

这样的收费该取消了

从四川退休的王先生随独子在北京生活，并按政策在北京落了户。但退休工资要从四川领取，每月的退休金从四川打到他在北京的邮政储蓄存折上，原单位的一些福利和医保报销的钱也都打到存折上。由于金额不固定，王先生常需到银行查明细、打清单。但银行每次都说不打印了，让他回四川打印。更让王先生难以接受的是，退休工资本就不高，异地领取还要支付1%的手续费。

眼下，有不少老年人异地养老，或者跟随子女到异地居住，都遇到同样的问题。的确，银行作为独立的市场主体，开展经营和服务收取费用无可厚非，但如何收费、收谁的费，却应遵循市场规律。

目前离退休人员养老金由各地社保部门发放，委托中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行及中国邮政储蓄银行5家银行代发。可见，对于养老金的代发机构，领取养老金的老年人是没有选择权的。无论从常识上讲，还是从服务收费的原则上论，银行作为代发机构都应该向要求其代发的单位、部门收取手续费或是劳务费，而不能也不应该向领取人收费。银行将收费的手直接伸向领取人，而且是低收入的老年人，既不合情更不合理，实在应该取消。

银行辩称，对养老金的管理跟普通居民储蓄资金的管理一样，异地支取都要收取手续费。事实上，对养老金实行专门管理是可以实现的。因为养老金的发放有专门渠道，本来就已经实现了单独管理，要免除对这部分资金的手续费，从技术层面来说是完全可以做到的，关键是想不想免。从目前的状况看，非不能也，是不为也。

客观分析，商业银行服务价格的主要形式确应以

市场调节价为主，政府定价与指导价为辅。但主与辅是相对的，不是绝对的。鉴于我国银行业的改革发展尚在路上，许多商业银行的治理还不完善，不少商业银行及其从业人员利润至上，缺乏对广大消费者的社会责任感，在这种情况下，适度提高政府监督检查的力度，对不合理的收费项目，监管部门给予干预，甚至予以取消。同时要增强消费者及其社团的价格博弈能力，让消费者与服务商能够平等谈判，制约其乱收费、乱涨价的行为。

其实，不光是异地领取养老金收费这一项，对老年人而言，银行还有一些不周之处。例如，有些商业银行拒绝向办理储蓄业务的消费者开办存折，只提供有偿收费的储蓄卡服务。这种做法对广大消费者尤其是老年人非常不利。经常使用存折的用户以中老年人、退休人员、农村人口为主，让他们一下子熟练使用各种类型的终端机并不现实。而且有些终端机操作程序复杂，按键数字较小，长期使用后数字磨损，模糊不清等，都给它们增加了使用难度。因此，不顾及用户的实际利益，不考虑用户的实际感受，采取一刀切的方式取消存折的做法，在一定程度上剥夺了消费者尤其是老年人的选择权和知情权，有强买强卖之嫌。

尽管消费者对银行服务有这样那样的不满意，但不可否认，改革开放以来，我国金融体制改革取得了巨大成就，银行业的快速发展更是举世公认。从这个意义上看，重视消费者的感受，不断改进服务，在追求银行发展与规范服务行为、追求经营效率与兼顾市场公平、追求契约自由与实现契约正义、强调市场创新市场调节与适度政府干预之间达成平衡，是银行业走向健康可持续发展的必由之路。

富子梅



P04 用创新社会管理 维护消费者权益

社会的发展，市场的繁荣以及消费的需求，都使得消费者权益保护事业不断面临新的突破、创新、机遇和挑战。但作为消费者组织，对消费者权益保护事业的那份责任和使命却永远不能改变

卷首语

- 1 这样的收费该取消了

热点关注

- 04 用创新社会管理 维护消费者权益
07 关于进一步提升银行业服务水平的建议
11 北京市银行业主动改进工作 积极采取措施提升服务水平
13 尽快出台太阳能热水器国家强制性安全标准
16 再评苹果维修合同不公平格式条款

消费提示

- 23 警惕传销，抵制传销，远离传销
27 “两节”旅游消费需谨慎
29 预付费美容消费要理性
29 别把食品误当保健品
30 到市场购物认准正规商家
30 燃气灶报修需谨慎以防上当

案例调解

- 31 不提供脚架就不给安装
31 橱柜台面厚度无故被“瘦身”
31 收费比标价多3毛钱凭什么？
32 粥店用餐被开水烫伤
32 钟表店不慎划伤表盖
32 办卡后服务质量下降
32 电视机保修期内黑屏
33 怀孕不能继续美容退费难
33 淋浴头使用五天掉下伤人
33 瓷砖变色纠纷难解决
33 店面闭门停业退还消费者预付费余额
34 枣糕内发现蟑螂消费者获十倍赔偿
34 皮鞋穿一个月变形终退货
34 歌华欠费要交60元开通费
34 超市购买豆芽两天就发臭

案例点评

- 35 网购手机充值卡要谨慎

- 36 装修合同不明确，后期争议难解决
36 婴幼儿奶粉投诉，保存好证据是关键
37 预存话费送手机，售后同样要“三包”

老韩说法

- 38 消协“多伸一把手”，和谐消费进大步
39 分时度假投诉屡屡不断，国家急需出台强制法规

律师讲堂

- 40 银行收费与黄金周期间侵犯消费者权益的案件评析

消费调查

- 44 老年人大中型超市购物便利情况调查



P44 老年人大中型超市购物便利情况调查

当前，我国人口已经快速进入老年化社会，随着人民生活的进步和老年人保障体系的逐步完善，老年人对消费的需求从数量上到品质上多有较大的增长，老年人已经成为重要的消费群体

消费课堂

- 47 汽车空调真致癌吗？
- 48 奔驰车甲醛超标4倍多
- 49 “零辐射”石材压根没有
- 50 装修几年后，甲醛未必少
- 51 教你辨别问题瓷砖
- 52 装修尽早考虑4个环节

《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。

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	北京市工商行政管理局
主办	北京市消费者协会
编委会主任	王建华
主编	董青
副主编	屈建辉
编委	崔倩 罗刚 郎丹柯 李蕊 陈凤翔 金俊华 赵元东 吕凤梅 崔国华 郝国庆 路士禹 杨立生 孙晓南 郝广仲 胡文静 张宝林 高贵民 赵宗武 关伯仲 阎大海 于文
执行主编	陈音江
执行编辑	彭会珠 陈亮 王亚宁 阳光
图片摄影	杨连一
美术编辑	张霏霏
封面题字	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	北京中轻热点文化传播有限公司
法律顾问	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	北京市宣武区莲花池东路 102号天莲大厦
邮编	100055
咨询投诉电话	96315
邮箱	bjxiaoxie@sina.com
编辑部地址	北京市丰台区大成路6号金隅大成时代中心公寓楼803室
邮编	100141
电话	68520118
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxfz315@126.com

2012.10 第5期 (总第25期)

京内资准字1012-L0080号

内部资料 免费交流

新形势 新任务 新思维

用创新社会管理 维护消费者权益

社会的发展，市场的繁荣以及消费的需求，都使得消费者权益保护事业不断面临新的突破、创新、机遇和挑战。但作为消费者组织，对消费者权益保护事业的那份责任和使命却永远不能改变。北京市消协将继续加大对商品和服务监督，保护消费者的合法权益，维护市场经济秩序，促进市场经济健康发展和社会和谐进步

伴随着市场经济和改革开放的不断推进，消费和维权领域的复杂性和艰巨性也不断增大，新的消费问题不断涌现，新兴消费领域消费争议频发，消费维权工作面临严峻挑战。当前消费领域中的不稳定、不和谐因素日益突显，加大对商品和服务开展社会监督的频次和力度成为消协组织刻不容缓的工作重点。《消法》第三十一条规定：消费者协会和其他消费者组织是依法成立的对商品和服务进行社会监督的保护消费者合法权益的社会团体。因此，消协开展社会监督工作是立会之本，职责所在，民心所系。

北京消协在开展社会监督工作中认真思考、全面分析了当前的形势以及自身实际条件，对社会监督工作的开展有了更深层次的认知，形成了自己的特色。消协作为具有公共管理

职能的社会组织，在监督的手段上不具有强制力，属“软”监督的范畴，但如何使“软”监督不软，切实发挥作用，获得监督效果，必须始终坚持消协组织特有的“三个力度优势不动摇”，即：不断提升消协组织的公信力；不断扩大消保维权工作的影响力；不断增强消费领域的亲和力。一是讲政治、顾大局、守责任；二是依法依规紧紧围绕职能，勇于创新，敢于担当，负起消费者守护人的职责；三是依靠社会力量，取智于民、借力于民，最大限度的提升消保维权工作在社会上的知晓度、影响力。

市场经济体系的建立，使消协的社会监督工作成为市场监管体系中不可或缺的力量之一。北京消协在现有社会管理条件下，运用自身特有的资源和环境，面对消保维权的新形势、新情况、新问题，注重总结首都市场

消费维权共性问题和趋向性问题，创新工作方式，方法，维护消费者合法权益，为经济发展，社会稳定服务。

1 是广泛关注社会现象，及时准确了解社会热点、难点以及突发事件，及时、准确地发出强有力的声音。

针对目前市场普遍存在的“购物返利侵害消费者权益”的现象，北京市消协积极组织相关专家，会同行政主管部门，召开“购物返利市场现状分析及规范”研讨会，就购物返利中存在的消费陷阱及管理漏洞进行分析，在提醒消费者的同时，也呼吁出台相应的法律法规更好地规范网络市场发展。人民日报用半版篇幅以“返利网站，消费不能致富”为题，刊登了北京消协的观点。随后，公安部发布相应预

警指出:多家购物返利网站涉嫌犯罪。不久前,市场上三大家电经销商在线上、线下大打“价格战”,引得社会极大关注。北京消协及时对此现象进行了了解、调查,认为:所谓降价是在虚构原价的基础上开展的促销宣传,是演戏和作秀,涉嫌欺骗消费者。第一时间发表观点,一是警示商家价格战不得违反国家法律;二是促销活动不得作虚假宣传;三是呼吁消费者应理性看待,防止激情消费,落入陷阱;四是建议政府部门必要时介入调查。随后国家发改委对店商价格战开展了调查,已初步认定为:涉嫌虚构原价,虚假宣传,欺骗消费者将依法惩处。

2 是积极引智,借用外脑,提高维权水平,确保工作实效的及时、准确、全面、到位。

注重与政府部门、司法机关、行业协会、学术团体、质检机构及媒体的协作和省市间、国际间消保组织合作与联动,建立健全消费维权社会协作联动机制,进一步提升消保维权社会化能力。北京消协与国家级十余家检测机构建立合作;与多家行业协会等专业组织建立了消费者权益保护机构。与多所高校的学者建立联系并设立专家库。在理论研究方面,与北京法学会消法研究会、人民大学民商事法律科学研究中心共同主办,邀请韩国、日本、台湾等国家和地区的专家召开了“消费者权益保护法的修订与完善”国际研讨会。向立法机关提出了建议,集中反映了广大消费者的意愿。

3 是工作强调完整性,注重后续工作的开展与衔接,维权更深入、扎实,更具实效性。

在北京消协开展的服装类比较试验中,国际知名服装品牌ZARA多次被检测出存在质量问题,但该企业对测试结果均采取回避的态度。北京市消协连续四年对其产品进行检测,并就其存在的问题进行了持续的批露。引起了媒体的关注,中央电视台《新闻30分》、《每周质量报道》纷纷深入报道,甚至国外媒体也要求采访,在社会上引起强烈反响。人民日报、中国日报也针对结果或发表快评或向ZARA公司西班牙总部发函确认。鉴于ZARA中国公司对其产品存在的质量问题始终没有明确的态度,北京消协依据《消法》赋予消费者协会职能,对ZARA公司的行为在社会上进行了公开批评,要求其在经营活动中严格遵守中国政府的相关法律法规,对因产品质量问题给消费者造成的损失予以妥善解决。北京市工商部门也立案查处了ZARA品牌的问题产品,涉案金额78万余元。强大的公众压力,使得ZARA公司先后2次对北京市消协的公开批评进行回复。最终ZARA公司向北京市消费者协会提交了《ZARA服装问题的整改方案》,承认产品质量存在问题,西班牙总部派特使到京,专程向中国消费者道歉,对问题产品无条件退货,表示将严格遵守中国的相关标准和法律。

比较试验工作促进了企业的诚信和社会责任,雷士照明在全国召回82.4万只节能灯,价值900多万元;北京、广州、陕西、安徽等多地质监部门对曝光企业进行调查;暇步士、飞利浦等知名企业分别向北京市消协通报和递交整改方案,承诺无条件退换问题产品。

几年来,北京消协对社会监督工作进行了有益的探讨,紧紧依据《消法》规定的职能,对法律所赋予消费者的各项权利加以维护,从物质到精

神,从个人到群体,从市场到社会,维权活动开展得更加全面和深入。从消费警示与普及消费知识到比较试验,从发表观点到公开点评,从劝喻改正到向有关部门提出建议。一步步走来,各种消费警示提示使消费陷阱昭然若视,引导消费者科学合理消费;各类商品的比较试验使经营者加强了自律,提高了产品质量。而消协发布的观点与评论也使《图书公平交易规则》得到修改;国内机票无中文标识、苹果差价返还仅限直营店、电影放映时间插播广告等等不合理现象明显改善;消协建议得到国家部委的认可并回复,促进了社会稳定与和谐。

北京市消协不仅防止经营者对消费者的侵害,更加注重防止垄断行业和公权力对消费群体的侵害,从行规、行约和制度层面破除侵害不特定多数消费者利益的“霸王”条款和“潜规则”。为此,北京市消协在多个领域进行了维权的探索,重点在民航、出租汽车、银行等领域展开社会调查,并积极与有关部门合作,建立消费者权益的保护机构,在这些重点行业推进行业自律,提升服务质量。尤其是近年来饱受争议的金融消费问题,北京市消协按照创新社会管理的要求,借鉴欧美国家保护消费者权益的先进经验,率先与首都银行业协会联合,成立了北京市消费者协会银行业服务专业委员会和北京市银行业协会消费者权益保护委员会,并开展了首都银行业服务质量大调查,针对征集的问题,召开了“践行社会管理创新共创和谐消费环境——优化银行服务质量研讨会”等系列活动。使首都银行业提出了十条整改新举措,受到了初步的效果。为共同提升首都银行业服务水平,推动金融消费者权益保护工作积累了宝贵的经验。

作为首都的消费者保护组织，北京消协有着自己的特质，工作中努力寻求与之相契合的着眼点、着力点和结合点，力做消保维权工作中的典范。几年的社会监督工作，形成了自身独具的工作特点与方式，取得了一定的工作成绩。

1 立足“首都消协”定位，努力关注社会问题和敏感性事件。

北京作为首都，关注度高，传导效应强。北京消协在工作上必须保持较高的政治敏感度。遇到重大政治活动或突发事件，要以科学、稳妥的方式方法解决消费问题。“问题奶粉”事件后，北京市消协组织消费者参观国有奶制品企业，消除消费者恐惧心理，维护市场稳定。而“丰田汽车”召回事件后，由于相关法律法规的不完善，北京消费者最初因未得到同等待遇而情绪波动较大，为此，北京市消协积极开展工作，约见丰田公司协调解决问题的办法，同时发表观点，引导消费者依法理性维权。最终使消费者得到了同等的返修补偿服务。日本海啸后，针对各地哄抢食盐的状况，北京市消协利用飞信及时向广大消费者正面宣传和辟谣，增强消费信心，维护社会稳定。

2 工作目标明确，持之以恒，锲而不舍，见成效。

北京消协工作中为保护不特定多数消费群体的合法权益，针对垄断

行业、涉及不特定多数消费者服务行业、市场竞争领域行业潜规则等侵权问题比较集中的领域，做了大量的卓有成效的工作。有的工作甚至要花上一年甚至几年的时间。北京消协连续六年推动电信资费改革，通过点评、开展民意调查、向政府相关部门提交建议等方式，最终使得电信资费问题得到解决。2011年12月23日，中国移动率先宣布：“2012年1月1日起，对新入网用户将不再推出设置话费有效期。”一直被点评为“霸王条款”的手机话费充值卡有效期问题得以解决。

3 创新社会化管理，构建多元参与的维权工作格局。

北京市消协将首都消费市场行业性、领域性的共性问题提炼出来，及时总结和研究如何破解，并向政府部门反映，促进行业进一步规范。具体工作中，北京市消协与多家行业协会沟通与联系，建立合作关系，倡导行业推动企业自律，服务消费者。并积极探索消费调解机制的创新，与司法部门联合，将消费纠纷纳入到人民调解工作，成立了北京市消费纠纷人民调解委员会。并在全市逐步建立健全消费纠纷人民调解体系。

据不完全统计，近年来，北京市消协加强对商

品和服务的社会监督，先后发布消协观点公开点评重大侵权事件20余次，并就不特定多数消费者的重大消费权益向有关部门、单位提出建议。有关部门和单位全部或部分采纳了北京市消协的建议，出台了有利于保护消费者的法规、政策、措施，一些维权工作取得了阶段性的成果。

社会的发展，市场的繁荣以及消费的需求，都使得消费者权益保护事业不断面临新的突破、创新、机遇和挑战。但作为消费者组织，对消费者权益保护事业的那份责任和使命却永远不能改变。北京市消协将继续加大对商品和服务监督，保护消费者的合法权益，维护市场经济秩序，促进市场经济健康发展和社会和谐进步。

（北京市消费者协会）



8月27日，北京市消费者协会向国家发改委、中国人民银行和中国银监会正式提交了《关于进一步提升银行业服务水平的建议》。

关于进一步提升银行业服务水平的建议

近十年的历史证明，缺乏监管的“自主”，有可能造成“定价权”的滥用。银行的任何一项收费项目都可能涉及到千家万户。今年初，国家发改委牵头起草的《商业银行服务价格管理办法（征求意见稿）》向社会公布征求意见，其中对于银行自主定价的部分就引起了社会的广泛关注，加大政府的刚性指导，引入价格听证机制才是以人为本，也是公众普遍的呼声

近年来，在政府各有关部门的领导下，我国银行业体制改革取得了长足的进步，在加快转变发展方式、加大对经济建设的支持力度、服务于广大金融消费者等方面取得了丰硕成果，受到社会各方面的积极肯定。但随着银行业市场化进程的加快，银行业在服务内容、服务质量、服务方式以及金融消费者的满意度方面也不断受到社会各方面的质疑。如何正确处理银行业市场化与“人民银行、服务人民”的关系，使我国银行业真正形成具有中国特色的社会主义市场化体系和相对完善的服务机制，成为广大金融消费者的真诚期盼。

为进一步提升首都银行业服务水平，构建和谐金融消费环境，创新社会管理机制，从今年5月21日起，北京市消费者协会向社会征集对银行服务的意见和建议，引起了社会各界的广泛关注。截至7月1日，通过电子邮件、信件等方式共收到各类意见建议

373条。许多消费者对首都银行业近年来的发展变化给予了积极的肯定，同时也提出了非常诚恳的意见和建议。

消费者的意见和建议主要涉及针对老年人、残障人士等特殊客户群的个性化服务、服务效率、服务收费、网点布局与设施设备、服务态度、产品销售以及银行卡等七个方面。其中，针对老年人和残障人士提供个性化服务类，占意见总数的29%；服务效率类，占意见总数的25%；服务收费类，占意见总数的22%；网点布局与设施类，占总数的9%；产品销售类，占总数的5%；服务态度类，占总数的4%；银行卡及其他类，占总数的6%。

根据日常北京市消协收到涉及银行服务的咨询投诉及此次征集活动中消费者反映比较集中的问题，为进一步提升银行业服务水平，营造和谐的金融消费环境，依据《中华人民共和国消费者权益保护法》，北京市消费

者协会向国家发改委、中国人民银行和中国银监会提出以下建议：

1 建议在各级银行监管部门设立专司消费者权益保护机构

目前银行服务与消费者关系日益密切，金融消费已经成为重要的民生问题。银行业的监管部门也充分意识到保护消费者权益是行业可持续发展的重要保证。遗憾的是，目前在我国的法律体系中，关于金融消费者的保护几乎是空白。由于《中华人民共和国消费者权益保护法》起草于上世纪90年代，没有针对金融消费者保护的特指条款，而《产品质量法》等法规也没有针对金融服务做出明确规定，因此对金融消费者保护的法律制度尚有缺失。另外对金融消费者权益保护的基本路径，即投诉与受理机制也不

健全。我们认为，在各级银行业监管部门设立专门机构负责研究、解决银行业所面临日益突出的消费者权益保护的问题，将为解决金融消费中的各种矛盾提供可靠的组织保障。日前有消息称，保监会将成立专门的消费者权益保护局，而国外发达国家在此方面亦有较为成熟的做法。因此，我们建议在银行的各级监管部门中也能借鉴国外及国内的相关做法，成立专司消费者权益保护的机构，能够认真研究并推进金融领域消费者权益保护法律法规的制定，从保护消费者利益的角度完善监管政策，研究探索消费者权益保护机制，在服务和制度建设上为消费者权益保护奠定必要的基础，加大对金融消费者权益的保护力度。同时，希望建立省（市）级统一的银行服务投诉举报电话，畅通诉求渠道，化解消费纠纷，维护金融消费环境的和谐与稳定。

2 建议在《商业银行服务价格管理办法（征求意见稿）》中，增加“在银行收费项目中对涉及不特定多数消费者群体利益的收费项目引入价格听证机制”的规定。

今年年初，国家发改委牵头起草的《商业银行服务价格管理办法（征求意见稿）》（以下简称《办法》）充分体现了完善社会主义市场经济体制，推进金融体制改革，规范商业银行依法经营，防范金融风险，保护金融消费者合法权益，构建和谐社会的

基本理念，值得充分肯定。

改革开放以来，我国金融体制改革取得了很大成就，但在取得成绩的同时，问题也日益凸显。有专家认为，问题主要表现在片面追求银行发展、忽视银行规范；片面追求效率、忽视市场公平；片面追求契约自由，忽视契约正义；片面追求金融消费者与银行间的形式平等，而忽视二者所处的实质地位；片面强调市场创新与市场调节，忽视银行的社会公共服务属性。从这个意义上看，《办法》中政府定价、指导价仅有23项与自主定价在比例上略显不足。建议广开言路，充分听取广大消费者的意见与呼声，适度扩大政府定价与指导价的范围，增强政府指导价的刚性。即使商业银行自主定价，也不能仅强调商业银行自身的内部控制。要建立健全国家发改委等部门的行政备案与行政指导权力，同时增加消费者的话语权。建议《办法》对广大消费者如何参与商业银行自主定价程序的可操作性作出相应规定。即增加“在银行收费项目中涉及不特定多数消费者群体利益的收费项目引入价格听证机制”的规定。

3 建议银行进一步强化保护消费者财产安全的意识

当前，银行的信息化建设飞速发展，不仅建成了由自助银行、电话银行、手机银行和网上银行构成的电子银行立体服务体系，而且更有数据集成方面的突破。信息化的迅猛发展无疑给广大金融消费者带来各类服务的快速和便捷，但需要强调的是，我

