

# 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3期

06

总第48期



## 你家电子坐便器选对了吗？

北京市消协发布电子坐便器比较试验结果

揭私营培训行业圈钱乱象：预付款“利息”抵学费

民航行李“按斤赔”是霸王条款

“熊孩子”为玩手机游戏偷刷母亲万元

何为3C认证？



## 京津冀消协将对共性消费问题联合发声

6月22日，京津冀消协组织协同发展第三次联席会议在河北省唐山市召开，会议就成立三地消协组织协调议事机构，建立三地消协信息共享和共同发布机制等签署备忘录。联席会上，三地消协联合呼吁京津冀银行业取消不合理的收费，推进京津冀地区银行收费服务同城化。

中消协副会长兼秘书长常宇、中国消费者报社社长朱剑桥、天津市市场和质量管理委员会副主任李荣强出席联席会议并致辞，河北省消协名誉会长、省工商局副局长陈润芝主持本次联席会议。北京市消协副会长兼秘书长杨晓军及各部室主任出席了联席会议。

京津冀消协组织协作维权机制建立于2014年6月，是三地消协响应京津冀三地协同发展的国家战略部署，更好服务三地消费者的一项重要举措。合作机制建立两年来，三地消协在消费教

育、商品和服务监督、投诉调解等多个方面进行了全方位合作，收到了很好的效果。特别是2014年7月三地消协联合致函国家发改委、工信部及三大通信运营商，最终促成京津冀移动电话长话费和漫游费全部取消。

本次联席会上，来自京津冀三地消协组织负责人分别汇报了前一阶段各地消协组织结合当地情况开展的有针对性的活动，同时就下一步三地消协组织协同发展相关问题进行了讨论，并签署合作备忘录。会议决定将协会联席会议制度化、组织化。联席会议每半年召开一次，或根据情况随时组织召开，主要负责分析三地消费动态，共同研究消费维权热点问题，相互交流经验，研讨解决办法，做到信息互通与共享。

三地消协决定，成立三地消协组织协调议事机构，以便于研究确定年度合作重点工作，全面统筹协调，推进各

项工作的落实；建立三地消费者协会信息共享机制，定期互相通报工作情况，特别是涉及三地消费者安全、健康的重大消费信息，三地消协发布消费警示、重要声明，要适时向其他各方通报。对涉及侵害三地不特定多数消费者权益的行为和事实以及三地出现的共性消费问题，三地消协将建立共同发布机制，统一发表消协观点和意见，或联合发布消费警示、提示和重要声明等维权信息，加大对三地消费者引导与指导力度。

针对三地消费者反映强烈的典型性、群体性侵害消费者权益的商品或服务问题，三地消协组织将联合开展调查，共同向社会发布调查结果，促行业规范，为相关标准的制定及完善提供借鉴。此外，三地消协还将拓展商品质量监督工作思路，尝试联合开展跨区域的商品比较试验工作，共同发布比较试验结果。

## 快递刷单，刷不出来电商信用

互联网时代，电商经济蓬勃发展，快递业成为买家与店家的桥梁。然而，近日有媒体报道，快递公司也参与网店刷单，“四通一达”的103家网点明码标价参与其中，令人大跌眼镜，同时引发了对商业信用尤其是电商信用的信任危机。

刷单现象早已有之，并不新鲜。早在几年前，就有诸如“刷单工厂”的交易平台，也在短时间内形成了少则几百、多则成千上万的刷单军。直到现在，如果以“刷单”作为关键词进行网络搜索，首先看到的多数是提供刷单服务的推广。这种行业内的“潜规则”并不是藏在黑洞里的偷摸行为，而是浮在表面上却鲜有处理的泛滥现象。如今，电子平台刷单、语音软件刷单、快递刷单等样式繁多、花样翻新，想通过“销售量”“用户评价”来判断一件商品的好坏乃至一家网店的好坏，变得越来越难。可以说，刷单现象，蓬勃的是网店口碑，削弱的是网店诚信。

毫无疑问，与传统商业模式相比，中国“互联网+”商业的发展速度之快、规模之大，已经充分显示出特有的“后发优势”。而如何保持互联网经济的健康发展、如何让互联网的共享成果最实惠地惠及老百姓，是更为关键的问题。其中，信用评价机制和信用保障机制是核心的环节。尽管有些商家存在“店里商品质量过硬，刷单为了知名度”的心理，尽管有些人认为“刷单在本质上和做广告一样，都是营销行为”，但是，这不

应该成为一个品牌值得信赖、让老百姓放心的借口。不管是线上品牌还是线下品牌，都应该遵循起码的诚信底线，让用户去评价，如此才能真正成为市场的赢家，传统商业和互联网经济都同此理。

话说回来，监管的部分缺失，或监管打击的难度，也是刷单行为依旧“猖獗”的重要原因。一方面，有一些行业如快递公司内部有了禁止参与电商平台刷单的通知，但执行力度有待评估；另一方面，一些网络电商平台也建立了号称“史上最严格”的针对刷单的监管举措，但真正的实施难度不容忽视。正如有律师表示，在没有真实消费情况下的刷单、刷评价行为，肯定涉嫌欺诈，但在举证时有很多难点。综合来看，目前针对暴露出来的刷单现象，法律上不是一片空白，平台不是无所作为，行业自身不是熟视无睹，而是面对新形式、新挑战，还需要尽快找出更多标本兼治的新办法。

“行生于己，名生于人。”一个企业既要有经济责任、法律责任，也要有社会责任、道德责任。在前不久召开的网络安全和信息化工作座谈会上，习近平总书记指出，“办网站的不能一味追求点击率，开网店的要防范假冒伪劣，做社交平台的不能成为谣言扩散器，做搜索的不能仅以给钱的多少作为排位的标准”，这对互联网从业群体和互联网经济的社会责任提出了明确要求。如此看，不管是一家网店还是一件快递商品，都应该在流通过程中闪耀出浓浓的信用之光。

理观



热点关注

P08 知假买假，  
你怎么看？

知假买假被其支持者视为群众自发参与市场监管，打击假冒伪劣的重要形式，在行政监管力量有限的背景下，是不可替代的社会共治方式。但在反对者看来，知假买假式的打假，实际上是一种群众运动式的打假，虽能在一定程度上净化市场，但也有诸多弊端，而且这种打假方式也并非不可替代。

卷首语

01 快递刷单，刷不出来电商信用

权威发布

04 你家电子坐便器选对了吗？  
06 这些衣服不要买！

本刊策划

08 知假买假，你怎么看？

热点关注

15 早教机构资质参差不齐  
缺乏统一监管

18 揭私营培训行业圈钱乱象：  
预付款“利息”抵学费

20 北京体检行业乱象调查：  
免费体检后拉人去手术

23 揭互联网金融骗局：  
打着官方旗号 承诺高息收益

25 揭秘朋友圈骗局：  
投票获奖点赞赚钱等只是诈骗套路

26 福建特大跨境电信诈骗案：  
几个电话如何骗走800多万元

28 新版旅游“黑名单”：  
让不文明者“疼痛”

消费时评

30 “儿童信息泄密门”必须一查到底

31 “有毒”的微整形，  
为何让人欲罢不能？

32 到底该不该强制用含碘盐

33 聚智堂“聚财”  
玩的是“庞氏骗局”

34 民航行李“按斤赔”是霸王条款

35 通信“真降费”须打破管制和垄断

消费提示

36 “熊孩子”为玩手机游戏  
偷刷母亲万元

37 慎选培训机构谨防消费陷阱

38 科学选配汽车安全座椅  
切实保障儿童乘车安全

40 网络购物消费四注意

41 新车真合格证被假证抢注  
真车主竟然不能上牌照

42 酒类产品标识不醒目容易被儿童误饮



## P23 打着官方旗号 承诺高息收益

近年来，随着居民家庭财富的增加，尤其是随着互联网金融的蓬勃发展，各种金融创新层出不穷，但其中也难免鱼龙混杂，导致投资人血本无归。

### 工作研究

43 洗车行业监管存在问题及对策

### 消费课堂

- 46 何为3C认证?
- 46 如何判断空调是否缺氟利昂
- 47 遮阳伞上的“UVA”和“UPF”代表啥意思?
- 47 夏天来了选购凉席请注意
- 48 选安全婴童服装 给孩子爱的呵护
- 49 选购卫生纸注意事项
- 50 老人更需精神保健品
- 52 暑期外出游玩要如何防晒?

《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。



<b>主管</b>	北京市工商行政管理局
<b>主办</b>	北京市消费者协会
<b>编委会主任</b>	王建华
<b>主编</b>	董青
<b>副主编</b>	杨晓军
<b>编委</b>	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
<b>执行主编</b>	陈音江
<b>采编部主任</b>	李君
<b>执行编辑</b>	陈亮 刘海宏 舒畅 赵丽
<b>图片摄影</b>	杨连一 杜颖
<b>美术编辑</b>	张霏霏
<b>封面题字</b>	中国社会科学院院长、党组书记、 学部主席团主席 王伟光
<b>编辑出版</b>	北京中轻热点文化传播有点公司
<b>数据支持</b>	北京金鼎影响力市场调查中心
<b>法律顾问</b>	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
<b>市消协地址</b>	北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦
<b>邮编</b>	100055
<b>咨询投诉电话</b>	96315
<b>邮箱</b>	bjxiaoxie@sina.com
<b>编辑部地址</b>	北京市海淀区西三环北路72号 世纪经贸大厦B座2702室
<b>邮编</b>	100037
<b>电话</b>	010-88820877
<b>网址</b>	http://www.bjxf315.com
<b>邮箱</b>	bjxfz315@126.com

2016.06 第3期 (总第48期)  
京内资准字2015—L0060号

内部资料 免费交流

## 你家电子坐便器选对了吗？

### 北京市消协发布电子坐便器比较试验结果

电子坐便器（或称智能马桶盖）是近年来逐渐流行的改善型卫浴电器产品。2015年初，由于国人在日本抢购电子坐便器事件的持续发酵，其社会关注度大幅提高，行业规模一改近十年来缓慢增长的态势，在2015年呈现出爆炸式增长，预计目前国内电子坐便器生产企业已经超过100家。

为了解电子坐便器产品的真实质量状况，科学指导引导消费，促进行业健康发展，北京市消费者协会近期对北京市场销售的部分电子坐便器产品开展了比较试验。

#### 一、测试结果

经测试，3个样品接地指标有严重的安全隐患，5个样品未使用达标的阻燃材料，3个样品输入功率和电流明示与实测差距大，2个样品使用说明有缺失，此外，明示具有抗菌功能的7个样品全部达到抗菌要求，明示有喷嘴自清洁功能的5个样品经测试1个样品试验后有残留。

接地措施指标不符合GB 4706.1-2005的三个样品是：

序号	型号	标称品牌	产品名称	标称生产/经销企业
1	MP805	MOPO 摩普	智能座便洁身器	深圳市摩普卫浴有限公司
2	TB-218ZA	Tejler 特洁尔	智能坐便器	浙江特洁尔智能洁具有限公司
3	FDB696	FLORY 乐瑞	智能坐便器	上海复荣环境科技有限公司



#### 二、质量及性能评价

经整理，北京市消费者协会对17个样品进行了质量和性能的评价（3个存在接地安全隐患的样品不予评价）：

排序	名称	标称生产/经销企业	标称品牌	标称型号	总分	购买价格（元）
1	温水冲洗电子坐便器	东陶（上海）有限公司	TOTO东陶	TCF6531CS #WC	97	3800
2	智能电子盖板格韵系列	江门骊住美标卫生洁具五金制造有限公司	American Standard	CF-7131.000.04	91	2000
3	电子坐便盖	松下电化住宅设备机器（杭州）有限公司	Panasonic 松下	DL-EH10CWS	91	2225
4	个人卫生器具	上海科勒电子科技有限公司	KOHLER科勒	K-4772T	88	2199
5	智能坐便器	浙江怡和卫浴有限公司	IKAHE怡君家和	BH3-F1D603	87	1899
6	电子坐便器	九牧厨卫股份有限公司	JOMOO九牧	D1027D	85	1688
7	电子坐便器	佛山东鹏洁具股份有限公司	DONGPENG 东鹏	ZGW1300-G109	85	1498
8	智能坐便器	浙江星星便洁宝有限公司	BJB便洁宝	BF503GL	85	1399
9	智能温水洗净便座	惠达卫浴股份有限公司	HUIDR惠达	HDH1101G	84	1800

10	一体式电子坐便器	广东雄烽电子科技有限公司	卡勒维	XF.B802	82	4288
11	智能坐便器	佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司	ARROW箭牌	AK1002	82	2700
12	智能便座	宁波舜洁卫生器具有限公司	舜洁	ZJ-BS809	80	999
13	智能坐便器	深圳市钛谷科技有限公司	Taka钛谷科技	K6	79	1980
14	智多星0系列	上海维卫电子洁具有限公司	Vivi维卫	VA-1003T058	74	2999
15	智能温水便座	西安三花良治电器有限公司	洗之朗	R2275	69	1699
16	洁身器	中国北京七洗伟业科技有限公司	七洗	QX-007	61	950
17	电脑洁身器	韩国现代综合商事株式会社 宁波舜洁卫生器具有限公司	HYUNDAI现代	HD-BS58B	55	1200

### 三、什么是消协组织开展的比较试验

“比较试验”是消协组织通过各类市场或销售渠道，模拟消费者购买商品或服务，并参照相关标准或专业测试方法，从消费者关注与实用角度，用公正的评价程序对同类商品或服务进行分析、对比，向消费者提供消费信息和咨询服务，促进消费者更好地享有知情权和自主选择权的一项工作。

### 四、试验样品及来源

本次比较试验样品由北京市消协工作人员以普通消费者的身份从市场实体店及网络购物渠道购买，涉及北京、上海、河北、山西、江苏、浙江、广东等省市的19个企业生产或经销的20个品牌，样品售价主要集中在1000至3000元之间，是消费者选购电子坐便器的主要价格区间，其中快热式样品7个，贮热式样品13个。

### 五、试验标准及项目

本次比较试验委托国家家用电器质量监督检验中心，依据GB4706.1-2005《家用和类似用途电器的安全第一部分：通用要求》、GB4706.53-2008《家用和类似用途电器的安全座便器的特殊要求》、GB/T23131-2008《电子座便器》、GB21551.2-2010《家用和类似用途电器的抗菌、除菌、净化功能抗菌材料的特殊要求》等标准对样品的标志和说明、对触及带电部件的防护、输入功率和电流、结构、内部布线、电源连接和外部软线、接地措施、耐热和耐燃、清洁率、整机耗电量、流量特性、抗菌率指标进行测试。测试结果仅对样品购买的样品负责。

此外，北京市消费者协会还根据电子坐便器的使用特性，制定测试对比方法对样品的日耗电量、出水口温差、电脑版密封、内部结构和布线进行了测试评价。

### 小知识

1、电子坐便器是指安装在陶瓷或塑料等坐便器座上的由电子电路控制的包括用于清洗人体臀部等冲洗在内的器具。该器具至少具有人体臀部和女性下体的温水冲洗功能，可相应增加臀部干燥、坐垫加热以及环境除臭等辅助功能。

2、电子坐便器电气安全方面有国家强制标准，产品性能方面没有强制性国家标准，目前市场上电子坐便器产品执行标准混乱，有的产品说明中只标注安全标准GB4706.1。

3、我会对电子坐便器出水口出水1分钟温差和日耗电量进行了测试，测试结果表明，贮热式产品（带水箱）温差在10度左右，日耗电量较高；即热式产品温差在3度之内，日耗电量较低。消费者在实际使用中，快热式产品比贮热式产品体验更佳，但快热式产品对连接的电源要求较高，且同品牌价格远高于贮热式产品，性价比相对较差。

## 这些衣服不要买!

### 北京市工商局通报史蒂芬劳·尼治等服装不合格

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服装类商品进行了抽检。抽检结果显示标称“史蒂芬劳·尼治”、“LIU JO”、“ROYAL PARTY”等品牌的服装商品存在不合格相关标准的问题，涉及的主要问题为服装的纤维含量、染色牢度、产品使用说明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我局将依法予以查处。公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应按照相关法律法规的要求主动采取措施，保护消费者合法权益。

#### 消费提示

##### 一、标识

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。

##### 四、选购提示

消费者在选择服装等纺织类商品时，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造者名称、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。

流通领域商品质量抽检不合格商品名单

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	女士上衣	经销商: 古驰(中国)贸易有限公司	"GUCCI 古驰"	S	360379 XR068 6054	起毛起球
2	男士针织衫	经销商: 北京耀莱服盛贸易有限公司	克莱利亚尼Corneliani	50 (175/88A)	5815024/G596/20	产品使用说明、纤维含量
3	女装上衣	代理商: 连卡佛百货商贸(上海)有限公司	EMILIO PUCCI	165/84A 40	56RM20-56681	耐干摩擦色牢度
4	女装羽绒服	代理商: 连卡佛百货商贸(上海)有限公司	MONCLER	165/84A 2	46422-00-57665	充绒量偏差
5	羽绒服(LIGHT NYLON.NEALIA)	销售商: 上海希奥睿国际贸易有限公司	Theory	P (160/80Y)	F0807408	充绒量偏差
6	加厚外套	进口商: 睿修(上海)贸易有限公司	"Stefano Ricci 史蒂芬劳 尼治"	50	152MK606051R31	产品使用说明、纤维含量、 耐干摩擦色牢度
7	心韵-短袖套装	湖州翔顺工贸有限公司	图形	"上衣: 165/88A 裤子: 165/72A"	XSHL 13XL002B	纤维含量
8	羽绒服	国内经销: 北京龙翔华恒商贸有限公司	DIANE VON FURSTENBERG	165/84A	QL3J002	纤维含量、羽绒品类
9	羽绒服	经销商: 凯纳尔国际贸易(上海)有限公司	ARMANI COLLEZIONI	170/92A	R55M2185060142	纤维含量
10	针织衫	经销商: 凯纳尔国际贸易(上海)有限公司	ARMANI COLLEZIONI	175/96A	R55T1185180150	纤维含量
11	毛衣	总经销: 上海润锦服饰有限公司	Calvin Klein	175/96A (M)	1O7 M82699 C	耐干摩擦色牢度
12	毛衣	总经销: 上海润锦服饰有限公司	Calvin Klein	175/96A (M)	5HO M82734 C	起毛起球
13	上衣	总经销: 上海润欣时装有限公司	LIU JO	165/80A	P65115 T1529	耐水、耐酸汗渍、耐碱汗渍 色牢度
14	男士针织衫	销售商: 伯尔鲁帝(上海)商贸有限公司	"Berluti Paris"	50A 175/88A	70375	产品使用说明、纤维含量
15	女式羽绒服	"进口商: 爱马仕(上海)商贸有限公司 经销商: 爱马仕(上海)商贸有限公司/ 爱马仕(上海)贸易有限公司"	Hermès	175/96A	700125E 01 XL	羽绒品类
16	女装羽绒服	代理商: 俊思(上海)商业有限公司	DKNY	155/80A (P)	QDN35534A4F4	充绒量允许偏差
17	女装羽绒服	代理商: 俊思(上海)商业有限公司	DKNY	155/80A (P)	QDN35574BYBF4	纤维含量、充绒量允许偏差
18	羽绒服	中国区域代理商: 北京巴比龙科工贸公司	SLVR	165/84Y	S05-Z02144-S	充绒量允许偏差
19	羽绒服	中国区域代理商: 北京巴比龙科工贸公司	SLVR	180/100A	S02-054640-M	纤维含量、充绒量允许偏差
20	女式羽绒服	经销商: 广派商业(上海)有限公司	ROYAL PARTY	155/72A 38	RPYDJ2340219A	纤维含量、羽绒鉴别、 充绒量允许偏差
21	FFX男装连帽外套	经销商: 广派商业(上海)有限公司	fingercroxx	M	FFXHJSW7300XX	充绒量允许偏差
22	羽绒服	蒂凡黎国际贸易(上海)有限公司	LACOSTE	170/92A 48	BH6854	纤维含量
23	薄型纤维 宽松羽绒服	深圳市凯莱服装有限公司	"L'ORFEO 奥菲欧"	160/84A	SCA5451A	充绒量允许偏差
24	针织衫	北京世星圣洪经贸有限公司	安·姬奥	160/84A	AF6KH52F0-00-84	耐干洗色牢度
25	羽绒服	北京世星圣洪经贸有限公司	安·姬奥	170/96A	AF8DG02G0-00-96	纤维含量
26	羽绒服	北京印清服装服饰有限责任公司	"SOSSE 素塞"	185/100A 54	15CO-420	充绒量允许偏差
27	男式羽绒服	代理商: 芬迪(上海)商业有限公司	FENDI(芬迪)	185/100A 52	FW0765 4LW F0QA1 52	羽绒鉴别、充绒量允许偏差
28	女式上衣	代理商: 芬迪(上海)商业有限公司	FENDI(芬迪)	160/88A 40	FS6566 W41 F0330 40	纤维含量

