

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

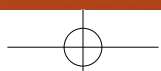
2017
05
总第56期

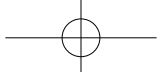
北京市消费者协会
隆重召开第五届理事会第一次会议

北京市消费者协会第五届理事会工作报告

北京市消费者协会第五届理事会人员名单

北京市消费者协会章程





北京市消费者协会 隆重召开第五届理事会第一次会议



市消协第五届理事会第一次会议现场



程红副市长在会上作重要讲话



市人大常委会副主任、市消协会会长柳纪纲作重要讲话

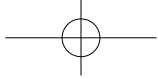


市工商局局长、市消协常务副会长陈永作工作报告

5月26日，北京市消费者协会在北京会议中心召开第五届理事会第一次会议。北京市副市长程红，市人大常委会副主任柳纪纲等领导出席会议并讲话。市工商局局长陈永代宣读国家工商总局党组成员、副局长、中消协副会长唐军同志讲话。会议推举市人大常委会副主任柳纪纲为北京市消费者协会会长，市工商局局长陈永为常务副会长，市委宣传部、市人大财经委、市经信委等18个部门副局级领导出任副会长。市消协第五届理事会组成涉及党政机关、行业组织、新闻媒体、学术机构、消协系统以及其他社团。（详见P4—P17）



与会领导、理事高度评价市消协工作报告



Prologue

卷首语

绿色消费，从点滴做起

5月26日，中央政治局围绕推动形成绿色发展方式和生活方式进行第四十一次集体学习。在主持学习时，习近平总书记就此提出6项重点任务，其中一项是倡导推广绿色消费，形成节约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式。这些部署和要求，很有现实意义。

“风俗，天下之大事也。”2013年初，中央八项规定出台不久，习近平总书记就针对“舌尖上的浪费”现象作出重要批示，振聋发聩地提出“浪费之风务必狠刹”，要求大力弘扬中华民族勤俭节约的优秀传统，努力使厉行节约、反对浪费在全社会蔚然成风。

与此同时，民间自发的“光盘行动”蓬勃兴起，社会各界纷纷参与，铺张浪费现象受到有力遏制。4年多来，在大大小小的餐馆里，在校园、机关单位的食堂里，浪费粮食的“剩男剩女”少了，盆干碗净的“光盘侠”多了，勤俭节约作为一种社会共识被重新唤醒和树立。

有道是“由俭入奢易，由奢入俭难”，形成绿色发展方式和生活方式，难以一蹴而就，需要久久为功。媒体调研发现，餐桌上的浪费依然触目惊心。在不少餐饮店，“光盘行动”的热度减退了，“半份菜”也消失了，大吃大喝的“剩宴”又开始回潮。在农村，红白喜事大操大办、炫富攀比的风气仍然存在，成为一些农民脱贫致富的“拦路虎”。据估算，我国每年在餐桌上浪费的食物高达2000亿元，相当于2亿多人一年的口粮。

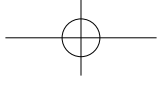
除了“舌尖上的浪费”，包装浪费也很严重，一些消费品在包装上里三层、外三层，严重浪费资源。数据显示，我国快递包裹去年一年所用胶带就可绕地球赤道425圈，产生的垃圾量达数百万吨。

这些数据令人心情沉重，既说明了转变社会风气的艰巨性、复杂性，也警示着人们厉行节约、反对浪费绝不能搞走过场、一阵风，要抓就要一抓到底，要做就要善始善终。须知，抓而不紧，抓而不实，抓而不常，等于白抓。一旦出现反弹回潮，负面效应更大。尚俭戒奢，是一场逆水行舟、不进则退的较量，唯有时刻绷紧倡导节约、整治浪费这根弦，让“光盘行动”驰而不息，让移风易俗持之以恒，才能一步一个脚印向前推进，一点一滴抓出成果，积小胜为大胜。

正如习近平总书记指出的，推动形成绿色发展方式和生活方式，是发展观的一场深刻革命。厉行勤俭节约，也需要在思想观念上来一次破旧立新的变革，树立新的价值观、生活观和消费观。“光盘行动”在一些地方遭遇波折、浪费现象有所抬头背后，往往存在重虚荣、讲攀比的“面子文化”，忽视环境和资源的不当认识，盲目跟风的从众心理。要切实改变这种状况，就需要通过学校教育、媒体报道、制度引导、监督约束等各种方式，大力宣传节约光荣、浪费可耻的思想观念，大力强化公民环境意识，推动全社会形成绿色消费文化和生活方式。

端午节前夕的这次政治局集体学习，向社会传递出推动绿色发展、共筑生态文明的鲜明信号，向环境污染等发展积弊发出了攻坚令。生态文明建设同每个人息息相关，每个人都是践行者、推动者。从厉行节约、反对浪费做起，推广绿色消费，我们每一个人都有责任，都应交出一份合格的答卷。（据新华社）

辛识平



CONTENTS

2017年5月
BEIJING CONSUMERS

目录



权威发布
Authoritative release

P18 北京市消协发布 婴童服装比较试验结果

经测试，60种婴童服装样品中有9种样品未达到国家标准要求，18种样品产品标识存在瑕疵。比较试验结果显示，网上知名网购平台销售的婴童服装质量总体较好，但个别网站对商品缺乏监管。

卷首语 Prologue

- 01 绿色消费，从点滴做起

热点关注 Hot Concern

- 04 北京市消费者协会隆重召开
第五届理事会第一次会议
06 北京市消费者协会第五届理事会工作报告
10 北京市消费者协会第五届理事会人员名单
14 北京市消费者协会章程

权威发布 Authoritative release

- 18 知名网购平台婴童服装质量较好
——北京市消协发布60种婴童服装比较
试验结果
20 超八成电脑椅符合国家标准
——北京市消协发布电脑椅（升降转椅）
比较试验结果

维权人物 Activist character

- 24 “90后”消费纠纷调解员
——记丰台区消协投诉部干部方正
25 消费维权爱心好大姐
——记石景山区消协八角分会干部崔玉娟

消费时评 Consumer Commentary

- 26 消费公益赔偿之诉更有威慑力
27 消费者有权对开机广告说不
28 银行紧急止付机制不能成摆设
29 别让打赏打乱消费公平

案例点评 Consumer case comment

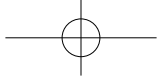
- 30 网购双程机票被拒单程使用
消协帮消费者挽回损失
31 消费者买到刷蹭车 调解获赠105万元
32 发动机号与合格证不一致
化解汽车纠纷促行业发展

消费提示 Consumer Tips

- 33 从网上选择洗衣店需谨慎
33 共享单车出行“三注意”
34 搬家暗藏陷阱低价更需谨慎
35 谨防保健品“亲情销售”陷阱
36 警惕“电商专供”品质打折
37 教育培训四大乱象
消协发布消费警示

消费课堂 Consumer Class

- 38 科学选配安全座椅
保障儿童乘车安全
40 如何挑选智能马桶
40 选购电动自行车应注意三点
41 租房要当心这些陷阱
41 学生奶粉和中老年奶粉啥区别
42 好普洱不易长黄曲霉，选购三点建议
43 小心“无糖饮料”的“健康”陷阱
44 教你三招选购乳酸菌



P20 北京市消协发布电脑椅 (升降转椅)比较试验结果

本次通过实体店和网购平台两种渠道随机购买30种电脑椅(升降转椅)样品,委托国家家具及室内环境质量监督检验中心进行测试。经测试,30种电脑椅样品中有25种符合标准规定,占样品总数的83.3%,消费者可以放心选购。



P38 科学选配安全座椅 保障儿童乘车安全

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?

《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。

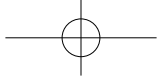
面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



- | | |
|---------------|--|
| 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 | 方葆青 |
| 主编 | 杨晓军 |
| 副主编 | 罗刚 屈鹏 |
| 编委 | 崔倩 陈凤翔 赵祖升 李蕊
李焱 王兆泰 赵元东 刘博
任军 顾飞 曹桂利 杨立生
李化军 张克 赵伟春 李新宇
黄振 李瑞强 张海东 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限公司 |
| 数据支持 | 北京金鼎影响力市场调查中心 |
| 法律顾问 | 北京中银律师事务所 葛友山
北京汇佳律师事务所 邱宝昌
北京华辉律师事务所 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 | bjxf315@126.com |

2017年 第5期(总第56期)
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流



北京市消费者协会 隆重召开第五届理事会第一次会议



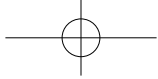
消协组织跨区域合作等多个方面工作取得的成效。特别是在电信资费改革、打破宾馆12点结账行规、叫停银行转嫁房贷律师费、终止图书限折令以及国内机票电子客票加入中文标识等多个涉及消费者权益的热点问题中积

5月26日，北京市消费者协会在北京会议中心召开第五届理事会第一次会议。北京市副市长程红，市人大常委会副主任柳纪纲等领导出席会议并讲话。市工商局局长陈永代为宣读国家工商总局党组成员、副局长、中消协副会长唐军同志讲话。会议推举市人大常委会副主任柳纪纲为北京市消费者协会会长，市工商局局长陈永为常务副会长，市委宣传部、市人大财经委、市经信委等18个部门副局级领导出任副会长。市消协第五届理事会的组成坚持广泛性、代表性、社会性的原则，第五届理事会组成涉及党政机关、行业组织、新闻媒体、学术机构、消协系统以及其他社团。

市工商局局长、市消协常务副会长陈永作工作报告。报告总结了全市消协组织近年来在消费维权工作中所取得的成绩，在消费教育引导、调解消费纠纷、商品服务监督、公开点评披露、推进先行赔付、公开支持诉讼、京津冀

极履职，打破了一系列阻碍消费的坚冰。近年来，全市消协组织共受理解决投诉20余万件，接待来访、咨询33万人次，为消费者挽回经济损失约2亿元。未来五年全市消协将继续围绕北京的经济大局，主动适应首都功能定位要求，准确把握新形势下的新情况、新问题、新挑战，通过发挥社会平台作用推进消协四个体系建设，充分发挥高新技术集中的区位优势，积极推进多方协作，通过运用互联网技术、大数据分析等手段，构建“互联网+消费者权益保护”的新格局，努力把北京消费环境建设推向新高度，不断提高首都消费维权工作水平。

程红副市长在会上作重要讲话。她就如何做好消协工作提出三点要求，一是要围绕中心发挥职能优势，主动服务好首都发展大局。围绕北京建设和谐宜居之都这一目标，促进经济稳定增长，特别要在保护群众利益方面发挥作用。二是要坚持问题导向，创新工作方式，不

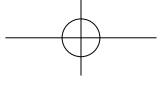


断提升消费维权工作水平。聚焦重点以及在消费过程中存在的风险隐患，关注重点人群、重点领域和新兴消费方面。通过创新方式，将消协工作从维护个人消费者权益向维护群体消费者权益提升，从个案维权调解向行业制度建设提升，把握规律，打好补丁，从制度上堵住消费中存在的漏洞，从根本上维护好消费者权益。三是要加强自身建设推进社会共治，切实维护社会和谐稳定。市消协一方面要加强自身队伍建设，另一方面要全力推进社会共治，发挥社会各界的积极作用。消费维权本身是一个社会问题，是全社会的共同事情，需要社会多元力量的共同参与，才能够解决好。程红副市长强调，做好新形势下首都消费维权工作既是市委市政府的重托，也是广大消费者的期望，消费维权工作使命光荣、任务艰巨，希望全体理事和全市消协干部职工要以第五届理事会为新的起点，继承创新、恪尽职守、扎实工作，为首都的消费维权尽职尽责，为维护首都经济秩序和社会稳定保驾护航，为加快建设国际一流和谐宜居城市再立新功。

最后，市人大常委会副主任、市消费者协会会长柳纪纲就消协工作重要性以及如何在新形势下做好消协工作发表重要讲话。柳纪纲副主任指出，消费是推动我国经济发展“三驾马车”之一，近年来消费在国家的经济发展中的发挥着重要的作用。消费者是最大的群体，人人都是消费者，坚持消费者至上，为

消费者服务就是为广大人民群众服务，创造一个良好的消费环境关系到人民群众的福祉，关系到人民群众的生命财产安全。消协的工作化解了大量的消费纠纷，不仅维护了消费者的合法权益，维护社会稳定作出了重要的贡献，提高了政府的公信力，也为政府的立法立规及相关决策提供了建议。消协理事会的理事来自党政机关、行业组织、新闻媒体、学术机构等多个领域，消协的“协”字，就是协作、协助、协同，消协的工作就是要请大家共同参与，发挥好合力作用。柳纪纲副主任强调，消协是消费者权益的救济渠道，消协的责任就是不能让消费者的权益被侵害，不能让消费者的合法权益徒有其名。《消法》中规定了消费者的权益，国家对消费者权益保护以及消协的公益性职责。希望大家要齐心协力，从讲政治、讲大局的高度，从首都的战略定位出发，从建设国际一流和谐宜居城市的目标出发，畅通投诉渠道、及时发布消费信息、努力推进各项工作，全面营造放心便利的消费环境，以优异的成绩迎接党的十九大胜利召开。





北京市消费者协会 第五届理事会工作报告

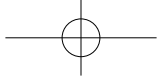


第一部分 北京市消费者协会第四届理事会依法履职情况

北京市消费者协会1986年6月经市政府第21次市长办公会同意于1987年1月21日正式成立。成立三十年以来，在市委、市政府的关怀和领导下，北京市消协紧紧围绕市委、市政府中心工作，着力推动首都消费维权事业改革与发展，首都消费环境不断优化改善，消费者维权渠道更加畅通便捷，消费观念日趋科学理性。

北京市消费者协会第四届理事会成立以来，坚持依法履职，在加强消费教育引导、调解消费纠纷、加强社会监督、公开支持诉讼、加大区域合作等方面做出了卓有成效的工作。

一是化解消费纠纷，维护社会稳定。市消协站在维稳的高度积极开展消费纠纷调解工作，形成了专业调解、人民调解、行政调解、司法调解相互衔接的消费纠纷调解联动机制，及时有效化解了大量消费纠纷。在水、电、交通、燃气等历次价格听证工作中，市消协都圆满地完成市政府交办的各



项工作任务，维护了社会稳定。第四届理事会成立以来，全市消协系统受理解决投诉20余万件，办结率达到99%，接待来访和咨询33万人次，为消费者挽回经济损失约2亿元。

二是加强消费监督，破除行业潜规。市消协始终站在消费者的立场上，针对垄断行业以及行业潜规则，积极用专业发声，为消费者代言，对于终止不合理的行业潜规则做出了积极的贡献。2011年3月15日，《人民日报》专题报道了北京市消费者协会针对垄断行业侵害不特定消费者的侵权案例，涉及银行服务、电信资费、新书零售、电视配件单收费、影院开播时刻播广告等多个方面，引起广泛社会关注，促进了垄断行业的服务提升。多年来，市消协积极推动打破了一系列阻碍消费的坚冰：包括全力推动电信资费改革、终结宾馆12点结账行规，叫停银行转嫁房贷律师费、终止图书限折令、要求国内机票电子客票加入中文标识等。这些令人欣慰的突破和进展，有力地提振了消费信心，也得到了广大消费者和社会各界的广泛认可。