国仍然处于过渡阶段，在推广信息化的同时一定要把消费者的财产安全权放在第一位。在《中华人民共和国消费者权益保护法》中无论是消费者的权利还是经营者的义务，均把消费者的财产安全置于首要位置。保护消费者金融财产安全是银行服务的基本职能，并负有不可推卸责任。目前，一些消费者的个人信息被无端盗取，信用卡被莫名盗刷的情况屡见不鲜，在信息化迅速发展的同时，希望各种保障措施也能够同步发展。这其中既包括了制度的完善也包括技术手段的提升。建议有关主管部门能够强化银行的责任意识，深入研究保护消费者隐私权、财产安全权的机制，并加快督促指导研究开发各种保护性技术手段，最大限度的避免消费者的财产损失。

4 建议政府干预，取消不合理的收费项目

在消费者投诉反映比较集中的问题中，针对银行业各类不合理收费最为强烈，也相对集中。不容否认，银行业对其业务收费是银行业走向市场，实施经营化战略的重要步骤，对提高其经济效益有着十分重要的意义，但这并不意味着银行在服务项目收费及价格制定上可以随心所欲，有些收费即便已向主管部门报备并向公众公示，也并不意味着就一定合法、合理、合情。事实上，从目前银行已经实施的收费项目及价格标准看，存在问题诸多。某些银行的收费项目既缺乏法律依据，也不合情合理。因此，对不合理的收费项目，监管部门

应有所干预，甚至予以取消。例如：

1 信用卡部分逾期还款全额罚息

目前大多数银行规定，使用信用卡只要有一分钱过期欠账，银行都会以当月消费透支的总额度而非未还款金额按天来计算利息，且逾期还款的时间越长、金额越大，利息支出越多。而现实生活中，多数消费者往往只大约记着透支账单整数，同时，在消费者使用ATM机还款时，也只能以百元为单位存入，这就极易出现部分零头未还的情况，且消费者并没有欠款的主观恶意。我们认为，此类情况如果按照全额罚息极不合理。

2009年2月，工商银行率先取消了“全额罚息”制度，浦发、农行两家银行跟进，即共有3家银行采用未清偿部分计息。另外，建设银行、招商银行、民生银行、华夏银行4家银行推行“容差还款”，即账单内到期欠款的小额零头会自动滚入下期账单中，不对账单进行全额罚息。以上银行的种种做法说明了银行可以并且开始解决这项不合理收费。我们希望所有银行能够加快改进步伐，彻底取消这一不合理收费的做法。

2 小额资金账户管理费

目前，几乎所有的银行都会对资金余额较小的账户收取小额账户管理费，只是收取的标准略有不同，有的按月收取，有的按季度收取，各家银行对于小额账户的定义门槛也略有差别。除了小额账户管理费外，如果是开通了银行卡的账户，则还需缴银行卡年费。其理由是“提高效率、节约成本”、“促进个人理财，激活不动账户”。

首先，银行收取小额资金管理费的依据是2003年10月中国银行业监督管理委员会颁布实施的《商业银行服务价格管理暂行办法》（银监2003 3号令）。该《办法》赋予了商业银行自主定价权。近十年的历史证明，缺乏监管的“自主”，有可能造成“定价权”的滥用。银行的任何一项收费项目都可能涉及到千家万户。今年初，国家发改委牵头起草的《商业银行服务价格管理办法（征求意见稿）》向社会公布征求意见，其中对于银行自主定价的部分就引起了社会的广泛关注，加大政府的刚性指导，引入价格听证机制才是以人为本，也是公众普遍的呼声。

其次，从《合同法》角度看，储户在与银行签订服务合同的时候，并未被告知要收取小额资金管理费，且合同中无此收费项目，银行单方面收取费用属于“单方修改合同”，应认定为无效合同。

另外小额账户管理费让银行获取了双重利润（管理费和放贷利息），也让存款户受到了无端“剥夺”。小额账户的客户群往往是弱势群体，更多是农民工或低收入者，不应该为了激活所谓的“小额资金账户”、“沉睡账户”强行将储户的存款无休止的扣掉。

最后，由于早期银行大量争取储户的做法，出现了一个消费者拥有十几张银行卡，并在多个银行拥有多个账户的现象。因此，造成大量“沉睡账户”的原因也有银行自身的责任。在大量争取客户之后，为了所谓的优化客户，又以占用了银行系统资源为由，还要通过收取费用的手段清理资源空间，把消费者账户中的存款一点一点蚕食殆尽。其实在网络和数据库

技术非常发达的今天，银行完全能够通过技术革新等更为人性化措施来解决这一问题。

3 养老金、退休金异地支取手续费

有相当一部分老年人在退休后到异地养老，或者跟随子女到异地居住，每当他们带着自己的养老金卡到银行取款时，不得不按照银行规定支付手续费。大部分人的养老金都很微薄，即便如此也还要扣除手续费，特别是手续费用在几年间还有成倍增长。银行作为养老金的代发机构，领取养老金的消费者是没有选择权的，然而，在领取过程中却被强制收取了手续费。银行作为代发机构应该向要求其代发的部门收取手续费或是劳务费，而不能也不应该向领取人收费，特别是这些人的养老金还可能沉淀在银行里带来可观的利润。此类收费既不合理也不合情。

5 建议督促银行应当充分尊重消费者的选择权、知情权

在《中华人民共和国消费者权益保护法》中明确规定“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”；“享有自主选择商品或者服务的权利”。但现实中，处于弱势地位的消费者往往只能接受“被选择”。同样其知情权也得不到应有的尊重。例如：

1 关于部分银行取消办理存折服务

目前，有些商业银行开始变相拒

绝或不再开办存折业务，只提供有偿收费的储蓄卡服务。此种做法对广大消费者尤其是老年消费者非常不利。从目前银行服务对象的实际情况分析，经常使用存折的用户以中老年人，退休人员，农村人口居多，因此，取消存折服务受影响最大的也将是这一群体。存折对用户了解收入支出情况一目了然，而取消存折他们将极为不便。而目前让众多中老年人较为熟练的使用各种类型的终端机并不现实，加上有些终端机操作程序复杂，按键数字较小，加上长期使用后数字磨损，模糊不清等因素也给他们增加了使用难度。因此，不顾及用户的实际利益，不考虑用户的切身感受，采取一刀切的方式取消存折这一强行做法极为不妥，这在一定程度上剥夺了消费者的选择权和知情权。建议监管部门明确要求商业银行尊重消费者的选择权，在推进银行信息化建设的同时，考虑国情，尊重历史，照顾现实，兼顾金融消费者的合法权益。对办理业务的消费者提供存折或储蓄卡由消费者自主选择。同时加强宣传，积极引导，普及知识，提供服务，方便银行卡的使用与推广，并提供免费打印对账单等服务。

2 关于理财和保险产品的销售

许多消费者都有到银行办理银行业务的时候不明不白的买了保险或是理财产品的经历，甚至是办理存款却被误导买了理财产品而使财产受到损失。一些银行工作人员用大量的工作热情推销保险产品和理财产品，部分业务员用所谓“年化收益率”等诱惑、误导消费者。更有个别销售人员只强调收益而不说明产品的风险。我

国的大部分消费者还没有充分认识银行的市场属性、商业属性，都以为自己还是把钱存在了“国家”的银行里，在银行走向市场化的过渡阶段，银行不能滥用消费者对银行固有的善良和信任，而应该加强遵法意识和维护消费者权益的意识，在销售产品的过程中尊重消费者的知情权，充分履行告知义务。

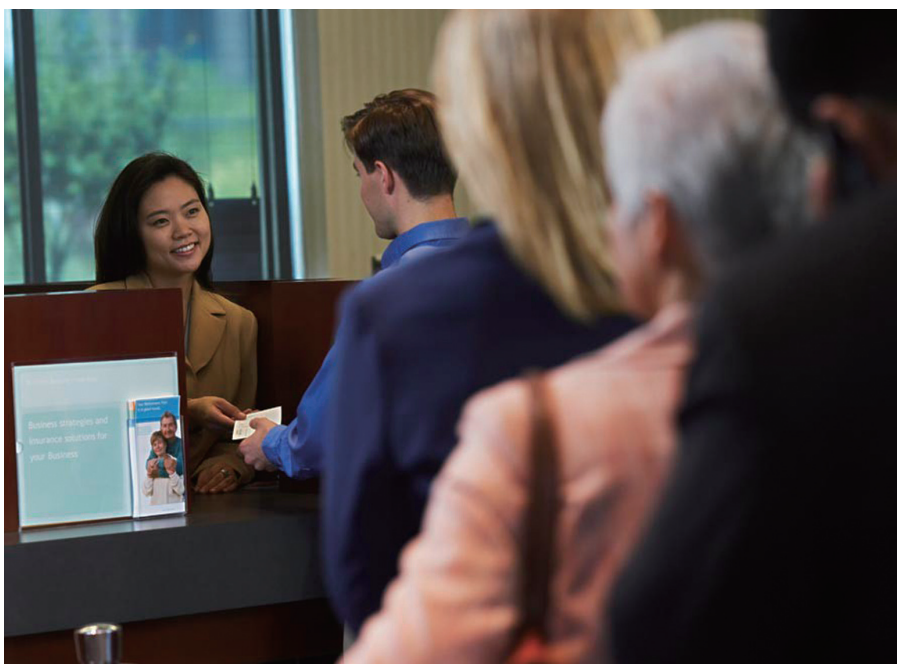
6 建议进一步规范银行服务流程、简化程序、尤其关注弱势群体

此次调查活动中针对老年人和残障人士提供个性化服务类，占意见总数的29%，排在第一位。我国已经进入了老龄社会，大部分的老年人在银行接受服务的时候都会遇到很多现实问题，排队等候时间长，没有卫生

间；部分银行在柜台不办理现金缴纳水、电、气费；部分银行不办理存折。这给许多的老年人带来不便，面对着冷冰冰的机器和模糊不清的字迹，特别是信息安全尚无保障，老年人别无选择。希望银行能够充分考虑老年人的实际，残障人士的不便，关注这些弱势群体。在具体情况下，有选择的提供人性化的服务。另外，在对待储户不能亲自办理，而家属只有通过公证处公证后才能领取小额存款的情况，也应该有更为人性化的具体规定。

总之，北京市消协建议并呼吁政府监管部门进一步关注民生，将保护金融消费者的合法权益摆在重要位置，积极引导、督促银行承担应有的社会责任，强化公共服务意识。只有尊重消费者的权利，才会有中国银行业的长远利益。

(北京市消费者协会)





北京市银行业主动改进工作 积极采取措施提升服务水平

目前各银行已对留有联系方式的消费者全部进行了回访，消费者对意见处理满意和基本满意率达到90%。在本次消费者意见征集活动中，各家银行认真听取消费者意见和建议，积极采取措施提升服务水平

为进一步提升首都银行业服务水平、构建和谐金融消费环境，5月21日，北京市消费者协会、北京市银行业协会联合向社会征集对银行金融服务工作的意见和建议。引起了社会各界的广泛关注。许多消费者对首都银行业今年来的发展变化给予积极评价，并提出了非常诚恳的意见和建议。

据统计，本次消费者意见征集活动通过电子邮件、信件等方式共收到各类意见建议373条。内容主要涉及特殊客户群体的个性化服务、服务效率、服务收费、网点布局与设施设备、服务态度、产品销售以及银行卡

等七个方面。从征集情况来看，随着银行产品的日益丰富和服务质量的逐步提升，消费者充分享受到银行发展带来的便利金融服务。但银行现有的服务资源供给仍存在进一步完善的空间。

为认真落实消费者意见和建议，7月25日，两协会联合举办了“践行社会管理创新 共创和谐消费环境——优化银行服务质量研讨会”。来自学术界和银行机构的专家学者、人大代表、消费者代表就创造和谐消费环境，保护消费者权益，提升银行业服务质量展开了热烈讨论。同时，北京市银行业协会也多次召开银行业座谈

会，实际走访银行网点，将具体意见移交相关银行落实。目前各银行已对留有联系方式的消费者全部进行了回访，消费者对意见处理满意和基本满意率达到90%。在本次消费者意见征集活动中，各家银行认真听取消费者意见和建议，积极采取措施提升服务水平。

1 加强服务收费告知公示，维护消费者知情权。各银行均严格执行“明码标价”，通过网站公布、网点公示、柜员提示等措施充分履行告知义务，切实做到合规收费、以质定价、公开透明、减费让利。网点明

确公示“七不准”、“四公开”以及服务价目表，便于消费者进行监督和查询。

2 做好特殊客户群体个性化服务，保障特殊群体金融消费权益。针对老年人、残障人士等特殊群体，提高从业人员服务技能，推行无障碍设施改造和通信技术系统建设，满足个性化、差异化服务需求，做到耐心、细致、周到服务。如华夏银行制作了“助盲服务卡”；中信银行年内启动老年人优先服务窗口；有些银行在养老金发放等特殊时段，采取设立快速通道的形式，缩短了老年客户排队等候时间。

3 着力改善网点排队问题，提升银行服务效率。设立大堂经理等专门人员，切实做好指导、分流、疏导、解释工作；通过预填单、预审查、预叫号等举措，缩短业务办理时间。近年来，北京各家银行通过优化业务流程、增加自助机具、提升工作技能等措施，客户排队等候问题有了明显改观。一些银行推出了创新举措，如工商银行北京分行投产“网点服务可视化”系统，深圳发展银行北京分行推出“预约服务管理”，民生银行总行营业部通过手机银行实现网点预约排号和查询，招商银行北京分行、交通银行北京分行在各网点张贴客流量曲线图，这些措施都有助于缓解排队问题。

4 鼓励客户使用自助渠道，共建绿色金融环境。通过服务提示、宣传折页、网络、媒体等多种方式，引导客户使用网上银行、电话银行和自助设备，倡导低碳环保消费。针对客户关注的存折业务，目前北京

市各家银行均尊重客户选择，可以办理存折和现金缴费业务，同时积极鼓励客户开立银行卡，使用自助机具，享受便利、快捷的现代绿色金融。

5 建立弹性窗口和弹性岗位制度，加大网点服务供给。在养老金发放日、国债发售日、理财产品发售日等关键时点，以及客流高峰时段，银行采取增开业务窗口，增加柜面服务人员、灵活调整窗口服务、增设快速通道等措施，确保业务办理顺畅有序。目前多数银行网点工作日服务时长都能达到8小时以上，一些银行网点，如邮储银行广安门支行、渣打银行东方广场支行等采取错时营业的方法延长服务时间。

6 进一步改善网点服务环境，创造舒适服务体验。优化网点布局，扩大营业面积，实行分区域服务，增加便民服务设施，提高消费者获得金融服务的便捷性、舒适性。各家银行在网点配备了饮水机、老花镜、雨伞架等便民用品。

7 规范理财类产品销售行为，保护消费者资金安全。如实宣传推介产品，严格按照相关规定进行风险评估，充分客观地揭示风险，保障消费者的知情权和选择权。加强销售行为规范管理，通过集中合规培训、规范营销话术、进行客户风险能力评测、充分开展风险提示等系列措施，不断完善销售行为管控，努力实现业务稳健有序发展。

8 进一步健全服务投诉处理机制，切实解决消费者诉求。各家银行制定了服务投诉处理办法，明确客户投诉受理流程，公示客户投

诉通道，明确投诉处理及回复时限，集中解决客户意见较多的问题。加强营业网点现场投诉管理，做到快速反应、处理得当，努力将诉求化解在现场。9月1日前，北京市银行业协会将面向社会大众推出投诉与纠纷调解服务，力争通过调解方式化解消费者与银行间的金融纠纷。同时加强与消费者协会、法院等部门的联合调解工作，增强调解的权威性和公正性。

9 进一步提升员工业务技能，提升银行服务水平。加强一线人员的业务技能、服务礼仪培训，进一步健全和完善激励机制，提高一线人员的综合服务能力。如工商银行北京分行通过《服务电子期刊》推动全行开展服务标准化建设，促进服务水平提升；北京银行通过服务竞赛及内训活动，激励员工加强业务学习，提升服务能力。

10 积极开展公众教育服务活动，普及金融安全知识。各银行积极开展金融知识进社区、进学校、进企业等活动，将防诈骗、反假币、反洗钱及防范非法集资等金融安全知识送到百姓身边。多家银行采取网点宣传、设立社区服务站、举办专题讲座等形式，宣传普及金融知识，传播现代金融理念，引导消费者正确使用各种金融产品和金融工具，提高公众识别和防范金融风险的能力。

保护消费者金融权益，创建和谐金融环境是银行义不容辞的责任。作为北京市银行业自律组织，北京市银行业协会将进一步加强对各会员单位的指导，推动金融创新和服务创新，为广大消费者提供更加优质、公平的金融服务，保障消费者合法权益，促进首都银行业健康发展。



22家消费维权单位联合向国家质检总局和国家标准化管理委员会发出《建议函》，呼吁——

尽快出台太阳能热水器 国家强制性安全标准

《建议函》强调，尽快制定并出台太阳能热水器行业强制性安全标准，将对规范行业发展、保护消费者合法权益起到积极的促进作用，同时将提高太阳能热水器行业的进入门槛，改变太阳能热水器行业目前的混乱局面，从而促进太阳能热水器行业的健康发展

近年来，太阳能热水器行业作为绿色、朝阳产业得到了迅猛发展。目前，我国已成为世界上最大的太阳能热水器生产应用国，年产量和总保有

量均为世界之最。但是，太阳能热水器行业在快速发展的同时，也暴露出一系列强制性国家安全标准严重缺失的问题。由此，不仅导致消费者的消

费安全及合法权益得不到有效保障，而且太阳能热水器行业的规范、良性发展也受到不利影响。

8月28日，城市消费维权联席会议

2012年轮值主席单位——南京消费者协会与北京、天津、上海、重庆、沈阳、大连、长春、哈尔滨、南京、杭州、厦门、济南、青岛、武汉、广州、深圳、成都、西安、昆明、香港、澳门等21城市消协组织及中国消费者报社，共22家消费维权单位联合向国家质检总局和国家标准化委员会发出《建议函》，呼吁尽快制定、出台太阳能热水器一系列能够保障消费者人体健康及人身、财产安全的强制性国家标准。

涉及消费者安全健康的 强制性国标严重缺失

在这份《关于尽快出台太阳能热水器国家强制性安全标准的建议函》中，22家消费维权单位指出，近年来，太阳能热水器行业相继出台了《家用太阳能热水系统技术条件》、《家用太阳能热水系统主要部件选材通用技术条件》、《全玻璃真空太阳集热管》等三十多部国家标准，但除了今年8月1日起实施的GB26969-2011《家用太阳能热水系统能效限定值及能效等级》属于强制性的国家标准以外，其他30余部标准均属于推荐性国家标准，并不具有强制效力；而且《家用太阳能热水系统能效限定值及能效等级》也只是对家用太阳能热水系统的热性能作出了强制性要求，并没有涉及到消费者的安全与健康标准。

即使是推荐性国家标准，部分标准的要求也相对较低，或者比较笼统。例如：现有的国家推荐性标准《家用太阳能热水器电辅助热源》对辅助电加热的抗干烧时间要求为大于或等于4个小时，明显偏低。再如：《家用太阳能热水系统技术条件》规定，“家用太阳能

热水系统提供的热水应无铁锈、异味或其他有害人体健康的物质”，但该规定比较笼统，对于有害人体健康的重金属（铅、镉、铬、镍）的析出量没有具体的量化指标。

22家消费维权单位强调，虽然是推荐性标准，但一些涉及消费者健康、安全的标准至今仍是空白。例如：现有的推荐性标准对电加热、内胆的防腐蚀性，对水箱与保温管路的连接、固定方式等都没有作出规定，这会导致保温管路直接暴露在外，造成管路冻裂、漏水。GB/T19141-2011《家用太阳能热水系统技术条件》中对于太阳能热水器的安装固定也没有做出具体的强制性要求，这使得一些厂商在安装时偷工减料，导致太阳能热水器安装不牢，“脚跟”不稳。再如：《家用太阳能热水系统技术条件》对于带辅助电加热的太阳能热水器的电线连接没有规定是否要安装及如何安装防电墙等。

强制性标准缺失导致安全 隐患丛生

在这篇长达近4000字的《建议函》中，22家消费维权单位强调，强制性国家标准的缺失致使太阳能热水器行业出现了一系列质量问题和安全隐患。由于该行业并没有实施生产许可制度，也无需经过3C强制认证，企业生产水平参差不齐。在国内5000多家太阳能热水器企业中，真正拥有自主研发能力和规模化生产能力的企业为数不多，很多小作坊企业生产工艺落后、质量管理混乱、产品性能不过关，偷工减料、粗制滥造现象严重，从而导致流入市场的产品出现漏水、爆裂、漏电等诸多安全问

题，以致太阳能热水器行业屡屡受到消费者的质疑。2011年2月，中央电视台“每周质量报告”披露了太阳能热水器行业部分企业用废料冒充保温材料、水箱内胆厚度不够、支架板材变薄变窄、假冒名牌产品等现象。

《建议函》特别指出了由于强制性国家标准缺失导致太阳能热水器存在安全隐患的四个主要方面：

第一方面：安装固定强制标准缺失，太阳能热水器坠落伤人

2008年10月，九江吴女士路过某化工厂时，被从天而降的太阳能热水器及支架砸中而致背部受伤；2009年6月，江阳创业园内的一台太阳能热水器被风刮落，当场将一位65岁老人砸死；今年七、八月份，台风频频光顾，很多太阳能热水器不堪一击，有的被大风掀翻在地，或半挂空中，摇摇欲坠；有的则被连根拔起，坠落在地，险象环生。

从标准化建设的角度来看，导致太阳能热水器不禁风雨、容易坠落伤人的主要原因，一是《家用太阳能热水系统技术条件》中规定“家用太阳能热水系统安装在室外的部分应有可靠的抗风措施”，但该规定较为笼统，对于具体的抗风等级并无明确要求；针对支架的强度和刚度，GB/T19141仅规定“家用太阳能热水系统支架应具有足够的强度、刚度及一定的耐腐蚀能力”，但对支架的具体材料选择、表面防腐处理方式未作明确要求，从而导致一些太阳能热水器支架材质低劣，抗风载能力及耐腐蚀性能差；二是缺乏强制性的安装固定标准，这导致一些太阳能热水器不仅不抗风，而且容易使太阳能热水器成为引雷针，引雷入室。

第二方面：有关电伴热带材质及安装的强制性标准缺失，太阳能热水器漏电着火

2010年1月，山东淄博翟姓消费者家的太阳能热水器电热带起火，把相邻的4台太阳能热水器全部引燃，顶楼居民家具严重受损；2011年3月，山东德州任姓消费者家的新盖大瓦房被烧得面目全非，起因是太阳能热水器的电热带漏电起火引燃保温材料；2012年元月，江西婺源一位消费者家的太阳能热水器起火，导致家里的洗衣机等家电被毁。

《建议函》指出，导致太阳能热水器电伴热带起火的主要原因，一是有关电伴热带材质的强制标准缺失，导致电伴热带质量不过关；二是电伴热带的安装固定标准缺失，导致在安装中出现电伴热带的接线处安装不当，使用过程中出现连电着火现象。

第三方面：有关电加热材质、安装的强制性标准缺失，太阳能热水器漏电伤人

2003年8月，浙江牟姓消费者在楼顶查看太阳能热水器时触电身亡。经鉴定，这台太阳能热水器在质量和安装上存在问题——热水器辅助电加热器漏电，同时，室内电源开关未接地线、未安装漏电保护器。

