

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

2016.第1期

02

总第45期

中消协发布2016年维权主题： 新消费 我做主



P06 2015年四大消费投诉热点公布

P18 北京市消协发布牛仔裤、休闲裤比较试验结果

P10 多家在线旅游平台被曝售“假票”

P30 餐馆“加班费”是典型的乱收费



2月14日，在节后上班的第一天，北京市工商局陈永局长来到市消协，代表市局党组慰问市消协全体工作人员。陈永局长一一走访了市消协的四部一室，向全体工作人员拜年并勉励大家在新的一年里继续努力，做好消费者权益保护工作。



2月24日，北京市工商局黄晓文副局长来到市消协检查、指导工作。黄晓文副局长听取了市消协2016年在理事会制度、宣传教育、社会监督、诚信体系建设、“3.15”活动等方面工作部署的汇报，对市消协工作给予肯定的同时，也提出了具体的指示与明确的目标，要求市消协要按照市工商局2016年工作意见要求，进一步拓宽工作思路，体现消协的公益性职责，充分发挥社会组织的平台作用，全力做好消费者权益保护工作。

Prologue

卷首语

航空乘客信息泄露咋那么容易？

当前我国尚没有一部专门规范互联网信息安全保护的立法，全国人大常委会的决定只是明确了大致原则，工信部的规定则内容有限。

据媒体报道，1月29日，有网络大V发微博称，收到短信说自己订的航班取消了，他意识到是骗子，但还是打了短信里的热线，报了航班号后对方立刻说出了他的身份证号。随后，涉事航空公司官方微博回应称，因旅客购票渠道较广，无从获知“400诈骗电话”如何获取到旅客信息。但网络大V回复说，他就是在该航空公司官方微信订的。

其实，从技术角度说，该网络名人所遇到的骗子，手段并不高明，要不然他也不会“立即意识到是骗子”。但这事儿里面，很让人纳闷的是，在航空公司官微订的票，个人信息咋还那么容易泄露？

有句话说：在互联网上，其实我们每个人都在裸奔。的确，随着人们对网络技术的使用越来越多，尤其是大数据技术的运用，个人的信息很容易在网络上汇集起来，从而形成一幅个人的“画像”。此外，还有很多的活动例如购票、注册等，直接便包含了众多的个人信息。然则，裸奔终究是不行的，违背公序良俗不说，更重要的是，个人隐私、财产均面临巨大风险。

在国家层面，2012年全国人大常委会发布了《关于加强网络信息保护的決定》，其中规定：网络服务提供者和其他企业事业单位及其工作人员对在业务活动中收集的公民个人电子信息必须严格保密，不得泄露、篡改、毁损，不得出售或者非法向他人提供。此外，工信部制定了《电信和互联网用户个人信息保护规定》，但条文不多，内容有限。

不少网友评论说自己也曾遭遇过类似经历，有的还“差点中招”。可见，类似的信息泄露不是个别现象，也不是一天两天的事了。就事件本身层面说，航空公司方面恐怕不能以简单的一句“无从获知诈骗电话如何获取到旅客信息”而敷衍了事。据悉，国内很多航空公司使用的都是中国航信的订票系统，如何进一步改进技术，防止信息泄露，恐怕是必须着手考虑的事。

进一步而言，在立法层面，当前我国尚没有一部专门规范互联网信息安全保护的立法，全国人大常委会的决定只是明确了大致原则，缺乏具体可操作的规范。工信部的规定内容有限，层级不高。因此，制定一部关于互联网信息安全保护的律法显得迫切而必要。春节之后即将迎来“两会”，因此还望代表们在这方面多多努力。

刘高



P18 北京市消协发布 牛仔裤、休闲裤 比较试验结果

为了解北京市场销售的裤子产品真实的质量状况，指导引导消费，北京市消费者协会对北京市商场销售的30种牛仔裤和30种休闲裤进行了比较试验。测试结果显示商场销售的裤子产品质量较好，在一定程度上反映出大型商业企业在进货渠道、质量控制方面达到了很高的标准，消费者可以放心选购。

卷首语

01 航空乘客信息泄露咋那么容易?

热点关注

- 04 中消协发布2016年维权主题：
新消费 我做主
- 06 2015年四大消费投诉热点公布
- 07 网购七日无理由退货将有
“操作指南”
- 08 公安部公布2015年打击
食药犯罪十大典型案例
- 10 多家在线旅游平台被曝售“假票”
- 12 房地产销售广告禁打
“学区房”旗号
- 13 专家提醒二手房购房潜规则
- 15 德国糖果含罂粟 消费者获十倍赔偿

权威发布

- 16 北京市消协发布
羽绒服比较试验结果
- 18 北京市消协发布
牛仔裤、休闲裤比较试验结果
- 19 北京市工商局:20种纸制品存在问题
- 21 北京市工商局抽检
4种日化用品存在不合格问题
- 22 北京市工商局抽检
“爱华仕”等品牌箱包质量不达标
- 24 北京市工商局抽检“富忆嘉”
等床品类商品质量存在问题

消费时评

- 26 “舌尖上的安全”该如何守护?
- 27 预付费消费模式不能任其
“野蛮生长”
- 28 女孩看病“怒斥黄牛”
折射的医院真问题
- 30 餐馆“加班费”是典型的乱收费
- 31 导游自由执业能否破解“低价团”

案例点评

- 32 租赁房屋遇拆违 消协调解断是非
- 33 消费者买到过期奶 消协调解终退赔
- 34 本是乔迁之喜 却无奈“破门撬锁”
- 35 举证责任倒置 提效率降成本

工作研究

- 36 浅谈消费者过度维权

法律讲堂

- 38 哈尔滨天价鱼事件法律问题评析

消费提示

- 40 购买打折促销商品要三思而行
- 41 无锅卫星收视器是骗局
- 41 选购空气清洁产品：五要七不要



P40 北京市消协：购买打折促销商品要三思而行

节假日期间，少数商家为了制造噱头，不惜以超低价促销吸引消费者，到发货时以各种理由推脱，找借口不发货。个别商家为了牟取私利，故意设置了积分陷阱。为此，北京市消费者协会提醒广大消费者：购买打折促销商品要三思而行。

- 42 关注流量使用 畅享移动互联
- 43 串货商品售后无保障 遇“磨号”产品主张赔偿
- 44 旅游“期货”买卖盛行，消费者须理性购买
- 45 网购商品要做到“六个要”

消费课堂

- 46 轮毂改装陷阱多 四大招数辨别真假
- 47 看色泽闻香味 3步鉴别大牌香水真假
- 48 家装前先学学这些选购知识
- 49 如何辨别真伪进口食品
- 50 跑鞋穿不对伤膝伤脚踝
- 52 床单多久清洗好?
- 52 怎样乘坐电梯才能最舒适最安全?

《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实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。

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

2016年第1期
02
总第45期

- | | |
|--------|--|
| 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 | 杨晓军 |
| 编委 | 崔倩 罗刚 赵祖升 李蕊
陈凤翔 杨念中 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 赵丽 |
| 图片摄影 | 杨连一 杜颖 |
| 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点公司 |
| 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 |
| 编辑部地址 | 北京市海淀区西三环北路72号
世纪经贸大厦B座2702室 |
| 邮编 | 100037 |
| 电话 | 010-88820877 |
| 网址 | http://www.bjxf315.com |
| 邮箱 | bjxfz315@126.com |

2016.2 第1期（总第45期）
京内资准字2015—L0060号

内部资料 免费交流



中消协发布2016年维权主题：

新消费 我做主

为贯彻党的十八届五中全会精神，迎接“十三五”发展规划开局之年，落实国务院《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》，推动消费环境持续改善，在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上，中国消费者协会确定2016年的年主题

为“新消费我做主”。

年主题的涵义

新消费是引领消费结构升级，促进经济模式转型的新动力，是改善民生、推动发展、完善机制的重要途径和必然

选择。新消费需要新理念和新举措。2016年消费维权年主题——“新消费我做主”，是消费者对新消费的支持和肯定，也是消费者对消费环境日益向好的呼唤。

“新消费我做主”具有以下三个方面的涵义：一是树立“消费者优先”

理念，倾听消费者声音，重视消费者诉求，满足消费者需要，赢得消费者对新消费的满意和认可；二是弘扬“诚信、公平、法治”文化，创新消费者权益保护机制，营造让消费者能做主愿消费的良好环境；三是引导科学理性消费，践行绿色消费、品质生活，呼唤维权自觉，提倡依法维权，让消费者主动做新消费的支持者。

年主题的依据

第一，保护好消费者的合法权益，是发挥消费对经济增长贡献的重要基础。党的十八届五中全会首次将“发挥消费对增长的基础作用”写入中央文件。根据统计，2015年前三季度消费对经济增长的贡献率近60%，消费对经济增长的基础性作用越发明显。

“十三五”发展规划提出，未来消费将发挥更重要的作用。随着消费重要性日渐突出，强化消费者权益保护，健全消费者权益保护机制，是优化完善消费环境，保护消费热情、激发消费潜力、持续发挥消费对经济增长作用的基础保障。

第二，树立“消费者优先”理念，是发挥新消费引领作用，促进供给侧改革的应有之义。国务院《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》强调指出，发挥新消费引领作用是更好满足居民消费需求、提高人民生活质量的内在要求。坚持消费引领，就必须坚持消费者优先。要以消费者需求为先导，以消费者满意为标准，以增进消费者福祉为目标，才能有效促进供给侧改革、创造适合消费者需

求的新供给，发挥消费引领作用。

第三，加强新消费领域的消费者权益保护，健全机制体制，是营造安全放心舒心消费环境的重要任务。当前消费环境距离党和政府提出的“实现消费者自由选择、自主消费、安全消费”要求还有相当差距，“诚信、公平、法治”依然是消费者最基本的期盼，特别是在服务消费、信息消费等新兴消费领域，法规和标准还相对滞后，更应强化监督，筑牢篱笆，让消费者能够主动维权、愿消费、敢消费。

第四，倡导绿色消费，品质生活，是有序促进消费升级，培育发展消费需求的重要途径。文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，是未来消费升级的方向，也是经济社会可持续健康发展的必然要求。倡导绿色消费，品质生活，既是消协组织的法定职责，也是培育消费新需求，推动创新消费供给，为可持续发展做出贡献的重要途径。

年主题的目标

一是通过广泛宣传，倡导“消费者优先”理念，在全社会形成重视消费者、关注消费者、呵护消费者、适应消费者的意识；

二是搭建沟通平台，发挥桥梁纽带作用，为各行业倾听消费者声音，了解消费者需求，创新消费供给提供有效途径；

三是反映消费者呼声，主张消费者权益，全面履行法定职责，推动健全制度保障和机制创新，更加有力保护消费者权益；

四是研究消费新热点、新趋势、新

领域，引导服务消费、信息消费、绿色消费、时尚消费、品质消费、农村消费有序发展，为发挥消费引领作用做出贡献；

五是创新消费纠纷调处渠道，丰富消费者投诉受理方式，促进消费者与经营者协商解决，为消费者主动维权、降低维权成本创造有利条件。

年主题的重点工作

围绕“新消费我做主”年主题，中消协和全国消协组织计划开展以下方面工作：一是大力开展年主题宣传活动，通过分领域、分行业开展年主题活动，在全社会营造主动聆听消费者意见、满足消费者需求、让消费者满意的社会氛围。二是针对新消费领域的商品和服务开展比较试验，发现、展示真正适应消费需求的优质品牌，提升消费信心，促进商品和服务的消费需求。三是强化消费领域监督，针对消费新热点、新领域、新问题，综合运用投诉、体察、评议等监督手段广泛听取消费者的意见和呼声，推动重点领域消费者权益保护机制的进一步完善。四是开展绿色消费、品质生活为重点的消费教育引导，引导和鼓励消费者树立正确的消费观念，有序引导消费升级，发挥新消费的引领作用。五是探索建立跨境、跨地区消费纠纷解决机制，针对消费市场国际化带来的维权新难题，推动搭建区域性消费纠纷合作平台，为消费者反映诉求主张权益提供便利；六是针对新消费研究建立多元化消费维权和监督模式，搭建消费者可直接参与的监督平台，完善经营者和消费者纠纷解决的协商机制。

2015年四大消费投诉热点公布

预付卡消费欺诈成顽疾

2015年，哪些事成为消费投诉热点？中国消费者协会近日公布了2015年全国消协组织受理投诉情况。

远程购物投诉高发

以网络购物、电视购物为代表的远程购物成为消费者投诉的多发领域。2015年，全国消协组织受理远程购物投诉约2万件，占销售服务类投诉的近七成。

除了电商平台和电视购物外，刷爆朋友圈的微商也正在成为消费投诉的难点。中消协副秘书长董祝礼介绍，由于大部分微商是个人对个人的交易行为，且微商纳入政府监管的时间并不长，尚存在很多问题。一是微商缺乏信用保证体系，如出现消费纠纷，消费者维权难；二是一些微商存在虚假宣传行为，实物与宣传不符；三是部分微商的“积赞”等活动难以兑现承诺。

跨国跨境投诉成为新热点

“海淘”变热了，问题也随之而来。跨境电商、海外代购等消费形式不断兴起，跨国跨境消费投诉呈现激增态势。

董祝礼说，由于我国跨境消费维权机制尚未建立，跨境消费维权难度很大。

他介绍，在跨境旅游中，部分旅行社、导游利用信息不对称欺诈消费者或强制消费者购物；跨境电商代购商品的质量存在问题，且跨境商品的售后服务不完善。

预付卡消费欺诈成顽疾

2015年底，深圳“水果营行”门店关闭导致消费者的会员卡无法继续使用。目前，各地类似的预付卡消费欺诈事件频发，已经成为一些地方消费投诉的热点。

董祝礼表示，预付卡消费领域中，部分经营者利用其变相融资、集资、诈骗甚至跑路；同时，存在服务与宣传不符，服务缩水的现象；还有的经营者利用不合理格式条款限制预付卡使用期限，甚至排除消费者退卡权利。

消费者信息安全难保障

不少消费者反映，购买商品后，不断收到商家的广告“轰炸”，还有的消费者因为泄露了个人信息，而被不法分子诈骗。个人信息安全成为2015年消费投诉的热点之一。

董祝礼说，消费者信息泄露的发生，一是由于经营者没有采取有效措施保障消费者信息安全；二是部分经营者利用消费者个人信息牟利。新修正的《消费者权益保护法》规定“经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供。”

此外，食品安全问题仍是消费投诉热点，快递类、汽车类投诉也大幅增加。

值得注意的是，去年健身服务类投诉5137件，这是健身服务首次进入服务大类投诉前十位。董祝礼说，这体现出全民健身意识正在兴起，但健身行业还存在不规范的现象，亟待相关部门出台相应政策进行管理。（经参）



网购7日无理由退货 将有“操作指南”

新的消费者权益保护法设立了网购七日无理由退货制度,落实起来却难度不小。国家工商总局近日公布了《网络购买商品七日无理由退货指引》征求意见稿,有望帮助网购的消费者维护自身权益。

消费者很关心,究竟哪些商品不宜退货?新消法明确规定了消费者定做的、鲜活易腐的等四类商品不适用无理由退货,同时规定其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品,不适用无理由退货。但实践中,经营者和消费者关于哪些“其他”商品能够适用无理由退货存在不同理解,导致消费争议。

征求意见稿明确提出了四类情形,

即拆封后因人身安全或者生命健康原因不宜退货的商品,包括食品、药品、保健品、化妆品、贴身用品等;一经激活或试用后价值贬损较大的商品,包括产生授权或者激活信息的手机、电脑、数码产品等;已经在线交付的充值类商品,包括手机充值卡、游戏点卡等;特价清仓商品,包括即将到保质期的商品、包装破损或者有瑕疵的商品等。

法律规定消费者退货的商品应当完好。但完好的标准是什么,谁来定?征求意见稿将普通“商品完好”界定为商品本身、配件及附带的防伪标识、商标吊牌、商品合格证、使用说明书等齐全,储值卡(券)类商品完好是指卡(券)内金额未减少。征求意见稿进一步

明确消费者基于查验需要而打开商品包装,或者为确认商品的品质、功能而进行合理、适当的试用不影响商品完好,同时明确了“商品不完好”的判定标准。

征求意见稿还强化了电子商务经营者的责任,明确要求经营者应当对于不适用无理由退货的商品有明确标注,在商品销售必经流程中进行“一对一”确认环节,要求网络交易平台提供者积极履行平台管理责任,督促平台上网络商品经营者落实无理由退货规定等。

公众可在2016年3月5日前通过登录国家工商总局网站等形式对征求意见稿提出意见。

公安部公布 2015年打击食药犯罪十大典型案例

据公安部2月4日消息,按照中央总体部署,2015年公安部组织全国公安机关开展为期一年的食品药品打假“利剑”行动,共侦破危害食品安全犯罪案件1.5万起、危害药品安全犯罪案件1.1万起,抓获犯罪嫌疑人3.7万名。

公安部同时公布了打击食药犯罪十大典型案例。

浙江海宁杨某等制售有毒有害蔬菜案

2015年5月,浙江省海宁市公安机关破获一起使用违禁农药制售有毒有害蔬菜案,抓获犯罪嫌疑人9名,捣毁制售有毒有害蔬菜窝点4个,查扣有毒有害蔬菜10余吨、违禁农药80余瓶,案值达500余万元。经查,2012年以来,犯罪嫌疑人杨某、张某等人明知国家禁止在蔬菜果树上使用甲拌磷等农药,为节省生产成本和劳工作时,在其承包的1000多亩农地上对种植的葱、萝卜、包心菜等蔬菜大量喷洒甲拌磷等农药,并将涉案的3000余吨有毒蔬菜销往各地市场。

重庆垫江熊某等制售“地沟油”案

2015年5月,重庆市公安局打假总队会同垫江县公安局破获一起特大制售“地沟油”案,捣毁制售窝点7个,抓获涉案人员43名,查获生产线4条,查扣成品、半成品“地沟油”及加工废弃物原料80吨,案值8000余万元。经查,2011年以来,犯罪嫌疑人熊某等人以1400-3000元/吨的价格从重庆、四川、湖北等地收购含淋巴、腺体等的生猪屠宰废弃物,熬制毛油,再以4000-5000元/吨的价格销售至垫江县闽杰猪油精炼加工厂,该厂经降酸、脱色、脱臭后提炼出成品食用猪油,按6000元/吨的价格销往贵州、云南、四川、河南、湖南、重庆等地。

山西晋城张某等制售病死猪肉案

2015年1月,山西省晋城公安机关破获一起制售病死猪肉案,抓获犯罪嫌疑人257名,打掉犯罪团伙3个,捣毁宰杀病死猪窝点8个,查封病死猪肉3700公斤,案值400余万元。经查,2012年以来,以犯罪嫌疑人张某、韩某、赵某为首的3个犯罪团伙相互勾结,以收购淘汰母猪为掩护,通过猪贩子、“牙行”等中介,从晋城当地及周边养殖户处大量低价收购病死猪,经宰杀后销往晋城各县区100余家饭店食堂。

