

Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任

北京

消费者

2015.第1期

02

总第39期



北京市消协 2014年工作扫描

全年受理投诉 25691 件，为消费者挽回损失 2961.8 万元

P13 央视再曝携程高额退票费

P19 P2P网贷资金链风险升级

P23 北京市消协发布绿色、有机大米比较试验结果

认真履职 不断深化首都消保维权工作

——北京市消协2015年工作思路



北京市消费者协会副会长兼秘书长 董青

在过去的一年，北京市消协认真履职，积极宣传贯彻新《消法》，努力做好各项首都消费者权益保护工作，并取得了较好成绩。2015年，北京市消协将继续按照市局工作部署，为营造和谐、安全的消费环境作出应有贡献。

1 进一步做好投诉工作

1、消协系统自接投诉要充分利用中消协投诉统计分析软件，投诉档案逐渐推行电子记录方式。在区县消协中提倡、推行，争取2015年底全部摆脱手工纸制登记，最终实现电子化，提高工作效率。

2、加强投诉分析工作，每半年召开全系统投诉分析会。区县消协每季度上报一次投诉分析。

3、加强网络购物的调研。研究网络购物的消费者权益保护工作，特别是通过开展调查、点评等工作，加强非现场购物交易方式的风险防控。

4、继续开展消费热点点评及消协观点发布等工作，根据

投诉中的典型、热点、焦点问题，在调查研究的基础上，发布消协观点。

5、探讨利用社会力量多元化化解消费矛盾。积极探寻与市局绿色通道等维权渠道的信息共享，发挥社会力量的维权作用。

6、把投诉导则与消协的具体投诉规定比对，规整内容，以新导则为主，对文字表格档案进行梳理、规范。

2 社会监督与消费指导工作

1、比较试验。有计划地完结各项进行中的比较试验工作。对于部分商品质量持续跟踪，进行再次比较试验工作。

2、对比较试验的档案进行梳理，夯实基础性工作。有序留存电子数据，各项档案更完整，形成一套系统性的资料。

3、社会调查，积极调动行业协会等各界社会力量参与进来。

4、加大与区县的合作，指导区县消协开展社会调查。鼓励区县消协与市消协合作共同开展消费者满意度调查。

3 消费教育与宣传工作

1、对内落实资料、信息等基础性工作。提升基础性工作，“一网、一刊、一微信”要加强管理，加强控制。内容上要丰富。微信的内容要更贴近消协工作特点的话题。

2、媒体工作的接待和刊登情况。对内进一步加强与市局宣传中心、中消协的联系与沟通；对外，加强对新闻媒体的联络。完善媒体的报道情况的统计工作。

3、理事工作。通过文件、期刊、杂志等方式让理事单位及时掌握消协工作动向，工作情况、工作成绩。保持与理事单位及理事沟通上的畅通。

4、消费教育。强化对消费教育学校、基地的管理。继续组织消费者开展消费体验等活动。加强消费教育教材的改进，强调教材的多样化与多元化。

Prologue

刊首寄语

优惠机票不能暗藏陷阱

“只能退80元的机建费用，但我花了近900块钱买了这张票呐！”前几天，福州市民王先生向媒体反映，他通过携程网预订了一张西部航空公司的机票，匆忙之间，他将往返地点的顺序填反了。意识到自己的疏漏后，王先生立即提出退票，但航空公司方面以打折机票不退票为由拒绝了他的请求。（2月11日《福州晚报》）

优惠有风险，买票须谨慎。近些年来，由于购买了航空公司的“优惠机票”或是“超优惠机票”，一旦出现想要改签航班或退票的情况，有许多乘客往往不能享受正常的退改签待遇，反而蒙受更大的经济损失。有人称之为“霸王条款”，也不乏勇于维权对簿公堂者，但多数情况都是乘客败诉。所谓“优惠机票”，俨然已成了愿者上钩的“优惠机票”。

“优惠机票”何以总能“离开柜台，概不退改”，据称是航空公司在民航局规定的范围内有权自主制定票价，且其在推出类似特价机票时，已经明确提示了使用条件，尽到了向消费者的告知义务。换言之，“一个愿打，一个愿挨”，即便屡有乘客退款无门，那也全怪自己“贪小失大”，只好“自认倒霉”了。但这种似是而非的“优惠陷阱”，显然已为越来越多的社会公众所诟病，据理力争的质疑声浪，也在与日俱增地吁求打破这种不公定律。

事实上，消费者的维权理由并不出格：纵然“优惠机票”和“超优惠机票”本身利薄，航空公司或有“赚量少赚钱”的特殊考虑，即便乘客中途违反合约，要求改签或要求退票，航空公司怎能凭着一句“已尽告知义务”，就强硬“吃没”所有的购票费用呢？更遑论乘客的“退改签”，实际上也节约了航空公司在服务、燃油等方面的成本。打折机票的一律不得退改签，至少不是一种“与人为善”的人性化待客之道。

值得一提的，如今的许多机票代理服务机构，莫说是“打折机票”和“特价机票”，就是优惠不多的正常机票，照样也是“退票不退款”、坑客没商量。对此，有关专家早就提到，根据合同法和消费者权益保护法的规定，作为格式合同的提供方，航空公司等利用谈判地位的不平等，把对自己有利的条款强加于缔约的另一方，这种条款即便是经过了明示或告知，也应视为无效的。

法治社会更应讲求法治消费。据媒体报道，3年前提交全国人大常委会审议的民法修正草案中，已经增加了公益诉讼的内容，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。由今观之，“优惠机票”日益变身“忧惠机票”的隐忧，无疑已有充分理由将之推上“公益诉讼”的裁决平台。惟有如此，一些消费者的维权抗争，才不会继续成为“一个人的战斗”，并有望将打折机票的“优惠陷阱”早日“填平”。

司马童



P06 北京市消协 2014年工作扫描

2014年,市消协根据工作部署,在市局领导下,认真履行职责,各项工作有序开展。全年受理各类消费投诉25691件,解决25371件,为消费者挽回经济损失2961.8万元;现有消费学校93所,编印消费教育教材或发放宣传材料共计38.25万册(份),开展消费教育“进六区”活动1469次,发布消费提示、消费警示8790条,相关媒体采访及报导319次。

卷首语

01 优惠机票不能暗藏陷阱

热点关注

- 04 北京市消协2014年工作扫描
- 07 北京市消协征集保险服务建议:主要涉及电话扰民等六方面问题
- 09 专家解读2014年消费者投诉那些事
- 11 在线旅游乱象多多
- 13 央视再曝携程高额退票费
- 14 携程退票费高达80% 专家称在钻法律的空子
- 16 亚马逊“砍单”扫地机惹不满 亚马逊一折促销彩电砍单案败诉
- 19 八平台同日“踩雷” P2P网贷资金链风险升级
- 22 资本搅动 P2P行业格局 监管细则仍是关注重点

权威发布

23 北京市消协发布绿色、有机大米比较试验结果

调解案例

- 26 莫入求职陷阱
- 27 预付费莫入办卡“深渊”
- 28 租房陷阱早预防
- 29 家电维修要找“正规军”
- 29 快递丢失索赔真麻烦
- 30 月嫂服务终止退费各有说辞
- 30 真假兔毛需要专业检测
- 30 100元订金在一年后退回
- 31 分期旅游养老交钱容易退钱难

工作研究

34 看看这些调解员的调解心得

消费时评

- 40 “旅游胁迫消费”何时休?
- 40 如何守住我们的个人信息
- 41 不破除出租车垄断,打击“专车”更坑民!
- 41 白酒加金箔岂能未饮先醉?

消费提示

- 42 北京市消协发布春节消费提示
- 43 谨防掉入节日购物陷阱



P09 北京市消协征集保险服务建议： 主要涉及电话扰民等六方面问题

1月7日至1月23日，北京市消协联合消费者网向社会公开征集对保险服务的意见和建议。经初步整理统计，共收到消费者有效意见建议393条。征集到的消费者意见建议主要涉及电话扰民、误导销售、虚高利息、日常服务差、理赔难兑现、理赔金不合理等六个方面。

- 44 当心“聚会相片”新型手机病毒
- 44 购买纪念币正规渠道很必要
- 45 购买二手车时须签订详细合同
- 46 家庭烘焙食品美味和健康难兼得

消费课堂

- 47 什么样的房间住着舒服
- 49 放下手机到底有什么好处?
- 51 如何让家具“旧貌换新颜”
- 51 生活提醒：冬用热水器学会四防三注意
- 52 提高警惕谨防保单“被升级”

《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。



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 赵祖升 李蕊 陈凤翔 王兆泰 赵元东 刘博 崔国华 郝国庆 路士禹 杨立生 李华军 张克 赵伟春 张宝林 黄振 赵宗武 关伯仲 阎大海 何文军
执行主编	陈音江
采编部主任	李君
执行编辑	陈亮 刘海宏 舒畅
图片摄影	杨连一
美术编辑	张霏霏
封面题字	中国社会科学院院长、党组书记、 学部主席团主席 王伟光
编辑出版	北京中轻热点文化传播有限公司
数据支持	北京金鼎影响力市场调查中心
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	北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦
邮编	100055
咨询投诉电话	96315
邮箱	bjxiaoxie@sina.com
编辑部电话	010-52973855
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxfz315@126.com

2015.02 第1期 (总第39期)
京内资准字1014-L0080号

内部资料 免费交流

北京市消协2014年工作扫描

全年受理投诉 25691件，为消费者挽回损失2961.8万元

2014年，市消协根据工作部署，在市局领导下，认真履行职责，各项工作有序开展。全年受理各类消费投诉25691件，解决25371件，为消费者挽回经济损失2961.8万元；现有消费学校93所，编印消费教育教材或发放宣传材料共计38.25万册（份），开展消费教育“进六区”活动1469次，发布消费提示、消费警示8790条，相关媒体采访及报导319次。

一、夯实投诉基础性工作，提高投诉调解成功率，多元化多渠道化解消费纠纷矛盾

“新消法”颁布后，市消协加强学习，就新旧《消法》中的法条进行研读，并多次集中或分散式的学习。尽快熟悉“新消法”，运用新的法律法规开展维权工作。结合“新消法”的实施，在全市范围内加强投诉分析工作，既有利于投诉工作的深入开展，又便于“新消法”的掌握与运用。组织区县全体投诉负责人员对《消费者协会受理消费者投诉导则》及《侵害消费者权益行政处罚规定》进行了学习，并就中消协全国消费者协会投诉与咨询信息系统进行了培训。

在投诉工作的具体实施当中，加强对各区县投诉工作的指导，以及多元化开展消费矛盾纠纷的调解。今年，全市各级消协成立了消费纠纷人民调解委员会已达16个，调解案件168件，涉及金额14万余元。在市局的安排部署下，市消协加强了对区县消协投诉工作的绩效评价。今年全市受理消费者投诉受理率及调解率呈上升趋势。



北京市消协召开工作部署会

二、积极开拓消费教育新领域，注重消费教育平台的建设，工作见成效

一是注重消费教育平台建设。充分利用消费者协会的一网一刊一微信等现代化手段。进一步强化北京消协网的作用；利用新增的网上调查、视频等功能，将消费教育课堂开到网上，形式内容多样，让消费者直观感受消费教育的形式及内容；开通北京消费者微信公共账号，以更新颖、快捷、方便的服务方式为广大消费者提供消费信息、维权知识；不断调整、充实《北京消费者》刊物，内容更专业、实用。

二是消费教育贯穿“新消法”宣传。3月15日，新修订的《中华人民共和国消费者权益保护法》正式施行，为了更好的宣传“新消法”，市消协以消费教育为平台，多渠道、多形式地开展了“新消

法”的普及宣传活动，并为12315、96315热线电话接听人员进行专项培训。对外，利用网站及内部刊物，积极解读、宣传新消法。设计并印制了10万本图文并茂的“新消法”漫画宣传手册及5万张解说“新消法”的DVD光盘，在全市范围内发放。除联合区县消协在城八区社区宣传“新消法”外，还远赴房山、密云、怀柔等远郊区县开展“新消法”进村镇活动，赠送“新消法”解读应用手册及环保购物袋等宣传品。

三是多种形式多种渠道开展消费教育。年内，市消协联合北京市银行业协等行业组织，并发动全市范围内的商业企业宣传“新消法”，特别是市消协所在的西客站地区商户。此外，市消协组织消费者开展“环保科技产品消费体验、食品安全消费者探访日”等活动，让消费者亲身体验产品的生产过程。市消协重点关注特殊

消费群体的权益。与北京长寿俱乐部开展了专门针对老年消费者的“安全消费”宣传活动，向老年消费者赠送了消费教育教材。对老年消费者在消费方面遇到的难题及疑问，进行了面对面的交流和解答。

三、针对垄断行业或公共服务企业侵害不特定多数消费者权益展开评论，发表观点

市消协依法依规紧紧围绕职能，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，负起消费者守护人的职责，同时引导消费者文明、科学消费。年初，市消协向全市广大消费者发出倡议：春节期间尽量不燃放或少量燃放烟花爆竹。为落实中办、国办联合印发《关于厉行节约反对食品浪费的意见》，“3.15”过后，市消协联合北京市餐饮行业协会、北京烹饪协会、北京西餐业协会向全市餐饮行业企业、消费者发出倡议：应树立文明、节俭的理念，用自己的行动实现厉行节约反对食品浪费。岁末年初，就市工商局公布餐饮行业中存在的6条不公平格式条款发布之后在社会上引起的广泛热议。市消协又再次公开表示：不公平格式条款认定有理有据，应当形成社会各界共识。在清明节到来之际，为引导广大消费者树立科学、文明的祭扫消费新观念，践行文明、节俭、低碳、环保的新风尚，市消协向广大消费者发出倡议：自觉摒弃祭扫活动中不良陋习、树节俭文明治丧新风。

针对吸烟这一引发社会危害的问题，市消协仔细研读国际国内法律、法条及相关规定，根据对世界卫生组织《烟草控制框架公约》内容的承诺，我国需要在2009年1月9日前更新境内销售的烟草制品包装上的警示信息，用清晰、醒目的风险警示语或图片，告知“烟草使用的危害后



工作人员认真核对比较试验样品信息

果，警示标志宜占据主要可见部分的50%或以上，但不应少于30%。”但现实中烟草企业不积极履行公约的相关内容，在烟草包装上未尽到详尽警示义务，甚至于偷换概念模糊本应在烟草包装上明示的危害信息，已经严重阻碍我国控烟工作进程，并进一步侵害到不特定多数消费者的安全权和知情权。为此，市消协向社会呼吁：烟草制品包装应进一步增加警示信息，警示图片上烟包。

金融消费越来越成为社会的一大热点问题。针对投资理财服务中，部分企业存在夸大宣传、误导消费等行为，市消协从2013年底就开始向社会征集“消费者对理财产品销售行为中存在的问题及意见”，并得出了较为客观科学的调查数据。其中，35%消费者认为行业监管不明确；27%的消费者认为销售渠道管理不到位；65%消费者认为理财市场销售行为不规范；20%消费者认为消费者自身风险意识差；36%的消费者认为应该加大对行业的整治。市消协还联合部分媒体对投资理财行业市场进行了暗访。在大量事实的基础上，市消协公开发表观点，呼吁对理财市场加强行业监管。

为推动各行业和领域改善消费维权

环境，在对消费领域维权成本进行大量网络调查之后，北京与36省市消协（消委会、消保委）联合发表了消费维权观点：信息不对称推高维权成本。此外，市消协还结合新《消法》在实践中的贯彻落实，独立开展了网络购物调查和消费体验活动。针对非现场购物七天无理由退货制度的执行情况，请大学生志愿者开展网络、纸质调查，以及消费者身份进行网络购物体验。引起了社会上的广泛关注。北京电视台早间新闻、首都经济报道以及相关主流纸媒对调查报告进行了刊登，各大网站也纷纷转载。调查所取得的真实数据和材料，也为市场监督管理部门开展市场监督检查、整顿市场秩序提供了帮助，将会更有利于网络购物问题的解决。

四、强化消费风险预警，加强消费信息指导和行业监督

（一）发布消费提示、警示

针对“新型糖尿病治疗仪”投诉不断增多的现象，市消协及时发布消费提示，提醒广大消费者：要理性消费，对自身所患疾病一定要以科学、理性的态度加以认识，不要盲目相信广告宣传；购买疾病辅助治疗仪器时一定要选择正规的经营主体，在认准产品批号等相关文号；购买



工作人员耐心处理消费者投诉

产品后一定要索要发票等购物凭证。

针对部分生产企业大肆生产非国标移动电源插座，导致不安全插座充斥市场的问题，市消协会同上海等37个省市的消费者组织联合发布消费警示：非国标插座不安全，睁大双眼防风险。

7月旅游旺季来临之际，市消协联合京津冀两地消协发布消费提示，建议来京旅游消费者选择正规北京“一日游”服务。

针对市场上的古玩热，市消协联合京津冀两地消协发布消费提示：古玩消费要理性，购买商品需谨慎。

针对上门推销出现的商品假冒等问题，市消协发特意发布警示：上门推销有陷阱，购买商品须谨慎。

（二）开展商品比较试验

年内，市消协相继进行了“羊绒衫比较试验、保暖内衣比较试验、茶叶比较试验、T恤衫比较试验、插座比较试验、羽绒服比较试验、纸制品比较试验、卫生巾、散热器比较试验”等10余项商品的比较试验，并向社会公布了“羽绒服、纸制品及卫生巾”等商品的比较试验结果。比较试验结果，引起社会关注，起到了监督与引导的作用。中央电视台《每周质量报道》、《新闻联播》、北京电视台《北

京新闻》等栏目均进行了详细的报道。针对比较试验反映出的问题，各地行政执法机关也相继采取了措施。有效净化市场，促经济秩序规范。

五、组建消费维权志愿者队伍，充分调动社会公众参与消费维权的积极性

一是利用高校学生资源，积极组建志愿者队伍。市消协与北京交通大学人文社会科学学院联系组建了一支长期稳定的志愿者队伍，该院法学专业的学生积极参与，全部成为市消协的消费维权志愿者。并参与了多个消费法律研讨课题。今年又配合市消协对烟草包装点评开展了社会调查活动。

二是专家志愿者队伍的扩大。市消协在原有专家志愿者队伍，涉及法律、质检等不同行业。随着市消协的各项工作不断扩大，今年在开展京津冀三地电信资费调查研讨过程中，吸收了北京邮电大学电信方面的专家志愿者，并一同开展调研活动。

三是组织志愿者参与维权活动。年内吸收人民大学、北京交通大学等高校生作为志愿者开展网络调查，网购消费体验等活动。

六、加强交流合作，发挥消协组织的协调作用

一是开展京津冀三地维权合作。6月，为服务京津冀协同发展的国家战略，充分发挥以消费拉动经济增长的积极作用，由北京消协发起，京津冀地区签署了

消费维权合作协议。三地共同开展消费维权工作。随后开展如共同发布消协观点：建议逐步降低并直至取消京津冀地区长途及漫游通讯费；发布三地旅游消费警示等多项活动。二是继续加强与澳港地区的互动。年初和岁末，香港和澳门消委会分别来访，共同探讨两地维权的合作与交流，进一步完善两地妥善处理消费纠纷的协作机制，畅通消费信息沟通交流渠道。市消协与澳门消委会合作发布了赴澳旅游的消费提示。三是关注民生，参与价格听证工作。年内，市消协组织消费者参与了居民用水价格听证及公共交通票制票价听证工作。特别是居民公共交通票制票价听证会，涉及的人员和问题较多，为此市消协多次组织召开座谈，力求在广泛征求消费者意见的基础上，对价格听证方案形成充分的意见和建议，工作获得了市政府的好评。

七、不断深化消费者权益保护的理论研究工作

一是加强政治学习，提高觉悟。年内多次组织协会全体人员学习讲话及各项文件指示精神，通过学习，协会人员思想认识与宗旨意识明显强化，为人民服务的使命感和责任感进一步增强。内部的工作作风与精神风貌明显提升。二是多次开展相关业务培训。提高消协队伍人员业务素质。“新消法”出台之即，组织系统人员进行了两次大范围的培训及两次针对重点工作人员的座谈。此外，在全系统范围内开展了组织系统、投诉系统、投诉工作导则等多项与业务工作密切相关的培训。三是积极开展调研。年内多次到基层消协调研，了解基导工作的开展情况以及存在的相关问题，并梳理成报告。对区县消协工作的进一步开展有着积极的推动作用。



北京市消协征集保险服务建议： 主要涉及电话扰民等六方面问题

随着经济的发展，保险行业市场体系日渐完善，服务网点明显增多，保险业务快速增长。保护金融消费者权益的意识逐渐增强，这是一个不争的事实。但在现实中，保险服务也还存在一些不规范行为，消费者投诉事件时有发生。特别是2014年3月15日新《消法》正式实施，明确将金融消费纳入消费者权益保护体系以来，有关保险服务夸大宣传、误导销售，理赔时间长、手续繁琐，理赔金不合理等方面的消费者投诉明显增多，并已经成为消费者投诉的热点问题。

为了进一步规范保险服务行为，提升保险服务质量，推动保险行业健康发展，更好地维护消费者的合法权益，北京市消费者协会联合消费者网向社会公开征集对保险服务的意见和建议。从1月7日至1月23日，消费者可以通过发送邮件、发送微信、网上提交及邮寄信件等四种方式，向北京市消费者协会反应相关问题并提出建议。

这项活动得到了社会各界广泛关注。消费者除了结合自身经历对保险服务提出有关意见建议，还对消协征集民意的这种做法纷纷点“赞”，给予了充分肯定。经初步整理统计，截至1月23日共收到消费者有效意见建议393条。其中“北京消费者”微信179条、消费者网141条、电子邮件67封、纸质信件6封。

从征集的意见看，广大消费者首先肯定了近年来政府有关部门加大了对保险行业的监督力度，保险企业在维护消费者权益方面的自律意识及在宣传保险产品、提供相应服务方面，较之过去也有一定程度的改善，但仍存在一些问题。本次征集到的消费者意见建议主要涉及电话扰民、误导销售、虚高利息、日常服务差、理赔难兑现、理赔金不合理等六个方面。有关情况如下：