22家消费维权单位对此指出，造成太阳能热水器漏电、水中带电的主要部件是与水接触的电加热管，如果电加热管腐蚀或爆裂，会造成水中带电。从电加热的相关标准上看，一是没有对电加热的材料作出规定，选材规范缺失；二是对不同材质电热管的

使用寿命没有标准，对超过安全使用寿命的电热管所应采取的相关措施也缺乏规定；三是针对电热管安装不当容易导致漏电的情况，缺乏强制性的安装标准。尤其是一些安装在农村的太阳能热水器的配电系统很多没有良好接地，所装的漏电保护装置起不到应有的保护作用。

第四方面：内胆材质工艺及管路材质、安装的强制性标准缺失，太阳能热水器漏水伤人、泡坏房屋

2005年2月，哈尔滨李姓居民在行走时，被房楼顶坠落的冰块砸伤头部，抢救无效死亡，经调查是楼顶太阳能热水器漏水形成冰柱坠落所致；2008年1月，葫芦岛一楼顶上的太阳能热水器管路冻裂漏水，形成10多米高的冰瀑布；2009年3月，大庆丁香花园小区因太阳能热水器漏水，淹了6楼到1楼所有居民家；2010年7月，枣庄马姓消费者家的太阳能热水器管路开裂漏水，被热水灼伤背部。

造成太阳能热水器漏水的主要原因，一是太阳能热水器管路选材方面的强制性标准缺失，从而导致管路质量不过关，有的使用不耐高温的管路，长期使用易发生破裂漏水现象。二是对太阳能热水器管路的安装缺乏标准，导致上下水管路安装不到位。如果在北方地区没有冬季防冻保护措施，管路容易出现冻裂漏水现象；如果在南方地区没有对上下水管路进行防紫外线保护，直接把上下水管暴晒在阳光下，容易导致上下水管老化，进而导致断裂漏水；三是对内胆的焊接和耐腐蚀性没有作出具体规定。

出台国家强制性安全标准时不我待

对于这些安全隐患，22家消费维权单位强调，制定并出台太阳能热水器国家强制性安全标准时不我待。

首先，太阳能热水器主要部件的选材要有强制性标准要求，特别是关系到消费者安全健康的真空管、水箱内胆、支架等主要零部件的选材、厚度、加工工艺、表面防腐处理等要有明确要求；

其次，太阳能热水器的安装固定要有明确要求，对室外（固定方式，固定用材料的强度、抗风等级、防腐能力等）、室内（管路配件性能、仪表、电路连接方式等）的安装要做具体要求；

第三，对太阳能热水器的配件及仪表要有强制性要求。太阳能热水器需要各种仪表、管路、配件组合成一个完整的热水供应系统，而这些配件、仪表、管路等涉及人身安全、财产安全，这些相关项目需要明确参照家用电器及相应水暖建材施工的标准强制执行。

《建议函》强调，尽快制定并出台太阳能热水器行业强制安全标准，将对规范行业发展、保护消费者合法权益起到积极的促进作用，同时将提高太阳能热水器行业的进入门槛，改变太阳能热水器行业目前的混乱局面，从而促进太阳能热水器行业的健康发展。

22家消费维权单位同时建议加大对太阳能热水器出厂前的检测、监管力度，从源头杜绝不合格太阳能热水器流向市场。

中国消费者协会联合全国副省级以上消费者协会（委员会）联合

再评苹果维修合同不公平格式条款

今年6月19日，中国消费者协会与天津、北京、上海、重庆、江苏、山东等六省市消费者协会（委员会，下同）联合发布了《苹果维修合同不公平格式条款点评意见》，引起社会广泛关注。其后，中消协和地方消协，通过劝谕、会谈、参与检查等各种方式，敦促苹果公司修改问题条款。近日，苹果公司回函提供了修改后的《苹果维修条款和条件》，并在其官方网站予以公布。

经认真研究，我们发现，原来点评的问题中有关三包期内可使用翻新件问题，修改为适用消费者保护法的规定；有关运输损坏不能免费维修问题，进行了删除。对此，我们表示欢迎。

但是，点评涉及的大部分问题，苹果公司并未正视和进行有效改正。经论证，修改后的《苹果维修条款和条件》主要有两方面问题，一是部分条款内容违反法律规定，二是一些规定不明可能损害消费者权益。为此，我会联合全国副省级以上消费者协会继续发布点评意见如下：

1 部分条款内容违反法律规定，侵害消费者合法权益

问题一：更换旧件归公司 财产不容自处分

《苹果维修条款和条件》第四条：“如果维修不属于保修范围，……苹果将保留被更换的零件或产品作为其财产，同时更换的零件将成为您的财产。被更换的零件通常可以维修，苹果可以等价更换或维修。如果相关法律要求苹果向您返还被更换的零件，您同意向苹果支付更换物品的额外费用。”

点评意见：

消费者购买苹果产品后，不管三包期内还是三包期外，对于所购产品及其零配件、部件消费者都拥有所有权，并有权对其占有、使用、收益、处分。在三包期内，经营者免费维修是其法定义务，即使为消费者更换了新的零部件，也并不能改变原有被更换零部件归消费者所有的事实，被更换下来的零部件依法仍应归消费者所有，苹果公司无权自行收回。在三包期外，如果消费者支付了维修使用零配件、部件的费用，苹果公司亦不能强制要求被更换下来的旧件成为自己的当然财产。对于苹果公司而言，旧件具有一定的使用价值，苹果公司如果需要旧件，可以与消费者协商，折价回购。该条款违反了我国《物权法》、《消费者权益保护法》的规定，侵犯了消费者的所有权、选择权

和公平交易权。

问题二：零件90天无缺陷 责任承担公司定

《苹果维修条款和条件》第五条：“如果维修不属于保修范围，苹果保证：（1）其将以称职、熟练的方式履行维修服务；（2）除非苹果另有规定，用于维修您产品的所有零件在九十（90）天内不存在材料和工艺方面的缺陷。前述保证属于明示的有限保证，并且如果违反，您可以将产品退回维修网点，苹果将（i）重新进行维修，（ii）维修或更换零件，或者（iii）退还提供维修服务的费用。为提出保修申请，您必须自费将您的产品发回至提供维修服务的网点。在法律允许的范围内，本保证和相关救济均具有排他性，并取代所有其他保证、救济和条件，无论是口头或书面，明示或默示。苹果不做任何默示保证，包括但不限于适销性和适用性保证。如果苹果依法必须做出默示保证，则所有该等保证在期限上限于明示有限保证的期限。”

1. 关于九十天内不存在缺陷

我国《产品质量法》规定，缺陷是指产品存在危及人身、他人财产安全的不合理的危险。产品有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的，是指不符合该标

准。《产品质量法》同时规定，禁止生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的标准和要求的工业产品。生产者应当对其生产的产品质量负责。产品质量应当不存在缺陷。产品存在缺陷造成人身、缺陷产品以外的其他财产损害的，生产者应当承担赔偿责任。因产品存在缺陷造成损害要求赔偿的请求权，在造成损害的缺陷产品交付最初消费者满十年丧失；但是，尚未超过明示的安全使用期的除外。也就是说，在此期间，对于产品质量责任生产者都应承担。苹果公司有关九十天内不存在缺陷的期限规定违背我国法律的有关规定，应属无效的单方声明。

2. 关于违约责任的承担方式

我国《合同法》第一百零七条规定，当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。第一百一十三条规定，当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定，给对方造成损失的，损失赔偿额应当相当于因违约所造成的损失。而苹果公司规定，如果维修不属于保修范围，违约情况下只有三种承担责任的方式，重新维修、维修或更换零件、退还维修费，未涉及由于维修过错造成消费者损失的赔偿问题。根据我国法律规定，苹果公司在违约的情况下，除重新维修、采取补救措施外，应当对造成的损失予以赔偿，包括但不限于运输费、交通费、通讯费、误工费等消费者为此支出的合理费用。

3. 关于保证责任问题

该条款明确写明，“在法律允许的范围内，本保证和相关救济均具有排他性，并取代所有其他保证、救济和条件，无论是口头或书面，明示或默示。苹果不做任何默示保证……。

如果苹果依法必须做出默示保证，则所有该等保证在期限上限于明示有限保证的期限。”

根据《消费者权益保护法》、《产品质量法》、《合同法》，生产者、销售者对于产品承担着明示或默示的保证责任，如合法性、使用性能合乎标准、不存在缺陷等。默示保证责任是法律规定的责任，任何人无权单方免除。在侵权和违约情况下，经营者还应当依法承担赔偿责任。但苹果公司却仅将其责任限定在自行规定的范围内，并对其它保证责任予以排除，免除了其责任，排除了消费者的权利，应视为无效。

问题三：送修产品受损害 只赔维修、更换费

《苹果维修条款和条件》第六条：“在法律允许的最大范围内，苹果及其关联方在任何情况下均不承担因提供维修而导致或根据任何其他法律理论所产生的任何特殊、间接、附带、衍生损失（包括但不限于不可预见的利润损失）。上述限制不适用于死亡或人身伤害索赔。……如果任何产品在苹果保管期间损坏或丢失，或者因维修而导致任何其他损害或损失，在法律允许的范围内，苹果的责任仅限于受损产品的维修或更换费用。”

点评意见：

经营者在维修过程中，负有妥善保管产品、保证维修质量的义务。因保管或者维修不当，可能造成对消费者和其他第三人的侵权和违约。侵权包括侵害人身权益、财产权益。无论侵权还是违约，都应当依法承担民事责任。赔偿范围包括但不限于被损坏产品的价值、已支付的修理费、其他直接或者间接损失等。我国《侵权责任法》里没有规定只赔直接损

失，不赔间接损失。《合同法》第一百一十三条更明确规定了损失赔偿额应当相当于因违约造成的损失，包括合同履行后可以获得的利益，但不得超过违反合同一方订立合同时预见到或者应当预见到的因违反合同可能造成的损失。即包括缔约时当事人可以预见到的履行利益（间接损失）。

《消费者权益保护法》中对于经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，还有加倍赔偿的特殊规定。《侵权责任法》对于明知产品存在缺陷仍然生产、销售，造成他人死亡或者健康严重损害的，有惩罚性赔偿规定。

该条款规定，苹果及其关联方在任何情况下不承担因提供维修而导致的特殊、间接、附带、衍生损失，对于产品在苹果保管期间损坏或丢失，或因维修而导致任何其他损害或损失，只承担受损产品的维修或更换费用，这一规定大大减轻和免除了苹果因自身过错可能承担的民事责任，排除了消费者的主要权利，违反了我国相关法律规定。根据我国《合同法》第四十条规定，提供格式条款一方免除自己责任、加重对方责任、排除对方主要权利的，该条款无效。对于因维修、保管不当造成的所有损失，苹果公司都应承担赔偿责任。

问题四：公司有权来维修 数据保密无能力

《苹果维修条款和条件》第六条：“……在您将您的产品送交维修前，您应该备份您的数据，并移除任何保密、专有或个人信息，以及软盘、光盘和个人电脑插卡等可移除的媒介。苹果明确不保证其有能力（i）维修或更换您的产品，而不会导致程序或数据损失或风险，并且（ii）对数据保密。如果任何产品在苹果保管期间损坏或丢失，或者因维修而导致任

何其他损害或损失，在法律允许的范围内，苹果的责任仅限于受损产品的维修或更换费用。”

点评意见：

根据《合同法》规定，当事人在订立和履行合同的过程中以及合同的权利义务终止后，应当遵循诚实信用的原则，根据交易习惯，履行通知、协助、保密等义务。特别是无论合同是否成立，对知悉的商业秘密不得泄露或者不正当使用。《家电维修服务业管理办法》第八条规定，“家电维修经营者……对于知悉的商业秘密、个人隐私负有保密义务。”因此，苹果公司在提示消费者加强数据保护的同时，对于在维修服务中获得的消费者数据负有保密义务。包括不得随意复制、存储、披露，不得非法出租、出售、传播、滥用等。《苹果客户隐私政策》中“个人信息保护”中规定：“苹果采取各种预防措施，包括行政、技术和实际的措施，以保障你的个人信息免遭丢失、盗用和误用，以及被擅自取阅、披露、更改或销毁。”由此，苹果如果想要对数据进行保密，是可以采取措施并有一定能力的。这与《苹果维修条款和条件》第六条的表述形成很大反差。第六条规定的实质，是以格式条款的形式，减轻免除经营者的责任，逃避对消费者应尽的数据保密义务，违反了《合同法》、《消费者权益保护法》的有关规定。

问题五：号称适用中国法 冲突法条被排除

《苹果维修条款和条件》第九条：“本条款和条件适用中国法律（但不适用其冲突法条款）。”

点评意见：

外国经营者到中国进行经营活动，必须遵守中国的法律法规。经营

活动中发生争议和纷争，适用所在国法律解决，这是国际法基本原则，是国家主权的必然要求。

外国经营者在他国进行经营活动，要遵守包括所在国冲突法在内的所有法律，不能排除所在国某些法律的适用，否则，构成对所在国国家主权的侵犯。

《涉外民事关系法律适用法》第四十二条规定：“消费者合同，适用消费者经常居所地法律；消费者选择适用商品、服务提供地法律或者经营者在消费者经常居所地没有从事相关经营活动的，适用商品、服务提供地法律”。根据该规定，对于涉外消费争议，消费者可以选择适用消费者经常居所地法律，也可以选择商品或者服务提供地法律。而《苹果维修条款和条件》第九条以格式条款的形式，排除、限制了消费者选择法律的权利，违反了中国《合同法》、《涉外民事关系法律适用法》等法律的有关规定，应视为无效。该条款用“冲突法”的名义否定中国法律的效力，也是不能被允许的。

问题六：收集信息你同意 使用范围少制约

《苹果维修条款和条件》第十一条：“您同意并理解，为根据本条款和条件提供维修服务，苹果有必要收集、处理和使用您的个人信息。苹果将根据《苹果客户隐私政策》（参见 www.apple.com/legal/privacy）保护您的信息。”

点评意见：

《家电维修服务业管理办法》第八条规定，“家电维修经营者在维修服务中获得的机关、企（事）业单位和个人信息不得用于与维修活动无关的领域，对于知悉的商业秘密、个人隐私负有保密义务。”而《苹果维

修条款和条件》第十一条对于收集、处理和使用消费者个人信息却没有相应的范围限制。根据《苹果客户隐私政策》，苹果公司收集、使用个人信息范围远超过与维修活动有关的事项，包括发布最新产品、软件更新、活动预告；开发、交付和改进产品、服务、内容和广告宣传；与第三方共享信息等。该条款违反了我国关于家电维修服务中应有限使用所获个人信息的规定。同时，该条款中的“您同意并理解”好像很尊重当事人自己的意愿，但其实质是苹果公司利用格式条款将自己的意志强加给消费者，违反了合同法第三条的规定，侵犯了消费者的自主选择权。

2 部分条款规定不明，为损害消费者权益留有空间

问题七：拒绝维修退产品 理由宽泛可扩大

《苹果维修条款和条件》第二条：“如果因非原装零件故障或因滥用、误用或其他外因导致损害而需要维修，苹果有权不予维修并向您退还产品，并且可要求您承担任何标明的检测费用。”

点评意见：

1、“滥用、误用或其他外因”的概念不清，表述过于宽泛，没有确定的范围或条件，可以任意扩大使用。而且，非原装零件、滥用、误用或其他外因的判断是由苹果公司单方做出，这使得苹果公司可以以此为由拒绝维修，消费者则举证困难。因此，苹果公司有义务举证证明消费者确有滥用、误用或故障确由其他外因造成。否则，单方的说辞无效。

2、产品的说明是非常重要的。

《消费者权益保护法》明确规定，经营者有告知消费者商品或者服务的真实信息、使用方法的义务。对可能危及人身、财产安全的，还应当为消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明、标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。如果经营者没有履行上述告知、说明、警示义务，没有尽到提供真实信息、责任，即使消费者确实滥用、误用，也应由经营者承担责任。

3、检测费的收取必须事先有效告知、并征得消费者的同意。首先，检测不应成为提供维修服务的必然前提。不是所有故障都要先行检测才能确定，对于一般经验可以判断的问题，不应要求检测以多收费用；其次，如果需要进行检测，应当事先明确告知消费者检测项目、检测目的和收费标准，保证消费者在知情的前提下，自主进行选择。在启动检测前，经营者应当首先征得消费者的书面同意，然后进行，而不是检测以后要求消费者必须负担标明的费用。

问题八：三包期外要维修 零件新旧不清楚

《苹果维修条款和条件》第四条：“如果维修不属于保修范围，苹果可依据相关法律使用新的零件或产品，或者使用在可靠性和性能方面合格的零件或产品……。”

点评意见：

《移动电话机商品修理更换退货责任规定》、《微型计算机商品修理更换退货责任规定》明确规定，产品在三包期内绝对不允许使用翻新零配件、部件进行维修。三包期外关于维修使用零配件、部件的情况可以协商确定，但应当明确告知消费者使用的是新件、还是翻新件。二者在使用寿

命、价格等方面均存在差异，消费者有权知悉真实情况，并自行选择。如果使用的是翻新件，就不能按照新件收取费用。该条款模糊了维修中使用新件还是翻新件的具体情况，使苹果公司可以随意处置，从中渔利。

问题九：具体情况不区分 维修运费全自付

《苹果维修条款和条件》第五条：“如果维修不属于保修范围，苹果保证：（1）其将以称职、熟练的方式履行维修服务；（2）除非苹果另有规定，用于维修您产品的所有零件在九十（90）天内不存在材料和工艺方面的缺陷。前述保证属于明示的有限保证，并且如果违反，您可以将产品退回维修网点，苹果将（i）重新进行维修，（ii）维修或更换零件，或者（iii）退还提供维修服务的费用。为提出保修申请，您必须自费将您的产品发回至提供维修服务的网点。……”

点评意见：

对于产品送修的运费承担，应当结合送修原因加以判断。如果是消费者使用不当原因造成的，寄送成本应由消费者承担；如果是由于产品存在瑕疵、缺陷、或者由于未按合同约定修好而需要再次维修等原因，产品的寄送费用应由苹果公司承担。该条款对产品送修情况未加区分，一概要求消费者自付运费，显失公平。

问题十：留置产品可出售 应退余额无规定

《苹果维修条款和条件》第七条：“如果在苹果通知您的产品已经维修完毕可以领取后的六十（60）日内，您未领取您的产品并且未支付所有到期费用，苹果在相关法律允许的

范围内有权自行处置您的产品。苹果可以将出售或处置您产品的所得，用于偿还您欠苹果的任何费用。”

点评意见：

在这一条款中，苹果公司删除了原来有关逾期不取机视为消费者放弃产品所有权的表述，但修改后的条款仍存在问题。

根据我国《担保法》、《物权法》的规定，消费者因未支付维修费用，又长期不认领送修产品，苹果公司享有留置权，送修产品可以作为留置物。对于留置财产，苹果公司在债务人逾期仍不履行债务的情况下，可以与债务人协议以留置物折价，也可以依法拍卖、变卖留置物。但留置物折价或者拍卖、变卖后，对于所得价款，苹果公司享有的权利只限于消费者未支付的维修费，对于抵偿维修费后的余额，苹果公司无权据为己有，必须依法返还消费者。该条款只规定了苹果公司可以出售、处置送修产品并将所得用于偿还维修欠款，而对抵偿后的余额只字不提，形成了一个模糊陷阱，为侵吞本应返还消费者的余额提供了可能。

综上所述，中国消费者协会和全国副省级以上消费者协会郑重劝谕苹果公司，遵守中国法律，尊重中国消费者的合法权益，正视自身存在的问题，依法纠正违反中国法律、损害消费者权益的做法。我们认为，漠视消费者权益的企业，不仅会招致广大消费者的反感和反对，最终还会失去巨大的中国市场。企业只有诚信守法经营，自觉履行应尽法律义务，承担企业社会责任，才能赢得消费者的信任，获得长远发展。

《苹果维修条款和条件》可按

以下方式查询：登录苹果官网www.apple.com.cn，在首页最下方“使用条款”中，点击“Repair terms and

Conditions”（在最右侧中下方），进入“Retail Store Service”（在中间部位），再点击“China(Beijing

and Shanghai)”中的“Beijing”或“Shanghai”即可看到。

再评苹果维修合同有关法律依据

问题一：更换旧件归公司 财产不容自处分

法律依据：

《物权法》

第四条 国家、集体、私人的物权和其他权利人的物权受法律保护，任何单位和个人不得侵犯。

第三十九条 “所有权人对自己的不动产或者动产，依法享有占有、使用、收益和处分的权利。”

《消费者权益保护法》

第九条 “消费者享有自主选择商品或者服务的权利。

消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品或者方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。”

第十条 “消费者享有公平交易的权利。

消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。”

问题二：零件90天无缺陷 责任承担公司定

法律依据：

《民法通则》

第一百零六条 “公民和法人违反合同或者不履行其他义务的，应当承

担民事责任。

公民、法人由于过错侵害国家的、集体的财产，侵害他人财产、人身的，应当承担民事责任。……”

《消费者权益保护法》

第七条 “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。”

《产品质量法》

第十三条 可能危及人体健康和人身、财产安全的工业产品，必须符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准；未制定国家标准、行业标准的，必须符合保障人体健康和人身、财产安全的要求。

禁止生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的标准和要求的工业产品。具体管理办法由国务院规定。

第二十六条 生产者应当对其生产的产品质量负责。

产品质量应当符合下列要求：

（一）不存在危及人身、财产安全的不合理的危险，有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的，应当符合该标准；

（二）具备产品应当具备的使用性能，但是，对产品存在使用性能的瑕疵作出说明的除外；

（三）符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准，符合以产品

说明、实物样品等方式表明的质量状况。

第四十六条 本法所称缺陷，是指产品存在危及人身、他人财产安全的不合理的危险；产品有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的，是指不符合该标准。

《合同法》

第一百零七条 “当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。”

第一百一十三条 “当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定，给对方造成损失的，损失赔偿额应当相当于因违约所造成的损失，包括合同履行后可以获得的利益，但不得超过违反合同一方订立合同时预见到或者应当预见到的因违反合同可能造成的损失。” 经营者对消费者提供商品或者服务有欺诈行为的，依照《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定承担损害赔偿责任。”

问题三：送修产品受损害 只赔维修、更换费

法律依据：

《民法通则》

第一百零六条 “公民和法人违反合同或者不履行其他义务的，应当承担民事责任。

公民、法人由于过错侵害国家

的、集体的财产，侵害他人财产、人身的，应当承担民事责任。……”

《物权法》

第三十六条 “造成不动产或者动产毁损的，权利人可以请求修理、重作、更换或者恢复原状。”

第三十七条 “侵害物权，造成权利人损害的，权利人可以请求损害赔偿，也可以请求承担其他民事责任。”

《侵权责任法》

第二条 侵害民事权益，应当依照本法承担侵权责任。 本法所称民事权益，包括生命权、健康权、姓名权、名誉权、荣誉权、肖像权、隐私权、婚姻自主权、监护权、所有权、用益物权、担保物权、著作权、专利权、商标专用权、发现权、股权、继承权等人身、财产权益。

第十五条 承担侵权责任的方式主要有：

- （一）停止侵害；
- （二）排除妨碍；
- （三）消除危险；
- （四）返还财产；
- （五）恢复原状；
- （六）赔偿损失；
- （七）赔礼道歉；
- （八）消除影响、恢复名誉。