流通领域商品质量抽检标识不合格商品名单

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	男士针织衫	经销商: 北京耀莱服盛贸易有限公司	克莱利亚尼Corneliani	48 (105cm)	5815100/M572/01	产品使用说明
2	针织衫	经销商: 杰尼亚(中国)企业管理有限公司	杰尼亚Emenegildo Zegna	"54 105~110 110"	20152 UHK70 110 B98	产品使用说明



## 知假买假，你怎么看？

知假买假被其支持者视为群众自发参与市场监督，打击假冒伪劣的重要形式，在行政监管力量有限的背景下，是不可替代的社会共治方式。但在反对者看来，知假买假式的打假，实际上是一种群众运动式的打假，虽能在一定程度上净化市场，但也有诸多弊端，而且这种打假方式也并非不可替代。两种不同意见，依然在激烈地碰撞。本刊特摘录了部分专家、学者及有关人士的意见和观点，供大家参考。

# 知假买假符合社会公益

中国人民大学教授 刘俊海

知假买假者作为民事主体，其行为也属于民事行为，是私法行为，行使的权利只能是民事权利，属于私法权利。知假买假这一行为的“打假”，实际上是从这一行为所产生的客观社会效果来说的，而这种社会效果是包括专门打假机关、合法经营的商家、消费者、打假的商事主体、新闻媒体在内的社会公众力量团结奋斗的结果。

《消法》、《食品安全法》等法律之所以设立惩罚性赔偿制度，是因为它既可以提高维权者的维权收益，又可以打击假冒伪劣，还可增进社会公益，可谓一举三得，有助于充分激活公民勇于维权、善于维权的钉子精神，充分调动维权者挺身而出、捍卫自益与公益的内在驱动力。消费者使用惩罚性赔偿条款一般有两种情况，一种是被动维权，即消费者遭受经营者欺诈后依据惩罚性赔偿条款提出维权要求；另一种是主动维权，也就是知假买假，知假买假的行为是在惩罚性赔偿的基础上发展而来，知假买假者的自益与公益是一致的，在为自身获取利益的同时，其行为本身也有助于促进社会公平正义，有效遏制制假售假的失信行为，符合社会公益的要求。

如果知假买假者向法院提起高额惩罚性赔偿的诉求，但法院审理后认为证据不足以支持这一诉求，则相应案件受理费要由知假买假者承担，索赔额度越高，案件受理费也越高。前期“买假”的成本也同样要由知假买假者自己负担，所以知假买假的行为并非没有风险，但只要这一行为在法律框架内进行，准确定位法律角色，严格遵守法律和诚实信用原则，就应受到全社会的尊重与肯定。

## 疑假买假不应被限制。

《消法》是一部特殊的法律，它虽然属于私法体系，但却是私法中的特别法，它有很多公法色彩。

消费者和经营者不能视为完全对等的民事主体。在消费市场上，经营者拥有经济优势地位和信息优势地位，所以《消法》对消费者进行了倾斜保护，以达

到实质公平的目的。

所谓的知假买假，其实应该叫疑假买假。消费者在购买前即使收集了很多证据证明某种商品可能是假货，商家存在欺诈的可能，但消费者没有资质对商品是否为假做法律意义上的判定。判定商品是否为“假”，商家是否存在欺诈的工作，往往最后还是要由行政监管部门和法院、技术检测机构，乃至经营者自己来承担。也就是说，只有在行政监管部门和法院、技术检测机构判定商品是假货，或者判定经营者存在欺诈行为后，消费者才能真正的“知假”。在此之前，消费者一直处于“疑假”状态。不能说消费者购买了这类商品，就推定消费者事先知道这类商品是假货，所以认为消费者疑假买假不诚信的观点，是不能成立的。

相反，经营者在销售假货，欺诈消费者时，往往都宣称商品是没有问题的，不存在欺诈，但达成交易之后才露出真面目，这才是真正的出尔反尔，不诚信的表现。放着经营者不诚信不去关注，却认为消费者知假买假是不诚信行为，很荒唐。

至于说知假买假索赔是恶意抗辩，既然承认该行为有打击制假售假和欺诈行为的作用，又怎么能说是恶意的呢？相反，出售假冒伪劣，欺诈消费者，才是真正的恶意。

知假买假或者说疑假买假，是由《消法》等法律中的惩罚性赔偿条款衍生出的行为。法律本身并没有禁止这种行为。相反，最高法的司法解释《关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》，还明确了在食药领域，经营者以消费者系知假买假为由进行抗辩的，法院不予支持。这实际上是承认知假买假是合法的，那么又凭什么对它进行限制？

不可否认，一些知假买假的人为了获得利益，确实存在不当行为，如藏匿商品待其过期后进行索赔，甚至偷梁换柱后索赔，这些行为确实是违法的，但毕竟是个例。对这些违法行为，应该依法进行打击，但将其扩大化，认为所有的疑假买假都不诚信，应该进行限制，则是完全没有道理的。

## 保护知假买假 违背诚信原则

烟台大学原校长、山东大学教授 郭明瑞

保护知假买假确实能给售卖假货者以打击，有一定的合理性。但是确定一种行为是否应受保护，不能仅从其受保护有一定合理性或有一定积极意义就下定论。保护知假买假有积极意义的一面，但也有不利的、消极意义的一面，其最主要的危害就是它违背了诚实信用原则。

无论是消费者还是非消费者，其与经营者之间的交易行为都是市场行为，是受私法调整的法律行为。当事人实施法律行为要遵循私法的基本原则，这些基本原则既包括传统私法上的平等原则、私法自治原则等，也包括现代私法特别重视的诚实信用原则。通过知假买假索赔而取得利益的，显然不属于通过市场交换获取利益。诚实信用适用于私法的各个领域，具体表现很多，其中之一就是禁止反言和禁止恶意抗辩原则。知假买假而后又反悔，显然是违反禁止反言原则的。可见，知假买假后又反悔以获取利益，本身就是不讲诚信的行为，保护这类知假买假也就保护了不诚

信行为。

保护知假买假与诚信原则相悖，若公开宣扬以至鼓吹知假买假，也会损害“诚信”这一社会基本价值观念。鼓励以知假买假来打击假货，就如同鼓励“钓鱼式”执法，鼓励以刑讯逼供获取罪证，鼓励以抢赌资的方式打击赌博，其弊大于利的后果是可想而知的。

就保护知假买假以打击假货而言，该制度并不具有不可替代性。就维护市场秩序责任而言，尽管每个单位和个人都有责任，但主要责任者应当是政府管理机关。如果不论是否为消费者，只要发现贩卖假货者，就向政府管理机关举报，由管理机关对售卖假货者予以严厉处罚，更有利于维护市场秩序，净化交易环境。为鼓励人们打假的积极性，政府管理机关可以向如实举报者予以奖励。采取这种做法，既可以替代保护知假买假所能起到的积极作用，又可以避免保护知假买假所带来的道德风险和对法律原则的破坏。

## 买假索赔不符合现代法治理念

北京工商大学法学院教授 李仁玉

现代法治理论强调效果正当性和手段正当性的统一。知假买假行为虽是法律上的自力救济方式，但违反了诚实信用这一民法中的“帝王规则”，不具有道德含金量，不符合法律与道德相一致的法理要求。

现代法律对自力救济方式进行限制的原因，一方面是为了防止“以恶抑恶”救济方式的蔓延；另一方面是为了避免单个消费者势单力薄无力与经营者对抗。所以将消费者与经营者的关系由个体对抗转化为制度对抗，大力发展公力救济显得紧迫而又必要。如果保

护和鼓励知假买假，无例外地允许知假买假行为适用《消费者权益保护法》的惩罚性赔偿规则，必将导致公权与私权的错位，会激发部分消费者的“讹诈”心理，导致部分经营者采取不正当竞争手段，会形成以打假的名义破坏法治的弊端，加剧社会“以恶抑恶”，进而破坏和谐的营商环境，也不利于整个社会的发展和稳定。指望知假买假的群众运动方式遏制制假售假，不符合现代法治的理念。

# 不能说知假买假不诚信

中国政法大学教授 孙颖

在《消法》等法律中设立惩罚性赔偿条款的目的是为了保护消费者，打击欺诈行为。在设立之初，也许并未考虑到会出现职业性质的知假买假者。从1993年第一部《消法》颁布，二十多年来，没有任何一部法律法规或者司法解释对其做出过明确的表态。直到2014年1月9日最高人民法院发布了《关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》，以司法解释的形式，首次明确了对食药领域知假买假行为的支持。

最高人民法院之所以出台这样的司法解释，主要还是考虑到企业制假售假、欺诈行为还比较普遍，如果仅靠行政监管机构去查处这类不诚信行为，可能力不从心。而普通消费者可能考虑到维权成本问题而放弃维权，这时候就需要有一些人帮助公权力机关来制衡失信违法的经营者。而知假买假的行为，包括职业性质的知假买假者，虽然在主观上确实是为了获得由惩罚性赔偿而来的经济利益，但这种行为在客观上却可以起到净化市场，打击制假售假者的作用，同时也能帮助行政监管部门监管市场。司法解释正是考虑到其社会效果的积极性，才支持了知假买假行为。

虽然知假买假者在其消费者身份上有一点模糊，但实际上也很难否定其消费者身份。尽管其购买假冒伪劣商品的实际目的不是为了使用，而是以此索赔，但毕竟也不是将这些商品拿来转手销售。不能仅以购买人主观上明知所购商品为假货，就认为其不是为了生活消费。消费是由需要引起的，消费者购买商品和接受服务的目的是为了满足自己的各种需要。只要其购买商品和接受服务的目的不是为了将商品或者服务再次转手谋利，不是为了专门从事商品交易活动，其购买行为则属于生活消费。

而且，即使从法律实际操作看，对于一个拿着购物发票、小票和假冒伪劣商品，以个人身份要求赔偿的人来说，卖假者要证明他不是消费者，实际上也很困难。而诚信是要有制度前提的。在现代社会，首先

要强调的是法制诚信和经营者诚信，如果消费者在法律规定的范围内知假买假，就不能说他不诚信。

## 有奖举报未必能够取代买假索赔。

行政部门由于人手有限，行政资源有限，对市场的监管也是有限的。知假买假者对市场的监督，可以补充行政部门监管力量的不足。但同时也要看到，随着知假买假者数量增长，其集中大量举报，甚至有时候因处理结果不满意而反复申请行政复议等，占用了大量的行政资源，造成行政监管部门对他们的反感。从这一点来说，知假买假的打假方式乃至由此衍生的群体，确实像一把双刃剑。

公民向行政机关申请行政复议、举报，是现行法律制定的制度，也是法律赋予公民的权利，举报者、申请者的这些行为是合法的。虽然他们实际上是在利用法律制定的规则来达成自身的目的，但法无禁止即可为，不管是知假买假，还是申请行政复议、信息公开，都是在法律框架内的合法行为，即使知假买假者的动机是为了私利，也不能因此而反对其合法的行为。

当然，其他的激励措施，比如由政府对举报者进行奖励，来代替知假买假获得赔偿的激励方式，确实能在一定程度上解决行政资源和司法资源不足的问题，也达到了动员群众力量，社会共治的目的。

但这种办法也会有其他问题。知假买假行为是为了获得惩罚性赔偿，对企业的震慑是比较直接的，企业要考虑如果不改变自身行为，可能会有更多的人群起效仿。有奖举报制度要起到效果则有赖于监管部门的及时有效作为。假如行政监管部门接到举报，也奖励了举报者，但却因为某种干扰，没有及时有效地对被举报的企业进行处罚，那么有奖举报制度所期望的动员群众力量监管市场、实现社会共治的实际效果也无法达到。

## 职业索赔是否适用《消法》保护值得商榷

中国政法大学副教授 朱巍

“禁止反言”是英美法系中程序法上的一种原则，是证据法在诉讼中的要求，比如要求证人或者当事人在作证时，必须基于诚信原则，不能前后不一致，出尔反尔。而“禁止恶意抗辩”原则在各实体法上都有不同的体现，比如在我国消费者权益保护类法律中，一般体现在消费者和商家的合同关系，即合同不能违反诚信原则。但在现实中，存在合同签订方用故意设定好的条款作为理由进行抗辩的情况。这是滥用抗辩权的一种表现形式，也是不诚信的表现，所以要禁止恶意抗辩。

具体到一般的知假买假行为，倒并不存在所谓违反“禁止反言”“禁止恶意抗辩”原则的情况。但现在知假买假最多的都是所谓的职业打假人，知假买假实际上已经发展为一个产业，有人以此为业，甚至成立了专门的公司，以此开展业务，虽然其形式上可能是以个人的名义提出索赔要求，但实质是企业的经营行为。

当知假买假发展为一个职业甚至一个产业后，就有违《消法》的立法本意了。因为《消法》的立法本意和立法目的，是为了保护在市场上处于弱势地位的消费者的利益。而职业化的知假买假行为虽然其客观上确实有净化市场，打击假冒伪劣的作用，国家也应该鼓励，但不应该依据《消法》进行鼓励。因为这一行为目的不是为了生活消费，而是为了获得赔偿，实际上是一种经营行为。《消法》是否还应该将他们纳入保护，这是值得商榷的。

### 知假买假并非群众参与监督唯一方式。

发动群众参与打击假冒伪劣和欺诈行为，实现“群众参与、社会共治”，这是正确的市场治理方式。每个消费者都有参与市场监督的权利，有批评的权利，也有举报的权利，这都是《消法》等法律所赋予的，所以群众运动式的打假本身并没有错。

但是发动群众参与市场治理并不等于就是知假



买假。只能说，知假买假是激励群众参与的一种方式，且这种激励方式与《消法》等法律的立法理念有冲突，用《消法》保护知假买假，其实是适用错了法律，从长远来看，对消费者保护也是不利的。群众参与对市场的监督需要鼓励，但这种鼓励的机制不应该是让群众以知假买假的方式，直接从商家那里获得赔偿作为奖励。

但很显然，如果没有合理的奖励机制，就让消费者通过付出自己的时间、精力乃至财力来参与市场监督，显然是不可持续的。这就需要设计出更加合理的奖励机制。比如说政府奖励的方式，群众发现有人制假售假，或者存在欺诈行为，可以向相关行政监管部门举报，监管部门对制假售假者进行处罚后，从罚款中划出一定比例，作为对举报者的奖励。这同样也起到了鼓励消费者积极参与市场治理的目的，而又不违背《消法》的立法本意和法治精神。

同时，还可以加强个人征信体系和企业商业信誉的管理。企业被举报查实后就要扣分，扣到一定分值，产品就要下架，企业甚至就要被强制退市，直接吊销营业执照。这样的手段也可以达到儆戒经营者、保护消费者的目的。

# 支持知假买假可能得不偿失

成都市温江区法院院长 蒋剑鸣

从法律技术上分析，法律规定的获得惩罚性赔偿的主体只能是消费者。因此，如何解释和认定法律规定的“消费者”成为焦点。

关于消费者的认定，1978年国际标准化组织消费者政策委员会在日内瓦召开的第一届年会上，将“消费者”定义为“为个人目的购买或使用商品或服务的个体成员”。福建省《保护消费者合法权益条例》规定：“消费者是有偿获得商品和接受服务用于生活需要的社会成员。”江苏省《保护消费者权益条例》把消费者定义为“有偿获得商品和服务用于生活需要的单位和个人”。

据此可认为，为个人目的购买或使用商品或服务应当排除经营，而知假买假者的购买目的不是为了使用商品或服务而是为了获得高额赔偿，知假买假者的购买行为已经不是消费者的消费行为而是以盈利为目的的行为。故知假买假者不应当理解为《食品

安全法》《消费者权益保护法》立法本义上的“消费者”，也就不应当受《食品安全法》《消法》的调整获得惩罚性赔偿。

的确，在“消费者”的解释上存在不同价值取向，目前的争议也源于此。在遏制假货建构有序市场与培育诚信建构良性社会秩序之间确实存在两难选择。长远看，加强诚信体系建设才是解决假冒伪劣和欺诈行为等问题的关键。知假买假虽然在客观上确实具有正面效果，但其行为有违诚实信用原则。不能只注意目的的有效性而不顾手段的正当性。对社会而言，有违诚实信用的知假买假索赔与假冒伪劣和欺诈行为具有同样的危害。如果选择支持知假买假者获得惩罚性赔偿，市场上的假冒伪劣和欺诈行为可能会得到一定程度的遏制，但社会诚信建设会出现偏向，社会诚信体系会受到损伤，这个损失也许更大。





## 应高标准要求经营者而非消费者

中国消费者权益保护法学研究会会长 何山

围绕知假买假是否不诚信的讨论已经有很多年，但这类讨论实际上都忽视了一个问题，即知假买假不诚信其实是在用更严苛的标准来要求消费者，而不是经营者。

诚信是一个道德概念，不诚信违反的是道德而不是法律。也就是说，即使认定知假买假不诚信，它也是一个道德问题，而非法律问题。

但是知假买假的前提是有经营者在制假售假，有经营者在实施欺诈。制假售假和欺诈则不是道德问题，是被法律所禁止的，是法律问题。

显然，知假买假是否诚信的讨论，其实是在用两个不同的评价体系来评价经营者和消费者：在评价经营者时，用的是法律体系；而评价消费者时，用的是道德体系。但我们都知道，法律只是道德的底线，是最基本的道德。作为道德评价本身，其依据的道德标准高于法律。也就是说，认为“知假买假不诚信”，实际上是在用最基本的道德标准(法律)评价经营者，同时用更高的道德标准评价消费者。

这显然是不对的，因为只有当经营者制假售假的前提下，才会有知假买假的行为，制假售假是因，知假买假是果，而且相对消费者而言，经营者还拥有信

息不对称的优势地位，以及组织、财力等诸多优势，理应承担更多的责任，也应该得到更严格、更高标准的约束，而不是反过来，用更高的标准去约束消费者。

更何况，知假买假真的就不诚信、不道德吗？并非如此。知假买假的行为已经得到了最高人民法院《关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》的支持，符合法律要求。按照“法律是最低限度的道德”的观点，知假买假也是符合道德要求的。《消费者权益保护法》等法律之所以设立惩罚性赔偿条款，就是要鼓励群众参与打假。而知假买假行为，其目的是让整个消费市场更加诚信，所以知假买假者不是诚信的破坏者。恰恰相反，不诚信的不是知假买假的人，而是在市场上制假售假、欺诈消费者的经营者。

知假买假这种行为，应该是我国市场经济体制和法律体制发展的阶段性产物，也许随着市场自我净化机制和监管机制的完善，它最终会消失。但在此过程中，应该更多的用法律去约束包括经营者和消费者在内的市场主体的行为，而不是对消费者片面提出更高的道德要求。

# 早教机构资质参差不齐 缺乏统一监管

青岛的“90”后妈妈王女士最近比较烦恼，刚怀了二胎的她还带着大女儿去各种早教中心试听课程。一边是不想让孩子输在起跑线上的心理，一边是父母念叨着以后有了“二宝”孩子也有伴了，去早教中心花冤枉钱没必要。在“全面二孩”政策落地、孩子普遍精细化培养、各类早教机构层出不穷的大环境下，“早教到底要不要上、早教到底教出了什么、上到底值不值”已然成为越来越多的孩子家长关注的话题。

记者分赴北京、上海、安徽、山东、广东、四川等地走访发现，目前国内早教并未形成行业规范和国家标准，这导致机构资质参差不齐，教师没有统一资格认定考试，教学方面也缺乏规范，早教实际效果难以评估。对此，专家呼吁，早教人员资质、机构设立标准均需统一规划，其监管任务则应由政府承担。

## 早教班实际效果难评估 家长称一些早教如鸡肋

据记者了解，在北京，一般的早教机构一节45分钟左右的早教课程收费都在200元上下，一年下来学费基本都过万，对于普通的工薪家庭来说并不是一个小数目，但早教到底能带给孩子什么实际效果很难评估，一些选择上早教的家长认为，早教班的最大作用是能增进孩子与同龄人之间的交流。

“我们有一个妈妈微信群，群里每天都是分享孩子去了哪个早教中心，打了哪种自费疫苗。想法就是不能让孩子输在起跑线上，现在家长的攀比心理太重了。”

