

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12期

12

总第87期



北京将出台规范 预付式消费文件

P04 北京市消协发布家用手持式无绳吸尘器测试结果

P28 防范以养老服务名义的非法集资、欺诈销售

P24 医疗美容，“医疗”性质当明确

P38 “被健康”的电子烟



12月4日至5日，市消协召开市消协系统2019年度工作会议。市消协有关领导在会上对2019年工作进行了总结和分析，并对目前消费维权方面存在的热点难点问题、诚信服务示范单位创建以及构建消费维权长效管理机制方面进行了探讨交流。各区消协负责人交流汇报了2019年开展的工作情况。



11月12日，市消协举办互联网消费热点问题研讨会。今年以来，市消协结合《电子商务法》的贯彻落实情况，针对电商“砍单”、大数据“杀熟”、捆绑搭售、个人信息以及乡村居民网购等互联网消费热点问题开展了消费调查。本次研讨会邀请有关专家对调查中发现的问题进行了研究探讨。



11月8日，市消协党支部联合市市场监管局西站分局党支部开展参观贝家花园主题党日活动。通过参观活动，党员干部表示要学习贝熙业大夫的无私奉献精神，脚踏实地，从细微之处发挥党员先锋模范作用，切实做好消费维权工作，全心全意为消费者服务。

Prologue

卷首语

网红经济，诚信方有未来

随着电商新业态不断出新，一些现场直播、网红代言等互联网销售形式受到网友追捧。但与此同时，其中存在的食品安全、“刷单”等问题也不容忽视。对此，近日国家相关部门联合开展落实食品药品安全“四个最严”要求专项行动，相关负责人表示，电商第三方平台须切实履行监管职责，并将对涉嫌违反广告法、消费者权益保护法等违法行为进行查处。

媒介形态的演进，为数字经济的发展打开了一扇新的大门。日前发布的《中国互联网发展报告2019》指出，“数字经济的蓬勃发展催生了大量新业态、新职业”，网络直播、共享经济等数字经济新模式拉动灵活就业人数快速增加。在这一背景下，许多没有知名度的普通人，靠优质内容创作赢得了关注度。去年“双11”，有网络红人创下3.3亿成交额的纪录，某“口红一哥”5分钟内卖掉了1.5万支口红。数字经济新趋势，改变了传统商业营销格局，让人看到了社会化营销的新商机。

网红经济的本质是口碑经济、诚信经济，信用是其发展壮大的基石。比如，一个特别懂电子产品的“极客”，之所以能在垂直领域建立知名度，带动产品销量，关键是其经得起检验的专业见解。但现实中，一些网红及其身后的孵化公司，在流量价值面前打起“如意算盘”，或弄虚作假“刷单”买粉丝、买评论，制造数据假象，骗取广告客户信任；或为劣质商品代言，做一锤子买卖；或索性绕过平台点对点交易，将交易移到“桌面底下”，可能导致消费者权益受损。粉丝没买到合意的产品，广告客户没买到承诺的效果，伤害了社会化营销这一电子商务新业态。最近，一位网红直播博主就因为大量刷假评论、以虚假阅读量欺骗客户，被关停了账号，其所属机构也被暂停了旗下所有账号在微博上的广告投放权限。

无论是保护新业态发展还是保护消费者权益，对出现的问题，不能听之任之，而应在规范的同时加强监管。相较于线下门店，网红直播销售的即时性，无疑大大增加了监管难度。这就要求监管部门进一步畅通投诉渠道，对明确违法的行为做到“重拳出击”、以儆效尤。从平台监管角度看，一方面要保护广告客户的知情权和公平交易权，帮助其准确知晓相关账号的流量价值，对商业纠纷要建立常态化的处理机制；另一方面，对“买粉”“刷单”“假评论”“卖假货”等行为，也要加大打击力度。比起监管部门，平台凭借数据优势与管理权限，更容易刺破商业欺诈的面纱，理应更深度参与到互联网发展共治中来。只有用健康可持续的商业模式作为保障，让人们愿消费、敢消费，才能让消费更好地成为经济增长的压舱石。

新的电商模式和消费模式，正在成为中国经济的新亮色。这背后，是大量个性化产品对人们多样化、个性化需求的满足。通过更健康的模式、更好的监管，让新业态、新供给不断满足消费者的需求，我们就能让更多消费者放心消费，促进消费的蛋糕越做越大，推动经济高质量发展。

（据人民日报）

何鼎鼎



P04 北京市消协 发布家用手持式 无绳吸尘器测试结果

为了让消费者全面了解市场上在售家用手持式无绳吸尘器产品的性能质量、技术水平，引导消费者正确选购，北京市消费者协会委托中国家用电器研究院，开展了本次家用手持式无绳吸尘器比较试验（详情见P4）。

卷首语

01 网红经济，诚信方有未来

权威发布

04 北京市消协发布家用手持式无绳吸尘器测试结果

热点关注

- 11 北京将出台规范预付式消费文件
- 12 市监局联合市住建委发布公共租赁住房租赁合同示范文本
- 12 物业费拟实行市场调节价并适时调整
- 15 北京将推进“购车后快捷登记”

- 16 北京全面进入道路停车电子收费时代
- 18 明年北京将加大欠缴道路停车费处罚力度
- 19 北京修订生活垃圾管理条例 外卖不得主动提供一次性筷子
- 21 垃圾分类新规十大热点详解

消费时评

- 24 医疗美容，“医疗”性质当明确
- 25 智能电视开机广告有违市场经济原则
- 26 让“黑中介”失去生存土壤
- 27 治理弹窗广告须有硬措施

消费提示

- 28 防范以养老服务名义的非法集资、欺诈销售
- 29 北京市企业防范电信诈骗提示书
- 29 预付卡消费警示
- 30 减肥消费三提示
- 31 现制现售奶茶消费提示
- 31 食品安全第一位，火锅用餐需理性
- 32 “携号转网”这些骗局要小心
- 33 染发产品易过敏，减少使用更健康
- 34 退休后小心这样的卖房套路
- 35 租住长租公寓 警惕消费贷陷阱



P40 近视了，四类眼镜怎么选？

如今，近视的人越来越多，矫正视力的选择也越来越多，近视了该如何选配眼镜？

消费课堂

- 36 羽绒服选购有窍门 清洗保养应讲究
- 37 把好选购和安装关 安全使用热水器
- 38 “被健康”的电子烟
- 38 电热眼罩只能暂时缓解眼部疲劳
- 39 保护视力健康 科学选用电子产品
- 40 近视了 四类眼镜怎么选？
- 41 有效期≠使用期 五类药剂开封后“保鲜期”很短
- 42 注意这些细节！带你远离保健食品陷阱
- 43 专家教你科学理性看待食品防腐剂
- 44 蜂蜜润燥通便正当吃，你买对了吗？

《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。



主管	北京市市场监督管理局
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 万海龙 王兆泰 刘大忠 刘博 任军 顾飞 李洋 杨立生 李化军 张克 赵伟春 宋国兵 黄振 曹立军 耿强 闫大海 陆骏奇
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
图片摄影	杨连一 杜颖
美术编辑	张霏霏
封面题字	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
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	北京市丰台区广安路9号 国投财富广场6号楼3A02室
邮编	100073
电话	010-63361378
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxf315@126.com

2019年 第12期（总第87期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

北京市消协发布 家用手持式无绳吸尘器测试结果

不需要通过电源线供电，不需要拖拽集尘器就能清洁吸尘，手持式无绳吸尘器因具有方便、易用且占用空间较小等优点，正被越来越多消费者接受。

为了全面了解家用手持式无绳吸尘器产品的性能质量情况，引导消费者正确选购，北京市消费者协会委托中国家用电器研究院开展了家用手持式无绳吸尘器比较试验。

测试项目：

1、最大吸入功率：测试项目是吸尘器产品性能评价的基础试验项目，其结果可以视为吸尘器的最大理论性能，基本确定了产品的总体性能水平；

2、最大吸力持续能力：测试项目用于评价吸尘器充电电池及相关供电系统的持续能力；

3、加载灰尘状态下最大吸入功率及加载灰尘状态下的除尘能力：模拟实际家庭的使用场景（光滑硬地板、地板缝隙、地毯），用于评价吸尘器的实际除尘效果。

一 测试样品

本次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，从京东、苏宁等电商平台购买，涉及28个品牌，35个型号。购买价格从5649元/台到948元/台不等。

二 测试项目和依据

《2019年度北京市消费者协会手持式无绳吸尘器比较试验技术方案》；

GB/T 20291.1-2014《家用真空吸尘器 第1部

分：干式真空吸尘器 性能测试方法》。

测试结果仅对购买的样品负责。

三 测试结果

1、最大吸入功率：试验结果差异明显。35款手持式无绳吸尘器差异较大，部分产品的吸入功率超过100W，其主电机性能可以媲美传统有绳吸尘器产品；但是仍有部分吸尘器产品的吸入功率较低，这通常是由于该产品的主电机性能或供电系统（电池）性能不佳造成的，会直接对该产品的最终使用效果造成影响。



表1:比较试验最大吸入功率性能评价

序号	品牌	型号	购买价格(元)	最大吸入功率P(W)	性能评价
1	戴森	SV14 DYSON V11 ABSOLUTE	5490.00	188.7	★★★★★
2	LG	A958KA	4778.00	136.9	★★★★☆
3	戴森	SV12 DYSON CYCLONE V10 MOTORHEAD	3589.97	128.2	★★★★☆
4	莱克注	M12S	5649.00	120.7	★★★★
5	科沃斯添可	TE23J-01	2998.99	117.3	★★★★
6	三星	SS80N8076KC	3999.00	115.5	★★★★
7	科沃斯添可	TD27M-03	4518.00	110.7	★★★★
8	睿米	XCQ01RM	1599.00	96.1	★★★☆☆
9	追觅	V9	1399.00	92.4	★★★☆☆
10	松下	MC-SBU820C	4999.00	85.5	★★★☆☆
11	泰怡凯	A11 CVA12	1999.00	85.0	★★★☆☆
12	小狗	T10 Plus	1879.00	83.1	★★★☆☆
13	福维克(vorwerk)	VB100	5460.00	68.3	★★★
14	莱克吉米	CJ53	1299.00	68.3	★★★
15	鲨客	S9	3999.00	67.4	★★★
16	小狗	T10 Cyclone	1048.98	62.7	★★★
17	网易智造	NIT-CLVC-01-T300-RD	1339.00	59.9	★★☆☆
18	惠而浦	P8	1499.00	53.0	★★☆☆
19	博世	BBS1114CN	3085.00	49.0	★★☆☆
20	伊莱克斯	(Electrolux) PF91-5EBF	3606.00	46.5	★★☆☆
21	飞利浦	FC6908	3599.00	37.2	★★
22	苏泊尔	XCO5S32A-01	2999.00	33.9	★★
23	东芝	VC-CL1400AC(R)	2319.00	29.5	★★
24	松下	MC-8D56D	1098.98	29.2	★★
25	卡赫	VC 4i Cordless	1499.00	27.5	★★
26	美国百得	SVFV3250L TYPE A901	2149.00	27.0	★★
27	爱丽思	IC-SLDPC5	1439.00	22.9	★★
28	伊莱克斯(Electrolux)	ZB3230PO	1078.99	20.2	★★
29	博世	BCH3252CN	1749.00	16.7	★
30	汉朗	三合一吸尘器Tipon-D	1790.00	16.3	★
31	浦桑尼克	P9 Hummingbird	1599.00	16.2	★
32	飞利浦	FC6405	1299.00	15.7	★
33	正负零	XJC-C030	2240.00	13.7	★
34	由利	UV-BM101-RD	948.00	11.4	★
35	斐纳	TF-X60	1499.00	10.4	★