以上承担侵权责任的方式，可以单独适用，也可以合并适用。

第四十七条 “明知产品存在缺陷仍然生产、销售，造成他人死亡或者健康严重损害的，被侵权人有权请求相应的惩罚性赔偿。”

《消费者权益法》

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。”

《合同法》

第四十条 “格式条款具有本法第五十二条和第五十三条规定情形的，或者提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的，该条款无效。”

第一百一十三条 “当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定，给对方造成损失的，损失赔偿额应当相当于因违约所造成的损失，包括合同履行后可以获得的利益，但不得超过违反合同一方订立合同时预见到或者应当预见到的因违约合同可能造成的损失。”

问题四：公司有权来维修 数据保密无能力

法律依据：

《合同法》

第四十条 “格式条款具有本法第五十二条和第五十三条规定情形的，或者提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的，该条款无效。”

第四十三条 “当事人在订立合同过程中知悉的商业秘密，无论合同是否成立，不得泄露或者不正当地使用。泄露或者不正当地使用该商业秘密给对方造成损失的，应当承担损害赔偿赔偿责任。”

第六十条 “当事人应当按照约定全面履行自己的义务。当事人应当遵循诚实信用原则，根据合同的性质、目的和交易习惯履行通知、协助、保密等义务。”

第九十二条 “合同的权利义务终止后，当事人应当遵循诚实信用原则，根据交易习惯履行通知、协助、保密等义务。”

《家电维修服务业管理办法》

第八条 “家电维修经营者在维修服务中获得的机关、企（事）业单位和个人信息不得用于与维修活动无关

的领域，对于知悉的商业秘密、个人隐私负有保密义务。”

《消费者权益保护法》

第二十四条 “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。

格式合同、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。”

问题五：号称适用中国法 冲突法条被排除

法律依据：

《涉外民事关系法律适用法》

第四十二条 “消费者合同，适用消费者经常居所地法律；消费者选择适用商品、服务提供地法律或者经营者在消费者经常居所地没有从事相关经营活动的，适用商品、服务提供地法律”。

问题六：收集信息你同意 使用范围少制约

法律依据：

《合同法》

第三条 “合同当事人的法律地位平等，一方不得将自己的意志强加给另一方。”

《消费者权益保护法》

第九条 “消费者享有自主选择商品或者服务的权利。

消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品或者方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。”

《家电维修服务业管理办法》

第八条 “家电维修经营者在维修

服务中获得的机关、企（事）业单位和个人信息不得用于与维修活动无关的领域，对于知悉的商业秘密、个人隐私负有保密义务。”

问题七：拒绝维修退产品 理由宽泛可扩大

法律依据：

《消费者权益保护法》

第八条 “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。

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、主要成份、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。” 第九条 “消费者享有自主选择商品或者服务的权利。

消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品或者方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。”

第十条 “消费者享有公平交易的权利。

消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。”

第十八条 “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。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。”

第十九条 “经营者应当向消费者

提供有关商品或者服务的真实信息，不得作引人误解的虚假宣传。

经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。

商店提供商品应当明码标价。”

问题八：三包期外要维修 零件新旧不清楚

法律依据：

《消费者权益保护法》

第八条 “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。

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、主要成份、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。”

第九条 “消费者享有自主选择商品或者服务的权利。

消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。

消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。”

问题九：具体情况不区分 维修运费全自付

法律依据：

《合同法》

第五条 “当事人应当遵循公平原则确定各方的权利和义务。”

第三十九条 “采用格式条款订立合同的，提供格式条款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务，并采取合理的方式提请对

方注意免除或者限制其责任的条款，按照对方的要求，对该条款予以说明。……。”

第四十条 “格式条款具有本法第五十二条和第五十三条规定情形的，或者提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的，该条款无效。”

《消费者权益保护法》

第二十四条 “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。

格式合同、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。”

问题十：留置产品可出售 应退余额无规定

法律依据：

《担保法》

第八十七条 “债权人与债务人应当在合同中约定，债权人留置财产后，债务人应当在不少于两个月的期限内履行债务。债权人与债务人在合同中未约定的，债权人留置债务人财产后，应当确定两个月以上的期限，通知债务人在该期限内履行债务。债务人逾期仍不履行的，债权人可以与债务人协议以留置物折价，也可以依法拍卖、变卖留置物。留置物折价或者拍卖、变卖后，其价款超过债权数额的部分归债务人所有，不足部分由债务人清偿。”

《物权法》

第二百三十八条 “留置财产折价或者拍卖、变卖后，其价款超过债权数额的部分归债务人所有，不足部分由债务人清偿。”

为保障市民的人身、财产安全，维护市民合法权益，维护经济秩序和社会的和谐稳定，北京市工商局、北京市公安局、北京市消费者协会将近期打击传销实践中发现的传销活动新特征及传销活动危害等十点提示提供给广大市民，请广大市民在日常生活和工作中警惕传销

警惕传销 抵制传销 远离传销

传销以“高额回报”为诱饵，利用人们求富心理，以欺骗、欺詐手法骗取钱财，破坏社会人际关系，严重危害社会经济秩序，破坏社会和谐稳定，是国家法律明令禁止的违法犯罪行为。

多年来，市政府及各有关职能部门，坚决执行法律，严厉查处取缔传销活动，严厉打击传销违法犯罪行为，工作取得显著成效。2007年至今的五年间，全市工商部门共查办传销违法案件177件，罚没款1275万元，清查教育遣散传销人员30060人，取缔传销窝点1182个，移送司法机关追究刑事责任案件140个，移送司法机关追究刑事责任人员242人。全市公安机关共查办传销案件415件，冻结涉案资金3亿多元，刑事拘留犯罪嫌疑人453人，清查教育遣散传销人员54000余人，取缔传销窝点1060个。

但一个时期以来，仍有传销分子利用经济形势，利用人们求富心理，利用互联网，假借营销模式创新，猎取人们关注的各种投资与消费标的，以多种变换名目的“高额回报”为诱饵，编织骗局，设计陷阱，引诱人们加入。他们打着“政府支持”、“响应国家号召”、

“盈利模式创新”、“共同发财”等旗号，设立网站，将服务器设置境外，编制繁琐返利模型，制造“到处返利、随时返利”的假象，网上、网下双管齐下，诱骗群众参与，疯狂拉人头，骗取入门费，攫取群众钱财，一旦骗局败露，携款出逃。一些传销组织者和骨干分子屡遭打击，不思悔改，变换身份，流窜作案。更有甚者编造谎言，欺骗、煽动群众，对抗政府为制止其侵害群众利益的违法行为所采取的执法措施，制造闹访，甚至暴力抗法。这些违法活动严重破坏了社会秩序、社会经济秩序和社会的和谐稳定。

为保障市民的人身、财产安全，维护市民合法权益，维护经济秩序和社会的和谐稳定，北京市工商局、北京市公安局、北京市消费者协会将近期打击传销实践中发现的传销活动新特征及传销活动危害等十点提示提供给广大市民，请广大市民在日常生活和工作中警惕传销，抵制传销，远离传销，配合政府严厉打击传销，切实保护自身权益不受侵害。

1 传销活动新特点

传销者为了更好伪装自

己，欺骗群众，适应形势、环境与技术的发展，从事传销活动近期有以下特点：

（一）与网络结合在互联网上搭建平台，设立传销网站，在网络环境中进行传销。操作隐蔽，快速发展，逃避监管。许多这类网站将服务器置于境外，异地指挥，网上网下同时活动，所提供收款账号一旦入钱，立即转移至其他账号，便于侵吞逃匿。

（二）与电子商务结合 一些传销活动在实施中大力发展加盟商、供货商、渠道商，以“有奖消费、购物返利、消费返点、打折”为诱饵，将一些商务网站、网商及大量的社会商品与服务，绑架为其传销载体。

（三）与股权交易结合 有传销活动与私募股权投资（PE）结合，采用网络经营方式，利用群众缺乏证券专业知识，以发行的企业原始股票为标的，以未来股票上市升值可获暴利为诱饵，收取高额入门费，发展下线，拉拢、吸引人们投资参与。

（四）与营销模式结合 传销越来越多地借用商业模式隐藏自己，动机、目的、手段交织一起，涉嫌

多种违法。传销只是商业模式中市场扩张、吸引人们加入的手段，与非法集资、非法吸收公众存款、非法证券交易及欺诈等违法动机交织一起。

(五) 假借直销名义，进行传销。

(六) 传销实物多样化 除已发现的林地、奶牛、饭店客房、化妆品、保健品、服装、珠宝、陵园格位、黄金交易保证金、网币、基因检测等标的物外，所有的产品、商品在传销者进行欺骗性宣传后，都有可能成为传销标的。

(七) 传销标的虚拟化 有传销活动干脆撇开实物产品和商品，设置虚拟点对、系数，以及以纯资本运作为名义，以一定数量现金为单位，直接套取、攫取公众资金。这种模式已从“购物返利”走向“空对空”的金融游戏，所谓的“消费返利”已演变成“投资返利”，大量“假消费、真投资”现象出现，加盟商联合消费者做假单，只要消费者缴纳一定比例的手续费，不买商品一样参与返利，严重破坏金融秩序。

(八) 价格欺诈，谋取暴利 许多传销活动的入门费以购买商品形式收取，商品价格严重扭曲。在一些传销活动的“概念店”中，传销分子以低价从加盟商、供货商的手中进货，然后以离奇高价销售，商品进货价格与销售价格相差巨大，谋取暴利。

2 传销是严重违法犯罪行为

(一) 为防止欺诈，保护公民、法人和其他组织的合法权益不受侵害，1998年4月，国务院发出了《关于禁止传销经营活动的通知》；禁止传销条例

2005年8月10日，国务院第101次常务会议通过了《禁止传销条例》，以行政法规形式严令禁止传销活动。

(二) 为进一步强化打击传销活动的力度，坚决制止传销违法行为，2009年出台的《刑法修正案

(七)》已将传销单独作为一个罪名，列入我国刑法第224条之中，正式设定了“组织、领导传销”罪名。其中规定：“组织、领导以推销商品、提供服务等经营活动为名，要求参加者以缴纳费用或者购买商品、服务等方式获得加入资格，并按照一定顺序组成层级，直接或者间接以发展人员的数量作为计酬或者返利依据，引诱、胁迫参加者继续发展他人参加，骗取财物，扰乱经济社会秩序的传销活动的，处五年以下有期徒刑或者拘役，并处罚金；情节严重的，处五年以上有期徒刑，并处罚金。”

(三) 2010年5月7日，《最高人民法院、公安部关于公安机关管辖的刑事案件立案追诉标准的规定(二)》颁布施行。其中第78条规定：组织、领导以推销商品、提供服务等经营活动为名，要求参加者以缴纳费用或者购买商品、服务等方式获得加入资格，并按照一定顺序组成层级直接或者间接以发展人员的数量作为计酬或者返利依据，引诱、胁迫参加者继续发展他人参加，骗取财物，扰乱经济社会秩序的传销活动，涉嫌组织、领导的传销活动人员在30人以上且层级在3级以上的，对组织者、领导者，应予立案追诉，处五年以下有期徒刑或者拘役，并处罚金；情节严重的，处五年以上有期徒刑，并处罚金。

(四) 《禁止传销条例》中规定：下列三种行为属于传销：

1、组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员发展其他人员加入，对发展的人员以其直接或间接滚动发展的人员数量为依据，计算和给付报酬，牟取非法利益；

2、组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员交纳费用或者以认购商品等方式变相交纳费用，取得加入或者发展其他人员加入的资格，牟取非法利益；

3、组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员发展其他人员加入，形成上下线关系并以下线的销售业绩为依据，计算和给付上线报酬，牟取非法利益。

由工商行政管理部门没收非法财物，没收违法所得，处以50万元以上200万元以下的罚款。构成犯罪的，依法追究刑事责任。

介绍、诱骗、胁迫他人参加传销的，由工商行政管理部门责令停止违法行为，没收非法财物，没收违法所得，处以10万元以上50万元以下的罚款。构成犯罪的，依法追究刑事责任。

参加传销活动的，由工商行政管理部门责令停止违法行为，处以2000元以下的罚款。

企业参与传销的，工商行政管理部门在进行处罚时，可以依照有关法律、行政法规的规定，责令停业整顿或吊销营业执照。

3 传销对社会危害巨大

(一) 具有帮会、黑社会的色彩 传销活动组织严密，活动隐秘，实行所谓的“家庭式”管理，编造谎言，引诱欺骗，强行“洗脑”，对参与者实行人身自由、精神、财产控制，摧残、扭曲

参与者的人生观、价值观、道德观，鼓吹不劳而获，灌输“一夜暴富”。

（二）公然欺诈、欺骗，破坏社会人际关系 传销以高额回报为诱饵，拉人下水，对亲朋好友进行合同欺诈、宣传欺诈、人际欺诈，破坏人际关系，促使社会人人相恶，反目成仇，伤害群众，伤害社会，严重破坏社会的和谐与稳定。

（三）侵占、骗取钱财，制造巨大“黑洞” 传销编造谎言，发展人员，宣扬“共同发财”，实为人不敷出，以后补前，为一己私利，而层层盘剥、抽利，聚敛钱财，疯狂侵吞、挥霍、转移他人钱财。一旦资金链条中断，整个模式即行崩盘，谎言破灭，便携款逃逸，给社会和群众留下巨大亏空、烂摊子，造成巨大伤害。

（四）对抗社会，暴力抗法 传销组织与社会对抗的程度加剧，有暴力抗法倾向，出现有围攻、殴打执法人员，聚众虏走传销骨干分子，哄抢执法部门暂扣涉案物品、钱财的现象，气焰嚣张。

4 参与传销对你危害巨大

传销企业往往无投资，商品由加盟商、供货商提供，以高价销售获取“入门费”后，完全依赖后续加入者提供的资金滚动发展。由于承诺的回报与返利很高，处于人不敷出状态，违背规律，经济上承受不起，只有继续疯狂进行欺骗性宣传，拉更多的人入局，才能使骗局继续下去。整个骗局是建筑在高额回报为诱饵，希望加入者纷纷而至，入门费滚滚而来，形成资金链条环环相扣，相互绑架，不能停止的呈滚雪球状成倍高速增长的幻想之上。前期的少量兑现是为

了引诱、欺骗更多人加入。需要指出的是越是后加入的人，所投资金血本无归的风险越大。已查处的大量案件表明，后期加入者多为受暴利诱惑，怀着赌徒心态入场的。他们明知自己投入的资金是被用去堵前面的窟窿，整个骗局也总有一天会垮掉，但仍然要赌，赌在自己的投资回收之前，骗局不会垮掉。后加入者因入场晚，为捞回本钱，往往揣着明白装糊涂更加疯狂地参与骗局，扩大骗局，走上了执迷不悟的“不归路”，成为传销组织者的马前卒。

参与传销是参与了非法经营活动，其经济利益不受法律保护，其购买的商品或服务因不属于为生活消费所需要，不受《消费者权益保护法》的调整。

由上可见，参与传销将使你面临以下后果：

（一）由于参与的是非法经营、违法犯罪活动，你的经济利益、财产损失不受法律保护。

（二）由于参与了非法经营、违法犯罪活动，必将受到法律严惩。

（三）传销的一个重要特点是“杀熟”，参与者为骗取钱财不惜将朋友、同事、同学、甚至父母、配偶、亲戚都拉入传销“泥潭”，导致人与人、人与社会间的信任度严重降低，破坏社会诚信道德体系。在社会的人际关系中，你因欺诈、欺骗了各种社会关系，为人不齿。

（四）由于传销是极少数人敛财的把戏，你的投入很可能血本无归，将给你和你的家庭造成严重损害。

5 传销在如何接近你，吸引你

有些传销的组织者及其骨干分子已成“职业”团队，他们在一个地方被打击、取缔后，又跑到另外一个地方重操旧业；这个产品不行了，就换另外一个产品。在开始行骗接近你时，往往有以下特点：

（一）通过各种手段获取个人信息数据库，了解你的个人信息，根据你的性别、年龄、职业、收入情况、家庭成员及身体状况，“热情”向你推介“产品”，介绍“功效”（这些“产品”中既有“三无产品”，也有未经鉴定、无法断定功效的所谓“保健品”，有的则根本没有产品，直接鼓动你交钱参与），针对性往往“较强”，让你觉得“亲切”被“重视”。

（二）向你宣扬他们从事的是一个“事业”，是在响应“国家号召”，是“政府支持、符合政策”的。传销组织者也研究形势、政策和人们的心理，经常打着所谓的“绿色环保”、“创新创业”、“文化发展”旗号，迎合形势，隐藏动机，消除你心中的疑虑后，实施欺诈。

（三）大力向你宣传加入后的“好处”。大致为：一是轻松消费还能挣钱；二是宣扬类似“一个月即可回本，几个月就发大财”的谎言；三是介绍他们设计的纷繁复杂、晦涩难懂的所谓“盈利模式”（如产品碰对、左右区关联、等级晋升等），制造“多层多次提成，随时随地返利，你能挣大钱”的假象；四是向你介绍“上升通道”及各种级别的头衔和回馈数量，让你憧憬“快速致富”的“未来”，“鼓励”你“努力工作”；五是

告诉你把这样好的“产品”和“挣钱机会”介绍给亲朋好友，你会有“成就感”。

(四) 传销组织者窥测离退休中、老年人，进入社区“办班授课”。他们知道你闲暇在家，时间充裕，便时常“送票”邀请你去听课或观摩推介、展示；有的邀请你去郊区“度假休息”，然后实施推销、介绍、灌输；有的传销活动在宾馆饭店或其它公共场所举办讲解班、培训班、推介展示会、“分红会”等。

所以当你发现有人(包括亲朋好友)“主动热情”邀你参加上述活动，宣扬上述内容，让你掏钱加入的时候，请务必提高警惕。

6 如何简便识别传销

不管传销组织如何变化手法伪装自己，只要同时具备以下两点，就可以断定涉嫌传销。一是让你交纳一定数量的资金或购买一定数量的商品、产品，以获得加入资格(交入门费)；二是让你发展他人加入其中，形成上、下线的层级关系，并以你直接、间接发展下线人数所交纳的资金或销售业绩为基础，给你计算提成报酬(拉人头、团队计酬)。

7 传销与直销有什么区别

直销是经商务部批准、取得直销经营许可证和工商营业执照的合法经营活动，传销是国家严厉打击的违法犯罪活动。二者的区别在于：直销是由企业招募直销员，直销员把产品直接卖给消费者，直销员按照销售业绩提取报酬的经营活动；而传销加入时要缴纳入门费或被要求购买一定数量的产品，

要被要求发展下线，形成金字塔式的层级关系，并根据发展的下线数量，骗取资金数量的多少，提取报酬。时下的传销，大多无产品销售，直接交纳现金，而后去传销一个编造的概念。请提高警惕，谨防上当受骗。

8 如何辨别防范网络传销

随着科技日新月异，互联网普及，传销分子已将传销搬到网上进行。“轻点鼠标，您就是富翁”、“坐在家里，也能赚钱”，当你浏览网页时，常看到这些“诱人”宣传，但这可能就是传销陷阱。网络传销往往打着“人际网络”、“电子商务”、“网络加盟”、“网络直销”、“网上培训”和“私募基金”、“股权投资”、“点击广告即可获利”旗号在网页、网站上宣传，他们利用电子商务形式，在网上发展会员，网上联络，网下活动。由于报名、交流、核算、支付等关键环节网上操作，一些传销网站服务器又置于境外，因而风险更大。

9 为传销活动提供便利条件有什么后果

《禁止传销条例》第二十六条规定：为传销行为提供经营场所、培训场所、货源、保管、仓储等条件的，由工商行政管理部门责令停止违法行为，没收违法所得，处以五万元以上五十万元以下的罚款。为传销行为提供互联网信息服务的，由工商行政管理部门责令停止违法行为，并通知有关部门依照《互联网信息服务管理办法》予以处罚。

10 像远离毒品一样远离传销

传销是社会毒瘤，是变异病毒，它的弥漫、扩散将给社会、家庭、群众造成严重伤害。事实已经证明：传销的“洗脑”、“精神控制”、“人身自由控制”等不法行为严重触犯法律；其宣扬的“一夜暴富”、“天掉馅饼”搅乱人们思想，危害社会风气，是彻头彻尾的谎言；其设计、宣扬的高额、超高额回报，违背经济规律，冲撞金融政策，捆绑社会公众与其为伍，是彻头彻尾的欺骗伎俩；其设计的五花八门的所谓“盈利模式、模型”是彻头彻尾的骗局与陷阱，目的只有一个，就是将大家的钱变成他自己的钱；其鼓动人们疯狂“拉人头”的行为，严重破坏社会人际关系，破坏社会公德、道德与诚信，是危害社会和谐稳定的罪魁祸首。

传销是严重违法犯罪行为，为国家法律明令禁止。北京市工商与公安机关在市委市政府领导下，将继续恪尽职守认真履职，严厉打击任何形式的传销，绝不姑息、手软。

如果您发现身边有人参与传销，请及时提示、规劝。如果您发现有传销活动，请及时向当地工商、公安机关举报。

工商举报电话：12315；公安举报电话110。

为了您的人身安全、财产安全，为了您的合法权益不受侵害，为了您的生活幸福安康，为了社会的和谐与稳定，请您警惕传销，抵制传销，远离传销，配合政府严厉打击传销。

“两节”旅游消费需谨慎

两节长假，使得旅游消费升温。而长假过后，旅游消费投诉也会显得相对集中。为让广大消费者在节日期间放心出行，安全消费，北京市消协对假日旅游出现的问题进行了“盘点”，归纳出节日期间“三个问题”和“六个注意”。

三个问题

1 旅行社问题。游客太多而接待能力有限，因而变更行程日期、车次、航班，取消旅游景点、旅游项目，承诺提供的服务不兑现。还有的为延长购物时间而擅自变更日期、行程、旅游景点。王先生利用假期去神农架旅游，由于旅行社接待出现问题，一个晚上换了三个旅馆，直到凌晨两点才入住，而第二天因为假期人多又被旅行社安排六点出发，且中途的购物的时间甚至超过了游玩的时间。而回程的火车票又因为没有订好，在火车地板上坐了一夜。消费者投诉后虽然得到了一定的赔偿，但是出游的好心情最终换来的是一肚子的怨气。

2 景区问题。一是人满为患。由于游客集中，很多游客只能远眺名胜古迹，而无法近前参观；二是购物问题。在景区购物的人都是过路客，既使发现上当受骗，由于客观条件限制，也无法前去与商贩交涉。因此，景区购物常出现以次充好、以劣充优、以假充真。李先生在云南旅游时，在边境某玉石店里花费4470元购买了翡翠戒面一个，回来经有关部门鉴定为染色石英

岩，价值20余元。消费者到消协咨询投诉时，提供的购物凭证仅为一张没有盖章的收据。

3 非法旅行社及黑导游问题。一些非法旅行社，利用火车站口及繁华商业场所和旅游景点散发非法广告，利用消费者不熟悉情况或贪便宜心理，引消费者上当。外地游客李某，带全家人在故宫游览时，拿到一张非法旅行社散发的小广告，游览八达岭长城、十三陵100元，含门票、车费及用餐。

