

# Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任

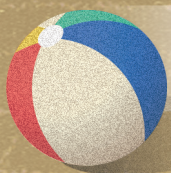
北京

# 消费者

2019 .第06期

06

总第81期



## 儿童家具、玩具比较试验结果

P19 北京市消协举办“室内污染防治”消费大讲堂活动

P20 北京城六区5G覆盖率年底前将超9成

P23 市住建委公布20家违规房地产经纪机构名单

P43 如何读懂婴幼儿配方乳粉标签



5月31日，北京市市场监督管理局副巡视员于爽，在消保处副处长刘斌、原工商局12315投诉举报中心主任李炜、原市质监局投诉举报中心主任马志华、原市食药局投诉举报中心主任徐松雁等陪同下，到市消协听取工作汇报，指导消费维权工作。

6月6日，北京市消协举办了主题为“室内污染防治”的消费大讲堂活动。活动邀请专家和业内人士就国内主要城市室内空气污染现状、空气污染物对呼吸道健康的影响和室内污染防治方法等内容进行了详细讲解。（详见P19）



6月11日，市消协党支部开展“不忘初心、牢记使命”主题教育活动。通过集中学习、交流研讨，大家一致认为，要真正做到学思用贯通、知信行统一，把学习成效体现在增强党性、提高能力、改进作风、推动工作上来。

# Prologue

## 卷首语

### “免费提供”莫成“强行售卖”

服务业作为消费增长最快的领域，其从业者必须秉承“以客户为中心”的理念，尊重法规、尊重市场，让消费者明明白白、放心舒心消费。

满心欢喜地跑去影院观看3D电影，谁知被兜头泼一盆冷水：“不好意思，本影院概不提供3D眼镜，你得自行购买影院出售的3D眼镜。”这是一些消费者遭遇过的观影怪象。

影院卖3D电影票，却不免费提供3D眼镜，这就跟去餐厅吃饭对方不提供餐具差不多。有消费者不愿买眼镜，想退票，却被告知：若在网络购票平台上购买的，必须跟网络平台方进行沟通；要是在影城现场买的，会员可以退，非会员退不了。

放3D电影为什么不提供3D眼镜？一些影院给出理由：这是为顾客健康着想，因为有的顾客有易传染的眼部疾病，影院很难保证眼镜用后是否完全消毒到位，以及是否会影响到下一位顾客的用眼健康。

这个理由看似有理，实则经不起推敲。3D眼镜是观看3D影片不可或缺的基本条件，提供3D眼镜是观影服务不可分割的组成部分。现在，一些影院自行将自身应当承担的服务义务拆分开来，转嫁给消费者，加重消费者负担，这种分割的、单独收费的规定，属于消费者权益保护法着重禁止的“不平等格式条款”，既不合理也不合法。一些商家在网上销售电影票时，故意将“购买3D眼镜”字体设置得很小，一般消费者很难看清这个页面提示，甚至有的购票APP之前并未做相关提示，待消费者上门理论后才新添有关提醒字样。这些做法，都属于电子商务法明令禁止的“未尽显明提示义务”与“默认搭售”等行为，都侵犯了消费者合法权益。

当前，人们精神文化娱乐需求越来越旺盛，消费者的服务需求已经从“有没有”向“好不好”提档升级。对于类似这种将“免费提供”改为“强行售卖”的行为，各地文化主管部门和市场监管部门应加强监督执法，纠偏纠错，为保障消费者合法权益护航。企业也务必加强自律，真心诚意地给消费者提供更多个性化服务。目前，一些地方正在积极行动。在福州，经市消委会约谈后，多家一度强制出售3D眼镜的影院已经恢复为免费提供；在深圳，经市消委会牵头，全国首个电影票“退改签”标准出台，距离放映24小时以上“退改签”票免收手续费……

其实，除“3D电影眼镜自费购买”“电影票售出后一概不退不换”等不合理收费现象外，生活中还有其他各种不合理收费，比如汽车金融服务费、餐巾纸费、碗筷费、茶位费、包间费等，这些莫名其妙的收费也应得到管理。服务业作为消费增长最快的领域，其从业者必须秉承“以客户为中心”的理念，尊重法规、尊重市场，让消费者明明白白、放心舒心消费。这对激发经济新动能、优化营商环境、促进产业转型升级，也大有裨益。

（人民日报）

齐志明



## P24 格力举报奥克斯： 打击竞争对手还是替消费者 维权？

“6·18”电商大战前夕，格力电器公开举报奥克斯事件不断升级。6月10日，格力电器通过官方微博举报奥克斯8款型号产品能效比和制冷消耗功率监测不合格，涉嫌构成生产销售不合格产品且销售数额巨大。奥克斯随后回应称，格力举报不实，公司已向公安机关报案，并将向司法机关提起诉讼。

### 卷首语

01 “免费提供”莫成“强行售卖”

### 权威发布

- 04 北京市消协发布网售婴儿床比较试验结果
- 10 北京市消协发布网购儿童桌椅比较试验结果
- 15 北京市消协发布网购儿童玩具比较试验结果

### 热点关注

- 19 北京市消协举办“室内污染防治”消费大讲堂活动
- 20 北京城六区5G覆盖率年底前将超9成

21 房贷还清可网上注销抵押

21 市属三级医院治理号贩子不力将降级

22 教育部开展校外培训机构专项治理“回头看”活动

23 市住建委公布20家违规房地产经纪机构名单

23 北京蔬菜直通车将统一标识

24 格力举报奥克斯：打击竞争对手还是替消费者维权？

### 消费时评

- 26 让预付消费更安心
- 27 保险中介，“只卖贵的”何时休？
- 28 更好发挥汽车对消费升级的带动作用
- 29 为电子商务发展提供法治保障

### 工作研究

30 有关预付消费消费的几点建议

### 消费提示

- 33 “618”年中促销如火如荼 消费者摸
- 34 注意！当心贝类毒素引发中毒
- 35 购买定配眼镜要选择正规商家或医院
- 35 换季消费提示
- 36 投资移民，消费者需加强风险评估
- 38 校外培训勿一次性支付超3个月学费
- 39 警方发布预警 拆穿各类高考骗局



## P15 北京市消协发布网售儿童玩具比较试验结果

为了指导和引导消费，北京市消费者协会委托专业检测机构，对100件网售儿童玩具样品进行了比较测试。经测试，100件儿童玩具样品中有14件样品未达到相关标准要求，主要是标识、机械与物理性能、增塑剂和电玩具的安全存在问题。

## P30 有关预付费消费的几点建议

预付费消费作为一种新型消费模式，在拉动消费、促进经济发展的同时，不可避免地存在一系列问题，从而损害消费者权益，影响市场监管，预付费消费的规范化发展，势在必行。

### 消费课堂

- 40 诈骗升级 防范有道
- 41 健康险需求猛增，怎么选更好
- 43 如何读懂婴幼儿配方乳粉标签
- 44 遮阳伞，颜色怎么选？

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

面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



<b>主管</b>	北京市市场监督管理局
<b>主办</b>	北京市消费者协会
<b>编委会主任</b>	方葆青
<b>主编</b>	杨晓军
<b>副主编</b>	罗刚 屈鹏
<b>编委</b>	崔倩 陈凤翔 赵祖升 李蕊 万海龙 王兆泰 刘大忠 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 曹立军 张海东 闫大海 何文军
<b>执行主编</b>	陈音江
<b>采编部主任</b>	李君
<b>执行编辑</b>	陈亮 刘海宏 舒畅 刘亚男
<b>图片摄影</b>	杨连一 杜颖
<b>美术编辑</b>	张霏霏
<b>封面题字</b>	十三届政协常务委员、民族和宗教委员会主任 中国社会科学院大学校长 王伟光
<b>编辑出版</b>	北京中轻热点文化传播有限公司
<b>数据支持</b>	北京金鼎影响力市场调查中心
<b>法律顾问</b>	北京中银律师事务所 葛友山 北京汇佳律师事务所 邱宝昌 北京华辉律师事务所 陈玉龙 北京常鸿律师事务所 常卫东
<b>市消协地址</b>	北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦
<b>邮编</b>	100055
<b>咨询投诉电话</b>	96315
<b>邮箱</b>	bjxiaoxie@sina.com
<b>编辑部地址</b>	北京市丰台区广安路9号 国投财富广场6号楼3A02室
<b>邮编</b>	100073
<b>电话</b>	010-63361378
<b>网址</b>	http://www.bjxf315.com
<b>邮箱</b>	bjxfz315@126.com

2019年 第06期 (总第81期)  
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

# 网售婴儿床测试结果来了!

## ——北京市消协发布20款网售婴儿床比较试验结果

婴儿床是指给婴幼儿使用的床，其安全的重要性不言而喻。但现实中，婴儿床的品牌和款式非常多样，功能和价格也是相差很大，消费者选购时往往很难选择。北京市消费者协会近日公布了20款网售婴儿床比较试验结果。

### 一 样品来源

比较试验样品由北京市消费者协会工作人员以普通消费者的身份从国美在线、宜家官网、苏宁易购、亚马逊、1号店、天猫商城、京东商城等网络平台随机购买，涉及20个品牌的20件婴儿床，购买价格从129元到2689元不等。

### 二 测试依据及指标

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QB2453.1-1999《家用的童床和折叠小床第1部分：安全要求》、QB/T 2453.2-1999《家用的童床和折叠小床第2部分：试验方法》等标准对样品的结构、床铺面、旁板及床头、框架、稳定性等指标进行了测试。测试结果仅对购买的样品负责。

### 三 测试结果

经测试，20件样品中有16件婴儿床样品不符合标准要求，占样品总数的80%。存在的主要问题是结构中部分孔和侧翻旁板不符合要求、床铺面有不

符合标准要求、框架强度不够、稳定性不够等。

电商平台销售的不达标样品如下：

电商平台	数量	不达标品牌
苏宁易购	1件	百爱
天猫商城	7件	babycare、Kind Bear、BSCR、KÜB可优比、蒂爱、简魅、VALDERA
京东商城	3件	霖贝儿、贝快乐、钰贝乐
亚马逊	2件	farska、贝乐堡
国美在线	1件	产品外包装：南极人 网页：木巴
1号店	2件	Angi baby安吉宝贝、呵宝(HOPE)

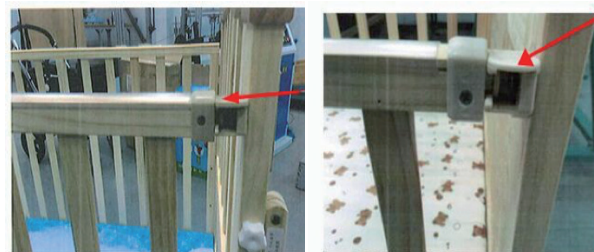
**1、结构。**经测试，6件婴儿床样品的结构不符合相关要求：

**孔的直径与深度。**为了发挥不同功能，婴儿床的床铺面一般是可调节的。通常有上、中、下三个档位，不同档位都有安装所需要的孔。不符合标准要求的孔，婴幼儿的手指可能会被卡住，存在一定的安全隐患。经测试，本次比较试验中有5件样品的安装预留孔不符合标准要求，具体如下：



序号	标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	产品外包装: 南极人 网页: 木巴	HYT801/ 1242×700×1080 (mm)	668元	品牌商: 南极人(上海)纺织科技股份有限公司 生产制造商: 上海惠阳家具厂	国美在线	木巴旗舰店(北京朗盾时代科技有限公司)	一个直径7mm的插入式量规所能适合进入的任何孔, 如果不能符合4.4.2和4.4.3的要求, 其深度应不大于10mm	用直径7mm的插入式量规用0N力能穿过安装预留孔
2	Farska	原木色/ 90×60 (cm)	1938元	未标注	亚马逊	亚马逊卓越有限公司		用直径7mm的插入式量规用0N力能穿过安装预留孔
3	Babycare	8980/ 133×69×82 (cm)	2398元	代理: 上海蓝缕实业有限公司 生产: 东莞泰冠时钟有限公司	天猫商城	babycare旗舰店(上海蓝缕实业有限公司)		用直径7mm的插入式量规用0N力能穿过安装预留孔
4	KÜB可优比	升级款FD087 白色小象/ 1357×776×1086(mm) (含脚轮高度)	1373元	可优比母婴用品有限公司	天猫商城	可优比旗舰店(可优比母婴用品有限公司)		用直径7mm的插入式量规用0N力能穿过安装预留孔
5	蒂爱	包装: 艾丽斯升级版 说明书: 艾丽丝039/ 133×69×82(cm)	1368元	杭州递爱贸易有限公司 生产厂家: 东莞泰冠时钟有限公司	天猫商城	蒂爱旗舰店(杭州蒂爱母婴用品有限公司)		用直径7mm的插入式量规用0N力能穿过安装预留孔

**侧翻旁板。**部分婴儿床为了使用方便, 会将旁板设计成可以下放, 标准要求这种侧翻旁边在提起时是可以自动啮合的, 婴儿床使用者比较特殊, 若侧翻旁板提起时无法自动啮合, 可能导致侧板意外打开, 存在婴幼儿意外跌落风险。经测试, 本次比较试验只有京东商城销售的霖贝儿至尊版白色样品不符合标准要求, 具体如下:



标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
霖贝儿	至尊版白色/ 65cm×120cm	999元	青岛福润达家具有限公司	京东商城	霖贝儿官方旗舰店(青岛钰霖沃德贸易有限公司)	控制任何侧翻旁板的机械装置, 当侧翻旁板被提起时应能自动地啮合, 并且应有以下几种组成: a. 必须同时动作的两个紧扣件至少相距850mm; b. 一个系统, 其需要至少两个按照不同原理控制的独立而又同步的动作; c. 一个系统, 其需要至少两个按照不同原理控制的连贯动作, 即第二个动作的发生取决于第一个动作的完成并维持; d. 当按照QB/T2453.2中5.10.2试验时, 锁定机械装置对侧翻旁板的控制至少应有50N余力	当侧翻旁板被提起时不能自动地啮合

**2、床铺面。**床铺面是婴儿床的重要部件。经测试, 7件婴儿床样品的床铺面不符合相关标准要求:

**床铺面与旁板之间以及床铺面与床头之间的间隙。**如果床铺面与旁板之间或者床铺面与床头之间的间隙过大, 就可能导致使用者的手、胳膊、腿等各个

身体部位被困在这个空隙之内, 造成安全事故。经测试, 本次比较试验中有2件样品的床铺面与旁板之间的间隙不符合标准要求, 1件样品的床铺面与床头之间的间隙不符合标准要求。具体如下:

## 权威发布

Authoritative release

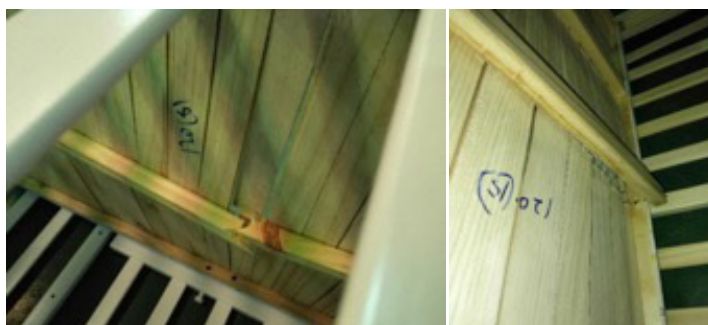
序号	标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	产品外包装: 南极人 网页: 木巴	HYT801/ 1242×700 ×1080 (mm)	668元	品牌商: 南极人(上海) 纺织科技股份有限公司 生产制造商: 上海惠阳家具厂	国美在线	木巴旗舰店 (北京朗盾时代科技 有限公司)	当按照QB/ T2453.2- 1999中5.3.2试 验时, 25mm 的锥形头应 不可能穿过床 铺面与旁板之 间, 以及床铺 面与床头之间 的间隙	25mm的锥形头用 20N的力能穿过床铺 面与旁板之间的间隙
2	贝乐堡	1384×810×1095 (mm)	1600元	生产: 青岛宏洋木业 有限公司 经销: 青岛壹壹国际 贸易有限公司	亚马逊	惠尔顿旗舰店 (宁波贝舒盾婴童用 品有限公司)		25mm的锥形头用 12N的力能穿过床铺 面与旁板之间的间隙
3	Kind Bear	KB819	939元	来安县康贝儿 儿童用品厂	天猫商城	kindbear旗舰店 (深圳市乐佳母婴用 品有限公司)		25mm的锥形头用 0N的力能穿过床铺 面与床头之间的间隙

**相邻两根板条之间的间隙。**婴儿床床铺面上相邻板条之间的间隙也不宜过大, 否则也有一定的安全隐患。

。经测试, 本次比较试验中有2件样品的床铺面相邻两根板条之间的间隙不符合标准要求, 具体如下:

序号	标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	呵宝 (HOPE)	HP618/ 1060×620×970 (mm)	699元	安徽呵宝儿童用 品有限公司	1号店	呵宝官方旗舰店 (安徽呵宝儿童 用品有限公司)	当按照QB/ T2453.2-1999 中5.3.2试验时, 60mm的锥形头应 不可能穿过床铺面 的相邻两根板条之 间的间隙	60mm的锥形头用 0N的力能穿过床铺 面的相邻两根板条之 间的间隙
2	Kind Bear	KB819	939元	来安县康贝儿儿 童用品厂	天猫商城	kindbear旗舰店 (深圳市乐佳母婴 用品有限公司)		60mm的锥形头用 0N的力能穿过床铺 面的相邻两根板条之 间的间隙

**床铺面强度。**床铺面是婴幼儿睡觉和玩耍时施加力量最多的地方, 因此必须有足够的强度。若床铺面强度不足, 当受到外力冲击时, 可能会出现床铺面松动或者断裂的情况, 可能导致婴幼儿跌落造成伤害。经测试, 本次比较试验有3件样品的床铺面强度不符合标准要求。具体如下:



序号	标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	Angi baby 安吉宝贝	AB-0402/ 1060mm×620mm ×970mm	499元	安徽呵宝儿童用品 有限公司	1号店	安吉宝贝官方旗舰店 (北京博海鼎盛科技 有限公司)	当按照QB/ T2453.2-1999中 5.5试验时, 床铺面 应没有一个部件断 裂, 床铺面不应发生 移动, 产品也不应有 任何结构上的损坏	床铺面横称 断裂
2	简魅	JM609/ 1080mm×640mm ×1020mm	389元	舒城睿宝儿童用品 有限公司	天猫商城	简魅旗舰店 (舒城汉诺威贸易 有限公司)		铺面板与 横梁连接处 断裂
3	钰贝乐	YBL-160	129元	舒城县钰贝乐商 贸有限公司 生产商: 舒城县千 汉河镇天骄童床厂	京东商城	钰贝乐母婴旗舰店 (舒城星辰商贸有 限公司)		床铺面横称 断裂

**3、旁板和床头。**旁板和床头相当于婴儿床的安全围栏，其质量至关重要。经测试，9件婴儿床样品的旁板和床头不符合相关标准要求：

**旁板和床头的内高。**旁板和床头的内高过小，

可能导致儿童站立在床上时翻出床外，存在极大的安全隐患。经测试，本次比较试验有2件样品旁板和床头的内高不符合要求，具体如下：

序号	标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	VALDERA	FC9092	599元	生产商：中山市永达儿童用品有限公司 监制商：上海超睿商贸有限公司	天猫商城	valdera旗舰店（上海超睿商贸有限公司）	当按照QB/T2453.2-1999中5.3.1试验时，以及在载荷下按照QB/T2453.2-1999中5.8.1试验时，旁板和床头的内高应至少为600mm。试验力撤去后，旁板和床头的内高仍应至少为600mm	当床铺面在最低位置时，旁板内高为570mm
2	钰贝乐	YBL-160	129元	舒城县钰贝乐商贸有限公司 生产商：舒城县干汉河镇天骄童床厂	京东商城	钰贝乐母婴旗舰店（舒城星辰商贸有限公司）		床铺面不可调节，旁板内高为295mm

**孔的直径和两个结构部件之间的距离。**婴儿床旁板和床头上的孔或两个结构部件之间的距离需适宜。经测试，本次比较试验有2件样品的围栏间隙不符合标准要求，具体如下：



序号	标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	farska	原木色/ 90×60 (cm)	1938元	未标注	亚马逊	亚马逊卓越有限公司	当按照QB/T2453.2-1999中5.3.2试验时，孔的实际直径和两个结构部件之间的距离（导杆和床柱之间的距离例外）应为mm。其最小尺寸适用于无载荷试验，最大尺寸适用于带载荷试验	直径65mm的锥形头用0N的力能穿过围栏间隙
2	BSCR	BC03-BN/ W125×D65 ×H90 (cm)	1039元	代理：浙江锐绮母婴用品有限公司	天猫商城	bscr旗舰店（永康市元迪工贸有限公司）		直径65mm的锥形头用0N的力能穿过围栏间隙

**旁板板条弯曲试验、旁板或旁板板条冲击试验。**婴儿床床头强度不够的产品，受到外力冲击时，旁板板条易断裂脱落，床头板也可能断裂，不仅影响婴儿床的使用寿命，而且对婴幼儿造成人身伤害。经测试，本次比较试验有6件样品的旁板和床头的强度不符合相关标准要求，具体如下：



## 权威发布

Authoritative release

序号	标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	百爱	产品外包装: BA-669 网页: ba-106	412.49元	舒城爱贝贝商贸有限公司	苏宁易购	江苏苏宁易购电子商务有限公司	当按照QB/T2453.2-1999中5.6, 5.7试验时, 板条或旁板和床头应既无断裂也无从紧固件上脱落的现象, 任何旁板板条的永久性变形应不大于2mm。配件和紧固装置应无损坏或脱落并应继续保持正常功能	旁板端头板条横轴方向施加240N的力时板条断裂、脱落, 冲击试验后床头板断裂
2	Angi baby安吉宝贝	AB-0402/ 1060mm × 620mm × 970mm	499元	安徽呵贝儿童用品有限公司	1号店	安吉宝贝官方旗舰店(北京博海鼎盛科技有限公司)		旁板端头板条横轴方向施加200N的力时板条脱落, 板条与围栏下部连接处断裂
3	babycare	8980/ 133 × 69 × 82 (cm)	2398元	代理: 上海蓝缕实业有限公司 生产: 东莞泰冠时钟有限公司	天猫商城	babycare旗舰店(上海蓝缕实业有限公司)		旁板端头板条横轴方向施加220N的力时板条与围栏上部连接处断裂
4	Kind Bear	KB819	939元	来安县康贝儿儿童用品厂	天猫商城	kindbear旗舰店(深圳市乐佳母婴用品有限公司)		旁板端头板条横轴方向施加210N的力时板条断裂、脱落
5	简魅	JM609/ 1080mm × 640mm × 1020mm	389元	舒城睿宝儿童用品有限公司	天猫商城	简魅旗舰店(舒城汉诺威贸易有限公司)		旁板端头板条横轴方向施加170N的力时板条断裂、脱落, 冲击试验后床头板断裂
6	钰贝乐	YBL-160	129元	舒城县钰贝乐商贸有限公司 生产商: 舒城县干汉河镇天骄童床厂	京东商城	钰贝乐母婴旗舰店(舒城星辰商贸有限公司)		冲击试验后床头板断裂

**床铺面与旁板或床头的距离。**婴儿床床铺面的上侧面与旁板或者床头的上侧边的距离过小, 那么当床铺面在最高位置时, 有效高度小于300mm, 婴儿可能翻出床外, 危害使用婴儿的人身安全。经测试, 本次比较试验中有3件样品床铺面与旁板距离不符合标准要求, 具体如下:



序号	标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	BSCR	BC03-BN/ W125 × D65 × H90 (cm)	1039元	代理: 浙江锐绮母婴用品有限公司	天猫商城	bscr旗舰店(永康市元迪工贸有限公司)	在床铺面的最高位置状态, 从旁板或床头的最低点测量, 床铺面的上侧面与床旁板或床头的上侧面之间的距离应至少为300mm。在床旁板高度可调节的产品上, 本要求也适用于床铺面的最高位置	床铺面的上侧面与床旁板的上侧面之间的距离为270mm
2	VALDERA	FC9092	599元	生产商: 中山市永达儿童用品有限公司 监制商: 上海超睿商贸有限公司	天猫商城	valdera旗舰店(上海超睿商贸有限公司)		床铺面的上侧面与床旁板的上侧面之间的距离为280mm
3	钰贝乐	YBL-160	129元	舒城县钰贝乐商贸有限公司 生产商: 舒城县干汉河镇天骄童床厂	京东商城	钰贝乐母婴旗舰店(舒城星辰商贸有限公司)		床铺面的上侧面与床旁板的上侧面之间的距离为295mm

**4、框架。**框架项目是测试框架和紧固件在受到外力作用时是否容易松动或损坏。经测试, 2件婴儿床

样品的框架不符合相关标准要求, 具体如下:

序号	标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	贝快乐	218	220元	舒城县马河口育健儿童用品厂	京东商城	步舒母婴专营店 (合肥步舒电子商务有限公司)	当按照QB/T2453.2-1999中5.8.1和5.8.2试验时,配件和紧固件应无损坏、松动或脱落,并应继续保持正常功能	紧固件松动
2	钰贝乐	YBL-160	129元	舒城县钰贝乐商贸有限公司 生产商:舒城县干汉河镇天骄童床厂	京东商城	钰贝乐母婴旗舰店 (舒城星辰商贸有限公司)		紧固件松动

**5、稳定性。**产品的设计不合理可能导致稳定性不合格,稳定性不合格的产品,易倾翻。经测试,2件婴儿床样品的稳定性不符合相关标准要求,具体如下:



序号	标称商标	规格型号	售价	标称生产厂商	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	贝快乐	218	220元	舒城县马河口育健儿童用品厂	京东商城	步舒母婴专营店 (合肥步舒电子商务有限公司)	当按照QB/T2453.2-1999中5.9试验时,应无一条以上的床腿或床角离开地面	施加20N的力时两床腿离开地面
2	钰贝乐	YBL-160	129元	舒城县钰贝乐商贸有限公司 生产商:舒城县干汉河镇天骄童床厂	京东商城	钰贝乐母婴旗舰店 (舒城星辰商贸有限公司)		施加17N的力时两床腿离开地面

#### 四 消费提示

消费者购买婴儿床时应注意以下几点:

- 1、选购时,尽量选购正规厂家生产的婴儿床。要认真查看产品信息是否齐全,不要购买三无产品。
- 2、检查婴儿床有无小凸起物、尖锐的边角、孔洞或裂口等。
- 3、尽量不要购买带有把手的婴儿床,避免婴幼儿衣物等物件被挂住而发生危险,如下图:



- 4、床铺面:可调节的床铺面功能比较多。床铺面要结实耐用,床铺面上相邻两根板条之间的间隙应不大于60mm。

**5、护栏:**护栏起到保护宝宝的作用,其高度和护栏上的板条间隙都要适宜。板条间隙保证婴儿的头不能进入,一般为45mm~65mm;高度要保证婴幼儿站在床上时不能跌落到床外,床铺面在最高位置时,床铺面上侧面与护栏的高度至少为300mm。

**6、滚轮和摇摆功能:**有些婴儿床安装了小轮子,可以自由地推来推去。这种小床,必须注意它是否有制动装置,有制动装置的小床才安全,同时制动装置要比较牢固可靠,不至于一碰就松。还有的小床可以晃动,有摇篮的作用,这种床也一定要注意各部位连接是否紧密可靠。

**7、附加品如床垫的选择:**一般婴儿床会附带婴儿床垫销售,可一起购买,床垫的大小需与婴儿床大小匹配,避免床垫过厚或床垫与床体存在过大空隙。

**8、购买时应向经营者索取发票,保存购物凭证,作为日后维权的重要依据。**

# 超半数儿童学习桌椅不达标

## ——北京市消协公布20套网售学习桌椅比较试验结果

好的学习桌椅，不仅可以提高孩子的学习效率，还能让孩子保持正确的坐姿和良好的用眼距离，对孩子的身体发育有着很大的作用。为了指导消费者科学选购学习桌椅，北京市消协近日公布了20套网售学习桌椅比较试验结果。

### 一 样品来源

比较试验样品由北京市消费者协会工作人员以普通消费者的身份从国美在线、苏宁易购、亚马逊、1号店、天猫商城、京东商城等网络平台随机购买，涉及广东、上海、浙江、江苏、福建、天津、台湾等地生产的20套学习桌及配套坐椅，共20个品牌。样品价格最低的886.6元/套，最高的6936元/套。

### 二 测试依据及项目

本次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GB 28007-2011《儿童家具通用技术条件》对样品的结构安全（边缘及尖端；突出物；孔及间隙；折叠机构；翻门、翻板；封闭式家具；其他）、桌类力学性能（垂直加载稳定性、有抽屉桌台稳定性、高桌台防脱离、主桌面垂直静载荷、水平静载荷、桌面垂直冲击、桌腿跌落、桌面水平耐久）、椅类力学性能（向前倾翻、无扶手侧向倾翻、凳任意方向倾翻试验、向后倾翻试验、扶手椅侧向倾翻试验、座面椅背联合静态载荷试验、扶手侧向静载荷、扶手垂直向下静载荷、座面椅背联合耐久性试验、椅腿向前静载荷试验、椅腿侧向静载荷试验、座面冲击试验、椅背冲击试验、跌落试验）、警示标识等项目进行测试。测试结果仅对购买的样品负责。

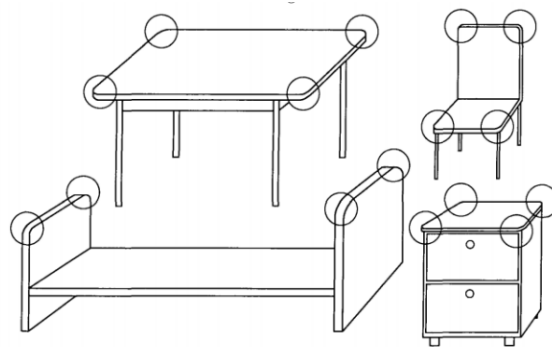
### 三 比较试验结果

经测试，本次比较试验20套学习桌椅，共计40件样品中有21件样品（13件学习桌和8件学习椅）不符合国家标准要求，样品整体不符合率为52.5%。其中，学习桌椅样品均符合国家标准的仅有5套，占总样品量的25%；学习桌椅均不符合国家标准的有6套，占总样品量的30%。存在的主要问题是结构安全、警示标识等，样品全部由电商平台购买。

电商平台销售的不达标样品如下：

电商平台	不达标学习桌品牌	不达标学习椅品牌
天猫商城	米哥、爱学习、可喜达、康朴乐、浩轩宜家、	米哥、乐仙乐居、可喜达、娃娃健、
苏宁易购	林氏木业、乐尚美	无
京东商城	坐得正、卓酷、	坐得正、誉登、
亚马逊	西昊、生活诚品、	生活诚品、
国美在线	好事达	好事达
1号店	心家宜	无
合计	13件	8件

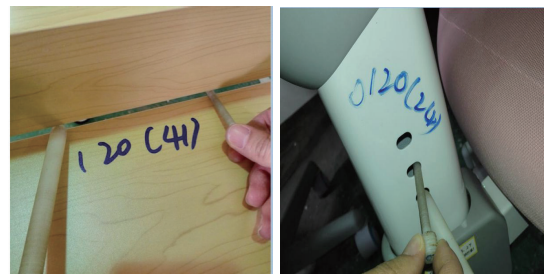
**1、边缘及尖端。**为防止儿童撞伤，标准要求儿童家具产品不应出现危险锐利的边缘及尖端，棱角及边缘部位和可接触危险外角应经过倒圆或倒角处理，倒圆半径和倒圆弧长也有相应的标准。经测试，40件样品中有10件样品的边缘及尖端不符合标





序号	样品名称	标称商标	售价	标称生产企业	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	儿童健康学习桌	米哥	1469元/套	中山市纳智日用品有限公司	天猫商城	米哥家具旗舰店 (中山市纳智日用品有限公司)	产品不应有危险锐利边缘及危险锐利尖端, 棱角及边缘部位应经倒圆或倒角处理。产品离地面高度1600mm以下位置的可接触危险外角应经倒圆处理, 且倒圆半径不小于10mm, 或倒圆弧长不小于15mm	桌上书架外露棱角倒圆半径2mm, 倒圆弧长4mm
2	儿童桌椅(学习桌)	爱学习	2399元/套	未标注	天猫商城	爱学习旗舰店 (厦门爱学习儿童用品有限公司)		桌上书架外露棱角未做倒圆处理
3	罗素成长书桌	生活诚品	2579元/套	高林商贸(深圳)有限公司	亚马逊	亚马逊卓越有限公司		桌上架外露棱角未做倒圆处理
4	儿童人体工程学桌	可喜达	2190元/套	杭州美童科技有限公司	天猫商城	可喜达旗舰店 (杭州美童科技有限公司)		桌上书架外露棱角倒圆半径2mm, 倒圆弧长4mm
5	挪威书桌	康朴乐	6936元/套	生产: 泰桦家具股份有限公司 大陆总代理: 北京幸福果科技有限公司	天猫商城	康朴乐旗舰店 (北京幸福果科技有限公司)		外露棱角倒圆半径7mm, 弧长10mm
6	儿童学习桌	浩轩宜家	1279元/套	温岭市浩轩宜家家具有限公司	天猫商城	浩轩宜家家居旗舰店(温岭市浩轩宜家家具有限公司)		桌上书架外露棱角倒圆半径2mm, 倒圆弧长4mm
7	坐得正学习桌	坐得正	1199元/套	上海凯酷实业有限公司	京东商城	坐得正琅迪专卖店(上海琅迪贸易有限公司)		桌上书架外露棱角倒圆半径2mm, 倒圆弧长4mm
8	酷摇摇A(护眼学习桌)	卓酷	3077元/套	东莞市众达家具有限公司	京东商城	卓酷官方旗舰店 (深圳市红力方科技有限公司)		桌上书架外露棱角倒圆半径2mm, 倒圆弧长4mm
9	好事达博学乐科学习桌	好事达	3599元/套	好事达(福建)股份有限公司	国美在线	好事达家具旗舰店 (好事达(福建)股份有限公司)		桌上书架外露棱角倒圆半径2mm, 倒圆弧长4mm
10	多功能儿童升降学习桌	乐尚美	5998元/套	未标注	苏宁易购	雅斯名尚官方旗舰店 (深圳市乐尚美电子商务有限公司)		桌上书架外露棱角倒圆半径2mm, 倒圆弧长4mm

**2、孔及间隙。**儿童在成长、学习过程中心智尚不成熟, 容易将身体尤其是手指伸向各种孔及间隙, 故儿童家具产品中刚性材料上的孔及间隙、产品可接触的活动部件间的间隙应满足特殊要求。经测试, 有12件样品的孔及间隙不符合标准要求, 具体如下:

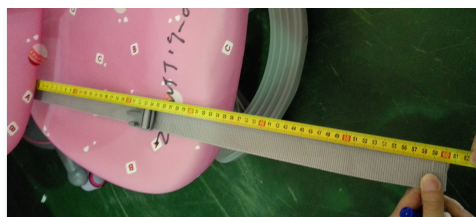


## 权威发布

Authoritative release

序号	样品名称	标称商标	售价	标称生产企业	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	儿童学习桌	西昊	2199元/套	西昊家具(深圳)有限公司	亚马逊	亚马逊卓越有限公司		直径6mm的锥形头用0N的力能穿过桌面板间的间隙,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该间隙,间隙深度23mm
2	儿童健康学习椅	米哥	1469元/套	中山市纳智日用品有限公司	天猫商城	米哥家具旗舰店(中山市纳智日用品有限公司)		直径6mm的锥形头用0N的力能穿过座椅调节孔,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该孔,孔深40mm
3	罗素成长书桌	生活诚品	2579元/套	高林商贸(深圳)有限公司	亚马逊	亚马逊卓越有限公司		直径6mm的锥形头用0N的力能穿过桌上架右铁背板左下方的孔,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该孔
4	人体工学椅	生活诚品	2579元/套	高林商贸(深圳)有限公司	亚马逊	亚马逊卓越有限公司		直径6mm的锥形头用0N的力能穿过座椅调节孔,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该孔,孔深50mm
5	儿童成长学习椅	可喜达	2190元/套	杭州美童科技有限公司	天猫商城	可喜达旗舰店(杭州美童科技有限公司)	按7.5.3(孔及间隙试验)测试时,产品应满足以下要求:	直径6mm的锥形头用0N的力能穿过座椅调节孔,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该孔,孔深38mm
6	挪威书桌	康朴乐	6936元/套	生产:泰桦家具股份有限公司 大陆总代理:北京幸福果科技有限公司	天猫商城	康朴乐旗舰店(北京幸福果科技有限公司)	a)产品刚性材料上,深度超过10mm的孔及间隙,其直径或间隙应小于6mm或大于等于12mm;	直径6mm的锥形头用0N的力能穿过前挡板上间隙以及前挡板与桌腿之间的间隙,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过上述间隙
7	儿童学习桌	浩轩宜家	1279元/套	温岭市浩轩宜家家具有限公司	天猫商城	浩轩宜家家居旗舰店(温岭市浩轩宜家家具有限公司)	b)产品可接触的活动部件间的间隙应小于5mm或大于等于12mm	直径6mm的锥形头用0N的力能穿过桌面板间的间隙,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该间隙
8	升降课椅	娃娃健	1279元/套	安吉酷锐家具有限公司	天猫商城	浩轩宜家家居旗舰店(温岭市浩轩宜家家具有限公司)		直径6mm的锥形头用0N的力能穿过座椅调节孔,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该孔,孔深49mm
9	坐得正学习桌	坐得正	1199元/套	上海凯酷实业有限公司	京东商城	坐得正琅迪专卖店(上海琅迪贸易有限公司)		直径6mm的锥形头用0N的力能穿过桌上书架左上方搁板与背板间的间隙,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该间隙
10	1.2米L形手摇书桌	林氏木业	2349元/套	佛山市承林家具有限公司	苏宁易购	林氏木业家具旗舰店(佛山市承林家具有限公司)		直径6mm的锥形头用0N的力能穿过挡书夹板与搁板间的间隙,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该间隙
11	酷摇桌A(护眼学习桌)	卓酷	3077元/套	东莞市众达家具有限公司	京东商城	卓酷官方旗舰店(深圳市红力方科技有限公司)		直径6mm的锥形头用0N的力能穿过桌面板间的间隙,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该间隙
12	好事达博乐科学学习椅	好事达	3599元/套	好事达(福建)股份有限公司	国美在线	好事达家具旗舰店(好事达(福建)股份有限公司)		直径6mm的锥形头用0N的力能穿过座椅调节孔,直径12mm的锥形头用0N的力不能穿过该孔,孔深50mm

**3、其他。**为保证儿童健康学习成长，避免在使用家具过程中受到伤害。儿童家具产品还应满足其他多项结构安全指标。经测试，有2件样品的绳带长度不符合要求，1件样品未提供固定用的连接件，具体如下：



序号	样品名称	标称商标	售价	标称生产企业	网络平台	经销单位	标准要求	测试结果
1	儿童学习椅	乐仙乐居	1699元/套	常州市武进崔桥宏达通讯设备有限公司	天猫商城	乐仙乐居旗舰店（常州樽凯商贸有限公司）	儿童家具产品应满足以下要求： a) 除在离地面高度或儿童站立立面高度1600mm以上的区域外，产品不应使用玻璃部件； b) 管状部件外露管口端应封闭； c) 产品中抽屉、键盘托等推拉件应有防拉脱装置，防止儿童意外拉脱造成伤害； d) 所有高桌台及高度大于600mm的柜类产品，应提供固定产品于建筑物上的连接件，并在使用说明中明示安装使用方法； e) 除转椅外，安装有脚轮的产品应至少有2个脚轮能被锁定或至少有2个非脚轮支撑脚； f) 产品中绳带、彩带或绑紧用的绳索，在 $(25 \pm 1)$ N拉力下，自由端至固定端的长度不应大于220mm； g) 转椅气动杆不应自动升降或升降不顺，气动杆与其他配件应配合良好。	有绳带，长度420mm
2	橡胶木桌面手摇L款成长学习桌	心家宜	2799元/套	未标注	1号店	心家宜旗舰店（深圳市爱美居电子商务有限公司）		桌高1235mm，未提供固定产品于建筑物上的连接件
3	坐得正学习椅	坐得正	1199元/套	上海凯酷实业有限公司	京东商城	坐得正琅迪专卖店（上海琅迪贸易有限公司）		有绳带，长度600mm

**4、力学性能（高桌台防脱离）。**儿童学习书桌，为满足功能需求，桌面上通常设置有书架或类似结构。如果产品不符合相关力学性能要求，很有可能

在使用过程中造成结构松动，甚至倾翻砸伤儿童。经测试，2件学习桌样品的力学性能（高桌台防脱离）不符合标准要求，具体如下：

序号	样品名称	标称商标	售价	标称生产企业	网络平台	经销单位	标准要求（力学性能）	测试结果
1	儿童桌椅（学习桌）	爱学习	2399元/套	未标注	天猫商城	爱学习旗舰店（厦门爱学习儿童用品有限公司）	书架或类似结构不应松动或与主体脱离	书架松动
2	橡胶木桌面手摇L款成长学习桌	心家宜	2799元/套	未标注	1号店	心家宜旗舰店（深圳市爱美居电子商务有限公司）		书架松动

**5、警示标识。**警示标识起到引起监护人、儿童注意的作用。规范的警示标识能够在很大程度上避免产品误用，保护儿童在使用过程中不受到伤害，是非常重要的项目。经测试，4件学习桌椅样品的警示标识不符合标准要求，具体如下：



**⚠ 注意！本产品适用于3岁以上儿童使用！**

**⚠ 注意！只允许成人安装，儿童勿近！**

序号	样品名称	标称商标	售价	标称生产企业	网络平台	经销单位	标准要求（警示标识）	测试结果
1	儿童学习桌	浩轩宜家	1279元/套	温岭市浩轩宜家家具有限公司	天猫商城	浩轩宜家家居旗舰店（温岭市浩轩宜家家具有限公司）	1）应在使用说明中明确标示产品适用年龄段，即：“3岁~6岁”、“3岁及以上”或“7岁及以上”； 2）如果产品需要安装，应在使用说明中标示“注意！只允许成人安装，儿童勿近”的警示语； 3）如果产品有折叠或调整装置，应在产品适当位置标示“警告！小心夹伤”的警示语； 4）如果是升降气动杆的转椅，应在产品适当位置标示“危险！请勿频繁升降玩耍”的警示语； 5）以上警示语中的“危险”、“警告”“注意”等安全警示字体不小于四号黑体字，警示内容不应小于五号黑体字。	未提供产品使用说明；桌面板折叠装置处未标示警示语
2	升降课椅	娃娃健	1279元/套	安吉酷锐家具有限公司	天猫商城	浩轩宜家家居旗舰店（温岭市浩轩宜家家具有限公司）		未标示（产品适用年龄段；“注意！只允许成人安装，儿童勿近”的警示语）
3	健康学习椅	誉登	2299元/套	上海睿友商贸有限公司	京东商城	誉登旗舰店（上海睿友商贸有限公司）		未标示（产品适用年龄段）
4	好事达博学科学习桌	好事达	3599元/套	好事达（福建）股份有限公司	国美在线	好事达家具旗舰店（好事达（福建）股份有限公司）		桌面板折叠装置处未标示警示语

#### 四 消费提示

在购买儿童学习桌椅时，家长及监护人应当认真挑选，综合考虑商品质量、适用年龄、价格等多种因素，选择适合儿童学习成长的合格家具。特别关注以下问题：

1、消费者购买儿童学习桌椅时应选择在正规经营场所购买有较好信誉的品牌，购买时向商家索要销售合同、发票、交易凭证等并妥善保存，若出现质量或相关问题，能够更好地维护自身合法权益。

2、查看其标志及使用说明，检查是否明确标示产品执行的标准、适用年龄段；检查产品上可能存在安全隐患的地方是否标示警示标识，如：产品折叠或调整装置处、升降气动杆处。

3、消费者不仅要关注儿童学习桌椅的美观、功能，更应注重其安全及健康性能，注意检查：产品是否有危险锐利的边缘及尖端、突出物；是否有存在安全隐患的孔及间隙；高桌台及大于600mm的柜类产品，是否提供固定产品于建筑物上的连接件；绳带、

彩带或绑紧用的绳索是否过长；产品是否有刺鼻异味，既要选择绿色环保的家具产品，又要避免儿童在使用过程中受到伤害。

4、消费者可在商家处查阅本年度或近期的检测报告，查看检测报告中是否按照GB 28007-2011《儿童家具通用技术条件》的标准进行检测；报告是否合格；项目是否全面，不能只听信商家的口头承诺。

5、购买家具后，家长或监护人还应注意：

（1）仔细阅读儿童家具使用说明书，在合理的环境下使用产品；

（2）高柜的固定件、边角保护套、推拉件防脱落装置等保护部件应严格按照安装要求进行装配，保持警示标识的完好，确保儿童在使用家具时的安全；

（3）除转椅外，安装脚轮的产品在不需移动时要注意锁定脚轮；

（4）家具安装完成后，室内应经常通风换气；

（5）培养儿童使用家具时的良好习惯，避免攀爬、猛开猛关家具，避免频繁升降、调节桌椅；在家具摆放密度较高的房间里，避免追逐打闹，防止撞伤。

# 大多主流品牌玩具安全性较好

## ——北京市消协发布网购儿童玩具比较试验结果



玩具是儿童亲密游戏伙伴，由于儿童生理及心理发育的特殊性，产品质量安全一直是消费者的关注重点。为了指导和引导消费，北京市消费者协会委托专业检测机构，对100件网购儿童玩具样品进行了比较测试。正准备给孩子购买儿童玩具的家长，不妨先看看这份北京市消费者协会发布的100件儿童玩具比较试验结果。

### 一 比较试验样品情况

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天猫、京东、淘宝、苏宁易购、唯品会、聚美优品、亚马逊、网易考拉、1号店、宜家官网等网络购物平台购买，涉及北京市、天津市、上海市、山东省、浙江省、江苏省、福建省、广东省等省市企业生产或经销的76个品牌的100件儿童玩具样品。样品购买价格最低的12元/件，最高的1158元/件。

### 二 比较试验的标准及项目

本次比较试验委托深圳市英柏检测技术有限公司，依据GB 6675.1-2014《玩具安全 第1部分：

基本规范》、GB 6675.2-2014《玩具安全 第2部分：机械与物理性能》、GB 6675.3-2014《玩具安全 第3部分：易燃性能》、GB 6675.4-2014《玩具安全 第4部分：特定元素的迁移》、GB 19865-2005《电玩具的安全》等标准对儿童玩具样品的标识、机械与物理性能、燃烧性能、特定元素的迁移、增塑剂、电玩具的安全性能进行测试。比较试验结果仅对购买的样品负责。

### 三 测试结果

经测试，100件儿童玩具样品中有14件样品未达到相关标准要求，主要是标识、机械与物理性能、增塑剂和电玩具的安全存在问题，14件不达标玩具主要来自电商平台京东商城2件，聚美优品2件，唯品会2件，天猫商城2件，1号店1件，苏宁易购2件，海囤全球1件，亚马逊1件，我买网1件。比较试验结果显示，大多数主流品牌玩具样品安全性较好，消费者购买可参考本次比较试验结果。具体如下：

**1、标识。**儿童玩具标识可以给消费者提供购买指示（如在玩具上或包装上）、玩具开始使用前的提示（如在说明书上）及玩具每次使用前的提示（如玩具上的标识）等信息。相关警示语对儿童在使用玩具以及家长在挑选玩具时有警示作用，可以引导消费者的正确选购及安全使用，是玩具产品中必不可少的文字内容。本次比较试验儿童玩具标识存在的主要问题是缺少产品名称、产品标准编号，生产者、经销者的名称和地址、安全警示说明、产品使用年龄、中文字体标识等信息的标注。玩具上缺少相关标识信息，消费者缺少选购和使用信息，容易误导消费者，甚至造成不必要的麻烦甚至伤害。经测试，10件样品标识存在问题：

## 权威发布

Authoritative release

序号	样品名称	商标	款号/货号	规格型号	销售平台	标称生产/经销企业	单价(元)	标识
1	/		/	NO.K148A	聚美优品 奥贝比电子商务	/	59	无产品标准编号； 无生产者、经销者的名称和地址标注； 无中文字体使用说明。
2	日本KJC宝宝长颈鹿牙胶	KJC	条形码： 4571498430014	EM8233B	天猫国际 akasugu海外旗舰店	/	158	无中文字体标识； 无产品标准编号标注。
3	戏水玩具	/	条形码： 31823989369	NO.YJ18001	京东 瑞斯玩具专营店	天津德尔瑞斯 国际贸易有限公司	45.9	无产品标准编号标注； 产品年龄标识不一致。
4	/	满满	/	/	唯品会 满满玩具官方旗舰店	/	19	无生产者、经销者的名称和地址标注； 无产品名称标注； 无产品标准编号标注； 无产品型号标注； 无中文字体使用说明； 无安全警示说明。
5	静态塑胶玩具	可爱布丁	/	/	京东超市 可爱布丁自营旗舰店	金华市耀轩饰品有限公司	55	手工剪刀有功能性利边，无功能性利边警告语。
6	/		条形码： 011964436248	Item:206880	苏宁国际自营	/	99	无中文使用说明标识
7	/		条形码： 048526061464	/	海囤全球 山姆会员商店海外官方旗舰店	/	56	无产品标准编号标注； 无中文使用说明标识。
8	/	Wavy-Wagon	条形码： 062243275966	BX1375Z	亚马逊自营	/	242.97	无中文字体使用说明标注
9	/	GUND	条形码： 028399085071	ITEM:6049314	天猫国际 TJSTHEKID DIESSTORE 海外旗舰店	/	298	无中文字体使用说明； 无产品标准编号标注。
10	网红兔耳朵帽子 抖音同款一捏耳朵会动的气囊磁铁帽 毛绒玩具可爱女孩 兔子帽送女朋友 七夕情人节生日礼物 抖音同款会动的兔耳朵	玉洋轩	27515771202	/	1号店 玉洋轩玩具专营店	北京玉洋轩国际贸易有限公司	39	无产品使用年龄标注； 无产品标准编号标注。

**2、机械与物理性能。**经测试，本次比较试验中有13件样品机械与物理性能存在问题，主要是：玩具中含有小零件、锐利边缘和尖端，存在安

全风险，或缺少相关警示语；某些特定玩具的形状、尺寸及强度存在风险；产品包装薄膜厚度小于0.038mm等。具体如下：

序号	样品名称	标称商标	款号/货号	规格型号	销售平台	标称生产/经销企业	单价(元)	机械与物理性能
1	/		/	NO.K148A	聚美优品奥贝比 电子商务	/	59	无中文生产商标记
2	日本KJC宝宝长颈鹿牙胶（网页显示）	KJC（网页显示）	条形码： 4571498430014	EM8233B	天猫国际akasugu 海外旗舰店	/	158	无中文标识
3	戏水玩具	/	条形码： 31823989369	NO.YJ18001	京东瑞斯玩具 专营店	天津德尔瑞斯 国际贸易有限公司	45.9	产品包装薄膜厚度小于0.038mm

4	婴儿玩具	/	条形码: 6930142302059	508	唯品会依妹儿玩具 官方旗舰店	汕头市澄海区 婴乐玩具厂	68	摇铃手柄能穿过模板A
5	/	满满	/	/	唯品会 满满玩具官方 旗舰店	/	19	电池盖边角为锐利尖端; 产品包装薄膜厚度小于 0.038mm; 产品含有小 零件, 无中文警示语; 无 中文安全标识和生产商标 记。
6	静态塑胶玩具	可爱布丁	/	/	京东超市 可爱布丁 自营旗舰店	金华市耀轩 饰品有限公司	55	玩具中薄膜袋的薄膜平均 厚度小于0.038mm; 手 工剪刀有功能性利边, 无 功能性利边警告语; 金属 丝末端是尖顶。
7	/		条形码: 011964436248	Item:206880	苏宁国际自营	/	99	无中文生产厂商标记
8	/		条形码: 048526061464	/	海囤全球 山姆会员商店海外 官方旗舰店	/	56	无相关中文标识
9	/	Wavy- Wagon	条形码: 062243275966	BX1375Z	亚马逊自营	/	242.97	无中文生产厂商标记
10	20CM招财纳福猪	比利蚁THE BILLYS	条形码: 6938263836507	36507	我买网自营	广州市成美 创意文化传播 有限公司	29.9	产品包装薄膜厚度小于 0.038mm
11	益智游戏机玩具	欧宝	条形码: 6956102909533	SLW-953	苏宁 汇奇宝玩具旗舰店	汕头市欧宝 游艺科技 有限公司	158	产品包装薄膜厚度小于 0.038mm
12	/	GUND	条形码: 028399085071	ITEM:6049 314	天猫国际 TJSTHE KIDDIESSTORE 海外旗舰店	/	298	无中文生产商标记
13	网红兔耳朵帽子 抖音同款一捏耳朵 会动的气囊磁铁帽 毛绒玩具可爱女孩 兔子帽送女朋友 七夕情人节 生日礼物抖音同款 会动的兔耳朵	玉洋轩	27515771202	/	1号店 玉洋轩玩具专营店	北京玉洋轩 国际贸易 有限公司	39	产品包装薄膜厚度小于 0.038mm

**3、增塑剂。**邻苯二甲酸酯是目前使用最广泛、品种最多、产量最大的一类增塑剂, 被广泛应用于高分子塑料产品的生产。邻苯二甲酸酯被认为是一类环境激素, 对人类机体多个系统如肝脏、肾脏等均有毒害作用, 尤其是处于发育早期和分化发育敏感阶段的儿童和孕妇。研究表明, 邻苯二甲酸酯类物质会影响人体激素系统, 可引起儿童性早熟, 使男性精子数量减少、运动能力低下、形态异常, 并对儿童的神经发育造成一定的影响。经测试本次比较试验有一款芭比娃娃中的肤色塑胶邻苯