陕西渭南崔某等制售“毒面粉”系列案

2015年8月,陕西省渭南市公安机关破获系列制售有毒有害面粉案,抓获犯罪嫌疑人42名,现场查获过氧化苯甲酰2200余公斤,查扣含过氧化苯甲酰面粉34万余公斤,案值700余万元。经查,渭南市多个面粉生产商为提高小麦出粉率,从河南焦作崔某处购买过氧化苯甲酰,添加于面粉中,销往山东、河北、河南、陕西、山西等省。根据国家有关规定,过氧化苯甲酰系禁止在面粉制品中添加的非食用物质。

上海虹口制售“宁老大”牌假牛肉案

2015年5月,上海市公安局虹口分局会同山西公安机关侦破一起制售伪劣牛肉案,抓获犯罪嫌疑人21名,打掉宁老大公司位于山西万荣县的制假工厂,查获疑似掺假牛肉制品及过期牛肉干、猪肉脯等10余吨,案值1000余万元。经查,2014年以来,上海宁老大食品有限公司通过改换包装、重新标注生产日期的方式,对过期牛肉干、猪肉脯等食品翻新,或在牛肉原料中掺假后加工成品销售,销往多家大型连锁超市。

湖北十堰“11·01”系列制售假药案

2015年8月,公安部对湖北省十堰市公安局侦办的“11·01”制售假药案发起集群战役,共抓获犯罪嫌疑人204人,捣毁制假售假窝点65个,查扣假冒“波立维”“立普妥”“来得时”等假药4500余盒(只),案值逾1亿元。经查,2012年3月至2015年6月,犯罪嫌疑人蒋某等人从广东、辽宁等地购买制假设备及材料,雇佣人员生产假冒“波立维”“胰岛素”等假药,同时从北京、天津等地通过非法渠道大肆收购“波立维”“胰岛素”等医保回收药,将上述药品掺杂后利用QQ群联系客户,通过快递公司以代收货款方式销往全国26个省市区。

山东济南庞某等非法经营疫苗案

2015年4月,山东省济南市公安局破获一起非法经营疫苗案,抓获庞某等犯罪嫌疑人3名,当场查扣儿童用脑膜炎、水痘、脊髓灰质炎等疫苗和成人用流感、狂犬、甲肝等25种人用疫苗20000余支。经查,2014年以来,犯罪嫌疑人庞某、孙某等人在未获取药品经营及疫苗经营许可的情况下,在QQ“全国生物制品总群”内发布或获取相关疫苗的购销信息,采用手机或QQ私信沟通方式,先后从陕西、重庆、吉林等20个



省份的医药公司或疫苗贩子处大量购入人用疫苗,存放于济南当地一无任何冷藏条件、不符合国家疫苗存放要求的仓库内,无视国家对疫苗药品运输环节全程冷藏的相关规定,通过快递将疫苗药品加价贩卖至多个省份的疾控中心、基层防保站等医疗机构。

河北承德“12·15”网络销售假药案

2015年1月,河北省承德市公安局破获一起网络销售假药案,捣毁制售假药窝点11个,抓获涉案嫌疑人37名,查获“中华脑心通”“风湿骨痛宁”等65种假药4.3万余盒,散装胶囊、药粒1.3亿余粒,包装材料86万余个,案值900余万元。经查,2012年以来,犯罪嫌疑人雷某等人非法生产“中华脑心通”“风湿骨痛宁”等多个品牌假药推销给刘某等人,刘某利用QQ平台通过快递将假药销给向某、张某等售假团伙,向某、张某等人冒充医务人员以电视购物等形式推销假药,通过物流寄递以代收货款方式向各地发售。

江苏苏州王某等制售假药案

2015年5月,江苏省苏州市公安机关破获一起制售假药案,抓获犯罪嫌疑人16人,查扣生长激素类假药6000余瓶,假药包装盒上万份,涉案金额4000余万元。经查,2013年以来,犯罪嫌疑人王某等人非法生产注射类重组人生长激素(RHGH)等药品,使用QQ群联系客户,将上述药品通过深圳当地物流公司寄递销往广东、浙江、陕西等地。

福建福州陈某等人销售戒毒假药案

2015年9月,福建省福州市公安机关破获一起销售戒毒假药案,抓获犯罪嫌疑人4名,现场查扣瓶装“纳曲酮”、银色密封装“纳曲酮”等戒毒药品一批,案值1000余万元。经查,2014年以来,犯罪嫌疑人陈某多次从陈某瑞处购买瓶装“纳曲酮长效缓释剂”等戒毒假药,销往海南、湖南、湖北、广东、陕西、新疆等地20余家机构用于戒毒治疗。



多家在线旅游平台被曝售“假票”

中消协启动公开约谈

2015年11月1日起,《消协组织消费维权约谈经营者办法(试行)》开始实施。这是全国关于消费维权约谈的第一个系统性指导文件。

2016年1月26日,在这部《约谈办法》实施不到三个月,中消协启动公开约谈——约谈对象是最近因“积分机票”事件而被舆论推上风口浪尖的携程网等六大OTA(在线旅游网站)平台。

这六大OTA平台分别是:携程网、去哪儿网、途牛网、艺龙网、阿里旅行以及同程旅行。中消协律师团两位律师以及在京10家媒体全程参与了此次约谈。

多家在线旅游平台被曝售“假票”

2016年1月9日,一位网友在网络上发文,投诉携程销售“假机票”,导致自己在日本机场遭调查3小时。此事在被央

视等多家媒体曝光后,又有更多类似案例被曝出,包括“去哪儿”等平台陆续“中枪”。经媒体调查发现:积分机票已成当下行业“潜规则”,买卖里程积分乱象丛生。

据中消协投诉部主任张德志披露,从中消协这两年发布的全国消费投诉统计情况来看,互联网消费投诉量每年都是大幅增加。特别是最近,除了媒体报道外,也有消费者和相关行业向中消协反映,网上在线机票、旅游等综合服务平台发生了一些事情。

中消协组织此次公开约谈的目的,就是不回避问题,本着认清定位、找准问题的原则来解决问题。“不要把问题看的很可怕,就像天冷感冒做检查一样,只有看准了才能治好病。”张德志说。

那么,积分票是如何产生的?积分从哪里来?票务公司是收购零散积分化零为整,还是非法盗用其他会员的积分?积分所有人是否知道并同意自己的积分被兑换?兑换的机票一般只

能给亲属使用，而供应商是如何将任何人变成“亲属”的？假票号是如何产生的？如何查出假票号？

在今天的约谈现场，中消协首先向6家企业代表公开宣读了11项备受外界关注的“积分机票”调查问题。对于这些约谈内容，6家企业均承认“积分机票”确实客观存在，但对其来源却都表示并不知情。比如，携程网代表直言：“平台出票时完全100%按正规操作，很多供应商的猫腻，我们并不了解。”

去哪儿网代表也坚称：“去哪儿网从没出现过真正意义上的假票。假票号只是一种销售行为上的方式，主要原因是国际机票GDS(即“全球分销系统”)数据比较复杂，境内外GDS数据交换不匹配，所以才导致部分用户误解为假票。”

GDS系统导致国际机票成重灾区

所谓“积分机票”，其来源主要是积分，乘客首先要注册航空公司的会员，使用航空公司产品时，包括联盟中的相关产品、合作的酒店银行等，都会产生相应积分，当积分达到一定水平时就可以兑换机票，使用人一般是乘客本人，根据航空公司不同的规定，具体受益人可以延伸到亲属等。

途牛网代表提出，“积分机票”主要来自于航空公司发展常旅客过程中产生的积分，部分机票经销商购买积分后换票销售给实际乘机人。

去哪儿网代表透露，比较而言，国内机票销售相当规范，目前积分机票的重灾区是国际机票。这主要因为，国际机票存在多个GDS系统(即“全球分销系统”)，数据比较复杂，所以一般旅客很难发现问题。

由于“积分机票”通常只有在支付并出票以后才能被发现，因此“积分机票”事件发生后，目前各平台均已大幅提升监控标准。

携程代表介绍，在发生“积分机票”事件后，携程已针对所有票进行100%验票，保证消费者拿到的票是正规的，每张机票都要通过我们的系统验证，能够查到来源，在确认不是“积分机票”后，才可以给消费者。

去哪儿网代表称，去哪儿网已就“积分机票”和所谓的“假票号”对供应商重新下发管理办法，进行更严格的规范。一旦发现经销商销售“积分机票”，将对其采取下线一周乃至永久下线、终止合作等处罚措施。

据了解，通过技术手段，目前绝大多数票的真实性都能得

到检验。而对于少部分因为各种没有通过验证的机票，目前各平台均设立了5至上百人的人工团队，采取人工方式核查。

如何实现“亲属”身份转换仍是谜

但是，在多家OTA平台都存在的“积分机票”事件中，积分到底从何而来？积分拥有者对此是否知情？

对此，途牛网代表认为，积分被用来购买机票，积分拥有者肯定要知情。因为供应商要把“积分机票”卖给实际乘机人，就必须从常用旅客手中购买，而这涉及到常旅客信息的保密信息。“如果只知道个人信息，而不经授意，供应商拿不到这个积分。”

阿里旅行代表也坦陈，阿里在调查中确实发现，淘宝平台上有些商家确实存在积分交易行为，有些人有大量积分到期，丢掉可惜，大家一搜就能搜到积分兑换、出售，这是一个市场行为。“但是，个人积分确实不可以交易。”

按照规定，兑换的机票一般只能给亲属使用，而供应商是如何将任何人变成“亲属”的？对于这一问题，被约谈的6家企业代表均未予以回应。

携程承诺发现违规将三倍赔偿

虽然目前各家平台均已加大查验力度，实施多重保障，但只要涉及人工操作，就难免会有遗漏。对此，6家企业今天也都表示，不敢保证100%杜绝“积分机票”。

对此，携程代表承诺：如果消费者在机场出行时遇到相关问题，我们保证在20分钟内重新给消费者出票，如果是人工原因导致的，我们会赔偿消费者一倍的票款，如果因为违规问题，我们还会三倍赔偿给消费者。

此外，阿里推出放心飞计划，去哪儿推出担保通，都可以保证消费者放心出行。

张德志建议，消费者拿到国际机票后登录航空公司官网查询票号，或者直接联系携程、去哪儿等销售平台要求验真。

张德志同时透露，“对于我们提出的全部11个问题，6家企业没有全部回答，我们是有思想准备的，因为这其中涉及很多深层次的问题，下一步随着我们调查的深入，视不同情况，根据我们了解到的是代理商的问题还是其他问题，我们将通过约谈或其他方式帮助消费者主张权利。”（法制日报）



国家工商总局： 房地产销售广告禁打“学区房”旗号

“买房就能上××小学”、“距国贸仅30分钟”，从2月1日开始，这些话不能在售楼广告中使用了。国家工商总局日前发布《房地产广告发布规定》，该规定将于2月1日起施行。其中要求房地产广告必须真实、合法、科学、准确，不得欺骗、误导消费者。其中规定，房地产广告中不得含有广告主能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺。

禁承诺为购房者办户口 就业升学

《规定》第十八条提出，房地产广告中不得含有广告主能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺。此前，开发商宣传楼盘，经常把楼盘与名校“捆绑销售”。很多家长为了孩子的教育考虑购房，往往会以附近地段更高的价格购买所谓的学区房。但在实际情况中，不少家长遭遇了“伪学区房”，距

离名校虽近却进不了名校。

《规定》要求，从2月1日开始，除了不能出现与升学有关的内容，房地产广告中也不能再出现为入住者办理户口、就业等承诺。这些曾经都是开发商喜欢抓住的宣传热点，以达到楼盘热销的目的。新规明确指出，不得对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其他市政条件做误导宣传。

项目位置示意图 交通比例应恰当

规定中还提出，房地产广告中的项目位置示意图，应当准确、清楚，比例恰当；房地产广告中涉及的交通、商业、文化教育设施及其他市政条件等，如在规划或者建设中，应当在广告中注明；房地产广告涉及内部结构、装饰装修的，应当真实、准确；房地产广告中不得利用其他项目的形象、环境作为本项目的效果。

广告如提到价格 要标明有效期限

新规还规定，房地产广告中提到面积时，应当标明为建筑面积或者套内建筑面积，并且不能有升值或者投资回报的承诺。含有风水、占卜等封建迷信的内容，也属于禁止之列。此外，广告中如果提到了价格，应当清楚标示为实际的销售价格，并明示价格的有效期限。

另外，新规还规定具有以下情形的楼盘不得发布广告：在未经依法取得国有土地使用权的土地上开发建设的；在未经国家征用的集体所有的土地上建设的；司法机关和行政机关依法裁定、决定查封或者以其他形式限制房地产权利的；预售房地产，但未取得该项目预售许可证的；权属有争议的；违反国家有关规定建设的；不符合工程质量标准，经验收不合格的；法律、行政法规规定禁止的其他情形。

学区房该怎么买？

专家提醒二手房购房潜规则

2016年开年，家长们又开始为寻找学区房忙碌了。北京市西城区、朝阳区、海淀区也陆续解答或发布幼升小、小升初的入学政策。

面对价格高居不下的学区房，一旦选择失误，不仅会耽误孩子就读优质学校，更可能会造成资金损失。

政策持续收紧买学区房增波折

最近，家住大兴黄村的黄先生为学区房犯了难。

原来，黄先生的儿子已满4岁，大半年来他就开始在西城区物色学区房，可谓费尽了心力，也遭遇了各种“不靠谱”。

“一开始我们甚至分不清学区分布，听了中介的介绍后就傻乎乎地去看房，看过不少价格合适却并非心仪学区的假房源。也碰到过价格合适但被半路截单的真房源。还有什么家庭纠纷、共同产权，这些房源我们更不敢涉足。”

兜兜转转，黄先生在去年年底终于挑中天宁寺附近的一套房产，总价约350万元。原本欢天喜地地准备交定金、签约。谁知，西城区关于幼升小的新政策却使得黄先生需要再次走上寻觅学区房之路。

原来，根据西城区的最新规定，如果同一房屋地址六年内有多个适龄儿童申请入学，则房屋产权人必须是适龄儿童的法定监护人。不符合上述规定的，根据当年的招生政策统筹安排就读学校。而实际上，这已经不是西城区第一次严格学区划片和入学政策。

“我看中的那套房子的入学指标在3年前已被房主用过了。算来算去也赶不上孩子的入学时间。”黄先生无奈地说。

二手房西城领涨入手学区房需谨慎

如果说黄先生遇到的问题是被政策所迫，那么林先生的情

况则反映了二手房市场的火热现状。

“挑了几个月，终于相中了西城的一套学区房，不仅总价合适，距离我的工作单位也近，将来接送孩子比较方便。谁知道，几个月看下来，同样户型的房源报价已经涨了20万。”林先生很懊恼。

据链家网数据显示，2015年北京二手楼盘价格涨幅最高的三个小区是：宏汇园小区、新德街35号院和丰汇园小区，其中宏汇园小区和丰汇园小区均位于西城区，划片小学为宏庙小学，其房价涨幅高达69.86%和47.77%。新德街35号院位于海淀，划片小学为北京市西城区育翔小学，年度价格涨幅也达48.06%。

不仅在西城区和海淀区，东城区重点小学附近的学区房价格也水涨船高。孙女士在崇文门附近购置的学区房，短短一年时间价格上涨超过50万元。

业内专家提醒，分析今后的升学政策走向，“学区房”从来是主管部门的政策要规避和打压的，而且近几年北京“教改”动作较大，现在入手学区房动辄几百万元，风险正在增加，家长在购买时需谨慎抉择。

“陷阱”提示

上名校，落户有年限限制

1月6日，西城区考试中心发布公告，不再只对非京籍学生幼升小规定“住房年限”，而是明确指出“如果6年内有多个适龄儿童申请入学，则房屋产权人必须是适龄儿童的法定监护人”。

其实，这条规定在二手房市场已成为购房的“潜规则”。

“不少学区房买家不仅考虑房源是不是满二唯一，也会详细询问业主孩子的入学时间点，越靠近6年的房子就越是抢手。”西城区奋斗小学学区一中介门店经纪人表示，“为了

能够满足落户年限要求，不少家长在孩子刚出生，甚至没出生时就开始看房。”

记者在采访时也了解到，为了防止学区房的大幅涨价，避免房虫‘倒房’渔利，北京多个热点学区均对学生的落户年限做出了要求，限定年限从3年至5年不等。

不仅二手房，一些新房项目对于业主子女的落户年限也有所限制。

位于石景山区某学校小学部，该小学的入学条件是，父母与孩子户口均在指定小区，房主为孩子父母，且居住满3年。记者了解到，该小区业主大多是在2012年之后入住的，如果落户时间满三年，也就意味着子女家长必须是一手房业主。而该学校另外一个划片小区的落户时间要求更高，需要满5年。

上述中介经纪人表示，关于户口方面的疑虑，买方可以在合同约定一定金额的保证金，一旦因为原业主占用名额、户口迟迟不迁走等原因影响子女入学，可以得到相应赔偿。

个别学校不收二手房业主子女

购买二手学区房时，也存在看不见的陷阱。陈先生在去年物色了石景山的一套所谓的学区房。购房时，经纪人向他保证房源所在小区是北京某知名九年一贯制学校的划片学区。可陈先生在详细查阅了该学校的招生简章后发现，事情完全不是这样。

“按照该学校的招生简章，原则上是不接收小区的二手房业主子女的，二手房业主子女会被调剂到邻近学区的其他小学。”陈先生向记者表示。

记者了解到，这种限制二手房主子女就读的情况并非只此一家。

在北京多个学区房论坛上，北京小学红山分校学区也曾受到“虎妈猫爸”们的热议。根据红山分校要求，2015年的“幼升小”招生简章，片区范围是蝶翠华庭、西堤红山和红山世家三个小区。按照要求，符合西城入学条件且具有三个小区内居民户籍的适龄儿童，以及实际住所地在三个小区内的本市居民户籍适龄儿童。其中实际住所证明，是指与原开发商签订的购房合同。这也就意味着，二手房主的子女可能因为无法



提供实际住所证明而错失入学机会。

一些房源只能入学一次

学区房价格一路飙升，近些年来也成为新房宣传的杀手锏，将楼盘和名校捆绑销售也是开发商惯用的营销手段之一。部分楼盘的开发商与学校约定了入学年限或者就读人数限制，也造成纠纷。

位于房山长阳镇的中粮万科长阳半岛就曾因学区房纠纷与业主对簿公堂。新京报曾报道，起诉业主称“中粮万科”曾经在销售长阳半岛项目中宣称“买长阳半岛，上北京四中”。考虑到孩子未来教育问题及对“中粮万科”的信任，他们购买了长阳半岛的房屋，并签订购房合同。后来，他们得知，子女就读北京四中房山分校有6年期限限制，即入住6年内可入校就读。当时中粮万科方面表示，其开发的是学区房，业主可行使一次就读北京四中房山校区初中的权利，但能否入学取决于届时教育政策。