一、电话扰民。

不少消费者反映，保险推销电话过于泛滥，给他们的工作生活造成严重干扰。如消费者彭先生反映，自己正在上班的时候，手机突然响了，他一听是推销保险就挂了。没想到该保险销售员仍不停地拨打手机，一连拨了十多次，直到他接通电话为止。该保险销售人员除了理直气壮地质问为什么挂电话，甚至还诅咒他会遇到某某灾难。对这种保险推销行为，彭先生非常气愤，他建议保险公司加强保险销售人员的诚信及职业道德培训，全面提高保险销售人员的综合素质。

二、误导销售。

从本次征集到的意见建议来看，老年消费者到银行存钱，受工作人员误导将“存单”变成了“保单”的问题不少。2012年，老年消费者刘先生到一家银行办理存款时，一位身穿银行制服的工作人员，非常热情地向他推荐理财产品，一再说买那个保险跟把钱存在银行一样，而且有9%的高利率。最后刘先生在劝说下将存款购买了保险。刘先生交完10万元后，很快就感到合同不对劲。当他找工作人员询问时，对方先是说在休假，后来电话就打不通了。一直到2013年，保险公司才换人催他交第二年10万元保费，还说退合同要扣几万本金，刘先生无奈只好交钱，但交完保费后，电话又打不通了。2014年还是同样交了10万元保费。现在又催他交2015年10万元了，刘先生听说三年红利很低，提出退合同时，工作人员说要扣6万元本金。刘先生认为这是专门针对老年人的误导宣传，希望有关部门加强监管，切实维护老年消费者的合法权益。



三、虚高利息。

保险销售人员在介绍险种时，经常说“比银行利息高多了”，但消费者投保后才发现，所谓的高利息都设置了很多附加条件，最后很难拿到手。消费者陈女士今年66岁，2002年听信保险销售员“分红比银行利息高且不交利息税”的宣传，开始每年拿出7900元交保费，到现在交的保费已超10万元。但过去的12年里，她每年拿到的红利最高只有1%，有时连1%都没有。陈女士认为自己掉进了保险公司“低息超长存款的陷阱”。

四、日常服务差。

投保前十分热情，投保后却经常找不到人。这也是本次消费者反映较为集中的意见。据消费者张先生反映，自从1999年投保以来，保险公司每年除了电话通知交费以外，几乎没有任何电话回访，更没有上门回访，经常保费从账户划走了很久，也收不到缴费收据。针对这一问题，张先生曾多次向保险公司反映，但工作人员态度非常冷漠，让他感到投保前后保险工作人员的态度明显不同。

五、理赔难兑现。

有消费者反映理赔人员不能及时到达事故现场，或拖延理赔时间造成理赔的延误，使消费者无法及时获得保险金；有消费者反映一些险种的理赔手续过于繁琐，工作效率不高，加上保险公司没有向消费者明确告知相关理赔程序，所以理赔起来很难。据消费者王女士反映，她在保险公司给孩子买了一份“住院保险”，前不久孩子在北京儿童医院做手术后，由于床位紧张，住一天院就办理了出院。当她拿着资

料到保险公司理赔时，一会说能赔，一会又说不能赔。保险公司最后的说法是，这种住院手术确实符合赔保范围，但要多住三天院才能赔。王女士认为，住四天院才能赔的规定很不合理，再说，提前出院也是处于无奈，因为医院床位实在紧张。

六、理赔金不合理。

据消费者赵先生反映，他2006年购买了一辆新车，从第二年开始，每年保费都要求按新车价格计算，出了险却不按新车赔付，他多次向有关部门反映这种不合理的规定，但始终没有得到合理解释。赵先生认为，由于保险行业缺乏标准的理赔流程和赔款计算方法，导致很多保险公司都存在少赔或拒赔的行为。

据悉，北京市消协将尽快对征集到的意见建议进行分类汇总，并将消费者意见、建议及诉求提请相关部门协调解决。此外，北京市消协还将邀请监管机构、专家学者、消费者代表及保险企业，对消费者反映集中的问题和需求进行专题研讨，共同研究解决措施，营造诚信公平、和谐共赢的金融保险消费环境。

2014年消费者投诉那些事

过去一年中，您买到的最堵心商品是什么？遭遇的最糟糕服务又是什么？近日，《2014年全国消协组织受理投诉报告》出炉，公布商品及服务投诉黑榜。哪些领域最受消费者诟病？哪些领域消费者权益保障还有待提高？中央人民广播电台经济之声栏目近日邀请有关专家进行了解读。

据经济之声报道，根据全国消协组织受理投诉情况统计(不含港澳台地区)，2014年全年共受理消费者投诉619415件，解决543970件，投诉解决率87.82%，为消费者挽回经济损失92002万元。其中，因经营者有欺诈行为得到加倍赔偿的投诉7299件，加倍赔偿金额1500万元。全年，各级消协组织支持消费者起诉1462件，接待消费者来访和咨询92万人次。

根据投诉性质，质量问题占45.80%，售后服务问题占17.91%，合同问题占12.97%，价格问题占2.94%，安全问题占2.08%，虚假宣传问题占1.47%，假冒问题占0.89%，计量问题占0.81%，人格尊严问题占0.46%，其他问题占14.67%。产品质量、售后服务和合同争议问题仍是引发投诉的主要原因，占投诉总量的七成以上。

这里面有一个概念：“人格尊严问题”，或许有人不理解，什么叫“人格尊严问题”？在什么情况下会伤及消费者的“人格尊严”？中国消费者协会投诉部主

任张德志、中国消费者协会律师团团长邱宝昌对此作出解读。

张德志：最简单的例子，以前消费者遇到过，被怀疑是窃贼，被搜身。所以我们最早有一个案子来讲，就是通过对经营者进行诉讼，消费者赢得最终诉讼。还有一些其他的，对消费者方面有一些的精神损坏，一些其他方面言语态度上带有侮辱性质的，还有一个说宽泛一点的话，涉及到消费者的一些消费不同地区的禁忌，都可以放在这些大的类别上。

经济之声：如果有这些禁忌，你违反了的话，我也可以投诉你是不是？

张德志：从消费者权益保护来讲，消费者权益应该得到保护的。

邱宝昌：消法第14条，原来规定消费者在购买商品接受服务的时候，享有人格尊严民族风俗习惯，后来又增加了个人信息依法得到保护的权力。所以这里人格尊严不是一个财产的权利，像刚才张德志讲的，搜身案搜包案，还有一些怀疑、排查，还有一些就是泄露个人隐私，也侵害人格尊严，这属于的人格范畴的，这有侵权损害的问题。

下面，我们逐一梳理一下这份报告中的热点问题：

先来看商品投诉中，投诉量居前几位的分别为：通讯类产品、服装、汽车及零部件、鞋、食品等。我们注意到，通讯类的产品占到第一位，通讯类产品的问题

体现在哪些方面？

张德志：大家现在比较清楚我们是移动手机市场，是5亿多的用户，量非常大，某个品牌的手机一年在国内市场卖到上千万、几千万，量非常大，所以我们建立在这么一个基数基础之上。第二，通讯类产品有一个特点，一旦出现质量问题，消费者在使用上受影响立竿见影，通讯中断了，或者通讯中有些功能不能实现了，所以马上要解决。我们手机类似这样的产品在维修的时候，它有备用机等概念，具体来说，目前还是产品质量的问题，当然还有一些涉及到其他比如山寨手机一些预装软件的吸费问题，还有一些售后服务是否及时的问题，还有一些三包当中的该及时给人更换退货的，大类来讲还是质量问题。因为消费者用通讯类产品第一目的就是保证自己的通讯及其他有关信息传递的需求。

邱宝昌：在这里还涉及到一个非正品问题。有的手机是自己专营店，但是有的是先去买完以后，在自己的网店上销售，买的是那个品牌，不是专门销售。还有是外面非批型的，不是一种正品，出现纠纷还要到上海、其他地方认定，说不是，出现一些质量问题，解决起来难度很大。

另外，汽车及零部件投诉量由2013年的第四位上升到2014年第三位。为什么会有这样的变化？



张德志：从排序来讲，汽车投诉位置确实有所上升，上升了一位，但是从绝对上升幅度来看并不是很高。如果从2014年和2013年对比来讲，只是幅度上上升0.12%，很小的。2014年上半年的汽车投诉率上升非常多，这有几方面的重要原因。2013年10月1号汽车三包规定实施，以后很多消费者意识到自己有这方面的权利，有些车是之前买的，所以也开始进行投诉，所以2013年上半年的时候，汽车有关产品和零部件投诉比例上升了29.2%，但是到下半年的时候，市场比较稳定看待三包规定等法律法规的时候，就是下半年的投诉，实际上来讲比率是下降，下降了40.8%。这个比率来讲有点出乎意料之外，从后来分析来看，汽车三包出台以后，征求了业内的意见，考虑了市场的情况，以国家相应的法律为基础，这样使投诉和解的比率适用三包以后大大提高了。

所以下半年真正说争议还不能得到解决，再进入其他渠道，这个比例绝对数量才是实际上有所下降。

邱宝昌：实际上这个要注意到一点，汽车的保有量在逐年增加，一年一千多万的销售，报废毕竟是少数，所以在这么多保有量当中，投诉量相对只增加0.1%。如果和它增长来看，是在减少，这说明一个什么问题，说明我们的汽车三包发挥了应有的作用。

新修改的《消费者权益保护法》于2014年3月15日正式实施，其中有关汽车等耐用商品的举证责任倒置的条款可以更加有效地帮助消费者主张权利，加之2013年10月1日实施的《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》实施，使得汽车产品消费者维权意识和保障提高，直接体现在投诉比重增加。

接下来，我们看看在服务投诉中，投诉量居前几位的分别为：远程购物、移动电话服务、保养和维修服务、网络接入服务、和美容美发服务等领域。以网络购物为主体的远程购物的投诉量在服务投诉中遥遥领先，投诉数量多的原因二位分析是哪些方面？

接下去，我们看看在服务投诉中，投诉量居前几位的分别为：远程购物、移动电话服务、保养和维修服务、网络接入服务、和美容美发服务等领域。以网络购物为主体的远程购物的投诉量在服务投诉中遥遥领先，投诉数量多的原因二位分析是哪些方面？

张德志：远程购物包括电视、电话、邮购和网络购物，其中网络购物是一家独大，占到90%以上，都是没有任何问题。一个是投诉储量来讲，它排在第一位，绝对数量是2135件，从投诉分析来看，之所以有这么大的量，还是有一个基数的问题。现在来看网络销售占市场零售的比例非常大，去年双十一，淘宝的平

台是571亿的经营额度，平时周围很多的消费者也是通过网络去购物，所以这方面首先建在基数的基础上，所以它排在第一位。具体来讲，网络购物涉及的问题比较复杂，就是B2C，也有C2C，还有跨境的，还有一些网络消费当中还涉及到跟物流、跟检测鉴定、跟验货相关，所以投诉现在绝对量来讲是排在前头，这一点都不例外，可能在相当长的时间内还是比较高的。

邱宝昌：实际上网络交易发展非常快，刚才讲的双十一问题，还有网络之间的竞争，有的是充分竞争，公平竞争，也有可能不一定公平竞争，包括有的信用值问题，有的统计量的问题，是不是准确问题，特别是网络宣传问题，所以怎么规范电子商务的发展，实际上它是一个方面。为什么有这么多的问题出现，虽然消法25条有规定，享有无理由退货，但是在这里面涉及到很多当事各方，比如网络平台，网络平台上从事销售商品和提供服务的经营者、电商，还有一些支付的安全，有支付问题存在。再有物流的便捷、安全等这一系列的问题，如果某一个环节出现问题，都会有消费者不满意，都会出现投诉，还涉及到里面的质量问题，正品率的问题，还有其他的有一些的虚假宣传等这些问题。当然电子商务迅猛发展是不容忽视的问题，但是它不是一个主流，必须要震慑它，如果从现在开始得不到震慑，得不到解决，它会阻碍影响电子商务的健康发展、持续发展。

基于网络购物的数量激增，此外，新修改的《消费者权益保护法》中七天无理由退货等关于远程购物规定的实施，也使保护消费者合法权益有法可依。（据央广网）

在线旅游乱象多多

途牛网价格混乱 去哪儿携程“领跑”投诉榜

互联网时代，在线旅游网站访问量猛增，通过在线旅游网站直接预订旅行产品也越来越常态化。而在享受互联网所带来的种种便利的同时，在线旅游网站与消费者直接的纠纷也愈发凸显。

价格混乱的途牛网

新年伊始，一位消费者对于途牛旅游网的投诉，以及央视财经频道近日曝光的携程网机票旅行套餐不按航空公司规定，收取高额退票费等事件再度引起市场的关注。

据报道，市民刘先生今年1月4日在途牛网上看到，从北京出发的马尔代夫库拉玛提5晚7日自助游特价信息，双人加保险等才10095元，他预订了3月28日出发的双人自助游，下单时也显示单人促销价为4801元，而实际支付价为5001元。令他没想到的是，第二天这个旅行计划就泡汤了。在刘先生提交了订单后，途牛网以资源不足、系统错误等理由单方面修改价格，并要求刘先生取消订单。

途牛客服人员经核对订单号后解释称，由于网站系统出现了问题，导致刘先生所下订单价格有误，此事已反馈至相应部门处理。“此情况不能避免，人工也一直在审核中。我们公司有上百上千条线路，价格不免会有紊乱，不过后来价格已经被人工修改过来了。”该客服人员还解释，“途牛网‘预订须知’里注明，‘自助游产品均为即时计价，请以我方最终确

认价格为准’。也就是说，只有在我们人工确认价格无误的情况下，网上支付功能才能打开，消费者才可以在网上操作支付。而当初刘先生预订的订单还没有占位成功，只处于咨询订单状态。”记者从途牛方面了解到，针对该投诉，目前公司方面已经与消费者协商解决，公司方面给消费者提供了更为优惠的产品补偿。

事实上，类似消费者与在线旅游企业的纠纷事件近年来并不鲜见，一些老牌在线旅游企业也是投诉风波不断。诸如，此前有媒体报道过，恶意取消机票，安排失误拒绝退款，以及某国资背景的旅游企业网购电子入台证停办且虚假发货等等事件。

对于类似情况，北京市正海律师事务所律师李岩提醒消费者，在下单后，无论消费者是否已经支付相应的款项，都不影响双方合同关系的成立。商家因自身原因单方面取消订单的，应承担解除合同的违约责任，给消费者造成损失的还应当进行赔偿。如果商家能证明消费者同意取消，则无需赔偿。如果消费者所述的情况属实，则商家的做法有违《合同法》规定的诚实信用原则，应承担一定的法律后果。

去哪儿携程“领跑”投诉榜

根据《中国网民旅游休闲生活与出境旅游消费状况调查》此前一项调查显示，高学历、中高收入的中青年人群，已



经成为具备旅游习惯的网络消费主体，他们的出游方式趋于网络化、自助化，75%的网民会选择在线网络交易进行旅游消费。而令人尴尬的是，消费者的维权机制并没有因互联网的发展而更加便利，投诉无门仍然是“头疼”的问题。

此前根据人民网旅游3·15投诉平台监测，2014年11月份旅游3·15投诉平台共收到有效投诉73条，回复25条，回复率34.2%，近半旅游投诉涉及在线旅游企业。数据显示，11月涉及在线旅游企业的投诉中，去哪儿网的投诉数量最多，占投诉总量的16.4%，其次为携程旅行网，投诉数量占比为15.1%，二者合计占在线旅游企业投诉总量的近七成。从投诉内容来看，服务质量、产品质量、旅游合同、售后服务是投诉的主要方面。

另外，上海市旅游质量监督所《2014年12月旅游质监简况通报》显示，上海携程国际旅行社、同程国际旅行社(苏州)有限公司上海分公司、北京途牛国际旅行社上海分公司、上海驴妈妈兴旅国际旅行社分列投诉件数的1、2、4、5位，被投诉的事由涉及酒店房间的预订、签证未办出之后的退款纠纷、出境游的人身意外伤害纠纷、出境游行程变更纠纷、欧洲游遗漏景点纠纷、港澳游自费项目、欧洲游购物退货问题。就投诉来看，业内人士指出，在线旅行社涉及的投诉比传统旅行社稍高，这是由于在线旅行社体量大，虽然投诉比例很低，但是仅仅看数字还是比较高的。不可否认的是，这些被投诉的事由有相当一部分是出自在线旅行社和传统旅行社合作推出的项目。而在线社与传统社之间的合作以及制约，还需要一个较好的自我约束和相互监督机制。

再如近来很火的出境游中，未成行

纠纷、变更行程等投诉焦点也愈发突出。此前也有消费者投诉，“双十一”在阿里旗下去哪儿旅行网上订购了春节期间的美国9日行，只需7999元，然而近日却被旅行社告知，预订产品因为“不成团”，所以无法成行。对于“双十一”、“双十二”期间推出的一些明显低于市场价的出境游产品，有业内人士就曾指出，这种手段实际上是“尾单的提前预售”，适合的是长期切位(包机)，即那些大规模运作目的地线路的批发商，这些批发商的目的是跑量，先用预售的方式圈钱包机，再根据情况待价而沽。如旅行社能以更优的价格把舱位卖掉，就让原先低价预售的客人换日期，大不了退钱。如舱位卖不掉，那些客人就是用来保底的“替补队员”。如真正无利可图，旅行社大不了宣布“未成团”，解除合约。

由于旅游电商存在涉及环节众多、责任相对模糊不清、尚未形成统一行业标准等问题，以至于许多消费者在通过在线平台购买旅游、出行产品后，一旦权益受到侵害，也只能吃“哑巴亏”。“旅游维权难由来已久了，而事实上在线旅游企业诚信水平基本上还是高于平均值的，对他们而言无形商誉更加重要。”一位旅游行业人士坦言，“当然仍存在很多问题需要逐步规范。”

“当前电商市场中非常缺乏契约精神，过去我们对创新过度强调，忽视了诚信。而这是电商经营者和消费者都必须严守的法制精神。契约精神包括三大元素：契约自由、契约正义与契约严守。在实践中，漠视契约自由、行政管制滥用的现象很多；漠视契约正义、霸王合同的现象很泛滥；漠视契约严守、言而无信的现象也很严重。电商经营者既要看到眼前有形的

利益，也要看到无形的品牌利益，寻求消费者与经营者多赢共享的经营之道。”中国人民大学商法研究所所长、法学院教授刘俊海指出。

法律规范亟待落实健全

“诉讼成本是制约消费者维权的重要因素，法制不健全也是重要的掣肘。”采访中，多为法律界人士坦言。

由于目前国内旅游市场整体的混乱，不管是线下的旅游公司，还是在线旅游公司都会受到大环境的影响。目前国内的旅游环境还不够成熟，再加上相关法律不够完善，很多企业都在钻空子。庆幸的是，消费者也看到一些法律开始逐步健全，但真正落到实处仍然需要各方共同的努力。2014年7月，《旅行社产品第三方网络交易平台经营和服务要求》、《旅行社服务网点服务要求》等5项旅游业行业标准开始实施，对在线旅游经营服务首次作出规范。根据新规规定，“(第三方网络交易)平台应取得工商营业执照、电信与信息服务业务经营许可证，完成经营性网站备案，并在网站主页面显著位置公示相关信息”，“应与合作的旅行社订立进场经营合同，监督旅行社发布的旅行社产品及其相关信息”，“可设立信用评价制度以对旅行社进行信用评价和管理，信用等级评价制度应提前公示，并为旅游者提供信用等级查询服务”。

新规也对在线旅游企业的信息和数据服务有相应要求。其中规定，平台交易双方数据的保存时间自其最后一次登录之日起不少于3年。可查询的交易数据保存时间自交易发生之日起不少于3年。某种程度上说，这为游客消费过后产生纠纷的维权行为提供了依据。(据经济参考报)

央视再曝携程高额退票费 旅行套餐成挡箭牌



央视近日再次曝光了携程网机票旅行套餐不按航空公司规定，收取高额退票费，幅度最高竟达到93%。这是继去年7月曝光携程机票套餐藏高收费陷阱以来，央视第三次通报同一事件。

央视在携程网上发现，同一航班的机票价格会因套餐种类的不同而有所区别，其中票价最为优惠的旅行套餐，同时限制也最多。比如一趟春运期间由南京飞往长春的航班，旅行套餐的机票价格为702元，比正常机票价格便宜了近300元。但如果购票后，旅客有退票或者改签的需求，网站规定消费者必须承担657元的退票费，退票费就占到了票价的93%。

根据中国民用航空总局令第49号《中国民用航空旅客、行李国内运输规则》，旅客在航班规定离站时间24小时以内、两小时以前要求退票，收取客票价10%的退票费；在航班规定离站时间前两小时以内要求退票，收取客票价20%的退票费；在航班规定离站时间后要求退票，按误机处理。针对统一组织的人数在10人以上，航程、乘机日期和航班相同的旅客，最高则可以收取客票价50%的退票费。

对此，携程方面给出的解释是，旅行套餐产品旨在为客人提供更丰富的选择，更有竞争力的价格。旅行套餐是一款组合旅游产品，它的退订和更改规则和普通单独预订的机票不同，客人选择旅行套餐时，在产品预订页上可以找到明确标识，清晰展示所定产品的退订和更改规则。

携程还表示，推出旅行套餐的初衷，是为了顺应休闲游发展的热潮，简化旅客预订体验。根据其长期的客户调研和数据分析，分别有20%、15%和10%的机票客人在购买机票时希望能同时对保险产品、携程礼品卡或目的地门票的预订。

据悉，2014年7月中旬，央视就爆出携程机票套餐藏高收费陷阱。在当时的报道中，央视指出携程利用套餐模式钻“空子”，不光收取超出航空公司规定3倍的退票费，还以搭售旅游优惠券的形式多收旅客费用。（据中新网）

网友声音

网友愤怒哦：携程的模式问题严重，我已经多次受害，只是没有时间跟他们纠缠或诉讼！典型的不良商家，我已经准备不做他的白金会员了！

网友空心大萝卜：我也遇到过，是其他国家航空公司的，携程以为我们不懂改签，结果我直接打电话给老外，他们很好的表示给我改，而且不收一毛钱费用，还说让我不用担心，后来果然我不理携程，后期也没出现问题。希望我的经验能帮助有类似经历的人。