“太贵了，一次性要交一万多块钱，不就是陪着孩子玩，在



哪都能玩何必花这个冤枉钱呢！”

“如今中国的应试教育就已经让孩子特别累了，如果从这么小就带孩子学这学那的，才是捆绑孩子天性。”

## 在采访中，诸如此类的声音普遍存在

李女士给1岁多的女儿报了北京某知名早教机构的课程，谈及早教班的作用，她很直接地表示没什么作用，早教内容基本都是父母和孩子一起做游戏，这些在家里自己也可以和孩子玩。王女士对记者说，她觉得早教的目的是为了让孩子多和其他孩子接触，不怕人，能与人沟通，并不是让他学什么东西，如果能有机会多和同龄小朋友玩，就没必要去早教班。

北京的梁先生也在家附近的早教中心为3岁的儿子报了早教班，谈及早教班的作用，他表示不太清楚现在早教的目的到底是什么，他认为现在的早教大多就是让孩子去感受包括艺术在内的各种情境，如果他有大量的时间，那他会选择陪孩子一起玩耍旅游而不是去上早教。

上海的王小姐表示，孩子曾经上过两个早教班，感觉费用普遍偏高，师资良莠不齐。她认为，早教的费用和作用并不是完全成正比，大运动可以多去儿童乐园发展，倒是语言类和艺术培养需要早教。但现在好的早教报不上，不好的早教又形同鸡肋，就是去打发一下时间。

身为上海外企白领江小姐则称对早教不是很“感冒”。她说：现阶段我觉得我们陪伴孩子就够了，以后去了幼儿园周末也都有亲子活动。小朋友就应该多玩。如果未来扛不住，要跟风上早教的话，我不会让孩子上英语数学这种学习型的，会上舞蹈音乐这种娱乐型的。

而北京的刘女士和安徽合肥市民鲍女士则认为3岁以前没必要给孩子报早教班，孩子太小意义不大，不如花钱带孩子出去玩玩，长长见识，3岁以后可以根据兴趣给孩子报英语、舞蹈这种兴趣班。

同样明确表示不会把孩子送进早教机构的广东省广州市民张女士则认为，孩子的教育应顺其自然，早教机构场所、课程和上课时间均固定，过早让孩子接受这种固定的教育或许会影响孩子后期的学习兴趣。另外，对早教机构课程设置合理性的怀疑和相关部门对早教行业监管仍不完善等也是她不选择给孩子进行早教的原因。

家长对早教有种种疑虑，那么小学老师是否建议孩子上早教呢？

合肥市某小学老师李英说：经常会有一些家长问我，是否有必要给孩子请家教或参加培训，而我通常的建议是听孩子的。许多时候，尤其是当家长强迫孩子去参加一些补习班的时候，孩子内心的逆反心理会导致这样的补课效果很差，孩子越小，这种情况就越明显。另一方面，大多数补习班尤其是早教机构，会想很多花样吸引孩子前来参加培训，哄孩子高兴，但如此一来，反而对孩子的成长不利。当孩子真正进入小学开始常规课堂学习的时候，许多散漫的课堂习惯就会成为教师们头疼的焦点。

相对于家长、小学老师对早教的不信任，从业者却认为在早教机构对孩子进行早期教育的作用很大：

合肥市某知名早教中心陈老师表示，早教是多方面、综合性的教学，涵盖音乐、绘画、讲演、语言等很多方面，从听说读写等各方面帮助孩子适应社会，提前掌握必备的生活能力。开发智力的音乐，教宝宝学汉字的视频，英语的动画，普通话的语音小故事等，都属于早教范畴，早教师会根据孩子的特点，有选择性地让他对教育内容产生兴趣，养成今后学习的习惯。

青岛市南区一家早教中心老师告诉人民网记者，儿童早教

是非常必要的，由于现在独生子女玩伴少，在外体验少，平时也就是和小区内的孩子一起玩，家长出于安全考虑对孩子的玩乐有许多控制，这就约束了孩子的天性。在早教中心里，孩子通过游戏和课程，可以释放天性，并培养秩序感和专注力。

## 早教机构资质参差不齐 缺乏统一标准和监管

近年来，很多商家都注意到早教这个巨大的市场以及家长对于投资教育的热情，纷纷开发设立早教机构，很多家长在商场、游乐园、甚至孩子打疫苗的社区医院都能收到早教机构发来的宣传单。

记者了解到，自2013年起，全国开展0-3岁婴幼儿早期教育试点，北京海淀、上海、山东青岛等14地成为试点区域，相关地市也在早期教育方面做出了努力：

上海在各区县设立早教指导中心和指导点，实施对0-3岁儿童家长一年4至6次的免费早教指导服务；同时，每年组织两场大型公益教育咨询活动，帮助家长了解育儿知识和科学的教育理念；从2013年起，上海市启动了主要针对0-3岁儿童家庭的“育儿周周看”手机报信息免费推送服务，根据0-3岁儿童的周龄特点，定期推送指导信息，目前，订阅量已超过26万人。

自2013年起，青岛市制定了《0-3岁婴幼儿早期教养指导纲要》，其职责分工涉及到市教育局、市民政局、市财政局、市卫计委、市物价局、市妇联、市人社局等多个部门。其中，教育部门负责早教机构的审批注册，规定早教机构负责人原则上具备大专及以上学历，并持“双证”上岗，早教指导机构招生不得与幼儿园招生挂钩；物价部门负责制定早教机构收费管理政策，同时提供教育行政部门颁发的许可证和登记管理部门颁发的法人登记证书等有关材料，收费前按照规定将收费项目、收费标准等内容向社会公示；市内3区每年每区都会组织至少4次的公益早教，为2-3岁的幼儿免费提供指导。

但三年过去后，人民网记者在调查中发现，目前市场上的早教机构种类繁多，资质也参差不齐，并没有形成系统，家长和从业者均向记者表示，早教市场鱼龙混杂，亟待规范。

家住北京通州的刘女士对记者说，她带孩子试听过一个早教班，就是让家长配合，“让我抱着孩子走一走，抱着孩子转一转”，刘女士说，这个早教班在她试听完半年后就关门了；有家长甚至向记者表示，“有些早教机构的老师其实就是给孩子当陪玩。”

山东一家早教机构的工作人员透露，青岛大大小小的早教

中心这些年也开起来不少，而有些中心只在工商局注册，并未在教育局备案，而且有些幼儿园为了招生或者赚钱，绑定入园孩子要提前参与“小小班”或者“亲子班”等等。

有过近10年早教从业经验的资深人士钟倩认为，部分不负责任的早教机构教学成本极低，“有的甚至就在网上购买一些其他品牌流出的教案来教学。”早教工作并不是有一个铺面、请几个老师、买一套教具就可以做的，而是需要一套科学的管理体系和教育方案。钟倩表示，我国还并未形成行业规范和国家标准，这导致了各家早教机构的教师质量参差不齐，教师也没有像中小学教师一样有统一资格认定考试；由于各家机构的早教理念不同，早教教学方案也很难像中小学教育一样形成统一规范。

四川成都某高校的教师肖捷飞女士表示，在早教行业中，师资几乎都是年青女孩，很多早教机构也没有专门的教材，绘本也多是外国文化绘本，缺乏本土文化特色和规范的早教教材。“希望社会有关人士和相关部门能够重视早教，并多在社区中设置相关早教培训中心并聘请有经验的早教师。”肖捷飞说。

## 呼吁：对于民办机构的监管任务政府应该承担起来

对于早教机构规范和监管，北京市人大代表石晓访早在今年北京“两会”期间就曾建议，现在的早教机构鱼龙混杂，缺乏统一标准和监管，在放开二胎后新生儿数量增加之前，应尽快出台针对早教市场的统一标准和监管体系。石晓访呼吁政府未雨绸缪，早教问题要提前做好准备，包括人员资质、机构设置标准都得有统一的规划。不是说非得公办，应该鼓励民办，但对于民办机构的监管任务，政府应该承担起来。

“目前的早教市场还比较混乱，家长需要学习更多的早教知识，来为甄别早教机构做好准备。建议尽量选择有实力的机构，对早教从业人员的资质一定要做到心中有数。”四川省早期教育行业协会相关负责人日前在接受人民网采访时表示，该协会正积极争取政府相关部门、政策支持，逐步联合各地妇联，依托各早教机构，倡导行业展现公益之心，推广规范的公益早教；同时，协会和四川省标准化研究院正共同编写《四川早教行业规范》，下一步将进一步规范课程设置、从业人员资质等。

2013年，广东省已在全国率先成立早期教育行业协会，倡导儿童早期综合发展。广东早教业内人士指出，广东珠三角发达地区的早期教育起步早，市场活跃，至今广东工商登记在册超3000家的早教机构，九成以上分布在珠三角地区。经过

一段时间的发展，珠三角地区的早期教育产业发展已经逐渐由“小众”、“精英消费”的模式向高消费型及普惠型并存的方向转变。目前，广东早教协会正在探索一种新的管理模式——政府授权下的社会管理，在这种管理模式中，政府部门委托授权，行业协会积极作为，早教机构进行普惠性服务；协会作为政府和市场的桥梁，定期进行调研、评优活动，促进行业机构的自律和市场的有序发展。

早教协会一位负责人指出，早教是一个社会的大工程，同时还带有很强的公益性质，需要政府扶持、社会支持，特别是早教机构的身体力行，这些都有一段很长的路要走。

## 专家：早教最好的老师是父母 高质量的陪伴更重要

采访中，记者发现，很多爸爸妈妈白天都要上班，只有晚上和周末能陪宝宝，但经常因为处理一些事情使陪伴的质量大打折扣，这也是不少父母选择为孩子报早教班的一个原因。

北京某儿童发展集团创始人程淮表示，西城区针对0—3岁婴幼儿早期教育，深入152个社区，做了4000余份入户调查问卷。调查显示，每天能花60分钟陪伴孩子的母亲只占48%，超过50%的父亲每天陪伴孩子的时间不到30分钟。

青岛大学师范学院的何京玉博士、青岛李沧机关幼儿园孙艳老师均表示，如果家长有精力在生活中多给孩子一些引导，这种做法是优于早教中心的影响的。在培养孩子的学习习惯和品质方面，父母的作用才是最重要的。

北京一家知名早教机构亦提出，早教首先教育的不是孩子，而是父母本身。孩子的成长是建立在父母的自我成长之上的，因为所有教育的选择都是父母思想的体现。只有当父母能够正确认识了早教，才能意识到陪伴孩子成长才是早教的核心价值，父母的角色无人能够替代，这也是早期教育的一部分。

“陪伴不足、父母忽视同物质缺乏一样，会对孩子大脑发育产生永久性影响。”北京师范大学心理健康与教育研究所所长边玉芳认为，高质量的陪伴必须满足三点：其一，投入足够多的时间，美国皮尤研究中心的统计数据显示，家长陪孩子的“及格线”是每周21.2小时，每周亲子共处多1小时，孩子的不良行动会降低；其二，有情感的投入；其三，一起做有意义的事。因此，比上早教班更重要的是父母对于早教的认识和给孩子高质量的陪伴。每个孩子都是独一无二的，每个家庭的情况也不尽相同，家长选择早教应该尽可能结合孩子自身的情况和家庭的实际情况，同时要尽可能多的给予孩子高质量的陪伴。（人民网）

## 揭私营培训行业圈钱乱象：

# 预付款“利息”抵学费

“钱被骗了是小事，我们可以慢慢挣慢慢缓。关键是孩子马上就要高三了，我们把宝都押在这个学校了，太闹心了。”

整整两个小时，老李(应当事人要求采用化名)抽了一整盒烟。这几天，他和近百位受骗家长往返于培训机构、教育主管部门之间，身心俱疲。

上周，全国连锁的教育培训机构聚智堂突然停业，负责人涉嫌跑路。聚智堂天津校区的品牌“才智教育”的十几家培训点也全部关门大吉，人去屋空。大量交费后还没上完课甚至根本没来得及上课的学生和家长成了受害者。与一般的预付款消费产生的纠纷不同，聚智堂大量的学生动辄就有几万元、十几万元甚至更高的预交培训款无法追回，老李和他的女儿就是受害者。

### 5万元、10万元存学校，“利息”可抵学费

今年春节之后，老李带着上高二的孩子来到聚智堂天津校区咨询培训事宜。

“孩子是艺考生，也就是说从今年下半年开始到明年3月份基本上都要忙着艺术专业考试。为了保险，一般都会提前联系好文化课的培训机构。”老李告诉记者，这也是很多高考艺考生准备文化课考试的方式，“到了校区之后，他们先给孩子安排了个测试，然后就开始向我推销‘感恩免费学’套餐。”

老李说，除了与大多私营培训教育机构类似的、一对一按次付费的培训之外，聚智堂的特色就是推销人员所说的“感恩免费学”套餐。这一模式适用于所有的学生，套餐包括1万元赠送800元课时费、2万元送2000元课时费、3万元送3600元课时费等。如果一次性签5万元及以上的套餐，赠送课时费比例甚至还会达到15%，相当于家长向聚智堂缴纳不同金额的本金，按一定的利率产生利息，但是此处“利息”不是金钱，而是聚智堂推出的不同课程。学完到期后，聚智堂承诺将返还



家长本金。

“说白了，就是我们到聚智堂存钱。一年或者半年之后取出来本金，利息就是聚智堂的课程。存钱越多，送的课程量也越多。”老李说。在推销人员的再三劝导之下，老李交了5万元学费，拿到了缴费合同和收据，并约定今年暑假开始上课。

“如果孩子上课效果可以，我还打算再存10万块钱。”老李苦笑，“亏了没等到那一天。”据他了解，仅聚智堂天津贵州路校区部分家长自行统计的结果，无法退还的预交培训款已达数百万元。



## 学校、企业双重身份，加大监管难度

“现在想想，这其实都是他们设计好的陷阱。”老李懊悔不已，“存5万块钱，赠送的课也就30多节，如果你感觉还不错，肯定会继续存几万块钱甚至更多，换更多的免费课。这样就掉进他们的坑里了。”

“起初对聚智堂的收费模式也有过怀疑，隐约也想到这钱可能会被拿去放贷或者做资金运营。但后来觉得，他们的知名度还不错，孩子又马上要上高三了，就还是交了钱。”老李说，让他彻底放下心来的是聚智堂推出的“保名校”套餐：如果学生没考上约定的学校，学校承诺退还全部学费。“都说到这份儿上了，还有什么不信的？”

“其实，聚智堂这次的突然停摆，反映出整个私营教育培训行业近几年的乱象。”一位曾在国内某著名私立培训机构天津分校任校长的人士分析，“2010年开始，国内的私营教育培训行业纷纷从传统的大班大课，向私人订制的一对一精品、高端课程转型。尽管一对一的课程往往收费数百元甚至更高，

但是由于占用了大量的师资、场地，因此对机构的盈利也提出了更高的要求，由此衍生出一系列的问题。突出表现在重营销、轻教学、只签大单和长单。”

在他看来，聚智堂事件暴露出的诸多问题中，尤为恶劣的是利用家长和学生重视成绩的急切心情，以教育为名、行敛财之实。“毕竟教育和金融是两套完全不同的监管体系。而私营教育培训机构既是学校，更是企业。他们的双重身份，对于监管并不是什么好事。比如我可以先到工商部门注册教育咨询公司，再以教育咨询的名义开展培训，谁都说不出来。”

直到5月17日，“上午有媒体曝出北京校区停课的消息，家长们还存有一丝侥幸。”天津20多家校区也都贴出公告停课自查，家长才感觉大事不好。“连他们自己的老师都傻眼了，自己前一天还在正常工作，转天就失业了。据说他们也有人买了聚智堂的产品。”老李等家长按照通告上留下的“朱总”和“杨总”的电话拨了过去，根本无法接通。

“钱我不急着要，慢慢还也行。但如果因为这件事影响了孩子的复习，我真不知道咋办才好。”老李最后跟记者说。

目前，天津警方已对此事立案调查。（人民日报）

# 北京体检行业乱象调查： 免费体检后拉人去手术

调查显示，绝大部分体检七成属于医疗行为，三成商业营销。消费者在选择体检机构和套餐时，千万别听信忽悠，掏腰包之前一定要擦亮眼睛。

## 调查

40多岁的张庆先生(化名)今年想给自己的身体健康来一次“年检”，但是上网一查立马懵圈，各种体检套餐五花八门，价位从几百元到几万元的都有。他想上北京市体检中心网站上查询，可点开一看，链接的全都是商业体检网站，这让他感到无所适从。张先生不是个案，随着北京体检旺季的到来，不少人都面临这样的困惑。北京青年报记者近日对体检行业进行了深入调查。

### 乱象 1 商业体检网站为赚点击量靠吹牛

目前正是体检市场旺季，很多单位和个人都将体检安排在这个阶段，一些售卖体检卡、体检套餐的商业网站也格外活跃。为了吸引眼球、赚取点击量、招揽生意，竟然公示错误信息，在网页上自称可预约北京协和医院、天坛医院、宣武医院体检中心体检套餐，北青报记者拨打预约电话咨询时发现，他们根本不能替消费者预约到这些医院的体检。

北青报记者百度了“北京市体检中心”，其链接却是一家名叫“康康体检网”的网站，该网站显示，他们与北京协和医院、天坛医院、宣武医院等50家公立医院有合作关系，在他们的网上可以预约到上述大医院的体检，但是当点击预约时却没有出现预约页面。随后北青报记者拨打了网站预约电话，接线员的答复是，目前还买不了协和医院体检套餐，她指点，网页上带有“授权”小黄标的、有套餐价格的才可以购买。经过仔细核对才发现，这个网站上挂出的很多大医院体检套餐都

属于不可购买，除了协和医院，还包括天坛、宣武、同仁、北大六院、海军总院。而可以购买体检套餐的大都是民营体检机构。

康护网上有北京协和医院体检中心简介，但是接下来有一行小字：“很抱歉！该体检中心尚未开通预约服务，推荐您选择如下体检中心”，然后就是一大串五花八门的民营体检中心名字和图片。

另一个名叫“全民体检网”的接线员直截了当地说：“你就住在北京，那你自己去协和医院预约号啦！我们这个网站主要服务外地客户，要加收200元服务费的。”

### 乱象 2 同一检查项目价格千差万别

秦先生(化名)想在单位指定套餐中自费增加一个检查项目——碳13，这是通过呼气检查胃幽门螺旋杆菌抗体，费用是338.78元。细心的秦先生回家上网一查，立刻晕了，原来同样的碳13检查项目，不同的体检中心价格标准不一，有210元的、250元的、372元的，简直可以称得上是千差万别。

对此，北京市体检中心、北京市体检质控中心主任张静波解释，体检项目价格的制定分为公立和民营两大部分。公立医院体检中心执行的均是北京市发改委1999年非营利性医疗机构医疗服务价格，俗称“大红本”，部分公立医疗设有特需门诊，价格可以上浮2-3倍。民营体检中心执行的收费标准是备案制，多数民营体检中心的体检项目收费是市场决定的，只需在区域所属工商行政管理部门和物价管理部门备案，项目价格高低取决于市场需求，其中会包括房屋租赁、装饰装修、水电气热等运营成本，还有人员成本等。但是部分民营体检机构的价格制定会参考政府定价。

至于碳13检查，“大红本”上规定是250元，但是由于上述原因造成价格不同。



### 乱象3 公立体检“主推”豪华套餐

北青报记者对北京的体检市场进行了暗访调查，大医院体检中心信誉度高、体检手段先进，套餐种类超不过20种，但价格贵得惊人。

北青报记者调查发现，大医院体检中心的基础检查价格不高，身高、体重、内科、外科、耳鼻喉口腔科，加在一块儿也超不过80元，但如加上单项大型检查，套餐价格就像是坐上了火箭一般，直往上蹿。

PET—CT全身检查1.5万元，PET—核磁全身检查1.8万元，胶囊胃镜磁导航7200元，48种食物过敏原筛查1680元。据了解，上述这些检查项目其实都是大医院购买的大型、高端医疗设备，服务对象应该是疑难重症病患，耗材昂贵、检查费用昂贵，由于患者承受能力有限、医保报销局限等原因，使用率没有达到预期效果，于是医院就让这些高级设备“兼职”给健康人做体检。一些医院还开辟了绿色就医通道，购买8000元以上的VIP套餐，如果检查出疾病，可由体检专家进行指导，直接到相应科室挂号看病。