三是强化消费提示，防范风险隐患。市消协在长期开展社会调查工作基础上，2016年联合天津、河北消费者协会共同开展了旅游消费体验式调查，并将调查结果中的问题公开寄送至各地旅游部门，同时提出相关建议，引起强烈社会反响。对于目前尚未出台质量标准的产品，市消协尝试通过比较试验的方法，为政府部门提供监管建议。2016年通过对电动滑板车的比较试验得出了极易发生交通事故的结论。比较试验结果发布不久，北京启动了大规模的针对电动滑板车违规上路的执法行动。第四届理事会成立以来，市消协累计开展比较试验70余种商品，涉及商品品牌4000余种，涵盖百姓生活方方面面。市消协结合消费热点，有针对性发布了3200余条消费警示和提示。

实践证明，北京市全市各级消费者协会是党和政府联系广大消费者的重要桥梁和纽带，也是保护消费者合法权益、维护市场秩序健康有序和促进社会和谐稳定的重要力量。

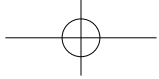
第二部分 北京市消费者协会第五届理事会工作报告

一、认清形势，准确把握新形势下的新情况新问题新挑战

从政策法律层面来说，党的十八届三中全会提出，要改进社会治理方式，激发社会组织活力，创新有效预防和化解社会矛盾体制。十八届四中全会强调，要发挥社会组织在法治社会建设中的积极作用。2014年3月15日，新修订的《中华人民共和国消费者权益保护法》正式实施，消费者协会的七项职能修订为八项公益性职责，这充分体现出党和国家对消协组织的信任，同时也为消协组织发展创造了更大空间。

从经济层面来说，在经济发展新常态下，培育消费新热点，保持消费平稳增长，已成为我国经济稳定增长的重要支撑力。而消费环境建设是推动消费者潜在消费需求转化为实际消费行为的前提和保障。随着《北京市人民政府关于进一步优化市场消费环境的意见》的深入实施，市委市政府已将消费环境建设纳入到首都经济发展大局。这对于消协组织维护消费者合法权益、促进消费潜能释放都提出了更高的要求。

从社会层面来说，消费环境就是发展环境，只要涉及消费者权益的事情都很容易引发全社会的关注，最近几年发生在全国各地的天价鱼、天价虾事件一出，立刻成为社会关注焦点。因此，建设良



热点关注

Hot Concern

好消费环境，有效化解社会矛盾，维护社会和谐稳定，既是我们消保工作的底线，也是消协工作的出发点和落脚点。

当前，北京正处于落实首都城市战略定位、推动京津冀协同发展的关键时期，营造安全放心的消费环境是打造世界一流和谐宜居之都的重要基础和保障。作为消费环境建设的重要力量，消协组织也将步入新的历史发展阶段。全市消协组织要更加充分认识做好消协工作的重要性，坚持以消费者为中心，站在消费者立场，反映消费者意见，依靠消费者力量，维护消费者权益，让全体消费者共享安全放心的消费环境，共享改革发展成果。当然，我们也要清醒看到，当前首都消协工作还存在不少困难和问题，比如消协组织建设与首善之区的要求相比还不够到位，消协组织队伍能力素质与不断增长的消费者需求相比还不相适应。这些都需要我们在今后的工作中认真研究，加以解决，全力以赴做好消协各项工作，既促进消费经济持续健康发展，又让消费者有更多的获得感和幸福感，推动首都经济与消费维权事业协调发展。

二、把握定位，通过发挥社会平台作用推进消协体系建设

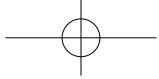
一是要明确总体工作思路。要按照全面依法治国的要求，围绕消费新趋势新特点，依据新《消法》赋予的职责，充分发挥消协作为社会组织的平台作用，既积极推动政府机关、行业组织、经营者、媒体等主体的协同作用，又结合网络平台、大数据分析等手段，积极完善各项消费者权益保护机制，确保消保体系这个客体的有效运行，努力形成互联网+消费者权益保护工作的新格局，把首都市场消费环境建设推向新的高度。

二是要坚持“三个原则”。要坚持循序渐进原则，积极发挥消协桥梁纽带作用，稳步推进消费维权社会化平台建设，逐步形成企业自律、消费者参与、社会监督、政府监管的消费维权社会共治新格局。要坚持共赢原则，积极发挥消协在消费维权体系中的作用，切实加强和行政执法部门的协作联动，合力推进维权工作。要坚持创新发展原则，进一步加大《消法》新权利、新义务、新责任的宣传和研究，创新维权方式，提升维权工作效能。

三是推进“四个体系”建设。要推进北京市消保体系建设，配合市工商局牵头的北京市消费者权益保护联席会议制度，搭建消费者权益保护社会平台，推动形成多元共治格局。要积极倡导诚信规范的行业自律体系建设，围绕北京市信用机制建设，推动完善行业自律。积极协调提供行业组织的信用数据，充实信用采集渠道；积极参与信用规则制定，确保信用评价客观、可靠；积极倡导区域性行业自律，推进维权“微循环”，保障信用使用发挥最优社会效应。要广泛推进高效的社会共治体系建设。教育引导消费者树立科学文明的消费理念，增强自我保护意识。强化消费纠纷的调解能力，积极与立法、司法机构沟通协调，完善人民调解和诉调对接。加强对公益诉讼制度的探索和实践，制定切实可行的操作规程和与之相配套的制度。通过大众传播媒介做好保护消费者合法权益的宣传，对侵害消费者合法权益的行为进行舆论监督。要加快推进先进便捷的维权信息网络建设，加强数据分析与应用，实现数据采集、挖掘、分析的智能化和精准化，切实提升消费维权现代化水平。

三、明确任务，积极稳妥推进各项工作开展

市消协要在理事会的坚强领导下，发挥社会组织属性，履行公益性职责，推动社会维权共治，努



力把市消协的工作提升到新的高度。

一是完善制度机制，深入推进北京市消费维权体系建设。要抓住换届契机，进一步理顺消协组织的职能定位、组织架构和运行方式，真正发挥理事会的工作平台作用。要加强基础性工作，完善制度和机制，有目的、有计划地构建全市消费维权体系，使首都的消费维权工作既融合统筹又多元共存。要创新法律援助方式，进一步研究发挥公益诉讼在消费维权中的作用，实现从主要维护消费者个体利益向维护消费者整体利益转变。

二是围绕中心工作，营造良好的消费环境。要强化市场主体责任，以企业诚信带动行业规范，构建经营者诚信、消费者放心的市场消费环境。要聚焦新业态、新领域和新消费方式开展体验式调查，及时向社会提供消费指引，向政府提供监管执法建议。要在社会调查中加强对相关消费现象和规律分析，推动消费维权政策及法律法规的完善。要加强社会监督与消费引导，围绕新兴业态、商品及服务领域，通过不同渠道、不同方式，开展商品比较试验，尤其要加大对网购商品的比较试验力度。比较试验报告要更加关注消费者关心的商品用途、性能等实用指标，指导消费者科学、理性合理消费，推动相关行业标准的制定、完善。要在报告中公开披露部分严重不合格的产品，利用舆论力量挤压侵权行为的生存空间，起到警示、规范经营行为的作用。

三是统筹社会资源，进一步完善社会共治体系建设。要加强消费领域的研究与分析，进一步明确消协与政府、其他维权途径、相关维权部门的关系以及与消费者的关系，充分发挥消协组织的公益性职责，形成政府支持、行政部门配合、维权组织联合的共治局面。要在工作中积极探索联动协调机制的建立与完善，研究如何运用外脑提高消费维权分析研判、预警防范和应急处置等综合能力。聚合社会专业资源，邀请专家、学者召开专业研讨会及座谈会就重大热点、难点及专业领域维权问题进行探讨。要围绕消协公益性组织的地位，动员社会力量，最大限度地履行公益性职责。树立消费维权领域的前瞻意识，多层面、多领域地开展消费维权的合作方式。要继续倡导企业开展公益活动，加强与行业协会的沟通互动，与行政部门的维权工作联动。要继续开展京津冀三地联合维权、京津沪渝四地联席会议等跨区域的消费维权合作，拓宽社会共治的受众面。

四是打造消协品牌，不断扩大消协影响力和公信力。要充分发挥媒体的大众传播作用，加强与电视台、电台、报纸、网络、多媒体等资源的合作，开展多渠道、多层次、多角度的消费维权宣传。要加强消费维权方式的现代化，运用网络、微信工具及时发布消费维权信息，注重信息数据的归集与应用，切实加强消费数据分析的精准化和智能化。通过提升服务，进一步构建社会化的消费教育及维权网络，不断扩大消协的社会影响力、公信力和亲和力。

五是加强自身建设，不断提高首都消费维权工作水平。消协组织作为党和政府联系广大消费者的桥梁和纽带，一定要有一支讲政治、顾大局，守纪律、重廉洁，懂政策、敢担当的消费维权队伍。要加强队伍思想建设、能力建设和组织机构建设，发挥好消协组织根植于社会、密切联系消费者的组织优势，切实承担起保护消费者合法权益的职责使命，维护好消协组织的良好形象。

同志们，做好消协工作事关人民群众的切身利益，需要各级领导的关注与支持，也需要有关部门的配合与帮助，第五届理事会将始终坚持“以人民为中心”的发展理念，围绕中心，服务大局，开拓创新，奋发有为，不断完善各项消费者权益保护机制，着力形成适应形势需要的消费维权新格局，努力营造安全放心的消费环境、和谐稳定的社会环境！谢谢大家！

北京市消费者协会第五届理事会人员名单

会长

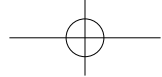
序号	姓名	单位名称	单位职务
1	柳纪纲	北京市人民代表大会常务委员会	副主任

常务副会长

序号	姓名	单位名称	单位职务
1	陈永	北京市工商行政管理局	局长

副会长

序号	姓名	单位名称	单位职务
1	程晓君	北京市人大财政经济委员会	市人大常委会委员、财经委副主任委员、财经办公室副主任
2	张劲林	中共北京市委宣传部	外宣办主任
3	郭宝东	北京市政协社会和法制委员会	副主任
4	张艳林	北京市发展和改革委员会	委员
5	任世强	北京市经济和信息化委员会	委员
6	刘涛	北京市公安局	副局长
7	王群	北京市司法局	副巡视员
8	冯建民	北京市交通委员会	运输管理局党委书记
9	寇文杰	北京市农村工作委员会	委员
10	王洪存	北京市商务委员会	委员
11	曹鹏程	北京市旅游发展委员会	副主任
12	关宇	北京市文化局	副局长
13	郑晋普	北京市卫生和计划生育委员会	委员
14	方葆青	北京市工商行政管理局	副局长
15	张厚明	北京市质量技术监督局	副局长
16	王福义	北京市食品药品监督管理局	市食品药品安全委员会办公室副主任、副局长



17	沈 鸿	北京市金融工作局	副巡视员
18	卜秀均	首都精神文明建设委员会办公室	副主任
19	陈 华	北京市互联网信息办公室	副主任
20	杨晓军	北京市消费者协会	秘书长

常务理事

序号	姓名	单位名称	单位职务
1	盛华东	北京市人大常委会财政经济办公室	综合处处长
2	董济呈	中共北京市委宣传部	宣传处副调研员
3	边 健	北京市政协社会和法制委员会	办公室主任
4	王淑琴	北京市发展和改革委员会	价格监督检查与反垄断局举报中心主任
5	李 辉	北京市经济和信息化委员会	研究室（政策法规处）副处长
6	郑红普	北京市交通委员会	运输管理局出租汽车管理处处长
7	康 凯	北京市商务委员会	流通秩序处副处长
8	张 靖	北京市旅游发展委员会	行业管理处处长
9	贾健民	北京市卫生和计划生育委员会	公众权益保障处调研员
10	廉建设	北京市工商行政管理局	消费者权益保护处处长
11	刘新华	北京市质量技术监督局	产品质量监督处处长
12	李 宁	北京市食品药品监督管理局	投诉举报中心主任
13	刘 军	北京市金融工作局	风险管理处处长
14	党学锋	北京市城市管理综合行政执法局	执法总队副队长
15	郭 华	北京市公安局公安交通管理局	秩序处副处长
16	赖 恂	中国银行业监督管理委员会北京监管局	消保处处长
17	胡 杨	中国保险监督管理委员会北京监管局	保险消费者权益保护处副处长
18	许绍兴	北京铁路局	企业管理和法律事务处处长
19	廖凌竹	北京市邮政管理局	政策法规处处长
20	杜宝莉	北京市通信管理局	调研员
21	赫 焱	中国民用航空华北地区管理局	运输管理处处长

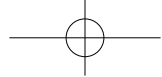
热点关注

Hot Concern

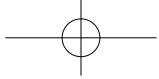
22	林建如	北京市总工会	权益部副部长
23	李 静	北京市妇女联合会	权益部部长
24	赵丽萍	北京市残疾人联合会	维权部主任
25	孙立国	北京市老龄工作委员会办公室	副主任
26	丁淑芬	北京市商业联合会	副会长兼秘书长
27	陈 强	北京市律师协会	副秘书长
28	罗 刚	北京市消费者协会	副秘书长
29	屈 鹏	北京市消费者协会	副秘书长

理事

序号	姓名	单位名称	单位职务
1	王 婧	中央电视台	记者（首席）
2	王兆盟	中国工商报社	消费周刊编辑部主任
3	贾 珺	中国消费者报社	办公室主任兼北京记者站站长
4	万学忠	法制日报社	经济部主任
5	黄大勇	北京青年报社	北青传媒广告部主任助理
6	张秋萍	北京人民广播电台	广告管理部副主任
7	王晓娟	北京市通信行业协会	副理事长兼秘书长
8	王 钢	北京市银行业协会	副秘书长
9	李 枫	北京保险行业协会	副秘书长
10	白建国	北京质量协会	副会长兼秘书长
11	杨 东	中国人民大学法学院	副院长
12	孙 颖	中国政法大学民商经济法学院	教授
13	李巍涛	北京交通大学法学院	副院长
14	王 岩	中国家用电器服务维修协会	副会长
15	孙 静	中国航空运输协会	综合人事部部长兼交流部部长
16	庞大春	北京家政服务协会	会长
17	潘福增	北京市洗染行业协会	会长
18	陈音江	中国法学会消费者权益保护法研究会	副秘书长
19	叶 林	北京市消费者权益保护法学会	会长