（正规旅行社去八达岭一地报价是100元，不含餐）可是实际旅游当中却强行多收费，更换旅游地为水关长城，还被强迫带到3个购物点。消费者不但没有看到旅游景点，还损失了钱财。

六个注意

1 斟选旅行社，仔细签合同。要选择具有合法资质、经营范围明确的旅行社，比如出境游就一定要注意旅行社是否有出境游经营权。不要被一些旅行社的低价宣传诱惑，尤其是网上的一些低价的旅游团购，更要谨慎对待。要与旅行社签订正规的旅游合同。此外，对于具体的行程，包括乘坐的交通工具、住宿标准、餐饮标准、游览景点、购物次数、双方的权利、义务和违约责任及出现纠纷的解决方式，要旅行社事先明示，交付旅游费用时一定要对方出具正式发票。

2 安全要重视，保险要明白。在选择旅游线路时要视自身情况

选择具有合法资质、经营范围明确的旅行社，比如出境游就一定要注意旅行社是否有出境游经营权。不要被一些旅行社的低价宣传诱惑，尤其是网上的一些低价的旅游团购，更要谨慎对待

而定。有些旅行社为了招揽生意，弱化了一些旅游景点的潜在不安全性，如人员过多，天气异常或地理环境不适等因素。而当消费者旅游时，旅游区拥挤不堪，道路状况差或者高原反应等诸多问题使消费者乘兴而去，败兴而归。为了保障消费者的安全，旅行社都会投保旅行社责任险，如果因为旅行社的问题，消费者可获得保险公司的直接赔偿。消费者事先一定要问明旅行社投保的条款，也可根据自身需要通过旅行社投保其他旅游保险，使旅行更加安心。

3 警惕“一日游”，谨慎“自由行”。许多消费者在城市及周边旅游会选择一日游。但是一些非法旅行社，往往打着正规旅行社的旗号，在一些景点周边散发旅游广告，甚至印上所谓“经消费者协会认证”。这些非法旅行社严重存在宰客、甩客的不法行为。消费者选一日游，可咨询当地旅游管理部门，一定要到正规的旅游中心参团。自由行一般是由旅行社为消费者订好机票和酒店，消费者自行到景点游玩。虽然没有了跟团的烦恼，但是也同样存在问题。一是自由行旅行社没有投保保险，所以消费者要在自身安全方面



做好准备；二是安排好行程，出行前最好向旅行社询问所订的机票能否改签退，避免出现问题。

4 放心“自助游”、安心“自驾游”。自助游越来越受到追捧，但消费者也会遇到很多在跟团游时没碰到过的困扰。一是警惕“钓鱼网站”，自助游订票应尽量选择大型正规订票网站或航空公司官方网站。二是多查阅旅行地相关资料，初次出行尽量选择规范、安全、口碑好的线路和景点。此外，要把途经地的旅游、治安、消保等相关机构的通讯方式保存好，遇到问题及时寻找解决途径。一部分消费者选择自驾旅行，有三个地方需要注意。一是带齐车辆的所有证照；二是加油一定要到正规的加油站；三是景点停车要到正规的停车场。如果消费者是租的车，那么租车条款的签订一定要详细。此外，对于参加旅行社自驾旅游的消费者同样也要注意合同的签订，细化权责，书面成文，这样就能减少争议带来的烦恼。

5 购物要理智，饮食要安全。一些景区的不法商户为了获取不当利益，采取多种形式诱导消费者。一是“老乡陷阱”。销售人员自称是游客老乡，使沉浸在乡情中的消费者丧失警觉，趁机推销劣质商品。二是“特色”陷阱。商家抓住消费者买当地“特色”的心理，“茶叶、保健药”，甚至连“菜刀”都在销售人员的吹嘘下变得神奇，而实际购买后才发现价格虚高，而质量也没有保障。三是“平安”陷阱。如花钱烧香保家人健康，买摆件、佩饰得平安等

推销方式，消费为讨吉利，被迫消费。因此，在景点购物时，要货比三家、辨析真伪后，再以合适的价格购买，对自己拿不准、没有把握特别是价格高的物品或服务更要谨慎，防止上当受骗。旅游离不开饮食，一些消费者把品尝当地美食作为一项很重要的旅游内容，但景区的饮食安全卫生要格外注意。总体来说要慎重对待每一餐，高中档的饮食店一般可放心去消费，大排档可有选择地品尝，摊位或沿街摆卖（推车卖）的最好不要问津。用餐后最好索要正式发票，出现问题可及时有效解决。

6 投诉有证据，依法来维权。消费者的合法权益受到损害，一定要拿起法律武器维护自己的合法权益，不要忍气吞声。随团出行的消费者要保留好旅行社开具的发票。出发前签订的合同或出团通知最好随身携带，以便依照合同的标准，在旅游过程中随时检查旅行社在吃、住、行、玩、游方面的安排上是否完全履行了约定，若遇旅行社擅自改变行程，降低服务标准，导游索要小费或私拿回扣，消费者有权拒绝。如果消费者在旅途中被强迫进行超出合同约定范围的购物活动，一定要向消费项目索要有效票据，最好利用手中的摄像机、照相机将过程拍摄下来，要注意保留好证据，旅行结束后，向旅游质检部门、消协等有关单位举报或投诉。而其他行式出行的消费者，也要注意保留各种消费凭证，以便权益受损时得到及时保护。

北京旅游服务热线：12301

北京市消费者协会：96315

预付费美容消费要理性

消费者王女士在某养生馆办理了一张减肥美容卡，商家口头承诺接受其经络减肥可减50斤，可当王女士按商家制定的减肥计划经多次接受按摩、拔罐、节食等减肥措施后，发现效果不佳。在消费者咨询中，区消协发现王女士未与经营者签订任何接受减肥计划的书面约定，对于减肥效果、减肥时间等关键问题，仅限于工作人员的口头约定。对此，房山工商分局、房山区消费者协会提醒广大消费者：选择预付费式减肥美容消费时，应当谨防其背后暗藏的消费陷阱：

1 是不要轻信商家口头减肥承诺。选择办卡时务必对经营者的市场信誉和经营状况有所了解，对商家的消费承诺最好事先以书面合同形式约定；

2 是要认真阅读商家有关承诺内容。在签书面合同约定时，应详细了解预付费消费卡的服务内容、减肥效果、约定期限及退款条件等，尤其注意有关限制性规定；

3 是要结合自身情况，理性消费。要慎重购买服务周期长、消费金额高的预付消费卡，减肥对于每位消费者来说都要循序渐进，消费者应当结合自身实际

在不影响健康的情况下安排减肥计划，避免一次投入过大；

4 是消费者购卡后要及时关注商家信息。尽量选择自己工作和生活区域内进行预付费消费，与商家建立稳定且密切的联系。如果发现商家突然停业、倒闭，应及时向工商局及消协投诉，必要时还要向公安机关报案。（房山消协）



别把食品误当保健品

近期，区消协接到多起消费者误把食品当保健品买回家的投诉。购买的途径主要是药店和参加一些养生保健讲座。消费群体主要是中老年朋友和减肥瘦身的女士。

在某些药店和老年人保健讲座场所，一些工作人员所销售的食品，在功效、用途上做出了引人误解的宣传，使人误解为是保健品。等消费者找上门，工商部门检查时，商家说我卖的是食品，消费者购物小票和发票上只写着商品名称，也未写保健品，这类企业逃脱法律责罚的手段，应当引起消费者的警惕。

区消协建议消费者：一是到正规药店、商店购买保健品；二是查看经营者证照是否齐全、是否与经营产品类型相符；三是仔细查看购买的保健品、食品的说明书和产品说明，保健品要标明具有保健功能含义的词语；四是看清保健食品的特有标识——小蓝帽，食品则要有“QS”生产许可标志；五是要保留好购物凭证，如果买的是保健品，最好在小票和发票上要求注明“保健品”。（石景山消协）

到市场购物认准正规商家

近期，密云县消协先后接到县“110”送转和消费者直接反映，称在密云县城沙河早市，有一伙自称东北销售干蘑菇的人，采取不当手段欺骗消费者，导致消费者上当受骗。据消费者反映，在消费者咨询干蘑菇如何销售时，卖蘑菇的人便说：“零两15元，整斤10元”，结果有的消费者误认为是10元一斤，当消费者购买后准备付款时，卖干蘑菇的人却按每两10元要求消费者进行付款，实际是100元一市斤，当消费者提出不再购买要求退款时，这伙卖干蘑菇的人却坚决拒绝，随后便是出口不逊，侮辱消费者买不起别买呀，甚至还以暴力相威胁。由此，导致消费者不满，无奈便拨打110报警进行维权。

针对这一情况，县消协特别提醒广大消费者，在市场购物时一定要谨慎购物：

一是消费者在市场上购买商品时，一定要看经营者

是否具有合法经营主体的证明，凡是不具备合法经营主体的经营者，尽量不要选购其所销售的商品，以此来避免发生不必要的消费纠纷；

二是消费者在市场上购买商品时，一定要问清经营者所销售商品，是如何销售的，比如多少钱一捆，多少钱一堆或者多少钱一市斤、多少钱一公斤等，以防消费陷阱，避免上当受骗；

三是消费者在市场上购买商品时，一定要向经营者索要购物凭证，以利维护自身合法权益所用；

四是消费者在市场上购买商品时，一旦认为自己所购商品有缺斤少两或者其他合法权益受到侵害时，一定要到该市场的主办单位或者相关行政执法部门进行维权。
(密云消协)

燃气灶报修需谨慎以防上当

近日，顺义区消费者协会接连接到两起投诉，两名消费者均反映家中燃气灶具出现问题打不着火，便找到小区物业提供的报修电话。打过电话之后不久就有自称是某某品牌的售后服务来到家中检修。两名消费者家中使用的都是品牌的燃气灶，前来维修的工作人员也没有工作证明，到了家中看了看便说燃气灶坏了对使用有影响为了安全起见建议消费者更换新的燃气灶。其中消费者王先生和李先生都花了2000元以旧换新。但是使用不到7天新换的燃气灶就出现了打不着火灶头火焰燃烧不好的现象。再给所谓的燃气公司的售后服务打电话就根本无人接听了。

两名消费者来到顺义区消费者协会后所提供的收据也只是一张白纸没有印章也没有签名只写有某某品牌收款2000元。根据消费者提供的电话消协工作人员拨打电话此时已经显示拨打的号码是空号了。

顺义区消费者协会提醒广大消费者，维修天然气灶具要到燃气公司。请勿相信街边留有的保修电话。安装灶具要开有正规发票以保障您的合法权益。

(顺义消协)



不提供脚架就不给安装 如此售后不应该

消费者程先生于今年8月初在密云县城某商场花2899元购买了一台某品牌的空调，自己运回家中，经销商答应厂家售后服务的工作人员将会上门服务负责安装，可谁知8月10日下午，厂家售后的人员到家中一看，告知因为消费者家的房屋是平房，且房屋太高，要求自己搭好脚手架才能安装。消费者对此不解，认为厂家售后人员上门负责安装，是其商品本应该做的事，况且自己家又不是新盖房屋，一时也无法找到搭脚手架用的材料，故与厂家售后服务的工作人员发生了分歧，最终投诉到密云县消协。

消协工作人员在了解消费者程先生反映的情况后，一方面对消费者程先生给予了安抚；另一方面及时与密云县城这家商场的负责同志取得了联系，指出厂家售后服务上门负责安装时，如消费者提供不了脚手架设备就不给安装，经销商对消费者的保证承诺未兑现实属不该。该商场的负责同志表示一定会尽快了解情况，给消费者一个满意答复。

8月11日下午，密云县城这家商场给县消协进行了电话回复，消费者程先生反映的厂家售后上门负责安装，让消费者为其提供脚手架设备一事情况基本属实，为了稳妥解决这一问题，该商场已经同意为消费者程先生无条件的办理退货手续。消费者程先生对消协工作人员表示衷心的感谢。（密云消协）



橱柜台面厚度无故被“瘦身” 误差难成借口

2012年5月25日，消费者刘女士在石景山区某建材市场订制一套整体橱柜，并签订了《北京市家具买卖合同》，预付了4700元定金。2012年6月7日厂家把货送到刘女士家，在验货时发现不锈钢台面厚度与合同签订尺寸不符，合同约定不锈钢台面厚度为1.5毫米，实际只有0.8毫米，被“瘦身”了0.7毫米。

刘女士找到商家要求更换合同中约定厚度的不锈钢台面，该商家负责人说在合同中标明1.5毫米厚度有下差，而且态度极其恶劣。万般无奈下，刘女士只好来到石景山区鲁谷消协分会投诉，寻求帮助。

鲁谷消协分会工作人员立即约双方当事人来消协调解。依据《消法》第八条规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受服务的真实情况的权利。并且双方在买卖合同中已约定了1.5毫米的厚度，虽然允许有误差，但也要符合国家标准，商家不应擅自偷工减料欺骗消费者，使消费者的合法权益受到侵害。在消协分会工作人员的调解下，该商家最终同意退还消费者预付金4700元，消费者表示满意。（石景山消协）

收费比标价多3毛钱，凭什么？

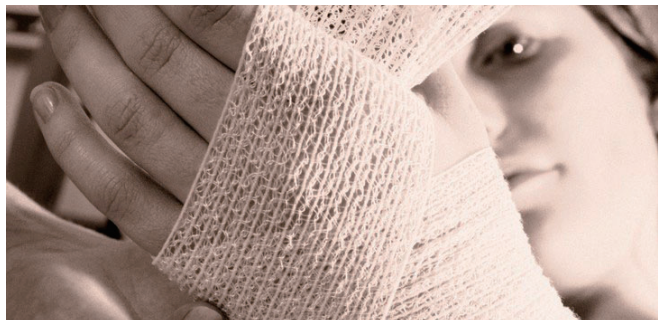
近日，消费者郝女士在附近一家超市购买了一瓶橙汁饮料。明明标价是2.90元，结账时收银员却收了3.20元，多收了0.30元。郝女士问其原因时，收银员有些不耐烦地说道：“不知道，你去问别人。”后来郝女士去问促销员，促销员又说由于疏忽，价签没有及时更换。郝女士认为价签没有及时更换，责任完全在超市，消费者不应承担责任，于是要求按照标价收费，退还货款差价0.30元，商家不予理睬。

郝女士气愤之下打电话投诉到东城消协幸福大街分会投诉。消协工作人员对这一投诉非常重视，本着百姓投诉无小事的原则，立即联系商家第一时间解决了这起投诉，并受到了消费者的高度赞扬。（东城消协）

钟表店不慎划伤表盖 补偿两千元

近日消费者刘女士携带一块购买不足一年的18K金浪琴表到某钟表店更换电池,因钟表店工作人员不慎将其表盖划伤,二者因此产生纠纷,但是双方就赔偿数额不能达成一致,刘女士投诉到东城消协东朝分会。

消协工作人员经了解,情况基本属实。经耐心细致沟通,该修表店负责人愿意积极配合消协工作,主动来协商、调解。消协工作人员按照消费者诉求,多次调解,最终在双方认可的范围内,钟表店补偿了消费者2000元,并向消费者赔礼道歉,见到商家诚恳的举动,消费者对我们悉心的调解结果十分满意,并对消协工作人员表示感谢。(东城消协)



粥店用餐被开水烫伤 赔偿推不了

今年7月份,消费者张女士与朋友在东直门外一家连锁粥店用餐,服务员给客人倒开水,放在托盘上,其中一杯倒了,撒在张女士左胳膊外侧,将其烫伤,该店负责人带其到医院就诊,诊断结果是3%Ⅱ度烫伤,建议休息十天。当时该店负责人告之消费者先治疗,后续赔偿由粥店所投保保险公司进行理赔,但事隔7天后又推说由公司外联部解决此事。

消费者认为粥店没有诚意,7月10日来到东城消协东直门分会请求帮助。接到投诉后,消协工作人员先后与该粥店的负责人及上级餐饮公司的法人代表联系,讲解了《消法》中关于经营者提供商品或者服务,造成消费者人身伤害的,应当支付相关费用的规定。提示经营者为消费者提供服务时,有义务保护消费者的人身安全。

经过多次调解,7月24日双方达成一致,签订了协议书,该餐饮公司补偿消费者张女士人民币6809元。消费者对此结果满意并表示感谢。(东城消协)

办卡后服务质量下降 退还卡费

近日,消费者张先生在东城某健身中心办理了一张健身卡,面值共计5000元整。张先生在该健身中心锻炼一段时间后,发现工作人员频繁更换,服务质量也明显下降。张先生对该健身中心的服务越来越不满意,于是要求退还其卡内剩余的2684元。但该健身中心只同意继续提供服务,不同意给张先生退还卡内余额。

经过多次协商,仍然毫无结果。张先生只好来到东城消协幸福分会投诉。消协工作人员耐心倾听了消费者的诉求,并按照《消法》等有关法规对商家进行了耐心指导。经过调解,最后,商家退还张先生剩余卡费2684元整,调解圆满成功。(东城消协)

电视机保修期内黑屏 要求维修遭拒!

今年5月,消费者徐大爷在某电器商场购买了一台液晶电视14000元,商场承诺再交390元就可以延保一年,因此徐大爷共交纳了14390元。今年6月份,该电视机相继出现黑屏现象,由于仍在延保期内,商家派维修工上门检修,但未能及时查出原因。

于是,徐大爷找到厂家维修。厂家上门后告诉徐大爷,屏幕作为大件,如有质量问题免费保修三年,而徐大爷家的屏幕是被压碎的,属于人为损坏,故不对其负责。徐大爷回忆,自己平时只是用软布轻轻擦一下机身的灰尘,怎么会碎呢?于是他想到可能是商家派人维修不当造成的。

此后,徐大爷与商家及其总部多次交涉均未果,无奈之下投诉到东城消协北新桥分会。接到投诉后,消协工作人员立刻对双方进行现场调解。刚开始,商家负责人态度强硬,称不会对其负责。此后,经过消协人员的多次沟通调解,双方最终达成协议,该商家支付4700元维修费,为徐大爷更换新屏并维修好电视,徐大爷对此十分满意。(东城消协)

怀孕不能继续美容 调解退还12000元

李先生的女儿于2011年在密云县城某养生馆办理了美容卡，后因女儿怀有身孕，就暂停了到该美容店继续美容，卡里余款还有12000多元，想要回余款，但心想暂停服务是因自己女儿怀有身孕所致，并不是该美容店责任，打电话到密云县消协咨询。

消协工作人员一方面认真进行了研究，虽然经营者在经营过程当中没有任何过错，但消费者李先生之女怀有身孕不能继续接受服务也是事实，据此应该出面帮助消费者李先生之女解决美容卡所剩余额的退费问题；另一方面则及时与该养生馆负责同志取得了联系，说明了消费者李先生之女所遇到的现实情况，其女儿暂停服务并不是因该店原因造成，而是因自身原因所致，实属特殊情况。就此，县消协建议该店负责同志在与消费者核对美容卡已消费后的剩余额后，给予特殊办理。该美容店的负责同志在听取县消协沟通的情况后，随即给予了表态，表示在了解情况后，一定会给消费者一个满意的结果。

2012年8月24日，该美容店的负责同志电话告知县消协，消费者李先生咨询其女儿美容卡余额要求退费一事，经过与消费者逐一核对，最后，还有12000余元，全部退还给了消费者李先生之女。李先生对密云县消协真诚服务消费者的做法表示感谢。（密云消协）

淋浴头使用五天掉下伤人 退了还要赔

9月5日，消费者孙先生在某建材市场购买了一套淋浴喷头，商家负责上门安装，安装后第五天洗澡时喷头突然掉下，将孙先生左手大拇指和无名指划伤，孙先生多次找到商家要求赔偿，商家以各种理由拒绝。

于是，孙先生来到石景山区消协投诉。消协工作人员立即与商家负责人联系到消协进行调解，调解中指出商家负有主要责任。经过耐心细致讲解，最终商家同意为消费者退货，退还货款240元并一次性赔偿消费者100元，消费者表示满意。（石景山消协）

瓷砖变色纠纷难解决

2011年8月7日，消费者张先生花3300元从某商家购买了50平米某品牌8FT006型地砖。2011年10月底装修结束，开始瓷砖效果很好，消费者很满意。

2012年4月以来，张先生发现部分瓷砖出现发白、磨损现象。经双方协商，经营者同意为消费者补偿同数量的问题瓷砖，但不保证不再发生此类问题，消费者担心再出现问题，自己家里将成为工地，遂投诉到房山消协。

经消协工作人员调解，经营者表示其所销售的同类瓷砖没有出现张先生家里的情况，至今库房中该类瓷砖也仅剩几十块，若按消费者的要求，完全更换瓷砖并安装，需要消费者出具该瓷砖检测不合格的证明。由于检测途径对消费者来说，维权成本较高，区消协本着避免检测和解原则，多次努力协调双方意见，最终经营者同意为消费者补偿1000元，由消费者自行处理瓷砖变色问题。消费者表示非常满意。（房山消协）



店面闭门停业 退还消费者预付费余额

消费者蔺女士在某健身中心办理了一张健身卡，后该店闭门停业，蔺女士向商家提出退还剩余卡费，几经协商未果，蔺女士投诉到东城区消协幸福消协分会。

消协工作人员接到投诉后，立即进行调解，并依据《消法》等法规对商家进行了耐心说服，最后，商家同意退还蔺女士卡内余额420元整，由于商家未带现金，幸福消协分会马上执行先行赔付，受到了消费者的好评，同时也避免节外生枝，节约社会资源。（东城消协）

枣糕内发现蟑螂 消费者获十倍赔偿

消费者申先生2012年6月18日，在某超市内购买枣糕，价格24元。消费者回家食用时在枣糕中发现有一只蟑螂，找到超市要求解决，超市始终没有一个合理的解释，于是消费者投诉到消协要求处理解决。

当天，东城消协工作人员即对该投诉进行调解，经调查发现投诉问题属实，并依据《食品安全法》进行调解，商家当即给消费者原价退货并10倍赔偿，共计赔偿消费者240元，消费者满意而去。（东城消协）



皮鞋穿一个月变形终退货

十一长假前夕，消费者在购买各类百货商品中问题增多。9月25日，肖女士向房山区消协反映，她在某超市购买一款皮鞋出现变形问题，商家迟迟不予解决，要求商家尽快妥善处理。

据了解，肖女士购买的皮鞋价值399元，穿着一个月后发现鞋头处装饰物出现变形，遂认为该鞋存在质量问题，找到经营者协商解决，但商家坚持认为此问题是消费者人为所致，不同意更换或退货处理。

房山区消协接到投诉后，对鞋的穿着状况进行了进一步了解，发现该鞋没有过大破损状况，后积极联系该超市客服部门，建议本着避免检测途径为消费者从速解决。经调解，经营者为消费者进行了退货处理，消费者对消协及超市客服所做的工作表示感谢。（房山消协）

歌华欠费要交60元开通费

9月21日，消费者陈先生投诉到房山消协投诉，反映家中有线电视缴费须交开通费问题。消费者表示歌华有线电视公司工作人员当日上门催缴费用，并提出其有两年费用未缴，陈先生觉得自己只有2012年未缴，当时就没有向工作人员缴纳费用，但随后发现家中电视信号已经没了。陈先生当天下午去营业厅缴费时，被告知还要缴纳60元开通费方可重新开通信号，消费者认为非常不合理。