此外，据知情人士介绍，位于海淀四季青附近的世纪城虽然位于人大附小学区，但由于子弟学校有特殊情况，该项目一套房只有一次就读名额，不少二手房主子女在入学时被调剂到其他学校。

业内人士提醒，家长在选择学区房时需要多做实地调查，在充分掌握房源情况后再决定入手。

同时，政府部门的监管也在进一步加强。国家工商总局近日发布《房地产广告发布规定》，规定房地产广告中不得含有广告主能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺，并于今年2月1日开始施行。（新京报）

德国糖果含荨麻 消费者获十倍赔偿

周先生发现其购买的德国水果糖含有“荨麻”成分，经上网查询得知荨麻不属于普通食品，他遂将销售商北京赛特百货有限公司告上法庭，要求对方退还货款1296.6元并十倍赔偿其12966元。记者昨天获悉，朝阳法院一审判决支持了周先生的诉讼请求。

进口糖果有荨麻

2014年7月22日、7月26日，周先生先后两次在赛特公司处购买了20瓶产自德国的世安水果味糖，总价共计1296.6元。产品外包装中文标签处标明产品配料中包括着色用植物粉（甜菜根、姜黄、菠菜、荨麻）等。

周先生说，他回家后经家人提醒才发现，该产品配料里有荨麻成分。经上网查询，得知荨麻不属于普通食品及食品原料，用在普通食品里存在安全隐患。周先生向朝阳区食品药品监督管理局反映，对方后对赛特公司作出行政处罚，证实上述产品不符合食品安全国家标准。为此，周先生依据《食品安全法》起诉要求赛特公司退还货款1296.6元并十倍赔偿12966元。

赛特百货公司表示，该产品是进口食品，经过进出口检验检疫为合格。生产商给出的意见也是产品合格，符合出口条件。此外，经查询文献资料，荨麻在中国具有食用历史，因此食药监局给出的意见依据不成立。且关于荨麻是否可以作为食品原料予以添加，国家卫计委未给出明确意见。

被告曾被行政处罚

据悉，2014年8月4日，国家质量监督检验检疫总局曾向周先生出具政府信息公开告知书，载明根据国家卫生和计划生育委员会发布的《新食品原料安全性审查管理办法》，传统食用习惯，是指某种食品在省辖区域内有30年以上作为定型或者非定型包装食品生产经营的历史，并且未载入《中华人民共和国药典》，由于目前未查询到荨麻在我国具有传统食用习惯，检验检疫机构判定其不属于普通食品，不得随意添加到糖果等普通食品中。

朝阳区食药监局也于2014年10月21日，向赛特公司出



具行政处罚决定书，载明荨麻不属于普通食品，不得随意添加到糖果等普通食品中，赛特公司的行为构成了经营不符合食品安全标准食品的违法行为，依据《食品安全法》的规定，决定给予没收违法所得136.55元、罚款5000元的行政处罚。

法院判决十倍赔偿

法院经审理认为，根据《食品安全法》之规定，涉案产品虽然原产地为德国，但也应当符合我国食品安全国家标准，在该款食品中不得添加药品，如果需要添加按照传统既是食品又是中药材的物质，则应该按照国务院卫生行政部门制定、公布的目录予以认定。

荨麻虽然在目前已公布的《既是食品又是药品的物品名单》、《可用于保健食品的物品名单》、《保健食品禁用的物品名单》中均未包含在内，但是国家质量监督检验检疫总局根据国家卫生和计划生育委员会发布的《新食品原料安全性审查管理办法》，向原告出具政府信息公开告知书，认定目前未查询到荨麻在我国具有传统食用习惯，判定其不属于普通食品，不得随意添加到糖果等普通食品中。

据此，朝阳区食药监局对赛特公司作出了行政处罚，上述告知书以及行政处罚具有相应法律效力，可以佐证赛特公司属于销售明知是不符合食品安全标准的食品。据此，法院判令被告退还周先生货款1296.6元，并十倍赔偿其12966元。（北京晨报）



北京市消协发布 羽绒服比较试验结果

羽绒服作为北方消费者最基本的御寒服装，几乎人手一件甚至更多。市场上羽绒服产品已由二、三十年前仅有专业品牌售卖到如今的泛品牌化，大部分服装品牌都开发了自己的羽绒产品线，羽绒服从单一的保暖功能走上了时尚化的道路。由于生产企业众多，销售渠道复杂，羽绒服产品质量良莠不齐。从2007年开始，北京市消费者协会针对羽绒服行业中出现的质量问题，开展了五次商品比较试验，对羽绒服产品质量进行追踪，表扬优质品牌，曝光伪劣产品，经过几年来的持续推进，各商场、超市加大了对羽绒服产品的质量检查力度，尤其是由于市政府开始疏解非首都功能，外迁鱼龙混杂的服装批发市场，使得一批低价销售劣质羽绒服的商家失

去了售卖空间，北京市场销售的羽绒服产品质量明显提高。为继续追踪并了解北京市场羽绒服的质量状况，指导引导消费，维护消费者的权益，北京市消费者协会近期再次对北京市场上销售的部分羽绒服进行了商品比较试验。

一、试验样品及来源

本次比较试验样品由北京市消费者协会工作人员，以普通消费者的身份从北京汉光百货、君太百货、西单大悦城、燕莎奥特莱斯购物中心、城乡世纪商厦、力宝广场（亦庄华联）、华联新光百货、北京新世界彩璇百货、北京荟聚购物中心（西红门店）随机购买，涉及北

京、上海、江苏、浙江、广东、江西、福建等省市企业生产或经销的50个品牌的羽绒服样品，购买价格从279元至3690元不等，其中售价1500元以上的样品20个。

二、试验标准及项目

本次比较试验委托中国商业联合会消费品质量安全监督检验中心（远东正大检验集团有限公司），依据GB 18401《国家纺织产品基本安全技术规范》、GB 5296.1《消费品使用说明 纺织品服装使用说明》、FZ/T 01053《纺织品 纤维含量的标识》、GB 14272《羽绒服装》标准对羽绒服样品的标识、纤维含量、甲醛含量、pH值、色牢度（耐水、耐干湿摩擦、耐洗）、可分解致癌芳香胺染料、含绒量、绒子含量、充绒量、蓬松度、清洁度、气味、耗氧量、残脂率、微生物等等指标进行了测试。比较试验结果只对购买的样品负责。

三、测试结果

经测试，羽绒服样品质量较好，没有发现危害消费者人身安全的问题，只有个别样品存在衣料成分标注与

实际不符、缺斤短两、以次充好的问题（详细结果见汇总表）。具体如下：

1、产品标识、甲醛含量、pH值、色牢度（耐水、耐干湿摩擦、耐洗）、可分解致癌芳香胺染料、蓬松度、清洁度、气味、耗氧量、残脂率、微生物指标所有样品均符合国家标准要求。

2、纤维含量。羽绒服的纤维含量指标指除羽绒外产品的布料和辅料的成分及含量，经测试，50个样品中部分样品标注的成分含量与实际不符，存在瑕疵，但不影响消费者的穿着体验，也不存在恶意用低价格纤维冒充高价格纤维的问题，但个别样品纤维含量标注与实际出入较大，如：CHERVO 雪傲牌货号ELSBUFFO 846的样品标注面料、里料为聚酯纤维，实测为锦纶；OMNOCHY牌货号056DJ04的样品标注里料为聚酯纤维，实测为锦纶。

3、含绒量、绒子含量、蓬松度、充绒量。这是羽绒服主要的质量指标，是其保暖与否的关键，直接影响羽绒服的保暖程度。经测试，50个样品中3个样品的羽绒存在质量问题：

标称商标	生产批号/货号	销售单价	标称生产/经销企业	购买地点	质量问题
箱子	E152K029	标价：1680元 售价：1344元	上海笛瑟服饰有限公司	君太百货	充绒量：明示193.5克，实测174克，偏差-10.1%
HAZZYS	ASFZU05 DU37NV	标价：2990元 售价：2392元	上海迪睿服饰有限公司	华联新光百货	充绒量：明示94克，实测71克，偏差-24.5%
依瑶®	3971B-01	标价：1980元 售价：792元	依凌（泉州）服饰有限公司	君太百货	含绒量：明示80%，实测72.9% 绒子含量：标准要求≥72.0%，实测68.8%

经过九年6次羽绒服比较试验，结果显示：样品的质量水平稳步提高，尤其是近几次比较试验中专业羽绒服生产企业生产的样品质量非常稳定，没有发现有虚标含绒量和充绒量的情况发生；流行品牌羽绒服多采取外加工方式，质量不稳定，且价格相对较高；随着市政府疏解非首都功能，服装批发市场等伪劣产品易发区域的外迁，本次比较试验未发现用羽毛冒充羽绒的情况。

四、提醒消费者

1、消费者购买羽绒服，应根据需要选购，羽绒服并

非含绒量与充绒量越高越好，要根据穿着季节的天气情况合理选购；

2、历次比较试验结果显示，服装批发市场与网络购物渠道销售的超低价羽绒服存在以粉碎毛冒充羽绒作为填充物的现象，随着服装市场的外迁，很多消费者通过网购购买低价位的羽绒服，建议消费者网购羽绒服时不要贪图便宜，购买明显远低于同类羽绒服价格的产品尤其是童装羽绒服，以免买到假冒伪劣产品；

3、消费者购买羽绒服应留存购物凭证，以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。

北京市消协发布 牛仔裤、休闲裤比较试验结果



裤装是服装市场最基本的产品，是消费者不可或缺的必需品，目前北京市商场销售的裤装品牌众多，价格普遍较高，同时，消费者对其质量情况并不了解。为了解北京市场销售的裤子产品真实的质量状况，指导引导消费，北京市消费者协会对北京市商场销售的部分裤子商品进行了比较试验。

本次比较试验样品由北京市消费者协会工作人员，以普通消费者的身份从百货大楼、apm商城、汉光百货、君太百货、西单商场、西单大悦城、翠微大厦、城乡贸易中心、庄胜崇光百货、燕莎奥特莱斯购物中心，国泰百货及部分品牌专卖店随机购买，样品涉及北京、天津、上海、江苏、浙江、广东、福建等7个省市60种裤子样品，其中，牛仔裤样品30种，休闲裤样品30种，购买价格从149元至1990元不等，主要集中在500-1500元。

比较试验委托国家服装监督检验中心（天津）依据

GB18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》、GB5296.4-2012《消费品使用说明 纺织品和服装使用说明》、GB/T22700-2008《水洗整理服装》、FZ/T81006-2007《牛仔服装》、FZ/T81007-2012《单、夹服装》等标准对样品的产品标识、纤维含量、甲醛含量、pH值、异味、可分解芳香胺染料、耐皂洗色牢度、耐水色牢度、耐酸汗渍色牢度、耐碱汗渍色牢度、耐干摩擦色牢度、耐湿摩擦色牢度、耐光色牢度、耐光汗复合色牢度、撕破强力、疵裂、起球、裤后裆缝接缝强力、耐磨性能等指标进行测试，比较试验结果只对购买的样品负责。

经测试，比较试验中只有个别产品存在质量方面的问题，具体如下：

1、甲醛含量、异味、可分解芳香胺染料、耐皂洗色牢度、耐水色牢度、耐酸汗渍色牢度、耐碱汗渍色牢度、耐湿摩擦色牢度、耐光色牢度、耐光汗复合色牢度、撕破强力、疵裂、起球、裤后裆缝接缝强力、耐磨性能指标所有样品均符合国家标准要求。

2、个别样品产品标识中标注存在瑕疵，如：G-STAR RAW牌牛仔裤未标注任何中文信息。

3、H&M牌牛仔裤样品耐干摩擦色牢度未达到国家标准要求；FOREVER21牌牛仔裤样品pH值超过国家标准要求；个别样品纤维含量指标存在瑕疵。

本次比较试验的样品几乎全部来自北京的大型商场，价格相对较高，测试结果显示商场销售的裤子产品质量较好，在一定程度上反映出大型商业企业在进货渠道、质量控制方面达到了很高的标准，消费者可以放心选购；比较试验中出现质量问题的两个品牌均属于快销（快时尚）品牌，由于生产、上市周期远远快于普通品牌，这一类品牌的质量控制还有待提高。



北京市工商局抽检 20种纸制品存在问题

在2015年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对市场上销售的纸制品类商品进行了抽检。抽检结果显示，20种商品存在问题，标称“出品商：北京博裕隆科贸有限公司 生产商：天津亿利来科技卫生用品厂”的通用型清洁护肤湿巾真菌菌落总数、内装量短缺量不符合相关标准要求，3组商品按照标称地址或注册地址均

无法送达，在此警示消费者。

北京市工商局已对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定进行处罚，同时督促全市销售者做好相同生产者相同型号不合格商品的退市工作，对于拒不履行退市的销售者市工商局将依法予以查处。

不合格商品名单

序号	样品名称	标称生产企业	产地	标称商标	规格	生产日期或批号	等级	主要不合格项目或主要问题
1	生活用纸	满城县建美彩印纸制品厂	河北省	洁王	\	\	一等品	销售包装标志（产品名称标注错误、未标注生产日期或批号、产品的规格：未标注宽度和节距、产品的数量：未标注卷重或节数）
2	优生活双卷	保定市徐水美佳纸制品加工厂	河北省	优生活	超柔3层装	20130518	合格品	销售包装标志（产品名称标注错误、产品的规格：未标注宽度和节距、产品的数量：未标注卷重或节数）
3	卫生纸（未标注）	徐水县龙顺纸业	河北省	龙顺	2卷 3层平纹纸	2015年07月08日	合格品	销售包装标志（未标注产品名称、产品的规格：未标注宽度和节距、产品的数量：未标注卷重或节数）

权威发布

Authoritative release

4	卫生纸 (未标注)	保定金贝达卫生用品有限公司 大连の并森の商贸有限公司	河北省		\	2015.07.22	\	销售包装标志(未标注产品名称、产品的规格:未标注宽度和节距、产品的数量:未标注卷重或节数、未标注产品质量等级)
5	卫生纸 (未标注)	北京市洪修纸业	北京市	优酷	\	2015年07月16日	合格品	销售包装标志(未标注产品名称、产品的规格:未标注宽度和节距、产品的数量:未标注卷重或节数、未标注生产企业地址)
6	妇婴用纸	徐水建发纸业	河北省	伊维雅	\	\	\	销售包装标志(产品名称标注错误、未标注生产日期、产品的规格:未标注宽度和节距、产品的数量:未标注卷重或节数、未标注产品质量等级)
7	抽取式餐巾纸	香河岸芷汀兰纸业有限公司	北京市	太明	100mm×190mm×2层	2014.01.17 6包 20130227 3包	\	"内装量短缺量:未标注、销售包装标识(产品标准编号标注错误、未标注产品数量(片数或组数或抽数或张数))
8	精品纸巾	北京五永发雪白金卫生用品公司	北京市	雪白金	\	有效期至2017年12月01日	壹级	"横向吸液高度、内装量短缺量、销售包装标识(产品标准编号标注错误、未标注产品规格、未标注产品数量(片数或组数或抽数或张数、产品质量等级标注错误)
9	餐巾纸	保定贝佳宝纸塑制品制造有限公司	河北省	新	240mm×240mm	2015年6月21日	\	纵向湿抗张强度、内装量短缺量、销售包装标识(产品标准编号标注错误、未标注产品数量(片数或组数或抽数或张数)、未标注产品质量等级)
10	餐巾纸	顺平长久纸业	河北省	双龙	\	\	合格品	横向吸液高度、内装量短缺量、销售包装标识(产品标准编号标注错误、未标注生产日期(或编号)、未标注产品规格、未标注产品数量(片数或组数或抽数或张数)、未标注生产企业详细地址)
11	餐用型面巾纸	骠驰盛达(香港)股份有限公司	香港	骠驰盛达	150抽	2015年05月03日	合格品	纵向湿抗张强度、内装量短缺量、产品销售包装标识(未标注产品规格)
12	轻柔抽取式面巾纸	北京轻柔纸业	北京市	轻柔	190mm×95mm×100抽(2层×200张)	\	合格品	内装量短缺量、产品销售包装标识(未标注生产日期(或编号))
13	湿巾 (未标注)	四平圣雅生活用品有限公司	吉林省	丫雅	30片	2015/03/30	\	产品销售包装标识(未标注产品名称)
14	娇润10片洁肤柔湿巾	哈尔滨鑫禾纸业有限责任公司	黑龙江省	娇润	10PCS	限用日期 20160403	\	偏差、销售包装标识(产品标准编号标注错误、未标注产品规格、未标注产品合格标识)
15	卫生护垫	广东省东莞市舒华生活用品有限公司 监制 制造商:泉州市丰泽好得得妇幼用品有限公司	福建省	永相逢	160mm 干爽网面 30片快易装	2013.08.21	合格品	pH
16	芦荟护理装无感护垫	泉州市洛江金利达卫生用品厂	福建省	思纯	20片舒爽网面快易包	有效期至: 2016/09/05 5包 有效期至: 2016/05/10 1包	合格品	产品销售标志(执行标准标注错误、未标注主要生产原料)
17	通用型清洁护肤湿巾	出品商:北京博裕隆科贸有限公司 生产商:天津亿利来科技卫生用品厂	天津市	BROYA	30片装	2015/05/25	\	内装量短缺量、真菌菌落总数

以下商品按照标注地址、注册地址未能送达,在此警示消费者

18	卫生纸 (未标注)	满城县馨雅纸制品厂	河北省	情满家	特柔3层	20150102	合格品	"销售包装标志(未标注产品名称、产品的规格:未标注宽度和节距)
19	高级餐巾纸	北京市琉璃河美天洁纸制品厂	北京市	皓洁	\	\	\	可迁移性荧光增白剂、横向吸液高度、内装量短缺量、销售包装标识(产品标准编号标注错误、未标注产品主要原料、未标注生产日期(或编号)、未标注产品规格、未标注产品数量(片数或组数或抽数或张数)、未标注产品质量等级和产品合格标识)
20	超薄卫生护垫	江门市江海区洁美保健卫生用品厂	广东省	护丝宝	干爽表层 30片	保质期2017年10月02日 5包 有效日期2017年03月08日 1包	合格品	pH

北京市工商局抽检 4种日化用品存在问题

在2015年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对市场上销售的日化用品类商品进行了抽检。抽检结果显示标称“新玉”、“荷嫂”、“爱倍”、“晶岛”品牌4种日化用品商品存在不合格相关标准的问题，涉及的主要问题为干钠皂、规定污布的去污力、游离苛性碱等项目不符合相关标准要求。

北京市工商局将对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定进行处罚，同时督促全市销售者做好相同生产者相同型号不合格商品的退市工作，对于拒不履行退市的销售者市工商局将依法予以查处。