网友一土思己：价钱决定了退改签，我买过便宜票，和全价票，全价票退改签按正常手续，便宜票就不给退改签了，很正常。你上航空公司买票，肯定按照规定给你退改签。

网友Njmy：买票还是要看清楚规则的，不能光看价格。

网友马静：我提前差不多20天退票，携程扣了全票价(包括保险、机场建设费、燃油费)等50%、以后绝不上携程买票。

网友小回忆：我上次在武汉因大雨道路积水延误航班，改签费也是高的不合理，而且购票还被强扣了20元礼品卷，携程这种抢钱的做法要予以整治！

网友所谓的高傲：旅行套餐的操作与规则，所谓符合目前的“行业惯例”，就是霸王条款！

网友属于谁的秘密：作为携程钻石会员，我表示戒了。

携程退票费高达80% 专家称在钻法律的空子



春运期间一票难求，种种乱象也趁势而起。一些在线旅游网站的机票产品变身“旅行套餐”，有的改签费高达70%，退票费高达80%，有的“旅行套餐”甚至不支持“套餐退定”“套餐修改”。也就是说，一旦购买，立刻“套牢”，这么坑人的“套餐”到底是怎么回事？为什么如此底气十足？

“旅行套餐”退改签存猫腻

所谓的“旅行套餐”，就是一张机票加一张旅游优惠券，或者是一张飞机票加一张高铁票的组合。因为“旅行套餐”价格低廉，所以受到了消费者的欢迎。然而，有消费者发现，廉价机票套餐的背后，却隐藏着“退票陷阱”。

近日，烟台市民宋先生就遇到了这样的问题。不久前，他在携程网上花302元购买了一份2月12号从烟台到上海的机票“旅行套餐”，这个价格相当于山航官网报价的3.5折。可是由于行程有变，当宋先生想要退票时，却发现退票费高得离谱，退票费为241块钱，等于票价的80%，退票费如此高昂。而由于之前没有细看旅行套餐的退改签条件，宋先生也只能吃哑巴亏。像宋先生这种情况的还不少，不仅如此，在携程网上的一些“旅行套餐”还有显示“不支持退改签”的。

众所周知，按国内主要航空公司的规定，除特价之外一般机票的退票费为

5%—10%，最高不超过20%。那么，为什么旅行套餐的退票费会这么贵？携程网客服给出了这样的答复。

客服：这个旅行套餐本身是携程在航空公司给出的价格基础上，携程额外打的折扣，本身是享受过优惠折扣的，它的退改签比普通的是要严格的。既然享受了这个折扣，就要遵守退改签的政策。

高昂退票费是在钻法律的空子

携程敢堂而皇之收取高达80%的退票费，它们的底气何在呢？旅游专家刘思敏认为，这是一个钻法律空子的做法，因为按照规定，机票代理商出售机票不得自行定价，但有权对旅游产品定价，并制定退订政策。这条规定也成为携程加价售卖旅行套餐，并收取高额退票费的借口。

刘思敏：根据这些资源重新进行特殊的产品生产和组合的，现有的法律肯定是没有明确的相关规定的。

业内人士透露行业潜规则

某业内人士也透露，“旅行套餐”

退改签规定，已经成为了一种行规。

业内人士：出行的高峰时候，资源的紧俏性，一部分票确实是在代理商那采购的，牵扯到供应商的情况下，这个很难再跟供应商谈改签的问题，这个在行业里边是一个采购政策。

另外，也有业内人士表示，很多在线旅游网站有很多中小代理商，比拼低价机票，收取高于航空公司退改签基准价的费用，进行“第二次盈利”。

旅行套餐构成“霸王条款”

在中国消费者协会专家邱宝昌看来，对于消费者而言，设置高门槛收取高额退票费，这样的退票条款显失公平，这样的旅行套餐构成“霸王条款”。

邱宝昌：它设置了一个高门槛，一退票的时候可能要达到收取30%、40%甚至90%的退票费，这样它退票一点意义都没有了，很明显的不公平，这是典型的霸王条款。

因此，在这里提醒消费者，在购买机票时，不能只图便宜，要看好相关的条例规定，并做好行程规划，减少损失。

亚马逊“砍单”扫地机惹不满

多位消费者向北京晨报反映，几天前在亚马逊网站购买一款94元的扫地机器人后，却被单方取消，亚马逊方面仅发邮件称取消订单系“因订单商品缺货”。消费者纷纷表示要集体维权。律师称，亚马逊网单方取消订单的行为已涉嫌违约。

电邮称因缺货取消订单

梁先生告诉记者，2014年10月29日他在亚马逊网站看到“科沃斯智能家用扫地机器人吸尘器CEN360”仅售94元，便毫不犹豫地下了单。“临近双十一电商的打折力度都挺大的，我看到这款产品这么便宜也没多想，以为是亚马逊的促销活动就赶紧下单了。”然而等待5天后，2014年11月3日，梁先生突然收到亚马逊网站的邮件，声称“因订单商品缺货而无法满足您的订购意向”。随后他登录账户，发现该订单已被取消。“虽然我是货到付款，但是已经下单就表示有购买意向，怎么能随便取消，连沟通环节都没有，发邮件就完事儿了？”梁先生对亚马逊此举非常不满。

同样，王先生也是2014年10月29日在亚马逊订购了这款扫地机器人，并在线支付了全部货款94元。他也于2014年11月3日收到了取消订单的邮件，货款也被退回。亚马逊发的邮件同样称该商品缺货。

北京晨报
2014年11月5日 星期三

社会新闻

A15

亚马逊“砍单”扫地机惹不满

仅发邮件通知缺货 千余下单成功消费者欲法律维权

天天3·15
维权我做主

把您在消费过程中的遭遇与困惑发给我们，我们在热线电话 96101、96101@vip.163.com、微博 晨报天天315、微信 bjb96101 这一端等您。

多位消费者昨日向北京晨报反映，几天前在亚马逊网站购买一款94元的扫地机器人后，却被单方取消，亚马逊方面仅发邮件称取消订单系“因订单商品缺货”。消费者纷纷表示要集体维权。律师称，亚马逊网单方取消订单的行为已涉嫌违约。

电邮称因缺货取消订单

梁先生告诉记者，10月29日他在亚马逊网站看到“科沃斯智能家用扫地机器人吸尘器CEN360”仅售94元，便毫不犹豫地下了单。临近双十一电商的打折力度都挺大的，我看到这款产品这么便宜也没多想，以为是亚马逊的促销活动就赶紧下单了。然而等待5天后，11月3日，梁先生突然收到亚马逊网站的邮件，声称“因订单商品缺货而无法满足您的订购意向”。随后他登录账户，发现该订单已被取消。“虽然我是货到付款，但是已经下单就表示有购买意向，怎么能随便取消，连沟通环节都没有，发邮件就完事儿了？”梁先生对亚马逊此举非常不满。

同样，王先生也是10月29日在亚马逊订购了这款扫地机器人，并在线支付了全部货款94元。他也于11月3日收到了取消订单的邮件，货款也被退回。亚马逊发的邮件同样称该商品缺货。

该品牌其它型号仍在售

昨天记者登录亚马逊网站，发现“科沃斯”家用扫地机器人其它型号都在销售，普遍售价千余元左右，但已找不到消费者遭遇“砍单”时订购的“CEN360”。而淘宝、京东等购物网站仍在正常销售该产品，价格900元左右。某网站客服人员告诉记者，该产品是新款，目前供货一切正常。

记者就此致电亚马逊网站，客服人员解释，“确实是由于产品缺货才取消订单，且今后也不会再次补货，对于是否会给消费者做出补偿，目前还没有接到任何通知”。

全国千余消费者欲维权

记者在微博上看到话题“亚马逊随意砍单”有不少人留言。众多有此遭遇的消费者在网上建立了维权群，截至昨天下午群内已有来自全国各地的1000余人，全是因94元购买了这款产品被亚马逊取消订单。南京的一位消费者称，群内成员正在搜集相关资料，打算通过法律手段维权，“希望亚马逊可以尊重消费者”。

也有不少被“砍单”消费者坦言，如果亚马逊标错价格并解释清楚，可以理解，“我们也知道这个价格确实偏低，但是用缺货作借口，把这个产品直接下架，也没有任何其他方面的表示，这种行为确实让人难以接受”。

该品牌其它型号仍在售

记者登录亚马逊网站，发现“科沃斯”家用扫地机器人其它型号都在销售，普遍售价千余元左右，但已找不到消费者遭遇“砍单”时订购的“CEN360”。而淘宝、京东等购物网站仍在正常销售该产品，价格900元左右。某网站客服人员告诉记者，该产品是新款，目前供货一切正常。

记者就此致电亚马逊网站，客服人员解释，“确实是由于产品缺货才取消订单，且今后也不会再次补货，对于是否会给消费者做出补偿，目前还没有接到任何通知”。

全国千余消费者欲维权

记者在微博上看到话题“亚马逊随意砍单”有不少人留言。众多有此遭遇的消费者在网上建立了维权群，截至昨天下午群内已有来自全国各地的1000余人，全是因94元购买了这款产品被亚马逊取消订单。南京的一位消费者称，群内成员正在搜集相关资料，打算通过法律手段维权，“希望亚马逊可以尊重消费者”。

消费者在网上建立了维权群，截至昨天下午群内已有来自全国各地的1000余人，全是因94元购买了这款产品被亚马逊取消订单。南京的一位消费者称，群内成员正在搜集相关资料，打算通过法律手段维权，“希望亚马逊可以尊重消费者”。

也有不少被“砍单”消费者坦言，如果亚马逊标错价格并解释清楚，可以理解，“我们也知道这个价格确实偏低，但是用缺货作借口，把这个产品直接下架，也没有任何其他方面的表示，这种行为确实让人难以接受”。

北京李建成律师事务所张雪东律师就此表示，亚马逊网单方取消订单的行为已涉嫌违约。“在网站发布商品，含有价格、规格、型号等具体信息时，就是一个要约邀请。当消费者下单后，则是承诺，表示双方合同已经成立。”他进一步解释道，“不管是缺货还是其他原因，只要商家没有交付货品都涉嫌违约，消费者有权要求对方履行合同。”（北京晨报）

亚马逊一折促销彩电砍单案败诉

在亚马逊网站促销期间，众多消费者下单购买标价161.99元的长虹32英寸LED液晶电视，后遭到亚马逊单方撤单，称价格标错了，公司根本没这批特价货。

消费者陈先生等3人起诉到朝阳法院要求继续履行合同。同时，国内出现两个维权QQ群，300多名消费者关注着诉讼进展。

法庭上，亚马逊公司代理人语出惊人：“(发出确认发货的电子邮件才意味着合同成立)是网络交易生存和发展的基础”、“既然标明缺货，消费者对不能发货的结果是应当预见的”、“我方未实际采购过此货物，电商的话，缺货也可以放在页面上”、“在成千上万订单中保证所有订单没有错误，不现实”。

事件还原

32英寸彩电卖161元 付款后无货

陈先生诉称，2013年11月26日，亚马逊网站上推出了感恩节促销活动。在“一折秒杀”活动中，长虹一款型号为LED32538的32英寸液晶电视，标价161.99元。

超低的价格吸引了陈先生，他立即抢购了该商品。

但两天后，陈先生接到亚马逊中国取消订单的邮件，邮件表示订单无法完成

的原因是缺货。

陈先生认为，亚马逊公司在网站上登出商品优惠信息，并没有告知商品数量有限的信息，而消费者在看到商品信息后，下单并已经付款，此时应该意味着，双方已经默认达成合同。

而亚马逊公司在没有任何有效说明的情况下，单方撤掉用户订单的行为属于毁约，应承担相应赔偿责任。

为此，陈先生委托律师将“亚马逊中国”所属的北京世纪卓越信息技术有限公司诉至法院，要求继续履行订单。

3月3日，案件在朝阳法院开庭。陈先生简单地接受了记者采访：“当时新房刚装修完，想在卧室放个电视，刚好看到亚马逊的特惠促销。结果电视没添成，反而添了堵。”

陈先生称自己当时很气愤，第一反应就是维权，但向客服投诉仍不能解决。

他表示，时至今日，家里的卧室都没装电视，他坚持要通过诉讼讨说法。

“那面墙，我就给亚马逊留着了！”

网页显示“暂时缺货”但仍能抢购

庭审现场，一位姓刘的先生坐在旁听席上听得聚精会神。他告诉记者，他是“亚马逊长虹诉讼群”的维权代表。

刘先生详细向记者讲述了事情经

过。2013年11月26日中午，正在家中上网的刘先生突然被一则电脑插件弹出的优惠信息吸引——“长虹彩电32英寸，161元，下手要快，抢光了就没了！”

刘先生下意识地点击该信息，立即转至了亚马逊网站的购物网页——“特惠，长虹彩电32英寸，161元！”

除了价格特惠，商品信息还标注着“暂时缺货，可接受预订”。刘先生立即点击“购买”按钮，抢购了该商品。

“我经常网购，电商经常会有类似的低价促销活动。”刘先生说，之所以显示“暂时缺货”但自己仍然抢购，是因为页面显示该商品是可以正常购买的状态。

付款并填写了送货地址等信息，刘先生坐等亚马逊的发货确认单。

但他没想到，两天后的下午，自己等来的是订购失败通知。邮件显示，“由于缺货，我们将无法满足您对商品长虹32英寸LED电视机的订购意向。如果您就该商品已完成付款，相应款项将退至您的礼品卡或原支付卡中。”

消费者目睹 消协投诉记录一大摞

刘先生很气愤，既然无法订购，为什么还允许消费者付款购买呢？他致电亚马逊客服，对方向他道歉，但仍表示商品已经无法订购。

“打了十几个电话，直至客服经理

出面，对方只是一味地道歉，建议刘先生去消协投诉。但亚马逊网站本部一直没回应。”

刘先生无奈地按照邮件提示取消了订单。但他感觉咽不下这口气，于是将亚马逊发送的每个邮件都做了截图。

之后，刘先生再次进入亚马逊网站，想看看这款32英寸长虹电视是否下架。但打开网页后，商品标价是1489元。刘先生发现，商品信息显示它不再是亚马逊网站直销，而是由长虹专卖店直销。

刘先生感觉被骗。“亚马逊说‘无法订货’，但别的商家明明在卖嘛！”他说。

他浏览该网页信息发现，很多有着和他相同遭遇的网购者纷纷留言指责亚马逊网站欺骗消费者。

刘先生去消协投诉。近一周后，消协回复，亚马逊网站不同意调解，刘先生只能通过法律途径解决。

“当时我在消协看到，关于亚马逊的调解记录有厚厚一摞，结案结论都是亚马逊不同意调解。”他说。

组建维权QQ群 发起集体诉讼

刘先生决定召集消费者发动集体诉讼，并专门建立了“亚马逊长虹诉讼群”。“一下子就进来80多人。这些人里居然还有我的朋友。”他说。

目前，“亚马逊长虹诉讼群”里聚集了94名消费者。在此之前，还有消费者创建了“网购维权群”，目前群内有维权者221人。

记者了解到，“网购维权群”中包括陈先生在内的3名消费者，已经在朝阳法院起诉了亚马逊公司，3起案件由同一

位公益律师代理，案件均于3月3日开庭审理。

刘先生告诉记者，他创建的“亚马逊长虹诉讼群”里的消费者，准备等陈先生等人的案件宣判后，再去朝阳法院起诉。

被告说法

亚马逊代理人：确认发货了合同才成立

法庭上，亚马逊公司的代理人明确表示不同意履行订单。

该人首先表示，原告陈先生不是适格原告，理由是其提交的证据都指向一个特定的电子邮箱，但没有证据证明这个电子邮箱是原告本人用于在亚马逊购买商品，或原告本人是亚马逊网站的有效用户、曾提交过订单。

即使原告是适格原告，双方也没建立起有效买卖合同关系，因为合同未成立。

该人具体解释说：“我方交易流程设计表明，消费者通过网站购物前需注册成用户并同意相关交易规则。在消费者注册时，亚马逊已经作出提示，消费者注册视为同意受到交易条件的约束。”

该人称，根据亚马逊的约定，对商品进行价格展示属于要约邀请，消费者下订单的行为是要约，亚马逊发出确认发货的电子邮件后，才意味着合同成立。

亚马逊网站确认收到订单并发送电子邮件，其法律效果是使要约生效，而非使合同成立；亚马逊网站也有权取消订单使要约失效，因为“受要约人可以拒绝要约”。

因此，亚马逊网站取消订单时买卖

合同还未成立，网站没有义务提供涉案商品。

为了证实上述说法，亚马逊公司还向法院提交了一份公证书，证明消费者在注册时，亚马逊网站已提示交易规则，“涉案订单处理方式并未逾越此规则，不违反诚实信用原则，取消订单没有过错”。

涉案的长虹电视，市场价为1799元，是亚马逊161.99元“特价”的11倍。

“涉案订单取消的原因是什么？”被法官问到这个问题，亚马逊公司的代理人表示，原因是后台出现故障，商品价格标错了。“在成千上万订单中保证所有订单没有错误是我方的努力目标，但这是不现实的。”

亚马逊公司的代理人告诉法官，定价是自动生成的，亚马逊网站每天处理数十万单交易，内在机制是自动生成的，只有出现不正常交易信息报错后才会有人工介入。取消订单是因为后台逻辑演算出现错误，进而导致价格错误。

2013年11月26日下午1点开始，亚马逊系统收到订单急剧增长报告，短时间内增加了几千单，在半小时收到接近一万单订单。工作人员这才了解到价格有误，随即将展示页面撤掉，并向用户发邮件要求取消订单。

法庭上坦言 未采购过促销彩电

但亚马逊公司的代理人承认，虽然商品信息显示“暂时缺货”，但不影响消费者下单。

“涉案产品能实际交付吗？”法官问。

该人答：“我方未实际采购过此货

物，没有库存。”

“没有货能放到网络上出售吗？”法官追问。

该人答：“电商的话，缺货也可以放在页面上的。”

该人认为，涉案产品网页既然标明了缺货状态，“原告应知被告无法交付商品”，“原告称双方确认订单达成一致，是单方认识”，“涉案商品明确标明缺货，包括原告在内的全部消费者对其状态明知，其下单行为对不能发货的结果是应当预见的。”

庭审临近尾声时，亚马逊公司的代理人给法官讲了一套大道理：“(发货才视为合同成立)，在实践中受到广泛认可和执行，这是网络交易生存和发展的基础。”

“我方希望法院了解，在处理成千上万单商品订单所形成的交易规则是促进电商交易的必要行为，也并不违反法律规定，是交易者必须遵守的法律惯例，应得到法律支持和保障……(保障)电子商务的经营者取消订单的权利，是为了电子商务的经营发展。”

法院判决亚马逊败诉 判令履行交货

2014年1月，宁先生等三位消费者代表向北京朝阳法院递交了起诉书，要求亚马逊中国履行订单交付电视机。2014年3月3日，朝阳法院开庭审理此案。2014年4月15日，朝阳法院判决亚马逊败诉，责成亚马逊中国于判决生效起十日内，给消费者售价161元的长虹32寸电视，并承担消费者的证据保全费1000元，律师费4000

元。逾期将加倍支付债务利息。亚马逊不服此判决，向北京第三中级人民法院提起上诉。

最后，北京第三中级法院做出终审判决，维持一审法院判决，判令以无货为由单方面取消订单的亚马逊中国败诉，支持消费者所有诉讼请求，要求亚马逊向三名网购消费者履行交付长虹电视机并承担消费者的律师费等维权费用。(据法制晚报)

相关链接

亚马逊连环“砍单”

“一砍”：2012年9月5日，亚马逊“9.5”促销活动中，被爆出至少有73位消费者反映遇到亚马逊“单方面解除订单”的情况，最终，亚马逊提出赔“10元的礼品卡”的解决方案，消费者难以接受，组织了维权团队，计划对亚马逊提起诉讼。然而，最终由于诉讼成本太高，未能提起诉讼。

“二砍”：2013年11月26日，亚马逊网站上推出了感恩节促销活动。在“一折秒杀”活动中，长虹一款型号为LED32538的32英寸液晶电视，标价161.99元。但两天后亚马逊以缺货为由单方面取消订单。消费者向法院起诉后，法院判令以无货为由单方面取消订单的亚马逊中国败诉，支持消费者所有诉讼请求，要求亚马逊向三名网购消费者履行交付长虹电视机并承担消费者的律师费等维权费用。

“三砍”：2014年10月29日，亚马逊网站“科沃斯智能家用扫地机器人吸尘器CEN360”仅售94元，许多消费者毫

不犹豫地下了单。几天后，亚马逊再次以缺货为由单方面取消订单。据媒体报道，全国有数千消费者通过建QQ群维权，但目前没有维权进展报道。

网友声音

网友“黑白”：我有两点疑惑，第一，没货摆出来干吗，没货就卖，这就是弄虚作假，套钱的典型招数。第二，凭什么单方面取消订单？

网友“暗影烛日”：别纠结有没有货，问题在于亚马逊单方面取消订单。

网友“太阳至尊”：并不是为了真正的赔偿而战，我们是为了我们消费者的权益而战！以后不能让有此类的事件再这样出现！

网友“小黑泥鳅”：亚马逊犯的错误：1.混淆合同的成立与合同的履行（已经成立并生效，买家已经履行完合同义务后，居然敢说还没成立！）。2.亚马逊作为卖家无权单方取消合同。亚马逊在网站发布商品，有具体价格和商品规格型号等具体信息，这属于要约。客户下单确认购买信息，这属于承诺。客户下单完成，合同即成立并生效。此时，买卖双方都有履行合同的义务。亚马逊作为卖家无权单方取消合同，有点法律基础的都不会犯这种低级错误。

网友“Mintcandy”：如果这样也可以，那中亚以后可以随意砍单了，秒杀抢购都可以随意砍！

网友“水煮热带鱼”：最让人无法接受的是，没货收我钱干什么？

八平台同日“踩雷”

P2P网贷资金链风险升级

2014年12月10日，运营时间超过一年的P2P网贷平台爱帮贷公告称，收到法院发出的案件受理通知书，正在积极努力解决目前的问题。此前，爱网贷、腾信嘉华、拉手贷等8家平台在同一天出现提现困难或限制提现。