20	芦云	北京市律师协会消费者权益法律专业委员会	主任
21	安明	北京信用协会	秘书长
22	刘光丽	北京企业评价协会	秘书长
23	石志红	北京电子商务协会	副会长兼秘书长
24	石向明	北京市建筑装饰协会	家装委员会、副秘书长
25	何法润	北京家具行业协会	会长
26	陈桂钦	北京市美发美容行业协会	副会长
27	马学雷	北京民办教育协会	副会长兼秘书长
28	桑澎	北京留学服务行业协会	会长
29	杨宝君	北京市工商行政管理局东城分局	副局长
30	张久红	北京市工商行政管理局朝阳分局	副局长
31	蒋丛林	北京市工商行政管理局门头沟分局	副局长
32	刘志强	北京市工商行政管理局顺义分局	副调研员
33	刘卫兵	北京市工商行政管理局昌平分局	副局长
34	李仕武	北京市工商行政管理局怀柔分局	副局长
35	马晓勇	北京市工商行政管理局平谷分局	副局长
36	陈磊	北京市工商行政管理局延庆分局	副局长
37	于文	北京市工商行政管理局燕山分局	副调研员
38	王兆泰	北京市西城区消费者协会	秘书长
39	刘博	北京市海淀区消费者协会	副会长兼秘书长
40	任军	北京市丰台区消费者协会	秘书长
41	顾飞	北京市石景山区消费者协会	秘书长
42	杨立生	北京市房山区消费者协会	秘书长
43	王淼	北京市通州区消费者协会	副秘书长
44	李华军	北京市大兴区消费者协会	秘书长
45	李瑞强	北京市密云区消费者协会	秘书长
46	李孟鹏	千龙网	副总编辑、产经中心总监
47	李岩	西城区广外街道莲花河社区	专职副书记
48	刘秀敏	东城区永外街道天家园社区	社区主任



热点关注

Hot Concern



北京市消费者协会章程

第一章 总则

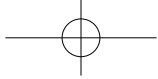
第一条 本会名称：北京市消费者协会。英文名称：BEIJING CONSUMERS ASSOCIATION（英文缩写为BCA）。

第二条 本会是经北京市人民政府批准成立，履行《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消法》）赋予的公益性职责，对商品和服务进行社会监督，保护消费者合法权益的社会组织。

第三条 本会的宗旨是：遵守宪法、法律、法规和国家政策，遵守社会道德风尚，代表消费者的利益，反映消费者的诉求，依靠消费者的力量，全心全意保护消费者合法权益。

第四条 本会坚持依法维权，维护实质公平，深化改革创新，发挥桥梁纽带作用，凝聚各方力量，推动社会共治，促进消费者权益保护事业，服务首都经济社会健康发展。

第五条 本会在本市各行政区、地区设立区消费者协会，区消费者协会设立分会，在本市形成市、区、分会三级联动工作机制。



本会统筹、协调、领导全市各级消费者协会、分会开展保护消费者合法权益工作。

第六条 北京市工商行政管理局受北京市人民政府委托，管理消费者协会的工作。

第七条 本会在工作中接受中国消费者协会的业务指导。本会加强与保护消费者合法权益各有关方面的协同配合，与国内外消费者组织建立联系，互通信息，交流情况，共同推进消费维权工作。

第二章 职 责

第八条 本会依照《消法》履行下列公益性职责：

（一）向消费者提供消费信息和咨询服务，提高消费者维护自身合法权益的能力，引导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式；

（二）参与制定有关消费者权益的法律、法规、规章和强制性标准；

（三）参与有关行政部门对商品和服务的监督、检查；

（四）就有关消费者合法权益的问题，向有关部门反映、查询，提出建议；

（五）受理消费者的投诉，并对投诉事项进行调查、调解；

（六）投诉事项涉及商品和服务质量问题的，可以委托具备资格的鉴定人鉴定，鉴定人应当告知鉴定意见；

（七）就损害消费者合法权益的行为，支持受损害的消费者提起诉讼或者依照《消法》提起诉讼；

（八）对损害消费者合法权益的行为，通过大众传播媒介予以揭露、批评。

第九条 本会不从事商品经营和营利性服务，不以收取费用或者其他牟取利益的方式向消费者推荐商品和服务。

第三章 组织机构

第十条 本会实行理事会制度，理事会是本会的领导机构。

第十一条 理事由理事单位推荐，理事会由北京市党政机关、中央在京单位、社会组织、区消费者协会、新闻媒体等组织推荐的理事组成。

第十二条 理事会每届五年。因特殊情况可以提前或延期换届，但延期换届最长不超过一年。理事会全体会议每年召开一次。

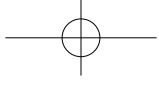
第十三条 理事会的职权是：

（一）制定和修改章程；

（二）选举会长、副会长和常务理事；

（三）审议常务理事会工作报告，对常务理事会的工作进行监督；

（四）决定其他重大事项。



热点关注

Hot Concern

第十四条 理事会会议须有全部理事的三分之二以上出席方能召开，决议须经到会理事三分之二以上表决通过方能生效。

第十五条 理事每届任期与理事会每届任期相同。任期届满，可以连选连任。

第十六条 理事应具备履职的知识和能力，熟悉并遵守有关法律法规和规定，根据本会宗旨履行职责。

第十七条 理事享有以下权利：

- (一) 出席理事会会议，享有发言权、提议权、表决权、选举权和被选举权；
- (二) 对理事会会议决议落实情况和本会开展业务工作情况享有知情权、建议权、监督权；
- (三) 理事会赋予的其他权利。

第十八条 理事应当履行以下义务：

- (一) 遵守本会章程及有关规定，执行理事会会议决议，自觉维护本会形象和名誉；
- (二) 按时参加理事会会议及相关活动，认真审议会议文件；
- (三) 关注消费者合法权益保护，及时反映各方意见，协调做好本单位、本领域消费者合法权益保护工作；
- (四) 理事会规定的其他义务。

理事不得以理事身份及其他在本会任职身份从事与本会业务无关的活动。

第十九条 理事可以在任期内提出辞职。辞职应向理事会递交书面报告，经理事会表决通过后，理事资格终止。

第二十条 理事发生以下情形的，理事会应按程序终止其理事资格：

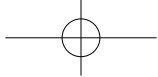
- (一) 无正当理由连续二次不参加理事会会议的；
- (二) 因本人身体健康和工作等原因，不能继续履行理事职责的；
- (三) 严重违反党纪，受到降职撤职处分的；
- (四) 违反法律法规，被追究刑事责任的；
- (五) 法律法规和本章程规定的其他情形。

第二十一条 本会设立常务理事会，常务理事由理事会选举产生。在理事会闭会期间，常务理事会领导本会工作，并对理事会负责。

第二十二条 常务理事会每年至少召开一次会议，须有三分之二以上常务理事出席方能召开，其决议须经到会常务理事三分之二以上表决通过方能生效。

第二十三条 常务理事会行使下列职权：

- (一) 执行理事会决议；
- (二) 讨论决定提交理事会的工作报告和其他会议议题，筹备召开理事会并向其报告工作；
- (三) 审议理事的调整增补事宜；
- (四) 对会长、副会长、秘书长和常务理事单位因任免原因调换人选进行审议；



(五) 讨论决定其它重大事项。

第二十四条 本会设会长一名，常务副会长一名，副会长若干名，会长由市级领导兼任，由理事会进行选举。

第二十五条 会长、常务副会长、副会长每届任期五年，期满可连选连任。

第二十六条 会长行使下列职权：

- (一) 主持理事会和常务理事会；
- (二) 检查监督理事会和常务理事会决议落实情况；
- (三) 代表本会出席重大活动，听取重大事项汇报，协调有关重要事务；
- (四) 其他由会长负责的事宜。

常务副会长协助会长处理理事会和常务理事会工作，并可受会长委托处理有关工作。副会长可受会长或常务副会长委托处理有关工作。

第二十七条 本会秘书长为法定代表人，秘书长行使下列职权：

- (一) 按照理事会和常务理事会决议主持开展工作；
- (二) 主持办事机构日常工作，组织实施年度工作计划；
- (三) 受理理事的意见、建议，决定是否向常务理事会报告；
- (四) 负责办事机构的人事、财务、资产等管理；
- (五) 处理其他日常事务。

第二十八条 本会的理事、常务理事、常务副会长、副会长，由于工作调动或者其他原因脱离原推荐单位的，其上述职务即自行免除。上述职务的递补、增选或更换，由原推荐单位调整人员后，由常务理事会确定，并向理事会报告。

第二十九条 本会根据工作需要，可以设置专家委员会和专业委员会，为本会的工作提供建议、咨询。指导各区消协建立基层组织。

第三十条 本会根据工作的实际需要下设必要的工作部门。

第四章 章程修改

第三十一条 本会章程的修改，须经理事会表决通过后生效。

第五章 附 则

第三十二条 本章程由北京市消费者协会负责解释。

第三十三条 本章程自市消费者协会第五届理事会第一次会议通过之日起生效。2006年10月26日北京市消费者协会第四届理事会第一次会议通过的原《北京市消费者协会章程》同时废止。

知名网购平台婴童服装质量较好

北京市消协发布60种婴童服装比较试验结果

中国是童装生产大国，婴幼儿以及儿童服装在服装销售中占据了很大份额。由于“二孩”政策的放开，国内婴童服装行业再次得到了突破，销售量节节攀升。北京市消协于2012年、2013年连续两年对北京市场销售的婴童服装进行了比较试验，比较试验显示，三分之一的样品质量较差。为持续追踪童装产品质量情况，科学引导指导消费，北京市消协近期对网购平台销售的婴童服装产品开展了商品比较试验。

一、比较试验样品及来源

本次比较试验由北京市消费者协会的工作人员以消费者的身份通过网购平台随机购买，涉及天猫、京东商城、苏宁易购、当当网、唯品会、国美在线、聚美优品等网站销售的60种童装样品，购买单价从68元到478元不等。

二、检验标准及项目

比较试验样品委托国家服装质量监督检验中心（天津），依据GB 18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》，GB 5296.4-2012《消费品使用说明纺织品和服装使用说明》，FZ/T 81014-2008《婴幼儿服装》，FZ/T 73025-2013《婴幼儿针织服饰》，FZ/T 73045-2013《针织儿童服装》，FZ/T 81003-2003《儿童服装、学生服》或明示的标准对样品的产品标识、纤维含量、可分解致癌芳香胺染料、耐水色牢度、耐洗色牢度、耐汗渍色牢度（酸性、碱性）、耐摩擦色牢度、异味、甲醛含量、pH值、绳索和拉带、缝子疵裂程度、可萃取重金属含量、接缝性能、耐唾液色牢度、起球、燃烧性能等项目进行测试。测试结果仅对购买的样品负责。



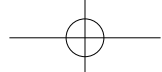
三、测试结果

经测试，60种样品中9种样品未达到国家标准要求，18种样品产品标识存在瑕疵。比较试验结果显示，网上知名网购平台销售的婴童服装质量总体较好，但个别网站对商品缺乏监管。具体如下：

1、产品标识。产品标识是在产品或包装上标示的信息和内容，其内容应有制造者的名称和地址、产品名称、产品号型或规格、纤维成分及含量、维护方法、执行的产品标准、安全类别、使用和贮藏注意事项。其中号型或规格、纤维成分及含量和维护方法三项内容应采用耐久性标签。本次比较性试验中，有18种样品产品标识存在瑕疵，主要表现在维护方法不规范、缺项、不同形式使用说明不一致、耐久性标签无标注等方面。

2、纤维含量。纤维含量是反映产品面料质地优劣的重要标志，是消费者选购服装商品的关键，也是决定服装价值的重要因素。如果服装的纤维含量实测与明示不符，会对消费者产生误导。经测试，60种样品中有2种样品纤维含量实测与明示不符（见下表）。

序号	商品名称	货号/批号	标称生产厂商名称	标称商标	网店名称	销售单价 (元)	纤维含量	
							明示	实测
1	牛仔背带裤	7510	青岛市逗丁园婴幼儿服饰有限公司	逗丁园	天猫 逗丁园旗舰店	69	棉	棉61.4,聚酯纤维25.7,再生纤维素纤维11.4,氨纶1.5（含微量其他纤维）
2	韩版牛仔褲	7101KZ009ML	上海铭记服饰有限公司	铭佳童话	天猫 铭佳童话旗舰店	79.98	棉72.7 聚酯纤维26.7 氨纶0.6	棉98.2,氨纶1.8



3、pH值。PH值是纺织品的安全性指标，是有关纺织品面料酸碱度的一项指标。由于人的皮肤呈弱酸性，所以当纺织品的pH值与人体皮肤相差太大时，会破坏皮肤的酸碱平衡，导致皮肤容易受到其他病菌的侵害。经测试，有3个样品pH值超过安全范围（见下表）。

序号	商品名称	货号/批号	标称生产厂商名称	标称商标	网店名称	销售单价(元)	pH值
1	新款双层针织分腿睡袋	6931997935966	滨州市爱迪尔服饰有限公司	唯爱天使 VERAANGEL	天猫唯爱天使官方旗舰店	169	白色针织里料: 8.3 (标准要求4.0-7.5)
2	连衣裙	317B13005	深圳市欧莎世家服饰有限公司	欧莎女童	天猫osa童装旗舰店	125	白色下身机织里料: 9.5(标准要求4.0-8.5)
3	婴幼儿三角连体衣	TZ71252	淄博维度商贸有限公司	Molo&Balo 麦拉贝拉	名品特卖	126	灰色针织面料: 7.9 (标准要求4.0-7.5)

4、色牢度。色牢度主要是考核染料在纤维上附着牢度。在穿着过程中，颜料脱落，转移到皮肤上而伤害人体或沾染其它纺织品，会影响消费者健康和美观。经测试，有4种样品色牢度未达到国家标准要求（见下表）。

序号	商品名称	货号/批号	标称生产厂商名称	标称商标	网店名称	销售单价(元)
1	牛仔背带裤	7510	青岛市逗丁园婴幼儿服饰有限公司	逗丁园	天猫逗丁园旗舰店	69
2	新款双层针织分腿睡袋	6931997935966	滨州市爱迪尔服饰有限公司	唯爱天使 VERAANGEL	天猫唯爱天使官方旗舰店	169
3	破洞牛仔外套	WT21552蓝色	湖州简童服饰有限公司	后坞	天猫后坞旗舰店	119
4	lolilu时尚迷彩连帽外套	MCWTB-90	未标注	LOLILU	名品特卖	149

5、甲醛。甲醛是服装的安全指标，超过国家标准要求会对人体造成伤害。经测试，只有1种样品甲醛超标（见下表）。

序号	商品名称	货号/批号	标称生产厂商名称	标称商标	网店名称	销售单价(元)	甲醛(mg/kg)	
							标准要求	实测
1	新款双层针织分腿睡袋	6931997935966	滨州市爱迪尔服饰有限公司	唯爱天使 VERAANGEL	天猫唯爱天使官方旗舰店	169	≤20	24

6、绳索和拉带。绳带的考核是按照GB 31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》中对产品绳带的要求规定执行，本次比较试验中只有1种样品该指标不符合国家标准规定（见下表）。

序号	商品名称	货号/批号	标称生产厂商名称	标称商标	网店名称	销售单价(元)	绳索和拉带要求
1	婴儿偏襟套装	24702403	上海十月妈咪网络股份有限公司	octmami	天猫十月妈咪旗舰店	119	拉带长度为24cm 1、拉带末端未使用打结或立体装饰物 2、幼童服装的颈部没有使用拉带、绳索