消费提示

一、不合格项目易产生的问题

1、香皂中的干钠皂不合格

干钠皂是指香皂中的有效成分含量，是使用性能指标，干钠皂含量的多少能够反应出香皂对人体皮肤的清洁效果好坏。

2、洗衣液中的总活性物、规定污布的去污力不合格

总活性物含量是指洗涤剂中表面活性剂所占的质量百分比。表面活性剂是一种具有表面活性的化合物，这种化合物能够将污垢从物体上移去并溶入水中。理论上，产品中总活性物含量越高，则去污力相应越强。活

性物含量是影响洗涤剂性能的关键指标，并且该指标也与产品的成本有密切关联，可作为反映产品在质量水平的指标。

去污力是反应洗涤类产品的洗涤去污能力的直观指标，如不合格，则表示实际生活中无法有效洗净衣物上的污迹，若该产品的最基本去污功能不具备或不完善，则衣物无法彻底洗净。

3、洗衣皂中的游离苛性碱、干钠皂不合格

游离苛性碱：洗衣皂是由脂肪酸、油脂皂化而成，皂化反应的原料之一就是苛性碱，虽然经过盐析、洗涤、整理、成型等工序，但有可能还会在皂体内残留部分苛性碱。这些碱含量过大，一是表明可能皂化反应不完全，二是表明该产品可能对皮肤刺激较大，所以该项指标要严格控制。

干钠皂含量是洗衣皂重要的理化指标，能到达去污效果的重要成分之一，该项指标不合格直接影响去污效果。

二、选购提示

1. 观查产品是否具有完整的标识，是否明确地标注了制造者名称、地址、电话、产品名称、产品型号、产品质量等级、产品质量检验合格证明内容。

2. 保留好凭证，可以在出现质量纠纷时作为重要凭据。

不合格商品名单

序号	样品名称	标称生产企业	产地	标称商标	规格	生产日期或批号	等级	主要不合格项目或主要问题
1	84无磷去渍洗衣皂	石家庄市新玉化工有限公司	河北	新玉	238g/块	20170714(限用日期)		干钠皂、游离苛性碱
2	荷嫂洗乐洗衣液(强劲去污、芬香持久)	武汉斯达日用化工有限公司	湖北	荷嫂	500g/袋	20170514A(限用日期)	合格	规定污布的去污力
3	除菌倍健内衣洗衣液(手洗型)	广州市加西亚化妆品有限公司	广东	爱倍	1L/桶	20170408040302(限用日期)	合格	总活性物、规定污布的去污力
4	晶岛竹炭香皂	深圳市科迪日用品有限公司	广东	晶岛	100克/块	LOT: TA225 EXP: 20160812	合格	干钠皂

北京市工商局抽检 “爱华仕”等品牌箱包质量不达标

在2015年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对我市市场上销售的箱包类商品中箱包类商品进行了质量抽检。本次抽检发现，标称“J-TEX优雅诗”、“爱华仕”等品牌的箱包商品质量不符合国家标准要求，涉及的主要问题为振荡冲击性能项目不符合相关标准要求。

北京市工商局已对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定进行处罚，同时督促全市销售者做好相同生产者相同型号不合格商品的退市工作，对于拒不履行退市的销售者市工商局将依法予以查处。

消费提示

1. 标识

旅行箱包标准规定，材质名称、成分与产品所用材料相符；面层材料90%以上使用头层皮革（头层移膜皮革除外），允许标注“真皮”；移膜皮革、剖层皮革材质应注明“移膜”、“剖层”字样；使用多种成分复合制成的材料，其中皮革基体厚度不大于总厚度的60%，不能标注“皮革”。

2. 振荡冲击性能

旅行箱包：在标准规定负重条件下进行振荡冲击试验，分别检验背带、提把、侧提把等部件，经过试验测试，商品各部件不变形，无断裂、损坏，不开线；固定件、连接件不松动；箱体不变形，无开裂；拉杆拉合顺畅，不变形、不松动、无卡阻，不脱节，拉杆与箱体结合部无开裂、松动；箱锁开启正常。

3. 标签

旅行箱包标准规定，产品标签应包括：产品名称、产品标准号、规格（型号）、货号、主体材质（面料、

里料）等。标签标注不正确，会让消费者造成误解。

4. 选购提示

选购箱包皮具商品要在正规渠道购买，购买时要仔细查看商品是否有清晰、耐久的标志，生产厂家名称及地址等各种信息是否齐全。除此之外，在购买后的一段时间内，尽量保存好有关该产品的所有凭证，其不仅可用于指导产品维护，还可以在出现质量纠纷时作为的重要凭据。



不合格商品名单

序号	商品名称	标称生产单位	标称商标	规格	型号	不合格项目
1	爱华仕万向轮拉杆箱	生产厂家:宏发手袋(惠州)有限公司/品牌运营: 惠州市爱华仕运动用品有限公司	爱华仕	380*240*560mm	OCX613014200A	振荡冲击性能
2	16吋冰雪奇缘儿童方形拉杆箱	广州迪助手袋制品有限公司	"J- Tex 优雅诗"	46*30CM	CK-0768	振荡冲击性能
3	爱华仕万向轮PC拉杆箱	生产厂家:宏发手袋(惠州)有限公司/品牌运营: 惠州市爱华仕运动用品有限公司	爱华仕	360*180*510MM	OCX608905200	振荡冲击性能
4	KT20吋拉杆箱	生产单位:上海藤仓服饰有限公司	Hello Kitty	575×355×250mm	640714	振荡冲击性能
5	ABS+PC拉杆箱	经销商:北京悦凯利达科技有限公司	AIRWAY®	未标注	未标注	振荡冲击性能、标签
6	ABS+PC拉杆箱	经销商:北京悦凯利达科技有限公司	AIRWAY®	未标注	未标注	振荡冲击性能、标签
7	拉杆箱	授权商:汕头市耀成手袋实业有限公司/总经销: 汕头市众悦儿童用品有限公司	barbie	20吋	BBE0110	振荡冲击性能
8	拉杆箱	授权商:汕头市耀成手袋实业有限公司/总经销: 汕头市众悦儿童用品有限公司	barbie	18吋	BBE0111	振荡冲击性能
9	D*硬箱蓝色/超轻防爆拉链旅行箱	制造商:广州泓耀皮具厂/北京恒昌泰有限公司/ 北京鑫色天隆有限公司	DUNLOP	680*425*280MM	3283/24/10	振荡冲击性能
10	D*硬箱幻彩蓝/超轻防爆拉链旅行箱	制造商:广州泓耀皮具厂/经销商:北京恒昌泰 有限公司/北京鑫色天隆有限公司	DUNLOP	65.5*45.5*26MM	3200/24/12	振荡冲击性能
11	旅行箱	广东皮尔卡丹品牌管理有限公司	皮尔卡丹	370*230*540(mm)	355J3-1200731A0	振荡冲击性能
12	背提包	意大利欧米皮具有限公司(监制)/中国区总代理: 欧米投资(福建)有限公司	OMI	290*150*325mm	52T20802H10	振荡冲击性能
13	晚装包	意大利欧米皮具有限公司(监制)/中国区总代理: 欧米投资(福建)有限公司	OMI	250*59*155mm	55T20491H01	振荡冲击性能
14	爱华仕万向轮PC拉杆箱	生产厂家:宏发手袋(惠州)有限公司/品牌运营: 惠州市爱华仕运动用品有限公司	爱华仕	410*210*610MM	OCX610004240	振荡冲击性能
15	未标注(拉杆箱)	上海昀威实业有限公司/制造商: 浙江东盛箱包有限公司	VENO(威路)	未标注	6940166858203	振荡冲击性能、标签
16	四轮旋转拉杆箱55CM	新秀丽国际贸易(宁波)有限公司	"AMERICAN TOURISTER®"	mm: 350×550×250	630*90001	振荡冲击性能
17	20吋万向轮拉杆箱	品牌经营:上海卡拉扬箱包有限公司/生产企业: 浙江卡拉扬商务休闲有限公司	卡拉羊	mm: 330*495*215	AY29-CS8353-20	振荡冲击性能
18	四轮旋转拉杆箱60cm	新秀丽国际贸易(宁波)有限公司	"AMERICAN TOURISTER®"	mm: 400×600×240	638*31001	振荡冲击性能
19	泊客行者万向轮拉杆箱	上海纽恩特实业有限公司	"Blomberg® 泊客·行者"	360*230*510mm	747-20	振荡冲击性能
20	爱华仕万向轮拉杆箱	生产厂家:宏发手袋(惠州)有限公司/品牌运营: 惠州市爱华仕运动用品有限公司	爱华仕	200*360*510MM	OCX610901200U	振荡冲击性能
21	迪士尼米妮蛋形儿童拉杆箱16吋	广州迪助手袋制品有限公司	"J- Tex 优雅诗"	16吋	DK-0656	振荡冲击性能
22	3D版公主儿童拉杆箱16吋	广州迪助手袋制品有限公司	"J- Tex 优雅诗"	16吋	DK-0572	振荡冲击性能
23	儿童拉杆箱-企鵝/熊猫儿童拉杆箱	安徽轻工国际贸易股份有限公司	Holiday	30×27.5×42cm	H2137-C	振荡冲击性能
24	安达美拉杆箱	经销商:深圳市呼盛合商贸有限公司	"ANDAMAY 安达美"	60×38×28cm	H1507	振荡冲击性能
25	幸运草拉杆箱-银灰	安徽轻工国际贸易股份有限公司	Holiday	41×26×60cm	H1500G-60cm	振荡冲击性能
26	泊客行者万向轮拉杆箱	上海纽恩特实业有限公司	"Blomberg® 泊客·行者"	360*230*510mm	747-20	振荡冲击性能

北京市工商局抽检 “富忆嘉”等床品类商品质量存在问题

在近期流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对市场上销售的床品类商品进行了抽检。抽检结果显示市场上标称“富忆嘉”、“TAIHU SNOW太湖雪”、“锦蚕Queen silk”等品牌的部分床品类商品质量存在问题，涉及的主要问题为床品的使用说明、纤维含量、染色牢度等项目不符合相关标准要求。

北京市工商局已对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定进行处罚，同时督促全市销售者做好相同生产者相同型号不合格商品的退市工作，对于拒不履行退市的销售者市工商局将依法予以查处。

消费提示

一、产品使用说明

纺织品标识包括耐久性标识和非耐久性标识。耐久性标识：内容包括原料的成分和含量、洗涤说明和号型（或规格）。非耐久性标识：内容包括制造者的名称及地址、产品名称、执行标准、产品质量等级、产品检验合格证明、使用和贮藏的注意事项（如需要）、使用期限（如需要）和GB 18401《国家纺织品基本安全技术规范》安全技术类别。

二、纤维含量纤维的名称和含量表明了某一纺织产品所使用的纤维原料和比例，是关系到产品质量的一项指标，也是消费者关注的焦点之一。原料的纤维含量是商品材质的说明，标识中纤维含量的符合性是标准要求的内容之一。

三、染色牢度染色牢度是纺织品中的染料与纤维



结合的牢固程度及经受各种物理、化学处理过程后而保持原有性能的耐受程度。由于纺织产品中所用染料种类、配方非常复杂，含有多种化学物质，为降低染料和人体接触产生的风险，必须尽可能提高纺织产品的染色牢度。染色牢度的测试及评价方法很多，其中GB

18401《国家纺织品基本安全技术规范》中规定了耐水色牢度、耐汗渍色牢度、耐干摩擦色牢度为基本安全技术指标。其它的还有最常用的与人们实际生活密切相关的项目有耐洗色牢度（干洗、湿洗）、耐光色牢度、耐氯化水色牢度等。

选购提示

消费者在选择纺织类商品时，除了关注商品的品牌、款式、颜色等要素的同时，也需要关注以下问题：

1. 看外观，查标签

产品是否具有完整的标识，包括产品使用说明（外挂牌）、耐久性标签（水洗唛），是否明确地标注了制作者名称、地址、电话、产品名称、产品号型、规格、

款号，采用原料的成分和含量、洗涤方法、产品标准编号、产品质量等级、产品质量检验合格证明及安全技术类别等必须标注的内容。同时查看产品的做工是否良好并试穿查验服装是否适合及舒适程度。

2. 摸手感，闻气味

可以近距离闻一下衣服是否存在刺激性的气味，尤其是折叠带包装的产品。如果存在刺激性的气味，则要提高警惕，该产品可能存在甲醛超标、有异味等质量问题。

3. 留凭证、善维权

在商品购买后的一段时间内，尽量保存好有关该商品的所有凭证，包括：购买票据、服装吊牌等，其不仅可用于指导产品维护，还可以在出现质量纠纷时作为的重要凭证。

不合格商品名单

序号	商品名称	标称生产单位	标称商标	规格	型号	不合格项目
1	外标：贡缎桑蚕丝夏被/ 内标：蚕丝凉被	苏州太湖雪丝绸有限公司	TAIHU SNOW 太湖雪	"200x230cm(1床) 填充物重：0.35kg"	货号 02105	产品使用说明，纤维含量
2	锦蚕至臻蚕丝被	上海锦蚕家用纺织品有限公司	锦蚕Queen silk	200×230cm(1床)	/	产品使用说明，pH值，纤维含量
3	NH靠垫（蓝花）	总代理：上海升创贸易有限公司	N.H.	45×45cm(1个)	"HNN14FCSUU0T04BLFES 批号：42"	纤维含量，耐湿摩擦色牢度
4	纯棉印花床单（安馨）/ 内标：床单	孚日集团股份有限公司	洁玉	230X250cm（1床）	/	耐干摩擦，耐湿摩擦，断裂强力，水洗尺寸变化率
5	双人被罩	北京华奥顺通针纺有限责任公司	康欣KANG XIN	200×230cm（1床）	/	产品使用说明，耐干摩擦，耐湿摩擦
6	植福依依单人 纯棉三件套	经销商：北京植福依依 针棉织品有限公司	/	160X210cm（1套）	6937062958588	产品使用说明，纤维含量，断裂强力，水洗尺寸变化率，耐光色牢度
7	"纯棉粗布床单（外标） 床单（内标）"	北京雅盛居室纺织用品有限公司	"富亿嘉® FU YI JIA"	230X250cm（一床）	/	产品使用说明；纤维含量；水洗尺寸变化率；耐湿摩擦色牢度
8	纯棉四件套	北京雅盛居室纺织用品有限公司	"富亿嘉 FUYIJIA "	"床单：230X250cm 被罩：200X230cm 枕套：50X80cm(一套)"	/	产品使用说明；断裂强力；水洗尺寸变化率



邓中明

“舌尖上的安全”该如何守护？

近日，习总书记对食品安全工作作出重要指示：确保食品安全是民生工程、民心工程，是各级党委、政府义不容辞之责。国务院食品安全委员会28日在北京召开，研究部署“十三五”开局之年的食品安全工作。（人民网1月28日）

民以食为天，食以安为先。“餐桌污染”一直是笼罩在百姓心头的一片沉重雾霾，从“一石激起千层浪”的三聚氰胺毒奶粉，到“八个部门管不好一条猪”的瘦肉精事件，再到近日沸沸扬扬的“舌尖上的罂粟壳”，食品安全问题像一颗颗定时炸弹，不断破坏着社会的和谐，也引爆人们对政府治理能力的信任危机。

食品安全之难就真的难于上青天？客观来看，随着人们物质生活的不断丰富，食品以及食品添加剂种类眼花缭乱，多如繁星，加之需求量巨大，生产分散，政府监管体系也不是“千里眼，顺风耳”，其受制于有限的财力、物力、人力，实在难以面面俱到。暂且不论无数隐藏在角落的小作坊，小店面，摆在国人餐桌一天的粮食至少由2亿农户提供，1000多万家企业加工，单靠政府来监管约束，确实难于登天！

笔者这里并不是在食品安全问题上为政府找借口，推责任。“民为国本，本固邦宁”，食品安全关乎国计民生，政府不可推卸也不容推卸。但守护“舌尖上的安全”这一天下之难事，却也不能只靠政府，只有实现严密高效的社会共治模式才能真正让老百姓吃的放心，吃的安心。

一方面，政府要想解决有限监管力量与无限监管对象之间的矛盾，仍然要有猛药去疴，重典治乱的决心。要以严谨的标准，严格的监管，严厉的处罚，严肃的问责完善现有监管体系，以查出一个，达到震慑一批、警示一片的良好效果。要以绝对的高压态势打掉不法企业的保护伞，提高黑心商家的违法成本，事实早已证明，“挠痒痒”的处罚只会“劣币驱逐良币”，反向激励更多的违法行为，造成恶劣的社会风气。

另一方面，“群众的力量是无限的”，在食品安全问题上，政府也应转变思维，不再大包大揽，由“政府管理”上升为“社会治理”，生产企业，社会组织，甚至每一个消费者都应该全部纳入食品安全的监管体系中来，密织天网，才能疏而不漏。笔者相信我们每一个人都不希望吃到毒大米，地沟油；每一家企业无不希望诚信经营，健康成长。而激发社会共治的热情，政府还需切实惩恶扬善，狠刹歪风，弘扬正气。

“美食不可辜负”，放心，安心，舒心品尝美食的百姓心声更不可辜负！惟愿不久的将来，国人能尽情品味“舌尖上的美味”！（人民网）

预付费消费模式不能任其“野蛮生长”



杨朝清

遍布全国20余座城市的“水果营行”连锁店半个月时间数百家店面陆续关停，消费者的巨额预付款面临“一夜消失”的风险。这不是个别现象。近年来，在美容美发、娱乐健身、餐饮服务等行业，预付卡商家卷款潜逃现象多有发生，消费者损失惨重。（1月11日《经济参考报》）

预付费消费模式之所以得到商家的青睐，不仅在于它迅速地实现了资金回笼和利益套现，也在于它有助于培育用户习惯、提升消费者的忠诚度。而对于消费者来说，预付费消费模式不仅能让他们得到一定的实惠，也能让他们享受会员身份、优先办理业务等附加服务。这种双赢甚至多赢的商业模式，建立在双方都能遵守契约的基础上。

然而，在人的不确定因素增多的风险社会，商家和消费者都有破坏契约的可能性。一旦商家关门大吉甚至逃之夭夭，已经预付费的消费者如何去维权？在消费社会，倘若消费者想改弦易辙，商家的权益又该如何保护？只有健全实施操作系统，让预付费消费模式更具有使用价值，才能减少商家与消费者的纠纷与博弈。

在利益主体多元化、利益关系碎片化、利益冲突显性化的当下，商家与消费者之间的纠纷原本是一种正常的经济现象。可是，预付费消费处于某种意义上的空白地带，让消费者正当的利益诉求难以得到及时、有效的满足。不论是法律规范上存在着边缘地带和夹缝地带，还是市场监管上存在着盲点和“空子”，预付费消费模式让一些消费者“伤不起”。

“他骗了所有人，最后他发现他被所有人骗了。”2014年的全国两会上，全国政协委员、著名经济学家厉以宁引用西方名言，指出目前社会上存在的失信问题，他呼吁恢复中华民族讲信用的传统。说到底，市场经济不仅是一种信任经济，也是一种法治经济；给预付费消费模式戴上“紧箍咒”，不仅是守卫诚信，也有助于维护公平正义。