性能评价星级判定说明: 最大吸入功率, $P \geq 150W$ (★★★★★); $150W > P \geq 125W$ (★★★★☆); $125W > P \geq 100W$ (★★★★); $100W > P \geq 80W$ (★★★☆☆); $80W > P \geq 60W$ (★★★); $60W > P \geq 40W$ (★★☆☆); $40W > P$

$\geq 20W$ (★★); $P < 20W$ (★)。

注: 莱克M12S型吸尘器产品有电源管理功能, 无法正常完成“空气数据”性能项目的全部测试, 因此选择该产品实测“最大吸入功率”所对应的孔径挡板的测试值作为最终结果。

2、最大吸力持续能力：部分产品电池性能衰减明显。35款手持式无绳吸尘器差异较大，部分表现优异的产品，其吸力可以保持到运行结束；但仍有部分产品并未对产品的吸力衰减进行有效限制，影响实际使用效果。

注1：本项试验的结束条件是，“产品停止运行”或“产品明确提示用户充电”。

注2：最大吸力持续能力较好并不表示产品在该档位下的持续运行时间较长。

表2：比较试验最大吸力持续能力性能评价

序号	品牌	型号	购买价格（元）	最大吸入功率P最大吸入功率衰减率Pd	性能评价		
1	戴森	SV14 DYSON V11 ABSOLUTE	5490.00	P ≥ 100W且 Pd ≤ 5%	★★★★★		
	戴森	SV12 DYSON CYCLONE V10 MOTORHEAD	3589.97		★★★★★		
	LG	A958KA	4778.00		★★★★★		
2	三星	SS80N8076KC	3999.00	P ≥ 100W且 5% < Pd ≤ 20%	★★★★☆		
3	科沃斯添可	TD27M-03	4518.00	P ≥ 100W且 20% < Pd ≤ 50%	★★★★		
	科沃斯添可	TE23J-01	2998.99		★★★★		
	松下	MC-SBU820C	4999.00		★★★★		
4	美国百得	SVFV3250L TYPE A901	2149.00	P < 100W且 Pd ≤ 5%	★★★☆☆		
	惠而浦	P8	1499.00		★★★☆☆		
	博世	BBS1114CN	3085.00		★★★☆☆		
	飞利浦	FC6908	3599.00		★★★☆☆		
	小狗	T10 Plus	1879.00		★★★☆☆		
	莱克	M12S	5649.00		★★★☆☆		
	伊莱克斯 (Electrolux)	ZB3230PO	1078.99		★★★☆☆		
	睿米	XCQ01RM	1599.00		★★★☆☆		
	福维克 (vorwerk)	VB100	5460.00		★★★☆☆		
	小狗	T10 Cyclone	1048.98		★★★☆☆		
5	鲨客	S9	3999.00	P < 100W且 5% < Pd ≤ 20%	★★★★		
	卡赫	VC 4i Cordless	1499.00		★★★		
	追觅	V9	1399.00		★★★		
6	东芝	VC-CL1400AC(R)	2319.00	P < 100W且 20% < Pd ≤ 40%	★★★		
	汉朗	三合一吸尘器 Tipon-D	1790.00		★★		
	博世	BCH3252CN	1749.00		★★		
	松下	MC-8D56D	1098.98		★★		
	浦桑尼克	P9 Hummingbird	1599.00		★★		
	飞利浦	FC6405	1299.00		★★		
	泰怡凯	A11 CVA12	1999.00		★★		
	莱克吉米	CJ53	1299.00		★★		
	斐纳	TF-X60	1499.00		★★		
	网易智造	NIT-CLVC-01-T300-RD	1339.00		★★		
	伊莱克斯	PF91-5EBF (Electrolux)	3606.00		★★		
	7	爱丽思	IC-SLDCP5		1439.00	P < 100W且 Pd > 40%	★
		苏泊尔	XC05S32A-01		2999.00		★
由利		UV-BM101-RD	948.00	★			
正负零		XJC-C030	2240.00	★			

3、加载灰尘状态下最大吸入功率：大部分被测产品的最大吸力出现不同程度的衰减。35款手持式无绳吸尘器整体效果较好，大部分产品相对于未加

载时的吸入功率下降较小或不变，但是仍有部分产品吸力衰减较大，受加载灰尘的影响明显。

表3: 比较试验加载灰尘状态下最大吸入功率性能评价

序号	品牌	型号	购买价格(元)	最大吸入功率P(W)	性能评价
1	戴森	SV14 DYSON V11 ABSOLUTE	5490.00	185.2	★★★★★
2	LG	A958KA	4778.00	131.7	★★★★☆
3	戴森	SV12 DYSON CYCLONE V10 MOTORHEAD	3589.97	121.9	★★★★
4	科沃斯添可	TE23J-01	2998.99	107.0	★★★★
5	科沃斯添可	TD27M-03	4518.00	97.3	★★★☆☆
6	泰怡凯	A11 CVA12	1999.00	82.9	★★★☆☆
7	追觅	V9	1399.00	80.8	★★★☆☆
8	三星	SS80N8076KC	3999.00	75.0	★★★
9	鲨客	S9	3999.00	68.7	★★★
10	网易智造	NIT-CLVC-01-T300-RD	1339.00	67.2	★★★
11	莱克	M12S	5649.00	61.9	★★★
12	莱克吉米	CJ53	1299.00	59.9	★★☆
13	松下	MC-SBU820C	4999.00	52.8	★★☆
14	惠而浦	P8	1499.00	51.3	★★☆
15	小狗	T10 Plus	1879.00	49.1	★★☆
16	福维克(vorwerk)	VB100	5460.00	48.8	★★☆
17	博世	BBS1114CN	3085.00	44.9	★★☆
18	伊莱克斯	PF91-5EBF	3606.00	43.8	★★☆
19	飞利浦	FC6908	3599.00	36.1	★★
20	美国百得	SVFV3250L TYPE A901	2149.00	32.5	★★
21	小狗	T10 Cyclone	1048.98	32.2	★★
22	东芝	VC-CL1400AC(R)	2319.00	30.8	★★
23	苏泊尔	XC05S32A-01	2999.00	25.8	★★
24	睿米	XCQ01RM	1599.00	21.2	★★
25	卡赫	VC 4i Cordless	1499.00	18.1	★
26	松下	MC-8D56D	1098.98	13.5	★
27	博世	BCH3252CN	1749.00	10.8	★
28	汉朗	三合一吸尘器 Tipon-D	1790.00	10.2	★
29	爱丽思	IC-SLDCP5	1439.00	9.8	★
30	斐纳	TF-X60	1499.00	8.8	★
31	伊莱克斯(Electrolux)	ZB3230PO	1078.99	8.0	★
32	飞利浦	FC6405	1299.00	7.2	★
33	由利	UV-BM101-RD	948.00	6.0	★
34	正负零	XJC-C030	2240.00	5.2	★
35	浦桑尼克	P9 Hummingbird	1599.00	3.2	★

性能评价星级判定说明: 最大吸入功率, $P \geq 150W$ (★★★★★); $150W > P \geq 125W$ (★★★★☆); $125W > P \geq 100W$ (★★★★); $100W > P \geq 80W$ (★★★☆☆); $80W > P \geq 60W$ (★★★); $60W > P \geq 40W$ (★★☆); $40W > P \geq 20W$ (★★); $P < 20W$ (★)。

4、加载灰尘状态下的除尘能力：

本测试项目共分为3项，即，光滑硬地板上的除尘性能、带有缝隙的硬地板上的除尘性能、地毯上的除尘性能。这3项均是在集尘器装载一定量灰尘的情况下进行，可以一定程度模拟用户家庭中的实际使用情况。要评价吸尘器产品是否均有良好的吸尘能力，消费者应综合考虑这3个项目的试验结果。

注1：所有产品在“加载后光滑硬地板上的除尘”及“加载后带有缝隙的硬地板上的除尘”性能试验项目中均使用“地板刷头”进行试验；在“加载后

地毯上的除尘”性能试验项目中按各产品说明书要求更换为专用刷头进行试验，如产品无专用刷头或说明，则仍使用“地板刷头”进行试验。

注2：因“加载后带有缝隙的硬地板上的除尘”性能试验项目在“加载后光滑硬地板上的除尘”性能试验项目后进行，为模拟实际家庭使用情况，仅将刷头进行了清洁，并未更换全新刷头，因此相对于使用全新刷头进行“加载后带有缝隙的硬地板上的除尘”性能试验项目，其试验结果可能较低。

表4:比较试验加载灰尘状态下最大吸入功率性能评价

序号	品牌	型号	购买价格（元）	加载灰尘状态下 光滑地板	加载灰尘状态下 缝隙地板	加载灰尘状态下地毯
				产品除尘能力 性能评价	产品除尘能力 性能评价	产品除尘能力 性能评价
1	戴森	SV14 DYSON V11 ABSOLUTE	5490.00	★★★★★	★★★★★	★★★★★
2	LG	A958KA	4778.00	★★★★★	★★★★★	★★★★
3	戴森	SV12 DYSON CYCLONE V10 MOTORHEAD	3589.97	★★★★	★★★★★	★★★★★
4	科沃斯添可	TE23J-01	2998.99	★★★★★	★★★★	★★★★
5	泰怡凯	A11 CVA12	1999.00	★★★★★	★★★★	★★★★
6	追觅	V9	1399.00	★★★★★	★★★★	★★★
7	三星	SS80N8076KC	3999.00	★★★★	★★★★★	★★★★
8	科沃斯添可	TD27M-03	4518.00	★★★★★	★★★★	★★★
9	飞利浦	FC6908	3599.00	★★★★★	★★★	★★★★
10	惠而浦	P8	1499.00	★★★★	★★★★	★★★★
11	博世	BBS1114CN	3085.00	★★★	★★★★	★★★★★
12	莱克吉米	CJ53	1299.00	★★★★	★★★★	★★★
13	小狗	T10 Plus	1879.00	★★★★	★★★	★★★
14	网易智造	NIT-CLVC-01-T300-RD	1339.00	★★★★	★★	★★★★
15	伊莱克斯	PF91-5EBF	3606.00	★★	★★★★	★★★★
16	松下	MC-SBU820C	4999.00	★	★★	★★★★★
17	东芝	VC-CL1400AC(R)	2319.00	★★★	★	★★
18	鲨客	S9	3999.00	★★	★★★	★
19	小狗	T10 Cyclone	1048.98	★★★	★★★	★★★★
20	苏泊尔	XC05S32A-01	2999.00	★	★★	★★★★
21	卡赫	VC 4i Cordless	1499.00	★★★	★★★	★
22	睿米	XCQ01RM	1599.00	★★★	★★	★★
23	飞利浦	FC6405	1299.00	★★★	★★★	★★★★
24	莱克	M12S	5649.00	★★★	★★	★★★
25	博世	BCH3252CN	1749.00	★★	★	★★
26	爱丽思	IC-SLDCP5	1439.00	★	★★	★★★
27	汉朗	三合一吸尘器 Tipon-D	1790.00	★	★	★★★
28	斐纳	TF-X60	1499.00	★	★★	★★
29	正负零	XJC-C030	2240.00	★	★	★★
30	福维克	VB100	5460.00	★	★★★	★★★
31	美国百得	SVFV3250L TYPE A901	2149.00	★	★	★★★
32	松下	MC-8D56D	1098.98	★	★★★	★
33	浦桑尼克	P9 Hummingbird	1599.00	★	★★	★
34	伊莱克斯	ZB3230PO	1078.99	★	★	★★
35	由利	UV-BM101-RD	948.00	★	★★	★

