



Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任



消费者

2016年第8期

12

总第51期

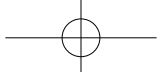
七种空气净化器 安全不达标

——北京市消协发布网购空气净化器比较试验结果



聚焦公交卡服务收费乱象
签旅游合同要多长个心眼
选实木家具仅看木材远远不够
卫浴用品如何选购?

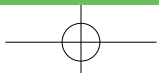




11月24日至25日，市消协召开北京市消协工作研讨会议。市消协各部门负责人及十七个区消协秘书长共30余人参加了会议。会议研讨了市消协换届、工作考评及修改《北京市消费者协会章程》等工作，并讨论交流了2016年工作亮点及2017年工作思路。

会上，各区消协秘书长分别就各自的工作进行了交流。市消协副会长兼秘书长杨晓军总结了今年全市消协系统的部分工作亮点，针对明年工作从六方面提出要求：一是统筹消协力量，建章建制有建树；二是围绕中心工作，力所能及，整合消保维权合力，营造良好的消费环境。三是提升消协影响力，创设消协品牌。四是以换届为抓手，建设多元化体制，探索搭建维权平台。五是针对新消费研究建立多元化消费维权和监督模式，完善经营者和消费者纠纷解决的协商机制，探索建立诚信体系。六是在具体工作中，注重“315”宣传规模，加强京津冀跨地区消费维权合作，确保合作通畅。

11月18日，北京市消协组织近40名消费者到北京燕京啤酒股份有限公司开展关于食品安全的体验活动。为了能够组织更有针对性的消费体验活动，保证每次体验的效果，市消协还针对本次体验活动进行了相关调查，每位参加活动的消费者都对本次体验活动进行了评价，并写出了希望再次体验的企业类型。通过参观体验，消费者亲眼目睹了干净、整洁的厂房和现代化的生产设备，对啤酒的生产和加工过程有了进一步了解，增长了许多酒类饮品的消费知识和生活知识。





Prologue

卷首语

标准化让旅游竞争回归核心品质

在国际旅游界，导游被称为“旅游业的灵魂”，一名好的导游会带来一次愉快之旅，否则，必定费钱又费心。不过，导游并没有想象中的美好，甚至一被提及，就“等价于”宰客欺客、强制消费、甩团谩骂等负面形象。如何解“导游之痛”，成了一道业界难题。

针对此，今年5月，国家旅游局在多地启动了线上导游自由执业试点工作。近日，三亚的97名导游开始接受网上预约。不仅仅是“互联网+导游”，最近，旅游业的净化之风还吹向了一些“老问题”，比如不合理低价游。国家旅游局就此约谈了阿里旅游、去哪儿网等在线旅游企业，要求对所经营的不合理低价游进行整改。

一边是试水“网约导游”，让共享经济的模式进入旅游市场；一边是坚决对旅游顽疾下猛药、常清理。旅游行业的“除旧布新”，让导游执业渠道更加多元化，让游客个性化需求和自主性选择更易满足，就是意在实现真正的放心游、满意游、幸福游。

旅游乱象之所以频繁成为舆论焦点，旅游问题之所以常说常新，与品质需求紧密相关。这种关联性，不只是表现为财富收入的增长、生活选择的多元，更表现为对服务、标准的高要求。如果前者促使人们更有条件走出去加入“驴友大军”，那么后者就是对旅游市场的筛选、对旅游水准的“倒逼”。从根本上说，服务好不好、品质高不高、口碑硬不硬，决定了游客如何选择，也决定了市场能否健康发育。在这个意义上，不管是导游执业的“互联网化”还是价格合理的品质出行，都要让旅游回归品质，回到以产品和服务作为核心竞争力的轨道上来。

“品质旅游，理想消费”，但品质终究是个概念，如

何让概念看得见、摸得着、感受到，才是最实际的旅游红利。打造旅游产品、提升旅游品质，一个关键方面就是标准化建设。旅游的标准化建设不是样板化工程，也不是抑制旅游景区多元、特色地发展，更多地是为旅游服务提供一个操作指南，为游客评价提供一个有依据的参照系，为监管部门处理相关投诉及实施行业管理提供一个应对机制。去年国办印发的《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》中就提出，着力改善旅游消费软环境，建立健全旅游产品和服务质量标准，健全旅游投诉处理和服务质量监督机制。换言之，推进旅游标准化，是提升服务品质的要求，也是提升人们生活品质的要求。

旅游服务是无形的，产品是有形的，共同决定了企业的核心竞争力，也是极为重要的“供给侧”。一位业内人士曾说，一个地方旅游资源再好，如果没有优异的服务质量和优质的旅游环境，其形象和效益会大打折扣。随着旅游业的快速发展，线上线上的旅游服务机构越来越多，开发出来的旅游产品也不少，看似种类全、花样多，但同质化严重、旅游体验下降，简单复制、价格竞争已难成为争夺客源良策。未来，谁能在旅游供给上做好文章，谁就能赢得游客信赖，也能很大程度上化解游客对旅游业的“选择无力”和“信任危机”。

身体和心灵，总要有一个在路上。罗素曾在自传中写道，“自己并不是个天生快乐的人……现在，相反的，我热爱生活。”与哲学家读书学习的解脱之道相比，旅行是多数普通人打开兴趣世界、卸载烦恼、提升幸福感的路途。以游养心，不仅是游客“用脚投票”，更是包括旅游业在内的整个社会需要呵护的“诗与远方”。

理观



CONTENTS 2016年12月 BEIJING CONSUMERS

目录



热点关注 Hot Concern

P09 北京市工商局： 39种成人服装不合格

在2016年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对北京市场上销售的成人服装商品进行了抽检。抽检结果显示市场上部分成人服装商品质量存在问题，涉及的主要问题为使用说明、纤维含量、染色牢度等项目不符合相关标准要求。

卷首语

Prologue

- 01 标准化让旅游竞争
回归核心品质

权威发布

Authoritative release

- 04 7种空气净化器安全不达标
09 39种成人服装不合格
12 Airppler加湿器等小家电不合格
13 热风等34种鞋子不合格

热点关注

Hot Concern

- 16 假货劣货多 购物不踏实
19 聚焦公交卡服务收费乱象
21 中消协外卖订餐调查结果堪忧

- 22 电商专供商品被指质量缩水
部分商品真假掺售
24 货到付款暗藏“维权陷阱”
老人轻信被骗上万元
26 儿童防霾口罩多为成人“缩小版”

消费时评

Consumer Commentary

- 28 107家景区摘牌谁该脸红？
29 移动支付时代，一卡通的进步
何时不再晚点
30 600万存款消失，银行咋让人安心
31 规范校园贷，要监管也要引导

热点提示

Consumer Tips

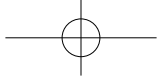
- 32 补充协议暗藏不公平条款
签旅游合同要多长个心眼

- 36 法院发布典型案例
提醒网购注意保留证据
37 空气净化器使用6误区
38 燃气灶超期服役危害大
使用需加小心
39 网站会员付费的隐形陷阱
41 互联网“互助”切莫贪便宜

消费课堂

Consumer Class

- 42 选实木家具仅看木材远远不够
45 如何甄别有机食品？
47 选好行李箱，出门看世界
48 选购冰箱谨记六要点
49 卫浴用品如何选购？



P12 北京市工商局： Airpple加湿器等小家电不合格

在2016年的商品质量抽查检验中，北京市工商局对北京市场上销售的小家电进行了质量抽查检验，抽查检验结果显示，标称“欧兰普电子科技(厦门)有限公司”生产的“Airpple”牌 100-240V 50/60Hz 30W规格，CF-2800型号超声波加湿器等19种商品不符合国家标准。



P45 如何甄别有机食品？

在业内人士看来，有机食品强调的是生产过程，即使没有检测出农残，也不能断定就是有机的，重点还是过程监控。只有对生产企业和认证机构的监督都到位，老百姓才能放心选购有机食品。那么，在现有的条件下该如何选购有机食品呢？

《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。

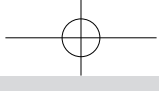
面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



- | | |
|---------------|--|
| 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 李焱 王兆泰 赵元东
刘博 李建中 顾飞 曹桂利
杨立生 李华军 张克 赵伟春
张宝林 黄振 李瑞强 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 | 郝雪莲 |
| 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 |

2016.12 第6期 (总第51期)
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流



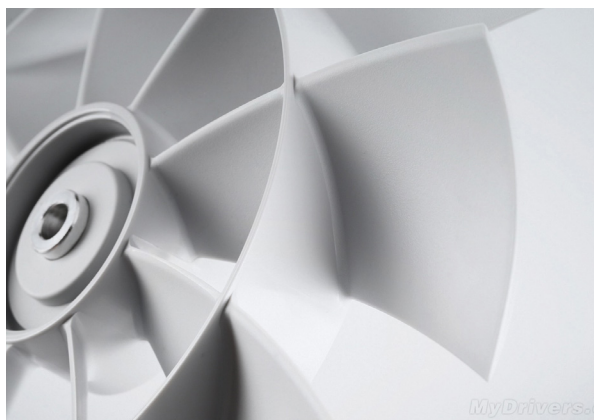
权威发布

Authoritative release

7种空气净化器安全不达标

——北京市消协发布网购空气净化器比较试验结果

每年的秋冬，是北京雾霾天气的高发季，尤其是在寒冷的冬季，雾霾出现的几率最高也最严重。随着PM2.5概念的广而久之，空气质量受到社会上极大的关注，消费者开始应对雾霾的危害，空气净化器也由原来的稀罕物逐渐成为很多人家中常备的日用品。净化器作为一种与空气相关的家电，整个行业受到极大的推动，生产企业数量剧增，各种产品层出不穷。但是，面对铺天盖地的各种净化效果的宣传，消费者却一头雾水，无从辨别产品优劣。为了解空气净化器产品质量的真实情况，指导引导消费，营造绿色健康的消费环境，北京市消费者协会对网络渠道销售的部分空气净化器产品进行了比较试验。



一、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。

二、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京东商城、国美在线、天猫、亚马逊、苏宁易购、1号店、当当网7个网购平台购买，涉及50个企业生产或经销的50个品牌的空气净化器样品，购买价格为458元至8900元不等，其中16个样品明示执行GB/T 18801-2015标准（详见比较试验结果汇总表）。

三、测试标准及项目

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1部分：通用要求》、GB 4706.45-2008《家用和类似用途电器的安全 空气净化器特殊要求》、GB 21551.3-2010

《家用和类似用途电器的抗菌、除菌、净化功能 空气净化器的特殊要求》、GB/T 18801-2015《空气净化器》进行测试，测试项目如下：

1、涉及安全的项目：标志和说明、对触及带电部件的防护、输入功率和电流、工作温度下的泄漏电流和电气强度、稳定性和机械危险、机械强度、结构、内部布线、元件、电源连接和外部软线、接地措施、辐射、毒性和类似危险。

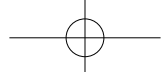
2、性能项目：有害物质（臭氧、紫外线、TVOC、PM10）释放量、除菌率、洁净空气量（CADR，包括颗粒物和甲醛）、净化能效（颗粒物和甲醛）、噪声。

比较试验结果仅对购买的样品负责。

四、测试结果

经测试，3个样品仅为标识和说明项目存在问题；7个样品安全指标未达到GB 4706标准要求，存在安全隐患；21个样品性能指标未达到GB/T 18801-2015标准要求，其中有3个明示执行该标准的样品未达到标准要求。具体如下：

1、涉及安全的项目。本次比较试验50个样品中有4个样品标识不全、7个样品安全指标未达到国家标准要求，存在严重的安全隐患，这7个样品是：



序号	品牌	型号	电商	自营或者第三方店	商品名称	安全不符合项目	测试结果
1	HUIQING (汇清)	HQ-GJ01-03JY系列	京东	自营	汇清 (HUIQING) HQ-GJ01-03JY 空气净化器消毒机	元件 (24.101), 电源连接和外部软线 (25.7)	单极开关, 52号线重量12kg
2	airpal (爱宝乐)	KJ330G-AP300	国美	自营	airpal爱宝乐空气净化器家用新房除甲醛雾霾卧室办公室优惠AP300	工作温度下的泄漏电流和电气强度 (13.2; 13.3)	泄漏电流0.297, 耐压击穿
3	贝恩 (BAIN)	BN-KJ8848	国美	自营	贝恩 (BAIN) BN-KJ8848空气净化器 (日本原装, 自动感应, 智能监控, 主动净化, HEPA过滤网+银离子触媒除臭+超微纳米多酚过滤器, 加湿净化二合一)	标志和说明 (7.1), 对触及带电部件的防护 (8.1)	无二类标识, 触及带电部件
4	IRIS (爱丽思)	PMMS-AC220C	亚马逊	自营	IRIS爱丽思智能空气净化器除甲醛雾霾PM2.5除异味除烟尘负离子 PMMS-AC220C	对触及带电部件的防护 (8.1)	触及带电部件
5	兰山	TX-1355	苏宁	兰山空气净化器旗舰店	花园级空气净化器TX-1355	标志和说明 (7.8), 接地措施 (27.2), 电源连接和外部软线 (25.7)	52号线8kg, 接地无弹簧圈, 无接地标识
6	HOYI	HY800	苏宁	弘直空气净化器旗舰店	官方授权弘直空气净化器HY800过滤除PM2.5雾霾粉尘细菌家用空气净化器除甲醛	工作温度下的泄漏电流和电气强度 (13.2, 13.3)	泄漏电流4.5mA, 采集器击穿
7	SAMSUNG (三星)	KJ250G-K3026PW	当当	自营	【当当自营】三星 (SAMSUNG) 空气净化器KJ250G-K3026PW白色(侧面板粉色)	标志和说明 (7.15), 电源连接和外部软线 (25.15)	名牌标在可拆卸部件上, 固线装置位移3.5mm

此外, 购于天猫airproce旗舰店, 标称商标为艾泊斯airproce牌型号为AI-300的样品名牌无电源性质符号和频率, 接地标识错误, 接地未可靠连接, 存在质量瑕疵。

2、性能项目。

(1) 有害物质 (臭氧、紫外线、TVOC、PM10)。经测试, 所有样品均符合GB 21551.3-2010《家用和类似用途电器的抗菌、除菌、净化功能 空气净化器的特殊要求》标准要求, 有害物质的释放量微乎其微, 不会对人体产生危害。

(2) 除菌率。本次比较试验所有明示具有除菌功能的样品该指标均符合国家标准要求。

(3) 洁净空气量 (CADR)。该指标指单位时间通过净化器过滤后, 输出的洁净空气总量, 单位是m³/h, 即1小时产生洁净空气的体积, 包含颗粒物CADR

和甲醛CADR, 主要衡量空气净化器的净化效率, 数值越高越好。GB/T 18801-2015《空气净化器》标准规定: 净化器对颗粒物和气态污染物的洁净空气量实测值不应小于标称值的90%。经测试, 2个样品CADR值低于标称的90%, 但这2个样品均未明示执行GB/T 18801-2015标准 (具体测试结果见比较试验汇总表)。

(4) 净化能效。在GB/T 18801-2015《空气净化器》标准中, 净化能效指空气净化器在额定状态下单位功耗所产生的洁净空气量。即洁净空气量与额定功率的比值, 分为颗粒物净化能效及甲醛净化能效。净化能效是表示空气净化器是否节能省电的指标。经测试, 14个样品未达到“合格级”要求的净化能效水平, 其中2个样品明示执行GB/T 18801-2015标准, 它们是:

序号	品牌	型号	电商	自营或者第三方店	商品名称	安全不符合项目	测试结果
1	瓦萨尼	VR-365	苏宁易购	瓦萨尼空气净化器旗舰店	瓦萨尼2016年新款遥控智能空气净化器VR-365负离子去除粉尘甲醛雾霾加湿	甲醛净化能效	甲醛净化能效0.168 (标准要求≥0.50)
2	SHARP (夏普)	KC-W380SW-W	1号店	挑剔网专营店	SHARP/夏普空气净化器 KC-W380SW-W 空气消毒机去除甲醛PM2.5异味	甲醛净化能效	甲醛净化能效0.384 (标准要求≥0.50)

(5) 噪声。空气净化器的噪声指标是指机器达到最大洁净空气量值时，对应产生的声量。新国标GB/T 18801-2015《空气净化器》标准规定，当CADR≤150m³/h时，机器噪音应≤55分贝；当150<CADR≤300m³/h时，机器噪音应≤61分贝；当300<CADR≤450m³/h时，机器噪音应≤66分贝；当CADR>450m³/h时，机器噪音应≤70分贝。经测试，15个样品不符合GB/T 18801-2015标准要求，其中9个样品噪声实测值超过标称值3分贝（包含2个样品明示执行GB/T 18801-2015标准），它们是：

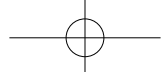
序号	品牌	型号	电商	自营或者第三方店	商品名称	安全不符合项目	测试结果
1	new air	X330	京东	自营	联想 (Lenovo) New Air X330 智能家用级空气净化器 (白色) 明示执行GB/T18801-2015标准	噪声66.3 (标称60)	甲醛净化能效0.168 (标准要求≥0.50)
2	三个爸爸	AP-ANGEL-BL	国美在线	自营	三个爸爸-守护天使空气净化器 AP-ANGEL-BL	噪声68.1 (标称60)	甲醛净化能效0.384 (标准要求≥0.50)
3	贝恩 (BAIN)	BN-KJ8848	国美在线	自营	贝恩 (BAIN) BN-KJ8848空气净化器 (日本原装, 自动感应, 智能监控, 主动净化, HEPA过滤网+银离子触媒除臭+超微纳米多酚过滤器, 加湿净化二合一)	噪声62.2 (标称49)	甲醛净化能效0.384 (标准要求≥0.50)
4	HOOVER	HA-DM16P-CE	亚马逊	自营	Hoover 胡佛 DUALMAX-PRO系列 空气净化器金色HA-DM16P-CE	噪声62.6 (标称37)	甲醛净化能效0.384 (标准要求≥0.50)
5	CTK	AP-C300	亚马逊	自营	cado蓝光空气净化器AP-C300黑色 (光触媒除味杀菌除甲醛 PM2.5适用38平方米)	噪声65.5 (标称59)	甲醛净化能效0.384 (标准要求≥0.50)
6	ReFinAIR	AP-C230A	苏宁易购	利法纳旗舰店	利法纳离子空气净化器AP-C230 白色空气净化器除甲醛	噪声63.9 (标称60)	甲醛净化能效0.384 (标准要求≥0.50)
7	HOYI	HY800	苏宁易购	弘宜空气净化器旗舰店	官方授权弘宜空气净化器HY800过滤除PM2.5 雾霾粉尘细菌家用空气净化器除甲醛	噪声58.1 (说明书标称36, 外包装标称60)	甲醛净化能效0.384 (标准要求≥0.50)
8	SHARP (夏普)	KC-W380SW-W	1号店	挑剔网专营店	SHARP/夏普空气净化器 KC-W380SW-W 空气消毒机去除甲醛 PM2.5 异味 明示执行GB/T18801-2015标准	噪声63.4 (标称52)	甲醛净化能效0.384 (标准要求≥0.50)
9	艾美特	ACW-001	当当	自营	【当当自营】Airmate艾美特 ACW-001 空气净化器多重过滤系统全方位强力净滤远离雾霾抗过敏净享清新无菌	噪声64.1 (标称61)	甲醛净化能效0.384 (标准要求≥0.50)

比较试验结果显示，大部分样品基本安全指标的测试结果较好；几乎所样品的净化能力都能达到新实施的空气净化器标准要求，能够有效改善室内空气质量；近1/5的样品噪声实测超过明示值过多（标准要求3分贝范围内），涉嫌误导消费者。

五、销售平台统计及建议

1、结果统计。本次比较试验样品涉及7个网购平台的50个品牌的样品，其中11个样品安全指标未达到GB 4706标准要求（其中有3个样品仅为标识和说明项目存在问题，1个样品标志错误，即共有7个样品属于问题产品），占总数的22%；21个样品性能指标未达到GB/T 18801-2015标准要求（其中3个样品明示执行该标准），占总数的42%。存在问题的产品共计26个，占总数的54%（见下表）。

序号	平台名称	购买样品量	符合标准数量	不符合样品情况			总计
				仅安全不符合	仅性能不符合	安全和性能均不符合	
1	京东商城	6	4	1	1*	0	2
2	国美在线	7	2	2*	2	1	5
3	天猫	10	7	1*	1	1	3



4	亚马逊	8	2	0	5	1	6
5	苏宁易购	7	2	0	2 [#]	3 [*]	5
6	1号店	7	4	0	2 [#]	0	3
7	当当网	5	2	1	2	0	3
合计		50	23	5	15	6	26

