐含钙量较多，而鱼中富含维生素D，两者合吃，借助鱼体内维生素D的作用，可使人体对钙的吸收率提高很多倍。



鉴别乌木金丝楠有窍门

由于金丝楠木自古以来就是皇家专用木材，所以从古至今绝大多数人只是听过金丝楠木，而没有亲眼见过实物金丝楠木。随着近年来中国古典家具收藏热的兴起，金丝楠家具市场可谓异常红火，价格涨势也非常迅猛。

近日，笔者专程来到北京东方神木文化中心“乌木金丝楠收藏馆”实地了解。该中心主任、收藏馆馆长王明亮先生收藏和研究乌木金丝楠十几年，在北京已经拥有两家乌木金丝楠收藏馆，可谓是京城乌木金丝楠木家具的收藏大户。

皇家木材金丝楠

金丝楠是我国特有的珍贵木材，其木质纹理细密、光泽极强，尤其在光线照射下，金丝闪闪，耀人眼目，故名金丝楠。金丝楠木制品其美异常，盖世独一。明清两代金丝楠木专用于皇家的宫殿、寺庙建筑和家具制做。历朝帝王的龙椅宝座、殿堂上的木制器具，均选用金丝楠木。据记载，明清两代严格禁止皇家以外的建筑、家具使用金丝楠木，民间若有人擅自使用，会因违背礼制而获罪。

王明亮馆长介绍，金丝楠具有无与伦比的优点：第一是耐腐，埋在地下可以千年不腐；第二是防虫，百虫不侵，金丝楠木箱柜存放衣物书籍字画可以避虫防蚀；第三是质地温润柔和，细腻舒滑，有如婴儿之肌肤，益身护体。此外，金丝楠散发特有的香味闻之令人心旷神怡。久居楠香之屋，可以延年益寿；同时能感知阴阳交替和气候变化，因此自古以来被称为“神木”。

极品乌木金丝楠

王明亮馆长告诉笔者，乌木为远古时期，

因地壳变化（如地震、泥石流等）将大批金丝楠、红椿、麻柳等树种深埋于泥沙和沼泽地之中，历经数千年而形成的。在长期高压、缺氧环境下，其木质纤维已碳化，纤维中也已无蛋白质，故木质坚硬细密，色泽丰富悦目，或乌黑透亮，或红似花岗、灿若金黄，被海外称为“东方神木”。

乌木金丝楠为乌木群种中的极品。用乌木金丝楠制作的家具，更是金丝楠木制品中的顶尖极品，其价值是活体金丝楠木制品所无法比拟。乌木金丝楠也是不可再生的，其资源已濒临枯竭，这就使乌木金丝楠制品更加珍贵和稀缺，也就更显其具有极高的收藏和传世价值。

鉴别金丝楠有窍门

据了解，目前市场上的金丝楠木主要有三类，一类是新金丝楠木（老龄桢楠），国家禁止砍伐且数量稀少；第二类是老金丝楠木，主要是拆清朝早期及明朝时的庙宇保留下来的；第三类是极具收藏价值的乌木金丝楠木，即阴沉木金丝楠木，是因地壳变迁埋在地下几千年的金丝楠木，主要出产在四川。

王明亮馆长还提醒收藏者，与地料金丝楠木相比，乌木金丝楠木更具有以下特点：首先乌木金丝楠木色泽较深，有厚重感；其次乌木金丝楠木金丝光泽艳丽，给人以透明、立体感；再次乌木金丝楠木金丝纹路密度大，通体金丝；最后乌木金丝楠木硬度高，韧性好，但比重较轻。王馆长建议收藏者挑选金丝楠木家具时，要多比较，以免上当受骗。

东方神木

东方神木文化中心



千年神木泥沙栖，万载修得颜如栗。
金丝宛如老君炼，一入华堂光照衣。

——北京东方神木文化中心主任王明亮题

烏木金絲楠蓮花寶座



市消协召开远程购物中的食品安全问题专家座谈会



市政府食品办副主任、市工商局副局长、
巡视员、市消协会长王建华



《中国消费者报》副主编张健



中消协投诉与法律事务部主任邱建国



市消协副秘书长陈建辉



首都经贸大学首都经济研究所陈杰教授



雅培营养品部地区副总裁、
大中国区总经理Roger Bird

10月24日，北京市消协在首都大酒店召开“远程购物中的食品安全问题专家座谈会”。卫生部、质检总局、工信部、中国消费者协会、中国乳制品工业协会、北京市工商局、上海市消保委、江苏省消协及首都经贸大学有关领导、专家、学者，就如何加强远程购物中食品安全监管制度建设、完善消费者救助体系等问题进行了探讨。本次座谈会得到雅培（中国）有限公司大力支持。