7、纰裂。纰裂、接缝性能等服装缝制强力是用于考核服装在穿着或使用过程中其接缝处受到外力作用后纱线产生滑移的程度，是考核机织服装产品耐用性能的主要指标。撕破强力不合格不仅会影响服装的美观，也会严重影响服装的使用寿命。本次比较试验中，所有样品中只有1种样品该指标测试结果较差（见下表）。

序号	商品名称	货号/批号	标称生产厂商名称	标称商标	网店名称	销售单价(元)
1	夹棉带帽衫	popo01402	福州市鼓楼区品创贸易有限公司	海绵泡泡	名品特卖	129

8、经测试，可分解致癌芳香胺染料、异味、可萃取重金属含量、起球、燃烧性能指标所有样品均符合国家标准要求。

四、消费提示

1、消费者购买婴童服装时首先注意查看产品的使用说明（即产品标识），因为产品标识是一种向消费者传达产品的性能、质量状况、使用方法等信息的工具，消费者尽量不要选购无使用说明标识的服装。

2、正确穿用和维护好服装是经久耐穿的一个关键，正确穿用并注意按永久性洗涤标识操作，并将深浅衣服分开洗涤，以防异色污染，使用洗涤剂时有颜

色衣服尽量避免用增白、漂白作用明显的洗涤剂，以防洗后衣服明显褪色。

3、建议消费者选择儿童服装时优先选择购买纯棉等透气性好的产品，面料应以浅色、手感柔软为宜。产品如果有刺激性气味,选购时需慎重。

4、购买特殊功能性服装产品时，要留意产品明示吊牌上是否有相关功能性宣传，且表明有相关功能性产品的相应国家标准作为衡量指标。再有就是不要盲目追求个别企业夸张的功能性宣传，合理根据自己的需求购买适应自己的产品才好。

5、消费者购买婴童服装时应留存购物凭证，以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。



权威发布

Authoritative release

超八成电脑椅符合国家标准 北京市消协发布电脑椅（升降转椅）比较试验结果

目前，不仅仅在办公场所，电脑椅（升降转椅）几乎也是每个家庭的标配，融入了消费者的日常生活。不起眼的电脑椅销量十分可观，消费者通常是拿来就用，几乎没有人注意过它的质量情况，消费者购买时仅根据样式和价格做出决定，而无法从外观判断其质量优劣。为了解电脑椅产品的真实质量状况，引导消费者科学消费，北京市消费者协会对北京市场销售的电脑椅产品进行了比较试验。

一、比较试验样品及来源

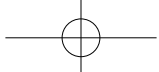
本次比较试验由北京市消费者协会的工作人员以消费者的身份，通过实体店和网购平台两种渠道随机购买，两种方式各购买一半样品，共涉及居然之家八角店、曲美家居石景山店、集美家居定慧桥店、蓝景丽家大钟寺家居广场、北京城外诚家居市场、北京玉美家园建材市场（东方家园办公家具城）、宜家家居四元桥商场、天猫商城、淘宝网、京东商城、国美在线、苏宁易购、当当网、亚马逊、1号店、唯品会销售的30种样品，购买价格从206元至5458元不等。



二、检验标准及项目

比较试验样品委托国家家具及室内环境质量监督检验中心，依据QB/T 2280-2007《办公椅》等标准对样品质量指标进行测试（见下表），比较试验结果只对市消协此次购买的样品负责。

测试项目	说明
滚动/滑动阻力	对于有脚轮的转椅灵活性的指标，如滚动阻力不合格，在转椅使用过程中会移动不方便；滑动阻力是对于无脚轮的办公椅的指标，如滑动阻力不合格，在正常使用过程中，办公椅会意外移动对使用者造成伤害。
稳定性	对转椅稳定性的考核，模仿人体正常使用的情况下产品受力时，转椅是否倾翻。如果转椅结构设计不合理，稳定性不合格，将造成正常使用时倾翻，造成人身伤害。
座面冲击	对转椅强度的考核，模仿人由站立突然向下坐在转椅上，依靠人自身重力冲击对转椅的破坏情况。脚轮、底座、座面底板材料强度、转椅整体架构设计均可导致该指标不符合标准要求，将致使转椅断裂、倾翻，造成人身伤害。
扶手垂直向下静载荷试验、扶手水平静载荷试验	对转椅扶手的考核，模拟正常使用时扶手收到垂直或水平的压力时的强度。如果扶手垂直向下、水平静载荷不合格，将致使正常使用时扶手断裂，造成人身伤害。
脚轮往复磨损	模仿人坐在转椅上，往复移动转椅，观察脚轮质量情况。如脚轮采用一些劣质材料，强度不够，在使用过程中出现严重磨损甚至脚轮断裂，将导致在使用过程中发生转椅倾翻，造成人身伤害。
底座静载荷	考核转椅底座（五星脚）承受强度。底座（五星脚）骨架常用材料为金属、PU、木材、胶合板等。如果五星脚材料低劣，强度过低，导致在正常使用过程中发生断裂，致使转椅倾翻，造成人身伤害。
阻燃性要求	考核转椅产品的阻燃性能。如转椅使用的面料、泡沫塑料等不满足阻燃性要求，遇到火苗或明火时，产生消费安全隐患。
甲醛释放量	考核转椅产品的甲醛释放量，将转椅除金属件和塑料件外，其余部分放入气候箱，收集24h后测定甲醛释放量。由于采用劣质纺织品、泡沫塑料、人造板，导致甲醛释放量超标，影响人身健康，主要危害有：致敏、刺激和致突变。



三、测试结果

1、经测试，30种电脑椅样品中25种符合标准规定，占样品总数的83.3%（样品测试的详细数据请查阅市消协网站发布的测试数据），消费者可以放心选购：

序号	样品名称	购买地点	商户名称	标称生产企业	标称品牌	标称型号	销售单价(元)
1	书椅	居然之家八角店	北京锦绣投资有限公司	未标注	红苹果	R435红/黑	1050
2	餐椅 (办公椅)	曲美家居	北京荣佳艺美家具有限公司	未标注	曲美	FB-BW-N2011NC8	2069
3	青书椅	定慧桥集美家居	北京金隅天坛家具股份有限公司	北京金隅天坛家具股份有限公司	天坛	A19206	1942
4	办公椅	定慧桥集美家居	北京莲祥丰汇商贸中心	鹤山市柯维家具有限公司	柯维	KM-13160	480
5	椅子	蓝景丽家大钟寺家居广场	北京猫王家具有限公司	未标注	猫王	丰托思522	2412
6	椅子 (办公椅)	玉美家园建材市场	北京远明国景伟业家具有限公司	佛山市顺德区活力家具有限公司	活力	未标注	1700
7	五轮椅	玉美家园建材市场	未标注	未标注	帝克豪斯	8918B	600
8	五轮椅	玉美家园建材市场	未标注	未标注	国优	K017-3	480
9	大班椅	玉美家园建材市场	未标注	未标注	联友	金卓普通	1900
10	马库斯转椅	宜家四元桥商场	北京宜家四元桥商场	未标注	宜家	格洛斯 黑色	1299
11	五轮椅	城外诚家居市场	北京盛世佳美家具销售有限公司	广州(永朋办公家具)	永朋	8811	500
12	五轮椅	城外诚家居市场	北京盛世佳美家具销售有限公司	铜牛办公家具	铜牛	662	580
13	五轮椅 (办公椅)	城外诚家居市场	北京盛世佳美家具销售有限公司	广东铜仁办公家具有限公司	铜仁	未标注	650
14	办公椅	天猫	HermanMiller旗舰店	赫曼米勒(宁波)家具有限公司	HermanMiller	sayl	5458
15	办公椅	天猫	sihoo旗舰店	西昊家具(深圳)有限公司	西昊	M28-2红色-铝合金脚-升降扶手	899
16	电竞椅	淘宝网	傲风AutoFull电竞椅	杭州欧图家具有限公司	AutoFull傲风	AF003BPU	899
17	电脑椅	淘宝网	八九间电脑椅	未标注	八九间	TO-229-W 颜色: 黑色	206
18	办公椅	京东	永艺家具旗舰店	浙江永艺家具股份有限公司	永艺	CS-608E	1566
19	办公椅	京东	迩高迈思Ergomax旗舰店	未标注	Ergomax ALX	草绿色	1580
20	电脑椅	苏宁易购	泉琪家具旗舰店	未标注	泉琪	16	215.11
21	电脑椅	苏宁易购	苏宁自营	迪瑞克斯座椅(江阴)有限公司	DERACER	R系列	1799
22	椅子	亚马逊	黑白调潮椅	黑白调(北京)家居用品有限公司	黑白调	未标注	399
23	办公椅	亚马逊	自营	未标注	冠益名	88333	330.2
24	电脑椅	1号店	山业办公家具旗舰店	未标注	SANWA	未标注	1249
25	金领人体工学舒压椅	唯品会	/	未标注	心家宜	M-806R	1358

权威发布

Authoritative release

2、5种样品使用劣质材料，质量较差，其中2种售价1000元以上。见下表：

序号	样品名称	购买地点	商户名称	标称生产企业	标称品牌	标称型号	规格	销售单价(元)	滚动滑动阻力(≤24N)	稳定性	座面冲击试验	扶手垂直向下静载荷试验	扶手水平静载荷试验	脚轮往复磨损试验	底座静载荷	阻燃性要求	甲醛释放量(≤0.120mg/m ² h)
1	办公椅	居然之家八角店	北京飞美晶智家具经营部	未标注	德中飞美	未标注	未标注	1080	16	无倾翻	无变形损坏	无变形损坏	无变形损坏	无变形损坏	无变形损坏	无阴燃引燃	0.153
2	蓝色网布椅	定慧桥集美家居	北京市红星吉庆办公家具厂	未标注	未标注	未标注	未标注	550	16	无倾翻	最高最低位各冲击1次,底座断裂、脚轮断裂	无变形损坏	无变形损坏	冲击脚轮断裂无法进行试验	冲击底座断裂无法进行试验	无阴燃引燃	0.008
3	电脑椅	天猫	亿瑞特家私旗舰店	未标注	亿瑞特	YT-018	未标注	305	18	无倾翻	最高最低位各冲击1次,底座明显变形	无变形损坏	无变形损坏	有障碍2000次,无障碍65260次,脚轮断裂豁裂	冲击底座变形无法进行试验	无阴燃引燃	0.015
4	电脑椅	国美在线	嘉美家居旗舰店	安吉嘉美家具有限公司	野火	JOY-9089B	未标注	1049	18	无倾翻	无变形损坏	无变形损坏	无变形损坏	有障碍2000次,无障碍65260次,脚轮断裂	无变形损坏	无阴燃引燃	0.014
5	办公椅	当当	择木宜家居旗舰店	未标注	择木宜居	YD22	未标注	458	19	无倾翻	无变形损坏	无变形损坏	无变形损坏	有障碍2000次,无障碍13750次,脚轮断裂	无变形损坏	无阴燃引燃	0.015

注：

一、比较试验结果只对购买的样品负责，本表中排名不分先后；

二、测试要求：1、座面冲击、扶手垂直向下静载荷试验、扶手水平静载荷试验、脚轮往复磨损、底座静载荷：(1)座椅零部件无断裂和豁裂现象；(2)加载部位无明显变形；(3)座椅结构无松动；(4)试件试验期间不应发出清晰可辨的噪声；(5)升降机构和旋转机构应无失灵。

2、阻燃性要求：将点燃的香烟放置在座面和椅背的结合处，或缝边的内侧及座面的凹陷处，1小时内不应出现阴燃引燃或有焰燃烧。

3、八成多样品标识与使用说明不符合《产品质量法》及QB/T 2280-2007《办公椅》规定，存在缺陷。

《中华人民共和国产品质量法》中规定，产品或者其包装上的标识需有产品质量检验合格证明；有中文标明的产品名称、生产厂名和厂址；根据产品的特点和使用要求，需要标明产品规格、等级、所含主要成份的名称和含量的，用中文相应予以标明；需要事先让消费者知晓的，应当在外包装上标明，或者预先向消费者提供有

关资料；QB/T 2280-2007《办公椅》规定，产品应有标识和使用说明，使用说明至少包括产品名称、规格型号、标准编号、产品特性描述、甲醛释放量等内容。经核查，30个电脑椅样品中红苹果品牌等八成多样品样品不符合产品质量法及QB/T 2280-2007《办公椅》规定：17个样品未标注生产单位；25个样品未标注生产单位地址；25个样品未配备使用说明书，其中8个样品配有组装说明书或合格证。具体如下：

序号	标称品牌	商场名称	商户名称	标称生产企业	生产企业地址	使用说明书	备注
1	红苹果	居然之家八角店	北京锦绣投资有限公司	未标注	未标注	无	
2	德中飞美	居然之家八角店	北京飞美晶智家具经营部	未标注	未标注	无	
3	曲美	北京荣佳艺美家具有限公司	北京荣佳艺美家具有限公司	未标注	未标注	无	
4	天坛	北京市定慧桥集美家具市场有限公司	北京金隅天坛家具股份有限公司	北京金隅天坛家具股份有限公司	未标注	有	
5	柯维	北京市定慧桥集美家具市场有限公司	北京莲祥丰汇商贸中心	鹤山市柯维家具有限公司	未标注	无	

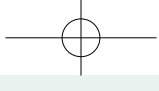


6	未标注	北京市定慧桥集美家具市场有限公司	北京市红星吉庆办公家具厂	未标注	未标注	无	
7	猫王	蓝景丽家大钟寺家居广场	北京猫王家具有限公司	未标注	未标注	无	
8	活力	北京玉美家园建材市场	北京远明国景伟业家具有限公司	佛山市顺德区活力家具有限公司	未标注	无	
9	帝克豪斯	北京玉美家园建材市场	未标注	未标注	未标注	无	
10	国优	北京玉美家园建材市场	未标注	未标注	未标注	无	
11	联友	北京玉美家园建材市场	未标注	未标注	未标注	无	
12	宜家	北京宜家四元桥商场	北京宜家四元桥商场	未标注	未标注	无	
13	永朋	北京城外诚家居市场有限公司	北京盛世佳美家具销售有限公司	广州(永朋办公家具)	未标注	无	
14	铜牛	北京城外诚家居市场有限公司	北京盛世佳美家具销售有限公司	铜牛办公家具	未标注	无	
15	铜仁	北京城外诚家居市场有限公司	北京盛世佳美家具销售有限公司	广东铜仁办公家具有限公司	未标注	无	
16	亿瑞特	天猫	亿瑞特家私旗舰店	未标注	未标注	无	
17	HermanMiller	天猫	HermanMiller旗舰店	赫曼米勒(宁波)家具有限公司	有	有	
18	西昊	天猫	sihoo旗舰店	西昊家具(深圳)有限公司	有	无	
19	AutoFull傲风	淘宝网	傲风AutoFull电竞椅	杭州欧图家具有限公司	有	无	有安装手册
20	八九间	淘宝网	八九间电脑椅	未标注	未标注	有	
21	永艺	京东	永艺家具旗舰店	浙江永艺家具股份有限公司	有	无	有安装说明及售后服务卡
22	Ergomax ALX	京东	迩高迈思Ergomax旗舰店	未标注	未标注	无	
23	野火	国美在线	嘉美家居旗舰店	安吉嘉美家具有限公司	未标注	无	有合格证
24	泉琪	苏宁易购	泉琪家具旗舰店	未标注	未标注	无	有安装图
25	DERACER	苏宁易购	苏宁自营	迪瑞克斯座椅(江阴)有限公司	未标注	有	
26	择木宜居	当当	择木宜居家居旗舰店	未标注	未标注	无	有安装说明书
27	黑白调	亚马逊	黑白调潮椅	黑白调(北京)家居用品有限公司	有	无	有安装手册
28	冠益名	亚马逊	自营	未标注	未标注	无	有安装说明
29	SANWA	1号店	山业办公家具旗舰店	未标注	未标注	无	有组装说明书
30	心家宜	唯品会	/	未标注	未标注	有	
统计				17个样品未标注生产单位名称	25个样品未标注生产单位地址	25个样品无使用说明书	8个样品无使用说明书,但有组装说明书、合格证等