近几个月来，网贷平台问题不断，资金链断裂等原因造成“跑路潮”频发，把P2P推向风口浪尖。据第一网贷统计，倒闭、跑路、提现困难等各种问题平台及主动停业平台2014年11月新发生42家，1至11月份新发生178家，远远超过2013年全年的75家。

业内人士认为，年关已成为不少P2P的生死大考，一些资本实力弱、风控不完善的平台，在年底的集中兑付压力之下，资金链容易断裂。股市强劲上扬，吸走很多追逐高收益的P2P投资者，加剧P2P平台面临的资金链问题，其爆发危机的概率也急速上升。

然而，年底的街头仍有不少业务员拉住过往行人，介绍按月付息2%的P2P产品……

高收益“诱惑”不断 经营情况讳莫如深

临近年底，年息17%左右的理财产品小广告塞满了各个小区的信箱。

2014年12月3日，记者按照其中一份传单找到位于上海闹市区的“XX金融信

息服务公司”。这家公司租用整层楼面，办公室看样子刚刚装修过。工人们正在会议室里张贴各个分公司的简介，以彰显公司的资金实力。

记者说明来意后，客户经理就热情地介绍道，理财产品有1个月、3个月、6个月和12个月期限，对应年化收益分别为9%、10%、12%和15%。客户经理强调，和一般P2P产品不一样，他们的产品是P2B型，就是说投资者的钱是借给公司的，公司将把募集资金投到城隍庙附近的商城建设中，也是划给第三方担保公司。但这些内容在产品说明书和广告传单上并未体现。

“今年12月底之前买，5万元阿拉送5克黄金的。要是明年再买，送的黄金就少了。”客户经理用上海话热情地说，“依要抓紧啊。阿拉投资的项目都是上海本地的，讲难听点，出了问题也好处理。”

此外，吸引投资者的条件基本就是P2P产品的“标配”：有担保方，资金可以随时取回，按月支付利息等等。

而记者从信箱里拿到的另一份“山信宝”的广告则更有特色：凭广告单可以领取长兴岛金橘一箱。在约定日期前投资的客户可以参加橘园采橘活动；投资5万元以上获赠周庄云海度假村一日游；投资1年期21万元以上即时返现1%，投资1年期51万元以上即时返现2%……



“这些活动明显对老年投资者很有吸引力。我们观察，有些P2P公司就像当年的保险公司，拉客户旅游、吃饭，尤其喜爱老年客户。”上海一家贷款中介的负责人说。

但对于P2P公司经营的真实情况，大家都讳莫如深。

陆金所董事长计葵生近期曾在公开场合透露，如果把平安陆金所的呆账率年化，差不多是5%-6%，才一语点醒梦中人。

“没有人会公布坏账数据。前两天我看到一篇文章说P2P行业的坏账率是10%，吓得我当时就想要不要找下家了。”一家P2P公司员工告诉记者。

P2P公司信而富的创始人和CEO王征宇表示，不要被P2P公司早期的低风险水平迷惑。P2P公司快速增长需要以有力的销售管理、严格的风险管理和清晰的财务管理为基础。而美国Lending Club根据账龄产生的风险曲线对认识P2P风险特征非常有帮助。从这条曲线可以看出，Lending Club从2008年开始的风险水平，



三年下来是14%多。把这个数字除以3，年化风险率大概是5%不到。而中国P2P风险率显著高于美国同行，也高于信用卡风险率。

“这进一步展示了风险管理的目的，不是简单地把风险降到最低，而是控制风险在一定的范围内，使得扣除风险损失后的收益最大化。”王征宇说。

但现在的问题是，目前国内众多P2P公司的坏账定义五花八门，没有统一规则。第一网贷也表示，因为数据口径不一，均未公开，所以没法提供P2P公司的经营风险情况。

“跑路潮”频发 P2P平台年关难过

实际上，因提现困难而停运的P2P平台还在增加。

2014年12月10日，爱网贷在其网站上以爱网贷运营团队的名义公告称，已收到泰安市中级人民法院发出的案件受理通知书，“我们正在积极努力解决目前的问题。”

此前，泰安市东和晟泰商务咨询服务发布“关于爱网贷后续工作的

通知”。通知称，“根据市场大环境预测，如果继续发布借款标逾期率会提高。因此决定平台暂停运营。期间，爱网贷官方群不会解散，网站不会关闭，暂停运营期间正常回款……另2014年12月3日开始发布信用标，按照公告提现……解决问题为先，也可随时到工厂跟法人协商转为线下业务，线下业务正常开展。希望广大投资者朋友们积极配合，与爱网贷共渡难关。”

10日公告还披露，股东裴敏、王承承和张全承诺“对于各位投资人在爱网贷平台投资的债权余额，我们将承担相应的个人连带保证。”后续资金来源为：到期借款及逾期借款的催收回款；线下业务的回款；裴敏名下的泰安市君鑫建材有限公司的产品销售回款；合作单位山东天风能源有限公司政府补偿；线下其他渠道资金筹措，包括但不限于企业银行贷款。

但爱网贷出现提现困难的原因是什么？爱网贷在借新还旧吗？爱网贷到什么时候才能完成兑付？对其他想进入P2P行业的创业者、对投资者、对同行都有哪些忠告……截至记者发稿时为止，爱网贷并没有回答记者提出的上述问题。

实际上，除了爱网贷，拉手贷、聚融贷、益元贷、现佳创富、腾信嘉华、君茂财富、江城贷等8家平台同在2014年12月2日这一天被爆出或跑路、或失联、或提现困难、或限制提现等问题。

优选金融执行总裁张虎成认为，2014年11月以来P2P“跑路潮”以及提现难等现象一再发生，主要原因有：P2P网贷融资成本偏高，而宏观经济不好，对于融资企业形成比较大的压力。2014年10月以来，A股牛市行情启动使得投资者重拾信心，P2P产品的投资者原本就是高收益的追逐者，股市的强势上扬吸引他们的资金转投股市，成为当下集中提现的主要原因。据了解，南方有一些平台近期提现增加三成。此外，临近年底，市场资金紧张，加上目前P2P市场监管尚不足，部分平台运营激进，风控不太完善，因此，部分平台无法应付投资者短期集中提现。

“预计随着年底的临近，P2P平台提现困难以及跑路事件还将持续增加。”张虎成说。

处置棘手 本息兑付困难重重

P2P平台出现的问题处理起来相当棘手。

姚女士2013年底在北京德胜门外美廉美超市购物。在超市1层收银台旁收到腾信嘉华的业务员派发的“腾信宝”传单，5万元至150万元的投资，收益率能达到12.5%—15%，保本付息，固定收益。

“后来业务员到我家宣传。2014年3月17日业务员在中关村市场张姓总监陪同下又到我的办公处宣传。我经不住他们软磨硬泡，同意购买此产品，15%年化收

益，并有总监签字。若紧急用款说可以赎回。”姚女士介绍。

2014年9月份，姚女士通过腾信嘉华网站查询，得知债权未匹配，她的钱下落不明。因此，姚女士要求终止协议。当姚女士去开阳桥找到栗姓总裁助理时，他说过了2014年10月1日再谈，怎么打电话也不接。当姚女士2014年9月20日再去中关村新中关大厦8层801、802室时，腾信嘉华已人去楼空。几个在现场的业务员说工资3个月未发放。姚女士认为这是非法集资、诈骗，当场报警。

“目前我知道我的两个朋友购买了腾信宝，到期也没有兑付本金和收益。”姚女士说。

经证实，腾信嘉华国际投资管理（北京）有限公司，从2014年6月陆续出现债权到期，拖欠本金、收益等问题，据初步统计，涉案金额达数千万元，受害客户数百人。目前，客户已经陆续通过法律等渠道争取解决问题。

目前腾信嘉华已没有在销的产品，所有业务都停了。

腾信嘉华的投资者告诉记者，主要是因为资金链在8—9月份出现问题，导致兑付出现困难。从11月开始，在腾信嘉华购买产品未到期的客户仍能按期获得1%的月息，但到期的客户只能返还0.5%的利息。从2015年1月1日开始，平台将按照投资者产品到期的时间顺序，按比例返还投资者本金。

至于资金链出现问题的原因，腾信嘉华CEO刘云腾曾向投资者表示，因为资金投向房地产领域，从银行贷款周转资金出现问题导致资金链断裂，出现本金兑付困难。目前北京、长春、青岛三地都出现了资金问题。腾信嘉华的工作人员介

绍，平台客户总数也就500人，总体资金规模在1亿元左右，本金到期没有兑付的应该有几千万元。

北京地区投资该平台到期的本金规模约有4000万元到5000万元，现在投资者已在陆续向公安部门报备，预计也有2000万元到3000万元。由于投资者处在不同的城区，需要到不同城区的公安经侦部门报案。目前海淀区经侦队已经立案，而北京朝阳区经侦队工作人员表示，案件有侦查期限，现在正在侦查，相关证据还在收集，到朝阳经侦报案的时间比较晚，只有几个人报案。

2014年12月3日，腾信嘉华公司官网仍能正常打开。在其首页有份醒目的“声明”称，“我公司腾信嘉华国际投资管理（北京）有限公司郑重声明：按照银监会规范P2P平台之相关规定，我司正在转变经营模式，因而出现暂时兑付放缓等情况。我司正积极解决因此出现的所有问题。对于社会及网络上出现的不实谣言，我司保留追究法律责任的权利。”

投资者目前能做的就是报警，等待处置结果。

风险重重 关键要防患于未然

交行首席经济学家连平认为，在经济下行、银行不良资产上升压力比较大的情况下，对包括P2P在内的民间融资需求比较大，其在满足需求方面起到了积极作用，这当中也有企业希望加快融资，防止资金链断裂的需求在内。在这个过程中，出现局部风险，有些P2P平台出现问题并不奇怪，关键是要看有没有整体性、系统性风险。

一位资深的金融律师根据其办案经验，对P2P平台倒闭、跑路的几大成因做了归纳。一是纯骗子型：建立一个空壳P2P借贷系统，以高收益或深厚背景为诱饵，平台毫无认真做生意的计划，恶意欺骗卷钱跑路。二是自融自用型：企业融资后自用，但本身财务风险控制能力不强，最终导致入不敷出，当平台出现集中提现，之前拿去投资的钱又没有回款时，平台资金链断裂。三是资金池型：投资人的资金没有进入第三方托管机构，而是进入了平台关联的资金池，违反政策底线，被强制关闭。四是引入担保型：平台会对资金回报与投资者签订担保协议，由平台自身为借款人作担保。这样一来，不管是一般担保还是连带担保，遭遇平台集中提现时，都会面临平台资金链断裂，平台或倒闭或跑路。五是风控较弱型：有些平台出发点是想要认真地做一个撮合平台。但因风控能力不够，导致平台被黑客攻击、实际的优质业务过少、坏账率过高，导致收入不能覆盖成本，平台最终支撑不下去。

“所以不要被保本、高收益的宣传蒙蔽是根本。”该律师称，“不要总想着收益特别高，还没有任何风险。”

投储在线COO李卫斌承认，当平台逾期坏账、提现困难、无力垫付成为既成事实后，往往会跟投资者摊牌。“网贷有风险，平台不兜底，我们会走法律程序，请投资者等待法律判决”；有的平台老板会给自己的平台估出一个天价，然后提出投资者债转股；有的平台老板会提出按照一定折扣回购投资者的债权，平台之前承诺的100%本息保障，早已是一纸空文。而投资者在此情此景之下，承受着巨大的精神压力和可能更大的资金损失风险，已别无选择。（据中国证券报）

资本搅动 P2P行业格局 监管细则仍是关注重点

过去的一年，网贷行业（P2P）一半火焰一半冰水。全年获得融资的平台不断，其中不乏上亿美元的大单，年底Lending Club在纽交所上市更让中国同行兴奋异常。但资金链断裂、夸大宣传的平台也不断涌现，贷帮网拒不兜底执意打破行业潜规则的做法更引发热议。

有业内人士表示，随着各路资本的注入，将加速网贷行业洗牌，平台业务进一步细分，业界巨头逐渐显现。监管细则需尽快落地，给行业发展稳定预期。

资本搅动P2P行业格局

日前发布的《中国P2P网贷服务行业评价报告》（以下简称《报告》）显示，截至2014年年底，网贷运营平台约1600家。其中当年新上线平台超900家，注册资金在1亿元以上的超48家。

有业内人士认为，注册资金虽不能完全代表一个平台的真实实力，但表明行业隐性门槛在提高，平台间竞争加剧，行业洗牌加速。

资金流向方面，有国资国企、银行、上市公司、风投背景的平台依靠信用背书，受到投资者青睐。《报告》显示，2014年有近80家平台获得上述资本的追逐。

短融网CEO王坤对记者表示，P2P行业要产生像“BAT”级别的企业，目前的资本投入量仍不足。可预测资本投入会保持增加态势。但也要看到，资本注入方持

投机心态的较多，看长远的少，投资现状让人眼花缭乱。

资本的注入加速了网贷平台业务的细分。记者梳理发现，当前网贷平台业务种类涉及信用贷款（如拍拍贷、宜人贷）、房产抵押贷款（如温商贷）、车辆抵押贷款（如好车贷）、供应链金融（如工商贷）、银行过桥（如小牛在线）、票据（如票据宝）、委托贷款（如E速贷）等十余种。

在收益率上，15%至20%成为网贷市场主流，15%以下收益率平台占比增速较快。北京、上海等地网贷平台收益率偏低，甘肃、安徽等地收益率较高。

“收益率居前的地区传统金融机构欠发达，线下贷款需求较多，利率较高。北京、上海等因为地缘因素，平台运营总体稳健规范，利率偏低。”上述业内人士表示。

业界：尽快明确监管细则有益行业发展

如果说2013年是互联网金融发展元年，2015年则是监管元年。虽然关于网贷行业的监管准则，仍是只听楼梯响不见人下来，但相关理念已达成较高共识。

一位接近监管层人士坦言，网贷行业不但涉众，还是微众（最普通消费者）。如何在鼓励金融创新与保护消费者权益上进行平衡，是监管层面临的难题。且网贷行业没有经历过完整经济周期考

验，这给其风险抵抗能力增加了不确定性。

2014年9月份，银监会创新监管部主任王岩岫在“2014中国互联网金融创新与发展论坛”上介绍了十个方面的监管思路，曾一度被业界理解为是已确定的监管原则。

日前，央行调查统计司副司长徐诺金在“2014互联网金融高峰论坛”上表示，监管部门适度监管、分类监管、协同监管、创新监管的理念是明确的。“不能将现有监管制度简单套用，要留下发展空间，但互联网金融也要认识到金融的严肃性，不能触碰红线。”他说。

中国社科院金融研究所所长助理杨涛表示，当前P2P网贷平台的风险集中在流动性、信用、技术操作、法律、经营等方面。他建议，对于金融互联网化要对原有法律法规进行细化、完善，针对互联网金融要尽快出台规范，尽快明确监管标准。

一位网贷平台负责人对记者表示，目前业界对监管细则已有一定预期，或涉及资本金、保证金约束、牌照管理、平台人员资质等内容。

“资本金可以看做是行业准入的门槛，有利于提升平台质量，也是盈利杠杆的标准，要以本逐利、不能无本套利。保证金则是平台不良经营，对公众投资者赔偿的保障。”他认为，监管细则的尽快明确有利于治理行业发展良莠不齐的现状。（据人民网）

北京市消协发布 绿色、有机大米比较试验结果



目前，市场上销售的高档大米主要分为绿色、有机两类，绿色、有机大米的价格远远高于普通大米的价格。消费者在选购大米时往往只看到其价格较高，并不了解绿色、有机大米相对普通大米好在哪里，同时对这两种大米的质量信心不足。为了解北京市场绿色、有机大米产品的真实质量状况，引导科学消费，保护消费者的合法权益，北京市消费者协会对北京市场上销售的部分绿色、有机大米产品进行了比较试验，具体如下：

一、试验样品及来源。比较试验样品由市消协工作人员以普通消费者的身份，从北京的超市及网络渠道随机购买，样品涉及北京、天津、上海、黑龙江、辽宁、吉林、江苏等省市的企业生产或销售的20种大米产品，包括绿色大米5

种，有机大米15种。其中，15个有机大米样品分别由7家认证机构进行认证。

二、检测标准及项目。比较试验样品委托农业部乳品质量监督检验测试中心，按照GB 1354-2009《大米》、NY/T 419-2007《绿色食品 大米》、《COFCC有机认证产品风险检测项目目录（试行）》等标准对绿色大米样品的铅、镉、乐果、杀螟硫磷、三唑磷、毒死蜱、甲拌磷、黄曲霉毒素B1，对有机大米样品的乙酰甲胺磷、丁草胺、毒死蜱、敌敌畏、瘟稻灵、甲胺磷、三唑磷、三环唑、吡虫啉、乐果、噻嗪酮、三唑酮、无机砷、铅、镉、黄曲霉毒素B1等项目进行测试。比较试验结果只对购买的样品负责。

三、测试结果。经测试，所有样品均符合相关标准要求，其中各样品的农药残留和化肥残留均未检出，重金属实测含量远低于标准要求（具体测试结果见附表）。

绿色大米、有机大米小知识

一、概念

1、绿色大米：产自优良生态环境、按照绿色大米标准生产、实行全程质量控制并获得绿色食品标志使用权的安全、优质大米。

2、有机大米：来自有机农业生产体系，根据有机农业生产要求和相应标准生产加工，并且通过合法的、独立的有机食品认证机构认证的大米。

二、区别

绿色大米是从普通大米向有机大米发展的一种过渡性产品。绿色大米分A级和AA级：A级绿色大米要求生产过程中严格按照绿色食品生产资料使用准则和生产操作规程要求，限量使用限定的化学合成生产资料，产品质量符合绿色食品产品标准；AA级绿色大米要求生产过程中不使用化学合成的

权威发布

Authoritative release



肥料、农药、兽药、饲料添加剂、食品添加剂和其它有害环境和身体健康的物质，按有机生产方式生产，产品质量符合绿色食品产品标准（A级绿色食品的标志与标准字体为白色，底色为绿色；AA级使用的绿色标志与标准字体为绿色，底色为白色）。

绿色大米与普通大米相比有以下四个特点：第一，强调产品出自良好生态环境，即产地经监测，其土壤、大气、水质符合《绿色食品产地环境技术条件》要求；第二，对产品实行“从土地到餐桌”全程质量控制，生产过程中的投入品符合绿色大米相关生产资料使用准则规定，生产操作符合绿色大米生产技术规程要求；第三，对产品依法实行统一的标志与管理，绿色食品标志认证一次有效许可使用期限为三年，三年期满后申请续期，通过认证审核后方可继续使用绿色食品标志。第五，政府推动、市场运作，质量认证与商

标转让相结合。

有机大米与其它大米的主要区别有六个特点：第一，有机大米在生产加工过程中绝对禁止使用农药、化肥、激素等人工合成物质，并且不允许使用基因工程技术。第二，有机大米在土地生产转型方面有严格规定，考虑到某些物质在环境中会残留相当一段时间，土地从生产其它食品到生产有机大米需要两到三年的转换期，而生产绿色大米则没有转换期的要求。第三，有机大米在数量上进行严格控制，要求定地块、定产量，生产其它大米没有如此严格的要求。第四，按照国际惯例，有机食品标志认证一次有效许可期为一年，一年期满后申请“保持认证”，通过检查、审核合格后方可继续使用有机食品标志。第五，保持良好生态环境，人与自然的和谐共生，达到生产国或销售国普通农产品质量水平。第六，社会化的经营性认证行为，因地制宜、市场运作。

简单的讲，A级绿色大米可以在种植水稻时允许限量使用限定的化学合成物质，而AA级则禁止使用；有机大米在生产加工过程中绝对禁止使用农药、化肥、激素等人工合成物质，且不允许使用基因工程技术（转基因），是最高标准的大米。

北京市消协绿色大米比较试验结果

编号	品牌	样品名称	单位名称	铅 ≤0.2mg/kg	镉 ≤0.2mg/kg	乐果 ≤0.02mg/kg
1	三粮绿珠	盛世绿珠长粒香米	五常市绿珠米业有限公司	1.1×10^{-2}	7.0×10^{-3}	未检出 ($<2 \times 10^{-2}$)
2	金龙鱼	金龙鱼盘锦大米	益海嘉里(盘锦)粮油工业有限公司	9.7×10^{-3}	3.0×10^{-2}	未检出 ($<2 \times 10^{-2}$)
3	天缘道	五常大米(稻花香II号)	东方集团粮油食品有限公司	6.2×10^{-3}	6.2×10^{-3}	未检出 ($<2 \times 10^{-2}$)
4	小站稻	大米	天津黄庄洼米业有限公司	4.7×10^{-3}	9.6×10^{-3}	未检出 ($<2 \times 10^{-2}$)
5	森王	火山石板米	黑龙江东珍珠绿色食品有限公司	1.3×10^{-2}	9.3×10^{-3}	未检出 ($<2 \times 10^{-2}$)

北京市消协有机大米比较试验结果

编号	品牌	样品名称	单位名称	发证机构及身份码	乙酰甲胺磷 (不得检出) mg/kg	丁草胺 (不得检出) mg/kg
1	生态小镇	五常产有机大米	五常市新庄农民专业合作社	南京国环有机产品认证中心 00097347180	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
			兴龙垦生态产品有限公司			
2	十月稻香	有机大米	生产商: 朝阳泰然科技食品有限公司	辽宁方圆有机食品认证有限公司 38513676	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
			经销商: 沈阳信昌粮食贸易有限公司			
3	鸭绿江	一见钟情有机米	辽宁鸭绿江米业(集团)有限公司	中国质量认证中心 00113002620300253	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
4	好雨	好雨有机米	吉林裕丰米业股份有限公司	北京五洲恒通认证有限公司x021002135	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
5	金源农场	原生态有机米	黑龙江东北大有有机食品集团有限公司	北京爱科赛尔认证中心有限公司81985421	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
			销售: 北京福海华康有机食品有限公司			
6	绿之源农庄	有机大米	黑龙江省红兴隆农垦晟佳科技贸易有限公司	北京五洲恒通认证有限公司x027915307	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
7	裕道府	有机大米	中农裕邦(北京)生态农业有限公司	北京爱科赛尔认证中心有限公司81382629	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
8	北大荒	有机米	黑龙江省北大荒米业集团有限公司	北京爱科赛尔认证中心有限公司82480912	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
9	品道	有机大米(一级)	出品 北京道康源商贸公司	中绿华夏有机认证中心 87429723	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
			生产 图门市月晴镇故乡农民专业合作社			
10	光美	有机光美大米	句容市天王镇戴庄有机农业专业合作社	中绿华夏有机认证中心 COFCC-R-0811-0236 (104920240)	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
			上海元颂实业有限公司			
11	湖西岛	有机糙米	扬州宝应湖西岛有机农场	北京爱科赛尔认证中心有限公司61801211	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
12	普康	有机大米	吉林普康有机农业有限公司	南京国环有机产品认证中心00028506713	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
13	裕道府	有机大米	五常市华天粮油贸易有限公司	北京爱科赛尔认证中心有限公司83119456	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
			监制: 中农裕邦(北京)生态农业发展有限公司			
14	素养生活	有机原稻米	北京素养生活电子商务有限公司	北京东方嘉禾认证有限责任公司40590966	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)
15	粳冠	优质有机盘锦大米	盘锦鼎翔大米有机公司	中绿华夏有机认证中心 ----	未检出 ($<8.95 \times 10^{-3}$)	未检出 ($<3 \times 10^{-3}$)