当下预付费消费模式“乱花渐欲迷人眼”，根源于全社会信用体系建设的滞后、违约成本不高的坚硬现实。一方面要完善法律体系，将预付费消费模式纳入社会治理的网络格局；另一方面要让已有的规章制度发挥应有的效力，切实保护消费者的合法权益。只有双管齐下，预付费消费模式才不会成为法外之地。

在消费者权利意识不断增强的今天，预付费消费模式显然不能“野蛮生长”。只有加强信用管理，将商家的失信行为纳入征信系统，才能提高社会规范的震慑力和约束力。只有“让失信者寸步难行，让守信者一路畅通”，老百姓才会有消费的欲望和信心，市场经济才会有生机与活力。（人民网）



秦川

女孩看病“怒斥黄牛”折射的医院真问题

近日，一段近3分钟“外地女子北京看病，怒斥黄牛”的视频在网上流传。视频里，一个穿着白色羽绒服，说着东北口音的女子情绪非常激动，怒斥黄牛，“你们太猖獗了，300元挂号费炒到4500元，老百姓一大早就来，等了一天挂不上号。”并向周围人高喊“所有的票贩子安排我们排队，却把他们自己人排在前面，后面的老百姓都不敢吱声，保安去哪里了。”

涉事医院中国中医科学院广安门医院26日回应称，“经医院初步调查，此次事件无保安参与倒号的行为及证据。”并表示，目前警方已介入调查，最终结论以警方调查核实为准。

医院是否无辜，保安是否干净，医院自己说了不算。真相犹待警方调查。但是，我们记住了当事人的一脸悲戚、愤怒，感受到了患者的委屈与无奈，尤其是最后姑娘情不自禁流泪的画面，更令人动容。这段视频让无数网友感同身受，比如有网友吐槽说，看着这个患病女子一字一句、强忍泪水的诉说，“我也忍不住落泪，这视频不能看，心堵得慌”。这种情感上的共振，既源于同情患病女的不幸遭遇，恐怕也有对自身求医经历的观照，以及对医院“黄牛”猖獗的愤慨。

由于真相未明，尚无法探析视频中的指责和质疑是否都属实。但，这段视频暴露出的“黄牛”猖獗等广受诟病的医院真问题，值得高度关注并确实去推动解决。

其一，“黄牛党”为何那么神通广大，轻易就能挂上号？新华社日前一篇调查报道指出，有记者在某医院排队挂号时，号贩子告诉记者：“你这位置肯定挂不上，队前面有位置，300块钱一个位，保证能挂上。”虽然有些“黄牛”也是靠体力排队挂号，但是有些“黄牛”居然拿票如探囊取物，这就应该去追查他们背后是不是与医院内部人有勾结了？现实中，确有个别医院人员和“黄牛”里应外合。报道就提到，某医院一外科医生说，他所在的医院就曾处理过与“黄牛”勾结的挂号前台工作人员。很显然，如果不除净内鬼，“黄牛党”就难消失。

其二，“黄牛党”那么跋扈，简直成为医院一霸，保安为何不管不问？医院该承担什么责任？根据视频中女孩的陈述，她所挂号的那家医院的保安，对“黄牛党”岂止不过问，简直与“黄牛党”就是穿一条裤子，既有默契，又公开为“黄牛党”撑腰。如果属实，这些保安就应该被追究责任。一般来说，院方当然不希望“黄牛党”横行，但是，如果保安与“黄牛党”沆瀣一气，前台工作人员与“黄牛党”合谋发不义之财，医院就必须主动介入。这种介入，不是简单提醒，也不是发发通知叫停，而应该配合有关部门一道打击，主动作为去为患者提供一个健康公平合理的求医环境。

其实，不少“黄牛”充斥于大医院，早已不是新闻。那些游走于法律边缘地带的倒号“黄牛党”，似乎个个有门路，患者挂不上的号，他们能挂上；也个个赚得盆满钵溢，调查显示，一般7—14元的专家号，“黄牛”转卖时至少200至300元起，有的知



名专家号甚至能卖到上千元。

“黄牛党”是医院健康发展的一大毒瘤，他们灰色化生存，被打击一次就沉寂一会，但是转眼就死灰复燃，最大原因就是违法成本太低而获利甚高，且有形危害不足但对社会和患者的无形危害巨大，因而长期以来就不是警方关注的重点，或者视为“小问题”。据业内人士介绍，长期、大量倒卖号源是扰乱医疗秩序、破坏公平的违法行为，可以按照非法经营罪判处刑罚。但从各地实践看，大多是按照治安管理处罚法来认定。如果只是把他们驱逐走，或者逮住后罚点款，顶多拘留几天，而不动用刑法，恐怕就难有震慑效果。

名专家的号就那么多，“黄牛”挂上了，就是鸠占鹊巢，患者要想看专家就不得不去花高价买。问题是，对于那些为医疗费所困的患者而言，再承担高额的买号费，岂非雪上加霜？视频中的那名女子慨叹“我回家死道上了，那这社会真没希望了”，虽有点情绪化，但足以说明“黄牛党”的嚣张对人们正常求医秩序的扰乱性和破坏力，以及由此对病人产生的不可预知性的可怕恶果。

值得一提的是，北京市卫计委26日下午表示，对号贩子现象、尤其是医疗机构内部个别内外勾结行为，始终零容忍。并表示，如果市民和患者发现有医疗机构的不法分子内部勾结、扰乱医疗秩序的，可随时向公安机关或卫生计生部门提供线索证据。这一表态也间接承认了一些医院确实有号贩子，也承认一些医院确实有人内外勾结。

女孩“怒斥黄牛”视频的真相，终会水落石出。相关部门在调查的同时，应还当事人以公道，并对“黄牛党”零容忍，依法严厉打击。最关键的是，全社会都应该一起思考，如何才能让“黄牛党”无立足之地，患者看病何时不再难，何时能有尊严地看病？如果不解决掉“黄牛党”这一奇葩，医患矛盾就不可能真正消除。（人民网）



堂吉伟德

餐馆“加班费”是典型的乱收费

大年初一，张先生一家五口在世博源一家名叫“老家山东”的餐馆吃饭。饭后结账时，张先生的发票比小票上的金额多出近100元。服务员告诉张先生，这是该饭店正月初一临时加收的“加班费”。

春节期间餐饮服务价格上涨，从市场自由的原则来说，本也无可厚非，然而所谓加班费，是指老板给予员工的加班补助，属于一种福利性支付，跟消费者并无任何关联。消费者所要支付的，则是餐饮服务者所提供的服务，至于服务者是否属于加班，更与顾客无关。

其实，从加收“开瓶费”到“包间费”，从“自带酒水服务费”到“餐具消毒费”，各种乱收费的项目可谓层出不穷。霸王条款为数众多，以至于最高法院不得不出台相关司法解释，对“禁自带酒水”等行业陋俗说不。然而，即便法律“亮剑”也难以达到一蹴而就的效果，更何况还面临着诸多的形式变种。更主要的因素恐怕还在于，未能给消费者更大的赋权，让其在有权拒绝的同时，还能获得更多的权利收益，而让商家承受更大的风险和代价。

从法律层面来说，向消费者收取“加班费”属于典型的乱收费。对此，就不能“一退了之”。



导游自由执业能否破解“低价团”



张立美

国家旅游局局长李金早在2016年全国旅游工作会议上表示，今年要深化导游管理体制变革，从行政化、非流动、封闭式管理向市场化、自由化、法制化管理转变，放开导游自由执业。

放开导游自由执业权，意味着《导游人员管理条例》中“导游必须经旅行社委派”的政策规定得调整，导游私自揽活带团的，或将不属于违规行为。这是好事：长期以来，导游挂靠旅行社的模式，导致二者地位严重不对等，大部分导游不管专职还是兼职，不是没有基本工资就是工资太低，带团补助也没保障。这导致一些导游收入只能靠吃游客购物回扣。

允许导游自由执业，实质上是让导游有权与旅行社公开竞争，直接提升了其博弈中的议价权。反过来，旅行社要保证利润，也会减少乃至消除违规的“低价团”“零价团”。若是导游个人带团，撇开旅行社环节，少了这一块利润，或能降低游客出行成本；导游与游客形成双向选择关系后，也会刺激导游追求口碑效应，提高服务水平。

本质上，这就是个放开管制的工作。当然，放开之后，游客合法权益保障、导游与游客之间的纠纷处理也是问题，比如应强制要求自由执业的导游购买责任险等。在这点上，旅游主管部门的管理要跟上。（新京报）





租赁房屋遇拆违 消协调解断是非

案例简介

近日，海淀区消协北下关分会接到一起房屋中介的投诉，投诉内容与当前的拆违工作有关，消费者刘女士与某中介公司签订了租赁合同，等到即将入住时发现，该房屋是一套群租房，刘女士并没有入住并当即返回中介公司，要求解除合同，对方以刘女士违约为由予以拒绝，协商无果后，消费者刘女士将其投诉。

调解结果

接诉后，北下关分会即时安排了调解，调解时，消协指出了经营者房屋中介方面是完全过错方，理由是，经营者不该隐瞒群租的真相，同时，在消费者发现问题后，应及时为消费者解决问题，而不是简单粗暴的予以拒绝。经过调解，经营者全额退还消费者刘女士的租金、押金4150元，刘女士调解结束后拿到了退款。

案例评析

《合同法》第三章第五十二条有关合同的效力是这样规定的：“有下列情形之一的，合同无效：（一）一方以欺诈、胁迫的手段订立合同，损害国家利益；（二）恶意串通，损害国

家、集体或者第三人利益；（三）以合法形式掩盖非法目的；（四）损害社会公共利益；（五）违反法律、行政法规的强制性规定。”房屋中介的行为似乎和以上的每一条款都沾边，另外，房屋中介的行为还违反了《消法》第八条，即侵犯了消费者的“知情权”。

根据我国《合同法》的相关规定这个房屋租赁合同（协议）应属于无效合同。对合同是否存在法律效力，取决于合同的真实性，其中受约双方不得隐瞒真相。无效的情形和可撤销可变更的情形《合同法》有明确的法律规定。第一百一十七条：“因不可抗力不能履行合同的，根据不可抗力的影响，部分或者全部免除责任，但法律另有规定的除外。当事人迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。本法所称不可抗力，是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。”很显然，签订群租协议，隐瞒群组实情并非不可抗力，而是有意而为之；倒是消费者刘女士做得很到位，刘女士在不知情的情况下与房屋中介签订了合同，经过实地目睹，并没有着急入住，而是先与经营者沟通，在沟通失败后及时将中介公司投诉到相关部门，由于刘女士每一个环节都做得及时、有效，最终避免了自己受到损失，消费者刘女士的表现可以点个“赞”。（海淀区消协）



消费者买到过期奶 消协调解终退赔

案例简介

海淀区消协万寿路分会接到北京市消费者徐女士的投诉；徐女士于2015年10月28日在某超市购买“三元”牌酸奶，价格19.6元人民币，购买后徐女士发现酸奶已过期，要求商家退货并赔偿，商家拒绝。

调解结果

万寿路分会接到投诉后，调解员先与徐女士联系，了解情况，徐女士称发现酸奶过期后第一时间回到超市服务台，服务台工作人员看完过期商品后，态度非常不好，让消费者自己进超市去更换。消费者说自己刚买完东西，拿着东西怎么去换，要求工作人员帮忙去更换，工作人员态度强硬，拒不帮助消费者去更换酸奶，消费者一气之下拨打了96315的电话投诉，并咨询到可以要求商家赔偿。万寿路分会调解员

了解到情况后，及时与超市联系，对其进行批评教育，并为其讲解相关的法律法规，要求及时处理好售后问题。

经过调解员的调解，商家很快为消费者办理了退货并十倍赔偿，退款加赔偿共计215.6元，消费者表示非常感谢。

案例评析

此次投诉是超市出售过期食品问题，虽然消费者并未食用食品，没有受到任何人身、财产的损失，但超市作为经营者，应当知道销售过期食品的违法性和危害性。根据《食品安全法》第九十六条关于“生产不符合食品安全标准的食品或者销售明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失外，还可以向生产者或销售者要求支付价款十倍的赔偿金”之规定，该超市的行为性质、后果均十分严重，应当按照法律规定对消费者给予惩罚性赔偿。（海淀区消协）

本是乔迁之喜 却无奈“破门撬锁”

案例简介

2015年10月30日，消费者陈先生向消协投诉：他自己购买某品牌木门一扇，并于2015年7月11日上门安装。1年保修期内，10月26日出现门锁无法开启的问题，导致消费者搬家无法进门。消费者于10月26日14:00联系商家要求开锁，商家客服于16:00回电告知“维修人员需4小时后才能到达”，消费者称搬家公司人员无法等待，只能联系开锁公司付费300元开锁。现消费者要求商家维修木门，并承担因木门锁无法开启导致的直接经济损失，对方无故拒绝。因此，请求调解。

调解结果

海淀区消协中关村分会接到陈先生投诉后，调解人员于11月2日两次联系消费者，均未取得成功。11月3日上午，调解人员联系到了消费者，消费者要求当面调解。同时，商家也表示愿意接受当面调解。消费者和商家争议的焦点在于：第一、消费者坚称在开锁公司开锁之前，即10月26日14:00联系过商家，因商家不能及时赶到，无奈之下才请开锁公司进行开锁的；而商家则认为消费者是在请开锁公司开锁结束以后，才告知商家此事。第二、消费者称开锁公司认为此门存在质量问题，无法使用正常方法打开，只能损坏门的面板；商家则认为自己销售的木门不存在质量问题，认为面板是人为划伤的。另外，消费者称由于耽误了时间，自己为搬家公司多付了300元。

调解人员首先请消费者出示了与开锁公司的合同、其接受服务的票据以及面板损坏的照片，确认了该开锁公司是在公安部门备案的正规开锁公司。另外，调解人员请消费者出示开锁前给商家打过电话的记录，但消费者称没带当时那部手机，无法提供。双方僵持不下之时，调解人员建议大家稍事休息。随后，调解人员主要是给商家做工作，摆事实、讲道理。最终，



双方达成一致，商家为消费者更换木门锁的面板，并赔付300元开锁费。消费者认可，并连声感谢调解人员，也表示以后会继续购买该商家的产品。商家负责人也因为挽回了一个老顾客而面露喜色。

案例评析

《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条规定，经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、维修等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货；七日后符合法定解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合法定解除合同条件的，可以要求经营者履行更换、维修等义务。

本次木门纠纷中，商家最后也认识到了自己提供的商品所存在的问题及其对消费者所造成的困扰，因此，最终同意为消费者维修商品并适当赔偿。

陈先生称自己是在搬家过程中遇到的问题，本来是举家欢庆、亲朋祝福的喜庆之日，却遇此矛盾，好在经过调解，问题快速解决之后，陈先生的家人好友又能开开心心地庆祝乔迁之喜了。(海淀区消协)



耐用商品举证责任倒置 提效率且降低维权成本

案例简介

2015年7月初，消费者刘先生在某商场购买了一台空调，使用一个月后，他发现空调制冷效果不好，找到该空调的售后部门，要求解决空调出现的问题，但协商一直没有结果。后来实在没有办法了，刘先生向石景山区消协金顶街分会投诉，要求经营者为其更换一台新空调。

调解结果

接到投诉后，消协工作人员详细了解了事情经过。原来空调维修部门工作人员上门调试后，认为空调制冷已能正常使用，但消费者使用后，感觉制冷效果仍存在问题，经营者认为消费者再不满意，需要自己到相关部门鉴定，只要鉴定出产品质量问题，他们才承担相关责任。

消协工作人员了解情况后，明确告诉经营者，按照2014年实施的新《消法》，经营者提供的空调器等耐用商品，消费者自接受商品或者服务之日起六个月内发现瑕疵，发生争议

的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任。随后经营者再次上门为消费者检查空调器，发现问题后更换了室外机，消费者经过使用，认为空调制冷功能已恢复正常，表示接受调解结果。

案例评析

新《消法》第二十三条规定，经营者提供的机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务，消费者自接受商品或者服务之日起六个月内发现瑕疵，发生争议的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任。

“举证责任倒置”是新《消法》的一个亮点，在消费纠纷中，让消费者感到困难的就是举证难，而举证责任倒置转换为经营者“自证清白”，破解了消费者举证难的问题。既降低了消费者的维权成本，又提高了消费调解的成功率和工作效率。此案中，石景山区消协金顶街分会正是依据举证倒置规定，成功调解了这起空调纠纷。（石景山区消协）

浅谈消费者过度维权

平谷区消费者协会 李新宇

时代发展了，消费者维权意识也随之增长了，这是个好现象，随之而来的是，掌握了维权技巧与知识后，当前消费者呈现出“过度维权”的现象，很多消费者在遭到权益侵害过度维权甚至恶意索赔。

实践中，有部分消费者由于对法律理解的偏差或者维权观念存在误区，动辄向经营者主张“假一赔十”或是精神损害赔偿，更有甚者向经营者漫天要价，甚至恶意索赔。比如，近日消协处理的投诉纠纷中，有个消费者因为经营者包装食品里边发现了异物，于是，在没有食用的情况下，向商家所要5万元的赔偿，理由就是包括了精神损失费。计算记起来，消费者所要的赔偿额度是其购买商品的2900倍，这要是按照《新消法》，消费者索赔500元也就是极限了。

一、消费维权过度的主要表现形式

在现实的投诉纠纷调解中，我们遇到的过度维权类型，不外乎以下几种

（一）推卸责任型

消费者在自认为遭受消费侵权后，不能理性分析各自的责任，将责任一味地退到商家身上。出现产品故障问题，消费者认为这就是商家的问题，要求商家退货赔偿。

（二）无理取闹型

如2015年9月受理的一个艺术摄影投诉。消费者谢某参加某艺术影楼活动，588元包的两个套系的艺术摄影，在取照片是发现，人物造型不符合自己心理预期，而且，认为光圈，明暗对比都不理想，于是大闹影楼要求退款，影楼没有答应，消费者就投诉到消协，消协调查了解了全部事实以后，对影楼进行劝解，虽然现行北京市影楼管理办法没有具体规定艺术摄影的光圈，角度，敏感的指标，但是消费者确实对摄影部满意，让影楼做出一部分让步，影楼在消协的劝解下，决定为消费者重新摄影，送消费者全新套系，消费者被告知不能退款后，心情特别不好，对于

消费者的口头告知当时就表现了极端不满。而对于这样的投诉，消协也只能做到这种程度，毕竟目前没有相关的法律法规，或者有关行业规定可以依据。然而，消费者并不理解，还是三番五次去影楼非理性争吵，在当地造成不良影响。