二甲酸二丁酯 (DBP) 含量为4.847%、邻苯二甲酸二 (2-乙基) 己酯 (DEHP) 含量为9.246%, 因此邻苯二甲酸二丁酯 (DBP)、邻苯二甲酸丁苄酯 (BBP)、邻苯二甲酸二 (2-乙基) 己酯 (DEHP) 之和含量为14.093%, 超过标准要求值的140倍。(国家强制性标准GB 6675.1-2014《玩具安全 第1部分: 基本规范》中要求邻苯二甲酸二丁酯 (DBP)、邻苯二甲酸丁苄酯 (BBP)、邻苯二甲酸二 (2-乙基) 己酯 (DEHP) 之和应 ≤0.1%。) 该样品具体信息如下:

## 权威发布

Authoritative release



样品名称：乐美儿芭比娃娃  
商标：奥贝比 AOBEBY  
购买平台：聚美优品  
生产厂家：汕头市澄海区小杜玩具厂  
单价：98元

**4、电玩具的安全。**经测试，比较试验中3件样品电玩具的安全性存在问题，主要是电玩具的标识和说明存在问题，包括：包装及说明上缺少部分电池安全注意事项相关信息；无可更换电池的相

关注意事项；缺少“包装含有重要信息必须予以保留”标注；无制造商名称标识；无中文使用说明标识等情况，可能给消费者造成不便，甚至存在安全隐患。具体如下：

序号	样品名称	标称商标	款号/货号	规格型号	销售平台	标称生产经销企业	单价(元)	电玩具的安全
1	/	GUND	条形码： 028399085071	ITEM:6049314	天猫国际 TJSTHE KIDDIESSTORE 海外旗舰店	/	298	无中文使用说明标识
2	戏水玩具	/	条形码： 31823989369	NO.YJ18001	京东瑞斯玩具专营店	天津德尔 瑞斯国际 贸易有限 公司	45.9	包装及说明上缺少部分电池安全注意事项相关信息；缺少“包装含有重要信息必须予以保留”标注；包装信息缺少中文内容。
3	/	满满	/	/	唯品会 满满玩具官方旗舰店	/	19	无制造商名称标识；无可更换电池的相关注意事项；无“包装含有重要信息必须予以保留”语句；无中文信息。

**5、经测试，可迁移元素和易燃性能项目所有样品均未发现不符合国家标准的情况。**

### 四 消费提示

消费者在选购儿童玩具时应尽量选择在正规的经营场所购买有较好信誉的品牌，同时保留购物凭证，以便出现质量问题能有效的维护自己的合法权益。消费者可参考本次比较试验结果选购儿童玩具产品，同时选购商品应注意以下几个方面：

**1、看标识。**儿童玩具的标识信息应包括产品名称、产品型号、产品标准编号、年龄范围、安全警示、安全使用方法及组装图、维护和保养、生产者

的名称和地址等，毛绒布制玩具还应标明材质主要成分的名称和含量。注意不要购买“三无”产品。

**2、看质量。**摸一摸硬质玩具上有可能刺伤、划伤儿童皮肤的锐利尖端、边缘和突出物。试一试可能被儿童放入口中的小零件是否安装牢固，玩具的运动部件之间的间隙等是否会夹伤儿童的手指。软体摇铃、挤捏玩具、出牙器等玩具即使是在最大压缩状态下也不能完全塞入儿童的口中，以确保安全。

**3、看包装。**选购的玩具配有塑料包装袋的，拆封后应立即收好或丢弃，不要让儿童玩耍，避免造成窒息等安全事故。

“室内污染防治”消费大讲堂

戴森室内空气关键词报告  
地点：北京  
主办单位：北京消费者协会  
支持单位：戴森

热点关注  
HOT CONCERN

## “室内污染防治”消费大讲堂

2019戴森室内空气关键词报告

主办单位：北京消费者协会

支持单位：戴森

### 北京消协举办“室内污染防治” 消费大讲堂活动

近日，北京市消费者协会举办了主题为“室内污染防治”的消费大讲堂活动。活动邀请北京大学人民医院呼吸科主任医师穆新林、中国家电研究院专家梅晓春和戴森科技发展有限公司工程师王维等专家和业内人士，就国内主要城市室内空气污染现状、空气污染物对呼吸道健康的影响和室内污染防治方法等内容进行了详细讲解。北京市消费者协会秘书长杨晓军等有关领导及50余名消费者代表参加了本次活动。

北京市消费者协会秘书长杨晓军表示，空气污染已经成为百姓非常关切的问题。当室外空气质量不好的时候，公众的普遍认识就是尽量减少外出活动并紧闭门窗，但这些方法足以让我们避免或减少污染吗？其实我们对室内污染问题知之甚少，这就是我们举办室内污染防治消费大讲堂的初衷，我们希望唤起消费者对室内空气质量的重视。

北大人民医院呼吸内科教授穆新林表示，空气污染问题不容忽视，它会无形中影响人们的呼吸道健康。其中粒径0.1微米左右超微颗粒物是空气中数量最多的颗粒物，它们能进入身体，到达肺泡深处，并沉积在肺部难以排出。因此，建议大家采取一些措施来改善室内空气，例如在空气质量优异的时候开窗通风，在空气质量不佳的时候也可以在室内使用空气净化设备。

中国家电研究院专家梅晓春同时表示，随着国人对家居环境的愈加重视，未来针对中国消费者的室内空气质量

量解决方案将变得更加复杂和多样化，比如空气净化风扇作为一支新军近来受到了消费者的欢迎，因为它能够依靠强劲气流加大空气循环面积，这跟我们专业研究人员关注的空气净化均匀度相吻合，因为高均匀度能够解决全屋净化无死角这一消费者需求。

戴森科技发展有限公司工程师王维介绍说，从全年数据来看，室内颗粒物指数呈现一定的季节性，夏季的水平较低，冬季相对较高。室外的污染源会进入室内从而影响室内的颗粒物水平，并且关窗无法有效解决。室内的VOC（挥发性有机化合物）不仅仅来自新装修的甲醛等有害物质。值得注意的是：做饭、清洁等人为活动也会在室内制造VOC污染。

王维工程师建议，选购一台好的空气净化设备时关键要考虑精准监测、高效净化和强劲喷射这三项功能。精准监测是有效净化的第一步，这不仅依赖于良好的硬件条件进行数据采集，也依赖于先进的软件进行数据处理和校准。滤网是高效净化的核心，高效的滤网不仅能够净化大的颗粒物，更应该能净化超细颗粒物类如PM0.1。当然，光有高效的滤网还不够，整屋的洁净还需将净化后的空气送到人们的面前。这依赖于空气净化设备是否有强劲的气流，能够喷射洁净的空气，覆盖室内的每个角落。

通过听取专家讲解和观看专家演示，参会消费者代表进一步加深了对室内污染问题的认知，掌握了更多室内污染防治的知识和窍门。

## 北京城六区5G覆盖率年底前将超9成 收费方式更加个性化

5G套餐何时推出？资费与4G相比如何？还会是按流量收费的模式吗？5G牌照发放后市民对此日益牵肠挂肚。6月13日从双创周上获悉，北京联通披露2019年年底前本市城六区5G覆盖率将超过90%，5G收费方式将更加个性化，甚至有望实现一顾客一套餐的多元化收费模式。

对于5G套餐北京联通方面表示，其前期已做了储备性研究规划，发牌后正在加快相关套餐产品的研发进度。目前北京联通初步计划，5G收费模式与4G时代既有承接又有创新，流量虽然是其中重要因素之一，但也会根据5G业务的技术特点研究新的计费模式。今后的5G收费方式将更加个性化和场景化，甚至会根据市民需求，实现一顾客一套餐，推出基于多场景下的多元化收费模式。

针对5G手机最快何时推出，运营商对5G手机补贴力度是否会加大的疑问，北京联通方面表示，一旦手机厂商产品获得入网许可后即可立即上市销售。北京联通也有望与手机厂商推出合约机，助推5G手机价格的降低。

2019年年底前，北京联通将实现本市重点场景5G网络100%覆盖，城六区覆盖率将达到90%。北京联通相关负责人还介绍，未来的5G终端将是泛智能化的多元形态，除了手机之外，手表、平板、VR头盔、水电煤气表、电冰箱、汽车、音箱、机器人等都可以成为5G终端。

5G将为用户带来更好的沉浸式体验，除超高清视频外，增强现实、虚拟现实、混合现实有望迅速普及。北京联通将通过5G为高清视频、VR/AR游戏娱乐、虚拟购物、车载影音、智能家居等大流量高带宽应用提供支持，为市民带来沉浸式的多样体验。

近期在首钢园区，百度无人车实现了在园区内的无人驾驶应用。北汽在顺义完成了无人车编队行驶测试。北京联通正在协同智能交通、自动泊车等新应用领域与合作伙伴展开广泛合作，北京交通格局有望实现新变革。

据外媒报道，韩国在4月初推出5G商用服务后，仅用了69天其5G入网用户已经突破百万人之众。这意味着

每天都要净增1万多名5G用户，这一普及速度也远远超过了当年4G刚推出时的受追捧程度。

外媒报道还显示，在4G网络环境下无法实现多人同时在线合唱，由于延迟时间较长导致歌词伴奏和演唱无法对上。但利用5G低延迟的特性，韩国运营商很快就推出了能4人同时在线欢唱的K歌软件。

眼下，三大运营商已经开足马力建设5G，北京5G大型基站数量已经超过了4400座。北京联通这次表态2019年年底前本市城六区5G覆盖率将超过90%，此前北京移动也披露2019年年底其5G信号将在5环内实现全覆盖，然而，全球的5G覆盖率将远远落后于我国。

(北京日报)



## 房贷还清可网上注销抵押

今后，房屋贷款还清后，不用再跑不动产登记窗口，网上就能办理抵押权注销业务，为房屋恢复“自由身”。市规划自然资源委、中国银保监会北京监管局、北京住房公积金管理中心近日联合印发《关于网上办理抵押权注销登记的通知》，共同推出网上办理不动产抵押权注销登记。

自2019年6月10日起，不动产抵押权注销登记可以网上办理。这是继一窗办理、一网通办、网上支付登记费等多项措施后，本市不动产登记领域推出的又一项便民利民新举措。

在本市购房群体中，选择银行贷款买房的数量众多，这就涉及到“解抵押”手续，即抵押权注销登记，不再让房屋处于被抵押的状态。由于本市房屋买卖较为活跃，不动产抵押权注销登记量大面广。据市规划自然资源委统计，仅2018年本市就办理不动产抵押权注销登记16.8万件，占全市登记工作量的15.6%。

此前，房屋贷款还清后，市民或企业需要前往银行网点领取纸质申请材料，再到不动产登记窗口提交登记申请，才能完成不动产抵押权注销。实行网上办理后，申请人无需前往登记窗口，只需由银行登录北京市不动产登记网上服务平台，录入申请信息，登记部门即可进行网上审核。

今后，大量的抵押权注销登记业务均可网上办理，不用办事人跑路，降低市民和企业办事成本。

提到网上办理，申请人最发愁的就是申报材料。此次，在办理不动产抵押权注销业务时，市规划自然资源委将对登记到的共性申请资料全市集中备案，各登记中心数据共享，最大限度精简材料，避免重复提交。这有助于银行提高申请效率，进而加快不动产抵押权注销登记办理速度。

全天候是网上办理的优势。据悉，不动产登记网上服务平台24小时开放，银行可以随时在互联网提交申请，登记部门在收到登记申请后的24小时内完成业务办理。全天申请不打烊的服务，将进一步压缩登记业务的办理时限，极大便利市民和企业办理相关事项。

习惯到窗口办理业务的申请人也不必担心。为尊重申请人不同习惯，该业务提供网上办理、窗口办理两种服务模式，线上线下不脱节，申请人可根据实际情况自行选择。

市规划自然资源委表示，在确保不动产交易、企业融资安全的情况下，本市将进一步优化营商环境，逐步推出不动产抵押权登记网上办理、抵押权登记与存量房过户一并办理等多项举措，让市民和企业足不出户就能办理贷款抵押全流程事项。（据首都之窗）

## 市属三级医院治理号贩子不力将降级

北京市接受中央扫黑督导组立行立改部署会召开后，针对发挥行业作用治理号贩子乱象不够的问题和薄弱环节，北京市卫生健康委立即制定了立行立改工作方案。6月9日，据了解，市卫生健康委已对北京协和医院等整治不到位的医院负责人进行约谈，同时安排12个暗访组深入到相关医疗机构进行巡查。另外，对号贩子、涉医事件、非法行医等行业乱象治理不力的市属三级医院，年终绩效考核将予以降级。

中央督导组督导市卫生健康委扫黑除恶专项斗争工

作后，市卫生健康委立即按照中央督导组关于边督边改、立行立改的要求，组织召开党委扩大会议和专项斗争领导小组会议、各区卫生健康委主任专题工作会议，要求全系统全力做好市卫生健康系统扫黑除恶专项斗争工作。

目前，市卫生健康委正在对督导组 and 市委书记蔡奇同志讲话中指出的问题逐条逐项进行对照检查，明确整改标准、措施、期限，确保问题整改到位。针对发挥行业作用治理号贩子乱象不够的问题和薄弱环节，制定了市卫生健康委立行立改工作方案，全面落实好主体、属地、行业

监管等相关责任。

市卫生健康委围绕实现行业对号贩子“治理到位、全面好转、持续保持”的目标，积极主动与公安等部门加强协作与配合，对问题线索加强搜集，对现有案件再次梳理；对整治不到位的北京协和医院、北京同仁医院、北京儿童医院等医院负责人进行约谈，明确提出了切实履行主体责任、坚决做好整改等要求；安排12个暗访组深入到相关医疗机构进行巡查，发现问题马上约谈医疗机构负责人。同时，还以市卫生健康委扫黑除恶专项斗争领导小组办公室名义下发《问题整改督办单》，提出限期整改要求。

市卫生健康委和市中医局、市医院管理中心领导已

带队到各区和有关医疗机构检查整治“号贩子”工作，对因重视不够、日常监管不到位、与公安部门联动不及时，造成涉黑涉恶问题突出的部门和单位负责人，将依法依规追究相关责任，从重从严处理。对整治行业乱象不力的市属三级医院，年终绩效考核予以降级；对非市属单位，按照管理权限等，移交主办机关，并在医院评优评先和申报市级科研专项等方面采取严格禁限措施。

下一步，市卫生健康委将持续开展卫生行业扫黑除恶专项行动，联合多部门对号贩子、涉医事件、非法行医等行业乱象，开展联合整治，确保全市卫生健康领域安全稳定。

(据首都之窗)

## 教育部开展校外培训机构专项治理“回头看”活动

据教育部网站消息，教育部办公厅发布《教育部办公厅关于开展校外培训机构专项治理“回头看”活动的通知》(以下简称《通知》)。《通知》指出，教育部决定开展校外培训机构专项治理“回头看”活动，“回头看”将重点摸排培训机构是否存在学科类培训内容未备案、培训班名称不规范、从事学科类培训教师无教师资格证等情况。

《通知》称，教育部逐级组织开展“回头看”活动。县级教育行政部门要对行政区域内校外培训机构再次进行全面摸排，省、市级教育行政部门要选取重点区域进行摸排，及时发现问题解决问题，2019年6月15日前完成。

《通知》表示，在各地“回头看”基础上，教育部将组织调研组赴有关省(区、市)开展实地调研，2019年6月底前完成。

《通知》明确了校外培训机构专项治理“回头看”的内容：

**1.看专项治理的总体效果。**要求系统总结一年来的工作，深入分析研判，重点看存在问题的机构是否完成整

改，还有哪些机构需要继续整改，是否还存在安全隐患、超前超标培训、培训结果与招生入学挂钩等突出问题。

**2.看培训机构规范经营情况。**重点摸排是否存在学科类培训内容未备案、培训班名称不规范、从事学科类培训教师无教师资格证、培训内容和培训教师信息未公示、收费跨度超过3个月、培训时间违规等情况。

**3.看长效机制建立情况。**重点了解建立部门联合执法机制、年检年报制度、黑白名单制度、舆情应对及应急处置机制等情况。

**4.看全国校外培训机构管理服务平台使用情况。**重点了解培训机构信息录入、黑白名单公布、网上投诉处理情况。

《通知》强调，各地要认真贯彻落实“减负三十条”具体部署，针对不同地区，考虑城乡差别，按照一校一案，区分学生情况研究解决课业负担过重问题，坚决避免因“盲目减负”带来学校教育水平下降的情况。

(中国新闻网)

## 市住建委公布20家违规房产经纪机构名单

针对房地产市场违法行为新动向，市住房城乡建设委执法部门近日根据形势发展，坚持真抓实干，向纵深推进规范互联网房源信息发布工作。继续深入开展“扫黑除恶”专项行动，对侵害群众利益的违法违规行为细查深打，全面治理发布委托手续不全、虚假房源信息以及违法群租、违规租赁等市场乱象，切实维护群众利益。截至目前，2019年已依法对183家房地产经纪机构的违法违规行为立案查处。

端午节前后，市住房城乡建设委执法部门联合朝阳房管局、海淀房管局开展房地产市场检查，线上线下两手抓，共查处20家违规发布房源信息的房地产经纪机构，名单如右侧：

名单中房地产经纪机构违反了《房地产经纪管理办法》的规定，市区住建房管执法部门已立案查处，并要求主流互联网平台下架其发布的全部房源信息。

其中，北京市博友园房地产经纪有限公司、北京永通房地产经纪有限公司、北京旺佳权得房地产经纪有限公司、环宇嘉业(北京)房地产经纪有限公司违反之前承诺，再次发布违规房源信息，暂停其在主流互联网平台发布房源信息半年进行整改。（北京市住房和城乡建设委员会）

北京市博友园房地产经纪有限公司  
北京壹加贰房地产经纪有限公司  
北京广盛立业房地产经纪有限公司  
北京永通房地产经纪有限公司  
北京金科弘业投资管理有限公司  
北京旺佳权得房地产经纪有限公司  
北京天赐佳兆房地产经纪有限公司  
北京大苑天地房地产经纪有限责任公司  
北京好家鼎晖房地产经纪有限公司  
北京世纪万家房地产经纪有限公司  
北京智邦房地产经纪有限公司  
北京海盛房地产经纪有限公司  
可欣居(北京)物业管理有限公司  
北京洪顺佳美房地产经纪有限公司  
环宇嘉业(北京)房地产经纪有限公司  
北京大正联合房地产经纪有限公司  
北京福家家房地产经纪有限公司  
北京七彩之家房地产经纪有限公司  
北京联合家美房地产经纪有限公司  
北京恒产嘉业房地产经纪有限公司