性能评价星级判定说明:

1.加载后光滑硬地板上的除尘能力: $\geq 94\%$, 性能评价为★★★★★; $< 94\%$ 且 $\geq 91\%$, 性能评价为★★★★; $< 91\%$ 且 $\geq 86\%$, 性能评价为★★★; $< 86\%$ 且 $\geq 81\%$, 性能评价为★★; $< 81\%$, 性能评价为★;

2.加载后带有缝隙的硬地板上除尘能力: $\geq 20\%$, 性能评价为★★★★★; $< 20\%$ 且 $\geq 10\%$, 性能评价为★★★★; $<$

10% 且 $\geq 5\%$, 性能评价为★★★; $< 5\%$ 且 $\geq 3\%$, 性能评价为★★; $< 3\%$, 性能评价为★;

3.加载后地毯上的除尘能力: $\geq 70\%$, 性能评价为★★★★★; $< 70\%$ 且 $\geq 55\%$, 性能评价为★★★★; $< 55\%$ 且 $\geq 40\%$, 性能评价为★★★; $< 40\%$ 且 $\geq 30\%$, 性能评价为★★; $< 30\%$, 性能评价为★。

表5: 比较试验项目性能评价汇总表

序号	品牌	型号	购买价格 (元)	空气数据 (最大吸入功 率)性能评价	最大吸力持续 能力性能评价	加载灰尘状态 下最大吸入功 率性能评价	加载灰尘状态下的除尘性能		
							光滑地板除尘 能力性能评价	缝隙地板除尘 能力性能评价	地毯除尘能力 性能评价
1	莱克	M12S	5649.00	★★★★	★★★☆	★★★	★★★	★★	★★★
2	戴森	SV14 DYSON V11 ABSOLUTE	5490.00	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
3	福维克	VB100	5460.00	★★★	★★★☆	★★☆	★	★★★	★★★
4	松下	MC-SBU820C	4999.00	★★★☆	★★★★	★★☆	★	★★	★★★★★
5	LG	A958KA	4778.00	★★★★☆	★★★★★	★★★★☆	★★★★★	★★★★★	★★★★★
6	科沃斯添可	TD27M-03	4518.00	★★★★	★★★★	★★★☆	★★★★★	★★★★	★★★
7	鲨客	S9	3999.00	★★★	★★★☆	★★★	★★	★★★	★
8	三星	SS80N8076KC	3999.00	★★★★	★★★★☆	★★★	★★★★	★★★★★	★★★★
9	伊莱克斯	PF91-5EBF	3606.00	★★☆	★★	★★☆	★★	★★★★	★★★★
10	飞利浦	FC6908	3599.00	★★	★★★☆	★★	★★★★★	★★★	★★★★★
11	戴森	SV12 DYSON CYCLONE V10 MOTORHEAD	3589.97	★★★★☆	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★
12	博世	BBS1114CN	3085.00	★★☆	★★★☆	★★☆	★★★	★★★★	★★★★★
13	苏泊尔	XC05S32A-01	2999.00	★★	★	★★	★	★★	★★★★★
14	科沃斯添可	TE23J-01	2998.99	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★★
15	东芝	VC-CL1400AC(R)	2319.00	★★	★★★	★★	★★★	★	★★
16	正负零	XJC-C030	2240.00	★	★	★	★	★	★★
17	美国百得	SVFV3250L TYPE A901	2149.00	★★	★★★☆	★★	★	★	★★★
18	泰怡凯	A11 CVA12	1999.00	★★★☆	★★	★★★☆	★★★★★	★★★★	★★★★
19	小狗	T10 Plus	1879.00	★★★☆	★★★☆	★★☆	★★★★	★★★	★★★
20	汉朗	三合一吸尘器 Tison-D	1790.00	★	★★	★	★	★	★★★
21	博世	BCH3252CN	1749.00	★	★★	★	★★	★	★★
22	浦桑尼克	P9 Hummingbird	1599.00	★	★★	★	★	★★	★
23	睿米	XCQ01RM	1599.00	★★★☆	★★★☆	★★	★★★	★★	★★
24	惠而浦	P8	1499.00	★★☆	★★★☆	★★☆	★★★★	★★★★	★★★★★
25	斐纳	TF-X60	1499.00	★	★★	★	★	★★	★★
26	卡赫	VC 4i Cordless	1499.00	★★	★★★	★	★★★	★★★	★
27	爱丽思	IC-SLDCP5	1439.00	★★	★	★	★	★★	★★★
28	追觅	V9	1399.00	★★★☆	★★★	★★★☆	★★★★★	★★★★	★★★
29	网易智造	NIT-CLVC-01-T300-RD	1339.00	★★☆	★★	★★★	★★★★	★★	★★★★★
30	飞利浦	FC6405	1299.00	★	★★	★	★★★	★★★	★★★
31	莱克吉米	CJ53	1299.00	★★★	★★	★★☆	★★★★	★★★★	★★★
32	松下	MC-8D56D	1098.98	★★	★★	★	★	★★★	★
33	伊莱克斯	ZB3230PO	1078.99	★★	★★★☆	★	★	★	★★
34	小狗	T10 Cyclone	1048.98	★★★	★★★☆	★★	★★★	★★★	★★★★★
35	由利	UV-BM101-RD	948.00	★	★	★	★	★★	★

注1: 按吸尘器产品购买时的价格从高到低排序。

四 测试发现的问题

1、说明书表述不够通俗易懂

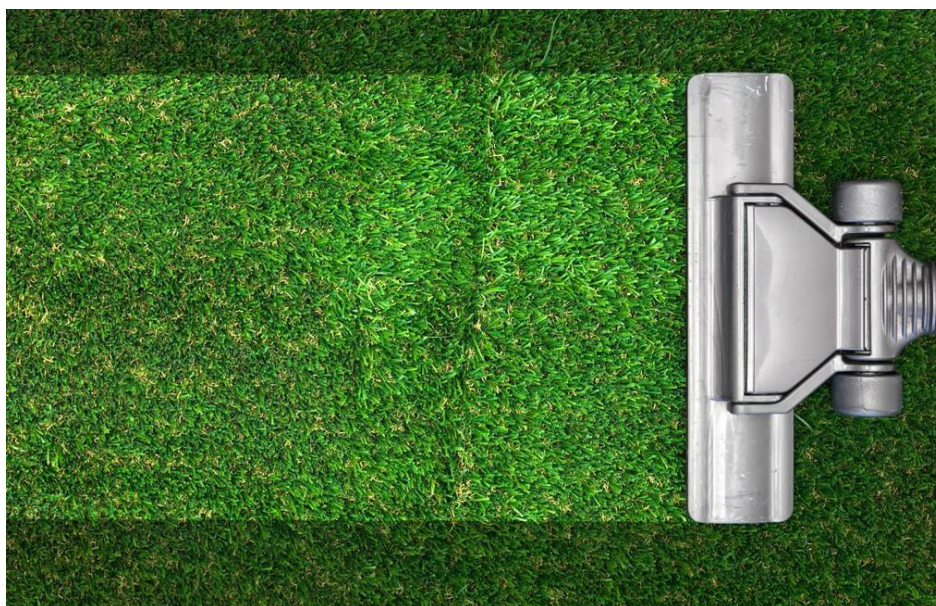
本次比较试验发现，部分样品的说明书不够通俗易懂，文字内容过多，具体操作方法介绍较少，图片辅助说明较少，一定程度上影响了消费者快速、便捷的使用产品。建议吸尘器生产企业摒弃将说明书作为专业技术资料的观念，树立起以消费者为中心的主动服务理念，通过对说明书表述方式的优化设计，提升自身的品牌形象。

2、宣传与说明书有差异

我们在购买手持式无绳吸尘器样品时，部分样品在其宣传广告上宣称具有高吸入功率、电池续航能力持久、过滤系统高效，以及除螨等功能。但经查实，在其产品铭牌、说明书及相关随机说明文件中，并没有正确标识出最大吸入功率、电池容量、出风过滤效率及除螨率等技术参数。这种广告宣传与说明书信息不一致的行为，存在刻意夸大产品性能、虚标产品功能，误导消费者选购的嫌疑。建议生产企业主动执行并标明产品各性能项目所依据的相关标准，以及出具经过第三方试验验证的性能报告，将产品真实、全面的信息传递给消费者，确保消费者可以按需购买产品。

3、个别样品的集尘器拆装不方便，或实用效果易受重复使用的影响

个别样品使用几次后，集尘器盖卡扣处易受灰尘影响，拆卸不便，甚至打不开盖，需借用工具才能打开，长此以往，会损坏集尘器的气密性，影响最终的吸尘效果。建议厂家在设计研发产品时，多从消费者使用的角度考虑，优化集尘器清理灰尘过程，体现出



产品人性化设计的特点，同时要考虑部件耐久性的问题。

4、产品的售后服务有待加强

个别手持式无绳吸尘器的说明书不易理解，通过说明书上标注的售后电话无法与服务人员取得联系，消费者不能得到及时、有效的技术支持。建议企业在设计研发产品的同时，提升服务意识，加强售后服务管理。

五 消费提示

（一）如何选购

- 1、选择高吸入功率的产品
- 2、选择电池充放电性能较高的产品
- 3、选择具有高性能过滤系统的产品
- 4、选择集尘器容量较大且易于清洁的产品
- 5、选择功能适用的产品
- 6、选择售后服务好企业的产品

（二）使用及维护

- 1、应在使用后及时清洁
- 2、应使用专用设备进行充电
- 3、应在通风干燥的场所使用与存放
- 4、发现问题应及时送修

北京将出台规范预付式消费文件

“先存钱、再消费”的预付式消费，却频频遇到“存了钱、难消费”的问题。为进一步规范预付式消费市场秩序，保护消费者合法权益，北京市市场消费环境建设联席会议办公室组织北京市市场监督管理局、北京市商务局、北京市教育委员会、北京市体育局、北京市交通委员会、北京市文化和旅游局等单位，起草了《关于加强预付式消费市场管理的意见(征求意见稿)》等7份文件，在北京市市场监督管理局网站上公开征求意见。意见征集将一直持续到12月9日。

事前有准入，事中有监管。《北京市预付式消费市场监督管理和服务管理办法》征求意见稿规定，将督促集团发卡企业、品牌发卡企业、规模发卡企业依规进行备案。同时，通过发布合同行为指引、推行合同示范文本等方式，规范预付式消费合同行为，保障交易双方合法权益。

而一旦失信，还将面临惩戒。征求意见稿提出，因停业、歇业或者经营场所迁移等原因未对预付式消费兑付、退卡等事项作出妥善安排，未提供有效联系方式且无法联络的，将被列入严重失信主体名单并受到惩戒。对卷款跑路等严重损害消费者权益的企业及其董事、监事、经理等管理人员，实施市场禁入，限制其在京继续开展经营活动。对同一经营场所反复出现以关门闭店、更换经营者等方式逃避兑付预收款的，探索对该经营场所实施市场禁入，停止使用该场所办理登记注册。

为防止发生消费者投诉无门的问题，“接诉即办”也被写入了征求意见稿。其中，市级部门将对本行业、本领域预付式消费诉求响应率、解决率、满意率负责。各部门按照职责，定期对所主管行业、领域预付式消费市民诉求数据进行汇总分析，加强全市统筹，从源头解决市民诉求集中反映的突出问题，切实做到民有所呼、我有所应。因经营者停业、歇业或者经营场所迁移等原因，导致无法兑付而引发的群体性投诉等重大事件，将由市级行业主管部门会同相关区人民政府处理。

