

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
10
总第 61 期

分享经济 热闹背后的冷思考



P15 北京市消协发布防晒服装比较试验结果 **P36** “促销季”来临，当心特价商品有陷阱 **P39** 警惕“培训贷”风险！



“老年消费教育进社区”活动启动仪式 在京举行



9月19日，由北京市消协举办的“老年消费教育进社区”活动启动仪式在北京海淀区学院路街道志新村小区举行。中消协副会长兼秘书长常宇，北京市工商局局长、北京市消费者协会常务副会长陈永，北京市工商局副局长、北京市消费者协会副会长方葆青，以及中国保险监督管理委员会北京监管局、北京市老龄委等相关部门领导出席启动仪式并讲话。



中消协副会长兼秘书长常宇在启动仪式上讲话



北京市工商局局长、北京市消费者协会常务副会长陈永在启动仪式上讲话



Prologue

卷首语

共享经济如何优雅走向明天

街头闹市，车流不息。一边是打通“最后一公里”的方便快捷，一边是乱停乱放、堆积如山的混乱无序，共享单车从萌芽阶段到势如雨后春笋，一直在被点赞和被苛责的舆论场域中前行。

单车的遭遇是整个共享经济业态发展历程的缩影。不久前，在某司机车内发现一辆被拆除定位器的摩拜单车，只因为他想“带回家骑”；某学生通过Airbnb租借房屋，却被二次转手的租客弄得凌乱不堪，演变成一场有关国民素质和发展阶段的讨论……这不是共享经济第一次遭遇尴尬，也肯定不是最后一次。

长久以来，共享经济作为低成本、便利化、开放式的创新创业项目，受到越来越多人的推崇。共享单车聚焦城市交通的“最后一公里”，让公共自行车从“两点一线”解放出来；分答、知乎live、喜马拉雅等知识社群的兴起，让知识流动变得可能。据统计，2015年我国已有超过5亿人参与到共享经济当中，产生了近2万亿元的市场规模。可见，伴随着庞大存量资源的盘活和平台化商业模式的出现，共享经济拥有更大的潜力和未来，也会引来资本与市场更多的遐想。

但未来的展望，离不开现实条件的考量。共享经济的本质，是借助互联网手段，满足迥异的个性化需求，最终实现资源优化配置。不难看出，创新的不只是交易方式、交易对象，更是共享的价值理念。因而，同传统经济模式相比，共享经济带有天然的社交和情感方面的需求，同时也蕴藏由此而生的风险。有调查指出，约39.9%的受访者对拼车服务的安全有所顾虑；在私厨服务领域，69.1%的受访者表示不相信陌生人。信任和理解，已经成为共享经济成长过程难以回避的命题。最近，一个外卖小哥因来不及送餐在电梯里痛哭的视频，引起不少人的同情。有人呼吁将顾客的单向评价更改为平台使用者的双向评价，以此共建一个彼此理解、彼此信任的互动方式。的确，相比于设计华丽的产品入口、苦思卓越的盈利计划，将更多目光投向改善人与人之间关系的入口，才是共享经济更重要的价值。

前行的姿势是踉跄，还是优雅？这是一个事关社会治理方面的新课题。有人戏言，单车的乱停乱放，让中国再一次成为“自行车王国”；网约车与传统出租车的利益纷争，在多个城市的街头上演；知识的分享，对原创内容的保护和传播提出了更高的要求，等等。共享经济的发展，给治理带来了更多的命题，如果不能与时俱进，创新的枝丫便无处萌生。“让每一个参与分享经济的人变成好人”，不能只依赖人们的道德自觉，更应该由公共部门在尊重市场规律的基础上，构建并维系更完善的商业规则，使一个人的分享，扩大成无数人的共享。更重要的是，如何让共享成为激发实体经济活力的力量。

毫无疑问，乘上互联网东风的共享经济，提供服务的潜力不止于当下的表现。而要更多地挖掘潜能，一个信任与规则并举的业态不可或缺。这是对共享平台的要求，也是对公共监管的要求，更是对每一个参与其中、享受其中的人的要求。（据人民日报）



CONTENTS 2017年10月

BEIJING CONSUMERS

目录



P20 北京市消协发布 印花T恤比较试验结果

北京市消协工作人员近期以普通消费者的身份，从北京市场上随机购买了40个品牌的40件T恤衫样品进行比较试验。结果显示，大型商场销售的印花T恤类产品质量让人放心，消费者可放心选购。

卷首语

Prologue

01 共享经济如何优雅走向明天

热点关注

Hot Concern

- 04 “老年消费教育进社区”活动在京启动
- 05 北京住房租赁新政10月31日实施
- 08 2018年北京有望开建自行车高速路
- 09 全市新增1113个便民网点
- 10 解读《进一步改革完善药品生产流通使用政策的实施方案》
- 12 分享经济领域四大问题亟待改进
- 14 分享经济，热闹背后冷思考

权威发布

Authoritative release

- 15 部分防晒服防紫外线性能弱
——北京市消协发布防晒服装比较试验结果
- 20 大型商场销售印花T恤质量放心
——北京市消协发布印花T恤比较试验结果

21 近六成凉席样品质量较好
——北京市消协发布凉席比较试验结果

维权人物

Activist character

- 24 搭好百姓“连心桥”
——记密云区消协城关分会干部王国勇
- 25 当好消费者“守护人”
——记延庆区消协投诉部主任陈义东

消费时评

Consumer Commentary

- 26 大众化旅游时代已“不期”而至
- 27 规范长假旅游市场应未雨绸缪
- 28 “众筹火车”须以铁路运输安全为前提
- 29 谁在为“上瘾”饮料大开方便之门？

消费提示

Consumer Tips

- 30 北京市消协提醒消费者
理性出游 文明消费

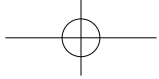
31 北京市工商局通报八大旅游违法案例

- 33 当心这些婚宴“猫腻”
- 34 赴澳消费购物四大锦囊
- 35 二手物品交易平台消费提示
- 36 教您躲开互联网教育的消费坑
- 36 “促销季”来临，当心特价商品有陷阱
- 37 消费有风险 单方毁约可维权
- 38 让“共享单车”骑行无忧
- 39 警惕“培训贷”风险！

消费课堂

Consumer Class

- 40 挑选家具难？
九招教你如何选购实木家具
- 41 网上购物安全攻略
- 42 汽车保养误区知多少？
- 43 专家教您辨别真丝
- 44 秋藕上市 教你如何选藕



P30 北京市消协提醒消费者 理性出游 文明消费

北京市消协特发布旅游消费提示，提醒消费者找好旅行社，规范签订合同，理性选择旅游产品和服务，自身权益受到时，要保持冷静并及时与经营者交涉解决，难以协商解决的，根据不同情况向公安、旅游、工商等相关行政主管部门进行举报或投诉。



P43 专家教您辨别真丝

生活中最简单实用的桑蚕丝鉴别方法就是燃烧法。可以用打火机烧丝料的边缘，真丝则看不见明火，有烧毛发的味道，丝灰成黑色颗粒状，可以用手捏碎。而市场上出现的仿真丝比如人造丝（粘纤）燃烧时有烧纸味，呈少许灰白色灰烬，涤纶会起火苗，冒黑烟有甜味，火熄后呈硬而黑的圆珠状。

《北京消费者》由北京市工商行政管理局主管、北京市消费者协会主办。刊物以报道消协动态、宣传消法、监督消费、引导消费为目的；以全面报道北京市消协系统动态、向消费者介绍选择鉴别商品的实用知识和方法为主要内容。

面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。

Beijing Consumers
保护消费者的合法权益是全社会的共同责任

北京 消费者
2017
10
总第61期

主管 北京市工商行政管理局
主办 北京市消费者协会
编委会主任 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

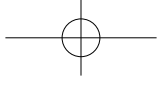
执行主编 陈音江
采编部主任 李君
执行编辑 陈亮 刘海宏 舒畅 赵丽
图片摄影 杨连一 杜颖
美术编辑 郝雪莲
封面题字 中国社会科学院院长、党组书记、
学部主席团主席
王伟光

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 bjxf315@126.com

2017年 第10期（总第61期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流



“老年消费教育进社区”活动在京启动

此次老年消费进社区活动启动后，北京消协将在全市范围内开展老年消费教育进社区活动，全市各级消协组织将通过组织消费课堂、现场参观、专家授课等一系列形式丰富的消费教育、消费体验活动。



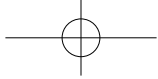
9月19日上午，由北京市消协举办的“老年消费教育进社区”活动启动仪式在北京海淀区学院路街道志新村小区举行。中消协副会长兼秘书长常宇，北京市工商局局长、北京市消费者协会常务副会长陈永，北京市工商局副局长、北京市消费者协会副会长方葆青，以及中国保险监督管理委员会北京监管局、北京市老龄委等相关部门领导出席启动仪式并讲话。

中消协秘书长常宇在讲话中表示，随着我国老龄化社会进程的加快，老年消费所占比例逐年增高，老年产业将成为国民经济发展的重要引擎之一。同时必须清醒看到，老年消费问题也日益突出。一些不法商家利用老年人信息不对称，认知能力弱等特点，侵害老年消费者合法权益，谋取不良利益。老年消费中存在的各种问题日益显现，损害老年消费者合法权益的现象时有发生。特别是在医疗保健、投资理财、旅游出行、养老生活等多个与老年消费密切相关的领域中，各种形式的虚假宣传、消费陷阱更是成为阻碍老年消费健康可持续发展的焦点，也是困扰老年消费者消费体验过程的痛点，更是影响社会和谐稳定的难点。

北京市工商局局长、北京市消费者协会常务副会长陈永在发言中称，此次，由中国消费者协会统一部署，在全国范围内开展的老年消费教育活动，是消协

组织履行《消法》职责，引导老年消费者科学理性消费，维护社会和谐稳定，传播积极健康的消费知识的具体举措。会后北京消协在学院路街道社区服务中心举办了社区老年消费教育知识专家讲座，为社区老年消费者答疑解惑。活动中，来自老年维权服务站的律师和从事金融工作的专家以真实鲜活的案例向社区近百名老年居民讲述购买保健品和金融产品的相关消费知识。活动现场，海淀区消协及海淀学院路工商所的工作人员设立了咨询台，向消费者发放宣传材料并对老年消费相关问题进行解答。

此次老年消费进社区活动启动后，北京消协将在全市范围内开展老年消费教育进社区活动，全市各级消协组织将通过组织消费课堂、现场参观、专家授课等一系列形式丰富的消费教育、消费体验活动，结合各城区的区域特点与热点消费问题，以典型消费案例和身边消费故事，集中向老年消费者揭示目前老年消费中存在的各种问题，各级消协组织也将通过媒体、宣传册、期刊、公众号、网站等形式，努力为广大老年消费者提供更多“实用、好用、管用”的消费知识，帮助老年朋友们不断增强风险防范意识和自我保护意识，让老年消费知识真正的走进百姓社区、走近百姓身边、走进百姓生活。



北京住房租赁新政10月31日实施

经过前期的公开征求意见，在吸纳社会公众意见的基础上进行完善后，市住房城乡建设委会同市发展改革委、市教委、市公安局等多部门联合起草的《关于加快发展和规范管理本市住房租赁市场的通知》（以下简称《通知》）9月29日正式发布，将于2017年10月31日起实施。《通知》从强化住房租赁管理服务、增加租赁住房供应，建立住房租赁监管平台、提供便捷公共服务，明确住房租赁行为规范、维护当事人合法权益，加强市场主体监管、提升住房租赁服务水平等四个方面提出加快发展和规范管理本市住房租赁市场的具体措施和要求。

住房租赁是城市居民解决居住问题的重要方式，是房地产市场的重要组成部分。2015年中央经济工作会议提出要建立购租并举的住房制度，2016年进一步明确要加快住房租赁市场立法，加快机构化、规模化租赁企业发展。2016年6月，国务院办公厅发布《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》（国办发〔2016〕39号），提出培育发展住房租赁市场的具体要求。7月住房城乡建设部等九部委联合发布《关于在人口净流入的大中城市加快发展住房租赁市场的通知》（建房〔2017〕153号），对加快发展住房租赁市场进一步提出明确要求。

北京市高度重视培育和发展住房租赁市场。本《通知》的目的在于完善购租并举的住房体系，建立健全出租住房合法、主体责任明晰、市场行为规范、租赁关系稳定、权益得到有效保障的住房租赁管理服务制度；多渠道增加租赁住房供应，培育机构化、规模化住房租赁企业，引导居民形成先租后买的梯次消

费模式，促进房地产市场平稳健康发展。

※意见征集情况

2017年8月17日至8月25日，市住房城乡建设委会就《通知》面向社会各界公开征求意见。征求意见期间，《通知》受到社会各界热切关注。截止8月25日17:00，共收到反馈意见403件，其中电子邮件398件、传真5件。总体来看，社会各界对《通知》内容表示支持和赞同，认为将能够有效解决群众关注的住房租赁市场的矛盾问题，是落实购租并举的住房制度和完善符合首都特色的房地产市场健康发展长效机制的重要举措。市住房城乡建设委对反馈意见进行了汇总分析，并对公众关注较多的义务教育、户口等问题进行了回复。

同时，市住房城乡建设委会同相关部门对公众反馈意见进行了认真的研究、吸纳，对《通知》内容进行了完善。与征求意见稿相比，正式发布的《通知》明确了2017年10月31日为实施日期，为保障《通知》的具体落地实施预留了一个月的缓冲期；为便于公众进一步了解关心关注的教育、户口等问题，《通知》明确，涉及义务教育、户口登记和迁移等具体问题由相应职能部门负责解释。

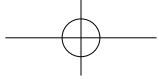
※政策解读

子女入学：“承租人赋权”迈出重要一步

从征集到的意见建议看，公众关注度最高的是义务教育问题。部分公众认为《通知》中关于本市户籍无房承租家庭适龄子女接受义务教育的规定较严，建

国家发布的与住房租赁有关的政策一览表

序号	时间	政策
1	2015年	中央经济工作会议提出要建立购租并举的住房制度
2	2016年6月	国务院办公厅发布《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》（国办发〔2016〕39号），提出培育发展住房租赁市场的具体要求
3	2017年7月	住房城乡建设部等九部委联合发布《关于在人口净流入的大中城市加快发展住房租赁市场的通知》（建房〔2017〕153号），对加快发展住房租赁市场进一步提出明确要求
4	2017年9月29日	市住房城乡建设委会同市发展改革委、市教委、市公安局等多部门联合起草的《关于加快发展和规范管理本市住房租赁市场的通知》，进一步明确了明确住房租赁行为规范、维护当事人合法权益，加强市场主体监管、提升住房租赁服务水平等四个方面提出加快发展和规范管理本市住房租赁市场的具体措施和要求



热点关注 Hot Concern



议进一步放开，并建议明确具体流程、要求。

依据《通知》，本市户籍无房家庭，符合在同一区连续单独承租并实际居住3年以上且在住房租赁监管平台登记备案、夫妻一方在该区合法稳定就业3年以上等条件的，其适龄子女可在该区接受义务教育。

《通知》在我市现有义务教育政策要求的本市户籍家庭适龄子女须在户口所在地接受义务教育基础上，规定本市户籍无房家庭适龄子女按照相关规定可以在租房所在区接受义务教育，在“为本市户籍无房家庭承租人赋权”方面迈进了一步。我市相关部门将结合实际情况，不断加大教育资源配置，积极稳妥地推进教育制度改革，进一步满足适龄儿童接受义务教育的需求。关于承租人适龄子女接受义务教育的具体实施细则，将由各区人民政府结合本区实际情况予以制定。

户口登记和迁移：户籍管理部门将出实施细则

除了子女入学，公众关注较多还有户口问题。部分公众对于公租房承租人退租后户口迁出问题表示疑虑，要求明确公租房、直管公房户口登记、迁移具体流程。

在我市现有户籍管理制度基础上，《通知》规定“承租人为本市户籍，承租公共租赁住房 and 直管公房的，可根据住房租赁监管平台登记备案的信息依法申请办理户口登记和迁移手续”，从而解决本市户籍公租房和直管公房承租人户口登记和迁移问题。承租人户口登记、迁移及迁出等具体实施细则将由我市户籍

管理部门结合实际情况制定。

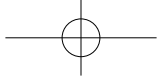
对于办理户口登记和迁移，《通知》仅对本市户籍的承租人承租公共租赁住房和直管公房的情况进行了规定。承租人为非本市户籍的，可根据住房租赁监管平台登记备案的信息依法申请办理居住证或申领居住证。

租赁监管平台：正在抓紧筹备

在公众的意见建议中，有部分公众建议尽快推行使用住房租赁监管平台。按照《通知》要求，市住房城乡建设委已经同步抓紧开展住房租赁监管平台建设、住房租赁合同示范文本制定等实施准备工作。通过住房租赁监管平台为市场主体提供便捷、高效、优质的服务，实施守信联合激励和失信联合惩戒。

住房租赁监管平台通过接口方式，对各类市场主体运行的网络交易平台进行管理。如果有市民想把房子对外出租，就可以到网络交易平台上发布信息，网络交易平台还可以向老百姓提供网上签约、登记备案申请、交易资金监管、信用信息查询等服务；市民也可以像淘宝用户一样，给相关企业好评、差评，作信用评价。网络交易平台、房地产经纪机构、住房租赁企业等应当对获取的租赁当事人相关信息负有保密责任，不得违反法律法规要求和约定使用相关信息。

与此同时，市住房城乡建设委也会会同相关部门加强对网络交易平台的动态核查，发现网络交易平台不符合相关条件、在住房租赁服务过程中存在违法违规行为的，市住房城乡建设委可按规定终止其与住房租赁监管平台的系统链接；涉嫌犯罪的，移交公安部



门依法追究刑事责任。

明确规范：维护当事人合法权益

《通知》明确规定了对外出租房源的条件，保障承租人权益。除了结构、消防等方面的安全要求外，出租住房还要满足基本使用功能：以原规划设计为居住空间的房间为最小出租单位，不得改变房屋内部布局分割出租；厨房、卫生间、阳台、储藏室等不宜居住的空间不得出租用于居住；人均居住面积不得低于本市规定的标准。

《通知》明确，租赁当事人应当根据出租住房所在区域市场租金水平合理约定租金，合同期内房东不得单方面提高租金。如果房东收取押金的，应当在合同中约定押金的数额、管理或托管方式和退还时间等。除合同另有约定外，自合同终止日起3个工作日内，房东应将押金退还租户。

依据《通知》，市住房城乡建设部门应当建立住房租金发布制度，及时发布住房租赁市场实际成交租金水平等信息。

住房城乡建设部门未来将发布的这个租金“参考价”并不是强制要求房东和租户照此出租，而是起到参考作用。房东和租户可以根据这个价格水平，约定具体的租金情况。

在租期方面，《通知》指出，鼓励当事人签订长期住房租赁合同，当事人签订3年以上住房租赁合同且实际履行的，可以获得相关政策支持；而住房租赁企业出租自有住房的，除承租人另有要求外，租赁期限也强制要求不得低于3年。