## 北京蔬菜直通车将统一标识

今后，蔬菜直通车将统一标识，市民买菜时需认准“北京市菜篮子工程”标识。市商务局、市公安交管局等部门近日出台《关于加强社区蔬菜直通车管理的指导意见》，对于社区蔬菜直通车的规范管理提出要求。

近年来，一些缺少菜店的社区里都出现了蔬菜直通车的身影。2016年，市商务局曾出台《社区蔬菜(肉类)直通车设置和管理规范》，其中要求社区蔬菜直通车的蔬菜品种不低于15种，蔬菜销售价格不能高于超市同类产品的正常价格。这份规范促进了社区蔬菜直通车的规范发展。但近两年，蔬菜直通车暴露出了一些新问题，例如管理方面不够规范、垃圾回收不及时等。

此次发布的《指导意见》明确了蔬菜直通车的定

位，社区蔬菜直通车主要开在蔬菜零售网点空白或不足的社区，是蔬菜零售网点的一种阶段性补充方式，它应该逐渐被规范、固定的蔬菜零售网点替代。这也意味着，在蔬菜直通车提供服务的同时，社区附近也要尽快建立固定的蔬菜网点。

根据《指导意见》，蔬菜直通车直接设置在小区内，需要统一外观、统一标识、统一编码。由于社区蔬菜直通车需要在商务部门备案，每辆直通车都会获得相应的运营编号。根据市商务局公布的车厢侧面外观效果图，蔬菜直通车左上方需印有绿色的“北京市菜篮子工程”字样，中间印有红色的“社区蔬菜直通车 第X号”字样，左下方用黑色字体注明企业全称和企业服务电话。（北京日报）

## 格力举报奥克斯 打击竞争对手还是替消费者维权？

“6·18”电商大战前夕，格力电器公开举报奥克斯事件不断升级——6月10日，格力电器通过官方微博举报奥克斯8款型号产品能效比和制冷消耗功率监测不合格，涉嫌构成生产销售不合格产品且销售数额巨大。

随后，奥克斯发表声明称，消费者向格力电器举报奥克斯产品问题，明显不合情、不合理，漏洞百出；格力采用诋毁手段，属于明显不正当竞争行为。对于格力不实举报，公司已向公安机关报案，并将向司法机关提起诉讼。

6月11日，格力电器再度回应称，目前行政执法机关已经积极介入，此次举报与“6·18”无关，几个月前已向湖南、湖北、河南、广东等多地市场监督管理局进行实名举报。

6月12日，奥克斯通过《浙江之声》表示，从民族制造业层面考虑，格力发起进攻时机不当。奥克斯呼吁，在中美贸易摩擦背景下，“民族品牌应携手一致对外，格力直接向本土企业开战，于民族大义不顾，于国之大局不顾。”

这场空调巨头的“大战”，不应成为“口水战”，而应指向提高中国空调的质量水平，提高行业透明度，维护消费者的利益。

### 格力 奥克斯生产销售不合格空调产品

近日，格力电器发布《关于奥克斯空调股份有限公司生产销售不合格空调产品的举报信》，指出奥克斯空调价格便宜但耗电量很大，产品与其宣传、标称的能效值差距较大，能效比和制冷消耗功率的检测结论均为不合格。

格力电器在举报信中称，有消费者曾反馈奥克斯空调



价格便宜但耗电量很大，经实验室实测，奥克斯生产的部分型号空调与其宣传、标称的能效值差距较大。经第三方机构检测验证的结果显示，相关产品能效比和制冷消耗功率的检测结论均为不合格。

格力电器认为，生产销售不合格空调产品的行为，严重违反了国家有关法规，涉嫌构成生产销售不合格产品且销售金额巨大。目前上述产品仍通过主流电商平台及实体卖场销售。

格力电器还称，之前已经在湖南、湖北、安徽、河南等地进行了实名投诉。相关的国家行政机关也受理了上述投诉，也对市场上发现的在售的这些机型进行了检测。

### 奥克斯 不实举报，已向公安机关报案

奥克斯随后发布声明称，格力既非消费者又非国家监管部门，其声称消费者向其举报我司产品问题，明显不合情，不合理，漏洞百出。正当618空调销售旺季来临之际，格力采用诋毁手段，属于明显的不正当竞争行为。奥维云网公布的数据显示，一季度奥克斯空调线上销进增长56%，格力空调下滑11.6%。奥克斯作为家有责任、有担当的企业，产品质量过硬，性价比高，连续多年线上销量、好评率均第一。

奥克斯还表示，愿意接受广大消费者和国家相关部门监督检验。对于格力的不实举报，已向公安机关报案，并将向司法机关提起诉讼，依法保护自身合法权益，维护市场正常秩序。

## 市场监管总局

### 通知浙江局尽快调查核实，并向社会公开

2019年6月10日下午，国家市场监督管理总局注意到珠海格力电器股份有限公司《关于奥克斯空调股份有限公司生产销售不合格空调产品的举报信》。我局对此高度关注，已于当日下午通知浙江省市场监督管理局对有关情况尽快进行调查核实，将依据调查核实的结果依法依规做出处置，并及时向社会进行公开。

格力举报奥克斯，中国消费者协会高度关注！

## 中国消费者协会

### 高度关注，期待尽早给出结论

中国消费者协会关注珠海格力电器股份有限公司实名举报奥克斯空调股份有限公司生产销售不合格空调产品事件。中国消费者协会有关负责人表示，此事关涉产品质量和消费者权益，中消协对此高度关注。中国消费者协会表示，事件已经引起广大消费者的担忧和不安，也引起有关监管部门高度重视，中消协期待尽早给出结论。同时呼吁相关经营者始终树立“消费者优先”理念，为消费者提供品质可靠的产品和服务，保障消费者合法权益。

## 新华每日电讯

### 提升行业透明度，让诚信企业更有竞争力

“真金不怕火炼”，无论是格力的举报，还是奥克斯的报案，核心的事实还在于奥克斯的空调是否存在弄虚作假的问题，这是整个事件的事实基础，也是判断是非的根基。如果奥克斯空调不存在造假、虚标，那么格力方面自然是诽谤，相关的法律责任是逃不掉的；反之，奥克斯欺诈消费者的责任也是逃不掉的。

至于格力高调举报的“动机”倒并不重要了。重要的是：空调行业，是不是存在这样的能效值“虚标”的欺诈

问题？如果有，为什么能逃过了之前国家对空调的强制检测？

消费者作为外行，其实很难看懂空调行业有关能耗标准的门道，如果空调行业真的存在某种能效值“虚标”的积弊，且俨然成了行业内部的潜规则，谁都不愿意捅破，那么，这次格力愿意站出来捅破这层窗户纸，无论动机是什么，对消费者来说都是一件好事。

至少目前，格力方面已经拿出了一些“初步证据”。格力电器表示，之前有消费者向格力方面反馈奥克斯空调价格便宜但耗电量很大，还贴出了有四川省电子产品质量监督检验所盖章的报告图片。这些检测数据的真实性，以及与指控内容的相关性，还有待权威部门做出判定。

目前，监管部门的强势介入和全面调查，对打破口水战的僵局很重要，真理越辩越明，事实越查越清。谁在行业里搅浑水？谁在搞小动作欺骗消费者？这些问题的答案在确凿证据和事实面前自然无所遁形。

希望这次举报事件，能推动空调全行业的质量、标识调查，不能止于当事两家企业。用一场全行业的“大体检”，提升行业透明度，让诚信的企业更有竞争力。（据新华每日电讯）

## 中央电视台 让消费者满意作为标准

同行之间是最了解同行的。同行的举报或合法监督，必然会促进行业的正常健康发展。在行业内有一些所谓的潜规则，只有同行知道，如果同行不把这些黑幕和潜规则揭露和打破，最终受害的将是消费者。这次格力电器股份有限公司关于奥克斯空调股份有限公司生产销售分歧格空调产品的举报信是否属实，国家机关已经及时地介入进来，监管部门也要进行查实。

如果确实存在格力所说的情况，奥克斯就要承担责任。同样格力如果是出于其他目的，举报虚假内容，格力将格力将承担法律责任。一切都要以相关部门的调查结果为准。同行的这种举报必然会有利于这个行业的发展。所有产品都是要以消费者满意作为一个最高尺度，不管同行之间互相举报也好互相监督也罢，只要最终能让这个行业更好，产品更好，让消费者真正得到实惠才是最高的尺度。希望能够尽快地看到相关部门的调查结果。

在市场竞争中，企业不能仅依靠自身的宣传，有时还要使用法律兵器，来掩护本身驱除在行业内的一些害群之马。（据央视新闻）



王珂

## 让预付消费更安心

如今，“先预付、后消费”的商业模式，不仅在实体店被广泛使用，在网购平台也越来越常见。随着暑期消费旺季临近，商家们纷纷推出预付消费等促销活动。

预付消费受热捧，背后是“双赢”的商业逻辑。对消费者来说，预付消费的价格往往有优惠，也可省去每次结算的麻烦，体验更好。对商家来说，一次性预收顾客的资金，意味着锁定了未来一段时间的客源。但现实中，预付消费“卡壳”现象时常发生。办理预付卡时，商家不愿跟消费者签订书面合同；等到办完卡，又时常退卡难、退款难；更有甚者，关门歇业，让消费者的预付款打了水漂。有人感慨，“预付卡”成了“圈钱卡”。

预付消费这本“经”，为何被念歪了？主要还是一些不法商家在搅浑水、钻空子。正是因为看到了预付消费对于人们的吸引力，一些商家动起了歪念头。他们以“优惠促销”为由吸引顾客，一旦收到预付金，不是想着怎样提升服务，而是变着法给服务注水，甚至一走了之，可谓“以预付之名，行敛财之实”。类似做法，侵害了消费者合法权益，也扰乱了正常的市场秩序，影响人们对消费的信心。

其实，从2012年起，商务部就陆续出台了相关管理办法。发卡企业在商务主管部门备案，实行资金存管制度，预收资金的一定比例向商业银行存入存管资金……相关规定非常细致，但在落实层面，却经常遭遇现实难题。实际上，大量预付卡销售没有备案、没有存管，结果便游离于监管之外。如何有效加强监管、进一步规范预付卡消费，充分保护消费者合法权益，成为亟待破解的问题。

让预付消费更安心，关键在于多措并举，形成监管合力。一些商家之所以敢欺骗消费者，甚至让预付卡成为敛财套路，一个重要原因是违规成本较低。因此，应当不断完善监管体系，加大对违规者的惩处力度。与此同时，还应探索多样化的处罚手段。预付卡一定程度上承载着消费者对于商家的信任，如果辜负了这份信任，商家就应承担相应的不利后果。有必要在市场监管、商务、公安等部门之间实现信息共享，让守信者畅通无阻，让失信者寸步难行，从而大大增加监管的威慑力。

事实上，随着消费市场更趋成熟、消费行为更加理性，消费者“用脚投票”的作用也愈加显著。今天，人们对预付消费模式日益熟悉，选择时也更为谨慎。目前，企业的预付消费服务有没有在相关部门备案，已可通过商务部单用途商业预付卡业务信息系统进行查询。在选择预付服务时多个心眼，提前查一查，就能避免掉进不法商家的陷阱。进一步完善消费举报和投诉制度，让消费者参与监督，就能推动更多商家规范提供预付消费，不敢肆意违规。

今天，中国已成为全球第二大消费市场，未来拥有无穷潜力。在激发市场活力、挖掘消费潜力的过程中，预付消费完全可以发挥更大作用。给预付消费加上“安全阀”，让人们安享这种服务模式，我们的消费市场必将迸发出更多活力。（据人民日报）

## 保险中介，“只卖贵的”何时休？



曲哲涵

银保监会数据显示，今年一季度共对保险专业中介下发114张罚单，罚款金额共计1368万元，无论是罚单数量还是罚款金额，几乎占到了行业半数。就是说，监管部门识别的行业问题中，有一半来自中介市场。这个现象值得重视。

保险中介是干什么的？在保险产品买卖双方之间进行业务咨询与销售、风险管理与安排、价值衡量与评估等服务活动，从中获取佣金或手续费。

这个不难理解。中介利用专业优势为双方释疑解惑、讨价还价、撮合成交，是必不可少的角色。相较其他行业，保险中介尤其必要。为何？买房子买车子，一定程度上性价比肉眼可见。而保险涉及非常复杂的费率精算，加之条款表述专业性强，如果没有中介耐心地“翻译”，有多少普通消费者能把一份长期寿险合同到底说啥了弄明白呢？更别指望自己能在一大堆乱花迷眼的保险产品中，挑出“惠而不贵”的那款了。

近年来保险业以年均两位数的增速成长，对中介日益倚重。目前国内一半的保费收入来自各类专业中介渠道，若中介“野蛮成长”，必然导致行业扭曲发展，最终影响消费者利益。

比如，航意险市场早已被中介“绑架”，几轮“费用价格战”下来，十几元、二十元的保费中，保险公司最低的只拿到一两元，大头全被机票代售等中介赚走。只不过由于保障条款标准化，消费者感觉从谁那儿买都一样，虽然保费也是“羊毛出在羊身上”，由于没几块钱，也就集体吃下了“哑巴亏”。加之监管也未太多顾及，这个市场这么多年就稀里糊涂地“挺”着。

动辄几千元甚至上万元的人身险就不一样了。如果中介为赚钱“只卖贵的、不卖对的”，一方面，消费者没能享受到市场竞争带来的消费者福利改善，花大价钱却不一定买到好产品；另一方面，也会形成挤出效应，不利于好产品、好企业做大做强，反而是变相鼓励保险公司靠不断增加中介支出，而非降本增效、优化产品和服务来支撑成长。

令人忧心的是，由于中介是市场主体，其逐利行为仅仅负有道德上的包袱，并无法律上的负担——目前相关的监管规定，管得了合同上注明的10%“代理费”，却管不了私下里的奖励费、补助费等等，业内有识之士对这一“潜规则”叫苦不迭，却无计可施。

监管部门要立足消费者权益和行业长远发展大计，细化相关制度设计，强化监督执法检查，用有效的监管消除“潜规则”，同时通过选拔评比，向消费者推荐更多“良心中介”，设立“黑名单”，完善退出机制，净化中介市场。

保险行业协会、保险学会等行业机构组织要发挥作用，继续推动保险条款通俗化，把对复杂产品识别的“难处”留给自己，让消费者在选择时心中有数，增加交易透明度。

保险公司要加大产品开发力度，摆脱“同质化”泥淖，多些让消费者“终于等到你”的惊喜和笃定；加强互联网等新型营销渠道的建设，秉持诚信原则推销产品，提高代理人素质，让“自卖自夸”更有可信度。

从世界范围来看，保险业越成熟的国家，保险专业中介市场就越发达。我国保险专业中介发展还处于比较粗放的初始阶段，与居民日益增长的保险消费需求相比，与保险业仍处于发展“黄金期”的趋势相比，是跟不上趟的，立规矩、树风气依然任重道远。（据人民日报）



谭浩俊

## 更好发挥汽车对消费升级的带动作用

国家发改委、生态环境部、财政部近日发布《推动重点消费品更新升级 畅通资源循环利用实施方案（2019-2020年）》，提出各地不得对新能源汽车实行限行、限购，已实行的应当取消；严禁各地出台新的汽车限购规定，已实施汽车限购的地方政府应根据城市交通拥堵、污染治理、交通需求管控效果，加快由限制购买转向引导使用。

虽然因城市交通管理、环境保护等方面的需要，部分地区出台了汽车限购限牌等方面的政策，导致汽车消费受到了一定影响，汽车行业出现了下滑的现象，生产、销售等都出现了一定幅度的下降。但是，这并不意味着汽车消费已经进入调整阶段，居民对汽车消费的需求减少了、欲望减弱了。

从居民消费的角度来看，汽车消费仍然是重点之一，而且，是潜力很大的消费市场之一。至少有四大群体是未来汽车消费的主力军。首先是新晋中等收入群体。从近年来居民收入增长以及房价等得到有效控制的情况来看，新晋中等收入群体将是未来汽车消费比较稳定的一个群体，也是有待积极开发的汽车消费潜力。这部分人群，虽然可能还身背房贷，也可能有其他方面的开支，但是，从他们对生活的追求和目标来看，对汽车消费还是比较渴望的。尤其是年轻一族，对汽车消费的欲望更是比较强烈。所以，这部分人群将是未来汽车消费的主力军之一。

其二，农民将是汽车消费的主力群体之一。在城市对汽车消费已进入调整期的情况下，农民对汽车消费则逐步进入稳定期。逐步富裕起来的农民，已经不满足于使用电动车等传统工具，而开始向往汽车等现代化工具。尤其是新一代农民，已经把汽车当作基本消费品，只要条件基本满足，就会选择购买汽车。所以，农民将是未来汽车市场的最主要力量、最根本力量。

第三，第三代进城务工人员将成为汽车消费的重要力量。第一代进城务工人员大多连自行车都很少买，第二代进城务工人员则是多数为摩托车和电动车，少量为汽车。第三代农民工的目标，显然不是他们父辈们的目标和要求，而是把目标锁定到了汽车。只要条件不是很差，相当一部分进城务工人员会在短时间内就购买汽车，他们想缩小与城市居民的差距。在他们的心理上，已经没有了父辈们的落差，而是基本与城市居民齐平。所以，他们绝不会，也绝不想在物质方面低于城市居民。所以，汽车消费必然是未来第三代进城务工人员的重要选择。

第四，汽车换代群体。第一代、第二代甚至第三代汽车已到了更新换代阶段，特别是生活条件已经好起来的人群，都在等待着更换汽车。这也意味着，换车一族也将是未来汽车消费不可忽视的重要力量。凡换车者对汽车的要求也会更高一点。体验式汽车可能更适合换车一族。这也给汽车生产厂家提出了新挑战，给未来汽车产业发展、转型等提出新挑战。新能源汽车有可能成为换车一族考虑的重点之一。