莫入求职陷阱



兼职打工长经验，却有陷阱职路拦，
销售兼职舌如簧，交付假货就失联。
黑中介职位虚假，交钱无果拖时间，
体检押金服装费，有去无回索要难。
黑企业高薪吹嘘，克扣拒付演变脸，
中介证照要查清，招工企业实地察。
用工合同签仔细，关键事项列条款，
结伴打工有照应，证据留存保安全。

【案例一】小李在宿舍休息时，一位自称是某著名洗护用品公司的取货员的人敲门，出示了公司工作证，说从公司以特惠价获得一些产品，希望在学校寻找几个代销员，每月给底薪300元，每半个月会电话联系大家，并带些产品来销售，如有卖不完的可按进价退给她。经过一番讨价还价，4名同学各出四百元，拿四箱货品，到校门附近光线比较暗的地方取了货。回寝室开箱试用之后，才发现是假货。再拨打取货员的手机号码，对方已经关机，踪影全无。

【案例二】小刚是外语系学生。经人介绍，他和另外几名同学一起帮忙给一家翻译公司翻译一些急件，报酬是每千字五十元。经过小刚和同学们一天一夜的努力，几万字的急件终于翻译完了。但当他们找到翻译公司讨要报酬时，

却遭到了拒绝。这家翻译公司的相关负责人称，因为他们翻译得太慢耽误了时间，存在许多错误，客户非常不满，给公司造成了损失。由于此前没有签订书面协议，双方产生较大的分歧。

【点评】时下，不少大学生课余时间或是假期打工，积累社会实践经验又能减轻父母负担。但扣保证金和中介费、收取培训费、服装费、无薪延长工时、拖欠、拒付工资等侵权情况时有发生。学生不是劳动法规定的劳动者，不

受劳动法保护，也不属于消协受理的消费纠纷。但学生在用人单位打工期间权益受到侵害或造成其他伤害，仍会受到法律的保护，这一点可以按雇佣关系处理，受害人可按人身损害赔偿主张权利。遭遇黑中介可以向人社局劳动监察部门举报。

【消协提示】

1、资质要查清。不要因为求职心切而听信校园内游荡的闲散人员或者是网上的游说，要到正规的劳务派遣公司求职，应查看中介机构是否具有工商部门颁发的《营业执照》和市或区县劳动保障局核发的《职业介绍许可证》。并确认用工单位是否具有法人资格，是否有招工权，如果条件允许，最好到招工单位进行实地考察。

2、合同仔细签。即使短期打工，也要与用工单位或个人签订劳动合同，将工作时间、工资报酬、支付方式、劳动保障等在合同上写清楚。如果工作有危险性，要了解用人单位是否投了意外伤害、工伤保险等。

3、证据妥保存。合同、招聘广告、工作证明等要注意收集，以便维权。最好结伴打工，不仅可以相互协助照顾，而且一旦出现纠纷彼此也可以作个证明。如果是做促销，可以保留这个公司提供的促销品或是提供的统一的服装等。
(海淀区消协)

预付费莫入办卡“深渊”



说消费，话消费，咱先说说预付费，
进店服务办张卡，图个方便和实惠。
层层打折真诱人，五花八门天花坠，
甜言蜜语软磨泡，更有苦情难推诿。
办后服务就缩水，板起脸孔别想退，
更有商家玩蒸发，一夜关门人难追。
预付消费有指引，您要学会把权维，
搞清需要再付款，理智办卡不浪费。

【案例】小王被一家美发店拉到店里免费体验做发型设计。一进去就被“热情”地在头上戴上杠子、抹上药水，一切准备就绪时，就要求她们办卡，否则别想离开。因为害怕，小王拿出了身上全部的钱办了卡，共1000元。经消协调解进行了退款。

【解读】在休闲健身娱乐、理发及美容保健、汽车清洗及保养、洗染、洗浴行业，经常会有预先支付钱优惠办卡的情况，称为预付费消费。退卡难、中断服务不退卡的投诉比较集中。在“预付费消费”中，商家通常以免费体验和高

额折扣优惠为诱饵吸引消费者，许多消费者在购买预付费式消费卡后，才发现服务不尽如人意，退卡则困难重重，如被告知“一经售出，概不退款”或者告知要数额不小的手续费。在经营者破产、倒闭、经营不善等情况下，消费者可能面临不法经营者的欺

诈、卷款逃匿等风险，其合法权益很难得到维护。消费者在购买预付费式消费卡时，经常没有与经营者签订书面协议。由于缺乏明确无误的书面约定，一旦发生消费纠纷，消费者与经营者往往各执一词，难以通过协商或调解的方式达成一致处理意见。《北京市消费类预付费服务交易合同行为指引》第十条规定：消费者在交付预付费后7日内，尚未使用预付费接受服务的，有权无条件解除合同；经营者应当一次性退还全部预付费。消费者在交付预付费后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。

【消协提示】

- 1、免费体验莫入。免费体验的“馅饼”后往往是“陷阱”。莫要贪图小便宜。
- 2、莫预付大额资金办理预付卡。最好不要买那些面额较大的卡，由于企业的经营时间难以预料，一旦企业经营不善倒闭，消费者想要维护自己的权益就会困难重重。（海淀区消协）

租房陷阱早预防



租房消费租金高，预防陷阱细思量，
克扣押金常投诉，借口多多常无防。
卫生公摊费用高，强制租期暗里藏，
中途拒租和转租，租户心急把心伤。
知名中介有保障，刚刚成立莫指望，
群租房可莫要租，违法租房无保障。
合同要用制式的，协议需要盖公章，
设施核对列清单，合同完备把心放。

【案例1】小闫租房合同已到期，但经营者以消费者租赁期间损坏房屋内物品为由拒绝退还押金，投诉到消协。经过核实及双方的认可，其损坏物品远非中介公司描述的严重，经营者放大了消费者的过错，以此觅得扣除押金的目的；经过调解，经营者为消费者办理退费，为消费者挽回损失1990元。拒付押金的借口还有更换老板、房主不退押金等。

【案例2】小张本只想租住三个月，但中介以没有三个月合同版本为由，让消费者签订一年的正式合同，补充协议由业务员签，不盖公章。三个月到期百般推脱，以补充协议的业务员非本公司职员为由，拒绝退还房租和押金。

【解读】对于即将毕业的大学生，租房需求往往很迫切。然而如果不加防备，往往会落入一些不良房屋中介设下的陷阱。租房消费金额高，需要同学们谨慎交易。

【消协提示】

1、选择知名中介公司：不要听信一些不知名中介的宣传和路边小广告，交易前，到北京市工商行政管理局官方网站的“企业信用”栏目查证是否是正规注册企业；并到网上查询是否有不良口碑。

2、谨防“假房东”骗钱：一些不良中介会冒充假房东，将租来快到期的房屋以较长租期转租，将房屋高价出租，从中赚取差价，卷款后一走了之。因此在租房时，一定要查看房东房产证、身份证原件；如果对方是帮别人出租房屋，一定要有委托书、委托人房产证、身份证等。

3、谨防虚假广告套取信息费：有一些不良中介人员利用虚假广告，宣传一些地段好但租价较低的房屋以吸引租房者。向租房者索要看房费或是信息费。钱一到手，一再拖延带客户看房的时间或故意躲避，或转而推荐其他房源，不断套取看房费、信息费。按照有关规定，任何经纪公司和经纪人不得向房产消费者胡乱收取看房费、信息费。而正规经纪公司是免费无偿看房的。

4、合同协议要完备：租房协议要明确租赁房屋所在的位置、间数、面积、质量、租赁期限、租金及支付期限与方式等；要明确水费、电费、煤气费、电话费、有线电视收视费、卫生费和物业管理费等由谁支付、并列明租住前的各项数字，以区分责任；要对房屋维修及费用问题做出约定对租金交付时间、租房前设施情况、租房者承租前应了解房子是否有未结清的费用，如有，则需与房东协商如何交接并写进合同。合同相关责任明确，以避免纠纷。

5、慎选合租人。合租能够省钱，但最好是自己熟悉的同学或同事，以保证人身和财务的安全。（海淀区消协）

家电维修要找“正规军”

家电维修真闹心，维修门店难查清，
修理站点常换人，网上搜索莫轻信。
一不小心招李鬼，一番鼓捣瞎折腾，
先把价格说的低，步步添加算的精。
趁人不备换旧件，旧病不除添新病，
质次价高出问题，再打电话无人应。
维修站点要选好，核实厂家心肚明，
修理记录妥保存，三包服务有保证。

【案例】小许租住房的冰箱不制冷了，于是打了门上塞的“蓝天社区维修中心”名片电话，维修人员说350元保证修好。可是，上门维修却要了600元材料费。维修人员走后，却发现冷冻室的食物都化了，这次再打电话维修商，要么不接电话，要么就关机。无奈之下，小许找到了购买电器的商城找到维修商，只花了200多元便修好了。

【解读】家用电器出现故障经常会碰到，但是消费者却往往不知到哪儿去找维修商，或者因为官方的维修商出价高，而选择了推销小广告或者网络搜索的维修“游击队”，而遭遇没修好，钱也打了水漂的“窝心”事。

【消协提示】

1、选择正规维修商：到品牌官网，或是到实体店的品牌专卖店，查询维修商，社区服务热线96156也可以咨询，或是中国家用电器服务维修协会官网<http://www.cheasa.org>进行查询。不要轻信推销小广告或网络搜索；对于使用多年的电器，使用说明书或三包凭证的电话也有可能过期，也不要轻信。

2、保存维修记录：索要维修发票和证明。根据国家规定，家电在三包有效期内修理两次仍不能正常使用的，凭修理者提供的修理记录和证明，由销售者负责调换或退货。因此，消费者一定要索要和保留家电的维修记录，以保留证据，以备维权之需。（海淀区消协）

快递丢失索赔真麻烦

近日，消费者刘女士打来电话请求消协工作人员帮助解决一件十分烦恼的事情。

刘女士反映，去年国庆节去南昌旅游时，她购买了价值500元的当地特产小食品，通过南昌市百世汇通快递公司办理的普通快递业务（未办理保价业务），邮寄回北京市通州区，本来是想方便快捷。没有想到邮递的食品迟迟未送达，最后被告知所邮递的食品邮件已丢失。她多次与南昌市百世汇通快递公司联系，对方同意退还食品购货款500元，可一拖再拖，一个多月过去了，也没解决。

消协工作人员了解事情经过后，及时与南昌市百世汇通快递公司联系，向经营者宣传相关的法律，依据《中华人民共和国邮政法》第三十三条：邮政企业对于给据邮件丢失、损



毁、内件短少，依照下列规定赔偿或者采取补救措施实施之规定的第（三）项非保价邮包，按照邮包实际损失价值赔偿，但是最高不超过国务院邮政主管部门规定的限额。

通过消协工作人员耐心调解，最终双方达成协议，南昌市百世汇通快递公司愿意退回刘女士购货款500元，另外为给刘女士带来不便补偿200元。刘女士为了表达对消协工作人员的感谢，特意送来了锦旗和表扬信。（通州区消协）

月嫂服务终止退费各有说辞

近日，建国门消协分会接到市消协下发的消费者投诉单。消费者涂女士与东单北大街某家政服务公司签订合同，约定自2014年10月7日起，接受该公司为期78个自然日的月嫂服务，合同注明“如月嫂无法提供服务，则终止合同，退款”。该公司提供的月嫂于2014年11月2日起无法继续为消费者服务，消费者要求商家退款，商家同意，但双方针对退款金额无法达成一致，故请求消协进行调解。

建国门消协分会接到投诉单后，第一时间联系消费者了解纠纷详情，约消费者和被诉方负责人到消协调解。经过建国门分会干部耐心调解，双方终于就退款金额达成一致。被诉方通过银行转账退还消费者服务费12145元，消费者收到退款后专程致电消协建国门分会，表示对调解结果非常满意，并感谢消协干部的耐心负责。（东城区消协）

真假兔毛需要专业检测

近日，消费者左女士到永定门消协分会投诉，称其花3000元购买的兔毛大衣内胆不是兔皮，疑似人造成分，要求退货。调解人员认真查看了衣服合格证，上面确实写有内胆“兔毛毛皮”，但大衣的内胆表面如不经过专业机构检测，肉眼无法辨认出不属于“兔毛毛皮”。

调解中，商家坚持认为所出售的商品不存在任何质量问题，而且消费者已经将吊牌剪掉，影响了二次销售，所以不能退货；消费者也要求对该大衣进行检测。因双方意见无法达成一致，终止调解。

通过以上事例，消协提示消费者，在购买兔毛大衣时要慎重购买：一是要了解兔毛应具有轻、柔、滑、暖的手感，二是要仔细询问商家是否是兔毛真毛皮，非人工毛皮，三是要了解兔毛鳞片为斜条状，具有较强的光泽和保暖性，手轻轻触摸有着特别好的舒适感和弹性。（东城区消协）



100元订金在一年后退回

近日，幸福消协分会接到一起投诉。消费者张先生2013年底在一家厨卫用品公司订购“欧贝斯”牌水槽一个，订金100元整。后因个人原因，张先生不再购买并要求退还订金。商家以订金时间过期为由，拒绝退款长达一年之久，多次协商未果。

无奈之下，张先生只好到消协投诉，寻求帮助。消协工作人员接到投诉后，非常重视，本着消费者的事儿再小也是大事的原则，及时受理这一投诉。经过调解，商家最后退还张先生订金100元整。

事后，张先生感慨的说：“本来对投诉没报什么希望，只是想看一看政府职能部门的工作效率，真没想到这么一点小事儿，能引起消协干部如此高度重视，我们可以放心消费了。”（东城区消协）

市长热线转来消费投诉

前不久，消费者刘女士在美容院办了一张8000元的美容卡。做过几次美容后，刘女士对美容院服务不满意，要求退还剩余卡费，但遭到美容院拒绝。刘女士通过市长信箱反映了情况，投诉信件转到幸福消协分会后，消协工作人员及时

约见双方当事人到消协调解纠纷。很快，商家退还刘女士剩余卡费3834元整，调解圆满结束。（东城区消协）

报纸不按时送到

近日，消费者胡先生称其订的报纸，总是不能按期送到，拨打订报电话也联系不到发行人员，只好请求消协帮助调解。建国门消协分会接到投诉后，立即联系该报业发行公司负责人进行调解，发行公司承诺以后一定按期送报。胡先生表示满意。（东城区消协）

早市商户缺斤少两

日前，消费者姚女士在隆福寺早市购买荞麦皮时，发现该商户存在缺斤少两行为。景山消协分会接到投诉后，第一时

间联系了消费者核实有关情况，并约见了市场主办单位负责人和经营商户。经调解，商户同意补偿消费者荞麦皮4斤，并赔礼道歉，消费者对调解结果表示满意。（东城区消协）

婉拒吃饭送来锦旗

消费者刘女士近日发现，自己花5000元办了卡的美容院突然停业了，她立即找到商家要求退还剩余卡费，没想到对方百般刁难，多次协商仍没退费。消协工作人员经过耐心调解，商家最终退还张女士剩余卡费2600元整。张女士非常感激，请消协工作人员吃饭遭到婉言谢绝后，特意送来一面“尽职尽责，助人为乐”锦旗。（东城区消协）

分期旅游养老交钱容易退钱难

近日，67岁的消费者袁先生向通州区消协马驹桥分会投诉，称其在天坛公园南门接到“异地分期旅游养老”的宣传单后，被约到刘家窑桥东嘉业大厦听讲座，后和老伴商议，到通州马驹桥镇陈各庄村“三乐康复老年公寓”缴纳了28500元“异地分期旅游养老费”。在缴纳上述费用后，由于种种原因，袁先生希望终止协议，遭到商家拒绝。

消协接到该投诉后，立即收集了“三乐康复老年公寓”的相关资料，经调查发现，被投诉方为民办非企业单位，其主管部门为民政局。在与刘先生进一步了解后，发现其刷卡收据所显示的收款单位为通州区一家企业，而且“三乐康复老年公寓”和该公司的法定代表人为同一人。袁先生虽已缴纳了28500元的“异地分期旅游养老费”，但尚未签署正式合同，故该合同的正式服务提供方尚无法确定。

工作人员与该公司法定代表人进行了沟通，并审查了其相关资质和材料，指出了其宣传中需纠正的宣传用语，以及合同履行中存在的问题，并将投诉方的诉求予以转达。经过前后共7次与双方的电话沟通，该企业负责人最终同意终止该合同意向，愿意退还投诉方全部服务款项。

好消息终于传来！袁先生日前给消协打电话：“三乐康复老年公寓”已将全部服务款予以退还，对消协工作人员表示衷心感谢。（通州区消协）



看看这些调解员的调解心得

编者按：受理消费者投诉是消协的一项重要工作。仅2014年1至11月，海淀区消协就受理消费者投诉7087件。数据或许干燥乏味，但其背后却凝聚了消协工作人员的辛勤付出与不懈努力。我们在为海淀区消协这些“消费者娘家人”点赞的同时，特摘取了其中几位优秀调解员的调解心得，以供大家交流切磋。

戴长旺

每一件投诉都是一个考验



2004年至今，我在消协调解岗位上，已有十多年的工作经历了。刚开始接触这项工作时，觉得很没劲，除每天接投诉电话外，还要和一些上门投诉的老头老太太打交道，感觉枯燥乏味。

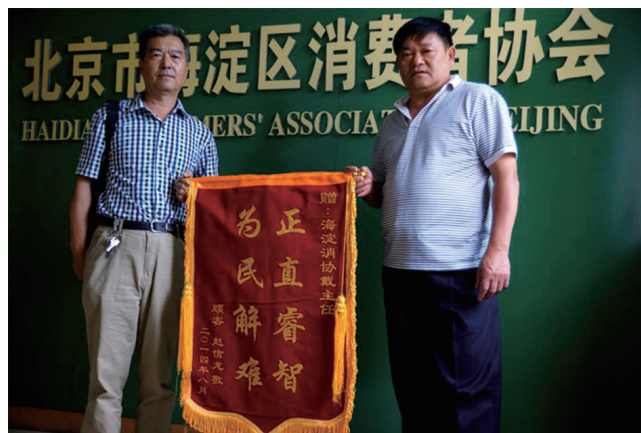
通过一件事对我触动特别大，也是我入门后解决的第一个案例：一对夫妇是俩残疾人，经济来源靠修补自行车为生，在清河某大商场买了一台洗衣机，送货三天洗衣机就不转了，商场联系售后进行维修，经检查发现启动机坏了，两年维修中相继换了7个启动机。

消协受理该投诉后发现，商家从开始就隐瞒了“三包”相关规定，误导消费者耽误了退换货时间。按《消法》“三包”商品七天内出现质量问题，消费者可以选择维修、换货、退货

的解决方案。按“三包”规定消费者出现故障的洗衣机符合退货条件，但是商家并没有积极帮助消费者解决问题，最后还以超出保修期为由推卸责任。消协依照《消法》第五章第八条规定，对侵害消费者权益的行为，通过新闻媒体进行曝光。当商家接到消协准备曝光的新闻稿后立即与杭州厂家协商，三天后厂家为消费者换了一台新洗衣机。

通过剖析这个案例，从中看到一些问题：一是消协人员的工作态度和责任心决定了最终的调解结果。如果真是象人们所说的一杯茶水，一张报纸，对消费者投诉采取能打发的就打发，海淀区消协也不会连续十年的先进集体称号。二是调解艺术是成功的基础。调解是一门学问，公平、公正是花，调解艺术是叶，在叶的衬托下花才鲜艳。调解艺术是一个调解员多年积累经验练就的一门功夫，就像炒菜讲的是色、香、味，调解讲的是情、忍、细。让消费者感到温暖体现一个“情”字，控制情绪体现一个“忍”字，了解情况要体现一个“细”字。

凭多年经验，调解艺术是成功的基础。在调解中，我有以下体会：



一、难缠“消费者”的应对

一是滴水不漏。接待交流语言一定要严谨不能让对方抓住把柄。

二是留有痕迹。电话沟通时间，关键的登记备案要留痕迹。

三是软硬兼施。“送神”要有学问，软中有硬，情在理上，在他走出消协的时候回头向你说声谢谢，那你就是高手。

二、老年消费者的应对

对待老年人，口齿不清晰和听力不好的投诉要学会走“捷径”。

2013年消协接到一位95岁高龄老人的投诉，因老人听力不好又有口音，电话交流存在一定困难。最终消协想到了老人的子女，但是老人不愿意将被骗过程让儿女知道，因工作需要消协只能瞒着老人，通过当地政府、街道办事处等多家单位帮忙查找，最终消协联系到老人的子女解决了老人的投诉。

记得去年3月份，一位外埠的消费者以信件形式投诉北京一家销售保健品的公司，在消协的调解下退款4760元退给了消费者。正常情况下消费者会电话告知消协退款已收到，或者结案前消协也要向消费者核实退款是否收到，电话打了几天总是关机，通过信件地址查找发现信是从一家养老院寄出的，立即发了信，结果石沉大海没有回音。无奈消协试着给养老院负责人写了封求助信，数日后接到院长电话并了解到退款4760元消费者已收到。