注：“*”表示有1个样品安全项目仅为标志和说明存在缺失；“#”表示有1个样品明示执行GB/T 18801-2015标准，实测未达到标准要求。

2、执行标准统计。本次比较试验样品中，16个样品在网页或包装上明示执行GB/T 18801-2015标准标准，其中13个样品商品购买页面宣传中明示执行GB/T 18801-2015标准（实际测试中，这13个样品中8个样品包装上标注未执行该标准，包括1个样品标注执行企业标准，一个

样品标注执行GB/T 18801-2008标准）；8个样品在包装上标注执行GB/T 18801-2015。在网页或包装上明示执行该标准的16个样品中，3个样品测试结果未达到标准要求。此外，9个样品噪声实测值超过明示值3分贝。

编号	品牌	型号	电商	包装上明示的性能执行标准	网页上明示的性能执行标准
1	SUPOR (苏泊尔)	KJ32Z01D	京东	无	GB/T 18801-2015
2	new air	X330	京东	无	GB/T 18801-2015
3	HUIQING (汇清)	HQ-GJ01-03系列	京东	GB/T 18801-2008	GB/T 18801-2008
4	MI (小米)	AC-M2-AA	京东	Q/BJZMK0001-2015	GB/T 18801-2015
5	Airgle(奥郎格)	AG500	京东	无	GB/T 18801-2015
6	Envia (爱屋安)	AP450	京东	无	GB/T 18801-2015
7	airpal (爱宝乐)	KJ330G-AP300	国美在线	无	无
8	KONKA(康佳)	KQ-JH10	国美在线	无	无
9	(NiuBeiEr) 纽贝尔	NBE-1900	国美在线	无	无
10	三个爸爸	AP-ANGEL	国美在线	无	无
11	贝恩 (BAIN)	BN-KJ8848	国美在线	无	无
12	SKG	4204	国美在线	无	无
13	A.O.SMITH	KJ-400A01	国美在线	GB/T 18801-2015	GB/T 18801-2015
14	TOSOT (大松)	KJ200F-A01	天猫	GB/T 18801-2015	无
15	美的 (Midea)	KJ400G-E33	天猫	GB/T 18801-2015	GB/T 18801-2015
16	AirProce (艾泊斯)	AI-300	天猫	无	无
17	YADU(亚都)	KJ455G-S4	天猫	GB/T 18801-2015	GB/T 18801-2015
18	Skyworth(创维)	KJFC200B	天猫	无	无
19	ecopure® Air (怡口)	intelligence 2500	天猫	无	无
20	TCL	TKJ300F-S1	天猫	无	GB/T 18801-2015
21	BONICO (博瑞睿)	2071	天猫	无	无
22	FRESH (净美仕)	YL-7099H-T (WIFI)	天猫	无	GB/T 18801-2008
23	Andess (安帝)	XD480	天猫	GB/T 18801-2015	GB/T 18801-2015

24	BENQ (明基)	SA767-B	亚马逊	无	无
25	HOOVER	HA-DM16P-CE	亚马逊	无	无
26	CTK	AP-C300	亚马逊	无	无
27	MITSUBISHI (三菱)	SPS-361AC	亚马逊	无	无
28	IRIS (爱丽思)	PMMS-AC220C	亚马逊	无	GB/T 18801-2008
29	coway	APM-0812DH	亚马逊	无	无
30	Austin Mecent (美国奥司汀)	HM 230	亚马逊	无	无
31	honeywell (霍尼韦尔)	18000	亚马逊	无	无
32	兰山	TX-1355	苏宁易购	无	无
33	Royalstar (荣事达)	RSD-A658	苏宁易购	GB/T 18801-2008	无
34	RéFinAIR	AP-C230A	苏宁易购	Q/TMEF01-2014	无
35	HOYI	HY800	苏宁易购	无	无
36	CHIGO(志高)	KJF400-B01	苏宁易购	无	无
37	LG	PH-U289WT	苏宁易购	无	无
38	瓦萨尼	VR-365	苏宁易购	无	GB/T 18801-2015
39	Panasonic(松下)	F-71C6VX	1号店	GB/T 18801-2015	GB/T 18801-2015
40	SHARP(夏普)	KC-W380SW-W	1号店	GB/T 18801-2008 Q/YXWC8-2013	GB/T 18801-2015
41	IQAir	101.6	1号店	无	无
42	Haier(海尔)	KJ-F200/EA	1号店	GB/T 18801-2008	无
43	PHILIPS(飞利浦)	AC4372	1号店	无	无
44	Blueair (布鲁雅尔)	203slim (KJ250FA02)	1号店	GB/T 18801-2015	无
45	DēLonghi (德龙)	AC230	1号店	无	无
46	SAMSUNG(三星)	KJ250G-K3026PW	当当	GB/T 18801-2015	无
47	JASUN(佳星)	KJF-250C1	当当	无	无
48	艾美特	ACW-001	当当	无	无
49	POVOS(奔腾)	PW8003	当当	GB/T 18801-2008	无
50	3M	KJEA200e	当当	GB/T 18801-2008	无

3、对网购平台建议。通过比较试验过程我们发现，50个网购样品中16%的样品存在安全隐患；经营者对产品性能的宣传五花八门，近五分之一的产品宣传和实际不符、为此我们建议京东商城、天猫、亚马逊等网购平台：

1、网购平台运营方应严格监控本平台销售空气净化器的产品宣传，加强消费风险防控，避免出现一些夸大产品性能的宣传用语，如仅标注PM2.5和甲醛去除率，宣称具有“聚能离子弹”、“净离子群技术”等；

2、网购平台应建立能够把控平台第三方经营者销售商品质量的机制，加大对其发生质量问题时的处罚力度，建立快捷的消费纠纷解决渠道，更好的保护消费者的合法权益。

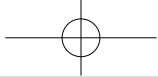
六、消费提示

1、消费者网购空气净化器产品应选择有信誉的商家，并索要购物凭证，以便出现质量问题后能有效地维护自身合法权益。

2、本次比较试验结果显示，大多数明示执行GB/T 18801-2015《空气净化器》标准的净化器样品质量较好，消费者应优先选择购买执行该标准的产品。

3、消费者选购空气净化器可以参考本次比较试验的具体结果，结合购买价格选择适合自己的产品。

4、据了解，外国同类产品并不一定针对过滤PM2.5或者甲醛等污染源生产的，消费者选购空气净化器产品时不要迷信外国进口的产品，根据本次比较试验的测试结果，进口样品质量并未优于国产样品。



北京市工商局： 39种成人服装不合格

在2016年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对北京市场上销售的成人服装商品进行了抽检。抽检结果显示市场上部分成人服装商品质量存在问题，涉及的主要问题为使用说明、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、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

权威发布

Authoritative release

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

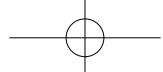
可以近距离闻一下衣服是否存在刺激性的气味，尤其是折叠带包装的产品。如果存在刺激性的气味，则要提高警惕，该产品可能存在甲醛超标、有异味等质量问题。

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	女上衣	北京依人服饰有限公司	依人年华	180/100A 3XL 175/96A XXL	16-11#	纤维含量、耐湿摩擦色牢度、起球、疵裂
2	上衣	北京紫梦服饰有限公司	紫梦	XXXL 180/100A	058款	纤维含量、起球
3	女装	北京可丽人服装有限公司	可丽人	170/92A XL 180/100A 3XL 175/96A XXL	未标注	纤维含量、起球、接缝性能
4	未标注 (长上衣、藏兰花)	北京菲丝妮尔服饰有限公司	菲丝妮尔	185/104A XXXXL	未标注	纤维含量、起球、接缝性能
5	休闲裤	北京宏森伟业商贸有限公司	鑫宏森 XINHONGSEN	25 28	未标注	纤维含量
6	休闲裤	辛庄镇普尔吉瀚制衣厂	普尔吉瀚	35	6102	纤维含量、甲醛
7	未标注 (上衣)	北京雪姿羽娅服装有限公司	雪姿羽娅	175/96A XXL 185/104A 4XL	16-19	使用说明、纤维含量、pH值
8	休闲裤	制造商：苏州剑尾狐服饰有限公司	红蜻蜓	35.36	023	纤维含量、耐干摩擦色牢度、耐湿摩擦色牢度、起球
9	女裤系列	广东汕尾市巨丰服饰有限公司 制造商：香澳富贵岛服装制衣厂	香澳富贵岛	29、30	6838-1	纤维含量
10	上衣	天津市普隆迪服饰有限公司	普隆迪	180/108A 3XL 175/104A XXL	1587	纤维含量、耐湿摩擦色牢度
11	男装长裤 (水洗产品)	广州龙润纺织有限公司	longrun	36.38	Z4009	纤维含量、pH值
12	漫迷芬内衣	天津市芭缇丽人贸易有限公司	漫迷芬	未标注	未标注	使用说明、纤维含量
13	内标：男裤 外标：牛仔裤	制造商：广东海丰县公平隆达服装厂	Araponaa	32.34	999-1	使用说明、纤维含量
14	未标注 (男裤)	冠森服饰有限公司	冠森	33.35	833	使用说明、纤维含量
15	T恤	泥岸（福建）服饰有限公司	吉普盾	L XL	13617#	纤维含量
16	女裤	北京远浩特制衣有限公司	冬奴	28.29	1381	使用说明、纤维含量、耐水色牢度



17	休闲衫	久衣通尚服饰设计/监制	久衣通尚	195/108A 5XL 190/105A 4XL	1619	使用说明、纤维含量
18	女裤	北京包妹英服装有限公司	金典瓦琪莎	29.3	306-1	纤维含量
19	休闲裤	石狮市九州王服装有限公司	爵仕诚	35.36 185/94A 185/96A	8696-2	纤维含量
20	未标注 (红色女裤)	广州纹龙服饰有限公司	纹龍 纹龙	腰围: 25 腰围: 24	9610	使用说明、纤维含量、耐水色牢度
21	女裤	广州纹龙服饰有限公司	纹龍 纹龙	腰围: 25 腰围: 23	983	使用说明、纤维含量
22	未标注 (T恤)	制造商: 浙江省濮院羊毛衫市场10区6号	图形商标	54 56	662	使用说明、纤维含量
23	未标注 (T恤)	制造商: 浙江省濮院羊毛衫市场10区6号	图形商标	52 54	X66-2	使用说明、纤维含量
24	T恤 (休闲T恤)	华伦韦诗制衣厂	Valunweiss 华伦韦诗	54 56	8808#	纤维含量
25	单件	武汉欣伊卡路服饰有限公司	欣·伊卡路	175/96A XL	16-101	使用说明、纤维含量
26	鑫亿纯祥1602	鑫亿纯祥品牌服饰总监	鑫亿·纯祥	2XL	1602-11	使用说明、纤维含量、起球
27	单件	武汉市鑫瑞依尚服饰有限公司	鑫瑞依尚 XINRUIYISHANG	190/108A 4XL 195/112A 5XL	XR16-68	使用说明、纤维含量
28	时尚衬衣	天津市万隆制衣有限公司	万隆	5XL 190/108A 6XL 195/112A	16-20	纤维含量
29	女上衣 (依菲黎迪16-21)	天津依菲黎迪制衣厂	依菲黎迪	190/108A (4XL) 185/104A (3XL)	16-21	纤维含量、起球
30	上衣	中国广州市黛绮时装有限公司	DaiQi	185/104A 180/100A	DQ53622	纤维含量、接缝性能
31	女裤	枫之靛服饰出品	枫之靛	34 33	5C8130	使用说明、纤维含量、起球
32	未标注 (上衣)	广州纳尔布服饰	NALLBU	XL L	N2621	使用说明、纤维含量、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、耐皂洗色牢度
33	休闲裤	上海虎狼凤舞服饰有限公司制造	图形商标	40 38	P86130	纤维含量
34	中式短袖/中式唐装 (衬衫、裤)	生厂商: 北京乐豪伟业服装有限公司	嘉宝璐顿	40 175/92A 42 185/100A	1313#	纤维含量
35	未标注 (上衣)	北京乔洽路服饰有限公司	雯娅怡人	190/108A (5XL) 180/100A (XXXL)	1611	使用说明、纤维含量
36	美腿裤系列 众纤纭棉麻休闲裤	常熟市绒酷世家针织服饰有限公司	众纤纭	XXXL XXXXL	未标注	纤维含量、起球、接缝性能
37	未标注 (T恤 藏兰花)	上海倪敏服饰有限公司	野兔	185/100A 56	F21	使用说明、纤维含量、耐湿摩擦色牢度
38	未标注 (T恤: 白点)	上海展宇服饰有限公司	鸿运羊	180/96A 54 185/100A 56	9163	使用说明、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	外标: 精品T恤 内标: 休闲T恤	常熟市珍红珠服饰有限公司授权	BAIYIHAO	56、60	81628	使用说明

北京市工商局： Airpple加湿器等小家电不合格

在2016年的商品质量抽查检验中，北京市工商局对北京市场上销售的小家电进行了质量抽查检验，抽查检验结果显示标称“欧兰普电子科技(厦门)有限公司”生产的“Airpple”牌100-240V 50/60Hz 30W规格，CF-2800型号超声波加湿器等商品存在标志和说明、电源连接和外部

软线、输入功率和电流等项目不符合国家标准的要求。

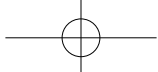
北京市工商局已经对销售不合格商品的12户经营主体立案查处，案件正在办理中。公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应按照相关法律法规的要求主动采取措施下架不合格商品，保护消费者合法权益。

流通领域商品质量抽检不合格名单

序号	样品名称	标称生产企业	产地	标称商标	规格	型号	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题
1	超声波加湿器	欧兰普电子科技(厦门)有限公司	福建省	Airpple	100-240V 50/60Hz 30W	CF-2800	2015年9月15日	标志和说明
2	防干烧电热杯	潮安县彩塘镇金源不锈钢制品厂	广东省	图形商标	0.95 220V~50Hz 350W	JY-613	未标注	标志和说明
3	高效电热杯	潮安县彩塘镇强胜五金厂	广东省	强盛	220V~50Hz 300W 0.6L	QS-B11	未标注	标志和说明、对触及带电部件的防护、输入功率和电流、接地措施
4	快速电热开水壶	湖北沃达菲电器有限公司	湖北省	ODAF 沃达菲	1500W 2L 220V~50Hz	W1201L	未标注	标志和说明
5	大众电热锅	潮安县彩塘镇强胜五金厂	广东省	强盛	220V~50Hz 600W 1.8L	QBS-18	未标注	标志和说明、接地措施
6	电热茶炉	中山市九环电器有限公司	广东省	Kinkonz 金康仕	220V~50Hz 1800W 1.2L	JH-D-2	2015年5月07日	标志和说明
7	3071电吹风	揭阳试验区长荣塑料模具有限公司	广东省	INJOY 艺卓	220V 50Hz 1100W	3071	未标注	对触及带电部件的防护、输入功率和电流
8	保温式自动电饭锅	广东美王电器有限公司华球厂	广东省	POADUE	50Hz 700W 4.0L 275×275×285mm	CFXB40-A	2016年4月6日	输入功率和电流、接地措施
9	电吹风	揭阳试验区长荣塑料模具有限公司	广东省	艺卓	220V 50Hz 1000W	3062	未标注	输入功率和电流
10	电开水壶	广东粤强电器有限公司	广东省	粤强	1500W 50Hz	YQ-B02	2016.2.21	电源连接和外部软线、接地措施
11	电吹风	揭阳市空港经济区渔湖杰泰电器厂	广东省	金夫达	/	JT	未标注	标志和说明、对触及带电部件的防护
12	电饼铛	玉田县科宁电器制造有限公司	河北省	玉宁	/	YN-200/32	1654	标识和说明、接地措施
13	电热水壶	广东纳美仕电器有限公司	广东省	Zonele 中乐	1.8L	NS-k601-18	2015-11-02	接地措施
14	电吹风	揭阳市鑫昌电器有限公司	广东省	科美思	220V 50Hz	KMS	未标注	标识和说明、电源连接和外部软线
15	多功能电热锅	周村星海电器厂	广东省	齐富星	220V~50Hz 2100W	XHDG	未标注	输入功率和电流
16	西施锅	廉江市奔宝电器厂	广东省	/	400W 2.0L 220V~50Hz	CFXB20-B	2015年4月10日	输入功率和电流、接地措施
17	落地扇	佛山市南海欧科电器有限公司	广东省	骆驼	450mm	FS-45	2015.08.11	电源连接和外部软线

无法与标称生产企业或委托方取得联系的商品名单

序号	样品名称	抽检场所	标称生产企业	产地	标称商标	规格	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题	
1	电热水壶	北京红榕大众超市(张镇集贸市场西侧)	广东志高空调有限公司	广东省	志高	1500W 50Hz 220V~1.8L	ZD18A	2016年3月25日	接地措施
2	保温式自动电饭锅	北京凤翔昌盛超市(杨宋镇杨宋庄村170号)	广东半球实业集团公司	广东省	PESKOE 半球	220V~50Hz 500W 3.0L	CFXB30-5M	2011年11月26日	输入功率和电流



北京市工商局： 热风等34种鞋子不合格

在2016年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对北京市场上销售的成人鞋类商品进行了抽检。抽检结果显示市场上部分成人鞋商品质量存在问题，涉及的主要问题为成人鞋的标识、帮底剥离强度、耐折性能、勾心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、标志

标志是反映鞋类商品信息及企业信息的方式。根据标准要求，鞋类商品包装应标志商品信息及企业信息，内容包括：执行标准、鞋号、货号、型号、等级、厂名厂址、主要鞋帮材料名称等项目。标准中要求对材质进行标注，鞋应该在（鞋盒）明显位置产品名称一栏中标出鞋帮材料（单一使用面革材料的必须注明鞋帮材料是何种天然革、二层革或合成革、人造革，天然皮革与其它材料混用或天然皮革之间混用的应标明天然皮革与其它材料混用或不同天然皮革之间混用）。其它皮革制品标准中也规定，在产品标签上必须标志出面料和里料所使用的材质。

二、感官（外观）质量

感官质量项目包括整体外观、缝线、沿口、鞋跟、包头等多个项目。标准规定每双鞋应平整、平服、平稳、清洁、对称。绷帮端正平服。内底不露钉尖，无钉

尾突出。鞋帮、鞋里不应明显变色（擦色革等特殊鞋面革除外）、脱色。鞋垫牢固、平整。无明显感官缺陷。有中国鞋号。

三、勾心硬度、抗弯刚度

钢勾心安装在皮鞋外底与外中底之间的腰窝部位，起着“大梁”作用，支撑并保持着鞋的整体形状，而勾心硬度和抗弯刚度是非常重要的指标，不合格的勾心会造成皮鞋整体变形，穿着不稳定，严重时甚至崴脚、摔倒。尤其在女高跟鞋上隐藏的人身安全隐患更为突出。因此，行业标准QB/T1002-2005《皮鞋》中要求跟高大于20mm且跟口高度大于8mm的皮鞋要有勾心并且对其抗弯刚度和硬度有所要求。

四、耐折性能

耐折性能是成鞋鞋底是否容易断裂、帮面材料是否容易出现裂面、裂浆和帮底是否容易开胶的指标，耐折性能不合格的鞋在穿着过程中最常发生的问题是鞋底断裂、帮面裂浆、裂面或帮底、底墙开胶等问题，该试验首先在鞋的屈挠部位预割口5.0mm，然后模仿人正常行走的状态在鞋类耐折的试验机上进行屈挠4万次，测量其外底裂口长度同时观察整个鞋帮面和外底变化情况。

五、耐磨性能

标准规定外底耐磨性能磨痕长度应 ≤ 14.0 mm。实际检测中有1种产品的实测磨痕长度最高达到16.4 mm。鞋底耐磨性能是考核鞋底材料耐磨程度的重要指标，耐磨性能的好与差直接影响着鞋的使用寿命。

六、游离或可部分水解的甲醛含量

甲醛是一种挥发的化学物质，对人体感官有刺激作用，能在一定程度上抑制汗腺分泌等引发皮肤炎症。QB/T 2880-2007《儿童皮鞋》要求，婴幼儿鞋皮革中

权威发布

Authoritative release

的甲醛含量应 $\leq 75\text{mg/kg}$ ，鞋子在穿着中部分未交联的或水解产生的游离甲醛与皮肤接触产生危害。

七、选购提示

消费者在选择鞋类商品的品牌、款式、颜色等要素的同时，必须关注以下问题：

首先，鞋号是一双鞋最基本的特征之一。我们一般认为鞋号仅仅是脚长短的代表，在购鞋时，仅仅关注鞋号的大小，却很少关心与脚的肥瘦相关的型。事实上，一双鞋的合脚与否，不仅仅与脚长有关，而且与脚的肥瘦有关，对肥瘦的标识是型。鞋型：鞋型代表鞋的肥瘦，有1型至5型。1型代表最瘦型，5型代表最肥型。此外还有2型半、3型半等半个号型差。