比较试验结果显示,虽然电脑椅样品产品标识存在缺陷,但大部分电脑椅样品符合标准规定,消费者可以放心使用;在较高知名度的家具商场和网店中有劣质的电脑椅鱼目混珠,且售价较高,不能依靠“低价等于低质”的经验来判断商品的质量,隐蔽性较强,因此建议消费者购买电脑椅及家具时应保存好购物凭证,以便出

现质量问题后能有效地维护自身合法权益。

此外,很多家具品牌本身并没有电脑椅等配套产品,但为了丰富品类,个别企业会从他处购进此类产品进行销售,由于是外购包销产品,质量很难保证,消费者在选购时应注意分辨,并非名牌家具店铺经销的电脑椅质量就一定有保障。



维权人物

Activist character

“90后”消费纠纷调解员 ——记丰台区消协投诉部干部方正

阳光、帅气、90后、小鲜肉……刚参加工作不到两年的方正，是北京市丰台区消费者协会投诉部的一名调解员。别看他年轻，干起工作来，一点儿也不逊色。截止目前，经方正调解的案例已有100余件，为消费者挽回经济损失8万余元。

1993年出生的方正，2015年大学毕业后，来到丰台区消费者协会投诉部工作。踏进消协投诉部的第一天，他就给自己定了一个“小目标”：认真接待每一位来访的消费者，耐心处理好每一件受理的消费纠纷，必须做到件件有回音，事事有结果。

方正就是这样想的，也是这样做的。短短不到两年时间，方正在领导和同事的支持帮助下，虚心请教，踏实努力，很快就成为投诉调解工作的骨干力量，同时他也收获了自己职业生涯的第一份宝贵经验。

2016年4月15日，方正接到一起电动自行车电池爆炸引起的纠纷。消费者杨女士投诉称，她2015年购买的电动自行车在家里充电过程中，电池发生爆炸，引发家中失火，家里的家具、乐器都有不同程度的损毁。杨女士分别与销售代理和电池厂家联系，要求对方赔偿。由于双方主张的赔偿金额相差太大，双方协商失败。

接到投诉后，方正立即对消费者提供的现场照片及损坏物品清单进行了认真核实，然后组织双方进行调解。调解过程中，方正发现双方争议的焦点在损毁物品赔偿的价格问题上。杨女士认为，损坏的钢琴、架子鼓在北京无法修理，需要运送到外地修理，会比较麻烦，就没有考虑折旧因素，而是按原价要求赔付22万元。但电池厂家认为，自己带着保险公司人员到消费者家里查看过，保险公司口头报价赔付3万多元，所以只同意赔付不高于保险公司的口头报价。

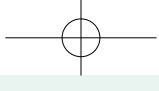
就在调解将要陷入僵局的时候，方正一方面告诉厂家，消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利，消费者购买的生产厂家的产品，与保险公司没有直接的合同关系，厂家应该按照实际损失予以赔偿；另一方面也提醒消费者，提供财产损失的索赔清单不能完全按原价主张，而要按照规定扣除一定的折旧费用。经过一个多月的耐心调解，最终双方达成和解协议，厂家一次性赔付消费者7万元，双方对调解结果表示满



意。

还有一次，消费者李先生购买一台四核笔记本电脑，回家检测发现电脑是虚拟四核。李先生认为商家偷换概念，将双核产品按照四核价位销售，要求商家更换一台真四核电脑，遭到拒绝。接到投诉后，方正立即约商家来消协解决问题。经过方正耐心细致的调解，最终促使双方达成一致，商家给李先生换一台真四核电脑。李先生表示非常满意。事后，方正特意送给商家两本《消法》，诚恳地说“回去好好看看，对你们以后长远经营会有好处。”顿时，商家感到眼前这位小伙子暖暖的。

虽然方正还很年轻，工作经验也不够丰富，但他正一步步朝着自己的“小目标”迈进：用真心接待每一位来访的消费者，用耐心处理好每一件受理的消费纠纷……用他自己的话说，“总有一天，我们要接过消费者权益保护的大旗！”



消费维权爱心好大姐

——记石景山区消协八角分会干部崔玉娟

“只要工作一天，我就会用爱心服务每一个人，就会把保护消费者的合法权益作为自己的职责与使命。”——这是石景山区消协八角分会干部崔玉娟时常挂在嘴边的朴实话语。在她眼里，投诉无小事，只要涉及到消费者的切身利益，她都会全力以赴，最大程度地减少消费者的损失，大家都亲切地称她为“爱心大姐”。

在消费维权岗位上，崔玉娟一干就是9年。她先后接受消费者咨询5万多人次，处理投诉案件近千起，为消费者挽回经济损失130余万元。无论老少，不管谁来投诉，崔玉娟都像对待亲人一样热情周到，一杯水，一张凳，耐心接待，仔细记录。小到几块钱的纠纷，大到数万元的投诉，崔玉娟都一视同仁，认真对待，收集证据，查清事实，不厌其烦地调解，力求公正解决，维护消费者的合法权益。

在受理投诉和调解过程中，崔玉娟善于找出问题的关键点，充分发挥调解作用，化干戈为玉帛，使矛盾双方能心平气和地解决问题。一次，消费者吴先生到消协投诉，称他在某家具店定制了一张木床，定制时一再要求定制款式、材质须与之前在该店购买的木床一致。购买时多次与商家确认，商家表示没有问题。但吴先生验货时，发现床头等多处材质及加工效果与合同约定不符，要求重新制作。商家表示现在的制作工艺无法做到与之前一致，提出只能给他部分折扣作为补偿。吴先生认为在购买时一再强调商品要求，并多次与商家沟通确认，自己才签订了购买合同。现在商家只能以折扣作为补偿，是无视合同的做法，所以不同意商家的方案。

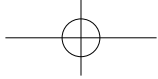
这件纠纷涉及时间长，家具制作工艺专业性强，而且取证有一定难度。但崔玉娟丝毫没有畏难情绪。为了查清事实情况，她先后多次到商家和吴先生家中走访，收集证据，查看样品，并把所有单据发票，消费者拍摄的照片，逐一仔细核对。她前后召集消费者和商家调解了4次，才最终让双方达成协议。消费者吴先生最后紧握着崔玉娟的双手激动地说：“为我这点小事，花这么多时间，你们真是好样的！”

长期从事消协工作，练就了一身真本领。2016年冬天的一个中午，崔玉娟正准备吃午饭，这时一位老人前来投诉，说他在某口腔诊所镶牙，已经去了好几次，花了



5000多元，但镶好的牙齿还是无法进食。老人孤身一人，子女不在身边，问他诊所名称、地点都描述不清，只是眼含泪水一再恳求帮帮他。面对老人的无助，崔玉娟立即放下碗筷，通过老人的大致描述和自己的经验判断，好不容易才找到诊所位置，帮助老人向诊所负责人讨要说法。该诊所负责人本想推卸责任，但崔玉娟凭借自己过硬的维权知识，直接指出了问题所在，诊所负责人感觉理亏，不得不认错，为老人更换了材料重新镶牙，并给老人退回500元作为补偿。事后，老人感动得热泪满眶，一个劲拉住崔玉娟的手说：“消协真是我们消费者的‘娘家人’！”

生命的美不在于它的绚丽，而在它的平和。生命的动人不在于它的激情，而在它的平静。惟平和才见生命之广大，惟平静才见生命之深远。消费者维权工作是平淡的，甚至是琐碎的，很少值得大书特书的动人情节或催人泪下的感人事迹。然而，崔玉娟用爱心服务着每一位消费者，把自己的莹莹辉光都洒在了为民解忧、为民排难的消费者权益保护事业上。



何勇海

消费公益赔偿之诉更有威慑力

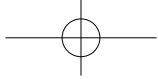
放任病猪、死猪入场屠宰，对猪肉喷洒或浸泡有毒有害液体后进行销售。3月8日，广东省消委会代表消费者，向深圳市中级人民法院提起民事公益诉讼，请求法院判令此案中涉嫌生产、销售不符合安全标准食品以及生产、销售有毒、有害食品的犯罪嫌疑人20人承担赔偿金1006.2万元，在省级以上新闻媒体公开赔礼道歉。法院已受理此案。这是广东消费民事公益诉讼第一案，而此案以惩罚性损害赔偿作为诉讼请求则开创先河，属全国第一起消费公益赔偿之诉。（据《中国消费者报》3月17日报道）

公益诉讼是我国一项全新的司法实践，目前仅在环保和消费领域推行。2014年，修订后的《消费者权益保护法》实施后，一些地方的消费者组织，作为法定的机关和组织，已多次针对“实名制车票丢失仍需补票”“手机预装软件卸载难”“供水公司霸王条款”等提起消费公益诉讼，维护消费者在某些方面的合法权益。不过，这些消费公益诉讼均为“制止性公益诉讼”，意在制止某些侵权行为，不具较重的惩罚意义。

此次消费公益赔偿之诉，以惩罚性损害赔偿作为诉讼请求，起诉20名犯罪嫌疑人承担赔偿金1006.2万元，则是赔偿性公益诉讼。这起案件中，犯罪嫌疑人放任病猪、死猪入场屠宰，对猪肉喷洒或浸泡有毒有害液体后进行销售，不知伤害了多少消费者的身体健康？对这类性质恶劣、危害深远、严重侵权的行为，应当祭起“赔偿性公益诉讼”这一有力的司法武器。

广东省消委会的这次公益诉讼，以惩罚性损害赔偿作为诉讼请求，比制止性公益诉讼更有震慑力。

长期以来，在打击假冒伪劣产品过程中，惩罚性巨额赔偿制度没有充分发挥威力，形成了违法成本低、守法成本高的尴尬现实。目前，地沟油、瘦肉精、僵尸肉等问题层出不穷、屡禁不止，再多的查处曝光案例，也不足以撼动后来者疯狂追逐经济利益的贪婪之心。过低的处罚甚至还可能造成个别执法部门“放水养鱼”，与违法者结成利益同盟，执法仅为收取一点罚款。这就需要多多提起“消费公益赔偿之诉”，以增强法律的威慑力。期待这起高达千万元的“消费公益赔偿之诉”，成为其他消费公益诉讼案件的标杆。（据中消报）



消费者有权对开机广告说不

“电视一开机，广告就推送。”目前市面上的互联网电视，开机广告短则15秒，长则1分钟，已然成为视频服务商和内容服务商的重要收入来源。而作为消费者，不仅花钱买电视，还得花时间看开机广告，颇为郁闷，是谁给电视商家的这个权利？（据4月6日《大河报》报道）

互联网电视有网络接入功能，终端接入互联网后，服务提供商后台操控植入广告，所以消费者只要使用互联网电视，开机广告总会“不请自来”，不能跳过、不能快进，只能眼睁睁把广告看完，这确实是令人烦恼的事。对此，电视客服人员总会辩称，互联网电视开机会有较长的等待时间，植入开机广告有利于缓解等待的枯燥。而笔者想问的是，智能手机、笔记本电脑开机也有几秒至十几秒的等待时间，怎么没见过它们也在产品中强制植入广告？

互联网电视强制植入广告，涉嫌侵犯消费者的自由选择权。《消费者权益保护法》第九条规定，“消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务”。而电视强制植入开机广告，即使消费者不愿看广告也得“被广告”，这恐怕就涉嫌侵犯消费者的自由选择权了，也是在藐视消费者的知情同意权。

有人或许要说，互联网电视在影视资源等方面比传统电视投入多，为消费者的视频娱乐带来很多精彩与方便，且其价格越来越便宜，势必要找到回收成本的渠

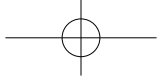
道，如通过向消费者推送开机广告或收取VIP会员费用，以及向广告主收取开机广告等费用，故对开机广告要有正确的认识，毕竟有得就有失。事实上，这种看法比较片面，互联网电视在影视资源上的投入大以及价格低，是市场竞争的结果，将市场竞争的后果交给消费者来扛，未必公平。

若互联网电视有理由强植开机广告，消费者更有充足理由拒绝之，电视厂家要给消费者提供拒绝的选择，而非“目前暂不支持关闭”开机广告，或只可通过充值会员来取消开机广告。要知道，《广告法》明确规定，“任何单位或者个人未经当事人同意或者请求，不得向其住宅、交通工具等发送广告，也不得以电子信息方式向其发送广告。以电子信息方式发送广告的，应当明示发送者的真实身份和联系方式，并向接收者提供拒绝继续接收的方式”。显然，《广告法》这一规定可以类推到互联网电视领域。

有媒体报道，某互联网电视的开机广告售价达到了180万/天，此价格已经可以跟央视《新闻联播》前后的10秒广告相媲美。还有数据显示，未来3年开机广告市场将从2015年初创时期的20亿元增长至100亿元规模。同时，贴片广告、关机广告、桌面推荐、互动广告、电视电商等新颖广告植入形式应运而生。相关部门应该未雨绸缪，早点将互联网电视广告纳入监管，以免泛滥成灾，损害更多消费者的合法权益。（据中消报）



何勇海



浦江潮

银行紧急止付机制不能成摆设

武汉男子潘先生在睡梦中，银行卡被盗刷34万余元，短信显示消费地点在澳门。潘先生紧急要求银行冻结账户，但在48小时内，银行三次错失止损时机。潘先生一怒之下将银行告上法庭，武汉市硚口区法院日前一审宣判，判决银行全额赔偿潘先生被盗刷的存款本金及利息。（5月10日《武汉晚报》）

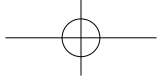
此次潘先生的遭遇，与其他银行卡遭盗刷案件有所不同。潘先生第一时间给银行客服打电话讲明情况，要求银行冻结账户，并向派出所报案，当天上午又与民警一起到当事银行，再次要求对涉案账户采取保护措施。据悉，从交易发生到银行卡内资金转至交易另一方，有长达48小时的时间，当事银行有三次机会实行紧急止付，但始终没有采取相应措施，致使潘先生卡内资金被转走。