（三）漫天要价型

消费者自我维权意识快速增长，自以为掌握了一些消费者权益保护的相关法律，对商家漫天要价，甚至超出法律规定的范围进行维权，无理取闹。在区消协最近处理的一起消费者投诉纠纷中，消费者因为在宫廷烤鸡产品里面发现了一只苍蝇，在没有食用的情况下，就向商家提出索要5万元的赔偿，理由主要是精神损失费。这样计算起来，消费者索要的赔偿额度是其购买商品的2900倍，按照新修订的《消法》，增加赔偿金不足500元的，为500元。也就是说最高赔偿500元。

（四）骚扰破坏型

在商家拒绝消费者的要求时，消费者不寻求正当的解决途径，仍旧抱着“大闹大解决，小闹小解决，不闹不解决”的旧思想，在经营场所大吵大闹，影响其他消费者，限制消费者消费，破坏经营场所和经营所用电脑等办公用品，阻止商家经营。

甚至有些过度维权行为升级为暴力行为，威胁经营者的人身和财产安全，违反治安管理条例，触犯相关法律。

（五）得寸进尺型

如2012年的一个投诉，消费者陈小姐在某珠宝店购买了一条重20.37克的千足金项链，当时金价445元/克，饰品加工费240元，合计9305元。2013年12月4日，陈小姐拨打12315，投诉称该项链出现断裂，认为产品有质量问题，要求商家退货遭到拒绝。来消协投诉，经了解，陈小姐的项链出现断裂属于人为因素造成的，商家已答应免费为其维修，可陈小姐不认可，坚持要求商家全额退款。经工商人员检查，该黄金项链没有质量问题，进货单据、产品合格证书也齐全。调解时，陈小姐才向工商人员道出实情。她也明白项链质量没有什么问题，主要是由于这一年时

间黄金价格从她购买时的445元/克下跌至312元/克，使其损失了2600多元，因此她想让商家也承担一些责任。黄金价格下跌致使持有黄金者损失财产是正常的市场情况，《消费者权益保护法》既要保护消费者的合法权益，也要保护经营者的正当权益，她的这一做法，不属于受法律保护的范畴。陈小姐非常不满，最后工作人员决定终止调解。

二、消费维权过度的原因分析

（一）法律规定真空催生维权过度产生。

我国《中华人民共和国消费者权益保护法》是1993年出台的，距今已有17年，经过2013年修订，已经基本满足当前消费的需求，但是社会发展迅速，各种消费方式层出不穷，消法应积极主动的适应当前的消费纠纷，对于规定赔偿额度范围太宽，个别规定在实施过程中难以实施的，也给消费维权产生困难，催生消费维权过度的问题，应该引起相关机关的重视。

（二）商家态度问题促使维权过度升级。

从目前大多数案例来分析，在消费者提出的维权要求时，商家的态度太过强硬或者商家对消费者的投诉采取敷衍推脱的态度，言语上有过失，消费者的“面子”过不去，才造成了过激的行为。

（三）维权意识过强导致维权难以完成。

部分消费者维权意识过强，或者盲目认为消法就是支持消费者无限制的维权。同时又掌握经营者顾及负面影响、息事宁人的心理，开始漫天要价。虽然我们常说“顾客就是上帝”，但是并不代表消协支持消费者过度维权，过度维权增加了维权成本，也导致本来可以解决的问题变得难以解决。

三、防止消费维权过度的对策

（一）完善法律，填补消法空白。

过去维权给人的印象都是“受害者”、“受委屈”，如今有了消法的保护和消保委的帮助，维权已经是“理直气壮”，甚至是“霸道强势”。从过去的“维权困难”到现在的“维权过度”反映都是我国在维权方面的立法的不健全。一方面《消费者权益保护法》即将修订，对消费者权益的规定将更加具体，对于被侵

权后的赔偿也将更加细化；另一方面，就经营者的权益而言，有商家呼吁国家尽快出台《商家保护法》以避免消费者得“法”不饶人，因过度维权给商家带来损害。

（二）诚信沟通，相互理解信任。

有很多消费维权事件中出现过度维权的原因，最主要是由于商家和消费者缺乏沟通，在出现侵权后双方缺乏理解信任而导致纠纷的产生。作为第一责任人，商家在遇到消费者投诉时，首先应该为消费者出谋划策、解决问题，而不是一味推卸自己应该承担的责任，更不应该在言语上激怒消费者，给问题的解决造成困难。其次，商家应该立即联系厂家，向厂家反映产品存在的情况并寻求解决办法。本着谦虚的心理，把每一次投诉都当做是一次友善的建议，才能提高产品，提高服务。

消协部门，应该灵活地运用消法赋予消协机关的八项职责。指导经营者诚信经营，营造消费者信得过的消费环境，尽量将消费纠纷拒之门外。在发生消费纠纷后，以法律为准绳，以事实为依据，劝经营者以消费者的问题为出发点适当让步，补偿消费的合理损失，同时劝解消费者以法律和事实为根据，维护自身合法权益。

（三）学习消法，维护合法权益。

过度维权行为，一方面反映了消费者的维权意识的提高，另一方面也反映了消费者的法律意识仍然十分薄弱。消费者需要提高自身的法律素质，了解消费者的哪些行为属于法律保护的范围，在法律规定的范围内维护自身的权益。过度的消费维权行为不但会增加维权成本，也难以得到消法的支持。

消协部门应该继续加强宣传力度，应该利用报纸、电视、互联网等等各种媒体途径宣传和引导消费者适度维权、理性维权、合理维权。发放《消费者权益保护法》等宣传资料进店进厂进社区，主动给消费者讲法讲理讲权益，既要鼓励消费者维护合法权益，又要提醒消费理性维权、适度维权。

（四）呼吁监管部门行使好自身职责，教育管理好辖区商家，是他们做到自律，自省商家要做到自律。市场经济不仅是法制经济，也是诚信经济。商家要善待消费者，赢得消费者的信任才可以立于长久的不败之地，不要因为一时的利益而失去诚信，否则虽然可以得利于一时，但失去的是消费者永远的信任。

哈尔滨天价鱼事件法律问题评析



法律讲堂
Law Lecture

本栏目由北京市律师协会
消费者权益法律专业委员会协办

本期主持

北京市律师协会消费者权益
法律专业委员会秘书长

耿军 律师

2016年春节期间，“哈尔滨天价鱼事件”闹得沸沸扬扬。据新闻媒体报道，江苏常州陈岩先生一家在大年初二由导游引导在哈尔滨“北岸野生渔村”餐馆消费了一万多元，其中鲤鱼售价398元一斤，结账时因“斤两问题”与店家发生冲突致伤。新闻记者进行了市场调查，该鲤鱼在当地普通餐馆售价仅为每斤80~100元不等。

2016年2月15日晚，哈尔滨官方公布了“关于网友反映与北岸野生渔村存在消费争端问题”的调查情况通报，表示398元/斤鲤鱼属明码标价，不违规。通报称，该饭店有相关食材价格公示，属明码标价。鲤鱼销售价格不在政府指导价和政府定价范畴之内，属于经营者自主制定的市场调节价。

按照哈尔滨官方的说法，对于海鲜排档一顿饭动辄几千上万的价格是否合理，只要是明码标价，就不能算欺客宰客，不在行政监管范围之内，也就不能进行相应处罚。如此规避责任的说法，彻底颠覆了最起码的民事行为准则，根本无视消费者身处险境时无力反抗、投诉无门的种种不堪景象。根据《消法》、《合同法》等相关法律规定，无论消费者是否签字，也要看有无重大误解、是否显失公平、是否有胁迫、欺诈或乘人之危等情况，即使商家与顾客真的是“一个愿打一个愿挨”（其实并不存在这种可能性），暴利价格也必然扰乱正常的社会经济秩序。暴利价格在我国现行法律法规中是明确禁止的，《价格法》第十四条规定“经营者不得有下列不正当价格行为”，其中第（七）项明确写入“暴利”一说。暴利行为的根本特征是违背市场交易的自由原则，产生暴利的主要行为是欺诈和垄断。《制止牟取暴利的暂行规定(2011修订)》（国务院令588号）明确界定了暴利与合理利润的标准，而且各地相继出台了具体实施和处罚细则。《制止牟取暴利的暂行规定(2011修订)》第五条规定：“商品的价格

和服务的收费标准（以下统称价格），应当符合下列要求：（一）某一商品或者服务的价格水平不超过同一地区、同一期间、同一档次、同种商品或者服务的市场平均价格的合理幅度；（二）某一商品或者服务的差价率不超过同一地区、同一期间、同一档次、同种商品或者服务的平均差价率的合理幅度；（三）某一商品或者服务的利润率不超过同一地区、同一期间、同一档次、同种商品或者服务的平均利润率的合理幅度。……”北岸野生渔村每斤鳊鱼售价398元，甚至超出当地普通餐馆售价80~100元甚至三倍之多，难道还不属于暴利宰客行径吗？！

《消费者权益保护法》规定，消费者享有人身、财产安全不受损害的权利；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；自主选择商品或者服务的权利；公平交易的权利；人格尊严得到尊重的权利。消费者有权获得质量保障、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。《消费者权益保护法(2013修正)》第十条规定：“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。”公平交易权是消费者最重要的权利之一，公平交易的核心，就是消费者以一定数量的货币换得同等价值的商品或服务。北岸野生渔村鳊鱼售价超出当地普通餐馆三倍之多，显然侵害了消费者依法享有的价格合理、公平计量等公平交易权。

至于北岸野生渔村对于采访记者声

称所售鳊鱼贵在“野生品种”的说法，姑且不论售卖野生鳊鱼是否违法，也不论餐饮市场是否存在野生鳊鱼，只要商家无法提供菜品确系野生鳊鱼的证据，依法只能认定菜品就是养殖鳊鱼。根据《工商行政管理机关受理消费者申诉暂行办法》（国家工商管理总局令第86号修订）第二十四条规定：“……对于难以鉴定或者检测的，经营者应当提供无过错的证据；不能提供无过错证据的，应当承担责任。”这是将本属于消费者承担的举证责任转给经营者的举证责任转换的制度，体现了对于消费者的特殊保护政策。在消费者权益争议的申诉中，消费者处于明显的弱者地位，经常由于各种原因无法提供确凿证据（如经营者以威胁消费者人身安全方式拒绝提供消费票据）。

《禁止价格欺诈行为的规定》（国家发展计划委员会令第15号）第七条规定：“经营者收购、销售商品和提供有偿服务，采取下列价格手段之一的，属于价格欺诈行为：…（三）谎称收购、销售价格高于或者低于其他经营者的收购、销售价格，诱骗消费者或者经营者与其进行交易的；（四）采取掺杂、掺假，以假充真，以次充好，短缺数量等手段，使数量或者质量与价格不符的；…（六）其他价格欺诈手段。”第九条规定：“经营者应当……准确记录所销售商品、收购商品或者提供服务的价格，并保存完整的价格资料，不得弄虚作假。经营者不能提供或者提供虚假的降价前交易票据的，其所标原价为虚构价格。”《国家发展改革委关于<

禁止价格欺诈行为的规定>有关条款解释的通知》（发改价监[2015]1382号）第一条指出：“……经营者通过标价形式或者价格手段虚构事实、隐瞒真实情况，欺骗、诱导消费者或者其他经营者与其进行交易；无论是否形成交易结果，均构成价格欺诈行为。”《侵害消费者权益行为处罚办法》（国家工商行政管理总局令第73号）、《价格违法行为行政处罚规定》（国家发展和改革委员会令第1号）对于经营者价格欺诈也都做出了相应界定。由此可知，对于宰客价格欺诈的查处绝非无法可依、无章可循。此外针对网友公众提出的一些质疑，诸如饭店鳊鱼定价是否合理、导游和司机是否收取介绍费回扣、北岸野生渔村屡遭宰客举报等问题，哈尔滨官方至今也都没有给出使人信服的说法。

需要特别指出的是，我国法律对于强买强卖、敲诈勒索性质的违法或犯罪行为是严厉惩处和打击的，《治安管理处罚法》、《刑法》等法律分别明确规范了强买强卖、敲诈勒索等宰客行为所应承担的行政责任或刑事责任。由此可知，对于餐饮宰客纠纷，人民警察责无旁贷必须依法进行出警处理。

在此我们还是要提醒消费者在外出旅游时切记要远离景区的繁华地段进行消费，吃饭一定要到正规大饭店、购物一定要到正规大超市，住宿一定要到正规大宾馆，这样至少能够确保明码实价结账以及追究法律责任。千万不能听信司机、导游等“吃开口饭的”极力推荐的偏远角落里的野味饭店或海鲜酒楼，否则上了贼船就下不来了。

购买打折促销商品要三思而行



春节临近，商家又开始了大规模的促销活动。名目繁多的打折、返券、赠品、抽奖等促销活动，诱导、刺激消费者产生购买欲望。商家之间的竞争也愈演愈烈，经常是你打八折我打五折，这家广告称最低价，那家广告还说更低价。从消费者网受理的投诉情况看：近期有关打折促销的投诉明显增多，此类投诉主要由商家的不正当竞争引起，然后侵害到消费者的合法权益。

案例一

2015年底，消费者杨先生在某电子商城支付2199元购买其自营天梭手表一块，信息显示订单已经提交保税区等待海关审核。该商城承诺7到13个工作日配送完成，要求消费者在订单提交海关后不能修改任何订单信息。但下单后第14个工作日，消费者见订单仍在等待海关审核，拨打商城全球购客服热线咨询，被告知由于仓库搬迁商品缺货，表示可以赔偿100元购物券让其取消订单，重新下单订购同一款手表。由于下单付款时商城促销价为2199元，而现价为2899元，多出了700元差价，消费者拒绝取消订单并投诉。

案例二

2015年底，某超市促销活动满一百返五十，但是当天买够100元商品不能直接返还，而是将钱返还到积分卡中，在其规定的三天才能用。但到了规定的兑现积分日期，关

先生再次去该超市购物，想花掉消费卡中的50元钱时，却被销售人员告知需要再买100元商品才能用卡中的50元，而且购买的商品还要在规定的范围之内。消费者感觉受到了欺骗。

分析上述案例不难发现，节假日期间，商家的促销活动很容易出现以下问题：

一、少数商家为了制造噱头，达到宣传效果，不惜以超低价促销吸引消费者，到货时以各种理由推脱，找借口不发货，甚至故意欺骗消费者。

二、个别商家为了牟取私利，故意设置了积分陷阱。通过“积分换礼”、“返现金、购物券”等优惠形式，让消费者陷入被迫购物，返还的现金、购物券却总是“花不完”的怪圈。

三、促销活动期间，由于购买的消费者比较集中，造成商家货源紧缺，供不应求，再加之物流等方面的压力较大，致使消费者不能按时收到货物。

为此，北京市消费者协会提醒广大消费者：购买打折促销商要三思而行。

1. 消费者要增强自我保护意识，尽可能的多了解有关促销活动的规定和要求，看清楚活动细节后再参与，不要轻信广告宣传和口头承诺，避免落入消费陷阱。

2. 选购时，不要一味地追求低价格，要从生活实际出发，考虑促销商品是否是自己需要的，做到理性消费。

3. 网购消费者除了要核实促销活动的详细信息外，还需要确认送货时间，避免由于货物积压，快递员春节回家过年等因素影响按时收货，耽误使用。

4. 购物返现、积分兑奖时，应仔细阅读店堂告示、活动说明等，认真核对适用范围、时间限制以及奖品数量、型号等，避免陷入返还现金、购物券“花不完”的怪圈或商家偷梁换柱的陷阱。

5. 注意留存发票、购物小票、网购订单截图等相关证据，发现自身合法权益受到侵害时，要及时向有关部门投诉。

无锅卫星收视器是骗局

日前，海淀区消费者协会收到江苏省江阴市八旬老人张先生的来信，他于去年年末在自家报箱中收到一份《中视文化传媒—特惠专刊》，并在上面看到一则有关“北斗卫星”无锅卫星收视器的广告，宣称购买该产品可节省每年几百元的有线电视费，且有体积小、易安装等诸多优点，还可收看国外及港澳台等地区的多个频道。此外广告中还刊登了主办单位、审批单位和经营执照等信息，并在明显位置标注“‘北斗卫星’无锅卫星收视器经过了国家广播电视产品质量监督中心检验审批，产品合格，准予合法销售”的字样。

张先生对能够每年节省几百元的有线电视费动了心，通过银行转账汇去318元，购买豪华型“北斗卫星”无锅卫星收视器一台，对方“承诺”七个工作日内将产品邮寄给张先生。然而过了一个多月，张先生都没有收到所购产品，而且连续几日均与商家联系不上，此时的张先生终于觉察到可能受骗，写信向海淀区消费者协会投诉。

海淀区消费者协会收到信后，工作人员立即进行调查。经查，广告中所留的经营执照信息及刊登的主办单位

和审批单位均未在工商部门登记。建议张先生及时向当地公安部门报案，通过法律手段维护自身财产安全。

海淀区消费者协会已连续两年接到多起“北斗卫星”无锅卫星收视器的投诉，都是以寄送小报的方式进行虚假宣传，消费者转账后不见货品，更无法联系销售商。

正值新年初始、春节来临之际，海淀区消费者协会特别提醒，欢度佳节切莫图便宜，无锅卫星收视器节省有线电视费有骗局，消费者切莫购买：一是根据中华人民共和国国务院令129号《卫星电视广播地面接收设施管理规定》第五条，卫星电视广播地面接收设施由指定的单位销售，其他任何单位和个人不得销售；第九条规定，个人不得安装和使用卫星地面接收设施，如有特殊情况，需要经过审批。因此不要再相信无锅卫星收视器的宣传。二是交易前可根据广告中的企业名称，到国家工商局官网上的企业信用信息网进行查询，以查证经营主体是否存在，及是否有不良警示信息。三是注意保存广告宣传单、收据、发票等相关证据，以备维权之需。（海淀区消协）

选购空气清洁产品：五要七不要

近期，山西省内频现雾霾天气，选购口罩、空气净化器等空气清洁产品应对雾霾和空气污染的消费者增多。12月21日，太原市消费者协会发布第18号消费警示：选购空气清洁产品应做到“五要七不要”。

针对空气清洁产品引发的各类消费纠纷，太原市消费者协会提醒消费者要通过正规的、有经营资质的商场购买；要了解权威部门发布的相关信息；要看准标识，认准品牌；要留意滤料级别及技术参数；要现场检查有无异味。

同时，太原市消费者协会提醒消费者不要轻信不良

商家的不实宣传，防止被蒙骗；不要贪图一时的小便宜而购买“三无”产品或标识模糊不全的空气清洁产品；不要购买经营者提供不出进货凭证的口罩；不要购买噪音较大的空气净化器；不要购买包装上全是外文、无中文标识的口罩；不要购买不符合卫生包装，以及包装袋未密封的口罩；不要购买实际层数少于包装上标明的层数的口罩；不要购买以次充好，在纱布中夹有杂质面料的口罩。