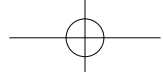
其次，在购买皮鞋时应同双鞋对照看一下，检查帮面材料、颜色、花纹、绒毛粗细以及各部位尺寸是否一致。然后用手请按皮鞋子口部位，检查鞋帮底粘合部位是否整齐严实，有无缺胶或开胶现象。

另外，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、吊牌或说明等，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仲裁的重要依据。

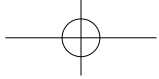


流通领域商品质量抽检不合格商品名单

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	女单鞋	代理商：北京宝悦华盛商贸有限公司	STUART WEITZMAN 思伟	230 (1.5)	盒： SW6204028*GUN*360 鞋：UL42501	勾心弯曲性能、帮底剥离强度
2	女鞋	经销商：华联新光百货（北京）有限公司	KENZO	245 (1.5)	F652SN143L51	耐折性能
3	男鞋	经销商：北京连洋鞋业有限公司	MELCHNER 梅尔代格	260 (2.5)	40J14A	勾心长度下限值
4	男鞋	雨果博斯（上海）商贸有限公司	HUGO BOSS 雨果博斯	260 (2)	50254859	衬里和内垫摩擦色牢度、耐折性能
5	女鞋	经销商：山东泽盛经贸有限公司 北京办事处	鸚鵡 ara	240 (1.5)	36245-32	感官质量、成鞋耐折性能
6	男鞋	经销商：山东泽盛经贸有限公司 北京办事处	John White 约翰怀特	250 (2.5)	J152A57921B0	成鞋耐折性能、帮底剥离强度
7	系带胆位 男士皮鞋	热风投资有限公司	hot wind	265 (2.5)	H43M6103	成型底鞋跟硬度
8	光面舒适一脚 套男士休闲鞋	热风投资有限公司	热风 hot wind	255 (2.5)	H40M6302	衬里和内垫摩擦色牢度
9	男鞋	生产商：鹤山市振威鞋服皮具有限公司 总经销：广州市宝鲸服饰有限公司	/	255 (2.5)	541270533	勾心长度下限值
10	男鞋	总代理：广州市兴昂贸易发展有限公司 制造商：鹤山市中凯鞋业皮具有限公司	SHERIDan	255 (2.5)	B667126	成鞋耐折性能、勾心硬度



11	花猫女鞋	总经销: 北京孔圣工贸有限公司 生产厂: 兴隆皮鞋厂	HUAMAO 花猫	235 (1.5) 250 (1.5)	1122	游离或部分水解的甲醛(皮革)、成鞋耐折性能、勾心纵向刚度、勾心硬度、成型底鞋跟硬度、勾心长度下限值、勾心弯曲性能
12	花猫女鞋	未标注	HUAMAO 花猫	245	2218-1	感官质量、标志、成型底鞋跟硬度
13	花猫女鞋	总经销: 北京孔圣工贸有限公司 生产厂: 兴隆皮鞋厂	HUAMAO 花猫	鞋: 37 盒: 235 (1.5)	166-6190	感官质量、成鞋耐折性能、帮底剥离强度
14	男单鞋	温州王牌车鞋业有限公司	TRUMPCAR	265	651	感官质量、勾心纵向刚度、勾心硬度、勾心长度下限值
15	男鞋	温州市潘桥盛鸿皮鞋厂	CHUANGX INLAOREN TOU	鞋: 250 盒: 250 (2.5)	8721	感官质量、标志、勾心纵向刚度、勾心硬度、勾心长度下限值
16	未标注 (男皮鞋)	瓯海潘桥鑫泰隆皮鞋厂	多意康 DUO YI KANG	250 (二型半)	6681	感官质量、成鞋耐折性能、勾心纵向刚度、勾心硬度、勾心长度下限值
17	未标注 (实为男鞋)	富贵公子鞋厂	富贵祥瑞虎 FUGUIXIANGRUIHU	260	1652-1	感官质量、标志、勾心纵向刚度、勾心硬度、勾心长度下限值、勾心弯曲性能
18	未标注 (男鞋)	生产商: 温州金果王鞋业有限公司/商标 持有单位: 深圳金苹果实业有限公司	GOLD APPLE (图案)	265 (二型半)	R3928	感官质量、标志
19	男鞋	温州市宏富来皮鞋厂	OUKELUOTUO	鞋: 255、 260 盒: 41、42	9852-2	感官质量、成鞋耐折性能、标志、勾心纵向刚度、勾心硬度、勾心长度下限值
20	未标注 (男鞋)	富贵公子鞋厂	富贵祥瑞虎	250	1693	感官质量、标志、勾心纵向刚度、勾心硬度、勾心长度下限值、勾心弯曲性能
21	蝴蝶结女休闲 鞋棕	经销商: 深圳市足乐源贸易有限公司 制造商: 温州旺龙鑫鞋业有限公司	Wang Long Xin (图 形)	240 (1.5)	ZLY1609	耐折性能
22	德顿男正装鞋 棕	制造商: 温州市瓯海区郭溪点亮皮鞋厂 委托方: 上海派裕实业有限公司	德顿	260 (2.5)	DD1531ZN	成鞋耐折性能
23	足乐源男正装 黑	经销商: 深圳市足乐源贸易有限公司 制造商: 温州市劲帝英豪鞋业有限公司	足乐源zuleyuan (图 形)	265 (2.5)	ZLY1632	成鞋耐折性能、勾心长度下限值、勾心弯曲性能
24	AW女装运动 鞋	启星商贸(莆田)有限公司	ATHLETIC WORKS	235 (1.5)	AWSL16S25371	成鞋耐折性能
25	未标注 (女皮鞋)	嘉福特鞋业	JIAFUTE 嘉福特	鞋: 240 盒: 38 (1.5)	6013	感官质量、成鞋耐折性能、标志
26	商务休闲鞋	温州市迪奥老人头鞋厂	山谷龍 SHANGULONG	265 (二型半)	9232	感官质量、成鞋耐折性能、标志
27	未标注 (女鞋)	福建泉州信南鞋业有限公司	K·BO	37	6118	感官质量、标志
28	未标注 (女鞋)	福建惠安富士橡塑厂	猎枪手	36	1501-7	感官质量、标志
29	未标注 (男皮鞋)	温州市帕奇特奴皮鞋厂	帕奇特奴PAQITENU	鞋: 250 盒: 40	5657	感官质量、标志、勾心纵向刚度、勾心硬度、勾心长度下限值
30	胶粘皮鞋 (女鞋)	福建省泉州台商投资区雅美鞋业有限公司	YaMei雅美	鞋: 250 盒: 250 (1.5)	2202	感官质量、成鞋耐折性能、标志
31	男鞋	温州瓯海潘桥路宝皮鞋厂	森宝	255 (2.5)	A521	感官质量、成鞋耐折性能、勾心硬度、勾心长度下限值
32	男鞋	温州市瓯海巨溪隆力皮鞋厂	ARCHIMEDES 绅士老人头	鞋: 260 盒: 42 (2.5)	6805	感官质量、成鞋耐折性能、标志、勾心纵向刚度、勾心硬度、勾心长度下限值
33	男式休闲鞋	温州市时运制鞋厂	格萨王朝	鞋: 255 盒: 255 (2.5)	16005	感官质量、标志、勾心纵向刚度、勾心硬度、勾心长度下限值、勾心弯曲性能
34	未标注 (男鞋)	温州市瓯海保罗天诺鞋业有限公司	ALIDAISHU 阿里袋鼠	鞋: 260 盒: 42 (2.5)	697	感官质量、标志、勾心纵向刚度、勾心硬度、勾心长度下限值



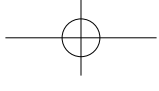
人民日报谈消费焦虑症：

假货劣货多 购物不踏实

时下，“消费焦虑”正成为一种新的社会心态。花钱买东西，本应该“你愿卖、我愿买”，然而在今天的国内消费市场，不少人发现，花钱也难买开心、难买省心、难买安心，变得很焦虑：给孩子买奶粉，不知道该买国货还是进口货；女士买名牌化妆品，拿不准去国内专柜还是通过网络“海淘”；全家出门旅行，无法确定到哪个景区能玩得更舒畅……类似种种

纠结，都让消费质量和体验大打折扣。

“消费焦虑”有哪些最典型的表现？原因何在？怎样纾解？能不能让大家乐呵呵地打开钱袋子？“金九银十”之际，本报记者走访部分消费者及专家学者，从供给侧结构性改革的视角，对此进行了一番探讨。



供给水平低，优质商品不好挑—— 品质选择焦虑

“一罐婴幼儿乳粉，DHA、生长因子、脑肽……各个配方都有‘噱头’，在几百个配方中选一个品质好、适合自己孩子的，好难！”

——沈阳某银行职员 张卓雅

给宝宝买国产奶粉还是进口奶粉？到底要选择哪个品牌？

沈阳市某银行职员张卓雅还在孕期，就已开始泡各种母婴论坛做“功课”，给宝宝选奶粉：“婴幼儿配方奶粉的学问太深了，有人认为国产奶更适合中国宝宝体质，进口奶中国宝宝难以消化；有人认为进口奶更安全可靠，国产奶质量不过关。在国产和进口之间，我得了消费焦虑症。更何况无论国产还是进口，都有不同配方，让人眼花缭乱，做选择就更难了。”张卓雅对记者说。

消费者面临多重选择时，出现患得患失、犹豫不决等心理状态，被称为“消费焦虑”。我国许多消费品生产领域还处在低水平竞争阶段，想买到性价比高、质量过硬、用着放心的东西，人们感觉不容易。

那么，国外生产的商品就一定适合中国消费者吗？其实也未必。

经过进一步了解，张卓雅发现，有些从海外市场代购、未经国内质检机构认证的洋奶粉存在安全隐患，因为国外市场销售的奶粉，是根据外国孩子体质生产的，有些跟国内的奶粉连分段都不一样。更让她担忧的是，国内很多声称进口的婴幼儿奶粉其实是假洋货，利用部分消费者“崇洋”心态，定价虚高。

“我原本倾向于进口奶粉，觉得质量好，但同时心里还有一个声音在说‘进口的未必适合咱们’，两种观念在打架。”张卓雅说，奶粉不应当分内外，只分好坏。主要是比较奶源、配方和口碑，然后选择适合自己宝宝的产品，“可是，要在商场林林总总的品牌中选出满意的奶粉，实在太难了。”

中国社科院研究员荆林波认为，我国消费群体出现的消费焦虑症，原因主要在于目前商品供给水平还跟不上中高端消费者对高品质商品的需求，“婴幼儿奶粉这个市场非常有代表性。”

业内人士介绍，我国婴幼儿配方奶粉产品一直存

在配方过多、过滥的问题。配方制定缺乏充分的研究论证，配方之间的区分缺少科学证实，品牌与配方混乱以及夸大宣传造成了消费者的选择困扰。

“一罐婴幼儿奶粉，DHA、生长因子、脑肽……各个配方都有‘噱头’，在几百个配方中选择一个品质好、适合自己的，好难！”张卓雅感慨，“真希望国内品牌不要光把钱砸在做广告上，而是多花在提升品质上，做出一流产品。”

今年6月国家食品药品监管总局发布《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》，要求每个企业原则上不得超过3个配方系列9种产品配方。10月1日《办法》施行后，市场上的配方奶粉产品将由2000多个减到900个左右。“但与国外奶粉相比，国内婴幼儿奶粉品牌仍多是跟随者、模仿者，而不是引领者。”荆林波说。

“国产婴幼儿奶粉要尽快培育起自己的知名品牌，让中国妈妈的选择更方便、更省心。”张卓雅说。

促销猫腻多，一着不慎怕上当—— 价格选择焦虑

“同样一台彩电，各大电商价格促销五花八门，有的满减、有的返券、有的打折、有的附赠品、有的免费送货……在哪儿买性价比更高，得费神比较半天。”

——北京朝阳区某公司职员 李松

“这款电视，天猫比京东便宜500元，就在天猫买吧。”

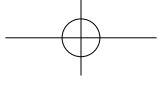
“可是京东满5000元赠送价值1299元的扫地机器人(23.920, 0.06, 0.25%)，咱家也能用上。”

“十一”期间，北京朝阳区某宠物食品公司职员李松给外地的父母换了一台60英寸大电视，如何选择合适产品，他和妻子颇费了一番脑筋。李松觉得在天猫买更划算，妻子却看中了京东送的扫地机器人这个赠品。

“这款电视，爸妈住的城市京东无货，咱先收货再把这么大电视寄回家，估计邮费也要好几百元。”

李松仔细比对了两家电商的销售细则。

“我们再看看国美、苏宁吧。”妻子说，“在苏



热点关注

Hot Concern

宁买这台电视，顺丰送货入户，价保15天，还有新人礼包199元；国美现在满1000减100，新会员注册还送200元现金……”

李松告诉记者：“同样一台彩电，各大电商价格促销五花八门，有的满减、有的返券、有的打折、有的附赠品、有的免费送货……选择在哪家买，得费神比较半天。”

美国社会心理学教授巴里·施瓦茨在《选择的悖论》一书中指出，当人们面对更多选择，有时反而不能做出明智的选择，即使做出了正确选择，也不一定感到满足，因为适应效应、比较、机会成本等因素会降低我们的主观感受。

在李松看来，他的妻子就存在明显的选择焦虑：“购物时抵挡不了折扣商品或赠品的诱惑，难以决定该买哪个；购买后，又不停地刷各电商的最新价格，既怕刚买完就降价，又怕没买的商品涨价；等到收完商家的快递，又觉得之前的选择不称心，总说‘如果当时买另外一款就好了’，很少有满意的时候。”

其实，这种焦虑背后，是对消费陷阱的担心。有些返券，看似诱人，使用起来受诸多限制；有些打折，看似力度很大，实则先抬高原价再打折；有些赠品，看似实用，到手才发现是“三无产品”……消费陷阱屡见不鲜，消费者是被吓怕了，所以不会选、不敢选。

“电商促销广告五花八门，有些确实存在消费陷阱，工商等有关部门应对其真实性进行监管。此外，也有很多商家没有尽职履行信息披露的义务，消费者才会担心做出对自己不利的选择。”中国人民大学法学院教授刘俊海说。

假货劣货多，购物总觉不踏实—— 渠道选择焦虑

“买一瓶进口爽肤水，为了经济实惠、安全可靠，究竟该在国内专柜买，还是代购、海淘？要是碰上假货怎么办？”

——上海某培训学校教师 孙珍艺

“我喜欢日韩的日化用品，比如无硅洗发水、抗敏手工皂、品牌彩妆等。但在哪儿买，老是让我发愁。”上海某语言培训学校教师孙珍艺对记者说，

“哪怕只买一瓶进口爽肤水，为了经济实惠、安全可靠，究竟该在国内专柜买，还是代购、海淘，或是请出国的朋友帮忙带？常常难以作出选择。”

为啥购买进口化妆品的渠道会让人如此纠结？孙珍艺的理由是：

——国内专柜购物便利，而国外专柜的化妆品成分可能比国内专柜好。很多网友在美容论坛上说，日韩化妆品供其本土市场的产品成分更好。以雪肌精爽肤水为例，中国版比日本版的酒精含量高，有效成分少。

——代购、海淘假货多，心里不踏实。“我在二手网站上看到有人卖用过的化妆品瓶子，也有人收。”孙珍艺说，且不说网上有多少仿制品，这种购买原包装瓶的造假，更难分辨。连很多知名海淘网站上都有消费者留言买到假货，个人代购就更不靠谱了，号称小票齐全，其实小票都可以在网上买到。

“国外专柜质量可靠，但毕竟个人出国旅游次数有限。是选国外网站海淘转运回国，还是就近去商场专柜？我总为此心烦。”孙珍艺说。

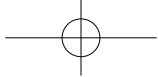
孙珍艺的焦虑，折射出我国市场环境的一些问题。荆林波认为，这其中既有国际大牌对中国市场存在“差别化”的原因，又有国内市场成熟度差等原因，而我国商业地产租金过高，也削弱了国内销售渠道的竞争力。

值得关注的是，国内电商渠道假冒伪劣屡禁不止，增加了消费者的选择难度。据统计，去年全国消协组织共受理消费者远程购物投诉2万多件，其中电商购物投诉占95.4%，达1.9万件。网售商品假货多，除了虚拟网络本身监管难度大，监管体制的不健全也给一些黑心商家可乘之机。虽然消费者网上买到假货可找平台维权，但实际操作过程中，消费者举证所购商品是假货很难。“商场的化妆品专柜从来都不提供验货服务。”孙珍艺说。

“应当成立有公信力的第三方中立检测机构，如果质量有问题，检测费用由商家承担。同时，要避免大企业收买检测机构，做出虚假检测的机构必须进入黑名单。”刘俊海说。

孙珍艺告诉记者：“如果监管到位，不论在哪个渠道购买都质量可靠，我的焦虑就会大大缓解。”

（据人民日报）



聚焦公交卡服务收费乱象

——退卡那么难，高额工本费都去哪儿了？

近日，中国消费者协会通报36个城市公交卡办卡、退卡服务体验调查结果，服务限制条件多、收费不合理等问题普遍存在。

“新华视点”记者调查发现，在一些城市，“退卡难”问题依然突出，各个环节限制条件多多。此外，有的城市对公交卡收取数十元工本费，而事实上其成本仅有几元钱。

办卡退卡皆限制条件多多， 不退押金或余额情况较普遍

“补一张小小的IC卡要花3天时间，还得到不同网点跑两次，真是麻烦。”几个月前，南宁市民李先生补办丢失的市民卡，虽然卡补好了，但旧卡里的余额不能立即到账，还需要3天后到离家很远的指定网点再次办理手续。

李先生的遭遇并非孤例。中消协调查显示，一些城市

在办卡、退卡服务过程中设置了诸多不合理限制条件。

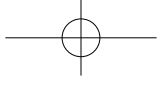
在发卡环节，个别城市不够及时。如呼和浩特申请办卡7天之后才能取卡；在充值环节，一些城市限制最低充值金额，并要求按5或10的倍数充值；在挂失环节，南宁等城市规定挂失后72小时才能生效。

其中，反映问题最集中的是退卡环节。部分城市不能随时退卡。海口、兰州、呼和浩特须持卡满6个月才能退卡；南宁须持卡3个月后才能退卡，而如果卡片损坏，则余额要3天后才能到指定网点领取。

此外，押金或余额不退的情况较为普遍，即使在卡片完好的情况下，青岛、长春、银川、乌鲁木齐只退卡内余额，不退押金。在重庆，如果卡片折损、卡号不清无法识别，则押金和余额均不退。

除设置各种限制条件外，一些城市还违规收取不合理费用。

南京市市民卡公司规定，办理“金陵通”公交卡要收取功能服务费20元，而且不能退卡。“以前收押金还可以退，现在这个所谓‘功能服务费’则是直接收



热点关注

Hot Concern

钱了。”南京市民张先生说。

南京市消费者协会一名负责人表示，根据集成电路卡应用和收费管理办法，为控制发行费用可按照一定标准向用户收取押金，但“公交、供水、供气、供电、铁路、邮电、交通等公用性业务的行业或具有行业垄断性质的企业提供生产经营业务，推广使用IC卡所需费用，通过对用户的业务价格补偿，不得向用户单独收取费用。”南京市民卡公司的做法，涉嫌在垄断领域以垄断价格侵害消费者利益。

多个城市工本费或押金明显高于成本，押金利息去向不明

今年4月至10月，全国工商部门开展了整治公共企业限制竞争和垄断行为的专项执法行动，其中明确，公共交通企业收取的工本费或押金不能明显高于成本价。

而目前，在全国很多城市，消费者在办公交卡时都需要缴纳押金或工本费。由于没有全国统一标准，各地收取的押金在10元至30元不等，异形卡及纪念卡另有更高额度收费标准。一些城市还在办卡或退卡过程中收取工本费，数额为6元至15元不等。

那么，一张IC卡的成本究竟有多少？记者近日以采购一卡通的名义向生产企业咨询。其中一家企业表示，如果采购量超过100万张，每张成本1元左右。另一家企业表示，成本2元左右。

一个可参照的案例是，今年7月，在未经物价局核准收取几千万元公交卡押金一事被曝光后，郑州市将办卡的押金从30元降至10元，其中因丢失、损坏等原因要求补发新卡的，按每张卡6元的标准向用户收取工本费。

中消协商品服务监督部主任皮小林说：“依据实际体验时有的城市退卡扣除6元工本费的口径，在被体验的36个城市中，有31个城市存在明显高于成本价收取工本费或押金的行为。”