暗访中，北青报记者见过的最贵的一款体检套餐接近4万元，能通过基因筛查150种疾病，包括肿瘤疾病、心脑血管疾病、呼吸系统疾病、消化系统疾病、血液系统疾病、泌尿系统疾病、代谢系统疾病、免疫系统疾病等等，只有你想不到的，没有它做不到的，当然前提是您得准备足够的银子，这些检查全都没有纳入医保报销。

### 乱象4 民营体检上来先打五折

相比之下，民营体检中心服务贴心、价位也低了很多。好一点的套餐开价也就干把块钱，上来还能打五折。在民众体检中心咨询室，张大夫给抱来一个又厚又重的体检套餐目录册，里面足足有100多种套餐。北青报记者看到，每种套餐都标有两个价格，一个是市场价，一个是打折价，折扣一般都是五折左右。“那你们的体检价格到底是多少呢？”北青报记者问。张大夫说，只要你成为我们的会员，就可以享受折扣价了，会员费用是每年2000元。

据统计，2014年，北京地区体检总人次中，民营体检中心体检人次超过公立体检，占57%。业内专家分析，主要原因是价格便宜，另一方面不排除可能有不正当竞争的商业贿赂和恶意降价现象。其实百姓并没有因为价格便宜而真正受益。有的低价体检是在赔钱做，老板为了凑人气，那种情况下做体检质量能保证吗？所以，民众在选择体检时不能一味追求低价。

### 乱象5 免费体检后拉人去手术

97岁的马老先生住在燕郊的一家养老院。前些日子，旁边一家民营医院突然来送温暖，把老人接到医院体检中

心免费体检，还有小护士全程负责推着轮椅陪检。这让马老感动得不得了：“现在社会对我们老年人真是好啊！”几天之后体检结果出来了，医生通知马老的家人，老爷子需要住院手术，因为前列腺增生比较严重。这让老人家感到非常困惑，原来马老在4年前曾经在北大医院做过一次前列腺手术，当时的泌尿科专家就已经不建议手术了，因为老人年纪太大了，各方面耐受力不行，手术风险大。显然这家民营医院的免费体检纯粹就是诱饵，拉人住院手术，挣患者医药费才是真正目的。

## 热点 三甲医院病人都看不过来缘何还做体检？

调查显示，不少三甲大医院内开设了体检中心，检查项目高端、昂贵，套餐价格几千元到几万元，都是基因检测、肿瘤筛查、心血管疾病风险筛查、脑血管疾病风险筛查、微量元素检测什么的。有市民质疑，大医院每天有那么多病人都看不过来，怎么还能有精力做体检？

对此，张静波表示：“从功能定位上看，三甲医院主要功能是接待急、危、险、重的患者，处理疑难疾病。之前，有医院管理专家提出过，建议不鼓励大医院开设体检中心，因为不同级别医疗机构应该有不同的功能定位和社会责任。相信随着医改的深入和北京市卫生区域规划的不断完善，今后医疗机构的功能地位会越来越明确。”

调查显示，截至2014年年底，全市共有208家正规体检机构；健康体检总数量达到378万多人次，同比增加17%左右。从发展看，无论是公立体检机构，还是民营体检机构，机构数量和体检人次都在逐年增加，民营体检中心增长速度超过公立体检机构增长速度。由于目前法定报表并不要求上报收入数字，因此各机构收入情况不清楚。

按照平均每人每次体检费用400元计算，北京总体健康体检市场规模在16亿元人民币左右。2014年公立体检机构与民营体检机构工作量比例为43比57，以此估算，公立体检机构收入约为6.88亿元，民营体检机构约为9.12亿元。

## 关注 公立医院体检中心要不要引入民营资本？

调查显示，北京体检行业是在2003年非典以后逐渐发展壮大起来的。近几年来，政府出台了多项鼓励社会资本办医的政策，更多的非医疗专业的资本也逐渐进入医疗市场，如互联网企业、保险行业、各类风投集团、大型国企等。

民营体检市场的整合一直在进行，出现了资本市场的并购行为，如爱康国宾收购国药阳光、美年大健康整合慈铭体检。目前，美年和爱康的分店数量都已经超过了20个，形成了两强并立的局面，其他民营体检机构感到很大的竞争压力。

张静波对此表示，从体检质控中心近两年的监督工作实际来看，慈铭和爱康的竞争对于提高各自的医疗质量和服务水准，乃至规范整体体检市场行为起到了良好作用的，但如形成一家独大的局面，竞争可能被弱化，对消费者和体检市场不一定是一个好消息。

而值得关注的是，目前北京市出台了特许经营管理办法，开始尝试允许公立医疗机构引入社会资本合作办医，这意味着下一步公立医院体检中心也将引入民营资本。对于这种变化，张静波等业内专家表示，卫生部门应加强行业监管力度。

## 体检提示 普通人不要一上来就做全套项目检查

那么，普通老百姓如何合理选择体检？张静波建议，老百姓应该先做基础体检，筛查出健康问题了，再去医院做复查。

“不要一上来就做全套项目检查，包括基因、CT、核磁、PET-CT什么的，这不符合体检筛查原则，很不经济，也很浪费。消费者浪费了钱财，原本给患者使用的医疗资源也被浪费了。在个性化体检方面，一方面体检机构有责任进行合理引导设计，另一方面也有待于体检筛查后进一步决定。”

而值得关注的是，现在上百度查“北京市体检中心”，目录页面的前四五个条目点开之后，却都是民营体检机构网站或者是体检商业网站，很具有欺骗性。对此，张静波回答：“北京市体检中心是公益事业单位，牌子是专用名称，而且已经注册商标，享有专属权。我们多次包括以书面的形式，与百度相关部门协商，但至今百度方面并未给出任何答复。”

张静波强调，“由于公立医疗机构在政策上不允许进行商业广告和市场推广，因此我们的宣传不能采用竞价排名的方式。我们只能立足于医疗质量和安全这一核心要素，靠信誉、靠口碑赢得市场。”

此外，他介绍，目前北京体检网(www.bjtjw.net)已经建成上线，这是由北京市卫计委主办、北京市体检质量控制和改进中心承办的公益性体检信息管理平台。市民可以登录北京体检网了解正规体检机构的公示信息，也可以查询其质量评价的结果，从而更好地保护自己的合法权益。(北青)



## 揭互联网金融骗局： 打着官方旗号 承诺高息收益

近年来，随着居民家庭财富的增加，尤其是随着互联网金融的蓬勃发展，各种金融创新层出不穷，但其中也难免鱼龙混杂，导致投资人血本无归。记者日前探访了两起分别发生于上海、江西的涉众型经济犯罪案件，揭开新型非法集资与传销案件中的犯罪内幕，提示辨别网络诈骗的简要方法。

### 非法集资

“P2P”平台承诺高额利息收益，投资资金全入个人腰包

周期12个月，年化收益率高达59.2%，承诺保证本金，这样的理财项目是否让您动心？这是记者在一家叫做“沪易贷”的所谓“P2P”平台上看到的投资项目。2015年4月底，这家“P2P”网站所属的佰强公司因涉嫌非法吸收公共存款罪被上海警方立案侦查。

自2014年3月起，犯罪嫌疑人邢某设立了“沪易贷”网

站并将其包装成网络金融投资平台，先后发布“新型科技公司借款”“亳州股权质押循环借款”等为期1至12个月不等的投资标的，承诺到期归还本金并支付高额年息。至案发，“沪易贷”共募集资金1.9亿余元。

“实业挣得难，金融来钱快。”邢某原先涉足过建筑行业及美容连锁，经营规模已然不小，但是看到有人借互联网金融概念“日进斗金”，自己便也动了心思。邢某交代了其“P2P”的经营模式：首先是对自身的网络平台进行宣传包装，换取投资人的信任，然后以项目融资的名义发布投资标的，最后要想使高额利息能够按时偿付，必须想方设法不断吸引更多的投资人投资，才能填充前面投资人的本息。

“现在开工厂一年的盈利也就8%到15%，在12个月以内的短周期里根本不存在暴利的可能。”但是邢某为了让资金“拆东墙、补西墙”，利用三种手段展开“推广”：第一是高额诱惑，许诺理财产品周期短、回报高；第二是通过在网上进行包装宣传，塑造有实力的形象；第三是在线下利用情感交

流、送小礼物以博得老年人同情等方式拉人投资。

主办此案的上海经侦总队一支队探长林植告诉记者，警方发现尽管“沪易贷”网站上列出了大量的投资标的，但无法与现实中的真实项目相对应，“表面上投资人的钱进了项目，可实际上都进了邢某的个人账户，再由邢某自行支配。”林植表示，P2P网站作为中介应该只在撮合交易中收取服务费，但像“沪易贷”这样将资金沉淀在个人手中，就等于利用这个平台形成了“资金池”，从而涉嫌犯罪。

## 新型传销

设网络平台承诺电子币利滚利，不拉新会员无法提现

当前网络理财产品让人眼花缭乱，其中还隐藏着新型传销组织。2015年5月，江西宜春警方就立案侦查了这样一起案件：犯罪嫌疑人利用“开心复利网站”和“K币交易系统”，打着投资理财的幌子，从事非法传销活动。经群众举报，宜春经侦支队在当地发现了一名层级较高的参与者龙某，并由龙某挖出了背后在河南洛阳“操盘”的King（其在网站系统内的代号）——犯罪嫌疑人马某。

经调查发现，开心复利网首先要求加入者购买至少一份1600元的“理财产品”，然后加入者就换取到了1600个电子币以激活账户。此后，账户内每天都会自动分配给20个电子币作为收益，但要想把电子币变现获利就必须拉新人加入，然后把电子币卖给新人让其激活账户，以此循环往复。

“交入门费、拉人头发展层级、收取提成，这都是非法传销的本质特征。”宜春公安经侦支队副支队长张丹青表示，2014年10月“开心复利网”正式上线，可是仅仅1个半月之后，就开始出现电子币难以变现获利的迹象，“交易电子币必须要有新会员加入，老会员通过分红、网站奖励得到电子币，如果没有新会员加入，电子币也就无法提现。”

2015年1月，“开心复利网”由于老会员发展新会员速度缓慢导致难以为继，马某又改头换面重新开发了一个“香港钻石通讯网络科技发展有限公司K币交易系统”平台，将原先平台的电子币平移至新平台，并宣称改变了经营模式，但继续以收取会费和发展下线等方式营利。时至案发，马某已非法所得1000余万元，而加入其网络的绝大部分人都血本无归。据介绍，此案涉及全国多个省市，人数众多且互不相识，但互联网让这种新型的传销方式发展速度更快、覆盖地域更广。警方提醒，这种投资小、回报高的形式更加隐蔽，让人忽略了其非法传销的本质。

警方分析，“开心复利网”之所以会在短时间内让这么多人受骗上当，一个原因是其以四线、五线城市郊区或农村为据点，利用郊区居民及农村村民对网上信息真假难辨，金融知识缺乏及法律观念淡薄等因素，让其相信“开心复利理财”是一种合法的网上投资理财项目。

## 骗局辨识

打着官方旗号、承诺高息收益，  
促销返利诱人上当

无论是P2P理财骗局还是互联网传销组织，都具有较强的隐蔽性和诱惑性，如何防范陷阱，看好本金，抵挡住虚假利益的诱惑？

为吸引投资，这些投资项目和传销组织往往会打出冠冕堂皇的旗号。据警方介绍，很多非法集资的实施者和传销组织都会假借国家、区域或者行业的发展政策，编造或者伪造项目名称，以此来虚构“投资产品”和“发财机会”，增强迷惑性和说服力。要警惕宣传中借用的国家政策或者疑似国家政策的说法，增强辨别力。

此外，在一些非法集资的案件中，很多组织都会以境外公司的名义开展活动，宣传所谓的投资境外理财、黄金、期货等项目，有的在境外高档酒店召开“投资”推介会。为进一步增强可信度，往往还会有如下行动：收款账户会以外国人名义在境内开立，用于接收投资人的投资款；许诺高收益公司的网站注册地、服务器所在地也在境外或公司高管系外国人。为逃避监管，非法集资的有关网站和投资项目往往频繁变换，尤其是其公司网站，仔细查询可发现多数没有正式备案。而运作具体投资项目的公司，多数都没有从事金融业务的资质。

在实际运行中，理财骗局往往具有较高的诱惑性和针对性，会组织一些所谓的“促销返利”活动，例如，以个人账户或现金收取资金、现场或即时交付本金即给予部分提成、分红、利息。他们在街头、超市、商场等人群流动、聚集场所摆摊或设点发放“理财产品”广告，尤其以中老年人为主要招揽对象。

而新型的传销组织，为持续诱人上当受骗，往往打着“改革创新”经营、投资模式的幌子，比如“电子商务”“消费返利”“连锁销售”“连锁加盟”“网络游戏”“点击广告返利”“慈善事业”“爱心互助”“消费养老”“电子币买卖”等；并增设各种奖项，宣称高收益，例如静态收益、动态收益、直推奖、层推奖、对碰奖、见点奖、报单奖、小区业绩奖等。（人民日报）

# 揭秘朋友圈骗局： 投票获奖点赞赚钱等只是诈骗套路

朋友圈里常能看到，谁家宝宝又在参加某项比赛，需要帮忙投票，但这或许是一场骗局的开始，有人还因此付出了惨痛的经济损失……不少人在表达对其厌烦时，也越来越意识到网络安全的重要性。近年来，各地警方通过查处的不少案件揭露了许多形式的朋友圈骗局。

## 投票也藏假“毒链接”盗刷

近日，辽宁警方制作了一个视频，详细讲解了朋友圈投票、拉票的诈骗内幕。其中提到，目前有一些针对儿童的比赛，参与门槛低，奖品丰厚，无需拼才艺，只要一张照片和相关个人信息即可报名加入，得票靠前即可获得丰厚奖励。

记者检索“微信”“投票”“诈骗”等关键词发现，发现有不少人因参加“萌娃评选”类微信投票被骗钱。这些骗局要求报名者提供家庭真实信息，投票者先关注账号或绑定手机。

警方指出，这类活动的主办单位往往真实性成谜，而且发送奖品方式语焉不详。一旦骗子掌握到用户重要的个人信息，他们就会据此编造一些重病、车祸等圈套，实施不法行为。

有些家长为了孩子得奖还会主动选择花钱刷票，这一环节也暗藏猫腻。“即使你花再多的钱，可能永远是第二，得不到第一，因为第一的数据可以随时更改”。

而“毒链接”更是让人防不胜防。前几天，重庆市九龙坡区的张先生给朋友孩子投票，结果点击下载了某软件。很快，他的银行卡被盗刷了2万多元。

警方介绍，拉票本身不构成违法，但如果涉及奖项或者金钱利益，通过恶意刷票获取较高名次就有可能涉嫌诈骗。很多大赛主办方大都通过公众号或网址链接发布，即使有群众投诉，警方也只能封掉，而他们的真实身份和公司根本不会对外公布，换个公众号和大赛名字还可以继续行骗。

## 手动点赞赚钱小便宜别贪

今年4月，贵州省贵阳市的付先生下载了一款为商品点赞能赚钱的APP应用，点十次就能挣五块钱。但好景不长，这家名为“巨鑫科技”的公司就卷款跑路，有上百人上当受骗。

受害人徐先生说，通过朋友介绍，自己花了200元买了网络商城的会员资格。起初每天都能获得点赞返利，于是他又和朋友一起追加了不少投入，没想到过几天系统就打不开了。

记者观察到，类似这样的“点赞公司”作案在各地并不少见，花样也层出不穷。有的收取会费，拉入群中派发任务，但不久便会被移出群聊。

安徽省合肥市警方也专门总结了一类诈骗方式：不法分子冒充商家发布“点赞有奖”信息，要求参与者将姓名、电话等个人资料发至微信平台，一旦商家套取完足够的个人信息后，即以“手续费”“公证费”“保证金”等形式实施诈骗。贵阳市公安局提醒，点赞赚钱的小便宜不要贪。对于“网络兼职”，一定要谨慎，特别警惕需要事先交钱的工作。

而辽宁省工商局12315投诉举报中心早在2014年就接到类似举报。鞍山市某商城在微信平台发布一条信息：“集赞”送好礼，凡是在微信上转发商城任意经营资讯，集够10个“赞”即可在活动期间获得水杯一个。消费者小静攒够10个“赞”，持手机截屏到该商城领取水杯时，却被告知活动已因参与人数过多提前截止。最终在执法人员协调下，商家才履行了承诺。

## 转发筹善款善心真伪难辨

微信朋友圈几乎每天都会出现来自众筹平台的求助信息。今年4月，大连重度烧伤小伙尹峰在微信朋友圈引发广泛关注，两天时间，尹峰的同事和朋友发动各种社会力量为其筹集善款100万元。不过由于病情恶化，尹峰还是不幸去世，他的家人将捐款原路退回。

相比之下，也存在通过朋友圈募集的善款被滥用的情况。去年12月，广东佛山卢兆泉在朋友圈轻松筹上女儿治疗费约10万元。遗憾的是，孩子因治疗无效去世，卢兆泉用剩余善款中的1.3万元，和妻子一道去西藏为女儿“做法事”。今年春节期间，卢兆泉在朋友圈晒出马来西亚度假照，引发轩然大波。

更可恶的是有人专门以此诈骗。兰州警方表示，这类手法通常是将虚构的寻人、济困帖子发布朋友圈，引起不少人转发，帖内所留联系方式多为外地号码，打过去不是吸费电话就是电信诈骗。

同时，这类案件因为范围涵盖票务、金融、收藏等多个行业领域，犯罪对象不明确，犯罪地点甚至跨国境，打击处理难度大，财产损失难追回。公众应当对微信信息提高警惕，不轻信、不贪心、重核实。（京华）



## 福建特大跨境电信诈骗案： 几个电话如何骗走800多万元

吴金龙电信诈骗团伙案是今年最高人民法院列出的电信网络诈骗十大典型案例之一。“新华视点”记者近日深入案发地福建晋江调查发现,几通电话就能诈骗成功的背后,隐藏着组织严密、分工明确、上下游多个犯罪利益链条交织的“黑金”产业链。

### 几通电话骗走财务人员830多万元

2013年8月15日一早,福建晋江一家公司财务人员许女士接到电话,对方自称是上海市医保中心工作人员,声称许女士在上海办了医保卡,非法消费国家禁用药品1.6万元。

许女士表示自己没有在上海办过医保卡。对方提出,许女

士的身份信息可能被他人盗用,建议其报警,并将电话转到了“上海嘉定公安分局”。电话中的“公安民警”表示将帮助许女士处理这件事,并告知了分局电话,让许女士去核实。

许女士拨打114查询,该号码确实是嘉定公安分局电话。不久,许女士接到了显示为该号码的电话,对方详细询问许女士身份信息后称,有人用许女士身份信息办了一张建行卡,卡内有300多万元资金,涉嫌洗钱,需要对许女士名下的账户进行资金比对。

慌了手脚的许女士将自己开设的银行卡信息告诉对方,并根据电话提示,登录所谓的公安机关账户查询网站,很快,许女士的电脑出现黑屏。没过多久,许女士发现账户内的830多万元资金通过网上银行被转走了。

## 揭秘诈骗窝点运作模式

经调查,犯罪分子的诈骗窝点位于老挝万象偏远郊区的一处别墅,团伙成员大多是被组织者以“出国务工”为名骗来。

犯罪团伙成员蒙某2013年5月经朋友介绍加入诈骗团伙,她说:“朋友说老挝那边务工收入不错,月薪5000元加提成,最高时可以拿到十几万元,工作轻松。”

和蒙某一样被高薪诱骗到境外窝点的有10余人。据多名嫌疑人交代,有专人给她们办理护照、订好机票。

到达窝点后,蒙某等人的护照、身份证等都被收走。工作很简单:根据事先编好的剧本,拨打或接听电话。

台湾人吴金龙是诈骗窝点管理人员之一,负责在大陆地区招人、培训新人。他说,每名新人会拿到一份剧本,上面详细描述如何骗取受害者信任,新人必须反复操练台词,熟悉后才能上岗。

诈骗窝点有4组人员,分别是“发射手”“一线”“二线”和“三线”。

“发射手”通过互联网将含有“医保欠费”等诈骗信息的语音发送到受害者座机上,语音内容一般为“您的医保卡出现异常,下午四点半将强制停卡,如有疑问请拨‘9’号键”;拨9号键后,电话自动转接到“一线”。

“一线”冒充医保中心人员,告知被害人医保欠费,身份信息可能被盗用,让受害人报警并转接电话到“二线”。

“二线”冒充公安民警,详细套取被害人信息后,转给下线。

“三线”则冒充侦查队长或检察官,再次询问被害人信息,询问银行账户余额,声称被害人账号涉嫌洗钱等犯罪,需要将账户金额转入指定账号接受调查。受骗的被害人会主动转账,如