太原市消费者协会也提醒经营者，要诚信经营，严把质量关，恪守法律法规，为消费者提供安全、放心的商品。（太原市消协）

关注流量使用 畅享移动互联

快速发展的移动互联网正不断改变着人们的生活，2015年10月1日起，国内三大运营商推出当月流量不清零措施，受到消费者欢迎。近期，中消协陆续接到消费者有关流量问题的咨询，反映其手机单月流量出现异常情况，流量“偷跑”现象严重，有的达到流量封顶费用。2015年全国消协组织受理消费者投诉情况显示，全年共受理信息通讯类投诉27,340件，同比有所增加。消费者投诉套餐资费不明确、流量计算方式不透明、服务设置繁杂难懂、个人信息安全受威胁等问题仍然较多。为了保障消费者的利益，防范超流量使用带来不必要的损失，**中国消费者协会特别提醒广大消费者：**

1.详细咨询，弄清规则。运营商推出的各种流量套餐种类多，消费者应详细咨询所买套餐的限定总量、使用时段、收费标准以及相关买赠活动规则。需要注意的是，流量套餐有时包括“闲时流量”，即特殊时段内才可使用的流量，超过规定时段使用会产生额外的费用。各运营商规定的“闲时流量”时间段不同，因此，消费者在选购前务必询问清楚，以防后续发生不必要的麻烦和损失。

2.关注用量，适度使用。此前，运营商的流量不清零措施一定程度上给消费者带来了实惠，但需要注意的是，当月未使用完的流量只顺延一个月，到第三月仍会被清

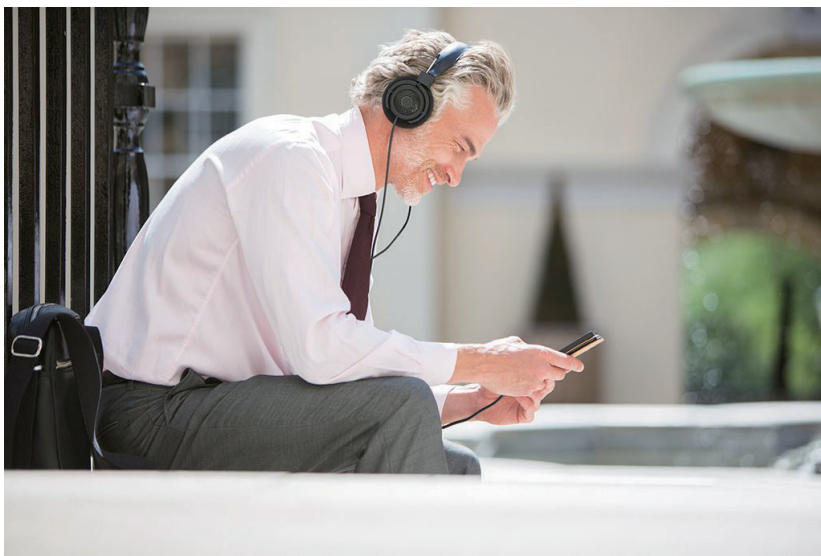
零。不少消费者对此产生疑惑，不清楚每月手机里到底有多少可用流量。建议消费者选装运营商官方APP或通过正规渠道下载流量监控软件，随时掌握流量使用状况。有的手机还可在设置中启用流量超出后自动断开移动数据网络的功能。尽管如此，消费者使用移动数据上网时，要减少使用时间和大流量使用操作，以免造成流量的浪费或超出。

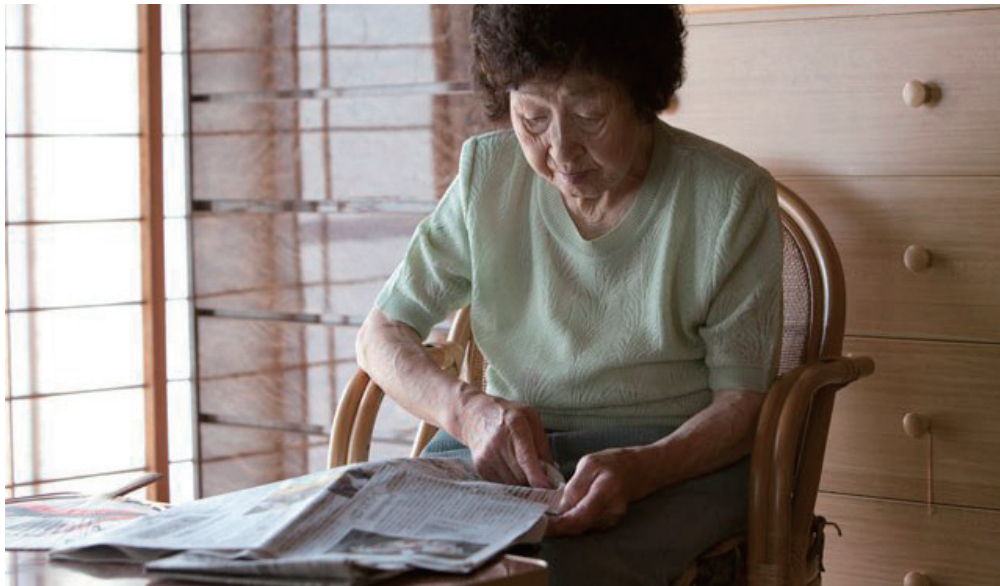
3.改善习惯，规范下载。手机软件在未连接Wi-Fi的情况下，后台运行和更新会产生一定流量。因此，消费者最好在Wi-Fi环境下更新软件，慎选软件“自动更新”。同时养成良好的使用习惯，如彻底关闭应用程序软件而非简单地按“Home”键退出程序，夜间尽量关闭数据流量或及时切换至Wi-Fi网络，防止不必要的流量损失。另外，消费者应主动通过正规渠道下载手机软件，不可轻易下载来历不明的软件，以防其中夹带手机病毒或恶意程序，造成流量“偷跑”或资费“偷增”，甚至危及个人信息安全。

同时，中国消费者协会呼吁运营商：

1.完善服务，及时提醒。运营商要为消费者提供免费的套餐用量通知服务，定期以短信或电话的方式提醒消费者，对于异常使用情况要及时提醒。要进一步畅通服务渠道，让消费者可以通过官方流量监控软件、公众服务号、网上营业厅、客服电话等途径，随时准确查询套餐用量信息。

2.优化套餐，化繁为简。目前，各大运营商资费套餐中有关流量费标准较多，使用时间、适用条件等情况差别较大。希望运营商进一步简化套餐的使用规则和操作流程，让消费者一目了然、轻松使用。建议进一步降低相关资费标准，延长流量使用时限，让广大消费者畅享移动互联。（中消协）





串货商品售后无保障 遇“磨号”产品主张赔偿

日前，海淀区消费者协会收到江苏省江阴市八旬老人张先生的来信，他于去年年末在自家报箱中收到一份《中视文化传媒一特惠专刊》，并在上面看到一则有关“北斗卫星”无锅卫星收视器的广告，宣称购买该产品可节省每年几百元的有线电视费，且有体积小、易安装等诸多优点，还可收看国外及港澳台等地区的多个频道。此外广告中还刊登了主办单位、审批单位和经营执照等信息，并在明显位置标注“‘北斗卫星’无锅卫星收视器经过了国家广播电视产品质量监督中心检验审批，产品合格，准予合法销售”的字样。

张先生对能够每年节省几百元的有线电视费动了心，通过银行转账汇去318元，购买豪华型“北斗卫星”无锅卫星收视器一台，对方“承诺”七个工作日内将产品邮寄给张先生。然而过了一个多月，张先生都没有收到所购产品，而且连续几日均与商家联系不上，此时的张先生终于觉察到可能受骗，写信向海淀区消费者协会投诉。

海淀区消费者协会收到信后，工作人员立即进行调查。经查，广告中所留的经营执照信息及刊登的主办单位

和审批单位均未在工商部门登记。建议张先生及时向当地公安部门报案，通过法律手段维护自身财产安全。

海淀区消费者协会已连续两年接到多起“北斗卫星”无锅卫星收视器的投诉，都是以寄送小报的方式进行虚假宣传，消费者转账后不见货品，更无法联系销售商。

正值新年初始、春节来临之际，海淀区消费者协会特别提醒，欢度佳节切莫图便宜，无锅卫星收视器节省有线电视费有骗局，消费者切莫购买：一是根据中华人民共和国国务院令第129号《卫星电视广播地面接收设施管理规定》第五条，卫星电视广播地面接收设施由指定的单位销售，其他任何单位和个人不得销售；第九条规定，个人不得安装和使用卫星地面接收设施，如有特殊情况，需要经过审批。因此不要再相信无锅卫星收视器的宣传。二是交易前可根据广告中的企业名称，到国家工商局官网上的企业信用信息网进行查询，以查证经营主体是否存在，及是否有不良警示信息。三是注意保存广告宣传单、收据、发票等相关证据，以备维权之需。（海淀区消协）

旅游“期货”买卖盛行，消费者须理性购买

近来屡见各在线旅游服务商纷纷围绕出境游，推出提前半年甚至一年的旅游预售产品，以低折扣价开卖线路，受到游客追捧。这些远期产品除了出发周期灵活、价格低至5折、最便宜仅8元外，有的还推出分期付款的优惠。实体旅行社也有类似中远期产品推出。针对这种预订旅游消费，佛山市消费者委员会发出消费警示：理性选购“期货”旅游产品，注意保留消费信息。

“期货”旅游产品的低价和灵活的出行时间，这两大卖点迎合了大多数消费者的心理需求。这样比正常售卖期提前半年到一年的时间售卖出游产品，不仅给消费者预售充足的时间安排行程，还将大大节省出游成本。但是与预付费储值卡类似，由于时间跨度长，行程计划可能会受到各种不确定因素影响。

本会律师顾问团何万龙律师点评，虽然“期货”旅游产品实惠方便，但存在以下几点风险：

广告宣传风险。部分在线旅游网站发布广告时往往对行程安排、餐饮住宿、游览时间等方面做出夸大宣传，吸引消费者进行消费，而在消费者交了款项之后，则删除之前的广告网页，使得消费者维权时无法提供证据证明该网站做过类似宣传。即便是一些实体旅行社也存在着宣传不实的情况。

合同风险。部分旅行社在所提供的合同中存在一些损害消费者合法权益的条款，它们大多时候会放在不起眼的位置，以“温馨提示”、“补充协议”等形式出现，合同签订后一旦发生问题，旅行社就会利用这些条文，企图让消费者吃“哑巴亏”，旅游纠纷随之产生，如约定押金一律不予返还、强行约定旅游费用退还比例等等。

卸责风险。部分在线旅游网络运营商与组团旅行社信息不清晰，并非同一主体。网络运营商仅为组团旅行社提



供网络经营平台，消费者对此多不知情，在消费者进行维权时，网络运营商与组团旅行社往往互相推脱，让消费者无法维权。在发生纠纷时，由于网站与组团社或地接社之间因协议不清或利益驱使等情况，会造成一定的推诿。

转团风险。“期货”旅游产品是远期的计划型消费，由于并不是立即出发，很容易出现取消订单，旅行团人数不足等情况，旅行社可能会利用信息不对称的特点，擅自转团拼团，导致消费者知情权无法保障，侵害消费者权益。

预付款风险。部分线上网站要求消费者先交预付款，在消费者支付了预付款后提出涨价要求，如果消费者拒绝，则拒退预付款。

基于以上风险，佛山市消费者委员会建议消费者留意以下几点，理性下单：

选择资质良好，信誉度高，口碑较好的旅游服务商，不要轻易在不了解的网站上下单。

网上报名参加旅行与直接到旅行社营业厅报名参加旅行在本质上是一致的，只有签订旅游合同，书面确认具体行程，明确约定双方权利义务，旅行者的合法权益才能得到有效保障。签订书面合同后，以后一旦发生纠纷，消费者有据可依。

消费者在签订合同时，不仅要警惕低价诱惑陷阱，拒

绝接受霸王条款，还要明确旅程详细安排，看清是否有其它消费条件约定，押金退还条件等，审查对方承诺是否逐一落实进合同。

为了发生纠纷时便于维权，建议消费者除了旅游合同、收费票据要保存好之外，还要保存其他必要票据，如医疗单据、事故处理记录、甚至影像资料。针对在线旅游预付方式，要提前截屏，保存服务章程、协议和票据等消费凭证，遭遇纠纷时，及时向旅游局、工商局、消委会等进行投诉。消费后，要及时核对消费余额，防止余额被侵吞或盗用。

除此以外，出行时也要注意：

合理安排出行时间，以防旅游热点预约不成功；

出行前再次确认预约是否有效，以防到达目的地后才出现预约无效的情况；

如遇订单被取消的情况，应首先积极与旅游服务提供者商讨解决方案，保留必要的证据维权；

跟团出行如果遭遇意外伤害，应由旅行社立即采取必要的救助和处置措施。对于发生人身安全意外后的损失，若是旅行社未尽到必要提示、提醒、救助、安全保障义务，根据旅游法规定，旅行社应承担赔偿责任。

自由出行者如有意外请及时联络中国驻外使馆（办事处）求助。请牢记中国外交部全球领事保护与服务应急呼叫中心热线电话：12308。拨打方式为：“0086-10-12308”，按0再按9直接转人工。

出游途中，总会有不同的意外出现，是惊喜还是心塞？佛山市消费者委员会提醒消费者事要先理性选择，合理计划，做好目的地旅游攻略并随机应变以保证旅途愉快。（黄玮晶）

网购商品要做到“六个要”

网购这种新颖的购物方式渐渐成为年轻人的“新宠”。近日来，接到许多消费者来电咨询，反映网购的部分商品存在问题，假冒品牌等情况比较突出。经过询问，发现大部分情况都是消费者已经当场验货，之后才将货款付给代收快递公司，可回家仔细验看才发现商品存在问题，消费者联系网络销售方时，对方却以已开封为由拒绝退货，或干脆不接听消费者电话；联系收款快递公司时，快递公司以货款已打回销售方账户为由也拒绝退款。在此，省消协特别提醒广大喜爱网购的消费者，选择网购商品要做到“六个要”：

1、要认真查看经营者的资质是否合法。选择有第三方交易平台且经营规模较大、专业性强、口碑及品牌较好的经销企业，同时参看其他消费者评价，尽量选择熟悉知名度高的专业购物网站进行购物。

2、要做到货比三家，克制占小便宜的念头。俗话说“一分钱，一分货”，只有错买，没有错卖的。要货比三家，如商品标价与实际实体店价格相差太大时，要小心谨

慎，避免因贪念便宜而上当受骗。

3、要对网站及网店真实性进行查验核实。包括网址、地址、电话、营业执照等内容合法性、正规性进行核验。同时还要对网店信誉、售后服务、退换货服务等诸多细节进行全面了解，辨别真伪后再做购物消费决定。

4、要妥善保留交易记录，索取购货凭证，便于作为今后维权依据。网购后要保留好购物电子订单，确认短信及聊天记录，尽量保留有网站消费内容的页面及快递单号，以便发生纠纷时有据可依。

5、要尽量使用第三方支付平台方式进行交易。

6、要积极维护自己的合法权益。如在网购中遇到纠纷，首先可以通过网站平台卖家以及快递公司协商处理。协商未果时可向卖家及交易平台所在地工商部门进行投诉，积极维护自己的合法权益。

此外，每个购物网站都有相应退款流程，消费者在申请退款前，可查询或向网站客服询问退款流程和注意事项，以争取顺利拿回退款。（陕西省消协）

轮毂改装陷阱多 四大招数辨别真假

随着汽车越来越普及，改装这个看起来神秘的领域也为越来越多的车主所了解。在改装领域，轮毂改装和外形涂装是各大改装店力推的项目。然而，却有不良商家将假轮毂冒充好货欺骗车主。对于初涉改装的车主来说，该如何鉴别假轮毂呢？今天编辑就给你传授四大招数，学会这四招，轻松避开假轮毂陷阱。

招数一：看外观做工

由于假轮毂或高仿轮毂在生产过程中，模具精度不高，所以其边角处可能会有很多扎人的毛刺，看起来非常粗糙，而真轮毂则没有这个问题。另外，真轮毂即原厂轮毂内外的油漆色泽是相同的，但是假轮毂出于成本方面的考虑，内外的色差会很大。从做工和外观颜色上，就可以轻松看出两者的区别。

招数二：看字体

在轮毂背面，一般都会有轮毂的品牌、产地等信息。虽然信息一样，但原厂轮毂的字体是很难仿冒的，所以车主可以把买来的轮毂与自己车上的轮毂对比一下，如果字体不一样，那很有可能买到了假轮毂。



▼ Focus

轮毂不仅承受着汽车的重量压力，还随汽车在行驶过程中转弯等过程中产生的不规则交变受力，这种情况下，如果买到了假轮毂，其强度很有可能远远达不到标准，会给日常的行车带来极大的安全隐患

招数三：看重量

原厂轮毂重量基本都是相同的，而假轮毂由于本身生产工艺不规则，再加上成本的原因，其重与原厂轮毂有一定差异。所以车主还可以把买来的轮毂与原车的轮毂都称一下，如果重量呈现出差异，那么买来的轮毂有问题的可能性很大。

招数四：看价格

“一分钱一分货”是亘古不变的真理，车主买到假货的重要原因之一，就是盲目贪便宜。即使在网络时代，商家少了渠道和店面的费用，但真轮毂本身的成本摆着，要是一个知名品牌的轮毂商家只卖个几百元，那么要小心了，那个很有可能就是高仿货。

轮毂不仅承受着汽车的重量压力，还随汽车在行驶过程中转弯等过程中产生的不规则交变受力，这种情况下，如果买到了假轮毂，其强度很有可能远远达不到标准，会给日常的行车带来极大的安全隐患。车主千万不要贪图好看或便宜，买个假轮毂，万一因此发生了安全事故就后悔莫及了。

看色泽闻香味

3步鉴别大牌香水真假

高品质的香水所散发出来的味道是廉价或劣质香水所无法比拟的。随着网购的普及，坐在家就可以享受到来自世界各地的信息产品。下面就让小编给大家提点几招鉴别原装品牌香水的Tips!