虽然汽车生产和消费遇到了一定困难，但应该都是暂时的困难，只要生产与消费能够有效衔接，生产企业能够更加主动地适应市场需求，开发更具适应性的汽车，汽车消费仍然大有潜力可挖，并能有效推动消费转型和经济转型。（据北青报）

## 为电子商务发展提供法治保障



张慧

今年1月1日起，我国电子商务法正式施行。电子商务法是调整我国境内通过互联网等信息网络销售商品或提供服务等经营活动的专门法，它的出台和施行标志着我国正逐步健全与互联网经济相适应的法律。电子商务法确立了电子商务活动的一系列基本规则，对规范电商运营、保护消费者和经营者合法权益具有重要意义。这些规则主要体现在以下几方面：一是保障权益规则。保障权益的主体范围包括电子商务经营者、消费者、知识产权人等。电子商务法对消费者可能受到侵害的主要权益作了相应规定，同时也强化了对平台内经营者和知识产权人合法权益的保护。二是规范秩序规则。电子商务法规定，国家建立符合电子商务特点的协同管理体系，推动形成有关部门、电子商务行业组织、电子商务经营者、消费者等共同参与的电子商务市场治理体系。这体现了规范电子商务行为、维护市场秩序的立法目的。三是促进发展规则。促进发展体现为电子商务法在产业政策、绿色发展、基础设施等方面的规定，还包括加强电子商务标准体系建设、电子商务与各产业融合发展、跨境电子商务发展等方面的规定。这些规定为促进电子商务发展提供了法律依据。

积极保护消费者合法权益是电子商务法的立法目的之一。电子商务法制定了一系列规则，防止电子商务平台经营者和平台内经营者利用影响力侵害消费者的合法权益。电子商务法明确要求电子商务平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则，制定平台服务协议和交易规则，明确进入和退出平台、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护等方面的权利和义务。电子商务平台经营者还要建立健全信用评价制度，公示信用评价规则，为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径。过去，我国法律对网站竞价排名行为一直没有明确界定。电子商务法第四十条明确要求，对于竞价排名的商品或者服务，应当显著标明“广告”。这是在立法层面的一个重要突破，对于规范互联网搜索服务具有重大意义。电子商务法要求经营者全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，不得以虚构交易、编造用户评价等方式欺骗、误导消费者，要尊重和同等保护消费者合法权益。

电子商务平台联结起平台内经营者、消费者、物流经营者等各主体，它们的规范运营对电子商务活动具有重大影响。为有效规范电子商务平台运营，电子商务法以大量条文对电子商务平台经营者的权利、义务、责任等作出规定。比如，第二十八条要求电子商务平台经营者应当按照规定向市场监督管理部门报送平台内经营者的身份信息，并向税务部门报送平台内经营者的身份信息和与纳税有关的信息，这为平台经营者设定了履行监督和管理职责的法律义务。又如，第三十一条要求电子商务平台经营者应当记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息，并确保信息的完整性、保密性、可用性。这样一来，如果发生了涉嫌侵害消费者权益的行为，平台保存的交易数据信息有助于还原真相，保障电子商务交易安全。

电子商务法通过大量明确、具体的法律规范，实事求是地回应了电子商务发展中需要解决的现实问题，为我国电子商务发展提供了有力法治保障。但也要看到，电子商务法的出台仅仅是我国电子商务立法工作的第一步。电子商务随着技术的发展、商业模式的创新，还会不断出现新情况新问题。这就要求我们不断根据新情况新问题完善电子商务相关法律法规，为电子商务持续健康发展营造更好的法治环境、提供更有力的法治保障。（据人民日报）

## 《预付消费中的消费者权益保护问题》课题

## 成果系列之五

## 有关预付消费消费的几点建议

预付费消费作为一种新型消费模式，在拉动消费、促进经济发展的同时，不可避免地存在一系列问题，从而损害消费者权益，影响市场监管，预付费消费的规范化发展，势在必行。因此，需要对预付费消费进行有效的法律规制，从立法、执法、司法角度规范预付卡的发行与使用，充分保证消费者在预付费消费过程中的合法权益，同时从社会角度加强预付消费的自律规范与增强消费者权益保护意识。美国、日本等国家对于预付费消费规制的法律体系较为成熟，在适当借鉴的基础上，结合我国预付费消费的发展现状与法律制度的基本情况，可以从以下四个层面进行完善。

## 建立健全法律法规

预付费消费在我国还处于新兴阶段，法律法规还不完善，这导致在预付费消费市场出现侵害消费者知情权、自主选择权、公平交易权、财产安全权等诸多问题。为了促进预付费消费模式的健康发展，健全预付费消费法律法规是最为重要的内容。

我国预付费消费市场建立时间短，虽然商务部于2012年已颁布《单用途商业预付卡管理办法（试行）》，但在实践操作与规制方法还不是十分成熟与完善，且针对多用途商业预付卡进行专项立法，也是当下发展的必然趋势。因此，我国亟待通过立法调研来搜集客观详细的信息与资料，以为正式立法提供坚实的现实依据，如明确预付费消费的含义、发售单位资格、违约责任、救济途径等内容，当出现纠纷时有法可依。

另外，我国的预付费消费正处于初步发展阶段，因不同地区的经济发展水平各有差异，且在消费结构、水平与习惯方面因地区差异而有所不同，可采用灵活多元的立法形式与法律规制形式，鼓励各地方立法机关与主管部门，在联系本地区实际发展情况的基础上，健全地方性商业预付卡相关法规，以促使当地的商业预付费消费朝着理性的

维度发展。

## 完善预付卡发行监管制度

在明确消费凭证发行主体的合法地位之后，还应当建立市场准入制度，对采取预付费交易的经营者进行合理科学的限制，从而将不法商家排除在外保障预付费交易的健康有序。市场准入制度应当主要包括以下几个方面：第一，应规定发行主体必须备案，否则无法取得预付费消费卡发行的合法地位。第二，市场监管部门应当确定科学合理的审查标准，主要对申请备案经营者的资质、经营效益和商业信誉进行审查，并明确规定一定期限，符合条件的才予以备案，不符合条件的则退回材料，并说明相关理由。

## 健全预付资金安全体系

在经营者进行备案之后，还不能开展预付费交易，也不能直接发行预付费消费卡，还应当交纳保证金或提供第三方担保，才能开展预付费交易，发行预付费消费卡。对于保证金或第三方担保制度，可以规定如下：第一，针对经营者自身发行的，必须交纳保证金或提供担保。经营者在获得备案后，必须向资金监管方交纳一定比例的保证金方可开展预付费交易。第二，委托第三方发行的，发行主体只能是银行机构。因为银行对于资金的管理较为规范，可以降低商业风险，规范发行市场，节约发行成本。第三，应当由银行监管保证金。负责保证金监管的银行不得作为委托第三方，也不得为发行主体提供担保。另外，还可以建立预付费交易的风险救济基金，保障消费者的合法权益，同时降低经营者的经营风险。

## 制定预付费消费合同示范文本

法律或行政部门应规定和制定标准化的合同文本，供经营者和消费者使用，或者要求经营者必须拟定格式合

同。该格式合同在审查合法的基础上，在监管机构进行备案。这样在消费过程中可以有效防止霸王条款，未消费余额退还等问题，可以依据书面合同有效解决，给行政部门预先介入、事先监管提供了依据。

### 设立信息披露和信用评价制度

为使得预付卡所包含的信息更加透明，发行方必须事先提供预付卡章程，同时也可以通过网络、营业网点等渠道，向购卡方披露预付卡的功能与收费标准等基本信息。同时，还必须向持卡方提供各种查询渠道，帮助持卡方查询余额与交易信息等内容。使得预付卡所有者对卡中所包含信息可以较为清晰的查询到，更好的使用管理好自己所持有的预付卡。同时，市场监管部门应为发卡商户建立信用档案，把曾有诈骗行为或消费者投诉较多的商户也纳入“黑名单”中，定期通过媒体向社会公布，将发卡主体的违法违规行为置于整个社会监督之下。

### 构建完善监督管理体系

从我国现有的法律法规来看，预付费消费的监管主要由政府带头，商务、市场监管、财政、税务、银行、审计等多个部门共同监管，虽然现有的监管体系不能有效的实现监管，但专门成立监管部门又不符和我国国情，因为专门成立个机构也不足以解决全部问题，比如在执行税收和行政监督处罚问题上，就必须与家税务机关配合。因此，我国有必要建立全面系统的监管体系，多部门协调配合，但要明确各部门的权责范围，并提升立法层次，对多用途预付费消费卡的监管主体进行明确，使预付费消费的各个领域都实现监管。

### 建立政府监管与行业自律相结合的监管体系

预付卡违约事件频频发生,反映出我国现有监管机制不完善的问题。当前,我国对预付费消费问题的规制主要依赖政府监管,而由于我国商务主管部门执法力量薄弱,无法将力量下沉,从而造成政府监管相对疲软的现状。因此,我国有必要转变单纯依赖政府干预的监管模式,借鉴日本的立法规制经验,寻求社会力量的帮助,建立政府监管与行业自律相结合的监管体系,发挥行业组织的自律作用。对于多用途商业预付卡,我国已经成立了相应的行业组织——中国支付清算协会。根据人民银行《支付机构预付卡业务管理办法》的规定,多用途预付卡企业应当加入中国支付清算

协会。协会应当组织制定行业自律规范,并按人民银行要求,对支付机构执行央行规定和行业自律规范的情况进行检查。对于单用途预付卡,我国也应当成立对应的全国性行业协会进行广泛的行业自律管理。

### 健全分类监管机制,覆盖监管盲区

首先,将个体工商户开展的预付卡业务纳入监管范围。商务部《管理办法》仅适用于企业法人,个体工商户开展的预付卡业务不在《管理办法》监管范围内,目前我国对个体工商户发卡行为尚没有制定相应的管理规范。面对个体工商户日趋严重的预付卡消费违约行为,监管部门只能适用一般的市场监管法律规范进行规制。因此,我国有必要对《管理办法》进行修改,将个体工商户开展的预付卡业务纳入规范范围,健全分类监管机制。其次,修改后的管理办法应对单用途预付卡实行再分类管理,可参照《公司法》对有限责任公司和股份有限公司分开规定的做法,对企业法人开展的预付卡业务和个体户发卡行为分别作出管理规定。

### 理清监管部门的职责

预付费交易的监管主体应当由商务部、工商行政管理部门、银行、银监会、税务机关共同组成,具体分工如下:商务部门应主要负责针对预付费交易的发展现状及出现的相关问题,制定出台相关的规章条例,并在征求行业协会、消费者协会意见的基础上,拟定各类行业的预付费交易合同范本,还要对预付费消费凭证进行规范,规定必须记载内容和禁止记载内容。市场监管部门负责经营者的备案和经营者商业行为的具体监管,处理具体的消费纠纷,进行行政调解和行政处罚。银行机构负责预付费资金、保证金和风险救济金的监管,规范资金的使用,并对担保第三方进行审核,符合条件的才能同意其担保。银监部门对银行及担保机构进行监管,避免银行资金监管和第三方担保审核的疏漏,防止其与经营者串通损害预付费消费者的合法权益。税务部门开展相关税收征收工作,防止偷税漏税,并通过税收掌握预付费交易的发展情况,对预付费交易进行调控。

### 创新畅通权利救济机制

预付费消费投诉和纠纷一般涉及的金额较小,消费者在举证方面存在较大的困难,并且维权成本较高,因此很多

## 工作研究

Consumer Studies

消费者在权益遭受侵害时往往选择忍气吞声,自认倒霉。另外,当发卡人跑路或者破产时,即使消费者拿到胜诉判决,权益也可能无法及时有效地得到救济。鉴于此,我们可以通过构建专项救济金制度,完善我国的司法制度,从多方面为消费者的维权提供保障。

### 适用惩罚性赔偿制度

预付卡消费是一种高风险的负债经营模式,发卡商家存在“借发卡之名行圈钱之实”、明知资金链断裂仍不断售卡、明知实际履行不能仍虚假承诺等欺诈情状。对经营者恶性违约行为起到遏制作用,对于保护消费者的合法权益,维护预付卡消费市场秩序,有着重大、积极的意义。预付卡经营者如果有“借发卡之名行圈钱之实”、关门跑路及其他欺诈行为的,应依照《消法》第五十五条的规定,让经营者承担惩罚性赔偿责任。

### 增加小额诉讼及团体诉讼等法律制度

消费者权益纠纷易发、多发但涉及的争议标的额往往较小,由于消费者与经营者信息不对称,举证困难较多,维权成本较高。预付卡消费纠纷作为消费纠纷的一种,也具有前述特点。诉讼法已规定有小额诉讼制度,我国应当以此为依据建立推行小额消费纠纷解决机制,用于解决包括预付卡消费纠纷在内的小额消费纠纷,降低消费者的维权成本。通过小额诉讼简化诉讼程序,不仅有利于提高消费者的维权意识,而且增加了经营者的违法成本,同时还起到对经营者的法律威慑作用,促使经营者规范经营。

### 实行举证责任倒置制度

根据我国相关规定,在消费者权益纠纷案件中,举证责任倒置制度仅适用于产品质量侵权案件和某些耐用商品或装饰装修服务存在瑕疵而发生争议的案件,这意味着其他消费者权益纠纷案件的举证责任适用“谁主张,谁举证”的规则。在预付费消费模式之下,经营者与消费者之间存在信息不对称,很多交易信息均掌握在经营者手中,在案件审理中,人民法院有必要将预付费消费纠纷适用举证责任倒置原则,由经营者对消费者的部分诉讼请求承担举证责任。

### 充分发挥消费者协会职能

消费者协会发挥现有法律规定的各项职能外拓展消费

者协会的现有职能。消协将可考虑将预付费消费投诉从普通消费争议中剥离,开辟统一调解通道,集中处理预付费消费争议,提升消协调解工作的针对性和公信力。同时,在消协中成立专业的调解工作小组,邀请律师或相关行业专家担任专兼职调解员,从法律和经验两个角度寻找解决问题的办法,促成矛盾纠纷的快速化解。针对一定人数以上的群体申诉,消协在快速调解、专业调解基础上,及时搭建与相关行政主管部门的沟通渠道,提请上级对专业问题进行协调、约谈经营者,联系属地乡镇街道对涉事人员进行教育安抚,通过消协的居间斡旋、上情下达、左右联系促成预付费消费纠纷解决。

## 积极建设社会防范体系

### 加强行业协会的自我规范与监督

建立预付费消费行业标准,制定全行业标准、服务规范及预付卡信用等级评价标准等,引导预付费消费行业发挥行业自律组织指导监督作用,借助行业组织力量建立预付费消费行业规范、形成行业自我的约束机制,从而将一些达不到行业标准的商家从一开始就排除在外,为预付卡市场高效监管降低难度。建立完善行业自律协会,行业协会是企业自发组织形成的行业性自律组织,可以利用行业协会的影响力,开展行业自律监管,在一定程度上发挥惩戒作用。尤其是对于一些规模小、机构分散的行业,行业协会能够很好的发挥组织、管理和监督的作用。对于预付费消费合同纠纷,行业组织可以通过与发卡主体和消费者进行沟通交流,调查事实真相,寻求争议的迅速处理和有效解决,充分发挥行业组织的作用。

### 提高消费者的自我保护意识与能力

首先,具备正确的消费观。面对预付费消费带来的便捷与优惠,消费者应当养成理性的消费观,充分考虑需求、经济、风险的情况下办理预付卡。其次,选择低风险预付卡。在预付费消费前,消费者首先要考察经营者的商业信誉、经营规模、经营状况、产品的售后服务等,选择信用良好、规模经营的经营者,以最大限度保证资金安全。最后,提高维权意识。办理预付卡时,尽量与经营者签订书面协议,并且保存相关证据,在权益受损无法与经营者达成一致时,可以向当地消费者协会投诉,在具有充分证据的情况下,也可以寻求司法救济。

## “618”年中促销如火如荼 消费者摸清“套路”理性购物

“618”电商年中促销已经火药味十足，各大电商平台纷纷推出花样打折促销活动，满减、秒杀、打折、狂欢价、红包、代金券、优惠券、预付定金等优惠活动让人目不暇接，时时刻刻都在刺激着消费者的购物欲望。网络购物虽然方便了消费，但还是存在一些商家缺少诚信而出现货不对板、价实不符、假冒伪劣等问题，省消委提醒广大消费者理性购物、依法维权。

### 摸清“套路”，谨防被“忽悠”

“618”期间，各电商纷纷打出促销牌，卯足了劲刺激消费者下单购物。然而一些不良商家的侵权“套路”也混杂其中，如部分商品实际上是“先涨后降”，表面上让利，实则清库存，甚至出售质量较差的商品；部分商家开展预付少量定金抵大额现金的活动，消费者需提前支付定金，如未支付尾款则定金不退。因此，面对商家的各类促销活动，消费者一定要理性购物，避免因冲动消费落入商家“套路”。

### 拼购有风险，下单需谨慎

拼团的价格往往低于一般销售价，消费者容易产生冲动消费。传统的拼购模式容易出现低价低质的情况，并且拼团是临时组织起来的团体，交易成功后就解散，一旦出现纠纷，往往就难以再组织起来维权。此外，拼团购物需提前支付，成团后发货，容易出现发货不及时的情况。

### 了解退换货规则，注意售后时效

“618”期间，由于订单量大增，商家容易出现疏漏，消费者买到有质量问题的商品概率将会增大，不少消费者抱着能“网购7天无理由退货”的心理轻

易下单。然而，现实中消费者可能遇到当商品出现存在质量问题时，没有证据或证据不足，客服多次推诿不作为导致过了7天，而不予退换货，或者退换货却仍需支付运费等额外负担。

### 提高信息保护意识，切莫轻易“授权”

近年来个人信息泄露事件屡屡发生，而App过度索要授权是个人信息泄露的主要原因之一。消费者在安装电商APP时，往往会跳出多个请求授权对话框，而消费者一般都不会仔细查看条款内容，直接点击“同意”或“是”，这就让商家可以获取很多用户的个人信息，有些是购物所必要的，有些是非必要的。因此，消费者在安装电商APP时要仔细阅读相关条款。