这就是说，当事银行本有充足时间和大把机会为储户挽回损失，让犯罪分子竹篮打水一场空，但他们无所作为，甚至对警方的要求也无动于衷。这的确令人匪夷所思，换作谁都会发怒，当事银行没有理由不赔偿潘先生的全部损失。

众所周知，为打击电信诈骗，去年9月最高法、最高检、公安部等部门联合发布《关于防范和打击电信网络诈骗犯罪的通告》，其中将银行紧急止付作为打击电话诈骗的措施之一，并且规定，个人通过ATM向非同名账户转账的，资金24小时后到账，为的是让受害人有醒悟时间，可以及时追回资金。实际上，在通告发布前后，很多地方都建立了银行紧急止付机制，譬如上海市通过整合公安、金融和电信运营商的平台资源，公安部门与11家主要商业银行保持专线联系，只要15至20分钟即可冻结账户。

银行紧急止付机制不仅是打击电信诈骗的利器，它对打击盗刷银行卡行为同样可以发挥作用。但潘先生的遭遇表明，受害人什么情况下可以申请紧急止付，什么样的申请银行必须立即受理，要提供哪些证据，要走哪些程序，诸如此类的规则并不明确，或者各个地方、各家银行有自己的规定，遇到责任心不强的银行，一推二拖三看四慢，所谓“紧急止付”就几乎成了摆设。

银行紧急止付是与犯罪分子赛跑，一分一秒都殊为珍贵。目前紧急止付机制是有了，但还需要进一步明确规则、提高效率、明晰责任，为了争分夺秒，申请程序越便捷越好，银行采取措施越快越好，要想方设法让紧急止付跑在犯罪分子前面，而不能落在后面。（据石家庄日报）



别让打赏打乱消费公平



朱丹

最近，北京市的一些餐饮店流行起“扫码打赏”，即消费者通过扫描服务员所挂牌子的二维码支付一定金额的“小费”。而在更早之前，广东深圳等地的商家早已推行这种做法。对于这种换个马甲的小费，消费者如何看待？商家又有何初衷？（5月10日《澎湃新闻》）

消费者到餐馆吃饭，结账时却被要求对服务员扫码打赏，这种行为的确令人意外，其不仅打破了公平的消费秩序，也是一种道德绑架。

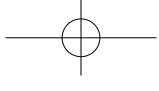
消费者到餐馆吃饭，饭后结账走人，这是正常的消费秩序，也是一种市场公平的体现。但是现在却无端冒出这种打赏要求，不仅打乱了正常的消费公平，也给消费者造成了经济和心理负担。虽然这种打赏行为可以在一定程度上激发服务员的工作主动性和积极性，而且很多时候这种打赏是顾客确实自愿的，但是这种打赏还存在着很多弊端，还有很多问题值得追问。

首先，服务员的服务质量应该由餐馆负责，餐馆对服务员的服务有着奖惩的权力，对于服务好的服务员，餐馆可以进行奖励，这是餐馆的内部管理事务，岂能转嫁到消费者身上，让消费者买单？其次，消费者支付的费用里已经包含着服务员的服务费，要求消费者扫码打赏无疑是一种额外收费，而且这部分收费缺乏法律监管，存在着偷税漏税的可能。再者，即使这种打赏能够起到激励服务员的效果，这种措施也是一种畸形的奖励：一方面，既然打赏是自愿的，就意味着有些服务员是无法得到打赏的，这就是不公平的体现，很容易挫伤没有得到打赏的人的服务热情，不排除出现更加恶劣服务的可能；另一方面，评价一个人的服务质量并没有统一的标准，完全凭着消费者的感受，什么样的服务能够得到打赏并没有详细的量化标准。这就就让打赏本身存在着很大的随意性，没有标准就没有公平，这样的打赏如何能起到激励的效果？

同时，虽然名义上，这种打赏是顾客自愿的，但是事实上，一些餐馆存在着强制行为，比如有的服务员死缠硬磨，有的则表现得十分委屈，更有甚者声泪俱下，总之不打赏就不让顾客离开。这些手段无疑是对消费者的一种绑架。还需要强调的是，这种打赏也容易将顾客进行分类，导致一些餐馆对爽快打赏的顾客格外热情，对其他没有打赏的顾客则冷若冰霜，甚至给脸色。这种“看人下菜碟”的服务无疑是病态的、不公平的。

一家餐馆要想赢得市场，获得消费者的青睐，服务不是唯一的手段，还有菜品的味道、质量、价格以及就餐环境等，这些都是吸引消费的手段。与其只在服务这些细枝末节上动心思，不如下大力气提升餐馆整体的软硬件质量。一味地通过要求顾客打赏来提升服务质量显然有失偏颇，最终无法取得消费者的信赖和青睐。

打赏虽然在西方国家十分流行，但是不等于在国内就能吃得开。因此，商家还是应该首先考虑遵守国内的消费规则和市场秩序，尊重国人的消费习惯，老老实实提升整体品质，不要老是钻营一些旁门左道。整体品质保证了，顾客自然会纷至沓来，带来的经济效益远比那点打赏要多得多。（据法制日报）



案例点评

Consumer case comment

网购双程机票被拒单程使用 消协调解挽回损失

案例简介：

消费者宋女士去年12月9日在某票务网站购买了两张上海往返东京的机票，从上海出发时间为2017年1月7日，从东京返程时间为2017年1月13日。往返机票共花费2977元。后来，消费者因自身原因需将上海飞东京的机票改签为2017年1月9日。与网站联系后得知，机票不能改签，她便重新购买了一张上海飞东京的单程机票，花费4806元。2017年1月13日，行程结束后，宋女士准备按照原购返程机票搭乘航班回国时，却被航空公司工作人员告知，她没有乘坐上海飞东京的航班，所以从东京返程机票也无法使用。由于当天必须回国，宋女士不得不重新购买一张同班次的返程机票，花费154310日元，约合10600元人民币。

回国后不久，宋女士向北京市消费者协会投诉。她认为票务网站未尽到提示说明义务，要求其承担本次往返日本的全部机票费用。但票务网站认为，其已在订单页面作出“机票须按航班起飞时间顺序使用，否则无法登机”的提示，且联程客票不能跳程使用的规则为航空公司制定，网站不应承担赔偿责任。经过北京市消费者协会沟通协调，网站认为消费者投诉内容属实，消费者只承担300元改签费，其它实际损失13859元均由网站承担。双方对调解结果都很满意。

案例点评：

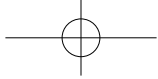
根据《消法》第26条规定，经营者在经营活动中使用格式条款的，应当以显著方式提请消费者注意与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。本案中“机票须按航班起飞时间顺序使用，否则无法登机”条款属于格式条款，且该规则并不为一般消费者所熟知，条款内容对消费者使用机票作出了限制，会对消费者合同利益产生实质性影响，属于与消费者有重大利害关系的格式条款，票务网站应当对此作出显著提

示，提醒消费者注意该项规定，以便消费者作出审慎的购买决定。

从票务网站提供的订单截图看，网站对该项条款设置了链接，消费者需要点击链接才能查看，且网站没有对条款字体进行特别的设置，内容不易被消费者注意。特别是票务网站没有在消费者提交订单前予以明确提示，并未尽到提请注意的义务。因而，该机票使用条款应视为没有订入合同，不对消费者发生法律效力。

本案中，如果票务网站尽到了显著提示义务，使消费者意识到如果其未使用去程机票，将承担返程机票作废的不利后果，则消费者完全可以审慎购买或者在确定延后出发时另行购往返机票，从而避免损失的扩大。由于信息不对称，消费者对商品或者服务信息的了解，往往依赖于经营者的提供与说明。航空消费是比较特殊的消费领域，不同的航空公司的规则各不相同，不同机票的使用条件和退改签条件也存在差异。一方面，消费者在购买机票前应当对机票价格、使用条件等信息作全面的了解；另一方面，经营者在销售机票的过程中，应更加注重对消费者知情权的保障。（闫毓珊）





消费者买到剐蹭车 调解获赔105万元



近日，朝阳区消费纠纷人民调解委员会（以下简称区人调委）接到消费者投诉，史女士于2016年12月12日在某达世行凯迪拉克4S店（以下简称经销商）购买一辆全新凯迪拉克XT525T豪华型轿车，购买价格为34.49万元。经4S店销售经理提示，消费者检查车辆外观无划痕、行车里程在合理新车范围内、电脑仪表等正常情况下，提车驶离4S店。

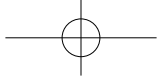
2017年3月8日，史女士对车辆例行检测时发现存在质量问题，即车辆存在维修痕迹，右侧前翼至右后车门车漆有不均匀喷漆痕迹，右侧前车门有拆卸痕迹，并且密封胶条缺失。为此，史女士认为，经销商存在欺诈行为，要求依照《消法》第55条“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍……”的规定进行赔偿。然而，经销商拒绝给予情况说明，也不对责任划分予以答复，故史女士向区人调委投诉。

区人调委受理投诉后，高度重视，在与朝阳工商分局市场科及相关行业单位达成共识后，及时约见

双方了解情况。经核实，投诉事由与消费者陈述相符。但经销商只同意给消费者退车或换车，拒绝任何赔偿。为此，在区人调委机动车专家支持下，区人调委明确表态：经销商涉嫌欺诈，应依照消法相关规定解决。同时，区人调委继续对投诉案件进行调查和取证。经多方了解，问题发生在物流环节：“物流公司在运输过程中发生了剐蹭，私自修理后，未予说明送至4S店。”面对事实，物流公司承认错误，主动要求在承担责任的前提下参加调解，最大限度维护消费者合法权益。

至此，经过一周时间的有效调解，达成协议：物流公司同意在退还车辆的前提下，赔偿消费者相关费用总计105万元。这起涉嫌欺诈的机动车消费投诉得到了有效解决。

案件调解中，未完全依照《消法》第55条执行惩罚性赔偿，其原因取决于消费者理性、适度维权的意愿，在双方谅解和协商的基础上，纠纷得到了圆满解决。



案例点评

Consumer case comment

发动机号与合格证不一致 化解汽车纠纷促行业发展



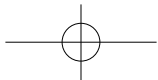
近日，朝阳区消费纠纷人民调解委员会（以下简称人调委）接到消费者投诉，贾先生于2014年6月6日在北京标龙京津汽车销售服务有限公司（以下简称经销方）购买一辆东风标致轿车（型号：3008至尚型），金额18.9万元。2016年底，车辆行驶中因发动机质量问题失去动力损坏，由厂家于2016年12月31日免费更换一套新发动机总成。

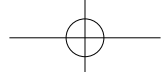
2017年2月20日，消费者称在车管所办理发动机行驶证变更手续时被车管所告知，新更换的发动机钢号与其合格证印制的钢号不一致（即两个钢号数字相同，但合格证钢号后面多了一个字母“G”）不予受理。消费者及时告知经销方，要求说明原因并予解决，但经销方先是说合格证打印错了，随后又说没印错，字母“G”为生产线排产系统的常用核验码，用于生产防错，还说外地车管所都可以办理，为什么北京车管所不予受理。经销方与厂家以此为由，没有采取有效的解决措施，导致问题一直搁置无法解决。消费者非常气愤，并对所更换的一套新发动机总成的来源产生质疑，经过多次沟通未果，故向区人调委投诉。

经与相关部门及专家咨询，充分了解相关法规及行规政策，了解消费投诉的症结，有目的性开展调解工作。调解中，区人调委首先对厂家违规操作及经销方对待问题缺乏认识、解决措施不力等，导致消费纠纷并引发消费者质疑，涉嫌侵犯消费者合法权益的行为提出批评，并明确告知北京车管所关于审核变更手续的要求，是按照国家相关政策进行，厂家违规操作不符合有关要求，明确要求厂家必须出具正式情况说明及补充措施，由经销方负责到底确保变更手续完成。

在双方协商基础上，厂家与经销方承认错误、提高认识，及时出具正式情况说明与规范的发动机钢号合格证，再次向北京车管所申请办理变更手续。同时，经销方赠送消费者两次汽车保养，总计价值1500元，以表歉意。

此次机动车消费纠纷的成功调解，充分说明在依法治国的今天，各行各业都必须依法经营、规范发展，以良好的消费环境促进经济发展和社会进步。





从网上选择洗衣店需谨慎

北京市工商局12315信息采集综合服务平台受理的投诉信息显示，刚刚过去的4月，网购洗衣成为新兴消费投诉热点。对此，北京市工商局发出了消费提示，从网上选择洗衣店需谨慎。

据了解，今年4月，北京市工商局12315信息采集综合服务平台共登记消费者投诉信息14410件，接待消费者咨询42442人次，为消费者挽回经济损失285.24万元。

消费者张女士向12315热线反映，自己通过手机下载某洗衣商家App客户端，用于接受洗衣服务，近期发现下单后商家单方面终止送件取件服务。张女士与商家协商要求退还注册时预存的洗衣服务费，遭到拒绝。经北京工商部门调解，经营者已为消费者退费。

随着“互联网+”时代的到来，为了满足不同人群的消费需求，一些洗衣商家改变以往实体店经营模式，实行“线上营销+线下服务”O2O运行模式。这种新兴模式带来方便的同时，也存在一些问题。最新数据统计显示，此类洗染模式的消费投诉有所增加。从投诉的具体问题看，主要以商家提供的服务与承诺不符，例如“承诺下单后72小时内取件”“衣物洗净后未如期将衣物归还”等；其次是衣物被洗坏后拒绝



提供修复或承担赔偿责任；商家停止经营或逃逸，导致消费者送洗衣服、预付服务费难归还。

北京市工商局发出消费提示，接受O2O洗衣模式的消费者在选择线上商家时，要查看商家是否有资质，是否公示商家经营地址、客服电话等经营信息，确保为信用良好、安全性高的正规商家；下订单前，要仔细阅读洗衣理赔条款，特别是赔偿方式、赔偿标准、免责条款等内容，一旦出现消费纠纷，解决问题时做到心中有数；在与商家交接衣物时对衣物进行检查，如果发现衣物有破损当面沟通，以便维护自身合同权益。（北京市工商局）

共享单车出行“三注意”

随着本市共享单车投放数量的增加，越来越多消费者选择这一绿色、低碳、便捷的出行方式，相关消费争议也随之增多。今年一季度，市消保委共受理共享单车类投诉900余件，投诉内容主要集中于押金或余额退还不顺畅、用车计费有争议、售后客服无响应等。对此，市消保委提醒消费者，使用共享单车还须注意以下三点：

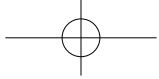
一是适度充值。共享单车企业纷纷推出充值返现活动，不少消费者心动之余充值了过多金额。每次使用共享单车约花费0.5-2元不等，账号内余额需较长时间才能使用完毕。一旦消费者不想继续使用、要求退还余额时，则可能遭遇拖延、不顺畅等情况。因此，消费者还应理性、适度充值为宜。