这些巨额押金、沉淀资金产生的利息，是一个不小的数字。记者发现，多个城市的办卡须知中，都明确充值金额“不计息”，而押金利息的去向也并不公开。

皮小林表示，公交公司没有自由处分押金及其派生收益的权利，其使用应当依照法律规定且需公开透明，公交公司不应当享受押金所产生的包括利息在内的各种派生收益。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示，根据物权法

中对“孳息”法律性质的界定，押金产生的利息应归押金的所有权人。“发卡企业的这种行为，已经涉嫌违反了不当得利的法律条款”。而按照民法通则规定，“没有合法依据，取得不当利益，造成他人损失的，应当将取得的不当利益返还受损失的人”。

部分城市取消政府定价，专家呼吁规范定价程序

专家认为，维护公交服务的“公共”属性，政府部门和消费者协会不能缺位。

中消协表示，一些城市公交卡服务中设置的种种不合理限制条款，涉嫌违反消费者权益保护法、集成电路卡应用和收费管理办法等法规，政府相关部门应认真梳理各项规章制度，及时清理公交服务企业损害消费者合法权益的不合理规定，督促企业完善服务措施。

此外，要大量增加网点服务的全覆盖，方便百姓生活。记者采访发现，一些城市公交卡企业的网点多达数十个，但能够办理退卡服务的网点却只有两三个。

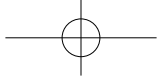
而在收费方面，则应规范定价程序、加强价格执法。根据集成电路卡应用和收费管理办法，为控制发行费用，不单独收费的IC卡，可按照一定标准收取一定押金，押金具体管理办法由省、自治区、直辖市人民政府制定；凡因丢失、损坏等原因要求补发的，均按IC卡工本费收取费用。

在中消协专家顾问邱宝昌看来，由于IC卡成本下降等原因，出台于2001年的上述办法已经不适应当前形势，收取押金缺乏充足理由。“公交卡和公交车票都是企业经营的工具，车票不收押金，为什么卡就要收押金呢？”他问。

令人关注的是，目前，广西、江苏等地在清理经营服务性收费的过程中，已逐步将IC卡收费从政府定价目录中剔除。“原则上讲，今后，收取工本费的标准由经营者与消费者协商。”广西壮族自治区物价局收费管理处相关负责人说。

专家表示，推进公交卡服务价格由政府定价转为市场调节，要在相关法律规定的框架内进行，遵循公平合理、公开透明的原则。收费标准应由消协、消费者、相关部门、经营者等各方代表共同组织第三方进行科学测算，或对公交卡成本进行公开听证，同时加强价格执法，维护消费者的权益。

（据新华社）



中消协外卖订餐调查结果堪忧

专家建议加大监管和处罚力度

饿着肚子叫外卖，送来的饭菜却不卫生；手抖点错了餐，却被告知订单无法取消……日前，中国消费者协会发布2016年网络外卖订餐服务体验式调查报告，结果显示，个别订单餐食存在异物等不符合卫生安全要求的情况。专家表示，由于网络外卖不能让消费者直观了解卫生状况和制作情况，加上外卖行业良莠不齐，建议消费者网络订餐时应尽量选择品牌餐厅，最好就近订餐。

部分商家卫生不达标

如今，网络外卖订餐服务规模不断扩大，服务质量却屡遭投诉。中消协发现，个别订单餐食存在不符合卫生安全要求情况，体验员反映收到的外卖餐食有异物，影响正常食用。

“虽然平台和商家在售后环节进行了事后弥补，但对消费者而言，卫生安全是网络外卖订餐服务的核心，平台和商家应当引起足够的重视。”中消协商品服务监督部主任皮小林介绍，9月9日北京体验员在体验美团外卖时遇到肉食生蛆等严重食品卫生安全问题；9月20日体验员在饿了么平台餐食中发现毛发等异物。

在体验中，部分平台及商家因包装把关不严导致餐食包装破损、食物撒漏、串味儿等影响消费者食用的现象情况较多。体验员对于餐食外观完整性评分仅为66.7分，评价较低。

此外，个别平台准入审核不严，出现无资质商家在平台线上登记，在线下无证经营的情况；餐食外观体验相对较差；部分平台商家不能及时送达

餐食；部分平台未设订单取消选项，部分商家不提供正规发票等。

为何网络订餐乱象重重

食品与营养信息交流中心专家阮光锋表示，一大原因是网络订餐平台本身管理混乱。作为市场主体，网络食品交易第三方平台在净化行业环境方面理应负起责任。特别是在食品安全问题日益凸显的当下，网络订餐行业必须将维护消费者权益放在首位。对于相关企业来说，只有提供更优质、更便捷的服务，才能获得消费者的青睐，实现自身发展。

如果不幸遇到了问题外卖订单，该怎么办呢？北京路浩律师事务所律师钟兰安表示，网络外卖订餐问题再多，但最根本问题在于商家与消费者之间的诚信度失衡问题。消费者在交易过程中给予商家的诚信度是百分之百，但不少商家回馈给消费者的诚信度却大打折扣，否则就不会出现这次中消协调查中发现的这些问题。

那么，如何让商家讲求诚信，改善提升诚信度呢？钟兰安表示，首先，政府相关部门要建立联合执法协调机制，强化对平台和商家在资质审核、服务提供、消费者个人信息保护等方面的监督管理，对于平台和商家违反相关法律法规的行为进行严厉查处，督促行业企业诚实守信、依法经营，保障网络外卖订餐消费者的合法权益。再者，靠消费者监督。在用餐消费过程中如发现食品安全问题等，绝不能迁就，一定要投诉、追责，让不诚信、不重视食品安全、卫生的商家付出代价或者失去市场。

网络外卖订餐要注意四点

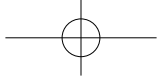
现在，越来越多的消费者愿意尝试网络外卖订餐服务，但是网络外卖订餐涉及多个服务环节，那么在当前情况下，消费者如何能够避免餐食卫生安全隐患的问题呢？阮光锋表示，消费者通过网络订餐时要注意以下四点。

一是订餐前要在外卖平台上认真查看供餐单位的《营业执照》和《餐饮服务许可证》，多查看商家上传的相关资料和订餐用户的评价，尽量选择证照齐全、信誉良好的餐饮服务单位订餐，不要向无证无照、证照信息不全或证照信息虚假等非法供餐者订餐。

二是尽量选择距离相对较近且可在短时间内送达的供餐单位订餐。收到外卖送餐后，要先检查餐食包装是否完好、清洁，所配送餐食是否与订购餐品一致。当面查验餐食是否受到污染或出现变质，一旦发现餐食变质或受到污染，应当拒收。确认无误后要及时就餐，避免长时间存放。

三是应尽量避免通过网络订购生鱼片、拌黄瓜等生冷食品，奶油糕点、提拉米苏、芝士蛋糕等冷加工糕点，拌色拉、四季豆、河豚等高风险食品。不要一次性从网上订购大量餐饮食品作为单位集体用餐，以免超出外卖商家的加工能力，发生食品安全事故。

四是如果发现餐食安全问题或网络供餐单位存在违法行为时，应及时向食品药品和卫生监管部门投诉举报。发生疑似食物中毒时，要及时到医院就诊，同时保存好相关证据，以便调查取证。



电商专供商品被指质量缩水 部分商品真假掺售



之前不少市民向记者反映，自己在网上买到过“不是假货，但确实‘质量缩水’的电商专供产品”。记者调查了解到，“电商专供”产品与实体店确有差别。

业内专家表示，为了避免线上线下两个渠道的利润互搏，不少厂家生产专供电商渠道销售的“专供款”早已成为业内的“常识”。同时，还有一部分商品，如化妆品、进口尿不湿等，大都由经销商供货，还存在“真假掺售”的情况，消费者在网上购物时切忌一味相信“低价”，还是要尽量选择大平台，货比三家，谨慎购买。

比超市货要轻很多。

而市民郭女士也经常在网上买高档内衣和服装，她也表示，线上渠道买到的产品，质量比实体店的专柜要差一些。“不是假货，但明显拿到手上就能感觉到差别”。郭女士介绍，有一些服装线上线下的差别在新旧款，还有一些质量就明显不一样。有一次她在某电商网站购买了某品牌的羊绒保暖衣，促销价格仅为实体店的三折，结果买到手之后发现，实体店内的含绒量显示是70%，这款促销产品只有30%含绒量。当她与店主交涉时，客服人员明确表示，“这是网络专供款，所以才会打三折。”

现象

“电商专供”质量缩水

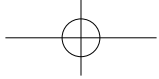
市民陈女士是一位不折不扣的网购达人，大到家用电器、小到米面油盐，她基本上都在网购平台上搞定。当然，在购物过程中，她也常买到“电商专供款”。“印象最深的是在天猫商城购买了一款卫生纸，价格比超市便宜近一半，一高兴买了两大箱。但收到货后发现，质量比超市里卖的缩水不少。”陈女士说，这款“电商专供”的卫生纸，每包价格才19.8元，但超市里卖的每包要30多元。买回来之后她发现，手感明显要轻很多，也薄很多，后来她专门又去超市买单卷的比对，“电商专供”在不显眼的位置上对克数有标注，

调查

差别供货已成公开秘密

记者在某电商平台上发现，标注“电商专供”的商品还真不少，小到日化用品、服装鞋帽，大到彩电空调等家用电器。北京某服装企业业务经理程先生向记者介绍，“企业会根据市场分线上线下一条渠道销售，比如今年新上市的同款女士大衣，实体店含羊毛70%，电商款可能含羊毛30%-50%。再减去实体店的租金和人工成本，电商自然就便宜，当然不能说这衣服就是假货。”

记者了解到，在电商平台上，尤其是大型家电，“差别供货”早已不是秘密。针对一款“电商专供”的品牌空调，



记者咨询客服人员了解到，这款冷暖空调就是商家特殊定制的，是该平台“专门代理”商品，在其他平台并没有售卖。但这款空调的质量和售后与实体店商品一样，并没有任何区别。对此，某知名品牌空调代理商介绍，电商促销大都以“打价格战”为主，厂家对不同的电商渠道单独定制“专供机型”在行业内已是公开的秘密。“网上卖的型号线下都没有，就是要区别线上和线下。另外，京东也要最低价，苏宁也要最低价，那就做两款不同型号的商品，价格就没法进行对比了”。而且，厂家也有明确规定，专供款不允许在正价的实体店销售。

这位代理商表示，线上专供版本与线下销售的版本虽然功能与质量上差别不大，但是在成本和用料上也不完全相同。“价格相差几百元，肯定里面有一些东西的材质会有一点差距，但差距并不大”。

业内

快消品存“真假掺售”现象

对此，业内人士表示，原本不同地域的经销商渠道，商品的价格就会有差异，最初京东、天猫都是卖线下商品，他们可以通过全国的线下经销商进货。一些商品卖得很便宜，甚至是亏本促销，厂家是很难管控的，当出现低价促销时，厂家就会面临着产品滞销，所以厂家会想办法从压缩产品成本上来想办法专攻这些渠道。“为了避开实体店和电商两个销售渠道的利润互

搏，近几年开始出现专供商品，针对不同的消费群体进行差异化经营，已经成为不少企业的选择”。同时，厂家为了对线下经销商和电商平台进行很好的控制，就会规定电商不允许卖线下的产品，线下渠道也不允许卖电商专供产品。

业内人士介绍，绝大部分的专供商品质量还是有保障的。但有一些快消商品，比如化妆品、进口尿不湿等产品，一是电商平台很难和厂家合作，只能与经销商对接；二是这类商品还没有明确的国家标准，平台也很难区分，目前确实存在有的经销商在供货的过程中“真假掺售”。这类产品只能是随着平台管控力度的加强，逐渐减少在线上出现。

某知名电商平台一位不愿透露姓名的高管向记者介绍，与平台合作推出线上专供商品，基本上质量都不会太次，尤其是大企业生产的，都能够得到保障。“电商专供产品出现质量问题，与平台的采购方没有关系，大多问题都出在供货商上”。像他们平台上出现问题较多的就是尿不湿。

律师

“专供”商品应延长无理由退货时间

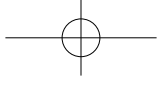
上述不愿透露姓名的电商平台高管介绍，一些商品会直接标明是专供款，但也有一部分则是混在普通商品中一起销售。尤其是电器，线上专供产品和线下产品外观几乎完全相似，为了避免混淆，一般都是通过型号来区分。

对此，北京诺恒律师事务所主任律师林悟江表示，“电商专供”商品是在节约成本的前提下做出的改动，所以存在偷工减料、以次充好的现象，且比较突出。一来电商惯用的手法就是“打价格战”，因此“电商专供”商品大都是限价生产。厂家为保证利润，就会在商品的材质上压缩成本，导致“电商专供”商品质量与实体店同类产品相差较远。二来由于“电商专供”商品的成本低于实体店商品，部分不法商家为提高自身利润，将“电商专供”商品当成实体店商品对外销售。

林悟江表示，如果在不低于国家标准的前提下，“电商专供”产品是可以型号上做出改动的。但商家如忽略介绍商品的差别参数，则侵犯了消费者的知情权。“电商专供”商品通常是在不起眼的参数或指标上做改动，由于商家没有正常履行告知义务，消费者仅仅凭借电商网站上的图片和说明很难发现其中的差别之处，特别是家电行业里的内置元器件，以至于消费者在拿到货后仍然无法察觉。因此商家不能打“擦边球”，要在显眼位置明示电商专供商品与线下商品的区别，消费者有权知道自己“低价”买到的商品的性能、构成和注意事项等。

此外，由于“电商专供”商品与线下商品的细微差别需要较长的使用时间才能被察觉，虽然新《消法》明确了消费者网购时的“后悔权”，往往消费者发现差别后已经过了7天内无理由退换货的期限。因此林悟江建议对“电商专供”商品，应该延长其无理由退换货的时间。

（据北晨）



货到付款暗藏“维权陷阱” 老人轻信被骗上万元



不少消费者在网购时都会选择货到付款这种支付方式，认为拿到商品再给钱是最保险、最稳妥的。殊不知，货到付款也有漏洞。一些不法分子抓住消费者对货到付款的信任，利用“快递代收货款”的方式实施欺诈。等到消费者发现时，却很难有力维护自身权益。

轻信货到付款 老人被骗上万元

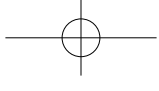
去年，一次电视购物被骗上万元、四处维权无果的经历，让四川省凉山州西昌市的82岁消费者李大爷感到心力交瘁。

2015年4月中旬，李大爷按照一则电视购物广告信息，以货

到付款方式订购了6200元治疗糖尿病的药品及赠送的糖尿病治疗仪。等包裹寄到时，李大爷本想先开箱验货，但快递员却要求先付货款后开箱。

无奈之下，李大爷只好先付了款。但开箱后，他发现包裹内只是一般的保健食品和一个极其简陋的治疗仪。当即，李大爷拨打销售方的电话与之联系，对方连忙道歉，说是“寄错包裹，马上重新寄出。按公司要求，补寄的药品需货到付款，6200元会存入‘北京储蓄卡’内，密码为888888，一并寄出，可以到本地任何银行取出该钱款。”李大爷听信了这套说辞。

5月初，第二件包裹寄到，李大爷付款1480元开箱后，发现包裹里的药品与上次一样，也只是一般的保健食品。包裹里确实有张“北京储蓄卡”，但到多家银行取钱，均被告知没见过该卡，认为是假银行卡。



李大爷再次拨打电话，而销售商也再一次“诚恳道歉”，还信誓旦旦道：“‘北京储蓄卡’绝对是真卡，已存入6200元，也许只有在北京当地才可以取到钱。现重新办张全国通用的卡，把上两次的费用6200+1480合计7680元存入卡内，还是货到付款1480元，随糖尿病的药一并寄出。”李大爷再次相信了他。

采用类似的说辞和手段，该销售商在4个月内连续5次从李大爷手中骗走共计11360元，之后就“人间蒸发”了。李大爷终于觉察到不对劲，根据卖家提供的地址只身前往北京讨个说法，却扑了个空。北京市昌平区工商部门查询发现，这个地址上并无这家公司，建议李大爷回居住地投诉。

先拿货后给钱 看似稳当实藏猫腻

李大爷的不幸遭遇看似荒诞极端，却并非个例。记者从凉山州消委会了解到，从2014年下半年至2015年末的一年半时间里，当地消委会共收到了10起利用“代收货款”业务，以货到付款为诱饵蒙骗消费者，特别是老年消费者的案例，涉及电视购物、报刊广告邮购、网购等多种无店铺销售形式，其中只有3起投诉的货款侥幸被追回，其他的均无从查找。

四川省消委会秘书长肖向荣分析，由于老年人长期居家，接受信息的渠道比较单一，报纸广告、电视购物广告对他们的影响是非常直接的。由于轻信了广告中“货到付款”“快递代收货款”等承诺，他们会产生一种错觉，认为拿到货再给钱比较稳当。

但实际情况并非如此。许多经常网购的消费者也都有体会：当商品通过快递、物流交付时，送货人员一般会要求收件人付钱、签字后再开封，这几乎是快递行业通行的做法。多数时候，收件人出于信任或怕麻烦，往往都会照做。但如果出现“货不对板”，消费者想要退货、退款时，就可能遇到不少麻烦事。

“签字收货通常在法律上会视作消费者已经对货物进行了检验。”四川天润华邦律师事务所律师冯咏分析，货到付款的陷阱在于它可能变相剥夺了消费者的验货权。由于快递公司并非销售主体，不会对商品质量或售后服务负责，消费者只能通过电话联系售后服务，增加了维权难度。如果遭遇欺诈，可能就很难追回损失。

冯咏律师告诉记者，一方面由于这种异地消费需要到销

售商所在地投诉，维权十分不便，尤其是有些销售商不邮寄发票，消费者无购物凭证，很难维权；另一方面，民事诉讼中“谁主张谁举证”，但一般来说消费者都不会刻意在购物时保存广告画面或录音等证据，在维权时会处于不利地位。

老年人成“重灾人群” 购物多留几个“心眼”

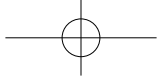
当前，各种新兴商业模式不断涌现，在给消费者带来不少便利的情况下，也带来很多新问题。2014年3月15日起实施的新《消费者权益保护法》中，提出了“网购七日无理由退货”制度，但落实起来却难度不小，相关部门正在围绕这一制度制订具体的实施办法，有望营造一个更加公平、有序的消费环境。但是，消费者不妨在购物时多留几个“心眼”，减少维权烦恼。

首先，要充分行使先开箱验货、后付款签字的权利。冯咏介绍，快递服务国家标准规定，快递人员将快件交给收件人时要提醒当面验收快件。“对于网络购物、电视购物、邮购等快件，收件人可以先行验收内件再签收，这是消费者的一项权利，不容剥夺。建议第一时间仔细查验商品的外观以及生产许可证号、生产厂家、生产日期等应该标注的主要内容，有问题直接退回去，以避免损失。”

其次，维护自身权益的最好办法是切实保留相关证据。据介绍，除了常规的票据、清单等证据外，如果是在电视台收看的电视购物节目，最好在节目播放时拍下照片取证。法庭上，只要说明该节目的播出时间并附上照片，法院就可以调取相关录像，作为判案的证据之一。如果是在网上购物，相关图片、视频等除拍照之外还必须截屏到公证机关公证。在和对方交涉赔偿等问题时的录音，与维权相关的短信、微博、微信等内容也可以作为证据。

最后，老年消费者通常是消费欺诈的“重灾人群”，需重点防范。凉山州消委会秘书长林炬焯表示，老年消费者在逐渐适应当前年轻化的消费方式时，可能产生一些误区，对各种广告中名人的“现身说法”、专家的“鼎力推荐”、大折扣的“回馈”趋之若鹜。因此，在面对种类繁多的产品和各种新兴的消费方式时，要有的放矢地消费，明明白白地消费。“但我们也呼吁，子女和家人多关心、陪伴老人，帮助他们树立积极、健康的消费态度，不去盲目听信广告。”

（据经参）



儿童防霾口罩多为成人“缩小版”

《日常防护型口罩技术规范》国家标准已于日前发布，并将于11月1日起正式实施，这是我国首个民用防护口罩国家标准，不过标准明确标称“不适用于儿童用口罩”。

记者调查发现，儿童口罩在北京市场有极大的份额，品牌众多价格不等，但并无生产标准，多是成人口罩的缩小版。参与起草标准的专家透露，儿童口罩的标准未纳入新规，主要是儿童身体差异比较大，数据采集难，下一步会考虑制定。

政策

口罩新规分四级 儿童标准未纳入

每当雾霾天里，儿童的健康更易受到影响，不少家长即便自己没有佩戴口罩的习惯，也会给孩子戴上。市民王女士的女儿今年刚上小学一年级，但是口罩对于她和班上的其他小同学来说并不陌生，这几天送孩子上学路上，几乎每个学生都戴着各式各样的口罩，“棉布的、带呼吸阀的比较常见，也有家长就给孩子戴普通的一次性无纺布口罩”。