同时，《通知》明确规定，房东在租赁期间不得采取暴力、威胁或者其他强制方式驱逐租户，未经租户同意不得擅自进入出租住房。如果房东在租赁期间出售出租住房的，应当提前3个月通知租户，并不得影响租户正常使用，租户在同等条件下享有优先购买权。如果租赁期届满，房东不再继续出租住房的，应当提前1个月以上通知租户；继续出租的，同等条件下原租户享有优先承租权，但如果原租户存在重大违约行为的除外。

《通知》专门对“转租”有了限制。即：承租人不得擅自转租、合租，合同明确约定可以转租、合租的除外；承租人根据合同约定转租、合租的，应当按本办法规定办理住房租赁登记备案；次承租人不得再次转租。

加强监管：提升住房租赁服务水平

对于规范房地产经纪服务行为，《通知》明确房地产经纪机构从业人员应当实名服务。房地产经纪机构为当事人提供租赁经纪服务的，应当核对当事人身份证件、出租住房的权属证明，实地查看住房并编制房屋状况说明书，告知当事人有关事项，签订房地产经纪服务合同。房地产经纪机构不得为不符合出租条件的住房提供租赁经纪服务；房地产经纪机构应当协助住房租赁当事人办理住房租赁登记备案。

《通知》要求，房地产经纪机构应当根据提供的住房租赁经纪服务内容和标准等合理收取费用。收费前，应当向当事人出具收费清单，列明收费事项、收费标准、收费金额以及其他与收费有关的事项，收费清单由当事人签字确认。房地产经纪机构不得收取任何未予标明的费用。房地产经纪机构违反本款规定的，由价格主管部门依法处罚。

此外，《通知》强调要多渠道增加租赁住房的供应，各区人民政府应当根据各区实际加强租赁住房用地保障，通过在产业园区、集体建设用地上按规划建设租赁住房等方式加大租赁住房供应。

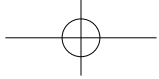
根据《通知》，新建租赁住房应当配置教育设施，居住人口达到一定规模、15分钟步行范围内无医疗卫生机构的，应当依据标准和规划予以设置。新建租赁住房将优先面向产业园区、周边就业人员出租，促进职住平衡。

同样，未来运营这些租赁房的将是更加专业的机构。本市鼓励发展规模化、专业化的住房租赁企业，支持住房租赁企业通过租赁、购买等方式多渠道筹集房源，支持个人和单位将住房委托给住房租赁企业长期经营，满足多层次住房租赁需求。

在金融支持方面，本市也将鼓励开发性金融等银行业金融机构在风险可控、商业可持续的前提下，加大对租赁住房项目的信贷支持力度，通过合理测算未来租赁收入现金流，向住房租赁企业提供分期还本等符合经营特点的长期贷款和金融解决方案。

未来，本市也将继续推进公共租赁住房开发贷款试点工作，适度增加试点参与银行数量。研究制定鼓励房地产投资信托基金（REITs）发展的优惠政策，协调与指导金融机构积极参与，支持住房租赁企业利用房地产投资信托基金融资。

《通知》明确，在本市国有土地上依法建设的住房，以及在集体建设用地上符合城乡规划的租赁住房的租赁，按照本通知执行。



2018年北京有望开建自行车高速路



10月11日从市交通委路政局获悉，2017年全市600公里步道、自行车道的治理工程将于12月底全部完成，重点包括二环至四环联络线道路，以及朝阳路、朝阳北路等出行需求旺盛地区路段。同时，本市正研究常规自行车道与自行车高速路之间相互衔接，实现快速骑行通勤。天通苑至中关村首条自行车高速路正在规划中，有望2018年落地。

朝阳路年内疏通自行车道

随着共享单车的兴起，非机动车道的安全性、连续性问题日益受到关注。路政局城市道路养护中心副主任甘锋介绍，按照“区域连通，成片成网，综合交通、环境治理，形成规模”的工作思路，路政部门前两年已完成二环辅路、三环辅路步道自行车道治理工作。

2017年，以二环至四环地区联络线道路为治理重点，优先解决交通拥堵严重及出行需求旺盛地区步行、骑行设施存在的问题。比如，朝阳路、朝阳北路等道路步行、自行车系统治理工作正在组织实施，计划12月底前全部完成。

“影响骑行、步行安全及舒适程度的，主要是停车占道、路权不清、设施占压和宽度不足、不连续等问题。”甘锋介绍，改造中重在减少非机动车与机动车的通行冲突，比如针对有条件的港湾式公交站台，将非机动车道改移到站台后侧，采取“后绕式”通行方式，同时在绕行位置增加彩色铺装，引导保障非机动车通过站台位置时连续安全通行。“农展馆公交站

‘后绕式’改造后，自行车骑行速度提高12%，自行车侵占机动车道比率下降两成。”甘锋说。

三环辅路单车增长超50%

针对路口非机动车通行路径不明确、不宜设置机非护栏的，路政养护部门采取的主要措施是设置彩色非机动车专用通行带，减少非机动车与机动车冲突，提高路口有序性及通行效率。而对于机动车非法停车，首先在有条件的地方进行道路拓宽，或安装机非护栏，保证非机动车道宽度不低于2.5米。

慢行系统治理效果究竟如何？甘锋介绍，在三环辅路的治理中，国贸、双井等区域效果十分明显，阻车桩、机非隔离护栏的设置降低了机动车侵占步道及自行车道的现象，行车道彩铺的设置吸引了更多非机动车交通量，使得慢行系统的连续性和舒适程度有了一定程度的提高。

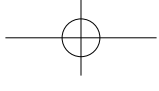
根据评估，三环辅路慢行系统治理后，非机动车交通量提高51.85%，非机动车骑行速度提高5.87%，机动车侵占率下降12.11%。其中方庄桥桥区非机动车交通量增加了34.87%，非机动车侵占机动车道比率下降10.47%，机动车侵占非机动车道比率下降22.26%。

自行车高速路连上地中关村

目前，北京正规划建设全市首条封闭式自行车高速路，连接天通苑、上地、中关村一线近九公里道路，或将于2018年逐步落地。具体形式上，自行车高速路一部分是在地面上，一部分采取高架的形式。双幅道路宽度或达到5米至7米。

路政局相关负责人介绍，在借鉴哥本哈根等国外城市经验基础上，相关部门正在组织研究，在常规的自行车道与自行车高速路之间相互衔接，能够实现快速骑行通勤。在配套设施方面，包括自行车轮胎自动贩售机、照明及垃圾桶等所有配套设施均为自行车通行独立设置，体现人文关怀。

根据北京“十三五”交通规划，到2020年要完成3200公里步行、自行车系统治理完善工作。（据北京日报）



全市新增1113个便民网点

今年初，北京定下了2017年新增千个便民商业网点的目标。从市商务委获悉，2017年1月至9月，全市共建设提升蔬菜零售等7类基本便民商业网点1113个，蔬菜零售、便利店、早餐等基本便民商业服务网点在城市社区覆盖率达到近九成，生活性服务业发展迈上新台阶。全年便民网点建设任务已经提前完成。

蔬菜零售网点增384个

9月底，广渠路的居民迎来了一家新发地直营菜店，虽然面积只有300多平方米，但蔬菜水果、水产海鲜、米面粮油、牛羊肉类等老百姓日常所需的产品一应俱全。在菜店出现前，附近的一家菜市场是周边居民买菜的常去之地，2017年菜市场被疏解后，新发地直营菜店前来补位。在提供买菜方便的同时，规范化、连锁化的经营方式也为居民舌尖上的安全多了份保障。

撤一补一，是蔬菜零售等生活性服务业在本市“疏解整治促提升”行动中享受的特殊“待遇”。首都面貌日新月异，曾经环境脏乱、肉菜来源难以追溯的传统菜市场逐渐退出历史舞台。为了确保百姓生活需求，每拆除一个菜市场，都会在其原地或附近，建起新的社区菜店，这些干净整洁、服务达标、产品可追溯的菜店，成为京城蔬菜零售的主力军。

市商务委相关负责人介绍，2017年1月至9月，本市共建设提升蔬菜零售等7类基本便民商业网点1113个，其中蔬菜零售网点384个，便利店(超市)165个，早餐店125个。全市基本便民商业网点连锁化率达到34.4%，较上年度末提升5个百分点。

在城六区基本便民商业网点实现社区全覆盖的同时，远郊地区的便民商业网点建设也在提速。2017年前三季度，城六区共建设提升网点539个，占全市的48.4%，其它区共建设提升网点574个，占全市的51.6%。

“新零售”试水便民服务

盒马鲜生在京开出3家门店，永辉超市“超级物种”亮相石景山，美团首家掌鱼生鲜超市落户望京……2017年以来，一批“新零售”超市在北京接连

涌现，也让京城居民有了别样的消费体验。

“晚上在家过生日，特意去盒马鲜生买了新鲜的海鲜，做给朋友们吃。”在十里堡附近居住的孙女士说，往年过生日通常请朋友们下馆子，如今家门口超市里就能买到世界各地的海鲜，亲自下厨更有乐趣。

除了超市，京城便利店领域也迎来发展新契机。8月18日，首批“超市发罗森”便利店在海淀区亮相，超市发与罗森签订合作协议，共同在北京加速拓展便利店市场。罗森相关负责人介绍，开业以来，“超市发罗森”花园路店销售额较以前的门店翻了一番。在未来五年内，罗森便利店和超市发将联手在海淀区至少开出60家以上的便利店。此外，2017年以来，罗森便利店也开始向通州、房山、大兴等地区拓展。

作为京城的老牌百货，王府井集团也瞄准了社区商业。6月6日，王府井集团与河南爱便利信息技术有限公司合作开设的首批106家便利店亮相京城，以直营和改造街边“夫妻店”的方式，统一便利店的形象，提升服务品质。到2017年年末，王府井爱便利在京开店数量将达到300家以上。

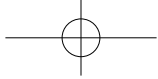
居民参与建网点决策

国庆节前夕，位于新街口玉廊西园4号楼的官园百姓生活服务中心开始试营业，地下一层是生鲜超市，地上一层提供多种便民服务。在这个百姓服务中心的建设过程中，居民们也出了一份力。

9月初，一场民意征集会在新街口街道社区服务中心召开，来自新街口街道的41位居民代表纷纷说出希望在家门口享受到的服务，十几项业态列在了投票板上，居民们将手中的6张票分别投给最心仪的几种业态。根据民意投票结果，官园百姓服务中心在居民们的期待中诞生了。

此前，德胜街道、南北长街等街道的社区菜店供应商也是由居民票选引入。

在本市便民网点的建设过程中，建什么、在哪建、谁来建等问题，不再是企业自己的事，越来越多的街道和社区通过居民议事会等形式，了解百姓的真实需求，从而选出合民意、接地气的服务业态和企业。(据首都之窗)



《进一步改革完善药品生产流通使用政策实施方案》



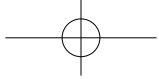
近日，北京市深化医药卫生体制改革领导小组印发《北京市进一步改革完善药品生产流通使用政策的实施方案》的通知，并对方案进行解读。

一、北京市出台《进一步改革完善药品生产流通使用政策的实施方案》(以下简称《实施方案》)的背景和意义？

答：进一步改革完善药品生产流通使用政策是今年国家医改重点任务，经中央深改组第三十一次会议审议通过，2017年1月24日，国务院办公厅出台《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》(国办发〔2017〕13号)，涉及药品生产、流通、使用各个环节共17条改革措施，是药品领域全链条、全流程的重大改革，要求各地方政府结合实际细化工作方案，积极稳妥推进改革。2017年3月17日，国务院医改办印发若干意见任务分工方案，结合国家各部门职责将改革任务进行分工。

为落实党中央、国务院药品领域改革任务，不断提升群众看病就医获得感，北京市医改办会同市相关部门认真研究文件内容，邀请全市各类药品生产企业、流通企业、各级医疗机构等相关利益群体，召开座谈会和专题研讨会，听取各环节诉求，并多次征求各部门意见。针对个别突出问题，如发挥药师作用、支持中药健康发展，与医管、中医等相关部门进行点对点专题研讨。在广泛调研和充分研讨的基础上，形成《北京市进一步改革完善药品生产流通使用政策的实施方案(报审稿)》，通过市政府法制办合法性审查，经市政府审定，于2017年9月14日正式印发。

《实施方案》出台将对促进药品质量提升，保障药品有效供应，引导药品合理使用产生积极作用。深化医改以来，随着国家基本药物制度初步建立，药品领域改革逐步深化，取得了阶段性成果，但是药品生产、流通和使用环节仍然存在一些问题。在生产环节，主要是药品质量参差不齐，新药创新性不足；在流通环节，主要是流通环节多，链条长，票据管理信息化手段不足，药品价格信息可追溯、共享机制不够完善；在使用环节，不合理用药现象仍然存在，药事服务能力亟待加强；在中药领域，新鲜中药、院内中药制剂等的生产流通使用等环节仍然缺少有效、合理的政策性支持。针对本市药品领域存在的上述问题，我们认为，要遵循国家深化“放管服”、推动供给侧结构性改革的要求，在依法治国、依法行政的大政方针指引下，有的放矢，最大限度减少政府行政干预。要按照权责对等，依法依规原则，将政府的引导作用和市场的调节作用充分结合。要结合本市实际，多部门联动，京津冀协同，制定具有属地化特点的政策措施。同时，注重继承发展中医药优势特色，支持中药健康发展，充分考虑中药的特殊性，给予有针对性、合理性、可行性的政策扶持。《实施方案》制定四个方面共23条措施，涉及19个委办局职责。随着各项措施逐步落地，将对提高药品生产



质量、规范药品流通秩序、引导药品合理使用产生积极作用。

二、《实施方案》在药品生产环节有哪些改革措施？

答：要持续提高药品生产质量，切实保障药品有效供应。一是严格药品上市审评审批，建立更加科学高效的药品审评审批运行体系，全面公开药品审评审批信息，强化社会监督。二是推动已上市仿制药质量和疗效一致性评价工作。同品种药品通过一致性评价的生产企业达到3家以上的，在药品阳光采购等方面原则上不再选用未通过一致性评价的品种；未超过3家的，优先采购和使用已通过一致性评价的品种。三是做好药品上市许可持有人制度试点工作，鼓励新药研发，促进新产品、新技术成果在本市转化。四是加强药品生产质量安全监管，监督企业严格落实药品生产质量管理规范，严厉打击制售假劣药品的违法犯罪行为。五是推动医药产业结构调整，鼓励和支持以临床价值为导向的创新药物研发，深化实施G20三期工程即“十三五时期北京生物医药产业跨越发展工程”，全面推动生物医药产业创新升级，促进形成一批临床价值和水平高的品牌药，培育北京品牌。六是切实保障药品有效供应，加强短缺药品、低价药品监测预警和分级应对，建立完善短缺药品信息采集、报送、分析、会商制度。

三、《实施方案》在药品流通环节有哪些改革措施？

答：要推进药品流通机制改革，净化药品流通环境。一是改革药品采购配送机制，明确公立医疗机构、药品生产企业和流通企业在药品采购配送中的主体地位，优化政府服务管理职能，形成市场主导的采购配送机制。二是推行药品购销“两票制”，具体实施细则另行制定。三是严格规范票据管理，探索票据电子化管理和查验手段，减少人工重复低效劳动。四是规范药品购销合同管理。药品生产和流通企业、医疗机构严格履行合同约定事项，确保药品及时生产、配送及货款结算，失信行为记入相应信用记录并向社会公布。五是推进“互联网+药品流通”，支持药品流通企业与互联网企业加强合作，推进线上线下融合发展，培育新兴业态。六是强化价格信息监测，促进药

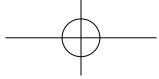
品市场价格信息透明，探索建立统一的跨部门价格信息平台。七是严肃整治药品流通领域突出问题，保持监管高压态势。加强对医药代表的管理，落实医药代表登记备案制度。八是推动药品流通企业转型升级，打破医药产品市场分割、地方保护，鼓励药品流通企业批发零售一体化经营，完善零售药店分级分类管理，提高零售连锁率。

四、《实施方案》在药品使用环节有哪些改革措施？

答：要规范药品使用管理制度，促进医疗机构合理用药。一是巩固完善基本药物制度，推动合理用药。公立医疗机构要优先配备使用基本药物，提高基本药物使用率。二是完善临床用药规范，指导合理用药。深入开展临床用药综合评价工作，探索将评价结果作为药品集中采购、制定临床用药指南的重要参考。三是建立合理用药激励机制，鼓励合理用药。对不合理用药的处方医生进行公示，并建立约谈制度，情节严重的，取消其医保医师处方权。四是推进医药分开，满足患者购药需求，门诊患者可以自主选择到医疗机构或零售药店购药。五是强化药事管理职能，发挥药师作用。建立医疗机构总药师制度试点，转变药学服务模式，探索对药师工作的合理补偿途径。六是严格控制医药费用不合理增长，将医药费用控制情况纳入政府对公立医院的综合绩效考核评价。七是强化医保规范行为和控制费用的作用，大力推进医保支付方式改革。

五、《实施方案》在支持中药发展方面有哪些改革措施？

答：要探索建立符合中医药规律的中药生产流通使用制度。一是制定新鲜中药在种植、加工、贮存、经营、使用等环节的指导意见，并逐步完善，充分发挥新鲜中药在中医临床治疗中的特殊作用。二是研究质量可靠、疗效确切的中药院内制剂跨区域调剂和规范使用的相关政策，将符合规定的中药院内制剂纳入医保支付范围，研究完善支付标准。三是探索建立中药材优质优价评估机制及质量安全可追溯体系，保障中药材使用安全。四是加大中药药学历人才培养力度，转变中药药学服务模式，强化医药协同作用，充分发挥中药临床药师作用。（据北京市发改委网站）



《分享经济舆情大数据报告（2017）》显示 分享经济领域四大问题亟待改进



从网络租车到共享单车，从住宿分享到医疗分享，如今的分享经济，正以前所未有的速度异军突起，不断创新裂变，给中国经济注入新的活力。

不过与此同时，分享经济也面临着“成长的烦恼”，各种滥用和炒作分享概念的不良迹象层出不穷，虚火亟待降温。在这种现状下，为让分享经济健康发展，监管层政策频出，不断完善分享经济监管制度，加强顶层设计，引发舆论广泛关注。

近日，由人民网舆情监测室和中国法学会消费者权益保护法研究会指导、北京阳光消费大数据技术研究院发布的《分享经济舆情大数据报告（2017）》显示：国家出台政策鼓励并规范分享经济发展、男童骑共享单车致死向OFO索赔700万元、“打车贵、叫车难”系列事件、共享单车引发国民素质大讨论、悟空共享单车倒闭五个有关分享经济的话题舆情传播最为广泛，对分享经济领域的影响也最为明显。

分享经济指导意见频频出台

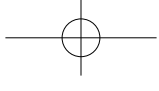
事实上，国家对于支持分享经济发展的态度和力度，仅从出台相关政策的频率上就可见一斑。

据《分享经济舆情大数据报告（2017）》梳理统计，仅从2016年2月到2017年8月，国家层面在重大决策意见中，就已至少8次直接提及“分享经济”或与此相关。

这其中包括：2016年2月，十三五规划纲要提出，鼓励搭建资源开放共享平台，积极发展分享经济。

2016年3月，政府工作报告提出，以体制机制创新促进分享经济发展。随后，发改委等共十部委印发《关于促进绿色消费的指导意见》指出，支持发展分享经济，鼓励个人闲置资源有效利用，有序发展自有车辆租赁。