二是确认计费。消费者每次在使用完共享单车

后，须将单车停放在指定区域上锁，并在手机端确认计费结束、计费金额正确后再离开。若消费者停放单车时，未即时上锁或遗忘确认计费金额，极易引发后续纠纷。

三是文明出行。消费者使用共享单车期间，应遵守交通规则，自觉爱护单车，不涂改车牌、损坏车辆；养成文明骑行的良好习惯，使用后不上私锁，不在盲道、行车道、封闭区域内随意停车；发现不良使用行为，积极主动举报，共同营造良好用车环境。

另外，对于共享单车企业客服无人响应、投诉迟迟得不到解决等问题，消费者可通过企业官方400电话、在线客服进行反映，也可向市消保委、相关行政部门进行投诉。（上海市消保委）



搬家暗藏陷阱低价更需谨慎

搬家是众多家庭都会涉及的消费领域，搬家公司的广告、电话在居民小区、街道随处可见。目前，国家尚未制定搬家行业标准，我市搬家市场也没有统一的服务规范，导致搬家公司服务质量良莠不齐，因搬家引发的纠纷时有发生。从市消保委受理的投诉情况看，部分搬家公司设置多种陷阱欺骗消费者，引起消费者的强烈不满。

陷阱一：低价吸引客户，搬时坐地起价。目前，我市搬家市场的默许价是每台车300元到500元，大多通过电话商谈。搬家公司抓住部分消费者贪图便宜的心理，先报出较低的价格，搬家当天再以各种理由要求加价，少则二三百，多则近千元，甚至还有搬家公司把客户的物品先搬上车，到达目的地后再坐地起价。如消费者刘先生通过某搬家公司的广告联系到该公司市北区分部，口头约定费用为500元，搬家公司将刘先生的家具家电等搬到楼下后，以种种理由要求加价1500元，否则拒绝搬家。双方因为价格原因僵持不下，刘先生无奈联系市北区消保委寻求帮助，但提供不出书面协议以及该搬家公司的办公地址等信息，搬家公司因投诉竟弃车把人撤离，致使投诉无法调解。因当天有雨，刘先生的全部家具家电在雨水中淋了几个小时，最后在市北区消保委的帮助下联系其他公司才得以搬家。

陷阱二：车厢设置夹层，厢内藏有乾坤。很多消费者有这样的疑问：明明东西不多，怎么就需要装两车呢？目前，我市市场上搬家公司使用的基本都是厢式货车，个别搬家公司为了多收钱往往在车辆上做文章，看似4米长的箱体，通过在箱体内设夹层，用钢板堵上几十公分，缩小了车内面积，原本一车就能装下的东西需要两车或者另加小车才能装下，从而变相加价。如消费者冯女士预约某老兵搬家公司搬家，谈好一车260元，原本4米长的车足够装载的物品却只能装到一半，冯女士经过察看发现车厢被人为安装了近1米的夹层，空间减少了四分之一。冯女士感觉上当受骗，不得已自己又找了辆货车搬运，额外支付了200元费用。因双方只是口头协议，导致投诉无法解决。

陷阱三：大件额外收费，处处另需加钱。搬家公

司在与消费者沟通时，往往简单告知钢琴和需拆卸的衣橱等大件需要额外收费，但在实际搬运过程中，尺寸稍大的电视机、冰箱、洗衣机等均按照大件计费。此外，楼层高了要收楼层费，书本多了要收超重费，车辆停放的位置距离单元门远了要收费，天热了再额外收取辛苦费，总之处处加钱，不给就不卸货。倘若消费者在装车前提出另找公司，还需补偿空车费。如消费者石先生约某交运搬家公司搬家，约定按照300元一车收费，但该搬家公司却在快搬完的时候提出按照每人200元收费，再加上小车的费用120元，一共要消费者再交720元。经八大峡市场监管所调解，最后共收取450元费用，双方达成一致意见。

陷阱四：预约不签合同、搬完不开发票。个别搬家公司是临时搭班子，现找搬运工人，消费者打电话咨询时，一般承诺会签合同，但搬家时会以忘带或其他说辞拒签，搬完家收费不开具发票或收据，其目的就是为了出现问题时推脱责任。

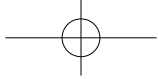
针对上述情况，青岛市消保委特发布消费警示，提醒广大消费者注意：

一、建议消费者准备搬家时，先通过电话或网络查询搬家企业注册登记情况，尽量选择有明确登记信息、固定经营地址的正规搬家公司。

二、消费者在预约搬家前，一定要与搬家公司谈明细则：从哪搬到哪、具体楼层、有无电梯、有什么物品、家具是否需要拆装、有无单独收费项目、是否签合同、是否开具发票等，确保搬家公司不会以各种不同理由要求加价。

三、建议消费者在搬家时一定要仔细察看货车，看车厢是否被人为加厚、车厢内是否有夹层等，在装车时也要督促物品的摆放，避免内松外紧浪费空间。此外，还要做好监督工作，在搬运过程中不要离开现场，以免丢失物品无法厘清责任。

四、预约时提前声明，不签合同不付费，合同条款签的越详细越好，搬完家索要发票或收据。一旦发生纠纷，保存好证据并及时向有关部门投诉，以便问题得到及时有效的解决。（青岛消保委）



谨防保健品“亲情销售”陷阱



近年来，部分商家借用“健康讲座”为招牌，不断通过“洗脑式”宣传引诱老年人成为“会员”，向老年消费者推销保健品。5月12日，辽宁省消费者协会提醒老年消费者，应提高对保健食品虚假宣传的防范，科学、合理地选择保健食品。

辽宁省消协表示，保健食品是介于日常食品和药品之间的食品，可以辅助治疗各种疾病，达到增强抵抗力等效果。消费者尤其是老年消费者要提高理性消费意识，不要盲目听信广告，购买保健食品时需注意以下事项：

保健食品不能宣传具有治疗疾病的作用，一些使用“包治百病、一针见效、祖传秘方”等夸大疗效的保健食品，仅仅是食品的特殊种类。有些老年消费者以为吃些保健品就不用再吃药了，切记保健品不能代替药品，治病还需用药，并且坚持正常的饮食，否则不但不能减轻病情，反而会错过最佳的治疗时机，还浪费大量钱财。

选购保健食品要认准产品包装上的保健食品标志（小蓝帽）及保健食品批准文号，谨防一般的食品冒充保健品，保健食品的标志为天蓝色专用标志，保健品的相关信息可在国家食品药品监督管理局网站查询。

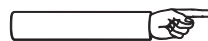
保健食品的外包装上除印有简要说明外，还要有产品名称、主要原（辅）料、功效成分、标志性成分

及其含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用量与食用方法、规格、保质期、贮藏方法和注意事项等。保健食品只适宜特定人群调节机体功能时食用，消费者要对症选购，详细查看产品标签和说明书，注意产品的禁忌。

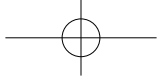
老年消费者面对经营者花样百出的各种消费陷阱往往招架不住，比如在小区开展所谓的“咨询义诊”，带老人免费旅游，邀请一些所谓的“专家”现身说法亲情诱骗，更有些保健品电视广告将子女报答养育之恩和购买保健品联系在一起，再加上对产品功效的夸大宣传，以致于误导一些子女和父母从情感上必须购买保健品，希望消费者对此类“亲情销售”“绑架销售”等消费陷阱不要上当受骗。

购买保健食品一定要通过正当渠道，如果合法权益受到损害可以向当地监管部门举报，也可向当地消协投诉维权。（辽宁省消协）

**一定要认准
小蓝帽哦！**



保健食品
国食健字G20090102
国家食品药品监督管理局批准



警惕“电商专供”品质打折



网络经济发展迅猛，实现了消费者自由选择和自主消费，但网络消费领域侵害消费者合法权益问题也日益凸显，网购“陷阱”层出不穷。为保护消费者合法权益，帮助消费者规避网购陷阱，山东省消费者协会近日梳理网购投诉案例和专家意见，提醒广大消费者要合理规避网络风险。

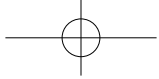
一是要掌握甄别产品的基本常识。消费者网购时要注意查看商品信息，在买卖中由于买家没有看清宝贝描述或图片而导致纠纷的非常多。要分辨是商业照片还是店主自己拍的实物照片，而且还要注意图片上的水印和店铺名，因为很多店家都在盗用其他人制作的图片。仔细查看店主的信用记录，看其他买家对此款或相关产品的的评价，如果有中差评，要仔细看店主对该评价的解释。把好网购第一个关。

二是要对电商专供产品有客观的认识。电商促销大多以“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，在同一节日促销期间，企业分供不同平台的产品，平台均要最低价，那企业的通常做法就是做两款不同型号的商品，让消费者在价格上没法比对。由于电商专供商品大都是限价生产，企业为保证利润，可能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有一定差距。消费者在网购电商专供产品时，多看商品介

绍，仔细对比，一分钱一分货是亘古不变的真理。

三是要选择安全网站进行支付交易。消费者要注意防范网络交易风险。在网上交易、充值时切记核对官网地址，电话、工商执照、ICP备案号等信息，警惕钓鱼网站和钓鱼软件。尽量在网购软件中购物，浏览器网购支付时认准前缀为“https”的加密网站。消费者在支付页面进行支付时，要留意网页地址的前缀变为“https://”，并且IE浏览器右下角状态栏上显示图案，这些标志表明您的交易受到加密措施的保护。如果标记出现在网页上，则很可能是不法分子制作的假网站。持卡人应立即停止交易，与发卡银行联系，保护卡片信息安全。

四是要养成良好网络操作习惯。网购时最好别蹭免费WiFi。当大家利用免费WiFi时，浏览普通网站可以，最好不要网购，对免费无需密码的WiFi，最好别乱蹭。同时，也不要再在网吧等公共电脑上进行任何支付操作。使用公用网络，下线要先清理痕迹。上网评论时不要随意留个人信息，网上留电话号码，数字间用“-”隔开避免被搜索到。消费者应该定期修改购物账号的密码并设置为15位以上的复杂度高的密码，并对自己的电脑要及时进行杀毒，保障网购的安全环境。登录支付软件时，取消“记住用户名”“十天内自动登录”等设置，尽量避免“一码走天下”。养成个人良好的网络操作习惯，最大限度规避网络风险。（山东省消协）



教育培训四大乱象 消协发布消费警示



不少家长都会为孩子选择教育培训，各类科目补习班、夏令营、特长培训班等招生广告层出不穷，一些教育机构看似正规，其实暗藏诸多陷阱，对消费者权益构成侵害。为此，特提醒学生家长谨慎选择，避免四个误区，谨防消费陷阱。

误区一：不看办学资质，盲目消费。目前，一些无证办学的教育机构多位于小区居民楼内，教学人员临时拼凑，大多没有教师资格证，教学质量难以保证。

消费提醒：家长在为孩子选择暑期辅导班前，可先查询相关培训机构的办学资质。培训机构应办理营业执照，并在有关部门审核确定的培训项目范围内办学，教学老师应具备教师资格证或相关资格证书等。消费者可查验登记办学地址和实际办学场所是否一致，地址不一致的，可能存在一定的隐患。

误区二：轻信虚假宣传，不签合同。一些教育培训类机构为了吸引眼球，推出了“名校师资”“高通过率”“短期包会”等宣传标语，有的为了招揽生源，肆意夸大师资力量和培训效果，误导消费者。

消费提醒：消费者在选择培训机构前，应该多方打听其教学质量和口碑信誉，并充分倾听孩子的意愿，选择真正适合孩子的培训机构。消费者应提高维权意识，要求培训机构将口头承诺写进合同，明确双方的权利义务。一旦发生消费纠纷，消费者可根据书面合同维权。

误区三：没有索取发票，退费困难。退费难是引起教育培训类消费纠纷的主要原因之一，不少消费者缴费时往往没有索取正规发票，导致退款难度增加。

消费提醒：教育培训机构必须向社会公开收费项目、收费标准等相关内容。家长在交费前一定要了解相关收费政策，交费后应妥善保存培训机构开具的“培训费”正规发票和签订的书面协议。如遇特殊情况需办理退费手续时，可持交费发票，到培训机构办理相关手续；如果发现培训机构无正当理由拒不退费，家长应及时向有关部门投诉或举报。

误区四：难抵促销诱惑，冲动消费。有的培训机构通过促销手段，诱导消费者提前消费、超量消费、盲目消费。部分消费者难抵诱惑，一次性交费数千元甚至数万元的情况屡见不鲜。消费者一旦发现培训效果不理想、提出终止合同时，遭遇退费难题，给消费者造成一定的经济损失和精神伤害。

消费提醒：消费者对不熟悉的培训机构应保持谨慎。消费者可短期试课，等认同授课方式和培训效果后，再签订后续合同，有利于降低消费风险。在签订合同之初，消费者应对退班时如何退费、培训达不到承诺效果或培训地点变更情况出现时如何处理、培训过程中的人身安全等问题做事先约定，并妥善保存音频资料、发票、合同等材料以便日后维权。（据中国消费者杂志）

科学选配安全座椅 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+II/III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。

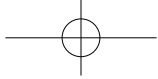
2.根据连接方式选购安全座椅。目前市面上在售的儿童安全座椅大致分为儿童安全座椅安装接口和安全带固定方式两类接口连接。

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定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，即美国ASTM认证、德国ADAC认证、欧洲ECE认证、中国CCC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。

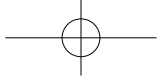
6. 尽量按照成长阶段匹配座椅。市场上一些座椅宣传使用年限长，年龄跨度和身高体重的跨度很大，不少家长会认为这样的产品不错，买一个可以一直用到孩子长大。然而这种大跨度的座椅是有它的弊端的，为了同时满足不同年龄段儿童的使用，在设计上需要有所妥协和取舍，所以针对性并不强。对于经常需要带

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情况下才能使用。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。（据中国消费者杂志）



如何挑选智能马桶

国家有关部门正在紧锣密鼓地制定《卫生洁具智能坐便器》标准，但正式出台可能还需要一段时间。那么，在没有统一标准的情况下，消费者如何挑选靠谱的智能马桶？

一、注重产品安全

智能马桶的水加热、水温控制、座圈温度控制、阻燃性能等，是关乎产品安全与否的主要指标。消费者选购智能马桶时，须考虑其材质是否添加了阻燃剂，以防止产品引发火灾。此外，智能马桶还需配备插头漏电保护、无水断电保护以及水温、风温、坐温过热保护等防护装置，以确保消费者使用安全。

二、功能并非越多越好

对于智能马桶来说，功能多



的产品反而更容易出问题，因此消费者应按需选购。智能马桶的基本功能有座圈人体感应、座圈加热、温水洗净、移动洗净、暖风烘干、自动除臭等，消费者可以根据实际需求选择，这样才不会造成浪费。

三、海淘产品可能“水土不服”

一个是电压问题，即需要将国内220V的电压转换为110V；另一个是水质问题，使用一段时间后，其喷嘴会堵塞，原因是日本水质较好，无需安装过滤器，而国内许多地区水质偏硬，容易产生水垢。在中国更适合使用加装滤芯净水系统的卫浴产品。

四、关注节能环保性能

考察产品的用水量、冲净率、冲刷距离等指标。一般来讲，合格的节水智能马桶都有国家颁布的节水认证书。从产品配件方面看，较大口径的排水阀能让产品实现迅速排水。此外，还应带有S管道、符合国家标准的水封，关注待机功耗、座圈加热功耗、节电模式等方面的指标。（据生命时报）