北京东区儿童医院耳鼻喉科主任冯国仿表示，从临床来看，在雾霾天，儿童气管炎、支气管炎、过敏性鼻炎等均有上升趋势。冯国仿介绍，除了人们所熟知的PM2.5之外，还有甚至比PM0.5更细小的颗粒，这些颗粒可以随空气进入气管、支气管、肺泡。“儿童因为皮肤黏膜，包括气道、鼻腔的黏膜，咽喉部黏膜及气管内膜，肺泡表面等部位更加娇嫩，更容易受到伤害，如果进行户外活动要戴口罩”。

从11月1日起，国家标准《日常防

护型口罩技术规范》将正式实施，这是我国首个民用防护口罩国家标准。根据《日常防护型口罩技术规范》，防护级别根据空气污染情况由低到高分D级、C级、B级和A级，分别适用于中度及以下污染、重度及以下污染、严重及以下污染、严重污染，各级对应的防护效果分别为不低于65%、75%、85%、90%。

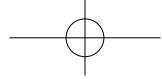
不过，随着雾霾天气频繁出现，受雾霾影响最大的儿童群体，其适配的口罩却没纳入到新修订的标准中。作为雾霾天更容易受到影响的人群，标准却明确标称“不适用于儿童用口罩”。

调查

儿童防霾口罩多为成人 “缩小版” 防护效果不理想

雾霾天最简单的防护手段就是戴口罩，现在儿童口罩也占领了半边口罩市场，不少超市、药妆店、药店的口罩柜台，儿童口罩都被摆在了显眼的位置。儿童口罩品牌多样，样式也各不相同，





常见国产品牌的价格在十几元到几十元不等，进口品牌单只口罩则要上百元。

近日，记者来到位于青年路的一家大型超市，口罩被单独陈列在一个货架上，其中儿童口罩共有伊藤良品和绿盾两个品牌，分别是可换过滤片的防护性口罩和一次性的无纺口罩，都写明可防护PM2.5。伊藤良品的口罩为S号，注明“适合5-12岁儿童使用”，绿盾的包括XS号和S号，分别适用于3-6岁和7-12岁儿童，另有一种绿盾儿童无纺口罩则是均码。北青报记者查验发现，两个品牌的口罩在产品包装上都标明了执行标准、产品类型、基本安全技术规范、保质期等信息，而未找到“防护效果级别”。另一家药妆店售卖的台湾进口滴露牌的S码儿童口罩则标明防护级别为“KN95”。三个品牌的口罩售价从15元到30元左右不等。而在网络上，还有totobobo和Vogmask两个进口品牌的儿童口罩，售价都在百元。

一位国内知名口罩生产商的销售人员告诉记者，目前儿童口罩与成人的材质完全相同，只是成人的“缩小版”，是为了照顾儿童的脸型，以求能达到更好的密闭性和贴合性。不过，记者将几个国产品牌的口罩拆封试戴发现，虽然是儿童款的口罩，但成人佩戴也完全可以，且几种可换滤片的口罩戴在成人的脸上都并不能做到完全贴合脸型，脸颊处依然有缝隙。

市民刘女士也给刚刚上幼儿园的孩子买过儿童口罩，但尝试了三四种之后都因为尺寸不合适而放弃了。“对于5岁的孩子来说，即便是儿童款，也还是太大了，3M有一款最小号的呼吸阀口罩，给孩子收紧松紧带之后又有些憋气。”刘女士告诉记者，因为专家介绍如果口罩密闭性不好，戴了防护效果也不理想，所以也就索性不再给孩子戴口罩了，如果雾霾天太严重就直接在家休息了。

对话

儿童未纳入新规 缘于身体差异大 数据采集难

对话人：首个民用口罩国标的牵头起草人、中国产业用纺织品行业协会高级工程师赵瑾瑜

记者：《日常防护型口罩技术规范》明确指出，该标准“不适用于儿童用口罩”。为什么把“儿童口罩”排除在该国标之外？

赵瑾瑜：本标准未涉及儿童用防护型口罩，主要是因为现阶段我国少年儿童身体特征差异性较大，针对儿童这一特殊群体的实验数据积累还有待完善，比如分析呼吸阻力对儿童成长影响的医学数据等。

记者：市面上很多标称“儿童口罩”，材质和成人口罩一样，可以说是成人口罩的缩小版，这样的生产标准科学吗？

赵瑾瑜：真正的儿童口罩其实不应当是成人口罩的缩小版。目前国内没有针对儿童口罩的统一标准，有些生产企业内部的标准也比较简单，涵盖的项目比较少，严格来说不能用“成人口罩缩小版”来处理儿童口罩。下一步会考虑制定儿童口罩的标准。目前相关部门正在进行深度调研，努力推动适合儿童佩戴的日常防护型口罩的标准化的制定工作。主要的难点是一些技术资料不完善，针对儿童口罩使用的监测数据也不完整。

记者：按照将实行的《日常防护型口罩技术规范》，目前市面上的哪些口罩会被淘汰？

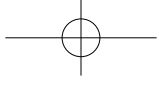
赵瑾瑜：实际上在《日常防护型口罩技术规范》中，没有对口罩的面料和滤材等作单一化规定，重点在于明确防护效力方面的标准。这是因为如果对材料局限太多，不利于口罩技术的创新发展。也就是说，这个标准在满足消费者需求的基础上，不针对某个产品或某类型进行淘汰，而是给企业提供一个技术规范，便于消费者更加精准地选择适合自己的口罩。比如有无呼吸阀，有些口罩加上呼吸阀以减轻呼吸阻力，有些则没有，但可能随着技术进步，不带呼吸阀的口罩也能在低呼吸阻力的基础上有很好的防护效果，因此不作这方面的约束和制约。

企业

部分儿童产品 材料没那么厚

近日，国内知名口罩品牌“绿盾”的生产企业，上海兴诺康纶纤维科技股份有限公司董事长赵丹青在接受记者采访时表示，绿盾儿童口罩执行的是该公司的“抗菌防霾”标准，与同系列的成人口罩相比，材料不那么厚实，呼吸阻力相对较小。“材料不厚不代表过滤效果差，综合口罩形态等，还是可以满足过滤需求的”。

对于即将实行的新标准，赵丹青表示，绿盾口罩的部分产品将执行国标，部分产品则继续执行企业标准，“因为我们企业产品标准在国标基础上增加了抗菌防流感功效，以达到防两细的效果，所以会保留部分企业标准的产品”。此外，各款口罩都不会因为新标准的实施而涨价。（据北青报）



据新京报

107家景区摘牌谁该脸红?

国家旅游局对旅游行业的严厉整肃，可谓正当其时，也深刻契合了公众的现实需求。但景区旅游秩序的规范，不能仅仅只依靠国家旅游局的“铁拳”，地方旅游部门更应该切实履行起日常监管责任。

据报道，国家旅游局通报称，全国31个省区市均已完成对本地4A及以下景区检查，共有367家4A级及以下景区受到不同程度处理。其中，107家A级景区被摘牌，包括55家4A级景区。

如此多的A级景区被处理，甚至还包括摘牌这般严厉的惩罚措施，可谓罕见。相信国家旅游局的此番整肃，定会在旅游行业引起巨大反响。不过，公众在拍手称快的同时，难免要问，367家受处理的景区，遍及20多个省区市，问题如此严重，地方日常监管早干什么去了？

去年10月份，旅游行业也曾遭遇“地震”。5A级的秦皇岛山海关景区被国家旅游局痛下杀手，直接摘牌；今年的通报中，虽未涉及5A景区，却数量众多，令人咋舌。去年“收拾”5A，今年“收拾”4A及以下，一个摘牌“全垒打”就此形成。国家旅游局在整治景区方面，确实是动了真格。

可惜的是，地方旅游主管部门，似乎并未“察觉”国家旅游局的决心。公众甚少听闻，哪个地方能够像国家旅游局摘牌5A那样，摘牌自己旗下的4A景区。至多，拿那些本地人都不太清楚是什么的2A、3A开刀。要知道，自2014年5月1日起，4A景区的评定权，已经下放至省级旅游主管部门。

从管理权限上来讲，国家旅游局直接出手摘牌107家A级景区，其实多少有点“越权”。但换个角度来看，“越权”或

许也是对地方旅游主管部门监管不力的不满。不说太早之前，就从去年到今年，在旅游行业刮起整肃风之后，倘若地方旅游部门能够切实履行起监督管理责任，该警告的警告，该摘牌的摘牌，哪里会轮得到国家旅游局“出手”。367家A级景区之所以有今天，就是地方旅游主管部门放纵的结果。

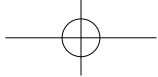
旅游行业售卖的是愉悦的出游体验，而不是其他。遗憾的是，恶意宰客、消费欺诈等突出问题，几乎在所有的景区都不曾杜绝，甚至不少所谓的2A、3A景区，专门就以宰外地游客为“主业”。种种乱象，恰恰说明了地方旅游主管部门，在对所属景区的日常管理上，是多么的孱弱与无力。

地方旅游部门不愿意对所属景区严管重罚，或许也有自己的利益算计。

一则，景区是一个口碑行业，如果三天两头地处理景区，会不会让消费者觉得，这个地方的景区处处是坑，千万别来；二则，景区的日常管理都是地方旅游部门负责，乃是不折不扣的“上级主管部门”，熟人肯定也不少，甚至还不排除会有利益捆绑。此种情况下，睁一只眼闭一只眼，似乎也是种不错的选择。监管放纵之下，当国家旅游局“痛下杀手”，各个景区“全线溃败”就成必然。

应该说，国家旅游局对旅游行业的严厉整肃，可谓正当其时，也深刻契合了公众的现实需求。但必须要看到的是，景区旅游秩序的规范，不能仅仅只依靠国家旅游局的“铁拳”，地方旅游部门更应该切实履行起日常监管责任，如此，旅游质量的提升方可期待。





移动支付时代，一卡通的进步何时不再晚点



曹旭刚

现在各种移动支付结算业务亦正当其时。此种情况下，一卡通“部分网点开通”的银行卡转账便捷退资方式，未免让人生出一种感觉——相比此前确实是进步，但相较于更便捷的移动互联结算，进步仍然不够。

最近，中国消费者协会公布了36个城市办卡退卡服务体验调查报告。结果显示，退卡限制条件多、退款到账期长等问题仍然存在。针对这一问题，北京市政交通一卡通公司回应称，已经在部分网点开通了银行卡转账等便捷退资方式。

关注过北京一卡通退卡问题的公众，都会对北京各个退卡网点——尤其是地铁退卡网点，长长的队伍印象深刻。排队时间长姑且不说，更要命的是，万一不小心折断了卡片，就得七天后再来一次才能拿到退款。而对众多外地人来说，为了几十块钱的余额，改变行程也颇为麻烦，唯一的选择只能是放弃卡片放弃余额。

于此而言，北京一卡通公司开通银行卡转账等便捷退资方式，无疑是一种进步，公众既可以少受折腾，也能拿回原本属于自己的钱。不过，相较于一卡通服务的庞大人群，相较于一卡通各种纷繁复杂的垄断乱象，所谓的银行卡转账等便捷退资方式，充其量只能称之为毫米之变，距离公众真正想要的一卡通，依然相去甚远。

一个不争的事实是，包括北京在内的各个城市的一卡通，都是在城市公交卡的基础上发展起来的。因为应用的广泛性，一卡通的用户基数以百万、千万计。而诸如不合理押金、高昂工本费、不挂失、退费难等问题，长久被诟病。

如果说，公众抱怨的种种问题，是由于现有技术无法达成，其实是可以理解的。但问题在于，一卡通诸如高额工本费、不挂失

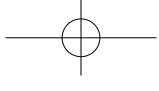
等问题，并不存在技术障碍，更多是垄断思维在作祟。比如，各地一卡通公司分别在收取十几二十的工本费或押金，理由是制卡成本高居不下。但媒体援引业内人士说法却指出一卡通属于非接触CPU卡，单张成本不会超过四块钱，数量巨大的话，成本甚至可压低到9毛钱。

某种意义上，此番北京一卡通关于退费的“新政”，固然立意良善，但不得不说，来得还是有点晚、步子迈得还是有点慢。要知道，现在移动互联网技术正如火如荼，各种互联网支付结算业务亦正当其时。此种情况下，“部分网点开通”的银行卡转账便捷退资方式，未免让人生出一种感觉——相比此前确实是进步，但相较于更便捷的移动互联结算，进步仍然不够。

应该看到，这两年来，一卡通领域内的种种乱象，依稀有了改善的迹象。比如，有城市取消了工本费或押金，有城市开始发行可以挂失的实名制卡片。但是，一卡通领域的改革步伐，仍然远远落后于公众的期待。一卡通向更深层次加快改革，注定是无法回避的问题。

一卡通不是普通的商品，其承载了公共服务的要义。但是，一项公共服务的产品，却给公众带来了那么多的不便，严重滞后于社会的发展，一卡通成了“一卡不通”，这难道不值得反思吗？问题究竟在哪里，为什么这样的服务不能通过公开招标的形式，交给市场去解决。

只有直面公众呼声，积极响应发展中暴露出的各种问题，竭力将为公众提供良好服务作为使命，才能走出纷扰直通民心。乐见一卡通领域的各种良好改变，但改变理应更多更快。



600万存款消失，银行咋让人安心

刘洪波

近日，消费者郑先生存中信银行600万元，上午存进，下午就被扣划转账到只剩690元。随后，中信银行向媒体通报，郑先生的钱是像代扣水电费一样，扣划到了上海一家公司的账上，资金安全。

一个人在银行被莫名其妙划走近600万元，心情如何，完全可以想象。事发近20天后，银行来了一句“资金安全”，总还算不错。然而，这里所说的安全，恐怕也就能够安慰已被转走巨款的当事人，他的钱反正已被划走，现在说钱还在，有下落，算是一个定心丸。

但对普通人来说，想想钱一放进银行就会无端被划几百笔，到头来你说安全，大家会怎么看？钱放到银行里的安全是指什么，即使不等于万无一失，至少不等于可能被划走吧。你说划来了也能找到下落，但人们想象中的安全难道包括这一出么？

我们还要注意到，当事人当日即已致电银行，银行没有当即表示“安全”而且钱还在继续被转走。他的卡刚开通，U盾也在手中，但钱被划走了。半个月后，银行才透露钱是在上海一个POS机上划转的，对方身份未明。

即使现在，银行告知“安全”了，按当事人的说法，他并未签署过任何授权协议，也不认识扣款公司及相关负责人。银行则说情况属于“正常代扣业务”性质，开卡和资金扣划

的流程都“没有任何问题”，“业务流程符合各项制度要求，支付运营体系安全合规”。大家看了，相信都是一头雾水，又何来安全感可言？

又据银行说法，“如果经警方最后调查的结果显示，客户的资金是属于被恶意盗刷，客户的资金安全也是有保障的”。这就是说，资金安全不安全，取决于警方是否认定恶意盗刷，如果警方不认定，那么安全则会不保障。

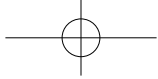
不过银行方面也提供了一些让人不解的情况。在沟通中，银行多达10次建议当事人办理冻结、挂失、报案措施，当事人均未采纳，直至事发两周后，当事人才前往营业部查询，并向警方报案。

无论如何，这不是一个正常的银行交易行为。若当事人所述为实，则银行有重大漏洞。但当事人对账户的异动，似乎也并不如想象中的“积极有为”。但此事对普通人所造成的困扰，对金融机构形象和声誉造成的影响，都是巨大的。公众需要确切的说法，那些钱到底是在无授权的情况下无端被划走，还是一切在合乎规程的情况下被扣划。大家需要知道这600万元到底有怎样的故事，以判断银行操作规程是否能够给人安全信心。

对这600万元的交易过程，广州市公安局经济犯罪侦查支队已立案并介入调查。若属恶意盗刷，资金将保障安全；而如果不属于恶意盗刷，剧情未必没有反转可能，那样，当事人或许需要为银行声誉受损承担后果。正常划扣和莫名其妙转走，两者不可能同时为真。

目前，那笔钱暂时是安全的，如果当事人确无过错的话，他不会受到损失。但银行已承受巨大的质疑和指责，倘无合理的解释，将难以挽回影响，银行应该有动力将此事弄到水落石出，我们应该可以看到真相的出现，从而各自判断自己的账号是否安全。





规范校园贷，要监管也要引导



据新京报

一方面应依法打击各种违法校园贷，同时鼓励和引导正规金融机构基于商业逻辑，开发新的针对大学生群体的金融产品。监管和引导双管齐下，才有希望从根本上解决校园贷乱象。

今年6月，女大学生“裸条”借贷一事闹得沸沸扬扬，通过借贷宝，有女大学生被要求“裸持”（以手持身份证的裸照为抵押）进行借款，逾期无法还款将被威胁公布裸照给家人朋友，且借款周利息高达30%。而现在，有网友透露，“借贷宝的那些裸照贷款的资料泄露了”，从曝光的截图来看，在一个名叫“借贷宝”的文件夹中包含了很多女生的裸照，而且备注了“带联系方式”“漂亮”甚至“肉偿”等赤裸裸的字眼，让人不忍直视，引发舆论大哗。

“裸贷”照片泄露，暴露了一些不法金融机构借校园贷伸入了象牙塔。痛惜年轻人的消费主义给不法分子可趁之机的道德责备，有一定道理，但靶子不免走歪。

人们很容易将“裸贷”当作是变质的校园贷，但不论从何种角度看，“裸贷”都是对借款人的要挟犯罪。这种行为，已超越金融法律的底线，如部分周息达离谱的30%左右，已是不受法律保护的高利贷。而且裸体不是法律上的财产，不具有抵押、质押的法律效用，从合同法等角度诠释，裸贷双方法律主体地位不对等，并非平等主体间的交易，不具备法律效应。在借款人到期无法偿本付息时，“裸贷”机构向借款人的家人、同学和其他熟人发放裸照，曝光艳照、色情报复，甚至接受“肉偿”等，已不是什么道德问题了，而是涉嫌犯罪。

其实，当前在市面上流行的校园贷，都带有和变相带有高利贷问题。盯上学生群体这类“负翁”的机构，不仅包括网贷平台，还包括正规金融机构发放的高利率学生贷，以及各类

违规信用卡业务。

针对扭曲的校园贷，上半年教育部曾联合银监会发出“黄牌”警示，要求加强对校园不良网络借贷平台的监管和整治；最近银监会联合14部委开始重点整治校园贷市场，对校园贷平台实施分类监管，希望推动校园贷走出野蛮成长，进入规范治理。但从目前校园贷暴露出的问题看，监管还需进一步加强。

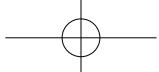
当然，更值得反思的是，扭曲的校园贷暴露出以下问题：一是大学生等群体是正规金融服务未能覆盖的金融压抑群体，二是扭曲的校园贷问题牵涉到社会和市场的交易信任问题，反映出大学生群体未能完全有效享受到政府理应承担的防护型保障等公共服务。

作为缺乏独立经济来源的大学生群体，对正规金融机构而言是鸡肋。但从金融服务角度看，这是金融服务供需错配的问题，即大学生是缺乏独立支付能力的，但也是具有可预期现金流收入的群体。针对大学生的金融服务和产品，不应该是短期的，而应是3年以上的长期金融服务和产品。

应利用不断发展的金融科技，可预期和量化大学生的未来收入流，如根据大学生借款人的学习能力等各种可能影响未来其收入流的要素，尝试搭建一个大学生就业收入流的算法和模型，探索大学生金融服务的信任机制，形成一个久期较长的分层金融服务体系。

针对这一金融产品创新，政府应该积极进行鼓励和引导，可以适当给予财政支持，为这一金融产品顺利运行增加信用。

政府应依法打击各种违法校园贷，同时鼓励和引导正规金融机构基于商业逻辑，开发新的针对大学生群体的金融产品，替代各种违规校园贷。监管和引导双管齐下，才有希望从根本上解决校园贷乱象。

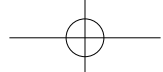


补充协议暗藏不公平条款 签旅游合同要多长个心眼

2017年元旦、春节临近，旅游高峰将至。12月2日，安徽省工商局发布消费警示，提醒广大消费者注意旅游类合同补充协议中暗藏的七种不公平格式条款。同时，该局将开展为期一个月的全省旅游类合同格式条款行政执法服务月活动，维护广大旅游消费者的合法权益。