经消协调查，歌华房山分公司营业厅表示，依据歌华公司收费规定，消费者应在一季度缴纳上半年费用、三季度缴纳下半年费用，但工作人员上门催缴费用时，消费者还表示拒绝缴纳费用，为此才关闭了其信号。

经调解，歌华公司营业厅考虑到消费者年龄较大，本着以人为本原则，为消费者免除了60元开通费用，在消费者缴纳全年费用后即可为其开通信号，消费者表示满意并对消协工作表示感谢。（房山消协）

超市购买豆芽两天就发臭

9月10日傍晚，消费者文慧（化名）在北京华联综合超市股份有限公司西直门分公司购买一袋“白玉”牌黄豆芽。外包装标注的生产日期是9月9日，保质期4天，储藏条件10度以下。文慧从超市购物回家后，就把豆芽和其它蔬菜一起放进了冰箱。

9月11日，文慧从冰箱拿出黄豆芽，打开后才发现豆芽已经发臭。文慧找到超市要求退货并按《食品安全法》进行赔偿，但超市只同意更换拒绝赔偿。因为文慧反映该超市销售的豆芽有质量问题，但无法提供证明。

经调解，超市为消费者退货，并给予两倍补偿。文慧要求超市赔礼道歉，但超市认为商品无质量问题，拒绝道歉。消协工作人员督促超市对消费者给予安抚，让消费者得到满意答复。随后超市专门派人给消费者打电话，第一次消费者未接电话，第二次消费者接电话后挂断。当消协工作人员再次回访消费者时，消费者表示对处理结果满意，当时只是需要超市的一种认错态度。（西城消协）



网络交易时代到来，无疑是方便了我们的生活，但是在便捷化的交易下，交易的安全性、公平性却仍然没有得到消费安全保证

网购手机充值卡要谨慎

【案情介绍】

2012年8月5日凌晨十二点，消费者郭女士于某知名网站购买了两张联通充值卡，面值均为100元人民币。在付完全款后的5分钟内，网站给需要充值的手机上发出一条短信，显示“您已于8月5日00点10分成功充值100元”。当时消费者郭女士心想“网络时代就是好，方便快捷，才付完钱这么快就到账了”。然而等了大约20分钟，另一笔充值费100元却迟迟没有充到手机帐里。消费者郭女士拨通了购卡网店的客服电话，询问缘由，答复是“会向联通核实充值情况”。消费者郭女士追问需要多久，客服小姐非常委婉的说“核实需要一段时间请您耐心等待”。

8月5日早上8点多钟，消费者郭女士又拨通了客服电话，这次答复，“两张充值卡已经充值，可能是联通系统没有响应，你自己与联通联系”。不得已消费者郭女士只能自己

拨通联通客服，不难想象，这次回答的还是“请您耐心等待”。在消费者郭女士耐心等待下，一天过去了，还是没人过问此事。

8月6日消费者郭女士非常生气，将事情经过向朝阳区消协投诉，要求“该网站退还消费者100元钱”。经朝阳区消协投诉部的同志与网站客服人员了解情况，经查事由与消费者陈述相符，故消协要求网站马上返还消费者郭女士的100元钱。

网站客服人员与联通沟通后，联通马上给消费者郭女士打来电话，说系统没有问题，确实只充值了一张100元话费，网站提供的充值卡中仍有一张处于激活状态，即还没有使用过。听到此况，消费者郭女士第三次拨通了网站的客服电话，仍然是那句“请您耐心等待”。

【调解结果】

网站在8月8日凌晨将未充值的100元退到了消费者郭女士的支付宝里。

【案例点评】

从本次事件反映出：网络交易时代到来，无疑是方便了我们的生活，但是在便捷化的交易下，交易的安全性、公平性却仍然没有得到消费安全保证。相比之下，上述案件还算有个较完美的结局，损失的只是10几块钱的电话费。而曾经报道的网购手机变石头、高档化妆品疑被使用过等等案件中，消费者损失损失较大。

诚然，网络交易市场与传统的交易方式相比较，还属于初始阶段，成长的空间也非常巨大，在市场洪流的冲击下，我相信终会去其糟粕留其精髓，而相应于网络交易的较完善的管理机制，也会在市场经济及网络信息时代的推动下，得到快速发展。

我们翘首企盼一个安全、公平、诚信、和谐的网络交易平台能够早日登上这个时代的舞台，成为人类历史上又一华美的篇章。

（郝小欣）

装修合同不明确 后期争议难解决

【案情介绍】

今年8月5日，吴先生在国家博物馆举办的家庭装修博览会上与某家装公司签订了一项家庭装修的意向并交纳500订金。随后又签订了书面合同并缴纳了6000元预付款，等待开工。当吴先生约见家装公司商谈购买家装材料等细节问题时，家装公司以工长没时间为由一再推拖，延误了吴先生开工时间，同时家装公司还向吴先生讨要1000元设计费，并声称合同价格并不等于最终价格。吴先生认为家公司不守信誉，与签合同时判若两人，并于9月5日去这家公司讨说法要求公司退还全部款项并终止合同。该公司对吴先生的要求给予回绝并说要终止合同需按合同规定交违约金。双方未能达成一致便要求消协进行调解。

【调解结果】

家装公司表示可以修改合同，弥补不足，尽快开工。但是吴先生对该公司失去了信任，坚持要求终止合同。于是家装公司提出吴先生违约要扣除合同价款5%的违约金。吴先生表示不能接受。经过西城消协工作人员调解，最终家装公司扣除吴先生部分违约金共计人民币1262元，双方表示满意。

【案例点评】

西城消协工作人员认为吴先生所提出的有些事项没有在该合同中载明，家装公司多项口头承诺没有以文字形式落实到合同中。吴先生也承认过多听信家装公司工作人员游说没有仔细阅读合同的全部内容便签下了这份合同，致使合同漏洞较多；家装公

司口头承诺不兑现、没有及时开工，拖延工期存在一定问题。通过上述案例西城消协提醒有家庭装修意愿的消费者注意：一、在装修之前要学习一些必要的家装知识，比如合同方面、装修材料方面、装修面积测量等等常识性知识。总之家庭装修对于一般消费者来说是一项大工程，须做好各项准备工作，切勿急于动工。二、在选择家装公司时要选择有资质、信誉好的家装公司。不要选择“路边游击队”，一旦出现争议投诉有门。三、在签订家装合同时采用《北京市家庭居室装饰装修工程施工合同》示范文本。要逐项逐条商讨合同的内容越细越好，如有补充事项需在合同中明确。切勿听信口头承诺。

（西城消协）

婴幼儿奶粉投诉 保存好证据是关键

【案情介绍】

2012年8月7日，消费者梁宝林在北京某儿童用品商城购买惠氏S-26 爱儿乐婴幼儿奶粉一桶（400克，适合0-12岁婴儿），次日开罐给孩子食用，到8月11日发现孩子开始有呕吐腹泻情况。消费者在奶粉开罐时就发现和以前购买奶粉不同，但无法明确判断是否存在质量问题。在孩子发病的第二天，消费者仔细检查奶粉，发现和以前的相比颜色发灰并存在结块

现象，味道闻起来腥臭刺鼻。消费者的孩子从出生时就开始吃这个牌子奶粉，外加一些白开水，没有发生过这种症状，直到问题发生时孩子也不足一个月，仍然依靠奶粉为主，没有添加其他辅食。消费者认为是奶粉的问题导致孩子生病的，于是找到经营者要求解决。经营者要求消费者提供奶粉的质量检测报告和婴儿的相关医学诊断证明。消费者拒绝，经营者以此为由不认可奶粉存在质量问题，不接



受消费者提出的任何要求。

【调解结果】

经过调解，该儿童用品商城补偿消费者2000元整。

【案例点评】

奶粉质量问题造成婴幼儿疾病投诉是一件涉及食品问题的比较典型的投诉。消费者作为投诉方，按照《民事诉讼法》第64条：“当事人对自己提出的主张，有责任提供证据。”可是消费者作为弱势群体，很难做到收集完全所有证据，很难得到经营者的认可。

这件奶粉投诉中，消费者需要

的证据第一是票据，值得庆幸的是消费者索要了发票，而且很好的保存了发票，这项证据确凿。第二需要证明孩子生病是吃这个牌子的奶粉造成，需要直接的因果关系证明，正规的应该出具“国家指定的医院的检验检测报告”。消费者提出，婴儿以奶粉为主，除少量白开水外，没有添加其他辅助食品，在这里我们经过咨询相关医生及营养专家，确认消费者的孩子当时才15天左右，没有添加其他辅助食品的可能，故认为奶粉造成了婴儿疾病，经过解释也得到了经营者的认可。第三需要证明奶粉质量问题，正

规的应该是“国家认可的检验检测部门”的报告，因为奶粉已经打开所以无法进行检验检测，但是我们在消费者的投诉书中看到，奶粉的性状气味已经改变，据我们掌握的食品安全常识，性状气味应属于食品感官指标，而感官指标是食品卫生指标中的十分重要的一项。所以我们认为这个质量问题能够直接判断，毋须检验检测。这在我们的调解过程中给予说明，经营者也不再辩驳。合理合法的证据是消费者成功维护其合法权益的关键之一。

（平谷消协）

预存话费送手机 售后同样要“三包”

【案情介绍】

2012年8月12日，消费者李先生在某通信公司办理预存话费送手机业务，存入1600元后获送一部酷派手机。8月15日，手机无法正常使用。经检测证实手机存在质量问题。李先生随后要求工作人员更换一部新手机，但该公司答复不能更换只能维修。

【调解结果】

李先生来到顺义区消费者协会，消协工作人员接到李先生的投诉后与该公司客服联系，根据相关规定进行调解，最终由该公司协调代理商为消费者更换了同款手机。

【案例点评】

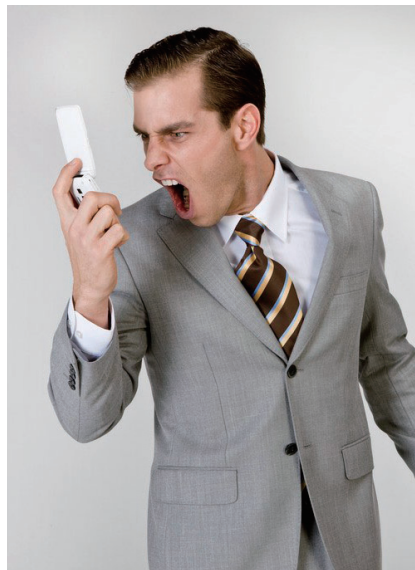
近年来，“交话费赠手机”成为一些商家竞相推出了吸引客户的新手段。由于某些商家在所赠手机出现问题不完全执行三包规定，给消费者带来不必要的麻烦。

本案例中，在消费者证实了手机有质量问题的情况下，经营者拒绝更换商品，不仅违反了《合同法》第六十条规定“当事人应当按照约定全面履行自己的义务”，也同时违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》第十六条的规定“经营者向消费者提供商品或者服务，应当按照《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规的规定履行义务。”以及第二十三条的规定“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”。

近年来，伴随着通讯事业的发展，通讯商免费提供手机的情况越来越多，而售后却经常出现问题，屡屡出现几不管的情况。消协提醒消费

者，获赠的手机也应该要求包装证件齐全，并索要发票，一定要保存好相关包装物品，不可图方便，拿了手机开通走人，为将来的维权带来麻烦。

（顺义消协）



消协“多伸一把手” 和谐消费进大步



“老韩”真名叫韩卫林，1998年调入消协以来，始终工作在消费维权第一线，先后接待来访、咨询5000多人次，经手调解处理各类消费纠纷1000多件，为消费者挽回经济损失2000多万元。

《老韩说法》栏目将深度剖析一些热点、疑难典型案例背后的因果关系，用案例更好地宣传《消法》，帮助消费者提高自我保护能力。

同时欢迎投稿

栏目邮箱: bxjz315@126.com

【案情简介一】

近日，消费者李女士因患有严重肾病，且多方治疗效果甚微，后经朋友建议可通过瑜伽提高体质，于是消费3000元（60次）到某瑜伽店参加健身活动。但由于其健身强度及时间安排（10时-14时）原因，消费者参加健身活动后深感身体虚弱、体力不支，无法承受。消费者在承认是自身原因情况下，要求终止协议、退还余额，遭到店方拒绝。故消费者请求消协给予帮助。

消协针对这起原本属于不予受理范围的案例，但考虑到消费者的实际困难，采取了积极与店方进行情理沟通方式，最终得到店方谅解，给予消费者扣除100元已消费款项，实际退款2900元的结果。消费者表示非常满意。

【案情简介二】

消费者王某于2012年3月与北京金吉列出国留学咨询服务有限公司（以下简称金吉列公司）签订《出国留学咨询服务协议书》一份，现场交费叁万元整。之后，王某因身体出现疾病，无法出国留学，消费者在承认是自身原因情况下，故提出单方解除协议，申请退费。金吉列公司答复：最多可退费壹万元整。消费者因经济困难等原因，心理不平衡，故向消协请求帮助。

消费者的请求属于消协不予受理范围，但结合实际情况消协同样采取了与金吉列公司积极情理沟通方式，得到谅解，给予消费者退费二万六千元。消费者表示非常满意。

【老韩说法】

结合以上两个案例，虽然事由各异，但性质相同。即都属于消费者单方违约，经营者无责的情况下，消费者不属投诉，只是向消协寻求帮助。而消协仍然抱以积极态度，采取行动，促成双方和解，圆满解决问题。在此，特就处理以上案例工作方针的指导思想说明如下：

一、消费者在日常消费中，由于考虑问题不全面，不理性，有时会出现不客观，甚至盲目性消费现象，导致自身权益受到损害。因此消协要加大宣传科学理性消费意识，努力避免损害权益现象的发生。

二、当出现消费者无意识违约并明确认识情况下向消协寻求帮助时，消协不应袖手旁观，而应发扬“多伸一把手”精神，采取积极变通、情理交融的工作方法，给予消费者提供力所能及的帮助，积极化解矛盾，正是以人为本，为和谐社会多做贡献的具体行动。

分时度假投诉屡屡不断 国家急需出台强制法规

【案情简介一】

2012年4月6日，退休老教师傅先生夫妇在家中接到天伦度假公司（从事经营十年以上历史）电话“邀请参加公司提供的三天两晚郊区度假村免费体检，请于次日到公司领取免费体检票”。可是一到公司领票，工作人员却说要先参加一个90分钟的活动才发票。而活动却是一对一专人推销出国旅游的分时度假产品。傅先生夫妇在被长时间洗脑心理作用与疲劳战术的“忽悠”作用下，根本没有经过慎重考虑，就与该公司签订了总额四万零八百元的所谓“优惠”分时度假《承购合同》，随后该公司派人陪同至家中取走现金。傅先生夫妇当天经过反复考虑后，认为该公司缺乏诚信，“忽悠”销售，并于第二天要求退款，遭到该公司拒绝，因此只好向消协投诉。

朝阳区消协受理投诉后，高度重视，及时约见经营者，经查事由与消费者陈述基本相符。消协明确表态：经营者缺乏诚信，误导消费，侵犯了消费者合法权益，依据相关规定，应予全额退款。经营者表示尊重消协调解意见，当即与消费者签订全额退款（90日之内）协议。然而，当消费者如期办理退款手续时却遭到经营者毁约拒退结果。消协质问经营者得到的答复是：1、无法与高层领导取得联系。2、实质问题是由于资金链断裂，导致无法兑现承诺。最终，消协支持消费者采取诉讼方式维护自身合法权益。

【老韩说法】

分时度假，经营行为缺乏诚信，如出一辙，多年多次、多种形式，深入评析，无需重叙。

针对本案，结合我国近十二年来“分时度假”经营行为不规范、不诚信，恶性循环，严重影响了和谐消费环境，特此着重强调以下三点：

一、分时度假公司经营行为都是从一开始就采取虚假宣传，诱导消费者参与活动，随后又误导“忽悠”销售产品。根据《消法》第十九条：“经营者应当向消费者提供有关商品或者服务的真实信息，不得作引人误解和虚假宣传……”之规定，应予全额退款。

二、“分时度假”整体行业经营状况，经营利润不透明，所谓“优惠”完全是文字游戏，根本不存在，侵犯消费者的知情权，应予全额退款。

三、由于我国多年来针对“分时度假”等预付费经营行为的政策、法规及相关行业规范滞后，导致经营混乱，侵犯消费者合法权益的事件不断出现。因此，必须尽快出台针对“分时度假”等预付费类经营行为的相关法律法规及行业规范。2011年下半年市工商局发布了关于《北京市消费类预付费服务交易合同行为指引》（试行），其中第十条明确规定“消费者在交付预付费用后7日内，尚未使用预付费用接受服务的，有权无条件解除合同；经营者应当一次性返还全部预付费用。消费者在交付预付费用后7日内接受经营者提供的免费体验或试用服务的，不影响消费者行使无条件解约权。”后，对预付费类经营市场起到了一定的规范作用，但由于其试行性，因此还存在着不彻底性，少数不诚信的经营者提出：仅属参照，不是法规。因此，应将市工商局《北京市消费类预付费服务交易合同行为指引》中第十条，（即“冷静期”）做为强制规定加以执行，以确保消费者的合法权益得到保障。



消费者在交付预付费用后7日内，尚未使用预付费用接受服务的，有权无条件解除合同；经营者应当一次性返还全部预付费用。消费者在交付预付费用后7日内接受经营者提供的免费体验或试用服务的，不影响消费者行使无条件解约权



侵犯消费者权益热点案件评析



本栏目由北京市律师协会消费者权益保护专业委员会协办



本期主持:李伟民律师,北京市伟博律师事务所主任、北京市律师协会消费者权益法律专业委员会秘书长。国内十余家媒体点评律师、公益维权律师,著名维权案例:“海南航空违法取消航班案”。

案件回放

案件一:

自2007年10月起,北京市王先生开始在花旗银行开户存款并理财。2011年10月,王先生为了办理贷款和签证,要打印账户明细单做财产证明。于是,他到花旗银行亚运村营业厅要求打印开户以来四年时间里的账单。没想到,工作人员表示对账单打印费要4700元。由于银行打印的对账单更有证明效力,王先生为了取得账单,只好在讨价还价后交了4200元。王先生算了一笔账,四年对账单一共打印了96张A4纸,平均计算折合每张纸差不多44元。

按照花旗银行的收费标准,补制12个月前的纸质对账单每份100元。不过,在收费表中,没有明确写明这里

的“每份”是指一个月、一年还是打印一次的价格。经过与花旗银行方面核实确认,一份即一个月的账单,打印47个月的账单就是4700元。

王先生认为,这样含糊其辞的说法不能作为收费依据,并且在其开户时根本不知道有这么贵的对账单打印费,储蓄合同里也没有写明。花旗银行工作人员则表示,储户开户时,合同中都会列明收费标准,收费项目也会在营业厅显著位置明示。对于收费的依据,花旗银行工作人员肯定地说,该行的收费项目已经按照国家相关规定向银监会报备获批,服务收费标准符合监管部门的要求和规定。

王先生认为,自己和银行是储户关系,银行有义务提供账单,并不

能依此收费。银行的收费行为完全是“霸王条款”,没有合理的收费依据,自己的利益受损。据此,王先生一纸诉状将花旗银行告上了法庭。

案件二:

据《东方早报》报道,“北京7.21暴雨”事件引发了出租车加价是否合理的争论。2012年7月21日,北京遭遇特大暴雨,有乘客因大雨滞留机场,部分出租车借机涨价,平日100元的车程,司机雨中叫价400元。关于出租车司机暴雨中涨价是否正当,有观点认为,这符合市场规律,是根据供求关系做出的;更多的人认为,暴雨中的出租车市场并不是一个真正的自由市场,乘客没有自由选择的权利。

据华龙网-重庆商报报道,2012年4月6日22时许,出租车司机罗某在重庆九龙坡区杨家坪西郊路骑龙火锅店门前等红绿灯时,因拒载被梁某打伤,车顶灯也被对方损坏。罗某将梁某告到大渡口区人民法院索赔,法院审理认为因罗某拒载本身存在过错,所以自己也被判担责20%。

2012年黄金周期间,北京也发生了出租车涨价、拒载的情况。10月5日,北京市交通委表示,10月6日、7日是黄金周返程高峰日,市交通执法总队将重点检查出租车拒载、议价、多收费等恶性违章行为。

案件三:

据经济参考报报道,2012年中秋、国庆双节前有关部门曾陆续公布多家景区门票价格下降名单,但现实情况是,热门景区不但降价不给力,反而出现黄

金周习惯性的“报复性涨价”现象,景区周边酒店价格更是疯涨的离谱。一线景区门票涨价趋势明显,如实行一票制的井冈山景区日前宣布涨价,门票由原130元/人次调整为160元/人次。

据中广网10月3日报道称,2012年10月2日,由于游客数量激增,超过华山缆车运送能力,造成大量游客一度滞留山顶,甚至出现“游客互殴”的恶性事件。

据搜狐网报道,黄金周期间酒店价格暴涨,以2012年十一黄金周热门旅游地厦门鼓浪屿上的酒店为例,吴家园宾馆的标准双床房平日价格是340元/间夜,进入了黄金周,其价格就上涨到440元/间夜,上涨近30%。颇受追捧的丽江,当地的四福雅舍精品客栈平日的特价房型280元/间夜,黄金周期间则涨至480元/间夜,上涨幅度高达70%。



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。消费者有权要求经营者提供商品或接受的服务费用情况

律师点评

案件一评析:

花旗银行的巨额收费行为侵害了王先生作为消费者享有的知情权及公平交易权,加重了消费者应承担的义务。

(一)花旗银行的巨额收费行为侵犯了消费者的知情权

《消费者权益保护法》第8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。消费者有权要求经营者提供商品或接受的服务费用情况。具体到上述案件,即银行应当将定价的标准、定价的依据等明确告知储户,银行应当充分保障储户的知情权。本案中,花旗银行只是在收费表中表明对账单每份100元,没有明确写明

这里的“每份”是指一个月、一年还是打印一次的价格。这种模糊不清的表示很容易使消费者陷入误区,做出错误选择。

本案中,虽然花旗银行工作人员表示收费项目已经向中国银行业监督管理委员会报备获批,但实际上只是进行了备案,仍属于自行定价。我国现在由商业银行自行定价的行为,导致现在商业银行的一些收费项目以及收费标准确实是比较高、比较乱。银行收费管理的混乱不能充分保障消费者的知情权,并且加重了消费者应承担的义务,《商业银行服务价格管理办法》急需出炉。

(二)花旗银行的巨额收费行为侵犯了消费者的公平交易权



《消费者权益保护法》第10条规定，消费者享有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。我国商业银行的主营业务是提供存款和贷款，打印账单只是后续的服务。储户在银行存款理财就享有知晓账单明细的权利，为储户打印账单本为银行的义务，不应再收取费用，或者说是只应当收取成本费用。而本案中，储户王先生打印账单共96张A4纸，平均计算折合每张纸差不多44元，这种收费价格远远超出了银行提供打印服务及纸张的成本价。花旗银行将其打印账单这种后续服务作为营利的手段，明显是对储户不公，侵害了消费者享有的公平交易权利。