选购电动自行车应注意三点

近年来，成都市将对电动自行车实行产品目录管理。凡未纳入《成都市电动自行车产品目录》（以下简称《目录》）的电动自行车，一律禁止在成都市销售；公安交通管理部门将不予登记上牌，禁止上路行驶。

成都市消协郑重提醒广大消费者，在选购电动自行车时应注意以下几个方面：

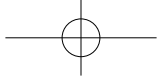
一、“查看目录”。消费者在购买前，应通过质监、公安、

工商、经信等政府部门网站事先查看已公布的电动自行车产品《目录》。

二、“查看资质”。消费者在销售现场应查验经营者《营业执照》和所购电动自行车《产品质量合格证》、《产品质量检验报告》等相关资质。

三、“索要凭证”。消费者在购买电动自行车产品时，应索取正规购车发票和车辆出厂合格证等凭证。如消费者因经营者未

现场公示产品《目录》，或被经营者采取伪造相关资质证明、利用虚假宣传等方式误导，导致车辆无法上牌的，可要求经营者退（换）货，遭经营者故意拖延或无理拒绝的，请拨打“12315”向工商部门投诉或者请求当地消协予以调解。（据成都消协）



租房要当心这些陷阱

一、选择知名中介公司

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

二、谨防“假房东”骗钱

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

三、谨防虚假广告套取信息费



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

四、合同协议要完备

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

五、慎选合租人

合租能够省钱，但最好是自己熟悉的同学或同事，以保证人身和财务的安全。（据生命时报）

学生奶粉和中老年奶粉啥区别

现在食品工业越来越发达，配方设计也越来越完善，同一种产品，可以针对不同人群的生理特点和营养需求，调整其营养素的含量，研发出更有针对性的产品。例如，同样是奶粉，有的为学生奶粉，有的为中老年奶粉，到底有何不同呢？

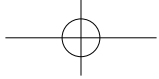
考虑到中老年人群中患有高血压或高血脂等慢性病的比例较高，需要控制血糖和血脂，因此中老年配方奶粉中会相应减少糖



和脂肪的含量；中老年人会出现钙流失或已发生骨质疏松，配方中还会相应增加钙含量；有些配方还添加了膳食纤维，有助中老年人维持正常的肠道功能，预防便秘。

学生奶粉则是针对青少年设计的。青少年时期生长速度加快，对各种营养素的需要量增加，尤其是一些矿物质。因此，一般都会在配方中添加铁、锌、镁、钙等矿物质，有的还会添加牛磺酸等。

总结来说，大家可以从配料表以及营养成分表中各营养素含量看出两者的区别。（据生命时报）



好普洱不易长黄曲霉，选购三点建议



放在库房里继续自然发酵。储存普洱茶的仓库分为干仓和湿仓，主要差异是温湿度和通风条件。在干仓中，普洱茶的自然发酵进程缓慢，即使历经10~20年依然口味醇厚。湿仓实际上是提高温湿度，促进霉菌生长，加快后熟发酵进程，但如果控制得不好会使茶叶劣变。不过，单纯的湿仓储存并不足以产生黄曲霉毒素，更重要的因素是劣质原料、储存不当和货物混放等。一般，检出黄曲霉毒素的普洱茶都是湿仓储存的廉价普洱茶，普遍在每斤15元以下，最便宜的只有4元。这样的茶叶本身品质不佳，仓储卫生条件更是无从谈起，因此，被黄曲霉毒素污染也不足为奇。

一直以来，普洱茶致癌的说法屡见报端，也有普洱茶中检出黄曲霉毒素的报道，这让消费者疑虑重重，甚至不敢喝普洱茶。那么事实是怎样的呢？

黄曲霉产毒不容易

虽然黄曲霉是自然界常见霉菌，普洱茶确实可能携带它，但要产生毒素并不容易。黄曲霉产生毒素需要很多条件，比如温湿度、营养物质，而且还需要携带能产生毒素的基因。普洱茶的渥堆（wò duī 加工普洱熟茶的关键工艺）发酵温度较高，不是黄曲霉喜欢的温度，而且普洱茶的营养成分也不适合黄曲霉口味，因此渥堆中产生毒素的可能性很小。此外，有研究发现，黑曲霉和黄曲霉在一起时会产生竞争关系。在渥堆发酵的中期，黑曲霉就已掌控主动权，它

Focus

真正品质优良的普洱茶几乎不可能出现黄曲霉毒素污染。普洱茶每次用量很少，黄曲霉毒素也不溶于水，因此，泡茶时毒素基本不会进入茶汤

不仅能抑制黄曲霉的生长和产毒，甚至能在一定程度上降解黄曲霉毒素。有研究人员分别用能产生毒素的黄曲霉菌种故意污染晒青毛茶，然后模拟普洱茶渥堆发酵，结果发现，即使黄曲霉能侥幸存活，也不能产生毒素。

毒素来源于劣质原料

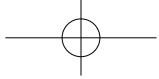
无论普洱生茶还是熟茶，都需要储存起来进行“陈化”，也就是

喝陈年普洱不致癌

事实上，真正品质优良的普洱茶几乎不可能出现黄曲霉毒素污染。普洱茶每次用量很少，黄曲霉毒素也不溶于水，因此，泡茶时毒素基本不会进入茶汤。当然，黄曲霉毒素是明确的致癌物，国际上普遍认为，致癌物没有安全的摄入量，也就是越少越好。

选购普洱茶三点建议：

- 一是不要选择过于便宜的普洱茶；
- 二是可以看一看、闻一闻，如果纸包上有水渍，茶饼明显发霉（如起白霜、有霉点）或味道不悦就不要购买；
- 三是冲泡时观察茶汤，如果不太清亮，甚至能喝出霉味，最好就别喝了。（据生命时报）



小心“无糖饮料”的“健康”陷阱

天气越来越热，冰镇饮料又开始替代了温暖的茶饮成了新的“掌中宝”。不过有人也能意识到过多饮用含糖饮料对健康的危害，于是转而宠爱“无糖饮料”。但是各位减肥和控糖达人们，你当“无糖”的标签是“天使”，是否知道它其实暗藏“健康”的陷阱呢？

“无糖饮料”即人工甜味剂饮料（ASBs），是一种不含糖，但是用人工甜味剂产生甜味的饮品。很多人或因减肥，或因疾病，会控制日常生活中糖的摄入。大多数人也默认：无糖饮料更利于健康或预防肥胖及肥胖相关疾病。所以无糖饮料，渐渐取代高糖饮料，成为聚餐的“标配”、人们的“新宠”。

但来自伦敦帝国理工学院的研究显示，“无糖”饮料与“全糖”饮料相比，对保持健康体重并没有什么帮助，还可能致其他健康问题，甚至其本身就不该被提倡。

根据2016年的一项研究显示，“无糖饮料”并没有宣传的那样健康。而导致其不健康的罪魁祸首就是有名的人工甜味剂——阿斯巴甜。

大家都知道，我们的肠道细菌有的生产益生物质，有的会产生有害毒素，有害毒素产生后肠道中会有其他物质与之中和，从而将其消除。但当阿斯巴甜在肠道内分解时，它会扰乱有害毒素的中和过程，从而导致毒素积累。

让减肥达人心碎的是，已有研究表明，“无糖饮料”不仅不能帮助人们减肥，某些零卡路里饮料

还会增加机体的饥饿感从而增强食欲。

还有人提出“无糖”饮料更益脑的观点。的确，在《阿兹海默症和痴呆》期刊上，就曾经发布一项研究结果：在一组糖分高摄入和较少摄入的对比试验中，“高摄入”组人员出现了包括大脑体积缩小、情景记忆变糟、海马体缩小等大脑加速衰老的迹象。所以过多的糖对脑智力不是一件好事。

但2017年最新的研究显示，每天至少喝一瓶无糖饮料的人患中风和痴呆的风险是其他人的三倍。虽然不能明确其机理，但已有很多假设，包括改变肠道菌群、影响大脑对于甜味的感知等等。所以，长期没节制地饮用无糖或有糖的饮料都会对人脑的智力有一定的损害。

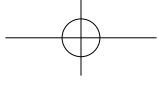
至于“无糖”饮料不伤牙的观

点就更是有点很傻很天真了。根据墨尔本大学的科学家们对23种不同种类的饮料的测试显示：无论含糖还是无糖软饮料（包括调味矿泉水）都可以对牙齿产生严重腐蚀。同时还发现，无糖饮料可以导致30%~50%的牙釉质软化，无糖的苏打水和糖果的危害更甚于真正的饮料和糖果。

研究人员对此表示：对我们的牙齿而言，无糖替代品并不是完全安全的，我们不能完全相信那些极受欢迎的无糖饮料或者糖果产品。

所以，“无糖”看似是个更健康的选择，其实可能只是一个新的“纵欲”陷阱。糖带给人的欲望并不比烟酒差，学会节制才更健康。（据中国青年报）





教你三招选购乳酸菌

如果把人体比喻成一个工厂，肠道就是工厂的“加油站”和“下水道”，主要负责体内的脏活、累活。各种食物在这里被分解、吸收，剩下的残渣也从这里被排出体外。因此，肠道状态的好坏对人的健康和寿命至关重要。然而，不知从何时起，面临各种肠道问题而不知所措的人越来越多，肠道的健康该怎么守护呢？

益生菌如何让你“肠”保活力

肠道是维护健康的天然屏障，有超过100万亿个细菌在此“定居”。肠道内的庞大菌群分为有益菌、有害菌和中性菌。随着年龄增长，肠道中有益菌群的数量会减少，有害菌群的数量会增加，菌群稳定被打破后，各种疾病就会接踵而至。

有益菌就是我们常说的益生菌，是有益活性微生物的简称。它们对人体具有多项健康作用，第一，可以产生一些特有的酶类，帮助促进食物消化和吸收，从而改善有机酸、脂肪等的分解；第二，抑制有害菌生长，维护肠道菌群的平衡，增强免疫力；第三，分泌有机酸，刺激肠道蠕动，促进排便，让肠道保持活力。

科学研究表明，补充益生菌食品是调节肠道菌群平衡、改善肠道健康的有效途径。需要提醒的是，大家在补充益生菌时常出现以下几个误区。



误区一

不看活性

市面上，乳酸菌饮料鱼龙混杂，大家在购买时一定要注意，无论是“加速肠道蠕动”还是“促进肠道排毒”，益生菌必须是“活的”，因为只有“活性乳酸菌”是具有生物活性的乳酸菌，才能在肠道中定植，进而对肠道菌群起到调节作用，这是益生菌产生功效的基础。

误区二

不问数量

益生菌的需要量与肠道正常菌群缺失程度和有害菌存在数量息息相关。经过生产、运输、货架待售、饮用后，乳酸菌饮料通过胃酸、胆汁等极端环境到达肠道，其中的活性益生菌经过重重考验，均会遭到消耗。只有通过这关卡，并最终在肠道定点繁殖、存活的益生菌才能真正发挥作用。

正常情况下，一般建议每人每天摄入乳酸菌至少30~50亿，因为这个剂量与在健康个体中观察

到的、能够预防最小感染的乳酸菌剂量相当。但由于胃酸的消耗，以及乳酸菌到达目的肠道后，重新在肠道中定植下来的损失，我们身体实际可利用的乳酸菌远少于摄入的乳酸菌数量。因此，为达到健康目的，我们需要多摄入一些，才能保证摄入体内的乳酸菌数量足够。

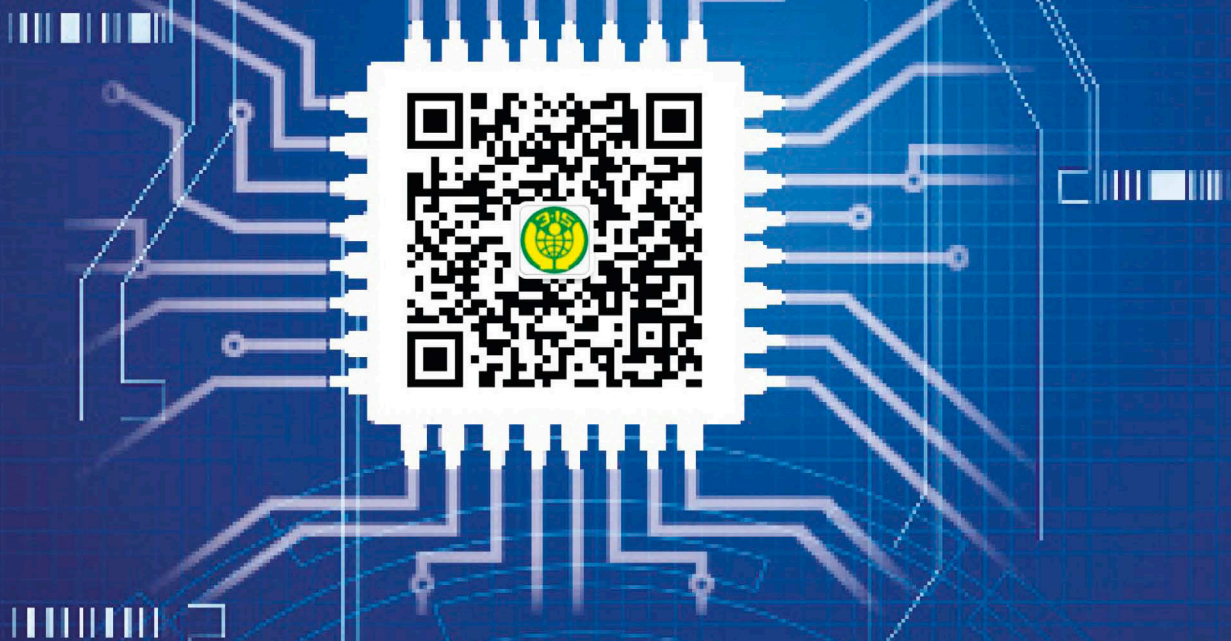
误区三

不管菌种

乳酸菌若是不同种类，仅仅比较活菌数量就不见得有意义，因为不同种类乳酸菌对人体产生影响所需要的数量不同。益生菌的功效是以“菌株”为准的，并非所有菌种的益生菌都具有一样的功效。不同的益生菌，其性质本身存在差异，活性的高低在其发挥作用中起到了重要作用。一般来讲，乳酸菌饮料要筛选活性强、安全性高的益生菌菌种。但是不同的乳酸菌饮料所选用的菌种各不相同，导致对肠道健康的作用也不一样。（据生命时报）



欢迎关注“北京消协” 微信订阅号



“北京消协”是北京市消费者协会官方微信订阅号。这里有专业的案例点评，权威的消费提示，实用的消费技巧。

广大消费者可以通过以下三种方式关注“北京消协”订阅号。

- 一、搜索微信名称：北京消协
- 二、搜索微信账号：bjxx315
- 三、扫描上方微信二维码





热烈庆祝

**北京市消费者协会 隆重召开
第五届理事会第一次会议**