相关亮点

培训班一次性收费不得超过3个月

培训机构退费极易发生争议纠纷。正在征求意见的《学科类校外培训机构预付式消费管理细则》，对7类禁止性收费行为予以明确。比如，按课时收费的，每科不得

一次性收取超过60课时的费用；而按培训周期收费的，不得一次性收取时间跨度超过3个月的费用。

消费者在收费课程开始前提出退费的，培训机构应在15个工作日内按原渠道一次性退还所有费用；在收费课程完成二分之一课时及以前提出退费的，应按已完成课时的比例扣除相应费用，其余部分在15个工作日内按原渠道一次性退还；在培训课程完成二分之一课时后提出退费的，培训机构可不再退还费用。但因培训机构单方面原因，导致无法继续为消费者提供服务的，应在15个工作日内按原渠道一次性退还剩余部分的费用。

健身房预付消费期不得超出房屋租赁期

健身行业是近些年来办卡圈钱后“跑路”的重灾区。此次征求意见的《体育健身经营场所预付式消费管理细则》中提出，原则上不应发售有效期超过3个月、面额(预付额)超过3000元的预付健身产品。当体育健身经营场所无法持续提供服务时，应提前1个月发布经营风险，及时退还消费者预付余额，或妥善解决后续服务问题，并依法承担经营主体责任。

此外，预付消费销售中不得在取得合法运营资格之前，提前预售；不得预售超出房屋租赁有效期的体育健身服务产品。

消费者在交易合同7天犹豫期内提出退费的，体育健身经营场所应在10天内按原渠道一次性退还所有费用。

共享单车：预付资金不得超100元

分时租赁汽车、共享单车到底该不该缴纳押金？交多少押金和预付资金合适？《交通运输新业态预付式消费管理细则》征求意见稿要求，运营企业应优先采用信用分替代押金和采用服务结束后直接收取费用的方式提供服务。

其中，汽车分时租赁的单车押金金额不得超过运营企业投入运营车辆平均单车成本价格的2%；互联网租赁自行车的单车押金金额不得超过运营企业投入运营车辆平均单车成本价格的10%。互联网租赁自行车单个用户账号内的预付资金额度不得超过100元；其他交通运输新业态单个用户账号内的预付资金额度不得超过8000元，单个用户单个账号内的预付资金额度不得超过30000元。（北京日报）

市监局联合市住建委发布 公共租赁住房租赁合同示范文本

为进一步规范公共租赁住房配租及租后管理，维护租赁当事人合法权益，加强合同示范文本管理，近日，北京市住房和城乡建设委员会、北京市市场监督管理局联合发布了《北京市公共租赁住房租赁合同》示范文本。

示范文本自发布之日起正式推行使用，当事人可登录首都之窗(www.beijing.gov.cn)、北京市住房和城乡建设委员会门户网站(http://zjw.beijing.gov.cn/)和北京市市场监督管理局网站(http://scjgj.beijing.gov.cn/)查阅、下载。

此次发布的合同示范文本，吸收了近年来政策成果和实践经验，与北京市住房保障办公室2011年12月印发的《北京市公共租赁住房租赁合同(试行)》相比，主要做了以下四个方面的调整：

一是增加了合同说明、特别提示等内容，便于承租人知晓公租房相关政策，符合条件的及时申领补贴，自觉规范租赁行为。

二是增加权利义务关系和续租条款，明确承租人要求出租人及时安排维修的权利，保障承租人正常使用房屋。

三是细化合同解除与终止条款，对承租人违规使用公租房及拒不配合管理、调查等情形，出租人有权单方解除合同并收回房屋，保障公租房合规使用。

四是进一步细化了违约责任条款，对违规转租、转借、从事营利活动等行为的惩戒，包括记入不良信息档案、五年内限制保障性住房申请资格、向社会曝光违规信息、联合惩戒等。(市住房城乡建设委)

物业费拟实行市场调节价并适时调整

近日，《北京市物业管理条例(草案)》提请市十五届人大常委会第十六次会议审议。市司法局局长李富莹受市政府委托作说明。

条例草案提出，物业费拟实行市场调节价，由业主和物业管理人协商确定，并适时调整。对于业委会“成立难”的小区，首次提出建立物业管理委员会制度。同时，还对前期物业服务，专项维修资金的使用、管理和监督，新旧物业的交接以及小区停车位的管理等作出相关规定。
关键词：前期物业

前期物业服务合同期限最长2年

交房之前，开发商和物业公司已签订前期物业服务合同，业主由于不能参与其中，对合同里的“霸王条款”，往往只能被动接受，由此导致的“物业公司随意涨价”“新物业进驻，老物业赖着不走”等问题常常成为矛盾焦点。

前期物业公司究竟能服务多久？条例草案提出，前

期物业服务合同期限最长不超过2年，具体期限在前期物业服务合同中约定。期限届满前3个月，由业主共同决定是否继续使用前期物业管理人。期限届满，业主未就继续使用做出决定的，在业主共同决定重新选聘物业管理人、签订新的物业服务合同并生效之前，前期物业管理人继续提供服务。

老物业“赖着不走”每日罚1万元

条例草案给“赖着不走”的老物业套上了“紧箍咒”，提出，业主共同决定解聘物业管理人的，应当自接到通知之日起30日内履行交接义务，并撤出物业管理区域。原物业管理人不得以业主欠缴物业服务费用、对业主共同决定有异议等为由拒绝办理交接，不得以任何理由阻挠、干扰、妨碍新的物业管理人进场服务。交接期间仍由原物业管理人维持正常物业秩序。同时，新物业管理人不得强行接管物业。

对拒不移交有关资料或财务的，处1万元以上10万元

以下罚款；拒不退出物业管理区域的，自规定时间届满次日起处每日1万元的罚款。

应急物业服务期限不超6个月

为了应对旧物业已经撤出，新物业还没走马上任的情况，很多小区引入了应急物业。应急物业服务什么？服务多久？超期“服役”又该怎么办？

条例草案明确，物业管理区域突发失管状态时，街道办事处、乡镇政府应当组织有关单位确定应急物业管理人，提供供水、垃圾清运、电梯运行等维持业主基本生活服务事项的应急服务，并公示服务内容、服务期限、服务费用等相关内容。应急物业服务期限不超过6个月，费用由全体业主承担。

关键词：物业服务费

由业主和物业管理人协商确定

小区物业费收多少谁说了算？条例草案明确，物业服务收费实行市场调节价，由业主和物业管理人进行协商，并适时调整。同时，要求市住房和城乡建设行政主管部门发布物业服务项目清单，明确服务标准和内容，行业协会发布物业服务项目成本信息和计价规则，供协商物业服务费时参考。这意味着物业服务企业和业主拥有了相对自由的议价空间，服务品质将成为物业费高低的决定因素。

对拒不缴纳物业费的业主，物业管理人可以向人民法院起诉。业主拒不执行人民法院生效法律文书的，可依法对业主作出限制消费令、纳入失信被执行人名单。

开发商承担前期物业服务责任

购买新房时，物业费究竟从何时计算？条例草案对前期物业服务费缴纳期限进行了进一步明确，即前期物业服务合同生效之日至承接查验协议生效之日的当月发生的物业服务费用，由建设单位承担。承接查验协议生效之日的次月至前期物业服务合同终止之日的当月发生的物业服务费用，由业主按照房屋买卖合同的约定承担；合同未约定的，由建设单位承担。

关键词：物业专项维修资金

不足30%时应及时补足

住宅的专项维修资金是房屋的“医保金”和“养老金”，对维护小区的存续至关重要。条例草案明确，专项维修资金属于业主共有，应当专项用于物业共有共用区



域、部位或者设施设备保修期满后的维修、更新、改造，不得挪作他用。

对于专项维修资金的续筹标准，条例草案提出，当专项维修资金余额不足30%时，应当及时补足。同时，50%以上的公共收益金额应当优先用于补充专项维修资金，剩余部分的使用由业主共同决定。转移或者抵押不动产时，应当提供已足额缴纳专项维修资金的相关凭证。

自管专项维修金需每季度公布账目

资金监管方面，条例草案明确，没有业主委员会的，专项维修资金由物业所在地区住房城乡建设或者房屋行政主管部门代管，存入银行专用账户。有业委会的小区，业主大会既可以自行管理，也可以委托相关行政主管部门代管。业主大会决定自行管理的，应当设立专用账户，每季度公布一次自行管理账目。

立法亮点

亮点1：党建引领——将物业管理纳入社区治理

条例草案明确，本市构建党建引领社区治理框架下的物业管理体系，将物业管理纳入社区治理，推动在物业服务企业、业主委员会、物业管理委员会中建立党组织，

发挥党建引领作用。社区党组织有权推荐业委会委员候选人，引导和支持业主中的党员积极参选业委会委员，通过法定程序担任业委会委员。

亮点2：业主大会——“单5%”即可申请成立

李富莹介绍，鉴于实践中存在的小区“自治失灵”问题，条例草案立足于为业主大会的成立、筹备及日常运行提供制度性保障，调整了申请成立业主大会的条件。

降低门槛，是解决业主大会成立难的有效途径。条例草案规定，业主大会由物业管理区域内全体业主组成，代表和维护全体业主在物业管理活动中的合法权益。一个物业管理区域内，交付面积过半情况下，5%以上的业主、专有部分占建筑物总面积5%以上的业主或者建设单位，均可以申请成立业主大会。

业主大会采取会议方式，可以确定或者调整物业服务方式、服务内容、服务标准和服务价格，选聘、解聘物业管理人或者不再接受事实服务，筹集、管理和使用专项维修资金，申请改建、重建建筑物及其附属设施等。首次业主大会应当审议通过管理规约、议事规则，并选举产生业主委员会委员和候补委员。

亮点3：业主委员会——欠缴专项维修资金不可当业委会委员

有了业主大会后，下一步就是成立业主委员会。李富莹介绍，针对业委会运行中存在的权力边界不清晰、权责不对等、运行不规范、行政监管空白、违法成本较低等问题，条例草案从把好人选关、增加备案制度、明确职责、增加禁止性规定等方面进行了规范。

条例草案提出，被列为失信被执行人的业主，以及未按时足额缴纳物业服务费，或者存在欠缴专项维修资金及其它需要业主共同分担费用的业主，不可以担任业主委员会委员。业委会委员实行任期制，每届任期不超过5年。

亮点4：业委会成立难？——首次提出建立物业管理委员会制度

针对业委会“难产”的小区，条例草案创设物业管理委员会，赋予其组织业主共同决定物业管理事项的职能，为更广泛地实施物业服务提供制度基础。

条例草案提出，有下列情形之一的，街道办事处、乡镇政府负责组建物业管理委员会：不具备成立业主大会条

件的；具备条件但因各种原因未成立业主大会的；业主大会成立后，未能选举产生业主委员会的；需要重新选举业主委员会，经物业所在地街道办事处、乡镇政府组织、指导后仍不能选举产生业主委员会的。

条例草案规定，业主代表应不少于物业管理委员会成员人数的二分之一。在议事制度上，物管会会议应当有半数以上委员且半数以上业主代表委员参加。

亮点5：谁来监督——街道、乡镇指导监督业主大会、物管会

条例草案提出，街道办事处、乡镇政府组织、协调、指导本辖区内业主大会成立和业主委员会选举换届、物业管理委员会组建，指导、监督其依法履行职责，并有权撤销其做出的违反法律法规和规章的决定，并对物业服务实施监督管理。