随着社会的发展进步，法律不断健全，我国消费者的维权意识也应有所加强。广大消费者应当勇于拿起法律武器捍卫自己的权益。正如我在一期节目中“银行2毛9分钱的赔偿”案件的点评，“2毛9分钱”的标的额是很小，但是我们却应该鼓励大家对小额的诉讼甚至是没有标的额的诉讼。这不仅是消费者维权意识的体现，更是推动我国法律制度健全的

一个方法。

案件二评析：

一、出租车不得随意涨价

关于出租车不得随意涨价的问题，笔者在自己的博客中曾做出过评论，出租车随意涨价违反了我国《价格法》、《消费者权益保护法》的相关规定，严重侵害了消费者的公平交易权。理由如下：

（一）出租车随意涨价违反了《价格法》

出租车是公共旅客运输的重要方式，公共旅客运输属于公用事业的一部分。根据《价格法》第18条规定，下列商品和服务价格，政府在必要时可以实行政府指导价或者政府定价，其中第4项为重要的公用事业价格，出租汽车作为公共事业的重要形式，应当根据国家的指导价或定价进行运作，当前各地区的出租车实行的都是统一管理，明码标价。

（二）出租车市场不适用市场经济的“随行就市”原则

政府有关部门一直积极打击“黑车”，保障出租车行业的正常运行，也就是说，出租车市场不是自由竞争的市场，在社会中承担着重要的公共职能。那么，出租车不能根据短期内需求的变化来调整出租车价格，暴雨、暴雪、节假日等因素造成的需求变化不能成为出租车擅自涨价的借口。

（三）出租车随意涨价侵犯了消费者的公平交易权

《消费者权益保护法》第10条规定，消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件。在上述事件中，出租车趁暴雨时机，将平日100元的车程，叫价到400元，这种随意涨价的行为导致乘客支付的乘车费用与出租车提供的服务完全不对等，侵害了消费者的公平交易权。

因此，出租车随意涨价的行为不仅违反了统一管理、明码标价的规定，还导致消费者的公平交易权不能得到有效保障。

二、出租车不得拒载

出租车拒载也是近年来讨论较多的问题，事件一中的出租车司机罗某本身受到了伤害，却还要承担20%的责任，依据在哪里？

（一）出租车拒载违反了强制缔约义务

由于出租车的公用事业性质，法律赋予其强制缔约义务，《合同法》第289条规定，从事公共运输的承运人不得拒绝旅客、托运人通常、合理的运输要求。《出租汽车驾驶员从业资

格管理规定》（中华人民共和国交通运输部令2011年第13号）规定，出租汽车驾驶员拒载、议价、途中甩客或者故意绕道行驶的，应当处以罚款。因此，出租车拒载违反了法律规定的强制缔约义务。

（二）出租车拒载侵犯了消费者的自由选择权

《消费者权益保护法》第9条规定，消费者具有选择商品或服务的权利。由于出租车的经营不是市场化的，消费者在选择搭乘出租车时，出租车就有运载的义务。出租车拒载，导致消费者的自主选择权无法行使。因此，出租车司机拒载完全是违法的，并不仅仅是道德问题，应当承担法律责任。

案件三评析：

（一）景区门票随意涨价侵犯了消费者的知情权

2007年国家发改委曾下发景区门票价格管理相关办法，要求景区门票价格在调价前2个月向社会公布，每次涨幅上限为15%~35%。《消费者权益保护法》第8条也规定，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。但当前情况下，很多景区随意涨价，消费者无法提前获知景区涨价的情况，到达景区之后，才得知票价上涨，严重侵犯了消费者的知情权。

（二）景区不限制游客数量侵犯了消费者的安全保障权

消费者进入景区之后，享有安全保障权。《消费者权益保护法》第7条

规定，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。景区对消费者有安全保障义务，《消费者权益保护法》第18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。景区毫无限制地允许超过接待能力的游客进入景区，违反了安全保障义务，同时对游客的人身安全造成严重威胁，今年的黄金周华山景区甚至出现了游客滞留及游客被打的恶性事件，严重侵犯了消费者的安全保障权。

关于景区人满为患的情况，应如何解决？有一点可以明确，利用公共资源开放的景区负有强制缔约的义务，不得拒绝与消费者缔约，这是消费者自主选择权的要求。即便如此，景区出于消费者安全及公共利益的考虑，一段时间内不再出售景区门票，不属于侵犯消费者的自主选择权及公平交易权。人身安全的法益要高于强制缔约，景区出于保护消费者人身安全的考虑及安全保障义务的要求，可以拒绝消费者进入景区。虽然有消费者提出“我们好不容易来一趟，还不让进去”的抱怨，但是，景区不能置消费者的安全于不顾，随意放行。

（三）酒店及相关旅游服务提供者“报复性涨价”违反《价格法》，侵犯消费者公平交易权

《价格法》14条第7款规定经营者不得违反法律、法规牟取暴利。酒店、饭店在黄金周涨价，不仅违反《价格法》14条规定，同时侵犯了消费者的公平交易权。根据公平交易权的解释，消费者有权接受价格合理的公平交易条件，而消费者在黄金周旅游的过程中，由于景区周围酒店、饭店及一些用品店大规模大幅度涨价的

问题，消费者只能被动接受，无法选择，也无力与经营者协商价格合理的交易条件。

律师建议

消费者在遇到类似情况时，要注意以下几点：

第一，积极行使知情权。消费者有权要求商家出示产品说明文件、原产地证明、检测证明、报关证明、出关证明、价格构成等相关资料。消费者在搭乘出租车、到景区游玩、到饭店用餐或是入住酒店时，有权要求服务提供者说明收费价格的构成。

第二，保留有效证据。消费者应当树立权利意识，在搭乘出租车、景区游玩或是到饭店吃饭、入住酒店时，要积极主动索要并保留购货凭证、付款凭证、发票等有效凭证。纠纷发生之初，要积极收集证据，包括聊天记录、录音、发票、购物凭证、第三方出具的证明等证据。

第三，积极维权。当消费者和服务提供者发生纠纷、合法权益被侵犯时，消费者要积极维权。消费者可以向消费者权益保障机构、工商管理部门、旅游管理服务部门、公安机关、税务机关等政府机构选择投诉。必要时保留证据，申请仲裁或是向人民法院提起诉讼，通过法律手段来维护自身权益。

第四，国家相关部门应推动服务提供者改善服务。如果同一行业类似事件高发，国家相关部门就应关注这个行业，制定规范要求来督促行业发展，这对消费者也将起到保护作用。

第五，我国有相关的行业自律机构，加强行业自律，同时呼吁制定行业规范的标准合同文本，指导意见并及时发布，减少类似事件的发生。

老年人大中型超市购物便利情况调查

当前，我国人口已经快速进入老年化社会，随着人民生活的进步和老年人保障体系的逐步完善，老年人对消费的需求从数量上到品质上多有较大的增长，老年人已经成为重要的消费群体。在大中型超市是北京人重要的消费场所，也是老年人的主要的购物渠道，如何完善大中型超市内的购物环境，为老年人提供更多的便利，以提升老年人的消费品质。近日，海淀区消费者协会对辖区内的老年人开展了调查，现就调查情况进行汇报。

调查基本情况

本次调查采取问卷方式，一部分在海淀区各社区居委会发放，一部分在消费者协会组织的活动中发放，如社区消费课堂、嘉年华活动中等，还有一部分在超市内进行发放，受访对象为退休的老年人，共收到问卷1252份，其中有效问卷998份，无效问卷254份因年龄未达到50岁以上，或者因空项较多被剔除。有效问卷中男性为354名，占35.47%，女性为644人，占64.53%。

调查对象年龄结构		
年龄	人数	百分比
50—60岁	396	39.68%
60—70岁	415	41.58%
70—80岁	184	18.44%
80岁以上	3	0.30%
合计	998	100.00%

本调查中大中型超市是指营业面积在3000平米以上的超市，如家乐福、沃尔玛、城乡仓储、超市发、物美等

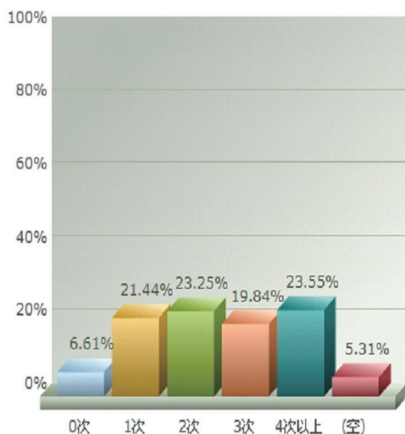
调查情况统计

本次调查问卷主要调查老年人的购物习惯，维权需求，以及购物便利需求。

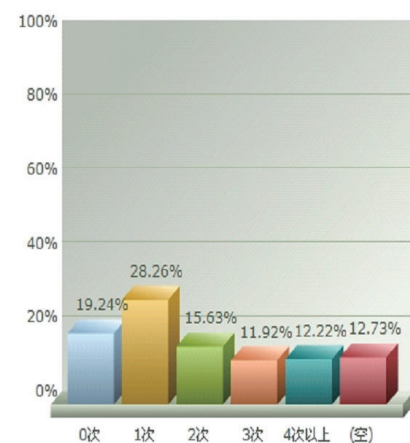
（一）很多老人有每周固定去大中型超市的购物习惯。

调查显示，老年人由于时间充裕，有经济能力，购买力很强，经常会去早市、便利店、大中型超市购物，去经济实惠的早市购物次数会多一些，但是每周固定去超市1-2次的较多，图三显示，93%以上的老人，每周都会去大中型超市购物。

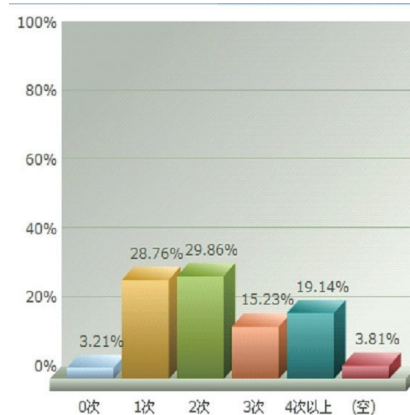
图一：老年人每周在市场上购物的次数



图二：老年人每周在便利店购物的次数



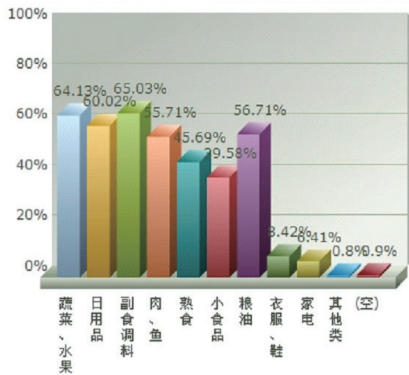
图三：老年人每周在大中型超市购物的次数



从调查中统计，老年人在每周在市场内和便利店内的消费一般为100-200元居多，而在每周大中型超市内消费200-300元的居多，30%的老人每周在超市内消费达400元以上

上，均比在市场内和便利店内消费金额要大。其中与儿女一起居住的女性消费者是消费金额较大的群体。

图四：老年人在超市内购买的物品

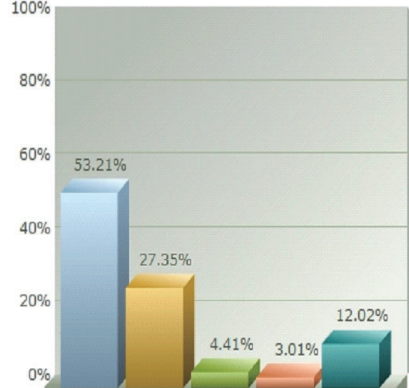


上图显示，老年人在超市内购买涵盖了生活的各个部分，其中食品和日用品较多，本图中的其他类，受访者表述为烟、书籍、玩具、鲜花等。

（二）老年人被侵权情况较突出

本次调查内容不仅是超市内的购物情况，也对老年人在日常各种消费场所中的被侵权情况进行了调查，受访者中34.77%的消费者明确表示受过骗，其中3.01%的被骗过4次以上，12.02%的老人不置可否。

图五：老年人在消费时受骗次数



从调查情况看，女性被骗情况要

多于男性，很多老人受骗金额较大，有的一次被骗就达500元以上。

图六：不同性别受骗金额情况

X\Y	100元以下	100—500元	500—1000元	1000—3000元	3000—8000元	8000元以上
男	20.99%	11.95%	2.92%	0.87%	0.87%	0.29%
女	20.22%	12.64%	5.37%	2.37%	0.79%	0.16%

本次调查，就哪种消费容易受骗，受访老年人的答案中显示消费最容易被骗的消费依次为：保健品、预付费消费、电信诈骗、上门推销的产品、家电维修、旅游定点商店的商品、特价促销的商品，马路边推销的商品、鞋、网购；有的受访者的答案表述为一些经营手段，如促销的金银饰品，以赠品出现加价推销的商品；有的受访者的答案是从消费者角度出发，如：贪小便宜的、爱冲动的。与超市相关的答案有：个别受访者指出在超市内价签不符；熟食过期；包装好的散装食品质量和重量上不符；分包装的食品有过期后再次包装的情况；水果表面好下面不好；海报宣传与实际情况不符等。另外还有的老年人反应冰冻食品中冰太多。受访者反应的问题基本上与我们日常受理的投诉一致。

对于在超市内发生纠纷的解决，92%以上的老年人认为是满意的，说明目前超市内消费纠纷处理得较好，在超市内购物很受老年人信赖。

（三）老年人渴望在超市购物中获得更多便利

本次调查中，就老年人在超市中购物中的便利需求，老人们提出了许多建议。

从服务方面：1、增加服务员引导，有问题可以及时获得解答；2、在电梯上下口有人员辅助；3、缴费时较重的物品帮助装袋；4、安排耐心的服务员为老年人收银；5、送货

上门服务，

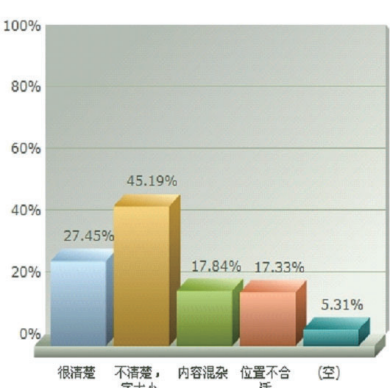
从设施方面：1、设老年人优先窗口；2、超市的农超商品对接进社区；3、卫生间增加座厕；4、卫生间内设扶手和卫生纸；5、增加饮水服务；6、设班车接送；7、班车站设座位；8、超市内有急救包；9、设商品整理桌；10、防止道路湿滑等意见。

其他类意见：1、价签不清；2、商品码放太密集；3、厕所较脏；4、空调过热或过冷；5、导购叫卖声音过吵；6、加强食品安全管理7、建议降价商品写清原价是多少，现价是多少等。

就老年人提出较集中的问题，本次进行了专题调查。

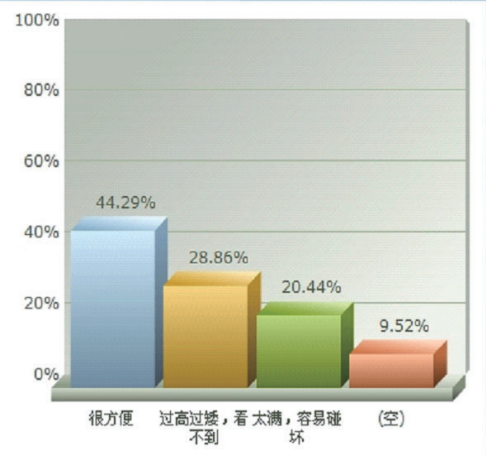
1、价签不够清晰。对价签清晰度表示不满的老年人占70%，年纪越大的老人，对价签的意见较多，主要是字太小，看不清楚，以及内容混杂，不够清晰等。

图七：超市内价签清晰情况统计



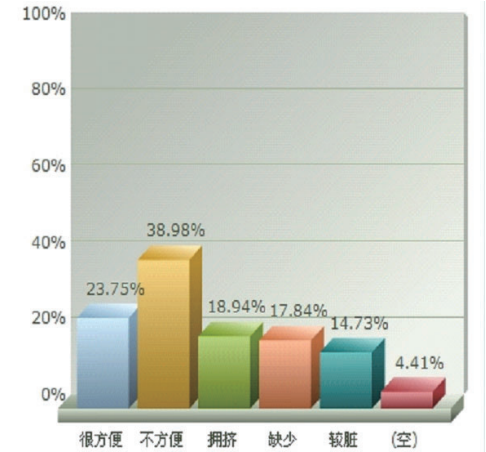
2、商品码放不够便利。只有44.29%的老人认为商品码放方便，很多老人认为商品码放过高过矮看不到，或者码放太慢容易碰坏。

图八：商品码放满意度统计



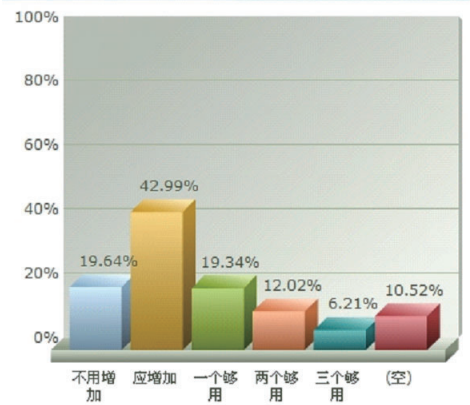
3、卫生间不尽人意。约70%以上的老人认为卫生间不方便，主要表现为拥挤，肮脏。

图九：卫生间满意度统计



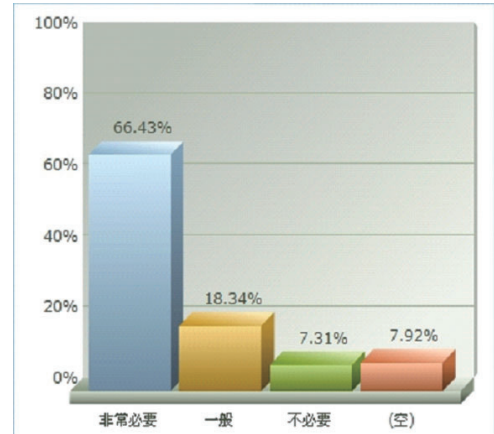
本次调查还就是否增加座厕进行了统计，大多数老人认为应该增加座厕，而且年龄越大的女性愿望越强烈。同时很多老人表示可以不增用加座厕，但要在老年厕位上增加扶手。

图十：是否增加座厕情况统计



4、希望设立老年人优先窗口。老年人身体不便，如等候时间较长会支持不住，而且动作迟缓，容易影响其他顾客，希望设专门的优先窗口，由一些责任心强，热情，耐心的收银员进行服务，一些老年人还提出可以将老年证作为优先凭证，享受老年人优先窗口，当然为了购物快捷，其他窗口也可供老年人排队使用。

图十一：老年人优先窗口需求统计



中华民族崇尚敬老和孝道，老年人群作为一个特殊群体，其消费需求应当得到高度重视，其消费的权利应当得到满足。希望社会各界高度重视老年人的消费需求，改进服务，提供便利，满足和扶持老年人的消费意愿，提高老年人的消费幸福感。（海淀区消协秘书长吕凤梅）



汽车空调真致癌吗？

致癌说系误传，但内饰释放甲醛需重视

近日，一则“汽车空调致癌说”的微博在各大网站、论坛广泛流传，微博称汽车内的材料会释放出苯，而进入车内立即开空调会加速苯含量升高。炎炎夏日刚过去，司机们体内是否累积了毒素？天气渐凉，以后开空调暖风是否会加剧“致癌”过程呢？这些说法到底是有据可查，还是捕风捉影？《生命时报》记者就此进行了采访。

微博热议汽车空调致癌

近日，网友“无敌玲子”发布了一条名为《汽车的空调致癌——必读》的微博，内容为：“根据研究，汽车的仪表盘、沙发、空气过滤器会释放苯（闻一闻你车里高温下的塑料味儿吧），这是一种致癌毒素。暴露其中会导致白血病，大大增加患癌的风险。除了致癌之外，苯还会侵蚀我们的骨骼，造成贫血和降低白血球数量，长期也可能导致流产。”微博中还称，“苯的可接受水平为每平方英尺50毫克。停在室内、窗户紧闭的车辆内可产生400—800毫克的苯。停在户外大太阳下、温度超过60华氏度（15.6℃），苯就上升至2000—4000毫克，超出允许量的40倍！车内的人将不可避免地吸入过量的毒素。在进入车内之前，建议先打开门窗让空



气对流。”

微博一出，立即引起广泛讨论，这一消息让很多开车族担忧不已。那么，事实果真如此吗？

业内专家辟谣称不可信

国家室内环境与室内环保产品质量监督检验中心主任宋广生介绍说，我国于今年3月开始实施《乘用车内空气质量评价指南》（以下简称《指南》），对车内空气中苯、甲苯、二甲苯和甲醛等8种醛酮类污染物进行严格控制。标准建议车内空气中苯污染限值为0.11毫克/立方米。在制定标准过程中，调查了36辆试验样车内苯的实测结果，其中满足0.11毫克/立方米限值的有24辆，合格率达66.7%。

宋广生告诉记者，苯是一种无色、有特殊芳香气味的液体，具有易挥发、易燃、蒸气有爆炸性等特点。人在短时间内吸入高浓度的苯类，可出现中枢神经系统麻醉作用，轻者有头晕、头痛、恶心、胸闷、乏力、意识模糊等症状，严重者可致昏迷，甚至呼吸衰竭而死亡。

如果高温暴晒后的汽车中确实有浓度够高的苯，致癌说便可能成立，那么，车中到底会有多少苯呢？

对此，中国测试技术研究院室内环境检测站的工作人员对两辆中档车进行了测试，一辆是刚使用4个月的新车，另一辆汽车已用了3年多。两车于2时30分开始被密闭半小时后，进行首次采样。随后车辆继续密闭，直到下午5点进行第二次采样检测。两次检测车内温度均在

36℃左右。然而，实验结果显示，在检测的6项指标中，苯、二甲苯、甲苯、乙苯、苯乙烯等5项全部符合《指南》中的标准。

不过，令人意外的是，两辆车内甲醛含量却超标了。按照标准规定，甲醛的限量值为0.10毫克/立方米，但检测中的新车密闭半小时后，车内甲醛含量就已达到0.18毫克/立方米，密闭1个半小时之后，车内甲醛含量达到了0.22毫克/立方米，是规定限量值的2倍多；那辆用了3年的汽车，密闭半小时后甲醛含量为0.12毫克/立方米，略微超标，1个半小时之后，则为0.14毫克/立方米，略有增加。

应先开窗通风再开空调

车内空气污染严重，尤其是新车，到底该如何避免呢？

挑选环保合格的产品是关键。宋广生表示，汽车及配饰生产过程中使用的油漆、胶粘剂、座椅和坐垫，以及燃料和润滑系统所使用的汽油、柴油和润滑油，汽车尾气等，都是车内苯污染的主要来源。因此，购买的新车一定要符合国家《乘用车内空气质量评价指南》标准，如果孕妇、老人、儿童需要乘车，可以进行必要的车内空气质量检测。

上车后要先开窗，别马上

开空调。宋广生表示，空调污染直接影响车内空气质量，长时间封闭的车内，空调的过滤器和管道系统中不但会积存大量化学性污染物，而且车内空调系统中的可吸入颗粒物和螨虫、霉菌等生物性污染问题也会增加，所以，上车后先开窗通风，空调开启3—5分钟以后再关闭车窗。另外需要注意的是，在长时间驾驶车辆的情况下，中途也应该打开车窗通风换气。