【点评七种不公平条款】

12月初，安徽省工商局合同监管处处长卫琳在接受记者采访时说，今年国庆节前夕，该省促进旅游业改革发展领导小组组织的假日旅游市场联合督查组和省工商局组织的执法检查组对部分地市进行检查，收集了部分旅游类合同。近期，经过该省合同格式条款评审委员会评审，发现部分格式条款仍然不同程度存在问题，尤其是各地旅游企业使用的合同补充协议(说明)、提示(告知)书、注意事项、各类旅游行程单、自驾游(自由行)服务合同等，往往隐含不公平格式条款。



条款一：《XX印象双卧六日游合同》补充说明中存在“保险费包括：人身意外伤害险+旅行社责任险”。

●工商点评：《旅行社条例》第三十八条规定：“旅行社应当投保旅行社责任险。”可见，投保旅行社责任险是旅行社的法定义务，其保险费应当由旅行社承担。

条款二：《XX双飞5晚6日高端品质游合同》注意事项中存在“以上是正常参考行程，接待社有权对行程、车次、航班、酒店入住城市等做出调整（不降低标准），尽力确保行程的顺利进行，如果遇人力不可抗拒因素或政策性调整所产生费用由游客承担。”

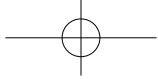
●工商点评：《旅游法》第六十七条规定，危及旅游者人身、财产安全的，旅行社应当采取相应的安

全措施，因此支出的费用，由旅行社与旅游者分担。造成旅游者滞留的，旅行社应当采取相应的安置措施。因此增加的食宿费用，由旅游者承担；增加的返程费用，由旅行社与旅游者分担。

条款三：在XX旅游合同补充协议中存在“如出现单男单女或单人，请补齐单房差或加床。”类似条款，“参团时发生单房差的客人，我社又不能拼房的，请按规定补足单房差。”

●工商点评：在包价旅游合同中，相关费用已事先在书面合同中作出约定，补齐房差会增加旅游费用，是对合同实质性条款的变更。《合同法》第七十七条规定，当事人协商一致，可以变更合同。据此，非经双方当事人协商一致，旅游经营者不得单方变更合同价款。此外，《旅游法》第七十五条规定，住宿经营者应当按照旅游服务合同的约定为团队旅游





者提供住宿服务。住宿经营者未能按照旅游服务合同提供服务的，应当为旅游者提供不低于原定标准的住宿服务，因此增加的费用由住宿经营者承担。由于旅游经营者安排的原因出现单男单女，导致居住标准高于原定标准，由此增加的费用应由旅游经营者自行承担，不得转嫁给居住单人房间的旅游者。

条款四：《旅游相关事项提示(告知书)》中存在“您对于本社关于旅游合同的解释和说明已经完全知悉，并无任何异议。”

●工商点评：对于格式条款，提供方有提示说明义务，不能用合同条款取代义务，也不得推定对方理解合同中重要条款的含义。

条款五：《“自驾游”(自由行)旅游服务合同》中存在“乙方为甲方预定的酒店客房、餐饮、景区门票等服务项目均系不可退换的服务项目。本合同生效后，甲方要求取消预订的酒店客房及其他服务项目的，甲方仍应按照本合同约定的标准承担相应服务项目的全部费用，乙方已经收取的客房、门票等费用不予退还。”

●工商点评：根据《消法》第十条规定，消费者在接受服务时有获得公平交易条件的权利。《旅游法》第六十四条规定，在旅游行程开始前，旅客享有

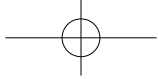
旅游合同的任意转让权，旅游经营者无正当理由不得拒绝。《旅游法》第六十五条也赋予了旅游者在旅游行程结束前单方解除合同的权利，组团社在扣除必要费用后应将余款退还给旅游者，即尚未购买的票不再购买，已经购买的票在扣除退票费后退还给旅游者。

条款六：《“自驾游”(自由行)旅游服务合同》中存在“甲乙双方均可向乙方住所地人民法院起诉”。

●工商点评：《民事诉讼法》第二十三条规定“因合同纠纷提起的诉讼，由被告住所地或者合同履行地人民法院管辖”。旅行社所在地法院不应为唯一有管辖权法院，该条规定有排除消费者诉讼权和选择权之嫌。

条款七：《XX出境旅游合同》争议的解决方式中存在“本合同履行过程中发生争议，由双方协商解决，亦可向有关的调解组织或机构申请调解。协商或者调解不成的，按下列第1种方式解决：1.提交XX市仲裁委员会仲裁;2.依法向人民法院起诉。”

●工商点评：依据《中华人民共和国合同法》第一百二十八条和《中华人民共和国仲裁法》第六条规定，此类条款存在问题：一是将该协议选择的仲裁，固定为格式条款，排除了消费者选择权;二是将XX仲裁委员会，错误写成XX市仲裁委员会。



【整治不公平格式条款】

为维护广大消费者的合法权益，安徽省工商局从12月2日开始，开展为期一个月的全省旅游类合同格式条款行政执法服务月活动。

本次行政执法服务月活动针对旅游合同中的典型不公平格式条款，加大行政指导服务力度，依法纠正问题格式条款，有效规范合同行为。各地工商(市场监管)部门在活动中将依法开展行政指导，讲解、释义国家工商总局关于旅游类合同格式条款专家点评意见，指导旅游企业依法签订、规范履行合同，并实地走访辖区内旅游类企业，以问题为导向，开展针对性行政指导服务，引导企业开展自查自纠，提高经营者的自律意识。同时，将全覆盖广泛收集辖区内旅游企业使用的旅游合同和补充协议、提示(告知)书、旅游行程单，以及自驾游(自由行)服务合同等，确保准确查找问题格式条款，不留死角。对于查找出来的问题格式条款，及时指导旅游企业进行修改完善;对于经行政指导后拒不修改不公平合同格式条款的旅游企业，将依法严厉查处。

【签旅游合同要多长个心眼】

针对旅游类企业将不公平格式条款隐藏在合同的补充协议(说明)、行程单、提示(告知)书及自驾游(自

由行)服务合同等情况，安徽省工商局提醒广大消费者注意以下几个方面：

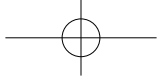
一是要规范签订旅游合同。旅游者与旅行社签订合同时，要注意合同主要条款是否齐全、权利义务是否对等;住宿、餐饮标准和争议解决方式途径等核心条款是否依法合规;旅行社是否在合同上加盖公章并签字;旅游者应持有合同并保存好。

二是要留意旅游合同补充协议(说明)、行程单等。旅游者要认真阅读补充协议(说明)、行程单及提示(告知)书中格式条款的意思表示，对于不明白的内容，可以要求提供合同方予以解释说明。

三是要谨慎签订“自驾游(自由行)服务合同”。目前，此类新型合同尚无示范文本可以参照。旅游者签订合同时，谨防格式条款中免除旅行社自身责任、加重消费者责任、排除消费者权利的内容，增强维权意识。

四是要注意留存证据依法维权。旅游者在签订、履行合同时，因不公平格式条款遭受侵权的，可以按照合同约定的争议解决方式维权，也可向旅游合同签订地或者被投诉人所在地工商(市场监管局)投诉。

(洪敬谱)



法院发布典型案例 提醒网购注意保留证据

近日，北京市三中院发布典型案例显示，部分网络经营者的不规范、不诚信经营行为时有发生，网络购物合同纠纷案件数量快速增长，所受理的多起网络购物合同纠纷案件涉及淘宝、京东、1号店、亚马逊等多家购物网站。法院提醒消费者网购时应仔细阅读交易规则，并提高留证意识。

【案例】

1. 买到三无香菊获赔

网络经营者在商品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好，以不合格商品冒充合格商品；销售失效、变质的商品；篡改、误标、漏标生产日期和保质期等。

龙某在某公司经营的网站购买香菊礼盒20个，发现盒中香菊包装上无食品生产许可证号、保质期等信息。龙某诉至法院，要求退还货款并支付10倍价款赔偿金。

市三中院认定某公司系销售明知不符合食品安全标准的食品，应当向消费者退还货款并支付10倍价款赔偿。

2. 万元名表无法质保

经营者在销售商品的过程中借助网络平台以各种吸引消费者眼球的方式推销产品，通过虚假宣传或夸大产品用途、性能等方式诱导消费者购买其商品。

唐某通过网络电商购买“正品行货”TITONI梅花表Cosmo宇宙系列机械男表一只，优惠后价格为12228元。但保修卡上的销售商为巴林王国的一家手表店，且无法在专柜享受售后服务。该网络电商提供的报关单等显示梅花手表的启运地区为中国香港，境内目的地为深圳，原产地瑞士。

市三中院审理后判决，经营者销售无法享受与在专柜购买同类商品相同售后服务和质量保证的商品，却告知消费者为“行货”，属于欺诈行为。



【提醒】

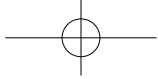
消费者网购时应保留证据

法官建议，消费者应全面、充分地了解网络经营者的主体资质、厂商厂址等经营信息，认真阅读产品的生产日期、保质期、添加成分、售后服务等信息，选择信誉度高、安全性强的经营者，妥善保护个人信息，仔细阅读交易规则。

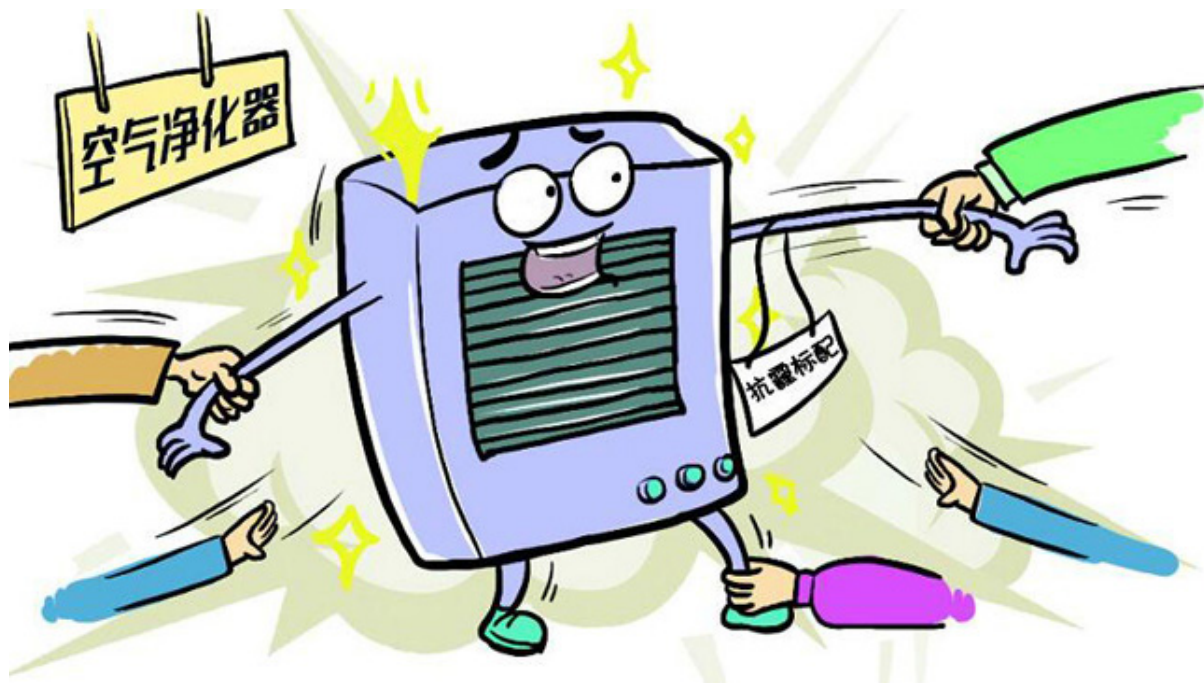
其次，消费者网购时要注意留存交易过程及相关记录，积极保留各项证据，必要时进行证据保全和公证，降低网络购物风险。

此外，消费者在购买商品和接受服务存在疑问时应及时向客服人员进行咨询，产生争议及时向消协或工商部门投诉，必要时依法提起诉讼，维护自身合法权益。

(据京华时报)



空气净化器使用6误区



❧ 误区1

等到雾霾天才打开。有的消费者会误认为净化器只需要在雾霾天开上一两个小时就有用，实际上除了空气中的颗粒物，致病菌、甲醛等有害气体也是危害人体健康的空气污染物。所以空气净化器需要长期打开使用才会有效，不能作为临时家电。

❧ 误区2

大户型仅用一台空气净化器。不同型号的空气净化器说明书上一般都会明确地标出它的适用面积，一般一台净化器能够控制一间房的空气质量，小户型家庭选购一台风量较大的就足够使用；而对于较大户型的家庭来说，需要同时配备多台净化器才能保证全家空气质量。

❧ 误区3

不更换滤芯。空气净化器的滤芯与净水器的滤芯相似，是存在一定的饱和性的，HEPA滤芯在雾霾天气最长一般也只有三个月的寿命，活性炭吸附滤网一般用到半年后也需要更换，日常使用中可通过阳光暴晒达到适当延长其使用寿命的目的。

❧ 误区4

只关注PM2.5是否达标。净化器市场的火爆来自于雾霾天气的肆虐。一些品牌宣称PM2.5“去除率”达90%以上，实际效果却缺乏第三方验证。而且清除了PM2.5并不代表空气就达标，空气中除可吸入颗粒物外，还有致病菌和有害气体，净化器的净化能力需综合衡量。

❧ 误区5

配合加湿器使用。水分子能够为致病菌提供吸附的场所，所以在使用净化器时配合加湿器会降低其净化效率。而现在不少带有加湿功能的净化器则能有效避免这一问题。

❧ 误区6

只要室内没异味就行。室内空气标准是可吸入颗粒物、有害气体、异味和细菌病毒等含量综合衡量的指标，单单以异味来决定空气质量并不合理。除了表面能感受到的PM2.5、异味等外，甲醛、苯、放射性氡等都会对身体造成伤害。

(据中消报)

燃气灶超期服役危害大 使用需加小心

根据《家用燃气燃烧器具安全管理规则》规定，从售出当日起计算，燃具灶具的判废年限为8年。虽然有些用了8年以上的灶具从表面上看还挺好的，但由于部件老化，超过有保障的使用年限，实际上已经在慢慢危害您的健康。使用超过8年的老旧灶具，燃烧时一氧化碳容易超标排放，一氧化碳浓度排放量超出国家规定7倍以上。

在厨房相对狭小的空间内，老旧灶具燃烧不完全，一氧化碳排放加剧，而人吸入一氧化碳过多会出现眩晕、恶心等不适。同时，点火阀门等零件磨损、硬件老化，容易产生微漏，也存在安全隐患危及人身安全。一定要及时更换超期服役灶具。如果燃气灶使用期限不满8年，但是燃气灶使用时间久了，部件老化，污垢较多，火盖内容易积存焦油等杂质，一开煤气就会产生异味。所以，市民一定要定期清洁灶具，用干刷子刷干净火孔，使其畅通，并注意开窗通风。

1.用肥皂水检查供气管道的接口处是否泄漏，橡胶软管是否老化出现裂纹。

2.定期清理火盖上的火孔，防止堵塞。

3.灶具火盖损坏后，一定要购买原厂产品，不能随意更换，以免造成燃烧状态不良。

4.进气软管长期使用会老化或破损，形成安全隐患。因此进气软管有老化现象时应及时更换，切不可用胶布粘补后继续使用。

5.家用燃气灶在使用过程中一定要保持厨房空气流通，烹饪时可开启油烟机，吸出厨余油烟，让厨房空气流通，避免煤气中毒。

6.定期检测供气橡胶软管密封性，检测供气软管接口处是否密封。以防供气橡胶软管老化或出现裂痕，造成煤气泄漏，否则轻则煤气中毒，重则引起火灾。

7.燃气灶在使用过程中，切不可轻易用手触及燃气灶台面，由于燃气灶台燃烧产生高温，台面也会吸收部分热量，在使用燃气灶具过程中，请不要用手接触灶具台面，以防烫伤。



8.锅底保持干燥，以免水滴进燃气灶气孔引起灶具生锈堵塞。

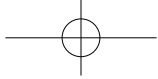
9.观察灶具炉头上火情况，如上火不齐，火苗不旺。可用废旧的刷子或钢针轻轻擦拭炉头燃烧器，可以解决上火不齐和火苗不旺情况，确保燃气灶发挥正常工作效率。

10.不能用油渍抹布清洗擦拭燃气灶炉头气孔，防止炉头气孔被堵塞，造成供气不足，燃烧力度不够，影响烹饪效果。

11.定期检查燃气灶开关按钮，旧灶具最好定期检查胶管，建议一年一换，检查是否会在旋转过程中卡住或旋转不顺。检查灶具是否漏气，每半年应给开关按钮上油，增加润滑系数，提高打火几率。

12.检查风门走向，避免空气回流。燃气灶在使用过程中会产生燃烧废气或未燃烧完的气体，如风门不对，可造成气流回流，甲烷浓度升高，轻则煤气中毒，重则发生火灾。

(据包头晚报)



网站会员付费的隐形陷阱

如今越来越多的消费者为了能够享受更好的内容资源成为视频网站的付费会员，而会员收费也开始成为继广告之后视频网站的又一盈利渠道。不过，报记者通过调查发现，视频网站密密麻麻的会员收费制度背后暗藏着玄机，消费者稍不注意便会掉进一个又一个的消费陷阱。

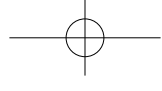
陷阱一：同一账号无法多端应用

“为了能够提前观看《爸爸去哪儿》，我购买了芒果TV的会员，但却发现这个会员账号竟然不能在电视盒子上登录。”消费者孟女士表示，此前她也买过其他视频网站的会员，虽然比芒果TV的收费贵，但是同一个账号可以在手机、电脑和电视上登录，谁知此次购买的芒果TV会员账号却只能在手机和电脑上使用。

记者查询后发现，芒果TV的付费会员账号分为两种，一种是PC移动影视会员，单月收费18元，仅适用于移动端与PC端；而能够在电视端、PC端和移动端共同使用的是全屏影视会员，收费较高，单月需40元。也就是说，购买了PC移动影视会员的用户，如果想在电视端使用会员服务，还需另花钱购买全屏影视会员。

像这样同一账号无法在多端运用的情况也出现在乐视视频上。乐视视频相关负责人对此解释道：“用户若想在电视端使用会员服务需要重新购买乐视超级影视会员，我们就是这样规定的，而且乐视超级影视会员只能在乐视超级电视上使用，不兼容其他品牌的超级电视。”

腾讯视频相关负责人佟先生对此表示，视频网站覆盖率最高的是移动端，PC端次之，电视端的覆盖率最低，在这样的情况下，视频网站往往会推出两种会员模式，一



消费提示 Consumer Tips

种收费较低，以吸引移动端和PC端用户；另一种收费较高，主要为电视端用户服务。而且付费会员是视频网站未来几年发展的重点，通过细分账号内容，也可以给视频网站带来更多利润。

陷阱二：移动端注册会员加收渠道费

消费者张先生在爱奇艺的手机客户端购买了3个月的会员后发现，手机移动端的会员价格竟然比PC端要贵。

“移动端单月会员收费比PC端贵5.2元、季度收费贵10元、年度收费则要贵50元，但是移动端和PC端都没有说明收费存在差异的原因。”爱奇艺相关负责人表示，移动端会员收费高于PC端的情况仅出现在苹果手机用户身上，因为苹果手机系统的支付渠道与其他手机系统不同，需要增收额外的渠道费给运营商，但是安卓手机不需要渠道费，因而移动端和PC端的收费是一致的。

视频网站苹果移动端加收渠道费的现象并不少见，腾讯视频苹果移动端每月加收渠道费5元、每年加收30元；优酷视频苹果移动端每季度加收渠道费13元、每年加收29元；而乐视乐次元影视会员苹果移动端每月和每季度加收的渠道费均为6元，但是年度渠道费却为0元。

针对苹果移动参差不齐的渠道费收费情况，优酷视频相关负责人对此解释道，渠道费用的高低是由运营商制定的，视频网站对于渠道费的收费标准并不清楚，但是消费者可以通过在PC端购买会员，将账号在苹果移动端上同步的方式来规避渠道费。但张先生指出，如果可以免交苹果移动端的渠道费，视频网站应该有所标识和提示，“如今使用苹果手机看视频的人不在少数，不知情的人一定会花冤枉钱”。

陷阱三：包月续费成默认选项

央视曝光有视频网站以低价吸引消费者购买短期会员，并在消费者不知情的情况下长期自动续费后，视频网站已对自动续费进行了整改，但是北京商报记者发现，依然有消费者因为自动续费问题遭受损失。

消费者许先生表示，他购买了按月收费的腾讯视频会员后，未主动续费却接连收到会员扣费通知，经查才发现，自己当初购买的其实是连续包月会员，而自动续费则是这种会员的默认条款。有视频网站设计人员指出，连续包月会员通常是视频网站付费会员的第一个选项，然后才是季度付费、半年付费和全年付费，单月付费则是最后一