居（村）民委员会则具体负责组织、推动业主大会成立、业委会选举产生、物业管理委员会的组建和日常工作。

亮点6：小区停车位——优先满足业主

对于备受关注的小区停车位管理，条例草案也进行了明确规范，提出，物业管理区域内规划用于停放车辆的车位、车库，应当首先满足业主的需要。用于出售的，不得出售给本物业管理区域业主以外的其他人。不出售或尚未售出的，应当提供给本物业管理区域业主使用。满足业主需要后仍有空余的，可以临时按月出租给物业管理区域外的其他人。

如违反规定，将车位、车库提供给业主以外的其他人，将被责令限期改正，有违法出租所得的，责令退还，并按每个违法出租车位处5000元以上1万元以下罚款；拒不改正的，按每个违法出租车位处每月2000元罚款。

亮点7：垃圾分类——物业未履行管理责任将被罚款

值得注意的是，条例草案还规定，业主应按照规定分类投放生活垃圾，物业管理人是生活垃圾分类的管理责任人，指导、监督业主和物业使用人进行生活垃圾分类。对未履行责任的物业管理人，可依照生活垃圾管理法律法规责令改正，并处3000元以上3万元以下罚款。

（北京日报）

北京将推进“购车后快捷登记”

12月9日下午，从市交管局与中国汽车流通协会共同组织的4S店交管服务站快捷代办登记推介会上了解到，目前全市已有近10万市民在4S店购买国产小微型客车后直接选号、上牌，而且各部门正通力配合，积极拓展交管服务站网点建设，尽快实现在全市范围内的“购车后快捷上牌全覆盖”。

据市交管局车管所相关负责人介绍，“购车后快捷上牌”工作是交管部门深化“放、管、服”改革，拓展“交管服务社会化网络建设”的一部分，目的是减少市民在办理车辆手续、驾照手续中的麻烦，“让数据多跑腿，让市民少跑路”。2019年9月起，交管部门相继推出车检、驾考以及互联网服务等一系列交管改革措施，在汽车销售企业架设专用网络，快捷代办车驾管业务，已建起20家交管服务站，也就是说，市民在这20家交管服务站覆盖的103家4S店购买国产小微型客车后即可直接上牌选号。

“全市全覆盖”，并非意味着每个4S店都得全流程接入专网系统，4S店快捷代办登记可通过五种途径申请建设交管服务站：一是4S店集团模式，汽车销售集团可办理本集团内各4S店销售的国产免检小微型客车注册登记业务；二是汽车销售市场模式，凡在市场内销售的车辆均可注册登记；三是在4S店集中区，各家企业集体申请开设4S店交管服务站；四是具备国产小微型客车销售资质的4S店，也可以单独申请开设服务站；五是共用查验区模式，4S店可在设立查验区的4S店交管服务站办理车辆预查验，在本店办理注册登记业务。

市交管局副局长梅冰松说，这些交管服务站将会实行统一的标准规划，每一个服务站的外观标志和办理事项、办理流程全部统一，交管部门对服务站的监管方式、巡查制度、回访机制也完全一致。

这样的变化对老百姓有什么好处？交管部门介绍说，以前市民买车后，得自己去检测场排队验车；现在“销售前进行车辆预查验、资料预审核、信息预录入”，车辆不出店门即可查验完毕。购车后也无需前往车管所选号上牌，在店内当场就可领取行驶证、登记证书、临时号牌，正式号牌将邮寄到家。

链接

4S店交管服务站业务种类

代办机动车业务范围：代办本单位销售的国产小型、微型载客汽车注册登记；代办临时号牌；代办六年免检车辆检验标志；代办补(换)领机动车检验合格标志；代办本服务站上牌车辆且抵押权人为银行或金融公司的抵押和解押登记。

代办驾驶证业务范围：代办内地居民驾驶证有效期满换证、达到规定年龄换证、自愿降低准驾车型换证、驾驶人住所信息发生变化换证、驾驶证损毁换证、驾驶证遗失补证、提交《身体条件证明》、驾驶证延期换证、驾驶证延期审验、延期提交《身体条件证明》、驾驶人联系方式变更等。（北京日报）



北京全面进入道路停车电子收费时代

12月1日起，北京第三批道路停车改革将在门头沟、房山、顺义、大兴、昌平、平谷、怀柔、密云和北京经济技术开发区等9个区实施。这标志着路侧电子停车收费已经覆盖全北京，同时全部取消人工现场收费。市交通委提示，司机路侧停车后不要将停车费交给任何现场人员，也不要扫描任何人出示的二维码付费。如遇到黑收费等违规收费行为，可拨打96310城管热线举报，也可拨打区级停车管理部门电话举报。

“北京交通”APP升级 缴费方式更多样

据北京市交通委介绍，全市16个区和北京经济技术开发区分三个时间节点启动改革实施，即2019年1月1日起东城、西城和通州区，7月1日起朝阳、海淀、丰台、石景山和延庆区，12月1日起门头沟、房山、顺义、大兴、昌平、平谷、怀柔、密云和北京经济技术开发区等9个区实施。

为改善用户体验，依据停车人的使用反馈，11月23日“北京交通”APP道路停车功能进行了换代升级。升级后，“北京交通”APP道路停车板块运行更加快捷，操作也更方便。同时，不断拓展线上缴费渠道。目前，停车人可通过微信、支付宝、云闪付、招行一网通等方式进行道路停车缴费。

另外，北京市将大力治理道路违法停车。北京正落实公安部关于《道路交通安全违法行为处理程序规定》，积极推动实施将单位或个人提供的违法行为照片、视频等资料，经查证属实作为处罚证据，鼓励社会监督。



施划6万余个电子收费道路停车位

据北京市交通委主任容军介绍，北京第三批停车改革正在实施，门头沟、房山、顺义等9个区共在94条道路上施划了1.4万个停车位，全部安装了前端视频设备，目前正与市级平台进行联调联试工作。

目前，9个区正在加紧进行收尾工作，确保12月1日起正式实施道路停车改革。届时，全市16个区和北京经济技术开发区共计在552条道路施划了6万余个电子收费道路停车位。

容军介绍，接下来，各区还将继续统筹考虑道路通行条件、停车需求等因素，合理规划施划新的道路停车位，解决“无位停车”问题，逐步实现道路停车位“应划尽划”、路侧空间停车区、限停区、禁停区管理全覆盖，明确哪儿能停，哪儿不能停。

错误订单逐步减少

在路侧电子停车收费实施一年多的时间内，路侧电子停车收费也遇到了不少问题，这些问题也正在逐步解决中。首先是市民关注最多的错误订单问题，错误订单多因为视频拍摄错误造成的。有的车主并未在相关道路停车却收到缴纳电子停车费用的短信；有的车辆已经驶离，但系统仍然在计费。

对此，北京市停车管理事务中心主任全进回应称，错误订单比例已经明显下降，目前概率已经非常小。市民反映的车牌识别错误问题，经过查证发现，主要因为树木树枝或者道路标识遮挡，造成的高位视频记录错误。同时，部分高位视频因为长期在外面暴露，而出现蒙尘，导致拍摄错误。

目前，各区交通部门已经联系了园林部门对树木树枝进行了修剪；受到道路标识遮挡的路段，则对电子停车车位进行了优化。针对车牌夜间反光、光学镜头存在蒙尘等现象，优化了车牌识别算法及设备夜间自适应能力，建立了静态车辆特征数据库，通过系统“学习积累”过程，进一步提高车牌识别准确率，降低出现错误订单的概率。

其次是部分路段采用矮桩视频和POS机计费带来的问题。市交通委静态交通管理处处长赵震介绍，北京路侧

电子停车收费以高位视频拍摄计费为主，但个别路段因为不具备条件，还是由管理人员通过POS机管理。由于管理人员拍摄不及时，不小心拍摄错误等问题，会产生计费错误订单。个别管理人员甚至直接收了车主的车费，不按照规范缴纳。针对这些问题，目前，区级停车主管部门增强了对委托企业的监督，将错拍、漏拍等订单定为无效订单，同时督促企业解决各类出现的问题。针对停车管理员不规范操作甚至私下收费的情况，约谈停车管理企业，对私下收费的停车管理员给予辞退处理。

释疑

违停、不缴纳停车费如何处罚？

全市建立了欠费催缴机制。各区停车管理部门配备行政执法人员和相应执法条件，对欠缴停车费的车辆（车主）进行催缴处罚。截至目前，共向20497辆车（车主）发送催缴短信或发布公告，并在各区政府网站公示。目前，市级各有关部门正在共同研究停车信用联合惩戒机制。

电子停车收费车位是否还会增加？

北京市交通委新闻发言人容军介绍，接下来，各区还将继续统筹考虑道路通行条件、停车需求等因素，合理规划施划新的道路停车位。

此外，北京还将大力推进车位共享。北京市交通委静态交通管理处处长赵震介绍，目前东城、西城区已经进行了试点。

停车人如何缴纳停车费？

停车人可通过下载或更新“北京交通”APP，点选“路侧停车”，即可自助缴纳停车费；也可以通过现场管理员POS机选择微信、支付宝、银联卡、一卡通、ETC五种电子支付方式缴纳停车费。停车人在纳入政府非税收入管理的道路停车位（白实线）停车的，应当在驶离车位后30日内依法合规足额缴纳道路停车费。

遇到错误订单怎么办？

市交通委介绍，如对停车计费有异议，车主可自助下载“北京交通”APP查询或拨打12328。各区停车管理部门负责受理退费申请的审核处置。对于核实属实的应在3个工作日内向停车缴费人进行退费处理。

相关新闻

错时共享停车指导意见出台

停车费由供需双方协商

11月25日，市交通委发布《关于推进本市停车设施有偿错时共享的指导意见》，为北京错时共享停车资源提供依据。根据指导意见，共享停车设施的收费价格由供需双方自愿协商确定。市财政部门将根据共享车位的开发程度等因素对供给方给予一定的财政支持。

指导意见明确，北京行政区域内公共建筑的停车设施在具备安全、管理条件的情况下应对外开放，实行有偿错时共享，优先用于居住停车。居住小区的停车设施在满足本居住小区居民停车需要的情况下，可以向社会开放。

在具体实施主体上，街道办事处（乡镇政府）要全面掌握辖区内居住停车需求，针对矛盾突出的区域，梳理周边办公、商场等各类公共建筑的停车资源供给状况，可通过向社会购买服务的方式选择第三方机构协助开展工作。

共享停车供需双方通过签订共享停车协议明确双方权利义务和违约责任。据介绍，共享停车协议可包含停车设施的位置、类型、产权人或管理人、共享使用人、共享停放车辆等基本信息，明确收费价格、收费方式和管理要求，明确允许停放时段和停放区域，以及停车人未按约定停放车辆、停车设施供给方未按约定提供共享车位等行为的违约责任。共享停车设施的收费价格由供需双方自愿协商确定。

为了提高供给方的积极性，指导意见明确市财政、交通行政主管部门应考虑共享停车设施的类型、开放程度等因素，制定财政支持政策，推动本市共享停车发展。区人民政府应根据本区实际情况，制定具体鼓励措施，建立资金保障机制，通过运营补贴等方式调动停车设施供给方参与共享停车的积极性。

此外，为了避免停车人不按照协议停车，指导意见鼓励停车行业社团组织建立停车设施供给方和停车人严重违约行为的信息共享机制，以规范共享停车行为。（北京青年报）

北京明年起将加大对欠缴道路停车费处罚力度

记者从北京市交通委了解到，随着第三批道路停车改革的实施，日前，交通部门对《北京市交通委员会关于加强道路停车费催缴及行政处罚工作的意见（试行）》进行了修订，明年1月1日起，各区停车管理部门将加大对欠缴道路停车费违法行为的催缴处罚力度，但原有的30天缴费期不做调整。