2016年7月，《国家信息化发展战略纲要》发布，强调要“发展分享经济，建立网络化协同创新体



系”。

2017年1月，中办、国办印发《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》，提出积极培育和规范引导分享经济新业态。

2017年3月，国家发改委在《分享经济发展指南（征求意见稿）》中，提出“包容创新，审慎监管，强化保障”的监管原则。

2017年6月，国务院常务会议部署促进分享经济健康发展，合理界定不同行业领域分享经济业态属性，清理和调整不适应分享经济发展的行政许可、商事登记等事项及相关制度，按照“鼓励创新、包容审慎”原则，审慎出台新的准入和监管政策。落实各方责任，促进分享经济规范有序、持续健康发展，鼓励公平竞争。

2017年7月3日，国家发展改革委等8部门联合颁布了《关于促进分享经济发展的指导性意见》，在明确坚持“鼓励创新，包容审慎”的原则下，强调要“重在预防引导、明确内涵特征、强化管理创新、强调规范有序”。

2017年8月2日，交通运输部等10部门联合出台了《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》，从实施鼓励发展政策、规范运营服务行为、保障用户资金和网络信息安全、营造良好发展环境4个方面，鼓励和规范互联网租赁自行车发展，进一步提升服务水平，更好地满足人民群众的出行需求。

四大方面负面舆情事件较多

值得注意的是，在报告统计的有关分享经济的五个舆情传播最广的话题中，其余四个均与当前分享经济中发展势头最为迅猛的共享单车及网约车相关。

报告显示，当前在分享经济领域，安全保障、服务质量、价格垄断、个人隐私等四大方面的负面舆情事件数量较多，问题亟待改进。其中，“男童骑共享单车致死向OFO索赔700万元”“滴滴加价”“共享单车‘充值很顺利退款约定不明’”“北京共享单车遭索赔第一案”“悟空共享单车倒闭”等事件引起舆论的较高关注。

具体来看，安全保障类负面舆情主要涉及分享产品或服务安全没有保证或存在安全隐患等。其中，个别事件经媒体报道传播后引发舆论关注，如“男童骑共享单车致死索赔700万元”等。尤为值得关注的是，还有部分企业或个人打着假分享的名义虚假经营，甚

至变相非法融资，不仅违背了‘分享’的本意，造成社会资源浪费，而且容易滋生金融诈骗乱象，引发群体性投诉事件。

服务质量类负面舆情主要集中在网民对分享产品或服务提供人员的服务态度、工作效率以及业务能力的抱怨方面。此类舆情虽然数量较多，但由于内容相对零散，且多发生在自媒体领域，介入报道的媒体较少，单个负面舆情事件热度较低，造成的负面影响较小。

价格垄断类负面舆情事件主要涉及分享产品或服务的费用高、临时加价、天价计费等方面，如“致滴滴，一个让我的出行变得不美好的互联网平台”“知名作家炮轰滴滴动态加价”等。

此外，个人隐私类负面舆情主要涉及用户个人隐私遭窃取、产品或服务提供人员威胁用户和骚扰用户等。个别事件经媒体报道传播后引发舆论关注，如“乘客取消滴滴订单被骚扰 一晚收到近百条验证码”等。

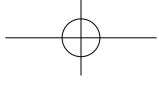
如何“包容审慎”考验政府智慧

当前，我国分享经济发展迅猛，为社会创造了巨大的经济效益，也给人们的生活带来了巨大便利。但从上述四大方面负面舆情来看，共享经济领域还有许多有待改进的地方。因此，对分享经济进行有效的监管显得非常重要。

报告指出，对于新生行业，政策导向极大地决定了其发展走势。目前，“不放任、不打死”，仍然是监管部门对汹汹而来的分享经济的主要态度。但是，社会治理要解决由互联网生发出来的各种新经济、新业态难题，不仅要有态度，更要有与之相适应的制度和办法。

最近有关部门出台的分享经济指导意见，要求坚持“包容审慎”原则，审慎出台新的准入和监管政策，对于分享经济的发展来说无疑是利好消息。

报告认为，对于分享经济这样的新生事物，在监管方面毫无经验可循，如何做到既管得住又放到位的“包容审慎”原则，确实考验着监管部门与全社会的智慧。包容不是纵容，审慎不等于放弃监管。对于监管部门而言，一方面要坚持底线思维，增强安全意识，对于与人民生命财产安全、社会稳定、文化安全等密切相关的业态和模式，严格规范准入条件；另一方面要科学合理界定平台企业、资源提供者和消费者的权利、责任及义务，明确追责标准和履责范围，促进行业规范发展。（据法制日报）



分享经济，热闹背后冷思考



近年来，分享经济很火，《政府工作报告》连续两年部署，身边很多人都在热议。分享经济到底带来了哪些改变与挑战？要解决好哪些重要问题，它才能行稳致远？热火背后，不少问题需要我们再观察、冷思考。

平台自投单车也算分享？

分享经济利用现代信息技术，以使用权分享为主要特征，有很大发展空间

分享经济发展风生水起。国家信息中心分享经济研究中心发布的报告显示，2016年，我国分享经济市场交易额约为34520亿元，比上年增长103%，涵盖了生活服务、生产能力、交通出行、知识技能、房屋住宿、医疗手术、P2P网贷、网络众筹等重点领域。同时，分享经济也正受到资本热捧。据不完全统计，2016年分享经济融资规模约1710亿元，同比增长130%。

“根据创新扩散理论，分享经济还处于快速成长阶段；从产品成熟周期来看，分享经济正处于导入期

的后期，在向成长期过渡，离成熟期也还远。”同国家信息中心信息化研究部主任张新红一样，专家普遍认为分享经济发展尚有很大空间。

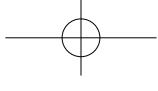
这两年，实践深入发展，概念却反而有些模糊——分享经济不就指对个人闲置资源的利用吗？共享单车绝大多数都是平台投放的自行车，这算真正的分享吗？

“这几年，我们对分享经济的理解有一个不断深化的过程，其实它的内涵可以更加丰富。”张新红分析：

以前，分享的必须是闲置资源；现在，资源未必是闲置的，优质的也可以分享，比如“名医主刀”分享的就是优质医疗资源。

以前，分享大多局限于房屋、汽车等有形物品；现在，无形的也可以分享，比如通过在线问答等平台可以分享知识技能。

以前，分享平台上供需双方往往都是“无限”的，但现在看来，只有一方是“无限”的也可以。比如共享单车，如果平台只靠接入个人拥有的单车，就



很难发展起来，因此平台按一定规模投放定制车辆，供给方有限、使用方“无限”，是种“不完全分享”。

“只要基本理念符合分享的要求，就可看做分享经济。”张新红下了一个“标准定义”：分享经济是指利用互联网等现代信息技术，以使用权分享为主要特征，整合海量、分散化资源，满足多样化需求的经济活动总和。

“强调闲置资源利用，主要是从资源配置的角度出发。而从利益分配角度出发，分享经济的核心在于‘使用而非拥有’。”在中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平看来，分享经济以生产资料和生活资源的使用而非拥有为产权基础，通过以租代买等模式创新，充分利用知识产权与闲置资源。

能否大量新增就业？

去年6000万人参与分享经济提供服务，一家平台创造1750万个就业机会

“支持滴滴公司等分享经济企业……帮助去产能中失业人员和长期停产停工企业职工通过从事移动出行行业实现就业、增加收入”——2016年11月，人社部、发改委等五部门在《关于开展东北等困难地区就业援助工作的通知》中专门提出了“移动出行专项帮扶活动”。据介绍，2016年滴滴出行创造了1750万个灵活就业机会，其中238.4万人来自去产能行业。

分享经济，何以成为去产能再就业的重要出路？

“在滴滴等平台做兼职，职工不用与原单位中断人事关系，可继续在原单位缴纳社保，兼职收入也比较可观，原单位则可降低部分用工成本，从而实现多方共赢。”首都经贸大学中国新就业形态研究中心副主任张成刚说。

“值得强调的是，分享经济改变了工业化基础上的传统就业方式，创造了庞大的灵活就业机会。”姜奇平说。报告显示，2016年我国参与分享经济活动提供服务的人数约为6000万人，比上年增加1000万人。

就业方式的转变带动着利益分配机制有了新调整。“传统经济学中，拥有者与使用者一般是雇佣关系，使用者只是拿工资的劳动力；但在分享经济中，拥有者与使用者是分成关系。”姜奇平认为，劳动者通过分成改变了单纯获取工资的地位，加入到剩余价值的分配中来，也有利于使得一次分配更加公平。

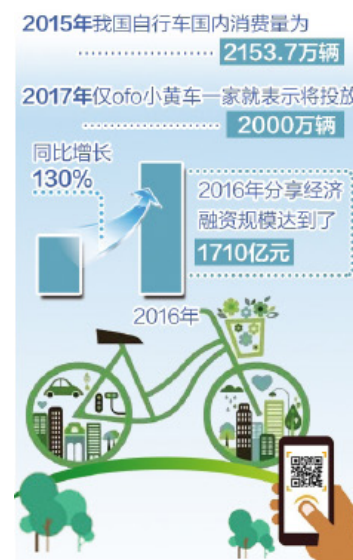
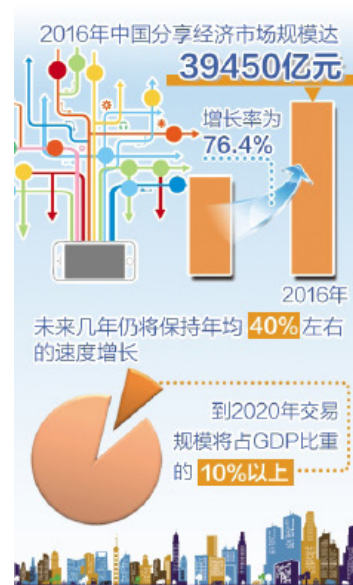
那么，平台与劳动者之间的利益分配比例怎样才合适？平台会占有过多利润吗？张新红认为，虽然分享经济中平台占优势地位，但定价水平、分配机制等也都是经过反复估算、谨慎得出的，“抽成比例应该交由市场动态决定。抽成过高，劳动者自然会流向行业中其他平台，或者转向其他业态。”

会“店大欺客”吗？

容易“赢家通吃”“一家独大”，但门槛不高，竞争充分，垄断并非牢不可破

去年8月1日，曾经打得不可开交的滴滴出行与优步中国宣告合并，招致商务部门的反垄断调查。随后，滴滴缩减补贴、上浮价格更是引来热议——分享经济的巨无霸平台，会否利用垄断地位侵害消费者利益？

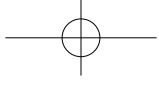
从自身特性看，分享经济具备扩大规模、加速整合的天然基因。“分



- 据不完全统计，目前至少 **15种** 共享产品正在“跑马圈地”
- 包括
- 共享单车企业..... **30余家**
 - 共享充电宝企业..... **10余家**
 - 共享雨伞企业..... **6家**



资料来源：中国经济网-《经济日报》



热点关注

Hot Concern

享经济规模效应明显，参与者越多，价值越大，进而也能吸引更多参与者；平台连接着供需双方，也具有‘双边市场效应’，供给多了，需求就会被吸引过来，反过来，需求增加也会带动供给。”张新红认为，正因如此，分享经济容易出现“赢家通吃”“一家独大”。

从发展阶段看，一些领域的分享经济走到了适度集中的关口。

“大的并购是分享经济快速成长长期竞争加剧的结果，也是竞争格局趋于稳定的前奏。”张新红分析道，尽管面世时间短，但交通、住宿等领域的分享经济已经较早完成了市场培育，“活跃的分享氛围、稳定的用户群体、充分的市场竞争、成熟的商业模式为并购提供了基础。”

不少人关心：烧钱、补贴大战之后，共享单车领域的市场格局会如何转化？张新红道出了普遍的规律：市场结构将从过度分散走向适度集中，竞合关系将从恶性竞争走向良性竞争，竞争手段也将从价格补贴走向体验改善。

并购，到底会不会导致垄断？

“判断是否垄断，主要得看是否损害了消费者利益，而非市场份额大小，主要得看企业具体行为，而非市场地位。”张新红认为，分享经济没有传统制造业那么高的进入门槛，“技术并不复杂，主要是商业模式创新，一家企业做得太‘过分’，消费者自然会用脚投票给其他平台。”姜奇平则表示，现有的反垄断法律体系已经跟不上互联网时代的发展，需要与时俱进、作出改变。

如何管得住放到位？

各方协同治理，政府需发力开放数据、健全法制，企业要加强建设信用体系

前不久，面对共享单车规模急剧增加的情况，有城市提出了数量管控上限，引起了坊间议论。

“长远来看，一辆共享单车的投入将会减少3—5辆私家自行车的使用，会减少单车使用总量。当然，在共享单车发展较快、私家自行车还没淘汰之时，路上的自行车容易过多。”张新红认为，在过渡阶段，需要政府在划定停车区域、规范停放等方面多做些工作，而不能一味靠堵。

分享经济是一种新生事物，可能会“野蛮生长”，对它的监管也无经验可循，需要“摸着石头过河”。如何既管得住又放到位，考验着决策者与全社会的智慧。

为让分享经济健康发展，我国正不断完善顶层设计。今年1月，中办、国办印发了《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》，提出积极培育和规范引导分享经济新业态。3月，国家发改委在《分享经济发展指南（征求意见稿）》中，也提出了“包容创新，审慎监管，强化保障”的监管原则。

“分享经济跨行业、跨地区、网络化的特征对监管提出了新要求。有效监管既不能单靠政府部门，也不能单靠平台企业，需要各方一道协同治理。”张新红说。

在开放数据、健全法制等方面，政府还能做得更多。

一些网约车平台表示，很想在事前把关时对司机的暴力犯罪记录作仔细筛查，却难以获得权威数据。张新红表示，交通、住宿等领域都面临着交易双方的身份和信用认证问题，“相关政府部门和公共机构应将这些关键性数据更开放地与企业共享，从而有利于更好监管。”此外，不少现行法律法规也需要作出调整，比如如何界定平台企业的法律地位和责任，如何进行税收征缴，如何规范新型劳务关系等等。如不尽快明确，一些经济活动便可能处于“灰色地带”。

在建设信用体系、承担社会责任上，企业还能做得更好。

“分享经济具有典型的点对点经济特征，资源拥有者和使用者通过网络完成整个交易，基于平台的信用保障体系建设是分享经济健康发展的重中之重。”张新红认为。目前，平台一般都建有涵盖交易双方的信用评价体系，不少也都与保险公司合作，为意外情况上了保险；还有的平台通过与征信机构合作，加强对用户的信用鉴别和管理。例如，芝麻信用已经接入滴滴出行、小猪短租、ofo等平台。

“我们的社会责任很重，要跟社会、用户和政府合作，而不能将政府监管视为一种负担。”滴滴出行首席发展官李建华说，滴滴要实现长久发展，就要把安全和用户体验放在效率的前面，“平台一定要跟国家政策相向而行才有未来。”（据人民日报）

部分防晒服防紫外性能弱

——北京市消协发布防晒服装比较试验结果

防晒服装（包括皮肤衣等式样的防紫外线服装）作为功能服装的一种，既轻薄又具有防紫外线的功能使其成为阳光毒辣的夏季热销的产品。近来，有消费者反映穿了防晒服装后依旧被晒黑。据了解，目前市场上防晒服装多为运动及户外品牌，消费者购买时无法通过感官判断其是否真的具有防晒功能，而且服装加上防紫外线功能后往往价格不菲。为了解防晒服装质量的真实状况，科学引导指导消费，北京市消费者协会对北京市场销售的部分防晒服装进行了商品比较试验。

一、比较试验样品及来源

比较试验的样品由北京市消费者协会工作人员以普通消费者的身份从北京市西单商场、长安商场、汉光百货、卓展购物中心、利生体育商厦、燕莎奥莱购物中心及京东商城、天猫、一号店等网络平台随机购买，涉及40个品牌的40件防晒服装样品，购买价格从99元到2211元不等。

二、测试标准及项目

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/T 5296.4-2012《消费品使用说明 纺织品和服装使用说明》，GB/T 18830-2009《纺织品 防紫外线性能的评定》，GB/T 21295-2014《服装理化性能的技术要求》等标准对样品的产品标识、纤维含量、pH值、甲醛含量、防紫外性能进行测试，其中，防紫外性能在标准测试方法外，还模拟消费者日常使用的状态，测试了洗后一次及洗后十次的数值，以考核其防晒能力的牢靠性。

此外，为了解防晒服装样品穿着的舒适程度，我会还依据GB/T 5453-1997《纺织品织物透气性的测定》，透湿标准为GB/T 12704.1《纺织品 织物透湿性试验方法第1部分：吸湿法》对样品的透气率、透湿量、单位面积质量进行了测试，由于样品并非吸湿速干服装，比较试验只测试透气率、透湿量的数据，不作质量判定，仅根据数值对样品的舒适性进行评价。测试结果仅对购买的样品负责。

三、测试结果

经测试，40件样品中1件样品防紫外线效果不佳，10件样品几乎起不到防紫外线的作用，涉嫌虚假宣传，欺骗消费者；3件样品纤维含量实测与明示不符；部分样品透气率不佳，夏季穿着不舒适。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，应符合国家强制标准GB5296.4-1998《消费品使用说明 纺织品和服装使用说明》的要求。比较试验中我们发现，有3件样品产品标识不符合标准要求，主要是内外标注不一致、中文标注不全等问题。

2、纤维含量。纤维含量指试样中每种纤维的质量占试样总量的百分率。经测试，40件样品中有3件样品纤维含量实测与标注不符（详情见表1）。

3、pH值、甲醛含量。这是防晒服装的安全指标。经测试，所有样品pH值、甲醛含量均符合国家标准要求，消费者可以放心穿着。

4、防紫外性能。防紫外性能是防晒服装的一个重要考核指标，凡是标称、宣传了防紫外线、防晒的产品都应该具有防紫外线功能，并明示产品的UPF值，GB/T 18830-2009《纺织品 防紫外线性能的评定》及GB/

表1：纤维含量实测与标注不符的样品

序号	样品名称	标称商标	款号/货号	标称生产企业	购买地点	纤维含量	
						标准值	实测值
1	男士T恤	KOLPING 阔拼	KOT0437M	江苏阔拼户外用品有限公司	西单商场	聚酯纤维95±5 氨纶5±3	聚酯纤维89.9 氨纶10.1(净干含量)
2	针织衫	Czllzway	246- MPX0986577	上海赞英时装有限公司	燕莎奥特莱斯购物中心	聚酯纤维98±5 氨纶2 0<氨纶≤5	聚酯纤维92.2 氨纶7.8
3	开衫	邓皓	DAX2068	深圳市邓皓时尚服饰有限公司	天猫 邓皓服饰旗舰店	粘纤100允差0、聚酯纤维 71±5、锦纶29±5、粘纤 62.4±5、锦纶37.6±5 (弹性纱除外)	粘纤100、粘纤65.5 聚酯纤维32.4、锦纶2.1 粘纤65.0、锦纶35.0 (弹性纱除外)(净干含量)