1、看色泽

以天然香料调制而成的高级香水，都有它本来的颜色，且大都是琥珀色或褐色，看起来很像宝石，比如，从茉莉、玫瑰或水仙等天然鲜花中所萃取的精油都呈黄色、褐白或绿褐色；此外，香水中所添加的魅惑香气物性香料也是褐色，苔类中的橡树苔是绿色，从树根或树脂类中萃取的香料也是褐色。优质的香水必须是清澈透明、清晰度高的液体，无任何沉淀。颜色自然、纯正，在30摄氏度温度下，经24小时不变色。但有个别香水例外，比如含有很多浓茉莉精油的“喜悦”等香水，即使放到密封瓶里也会变成褐色。这是因为香水的颜色经过一段时间酒精蒸发之后会变得更浓的缘故。

2、看包装

取悦女人嗅觉的香水，却常常首先要靠其可人的视觉形象来吸引女性。如同其他商品一样，内在质量往往也从其外观包装是否精细上体现出来。对于易挥发



TIPS

1 原装品牌香水的外包装上都会贴有一个白色的标签，写着中文，主要是进口的批号、品牌供应商、净含量、保质期。（海关扣押的正品香水除外，那是没有进出口批号的）

2 盒上还要有一个“CIQ”的标签，这是品牌香水的身份证。

的香水来说，精致的外包装是衡量香水内在质量高低的要素之一。因此，在鉴别香水质量时，要特别注意香水瓶的密封情况，瓶口与瓶盖之间要严密无间隙，否则易导致酒精挥发干涸。此外，还要注意香水包装是否整齐，图案是否清晰，瓶外观有无裂纹等疵点。若带喷头的香水瓶，还应检查喷头是否灵活，有无泄漏。

3、闻香味

区别一：香水主要闻得是香味儿，由于价格低廉，仿冒的香水所用的香料自然与正品无法相比。优质的香水香味纯正，并能保持一段时间。无刺鼻的酒精气味及其他令人不愉快的气味。根据香味的稳定性和香料的成分，香水和花露水分为特级和甲、乙、丙4个等级。

区别二：就是留香时间的长短。正版香水除了有香调外，还有前味、中味、后味可分，每个阶段都不有同香气，各有各的韵味。而港版香水有时介绍留香时间一到二天，其实最多几个小时。幻想型的特级香水洒在纺织品上，在一定条件下，其香味应该保持不少于70小时，花香型的不少于60小时。日常用的优质香水属于甲级产品。乙级和丙级的香水和花露水基本用于卫生目的。

家装前先学学这些选购知识

如何选择地板

常用的木质地板基本分为实(原)木地板与复合地板(实木复合、强化复合等)两大类。实木地板的优点:有天然木纹与质感,给人以温暖的感觉,容易搭配各款家具及软装饰。实木地板的不足:对潮湿及阳光的稳定性与耐久性较差,受潮后会膨胀,干燥后又会收缩,轻者地板之间缝隙变大,严重的会瓦状变形甚至屈曲、起翘、拱起。

复合地板的优点:材质用高密度材料压制,稳定性、耐磨性较好,款式新颖、色彩多样、保养简单。安装快捷简便,日常养护及实用性优于实木地板。复合地板的不足:复合地板的环保及使用脚感比实(原)木地板差。

在此特别提醒,地板的包装应有生产厂名、厂址、电话、木材名称(树种)、等级、规格、数量、检验合格证、执行标准、安装说明等,包装无破损。消费者应选择地板供货商负责安装为宜,防止发生质量问题相互推诿。

如何选择墙地砖

墙地砖基本分为两大类,一是釉面砖,二是同质砖。

釉面砖适用于厨房、卫生间、阳台的墙面装饰。同质砖在市场上又叫抛光砖和玻化砖,适用于客厅、过道、厨房、卫生间的地面装饰。

判别瓷砖优劣的方法:一看,瓷砖色泽要均匀,表面光洁度及平整度



要好,周边规则,图案完整。二听,用硬币轻击,声音越清脆,则瓷化程度越高,质量越好。三试,在瓷砖的背面滴几滴清水,观察吸收时间,吸收越快,说明瓷砖密度较疏松,质量相对较差。反之则密度高,质量较好。四掂,掂瓷砖的重量,紧密度较好的产品相对质量比较重,比较结实。

选购时还应注意,要看清商品是否具有国家规定的强制性认证标志,简称“3C”认证标志。

如何选择涂料

油漆与乳胶漆,在装修建材中统称为涂料。通常通过以下办法来选择:一看是否符合国家强制标准,是否有中国环境标志认证证书。二看商品的质量合格检测报告,关键是质检报告上的VOC(指总挥发性有机化合物)的含量。三看桶盖接缝有无锈蚀、渗漏现象;桶上标识是否齐全;进口产品须有中文说明。

在此特别提醒,涂料的内在质量与外观上的优劣差异,一般消费者较难区别,建议从正规商场选购知名品牌产品为宜。

如何选择木制板材

装修板材一般有细木工板、指接板、集成板、刨花板、密度板、厘板、饰面板及纸面石膏板等等。使用较多的为:厘板、密度板、细木工板和指接板。

木制板材选购时应注意:一看,板材表面是否平整,无翘曲、变形,无起泡、凹陷;二动,晃动板材,听有没有吱吱的脱胶或开裂的声音,以整体感强的板材为上品;三敲,用小锤敲击板材,声音清脆干净,则表明密度比较高,声音沉闷、有空洞声则板材密度较低;四闻,散发清香木材气味,说明甲醛释放量少,气味刺鼻说明甲醛释放量高;五审,查看产品有无生产许可与检测报告及有效期,产品应有生产标准,并有国家标准的参照;六查,注重环保指标,应选择EO级或E1级的产品。

如何选择管线材料

在装修过程中,电工线管及上、下水管统称管材。当前市场上,装修管材一般为PVC或聚氯乙烯(P-U)阻燃材料。

合格的电工线管,壁厚 $\geq 1\text{mm}$,脚踩折弯不会发生断裂,其质量优劣可通过折弯90度来检验产品的性能。市场上给水管品种繁多,耐高温稳定性好的聚丙烯PPR给水管装修时用的较多,一般由供货商负责安装及保修服务。

在此特别提醒,一般消费者无法鉴别真假PPR管材,建议消费者在市

场上选择知名品牌供水管产品为妥。

如何选择电线

装修用电线品种，一般有电源线、电话线、通讯线和视频线等。无论选用哪种电线，都要选择符合国家安全标

准的优质产品。

在此特别提醒，卷装电线包装合格证上，应有中国电工产品认证委员会的“3C标志”和生产许可证号。绝缘层塑料质地细密，铜芯直径规格达标，色泽鲜亮，材质须阻燃，燃烧无明火。（上海市消保委）

如何辨别真伪进口食品

目前国内市场上在售的进口食品可以分为以下几类：一是产地在国外，由国内经销商粘贴中文标识并在国内销售，外包装没有国内的卫生许可证号。二是原料由国外厂家生产，国内厂商进行包装和经销，包装上对产品的成分、配料等有较详细的标注，有国内的卫生许可证号。三是包装上以外文为主，由国内的厂家进行分装，没有国内的卫生许可证号。广东省食品行业协会会长张俊修提示消费者，如果外包装上没有标明食品产地、原料成分、生产日期、保质期、经销商等信息的中文标识，那就一定不是真的进口食品。据业内人士介绍，只有产地在国外，由国内经销商粘贴中文标识并在国内销售，外包装没有国内的卫生许可证号的商品才算真正的进口食品。也就是说，这三类当中，只有第一类才是真正意义上的进口食品。那么，在进口食品实际的购买过程中，如何辨别真伪呢？专家给出以下建议：

首先，检查包装是否有中文标签。因为根据我国《食品安全法》和《进出口预包装食品标签检验



Focus

广东省食品行业协会会长张俊修提示消费者，如果外包装上没有标明食品产地、原料成分、生产日期、保质期、经销商等信息的中文标识，那就一定不是真的进口食品。据业内人士介绍，只有产地在国外，由国内经销商粘贴中文标识并在国内销售，外包装没有国内的卫生许可证号的商品才算真正的进口食品

监督管理办法》，进口预包装食品标志必须有中文标签方可进入市场销售。此外，标签的内容要与外文内容完全相同，还必须包括食品名称、配料成分、净含量和固体物含量，原产国家或地区，商品生产日期、保质期、贮藏指南、制造、包装、分装或经销单位的名称和地址等信息。尤其是在国内的总经销商的名称和地址等信息很重要，因为一旦出了质量问题，需要投诉或赔偿，由于生产商在国外，消费者可以去找经销商。

其次，看产品是否贴有激光防伪的“中国检验检疫”英文缩写的“CIQ”标志。如果没有“CIQ”标志，消费者有权向经销商索要查看“进口食品卫生证书”。该证书是检验检疫部门对进口食品检验检疫合格后签发的，证书上注明进口食品包括生产批号在内的详细信息。

最后，尽量选择信誉度良好、经营规范的实体店铺或网站，购买商品后，应索要并保留购物凭证。

（中国食品网）

跑鞋穿不对伤膝伤脚踝

受访专家

北京体育大学运动医学系教授
陆一帆

西安体育学院运动医学教研室
教授
苟波

哈尔滨医科大学附属第四医院
骨科主任、教授
赵承斌

穿不对伤膝伤脚踝

在很多人的印象中，跑鞋的用途就是提升运动员锻炼成绩，普通人跑步时穿一双运动鞋或者休闲鞋即可。北京体育大学运动医学系教授陆一帆指出，鞋对运动的重要性超出很多人的认知。相对于其他运动而言，跑步锻炼持续时间比较长，因此其对鞋子的舒适性要求更高，并且对人体的脚踝、膝盖、足弓等关节冲击较大，如果穿不对鞋，可能对健康造成威胁。

伤膝盖。在爱跑步的人群中流传着这样一句话，“跑步百利，唯伤膝”。2014年美国《哈佛大学报》刊登的一项统计数据也显示，每天跑步者的受伤比例为30%~80%，其中最常见的一种伤就是“跑步膝”。一般认为，这是由于跑步时，膝关节除了要承担体重压力外，还要缓冲来自地面的冲击力。陆一帆说，如果跑步时穿的



▼ Focus

北京体育大学运动医学系教授陆一帆指出，鞋对运动的重要性超出很多人的认知。相对于其他运动而言，跑步锻炼持续时间比较长，因此其对鞋子的舒适性要求更高，并且对人体的脚踝、膝盖、足弓等关节冲击较大，如果穿不对鞋，可能对健康造成威胁

鞋缓冲不够好，就更容易引起膝部损伤。

伤脚踝。西安体育学院运动医学教研室教授苟波指出，如果鞋的支撑作用不足，跑步中便容易出现脚踝扭伤，特别是在变向跑的时候。

伤脚底。有研究认为，大约15%的跑步受伤和脚有关。合适的跑鞋可以较好地起到减震效果，控制足弓下降，预防足弓塌陷、足底筋膜炎等问题。

伤脚部皮肤。长时间运动时，脚部出汗较多，如果穿着一双透气性不够的鞋，会损害脚部皮肤。

一般来说，上面几种伤害是持续渗透，虽然不会立刻出现受伤的状态，但如果伤害累积到一定程度就会爆发出来，造成的后果非常严重，恢复比较困难。而专业跑鞋不但更加舒适，也可以对这些重要关节进行有效的保护，因此想跑步应选购专业跑鞋。

测足弓，选鞋第一步

要想选一双合适的跑鞋，需要先清楚自己的足弓类型。哈尔滨医科大学附属第四医院骨科主任、教授赵承斌表示，一般人的脚有低足弓、正常足弓和高足弓三种类型。测量方法也很简单，在平地上铺一张纸，然后将脚用水浸湿，走过这

张纸，上面留下的脚印能反映出脚在走路时对地面的缓冲作用，从而判断出脚型。具体来说，不同足弓的人在选跑鞋时应有以下侧重。

正常足，重点试试脚趾感觉。这类人的足弓微微内拱，有助于吸收冲击力，但如果鞋子过紧或鞋尖太窄容易导致鸡眼。一般来说，脚趾与鞋尖应最少预留1厘米的空间。

低足弓，做变向跑测试。低足弓和平时就容易扭脚的人，都要重点考虑跑鞋的支撑作用。苟波建议，这类人穿上跑鞋后，可做一下变向跑测试，在向左或向后转向时，感觉鞋对脚、脚踝是否有贴合的包裹感。

高足弓，跳跳试弹性。高足弓脚型由于足弓弧度太大，难以贴近地面，在运动时脚与地面的冲击力非常大，容易受伤。因此，高足弓的人应选缓冲性能好的鞋。苟波建议，试穿后可在平地多跳几下，测试鞋的缓冲性能，如果感觉弹性不错，鞋底较软，且触地时震脚感不强，则说明缓冲性能不错。

一双跑鞋能穿多久

一双鞋能穿多久，很大程度上取决于使用者的用鞋习惯。陆一帆认为，要尽可能延长鞋的寿命，至少应当做到以下几点：

专鞋专用。跑步鞋就在跑步时穿，打篮球或者踢足球等剧烈运动时一定要换下来。因为每一种运动鞋都会根据该项目的特点进行特殊设计，混合穿不仅容易受伤，还会减少鞋的

寿命。

跑步姿势会影响到鞋的寿命，因此，到底穿多久就应淘汰，没有一个统一答案。美国专家认为，每跑480~800公里就该换双新跑步鞋，具体情况应视个人体重等因素而定，通常体重越大，跑步鞋寿命越短。赵承斌告诉记者，对于每天跑3~5公里的普通人来说，一双鞋的寿命大约为半年。

陆一帆则表示，感觉鞋搁脚，说明缓冲变差了；鞋帮有损坏，说明支撑功能下降了，这都是在提醒你要换新鞋了。此外，如果感觉脚在鞋里打滑，或鞋底磨偏比较厉害，甚至单纯觉得穿上脚不舒服了，都建议最好淘汰。常清洁。每次跑完步，最好简单清洁一下鞋底、鞋面，特别是化纤面料的跑鞋，过脏可能会导致其柔软度降低，影响穿鞋的舒适感。苟波建议，化纤网面的鞋用清水刷洗，如果有太脏的地方，可用肥皂去污；皮面鞋使用湿布擦拭即可。

温水洗，不要晒。感觉鞋已经较脏，需要水洗时，最好使用温水。洗后不要放在太阳下晒干，而应选择阴干。因为阳光暴晒会损伤鞋面，且可能导致鞋帮开胶、受损。

四大要点三个技巧

专家表示，一双安全舒适的跑鞋还要具备以下几个要点。斜坡度不宜超过6毫米。赵承斌指出，脚跟部位允许比脚尖部位更厚，但脚跟—脚尖的斜坡度也不应超过6毫米，否则

跑步时容易受伤。化纤鞋面透气，皮面包裹防受伤。化纤面料的网眼跑鞋通常透气性较好，更适合夏天跑步时穿。苟波说，一些脚型较宽的人也建议买化纤面料的跑鞋，因为其柔软度更好，不会导致脚部受到挤压。而皮面跑鞋的透气性较低，但包裹和支撑作用要好于网面跑鞋，能够有效地预防脚踝受伤，可考虑在冬天穿。

鞋底横纹防滑。鞋底的花纹设计最好是横向的，或者大体走向为横向即可，这样在运动过程中可以加大鞋底与地面的摩擦，保障安全。

鞋尖有些翘度。我们的脚自然放置的时候，脚趾部位会自然上翘，所以跑鞋要选择鞋尖有一定翘度的，不仅符合人体结构，还能提高前进的动力。不要选择鞋尖高度较低的鞋子，否则会压迫脚趾。

试鞋时还有一些小技巧：傍晚买鞋。美国健身专家朱莉·伊斯弗丁表示，白天行走一天，或者跑步之后，双脚尺码都会自然增大，在双脚最大的时候买跑鞋，鞋子穿起来最舒适。

带上旧跑鞋。伊斯弗丁建议，买新鞋的时候，最好带上旧跑鞋。旧跑鞋能够反映出你的跑步方式，有助专业销售人员帮助挑选最合适你的新跑鞋。

穿上袜子试鞋。陆一帆建议，跑鞋要买得稍微紧一点。购买时可以以自己的穿鞋感受作为标准，最好是穿上厚棉袜后，感觉脚被鞋紧紧包裹住。（生命时报）

床单多久清洗好？

当你上床睡觉时，可能不会去仔细想潜伏在床品角落和缝隙里都有些什么，这大概是一种无知的幸福。

澳大利亚“科技内幕资讯网”10月15日报道，美国纽约大学医学院的微生物学家和病理学家菲利普·提尔诺研究发现：床单上会有真菌孢子、细菌、动物皮屑、花粉、土壤、棉绒、床单材料的整理剂、着色材料和来自身体的各种排泄物（如汗、痰、阴道和肛门分泌物、尿液、皮肤细胞等），各种油和乳霜涂在身上后也被带上了床。另外，有些人在床上吃东西，

掉落的食物也为这些生物体提供良好的生存环境。

全世界的科学家正在试图鉴别和量化这些不仅在你床上，还活跃在整个家居中的各种污染物和过敏原，它们可能会对人体健康造成负面影响。

即使是自认为比较干净的人，也逃脱不了微生物的侵袭。普通人每年在床上会生成约200斤汗水，这种水分在高湿度下是一种“理想的真菌培养基”。2015年的一项研究评估了床上用品的真菌污染程度，研究者们发现使用了1.5~20年的羽毛与合成纤维材质的枕头会含有4~17种不同种类的真菌。随着时间的推移，真菌、细菌和许多其他碎屑积累的数量会

造成惊人的后果。重力会使所有这些碎屑沉降到枕头和床垫的核心位置，普通人每天会有8个小时吸入这些碎屑。

提尔诺说，每6个人中就有1人患过敏症，而普通人有1/3的人生是在床上度过的，科学家们推测床单可能就是过敏性疾病的痛苦根源。这些过敏原可能导致你鼻塞，影响你的睡眠，引发或加剧过敏，或加重哮喘。

专家提醒，这些脏东西通常在1~2周内积累到明显的程度，因此，床单最好每2周清洗一次。（生命时报）

怎样乘坐电梯才能最舒适最安全？

随着城市中的高层建筑一座座拔地而起，高速电梯也越来越普及。经常听到有人说，乘高速电梯会头晕、恶心，那么，怎样乘坐高速电梯才能最舒适、最安全呢？

客运电梯的升降速度通常为每秒1米左右，高速电梯的速度快于每秒1.9米，随着电梯上升或下降，乘客在很短时间内承受较大的气压差，所以会感到耳膜不舒服，甚至瞬时失聪，患有高血压、心脏病的人还会感到头晕脑胀。这时，张开嘴巴，按摩耳根，嚼块口香糖甚至空口咀嚼等方法，都可以调节

耳膜对外界气压变化的适应能力，缓解耳膜压力。

此外，在平时乘坐电梯时，还有些事项需要特别注意：如果由于突发原因造成供电中断，而导致乘客被困在轿厢里，这是轿厢往往停止在非平层位置，乘客一定不要紧张，应通过轿内报警装置或其他可行方法通知电梯维护人员前来救援，千万不要试图打开轿门或打开轿顶安全窗逃生。

乘客在乘梯前应看清电梯轿厢是否停在本层，不可盲目跨入，防止层门开着而轿厢不在本层而跌入井道。

如果按了电梯按钮后层门仍然关闭，应该耐心等待，不要设法打开门

锁，也不要再在层门前嬉戏打闹以致撞开层门。

进出电梯时行动不要过分迟缓，也不要长时间一脚踩楼层一脚踩轿厢。

在强烈的雷雨天，没有紧急事情最好不要乘坐电梯，因为电梯机房通常设在楼顶的最高处，如果防雷装置有故障，容易招引雷电。

此外，高层建筑倘若发生火灾时千万不可乘电梯下楼。携带汽油、酒精、鞭炮等易燃易爆物品的人也不应该乘电梯上下楼。（中国电梯协会理事长 任天笑）

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，致力于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