未按规定缴纳道路停车费依据停车条例需面临罚款

按照《北京市机动车停车条例》的规定，“本市道路停车收费纳入政府非税收入管理，实行收支两条线，收入全额上缴区级财政”。按照本市道路停车改革总体部署，全市十六个区和北京经济技术开发区分三个时间节点启动改革，12月1日起第三批道路停车改革实施后，全市的道路停车收费已全部由“经营性收费”转变为“政府非税收入”，直接进入各区财政。

为保障政府非税收入应收尽收，《北京市机动车停车条例》第41条规定：“停车人未按照规定缴纳道路停车费用的，由区停车管理部门进行催缴，并处200元罚款；情节严重的，并处500元以上1000元以下罚款”。

明年1月1日起加大催缴处罚力度

为落实《北京市机动车停车条例》，交通部门于2018年12月28日印发了《北京市交通委员会关于加强道路停车费催缴及行政处罚工作的意见（试行）》（以下简称《催缴处罚意见》），明确了责任分工、缴费主体、缴费期限、缴费方式、处罚细则、催缴处罚工作要求、信用管理等内容。考虑到本市道路停车改革刚开始实施，广大停车人需要一个熟悉、适应的过程，《催缴处罚意见》规定，同一车辆在一个月内欠费未达到5次或欠费金额未达到200元的，不并处罚款。

在欠缴道路停车费催缴方面，各区将不再合并催缴。原《催缴处罚意见》规定，在本市行政区域内发生的所有欠费行为合并计算，并由达到处罚档限所在区停车管理部门统一告知所有欠费信息，合并催缴。根据新修订的《催缴处罚意见》，在本市各区发生的欠费行为今后将按行政区单独计算，同一车辆在多个区产生欠费行为的，由

欠费行为发生地所在区的停车管理部门分别进行催缴并处罚款。

停车人可以登录“北京交通”APP、各区政府网站、市交通委网站查询缴费信息和管理机构联系方式，如遇到订单问题可向相关区停车管理部门进行投诉。

市民可自主选择线上线下多种渠道完成缴费

停车人在道路停车位停车，除采取趸交收费方式的，应当在驶离车位后30日内依法合规足额缴纳道路停车费，超过30日未缴费将形成欠费。此次对《催缴处罚意见》的修订未对30天的缴费期进行调整，停车人在道路停车位停车，除采取趸交收费方式以外，仍需在驶离车位后30日内依法足额缴纳道路停车费。

目前，道路停车的缴费渠道分为线上线下两种。线上可通过“北京交通”APP、微信公众号，微信和支付宝“城市服务”等多种方式缴纳停车费；线下可前往本市工商银行（全部555家网点）、招商银行（全部99家网点）、农业银行（全部336家网点）营业网点，通过银行柜台或自助柜员机进行缴纳。停车人可以自由选择缴费方式。

北京将建立停车信用奖励和联合惩戒机制

新的《催缴处罚意见》自2020年1月1日起实施。实施前已形成的欠费仍按2018年印发的《北京市交通委员会关于加强道路停车费催缴及行政处罚工作的意见（试行）》进行处罚。即2019年12月（含）之前形成的欠费，仍按旧的规定进行处罚，同一车辆在一个自然月内欠费未达到5次或欠费金额未达到200元的，由区停车管理部门进行催缴，不进行处罚；2020年1月形成的欠费（驶离车位的时间为2019年12月1日—31日且未在30日内完成缴费）及之后形成的欠费，将按照新的《催缴处罚意见》进行处罚。

北京市还将建立停车信用奖励和联合惩戒机制，将停车人的违法行为记入信用信息系统，严重的可以进行公示、惩戒，并与车辆管理挂钩。欠缴道路停车费后，未补缴欠费或未接受处罚的车辆，在全市范围内将不予办理道路停车居住认证。（人民网）

北京修订生活垃圾管理条例

外卖不得主动提供一次性筷子

《北京市生活垃圾管理条例》修改决定近日通过，明年5月1日施行。

《条例》规定：从源头上减少垃圾产生，送外卖不得主动提供一次性筷子、叉子、勺子，快递企业应使用环保包装材料；个人不按要求投放垃圾，经劝阻拒不改正，还多次违法，将被处以罚款；生活垃圾要分类收集、运输，严惩混装混运。

近日，《北京市生活垃圾管理条例》修改决定经市十五届人大常委会第十六次会议表决通过，将从明年5月1日起开始施行。这是自2012年施行以来，首次对该条例进行修改。

“原有的《条例》主要针对当时垃圾处理能力严重不足等突出问题，重点规定加快设施建设、鼓励开展垃圾分类、提高垃圾无害化处理水平等内容，但是对源头减量措施和个人参与垃圾分类缺乏强制性约束，对混装混运违法行为处罚力度不够，对垃圾分类收运缺乏有效监督机制。本次修订聚焦这些突出问题进一步完善，将为北京市生活垃圾管理工作提供坚实的法律支撑。”北京市人大常委会城建环保办主任郝志兰表示。

对源头

限制一次性用品

鼓励用环保包装

北京是一个拥有2100多万人口的超大城市。全市生活垃圾清运量从2012年的648万吨，增长到2018年的929万吨，6年间增长了43.4%。与日俱增的垃圾产生量，在侵占了大量土地的同时，还极易形成二次污染。源头减量是全面推行垃圾分类制度的关键环节，此次修改进一步完善了源头减量措施，增强了制度刚性约束。

《条例》规定，党政机关、事业单位推行无纸化办公，提高再生纸的使用比例，不使用一次性杯具。餐饮经营者、餐饮配送服务提供者和旅馆经营单位不得主动提供一次性用品，并应当设置醒目提示标识。违反规定主动提供一次性用品的，由城市管理综合执法部门责令立即整改，处5000元以上1万元以下罚款；再次违反规定的，处1万元以上5万元以下罚款。

北京市城管委固废处副处长马建骥表示，在《条例》修订的过程中，曾向餐饮协会、餐饮企业、外卖企业、宾馆经营单位征求过意见。有外卖企业提出，如果不能使用一次性的包装餐盒，很难为顾客进行送餐。所以在本次修订后的《条例》中，只提出不得主动提供一次性筷子、叉子、勺子，而没有对一次性餐盒进行限制。

明年5月之前，市城管委将会同市场监管部门、商务部门、文化旅游部门一起，制定一次性用品的详细目录，并出台相关配套的工作方案。

同时，北京市将采取措施逐步推行净菜上市，新建大型蔬菜果品批发市场、农贸市场、物流配送中心的，建设单位应按照规划、标准同步配置废弃蔬菜、果品就地处理设施。

海量快递包装垃圾带来的环境问题也不容忽视。《条例》规定，快递企业应使用电子运单和可降解、可重复利用的环保包装材料，减少包装材料的过度使用，鼓励其采取措施回收包装材料。同时要求，在北京市销售商品的电子商务经营者应选择使用环保包装材料的快递企业。

此外，《条例》禁止在北京生产、销售超薄塑料袋。明确超市、商场、集贸市场等商品零售场所不得使用超薄塑料袋，不得免费提供塑料袋。马建骥说，超薄塑料袋指的是单层厚度小于0.025毫米的塑料袋。现在很多商场和超市所使用的收费塑料购物袋，以及蔬菜水果区提供的成卷保鲜袋，都是合规的。《条例》正式实施后，将主要由市场监管部门负责对超薄塑料袋进行监管，加大检查力度。违规使用超薄塑料袋的，将由市场监管部门责令立即整改，处5000元以上1万元以下罚款；再次违反规定的，处1万元以上5万元以下罚款。

对个人

倡导变为法定责任

多次违法将被罚款

《条例》修订后，垃圾分类将不再停留在积极“倡导”层面上，而是作为垃圾产生者的全体居民和企事业单位的“法定责任”。修订后的《条例》明确规定，产生生活垃圾的单位和个人是垃圾分类投放的责任主体，应当按

照厨余垃圾、可回收物、有害垃圾、其他垃圾的分类投入相应垃圾收集容器。在处罚方式上，设定了处罚梯度，对违法受到处罚后再次违反规定的，处以更严处罚。

具体来说，对于违反规定的单位，由城市管理综合执法部门责令立即改正，处1000元罚款；再次违反规定的，处1万元以上5万元以下罚款。

对于个人不按照分类要求投放垃圾的行为，遵循处罚与教育相结合的原则，由生活垃圾分类管理责任人先进行劝阻，对拒不听从劝阻的，生活垃圾分类管理责任人应当向城市管理综合执法部门报告，由城市管理综合执法部门给予书面警告，再次违反规定的，处50元以上200元以下罚款。同时还规定，自愿参加生活垃圾分类等社区服务活动的，不予行政处罚。

“这样规定主要是体现以教育和引导养成生活垃圾分类习惯为主，不以处罚为目的。比如执法部门做出处罚决定前，要被处罚的人先去街道报到，由街道指定某一个社区，让他当一天垃圾分类指导员，指导社区居民开展垃圾分类。服务完成后，再回街道‘打卡销账’，这样就可以免于处罚了。只有极少数态度恶劣、经劝阻还拒不改正，且多次违法的，才会处以罚款。”郝志兰表示。

马建骥解释，如何对处罚进行认定，以及社区服务活动的具体流程，下一步都需要会同城管执法部门一起沟

通研究，进一步制定具体的实施细则和相关的执法保障方案。

对收运

严惩混装混运

提倡破袋投放

居民遵守规定做好垃圾分类，但来收运的车辆却混装混运，这会严重打击源头分类的积极性。此次修改进一步提高了对此类违法行为的处罚力度。

《条例》规定，收集、运输生活垃圾的单位应当将生活垃圾分类运输至集中收集设施或符合规定的转运、处理设施，不得混装混运，不得随意倾倒、丢弃、遗撒、堆放。对违反规定的，由城市管理综合执法部门责令清除，处罚额度由之前的5000元以上5万元以下，调整为2万元以上10万元以下。对情节严重的，可吊销其生活垃圾收集、运输经营许可证。马建骥表示，无论是哪个环节发现上一个环节的分类做得不好，或是市民直接看到垃圾收集、运输单位在清运过程中存在“混装混运”的现象，都可以向城管执法部门举报。

对于市民高度关注的是否开展定时定点投放、是否需要“破袋”等问题，郝志兰表示，定时定点投放垃圾有利于居民分类习惯养成和监管成本降低，《条例》不进行全市统一的强制性规定，对这一举措采取因地制宜、引导的方式，规定各级政府可以采取设立固定桶站、定时定点收运等多种方式开展垃圾分类工作；厨余垃圾“破袋”方面，郝志兰介绍，根据上海市的经验，破袋投放主要是为了监督检查分类的质量，推动习惯养成。根据北方城市的实际情况，北京市推动和提倡居民进行“破袋”投放，但不进行硬性规定。

“北京的垃圾分类更多是从服务端发力，不会给市民造成更多的困扰和不便。我们不会轻易撤桶，更不会轻易限时，处罚的措施更多是刀口向内的，对机构和垃圾的收运处置企业严格要求。市民只要按照分类标准投放，剩下的就交给我们了，这点请大家放心。”北京市城管委主任孙新军表示。

目前，北京市上下正紧锣密鼓地开展《条例》的宣传和相关的配套准备工作。配套制定的北京市生活垃圾分类工作行动方案及党政机关社会单位、居住小区、垃圾分类收集运输处理和生活垃圾减量等相关配套实施办法也将在年底前公布。今年年底，东城区、西城区、石景山区、通州区将率先开展垃圾分类全覆盖的创建工作。