权威发布

Authoritative release

T 21295-2014《服装理化性能的技术要求》中规定,UPF值大于40的产品才算具有防紫外线性能的服装。经测试,本次比较试验40件样品中有10件几乎不具有防紫外线功能,涉嫌欺骗消费者(详情见表2)。此外,PATAGONIA牌款号为52195、品名为M's L/S Sun Stretch Shirt\n男式衬衫的样品,明示UPF值大于30,实测洗前、洗一次后、洗十次后的UPF值分别为32、31.06、32,防紫外线性能弱于比较试验中同类样品,防晒体验不佳。其余29件样品洗前、洗一次后、洗十次后的UPF值均大于40,能够起到防晒效果。

5、舒适性能。本次比较试验我会对样品的透气率、透湿量、单位面积克重等舒适性能进行了测试,透气率和透湿量表明样品的透气和速干能力,单位面积克重显示样品的轻便程度,测试结果仅供参考。经测试,40件样品中大部分样品透湿量指标较好,15件样品透气率相对较差,穿着舒适度不佳。

四、综合评价

我会根据样品实测的防紫外线性能、透气性能、速干性能、单位面积克重对具有防紫外线性能的30种样品进行了综合评价,评价结果仅供参考(详情见表3)。

综合参考评分规则:

1、防紫外线性能(洗前)样品的UPF值 ≤ 40 得0分,40<防紫外线性能(洗前)样品的UPF值 ≤ 50 得15分,防紫外线性能(洗前)样品的UPF值 > 50 得20分;防紫外线性能(洗一次后)样品的UPF值 ≤ 40 得0分,

40<防紫外线性能(洗一次后)样品的UPF值 ≤ 50 得15分,防紫外线性能(洗一次后)样品的UPF值 > 50 得20分;防紫外线性能(洗十次后)样品的UPF值 ≤ 40 得0分,40<防紫外线性能(洗十次后)样品的UPF值 ≤ 50 得15分,防紫外线性能(洗十次后)样品的UPF值 > 50 得20分。

2、透气率 ≤ 50 mm/s得0分,50mm/s<透气率 < 180 mm/s得10分,透气率 ≥ 180 mm/s得15分。

3、透湿量 < 2200 g/(m²*24h)得0分,透湿量 ≥ 2200 g/(m²*24h)得15分。

4、单位面积质量 ≤ 50 g/m²得10分,50<单位面积质量 ≤ 100 g/m²得8分,100<单位面积质量 ≤ 200 g/m²得5分,单位面积质量 > 200 g/m²得0分。

5、最终综合参考评分以各条评分相加获得,评分规则为我会同测试机构方便综合评价所自拟,仅供参考,实际性能衡量以实际测试数值为准。

五、消费提示

1、消费者购买防晒服装应留存购物凭证,出现质量问题时能够有效为何自身合法权益。

2、消费者可根据本次比较试验选购防晒服装,所有样品的比较试验数据请在北京市消费者协会官网(www.bj315.org)查看。

3、消费者购买防晒服装时应查看产品的标识,产品标识应明示其具有防紫外线性能并标注UPF值,一般来讲,UPF ≥ 40 的服装才具有较好的防紫外线性能。

表2: 明示不具有防紫外线性能的样品

序号	样品名称	标称商标	款号/货号	标称生产企业	购买价格(元)	购买地点	防紫外线性能(UPF值)		
							洗前	洗一次后	洗十次后
1	女款皮肤风衣	SCALER 思凯乐	F4020324	北京思凯乐旅游用品有限公司	99	西单商场	6.41	7	7.26
2	YUI女式超轻夹克	ICEPEAK	7-34-005-914QU	苏州鲁特时装有限公司	509	西单商场	5	5.25	6
3	女沙滩罩衫	洲克	114607302-2	泉州克拉克体育用品有限公司	294	卓展购物中心	4	3	2
4	女装防晒服	UNIQLEA	FYC7253206	广州知定贸易有限公司	185	北京燕莎奥特莱斯购物中心	4.03	4.17	4.21
5	晨练衫	多威	37301-2	昆山多威体育用品有限公司	136	北京利生体育商厦	20	23.28	20
6	男款轻薄防晒微弹反光透气皮肤风衣	TFO	TFO-631735	第一户外(中国)有限公司	499	北京燕莎奥特莱斯购物中心	12.21	12.47	13
7	女皮肤衣	天伦天	661806	富信天伦天(福建)户外体育用品有限公司	129	京东商城 telent旗舰店	6	6	6
8	男夹克	MAMMUT	1010-17830-5611-116	猛犸象户外用品(北京)有限公司	1440	京东商城 MAMMUT官方旗舰店	24.20	23.11	22
9	贝拉女式皮肤衣	ACOME	AG151J2016	图途(厦门)户外用品有限公司	139	天猫图途运动户外专营店	4	4.35	5
10	休闲外套	FAIRWHALE	7172-12027602-211	马克华菲(上海)商业有限公司	398	一号店	7	6.36	6.30

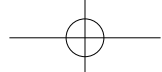


表3: 防晒服装综合评分

序号	商品名称	标称品牌	标称生产企业	防紫外线性能 (UPF值)			透气率	透湿量	单位面积质量	综合评分
				洗前	洗一次后	洗十次后				
1	女超薄外套	hosa	浩沙实业(福建)有限公司	>50	>50	>50	396	9480	33	100
2	女款智能冰感训练功能T恤	凯乐石 KAILAS	湛江市玛雅旅游用品有限公司	>50	>50	>50	773	9180	111.0	95
3	针织裙	RAPIDO	三星法绅贸易(上海)有限公司	>50	>50	>50	482	9240	167.0	95
4	男士T-恤	KOLPING 阔拼	江苏阔拼户外用品有限公司	>50	>50	>50	249	8880	163.8	95
5	针织衫	Czllzway	上海赞英时装有限公司	>50	>50	>50	631	9130	142.4	95
6	跑步梭织长裤	MICROFT 密可柔	北京嘉惠盟科技有限公司	>50	>50	>50	152	8840	80	93
7	女款超薄风衣(觅途)	VAUDE	广州沃戈德运动用品有限公司	>50	>50	>50	54.8	9820	59	93
8	短袖POLO T恤	AIGLE	艾高(中国)户外体育用品有限公司	>50	>50	>50	548	8810	230.7	90
9	女式冲浪服套装	天姿 TNZI	晋江市天姿纺织实业有限公司	>50	>50	>50	上衣前片: 288 上衣后片/ 裤子: 501	8770	210.7	90
10	儿童防晒服	speedo	南宁骏洋服饰有限公司	>50	>50	>50	641	8780	205.0	90
11	男装针织T恤衫	CHERVO 雪傲	北京凯华雪傲时装有限公司	>50	>50	>50	117	9410	195.9	90
12	衬衫	Arc' teryx 始祖鸟	亚玛芬体育用品贸易(上海)有限公司	>50	>50	>50	95.6	9380	108	90
13	开衫	邓皓	深圳市邓皓时尚服饰有限公司	>50	>50	>50	736	9190	217.3	90
14	上衣: Incredible-1941\n裤子: 环游1/1骑行裤	SPAKCT	深圳市路歌体育用品有限公司	>50	>50	>50	470	8600	223.6	90
15	茄克衫	SALOMON	亚玛芬体育用品贸易(上海)有限公司	>50	>50	>50	48.9	9110	46	85
16	印花超薄风衣	MANGROVE	吉安新华南户外用品有限公司	>50	>50	>50	7.6	9110	42	85
17	女式皮肤衣	Discovery	非凡探索户外用品有限公司	>50	>50	50	<1	7390	38	85
18	休闲泳衣	阿瑞娜	上海迪桑特商业有限公司	>50	>50	>50	149	8860	208.8	85
19	逆光女式皮肤衣	Mobi Gardn	浙江牧高笛户外用品有限公司	>50	>50	>50	<1	3090	41	85
20	男式轻薄风衣	圣弗莱	圣弗莱(福建)户外用品有限公司	49.29	>50	41	56.0	9210	38	85
21	茄克衫	DECATHLON	迪脉(上海)企业管理有限公司	>50	>50	>50	23.1	8480	41	85
22	皮肤风衣	特步	特步(中国)有限公司	>50	>50	>50	32.9	9220	37	85
23	卓乃女式防晒蝉翼皮肤衣	诺诗兰	南京边城体育用品股份有限公司	>50	>50	>50	15.3	8680	52	83
24	夹克	THE NORTH FACE 北面	威富服饰(中国)有限公司	>50	>50	>50	18.9	9170	76	83
25	机织长袖上衣	Columbia 哥伦比亚	哥伦比亚运动服装商贸(上海)有限公司	>50	>50	>50	42.7	9020	110	80
26	法国伯希和男款皮肤衣	PELLIOT 伯希和	天津伯希和服装有限公司	41.01	42	41	80.9	9270	41	80
27	连帽长风衣	PEACEBIRD	宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司	>50	>50	>50	40.9	8710	113	80
28	休闲夹克	GXG	宁波中哲慕尚控股有限公司	>50	>50	>50	22.8	8820	109	80
29	女款空濛皮肤风衣	极星 ARCTOS	北京极星之旅科技有限公司	41	38.48	39.34	51.9	9630	43	50
30	M' s L/S Sun Stretch Shirt\n男式衬衫	PATAGONIA	南京麦金利户外用品有限公司	32	31.06	32	241	9120	80	38



权威发布

Authoritative release

大型商场销售印花T恤质量放心

——北京市消协发布印花T恤比较试验结果

印花T恤与人身体直接接触，产品的质量及安全至关重要。为了解北京市场印花T恤衫商品的质量状况，指导引导消费，北京市消费者协会近期对北京市场销售的部分T恤衫商品进行了比较试验。

本次比较试验样品由市消协工作人员以普通消费者的身份从北京翠微大厦、百货大楼、西单商场、新东安商场、汉光百货、君太平洋百货、燕莎奥特莱斯购物中心、长安商场随机购买了40个品牌的40件样品，售价在99.5-1250元不等，其中售价在300元以下的11件，300-1000元之间的23件，1000元以上的6件。

比较试验样品委托北京远东正大检验集团有限公司依据GB 18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》、GB/T 5296.4-2012《消费品使用说明第4部分：纺织品和服装》、GB/T 29862-2013《纺织品纤维含量的标识》、GB/T 20383-2006《纺织品致敏性分散染料的测定》、GB/T 20384-2016《纺织品氯化苯和氯化甲苯残留量的测定》、GB/T 20388-2016《纺织品邻苯二甲酸酯的测定四氢喹啉法》、GB/T 31126-2014《纺织品全氟辛烷磺酰基化合物和全氟羧酸的测定》、商品明示产品标准及相关企业标准，对样品的使用说明、纤维含量、可分解致癌芳香胺染料、甲醛含量、pH值、染色牢度、致敏染料、氯化苯和氯化甲苯、邻苯二甲酸酯、全氟辛烷磺酰基化合物（PFOS）等项目进行了测试。比较试验结果仅对购买的样品负责。

本次比较试验除了考核对样品的基本质量项目外，也对样品的致敏染料、氯化苯和氯化甲苯、邻苯二甲酸酯、全氟辛烷磺酰基化合物和全氟羧酸等安全指标进行了考核。经测试，所有样品使用说明、纤维含量、可分解致癌芳香胺染料、甲醛含量、pH值、染色牢度均符合国家标准要求；致敏染料、氯化苯和氯化甲苯、邻苯二甲酸酯所有样品均未检出；全氟辛烷磺酰基化合物和全氟羧酸指标只有安踏牌

款号为15721162-5的样品检出，检出值为PFOA：0.022mg/kg。

比较试验结果显示，大型商场销售的印花T恤类产品质量让人放心，消费者可放心选购。

消费提示

1、选品牌，看厂家。在购买印花T恤商品时应首选商场或者专卖店销售的有一定知名度的品牌。其在产品品质方面有较好的保证。

2、认标识，看包装。合规的产品在包装上均有产品标识，即产品使用说明。产品标识可采用吊牌、标签、包装说明、使用说明书等形式体现，可一种或多种同时使用。产品标识应包括制造者的名称和地址、产品名称、规格型号、纤维成分及含量、维护方法、执行标准、质量等级、注意事项等内容。对产品标识不全的T恤，消费者应谨慎购买。

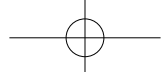
3、查外观、看做工。目前市场上的印花T恤档次不同，价格差别大，做工和质量差距也大。质量好的印花T恤缝线均匀平整、清晰，无杂乱线头。在挑选颜色时，建议消费者选择颜色较浅或色调自然的产品，这样不仅色牢度有保证，而且安全性能项目检出的风险小。

4、闻味道，看材质。在选购印花T恤时可以闻一下味道。质量过关的产品味道一般清新自然，无异味。如果产品散发出刺激的异味，很可能是产品中的甲醛或酸碱度超标，建议消费者不要购买。

5、先清洗，后使用。印花T恤与人体直接接触产品，新购买的印花T恤表面都会有轻微的浮色和味道，建议消费者先进行清洗后再使用。另外，如果不慎购买到含有甲醛等有害物质的商品，清洗后有助于减少水溶性有害物质对人身体的伤害。

此外，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。

注：详细比较试验数据请登陆北京市消费者协会官网（www.bj315.org）查看。



近六成凉席样品质量较好

——北京市消协发布凉席比较试验结果

消费者购买凉席往往只挑选材质、式样，而对可溶性重金属含量、可分解染料、甲醛释放量等质量指标并不了解。目前市场上凉席品牌众多，价格相差悬殊，产品质量良莠不齐。为了解北京市场销售的凉席产品的真实质量状况，引导指导消费者科学消费，北京市消费者协会对北京市场销售的凉席产品进行了比较试验。

一、比较试验样品及来源

本次比较试验的样品由北京市消费者协会工作人员以普通消费者的身份从北京长安商场、赛特购物中心、新世界百货崇文店、王府井百货大楼大兴店、庄胜崇光百货、蓝岛大厦朝阳店、北京华联购物中心、百盛购物中心复兴门店、物美超市八角西街店、物美超市陶然亭店、欧尚超市丰台店、永辉超市太阳宫店、天猫商城、京东商城、国美在线、苏宁易购、当当网、亚马逊、1号店随机购买凉席样品55种，其中实体店购买31种样品，网络平台购买24种样品，涉及上海、浙江、江苏、广东、北京、安徽、湖南等省的生产或经销企业。其中草席11种，竹席30种，藤席2种，纺织纤维类凉席12种。

二、检验标准及项目

比较试验样品委托北京市轻工产品质量监督检验一站依据QB/T 2934-2008《草编制品》、GB/T 23172-2008《藤编制品》、GB/T 23114-2008《竹编制品》、LY/T 1843-2009《竹席》、GB 18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》等标准对样品的质量指标进行测试，测试项目见表1和表2。

比较试验结果仅对购买的样品负责。

三、测试结果

经测试，55种凉席样品中32种样品所有

表1: 草编、藤编、竹编凉席检验的项目

序号	试验项目名称	
1	外观	
2	材料	
3	规格尺寸及允差	
4	安全卫生要求	甲醛含量(竹席均按照GB/T 23114-2008《竹编制品》中的方法进行检验)
		可分解芳香胺染料/禁用偶氮染料
		染色牢度 (席面按标准要求试验合格后,继续擦拭10次)
		针头及金属异物
		浸渍剥离(仅考核竹席)
		竹条韧性(仅考核竹席)
		可溶性铅(仅考核色漆涂饰或着色的竹席)
		可溶性镉(仅考核色漆涂饰或着色的竹席)
5	含水率	
6	标志	

表2: 纺织品类凉席检验的项目

序号	试验项目名称
1	甲醛含量
2	pH值
3	耐水色牢度(变色、沾色)
4	耐酸汗渍色牢度(变色、沾色)
5	耐碱汗渍色牢度(变色、沾色)
6	耐干摩擦色牢度
7	耐唾液色牢度(变色、沾色)
8	异味
9	可分解致癌芳香胺染料
10	针头及金属异物(按照QB/T 2934-2008《草编制品》中的方法检验)
11	水洗尺寸变化率(按照GB/T 8630-2013《纺织品 洗涤和干燥后尺寸变化的测定》中的方法检验)
12	耐湿摩擦色牢度(按照GB/T 3920-2008《纺织品色牢度试验 耐摩擦色牢度》中的方法检验)
13	纤维含量(按照GB/T 2910-2009《纺织品 定量化学分析》、FZ/T 01057.3-2007《纺织纤维鉴别试验方法 第3部分:显微镜法》中的方法检验)
14	产品使用说明及外观质量(按照GB/T 5296.4-2012《消费品使用说明 第4部分 纺织品和服装》中的方法检验)

测试项目均符合标准要求，质量较好，占样品总数的58.2%（样品测试的详细数据请查阅市消协网站发布的测试数据），其余23种样品中5个样品仅产品标识不符合要求；12种样品质量指标未达到国家标准要求，其中5种样品甲醛超标，具体如下：

1、标志和产品使用说明不符合标准要求

标志和使用说明是产品信息对消费者最直接的告知方式。本次比较试验中共有11种样品未按标准规定明示相关内容。存在问题有：无制造者的名称和地址、无执行的产品标准和安全类别，或未明示产品规格、尺寸。其中，5个样品无厂名厂址，7个样品未标注产品尺寸。

2、外观质量

标准要求产品表面应光滑平整,色泽一致,不应有污迹和发霉现象及明显的断线、断丝、缺丝、透胶现象。表面应编织紧密、均匀，无明显瑕疵。表面图案清晰、层次分明。印花、烫花无重叠；绣花平整、贴绣平服，无明显漏绣；包边应平顺、牢固、不起皱、不翻毛边。包角方正牢固，圆角圆滑润贴。卷边应整齐、平顺、无锯齿、无破裂、修边光平；针码均匀、无跳针。经测试，4种样品的外观质量不符合标准规定，其主要问题是缝制质量不符合标准要求（详情见表3）。

3、规格尺寸及允差和幅面尺寸及幅面公差
不符合标准要求

经测试，有10种产品未按标准规定明示或标注长度和宽度的尺寸，或明示和实测值不相符（详情见表4）。

4、染色牢度不符合标准要求

消费者使用染色牢度不符合标准要求的凉席，容易造成身体皮肤、衣物的污染给消费者带来困扰。标准中规定染色牢度染色部位不应脱色，经测试，比较试验中2种样品染色牢度未达标：

5、甲醛含量

甲醛是一类致癌物质，已证明甲醛可引起人类的鼻咽癌、鼻腔癌和鼻窦癌，并有证据证明甲醛可引发白血病等，严重的危害着消费者的健康，标准中规定凉席产品甲醛含量应不大于75mg/kg。本次比较试验有5种样品甲醛含量不符合标准要求（详情见表6），其中甲醛含量最高的达到了224mg/kg。

四、消费提示

1、消费者购买凉席产品应留存购物凭证，出现质量问题时能够有效为何自身合法权益。

2、消费者可根据本次比较试验选购凉席产品，所有样品的比较试验数据请在北京市消费者协会官网（www.bj315.org）查看。

3、消费者购买凉席时应观察凉席编制材料是否是紧密均匀，图案是否清晰、美观；席面是否光滑平整，竹席不能有断丝、断线、缺丝、透胶的现象。草席不能有发霉、虫蛀和其他污迹现象。藤席不能有藤条断裂、污迹和发霉现象；包边要平顺、牢固，没有锯齿、破裂、起皱及翻毛边现象，并且包角圆角圆滑润贴。包边针码均匀、无跳针现象；凉席染色部位，消费者可以用湿巾擦拭凉席，查看是否掉色；最后要摸摸席面，不应有针头及其他金属异物。