类似情况举不胜举，为了核实情况，一件投诉要打十几个甚至几十个电话基本是家常便饭。消协的工作看似很平凡，如果解决不好会成为社会不稳定因素。还有的老人几个月后又来到消协或者电话打到消协询问问题解决怎么样了，当告知问题是怎么解决的，他们才恍然大悟连声说对不起给忘记了。因为他们是老人，人都有老的时候，对待这样的群体，消协工作人员必须有一个良好的心理素质，不厌其烦，耐心细致是投诉窗口的一项必修课程。做好每一件投诉工作是对我们每一个调

解员的考验，如何熟知和运用，如何界定与套用，如何在实践中加以探索等问题需要一个历练的过程。经验是靠时间积累的，工作完美无瑕是我们追求的目标，让消费者满意是我们的责任。（作者单位为海淀区消协投诉部）

刘俊荣

自己委屈也要让消费者满意



2005年至今，我受聘于海淀区消费者协会，分别在海淀分会和中关村西区分会从事消费调解员工作。拥有多年消费调解工作经验，坚持刻苦学习，努力掌握维权工作方面的政策法规，以适应新形势下的调解工作。给自己制定了“接待投诉不推，调解投诉不拖，解决投诉不留尾巴”的服务准则，全身心的投入到消费维权的工作之中。

一、认真研究投诉特点，针对不同情况做好消费调解

针对当前消费者维权意识越来越强，消费者投诉涉及的领域越来越广，投诉人群文化程度不一，投诉热点难点层出不穷的特点，采取以理服人、依法调解、以情感人等不同方式努力



做好消费调解工作。

一天上午，一个外地来京上学的女学生来到消协西区分会投诉，说她省吃俭用攒下的钱，在辖区某电子市场购买了一台价值4200元的笔记本电脑，谁知这台笔记本电脑的光驱对碟片质量十分挑剔，质量稍微差一点的碟片就放不出来，于是恳求商家退货，商家则以商品不存在质量问题为由拒绝退货。按有关法律法规规定，此种情况商家是可以不给退货的，可是这个女孩的情况又确实特殊。看着女孩焦急的目光，做为“消费者的主心骨”，消费者的娘家人，一定要帮帮她。于是拿起电话找到了该经营者，在自我介绍后对经营者说，对于这件事没有强迫你的意思，但一个外埠来京求学的女孩子，买样东西有多么不易，如果是我们自己的儿女会怎么想，电话那头的经营者被感动了，答应给原价退货，此时女孩在一旁已经轻声地哭了。

二、适应消费环境变化，依法保护消费者合法权益

随着市场发展的不断成熟和消费水平的不断提高，消费维权领域的范围和质量也在不断提升，手机、电脑、电视机、房产、留学中介等消费和服务纠纷开始相继出现，调解难度不断加大。对此，一定要不断地给自己充电，利用业余时间自学消法、反不正当竞争法、商标法等多部法律法规，努力提升自身业务水平，不断总结积累消费调解工作经验，积极适应消费环境变化，紧跟市场和消费者的投诉需求做好调解工作。

三、切实发挥调解功能，区分不同对象做好调解工作

几年的工作实践，受理和接待消费投诉来说，已经不是一项单纯的工作，而是成了一种艺术，不论遇到什么情况，都能得心应手地处理好。

前段时间，有位老阿姨在做美发时，一时冲动就购买了2万多元的预付费消费卡，回去后觉得不适用，于是想退款。对于这样的投诉，因为商家是有美容美发经营资格的主体，而且商

家在推销消费卡当中并无不当。因此商家拒绝退款，在这种情况下，作为一个消协调解员完全可以结案，但站在消费者角度想一想，2万元就这样打水漂了，是什么心情，我作为一个调解员，消费者的娘家人，在这个时候不为消费者尽力，消费者得多无助，于是与商家多次电话沟通、让商家换位思考，如果你遇到这种事情，你的心情是怎样。经过耐心细致的劝解，商家被我全身心投入到消费纠纷调解的工作热情所打动，最终还是同意给消费者退款，消费者挽回了2万多元的损失。

通过这件事，我认为，一个调解员在任何情况下，一定要站在消费者的角度，想消费者之所想，急消费者之所急，尽心尽力，拿出百分之百的劲头为消费者维权。宁可自己苦点、累点，委屈点，也要让消费者满意。（作者单位为海淀区消协西区分会）

刘东升

调解要细心更要耐心和恒心



消协调解是我国消费纠纷的一种解决方式，它是指在消费纠纷发生后，消费者投诉到消协组织，消协工作人员通过对经营者的法制宣传和调解说服，化解矛盾，解决问题，防止消费纠纷的激化，保护消费者的合法权益的一种纠纷解决活动。

我是消协战线上的一名新兵，自从2012年来到甘家口分会工作以来，对消费纠纷的调解有了新的认识，下面我就谈一谈我在工作中的一点心得。

每一次调解的过程都是一次化解消费矛盾的过程。当消费者认为权益受到侵害时，往往会产生心情烦躁的不良情绪，在投诉到消协之前与经营者已经有了接触，甚至言语激烈，情绪对立，导致矛盾激化，我在处理这类矛盾时首先会认真倾听消费者的讲述，对问题给予耐心的分析，给消费者一种消协工作人员是亲人的印象，使消费者激动的心情慢慢平复下来。

去年4月中旬的一天，消协分会来了两个南方小姑娘，反映在公主坟一家经营手机的商店购买了一部手机，挑选时店员未告知是合约机，交款后店员才告知是合约机，需要预存话费，两个小姑娘与商家就此问题进行交涉时，情绪非常激动，把热水泼在店员脸上，并在商店外面拦截其他顾客，给商家造成了很大影响，造成消费纠纷矛盾升级。消费者到消协分会时，情绪仍然非常激动，说话很不好听，不能清楚地叙述事情经过。

我看到这种情况，并没有急于了解情况，而是使其情绪慢慢平复下来，然后才开始了解具体情况，了解过程中消费者几次出现情绪激动的情况，经过我和颜悦色的劝导，使其认识到激动的情绪不能解决问题，更不能使用极端的手段，如果造成商店店员受伤，自己还会承担责任。了解情况后我立即给商家打电话，通知商家派人到分会解决此纠纷，经过我耐心的给双方摆事实讲道理，终于商家给消费者办理退款，消费者就自己的不理智行为，向商店店员道歉，此纠纷圆满解决。

通过解决这个纠纷使我认识到，解决纠纷不能急于求成，一定要耐心细致的了解情况，让消费者把心中的怨气化解了，才能使双方的矛盾真正解决。

大量的消费纠纷调解工作告诉我们，消费纠纷调解不可能一次成功，大多数纠纷要经历多次调解，在调解过程中要细心、更要有耐心和恒心，这样才能得到真实可靠的证据和事实，才能随时把握投诉方、被投诉方的实际主张与要求，以便更好、更正确引导调解方向，控制调解节奏，尽快促进调解协议的达成。

去年4月，我们接到消费者饶先生电话投诉，反映北京融乐智慧教育咨询有限公司在处理培训退费问题上不能达成一致意见，要求调解。在了解情况过程中，我发现该公司在处理退费上存在违反相关规定的问题，我就及时向辖区工商所通报，由工商所和消协分会一起处理该纠纷。

经调查核实消费者是于2013年8月在该处报名参加英语培训，交费时被诉方明确一期一课时为85元，多报可按一课时65元予以优惠，消费者共报了三期，共交费17700元。今年4月，由于被诉方的原因造成该课程停课，消费者已上64课时，还有224课时未上要求退费，商家同意，但就退款金额上双方不能达成一致。商家认为退费时应按每课时85元计算，不能按优惠价算，但消费者不认可。

经过几次电话沟通，双方都不能达成一致意见，随后我就将双方约到分会，由工商所人员和我一起为双方进行调解，在调解中工商所人员向被诉方反复宣讲了《北京市消费类预付费服务交易合同行为指引》的有关规定，要求商家按照第十四条第一款的有关规定执行，我则劝导消费者，在能够接受的范围内，看能不能做些退让，促成调解成功，消费者表示愿意做些退让，最终商家同意按消费者的要求退费，双方对此结果都表示非常满意。

总之，调解消费纠纷确实是一门艺术，在调解过程中，要将事实调查清楚，准确把握当事人的心理活动，正确引导调解方向，选择有利时机促进调解协议的达成，是调解消费纠纷的不二法宝。（作者单位为海淀区消协甘家口分会）



王京河

态度中立是达成调解的基础



2007年8月起，我开始负责消协北下关分会的消费投诉调解工作。随着社会的发展，产品和服务越来越丰富多彩，各种各样的产品质量问题和服务纠纷也就自然多了起来，加上有些经营者和消费者的法律意识不断加强，摆在消协面前的投诉量与调解难度也随之水涨船高。消费投诉可谓五花八门，大到争议金额几十万元、小到仅为几毛钱而怒起投诉，消费纠纷双方都有各自的特点。解决消费纠纷也自然不是一件容易的事。

经过几年的学习与锻炼，我也掌握了很多调解消费投诉的方法与经验。现与大家共同探讨。

一、调解员必备的能力。

现在，投诉的标的越来越大，涉及的专业知识也越来越广。很多的案例是不可能在这段时间里解决的。如我经办的一些消费者投诉，都跨时半年。如果没有责任心，没有足够的耐心，有些工作无法继续进行。

调解是解决“僵局”的普遍方式。对于调解人员来说如果

矛盾双方的分歧是可以理解的，则调解人员主要的任务是消除误解。如果分歧是对事物认识上根本的分歧，则应当提出调解协议。我认为调解员应当具备下列能力：

一是换位思考的能力。“公说公有理婆说婆有理”这个简单的谚语告诉我们，当事人双方总是各执一词，彼此对立的。他们的争议往往不是单纯的无理取闹，或许是个人背景，或许是乡情民俗等等，这些都使得矛盾本身是片面性的。所以，作为工作调解人员，只有站在当事人的立场上，分析他们的想法，才能从根本上理解他们，找到问题的关键，从而解决矛盾，达到调解的目的。站在当事人的立场上将心比心来思考问题，更好地理解当事人的苦衷，与情、与理、与法给出一个定位，使得当事人认为自己的初衷已经被理解了，只有这样，才能从根本上消除当事人的矛盾。

二是聆听的能力。聆听是调解人员必备的一个能力。调解员对案件的了解基本都是来源于当事人的诉说。但是当事人在陈述时仅仅是站在自己的立场上的。在很多情况下，他们会夸大对自己有利的事实。这时，调解员必须要在听的同时去伪存真，剖析当事人的表述，从而找到事实真实情况。同时，由于当事人受知识水平和表达能力的限制，特别是有的投诉人，他们自己本身情绪很激动，有时候会语无伦次，或者喋喋不休。在这样的情况下，调解员更是要把握重点，听出要点。调解人员在调解时要耐心倾听当事人的倾诉，这样才能得到当事人的信赖。让当事人将心中的苦闷全部讲述出来，不仅可以让调解人员更好地了解诉求，而且能缓解当事人心中的郁闷，更有利于以后调解工作的展开。

三是较强的沟通能力。调解主要是依靠劝说和讲道理来解决纠纷和矛盾，因此调解人员需要具有较强的沟通能力。调解人员的语言表达能力和交流的目的是否达到，直接影响到调解

的最后结果。

调解要有语言技巧，恰当、得体、适时地运用语言化解矛盾纠纷。语言技巧对矛盾纠纷的化解工作来说是至关重要的。常言说的好“好语一句三冬暖，恶语伤人六月寒。”“一句话可以叫人笑，一句话也可以叫人跳。”话说的好，三言两语可促成纠纷的化解，言辞不当，千言万语也会导致调解的失败。消费纠纷种类繁多，不同纠纷当事人对调解人员参与调解的心情和态度也是不同的，有些人(经营者)发生消费纠纷后，期盼有个中间人调解，以便尽快排除干扰，恢复平静、正常的生活;有些人对调解丧失信心;那些自尊心强，喜欢自我安慰而又固执的人，则对调解人员存有戒心，甚至有抵触心理。只有用恰当的语言，同当事人交谈，才能及时消除对抗和戒备心理，使调解工作顺利进行。因此，要学会讲好四种话：一是定心话。定心话是安定情绪的话，是调解的前奏曲，是促成矛盾纠纷化解的切入点。对粗暴、蛮横的当事人要直言正告，使其恢复常态;对急躁不安的当事人要耐心劝其冷静下来;对郁闷痛苦的当事人，要婉言抚慰，使其得以宽心;对调解失去信心的当事人，要真诚开导，使其回心转意。讲好定心话，要注意细心观察，掌握当事人的情绪特点，区别对待，选择好表达的口气。二是风趣话。风趣、诙谐、生动、爽快之中含启示，笑谈之中寓哲理，幽默而不含糊，通俗而不失雅，这不失为化解矛盾纠纷的一手绝招，但也只能在一定场合下使用，治标不治本，要靠做细致的疏导工作才管用。三是圆场话。恰到好处的圆场话能使僵局变得缓和，化干戈为玉帛，使隔阂得以解除，使得当事双方能够安心的坐下来解决问题。四是希望话。一番热情诚挚、透人心房的希望话，往往能在当事人的心灵深处打上一个烙印，产生极大的震动，使其难以忘怀，希望话要生动、形象、针对性要强。

在沟通时，要注意三点：**一不可以急于表态**。主观观察或者道德认同等原因使得调解员对案件当事人的认识很片面，这样会直接妨碍调解的顺利进行。**二要坚持公正**。即使在对错

非常明显的情况下，调解员也不能有所偏见。如果调解人员表现出倾向性，会给对方当事人带来敌意，他们认为在这样的调解人员主持下进行的调解是不可能公平的。如果存在这样的情况，会妨碍调解的最终成功。所以在调解过程中要注意必须客观中立。**三要赋予灵活性**。调解不同于诉讼的最主要的特点是解决矛盾的灵活性。而这个灵活性就需要调解人员发挥自己的创造力。这种创意不仅仅体现在语言等方面，而且可以体现在调解方式上面。调解人员积极主动地发挥自己的主观能动性可以创造出更好的解决矛盾的途径，但依法调解是原则，是不会有任何的随意性。

四是学习法律和专业的能力。当事人之间矛盾的产生主要原因是利益纠纷。当事人需要调解人员协助分析情况，了解自己的处境。调解人员丰富的法律专业知识可以帮助当事人寻求正确的法律救济途径，并在法律的规定下用正确的手段和方法解决矛盾和纠纷。

很多投诉，都过牵涉到专业知识，现在的产品多，更新换代也快，我们所平常所积累的知识如果不及时充电，根本不可能应付当下的投诉。而没有与投诉相关的专业知识，我们又对投诉无从下手，对双方也无法调、更无法解。这就需要及时认真的学习。为解决消费投诉，做到，脑勤、嘴勤，脑勤就要多看众多的专业书籍，嘴勤就是自己拿不准的，及时请教过相关的专业人士。比如我所解决的部分涉农的种子、肥料、农药等投诉，就牵扯到农作物种植的专业知识、农产品的常识、天气状况等方面。只有认真及时地学习掌握了专业知识，才能对双方提出的理由与条件进行必要的分析，对于双方提出的不合理诉求进行校正。虽然是临时抱佛脚学得的专业知识，从效果上看降低了当事双方的侥幸心理与过高的、不切实际的诉求，对消费投诉的最终解决起到了至关重要的作用。

五是较强的忍耐力。调解过程不可能一帆风顺，总会遇到这样那样的问题。有的时候当事人的言语或者肢体语言对对方当事人或者调解员有侮辱或者其他侵害的行为时，需要调解人



员有极好的修养。调解人员要与不同性格的当事人打交道，必须适应他们，并表现出良好的性格和气质。好的忍耐力是调解人员修养的最好表现。

二、掌握调解工作的方法

调解方式有：单独调解、共同调解、直接调解、间接调解、公开调解、非公开调解、联合调解等方式，只有选择最适宜的调解方式，才能顺利地化解消费矛盾纠纷。调解技巧方式是根据矛盾纠纷的具体情况，运用不同的调解方式灵活调解纠纷的技能，基于所遇矛盾的特殊性，矛盾纠纷也是千差万别的，不同种类的矛盾纠纷也有不同的特征，同一种类的纠纷也有不同的情况，同一件纠纷在不同的阶段也有不同的表现。针对不同种类的纠纷或同一种类纠纷的不同情况，采用相应的调解方式开展工作，往往收到非常好的效果，但要根据具体情况、具体问题，针对纠纷当事人心理、性格等特点，综合分析、考虑，各种调解方式可以单独使用，也可视矛盾纠纷的具体情况灵活运用，或在调解的某一阶段针对矛盾纠纷的发展变化和纠纷当事人的心理特点及时修正，只要我们熟练的掌握国家的法律法规，细心观察，深入调查，就能不断积累调解工作的经验，就能针对矛盾纠纷的具体情况和特点，运用适宜的调解方式，成功化解矛盾纠纷。

调解方法技巧是在调解矛盾纠纷时所采取的措施，常用的方法技巧有：(1)耐心听。即多听少说，不急于表态，更不要动辄训斥。(2)冷处理。对有些不会继续恶化的矛盾纠纷，不急于调解，让当事人有一定的时间思考。(3)背靠背。遇有当事人情绪激动，争先诉说，各不相让的情况，先将双方隔开，分别做工作，待双方情绪平静下来，再面对面地谈。(4)不张扬。对不适宜分开的，不采取分开方式，并对调解的内容不张扬。(5)抓大放小。即该细则细，该粗则粗，只要基本脉络清楚，责任已经分明就可以了，但无论何种情况，尽量做到不要当众指责过错方。

调解是化解矛盾纠纷的一项政策性、法律性很强的工作，也是一件磨破嘴、跑断腿、得罪人的工作。因此，在调解矛盾纠纷、评断是非中，应有两副脸，即一副笑脸，对当事人不偏不倚，平等对待，多肯定双方各自的长处，根据情节、后果，在不违背政策、法律的前提下，轻声细语，耐心疏导，以求大事化小，小事化了。一副“花脸”。要放得下脸面，该批评的决不留情面，遇到危急关头，要敢于挺身而出，及时制止激烈事态。

三、调解技巧

各种条件具备之后，调解是否成功关键。在了解矛盾冲突经过之后，应制止当事人之间的相互指责，控制怨恨的情绪、语言和行为，将注意力集中在正在发生的问题和矛盾上，不必分析事实，评判对错。中立的态度是调解达成的基础。在调解过程中，有以下技巧：

(一) 利益共同点是调解的突破口。市场经济条件下，时间就是金钱，特别对诉求金额不大的消费纠纷，双方都不想耗费过多的时间，由于双方先天利益的共通性，所以调解成功的几率很大。调解员要抓住这个重点，找到他们的利益共同点作为调解的突破口。完成这一步调解就成功了一大半。

(二) 集中力量解决主要矛盾。在解决矛盾的顺序上，应首先解决主要矛盾。新近发生的事情往往是矛盾激化的导火索，如果这个导火索是双方情绪不稳定时做出的过激行为，调解人应要求双方当事人抛去前嫌，重新摆事实、讲道理。有助于缓解双方的对立情绪，使双方感受到调解已有进展。当事人之间的矛盾很多时候是因为误解产生的。有时冲突双方当事人之间存在误解，调解人员发现后应当协助消除误解。由于缺乏沟通凭空猜测而产生误解时，调解员要力争让双方加强沟通，增进了解，消除误会，解决矛盾，最终达成双方和解。

(三) 回忆过去达成谅解。如果双方当事人过去曾有过良好的关系，可以通过询问过去的情况唤起当事人的回忆。共同回忆过去的做法让当事人暂且搁置眼前的冲突，由主观上的抵触情绪转向寻找引起矛盾的客观因素。回忆过去的方式实际上利用了原有的关系资源，特别有助于特定关系仍将存续的当事人之间矛盾的解决，回忆能唤起他们对原有良好关系的渴望，有助于抵消冲突情绪。回忆过去还有一个好处就是当事人可以设身处地地质疑自己的执着，或许有其它更美好的东西值得自己去争取，在这样的情况下，当事人会做出一定的让步。对自己利益的让步是调解达成的基本前提；调解人员要学会换位思考就是要站在当事人的角度思考问题。当事人遇到的问题往往也是我们在现实生活中经常遇到的问题，调解人员自己也会处理。如果调解人员设身处地为当事人着想，站在他们的角度为当事人出谋划策，更能得到当事人的信任和理解。在这样的情况下再进一步劝说会取得良好的效果。

(五) 打破僵局巧化解。让当事人的请求更富有弹性。矛盾中有的当事人“认死理儿”，如一方非让对方赔钱不可，另一方“要钱没有，要命一条”，使得调解陷入僵局。调解员此时不该硬碰硬地去和他们“较真儿”，而应考虑可否另辟蹊径。比如，赔了钱，是不是表示问题就永远解决了？不赔钱，是否有其它办法？调解中允许尝试所有可行的办法。商品存在瑕疵，赔钱是一种办法，修复、其它方式的补偿也是办法，调解人员在调解过程中，要善于发掘当事人的各种愿望，直至了解解到最高或最低要求，不断建议、尝试各种方案，使当事人的请求富有弹性，并通过对满足当事人不同愿望的各种方案的比较和讨论择出最佳方案。总结调解员打破僵局采取的方法主要有：

(1)分析利弊。给当事人分析利弊，金钱不是人生的全部价值选择，有很多东西是金钱买不到的。

(2)用替代的方式补偿合法利益受损害的一方，比如，实物、服务、代金券等等。

(3)根据现实的条件，也许一方当事人确实需要给对方当事人补偿，但是由于其本身没有这么大的经济能力，即使调解协议中这样要求，以他的能力也无法办到的情况下，尽量让优势的一方让步。空头支票的利益不如现实利益来得实在，谨防表面文章，当时看似调解成功，皆大欢喜，实际上权益受损一方得不到应有的赔偿或补偿，如果是那样，不如终止调解。