果遇到不配合或账户金额较大的,诈骗窝点会有专人联系网络黑客通过网络手段窃取账户金额。

吴金龙说:“诈骗窝点每天的收益以及每个人的成绩都张榜公示,根据诈骗所得,‘一线’‘二线’‘三线’人员分别抽取5%、4%和8%。”

据吴金龙交代,老挝的这个诈骗窝点设立于2013年5月,每天通过互联网拨打数十万条诈骗语音电话,漫天撒网,共得手200多起,金额上千万元。诈骗许女士830万元后,诈骗团伙销毁账册和数据资料,抛弃诈骗窝点,分批逃窜。

## 电信诈骗“黑金”利益链

2013年8月至2014年初,公安机关先后在厦门、漳州、海南等地抓获吴金龙等17名犯罪嫌疑人;今年年初,泉州市中级人民法院对这起案件作出终审判决,以诈骗罪判处吴金龙等人13年6个月至2年不等有期徒刑。

记者采访了解到,诈骗团伙所得的赃款绝大多数被上线管理人员和幕后老板拿走,这些人没有落网,大多数赃款仍然无法追回。

警方介绍,跨境电信诈骗后台老板、团伙骨干等处于犯罪利益链顶端的人员查处难是打击该类犯罪面临的主要难题。

破获的案件中,抓获的多是诈骗窝点的一线人员或负责给犯罪团伙取款的下游人员,即使摧毁了诈骗团伙的窝点,但上线人员继续招兵买马,仍然会卷土重来。

公安办案人员告诉记者,电信诈骗团伙用以诈骗、转账需要大量非实名制的手机卡、银行卡。以吴金龙诈骗案为例,诈骗分子诈骗许女士830万元以后,在两个小时内将账户资金拆分到下级800多个银行账户,并在台湾地区ATM机上取现。

据办案人员介绍,贩卖非实名银行卡、手机卡的犯罪团伙,利用他人遗失的身份证,甚至出钱聘用他人开卡,再出售牟利,一张银行卡200元至300元不等,一套开设网银、有U盾、绑定手机银行的银行卡、手机卡,卖到800元至1000元。

可以模拟任意号码的网络电话、伪基站是诈骗团伙实施诈骗的重要工具。据多名犯罪嫌疑人交代,有专门给诈骗团伙租赁、维持网络电话线路、外包伪基站发送诈骗短信的犯罪团伙,可以肆意模拟公检法机关办公电话,各商业银行、通信运营商、各大保险公司等客服号码,极大增强了诈骗的迷惑性。

多地公安机关负责人表示,铲除电信诈骗黑金产业要标本兼治,严惩诈骗人员的同时,堵塞银行、通信等安全漏洞,严厉打击贩卖银行卡、贩卖手机卡、违法出租网络电话通讯线路、设立伪基站等上下游犯罪利益链。(新华)

# 新版旅游“黑名单”： 让不文明者“疼痛”

近日，国家旅游局发布了《旅游不文明行为记录管理暂行办法》（以下简称《办法》），去年4月发布的《游客不文明行为记录管理暂行办法》同时停止施行。被称为新版本的旅游“黑名单”有哪些新变化？其对治理旅游市场乱象的约束力如何？

## 范围从“游客”扩展到“旅游从业者”

此次新发布的《办法》最大的变化，是适用范围由原来的仅针对游客扩展到了旅游从业人员。

根据《办法》，旅游从业人员被纳入“旅游不文明行为记录”的不文明行为有五类，包括：价格欺诈、强迫交易、欺骗诱导游客消费；侮辱、殴打、胁迫游客；不尊重旅游目的地或游客的宗教信仰、民族习惯、风俗禁忌；传播低级趣味、宣传迷信思想；国务院旅游主管部门认定的其他旅游不文明行为。

全国旅游职业教育教学指导委员会秘书长韩玉灵指出，这体现了对“不文明行为”的概念界定上的变化。从近年来曝光的负面报道来看，破坏旅游环境的不文明现象不仅局限于游客，导游诱导或强迫购物的现象十分常见，甚至还发生过导游辱骂、殴打游客的事件，因此从管理角度来讲，改善旅游环境，需要对不同人群一视同仁。

“旅游从业人员的言行举止对旅游者具有很强的示范效应，规范旅游从业者的行为将有助于提升旅游者的整体文明素

养。”中青旅控股股份有限公司质检合规部总监李广表示，旅游从业者从事的旅游经营活动直接决定了旅游者是否可以获得文明旅游、安全旅游的条件，因此将其纳入约束范围十分必要。

## 让各类旅游“顽疾”无所遁形

我国旅游业已进入高速增长的黄金时期。一方面，我国已成为世界最重要的旅游消费市场；另一方面，一些旅游不文明、管理缺失等乱象成为发展路上不可忽视的“顽疾”。

在过去的一年中，共有17名游客被列入“不文明行为记录”中，其中包括几起游客在机场、航班上闹事，攀登雕塑拍照等造成恶劣影响的事件。自去年10月起，国家旅游局先后公布了多批“旅游经营服务不良信息”，各地的不法旅行社以及违规的旅游从业人员上榜，并查处了多起情节严重的典型案例。

专家表示，此次《办法》吸收借鉴了过去积累的经验，将已有记录统一在一份“名单”中，并完善了细则和程序，让各类“顽疾”都无所遁形。“本次发布的《办法》，从适用范围、行为内容、记录程序、信息保存期限等方面进行了细化和调整。”李广介绍道。

韩玉灵指出，一年的实践，对经常出现的不良行为有了更明确的认识，在已有基础上制定的《办法》可以更准确、更规



范、更有针对性。

记者注意到,《办法》增加了“旅游不文明行为记录评审委员会”评审的程序,评审委员会由政府部门、法律专家、旅游企业、旅游者代表组成,在“不文明行为记录”形成前需通过多个主要事项的评审。此外,《办法》还对信息保存期限做了细分,将“旅游不文明行为记录”期限定为1年至5年,根据不文明行为的危害程度将期限划分为三级,并实行动态管理,相比之前有了更强的可操作性。

### “黑名单”如何化为实在的约束力

此前,对于《游客不文明行为记录管理暂行办法》的执行力度问题争议不断,一些评价认为其“没有牙齿”,起不到对不文明游客的震慑作用,不少被列入“黑名单”的游客觉得无关痛痒,对生活、出行的影响不大。此次新发布的《办法》是

否仍面临着同样的问题?

在李广看来,针对公民的处罚措施或剥夺公民基本权利的措施,必须由法律或行政法规来规定,且应有严格的立法程序要求。而目前发布的《办法》的文件性质决定了其内容不能有惩罚性质的规定,因此其更多的是起到监管旅游市场秩序的作用。

“这就需要今后完善配套措施,完善相关法律。”韩玉灵表示,对于某些恶劣的、产生较大危害的所谓不文明行为,实际上已经到了需要追究违法责任的程度,因此下一步,应进一步加强这方面的研究,多管齐下,让不文明者付出“疼痛”的成本,才能形成更强的约束力。

此外,韩玉灵还提出,旅游地相关企业可以加强与“黑名单”之间的互动,例如对于列入“黑名单”的游客,景区可以进行限制或拒绝,对于列入“黑名单”的旅游从业者可予以相应的处罚,通过多方努力使这一规定不至于成为一纸空谈。(光明日报)



井桥夕

## “儿童信息泄密门”必须一查到底

骚扰短信、诈骗电话，很多人都不胜其烦。最近，连儿童的信息都敢打包出售、公开买卖、而且“精确到户”的一则报道，令人莫名惊诧。据记者调查，只需花32000元就能买到济南市20多万条1-5岁的婴幼儿信息，顾客还可以选择买哪个区的。儿童的信息不仅仅是营销敛财的小事，更事关下一代的基本安全与整个家庭的幸福，如果连这些都得不到保障、苟且容忍，那又有什么不能放纵呢？

最核心的问题是，被泄露的儿童信息何以“精确到户”？一般的社会机构没这个本事，顶多拿到个别信息，尚不构成全面威胁。而据“信息贩子”所言，他们的信息直接来自防疫部门，更有人明确声称“我是公务员”，尽管这还有待进一步调查核实，但是倘若真有公职人员牵涉其中，实在太伤民心，影响将会十分恶劣，同时也更令人们担心类似的“儿童泄密门”会不会较为普遍地存在。

为什么说防疫部门泄密的可能性较大？这是由于出于起码信任，以及事后观察、走访与沟通的需要，家长们往往都会将孩子的姓名、年龄、特征、病状，以及家庭的住址、联系方式，和盘托出并且一一登记在册。也正是由于防疫部门属于公立机构，“国家的单位”，才能获得这份信任。如果真如“过期疫苗”“假冒奶粉”一样，再令一颗老鼠屎坏了一锅汤，恐怕是不太好向公众交代了。



因此，相关部门必须一查到底，毫不迟疑。干这行的，无利不起早，无论窃密、交易，还是转账、汇款，在现代的刑事侦查技术下，电子证据都是铁证，决不存在任何难处。能不能抓出吃里扒外一条线来，能不能查出线上的大鱼、小鱼都是些什么沐猴而冠的货色，关键就看决心大不大、手腕狠不狠、力度到不到位。每一次这样的战役，都是我们挽回公信、重塑形象的着力生长点。

社会信任的底线，不能被屡屡击破。更迫切的，需要一场彻底的反思：我们究竟会为明天的花朵，构筑一条怎样的防火墙？互联网的时代旋律下，国人安全意识、隐私观念不断强化。监管要跟得上社会心态进步的步伐，必须要看到个人的隐私与安全领域，哪怕存在些小的疏漏，都容易触发集体的恐慌。在这方面，越是早些未雨绸缪，越是稳定人心与引导预期的成本最低、收益较大的理性之选。

## “有毒”的微整形，为何让人欲罢不能？



王传涛

“不用开刀、手术，打一针就变美”，这是微整形机构惯用的噱头。“新华视点”记者调查发现，近来，各地频发微整形美容变毁容事件，很多求美人士微整形后出现严重并发症，严重者甚至导致失明、危及生命。记者近日从广东省第二人民医院了解到，今年1—4月，该院接诊因美容失败导致严重并发症的患者平均每月达18人，比去年同期上升70%—80%。

爱美之心，人皆有之；尚美之道，千古之风。在医学技术高度发达的现在，花钱变脸已经成为许多爱美人士的选择。但是，无论是在对相关整形机构资质的审批与管理方面，还是在对整形市场的监管方面，抑或是在出现整形事故后的维权方面，都存在诸多的不完善、不健全的环节，导致当下的整形变成了一件风险度极高的事情。

具体说到微整形，因多采取皮下注射的方法，不用开刀就能实现与传统整形一样的效果，近年来深受许多爱美人士的青睐。但是，频发的毁容及影响生命健康的事已经说明，微整形的市场亟需整治和完善。整形者破了财事小，因整形而使自身健康及权益受损事大。如何抵抗“有毒”的微整形？当从以下几方面着手。

关于药品监管。相关部门需要严格按照《中华人民共和国药品管理法》和《药品生产质量管理规范》对各生产企业进行监督管理，对所有的无资质小作坊实行“零容忍”，对生产假药者依法实施重典，让其付出沉重的代价，从而形成强大的威慑力。

关于机构监管。对所有非法行医的美容机构，一旦接到公众举报或发现从事非法整形生意的，就一定要及时处罚。要不断提升违法成本，让所有美容机构严格按照经营许可证上的经营范围经营。同时，卫生与药品监管部门要和地方网信、工商、税务等部门进行信息共享，对于在微信、微博上宣传“美容针”噱头的企业，要查资质、查药品来源，并实现对药品运输过程的全跟踪。

关于对美的理解。这是一个针对广大爱美者提出来的问题。人人都有追求美的权利，但首先要辩证地看待心灵之美与外貌之美。如果必须要整形，就应该选择正规、有资质、专业化的美容医院，不能拿自己的美貌与健康当“试验品”。

最后，站在行业规范的角度讲，关于整形或整容，我国缺少较为专业的法律法规，市场上缺少统一的规范。希望相关医疗卫生和药品监管部门及时查找并弥补制度漏洞，加强立法和执法，建设整形或整容市场的合理秩序，保护所有爱美之人的合法权益。



善水（医生）

## 到底该不该强制用含碘盐

一个人每天的食盐量达到5克，就可以满足人体对碘的需求。在食盐含碘的环境下，需要关注的是高碘问题。假如你的饮食中含碘食物较多，可以尽可能地将盐放入热锅中，加热时间长一些，以此减少碘盐的摄入。

5月23日-29日是第八届国际甲状腺知识宣传周，借着宣传周，笔者也想谈谈关于“碘与甲状腺癌”这个话题。眼下，民间有这样的传说——甲状腺癌增多与食盐碘过量有关。而中国疾病预防控制中心则表态，目前没有直接证据表明食盐加碘与甲状腺癌升高现象有关。

这个表态，应该说非常严谨，但对于食盐加碘的问题，并没有直接回答。因为现在没有证据，不等于相关的推断不对，也不等于将来也没有证据，所以，担忧或在一些人的心里一直存在。

碘之于甲状腺，确实是非常重要的物质。如果没有碘，甲状腺素就无法合成；没有了甲状腺素，甲状腺的功能也就随着丧失，如同一个废物。所以，甲状腺非常害怕缺碘，一旦缺碘了，甲状腺就会拼命“自我虐待”，结果积劳成疾并导致代偿性增大，形成我们熟知的大脖子病。

由于大脖子病是机体长期缺碘导致甲状腺素的合成不足，从而出现的以甲状腺功能减退为主要问题的疾病，因此补碘是非常有意义的，不但可以用于大脖子病的治疗，更可用于大脖子病的预防。

其实，因为碘缺乏引发的甲状腺疾病并不仅限于大脖子病，在我国国家，在很长一段时间食物供给相对不足，特别是内陆地区，其饮食构成中，缺乏诸如鸡蛋、牛奶、肉类，以及紫菜、海带、海参、龙虾等含碘丰富的食品。所以，因为碘摄入不足引发的甲状腺疾病，是威胁我国居民甲状腺健康的主要问题。因此，通过碘盐的推广普及，事实上帮我们杜绝了低碘的危害，对于改善甲状腺健康确实有非常积极的意义。

但自然界永远存在这样一种规律——物极必反。甲状腺固然离不开碘，但碘多了，同样会让甲状腺吃不消。

实际上，除了大脖子病这种明确是因为缺碘引起的甲状腺疾病外，还有很多甲状腺疾病，并不需要额外补碘，有些甲状腺疾病非但不能补碘，甚至还需要限制碘的摄入。

例如，现在临床中非常常见的甲状腺结节、各种甲状腺炎、原发性甲状腺功能减低等许多疾病，其发病过程和碘代谢没有必然联系。

大量的临床研究也证实，对于这些疾病不论是补碘还是限碘，都与病情的进展没有什么联系。因此，对于这些疾病的患者，补碘没有任何意义。就人们关注的甲状腺癌而言，临床上最常见的甲状腺乳头状癌在饮食高含碘区的发病率要高于低碘地区。但另一种甲状腺滤泡癌在低碘地区的发病率又要高于高碘地区。所以，说含碘盐导致了甲状腺癌高发，目前是站不住脚的。

碘和甲状腺的关系是十分微妙的，只有保持在一个相对合理的位置，才能恰到好处，互惠互利。但由于缺碘常伴有甲减，可能会导致严重的发育不良和生长异常，因此碘预防极为重要，实施补碘方案，目前被广泛用于世界各国。

根据世界卫生组织的推荐，正常成人每日的碘需求在150微克，而我国的食用碘盐的标准是：每克加碘食用盐中保证含有20~50微克的碘，也就是说，一个人每天的食盐量达到5克，就可以满足人体对碘的需求。

在食盐含碘的环境下，我们确实需要关注的是高碘的问题。假如你的饮食中含碘食物较多，你可以尽可能地将盐放入热锅中，加热时间长一些，以此减少碘盐的摄入。因为碘的熔点比较低，在太阳的照射或热水中，都会挥发。如果有条件的话，可以到医院检查尿碘的水平，以明确自身的碘摄入情况。

## 聚智堂“聚财”玩的是“庞氏骗局”

据新京报报道，近日，中小学课外辅导机构聚智堂拖欠家长“学费”事件，警方已介入调查。聚智堂前董事长杨志，声称将以固定资产东星时尚广场变现还债，但东星时尚广场产权归属及具体还债操作仍旧扑朔迷离，家长们能否如愿拿回欠款尚不得而知。

刘某30万、王某某20万……聚智堂拖欠家长“学费”金额之巨，让人诧异。是什么样课外辅导机构，要收这么高的“学费”？原来，这是聚智堂的“吸金”手段，家长们把钱存入聚智堂之后，一年后可全数取出，根据存入金额多寡赠送相应免费课程，产生的高额利息则相当于课程费。

这哪是什么教育机构，倒更像是金融机构，教育产品只是形式，金融产品才是本质。吸收如此巨资，且没有明确投资去向，不仅涉嫌非法集资，且很像空手套白狼的庞氏骗局。只要不断有新的家长付费，聚智堂就能完成周转，可一旦投资失利或者新生缴费不足，资金链断裂，骗局就必然玩不下去。

与各类P2P平台的骗局相比，如果说聚智堂有所“创新”，也无非是假借了教育之名。“免费学”对家长而言无疑很有诱惑力，殊不知，这根本不是在购买教育服务，而是在投资，只不过投资回报不是金钱，而是免费课程。

一家教育机构干着金融机构的营生，拿着家长们的钱去搞投资去买楼，最后居然能在全中国范围内干出170所分校，年营业额“有望突破8亿元”，实在匪夷所思。一方面，很多普通家长缺乏金融常识，没有基本的辨识能力和警惕心理；另一方面，监管部门也没有发挥应有监管作用，让骗子不断坐大。

当前非法集资案件频发，不仅大多打着金融创新的旗号从而更加隐蔽，且涉及领域越来越广，农业、教育、工业，甚至养老、慈善等领域，都不乏案例。不过，无论骗子怎么花招百出，通过小恩小惠蛊惑投资的套路，其实没有变。

对此，公众要提高防范意识，监管部门更应提高打击力度，建立“防打结合、打早打小、综合施策、标本兼治”的综合治理长效机制。



舒圣祥  
(注册会计师)



徐明轩

## 民航行李“按斤赔”是霸王条款

在非空难的情况下，按照每公斤最高100元的标准赔偿，且10年没涨过，明显就是“管办合一”保护行业垄断利益。

近日，蔡先生向媒体反映称，他从上海乘飞机到天津滨海国际机场，结果托运的价值2.6亿元的两件“珐琅彩描金大碗”坏成了碎片。而航空公司称按照有关规定，只能按1公斤100元的标准赔偿。

蔡先生的瓷器是否值2.6亿元，且不论，但民航行李“按斤两”赔偿，且最高1公斤100元，却是饱受诟病的。这么明显有问题的规定，为什么没能得到纠正？

其实，民航法在法律当中是个相当冷僻的领域。普通法律人一般会知道，民航法脱胎于海商法，迥异于普通的民事法律，比如限额赔偿，法律渊源是《华沙公约》等若干个国际公约，所以对民航法敬而远之；而民航法领域人士也很少提出质疑。这就形成了卡夫卡笔下的那个永远被背对的“法律城堡”。

一般认为，民航和航海一样有着较大的风险，涉及金额巨大，所以一般适用“限额赔偿”原则。这可以理解，但“限额赔偿”不应成为单方面的霸王条款，否则就成了装神弄鬼。

1996年《民用航空法》生效，中国民航才算有法可依。其第128条规定：“国内航空运输承运人的赔偿责任限额由国务院民用航空主管部门制定”。但是，有意思的是，航空总局却长达10年没有规定行李的“限额赔偿”标准，而是由民航公司自己来规定：1公斤最多赔偿50元。这导致在《民用航空法》已明确“限额赔偿”原则的情况下，仍“无法可依”，旅客只能被动接受民航公司提出来的赔偿标准。直到2006年，国家民航总局颁布了《国内航空运输承运人赔偿责任限额规定》，其中规定，托运行李1公斤最高赔偿100元，也就是现在适用的标准。