表3: 4种外观质量不符合标准规定（主要缝制质量不符合标准要求）的样品

序号	样品名称	网络购买样品宣传	标称商标	规格尺寸	经销单位	标称生产/经销企业	存在问题
1	雅玉低碳席三件套	/	长相知	150*195cm	欧尚超市（丰台店）	杭州长相知家纺科技有限公司	缝制质量8针/5cm（标准要求≥10针/5cm）
2	竹凉垫	晚歌麻将席凉席竹席凉席子可折叠床子适用0.8/0.9/1.2/1.33/1.5/1.8米床包边不衬底-纳米	晚歌 WANGE	未标注	当当网 晚歌家纺旗舰店	上海晚歌家纺有限公司	缝制质量9针/5cm（标准要求≥10针/5cm）
3	碳化双面席	红瑞床品家纺双人加大精品碳化双面竹凉席子清雅古韵1.8米床（不含枕席套）	红瑞纺织	180cm×198cm	京东商城	上海红瑞家纺有限公司	缝制质量8针/5cm（标准要求≥10针/5cm）
4	条纹席	恩爱鸟恩爱鸟夏季凉席学生竹丝席0.9m宿舍单人床席加宽包边两面席	恩爱鸟 en ainiao	90×190cm	天猫 恩爱鸟旗舰店	北京东龙鑫浩商贸有限公司	缝制质量8针/5cm（标准要求≥10针/5cm）

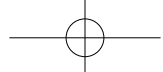


表4: 10种未按标准规定明示或标注长度和宽度尺寸(或明示和实测值不相符)的样品

序号	样品名称	网络购买样品宣传	标称商标	样品明示规格尺寸	经销单位	标称生产/经销企业	存在问题
1	冰丝席	夏季卡通冰丝席 凉席三件套1.5/1.8m床夏天学生空调席双人可折叠	半岛良品	未标注	天猫 半岛良品旗舰店	宁波半岛家居有限公司	样品未明示规格尺寸
2	雅玉低碳席三件套	/	长相知	150*195cm	欧尚超市(丰台店)	杭州长相知家纺科技有限公司	明示: 1950mm 实测: 1990mm
3	春龙竹凉席	麻将凉席多款式夏折叠1.5米、1.8米单人学生床竹麻将席子包邮咖色经典1.5m(5英尺)床	春龙	未标注	苏宁易购 春龙旗舰店	湖南省春龙竹艺有限公司	样品未明示规格尺寸
4	双面竹席	豪自然竹席凉席双面折叠席子单人学生竹凉席1.8m床1.5米1.2	恒盛竹木	未标注	天猫 豪自然旗舰店	安吉恒盛竹木有限公司	样品未明示规格尺寸
5	精品麻将竹席	春秋麻将席1.5m床麻将凉席1.8米竹席凉席单人学生竹席1.2折叠席子	春秋凉席	未标注	天猫 春秋家居旗舰店	桃江县春林竹业发展有限公司	样品未明示规格尺寸
6	精品凉席	迪菲娜家纺5.0对节生态席夏日凉爽亲肤一席抵两席可折叠空调凉席(5.0对节生态席1.5米床适用)	未标注	150×190cm	国美在线 迪菲娜家纺官方旗舰店	未标注	明示: 1900mm 实测: 1960mm
7	竹凉垫	晚歌麻将凉席竹席凉席子可折叠床子适用0.8/0.9/1.2/1.33/1.5/1.8米床包边不衬底-纳米	晚歌+WANGE	未标注	当当网 晚歌家纺旗舰店	上海晚歌家纺有限公司	样品未明示规格尺寸
8	竹凉席	天池茗品凉席竹席三件套1.8米竹席1.5米双人1.2学生单人凉席垫空调席子双面麻将席夏(支持定做)经典金色 寝室单个床席-80*190cm	天池茗品	未标注	京东商城 天池茗品旗舰店	益阳市宏祥贸易有限公司	样品未明示规格尺寸
9	清悠舒爽席	/	远梦+YOURMOON	180×200cm	物美超市(陶然亭店)	远梦家居用品股份有限公司	明示: 2000mm 实测: 1950mm
10	竹凉席	简森凉席竹席双面竹凉席1.8米床折叠宿舍单人三件套席子1.5米1.2	简森	未标注	天猫 简森旗舰店	安吉立佳电子商务有限公司	样品未明示规格尺寸

表5: 2种染色牢度未达标的样品

序号	样品名称	标称商标	规格尺寸	经销单位	标称生产/经销企业
1	未标注(实为竹席)	爱诺	180×200cm	欧尚超市(丰台店)	南通市爱诺家用纺织品有限公司
2	竹草双面席	艾睡宝	180×200cm	欧尚超市(丰台店)	扬州民欣纺织品制造有限公司

表6: 5种甲醛含量不符合标准要求的样品

序号	样品名称	网络购买样品宣传	标称商标	规格尺寸	购买地点	标称生产/经销企业	甲醛含量(mg/kg)
1	高档双面藤席三件套	可慕家纺高档双面碳化竹席凉席凉席套件反面冰丝藤席夏凉席席子凉席Y(150*195cm,夜夜香)	MUZERD 牧者家居	150*195cm	亚马逊 牧者家居官方旗舰店	上海牧者家居用品有限公司	席面: 162 席底: 224 包边: 22
2	碳化双面席	红瑞床品家纺双人加大精品碳化双面竹凉席子清雅古韵1.8米床(不含枕席套)	红瑞纺织	180cm×198cm	京东商城	上海红瑞家纺有限公司	席面: 103 包边: 未检出(<20)
3	竹草双面席	/	艾睡宝	180×200cm	欧尚超市(丰台店)	扬州民欣纺织品制造有限公司	席面: 87 包边: 36
4	防水蒲草席三件套	/	普拉达PULADA	150×195cm	物美超市八角西街店	上海红瑞家纺有限公司	席面: 未检出(<20) 包边: 未检出(<20) 枕底: 218
5	休闲海草席	昭辰家纺 夏季凉席 兰草席三件套	春竹	150×195cm	当当网 昭辰家纺旗舰店	宁波市鄞州石碶兴艺草制品厂	席面: 63 枕底: 146 包边: 未检出(<20)



维权人物

Activist character

搭好百姓“连心桥”

——记密云区消协城关分会干部王国勇



王国勇，北京市密云区消协城关分会干部，从事基层消费维权工作28年。他所在的消协分会地处密云区核心区，具有投诉量多、调解难度大、政策性强等特点，面对工作实际情况，他坚持“遇诉不推、调解不拖”的原则，将消费者和经营者满意度作为工作标准和目标，调解消费投诉不留风险隐患，树立了良好的形象。

多年来，因工作突出，王国勇接到锦旗15面，先后8次被评为“优秀公务员”，荣立北京市工商局“优秀经济卫士”3次，2008年荣获国家工商总局“先进工作者”。

王国勇不畏困难，勇于应对维权难题。随着市场主体的发展壮大，消费者投诉涉及的预付费服务、房地产、中介机构的投诉呈上升趋势，面对调解难度越来越大的投诉，王国勇积极转变工作思路应对消费环境变化，切实发挥消费调解功能，区分对象和投诉类型，紧跟市场形势和消费者投诉需求做好调解工作。

2015年11月30日，他接到消费者王女士投诉，称其受某美容院诱导

打了“转运针”，为此花费了8.5万元，但面部疤痕依然不见消退。王女士经济收入偏低，听信误导为儿女消灾转运，钱都是瞒着家人从同学借钱凑齐的，在遭到美容院拒绝赔偿后，精神一度面临崩溃边缘。

王国勇了解情况后，与美容院反复协商，找准法律依据坚持依法调解，最终商家认识到自己的不当行为，全额退还王女士美容款8.5万元。2016年8月18日，消费者郑女士来到消协投诉，称其与北京某某工程有限公司密云分公司签订装修合同，在合同期限内对方未履行承诺，不能按期完工，双方多次沟通解决未果。

面对这一较为困难的调解局面，他没有丝毫懈怠，深入调查了解后，找到公司负责人，经过动之以情、晓之以理的劝说和清晰明了的法律讲解，该公司负责人认识到了问题的严重性。最终该公司向郑女士赔礼道歉，工程继续开工，而且补偿郑女士1000元，双方握手言和。

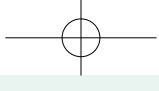
王国勇乐于助人，他长期关注弱势老年群体。老年人消费群体是一个特殊的群体，其合法权益更易受到侵害。对此，王国勇对老年人的投诉给予了极大关注，投入了更多的耐心和热心。2016年3月17日，81岁高龄的田老先生在位于密云区鼓楼北大街的某医疗器械连锁经营有限公司密云第一分店花1270元购买了助听器。在使用过程中还是听不清，甚至有杂音，老人怀疑助听器有质量问题，多次从距离密云城区一百五十余里的库北家中到该店进行退换货，但问题未能得到解决，只得向消协投诉。接到

投诉后，王国勇非常重视，认真倾听诉求，耐心劝解双方，通过人性化的沟通和讲解法律知识，让双方紧张的氛围得到缓解，最终问题得到了圆满的解决，商家现场为消费者退还1000元。老人表示非常满意。

王国勇爱岗敬业，始终热爱本职工作任劳任怨。基层调解消费投诉工作中经常会遇到各种各样的问题，有时一天下来口干舌燥，回家都不想张口说话；有时遇到消费者的不理解，不切实际地提出无理要求。每当遇到这样的情况，他都换位思考，处处从消费者角度考虑问题，宁可自己多受点累、受点苦、受点委屈，也要让消费者满意。他分管的消费维权工作，不管是谁遇到棘手问题，他都耐心传授经验方法，主动承担重任。

当一个个疑难投诉得到圆满调解时，他的脸上才会露出欣慰的笑容。他用熟练的业务、敬业的精神和实际行动，展现了消协人兢兢业业、恪尽职守、踏实肯干的工作态度和人生价值观，搭起了一座党和政府联系百姓的桥梁和纽带。





当好消费者“守护人”

——记延庆区消协投诉部主任陈义东

作为《大东说消费》节目的主角，“大东”在延庆区颇有名气。“大东”，实名陈义东，1970年出生，中共党员，1991年参加工作，1995年考入延庆工商局，2001年至今北京市延庆区消费者协会投诉部主任。

最近9年来，每周三是陈义东固定录制《大东说消费》的日子。在节目中，陈义东通常会对消费者的投诉进行个案分析，或是围绕当前消费热点请嘉宾一起来给消费者做警示。一口地道的延庆口音，让陈义东的节目颇受当地百姓欢迎，收听率自然一路攀高。目前，该节目每周三20时40分首播，次日进行4次重播。

陈义东是延庆区消费者协会投诉部主任。2008年3月31日，陈义东参加了延庆广播电视中心的《消费聆听》节目，谈了30分钟的农资消费问题。“节目播出后，消费者十分喜爱，一些消费者还专门给消协打电话，让我多讲一些消费知识。我立刻意识到，广播不受地域限制，覆盖面广，是进行消费教育的有效载体。”陈义东说。经协调，延庆区工商局与区广播电视中心合作，正式推出了《大东说消费》栏目。

节目正式播出以来，收到了超出预期的效果。在北京市工商行政管理局延庆分局的大力支持下，通过村村通广播的“大喇叭”将《大东说消费》和工商部门的一些消费教育活动



扩散到了延庆区的所有城乡和村落，从此“大东”成了延庆区家喻户晓的人物。“你说陈义东我不知道，你要是说大东我可清楚，不就是那个广播里天天给我们讲消费案例的陈主任吗？这节目不错，咱老百姓就需要有这些最贴近老百姓的宣传方式，不管在家待着还是在地里干活都能听到，感觉消协就在咱身边。”延庆区旧县镇东羊坊村村民周顺忠说。

陈义东不但在区内做广播，还把他的乡音带进北京广播电台。2009年到2010年，陈义东被北京市消协推荐到北京广播电台《爱家消费早知道》栏目，延庆话在北京广播电台累计作了7个小时的节目。节目内容不但有消费提示、警示，还把以大庄科麻核桃为代表的延庆特产推向北京。

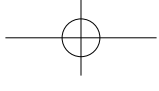
多年来，陈义东坚持不懈地开展消费教育，积累了丰富的经验，并取得了可喜的成绩。自2001年到消协工作至今，陈义东每年要处理近400起消费者投诉，每年为消费者挽回经济损失约50万元。2011年参加全国投诉能手大赛获得三等奖，2001年和2013年，被中国消费者协会2次授予



先进个人，2013年延庆县消费者协会被中国消费者协会授予消协系统全国先进集体。2015年被延庆区评为优秀共产党员，北京榜样。工作期间，陈义东的事迹多次被中国消费者杂志、中国消费者报及延庆报等媒体重点报道。

“消费者的认可，使我得到无尽的乐趣，更增添了干好工作的热情和动力。”陈义东说，作为一名共产党员，我深知要想做到做好全心全意为人民服务，还需不断克服缺点，改进不足，“消费者给予工作的快乐，今后我要加倍努力，享受这份快乐和荣耀，当好消费者的‘守护人’。”

在用激情和热情做好消费投诉处理和消费知识宣传的同时，陈义东历时近四年，累计行程5万多公里，自费对延庆区域内抗战老兵进行拍摄，共拍摄参加过抗日战争的老兵73位，民兵、区小队、游击组、儿童团，妇救会等人员43位，建国前老党员34位，参加过解放战争的老兵19位。他们累计拍摄照片5万余张，用自己手中的镜头，留下了老兵们的英雄事迹和光辉身影，再现了老兵们的丰功伟绩。



秦宁

大众化旅游时代已“不期”而至

据国家旅游局数据中心综合测算，今年“十一”长假期间，全国共接待国内游客7.05亿人次，实现国内旅游收入5836亿元。从2013年十一长假的4.28亿人次，到如今的7.05亿人次，短短几年便增长近70%。只要符合一定条件，不少家庭可以开启一场说走就走的旅游。“黄金周”呈现的新变化让人欣喜不已，旅游正成为民众的一种生活方式，大众化旅游时代已“不期”而至。

呼啸的高铁提升了出行速度，让旅游更便利。中国铁路总公司发布数据显示：自国庆假期运输方案启动以来，全国铁路已经累计发送旅客1.05亿人次。据预测，这个长假，高铁客流占到了铁路整体客流的40%左右。毫无疑问，高铁飞速发展，提升了旅游速度，也让游客更方便地饱览祖国大好河山。这番景象则折射出十八大以来我国高铁进入发展的春天，目前，2.2万公里总里程的高铁，当仁不让地雄踞世界第一。

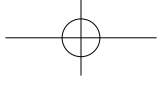
细腻的产品设计满足了个性化需求，更注重品质。正如国家旅游局所称，旅游市场“蛋糕”不断增大的同时，旅游消费结构朝着个性化、品质化的方向升级。从观光到休闲、从景点到全域，游客需求更多样、眼光更挑剔。与此同时，满足这种新现象的旅游产品也越来越多，从民宿的兴起，到露营地的走俏，再到如雨后春笋般的“旅游+”商业模式，更加注重游客的旅游体验，让游客有所求就有所需。

优质的公共服务提升了旅游体验，更有获得感。这几年“黄金周”，重大旅游安全事故少了，重大旅游投诉也少了，监管部门的服务水平也在明显提升。在北京，故宫、颐和园、前门等热点景区，今年首次设立旅游综合执法站，游客可在此咨询投诉；在海南三亚，监管部门从监测海鲜消费评价着手，差评将推送职能部门处置……所有这一切，都是为了打造更健康的旅游生态，让游客获得更良好的旅游体验。

更让人欣慰的是，国人游客的素养越来越可期。人们发现，近几年不文明现象越来越少。在国外，中国游客正由“会走路的钱包”变为“行走的风景”；在国内，绝大多数游客都能乐当文明代言人，自觉与文明刻度对标。“文明旅游，你就是最美的风景。”与此同时，有的景区推出环保行动，向游客发放环保袋，以及向响应环保行动的游客奖励方便面……在良性互动中，旅游文明更加深入人心。

与此同时，不少看似微小的改变也在大大提升旅游品质。比如，移动支付二维码随中国游客走出国门，有人感叹，中国游客如今走到了哪里，来自中国的移动支付二维码，就印在了哪里。这在几年前不可想象。再比如，今年双节长假期间，中国公民有资格以免签、落地签形式，前往65个国家和地区，数量再创历史新高。看似不经意的变化，实则让国民更有自豪感。中国护照“成色”越来越足，国人才能越来越有底气。

当前，我国旅游业正在经历从量变到质变、从数量增长到质效提升、从粗放经营到集约发展的新变化，正在迈向一个社会化、全球化、现代化发展的新时代。继续凝聚共识，合力向前，全方位提升旅游业质量，国人不仅能在旅游中找到更舒然的“心灵庭院”，我国也能更好更快地建设成旅游强国。（据人民网）



规范长假旅游市场应未雨绸缪

据媒体报道，临近国庆黄金周，海南三亚的旅游旺季也即将到来。日前，三亚市工商、旅游、物价等部门联合约谈三亚婚庆旅游行业协会以及20家婚纱摄影企业负责人，要求规范婚纱摄影经营行为，严格实行明码标价，杜绝价格欺诈和行业垄断，一经发现恶劣行为，将按照“零容忍”原则，予以关停。

国庆长假将至，一些景区、商家似乎已“磨刀霍霍”，要大赚一笔。据中国旅游研究院发布的《2017年国庆中秋长假旅游市场预测》披露，预计即将到来的国庆长假期间旅游市场将接待7.1亿人次，同比增长10%；旅游收入将达到5900亿元，同比增长12.2%。面对这样一块大蛋糕，个别企业、个别人多动动心思，并不奇怪。

不过，即便蛋糕再诱人，机会再难得，也应该取之有道。这也是三亚市相关部门节前约谈企业的初衷所在。既要抓住眼前利益，充分利用好国庆黄金周的商机，也要放眼长远，通过优质的服务与诚信的经营赢得游客的信赖。任何“宰客”行为，都是不可取的短视行为，也必将遭到严厉惩处。

与此前不少地方的管理部门习惯于“事后算账”相比，目前不少旅游管理部门发现了问题或者问题线索，就迅速提前约谈，并撂下“狠话”：“零容忍”“一次性死亡”，此举显然更能体现治理智慧，也是一种精准的施政行为。企业是旅游市场的主体，公众的观感与体验，往往主要来自于对企业行为的感知，把企业管好了，政府角色就算做到位了。

以三亚婚庆旅游为例，据统计，仅2016年就有超过32万对新人到三亚拍摄婚纱照，婚庆旅游总收入达80亿元，占旅游总收入的24%。而与此同时，这一行业也暴露出在拍摄中擅自加价、不按合同履行约定、未按时发货耽误婚礼等诸多问题。这些问题不解决，必然会在接下来的野蛮生长中持续放大，一旦发生恶性事件，最终受损的还是整个行业乃至城市的形象。