（人民日报）



垃圾分类新规十大热点详解

再有5个月，修订后的《北京市生活垃圾管理条例》(下称《条例》)将正式实施。全面推行生活垃圾分类，既是攻坚战，也是持久战，需要全社会共同参与，形成强大的合力。目前，北京市上下正积极开展《条例》的宣传和相关的配套准备工作。

针对“教罚并举”、新版“限塑令”、一次性用品、垃圾混装混运等社会关注的问题，记者昨天采访了北京市人大常委会城建环保办主任郝志兰和市城管委固废处副处长马建骥，请他们就社会关注的十大热点问题进行了详细解读。

热点① 分类义务

个人违规投放多教育慎处罚

其实，早在2011年，本市就制订了生活垃圾管理条例，但在实施过程中出现了一些不适应的情况。郝志兰解释，比如，对垃圾源头减量和个人参与垃圾分类缺乏强制性约束，对混装混运违法行为的处罚力度也不够，市民知晓率和分类参与度不高，因此亟须修订。

《条例》修订有哪些特色亮点？郝志兰介绍说，在完善减量措施方面，对党政机关和事业单位提出了带头开展垃圾减量和垃圾分类的要求。在强化分类投放方面，对个人生活垃圾分类由倡导性上升为义务性条款，不过，《条例》也特别规定，个人违规投放应当多宣传教育，慎用处罚和信用惩戒等。在加强社会共治方面，规定生活垃圾管理工作坚持党委领导、政府主导、社会协同、公众参与、法治保障、科技支撑，明确街道办事处和乡镇政府应当将生活垃圾管理纳入基层社会治理工作。

居民个人应当如何进行垃圾分类？郝志兰表示，《条例》中很多规定讲究“因地制宜”。比如，并没有对垃圾定时定点投放进行全市统一的强制性规定，各级政府可以采取设立固定桶站、定时定点收运等多种方式开展垃圾分类工作。此外，也并没有强制要求垃圾在投放时必须“破袋”。

热点② 快递包装

可重复利用环保包装替代一次性包装

每年“双11”，快递爆仓的同时，数不清的快递包

装袋、包装箱、包装盒仅使用了一次，便被当作垃圾丢弃。海量的快递垃圾，消耗了大量资源。

为此，修订后的《条例》规定，快递应当使用电子运单和可降解、可重复利用的环保包装材料，减少包装材料的过度使用和包装性废物的产生。本市鼓励快递采取措施回收快递包装材料。

马建骥提出，邮政管理部门已对绿色包装材料出台了具体的标准，今后，将用绿色包装逐渐替代现有的一次性包装。快递员将快递送达，等用户将包装拆除后，可以再当场对快递包装进行回收。

热点③ 一次性用品

将制订一次性用品详细目录

修订后的《条例》规定，餐饮经营者、餐饮配送服务提供者和旅馆经营单位不得主动向消费者提供一次性筷子、叉子、勺子、洗漱用品等，并应当设置醒目提示标识。一旦违规，将由城市管理综合执法部门责令立即改正，处5000元以上1万元以下罚款；再次违反规定的，处1万元以上5万元以下罚款。

马建骥表示，在《条例》修订的过程中，曾向餐饮协会、餐饮企业、外卖企业、宾馆经营单位征求过意见。有外卖企业提出，如果不能使用一次性的包装餐盒，很难为顾客进行送餐。所以在本次修订后的《条例》中，只提出不得主动提供一次性筷子、叉子、勺子，而没有对一次性餐盒进行限制。

明年5月之前，市城管委将会同市场监管部门、商务部门、文化旅游部门一起，制定一次性用品的详细目录，并出台相关配套的工作方案。

所谓“不主动”提供，并不等于完全不提供。马建骥说，比如，餐馆和外卖在顾客点餐时，要增设“是否需要一次性餐具”的选项，让顾客在点餐前自行选择。宾馆则不得主动在客房中摆放一次性洗漱用品，但是客人如果需要的话，可以向餐馆、宾馆的前台索取。无论是餐馆还是宾馆，都要在醒目的位置张贴出不主动提供一次性用品的标识和提示。

《条例》修订的过程中，曾提出过“一次性用品不得免费提供”，而要“单独计价收费”的说法。对此，马

建骥表示，最终形成的《条例》中，已将“单独计价收费”删除。是否收费，餐馆、外卖、宾馆可以根据自己的实际情况来自行确定。

热点④ 混装混运

“混装混运”罚金提至最高10万元

如何杜绝“混装混运”？在《条例》修订的过程中，曾提出过垃圾“不分类、不收运”的倒逼机制。马建骥表示，而在最终表决通过的《条例》中，虽然明确规定垃圾“不得混装混运”，却删去了“不分类、不收运”的说法，而变成了“要求其改正”，拒不改正的则向城管执法部门报告。

马建骥解释说，虽然没有对“混装混运”拒收提出规定，但此次修订后的《条例》，特别提高了垃圾“混装混运”的处罚金额，由“处5000元以上5万元以下罚款”提高为“2万元以上10万元以下罚款”。

在垃圾收运过程中，无论是环卫集团的清运人员、垃圾楼的工作人员还是市民，只要发现垃圾收集、运输单位在清运过程中存在混装混运的现象，都可以向城管执法部门举报。

而且，本市分类收集的方法还首推“桶换桶”或“桶车对接”的方式，“以后不光是厨余垃圾，其他垃圾也要实现‘桶换桶’，也就是用空桶直接替换掉已经扔满了的垃圾桶，这样省去倾倒的步骤，既可以防止混装混运，也可以避免出现二次污染。”马建骥说。

热点⑤ 超薄塑料袋

禁用厚度小于0.025毫米塑料袋

修订后的《条例》明确规定，禁止在本市生产、销售超薄塑料袋。超市、商场、集贸市场等商品零售场所不得使用超薄塑料袋，不得免费提供塑料袋。超市、商场、集贸市场等商品零售场所使用超薄塑料袋的，由市场监督管理部门责令立即改正，处5000元以上1万元以下罚款；再次违反规定的，处1万元以上5万元以下罚款。

对此，马建骥解释说，《条例》中所述的超薄塑料袋，指的是单层厚度小于0.025毫米的塑料袋。现在很多商场和超市所使用的收费塑料购物袋，以及蔬菜水果区提供的成卷保鲜袋，其实都已经是合规的了。《条例》正式实施后，将主要由市场监管部门负责对超薄塑料袋进行监管，加大检查力度，违规的将进行处罚。鼓励市民出行购

物时，自行携带环保购物纸袋、布袋等可重复利用的产品。

热点⑥ 教罚并举

当垃圾分类指导员或可抵处罚

垃圾没好好分类，到底要怎么罚？按照新规，个人不按规定进行垃圾分类且屡教不改，将处50元以上200元以下罚款。不过，自愿参加生活垃圾分类等社区服务活动的，则可以不予处罚。

参加哪类社区服务活动可以免于受罚？参与活动的时长有没限制？对此，马建骥解释说，如何对处罚进行认定，以及社区服务活动的具体流程，下一步都需要会同城管执法部门一起沟通研究，进一步制订具体的实施细则和相关的执法保障方案。比如，执法部门做出处罚决定了，被处罚的个人可以先拿着处罚通知单去街道“报到”，由街道指定某一个社区，让受罚人去当一天垃圾分类指导员。服务完后，再回到街道“打卡销账”，这样才能算是将这次处罚消除。

热点⑦ 垃圾桶

垃圾分类标识向新国标统一

修订后的《条例》明确规定，未来对于垃圾桶的设置，要区分单位办公或者生产经营场所、住宅小区和自然村、其他公共场所三类区域。其中住宅小区和自然村，要成组设置厨余垃圾、其他垃圾收集容器，并至少在一处垃圾交投点设置可回收物、有害垃圾收集容器；党政机关、企事业单位、社会团体等单位的办公或生产经营场所应当根据需要设置四类收集容器；其他公共场所可以根据需要设置可回收物、其他垃圾两类收集容器。

马建骥表示，未来对北京市各区域垃圾桶的材质和容量不会做统一要求，但接下来，各区域新配置的垃圾分类收集容器的标识要一律按照新国标印制，目前正在使用中的垃圾分类收集容器，将在旧标识上粘贴覆盖新标识图案后继续使用，等到了使用期限再进行更新，避免浪费。预计到明年5月1日前，陆续完成贴标覆盖工作。

针对居住小区里的垃圾分类收集容器，要求厨余垃圾桶和其他垃圾桶必须成组设置，但数量上可以根据各小区的楼层数、人口数、垃圾产生量自行调控，马建骥说，不管怎么调配，厨余垃圾桶和其他垃圾桶是必须要配的，可回收物和有害垃圾的收集点每个小区至少分别设置一



处，可回收物收集点可以是垃圾桶的形式，也可以是集中的暂存收集点。

街头路边的果皮箱，未来要设置为可回收物和其他垃圾两种。为了满足行人投放果皮等厨余垃圾的需求，可以在厨余垃圾产生量较大的区域，增设厨余垃圾桶，比如大型活动现场周边、簋街等大型餐饮商业场所的路边等。

热点⑧ 管理责任人

物业是小区生活垃圾分类责任人

在修订后的《条例》中，提出了“生活垃圾分类管理责任人”的概念，而同时，还提出要“在居住区设立生活垃圾分类减量分类指导员”。管理责任人和平时大家熟悉的分类指导员有何区别？

马建骥表示，“生活垃圾分类管理责任人”其实并不是单独个人的概念，而是承担垃圾分类责任的主体。比如，对于住宅小区、胡同、街巷来说，生活垃圾分类管理责任人可能就是物业；对于党政机关事业单位来说，生活垃圾分类管理责任人就是单位；而对于城市道路、公路及其人行过街桥、人行地下过街通道来说，生活垃圾分类管理责任人就是负责清扫保洁的单位。

而生活垃圾分类减量分类指导员则主要是各区或是各街道招募的志愿者，平时负责宣传生活垃圾分类知识，指导居民正确开展生活垃圾分类。比如，一些热心公益、环保事业的志愿者，或是楼门长等都可以加入生活垃圾分类减量分类指导员的队伍。政府将为生活垃圾分类减量分类指导员发放一定的服务奖励补贴。

热点⑨ 垃圾处理器

有条件的小区家庭可试点安装

修订后的《条例》规定，有条件的居住区、家庭可以安装符合标准的厨余垃圾处理器。对此，马建骥表示，目前，本市已经有部分小区内，试点安装了厨余垃圾处理器。只不过，安装这种大型机器，需要有初期投入和后期的运行维护成本，特别是受安装场地限制，只能在有条件的小区逐步推广安装使用。也有个别家庭试点在厨房洗碗池下安装了厨余垃圾粉碎机，将粉碎后的厨余垃圾直接排入下水道中。今后可以和住建部门沟通，考虑是否能将厨余垃圾粉碎处理机作为建筑物的附属配置之一，让部分有条件的小区试点安装。

热点⑩ 配套措施

“一大四小”配套办法本月出台

本市将有哪些举措来确保《条例》尽快落地？

据介绍，今年年底前，“一大四小”配套办法将紧随《条例》陆续出台。其中，“一大”指的是，将围绕《条例》的修订，制订北京市生活垃圾分类工作的行动方案；“四小”指的是，同步编制北京市党政机关社会单位垃圾分类实施办法、北京市居住小区垃圾分类实施办法、北京市垃圾分类收集运输处理实施办法和北京市生活垃圾分类减量实施办法这四个暂行办法。