但是，哪怕认可“限额赔偿”的原则，现行的赔偿机制也是有很大问题的。第一，《民用航空法》第132条规定：经证明，如果损失是由于承运人“故意或者明知可能造成损失而轻率地作为造成的”，不适用前述的“限额赔偿”，但因为信息不对称，几乎没有旅客可以“证明”。第二，早在2005年，全国人大常委会批准了《蒙特利尔公约》，其中规定，对于行李损失的，赔偿责任以每名旅客1000特别提款权（约10900元）为限，这个国际公约的赔偿标准高于民航总局，却从来没有得到适用。

航空业有固有的巨大风险，需要利用“限额赔偿”来规避风险，这可以理解。但在非空难的情况下，对于行李损坏，航空公司显然有能力赔偿，但民航方面还是规定了每公斤最高100元的赔偿标准，且10年没涨过，明显就是“管办合一”保护行业垄断利益，损害了消费者的正当权利。

## 通信“真降费”须打破管制和垄断



于平

现在许多人都在呼吁开发民间资本进入电信业，但实际上，即便有民营运营商进来，但如果继续对携号转网进行行政管制，民营运营商也很难在市场上立足。

运营商“提速降费”已一周年。新京报记者近日了解到，移动、联通、电信三大运营商均交出了“提速降费”成绩单，并宣布实施“提速降费”新方案。

对于之前一轮的“提速降费”，运营商和工信部都说效果显著，据说给消费者省下400亿，但用户并不买账，纷纷抱怨“提速降费”感觉不明显。这也难怪，400亿摊每个用户头上，不过每月省下2块6，买块面包都不够。

现在“提速降费”方案又提了出来，效果依然不乐观，据悉，今年三大运营商的新方案更加聚焦于提速，而不再叫板价格。再联系之前工信部“干预迅速降漫游费与市场经济不符”的表态，我们大致可以判断，靠行政干预去促使运营商降费，基本已走到了头。

这样的结果其实也在意料之中，任何一种商品费用的降低，都要靠市场主体充分的竞争，但在通信业高度的行政管制以及垄断经营，妨碍这种竞争的形成。甚至我们目前的不少通信改革的方案不仅没有回归市场，反而强化垄断。

2014年，为了改变通信基础设施的重复建设，铁塔公司宣告成立。但铁塔公司的建立，不仅没有降低运营商的基建成本，反而形成新的垄断。今年3月电信总裁兼首席运营官杨杰就表示，中国电信支付给铁塔公司的租赁费用，比自己运营和维护铁塔费用高出了20%。高出的钱怎么办，还不得摊入运营商的成本，最终由消费者承担，这无疑加大了降费的难度。

在三大运营商中，移动的收费最贵。2015年，移动的营运收入1775亿，比电信、联通的总和还要高出300亿，利润239亿，是另外两家的四倍多。按理说，移动的降费潜力最大，但实际上，由于移动一家独大，导致降费的积极性并不高。

这与不当的行政管制有很大关系。按照国际通行经验，要想扶持弱小运营商与强势运营商展开竞争，放开携号转网是必由之路。但在我国，携号转网并未完全放开，少数地区虽然进行了试点，但由于运营商设置各种隐性门槛，导致办理携号转网非常之难。

现在许多人都在呼吁开放民间资本进入电信业，但实际上，即便有民营运营商进来，但如果继续对携号转网进行行政管制，民营运营商也很难在市场上立足。而即便没有民营运营商的加入，全面放开携号转网，让携号转网像证券转户那么容易，那自然会促进运营商之间的竞争，给消费者带来实惠。

通信业市场化改革喊了很多年，但实际上雷声大、雨点小，虚拟运营商作为民间资本进入通信业的试验，开场时喧嚣热闹，如今进退维谷，自身生存尚且艰难，何谈推动降费？国企去行政化一直被强调，但三大运营商的高管仍如行政官员般实行轮调，高管面对的竞争对手变成了自己曾经手下的公司，价格战如何真打？

通信“真降费”须打破管制和垄断，国外的经验都表明，只要是在公平和充分的竞争环境之下，弱小的竞争者也能去逐步蚕食巨头的市场，并把巨头拉入到竞争中来。所以，相关部门还是别在“提速降费”的成绩单上下工夫了，拿出几样实实在在的市场化改革措施才是正经事。

## “熊孩子”为玩手机游戏 偷刷母亲万元

### 【事发经过】

日前，河北邯郸的张女士来到北京市海淀区消费者协会四季青分会投诉反映，称其自己未成年的孩子私自用大人的手机充值玩游戏，消费高达一万余元。她发现后及时制止孩子此种行为并专程到北京投诉该手机游戏公司涉嫌教唆孩子盗取母亲的银行卡密码，要求手游公司退回充值费用。

### 【调解过程】

四季青消协分会受理投诉后，立即与被告的手游公司取得联系，调解人员告知该公司负责人张女士的投诉内容和诉求，对方称手游公司并不知道持手机玩游戏的是大人还是孩子，如果手机已经绑定了银行卡，玩游戏的人可以选择是否付费，并有扣费短信告知，并不存在教唆孩子盗取母亲银行卡密码的事情。起初手游公司表示不同意调解，认为自己是无过错方，通过调解人员的不懈努力，经与手游公司负责人反复沟通，并从社会影响、社会稳定、充分体谅一个收入不多的母亲的感受等多方面进行说服。最终手游公司与张女士达成了一致，同意退还未消费的三千六百多元充值款，让外地来京的张女士没有空手而归，张女士对四季青消协分会“解决消费者的问题就是做份内事”的工作理念表示了高度赞扬。

### 【投诉分析】

目前，多数家长和孩子已经认识到网吧的危害性，在日常生活中，也明令禁止未成年人进入网吧，一定程度上抵制了传统网游。然而近年来，随着智能手机的普及，手游市场快速崛起，一部智能手机在手，几乎能在任何时



间、任何地点上网，在这个“移动网吧”里玩游戏。手游比传统网游更容易成瘾，危害性更大更隐蔽。在放学高峰期的公交车上，随处能见到玩“手游”或者讨论“手游”的未成年学生。大量真实的案例告诉我们：对于还处于成长阶段的未成年孩子来说，玩网络手游不仅耗费大量时间，而且花费大量金钱，甚至还容易形成网瘾，进而荒废学习，影响身心发育。

海淀区消协特别提醒广大家长朋友们：一是家长在选择手游前，参看游戏评级、年龄限制等信息，一定要充分了解该游戏的权限和扣费方式，辨别游戏是否可以给孩子玩；二是避免让孩子知道家长的卡号或密码等重要金融信息，同时定期查看手机话费使用情况、账户资金变动等信息，发现异常及时处理；三是家长应该以身作则，多抽时间陪伴孩子，避免对电子产品的依赖，否则容易导致孩子也“耳濡目染”或是因为孤独无聊跟着玩；四是遇到侵权问题时，及时留存证据，与商家进行沟通协商；协商不成的，可与商家注册地的工商部门或消费维权组织取得联系，请求调解；调解不成的，可及时选择去法院起诉等其他法律途径解决。（海淀区消协）



## 慎选培训机构谨防消费陷阱

近些年，越来越多的商家盯上了教育培训这块“大蛋糕”，名目繁多的培训班广告让家长们的眼花缭乱。然而，一些培训机构利用家长望子成龙、望女成凤的愿望，不把精力放在提高教学质量上，而是瞄准家长的“钱袋子”，想方设法敛财。从青岛市工商局12315投诉举报指挥中心及青岛市消保委受理的投诉数据看，有关教育辅导、语言教育及瑜伽健身等培训类投诉热度不减。为此，青岛市消费者权益保护委员会特别提示消费者，选择培训机构要理性，做到“六核查”，以维护自身合法权益。

**一要注意核查培训主体资格和办学资质。**培训机构应具有市场监管部门颁发的营业执照或民政部门颁发的民办非企业单位登记证书。同时，需按照不同的行业获得教育、体育或人力资源社会保障等行政部门颁发的办学许可证。家长在选择培训机构时应查看相应证照，尤其要看清许可证上明示的办学地点、办学范围等内容是否与实际情况相符。

**二要注意核查培训机构师资资质和规模。**培训机构教学老师（包括外教）均应具备教师资格证或相关资格证书等，建议家长和孩子实地查看教室、教学设备、师资规模配备情况，对宣传“外教”、“一对一”培训的商家，重点核实教师资质并实际体验老师教学水平后，再办理正式入学手续。

**三要注意核查培训机构声誉。**登录全国信用信息公示系统可以查看培训机构是否被列入异常经营名录、是否有

违规被处罚记录等信息。家长还可多方打听培训机构教学质量和口碑信誉，并通过让孩子试听课程、借阅课程资料等方式，选择真正适合孩子的培训机构。

**四要注意核查合同条款。**家长在为孩子办理培训班入学手续前应对报名费、课时费、资料费、教学时间以及退费条件等内容详细了解，并签订书面合同。对合同内容仔细阅读，特别是有关消费者权益方面及退费条款，应格外留意。同时，签合同同时要有风险意识，不要仅凭商家赠送或降低课时费的利诱就一次缴纳大额学费或巨额培训费、签订超过一年以上的长期合同，进而落入非法吸收资金的陷阱。

**五要注意核查培训机构广告内容。**《广告法》明确规定，教育培训广告不得对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书，或者对教育、培训的效果做出明示或者暗示的保证性承诺。部分教育培训类机构为了吸引眼球，推出了“名校名师”“短期包会”等宣传标语，极易误导消费者。家长要注意核对广告内容，注意收集和保存培训机构派发的招生简章、宣传单等，一旦发生纠纷可以作为维权的证据。

**六要注意核查并留存消费凭证。**家长和学生交费时应该注意索要消费凭证，并注意查看收费单据是否有效凭证，凭证上收费单位与实际办学单位是否相符，防止遭遇“黑”补习班，令日后难以举证维权。出现纠纷后，及时向消保委、有关行政部门投诉、举报。（青岛市消保委）

## 科学选配汽车安全座椅 切实保障儿童乘车安全

各项研究表明，从20世纪80年代起，意外伤亡已成为儿童生命安全的主要危险因素；其中，道路交通事故是儿童伤亡的“头号杀手”。数据显示，我国每年有1.85万名儿童在交通事故中伤亡。而全球每年有超过18万的15岁以下儿童死于交通事故，数十万的儿童伤残。

很多家长认为把孩子抱在怀里，开车速度慢一些，就不会有什么危险，再说还有安全带的保护。然而这种说法真的正确吗？相关专家指出，当汽车以每小时40公里速度行驶时紧急刹车，5.5公斤重的婴儿在惯性的作用下会变成110公斤。这种情况

下，家长根本无力抱住怀中的孩子。美国交通事故统计表明，使用儿童安全座椅，可以使儿童伤害事故降低71%。另据世界卫生组织的报告显示，儿童使用安全座椅的比例提高10%，儿童受致命伤害的概率会降低35%。

随着我国加大对儿童安全座椅的立法和普及，安全座椅渐渐被大家熟知和认可。但是面对市面上琳琅满目、种类繁多的安全座椅，怎样才能选择出适合自己爱车，适合孩子的安全座椅呢？中国消费者协会提醒广大消费者：

**1. 根据儿童年龄和体重选购安全座椅。**目前，市场上安全座椅组别主要有以下组合，选购时可以参考。

- (1) 0-13kg (约出生婴儿-15个月) —— GR 0+组；
- (2) 0-18kg (约出生婴儿-4岁) —— GR 0+/I 组；
- (3) 0-25kg (约出生婴儿-7岁) —— GR 0+/I/II 组；
- (4) 9-25kg (9个月-7岁) —— GR I/II 组；
- (5) 9-36KG (9个月-12岁) —— GR I/II/III 组。

**2. 根据连接方式选购安全座椅。**目前市面上在售的儿童安全座椅大致分为儿童安全座椅安装接口和安全带固定方式两类接口连接。

儿童安全座椅安装接口也叫ISO FIX，它的全称是“International Standards Organisation FIX”，中文译为：国际标准化组织固定装置。ISOFIX即是在车辆的座椅上采用一致的固点，使儿童座椅能够方便且牢固的连



接。安全方便快捷。最初制定ISO FIX标准是因为当时市面上的儿童安全座椅的固定方式不同，有的使用斜挎肩带，有的使用腰带固定，这样造成不同的车型因为座椅、安全带、固定方式不同而导致儿童座椅的固定位置不同，结果使得座椅发挥不了应有的效果。儿童安全座椅安装接口具有显著的优点，其刚性链接强度高不易松动，安装简单；但要求车辆座椅上也必须具备ISO FIX标准接口。

安全带接口方式其实就是汽车本身的接口方式，它具有非常好的兼容性，可以与不同型号的儿童座椅或不同标准的车型使用。在国内，绝大多数车型儿童座椅采用安全带固定方式。安全带固定方式可以支持儿童座椅正方向固定（儿童座椅面向前），也可以支持反方向固定（儿童座椅面向后）两种形式。安全带接口方式的优点是通用性强，其缺点是安装相对麻烦，且容易产生误操作，安全级别低。

**3. 通过认证标志来选购儿童汽车安全座椅。**

“3C”认证全称为“强制性产品认证制度”，它是我国为保护消费者人身安全、加强产品质量管理、依照法律法规实施的一种产品合格评定制度，在经过该认证的产品上所看到的标志就是“CCC”，表示该产品已经通过安全性认证。儿童安全座椅的“3C”测试包括静态试验、动态试验、燃烧试验、毒性试验。另外也有相关国际标准认证，如欧盟、德国和美国的认证。



中国CCC认证



欧洲ECE认证



德国ADAC认证



美国ASTM认证

**4. 根据材质选购安全座椅。**安全座椅的安全性主要取决于两大方面，一是内部结构设计，二是优质材料的应用；而安全座椅的成本主要取决于材料的应用，从安全座椅的构造上来看，主要有骨架和外罩布套两部分，而骨架是承受冲击力的重要部件。

骨架一般用塑料加工而成。合格的安全座椅应当用原生的工程塑料，原生工程塑料的成本相对较高，不过其韧性较好，一旦发生意外，可以承受巨大的冲击力；而劣质的安全座椅一般是用回收塑料加工而成，回收塑料成本低，比较脆弱，韧性不足，一旦发生意外时，不但不能承受巨大的冲击力，反而可能在巨大的惯性力作用下使座椅骨架产生碎裂。这种安全座椅在关键时刻不仅不能保护儿童的乘车安全，反而很可能会加重对儿童的伤害。

安全座椅的另一个重要组成部分是布套，所有符合3C认证的布料，必须经过静态试验、动态试验、燃烧试验和毒性试验等严格的安全测试。如，燃烧试验主要是单位时间内座椅的塑料、布料等的燃烧速度不能太快，要满足GB8410-2006《汽车内饰材料的燃烧特性》标准的要求。毒性试验则是引用GB 6675-2014《玩具安全》有关元素迁移试验的标准，测试座椅是否含有重金属元素、有毒物质，如甲醛等。

**5. 购买前尽量进行试坐体验。**在购买安全座椅前，要

根据自己汽车安装接口方式，选择适合的安全座椅。除了听销售员的介绍外，要仔细阅读产品使用说明书，最好让孩子试坐。要注意，座椅安装后，椅背的高度应高出孩子的背部；头部应有保护护垫，而肩带应可以调整高度以适应儿童的成长，胸部应采用柔软的胸垫材质等。

**6. 尽量按照成长阶段匹配座椅。**市场上一些座椅宣传使用年限长，年龄跨度和身高体重的跨度很大，不少家长会认为这样的产品不错，买一个可以一直用到孩子长大。然而这种大跨度的座椅是有它的弊端的，为了同时满足不同年龄段儿童的使用，在设计上需要有所妥协和取舍，所以针对性并不强。对于经常需要带孩子出行的家长来说，还是建议按照成长阶段进行量身购买。

**7. 按照出行方式的不同选择安全座椅。**随着自驾旅行和探亲访友的家庭越来越多，高速公路成为了交通出行的必经之路。带着孩子行驶在高速公路上，选择一款安全系数高的安全座椅尤其重要。经常走高速公路的消费者可考虑给汽车配备更适合高速路行驶的安全座椅，这类安全座椅除了配备有保护骨架、安全带等模块之外，一般还会配备独立的吸能装置，一旦发生交通意外将提高对儿童的保护程度。

**8. 将座椅安装在后排位置。**由于在发生交通事故时，司机出于本能保护自己，下意识的往左打轮，所以副驾驶座往往是最危险的地方。另外，由于副驾驶设有安全气囊，一旦发生意外，安全气囊可在几毫秒内完全充满，其巨大的冲击力，会给孩子带来严重伤害。因此不建议将座椅安装在副驾驶位置上。安装在汽车后排中间位置同样也不可取，因为大部分儿童安全座椅都是用车载三点式，5点式安全带安装或是ISO FIX接口安装，而大部分车型的中间位置并没有ISO FIX接口，安全带也只是一根腹带，并不能有效固定安全座椅。

**9. 谨慎使用二手座椅。**安全无小事，只有确保座椅符合相关标准要求的条件下才能使用。由于二手座椅可能经历过碰撞和长时间的使用，容易产生部件磨损、细菌滋生等问题，对孩子的安全健康存在安全隐患。（中消协）

## 网络购物消费四注意



并借助一些比价工具对各大网站的商品进行对比，注意查看商品的技术参数和相关说明以及商品评价，避免购买到不合格商品。特别是对于降价、甩卖、清仓、最低价、打折等优惠打折的商品更要认真辨别、仔细对比，核实优惠折扣的真实性，避免被虚假打折行为所蒙骗。

互联网+代表一种新的经济形态，网上购物这种新颖的购物方式渐渐成为消费者的“新宠”，方便、快捷，得到越来越多消费者的青睐。但由于买卖双方虚拟空间交易，信息存在不对称性，消费者容易落入购物陷阱，导致利益受损。为此，湖北省消费者委员会提醒广大消费者，在网络购物时要做到四个注意：

### 一、注意电商的选择

如今网络上购物的电商平台繁多，消费者在网购时要尽量选择大型、成熟的网络购物平台及信誉度较高的卖家，并在购物前多关注网店的信誉级别和其他消费者的交易评价。另外，由于利益的驱动，许多不法分子搭建山寨网络购物平台、虚假交易，侵害消费者的合法权益，消费者在购物的过程中还要仔细查看商家的网址是否为官方网址、支付时是否通过正规的支付渠道，否则应引起警惕。

### 二、注意商品的选择

在购买商品时，要进行详细了解、比较，不要被低价迷惑而盲目下单。要注意货比三家，除比较价格外，还可以通过查看商家信誉、商品描述、商品评价等综合信息。密切关注官方发布的有关电商商品质量监测通报等信息，

### 三、注意付款的方式

消费在选择心仪的商品后，应坚持使用第三方支付平台，付款时要严格按照程序进行，不要与卖家私下约定其他交易方式，不要轻信、接受任何直接汇款至个人账户的理由及要求。同时，不要轻信商家的货到付款宣传，最好能电话联系是否可以“先验货后付款”。面对不法商家直接打银行卡、微信红包支付货款要求要果断拒绝。

### 四、注意证据的保留

消费者在购买商品的同时，不要忘了索要购买发票或收据，还应对网上商家的宣传、活动、聊天记录、订单详情提前做好截屏保留好证据，以防在购买商品后，一些不良商家私自取消订单、更改活动规则、承诺的与交付的商品不符等情况，导致损害个人的合法权益。

消费者在网购中遇到自身权益受到侵害时，可以通过电商平台、卖家以及快递公司协商处理。若协商未果，消费者应及时拨打12315向卖家或交易平台所在地工商部门或消费者组织投诉，及时维护自己合法权益。（湖北省消委会）

## 新车真合格证被假证抢注 真车主竟然不能上牌照

汽车车辆合格证被抵押，消费者购车后无法获得合格证，导致车辆不能正常上牌，令消费者非常苦恼。最近，中消协发现有的消费者买车后拿到了车辆合格证，竟然还不能挂牌上路。

有消费者来电反映，其购买某品牌家用汽车，带着相关材料去车管所上牌照，车管所工作人员告知其购买车辆的合格证已被注册上过牌照，不能再次上牌。经调查，有不法分子盗用了汽车厂家的新车信息，用伪造的合格证为不明车辆抢先注册上牌，导致汽车厂家正常销售的汽车无法登记上牌。

根据中消协掌握的情况，华晨宝马、上汽大众、上汽通用、北京现代、北京奔驰、东风日产等品牌均出现这种新车被假合格证抢先注册现象。而且，部分被套证车辆的注册信息被撤销后依然无法重新注册上牌，给消费者带来巨大损失。