(4)对矛盾解决成本的预测。接受消费纠纷调解是最廉价的解决诉求的方式。调解失败意味着当事人要么放弃争议，要么诉诸法律。启动诉讼程序，对于双方当事人来说成本都是非常昂贵的。调解员有必要利用专业知识，在适当的时候给当事人提供法律意见和建议，特别是对调解不成提起诉讼行为的预测，包括时间、精力的投入，经济支出，可能的法律后果，以便让当事人更充分地进行衡量和选择，更积极地面对调解程序。

(5)找到合适的标准。找到双方当事人都认为公平合理为标准。用调解的方法解决矛盾对于当事人来说是双方利益的让步。当这种退让达到一定程度的时候纠纷和矛盾就不存在了。所以调解员只要找到双方当事人的利益契合点就找到最终解决矛盾的突破口了。

(六)准确制定调解协议。调解完成后，如果调解成功，双方当事人达成调解的一致意见，应制定调解协议。如果调解失败没有达成调解协议的，调解员可以帮助当事人寻找其他的途径解决纠纷；同时为双方出具终止调解书。调解协议的达成是调解工作的最终完成，但是调解的失败也是调解工作的最终完成。制定调解协议。调解员主持双方当事人签订调解协议，用文字的方式将调解成果固定下来。防止当事人事后反悔。
(作者单位为海淀区消协北下关分会) 本组稿件由海淀区消协

本刊自即日起开辟《消费时评》栏目。本栏目主要转摘部分媒体关于消费领域的热点评论，或邀请有关专家对消费领域出现的新问题、新动向及热点事件进行简要评析，以其强烈的现实针对性和思想启迪性，引导消费者更加理性科学消费。



戚伟

“旅游胁迫消费”何时休？

刚好在一年前，丽江“导游辱骂游客”事件向久负盛名的旅游大省发出质问——云南为何频频发生游客“被伤害”事件？

令人遗憾的是，一年后，云南旅游业骂人已经升级成打人了。

1月5日，“游客陈女士在丽江拉市海景区不愿骑马被打手掌骨折”一事终于有了处理结果。为啥不愿骑马会被打呢？当时，景区马场工作人员无耻地对陈女士说“不消费不给走，不消费也必须每人交100元人头费。”之后，10多个工作人员围着她拳打脚踢3分钟。

同日，大理洱源县也通报了“普陀泉员工将三名游客打成重伤”事件的调查进展。

游客难得有时间去欣赏一下世外桃源的风土人情，却没料到彩云之南也是“大林子”，什么“鸟”都有。一些景区工作人员，为了多赚一点钱，狠

“宰”游客，强迫消费，“天价”收费。这“铜臭味心”的景区，让渴望逃离世俗、回归淳朴的游客“心如刀割”，既为自己“花钱找罪受”难过，又为心中的“香格里拉”被毁感到悲哀。

景区工作人员、导游要明白，如果到云南旅游“太危险”，会失去游客的“向往”，将付出无法挽回的沉重代价。为了多收一点钱，不顾游客的安全、意愿、心情，短视地“宰客”，愚蠢而可耻。

监管部门也得“出出汗”、“流流血”。不但应该多到“一线”走一走、看一看，更得与当地旅游产业“风险共担”，遇到这种辱客、伤客事件，监管部门应当先行赔付，然后再由监管部门对违法人员追究责任，严惩重罚。

虽然频出旅游纠纷的是云南，其它地方也别大意。有景区就得有监管，旅游胁迫消费是时候被“高度重视”了。（据新华网）



新华网

如何守住我们的个人信息

新华社“新华视点”近日披露，银行信用卡客户数据泄露现象颇为严重，通过QQ群、微信等网络工具，仅花费5毛钱，就能买到包括姓名、电话、地址、工作单位、开户行等完整个人信息的一条信用卡开户数据。

对于个人信息，广大民众要进一步提高个人信息保护意识，尽量不随意提供自己的个人信息。但单靠个人力量，不足以为信息安全铸造坚固堡垒。

要打赢这场“信息保卫战”，我们首先要搭建“防御工事”。比如金融机构内部完善程序机制，严格管理工作人员；比如加强监管，督促商业银行加强对合作机构的审查。

然而最根本的，是要建立健全相关法律，加大对金融企业、合作机构等信息泄露源头的处罚力度，严厉打击非法收集、泄露、出售个人信息行为，大力整治盗卖他人信息的乱象。

尤其是随着互联网发展，人们在享受信息便利化的同时，这种便利也随时有可能出卖主人的信息。网络成了信息倒卖乱象的生存空间。

信息如此“便宜”，信用就会“贬值”；信息失去安全，信用就无法保障。我国正在建设社会信用体系，“维护信用信息安全和信息主体权益”是主要原则之一。这需要全社会共同努力。



马莉舒

不破除出租车垄断，打击“专车”更坑民！

如今的租车市场，已不是“打车服务”独步天下的局面，滴滴专车、一号专车、易到用车等各类互联网专车软件不断涌现，抢占了出租车市场的“一杯羹”。同时，关于专车是否为变相黑车的争论也越来越多。目前，沈阳、南京、上海等多地已经开始叫停专车业务，而北京近日也针对专车软件服务加大打击力度，认定以私家车“挂靠”租赁公司的方式属于违规。（新华网）

“一元附加费别取消”“黑车抢生意”“份子钱太高”……出租车反映取消燃油附加费、“黑车”泛滥、“专车”抢占市场等影响收入问题。面对出租车司机“生存难”和乘客“打车难”的呼声，是该对行业垄断的根基动刀，还是该对专车执法“一刀切”？近期围绕“滴滴专车”等引发的风波和争议，触碰到出租车业改革的深层问题，重堵不重疏、治标不治本，靠垄断利益生存的出租车行业还能走多远？

笔者认为，一方面，“专车”是否等同于“黑车”有待明晰的界定。简单从概念上来说，黑车是指那些没有在交通运输管理部门办理任何相关手续、没有领取营运牌证而以有偿服务实施非法运营的车辆。而由于目前国家以及各地对于租赁车能否进行客运的

问题还没有出台法律法规，而打车软件登记的车辆大部分就是租赁车，这应该是钻了法律的空子。在法律法规还不健全的情况之下，专车跟当初的电子商务、网络支付、互联网金融一样属新生事物，在专车和黑车之间没完全划等号之前，监管部门还是应该多一点耐心，多一些市场的调研和对新生事物的宽容，不应该一棒子打死了事。另一方面，“专车服务”、“滴滴打车”定位于提供方便、快捷、自由的优质服务符合群众需求导向，未来高品质、多层次、个性化高端商务出行需求会越来越旺盛，所以，如果一味简单地“一刀切”执法并不明智。

笔者建议，一是深入调查研究。政府部门应对出租车行业深入进行调查研究，在广泛收集民意的的基础上做出决策。二是加强引导和规范，管理部门应放开专营市场，对共享经济模式加强引导和规范。

“专车”是市场经济的一个产物，只有在不断挤压和对抗中，市场才会有活力，改变“份子钱”等不合理的旧模式，倒逼传统出租车行业改革。减少出租车份钱，提升出租车司机待遇，改善乘客体验，以自身的完善从根本上提高市场的竞争力。（据人民网）



刘效仁

白酒加金箔岂能未饮先醉？

近日，卫计委正在把金箔作为“食品添加剂”加入白酒中征求各方意见。消息经媒体报道后，引起不少争议。卫计委日前回应称，金箔作为食品添加剂国外早有先例，在此前的专家评估中，并没有收到反对意见。（《新京报》）

白酒加金箔真的有必要吗？从营养学的角度看，目前已确定人体必要的元素有20多种，但肯定不包括金。吃喝金箔有益人身健康，事实上时下尚缺乏科学依据。从消费学的角度看，由于金的稳定性很好，在人体内不会消化，除了最终被排泄造成不应有的浪费外，会使酒价大长。从社会学的角度看，添加金箔只会助长好面子的奢侈消费不良风气，于力推节

俭环保的消费时尚有害无益。

从行业标准看，虽说据公开资料显示，1983年世界卫生组织已经将金箔列入食品添加剂范畴。但中国传统白酒产品的国家标准中，都有非常明确的一句话，严禁加非自身发酵物质。原卫生部相关部门曾于2011年下发过“关于对‘金箔酒’进行卫生监督有关问题请示的批复函”，其中明确表示，金箔既不是酒类食品的生产原料，也不能作为食品添加剂使用。

问题更在于，当下中国的食品安全问题多多，职能部门当全力以赴保障公众餐桌安全。好在只是“拟批准”，征询意见。但愿某些人能从微熏中醒来。（据人民网）

北京市消协发布春节消费提示



又逢新春佳节时，春节长假是消费者聚会、探亲、旅游、消费的高峰期，也是各类消费纠纷的高发期。每年春节过后，市消协都会集中受理大量投诉，根据往年的经验和近几年的投诉趋势，消费纠纷主要从传统的购物、旅游、餐饮等方面，向网络购物转移。网上购买年货、春节短期理财都成为投诉新焦点。

一、网上购物已经成为越来越多的消费者首选的购物方式，其产品丰富、运输便捷、价格优惠，省时省力的诸多优点不仅吸引着广大上班族，大批的中老年消费者也开始使用网络购物。特别是新《消法》颁布后，对网络消费的新规定进一步加强了相应的法律保护，但是实际操作中，仍然存在着侵害消费者权益的现象。因此，北京市消费者协会提醒消费者，网上办年货一定要理性、谨慎防陷阱：

（一）选择正规、大型购物平台

随着购物网站的种类越来越多，不同的网站根据侧重商品不同，形成各自的特色。消费者不妨根据所需商品挑选信誉度高，口碑好的特色网站购买。在大型综合网站也要选择信誉度高的卖家，可以从卖家的信誉星级、成交记录、评价详情等多方面来查看；其次，查看卖家的实物图片，确认是否属于实拍，有些卖家提供的图片是从网上复制下来或自行扫描的书本、杂志的图片，和所售商品并不一致或存在差异。

（二）注意运输时间。一般购买年货都有时间限制，网购要尽量提早，或尽量减少购物次数，以减少快递物流的压力，保障准时到货。

（三）理性消费，选购自己确实需要的商品。不要被商家低价促销迷惑，货比三家、价比三家。提倡环保节俭。

（四）提高警惕，谨防钓鱼陷阱。当不确定对方发送的付款网页是否安全时，先在登录框内连续多次输入错误的用户名和密码，如果此时还可以登录成功，说明该网站可能套取你的密码，存在潜在风险。

（五）收货的时候一定要“先验货，再签收”。在快递公司员工送到货时当面打开货物确认，如确认快递所送货物是你需要的，没有任何问题，再签字；一旦发现商品有问题请不要签收，直接退货。尽量不要让别人代签收，因为这样一旦发生货物与描述不符，很难确认责任。

（六）别忘了索要相关凭证。发票或购物小票是维权的基本前提，网上下单时切勿忘记索要凭证。一旦发生纠纷，可作为维权依据。如果网站自身有投诉专区，消费者也可先通过网站进行投诉。

二、春节期间，理财市场也迎来了小高峰，不少市民拿到了去年的年终奖，也盘算着春节前再理财，让自己的钱包更鼓一些，红红火火过个年。目前可以选择的理财途径一般有：银行理财、保险理财、p2p理财等。在当下互联网理财迅猛发展的同时，互联网金融安全风险一再发生，尤其是到了年底，各路资金回笼，p2p平台“跑路潮”集中爆发。给消费者带来了巨大损失。因此，消费者购买理财产品时，首先，要调查平台的资质和认证，不要一味追求高收益，忘记平台的高风险。其次，认真审查平台所提供的合同条款。不少平台的合同条款有风险自担的内容，或者要求消费者在发生问题后只通过仲裁

或者别的方式维权。这些条款不利于消费者和投资者维权。第三，分辩平台是否夸大宣传。消费者在签订合同过程中，有可能通过互联网的理财产品的电子合同上签字，而不是在实际书面合同，但是电子合同缺乏认证，容易被篡改。

三、春节谨防支付诈骗陷阱

春节临近，从去年开始流行的“抢红包”活动又在微信群里渐渐活跃起来；过年期间，不少人还喜欢向远方亲朋好友发一条祝贺短信；在外打工者回家过年还得靠手机抢一张回程票……在新年期间，手机的应用会比日常工作还多，但在用手机网购的同时也存在着诈骗陷阱。

（一）中奖短信

许多消费者反映经常接到中奖短信息，尤其是节日期间以各种名目的中奖信息应接不暇。此时，就需要消费者认真分辨，莫贪小便宜。有的短信一旦点击虚假中奖短信中的链接，轻则中病毒，严重的可能导致密码等隐私被盗损失惨重。因

此，凡是收到这种带有链接网址的短信或微信，包括微信圈分享的不明内容，即便是同事、亲友之间传送的，也不要轻易点开，如果通过短信预览功能看到是类似短信后，可以立即删除，以免感染手机病毒。

（二）手机办年货切忌乱点链接

智能手机的普遍应用使许多消费者在网上购买年货不用坐在电脑前，拿出手机即可轻松完成。但是有消费者反映，在电商网站用手机付钱拍下年货后就接到自称是网店客服的陌生电话，以下单不成功退款为理由进行诈骗。

因此，提醒消费者在接到这类电话，一定要与对方在该类网站的沟通工具上沟通，且切记不要告知任何人验证码，也不要乱点陌生人发来的链接，手机一旦不能正常收发短信，要马上送检。此外，针对春运期间的网上机票购买，不要轻信来自搜索引擎和网站广告推送的特价机票信息；不登录未经官方认证的网站；不盲目相信所谓的超低价机票。

谨防掉入节日购物陷阱

每逢春节这样的消费旺季，商家促销花样繁多，促销广告十分诱人，一些消费陷阱也随之出现。对此，密云县消协发布消费警示，提醒消费者理性消费，面对各种促销活动，不要盲目跟风产生购物冲动，谨防掉入购物陷阱。

警示一：促销折扣暗藏“霸王条款”。

节日来临，不少商家抛出诱人的折扣、奖品、赠品、返券来诱导消费者循环消费，这种方式实际上必须购满规定数额的商品才能够享受。部分商家所谓的“直销价”、“惊爆价”、“全城最低价”和“有奖销售”等口号，就是在利用噱头抛售积压商品、滞销商品、残次商品甚至是假冒商品。

特别提醒：“霸王条款”特别容易“傍”上促销，如在票据上注明的“特价商品概不退换”、“赠品不包质量”等。消费者需要知道的是，这些“霸王条款”都是无效的，消费者在参与商家的节日促销活动时，一定要事先对自己购买的商品心中有数，按需购买，并仔细查看价格、型号。

警示二：别贪图便宜忘索要发票。

一些商品在年终促销时商家都会大打折扣，65折、5折甚

至更低的折扣，许多市民看到如此大的折扣感觉机会不能错过，冲动之下不太理性的就购买了物品，更是想不起来了索要商品发票。

特别提醒：市民购物时，一定不要光盘算着能优惠多少，更要注意保留好购物凭证及其他相关证明，一旦遇到问题或是发生纠纷，需及时与工商部门联系，使违法经营行为能够得到及时处理。

警示三：预订消费陷阱多。

年夜饭、节日餐已成为许多消费者的时尚选择，但在年夜饭、节日餐的预订中，一些饭店只提供价格，却没有具体菜目，或对服务费、包间费等只字不提，所以消费者预订年夜饭要注意相关细节，避免马虎行事。

特别提醒：预订年夜饭、节日餐要细看广告，避免被广告蒙蔽，预定年夜饭、节日餐时要搞清楚收费标准，对能否自带酒水、有无最低消费、有无额外收费项目等问题进行确定；同时，就餐时要注意实际饭菜与事先约定是否相符，餐后要仔细查看账单是否按实际情况结算，留心账单是否增加了莫名其妙的收费项目。（密云县消协）

北京市消协、消费者网联合提醒消费者： 当心“聚会相片”新型手机病毒

近日，北京市消费者李先生突然接到同事发来一条短信：“这是我们以前聚会的相片，我整理好了，好温馨哦，点地址url.cn/ctUJ86就可以下载看了。”李先生觉得很奇怪，虽然跟这位同事常有联系，但印象中没有什么聚会，便向同事打电话询问照片内容，打通电话后，同事对短信内容不知情。这时，他们才意识到可能是手机中了病毒。

其实，接到这条短信的远不止李先生和他的同事。北京市某机关工作人员近日也接到了这条短信。而且，他没有李先生那么幸运。由于给他发短信的是一位已退休的老同事，他当时没有任何犹豫就点开了链接。事后他通过电信运营商查询发现，他的手机自动通过通讯录向几十位好友群发了该信息。

据消费者网调查发现，这种以“聚会相片”为诱饵的新型手机病毒，目前在北京、陕西和山东等地都有发生。其传播方式类似于去年在全国爆发的“超级手机病毒”，手机

一旦感染了这种病毒，将自动向手机通讯录好友群发短信，收到短信的人只要打开链接后，就可能感染此种病毒，并一直在后台自动运行。如果手机上绑定了网银或者支付宝等账号，很可能被盗取密码等个人信息，造成财产损失。

北京市消协和消费者网联合提醒消费者，凡是收到这种带有链接网址的短信和微信，包括微信圈分享的不明内容，即便是同事、亲友之间传送的，也不要轻易点开，如果通过短信预览功能看到是类似短信后，可以立即删除，以免感染手机病毒。此外，消费者利用蓝牙、红外等无线传送功能接收信息时，一定要选择安全可靠的传送对象，如果有陌生设备请求连接最好不要接受。更不要用手机浏览一些黑客、色情等危险网站，因为其中隐匿着许多病毒与木马，用手机浏览此类网站很容易中毒。消费者还可以安装手机安全软件，定期对手机进行“体检”，确保手机安全使用。

购买纪念币正规渠道很必要

近日，消费者王先生向浙江省湖州市南浔区消保委反映，称其大约半年前看到某外地小报上刊登有出售纪念币、收藏币的广告，承诺购买者1年后将按高于原价的价格回购，还有投资分红的收入，并且是货到付款。于是王先生分二次购买了价值4万余元的“十二生肖纯金收藏币”、“十大伟人纪念金币”。之后，因王先生急需资金而再次联系该单位想回购变现时，发现已经无法联系上对方，当王先生想把这些“纯金币”拿去金店加工时才发现这些“纯金币”只不过是外面被镀成金色，一加热就现出了普通金属的原形。

消保委工作人员查看王先生提供的所有资料后，发现当初一切只是口头承诺，没有购买回收协议，也没有正规的购物发票。甚至收藏单据上只有一个收藏章，盖的是中国人民银行货币金银局的盖，于是工作人员向中国人民银行湖州支

行进行求证，得到的答复是中国人民银行货币金银局根本不可能有这种商业行为。随后，工作人员建议王先生马上向警方报案。

针对这种情况，湖州市消保委联合南浔区消保委提醒广大消费者，一定要谨慎购买、收藏纪念币。目前市场上销售纪念币的渠道很多，有的不良商家浑水摸鱼，打出各种名号兜售假冒的金银纪念币蒙骗消费者，所以一定要选择正规的渠道进行投资。

此外，识别纪念币的真伪需要知识的积累和对钱币长时间的研究，如果市民想收藏纪念币，不应该盲目追求购买“珍品”，而是要买品相好的“真品”，不论纪念币价格贵贱，目的是慢慢提升自己认识、识别钱币的能力，以达到个人欣赏收藏的需求。（湖州市消保委）



购买二手车时须签订详细合同

为了避免二手车交易发生消费纠纷，近日浙江省宁波市消保委发出消费警示，提醒市民二手车是非标准产品，购买时须签订详细合同。

据统计，2014年1月至12月，宁波市消保委系统共受理二手车投诉136起，其中经营者隐瞒真实信息、欺骗消费者引发的消费纠纷有54起，约占总投诉量的40%，主要有经营者更改里程数；承诺不是进水车、事故车检测后发现是进水车；已报废车辆当正常车辆出售；公车当私家车销售；更有合同内注明非事故车事后发现是重大事故车；其他的如委托办按揭不成定金不给退，网上宣传与实际不符，购买后车辆小故障频出等引发纠纷也有多起。

“‘新车落地打八折’，汽车行业内的这句话，也显现了二手车的高性价比。但由于汽车具有很强的专业性，二手车在出售之前国家没有规定必须经过检测合格（除属国有资产的二手车应当进行鉴定评估外），一些二手车主或中介公司为卖个好价钱‘动手脚’或者有意隐瞒车辆真实信息等情况存在，由此就特别容易引起消费纠纷。”市消保委一位人士坦言。

对此，宁波市消保委发出消费警示，特别提醒二手车企业要诚信经营，自觉遵守《二手车流通管理办法》和《宁波市二手车流通管理实施办法》；消费者在购买二手车时，一

定要签订好二手车买卖合同，维护自身的合法权益。

购买时要注意看证照。要到登记注册合法的二手车市场购买，委托有资质的专业评估机构，对车辆真实技术状况和价值进行鉴定评估。同时要注意看手续。二手车交易时要看车辆手续是否齐全，卖家必须提供完整的手续材料，车辆的手续包括：机动车登记证书、车辆行驶证、购置附加税、车辆保险、车船使用税等；车辆大修后应有相关文件及保修单及车辆安全技术检验合格标志，这些文件中的车辆车架号和发动机号一定要与本车相同。

此外，在购买时须注意看车况。消费者在选购时最好有专业人员陪同选购，仔细查验车辆状况，多注意看“角落”和细节。同时注意签好买卖合同。消费者购买二手车时不可只听经营者单方的口头介绍，要把经营者将车辆的描述还有对车辆质量的承诺（比如提供质保期、承诺不是事故车和泡水车、车辆里程数真实性等）以及违约责任在合同上予以一一写明。另外，交易完成要及时向卖家索要相关证件并办理相关手续变更，包括《机动车登记证书》、《机动车行驶证》、有效机动车安全技术检验合格标志、车辆购置税完税证明、车船使用税缴付凭证、车辆保险单及购车发票等，并核对有关单据真实性，及时办理保险等的变更，避免索赔时产生不必要的麻烦。（宁波市消保委）