警惕污染车内环境的四大不良习惯。除汽车自身产生污染以外，车内驾乘人员的一些不良习惯也会影响车内环境，应尽量避免。车内开空调时不应吸烟，避免烟尘中大量的胺和烟碱附着在蒸发器表面，时间一长、阴雨天或空调长时间不用，蒸发器表面就会产生霉菌；车内空调尽量用外循环，内循环一般是在室外空气比较污浊的情况下使用，经常使用内循环，

车内外空气无法交换，导致汽车内的污浊空气存积在封闭的车内，损害人体健康；车内少用空气清新剂，短暂的清新治标不治本，化学物质还会污染空气；注意保持车内卫生，经常在车内睡觉、吃东西、打喷嚏、吸烟、脱鞋等，车内垃圾不及时清除，汽车后备箱存放大量的杂物等行为，都会影响车内环境。

(据《生命时报》)

奔驰车甲醛超标4倍多

专家提醒，越是豪车，越因密封性好、内饰豪华而污染严重

新车散发难闻臭味、进驾驶室要戴上口罩、车内就像一个“毒气室”……有谁能想到，这些情况发生在以高端、舒适著称的奔驰车身上。近日有媒体报道，全国多地数百位车主投诉奔驰某系列轿车有难闻气味，车内甲醛含量严重超标。

据报道，苏州车主袁先生于今年4月购买了一辆北京奔驰生产的C级轿车，但购买1个月后，车内仍有很大的刺激性气味，导致袁先生和家人出现头晕、呕吐、喉痛、全身无力等症状。最后检测发现，这辆车的车内空气中，甲醛含量高达0.404毫克/立方米，为国家颁布标准的4倍多，已经严重超标。《生命时报》记者调查发现，袁先生遇到的情况并非个案，在一些奔驰车友论坛和投诉平台上，至少有100名以上车主反映奔驰车异味强烈。而车友们自发建立的“奔驰C系车内异味维权”QQ群内，因同样问题而聚在一起商讨对策的车主已经

达到240多人，他们普遍反映，异味来自座椅皮革和地垫，天气越潮湿闷热，气味越大。不少车主表示“车里跟死老鼠发臭的味道一样，真是太难闻了”、“开过大概半小时之后，就会觉得刺眼、刺鼻，久了喉咙就开始痛”。

记者了解到，对于多名车主的投诉，奔驰方面目前已做出明确回应，称将尽快处理。但如此高档次的车，为何会出现车内空气质量不达标问题？记者就此采访了国家室内环境与室内环保产品质量监督检验中心主任宋广生。他表示，早在2002年，他们就注意到车内空气污染情况相当严重。2004年和2007年，中国室内装饰协会室内环境监测中心对北京地区1225辆新车检测发现，车内污染超标的高达93%。新车车内空气污染主要来源是车辆内饰，如座椅、仪表盘、地胶、密封条等，或来自车辆生产所需的稀释剂、胶水、油漆及涂料。越是

豪华车，车内空气质量越是堪忧。因为这些车车内密封好，有毒气体不易消散，而且好车内部采用的豪华装修越多，意味着产生车内空气污染的源头就越多。

除了豪华车，普通车内的空气质量也不容忽视。“车问网”近日发布一项检测报告显示，目前市场上有11款主流车型内饰中的多环芳烃含量都超标，其中包括奇瑞A3、长安铃木SX4、荣威350等。宋广生提醒，买车首先要避免车内豪华装饰，其次新车买后前6个月一定要所有窗子都打开，加强通风，如果气味还会导致眼睛不舒服、呼吸不畅、头晕等，就要尽快进行检测。北京某律师事务所一位不愿透露姓名的主任律师表示，一旦发现车内空气不达标，车主可以向经销商和厂家提出退换货、减价等要求，甚至向法院提出诉讼请求，安排相关专业机构进行鉴定。

(据《生命时报》)

国家建筑材料测试中心专家提醒 “零辐射”石材压根没有

装室内选A类 大理石辐射低 避免铺大面积

天气转凉，不少准备装修的人都开始忙着购买各类建材。大理石、花岗石、玉石、人造石英石等，因其天然纹理、圆润的质感，成为装修厨房台面、窗台、洗手盆、餐桌，甚至墙面、地面等地的最佳选择。然而，很多消费者一直心存困惑：网络上不断曝出石材辐射导致癌症、白血病的新闻，而建材商又高调宣扬石材零辐射。到底谁真谁假，消费者该如何选购？记者进行了一系列调查采访。

商家大打“零辐射”牌

9月15日，记者以普通消费者身份，来到北京红星美凯龙一家人造玉石店内，表示欲选购一款厨房台面，导购为记者推荐了一种无辐射石材，并宣称其“很环保，无甲醛，无辐射”。看到记者对其表示出怀疑时，她马上介绍说：“肯定一点儿辐射都没有，我们的产品都是有检测报告的，如果回去发现问题，可以回来找我们。”记者随即提出查看检测报告，该导购却以“检测报告都放在厂子里，店里没有”为由拒绝了，并一再表示：“我们的产品是人造玉石，没有辐射，只有天然石材才有辐



Focus

“由于检测可能存在误差，即使检测合格，也不能说石材是零辐射。”任何来自地层中的材料都具有放射性，天然石材也一样，只是有高低的区别。

射。”

随后，记者来到另一家天然石材店内，当询问石材辐射问题时，导购却避而不谈，转而说道：

“其实任何物体都有辐射，手机还有辐射呢。我们的产品都没问题。”当记者询问其产品辐射量为多少时，她却含糊其辞：

“零点几吧，反正肯定是合格的。”

通过网上搜索发现，不少商家主页、网上商城都打出“零辐射”的宣传语：零辐射纯天然超薄洞石、无辐射进口花岗岩、

欧洲生态石材……记者在走访中发现，这些石材的售价动辄上千元，不时有消费者进店询问。“厨房台面、洗手盆、窗台等都要用石材，结实、耐脏，不过确实很担心辐射的问题，也经常看到新闻里说辐射导致各种疾病，不知到底该怎么选购。”一名消费者无奈地说道。

所有石材都会有辐射

一边是石材商家“零辐射”的高调宣传，另一边却是消费者对石材辐射的极度恐慌：“放射性石材不仅会导致不孕，甚至引发癌症”，“石材的放射性引发白血病”等新闻经常见诸网络和媒体。

据媒体报道，2012年8月29日，一名12岁女童因白血病去世，其父亲回忆很可能因家里刚装修过。医生检查后表示，白血病的发生与环境中的放射性辐射有一定联系，天然石材若含有较多的放射性物质，可能导致白血病。2002年，黄先生与新婚妻子住进刚装修好的新房，几年后夫妻俩一直不孕。到医院检查后，黄先生才发现自己受到了过量的放射性辐射，导致精子成活率偏低。环保机构检测后发现，

新房的卫生间使用某种花岗石材料装修，里面的放射性辐射严重超标。

那么，家装用的石材辐射状况到底如何？

国家建筑材料测试中心陶瓷与石材检测部高级工程师胡云林告诉记者，检测合格的石材可以适当使用，“由于检测可能存在误差，即使检测合格，也不能说石材是零辐射。”任何来自地层中的材料都具有放射性，天然石材也一样，只是有高低的区别。天然石材的放射性对人体的危害有两种，一种是石材中放射性核素衰变放出X射线，对人体造成外照射，这种长期小剂量外照射会危害红骨髓、骨、甲状腺和乳腺等敏感器官，诱发癌症或白血病，但是发生概率非常低；另一种是释放出的氡对人体造成内照射，被列为19种致癌物质之一的氡可能诱发肺癌。

记者了解到，2001年我国颁布的《建筑材料放射性核素限量》国家标准，根据装修材料的放射性水平大小，

将产品划分为三类：A类装修材料的使用范围不受限制；B类装修材料不可用于I类民用建筑的内饰面，但可用于外饰面及其他一切建筑物的内、外饰面。C类装修材料则只可用于建筑物的外饰面及室外其他用途。

大理石辐射相对低

在生活中，提到辐射，大家都避之唯恐不及。手机有辐射，大家戴耳线打手机；电脑有辐射，要经常清洁屏幕，放几盆绿植。针对家装常用的石材，该如何选购，使用中又该注意哪些事项呢？

查验检测报告，选A类石材。消费者在选购产品时有权要求商家出示检测报告。如果选定了石材产品，而商家拒绝出示报告，则要警惕，不要听信“签了合同或送货上门时再出示报告”的承诺。如果商家称检测报告不在店里，可以约定时间，让其将复印件拿到店里，供消费者查看。

大理石辐射相对低。一般来讲，常见的天然石材中，大理石的放射性要低于花岗岩。因此，如果消费者对石材辐射问题比较介意，或者家中有老人、小孩、新婚夫妇或孕妇，可以选购辐射较低的大理石。

人造石材注意环保性。一般来讲，人造石材的放射性低于天然石材，当然也需要检测报告来证明。需要注意的是，由于人造石材在生产中会使用大量黏合剂，因此要警惕其中的甲醛等有害物质超标。此外，人造石材的耐污性、硬度也低于天然石材，需注意产品的性能。

家装尽量别大面积用石材。家庭装修中，除了考虑辐射问题，还要考虑楼板的承重能力，尽量不用大面积石材做地面装饰材料。要事先查看房屋的使用说明，了解楼板的整体承重能力。有些外凸的阳台，更要避免大量用石材铺地面，以免造成阳台变形或发生沉降。

（张莹莹）

装修几年后，甲醛未必少

释放高峰期3—5个月，挥发期可长达十几年

装修完新房，乔迁之喜让人欢愉。不过，随之而来的甲醛问题却让不少家庭头疼。多数家庭认为随着时间推移，甲醛释放量会越来越少。从理论上讲，家具或各类家装材料在打开包装3—5个月内，甲醛释放量会达到高峰期，半年后就会进入缓慢、少量的释放状态。但是，甲醛释放周期长，影响其释放的因素也很多，因此，在实际生活环境中，“时间越长，甲醛量越少”的说法并不一定成立。曾有检测案例表明，房子装修1年后，室内甲醛含量反而比半年前

更高。

影响甲醛释放量的因素很多，其中影响最大的便是温度。温度越高，挥发速度和挥发量越大，这是所有化学物质的共性，甲醛也不例外。有研究显示，室温每上升10℃，室内空气中甲醛浓度就会上升3倍。当室温超过20℃时，家具和各类装修材料中的甲醛就会处于活跃状态，极易挥发，如果室温持续上升，甲醛的释放量也会随之成倍增长。这也是夏季人们容易感到室内有刺激性气味的原因。不过，随着天气转凉，人

们逐渐减少开窗通风时间，空气不流通也会造成室内大量积聚甲醛；冬季供暖后，室内温度的升高又会加速甲醛的释放，易造成室内甲醛含量超标。

家具使用频率也影响甲醛挥发。开启柜门、抽屉的次数越多，甲醛的释放量也会越多。目前，大多数板式家具都采用贴面和油漆等表面覆盖的方式封闭板材、防止甲醛外泄，但家具内部的螺钉孔、开槽等处不能被完全封闭，不可避免地释放出少量甲醛。家具表面如果有破损和裂纹，也会造成甲醛外泄、释

放量增加。	料中的甲醛充分释放。4小时后把所有门窗打开，通风2—3小时。每周如此做一次，可有效减少室内甲醛。对于未入住新房的业主，最好在装修完成后通风半年以上再入住。如果不放心的话，	可以请专业的检测单位进行室内空气检测。尤其是新婚夫妇，或者有孕妇、儿童、老人的家庭，更需格外留意。（山西萝兰家净室内环境科学研究院院长程铁柱）
-------	---	---

教你辨别问题瓷砖

看裂纹是否规则，黏合剂是否空心，3米外是否有色差

玲珑剔透、耐脏耐磨的瓷砖，已成为家庭装修必选的建材。然而，不少人在使用中会遇到空鼓、脱落、开裂、色差等问题。近日，上海一名消费者购买了诺贝尔瓷砖，铺贴后发现严重色差和平整度问题，然而售后与卖场对责任界定却各执一词。实际上，瓷砖出问题不仅是质量问题，也可能是铺贴、使用不当造成的。本期我们将为您解析，揪出根源。

规则裂纹多因墙体变形引起。在轻体墙或内保温墙上贴瓷砖，处理不当都可能引起墙体变形，导致瓷砖空鼓、开裂、脱落。由墙体变形导致的瓷砖开裂，会呈现横向、竖向或斜向的有规则的裂纹。在贴墙砖之前，应先检测墙体牢固度，并加一层钢丝网，提升墙体的强度和承重能力。

地砖开裂可能是产品质量问题。由于地砖在使用中承重较大，经常被磕碰，如果产品硬度不够，可能开裂，多表现为不规则裂纹、个别地砖有裂



纹或承重处有裂纹。瓷砖的硬度与密度成正比，选购时查看瓷砖背面，颗粒越细腻，密度越高，硬度越高；往瓷砖背面洒水，如果水不下渗而向下流则说明瓷砖密度大，硬度高，若水下渗，则瓷砖密度较小，硬度较低。

验货时3米以外看不出色差便合格。东鹏陶瓷零售直营部经理刘志雁告诉记者，一般来讲，瓷砖只要是同一炉烧出来的一般不会有色差，不同炉的多数会有色差。正规的大厂家一炉可生产2万平方米瓷砖，而一些不规范的小厂家则无法规模生产，销售时很可能要销售异炉产品，容易产生色差问题。消费者验货时，可以随机从不同包装中抽取几片瓷砖做对比，如果在3米以外看不出色差，产品便合格。另外，在选购时先问清厂家的存货是否充足，购买时还要留出富余，避免因补货产生色差。尤其要注意送货的产品是否带封条，如果没有封条，可能是退货的产品，很可能与其他产品有色差。

验收时仔细查验瓷砖平整度，铺贴工艺不当也会影响平整度。刘志雁表示，高温烧制后，瓷砖多数会由于冷却而经历一定的自然变形周期。合格的厂家会计算并设定好瓷砖自然变形的尺度，使刚烧出来的瓷砖向上略拱，经过一定周期后会达到符合规定的平整度，即使有轻微平整度问题，也可以通过铺贴做弥补。验货时注意查看，没有明显平整度问题即为合格。但如果铺贴时找平、留缝等工艺没处理好，也会导致瓷砖有平整度问题。

瓷砖脱落后黏合剂是“空心”的，则为铺贴问题，瓷砖脱落没粘着黏合剂，可能是瓷砖质量问题或贴前未浸水。黏合剂不合格或铺贴时涂抹得不均匀，都会导致瓷砖脱落，墙砖较常见；另外有些瓷砖铺贴前需要浸水，如果没有浸水，黏合剂凝结、强度上升的过程中，瓷砖会吸收其水分，导致黏合剂失水变得没有粘接力，导致空鼓、脱落。上述情况以外的脱落则可能是瓷砖质量问题了。（张丽）



橱柜、木门、地板、卫浴 装修尽早考虑4个环节

装修是一套复杂的流程，需要不同环节相互沟通配合。尤其对于一些需要业主自行购买的家装产品，不仅需提前预订、确定尺寸、在准确的时间进入家装现场，还需要跟装修工人充分沟通。否则容易延误工期、影响进度，甚至影响整体施工质量。本期，我们请专家指导需尽早考虑的4个家装环节，为您提供参考。

橱柜定制尽量赶早。橱柜安装涉及厨房上下水管铺设，电路走线，安装水表、燃气表，铺瓷砖等工序，与整个装修过程交叉进行，而一般来讲，定制橱柜本身又需要较长时间，轻舟装饰北京公司技术总监孙培都提醒，橱柜需要尽早预订、测量并出设计图，以免耽误后续的水电项目施工。

对于毛坯房，在装修公司测量完面积后，就要请橱柜设计师进行原始测量并出具布局图，业主可以据此去卖场挑选合适的橱柜款式、规格。在此次测量中，还需要施工工长和水电工人到场，以确认橱柜设计师的设计能否实现，避免其与水路、煤气表、水表等发生冲突。如果橱柜安装太晚，等到施工队已经完工退场，就

需要另约时间，如果协调不好，很可能因此延误时间。

贴完瓷砖，地面高度会有一定变化，此时还需橱柜设计师来复尺使其更精确，并确认橱柜位置是否会挡住水表、燃气表等，确定后就可以去定制橱柜了。此时，业主可以开始选购吸油烟机和灶具了。

橱柜制作过程一般为一两个月，安装时要对已铺好的地砖进行成品保护，避免造成擦划、磕碰。橱柜安装后，还需要水电工人进行试水、试电，确保水电路铺设正确。

木门测量与开工同步。木门生产需要约半个月时间，因此，业主在选择装修公司的同时可一并选好木门厂家。开工后，施工队进场，木门厂家即可上门测量。由于安装门需要与门洞尺寸协调，因此测量时需要与装修工人充分沟通。专家提醒，如果门套由木工现场制作，还需要木工到场。如果沟通不到位，可能导致木门与门洞或门套不吻合，导致返工而耽误工程进度。格外要注意的是，在测量木门前就要确定好地砖或地板的厚度，因为这

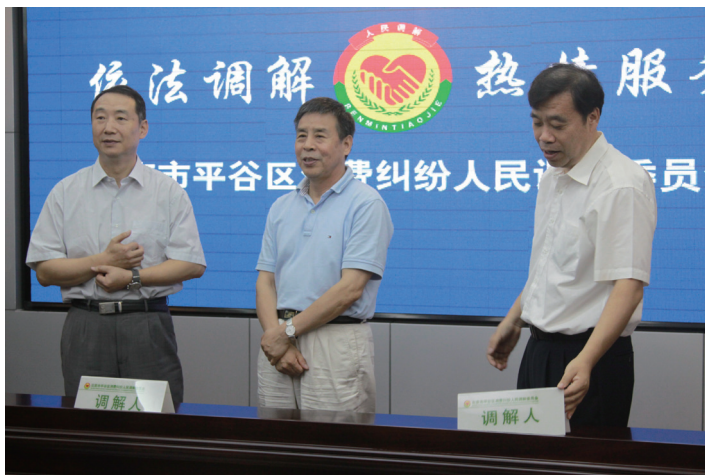
涉及木门与地面的留缝问题，如果衔接不好，会耽误木门的安装。

另外，很多大衣柜的移门都是直接安装到地板上，这种情况则需要安装好地板后才能测量衣柜移门的尺寸，以确保柜门与地面无缝衔接。

铺复合地板先考虑找平。实木地板一般直接铺贴即可；复合地板较为复杂，一般要提前做地面找平，这一点需要业主与工人提前沟通，避免由于没做找平而耽误地板铺装。此外，铺贴不同材料会使地面产生一定高度差，因此居室内既铺地板又铺瓷砖的，也需要提前将所选建材的厚度与装修工人沟通。此外，过门石等一些小配件也需要提前选购，方便工人施工时进行衔接。

洁具卫浴产品合理预留空间。一般来讲，在铺贴完瓷砖后才安装浴缸、坐便器，因此业主要提前定制要安装的洁具卫浴产品，将规格告知装修工人，最好将设计师做的设计图纸给瓦工看看，以便预留出合适的位置。浴缸安装完毕后，还要请家装工人检查上下水路是否畅通。

（张丽）



图片说明

图1为市消协会长王建华（中间）、市消协副会长兼秘书长董青（左）、工商平谷分局局长李广隆（右）在交流会现场。

图2为市消协会长王建华（左二），市消协副会长兼秘书长董青（左一），市消协副秘书长屈建辉（右一），工商平谷分局局长李广隆（右二）参观平谷区消费纠纷人民调解委员会调解室。

图3为市消协会长王建华（左二），市消协副会长兼秘书长董青（左一），市消协副秘书长屈建辉（右一），工商平谷分局局长李广隆（右二）在交流会现场。

市消协召开 消费纠纷人民调解经验交流会

8月9日，北京市消协在工商平谷分局召开消费纠纷人民调解经验交流会。市工商局巡视员、市消协会长王建华，市消协副会长兼秘书长董青，市消协副秘书长屈建辉，工商平谷分局局长李广隆及各区县消协秘书长等参加了交流会。会议就消费纠纷人民调解的背景、现状、成效、发展方向等进行了探讨。平谷、东城、西城消协作了典型经验介绍。会议强调了推行消费纠纷人民调解机制的现实意义，要求年底前半数以上的区县消协要成立消费纠纷人民调解委员会。

王建华会长在肯定平谷、东城、西城消费纠纷人民调解工作的同时，提出了四点要求：一是整合社会资源，积极推进多元化调解，提升消协社会影响力。二是健全人民调解工作机制和相关制度，加大消费维权保障力度；三是在总结经验的基础上，不断完善工作方法、提高办事效率。四是积极争取各级领导的重视和支持，促进人民调解工作的深入开展。

与会人员还参观了平谷区消费纠纷人民调解委员会调解室，并观看了相关制度。



BEIJING CONSUMERS

保护合法权益
引导科学合理消费

北京消协在您身边

北京消协在您身边
北京消协在您身边



消费维权“先行赔付”暨北京市消费者协会诚信服务示范单位揭牌仪式

“消费维权参与社会化服务创新‘先行赔付’

北京市消费者协会‘诚信服务示范单位’——平方原揭牌仪式”

9月20日，市消协董青秘书长、屈建辉副秘书长视察北京平方原贸易公司，并在北京平方原贸易公司门前隆重举行“消费维权参与社会化服务创新‘先行赔付’北京市消费者协会‘诚信服务示范单位’——平方原揭牌仪式”。

仪式上平谷区消协张勇会长代表平谷区消协和北京平方原贸易公司等6家企业签订了消费维权参与社会化服务创新‘先行赔付’协议，对履约企业提出四点要求一是要保证经销商品的质量力争实现零赔付，二是不断强化自律意识重视消费维权工作；三是要积极配合区消协，提高社会的认知度；四是签约单位要在十个工作日内，将执行先行赔付的款项如

数返还区消协。希望先行赔付这种新的维权方式抓出实实在在的成效，让更多的企业参与进来。

北京市消费者协会副会长兼秘书长董青高度肯定了平谷区消协的这项活动，认为这次先行赔付活动是非常好的活动，是消费机制的一个新突破，这种由投诉方和被诉方外的第三方出资，作为一种消费保障，是一种消费维权的新思路。二是参加“先行赔付”是企业明智的选择，使企业更容易得到消费者的认可，为企业发展创造了更广阔的空间，希望可以在全市各区县推广；三是感谢6家企业对消协的认可与信任。

图片说明

图1为在北京平方原贸易公司门前隆重举行“消费维权参与社会化服务创新‘先行赔付’北京市消费者协会‘诚信服务示范单位’——平方原揭牌仪式”。

图2为平谷区消协张勇会长代表平谷区消协和北京平方原贸易公司等6家企业签订了消费维权参与社会化服务创新‘先行赔付’协议。

图3为北京平方原贸易公司代表签约单位发言。



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

2012.10

关于进一步提升 银行业服务水平的建议

尽快出台太阳能热水器国家强制性安全标准

再评苹果维修合同不公平格式条



P17 “两节”旅游
消费需谨慎

P40 侵犯消费者权益
热点案件评析

P47 汽车空调
真致癌吗?