中消协特别提醒消费者及有关部门：

一、消费者在购买车辆时，应选择汽车厂家授权的经销商，不要贪图小便宜，购买来路不明的汽车。购买假合格证车辆的车主，一旦事发不仅遭受经济上的损失，严重者可能会被追究刑事责任。

二、汽车厂家应加强汽车合格证的管理，做好车辆合格证在制作、保存、运输等环节的保密工作，防止信息泄露。当新车信息被不法分子利用后，汽车企业应积极协助消费者解决问题，保障通过正规渠道购买新车的消费者的合法权益。

三、车管部门应做好上牌环节的检查验证工作，严格比对车辆的实际数据、纸质合格证信息和车管所系统里的



合格证信息，防止“上错”牌照。

四、公安机关等行政部门应及时查处已发现的假合格证案件，加快案件处理力度，在打击犯罪的同时及时撤销假合格证车辆的注册信息，保障正牌车辆顺利上牌，维护消费者的合法权益。（中消协）



## 酒类产品标识不醒目容易被儿童误饮

上预调鸡尾酒比较流行，这种产品包装类似常规饮料，不仅成人饮用，很多未成年人，甚至儿童也成为其消费对象。据了解，该类产品是预先调配好，含果汁的酒精混合物，包装销售可以直接饮用，属于酒类产品，酒精度超过3%vol，高于国家标准规定的低醇啤酒酒精含量。但是，市场上如“RIO（锐澳）”等部分产品没有在醒目位置，清晰标示反映其真实属性的专用名称，外包装有关“酒”和“酒精度”等字样很小，而“果汁含量”等字样却比较明显。如果消费者不仔细辨认，特别是未成年儿童消费者，很容易把这些酒类产品当成普通饮料购买饮用。有的儿童在家长面前饮用也未被家长察觉，这类类饮料酒产品已经不时出现在未成年人出游或者聚会的场合。

针对这一现象，中消协提出如下警示：

- 1、家长或监护人及未成年消费者应该正确选择饮料类产品，不要误买酒类产品。
- 2、销售者应依法销售酒类产品。《中华人民共和国未成年人保护法》第三十七条规定，禁止向未成年人出售

烟酒，经营者应当在显著位置设置不向未成年人出售烟酒的标志；对难以判明是否已成年的，应当要求其出示身份证件。

3、预调鸡尾酒生产厂家，应更改包装，在醒目位置对商品的属性进行标示，避免误导消费者。《中华人民共和国食品安全法》第七十一条“食品和食品添加剂的标签、说明书应当清楚、明显，生产日期、保质期等事项应当显著标注，容易辨识”。另外，《食品安全国家标准预包装食品标签通则GB7718-2011》对食品名称的标示要求，“生产者应在食品标签的醒目位置，清晰地标示反映食品真实属性的专用名称”。

中消协呼吁社会各界关心儿童健康成长，为保护未成年人合法权益，类饮料酒类行业应加强自律，严格执行有关国家规定和标准，新闻媒体应正确引导青少年购买饮料产品，有关监管部门要不断完善类饮料酒类的相关规定和标准，加强监督和管理。（中消协）



# 洗车行业监管存在问题及对策

西城区大栅栏工商所、消协分会 王妍

随着私家车数量的快速增长，洗车业已经成为现代生活中一个不可或缺的行业，然而，该行业的蓬勃发展，所蕴藏的问题也挺多，比如占道经营、污染环境、严重扰民等。街头巷口、拆迁区及停车场周边出现一些无证无照经营的洗车场、即便经营资格合法的洗车店也不同程度存在超范围经营、预付卡服务纠纷等问题。因此，规范洗车行业市场监管与整治洗车乱象已刻不容缓。

## 一、高污染高能耗高水耗的产业项目实施禁限

近年来，首都经济持续较快发展，同时又面临着人口过多、交通拥堵、水资源短缺、大气污染形势严峻等问题，这些问题的深层次原因在于城市功能过多，经济体系“大而全”，部分行业高耗能、高耗水、高污染，加剧了人口资源环境矛盾。为加快发展方式转变，构建首都“高精尖”经济结构，疏解首都非核心功能定位，2014年北京市政府牵头多部门出台了制定出台《北京市新增产业的禁止和限制目录》，准入审批的限制对市场监管提出了更高的标准和要求。《目录》执行以来，诸如洗车服务、理发美容、洗染服务等行业都得到有效控制，取得了环保效益和居民生活质量的双提升。

## 二、目前洗车行业存在的问题

一是无照经营、超范围经营。《禁限目录》执行近两年来，洗车行业受到了严格的限制，禁止新增新车服务的市场主体及经营范围。汽车装饰作为一般经营项目目前可以申请，但一些经营者却借着汽车装饰的幌子从事洗车服务、维修保养等业务，根本不具备环保设施和污水纳管条件。另外，非法洗车场点更是把经营资质丢在一边，经过治理仍屡禁不止，执法人员来了他们把工具收起来，等执法人员一走他们又继续开张，跟执法部门打游击战，使监管部门陷入“整治一反弹一再整

治”的怪圈。

二是移动洗车尚处监管盲区。移动洗车作为一种全新的洗车模式，其便捷性受到车主的青睐，通过手机预约服务APP，根据提示输入自己的联系方式、停车位置、车牌号等信息后下单，就能享受上门洗车服务，看似方便快捷和节水，实际上洗车产生的污水含有化学成分，排入地下水会对环境有很大影响，看似节水实为污水，同时还面临着违规占用非机动车道以及行业管理混乱等问题。

三是产生预付卡消费纠纷问题多。在投诉受理中，经常遇到消费者反映洗车店经营者转移经营权，而后续经营者以更换老板为由不承认原先售出的预付卡，要求消费者重新充值后方可继续使用，最终使得消费者的权益难以得到保障。另外，洗车店搬家，消费者找不到经营者退卡无门的情况也时有发生。

三是影响城市环境和市民出行。一些不正规的洗车场没有净化水装置致使水到处流，给周围百姓的生活带来了诸多不便。到了冬季因便道污水结冰致路人滑倒摔伤的投诉屡见不鲜。洗车场排出的泥水、泡沫直接排入雨水管道污染水环境。有些不法商家甚至私接民用自来水、私自打井用地下水进行洗车，从而降低洗车成本。

## 三、存在问题原因分析

一是洗车行业规范标准滞后。在美国、日本、以色列等国，洗车都大量使用再生水。城区范围内的中水需求只能局限于居民区、城市绿化等途径，缺少规模化的中水消化能力，一些非法洗车店为省钱私接民用自来水，造成水资源的浪费和流失。从业人员缺乏正确的环保意识，只顾眼前经济利益，置消费者的权益于不顾的做法，最终导致洗车行业市场混乱。

二是预付卡消费成陷阱。预付卡式消费一方面有利于商家提前回笼资金、锁定客户，另一方面也让消费者获得实惠，受到消费者和经营者的双重追捧。预付式消费虽然价格便宜又



方便，但由于使用周期长，信息不对称，一旦商家出现人间蒸发，消费者预付的钱往往很难追讨回来，这是消费领域在法律及监管方面的难点。消费者在购买预付费消费卡时，大多只是与经营者达成口头上的约定，没有签书面形式的合同。日后产生消费纠纷时，消费者很难获得维权证据，证明自己的合法权益受到侵害。预付式消费陷阱主要有：办卡后经营者关门、消失；经营者更换后已办理的预付卡无法使用；办卡后经营者提供的服务与办卡前的介绍宣传、试用体验相比严重缩水等。

三是多头管理职权不清晰。洗车行业涉及到工商、水务、环保、城管等多个部门，看起来每个部门都可以管，但现实中常出现谁都不管的情况。因为各部门的权力和职责并没有十分明确而清楚界定，而且部门职责的衔接中间，往往留有某些空

当或者模糊地带，也必然地成为互相推诿扯皮的遁词。比如对无固定场所的露天洗车场，是目前市民反映较多的问题。因此必须厘清权力与职责的界限，哪个环节上出了差错，由哪个部门承担责任，应是十分清晰。相应责任落到谁的头上，并追究谁的责任。只有这样才能倒逼相关部门切实负起各自的责任，诸如无证洗车这样尤其需要各部门合力的监管，才有可能真正落到实处。

#### **四、加强洗车行业管理的对策建议**

洗车行业要得到规范，就需要科学化规范化管理。一方面要继续严控准入门槛，另一方面要加强监管，摆脱“多头管

理，谁都不管”的困局，同时要采取惩罚和奖励的双重方式，倒逼洗车行业规范起来。

（一）对《禁限目录》执行情况进行科学研判。继续加强政策的宣传引导和咨询解释工作，及时回应社会关切，积极争取社会的理解和支持，妥善处理个案问题，有效化解矛盾，营造理解首都产业政策调整、执行首都产业政策要求的社会氛围。在日常受理环节建立禁限目录执行情况登记制度，收集各类情况和舆论监测，加强对产业调控效果的研判分析。

（二）建立高风险行业的监测分析和预警机制。对社会影响大、关注度高的突出问题，及时运用准入管理、定向检查、行政告诫等方式，努力将风险事件的影响降至最低。严格落实《禁限目录》的精神做好登管衔接。摸清辖区现有洗车行业台账加强巡查，发现占道经营、环境污染等问题及时向相关部门反映。对超范围经营和预付卡纠纷问题集中的经营者纳入风险归集平台和列为重点监控区域。加大市场巡查力度，对违法经营洗车较集中的地区进行拉网式巡查，巡查中发现无照经营和超范围经营行为的及时进行查处。在依法查处违法违规从事洗车业务行为后，不断加大巡查频率，及时回头看，防止违法行为死灰复燃。对在规定的时间内不依法进行自行整改的营业业主，开展联合执法，集中整治。对拒不整改或经整改仍未达标的无证无照经营点要依法予以取缔。

（三）加强洗车行业的规范指导。完善环保整洁、节约用水、优质服务、合理收费、文明自律的行业标准。环保整洁严格遵守国家环保规定，不使用有毒害清洗用品、不乱排放油污、杜绝污水横流，防止环境污染。店面场地整洁卫生、设施配备科学、布置安全合理，工具摆放整齐有序。推广使用环保产品。节约用水提倡合理用水，科学用水，厉行节约用水。推广使用新科技节水设备。优质服务建立用户档案，定期跟踪回访，主动征求意见，提高社会满意度。合理收费公开收费价格，公示作业项目，做到收费合理公平。文明自律语言文明，生产文明，科学安全，防范事故，保障身体健康和生命安全。规范经营统一经营行为、统一行业标识、统一服务标准、统一操作规范。不违规经营，不占道经营。保证质量建立健全质量保证体系和制度，严格工艺操作规程，提高操作人员技能和水平。

平。

（四）及时发布消费提示提醒消费者慎对预付卡消费。引导树立科学、理性的消费观念，在办理预付卡消费的过程中要首选规模大、证照齐全、信誉好、经营状态佳的洗车店，并认真阅读会员细则，了解相互的权利与义务，注意收集及保存合同、发票等相关证据，一旦自身的权益受到侵害，应及时向工商部门申诉。消费者在选择自己的消费方式的时候，最好能够按照自己的实际需要选择最好选择金额小、期限短的预付费卡，减少风险。尽量选择离住所或者工作单位近的地点，方便及时掌握店铺的最新动向，谨防店家玩失踪。同时要看清洗车卡的条款内容，签订合同明确违约责任，不可轻信广告和商家的口头承诺。要注意保留相应票据，保留商家宣传的文字广告，对于商家的口头承诺最好形成书面文字予以保留，并要求对方加盖印章，以便发生争议时能够及时举证。

（五）加强部门联动齐抓共管。建立和完善由工商、城管、交通、物价、环保等部门组成的洗车行业监管联动执法机制，在立足职能职责分工的基础上，认真开展联合执法，增进沟通配合，严厉打击乱收费、超范围经营、无照经营等违法行为，严肃查处预付卡消费中的不合理格式条款。工商部门要以保护正当经营为重点，对核定经营场所内超经营范围的要责令改正，严格落实《禁限目录》做好登管衔接。不断加强规范化管理，完善适应市场经济条件下的城市洗车业规范管理机制，加大对违规洗车场点的整治力度。加大法律法规的宣传力度，充分调动广大群众的参与意识，建立健全投诉举报机制，以此加强经营者的守法自律，营造全社会齐抓共管的大环境。

（六）大力推广环保节水洗车新方式。目前除了传统用水洗车外，还有电脑洗车、无水洗车、蒸汽洗车等新型洗车技术，使用中水、循环水洗车不仅减少洗车用水量，而且从环保和节能方面都有待推广和完善。环保部门应加大宣传，对采用洗车新工艺和设备的场所给予一定的政策倾斜。还要对现有洗车场强制性地逐步进行节水、污水处理和水循环使用改造。支持企业技术创新，不断优化洗车装备与清洁技术，以便更好节约用水、保护环境。出台和完善洗车行业规范，以从业者的自律规范企业发展，引导洗车店文明经营。

## 何为3C认证?

什么叫做3C认证呢?其实,3C认证的全称为“强制性产品认证制度”,它是中国政府为保护消费者人身安全和国家安全、加强产品质量管理、依照法律法规实施的一种产品合格评定制度。所谓3C认证,就是中国强制性产品认证制度,英文名称China Compulsory Certification,英文缩写CCC。

“3C”认证从2002年5月1日(后来推迟至8月1日)起全面实施,原有的产品安全认证和进口安全质量许可制度同期废止。当前已公布

的强制性产品认证制度有《强制性产品认证管理规定》、《强制性产品认证标志管理办法》、《第一批实施强制性产品认证的产品目录》和《实施强制性产品认证有关问题的通知》。第一批列入强制性认证目录的产品包括电线电缆、开关、低压电器、电动工具、家用电器、农业轮胎、农业载重轮胎、音视频设备、信息设备、电信终端、机动车辆、医疗器械、安全防范设备等。

至今,已发布多项产品,除第一批目录外,还增加了油漆、陶瓷、

汽车产品、玩具等产品。需要注意的是,3C标志并不是质量标志,而只是一种最基础的安全认证。

3C认证主要是试图通过“统一目录,统一标准、技术法规、合格评定程序,统一认证标志,统一收费标准”等一揽子解决方案,彻底解决长期以来中国产品认证制度中出现的政出多门、重复评审、重复收费以及认证行为与执法行为不分的问题,并建立与国际规则相一致的技术法规、标准和合格评定程序,可促进贸易便利化和自由化。(北质检)

## 如何判断空调是否缺氟利昂

天气越来越炎热,空调冰箱等制冷设备的使用率大大增加,在空调和冰箱的使用中,一些消费者发现了问题。

消费者张先生近日反映,最近家里的空调制冷效果不太好。他找来维修工查找原因,和每年一样,维修工又说是缺少氟利昂的缘故造成的。张先生说,自己曾在网上查询过,空调内的氟利昂一般是封闭循环的,若没有泄漏,并不会因为使用年数增加而减少。“前年、去年我也加了氟利昂,为什么维修工还说缺少氟利昂

呢?”张先生很纳闷。

他趁维修工拿工具时,悄悄用电子秤称了装氟利昂瓶子的总重量。维修工充完氟利昂后告诉张先生共充了两公斤,一共200元钱。张先生没急着付钱,他拿来瓶子重新称重,发现只比原先轻了1公斤。在张先生的质问下,维修工不得不承认动了手脚。

那么如何判断空调是否缺氟利昂呢?消费者可检查室内机的管道接头和室外机阀门处是否有明显的漏油迹象,如果漏油明显,则表明空调存在氟利昂泄漏。

目前维修工充氟利昂时,一般不会解释采用哪种计价方式,只会报给消费者一个总价格。即使充氟利昂之前,维修工告诉消费者是按压力来收费的,消费者一般也看不懂。正因为猫腻多,所以充氟利昂的利润相当丰厚。提示消费者要小心,最好在充装之前咨询一下修理工人,对计价方式有个了解。

在选择空调维修商家时,尽量选择空调生产厂家指定的售后服务维修部,并且在维修前约定收费标准、保留收费凭证。

## 遮阳伞上的“UVA”和“UPF”代表啥意思？

近期，一些消费者咨询新买的遮阳伞吊牌上写的“UVA”和“UPF”分别代表的是什么？针对消费者关于购买遮阳伞的咨询，编辑查询资料后得知，不少遮阳伞的商标上会注明防紫外线的指数，一般都会标注UVA遮挡率。

那么什么是UVA呢？紫外线指的是电磁波谱中波长从10纳米（一纳米等于十亿分之一米）到400纳米的电磁波总称。紫外线根据波长分为长波紫外线UVA、中波紫外线UVB和短波紫外线UVC。其中UVA指的是波长介于320纳米到400纳米之间的紫外线，UVA对衣物和人体皮肤的穿透性远比中波紫外线要强，可穿透

皮肤表层，深入真皮以下组织，破坏胶原蛋白、弹性纤维组织等皮肤内部的微细结构，产生皱纹和幼纹，令皮肤松弛衰老，在医学上称之为光致老化。

在紫外线的能量分布中，UVA是UVB的15倍，是令皮肤晒黑的主要原因。它能使皮肤里结合水的透明质酸含量减少，令皮肤干燥，加速黑色素形成，使肤色变黑，同时也是引起皮肤癌的重要原因。

根据国家标准中的定义，UPF指的是“皮肤无防护时计算出的紫外线辐射平均效应与皮肤有织物防护时计算出的紫外线辐射平均效应的比值”。UPF值越高，就说明紫外线

的防护效果越好。但国家标准中纺织品的UPF值最高的标识是50+，也就是UPF>50。因为UPF大于50以后，对人体的影响完全可以忽略不计。

另外，实验结果表明，遮阳伞沾水后，其防紫外线的功能的确会降低，因此，要想保持遮阳伞的防晒效果不降低，最好别当雨伞用。北京市质量监督局纺织纤维检验所的专家也指出，质量好的遮阳伞若长期用来防雨，受雨水中的酸性和碱性物质的影响，可使涂层老化，降低伞的防晒质量。

## 夏天来了选购凉席请注意

天热了，不少消费者家中都会在床上铺张凉席。有消费者来电说上周在某批发市场购买的凉席，睡觉的时候总是感觉有一股味道飘来，想着清洗一遍再晒干应该会好一些，但在盆里冲洗凉席的时候，发现盆里有一些小肉虫子，虽然特别小，但还是能分辨出是虫子。购买的时候商家还说是凉席是用天然材质制造，不会霉变能防虫，不含防腐剂之类的。本来是想去凉席的味道，结果又发现了小虫子，消费者说心里特别别扭，想检测

一下凉席的材质和甲醛含量。

凉席上的甲醛是来自哪里呢？据了解，现在市场上销售的很多凉席都是仿藤席，这类凉席正面看上去是细细的藤编织而成，反面则是白色网状布料样东西。在制造仿藤席时会用到黏合剂，如黏合剂不好，很容易造成甲醛超标。还有厂家为防止竹凉席发霉，会把竹子浸泡在化学液体中，也会导致胶黏剂过量附着，产生甲醛超标。所以提醒消费者，选购凉席时最好先闻一下席子的气味，如果有些刺



鼻气味可能含有甲醛，购买后可进行擦洗、晾干、暴晒和通风，甲醛气味会明显降低。

## 选安全婴童服装 给孩子爱的呵护

——中消协部分婴幼儿及儿童服装商品评测报告

庭的希望和国家的未来，如何让他们健康成长、避免意外伤害受到全社会的关注。中消协在调查走访市场过程中发现，当今市场上销售的一些婴幼儿及儿童服装存在对孩子健康造成危害的安全隐患。

为引导消费者购买安全放心的婴童服装，减少不安全服装对孩子的伤害，中国消费者协会在2016年4—5月期间，对市场上销售的部分婴幼儿及儿童服装商品开展了评测活动。测试工作委托国家纺织制品技术检测检验中心参照GB31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》对服装外观和安全方面进行专业检测，样品评价工作中消协分别组织消费者、行业专家进行评议，揭示这些样品在外观和安全方面存在的问题和设计缺陷，以及可能会对孩子造成的伤害，提醒消费者如何为孩子选购到安全放心的服装。

### 一、评测样品说明

本次评测活动的服装样品均从实体店随机购买，共计40款。其中，婴幼儿服装23款，适合3岁及以下儿童；大童服装17款，适合3岁以上儿童。服装样品款式多样，有肚兜、连体服、裙子、裤子、外衣等等，购买价格从每件30元到469元不等。