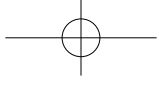
近年来，不少地方发生多起旅游“宰客”事件，尽管这些事件最后大都得到了妥善处理，但也严重损害了地方旅游市场的形象。可见，政府如果能够未雨绸缪、预先防范，把问题解决在萌芽状态，把风险防控在一定范围内，不仅能大大节约行政成本，提高游客的舒适度，而且能从根本上杜绝恶性事件带来的政府形象损害。

事实上，政府部门通过约谈向市场发出信号，本来就是政府维护市场秩序的一种方式。是提醒，也是规训；意在警钟长鸣，却也善意满满。一个庞大的旅游市场，是一点点努力发展起来的，也是一丝不苟管理出来的。

当下，伴随着国内旅游经济的迅猛发展，民众表达观感的渠道也日渐多元化，这也对旅游市场的管理提出了新的课题。如果依然沿袭以往慢吞吞的“马后炮”做法，已经很难适应形势的发展。各项工作必须靠前，必须未雨绸缪，不然就会错失机会，甚至半途而废。（据光明日报）



胡印斌



张海英

“众筹火车”须以铁路运输安全为前提

网络众筹不是新鲜事，但“众筹火车”听说过吗？为了应对“双节”返程客流高峰，西安铁路局开行了全国首趟“众筹火车”，为旅客提供“定制化服务”，即根据旅客需求来调整发车时间到达时间，甚至是硬座、硬卧或者软卧座位的数量。这次试水的“众筹火车”受到乘客欢迎，上座率达100%。（10月9日北京晚报）

这几年快速兴起的网络众筹，主要是面向大众筹集资金。而西安铁路部门尝试的“众筹火车”，显然不是筹集资金买火车，而是借鉴众筹这种方式，为旅客提供“定制化服务”。此举，不仅极大地方便了乘客，也为铁路部门增加了收入，同时还为铁路市场化改革提供了一种样本，可谓是双赢之举。

对乘客来说，买不到自己急需的车票是件很焦心的事，而参与“众筹火车”就有望实现出行目的。以往，乘客只能被动选择火车，铁路部门发什么车，乘客就坐什么车，而“众筹火车”则让乘客有了主动选择权。这就是说，不但乘客出行多了一种保障，而且公民消费权利也受到尊重。

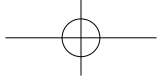
对铁路部门而言，这是放下身段、服务转型的体现。众所周知，铁路部门过去有“铁老大”之称，这个称号既有高高在上之意，也有垄断之意，“众筹火车”则折射出铁路部门正在放下身段回归市场，即根据市场需求决定发什么车。这种服务转型有利于重塑铁路形象，有利于市场竞争。

从100%上座率和乘客反馈来看，首次尝试是很成功的，具有进一步探索和推广价值。西安铁路部门有关负责人表示，在春节还会进行尝试，逐步地与市场接轨，让旅客体验到“我的火车我做主”。笔者以为，“众筹火车”无论平时还是一般节假日、春运暑运都有积极意义。在平时，游客、旅行社可以众筹某些火车去旅游。而像国庆黄金周这样的节假日，很多线路存在购票难乘车难，“众筹火车”可以解决这种难题。尤其在春运期间，“众筹火车”需求更大，会让那些买不到票的乘客有另一种希望和路径。所以“众筹火车”既在铁路系统有推广价值，也能引领其他交通工具“众筹”。

但需要指出的是，“众筹火车”必须以铁路运输安全为前提，因为众筹结果在路线、时间等方面存在不确定性，而铁路运行图、运行时间一般是固定的，假如铁路部门忽视安全问题，轻则可能会打乱铁路运行规则，重则可能会造成铁路安全事故。

首次尝试的“众筹火车”，仅在西安至榆林运行，显然发车时间、到达时间等比较好安排。如果在春运期间尝试，由于车次较多，对安全调度的要求就会更高。如果在全国推广“众筹火车”，只有科学规划和制度保障才能确保铁路运输安全。因为对乘客和铁路部门来说，安全永远是第一位的。

此外，铁路部门也意识到首趟“众筹火车”的一些细节还有待完善，如众筹平台仅仅依靠微博有些单一，取票方式有待丰富和突破。希望以种种问题为导向，尽快完善相关细节，为“众筹火车”提供更好的配套服务。（据燕赵晚报）



谁在为“上瘾”饮料大开方便之门？



秦宁

“不含酒精，一样能嗨”，继“笑气”之后，近期一种名叫“咔哇”的饮料又在年轻人群中迅速走红。公安机关检测发现，部分“咔哇”饮料含有国家一类精神管制药品“ γ -羟基丁酸”。据报道，记者通过微信公众号搜索“咔哇”，仍然能找到一些售卖该饮料的销售商。

“一瓶饮料‘咔哇洵’，让你嗨爆全场”“不含酒精，一样能嗨”，极具魅惑的宣传，特别容易让年轻人跟风尝鲜。据介绍，一次性摄入 γ -羟基丁酸，即可引起短暂记忆力丧失及肌无力等症状，达到20-30毫克可引起快速睡眠，达到50毫克会立即导致意识丧失与昏迷，后果不可谓不严重。这种所谓的饮料为何大行其道值得追问。

对问题饮料，必须追索其来路。除了调查生产厂家都是谁，也得追问厂家为何炮制这种伤天害人的问题饮料。据业内人士称，这种饮料10瓶六七百元左右。相比普通饮料，无疑属于天价。事实上， γ -羟基丁酸自2005年起就被我国列入二类精神药物予以管制，并于2007年变更为一类。厂家不可能不知这一情况，更不可能不知道 γ -羟基丁酸的危害，但照样生产不误，就应了一句俗话“无利不起早”。对此，食药监等主管部门及司法机关应该及时查处，依法处理。

除了调查问题饮料的来路，更应该调查其销路。在“渠道为王”的时代，这种问题饮料得以盛行一时，销势强劲，显然与拥有独特的渠道有关。比如微商，比如电商平台。以微商为例，据知情人士透露，这种饮料近两年时常在一些娱乐场所出现，一般是通过微商进货，“之前微信上有一些代理，他们会在朋友圈发相关广告”。微商为利铤而走险，平台该承担什么样的责任？近年来，一些微商销售假冒伪劣商品备受诟病，如今连涉嫌违法犯罪的问题饮料也敢销售，为其提供销售的平台可壁上观？

众所周知，按照相关规定，任何单位、个人未经有关部门审批，不得进行麻醉药品和精神药品的实验研究、生产、经营、使用、储存、运输等活动。可问题是，一些大型网购平台的网店确在销售 γ -羟基丁酸等管制类精神药物。更让人担忧的是，在公安机关通报已在严查之后，记者通过微信公众号搜索“咔哇”，仍然能找到一些售卖该饮料的销售商，销售商还承诺可以邮寄。

从涉毒的“阿拉伯茶”“跳跳糖”“红冰”，到过量吸食会上瘾并可致人瘫痪的所谓“笑气”，再到如今的“咔哇”饮料，问题消费品层出不穷，极大地威胁着消费者的安全。这个还没查处，那个已冒了出来。在猎人与狐狸“斗法”的“游戏”中，无论生产者还是销售者都在玩火，却乐此不疲。这提醒相关部门该提高相关人员的违法成本了，也提醒监管部门丰富监管手段，以提升打击的精准度。

最重要的是，如果相关平台无法做到守土有责，问题消费品就很难获得有效遏制。故此，在强化防范的同时，还应该各司其职，通过合力，形成围堵之势，让类似违法犯罪行为无处遁形。（据人民网）

北京市消协提醒消费者 理性出游 文明消费

按照市政府旅游市场整治方案的要求，自去年起，北京市工商局进一步加强与有关部门的联合执法，围绕重点旅游时段，重点对不正当竞争、违法广告、无照经营、不合格商品和利用合同格式条款侵害消费者权益等违法行为进行了严厉打击。一年以来，工商部门共参与旅游市场检查1553次，检查各类经营主体8501户次，立案办结931起，罚没款1123万余元。从整治效果来看，我市重点时段旅游投诉同比下降31%，非法“一日游”投诉同比下降42%，其中昌平区旅游投诉同比下降92.14%，旅游市场秩序取得明显改善。

十一旅游黄金周前夕，北京市工商局根据目前旅游市场中易发、频发的问题，将持续加大对重点区域、景区（点）及周边的检查力度，重点做好前门、天安门、故宫周边、北京站、德胜门、八达岭长城、十三陵等区域的监管力度。

重点加大对群众反映强烈、社会影响面大、严重侵害消费者合法权益的旅游景区（点）及周边购物场所、另行付费旅游项目经营场所的整治力度，组织开展专项检查，依法查处各类违法行为。同时，强化与有关部门的联合执法，切实做好假日旅游市场监管工作，保护好消费者合法权益。

为了广大消费者能够开心愉快的度过十一黄金周，北京市消协特发布旅游消费提示，希望广大消费者能够做到文明消费、理性消费。

一是找好旅行社是关键。消费者无论从线上或是线下选定旅行社报名都应务必查看其证照。查看旅行

社是否有旅游管理部门颁发的《旅行社业务经营许可证》和工商部门核发的《营业执照》。如消费者参加出境旅游的，还应查看旅行社是否有国家旅游局颁发的《出境旅游业务经营许可证》。

二是签订合同要规范。消费者出行前一定要与旅行社签订由国家旅游局和国家工商行政管理总局联合制定的示范文本合同。对于一些宣传卖点、优惠内容、旅游行程以及容易引发纠纷的事项要在合同中明确约定，尤其对乘坐的交通工具、住宿标准、餐饮标准、游览景点、娱乐标准、购物次数、旅游保险等标注清楚。

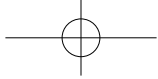
三是旅游消费需理智。任何形式旅游产品都应符

合市场规律，经营者向消费者提供的旅游产品是有其固有成本，消费者在旅游过程中要保持理智，“巨大优惠”的背后可能是“消费陷阱”。消费者在旅游过程中，对经营者在商

场、市场、景区等消费场所内，宣传的所谓“免费旅游”、“低价旅游”、“赠送旅游券”以及“当地特色购物”等低价诱惑要提高警惕，防范消费陷阱。

四是维权意识不能少。消费者在选定旅游产品时，除要保留合同、发票等凭证外，对重要的内容还需要采取截屏、录音、拍照等方式留存。若旅游过程中发生自身权益受到损害，消费者要保持冷静并及时与经营者交涉解决，难以协商解决的，可根据不同情况向公安、旅游、工商等相关行政主管部门进行举报或投诉，运用法律武器维护自身合法权益。





北京市工商局通报八大旅游违法案例



9月28日上午，北京市工商局召开了旅游市场专项整治工作情况通报会，会上通报了北京市工商系统自去年以来查处的一批具有典型违法特征的案件，当事人的违法行为损害了公平交易的市场原则，扰乱了首都旅游市场秩序，侵害了广大消费者的合法权益。今后，北京市工商局将持续加强对旅游市场的监管力度，为建设首都良好的旅游市场环境而努力。

案例1

北京青年遨游国际旅行社有限公司通州门市部不以真实名称提供服务案

为吸引更多旅游消费者关注，招徕旅游业务，北京青年遨游国际旅行社有限公司通州门市部自行设立了两个网站（域名为“www.bjqnaoyou.com”、“www.bjqnlv.com”）从事国内旅游和入境旅游招徕、咨询服务。在网站显著位置标明有“北京青年旅行社股份有限公司”“北京青旅”等字样及标识。

经查，北京青年遨游国际旅行社有限公司通州门市部与北京青年旅行社股份有限公司没有任何关联，属于故意冒用北京青年旅行社股份有限公司的名义从事经营活动。根据《侵害消费者权益行为处罚办法》，通州工商分局对其作出了罚款1万元的行政处罚。

案例2

北京春光鑫商贸有限公司销售不合格玉器案

北京春光鑫商贸有限公司在位于西城区大栅栏街6号的经营场所中从事珠宝玉石销售。西城工商分局

对其销售的标称为翡翠玉手镯和翡翠玉挂件的商品进行了抽检，经国家珠宝玉石质量监督检验中心检验，均为经过人工染色、漂白、填充等手段处理的翡翠制品，属不合格商品。西城工商分局依据《中华人民共和国产品质量法》，对其作出了没收不合格商品，罚款5.64万元的行政处罚。

案例3

胡某无照经营及作虚假或者引人误解的现场说明和演示案

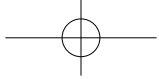
胡某在未依法取得营业执照的前提下，在其租赁的剧场内以现场表演展示的方式从事书法作品销售的经营。为吸引消费者，胡某安排的主持人将书法创作人员张某某虚假宣传为国家一级书法家，并宣称其书法作品市场价格为8万元一件。

胡某的行为不仅违反了《无照经营查处取缔办法》，同时胡某还违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》的规定，昌平工商分局对胡某的违法行为作出了没收违法所得1.26万元；罚款17万元的行政处罚。

案例4

乔某有奖销售玉石案

根据游客举报，西城工商分局的执法人员在乔某经营的北京吉龙老栅栏商城检查时，发现乔某在消费者结账时告知消费者可进行免费抽奖获得玉器，然而在抽奖盒中只放置奖项为“一等奖”和“谢谢惠顾”两种奖券，并且可人为操纵消费者抽中一等奖。



消费提示

Consumer Tips

抽中一等奖的消费者需要支付玉器价格一折的加工费才能获得该奖品，使消费者购买其虚标高价的商品。乔某的行为违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》，西城工商分局依法对其作出了罚款1万元的行政处罚。

案例5

北京八运鸿缘商店不接待散客案

《北京市旅游条例》8月1日实施，东城工商分局依据《条例》第四十四条“接待团队旅游的购物场所、另行付费旅游项目经营场所应当同时向其他社会公众开放”的规定，对安定门西大街18号一家门口贴有“不对外”的标识无名书画社进行了现场检查，发现该处经营者陈某某开设的“北京八运鸿缘商店”，专门向胡同游旅游团体推介驻场“书画人士”作品，不接待其他社会公众。若散客想进店参观，则需在三轮车胡同游售票处购票方可进入。

北京八运鸿缘商店的行为违反了《北京市旅游条例》第四十四条规定，东城工商分局根据《北京市旅游条例》第七十五条，对其作出罚款5000元的行政处罚。

案例6

北京鼎基商贸有限公司从事欺骗性有奖销售案

北京鼎基商贸有限公司在举办抽奖销售活动中宣称：凡顾客在其场内消费满50元，可以店内免费领取小礼物，同时可参加抽奖活动。其中“特等奖”免费赠送价值4880元的翡翠挂件一件。大兴工商执法人员在检查中发现，经营者实际未在购买者抽奖的奖池中放置“特等奖”。且未明示其所设奖的中奖概率。

北京鼎基商贸有限公司的行为违反了《关于禁止有奖销售活动中不正当竞争行为的若干规定》，大兴工商分局对其作出了罚款1万元的行政处罚。

案例7

北京密云桃源仙谷旅游管理处商业贿赂案

密云工商分局在对北京密云桃源仙谷旅游管理处进行检查时，发现由该景区售票人员记录并保管的两个记录本中，记载了该景区向民俗户支付门票回扣的账外支出情况。经查，当地44个民俗户共为该景区提

供了7909位客源，景区应获门票收入合计：26.6万元。但该景区实际计入景区会计账21.9万元，剩余4万余元作为回扣支付给了为景区介绍客源的民俗户，构成商业贿赂行为。

密云工商分局依据《反不正当竞争法》对其作出了没收违法所得21万余元，罚款2万元的行政处罚。

案例8

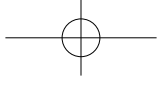
北京龙腾阁文化传播有限责任公司虚假宣传案

北京龙腾阁文化传播有限责任公司在销售“圣怡牌烤鸭”、“全聚德牌烤鸭”、“鑫韵牌老北京烤鸭”等商品的过程中，为了扩大烤鸭的销量，该公司在经营场所开展“促销活动”，并专门制作了“降价商品标价签”放在显著位置进行宣传，促销价格比该商品标称的原价低20-30元不等。

延庆工商分局调查发现，该公司开展促销活动前烤鸭的最后一次交易价格均与其宣传的“原价”不符，属于虚构原价的虚假宣传行为，根据《零售商促销行为管理办法》和《北京市反不正当竞争条例》规定，延庆工商分局依法对其作出了罚款1万元的行政处罚。

上述案例是北京市工商系统自去年以来查处的一批具有典型违法特征的案件，当事人的违法行为损害了公平交易的市场原则，扰乱了首都旅游市场秩序，侵害了广大消费者的合法权益。对这些案件的查处，体现了北京市工商局维护良好旅游市场秩序，维护广大消费者权益的决心。北京市工商局将持续加强对旅游市场的监管力度，为建设首都良好的旅游市场环境而努力。





当心这些婚宴“猫腻”

金九银十，又是一年婚礼季。准备婚礼是新人们的头等大事，婚庆市场、酒店预订生意也是非常火热。随着预订和举办婚礼的人数增多，一些婚庆公司和酒店在招揽生意之余打起了新人的主意，这些婚庆公司和酒店抓住了新人结婚时碍于面子的心理，引发婚礼市场消费的“猫腻”。

陷阱一

“套餐”引上钩 “定金”永不退

“经济型3000元婚礼套装”“4888元超低价豪华婚宴”……以“套餐”的名义来吸引消费者，通常是婚庆公司在激烈竞争中抛出的第一个“诱饵”。

除了先以“套餐”吸引顾客然后逐步加价之外，借此捞取“定金”的婚庆公司也为数不少。被看似优惠的价格打动的顾客需要先付一笔钱，婚庆公司提供的大多是“定金”收据，而不是法律规定可退还的“订金”收据。一字之差，即使消费者第二天就改变主意，想调换婚庆公司，要拿回“定金”，免谈！这样一来，婚庆公司无需任何成本支出，就能净赚一笔“定金”。

陷阱二

婚车上演“变脸”戏法

其实，绝大多数婚庆公司都没有自己的婚车，而是向汽车租赁公司或个人租来的。一旦遇到结婚旺季，车辆很难保证，临时换车是常有的事！更有甚者，许多中小婚庆公司通过中间人租用高档私家车、外资公司高档公务车等。临时加价也是常有的事，消费者切莫仅凭“口头合同”就将所有事宜交付婚庆公司，建议消费者在婚庆合同中明确车型和价格，以便更好维护自身权益。

陷阱三

说你是“金牌司仪”，你就是“金牌司仪”

如今，许多新人热衷于请“金牌司仪”主持婚礼，不少婚庆公司也竭力推荐。“其实，‘金牌司仪’并没有严格的统一标准。”一家婚庆公司所掌握的司仪资源相对固定，所谓的“金牌司仪”“普通司

仪”，完全可以根据消费者的需求任意变更。如消费者提出要求，婚庆公司就可以把“普通司仪”说成是“金牌司仪”；如果消费者嫌价格太贵，原先的“金牌司仪”又成了“普通司仪”。

陷阱四

摄影机、摄像机玩弄概念

婚庆公司提供的价目表上一般都会写“数码摄像850元，专业数码摄像1000元。”何谓“专业”？据业内人士透露，新人在预订婚礼摄影、摄像服务时，一般都会选择“专业”，但对究竟什么才是专业数码摄影和摄像却知之甚少，或者只认摄影机、摄像机的品牌。“不少消费者指定要‘索尼’摄像机，其实同是‘索尼’品牌，也有专业摄像机和家用摄像机之分。”部分婚庆公司利用新人“注重机器，忽视操作者”的心理，在机器上偷换概念。