### 理性购物，勿过度“囤货”

“618”期间在电商各种花式活动刺激下，消费者容易冲动消费。很多消费者在大促销期间购买了超过实际使用需求量的商品，纸巾、洗发水一买就是几年用量，最后导致过期了都没有用完，造成浪费并且耗费了大量的精力和时间在比价、选购、凑单上。

消费者在网上进行消费时，应妥善保存促销活动截图、聊天记录、发票、小票等购物凭证。一旦出现消费纠纷，若与经营者协商不成，可向平台客服投诉，或拨打12315向当地市场监管部门或到消费者组织投诉，维护自身合法权益。（湖北省消委会）



## 注意！当心贝类毒素引发中毒

贝类遍布江河湖海、种类繁多。目前，已知的贝类超过12万种，我国沿海贝类有4000余种。常见的有海螺、蛤蜊、牡蛎、扇贝、海虹等。贝类鲜香美味，深受大众喜爱，然而夏天因食用贝类引发贝类毒素中毒的事件时有发生。为预防因食用贝类引发贝类毒素中毒，特做如下风险提示。

### 贝类本身不产毒，有毒藻类是元凶

贝类本身不产生毒素，但如果其摄食了有毒藻类或与有毒藻类共生，则可能会在体内蓄积毒素，形成贝类毒素。贝类毒素无色无味，在贝类体内呈自由或结合状态，主要贮存在贝类的消化器官中；其对贝类无害，但如果染毒的贝类被人食用后，贝类毒素会在人体内迅速释放而导致人中毒。

不同贝类对贝类毒素的蓄积、代谢和排除能力存在很大差别，贝体内毒素含量存在明显的地域性和季节性差异，尤其是当有毒“赤潮”发生时，贝类体内更易蓄积毒素。最近几年的高危贝类主要是贻贝（又叫海虹、淡菜等），其次是牡蛎、扇贝、蛤蜊等滤食贝类。

### 常见毒素分四类，均无特效治疗药

根据中毒症状的不同，常见的贝类毒素主要分为四类，即腹泻性贝类毒素（DSP）、麻痹性贝类毒素（PSP）、神经性贝类毒素（NSP）和记忆缺损性贝类毒素（ASP）。目前，我国贝类毒素中毒主要以腹泻性和麻痹性贝类毒素为主。

腹泻性贝类毒素中毒的主要症状是恶心、呕吐、腹痛、腹泻等。麻痹性贝类毒素中毒的主要症状为：口唇刺痛和麻痹，并扩散至面部、脖子、肢端，伴有头痛、晕眩、呕吐、腹痛、腹泻等，严重者会停



止呼吸、窒息死亡。神经性贝类毒素中毒的主要症状为：肌关节无力、冷热感觉颠倒、说话吞吐困难等。记忆缺损性贝类毒素中毒的主要症状是：头晕、眼花、短期记忆功能丧失。目前，所有贝类毒素引发的中毒均无特效的治疗药物。

### 毒素不易被破坏，科学预防是关键

贝类毒素不会使贝体发生肉眼可见的变化，通过颜色和气味并不能判断其是否已染毒。煎炒、水煮、高温、高压等常用的烹饪方法也不能完全破坏贝类毒素。所以，预防和及时对症治疗是减轻贝类毒素危害的主要方法。同时，记住以下要点：

**一是通过正规渠道采购水产品。**建议消费者在购买贝类时，尽量去正规的超市或市场。沿海地区的居民不要在有毒赤潮预警期间“赶海”打捞或采食海产品，平时也不要再在排水口（如电厂冷凝水、生活污水）附近海域采集、捕捞海产品。

**二是食用要留心，有症状及时就医。**食用贝类时要去除消化腺等内脏，每次食用量不宜过多。食用后如出现恶心、呕吐、腹泻、四肢肌肉麻痹等症状，要立即赶往医院治疗。（市场监管总局）

## 购买定配眼镜要选择正规商家和医院

众所周知，眼镜质量的好坏，直接关系到消费者的用眼健康。据统计，截至2018年，烟台市共有近600家眼镜定配业户，大多以个体户、私营企业为主，家庭作坊式加工是其主要的生产经营模式。在全国第24个全国爱眼日即将来临之际，烟台市消费者投诉中心结合近年来消费投诉和定配眼镜企业质量监督反映的问题，在深入调查的基础上，就如何购买选配眼镜，发布如下消费提示：

配带质量不合格的眼镜，会对眼睛造成伤害，造成眼睛肌肉疲劳，导致眼胀、模糊、疼痛、视觉疲劳等现象。长期使用会使调节能力下降、视力变差、度数增长过快等症状。

验配近视眼镜时，要选择技术力量强、信誉好、设备先进、规模大的商家或正规医院去验配。眼镜配装好后要试戴，感觉不好要及时到商家或医院进行调整、更换。

眼科专家提醒，不建议18岁以下青少年配带隐形眼镜、美瞳(彩色隐形眼镜)等。患有干眼、沙眼、结膜炎、角膜炎以及部分免疫系统疾病的人员不适合配带隐形眼镜。8岁以上儿童可以配带角膜塑形镜，但必须在专业医院验配。防蓝光镜片，适合使用电子产

品较多的人士。

建议到实体店购买定配眼镜，现场挑选、调整适合自己脸型的镜框、鼻托，达到镜眼距、舒适度俱佳的效果。尽量不要在网上购买定配眼镜，网上宣称的进口品牌、超薄、防蓝光等，消费者无法查验，配带不合适又不能现场及时调整更换。网上定制眼镜，往往无相关合格证明、购物发票，也不利于消费者维护自己的权益。

购买老花镜时，首先要到专业的医疗机构进行验光，然后再购买。购买时，要仔细查看商品标识、技术数据。没有标明有关技术数据的产品绝对不能购买，而且要进行试戴，看是否符合自己的实际情况，不然配戴后将会带来不良后果。

选购太阳镜的消费者，一定要购买正规品牌的太阳镜，并仔细了解所购买商品的技术参数，重点关注质量级别、商标、防紫外线程度、偏光等内容。要选购适合自己脸型的太阳镜，且要试戴舒适，看视觉效果如何，有无眩晕、头疼等感觉。购买太阳镜一般选择茶色、灰色，滤光效果比较好，尽量避免太过艳丽的颜色。近视人员选购太阳镜，要到专业商铺进行定配。(胶东在线)

## 换季消费提示

夏季来临,天气渐热,正值服装换季和反季商品销售的时候,不少商家打出“换季打折”的招牌。在此我们提醒广大消费者,购买换季衣物时应注意以下几点:

**一是理性消费。**面对商家各式各样的促销手段,消费者一定要保持理性,问清促销规则,根据自身实际需求购买,合理进行消费。

**二是不贪便宜。**选择正规商场、网站购买反季衣物,并在购买前进行试穿或购买运费险,不要因贪图

便宜而购买假冒伪劣、残次破损的商品。

**三是仔细检查。**购买反季衣物时,要仔细检查衣物是否存在开线开裂等质量问题;查看商品是否有厂名厂址、面料成分、洗涤标识等信息;留意商品的“三包”期限。

**四是留存凭证。**及时向商家索要小票、发票等购物凭证,以便产生纠纷时维权有据。

(市市场监管局)



## 投资移民，消费者需加强风险评估

近年来，投资移民持续火爆。不少消费者出于资产配置、子女教育、养老规划等方面的需求，纷纷选择出国投资移民。但因为移民周期长，投资项目本身存在较大风险，有关各国移民法律大相径庭，移民政策随国际形势变动频繁，加上消费者自身原因以及部分中介服务公司业务不专业、操作不规范，能否顺利移民存在较多不确定因素，由此引发的消费纠纷不在少数。省消保委近半年就受理了3宗消费者投诉移民中介服务的案例。为此，省消保委特发布消费提示，提醒消费者在投资移民时务必谨慎对待，重点注意以下事项：

### 谨慎选择移民目的地

根据自身及家庭实际需求出发，如基于居住环境、子女教育、事业发展、资产保值增值需要，制定目的地国家清单，详细了解移民目的地国家的移民政策，移民待遇，生活、教育、医疗、养老、社会福利因素等。各移民国家对移民的福利待遇不尽相同，部

分国家持开放态度，重视移民的权益保护，也会采取措施加强官方监管，规范移民市场。一些特定国家则受国际因素影响，政策调整较大。如一段时间以来，中方部分赴美留学人员的签证受到限制，出现周期延长、拒签率上升情况。移民投资的消费者应充分考虑目的地国家的风险评估，增强防范意识，做好相应的准备。

### 理性选择适合的移民途径

目前投资移民的途径，主要包括创业投资类，股权投资类，政府捐款类，房产投资类，金融类等项目。每一类移民方式所针对的申请人群、条件、资金门槛和移民周期都有所差别，且投资标的的风险系数也有很大不同。消费者需要充分了解相关信息，综合各国或地区的移民政策、发展环境及家庭经济能力进行选择，量力而行，长远考虑，选择符合自身实际的移民项目。

## 注意投资项目风险

除投资项目本身风险外，消费者还应特别注意一些国家和地区对移民投资特别规定和限制，如投资人必须拥有什么样的身份、投资人购买房产是否可以取得所有权、投资人的转让权如何行使，以及对敏感行业和资源投资的限制和监管。了解移民地的税法政策，一些发达国家税法相对复杂，未按规定履行纳税义务不但可能影响投资回报，甚至可能导致移民申请不被批准。注意投资款的存入银行。跨境投资一般设立托管账户，投资款存入托管账户内，如移民申请到期未被批准，存放在托管账户内的资金可以全额退还给投资人；如移民申请通过，则项目方可自由支配。但相应的，投资人需支付较高的托管费用。部分投资人为节约托管费用，可能选择将投资款直接支付给非托管账户，从而导致移民申请未被批准时，投资款无法及时退回。

## 慎选中介服务机构

中介机构作为移民信息和移民服务的提供者，在整个移民过程中起着关键作用，而其诚信和专业程度尤为重要。一些机构无法正确把握移民政策，或者对投资项目缺乏详尽调查，导致移民失败消费者遭受重大财产损失。消费者在选择中介机构时，要综合考察中介机构的经营实力、行业口碑以及人员组成、变动情况等因素，谨慎选择。消费者也可通过行业协会了解其会员单位信息，协会对会员单位的年度评审报告可作为参考。同时，消费者和中介机构签订服务协议时，需特别注意协议中有关具体服务内容、费用承担、双方权利义务以及违约责任条款的约定。如对投资移民过程中支付的类似于公证费、申请费、翻译费、律师费等，因上述费用系直接向第三方支付，如协议未作特别约定，一旦移民申请未被批准，消费者将可能承担此经济损失。

## 保存凭证，合法维权

消费者在投资移民过程中，要注意保留相关证据，如服务合同、与中介公司往来的邮件、沟通记录，支付款项凭证等证据材料。一旦与境外机构发生纠纷，务必遵守当地法律，合理维权。消费者与境内

中介机构发生纠纷的，可以通过消费者权益保护组织或出入境中介服务行业协会协调解决。

### 【案例一】

2019年3月份，消费者郑某、徐某向省消保委投诉，反映其于2018年8月下旬通过杭州某出入境中介服务公司去希腊购房移民。消费者与希腊项目公司签订房产买卖合同后，全额支付房款472万元。之后希腊项目公司向杭州中介公司支付了佣金约85万。后房产因故未完成过户，消费者与希腊项目公司经协商一致，双方同意解除购房合同，中止移民服务项目，希腊项目公司承诺于2018年12月13日前3878284元退还给消费者，余款由希腊项目公司向第三方即杭州某出入境中介服务公司追讨后退还给消费者。事后，希腊项目公司退还了3878284元，但余款约85万经消费者向杭州公司和希腊项目公司多次追讨仍然未果。此案经多次协调，最终由杭州中介公司向希腊项目公司返还85万，希腊项目公司向消费者退还85万，此案得以最终解决。

### 【案例二】

2015年3月22日，叶女士为儿子胡某办理投资移民事宜，叶女士作为甲方与杭州某出入境服务有限公司（乙方）共同签订《移民服务合同》，约定甲方委托乙方办理申请前往美国EB-5类有条件投资移民签证，乙方负责向甲方提供与委托事项有关的必要信息和咨询服务，指导甲方准备申请材料，代理甲方向前往国移民部门或相关机构递交申请材料等服务。叶女士为此支付服务费用48000元。合同签订后，叶女士和杭州某出入境服务有限公司一直就投资移民的申请方案、申请材料、资金来源等事宜进行沟通，但始终无法提供该公司所要求的资金原始来源证明材料。消费者认为出入境服务公司误读美国移民政策法规，曲解“资金来源证明”的内涵与形式要求，提出消费者客观上不能获取，也与实际投资人无关又无必要的“资金来源证明”，导致合同无法履行。迫于时间考虑，叶女士儿子胡某无奈另行委托其他机构办理了申请移民事宜。此案经法院审理，最终判决杭州某因私出入境服务有限公司返还叶女士代理服务费等25600元。（浙江省消保委）

## 校外培训勿一次性支付超3个月学费

近日，广东省消委会针对近年来校外培训消费过程存在的突出问题，提醒消费者在选择培训机构、签订合同、付款方式等环节注意甄别，维护自身利益。

广东省消委会指出，部分校外培训机构的存在问题包括：师资力量参差不齐、课程安排不当、教学质量差、配套设施不全、收费标准混乱、虚假宣传、承诺不兑现、退款难、消费者被收取高额违约金等。这些问题也成为近期消费者咨询、投诉的热点。为此，广东省消委会发出校外培训消费提示。

**合理选择培训项目，不盲目从众。**正式报名前先试听，观察孩子是否对课程内容感兴趣、是否适合培训内容及形式。

**选择正规培训机构，了解教学情况。**首先要确认培训机构是否具有办学资质，即取得办学许可证及营业执照，明确培训内容属于教育或人社部门审核确定的培训项目范围；其次要确认授课教师是否具有国家规定的任教资格，尤其是培训机构宣传的外教、名师等；再次，还应仔细了解培训机构的口碑、课程安排、师资搭配、配套设施、管理水平等具体情况。

**签订正式合同，看清合同条款。**缴纳学费前应与培训机构签订正式合同，认真查阅合同条款，特别留意可能侵犯自身权益的格式条款、店堂告示等。切勿轻信销售人员的口头承诺或约定，有关培训费用、课时安排、上课地点、授课老师、退款条件及计算方式、违约责任等主要内容均应以书面形式进行约定，并经销售方签字或盖章确认。

**评估预付款风险，不轻信优惠。**《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》(国办发〔2018〕80号)规定，面向中小学生的校外培训机构不得一次性收取时间跨度超过3个月的费用。中小学生家长应警惕培训机构采取各种促销手段违规收取费用；参加其他校外培训的少儿家长在面对培训机构推



出的各类优惠套餐时，应谨慎选择跨学期、跨学年等需要一次性预付大量学费的套餐。

**看清分期促销本质，慎重选择贷款。**缴纳培训费用时应警惕销售人员以优惠分期付款、无息小额贷款等名义推荐的“培训贷”“教育贷”等，确需贷款时应对限制性条款和风险进行充分了解，避免陷入“贷款容易还贷难”的被动局面。

**保留相关凭证，及时跟进课程情况。**报名缴费后应索要正规发票，并保留好合同、招生简章、宣传单、缴费票据等凭证。培训过程中，家长应积极跟进课程情况，如是否按照合同约定设置课程内容、安排授课教师，以及培训效果是否与宣传一致等。

广东省消委会负责人表示，校外培训机构应加强自身规范化管理，重视师资人员配备，提高教学、服务质量水平，严格按照合同履行相关承诺、约定，切实保护好消费者的合法权益，维护好行业的长远健康发展。(中国消费者报)

# 警方发布预警 拆穿各类高考骗局

高考后，有不法分子打着查分数、改成绩、领取奖学金、内部名额录取等各种名目伺机行骗，作为考生及家长，对哪些骗局应该格外留心呢？警方根据往年高考后同类警情分析，发布预警，揭穿各类骗术，为学子们送上一份贴心的“防骗提醒”。

## 骗术一：谎称可以“更改高考成绩”

往年，广州市反诈中心曾接到一位张同学举报，称其同学遭遇一个诈骗团伙，该团伙通过QQ联系、专挑学生下手，谎称可以更改高考成绩，要求先付费，其身边有几位同学均已被骗。

警方提醒：高考全环节监管严密，需提防骗子声称有内部关系可帮忙办理“特殊加分”的套路，往往骗子收取费用后便无法联系。考生应诚实对待自己的成绩，切勿走旁门左道，从而掉入骗子的圈套。

## 骗术二：冒充教育局谎称可领“奖学金”

广州市反诈中心曾接到一位考生家长举报，称其手机收到一条由陌生号码发出的短信：“你好！我是××教育局，恭喜你孩子高考获得一批奖学金5000元。麻烦你提供一个银行账户及身份证，直接转你银行账户。谢谢！”这位考生家长非常警惕，并没有相信对方，而是选择向公安机关举报，提供线索。

警方提醒：除此之外，骗子还会以“高考补助金”“复读补助”“保证金”等各种名目实施诈骗。

## 骗术三：谎称可以“查分数”

骗子向考生或考生家长的手机号码发送短信，谎称可以查分，并在短信中留有一个网页链接。考生一旦点击该链接，手机就会中“木马病毒”，手机内的通讯录、手机银行、支付宝、微信等信息会被骗子在后台同步窃取。不仅事主本人会遭受财产损失，而且骗子还会利用事主的通讯录，冒充事主本人，以各

种理由继续骗取其亲朋好友的钱财。

## 骗术四：谎称有“内部（补录）名额”

骗子冒充高校招生部门工作人员，打电话或发短信给考生家长或考生本人，谎称有“内部名额”“补录名额”，对考生及其家长实施诈骗，往往考生家长转账后，对方便失去联系。

警方提醒：1.高考查分以及填报志愿，请通过官方公布的正规途径进行操作，谨防误入不法分子制作的虚假网站或假APP；2.考生在接到《录取通知书》后，可以通过正规招生官方网站查询核实。