家庭烘焙食品美味和健康难兼得

近年来，有关“回炉面包”、染色蛋糕以及各种类型的有害添加剂的新闻频频爆出，使广大消费者对市场销售的烘焙食品质量越来越担心。基于家人饮食健康着想，也为了乐趣与提高生活品质，越来越多有条件的家庭选择手工烘焙糕点。并有不少巧妇做了糕点拍照发布到微信朋友圈，与他人分享自己烘焙的心得体会。朋友间见了，互相推荐品尝、购买，逐渐形成了一个市场，家庭烘焙风悄然升起。

那么，家庭烘焙能否确保入口食品的安全？在此，浙江省丽水市消保委提醒广大消费者和家庭烘焙经营者，谨慎跟从家庭烘焙风。

一、烘焙经营者把好安全关

一是原料来源安全能否保障？据悉，现阶段国内烘焙类市场的食材多是进口、大包装比较普遍，进入国内会经过二次分装方便家庭使用。网络销售的容易避开食品销售检查，不法商家易将一些品质不高的替代品混入其中。二是模具安全容易被忽视。据了解，现在市场上有很多所谓的不沾模具，其制造材料往往达不到食用级别，在烘烤过程中还容易造成氧化和脱落，使得铝屑残留在糕点上，而长期食用铝含量超标的食品易患老年痴呆。此外，与糕点同时烘焙的纸质糕点托也可能存在安全隐患，有些糕点托

不耐高温，一旦超过一定的温度就会释放出有害物质。一般批发市场销售的油纸在包装及产品上无任何标识，安全问题得不到保障。因此，大家在选择烘焙材料时应尽量选择知名品牌产品，此外还应尽可能多地了解辨别烘焙材料优劣的知识。

二、消费者谨慎购买自制烘焙食品

近期，部分从事家庭自制烘焙食品者，不仅仅是为了提供给自己的家人、朋友享用，他们还在微信朋友圈和微博上，通过互动营销的方式销售自制的烘焙食品。据悉，目前绝大部分从事家庭烘焙的店铺一般都设在居民区里，其加工场所多为自家厨房，没有工商营业执照、食品生产许可证或作坊许可证等证照，其提供的食品在材料来源、添加剂、制作过程和场所、人员资质等方面均不能保证安全。同时，由于这些烘焙店规模比较小，而且分散，对于食品的卫生、安全、来源等各方面给监管执法带来很大的困难。为了自身的消费安全，建议消费者慎重购买微信、微博上的自制烘焙食品，最好选择有实体店、相关证件齐全，具有营业资质的店家。若没有实体店铺和相关资质的保障，一旦食品安全出现问题，消费者可能会造成投诉无门的情况。（丽水市消保委）

什么样的房间住着舒服

适宜的温度、柔和的灯光、葱郁的绿植……舒适的居室环境让人愉悦。研究发现，舒适的居室环境不仅能令人快乐，更能预防疾病，增强体魄，而杂乱的居室环境会诱发数十种疾病，甚至癌症。一个最佳的居室应该是什么样？不妨参考以下6个标准。

室温：20℃

研究发现，恒定的室温对健康有重要的意义。北京中医药大学养生系教授张湖德告诉记者，20℃左右的室温最让人舒服。这个温度有利于身体散发多余的热量，如果室温超过25℃，人体就开始从外界吸收热量，会有热的感觉。若室温超过35℃，人体汗腺就开始启动，通过出汗散发体内热量，会出现心跳加快、血液循环加速、头昏脑涨、疲劳等不适的感觉。相反，当温度在8℃~18℃时，人体会向外散热；当室温低于4℃，就会感到寒冷。

同时，20℃也是最佳睡眠温度。室温在24℃以上时，睡眠会变浅，睡眠中的身体动作和醒转次数（醒来



▼ Focus

研究发现，舒适的居室环境不仅能令人快乐，更能预防疾病，增强体魄，而杂乱的居室环境会诱发数十种疾病，甚至癌症。

和翻身的次数）会增多。睡眠温度在18℃以下，也不容易进入深睡眠。

湿度：40%

北方已经进入冬季供暖期，屋内温暖的同时，也略显干燥。日本名古屋大学健康环境医学系的研究发现，流感的多发与空气湿度较低有密切关系。国家室内车内环境和室内环保产品质量监督检验中心主任宋广生表示，当室内空气湿度低于40%的时候，灰尘、细菌等容易附着在黏膜上，刺激喉部，引发咳嗽，同时容易诱发支气管炎、哮喘等呼吸系统疾病。

不过，湿度太大也不利于健康，人们可能会感到恶心、食欲不振、烦躁、疲倦、头晕等。新西兰奥塔哥大学研究发现，住在潮湿发霉的房间中，还会增加孩子患哮喘和湿疹等过敏性疾病的风险。在高湿度环境中，霉菌等也更容易滋生。

宋广生表示，按照我国室内空气标准，夏季室内湿度以40%~80%为宜，冬季应控制在30%~60%。老人和小孩适合的室内湿度为45%~50%，哮喘等呼吸系统疾病患者适宜的室内湿度在40%~50%之间。我国南方地区夏季雨天室外湿气重，应减少开窗时间；天气晴好时，多开窗通风、散湿；衣柜、橱柜中可放一些吸湿盒或干燥剂。北方地区冬季空气干燥，可用加湿器，也可在室内洒些水或每天拖两次地。需要注意的是，若使用加湿器最好用纯净水，而且要定期对机器清理消毒。

通风：每天保证半小时

生活中，室内无时无刻不在产生“废气”：厨房、卫生间、垃圾桶中的垃圾，经过一夜就会产生空气污染；长期不清洁的地毯、不晾晒的被褥枕

头，极易滋生螨虫；书架和家具顶部的灰尘堆积过多，加重空气中的污染漂浮物……特别是北方进入供暖期后，很多人家里都紧闭窗户，怕冷气进来。室内空气流通不畅，不少人的身体抵抗力开始下降，频繁被疾病“袭击”。

宋广生表示，通风换气是改善室内空气的有效方法。每天9时~11时、14时~15时是最佳换气时间，可将厨房、浴室、客厅里通风半小时。如果遇到雾霾，尽量少开窗通风，搭配使用空气净化器和加湿器。厨房应安装净化效果好的油烟机，尽量减少高油烟污染的煎炒烹炸，更不要在室内吸烟。另外，每半个月或一个月定期除尘，降低空气中的有害颗粒。还需要提醒的是，有些高层建筑通风效果较差，开窗时间应相对延长。

灯光亮度：不超90%

大部分家庭在挑选和使用灯具时，只关注外观、节能性和功率大小，往往忽视了灯具的照度、色温大小等关乎健康照明环境的标准。

东易日盛原创国际别墅设计中心墅装高级专家设计师吴巍告诉记者，屋内灯具过多、过亮不但浪费资源，还会对眼球造成很大刺激，易引起情绪烦躁。家居中各空间功能不同，对光照强度的要求也不一样。一般来说，客厅、书房、餐厅等空间的亮度要比卧室、厨房等空间强些，这样比较符合人体作息规律。室内光线应尽量保持柔和、均匀、无炫目和阴影。可调光源的亮度



最好控制在60%~80%，最大亮度别超过90%。

另外，从颜色上讲，应该避免五颜六色的旋转彩灯。客厅、书房、厨房中，起主要照明作用的大灯最好选择冷色调，也就是白光的灯；卧室、卫生间、阳台宜采用发黄光的暖色光源。局部照明时，应用遮光性好的台灯，以阻挡这类光源所含的较多红外线辐射。尽量少在墙上装镜子、玻璃等饰品。最后，不管办公室还是家里，尽量用白炽灯而不是日光灯。后者的紫外线和蓝光会对皮肤及视网膜造成伤害。

绿植：10平米放两盆

家中摆放绿色植物不仅能净化空气，增加含氧量，还能舒缓紧张情绪。英国埃克塞特大学的研究发现，在工作场合摆盆栽，更能提高员工的心理舒适感和企业的经营绩效，也可降低员工跳槽的几率。

宋广生表示，应根据房间面积的大小选择和摆放植物。阳台、大厅等阳光充足处适合摆放绿植。一般情况下，10平方米左右的房间，1.5米高的植物放两盆比较合适。在窗边放绿植，既能吸收尘土，净化空气，防止干燥，还

能有效降低噪音污染。首选体积大、叶子多的，如金钻、绿萝、万年青、绿霸王等。

由于光合作用，绿色植物在白天吸收二氧化碳，可一到晚上，便会和人抢氧气，并释放二氧化碳等污染物。因此，卧室最好别放大盆植物，如果放的话，也要在晚上搬出，以

免供氧不足，引发头晕、呼吸困难等问题。最好选择绿萝、吊兰等体型较小的植物，别超过两三盆。

日照：每天至少2小时

阳光是生命的必要条件，研究发现，居室日照每天不应少于2小时。

《中华人民共和国国家标准城市居住区规划设计规范》中也规定：“大城市住宅日照标准为大寒日 ≥ 2 小时，冬至日 ≥ 1 小时，老年人居住的建筑中，冬至日照不应低于2小时。”采光好的房间，对心理和生理的影响都很大，特别是老人和孩子。上海市建筑学会室内外环境设计专业委员会秘书长张龙明说，儿童处于身体发育阶段，阳光中的紫外线能帮助他们身体里合成钙，强壮骨骼；老人大多存在骨质流失的问题，多晒太阳在一定程度上预防骨质疏松症。

如果房间因朝向造成阴暗，美国“建筑构造与内部设计”网站建议，可通过运用颜色，使房间变得宽敞明亮。客厅或卧室等经常活动的区域，应该把墙刷上浅蓝色或薄荷绿等明快的亮色调，能让房间变得开放宽敞。（据生命时报）

放下手机到底有什么好处？

自从手机有了“智能”的称号，就摇身一变成了人们的“贴身秘书”，满足我们上网、购物、娱乐、社交、生活服务等各种要求。当人们越来越依赖手机，它带来的负面影响也随之而来——健康不在、亲情疏远、隐私泄露……正因如此，近年来全球多个国家不同领域的研究者发起了对“手机罪状”的声讨，呼吁人们放下手机。近日，美国《赫芬顿邮报》的一篇文章为这些呼吁找到了更充分的理由。



平均每7秒看一次手机

“世界上最遥远的距离是，我在你身边，你却在玩手机。”这句网友们的调侃之言正是“手机族”的真实写照。英国《每日邮报》援引屏幕解锁应用程序（Locket）对15万手机用户的监测统计数据称，普通用户平均每天查看手机大约110次，据测算，这相当于高峰时段每6秒或者7秒钟就看一次；2013年国际移动互联网产业高峰论坛发布数据，中国人平均每天要花158分钟在手机上，远超全球平均值的117分钟；全球十大市场调查公司之一思纬市场研究公司

▼ Focus

大多数手机依赖者是由于形成了习惯化的行为，掏手机是一种下意识的行为。有的人是因工作所限，需要随时接电话，否则就有被职场“边缘化”的危险。不管是有意还是无心，如果你正在被手机束缚，不妨找几个理由放下它。

在对11个国家8000多名受访者调查后发现：有3/4的人会随身携带手机，1/4的人认为手机比钱包更重要，2/3的受访者在睡觉时不会关机，超过1/3的人表示“离开手机无法生活”。

按照全球60亿手机用户来计算，目前至少有20亿人每天和手机“捆绑”着过日子。记者在采访时发现，大多数人都有以下手机依赖行为：早晨醒来第一件事就是看手机；不管有没有电话、短信，隔几分钟必须看一次；用手机打发无聊时间；边吃饭边玩手机，甚至上厕所也得带着……做IT工作的孙先生告诉记者，他每天都会担心手机在关键时刻没电，手机如果不在身边，

他就会焦虑、心慌、浑身难受。家住北京市朝阳区的司女士告诉记者，她和老公吵架的焦点就是手机，“不管是跟我在一起，还是陪孩子玩，他手里永远拿着手机，家人似乎还没有手机重要！”

远离手机的6个好处

亚洲积极心理研究院首席研究员汪冰告诉记者，从心理学的角度分析，手机依赖的本质是对信息的依赖，通过看手机提高提高安全感。中国科学院心理研究所副研究员祝卓宏还指出，大多数手机依赖者是由于形成了习惯化的行为，掏手机是一种下意识的行为。有

的人是因工作所限，需要随时接电话，否则就有被职场“边缘化”的危险。不管是有意还是无心，如果你正在被手机束缚，不妨找几个理由放下它。

1. 让自己睡个好觉。睡觉前看手机会扰乱正常作息。《大众传媒文化心理学》期刊一项最新调查发现，白天频繁看手机、发短信的人睡眠质量越差。

2. 有个好身体。手机是“健康的定时炸弹”，除了对腰椎、视力等有害，澳大利亚癌症兼神经外科专家库拉纳研究发现，手机与脑瘤等严重健康状况有关。虽然这一结论还未得到充分证实，但研究肯定了手机对健康的危害。

3. 远离疼痛困扰。人们在玩手机时忽略了身体的疲劳感，事实上，长时间低头会导致脊椎压迫，颈脖、头部和肩膀疼痛。英国一家知名医疗保健供应商调查发现，84%的18~24岁的年轻人在过去1年里，因为玩手机而遭受过颈脖和背部疼痛。

4. 让出行更安全。《英国医疗杂志》中一项研究发现：1/3的人走路时会发短信、听音乐、打电话，他们忽略红绿灯的几率比不发信息的人高4倍；八成人开车会打电话或发短信，这一行为导致事故发生的风险高出4倍。

5. 让工作和学习更专注。美国密歇根大学一项研究分析表明，工作中



仅仅发一条短信，都会使失误的次数增加。对于学生来说更是如此，研究发现，手机会让人持续处在多任务状态中，长此以往会出现注意力障碍等问题，影响孩子的创造力和学习能力。

6. 感受亲情。我们慢慢淡忘了从前的欢聚时光、游戏互动、聊天畅想，人际交流变成了“人机交流”，冷落了父母、孩子和爱人，自己也显得更孤独。因此，别让手机成为“第三者”，跟家人在一起的时候最好放下手机。

5招摆脱手机依赖

其实，不少人已经意识到手机对人类健康和情感掠夺问题的严重性，想出不少方法来应对。洛杉矶一家餐厅可以为顾客代管手机，买单时将给予9.5

折的优惠；网友发起了“手机叠叠乐”活动，呼吁大家聚会时，所有人都交出手机，谁先碰手机谁就要被罚款；有的大学设立“课堂手机休息室”，号召学生上课前将手机上交。这些行为都是为了提醒大家玩手机应有所节制。汪冰和祝卓宏指出，如果吃饭、上厕所都强迫性地看手机，手机不在身边就坐卧不安，注意力不集中，生活、情绪、社会功能受到影响，就需要调整了，可以从以下几方面来改变：

睡前听音乐。对于那些晚上必须玩够手机才能睡觉的人，不妨听听舒缓的音乐，或者看一会儿书，通过这种转移注意力的方式，慢慢戒掉坏习惯。

多交谈。每天留出一定时间和家人交流，规定自己在交谈的时间内，除了接必要的电话，不可以玩手机。

带孩子出去玩。对于爱玩手机的孩子，家长应多抽时间培养孩子的兴趣爱好，带孩子多参加户外活动。

试着不带充电器。为了保证电量，这个做法可以逼自己减少使用手机的时间。

逐渐减少玩手机次数。给自己制订一个计划，从减少次数开始。很多时候，人们玩手机是种习惯性行为，如果心理上能够明白沉迷玩手机有害，并去克制，就能收到一定效果。（据生命时报）

如何让家具“旧貌换新颜”

您是否也为家中已经使用很久的家具犯愁，扔了怪可惜的，毕竟还能正常使用，而且用了多年已有了感情；继续留着，又觉得缺少一些亮丽的感觉，如何才能让家中的家具“旧貌换新颜”？这里，我们介绍一些家具翻新的妙招，希望能为您的节日家居添些新意。

妙招1.定制沙发罩

软体沙发使用的时间久了，上面难免会留下污渍和损毁的痕迹，最好的掩盖办法就是定做一套布艺罩套在旧沙发上。同理，坐感生硬的木质坐椅也可以用布艺坐垫来进行“软包”，实现翻新。

目前，市场上有很多沙发品牌可

提供各种材质和图案的沙发套面料，消费者可以将买好的面料送去缝纫店进行剪裁制作。

妙招2.给家具粘贴纸

如今，网络上流行一种家具翻新贴纸，其材质为PVC，品种、花色丰富，粘贴方便，落了灰尘后还可以用水清洗。

据了解，将这种贴纸粘贴在家具表面后不会出现翻边现象。想要更换时，只需要用吹风机稍微加热即可轻松揭下。需要消费者注意的是，在选购这类贴纸时，一定要向商家询问清楚，其更换时是否会在家具上留下胶印，以免影响新贴纸的效果。此外，部分品牌的贴纸有很重的刺鼻味道，属劣质产品，

应避免使用。

妙招3.重新刷漆

为家具重新刷漆也是一个家具翻新的好方法，尤其是木质家具，消费者可以通过这种方式来改变其外观，使其看起来像新家具。但需要注意的是，并非所有木质家具都适合重新刷漆，板式家具就不适合。这是因为板式家具表面黏合了一层较难剥离的三聚氰胺板，附着力较差，所以重新刷漆后，新漆不容易牢固。相比之下，实木类家具较为适合重新刷漆。

另外，消费者在选择油漆时，也应该根据家具表面原有油漆的性质来挑选，尽量挑选同一类型的，以防止新旧两种油漆发生化学反应，导致家具表面起皱。（岳纲举）

生活提醒：冬用热水器学会四防三注意

燃气热水器过冬“四法则”：

一、防CO中毒：燃气热水器必须安装在浴室外（除平衡机），必须安装排烟管。确保烟气畅通排到户外。

二、防燃气泄漏：检查各燃气接头、输送燃气的管道或胶管是否漏气；如发现胶管裂纹，立即进行更换。如发生燃气泄漏，立即关闭燃气阀门，打开门窗通风，禁用电话、电器。

三、防漏电：供电电源必须具备

可靠的地线并使用独立线路，并定期（每周）检查以保证漏电保护开关正常工作。

四、防水箱冻裂：北方地区的燃气热水必须安装防冻阀门或者防倒风装置；并按照使用说明书要求或者机身防冻警示贴要求进行防冻操作。

电热水器安全用电“三注意”：

一、供电电源必须具备可靠的

地线。

二、水路安装须使用PPR绝缘管路。

三、必须使用固定三孔插座，且插座安装在淋浴用水喷溅不到的位置。

热水器产品的安装和维修事关用户的人身财产安全，热水器万一发生故障，一定要找正规维修点维修，谨防“山寨维修”乱收费，保证自身利益和安全不受危害。（据扬子晚报）

提高警惕谨防保单“被升级”

近日，有不少媒体报道一些不良销售人员借口保单“升级”忽悠消费者，其骗局“新颖”，导致很多警惕性较高的消费者都被“忽悠”，给消费者带来了不小的经济损失和风险。本期，我们就来揭露骗局，并邀请专家进行解读，提醒广大消费者擦亮眼睛，谨防上当受骗。

骗局还原

骗子的行骗过程大致分这样四个步骤：

第一步：通过电话“好心”通知消费者：“您之前买的某某保险公司的保险产品不合适，会有经济损失，我们能帮您想办法退掉，减少您的损失”；

第二步：在消费者对这位“好心人”心存感激的时候，“好心人”会进一步“支招”：“我们这边是专业的P2P公司，可以帮忙将您的资金购买P2P产品，给您带来丰厚回报”；

第三步：在“好心人”的引导下，消费者完成保单“退保”，并将资金转入所谓的“P2P”理财账户；

第四步：消费者的“P2P”理财账户资金被转移，甚至是用于非法用途。



Focus

本期，我们就来揭露骗局，并邀请专家进行解读，提醒广大消费者擦亮眼睛，谨防上当受骗。

专家解读

专家提醒，如果仔细了解相关保险知识就不难发现，此类骗局与其他经济类诈骗的基本手段如出一辙，并没有什么“高科技”含量：

- 1.抓住了部分保险消费者对个别保险销售人员“信心不足”的心理，编造出“保险骗人”借口，充当“好心人”帮忙退保；
- 2.以新兴的P2P理财产品为幌子，抓住大部分人对P2P公司和产品不了解的情况，鼓吹高收益，故意掩饰风险甚至是行骗本质，引诱消费者上当；
- 3.以老年人为行骗的主要对象，抓住老年人理财知识相对不足、风险防范意识不强的特点，对老年人施以“小礼品”、“赠品”等，将不少老年人忽悠进设计好的“陷阱”。

专家提醒

1. 保险理财产品是“靠谱的”。相比其他行业理财产品，保险理财产品多了一定的保险保障功能，凡是通过银行、保险公司等正规渠道购买的保险理财产品，保险公司均会严格按照保单合同履行相应承诺，大家尽可放心。

2. 切莫因一时“贪念”而得不偿失。天上不可能掉馅饼，凡是有人“口头”向您承诺高收益时，一定要提高警惕，谨防上当受骗。

3. 购买理财产品一定要通过正规渠道。各类金融企业推出的理财产品，都会通过银行、特定网站或专业理财顾问等正规渠道进行销售，提醒大家切勿随意相信所谓“好心人”的推荐。

4. 请勿随意退保。一方面，在保险合同未到期情况下，中途退保保险公司是按客户保单“现金价值”退还保费，有可能出现保单“现金价值”低于“本金”的情况；另一方面，中途退保将导致保单失效，客户失去原有保险保障，万一出现保单规定风险，保险公司也无法提供相应赔付。

最后，专家希望大家能在科学理财的同时，擦亮双眼，提高警惕，谨防不法分子借机行骗。（据中消报）

BEIJING CON- SUMERS

保护合法权益
引导科学合理消费



北京消协在您身边

www.bj315.org/



关注“北京消费者” 做聪明消费者



“北京消费者”公众微信开通啦!

“北京消费者”公众微信平台以宣传《消法》、引导消费为目的，以向消费者介绍选择和鉴别商品的实用知识和方法为主要内容，致力打造专业新媒体消费教育平台，更好地保护消费者的合法权益。

这里有精彩的案例点评，专业的消费提示，实用的消费技巧。关注“北京消费者”，做聪明消费者！欢迎关注订阅，共筑消保平台！消费者可以通过微信号关注，也可通过扫描二维码关注。



- 1、“北京消费者”微信账号: [bjxfz315](#)
- 2、“北京消费者”微信账号二维码