首都工商提示：

慎重选择婚庆礼仪公司

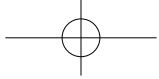
预订婚庆服务之前，要看营业执照，选对婚庆商，要看看其工商营业执照中是否有“婚庆服务”这一项经营范围核准登记过。另外还需要查看从事婚庆礼仪服务的主持人、摄影师等人员之前有无相关工作经历和相应资质证书。

定套餐时交订金不宜过多，签合同避陷阱

现实生活中，不少婚庆商家事先打印好、填空式、看似正规合法的婚庆格式合同往往都有违法之嫌。新人定套餐、交费用、签合同时，很容易陷入“把预付款当订金交、订金交太多、两次消费加钱、指定（捆绑）消费、交钱容易退回难”等消费陷阱。

婚庆消费维权留存相关证据

婚庆消费需留存相关书面合同、收费单据、广告宣传单等证据，其中与经营者签订的书面合同，需要明确服务的时间、项目、地点、费用、双方的违约责任、权利和义务和争议解决的方式等，保留好合同、发票等消费凭证，可以让新人万一权益受损时避免空口无凭，有利于举证维权。（首都工商）



赴澳消费购物四大锦囊

随着内地消费者前往澳门旅游人数不断增多，在澳门购物日渐成为热点。为更好地保障内地消费者在澳门旅游购物的消费权益，国庆假期来临之际，中国消费者协会和澳门消费者委员会联合发布赴澳门旅游消费锦囊。



1、在餐饮消费时，注意计价单位

澳门部份餐饮场所，会向消费者收取“百分之十”或“百分之五的服务费”。另外，在春节、国庆节等法定节假日，澳门各类餐厅、饮食店或会收取额外的附加费。根据澳门法规规定，领有合法经营牌照的餐厅、饮食店都要把食（饮）品和服务的价格，以及任何附加收费标示在餐牌内或场所内。

对以单位计价的食（饮）品，购买前应问清是以“每桌”、“每位”、“每碟/碗/杯”等哪种单位来计价。以“时价”标示的食（饮）品，下单前要先清楚问“时价”的标准，避免结账时，出现纠纷。

2、购买黄金首饰时，注意黄金含量和价格

根据澳门法律规定，足金金饰的黄金含量纯度不得少于千分之990。同时俗称“18K金”或“14K金”等彩金产品，不能称为“足金”。而“K金”或“彩金”金饰的黄金含量纯度，也要符合法定标准。澳门法律规定所有黄金产品都要在产品及其单据上标注其黄金含量纯度，商家也要在营业场所张贴有关黄金成色的告示，消费者选购时可以询问商家有关信息。

收费方面，足金金饰一般会按当天饰金牌价计算，另外加上手工费及佣金等费用。而“K金”或“彩金”金饰当中价格不一定与其黄金含量相符，主要是取决于产品的款式特色，因此，提醒消费者在选购黄金产品时，要根据自身需求去考虑。

3、选购手表时，注意手表的产地来源

消费者在澳门选购手表时，应先了解目标品牌官方网站中的资料，购买时要确定品牌的名称，包括外文和中文翻译，型号、功能等，并向商家索取发票、产地证明和保修卡，保修卡要有商号的公司盖章才生效。

在选购商家所推介或声称“瑞士制造”的手表前，应当了解，是否同时符合“瑞士制造”手表的三个条件：(1)机芯为瑞士生产；(2)在瑞士完成组装；(3)在瑞士完成生产者的最后检测。

4、选购手机时，注意价格及保修

在澳门购买的手机不适用内地“三包”规定，消费者可先通过官方网站了解相关产品价格和其他信息。澳门销售的手机有“行货”和“水货”，都是原厂生产。对于“水货”，通常不能享有免费保修服务，甚至被拒维修，或要缴付较高的维修费用。消费者在购买手机时，要问清手机是否可以在内地使用，并使用自己的SIM卡来测试要购买的手机。切记向商店索取及保留购物单据，可考虑选择“诚信店”，因为手机如有材料或工艺上的瑕疵，消费者可于购买日起计，“诚信店”七天内会为消费者更换同款同型号商品（品牌商另有明文规定除外）。

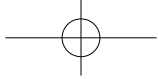
5、购买其他电子产品时，留意内地是否有保修服务

消费者购买电子产品前，应先对所计划购买的电子产品信息进行了解，例如可通过在互联网上查找相关产品之官方网站，以了解相关产品的型号、规格、功能、零售价格、评测报告、配件等信息；购买时，要问清楚产品货源、保修条件及范围，尤其是否提供全国联保。在澳门当地出售的电子产品，目前不适用内地“三包”的规定，遇到问题澳门消委会将依据当地相关规定处理解决。

由于澳门不同商家可订立不同价格，有时价格会相差甚远，所以消费者在购买前谨记货比三家，在不同商家进行价格比较，要了解清楚才去购买。切记向商店索取及保留购物单据，而单据应载有商店名称、货品名称、交易金额、交易日期，以及特别的交易内容（如注明货品属“行货”或“水货”等）。



消费者可选择在澳门消费者委员会确认为“诚信



店”的商家购物，可以获得更好的保障。“诚信店”标志的年份必需是当年年份，资格才被确认。诚信店名单及详细资料可浏览澳门消委会网页（www.consumer.gov.mo），或关注消委会微信账号。



之三

维权合作协议设绿色通道

澳门消委会与内地多个省市消协（委员会）签署合作协议，订立了简便与快捷的处理机制。内地签署协议的省市消协（消委会）名单可点击：<http://www.consumer.gov.mo/AboutUS/allide.aspx?lang=zh>查看。



之四

消费争议仲裁中心为旅客提供跨区仲裁服务

当发生纠纷时，可以通过澳门消委会消费争议仲裁中心提供的快捷、公平、免费的调解及仲裁处理，保障消费者的合法权益。消委会辖下的消费争议仲裁中心专门处理金额在50,000或以下澳门元(折合约41,000人民币)的消费争议，内地消费者返回原居地提出消费申诉后，如因争议无法解决，是可以要求通过仲裁中心解决与商号的争议。（中消协）

二手物品交易平台消费提示

近期，徐先生在某二手交易平台上看到一款二手手机，比较符合自己的需求，通过跟商家联系，对方说加QQ看“真机”视频聊，看了对方展示的视频，徐先生大为心动，觉得物超所值。对方又称自己在中关村有家实体店，如果不走平台，直接当面交易可以更加优惠。于是双方互留电话，约定日期见面交易。然而当徐先生按照约定时间来到交易地点，并通过微信转账支付购买手机后，对方才称这是合约机，要求徐先生提供身份证办理2年入网指定套餐，否则需连续18个月到店面来付费解锁，这么一来，反而比买同款新机的市场价还要高。徐先生顿悟自己上当受骗，要求退钱，对方称钱已经转到公司总账，无法当场退，只能先给徐先生开一个收据，若干工作日后转给徐先生。徐先生回去后等了一周也没有收到微信退款，再打商家电话，但是自己已经被对方设置为黑名单拒接，QQ上也被拉黑了，之前的店面也已“人去楼空”。

消费提示

海淀区消费者协会在此提醒广大消费者，在二手物品交易平台上购物消费时应注意：

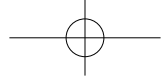
1、价格过低藏陷阱。不法商家利用二手物品交易

平台发布低价商品，诱使消费者与其联系，对于低价推销，要冷静考量，理性消费。尤其是手机等电子电器类商品，如果价格过低，就要谨防“转型”以次充好、合约机冒充裸机、翻新机、山寨机等陷阱。

2、线下交易要谨慎。建议不要脱离二手物品交易平台进行线下交易，同时沟通尽量选用平台官方承认的交易聊天工具，只有这样才是买卖双方出现纠纷时平台认为真实有效的证据，避免QQ等其他聊天工具。

3、快递先验再签收。二手物品交易平台上购买的商品，尤其是手机等贵重物品，一定要本人当着快递员的面开启并仔细查验，确认无误后再签收，如果商品有任何问题，务必当着快递员的面致电商家，避免带来不必要的损失。

4、保留证据利维权。口头承诺一定要白纸黑字留下证据，注意留存聊天记录、交易凭证等信息，一旦发生纠纷，及时与商家沟通协商，或者申请平台介入调解仲裁；协商不成的，可与当地工商部门或消费维权组织取得联系，请求调解；调解不成的，可及时选择去法院起诉等其他法律途径解决；如遇诈骗，联系不上商家的，可直接向公安部门报案。（海淀区消协）



教您躲开互联网教育的消费坑

互联网教育是新兴的网络教育行业，涉及职业技能取证培训、学历教育、兴趣教育等多领域，几乎涵盖了目前我国国家所有的教育领域。也因其有受众范围广、消费者选择性强、上课时间灵活、无需入门考试等特点，成为家长和学生接受课外教育的不二选择。

但在互联网教育行业扩大的同时，从事互联网教育的企业良莠不齐。据了解，有些孩子参加互联网教育课程不满意，出现交钱容易退款难的问题。投诉内容主要是：教学质量与承诺的不一致、不能按照约定退款、英语外教口音不相符、不提供纸质合同等问题。消费者要求该公司退还相关培训费，却遭到拖延或拒绝。建议您在互联网教育机构报名前先仔细阅读本文，有助您获得良好的教育体验，减少消费维权烦恼。

目前互联网教育机构问题集中在：

1、虚假宣传现象严重

为了吸引消费者报名，在宣传过程中，虚假承诺100%考试必过、绝对国家认可学历，或者将亚洲国家的英语外教，说成是英美国家的，恶意欺骗消费者的现象时有发生。

2、合同签订不规范

教育机构不主动甚至故意不提供合同文本，或者合同没有明确的权利义务约定，给维权带来不便。

3、师资力量不规范

互联网教育机构的授课老师没有经过教育主管部门或其他行业主管部门的审批，根本不具备授课资质，造成授课质量降低。

4、内部管理混乱

互联网教育机构与实体学校相比，没有建立完整的内部教育运行体系，消费者遇到纠纷，投诉无门，只好找监管部门反映问题，增加了消费者的维权时间。

消费提示

- 1、在报名缴费时，一定要签订合同，仔细核对合同条款，查看权利义务的约定是否与教育机构承诺的一致，并保留缴费依据、聊天记录，为今后的维权保留证据。
- 2、要查验互联网教育机构的资质、相关授课老师的资质，避免上当受骗。
- 3、拨打教育机构所在地主管部门的电话，或登陆相关部门的网站，查验互联网教育机构的信用情况，减少失信企业带来的侵权损失。（首都工商）

“促销季”来临，当心特价商品有陷阱

“金九银十”，各商家纷纷推出不同形式的促销活动，其中一些不法商家玩弄各种伎俩，制造消费陷阱，消费者一不小心就会落入其中。

近日，家住大兴的陈女士市民反映，自己在一家专卖店购买了一件衣服，回家后发现质量问题，商家却因为是特价商品不愿意退货。商品是否真的因为“特价”的原因，一经售出商家就不承担任何责任？

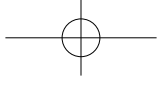
‘特价商品不退不换’的规定，有一个重要的前提就是打折、特价商品并没有质量问题。如果消费者购买的商品发现存在质量问题，依据《消费者权益保

护法》规定，经营者应按国家相关规定承担包修、包退、包换或其他责任，而不得以格式合同、通知、声明、店堂公示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定。在大兴工商部门调解下，商家退还了陈女士的购物款。

在此，工商部门提醒消费者，在购买打折促销商品时要多留一个心眼儿，避免不必要的纷争。

消费提示

- 1、要货比三家，对同类商品的价格、款式、功



消费有风险 单方毁约可维权

近日，工商部门接到一起消费投诉：2016年消费者谢女士在某幼儿水育馆办理了一张游玩钻石卡，服务项目为婴幼儿游泳和欢乐淘气堡各消费100次，价值4980元。办卡时宝宝八个多月，因为太小还不能玩淘气堡，游过两次泳，宝宝有不适反应，就一直未使用此卡消费。今年，谢女士想要带孩子到店玩淘气堡时却发现该游艺项目已拆除，谢女士联系店长，认为商家单方面缩减服务项目要求退还预付卡内剩余全部金额。商家不同意谢女士提出的退款要求，表示只能按照欢乐淘气堡10元一次的价格退1000元给消费者，游泳可以继续使用。双方各持己见，未能就退款达成一致。

工商部门接到投诉后，及时与消费者和经营者取得了联系，对投诉情况进行了调查核实，发现经营者的确已经拆除淘气堡项目，不能继续提供服务。根据《侵害消费者权益行为处罚办法》第十条第一款：“经营者以预收款方式提供商品或者服务，应当与消费者明确约定商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等内容。未按约定提供商品或者服务的，应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款，并应当承担预付款的利息、消费者必须支付的合理费用。对退款无约定的，按照有利于消费者的计算方式折算退款金额”的规定，由于该案中商家不能按照办卡时的约定继续提供服

务，且双方对于退款无约定，因此应当按照有利于消费者的计算方式退回预付款。最终，经营者在约定期限内将预付卡余款退还至谢女士账户。

近几年，工商部门接到因办理预付卡引发的消费投诉非常多，此类纠纷主要集中在诱导消费、经营主体不合法、霸王条款、强制服务、虚假宣传、人身安全无法得到保障、变相涨价、擅自中止服务等几大问题。进入酷夏，许多服务项目需要转于室内进行，又到了办理预付卡的旺季。在此，工商部门提醒广大消费者办理预付卡时需谨慎，特别是在办理美容美发、儿童娱乐、健身、游泳等行业预付卡时，一定谨记以下几点：

一是办卡前要考察经营者的资质、经营状态，尽量选择证照齐全、规模大、信誉好、经营时间长的企业；

二是选择预付卡种类时要做到理性消费，根据实际情况选购预付卡，切忌贪图便宜，避免一次性交款投入太多，得不偿失；

三是签订办卡合同时，双方应明确约定服务的内容，如服务使用范围、有效期限、退转卡规定等，不要轻信商家的口头承诺，服务约定要落实到书面合同上；

四是办卡时勿忘索要发票、保留书面证据，以备发生消费纠纷时维权有据，消费过程中一旦与商家发生争议及时向工商部门或者其他相关部门进行投诉。（北京市工商局）

能等进行多方面了解，同时多留意商品日常的销售价格，谨防虚假打折。

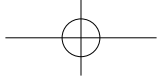
2、理性对待商家促销，不要轻易相信商家的广告宣传，应看过实物及说明书后再做购买决定，根据自己的实际需要和购物计划来购买商品。

3、消费者应细心检查商品质量并索要“三包”凭据。

4、详细了解促销规则。注意仔细查看经营者在经营场所中所明示其开展促销活动的具体内容，了解促销原因、促销方式、促销规则、促销期限、促销商品的范围，以及相关限制性条件等。

5、养成良好的消费习惯，索要并保管好购物凭证，购货票据上注明的产品名称、型号等是否与所选购商品相同。

发生消费纠纷或者购买到假冒伪劣商品时，可及时拨打工商部门12315热线，也可向其他行政职能部门反映或者向消委会投诉。涉及乱收费问题的请向物价热线12358反映；涉及旅游问题的，请向旅游热线12301反映；涉及食品、药品、保健品、医疗器械问题的，请向食药监热线12331反映；涉及税务发票问题的，请向税务热线12366反映。（北京市工商局）



让“共享单车”骑行无忧



2017年初以来，共享单车（互联网租赁自行车）逐步进入全国各地，车辆投入数量井喷式增长，消费者参与热度很高。然而，由于管理和服务相对滞后，快速增加的共享单车给城市管理、公共秩序和消费者权益保护工作带来考验。共享单车作为新生事物，方便了老百姓短距离出行，拓展了城市绿色交通的内涵。对于这种新业态，人们总会以包容的态度来对待，但是包容不等于纵容，近期发生在共享单车领域的安全骑行保障难、押金余额退还难、无序投放、乱停放等问题，已经成为广大消费者和社会各界关注的主要诟病点。治理共享单车管理乱象，促进共享经济健康发展，需要政府、企业、消费者共同努力。

2017年8月2日，经国务院同意，交通运输部、中央宣传部、中央网信办、国家发展改革委、工业和信息化部、公安部、住房城乡建设部、人民银行、质检总局、国家旅游局10部门联合出台了《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》（下称《指导意见》），加强对共享单车行业的规范，推进城市慢行交通工具基础设施建设，让消费者的人身安全、资金安全、个人信息安全有保障，让消费者的交通出行更加舒适便利。

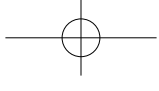
《指导意见》提出，城市人民政府是互联网租赁自行车管理的责任主体，要完善自行车交通网络，合理布局慢行交通网络和自行车停车设施，积极推进自行车道建设，优化自行车交通组织等。要推进自行车停车点位设置和建设。制定适合本地特点的自行车停放区设置技术导则。采取正面清单和负面清单相结合的方式，规范自行车停放及管理。要引导有序投放车辆，根据城市特点、发展实际等因素研究建立车辆投放机制，引导企业合理有序投放车辆。及时清理违规停放、存在安全隐患、不能提供服务的车辆。加强监

督管理和宣传教育，公开通报存在问题，引导安全文明用车，提高企业服务质量和用户信用评价。此外，《指导意见》还明确要求运营企业要加强线上线下服务能力建设，对用户注册使用实行实名制管理并签订服务协议，明示计费方式和标准，建立投诉处理机制，为用户购买人身意外伤害险，禁止向未满12岁的儿童提供服务。

针对消费者比较关心的用户资金及信息安全等问题，《指导意见》鼓励采用免押金方式提供租赁服务，企业已收取押金或者预付资金的，要在注册地设立专用账户，实行专款专用，完善退还制度，接受交通、金融等主管部门监管。企业要遵守国家网络和信息安全有关规定，将服务器设在中国大陆境内，落实网络和信息安全各项措施，采集的信息不得侵害用户合法权益和社会公共利益，不得超越提供共享单车服务所必需的范围。

消协建议由政府有关部门牵头主导，尽早建立常态化沟通机制，定期或不定期召集共享单车企业研讨并持续改进共享单车治理，比如单车投放总量控制的情况下，多家共享单车企业如何约束各自投放量。同时希望城管、交通、交警等相关部门可以共同规划，增加城区单车停放点，通过划线、明确设置醒目标识等措施。也希望各家媒体加大公益宣传，培养市民正确文明使用共享单车、按照交通标志停放的主动意识。

而作为共享单车的使用者，广大消费者要做到理性消费，在缴纳押金前，最好多渠道了解“单车”所属企业的信誉及口碑，做到心里有数；充值额度不要超过正常使用范围；长期不使用时要及时申请退款；要遵守道路交通法律规定，养成文明卫生的用车习惯，做到规范骑行、有序停放；要发挥主人翁精神，发现乱停、乱放、违规使用共享单车的，要帮助企业进行规劝，必要时向单车平台或市政管理等部门进行举报，共同建设良好的社会公共秩序；使用车辆过程中，一旦发生“押金”无法正常退返等合法权益受到损害的情况，要依法主动向平台反馈，必要时向当地消费者协会或工商、市场监管部门投诉举报。（山西省消协）



警惕“培训贷”风险!