个选项，有时还会因为界面大小问题显示不全，有些消费者没有特别注意，会将连续包月会员误认为单月会员，再加上自动续费的提示往往很不明显，消费者误买的现象也不少见。

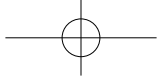
“如果连续包月会员默认自动续费还可以理解，那么单月付费会员也被默认自动续费就难以接受了。”消费者郑女士表示，自己通过话费支付方式购买了芒果TV的单月会员，被连续扣费几个月后才发觉，而且在芒果TV的单月支付方式中，支付宝、微信和网银支付仅需同意“芒果TV付费协议”即可，却突然在话费支付方式中增添了“同意芒果TV自动续费协议”的选项，购买时很难注意。“虽说自动续费业务可以随时取消，但是我发送了多次退订短信之后才成功取消这个业务，我同事是用支付宝缴纳的会员费，解绑过程也很繁琐。”

消费贴士“虽然大部分视频网站会员付费的界面中，最显眼的还是收费标准与支付渠道，但消费者更应该注意的是那些容易被忽略的小条款，因为里面包含了大量避免踏入消费陷阱的重要内容。”北京市东易律师事务所律师赵虎表示，视频网站与付费会员之间其实是一种非常简单的合同关系，但是视频网站作为合同中格式条款的提供者，本身具有更多的主动权，而消费者需要做的便是在了解合同内容的情况下，保护自己的合法权益不受侵害。

业内人士廖先生指出，在会员付费前，视频网站对于会员账号所适用的端口以及不同端口的收费情况，应该用醒目的提示性颜色和字体进行标注，以引起消费者注意；在付费过程中，不同渠道的收费标准和付费方式同样应该用特殊字体注明。但是在实际操作时，这些重要内容却总是出现在不起眼的地方，需要消费者主动去发现。“视频网站对于收费条款和免责条款都有说明义务，同样的，消费者也有主动去阅读的义务和进行选择的权利，如果视频网站应尽的说明义务没有尽到，给消费者造成损失，消费者也要主动进行维权。”廖先生强调。

目前视频网站的付费会员业务还存在着一定的监管空白区，相关收费内容也需要进一步细化才能具备更好的操作性，但是赵虎表示，在法律法规完善落实前，消费者最有利的保护者其实是自己。只要消费者能将视频网站提供的信息全部掌握并加以甄别和选择，就能轻易避开消费陷阱。

（据北京商报）



互联网“互助”切莫贪便宜

“9元加入，最高享受30万元保障”。近期，一些互联网互助平台打出了这样的宣传口号。按照这些平台的宣传，参与者平时花上几块钱，生病的时候可以得到一笔几十万元的互助金，简直比动辄保费上万元的重疾险划算多了。可是，事实真是这样吗？

以中国人身保险业重大疾病经验发生率表(2006-2010)六病种经验发生率为参照，可以做一个粗略的测算。比如，30岁男性这六大病种发生率大约为万分之八(0.000783)，51岁男性发生率大约为万分之八十(0.00796)。按此计算，30岁的男性群体每人分摊240元，才能实现患者的30万元互助金；而51岁的男性群体，每人需要分摊2400元，才能实现患者的30万元互助金。这仅是六种大病的疾病率，如果是25种或者更多的疾病，其疾病发生率会更高，分摊的钱会更多一点。再加上平台的运营管理费用，参与互助计划所需要的钱远不是其所声称的“9元加入”那么简单。

但面对这些事实，不少互助平台却在宣传时选择性地忽略，甚至大打“我为人人，人人为我”的互助温情牌来吸引会员，一些人被其宣传的“低费用、高保障”诱惑，选择参与互助计划。然而，对参与者来说，很快发现所要交的钱并不是只要9元钱那么简单。加入后，会一次次地被分摊互助费用，尽管按照有些平台所说，一次扣款不超过3元钱，却并没有承诺分摊次数的上限有多少。参与者将发现要交的钱远远超出预期，甚至是个资金的无底洞，进而选择退出这个平台，那一部分患病而真正需要这些钱治病的人，互助金又从哪里落实呢？

更进一步地说，网络互助平台能否长期存续还需打个问号。由于平台风控能力有限，对于虚构的事件恶意套现、会员制造虚假赔案等道德风险难以防范。并且由于对会员的健康信息了解有限，互助计划中缺乏相对健全的健康筛选的机制以保证同质的风险归类。在信息不对称的情况下，低风险群体由于性价比低有可能逐渐退出互助计划。此时，互助计划将会由于会员人数减少且剩余的有效

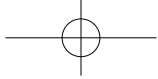


会员普遍风险偏高，导致会员对风险事故的分摊支出明显提高，因而会员留在互助计划的意愿迅速降低，互助计划容易随之土崩瓦解。

目前的网络互助平台，不仅没有针对相关的承诺安排社会公众可以信任的兑现机制，而且向社会不特定群体做出的承诺存在明显的技术障碍使之难以完全兑现。因此，所发布的信息和宣传口径，自然就存在严重的误导性，更谈不上有效保障消费者权益了。

天下没有免费的午餐。今年以来，监管部门已屡次对网络“互助计划”进行了风险提示，指出其像保险但不是保险，“互助计划”与相互保险在主体资质、经营原理和法律保护等方面存在诸多不同，并对部分互助平台借用“相互保险”概念进行宣传和销售表示“不予支持”，提示公众注意风险。对此，广大消费者应擦亮眼睛。

(据中国经济网)



选实木家具仅看木材远远不够

如今，实木家具越来越受到消费者的青睐，究其原因不外乎三点，即实木家具更环保、使用寿命更长、品质更有保障。的确，综合来讲，实木家具比板式家具更具上述优势，但也不能一概而论，否则就容易陷入消费误区。

实木家具分三类

什么是实木家具？针对这个问题，大部分消费者的直观印象是：

“实木家具是相对于板式家具而言的，就是全部采用实木制作而成的家具。”事实上，这样的认识并不准确。

据2009年5月1日开始实行的《木家具通用技术条件》（GB/T3324-2008），实木家具是以实木锯材或实木板材为基材制作、表面经涂饰处理的家具；或在此类基材上采用实木单板或薄木（木皮）贴面后，再进行涂饰处理的家具。实木板材是指接材、集成材等木材通过二次加工形成的实木类材料。

上述标准将实木家具分成三类，即全实木家具、实木家具、实木贴面家具。其中，全实木家具是指所有木质零部件（镜子托板、压条除外）均采用实木锯材或实木板材制作的家具；实木家具是指基材采用实木锯材或实木板材制作，表面没有覆面处理的家具，也就是人们通常理解的框架采用实木，而板顶、底、隔板



等部件采用刨花板或中密度板纤维板贴面的家具；实木贴面家具是指基材采用实木锯材或实木板材制作、并在表面覆贴实木单板或者薄木（木皮）的家具。

从上述分类不难发现，只要家具的主体结构使用实木材料，其门板、背板或侧板即使不使用实木材料，也可以称之为实木家具。可见，不少消费者将实木家具等同于全实木家具是不正确的。

“零甲醛”不可能实现

之所以先要搞清楚实木家具的概念，是因为很多人认为，实木家具就是环保家具。“实木家具采用天然木材，又用榫卯结构制成，不使用各种胶粘剂，因此比板式家具更环保。”采访中，一位消费者如此对记者表示。

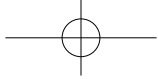
记者调查发现，人们对家具环保的特别关注也让实木家具很吃香，但事实上，“实木家具就是环保家具”的说法太片面。

除了全实木家具外，实木家具和实木贴面家具都可能使用非实木部件，如家具的侧板顶、底部、隔板部位就有可能使用刨花板、纤维板及其他人造板材；而只要使用了这些材料，势必就会产生甲醛污染，相对于全实木家具而言，二者的环保性要打一定的折扣。

再来看全实木家具。木材在未加工之前的确来自大自然，不过，在全实木家具的制作过程中，木材

▼ Focus

选购实木家具，不能仅看木材，还要看它的设计、做工、喷涂等其他方面的情况。特别对于普通消费者而言，更应该关注实木家具的做工，否则再好的材料，做工差，也不能称之为精品。



也需要经过防虫、防霉、施胶、喷漆等一系列处理，加工时所使用的材料同样含有有害物质。所以，再好的木材只要使用了胶水、油漆等，就都会含有甲醛，尤其是实木类家具在制作过程中普遍使用油性漆，这会导致其含有甲醛、苯及总挥发性有机物（TVOC）等多种有害物质。因此，认为全实木家具能够做到“零污染”也是不正确的。

据记者了解，近年来一些中小家具企业以假乱真的现象屡屡见诸媒体，他们大多利用消费者对相关国家标准不了解的弱点，以人造板材家具冒充实木家具销售或以框架实木家具和实木贴面家具冒充全实木家具销售，从而牟取高额利润，不少消费者因此上当受骗。

长寿命有条件

很多人之所以青睐实木家具，除了认为其更环保外，还有一个重要原因是认为其使用寿命长。在他们看来，实木家具的寿命可长达几十年甚

至上百年，并将其作为“传家宝”留给后代。的确，实木家具的寿命要长于板材家具，但这要符合一定的存放条件，否则也难以做到。

实木家具最大的缺点是容易变形，保养困难。例如，不能让实木家具在阳光下直晒，放置的环境也不能过冷或过热，否则就容易导致其变形。此外，摆放实木家具的环境应注意调节湿度，空气过于干燥或湿润都会对其造成损伤。

劣质实木家具由于使用的木材比较复杂，所以更容易出现问题，如因所使用木材的含水率不同，到了夏季，木材就容易发生膨胀，进而导致家具结构变形、榫卯松动，从而缩短使用寿命。

选购不能仅看木材

凡是购买过实木家具的消费者都知道，同样一把椅子，红木的价值可能高达数万元，松木的则只有几百元，二者产生如此巨大价差的原因就在于所使用的木材不同。在购买实木家具时，很多人认为选木材就是在选

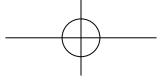
档次，其实不然。选择实木家具，除了要看木材外，还要看做工。

家具行当里流传着“三分材七分艺”的说法，意思是说，木材仅是基础，必须有高深、精湛的技艺才能将木材变成精美的家具。

实木家具大多采用榫卯结构连接，因此榫卯结构的牢固度及是否严丝合缝是判断一款实木家具品质好坏的重要标志。而木工技师的技术也体现在对榫卯的制作和安装方面，必须让实木家具的每一根线条、每一个曲面都恰到好处，才能称得上是精品。

此外，实木家具的涂装也非常重要。优质涂装油漆具有表面透明度高、外形美观、耐高温低温及耐化学品等优点，可让家具表面看起来更加光滑，并且符合国家的环保标准。

综合来看，选购实木家具，不能仅看木材，还要看它的设计、做工、喷涂等其他方面的情况。特别对于普通消费者而言，更应该关注实木家具的做工，否则再好的材料，做工差，也不能称之为精品。



小贴士：哪种木材家具适合你？

实木家具因选用的木材不同，价格、性能差异较大，这给消费者的选购带来困扰。到底哪种木材的家具更适用？日前，记者采访了专业人士，请他就不同木材的优缺点进行比较，为消费者的选购提供参考。



松木

用来制作家具的松木一般有两种，即马尾松和樟子松，其中樟子松是人造纤维板的重要原材料。

松木家具的最大优点是价格相对便宜，并且较为环保、不易变形；缺点是木质松软易开裂，不耐磕碰，不能承受太大的重量。

松木家具适宜放在卧室中，目前市场上很多成套儿童家具都是采用松木制作的。餐桌、餐椅不适合用松木制作，因为这些家具是易耗品，用松木制作寿命不长。



水曲柳

水曲柳的学名叫“白蜡木”，主要产自我国东北、华北地区及俄罗斯。与松木相比，水曲柳的质地更为坚硬，因此耐磨，价格也较为适中。

水曲柳的最大优点是纹路清晰美观，刷上清漆后其纹路会显得十分明亮，适合用来制作现代简约风格的家具；缺点是容易变形，所以一般用这

种木材制作的全实木家具都采用小块拼接工艺。

市场上销售的水曲柳家具大多是主框架用水曲柳木，其余部分用水曲柳实木进行贴皮，这样做是为了让家具更加结实耐用。



橡木

应用于家具制作的橡木主要是红橡木和白橡木两种，其中红橡木并非真正的红色，而是偏粉红的木黄色；白橡木也不是纯白色的，而是浅黄色。

橡木的特点是质地坚硬、纹理直、结构粗，因此其力学强度高，耐磨损；缺点是不易锯解和切削，若大面积采用则容易变形。

由于国内较少出产橡木，所以用它制作的家具价格较高。此外，市场上有些不法商家用产自东南亚地区的橡胶木冒充橡木制作家具，消费者选购时须注意辨别。



榆木

榆木分为老榆木和新榆木两种，用老榆木制作家具时须注意处理好虫眼和老榫头眼等部位，否则会影响使用寿命。用新榆木制作的家具虽然没有上述问题，但容易变形，所以使用时需要格外注意室内的温湿情况。

榆木具有幅宽大、质地好、纹理通达清晰、强硬度适中等优点，适宜雕刻，因此榆木家具的风格通常较为质朴，线条粗犷；缺点是在北方地区使用容易出现开裂。

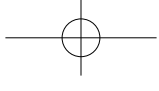


杉木

杉木是我国特有的速生树种，具有生长速度快、材质好、纹理通直、结构均匀、易加工等优点，并且杉木可散发出一种香气，其中含有杉脑成分，具有耐腐防虫的作用。缺点有两个：一是因其生长速度快，所以木质纤维疏松且含水量较大，不太坚固，表面容易产生划痕；二是结疤多，每隔一小段就会有一块黑色的结疤，若设计不当，十分影响美观。

杉木一般较少用来制作家具，多用来制作纸浆、细木工板、密度板、刨花板、龙骨或直接用来制作家具的内挡板。

（据中消报）



如何甄别有机食品？

收敛夏之阳气，故而秋乏

“油菜15元一斤，菠菜18元一斤、白菜27元一颗、韭菜21元一斤”。打开一个有机食品购物网站，在那些普通的不能再普通的食物下面，写着让人咂舌的价签。尽管关于有机食品的一些争论尚未结束，但在食品安全事件频发的情况下，购买有机食品自然成为一些消费者的选择。

据了解，目前有机食品比普通食品的价格一般高出30%~80%，有些品种，例如有机蔬菜的价格为普通蔬菜的两三倍。正因为如此，一些企业也争相推出有机食品。

农业部的数据显示，当前，全球有机食品市场正以20%至30%的速度增长，而我国的有机食品产业保持了较好的发展态势。我国有机和有机转换产品已有约50大类、四五百个品种，包括蔬菜、豆类、杂粮、水产品、野生采集产品。截至2012年底，中绿华夏有机食品认证中心认证企业850家，产品实物总量195.5万吨，认证面积246.9万公顷。

据预测，未来10年，中国有机农业生产面积以及产品生产年均增长20%~30%，有机食品出口占农产品出口比重将达到或超过5%，中国将成为第四大有机食品消费大国。

不过，在市场快速发展的过程中，有机食品行业也难免泥沙俱下。有机食品的标志并不能说明一



▼ Focus

绿色食品是指产自优良生态环境、按照绿色食品标准生产、实行全程质量控制并获得绿色食品标志使用权的安全、优质食用农产品及相关产品。

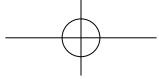
切，在看不到食品的种植和收获情况下，尽管贴着有机认证标志，质量也很难保证。

首先，有机食品生产企业在认证方面存在水分。据了解，我国从事有机认证的机构不到30家，既有具备政府背景的，也有民营的，部分机构资质并不充足；其次，有机食品后续跟踪监管不足。业内人士表示，现在是农业部门管有机食品生产，国家认证监督管理委员会负责认证，但缺少后续监管工作。生产基地获得了有机认证，也随时可能‘非有机’操作。在业内人士看来，有机食品强调的是生产过程，即使没有检测出农残，也不能断定就是有机的，重点还是过程监控。只有对生产企业和认证机构的监督都到位，老百姓才能放心选购有机食品。那么，在现有的条件下该如何选购有机食品呢？

1. 上网查询有机认证标签真伪。有机食品包装上都有有机认证标签，消费者可以进入中国食品农产品认证信息系统(food.cnca.cn)查询；对于非常便宜的有机食品更应该仔细甄别。

2. 通过正规渠道购买。有机食品与普通食品的营销渠道不同，消费者应到有机食品专卖店、大型商场、超市以及口碑好的生鲜网站购买，不要到农贸市场、批发市场或不可信的网站购买。

3. 认真查看配料成分。对于有机配料含量等于或者高于95%的加工产品，可以在产品或者产品包装及标签上标注“有机”字样；有



机配料含量低于95%且等于或者高于70%的加工产品，可以标注“有机配料生产”字样；如果是有机配料含量低于70%的加工产品，只能在产品成分表中注明某种配料为“有机”字样。

在我国，与普通食品相对的，除了有机食品，还有绿色食品和无公害食品；那么，它们之间有什么不同呢？

绿色食品是指产自优良生态环境、按照绿色食品标准生产、实行全程质量控制并获得绿色食品标志使用权的安全、优质食用农产品及相关产品。绿色食品认证依据的是农业部绿色食品行业标准，分为A级绿色食品和AA级绿色食品。其中，A级绿色食品生产中允许限量使用化学合成生产资料，AA级绿色食品则较为严格地要

求在生产过程中不使用化学合成的肥料、农药、饲料添加剂、食品添加剂和其他有害于环境和健康的物质。从本质上来讲，绿色食品是从普通食品向有机食品发展的一种过渡产品。

无公害农产品是指产地环境、生产过程和产品质量符合国家有关标准和规范的要求，经认证合格获得认证证书并允许使用无公害农产品标志的未经加工或者初加工的食用农产品。无公害农产品生产过程中允许使用农药和化肥，但不能使用国家禁止使用的高毒、高残留农药。严格来讲，无公害食品应当是普通食品都应当达到的一种基本要求。

有机食品与其他食品的区别体现在如下几方面：

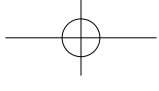
1.有机食品在其生产加工过程中

绝对禁止使用农药、化肥、激素等人工合成物质，并且不允许使用基因工程技术；而其他食品则允许有限使用这些技术，且不禁基因工程技术的使用。如绿色食品对基因工程和辐射技术的使用就未做规定。

2.在生产转型方面，从生产其他食品到有机食品需要两三年的转换期，而生产其他食品（包括绿色食品和无公害食品）没有转换期的要求。

3.在数量控制方面，有机食品的认证要求定地块、定产量，而其他食品没有如此严格的要求。

因此，生产有机食品要比生产其他食品难得多，需要建立全新的生产体系和监控体系，采用相应的病虫害防治、地力保护、种子培育、产品加工和储存等替代技术。



选好行李箱，出门看世界

又到了年底出游高峰期，各位计划出行的童鞋们又忙碌起来，世界那么大，刚好出去看看。拥有一款结实、耐用的箱包，会让你的旅途一路轻松。

尺寸重量要适合

目前市面上常见的旅行箱包主要分为20、21、23、26、27、29、30英寸等规格。短途出差和旅游用得比较频繁的是20寸拉杆箱。出国旅行，比较大且实用的箱包为28-30英寸的特大航空箱。

需要提醒消费者注意的是，航空公司对手提行李的重量和尺寸是有限制的。以中国国际航空公司为例，随身携带的行李尺寸要求不超过55cm×40cm×20cm，即21英寸以下的箱子允许随身携带。20英寸的拉杆箱自身重量一般为3kg，而国内航班针对随身携带的物品重量限额通常为5kg，所以如果挑选的箱子自身较重的话，里面能装的行李就十分有限。

材质分软硬

行李箱包按其材质不同一般可分为软箱与硬箱两大类。硬箱即为箱体材质坚硬的拉杆箱包，软箱则相反。

硬箱大都具有耐高温、耐磨、抗撞击等特点。根据笔者的检测经验，硬箱检测时会经过长达4小时耐静压性能和规定负重的耐落球冲击性能测试，箱体不会出现变形和开裂才为合格，所以硬箱更适宜存放相机等贵重物品，万一箱子受到外来冲击，箱内的物品才不会轻易受损。