高考后，这些安全问题不容忽视。

### 1 聚会聚餐莫酗酒

十二载寒窗苦读熬出头，不少考生如释重负，三五成群、相约聚会十分常见，也曾有不少同学喝得酩酊大醉，造成不良后果。警方呼吁，学生们要把握分寸、适度放松，不能酗酒，用健康的生活方式进行聚会放松。

### 2 警惕暑期工陷阱

学生利用暑假勤工俭学、进行社会实践活动，记住要始终将安全放在第一位。对来路不明的招聘信息要保持清醒头脑，防止陷入非法传销的泥潭。对那些需缴纳培训费、押金的兼职信息要保持警惕，防止上当受骗。当暑期家教的女同学要增强防范意识，第一次家教时要找人陪同前往，防止发生意外。暑期兼职找工作，一定先跟父母或老师商量后再做决定。

### 3 出游安全谨记第一

走亲访友、外出旅游时，要结伴同行，游玩时要选择游客较多的景点、线路及时段。在旅行途中，要注意人身安全，不要轻信陌生人，不要食用陌生人的食品、饮料。入住宾馆酒店，要注意观察宾馆酒店的消防设施和消防通道，确保一旦发生火灾事故，能够迅速自救。在人员较多的公共场所或参加大型活动时，要注意防盗、防抢。（广州日报）

## 诈骗升级 防范有道

国家公共信用信息中心日前发布2019年4月份失信风险警示报告。这份报告主要涉及电信网络诈骗、虚假广告、非法集资、侵犯知识产权、法院判决不执行、套路贷、不合格产品等行为。报告同时揭露47种常见诈骗手法，引起公众关注。针对最新的诈骗手段，本期内容为广大网友支招。

### 问：电信网络诈骗有哪些新特点？

答：花样不断翻新、场景多变，近年来的电信网络诈骗新型犯罪活动不断演化和升级，呈现出一系列新的特点，包括犯罪手段高科技化，犯罪行为集团化、国际化，赃款流动快速化，诈骗对象精准化、定向化等。其中，犯罪分子借助信息化、智能化的计算机、电话等设备，通过互联网服务器，使用任意显号软件、网络电话等技术手段，利用伪基站批量群发短信、拨电话，利用改号软件将主叫号码修改为银行、电信运营商、公安机关等机构的官方号码等。诈骗技术手段不断变化，受害人防不胜防。

### 问：常见的诈骗“套路”有哪些？

答：报告显示，老年人、在校大学生、公司财务人员、个体户等人群为电信网络诈骗行为的主要受害群体。根据有关部



### ▼ Focus

现代网络飞速发展，使人们的生活和交往更加方便，但也有不法分子利用这点进行电信网络诈骗，利用手机短信、互联网、自助银行、ATM机等多种工具和手段对银行个人客户的银行卡内资金实施诈骗的案件呈不断递增趋势。

门发布的提示信息和媒体报道，常见的诈骗手法包括：电话、QQ冒充熟人好友诈骗，冒充公检法、公司老总诈骗，利用微信假冒代购诈骗，发布虚假爱心传递诈骗，点赞诈骗，盗用公众账号诈骗，电视欠费诈骗，退款诈骗，购物退税诈骗，低价购物诈骗，办理信用卡诈骗，等等。在二维码诈骗中，犯罪分子以降价、奖励为诱饵，要求受害人扫描二维码加入会员，实则附带木马病毒。一旦扫描安装，木马就会盗取受害人的银行账号、密码等个人隐私信息。

### 问：如何有效防范电信网络诈骗？

答：大家可以多关注有关部门发布的提示信息和媒体报道的诈骗案例，提高警惕。妥善保管个人及企业信息，如在相关网站输入账号、手机号码、查询支付密码等重要信息前要谨慎核实域名真实性，不点击可疑链接，不连接来历不明的无线网络，不扫描非正规渠道获取的二维码，谨防钓鱼陷阱。加强账户安全管理，如提高银行账户安全性，给自己的账户上好“锁”，可单独设立小额独立银行账户，用于日常网上购物、消费。保管好相关复印件、睡眠卡、交易流水信息，培养良好的支付习惯。（经济日报）

## 健康险需求猛增，怎么选更好

近年来，健康险市场呈加速成长态势，互联网健康险更是出现快速增长。保险专家建议，在投保健康险时，首先要选择正规的保险公司；其次要根据每个人的年龄阶段和不同的保障需求，选择较适合自己的产品。另外，一定要注意豁免条款和赔付比例，以及等待期的相关规定。

每年保费只需几百块，但保额可达上百万元，还不限社保用药，自费药、进口药、靶向药以及床位费、住院费、特殊门诊等都在保障范围，这类被称为百万医疗险的产品眼下已成“网红”。另外一种每年交保费3000元左右，保障至终身，并可获得多次赔付的重疾险也被不少消费者追捧。此外，还有一款如不发生赔付，到期按约返还保费的防癌险，在市场上同样赢得了一定认可。

近年来，我国健康险市场呈加速成长态势，互联网健康险更是出现快速增长。据保险业协会统计，互联网健康险规模保费从2015年的10.3亿元增长至2018年的122.9亿元，3年间增长了约11倍。

那么，各类健康险产品究竟有何区别？消费者购买时需要注意哪些事项？

### 百万医疗险高赔付被热捧

所谓百万医疗险，是一种



### ▼ Focus

保险专家建议，在投保健康险时，首先要选择正规的保险公司，仔细查看保险公司的经营资质以及保险合同上的条款规定。其次要根据每个人的年龄阶段和不同的保障需求，选择适合自己的产品。

年度报销金额上限达一百万元甚至更高的短期医疗保险产品。据悉，2016年8月份，众安在线首推“百万医疗险”尊享e生，随后多家健康险公司包括人保健康、平安健康、新华人寿等相继推出类似产品，并受到市场热捧。目前，此类产品保额从几十万元到几百万元不等，包含一般疾病和意外医疗保障，且为100余种重大疾病医疗支付保险金，突破医保限制的住院费、手术费、药品费，及住院前7天后30天门诊都在承保范围，保障期1年，可以续保。

与此同时，投保非常便捷，在支付宝、微信和其他互联网平台可直接选择该类产品，在线完成投保，无需体检，只要如实填写健康告知即可。

一位已经投保的消费者告诉记者：“每年体检都会发现身体出现一些小问题，比如胃炎、脂肪肝等，万一以后查出肿瘤或是其他重疾就要面临数额庞大的医疗费用。现在买份低保费高保额的短期医疗险，次年续保，可以防患于未然。”

不过，记者查阅多款短期医疗险产品后，发现承诺6年保证续保已是目前市面上较长时间的保险品种。

对此，有业内人士指出：“随着投保人年龄增加，健康风险也在上升。险企可以通过大幅

涨价规避高风险人群购买相关产品，甚至可下架相关产品，这也使得消费者或将面临无法续保的风险。”

此外，有些短期医疗险对于一般医疗保险金部分设置了免赔额，普遍在1万元左右。也就是说，如果投保了一份保额为100万元的医疗险，保险条款约定有1万元的免赔额，一旦被保险人发生意外伤害，住院治疗花费不到1万元，保险公司不予赔付。

### 多次赔付重疾险受青睐

值得注意的是，近两年不少险企推出了可多次赔付的重疾险，较好地满足了市场需求。通常情况下，重大疾病保险条款会规定，被保险人一次患病得到理赔后，保险合同即终止，同时也失去了后续的保障，这也就是俗称的“单次赔付重疾险”。可多次赔付的重疾险则能给被保险人提供多次保险理赔服务，通常最高可出险三次。

多次赔付的重疾险产品一般分为两种，一种是对保险合同里的轻症多次理赔，重疾理赔一次。比如，一款每年需交保费3000元左右，保额30万元，交费期限30年，保至终身多次赔付的重疾险产品，承诺在保险保障期间，被保险人如罹患轻症，保险公司按合同重大疾病基本保险金额的30%给付轻症疾病保险金，且被保险人还将继续享有两次轻症保障和一次重疾保障。不过，每种轻症疾病限给付一次，当累计给付三次轻症保险金时，该项责任终止。

另一种产品是将多种疾病分

组，其中任何一组只要确诊，即可获赔。但同一组别的重大疾病只能赔付一次，投保人下次罹患同样的疾病，保险公司不赔付。这类产品一般是把重疾分为A、B、C三组，每组分别包括20余种疾病，如果被保险人在保险保障期间被确诊患A组中的疾病，可以获得赔付；如果第二次被确诊患B组或是C组中包含的疾病，依然可以获赔。

“多次赔付的重疾险，一般会有间隔期和生存期限制，间隔期是指在某组重疾责任发生后至少1年，其他组责任才能获赔；生存期是指如果被保险人自确诊重疾后，在生存期内（通常30天以内）死亡就没有第二次或是第三次赔偿。”某保险公司产品经理表示，消费者要注意产品设定的赔付间隔，每次赔付之间的间隔期越短，对消费者越有利。

### 储蓄型和消费型各有千秋

无论是短期医疗险，还是各类重疾险通常都属于商业健康险范畴，即由保险公司对被保险人因健康原因或者医疗行为的发生给付保险金的保险，包括医疗保险、疾病保险、失能收入损失保险、护理保险以及医疗意外保险等。这些商业健康险还可分为储蓄型健康险和消费型健康险。

所谓消费型产品是客户跟保险公司签订合同，在约定时间内如发生合同约定的保险事故，保险公司按原先约定的额度进行补偿或给付；如果在约定时间内未发生保险事故，保险公司不返还所交保费。这类保险的优点是保费低、保障高，且交费灵活，需

要每年核保一次，因此可选择不续保，也可以在几年后重新购买其他的健康险。缺点是续保方面存在一定风险，比如随着年龄的增长，保费会增加，甚至会被拒保。

对比来看，如果在保险保障期间未发生保险事故，期满将返还所交全部保费的保险，即储蓄型，也称返还型产品，该产品兼具风险保障和理财双重功能，适合经济收入高且稳定的人群。

举个例子，30岁的李先生，为自己购买了某保险公司一款防癌险，每年交7500元，交费20年，保额为30万元，保障至80岁。保障期间如果确诊患有合同范围内的癌症类型，保险公司将一次性给付保额30万元。如保障期间未发生理赔，保险公司将如约返还所交全部保费。

保险专家建议，在投保健康险时，首先要选择正规的保险公司，仔细查看保险公司的经营资质以及保险合同上的条款规定。其次要根据每个人的年龄阶段和不同的保障需求，选择适合自己的产品。另外，一定要注意豁免条款和赔付比例，以及等待期的相关规定。

上海银保监局近期发布了有关健康险的消费提示，一是要认清购买健康保险产品性质，了解费用补偿与定额给付差异。二是健康保险理赔时对医疗费用发票要求不相同，消费者务必妥善保存发票或结算单等原件。三是费用补偿型医疗保险并非越多越好，消费者应理性选择投保，避免重复保险。

（经济日报）

# 如何读懂婴幼儿配方乳粉标签

婴幼儿配方乳粉是以乳类及乳蛋白制品（乳基）或大豆及大豆蛋白制品（豆基）为主要原料，加入适量的维生素、矿物质和其他成分，仅用物理方法生产加工制成的粉状产品。面对市场上琳琅满目的婴幼儿配方乳粉，家长该如何选购呢？以下几个步骤读懂乳粉标签很重要。

## 一、看标签

### 必须标注的内容

标签必须标注内容包括：食品名称、配料表、净含量和规格、生产者和（或）经销商的名称、地址和联系方式、生产日期和保质期、贮存条件、食品生产许可证编号、产品标准代号（进口商品除外）、营养成分表、注册号、食用方法、适宜人群信息和食品属性（如乳基或豆基产品以及产品状态）；还应标明“对于0-6月龄最理想的食品是母乳，在母乳不足或无母乳时可食用本产品”，较大婴儿配方乳粉应标明“须配合添加辅助食品”。

### 可选择标注的内容

标签可选择标注内容包括：食品安全国家标准允许的含量声称、功能声称，以及用于产品追溯、提醒或警示、产品售后服务等信息。其中，由于我国食品安全国家标准对0-6月龄婴幼儿配方乳粉中必需成分（如蛋白质、脂肪、碳水化合物、维生素B1、B2、维生素C、钙、铁、锌等）的含量值有明确规定，婴儿配方乳粉必须符合标准规

定的含量要求，不应对其必需成分进行含量声称和功能声称。

此外，标签内容不得涉及疾病预防、治疗功能、保健作用；不得具有益智、增加抵抗力或者免疫力、保护肠道等功能性表述；不得使用婴儿和妇女的形象或用“人乳化”、“母乳化”或近似术语表述；不得含有虚假、夸大、违反科学原则或者绝对化的内容；原料来源不得标注“进口奶源”、“源自国外牧场”、“生态牧场”、“进口原料”、“原生态奶源”、“无污染奶源”等模糊信息。

注意不要购买或食用无标签或标签信息不全、内容不清晰，掩盖、补印或篡改日期的产品。

## 二、看产品名称

重点看产品名称中的通用名称，一般按适用月龄分为以下三类：

### 婴儿配方乳（奶）粉

适于0-6月龄正常婴儿食用，其能量和营养成分能够满足该阶段婴儿的正常需求，标为“1段”。

### 较大婴儿配方乳（奶）粉

适于6-12月龄较大婴儿食用，其营养成分只能满足正常较大婴儿全部营养需要的一部分，标为“2段”。

### 幼儿配方乳（奶）粉

适于12-36月龄幼儿食用，同样的，其营养成分只能满足正常幼儿的部分营养需要，标为“3段”。

## 三、看生产日期和保质期

这是选购所有食品都要重点关注信息，应选择保质期内产品，并优先选择生产日期距购买日期较近的产品。

## 四、看配料表和营养成分表

配料表按加入量递减顺序列出了使用的食品原料和食品添加剂，加入量不超过2%的配料可以不按递减顺序排列。

营养成分应以“方框表”的形式，按照在每100kJ和每100g中的含量标示，也可同时标示在每100mL中的含量，并按照能量、蛋白质、脂肪、碳水化合物、维生素、矿物质、可选择性成分等类别分类列出。

## 五、看贮存条件

标签上应标明产品贮存条件，有的还会注明开封后的贮存条件。如果开封后的产品不易贮存或不宜在原包装容器内贮存，应有特别提示。消费者可以据此判断家中是否具备相应贮存条件。

## 六、不宜擅自给宝宝食用特殊医学用途婴儿配方食品

特殊医学用途婴儿配方食品是针对患有特殊紊乱、疾病或医疗状况等特殊医学状况婴儿的营养要求，专门设计制成的粉状或液态配方食品，应在医生或临床营养师指导下给特殊医学状况宝宝食用。（市场监管总局）

## 遮阳伞，颜色怎么选？

太阳伞是我们夏季的必备品，选对一把优质的太阳伞相当重要。不过太阳伞不仅可由多种面料制成，而且有多种颜色，防晒效果也大有不同，那么什么颜色的太阳伞好？太阳伞怎么选最防晒？接下来，为大家科学的分析太阳伞什么颜色最防晒，并分享一些选购太阳伞的技巧。一起来看看。

### 什么颜色的太阳伞好

根据中国计量科学研究所的测试结果显示，织物的颜色也对紫外线阻挡起到一定作用。越深，紫外线透过率越小，防晒性能越好。一般深色的伞布可以遮挡掉95%的UVA。同等条件下，颜色越深的织物，抗紫外线性能越好。相比之下，黑色、藏青色、深绿色较浅蓝色、浅粉色、浅黄色等抗紫外线效果好。

市面上具有防晒功能的伞布面料有：PG布、黑胶布、色胶布、银胶布、珠光布、尼龙、涤纶，防晒效果依次变弱。在面料相同的情况下，深色的伞防紫外线效果更好。黑色伞的防御效果相对比较好，其次是粉红色、鹅黄色，而红色几乎没有防紫外线的功能。

### 太阳伞怎么选最防晒

太阳伞可以阻挡约70%的紫外线，但无法隔绝反射的紫外线。一般普通的太阳伞也是可以遮挡掉大部分的紫外线的，就像上文说的，选颜色越深的太阳伞



### Focus

市面上销售的遮阳伞材质、种类很多，有尼龙、绸缎、棉布、油纸等，伞面单层或双层，有或无涂层（黑胶或银胶）。一般来说，打伞都能够防晒，但不同的伞，由于材质、使用目的不同，遮阳的能力多少有些差异。

越好。不过如果选择有防紫外线涂层的太阳伞时，则需要考虑多方面的因素，比如价格、防护等级、伞布面料等等，这样才能选购到放心可靠的太阳伞。

**看价格高低。**有些伞只能遮太阳光，而紫外线仍然会穿透面料，只有经过防晒涂层处理才能具有抗紫外线功效。所以并不是太阳伞就能防紫外线。一把合格的、防紫外线遮阳伞，成本最少也得20元。所以花几元钱买到的伞，防紫外线的功效是值得怀疑的。

**看防护等级。**只有紫外线防护系数值大于30，即UPF30+，并且长波紫外线透过率小于5%时，才能称为防紫外线产品；而当UPF>50时，则表明该产品的紫外线防护性能极佳，防护等级标识为UPF50+。UPF值越大，其防紫外线性能越好。

**看伞面织物。**一般说来，伞面较厚、织物越紧密的布料抗紫外线性能较好，棉、丝、尼龙等的防紫外线性能较差，而涤纶较好。此外，防紫外线性能以缎纹织物最好，以下依次是斜纹、平纹，颜色越深越好。

**看伞面外观。**防紫外线太阳伞分有光泽和无光泽两种。有光泽伞在市场上占主导地位，显得俏丽活泼；无光泽伞的制作工艺相对复杂，价格也贵，看起来不张扬，给人一种含蓄稳重的印象。另外，织物由于具有缩水的特性，购买太阳伞时，伞面宜大不宜小。（市场监管局）



# 倡导科学健康消费理念 提供权威实用消费资讯

[www.bj315.org/](http://www.bj315.org/)



# 欢迎关注“北京消协” 微信公众号



广大消费者可以通过以下三种方式关注“北京消协”公众号。

搜索微信名称  
北京消协

搜索微信账号  
bjxx315

扫描上方  
二维码

**“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