日前，佛山市消委会接到消费者吐槽，A刚毕业参加工作不久，想在业余时间提升自己的英语水平。到佛山一家叫韦X英语培训机构了解情况，在课程顾问的讲解和推销后，选择了一个费用为36800元的英语课程，并马上办理入学手续。当时费用不够，课程顾问又引导A选择金融贷款，然后复印身份证，填写申请表格，签订入学合同，整个过程不到十分钟，贷款手续就办理好了，A交了3000元现金，剩下的33800元分18期还款，每月还款1877元。

后来，A感觉每月还贷压力较大，加上公司需要派调A到外省驻点工作，课程也没有办法按时上课，于是向培训机构提出退款申请。经过多次协商沟通，韦X英语培训机构终于同意退款，但需要扣除银行分期手续费、学费、违约金和其他费用共计22300元，A表示很无奈。

曾经处于风口浪尖上的“校园贷”因监管严厉趋于沉寂，另一种专门面向求职大学生或初入职场小白“培训贷”成为新的乱象。与校园贷不同的是，培训贷的主要用途是培训，一些培训机构与贷款公司合作，前期的贷款审核公司由培训机构来做，所以很容易优先通过申请。且培训机构只向学员描述贷款培训后带来的各种利好，而不说明其中的风险，容易诱导学员申请贷款交高额培训费，而学员需要背负贷款和高额利息，如果想中途退出培训，须向培训公司交纳高额的违约金，还可能面临“信用危机”的风险，所以佛山市消委会提醒想要培训充电的消费者，一定要

注意考虑以下几点：

一、要搞清楚自己是否真的需要这些培训，还是一时兴起，要有自我保护意识，不要被销售人员天花乱坠的营销手法蒙蔽双眼。

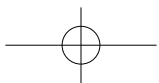
二、如果消费者确有培训需求，则须在报名前先了解清楚该培训机构的办学资质、师资条件、信用状况等基本信息，在交培训费前

一定要先签订书面合同以明确双方的权利义务，培训机构作出的所有口头承诺都应当在合同中进行备注，在付款后要记得索要发票，并保存收款凭证。

三、如果确实有必要通过培训贷的方式进行付款的，则一定了解清楚到底是由那家贷款机构提供的贷款，明确该贷款机构是否具备相应资质，是否有固定的经营场所和联系方式，与培训机构是

否存在关联性等基本信息。在签贷款合同前一定要仔细阅读合同条款，特别是涉及利息、分期方式、手续费、违约责任等方面的内容，要算清自己究竟需要支付多少利息，保证自己的正常生活不会因偿还贷款而受到较大影响。

四、注意保存培训机构派发的宣传材料、招生简章等作为维权证据。若发生消费争议，与培训机构协商不成的，可请求所在地消费者组织或有关行政部门投诉，或者通过仲裁或诉讼维护自己的合法权益。（佛山市消委会）



挑选家具难？ 九招教你如何选购实木家具

实木家具近年来越来越受到消费者的喜爱，那么，如何才能选购到真正质量上乘的好实木家具？以下九招教你轻松选。

1、辨别是否为实木材质

判断是否为实木家具的一个秘诀是：看木纹和疤结。如一个柜门，外表看上去是一种花纹，那么对应柜门背面也应该是相应的花纹。

2、常见实木材质分类

普通实木家具通常采用榉木、白橡木、水曲柳、榆木、楸木、橡胶木、柞木为原材料，而名贵的红木家具主要采用花梨木、鸡翅木、紫檀木。实木家具市场比较混乱，购买知名品牌产品更有保障。同时要注意，现在木料价格日趋上涨，太便宜的绝对有诈。

3、辨别实木质量

打开家具柜门、抽屉，观察木质是否干燥、洁白，质地是否紧密、细腻。如果是加入了刨花板、密度板等材料要打开柜门或抽屉，闻闻是否有刺激性气味。

4、观察木质有无缺陷

家具的主要受力部位如立柱、承重横条，不应有大的节疤或裂纹、裂痕。结构牢固，框架不得松动，不允许断榫、断料；各种配件安装不得少件。

5、观察板面强度高

板面强度可用手掌按，以感觉板面的牢度。一面材料应有井字形骨架来固定，如果骨架稀疏，一按表面就会感到虚空不实，面板颤动很大；抽屉底板也应用手按压，以试强度。

6、检查稳定性和安全性

观察有无抽屉或门框倾斜现象，有无榫头眼位歪扭或眼孔过大、榫头不严等工艺水平低造成的部位歪斜。木制家具要具备安全性和稳定性能，当把两个柜门打开90度后，用手向前轻拉，柜体不能自动向前倾翻；书柜门的玻璃要经磨边处理；穿衣镜和梳妆台要安装后背板，压条应把玻璃面固定。

7、检查接口滑轨等细节

选择实木家具宜选购采用鸠尾榫接合或蝶式接合的家具。较重的家具应在角位用螺钉加上保护块，并且粘好。至于背板部位，亦必须检查是否镶好，并且上好螺钉。

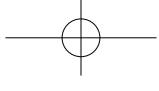
8、检查表面是否光滑

将手放在家具的表面，仔细检查抛光面是否平滑，特别要避免台脚等部位是否毛糙，颜料涂刷是否有条痕，角位的颜料是否涂得过硬，是否有裂痕或气泡。

9、把家具倒过来观察

把椅子和有垫面的家具倒过来，看清楚它们是怎样制成的。至于桌子，从底部检查，看看接缝是否用螺钉和楔子加固，条板与横挡扣接是否紧密，接缝有没有多余的胶水和填料。（中消报）





网上购物安全攻略

购买前

1看

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。因此，为了避免不必要的纠纷，看清图片和描述是很必要的。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。

2问

要注意与商家沟通联系。在购买商品时应注意及时和商家联系，同时还可以“讨价还价”，但最主要的还是要详细了解商品本身。

3查

查店主的信用记录。看其他买家对此款或相关产品的评价。如果有中差评，要仔细看店主对该评价的解释。

购买中

1、确定购买商品后，要注意核实收货人信息

购买商品后应注意确定收货人的信息，如最好有手机或者固话两个号码，方便卖家或者快递公司等联系。

2、选择正确交易方式，避免财物两空

使用第三方支付平台进行担保交易可为买卖双方提供公平的交易保障，买家通过第三方平台支付，可在收到商品后对其进行检验，认为商品与描述相符，再完成付款给卖家。若商品存在问题，与商家所



Focus

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。

承诺的不相符，可申请退款，避免或减少损失。而卖家亦可以货到付款的情况下，避免不法买家收到商品后不付款的情况。切勿在未收到任何商品的前提下交付任何费用！

购买后

1、卖家邮寄商品后，要注意查看发货的流程

商家选择平邮商品超过15天或快递商品超过3天时，应注意要联系卖家询问发货情况。同时还可以通过查看物流信息来掌握商品运送信息。

2、收到网购商品后，要亲

自查看商品质量

收到商品时应注意第一时间查看商品信息，具体查看商品是否与卖家发布的商品信息一致，有无人为的损坏或其他问题。如果商品有问题，可以选择拒签。

3、成功交易后，尽量索取售货凭证

建议消费者在完成交易后，向卖家索要收据或者凭证，并妥善保管汇款单据等，同时保留与卖家的往来邮件或手机短信等资料，以备不时之需。

刷卡消费留存根

持卡人应尽量选择知名度高、信誉良好的电子商务网站进行网购；中国银联提醒，持卡人身份证号、银行卡号、银行卡密码，信用卡有效期、校验码（信用卡背面签名条上数字的后三位）以及交易短信验证码，都是涉及账户安全的重要个人信息，需妥善保管。若遇自称银行、银联、司法机构工作人员索要以上信息，请谨慎识别。

网购时千万别蹭免费WiFi

正规的、有安全保障的WiFi通常都设置有密码，一方面是为了防止“蹭网”，另一方面也是出于安全的考虑。因此当大家利用免费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。

（上海市消保委）

汽车保养误区知多少?

在我们对汽车的日常养护中，往往容易出现过而不及的情况。有时候，爱车心切的我们，总希望给车最好的养护，殊不知这样可能对车造成更大的伤害！今天就让我们一起来说说汽车保养的误区，希望广大的车主朋友们可以及时走出误区。

三滤一齐换

很多车主一旦感觉汽车怠速有问题，就立即前往4S店更换三滤，认为只要三滤干净，汽车跑起来就没有问题。而有些4S店的维修人员，为了多挣工时费，也乐意接受车主这种请求，将三滤同时更换。

汽车三滤完全不需要一起更换。从专业角度来看，汽滤一般在3万公里时更换，机滤在5000公里时更换，空滤则可以在1万公里时更换，如果同时更换就是浪费。车主在更换三滤时，除了以里程数作为参考外，也要考虑当地特有的天气情况。如果是长时间停放不开的车，大可不必全部更换三滤，只需更换机油和机滤就可以。

不到首保时间或公里数就保养

一般情况下，首次保养的时间和公里数应该在6个月或5000公里，这在车辆保养手册上都会有注明(不同车型首保略有不同)。但对于很多新手小白，对车辆保养信息不是很了解，听信4S店的售后人员在6000公里之内进行了2次保养，机滤也更换了2次，有些甚至还更换了



汽滤，间隔时间仅仅3000公里(正常间隔时间为5000-7500公里)。

以上的这种做法显然是不合理的，虽然保养频率高并不是什么坏事，但过于频繁也没必要。正确的按照厂家要求的保养时间或公里数进行保养，不仅能使汽车保持良好的行驶状况，而且也能节省一笔不小的保养费用。

各种油、液越多越好

很多车友认为，发动机舱内的各种油/液最好多添加一些，以免在长时间用车时出现不够用的现象，因此时不时的添加玻璃水、防冻液以及机油等油/液也成了大家经常干的活。

然而多多益善并不是适用于任何地方，在添加机油方面，最好按照保养手册中给出的标准数值来添加，因为机油过多会导致燃烧室积碳增加，发动机功率反而会降低；而玻璃水、防冻液以及制动液的添加，各储液罐上都有直观的刻度线，添加范围需维持在上下限刻度之间，不宜过多也不宜过少。

频繁打蜡不停歇

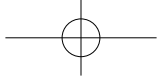
很多车主喜欢经常给车打蜡，认为这样会不怕酸雨和大雪，同时也能让车漆光彩夺目，殊不知频繁打蜡会给车带来很大伤害。虽然打蜡确实有益于汽车的维护和保养，但是频繁打蜡会给车漆带来伤害。因为有的车蜡中含有碱性物质，长时间使用会使车身变乌。

南方的雨水较多，且含有大量的酸性物质，所以打蜡可相对多一些，而北方的车就没有必要频繁打蜡。如果车主通常将车停放在车库，每四个月打一次蜡就行了，如果经常停在露天停车场，每两个月打一次蜡就可以了。打蜡时最好选择去污能力适中并且不含研磨剂成分的车蜡。此外，新车不要随便打蜡。因为新车本身已经有一层蜡，如果重新打蜡会破坏原有的蜡。对于新车来说，买回来的5个月之内都没有必要打蜡。

不同品牌的冷却液混合使用

有些车主为了图便宜或者图方便，把别人的冷却液拿过来加到自己的车上。虽然省事了，但是殊不知这样大错特错。

不同品牌的冷却液其化学性能可能相差悬殊，比如对黑色金属有效的防腐剂，却常常对铝制品有腐蚀作用；而适用于铝合金的防腐剂则对铁合金有害。不同品牌的冷却液所用的防腐剂不同，所以不能混合使用。混合使用容易加速汽车的老化的损坏的速度。(中国质量网)



专家教您辨别真丝

秋季来临，丝巾、丝质衬衫等桑蚕丝制品又到了选购高峰期。桑蚕丝又称真丝，是天然的蛋白质动物纤维，因其光滑柔软的手感、良好的舒适性、透气性和延伸性而广受消费者青睐。但市面上琳琅满目的宣称“真丝”制品，其实很多以涤纶或其他化纤原料制成的，那要如何确保自己能选到货真价实的桑蚕丝制品呢？

真丝的常规鉴别方法

真丝面料因其加工工艺的不同手感也不一样，且现在的涤纶碱减量工艺也能制作出真丝般的手感，因此仅凭手感很难鉴别是否是真丝。生活中最简单实用的桑蚕丝鉴别方法就是燃烧法。可以用打火机烧丝料的边缘，真丝则看不见明火，有烧毛发的味道，丝灰成黑色颗粒状，可以手捏碎。而市场上出现的仿真丝比如人造丝（粘纤）燃烧时有烧纸味，呈少许灰白色灰烬，涤纶会起火苗，冒黑烟有甜味，火熄后呈硬而黑的圆珠状。

真丝的日常购买须知

一般消费者可根据桑蚕丝的特性进行选购：

一是桑蚕丝透气性好，穿着凉爽，不妨试穿看看，如果感觉闷热又不透气，那肯定是仿真丝。

二是桑蚕丝的吸水性较差，衣料湿润会很贴身，可以将衣料打湿，轻轻贴于手背是否贴身。

三是要挑选色牢度达标的产品。如果有印花，要看印花是否清



Focus

消费者购买高档真丝服装应选择正规商场，知名品牌，物美价廉够吸引，货真价实才是硬道理。

晰，颜色没有晕染的比较好。

四是由于桑蚕丝易缩水，选购时应该选择比自己原来尺码大2-4厘米，切忌太过紧身，尤其是袖笼等活动幅度比较大的部位，一定要宽松一点。因为真丝衣服本身就比较容易皱，这样穿着舒适，且不易损伤桑蚕丝蛋白纤维。

真丝的日常使用保养

真丝必须使用中性洗涤剂，不

能盲目使用碱性洗衣粉，更不能使用强碱、含氯和加酶的洗衣粉，以保护蚕丝的质地。洗涤时的水温也要进行控制，不应超过40℃，当然也可以使用冷水洗涤。此外衣物在水中浸泡时间不要超过五分钟。用手轻柔搓洗，漂清，不可拧干，悬挂阴干。中温熨烫(130~140摄氏度)，如不整熨，可待服装七成干时用手摸平即可，且不能与其他衣服混洗，以免染色。桑蚕丝服装应阴干，不能在阳光或荧光灯下晾晒，桑蚕丝服装吸湿性强，不穿时最好用衣架挂好并保持通风。

选购需谨慎 顾客要当心

对于选购真丝服装的消费者来说，最为关心的是面料材质是否名副其实。现在市面上有些网店以次充好，真丝面料实际检测结果却是100%聚酯纤维，还有些厂家标注100%桑蚕丝实际为桑蚕丝/氨纶混纺。造成纤维含量不合格原因：

一是有的企业未对采购的原料进行严格把关，部分送检或者根本不送检；

二是生产厂家受利益驱使，为抬高售价而随意标注误导消费者。除此之外真丝衣料特别是真丝双绉有8%至10%的缩水率，且抗皱性能较化纤物稍差，所以遇到号称完全不缩水、不起皱的丝绸要多加小心。真丝价格昂贵，价格太便宜时也应多留意。消费者购买高档真丝服装应选择正规商场，知名品牌，物美价廉够吸引，货真价实才是硬道理。（中质网）

秋藕上市 教你如何选藕

藕是秋天的应季蔬菜，极为适合女性食用，具有美容排毒等功效。秋天的莲藕是很不错的蔬菜，因此应该要经常出现在我们的日常餐桌上。那么，藕应该如何选购呢？快来学两招吧。

女性秋天吃藕的好处

美容。众所周知，莲全身都是宝，而莲藕就是其中的一项。莲藕具有很好的美容作用，例如当我们上火长痘痘的时候，服用一些莲藕能够有效的起到祛痘的作用。除此之外，日常多吃一些莲藕，能够令我们的皮肤变得更加的润滑、有光泽。

排毒。莲藕，富含淀粉、蛋白质、维生素B、维生素C、脂肪、碳水化合物及钙、磷、铁等多种矿物质，肉质肥嫩，白净滚圆，口感甜脆。中医认为，藕是一款冬令进补的保健食品，既可食用，又可药用。生食能凉血散淤，熟食能补心益肾，可以补五脏之虚，强壮筋骨，滋阴养血。同时还能利尿通便，帮助排泄体内的废物和毒素。

清心安神。莲藕性平，是一种冬季进补的保健品之一，对于女性来说日常如果常会有个心烦意乱的问题的话，用莲藕炖个汤，或者凉拌着吃都能起到一个清心安神的作用。

提高睡眠质量。莲藕是很多人的心头爱，其中也含有丰富的营养物质对于我们的身体很有好处。现代研究发现，服用莲藕能够有效的提高睡眠质量，这是因为莲藕之



中具有安神清心的作用，在每天晚上睡觉的时候吃一些莲藕，能够有效的帮助我们在睡觉的时候快速进入深度睡眠。

补血益神助消化。鲜藕含有丰富的铜、铁、钾、锌、镁和锰等微量元素。在块茎类食物中，莲藕含铁量较高，因此缺铁性贫血者最适宜吃藕。藕中的多种微量元素有益于红细胞的产生，保持肌肉和神经正常工作。另外，这些营养素还有助于分泌消化酶，改善消化。

保持智慧。中医认为日常多吃莲藕的话，就可以起到一个延缓脑功能衰退的作用，对预防更年期提前具有很重要的意义。

那么，藕应该如何选购呢？

教你选购藕的小窍门

颜色微黄没有异味的：藕的外

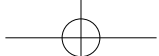
皮颜色为微黄色，散发出淡淡的泥土味，如果有微酸的味道，则代表经过工业处理的，这样的藕就不要选。

可以把莲藕切开一小段，看看莲藕中间的通气孔大小，通气孔大的莲藕比较多汁。尽量购买这样的莲藕，比较好吃。特别是做姜汁藕片，味道很棒。

选择藕节粗且短的：藕节的数目不会影响藕的口感，挑选时尽量选择较粗较短的藕节，这样的藕成熟较高。

购买莲藕时，要注意有无明显外伤。如果有泥土包裹着莲藕，应该把泥土擦一擦，看看莲藕表面有无伤痕，如果伤痕很明显的不要购买了。

女性秋天吃藕好处多，千万别错过了。（家庭医生）



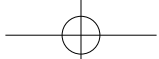
欢迎关注“北京消协” 微信订阅号



“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



北京市消协联合门头沟消协 开展消费体验活动



9月15日,北京消协、门头沟消协联合开展消费体验活动。活动组织40余名消费者代表,到门头沟消费教育体验基地绿纯蜜蜂文化观光园开展消费体验。消费者先后参观了蜜蜂标本室、蜜蜂文化长廊及养蜂场,全面系统地了解了关于蜜蜂的知识文化、人工养蜂酿蜜流程与蜂蜜选购技巧。在最后观看蜂箱时,消费者还纷纷上前与蜜蜂零距离接触留影,掀起了此次活动的高潮。消费者代表们均表示,感谢消协组织开展了这次体验活动,活动集知识性、趣味性、实用性为一体,是一堂很有意义很有收获的消费教育课。为使消费体验活动更具针对性,市消协还向消费者发放了调查问卷,就体验活动的内容及形式等问题征集了消费者的意见建议。