### 二、专家评测结果

40款婴童服装样品经专家评



### Focus

面料柔软性和环保性应列为选购婴童服装时首要关注因素，其次是穿脱设计方便、颜色漂亮、价格、内部平整、缝合细致等方面。

测，发现存在一定的问题或安全隐患，主要表现在以下几个方面：

1. 有些婴幼儿服装样品上的附件（扣子、装饰物等）不够牢固，存在安全隐患。如在拉扯过程中附件脱落，而脱落的小附件被孩子误食后，可能引起窒息，造成严重伤害。

2. 绳带过长、背部绳带伸出或系着、婴幼儿服装的头颈部有绳带设计等问题比较突出，存在安全隐患，应引起高度关注。40件服装样品中有18款的绳带设计存在安全隐患。

因儿童善动且安全意识薄弱，童装帽子或颈部的绳带容易钩住娱乐设施，导致恶性事故，大多数此类事故发生在滑梯上。拉绳会使衣领紧紧地缠绕住脖子，导致儿童窒息。而腰部、裤脚的拉带则会钩住移动的车辆或其他物体造成危险。

3. 耐久性标签的缝制位置需要改进，个别样品有线头、缝制做工精细度有待提高。40款样品中，仅少数样品将耐久性标签缝在服装外面，绝大部分婴幼儿贴身穿着的样品，其耐久性标签缝制在衣服内侧，影响了服装穿着的舒适性。婴幼儿服装的耐久性标签应选用柔软材质制作，且应缝制在不与皮肤直接接触的位置。

4. 不同销售渠道样品有差别。小商品批发市场购买的样品存在无制造商名称和地址、无纤维含量、无执行标准、无安全类别、无产品名称、号型不规范、内外标纤维成

分不一致、纤维名称不准确等问题。消费者购买这些商品可能没有质量保障。

### 三、消费者选购及评价

本次评测邀请了消费者参与，对40款不同服装样品，消费者选购时的关注点略有不同。她们在选购婴幼儿（0到3岁）服装时，对于服装面料的柔软度、服装穿脱是否方便、内侧缝制是否平整等舒适性方面更为关注。而给大童（3岁以上儿童）选购服装时，除了面料外，服装是否漂亮、服装品牌、价格等也成为大家比较关注的内容。

有关专家认为，面料柔软性和环保性应列为选购婴童服装时首要关注

因素，其次是穿脱设计方便、颜色漂亮、价格、内部平整、缝合细致等方面。

### 四、关注标准选服装

为保护婴幼儿及儿童的安全和健康，国家强制性标准GB31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》将于2016年6月1日正式实施。标准对童装头颈、肩部、腰部等不同部位绳带作出了详细规定，要求婴幼儿及7岁以下儿童服装头颈部不允许存在任何绳带，并要求附件应具有一定的抗拉强力，且不应存在锐利尖端和边缘。另外，该标准在化学安全方面增加了6种增塑剂和铅、镉2种重金属的限量要求。此标准的出

台对婴童服装安全性能进行了全面而详细的规范，消费者可以参考这一标准给孩子挑选衣服。

通过这次评测我们发现，市场上销售的部分婴幼儿及儿童服装商品存在一定的安全隐患，随时可能给孩子带来意外伤害。为了给孩子的成长减少不安全因素，中国消费者协会呼吁：婴童服装的生产经营者应将产品安全要求贯穿于设计和加工的每个环节，严格执行国家标准，履行企业社会责任，树立良好的社会形象；有关行业和监管部门进一步加强监督管理，净化婴童服装市场消费环境；全社会携手努力，让中国设计和制造的婴童服装给每一个孩子带来美好的童年！（中消协）

## 选购卫生纸注意事项

卫生纸作为人们生活的必需品，多数人认为越白越好用起来越健康，但事实并非如此，卫生纸是用纸浆制成的最好的原材料是由纯天然木浆制造，而天然纯木浆本身带有浅浅的淡黄色并非纯白色，而高白度的纸往往是在回收的纸张中添加了荧光增白剂，从而呈现出白色的光亮。而增白剂对人体是有害的，回收的废旧纸张是不允许用来制造卫生纸的！据有关专家介绍，消费者使用劣质卫生纸会危害身体健康，特别是妇女儿童容易引发疾病，应该引起广大消费者的注意。

选购卫生纸时一定要注意以下几方面：

一要看产品包装是否标明卫生许



可证号，是否印有厂名、厂址和有无执行标准，产品上要标注保质期。

二要看纸的色泽，纯木浆制纸因无任何添加剂，颜色应为自然的象牙白，纹理相对均匀。

三要看价格，市场零售价过低的卫生纸一般不可能含有纯木浆。

四要看耐力强度，纯木浆纸由于纤维长所以拉力大韧性不易断，而质量差的纸则有不规则的小洞和掉粉。

五要看火烧的结果，好的卫生纸经燃烧后呈白灰状。

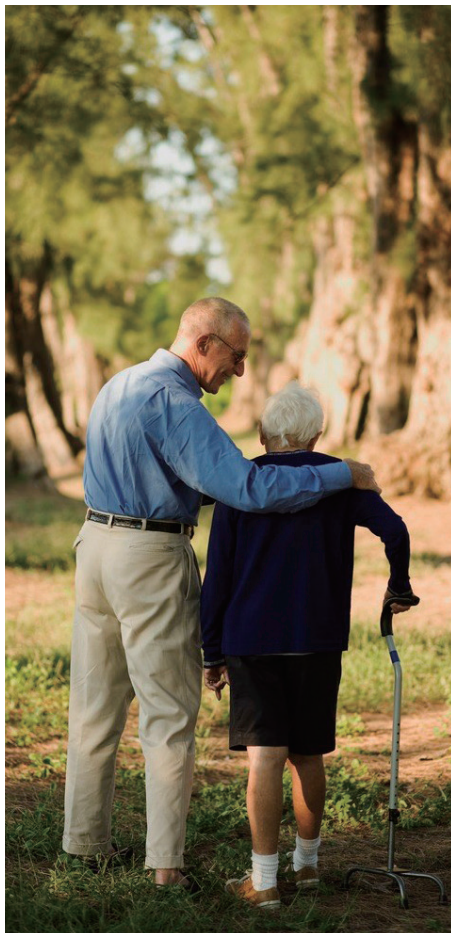
另外粗糙发硬的未经包装和消毒的散包卫生纸都不要买，因为包装完整的卫生纸都是经过消毒处理的，而散包的卫生纸未消毒容易被细菌污染。

## 老人更需精神保健品

身体健康对老人固然重要，但由于生理或社会等多种原因，老年人在步入晚年后可能会出现焦虑症、抑郁症等各种心理精神障碍，严重影响生活质量。这些心理问题也会辐射到身体，导致健康恶化。对此，多位权威精神心理领域专家通过《生命时报》发出呼吁：老年人急需“精神保健品”。

### 精神疾病困扰全球老人

在北京大学第六医院老年科主任孙新宇的从医生涯中，她为许多老年精神障碍患者解除了心灵困苦。孙新宇给记者讲述了两位老人的故事：第一位老人今年已经70多岁了，退休前在一家研究机构工作。她与老伴知识层次相当，感情很好，相濡以沫。五六年前，老伴因心血管病去世了，走得很突然，对她打击很大。在很长一段时间内，她日夜思念，总想着老伴在世时对自己的好，精神状况很差。老人有两个孩子，一个在国外，虽说很孝顺，经常打越洋电话回来嘘寒问暖，但却鞭长莫及，很多事情帮不上忙；另一个孩子经济状况不太好，工作和家庭压力很大，不仅难以照顾到母亲，甚至对老人有经济上的索求。前段时间，老人患上了心血管病，自理能力下降，开始反复担心自己将不久于人世，国外的孩子能否照顾好自己，于是动不动就掉眼泪，自觉是别人的负担，并通过各种渠道搜集了许多安眠药。一天，她将安眠药全部服下后，打



### Focus

**做儿女的要多关心老人的思想和心情，更得了解老人需要什么，提供老人最需要的关心。如果老人的情绪变得糟糕，表现出厌世心态，尽早陪老人就诊和接受正规治疗最关键。**

车去了老伴的墓地，企图自杀。到达墓地时，药物开始起效，老人摔倒在路边，所幸被行人发现及时送院。老人最终被抢救过来，并在北大六院诊断为抑郁状态，经治疗后情况慢慢好转。

第二位老人是一个医生朋友的父亲。当时朋友找到我，苦笑着说，他的父亲“几乎把所有科室都看遍了”。最初，老人说胃不舒服，吃不下饭，但去消化科没有查出大问题。老人又说心脏憋得难受，但心内科也没查出病来。后来，呼吸、神内、泌尿、骨科、中医科……能看的科室都看了，该做的检查都做了，胃镜做了好几次，肿瘤的可能性也排除了，但老爷子还是怀疑自己得了很重的病，每天吃不下睡不着，就在家翻医书，研究自己的“病”。最后，医生建议他去看看心理科。老人的表现是典型的疑病症状，是抑郁的一种表现。在医生和家属的劝说下，他同意尝试接受治疗，抗抑郁药治疗两三周后情况就有好转，不到两个月他就恢复正常了。

如今，抑郁、焦虑等精神障碍已被大众熟知，但老年人似乎是这些疾病中被忽视的群体。研究表明，65岁以上人口中精神疾病的患病率占高龄存活人口中的26%。孙新宇说，以抑郁为例，达到诊断标准的抑郁症，国外患病率达2%~4%；如果用症状学标准，焦虑、抑郁的患病率可能达到20%；有情绪问题的人可达半数。在国

内，北京的一项调查发现，65岁以上人群抑郁症患病率是4.4%。由于很多人的抑郁症状并非一过性的，甚至会反复发作，对生活影响大，自杀比例也高于一般人群。北京市政协委员、北京心理危机研究与干预中心副主任李献云说，老年人的自杀率最高，特别是65岁以上老年人自杀率急剧升高，这与全球情况一样。孙新宇介绍说，国外的数据显示，自杀的发生率可达47.8/10万人口，美国85岁以上老人自杀发生率高达55/10万人口。老年人自杀往往会事先计划好，而年轻人更多是冲动性的。数据显示，老年人自杀死亡率可达25%，而年轻人约为5%。

### 心魔带来慢病和自杀

精神疾病的发病原因目前还不十分清楚，但对老年人来说，退休、空巢、躯体疾病、婚姻变故、子女关系等，都有可能成为诱因。孙新宇从专业角度指出，老人罹患精神障碍，主要有三大原因。

一是生物学原因。进入老年期，包括大脑功能在内的诸多生理功能都在退化，躯体的疾病越来越多。数据显示，65岁以上老年人慢性病的患病率达54%，超过70%的老年人同时患有两种及以上慢病。人的身体是一个整体，而精神心理活动的维系需要整个身体机能的正常运转。

二是个性原因。有的人性格较敏感、内向，遇事容易钻牛角尖，对心理打击的抵御能力较差；而有的人比较开朗，不管遇到什么事都想得开，患心理疾病的几率就小一些。此外，人老了往往更固执，考虑问题比较极端，不容易跟人交流，也是心理疾病的诱因。

三是社会心理因素。比如以前

是独当一面的领导，如今精力衰退，会有很深的失落感。老年丧偶是突出的负性事件。很多老人对老伴从感情到生活习惯上都有依赖性，突然只剩自己了，身边连个说话的人都没有，肯定会感到孤独。即使孩子很孝顺，也不可能取代老伴的地位。而再婚压力、子女经济纠纷、随子女到外地居住等，都让很多老人无所适从。

上述问题除了让老人陷入心理困扰中，还可能带来躯体疾病。研究表明，抑郁和躯体疾病的关系可能是双向的，比如慢性疼痛可能是抑郁的易感因素，抑郁则可能加重心脑血管疾病。一项前瞻性研究显示，抑郁症可直接引起心血管病，且增加心血管病患者的并发症和死亡率。李献云则指出，经历负性生活事件，加上躯体、心理健康状况恶化，自我照料的能力也会日渐减弱，人际交往圈子狭窄甚至自我隔离，没有价值的感觉也会越来越强烈，如果再有其他不良事件发生，可能会导致自杀。躯体或精神疾病、长期遭受刺激或经历负性生活事件、生活质量低、曾有过自杀行为、亲友有过自杀行为以及有明显的无用感、无价值感、绝望感等。这些危险因素具备的越多，自杀的危险性越高，因此需要老人的子女、家人以及社区、社会多加关注，增加老人与社会的联系，提高解决现实问题的能力，引导老人适度运动并做一些感兴趣的事情，提升自我价值感和希望感，必要时应积极寻求帮助和尽早就诊。

### 子女关爱胜似良药

早诊断、早治疗对精神疾病的治疗来说意义重大。孙新宇说，抑郁症的临床治疗效果非常好，90%以上都能治好。因此，提高精神疾病的早

期识别率尤为重要。

抑郁的核心是动力下降、精力下降、兴趣丧失。孙新宇说，很多老年抑郁患者的表现形式隐蔽，症状更多集中在对身体或晚辈的过度关注上，表现出易怒、焦虑和身体症状。资料显示，约80%的老年抑郁患者存在记忆减退的主诉，有明显认知障碍者占10%~15%。如果一个老人担忧的事突然多了，喜欢做的事不做了，跟外界交流少了，总说身体不舒服，在排除了躯体疾病后，就要考虑是否患上了抑郁症。一旦情绪变得极端，自我封闭，不跟人说话，怕别人瞧不起，自杀风险就高了，需要赶紧去精神科就诊。

专家同时给老年人开出了“精神保健品”，照此执行有助于老人的心理健康。

子女陪伴和电话是解压剂和暖心剂。孙新宇说，老人就是“老小孩”，他们会更依赖孩子。“临床上，如果一个患病老人的家庭支持系统较好，他的预后就会很好。如果子女的关爱到位，老人甚至不会得病。”建议子女每周给父母打2~3次电话，一个问候的电话犹如暖心剂，会让父母感受到爱的温暖。孙新宇说，年轻人有时间要多陪陪老人，不仅是吃饭，还可以带着老人看看电影、外出游玩等，和父母一起活动犹如解压剂，能缓解因孤独带来的抑郁感。

社区花样活动是强心剂。在社区，老人的心理健康能被管理起来，获得面对面的情感交流和社交活动，还可以组织益智游戏活动，如象棋、围棋、书法、绘画、手工、健康舞蹈、合唱团、京剧等，老人的孤独感就能得到显著缓解。这种社区支持犹如一剂强心剂，让老人晚年生活变得

丰富多彩。医疗帮助和健康宣教是镇静剂。如果老人出现可疑的精神症状，要找精神科医生看，以免走很多弯路。特别是有高自杀风险时，千万别讳疾忌医。正确的健康教育和宣传犹如一针镇静剂，让老人平静地生

活。

李献云最后呼吁，自杀是能够预防和干预的，有自杀的想法和冲动不要害怕，及时寻求专业人员的帮助，找到解决问题的方法，尽早摆脱痛苦。做儿女的要多关心老人的思想

和心情，更得了解老人需要什么，提供老人最需要的关心。如果老人的情绪变得糟糕，表现出厌世心态，尽早陪老人就诊和接受正规治疗最关键。（生命时报）

## 暑期外出游玩要如何防晒？

暑期快到了，暑期天气炎热，外出游玩要如何防晒呢？下面我们就来了解一下暑假防晒的小秘诀。

### 第一，SPF值越高，防晒时间越长。

一般黄种人皮肤平均能抵挡强光15分钟而不被灼伤，使用SPF15的防紫外线用品，便可抵挡约225分钟（15分钟×15）强紫外线照射。日常护理、外出购物、逛街可选用SPF5—8的防晒用品，外出游玩时可选用SPF10—15的防晒用品。游泳或做日光浴时用SPF20—30的防水性防晒用品。当照射时间超过有效防晒时间应及时补充涂抹；

### 第二，SPF值不能累加。

涂两层SPF10的防晒霜，只有一层SPF10的保护效果；

### 第三，不可临出门才涂防晒霜。

防晒霜跟一般的护肤用品一样，需要一定时间才能被肌肤吸收。所以，应在出门前10—20分钟涂防晒

霜，而去海滩前30分钟就应涂好；

### 第四，防晒霜并不是涂上就有效，而要达到一定量才能发挥效应。

通常防晒霜在皮肤上涂抹量为每平方厘米2毫克时，才能达到应有的防晒效果；

### 第五，不同肤质的人应选择不同的防晒用品。

油性的肌肤宜选择渗透力较强的水性防晒用品；干性肌肤宜选择霜状的防晒用品；中性皮肤一般无严格规定。

### 出游防晒都应注意以下几点：

#### 1、尽量避免进食感光蔬菜

很多人都不明白什么是感光蔬菜，像芹菜、香菜、白萝卜等属于“感光”蔬菜，这些蔬菜兼含有光敏性物质，过多食用使皮肤更容易长出色斑。因而夏季要多吃一些抑制色素沉淀的蔬菜水果，比如猕猴桃、草莓、西红柿、橘子、卷心菜等。

#### 2、遮阳伞要提前准备好

遮阳伞是夏季旅游护肤必备的“帮手”，需要注意的是，市场上的遮阳伞质量参差不齐，买的时候要注意先看看伞里是否有个卷标写明这把伞是抗UV的，也就是这把伞真的可以防紫外线，或者是买兼具挡雨和抗UV的两用伞。

#### 3、防晒产品要提前涂抹

一般防晒产品都不是抹完立刻就能见效的，大多数的防晒产品的紫外线过滤功能都是在涂抹30分钟后才会生效。防晒产品一定涂抹足够，半张脸用胡豆大小用量，并平均每隔两小时补涂一次。另外，像额头、鼻子、颈肩部位、耳朵等比较容易长斑的部位，要特别加强防晒。

#### 4、维生素C可有效抑制色斑

大家都知道，维生素是非常好的美白养颜产品，它是抑制黑斑的有效制剂，防晒自然也少不了它了，因而平时一定要多食用一些含维生素C的水果，橙子、红果、柚子等水果含VitC量都是比较高的，或是带上一些可以补充维生素C的产品。当然，吃富含维生素C的水果蔬菜是最好的补充方式。



环球购物设立100万赔偿先付保障基金，正式启动赔偿先付制度

## 环球购物设100万元保障基金 正式启动“赔偿先付”制度

2016年6月16日，环球购物在京举办“赔偿先付”制度启动仪式，北京市消协投诉与社会监督部主任陈凤翔及石景山区工商局、石景山区消协有关领导等受邀参加。这标志着环球购物的售后服务质量得到进一步提升，将为消费者带来了更多的消费保障。

据悉，为彻底落实赔偿先付制度，环球购物设立了100万的赔偿先付保障基金，消费者在环球购物订购商品时，如自身合法权益受到损害，且未得到及时、合理处理时，消费者可向环球购物提出先行赔付申请。

“落实赔偿先付制度是一件利国利民的事情，我们一直以为消费者营造安心放心的购物环境为目标，也希望更多像环球购物这样的企业加入进来。”北京市消费者协会主任陈凤翔在启动仪式上表示：“我相信，环球购物能最大限度的发挥电视购物平台的积极作用，推动赔偿先付制度在整个电视购物行业的深入推广。”

环球购物作为国内领先的全媒体零售平台，通过覆盖全国且高触达率的电视购物频道、优秀的网上及移动购物平台，为消费者提供来自全球的高品质家居用品和优质服务。就在今年5月，环球购物率先在全国范围内推行30天免费退换货服务，极大的提升了电视购物行业的服务门槛。

据透露，环球购物赔偿先付流程已经通过其官方网站进行公布，同时，环球购物也承诺在消费者填写《客诉和解处理单》后的3个工作日内，完成对消费者投诉内容的处理。“为顾客创造理想的生活体验是环球购物的目标，赔偿先付制度的落实，有利于在第一时间化解消费者争议，为消费者营造更好的消费环境。”环球购物售后负责人表示。

有业内人士表示，电视购物行业一直以来备受信任危机的困扰，赔偿先付制度的推行能督促和引导行业自律，促进消费者纠纷的快速解决，有利于电视购物行业形象的重塑。



# 北京市消协组织消费者代表 到热力集团消费体验

6月7日，北京市消协组织13个区的消费者代表到北京热力集团进行消费体验。消费者代表先后参观了北京热力集团调度中心和客服中心，详细了解了供热系统调度实况及96069客服工作，对供热企业日常生产业务活动有了初步认识。

参观活动结束后，消费者代表与热力集团部分负责人进行座谈。代表们分享了各自所在区域的供热情况，并就资源分配、环境保护、价格调整等供热相关问题提出意见与建议。消费者代表们表示，希望以后能多开展与企业面对面的交流体验活动，也希望企业能够充分了解用户需求，提升服务质量，提高用户满意度。