软箱的优点是容量大、轻巧方便，能比同规格的硬箱容装更多物品。但其防水、抗压、抗撞击方面不



Focus

行李箱包按其材质不同一般可分为软箱与硬箱两大类。硬箱即为箱体材质坚硬的拉杆箱包，软箱则相反。

如硬箱，箱内物品可能更容易受到冲撞，建议用软箱来装衣物。

一看二试不吃亏

一看，看什么？

1、看吊牌：正规厂家生产的旅行箱包应标明产品名称、产品标准编号、规格型号、材质、生产单位名称及地址、检验标识、联系电话等。

2、看做工：箱体表面应平整、光滑，没有设计之外的接缝，没有鼓泡，没有裸露的毛边。

3、看内室：丰富的隔层和内档可以确保行李在长途跋涉之后仍然井井有条。内室设计的伸缩围也很要。旅行箱出现满载情况，伸缩围就可派上用场。

二试，试什么？

拉杆不脱、轮子不掉、拉链不

爆，这是对旅行箱包质量最基本的要求，选购时应重点检查这些部位。

1、试拉杆：对于行李箱拉杆来说，有两点非常重要，一是拉杆抽拉时顺滑、不松脱，多次抽拉后要顺畅如新。合格的拉杆会经过至少3000次耐疲劳度测试，消费者在选购时可把拉杆上下来回抽动几次，如果拉杆出现卡顿的情况则不能购买。如果是带按钮的拉杆，要多测试几次按钮，按下后拉杆要能伸缩自如，润滑通畅。二是拉杆要结实。除了耐疲劳度测试，箱体在规定负重下经受至少300次的振荡冲击试验，以考验其是否会变形开裂。钢制拉杆比铝合金的强度更高。

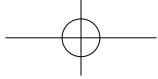
2、试走轮：走轮的好坏直接体现了箱子的行走性能。消费者在购买时可首先检查走轮是否牢固；接着把箱包放在地上来回拉动，轮子要滚动顺畅，无噪音；最后箱体倒放，轮子离开地面，用手拨动轮子，使其空转，轮子转动要灵活，轮与轮轴配合不紧不松，橡胶材质的走轮一般噪音小且耐磨。

3、试拉链和锁具：拉链要不易在外力作用下弯曲，拉链周围的线要绷紧，包接自然，每一次拉链拽动的时候要流畅，顺滑声小，咬合紧密。

为了避免爆箱，在购买产品时，消费者除了询问是否有防爆设计，还可用尖锐物体对着拉链划动。如果是防爆拉链，旅行箱是不会被划开的，箱内的物品就能得到良好保护。

测试箱锁时，主要是要测试数字轮的定位准确性，比如密码是567，如果定位不准，在577位置也能开，则对出行安全不利。

（据消费者报道）



选购冰箱谨记六要点



随着我国人民生活水平的不断提高，电冰箱越来越成为居家生活中不可缺少的家用电器之一。目前，市场上电冰箱产品种类繁多，消费者在购买时，除考虑品牌、价格、等因素外，还有很多用户关注冰箱的保鲜性能、耗电量、噪音值等，因此如何选购一台适合自己的冰箱就显得愈发重要，下面总结出几个选购冰箱时的要点，希望对你在选购冰箱时能够有所帮助。

保鲜性能

保鲜是冰箱最重要的一个功能，保鲜效果越好，能存放的时间就越久，这方面主要指是果蔬的水分流失率，当然，风冷制冷的冰箱效果会更好一点。

速冻或速冷性能

速冻或速冷的优点是能够在最

短的时间将食物冻住，更容易获得新鲜、完整的食材。

耗电量

耗电量是购买电冰箱时，一个相当重要的考虑因素。有的电冰箱价格相对便宜一些，但耗电量较大，不仅对节能无益，从长远来看，经济上也不一定划算。如果你认为冰箱并不会消耗多少电力，那你就错了，作为一款几乎24小时不间断运行的大家电，低能耗和高能耗所产生的电费，长年使用后还是比较明显的。

容量大小

一般来说，冰箱的容量大小根据家里人口数量计算的，大致人均60?90L为宜，当然，如果你喜欢平时一次性购买大量食材，选购一台大容量冰箱也不错，具体可以根据生活

习惯和生活节奏来选购容积适当的冰箱。

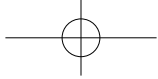
噪音值方面

噪音是个很重要的选购指标，如果电冰箱噪音过大，必然会影响正常生活，那么即使冰箱再漂亮、别的指标再好，也无法正常使用。所以选购冰箱时，一定要在尽可能安静的环境中听一听。

除霜能力

手动除霜还是自动除霜，一定程度上影响着我们的使用效果，冰箱结霜会直接影响冰箱的制冷效果。当然，正常来说，手动除霜的冰箱价格也会相对便宜一些。

(据人民网)



卫浴用品如何选购?

装修前： 合理设计与规划

浴室难免潮湿，这就需要业主在装修前对浴室进行合理的设计与规划。干湿分区，让浴室多一分干爽；整体设计，让家人多一份好心情。

合理规划干湿分区

干湿分区的目的就是让浴室根据不同的功能各自独立起来。可以用不同材料来处理浴室地面，在安置浴缸、淋浴器的地方用防水性能好的瓷砖、马赛克等材料，而在浴室入口、洗面盆附近选用脚感舒适的材料。

用玻璃淋浴房打造干湿分区是最理想的方式。淋浴房的最大优点是封闭性极佳，可以有效避免水花、水汽扩散。记者了解到，目前市场上有各种整体淋浴房出售，可供不同面积的浴室选用，安装简单方便。同时，也可以用铝合金和玻璃做出实用美观的淋浴房。另外，用浴帘来遮挡水花是最简单、最经济的干湿分区方式，精心选择一个漂亮的浴帘还会给浴室增添一些色彩与情调。

整体设计富于变化

浴室在整体设计上要注意色调统一。过于艳丽的色彩无疑会使小空间显得更加拥挤，而白色、浅蓝、嫩黄等浅色系，具有扩展视野的效果。所以不妨将卫生间的色



调换成统一的浅色系，如果觉得过于单调，可以用线条流畅的花型腰线来装饰墙面，这样不仅使空间有了拉伸效果，也使卫浴设计更加精致。

变化多样的瓷砖拼贴方法会使浴室更加活泼，色彩的配合运用、形状的多样搭配、装饰线条的精心设计都将赋予浴室新的感觉。同时，运用不同颜色的瓷砖来装饰墙面或地面，也是浴室干湿分区的有效方法，让浴室看起来既清爽又具有设计感。

装修中： 防水通风不可缺

浴室装修过程中，做好防水和通风工作，确保业主能够正常使用浴室，为家居打造一个舒适安全的空间。

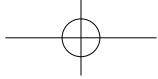
防水要万无一“湿”

在装修浴室过程中，防水施工是核心工作。要做好防水工作，地砖和墙体砖应选择高品质的防水产品，减少砖体的吸水量。密度大的墙体砖防水功能比较好，通过砖体往外渗漏的水量非常少，可以有效防止周边墙体产生霉变等问题。

在施工前，应先行进行墙体以及地面的防水处理，以确保万无一失。专业人士提醒，铺设地砖时，要保证砖面有一个1%的泄水坡度，坡度朝向地漏。地砖接缝

▼ Focus

卫浴用品是每个家庭都必须的日常用品，在我们的生活之中占有重要的位置，自然一个好的精致的卫浴环境能够给家人带去健康，带去温馨。



要粗细一致，与墙砖缝对齐，保证浴室空间的整体感，以免在视觉上产生杂乱的感觉。地砖铺设完毕后，要进行闭水实验，时间至少要保证24小时。

通风消除安全隐患

如果房型允许，最好的通风方式就是在浴室装上窗户。如果无法安装窗户，可在浴室安装一个排风扇，同时选购一款有通风孔的浴室门。

有很多业主选购浴室门时，只考虑到防水、密封因素，却容易忽视浴室要保持顺畅通风的重要性。在不通风的情况下，水蒸气会很快充满浴室，如果仅靠吊顶处设置的排风扇，通风效果很有限。许多浴室中毒事件，都是因为浴室门没有通风孔，地面送风与排风扇出风口无法对流导致的。因此，安装排风扇的同时，选购一款下方带有通风孔的浴室门，能够有效消除安全隐患，为家人营造一个安全的生活环境。

装修后：

小摆件有大作用

装修基本完工后，一些小摆件的合理使用能为浴室增色不少。比如，小巧的收纳利器能让浴室变得更实用，必不可少的防滑垫则让浴室多一重安全保障。

充分利用收纳利器

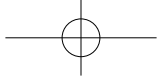
浴室虽然空间有限，但要收纳的东西并不少。对于小浴室来说，小巧的家具可谓量身定做，窄一分矮一寸都可以留出更多的空间。很多业主会将洗衣机放在浴室里，但是硕大的机器很占空间，这时就可以将收纳架置于洗衣机上方来利用空间。半开放式的洗手池绝对是窄型卫浴间的不二之选，当然，洗手池下的收纳空间也需要合理利用，带有多层抽屉的洗手池绝对是浴室的必备法宝。洗手池上墙面的空间也不可小觑，如果只是放一面镜子就太浪费空间了，选择一款

边缘带有小隔板的镜柜更加方便，里面可以放一些卫浴用品，不仅干净整洁，也为生活带来了便利。

防滑垫造安全空间

浴室地面经常有水，做好防滑工作是浴室装修的重中之重。除了在装修过程中应选择铺设防滑地砖外，选购一款耐用的防滑垫也尤为重要，特别是有老人和孩子的家庭。业内人士建议，在挑选防滑垫时，可用手触摸防滑垫的正面，优质的绒毛材料给人以柔和、轻软的感觉。而防滑垫的背面，一般选用PVC防滑材料、橡胶等。PVC材质环保、防滑性能佳；橡胶材质排水性佳，耐晒坚韧，使用寿命长。

卫浴用品是每个家庭都必须的日常用品，在我们的生活之中占有重要的位置，自然一个好的精致的卫浴环境能够给家人带去健康，带去温馨，那么，这一切美好离不开构成卫浴的基本元素与物品，浴室柜、浴缸、坐



便器等。

浴室柜：关注材质注重防潮

浴室柜作为长期放置在卫浴间的家具，会经常接触到水分和潮湿的空气，因此挑选时一定要考虑到浴室柜不仅要耐潮，还要足够坚硬，不易损坏。

挑选浴室柜首先要注意浴室柜的柜脚，由于木质的柜脚容易受潮，会将潮气引向柜体，受潮的柜脚承重力也会减弱，从而影响浴室柜的使用寿命。在选购时最好挑选采用金属材料制作的柜脚浴室柜，并且要有防锈特点的金属，这样就不用担心柜脚被潮气侵蚀，使用时间自然也可以延长。

对普通家庭来说，浴室柜最好选择挂墙式、柜腿较高或带轮子的，因为这样可以有效地隔离地面潮气；其次，要了解所有金属件是否是经过防潮处理的不锈钢或浴室柜专用的铝制品，这样抗湿性能才会有保障；还有就是检查浴室柜合页的开启度。开启角度达到180度时，可以更方便地取放物品；此外，在挑选浴室柜款式时，要保障进出水管的检修和阀门的开启，不要给以后的维护和检修留下麻烦。

安装小贴士：安装悬挂式浴室柜的时候，须选择承重墙进行悬挂。如果安装的是落地式的浴室柜，在安装柜脚时尽量往外侧板靠，使柜体受力达到平衡。而在摆放时要看四个柜脚是否平稳。另外，在浴室柜安装之后，一定要检查是否有掉漆，镜子与柜体是否安装水平。

浴缸：最好在铺地砖前挑选

浴缸一般包括“裙边浴缸”和“无裙边浴缸”两大类，目前市场上“裙边浴缸”已经成为绝对的主流。据业内人士

介绍，浴缸按其制作材料分为普通钢板浴缸、亚克力浴缸、铸铁浴缸、贵妃缸等，一般来说，普通钢板浴缸清洗容易，造型较单一；亚克力浴缸造型较丰富，但寿命短些、老化后不易清洗；铸铁浴缸使用寿命长，档次高，但是价格较高，搬运、安装较麻烦。浴缸的配件与坐厕、面盆配件一样，不同的浴缸需要不同型号的配件装置，其作用和意义不容忽略。

安装小贴士：浴缸安装前必须调平地脚螺栓，在安装过程中，浴缸内不可放入铁物品，避免产生锈斑或有产品的划痕。在家里安装浴缸需要特别提醒的是，最好在铺砖前就挑选好浴缸。

面盆：买前先确定预留尺寸

随着卫生间装修的精装化，配套的面盆浴柜产品已经出现在很多人的家里。据业内人士介绍，选购这类产品，首先应该根据卫生间面积的实际情况来选择面盆的规格和款式，如果面积较小，一般应该选择柱盆，因为在小面积的卫生间中使用柱盆可以增强卫生间的通气感；如果面积较大，则可选择各款台盆，因为台盆可增强档次感。面盆除造型外，最应注重釉面的好坏，因为好的釉面，不挂脏，表面易清洁，长期使用仍光亮如新。选择时，可对着光线，从陶瓷的侧面多角度观察，好的釉面应没有色斑、针孔、砂眼和气泡，表面非常光滑。

与面盆相配套的是各类浴柜，对于普通消费者来说，一个是要注意浴柜的材质，市场上比较常见的是橡木、香樟木、楸木等，好的木质防翘、不变形，消费者一定要货比三家，如果考虑价格问题，也可以考虑PVC板；第二就是购买之前最好把家

里留出放浴柜的位置量一下，做到心中有数，销售人员也好推荐，要是心里稀里糊涂，选购就会事倍功半。

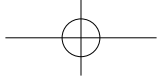
安装小贴士：安装这一类产品，需要注意墙面、地面的平整度，特别是挂盆安装时螺母须先加橡胶垫，拧紧时注意力度，以免用力过猛造成破损。

坐便器：考虑合适冲水方式

购买坐厕类洁具要注意冲水方式和耗水量，坐厕的冲水方式常见的分为直冲式、虹吸式和冲落式三种。据介绍，直冲式由于冲水的噪音大而且易反味，已经逐渐退出市场，防臭节水的虹吸式和冲落式已经成为市场的主流。虹吸式属于静音坐厕，不容易反味，冲落式下水管道比较宽，冲力比较大。

据介绍，对于楼层较低的住户，最好选用冲落式，因为低楼层管道比较短，冲落式冲力较大，所以低楼层选用冲落式会比较适合，虹吸式采用管道真空的原理，比较适应高层。如果家庭中有两个卫生间，在“主卫”里最好安装虹吸式，因为很多人工作压力比较大，虹吸式静音，比较适合“主卫”，“客卫”最好安装冲落式，冲落式管道粗，依靠水箱压力冲水力度大，放在“客卫”里比较适合。坐厕耗水量方面，国家规定6升以下冲水量的为节水型坐便器，现在不少厂家已经有了大小水(3升和6升)的设置，凡是节水型坐便器都会有标识，选购时可向销售人员咨询。

安装小贴士：坐便器底部切勿用水泥砂填满内部，如果座斗是藏到地砖下面的，座斗周边须留有2毫米的空隙，空隙要用玻璃胶填上，否则就会发生水泥热胀冷缩，损坏产品。



浴室装修细节

许多人觉得浴室装修颇具难度，经常为浴室的装潢烦恼。浴室中需要关照的细节很多，除了基础部分，还有更多的关注点需要仔细推敲，慢慢琢磨。但只要抓住关键，你会发现浴室装修其实如此简单。



节水

健康和节水是卫浴革命多年来的一个主题。各种品牌的产品??从浴缸到马桶，到小便斗，到各个能够抗菌防污以及能够节水的地方??都在进行着技术革新。尤其在这个严重缺水的时代，能够让全球的水源危机迟来哪怕一点点的任何产品，都会让人趋之若鹜。

红外感应技术已经广泛应用于出水控制、节水控制方面。如感应龙头，手到水就出，手走水就停;恒温龙头在出厂前对水温做了预调，使得龙头在轻轻拧开后，就立刻以合适的水温和恰当的流量出水，从一开始就将浪费控制到最低。能源的节约是现代化的新目标。



人体工程学

浴室中用到人体比例的地方很多，洗面盆、坐便器、淋浴、浴缸、龙头……地方狭窄的还要在卫生间内

塞入洗衣机，所有的工具都是为人服务的，自然尺寸高低，倾斜角度这些数据就非常重要，一定要围绕家人的身高来设计安装产品。



安全防滑

地面的防滑，电路的安全是这个充满水的房间中谁都会注意的重点。除此之外，用具的安全系数也要在考虑范围内，比如玻璃制品的厚度。很多新型的洗面盆使用玻璃，通透清凉易清理，但对于玻璃洗面盆而言，壁厚与耐热性是呈正比的，所以一定厚度的玻璃其耐冲撞性与耐损坏性也会更强。清洗玻璃制品时要注意避免重物撞击，以免影响其使用寿命。家中有老人，可以将经常使用的洗手盆安装在浴室外，以降低老人在浴室滑倒的危险。



隐蔽

隐蔽式的洁具已成为很多人拥趸的对象。墙出式龙头可隐身在天花板或浴缸的侧壁上，由出水嘴和滴水托盘两部分组成，不了解的人还以为是一个精致的装饰品镶嵌在浴缸上方的墙壁上。轻触开关，水流奇迹般地

从墙壁中涌出，水柱晶莹饱满。这种龙头如果安装在浴室的天花板上，水



家具选择

浴室家具的选择，可以在很大程度上影响浴室整体空间的利用效率。除了选用设计合理、摆放得当的家具，还需要尽量选择可一物多用的家具来提高效率。尽可能充分利用每一件家具的各种功能，上下左右都是要考虑的范围。当然，为了更精确地利用每一寸浴室空间，定制浴室家具乃是上策。



健康环保

劣质的防水材料会让你的卫生间在若干年内充斥着若有若无的异味;粘贴玻璃的胶会在一定的时间内有刺鼻的味道。要保持空气的畅通，使用有助于加速净化空气的植物，尽量少地使用化学空气清新剂。洗面盆、浴缸这些陶瓷产品的表面要光滑、抗菌。好釉面的坐便器光滑、细致，没有瑕疵，经过反复冲洗后依然可以光滑如新。如果釉面质量不好，则容易使污物挂在四壁，造成污染。

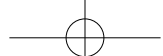
海淀区消协开展大学生金融消费知识竞赛

为配合中消协在全国范围内开展金融消费教育系列活动，海淀区消协充分调动辖区志愿服务合作高校，积极开展大学生金融消费知识竞赛活动。本次活动累计张贴海报50余张，派发传单300余份，传阅金融消费教育指导系列手册800余册，现场扫描二维码400余人次，7所志愿服务合作高校在校生生人数达12.5万余人，构建起“多角度、全方位、广覆盖”的活动宣传与参与模式。

活动前期，海淀区消协专门组织北京大学、中国人民大学等7所志愿服务合作高校负责人召开会议，介绍活动背景和活动意义，提出活动安排和活动要求，分发活动宣传物料。海淀区消协还指导志愿服务合作高校及时有效开展活动，如在公告栏、教学楼、宿舍等醒目位置张贴带有活动二维码的宣传海报，方便大学生及时了解活动；在教学楼前、食堂门口等人流量大的区域发放活动传单，不少大学生驻足了解并立即扫码参与；在法律援助室、活动展台等地点传阅《金融消费教育指导手册》，并安排专人现场解答大学生参与活动中遇到的问题。

在辖区志愿高校开展大学生金融消费知识有奖竞赛活动，一是向大学生普及金融知识，帮助大学生树立理性消费观念，提高风险防范意识和自我保护能力，引导大学生科学理性消费；二是提升大学生金融素养和诚实守信意识，形成良好的金融消费习惯；三是让大学生充分发挥消费维权志愿者的作用，积极协助工商、消协等部门对金融消费进行社会监督，促进金融消费服务水平提升与改进，更好地维护消费者的合法权益。





市消协到小米科技公司调研

欢迎北京市消费者协会
领导莅临小米视察



近日，北京市消协副会长兼秘书长杨晓军、市消协投诉与社会监督部主任陈凤翔等一行到小米公司参观调研。小米科技有限责任公司高级副总裁祁燕、安全部高级总监李涛、安全部经理韩华等陪同参观。双方就企业创新发展、消费者权益保护等问题进行了沟通交流。

在小米之家，市消协领导详细了解小米线上线下的经营模式，了解小米的产品、经营及发展情况，并对小米公司坚持以用户需求为导向，利用“软件+硬件+互联网服务”创新优势，迅速发展成为“互联网+”创新企业代表表示肯定。祁燕副总裁和李涛总监分别就小米公司经营管理概况及其发展规划、提升产品品质及售后服务、消费维权等工作向调研组一行做了汇报。

随后，市消协领导与小米公司有关领导及其安全部、手机部、小米电视、生态链、客服部、售后部、路由器、MIUI、小米网、米家商城、天猫部门等主管负责人举行了座谈。在听取汇报后，杨晓军秘书长对小米公司下一步发展提出三点建议：一是严格把好产品质量关，使产品生产技术符合市场的标准；二是提升售后服务体系，充分满足当前消费者的需求；三是加强与监管部门及消费者组织的沟通联系，切实保护消费者的合法权益。