下一步，本市将入户“面对面”向居民和单位宣传垃圾分类知识，对入户率还将进行考核。同时，将制订面向居民和社会单位的垃圾分类指导手册。到2020年底，各学校垃圾分类知识普及率要达到100%，市民的垃圾分类知晓率、参与率、正确投放率要不断提升。

基层党组织要广泛发动辖区内的居民、企事业单位、社会组织共同参与垃圾分类，党员干部要带头进行垃圾分类。生活垃圾源头总量控制计划、净菜上市办法、再生资源回收管理规范、分类收集容器设置规范等法规配套文件，应当在法规实施起一年内出台。市人大常委会也将于明年开展专项监督，利用市、区、乡镇三级人大代表联系机制，广泛发动代表和群众参与进来，开展全域覆盖的监督检查，推动法规落地实施，使垃圾分类成为社会广泛参与的新风尚。（北京日报）



李红梅

医疗美容，“医疗”性质当明确

爱美之心，人皆有之。随着医学科技高速发展，越来越多的“黑科技”击中了人们的需求：从去皱、祛斑、提拉到割双眼皮、垫高鼻子、削骨整颌，无所不包。今年“双11”，医疗美容产品销售额超过去年，从一个侧面反映出大众需求的热度。正是看准了这些旺盛的需求，越来越多的商家开始营销“美丽”。

近年来，医疗美容呈现井喷式发展态势，同时也出现了鱼龙混杂的现象。日前，国家卫生健康委公布了2019年医疗美容违法违规典型案例。梳理这些案件可以看到，有的是未取得《医疗机构执业许可证》擅自执业，有的是未取得执业医师资格，有的是超出诊疗范围，有的是逾期未校验而继续执业。这些典型案例不仅暴露出从业人员依法执业意识淡薄，求美者健康素养不足，也折射出医疗卫生监管机制和方式有待完善。

医疗美容项目本质上是医疗服务，一般需要通过手术去改造“不美的地方”，使其符合审美需求，达到整形美容的效果。开展医疗美容项目的机构实质上已经是医疗机构，和医院一样需要具备专业资质。按照医疗机构管理条例，需要由医疗管理部门颁发医疗机构执业许可证，从业人员也需要取得医师资格证，同时要在该机构进行执业登记。并且，医疗美容机构开展的项目只能限定在许可范围内，超出范围的手术项目也属于违规项目。审视一些医疗美容违法违规案例，往往是因为这些机构不具备相应条件，缺乏相关资质技术人员或是设备、技术，因此，难以处理手术中出现的大出血、错操作、抢救等问题，很容易危及生命安全。

然而，仍有一些机构热衷于开展医疗美容项目。在利润驱使下，很多商家抱着侥幸心理违法违规开展项目。一旦出现问题，面临的往往只是罚款，大不了关门，重新注册公司换个地方重操旧业。现实中，一些人对医疗美容的认知也存在偏差，不清楚动刀子、有创口的项目应属于医疗项目。面对医疗美容机构以低价、优惠等幌子招揽顾客，人们或被价格吸引，或经熟人推荐，忽略了对资质的关注，也助长了商家的侥幸心理。

下大力气整治医疗美容乱象，让人们享受到正规、有保障的医疗美容服务，需要多措并举、重典治乱。对于违法违规行为，不仅要重罚，还应建立行业诚信制度，让违法者难以易地重新开张。与此同时，建立长效机制，创新监管办法，定期公布违法违规案例，及时传播有关法规政策和整治成果。让公众多了解医疗美容行业，认清医疗美容和生活美容的区别，做好甄别、防范风险，才能避免因为追求美丽而损害健康。

“美丽经济”不应给人带来伤害。我们应该认识到，再好的医疗美容技术也只能起到改善的作用，健康是比美丽更重要的维度。到正规的医疗美容机构去变美，健康才有保障，美丽才能加分。（人民日报）

智能电视开机广告有违市场经济原则



毕 舸

伴随智能电视走进千家万户，长短不一、预先植入、无法“一键关闭”的开机广告问题日益成为困扰广大消费者的痛点。

智能电视厂家对开机广告过多，给出的辩解理由是因电视利润率低，需要通过开机广告来寻求增收，这属于典型的逻辑谬论。智能电视价格战首先反映出市场竞争激烈，各家企业必须用更高的性价比产品来吸引客户，而“以价换量”是最有效的手段之一。规模效应也证明，随着家电产量和销量增加，厂家生产边际成本也随之下降，这就是为何智能电视“利润偏低”仍然吸引众多企业进入的原因所在。

正如专家所指出的，企业对于智能电视定价有自主权，消费者向企业购买智能电视属于双方自愿下的交易模式，但强制开机广告则剥夺了消费者的选择权，有违市场经济原则。

整治智能电视“开机广告依赖症”，还需依法治理。开机广告已经明显违背《消费者权益保护法》相关规定，但对于消费者个体而言，维权困境在于如果要和企业较真，所付出的时间、精力等各项成本不菲，而能够预期获得的赔偿等收益存在不确定性，这显然会导致许多人放弃维权。

零散的消费者难以与规模化的企业对等博弈，是消费领域一大痛点，正因如此，消保委等组织才应发挥更为重要的代民维权作用。从前江苏消保委针对这一现象对海尔、创维、小米、海信等涉事企业的约谈来看，各企业均在被约谈后提交的整改方案中表明：在履行告知义务和投诉机制方面尽快改善，但对于消费者最关心的“一键关闭”功能调整仍需时日。

由此，要进一步消除开机强制广告的灰色生存空间，就需要包括江苏在内的各地消保委加大行动力度。《消费者权益保护法》第三十七条规定，消费者协会（也即现在的消保委）履行多项公益性职责，如参与制定有关消费者权益的法律、法规、规章和强制性标准；参与有关行政部门对商品和服务的监督、检查。对于消保委而言，可以依法与行政部门联动，对迟迟不提供“一键关闭”功能的企业进行后续检查，推动相应行政处罚。同时，消保委还可以通过充分论证，听取专家学者及消费者的意见和建议后，形成关于有关法律完善的调研报告，向各级主管部门献言献策，积极参与到相关立法和修法进程中。

面对智能电视强制开机广告，江苏消保委站出来说不，此举值得推广。如今，我国消费领域总体发展良好，但也确实存在不少严重侵犯消费者权益的现象。这也就需要各地消保委积极履责，做好市场秩序和消费者权益保障的守门人，对类似于智能电视强制开机广告之类的侵权行为依法介入，与司法、行政部门形成监管合力，为我国市场生态净化、消费者权益提升提供更强有力的支持。（光明日报）



扶青

让“黑中介”失去生存土壤

近年来，房地产中介服务业发展迅速，其服务水平不仅关系到消费者个人及家庭重大利益，同时也对国家保障和改善民生、实现经济高质量发展产生重要影响。为掌握房地产中介服务总体状况和存在问题，保护消费者权益，广东省消委会12月4日公布了“十大房地产中介服务潜规则”，对虚假房源、“阴阳合同”、捂盘惜售等中介服务各环节“猫腻”进行了分析。

消委会的这份调查，可以概括为四类情况：一是房源信息不真实，96%受访者在接受房地产中介服务时表示，遇到过发布虚假房源、中介擅自发布个人房源或冒充业主、房源信息更新不及时等问题；二是执业不规范，特别是收费名目标准不一等，给人们造成较大困扰；三是诚信问题较多，包括制造“阴阳合同”、提供虚假购房证明材料、设置不合理格式条款等；四是个人信息泄露风险高，15名调查人员使用了新开通的电话卡，结果6名个人信息直接遭外泄，有人刚注册完就接到推销电话。毫无疑问，这和许多人的生活经验不谋而合。

安居才能乐业，住房市场关系着民生保障和社会稳定，一些“黑中介”的兴风作浪，不仅损害群众日常生计、城市发展活力，更有可能触及社会稳定层面的问题。因此，在精准分析“潜规则”的基础上，要对“黑中介”加以反制。但过往的一些案例表明，住房市场供需不对等、信息不平衡，消费者处于相对弱势地位，没有时间和精力与“黑中介”纠缠不清，有时不得不忍气吞声，破财消灾。对此，监管部门必须及时介入，综合施策，向“黑中介”说不，只有如此，才能让消费者感受到更大的安全感和获得感，才能促进行业更健康有序发展。

住房中介行业的健康发展，需要坚持以人民为中心的发展思想，善于运用法治为百姓安居守住底线。过去一段时间，我们习惯了以行政思维加以监管，但也带来了监管效能不高、行业自律不够等问题。事实上，许多“黑中介”行为也不仅仅是道德问题，而已上升至违法违规领域，必须回归司法机关兜底，加强对类似行为的震慑力。一方面，要完善相关法律法规，加强对房地产中介机构事前、事中、事后的监督规范，落实“双随机”监管制度；另一方面，对于个别超越了正当市场行为边界的行为，相关部门也要及时摸清情况，从严处罚。

引导中介行业健康发展，还必须适应行业的发展特点，探索符合新语境下的监管方式。现在，一些“黑中介”十分依靠网络，那就不妨利用大数据技术，健全实名登记信息和黑名单制度，将中介行为划分维度并加以监控，一旦发现不正常行为就要记录在案，然后供消费者查询后作为交易参考。对某些尤其恶劣的“黑中介”，更要纳入黑名单，禁止行业准入。此外也要看到，现在中介行业信息泛滥十分严重，这就需要因时制宜地采取新方式，比如一种叫做“虚拟电话”的方式，通过技术介入，可以让消费者匿名起来，从而避免中介的骚扰。

对于“黑中介”乱象，打击必不可少，也要从源头着手，营造更透明、买卖双方更平等的租赁市场，让“黑中介”失去生存土壤。（南方日报）

治理弹窗广告须有硬措施



史洪举

最近，手机和电脑上的弹窗广告问题再次引发了社会各界的关注，部分弹窗广告甚至还存在着木马植入、信息诈骗和强制消费等安全隐患问题。更令人气愤的是，有些广告涉及低俗色情的内容，并长时间霸屏，不仅耽搁用户正常浏览网页，还可能带来尴尬，甚至可能被植入的病毒侵犯个人信息，这些都令人不堪其烦。

当大多数人选择手机和电脑浏览网页、选购商品时，通过网页弹窗方式推送广告自然会取得很好的效果。按说经营者及广告公司采取弹窗方式推送广告，在一定程度上能提高商品的竞争力和曝光率，应该不会被法律所禁止，但是任何行为都应遵循一定的界限，如果侵犯了他人正当权益，扰乱了社会秩序，就应该承担相应的责任。

对于弹窗广告，广告法及互联网广告管理暂行办法都明确规定：利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容。未显著标明关闭标志，确保一键关闭的，由市场监督管理部门责令改正，对广告主处5000元以上30000元以下罚款。这就是说，弹窗广告必须在显著位置标明关闭方式，确保用户可一键关闭。

弹窗广告之所以让用户不胜其烦，且推销者明目张胆地表示“不怕告”，还在于其违法成本太低。如前所述，未显著标明一键关闭标志的，最多可罚款3万元，且处罚对象是广告主。在实践中，能够拥有弹窗广告技术者并非广告主，而是广告经营者或发布者，这种“打错板子”的处罚是不会让真正的违法者感受到任何损失。加之对于弹窗广告的频率，每天在每个网页上发布的次数尚无明确限制，导致很多弹窗广告铺天盖地而来，用户关闭之后又出现一个新广告，甚至难以找到关闭选项。

治理弹窗广告，首先应提高违法成本。可提高罚款的额度并对多次违规者给予吊销证照、责令停业整顿、下架APP等处罚；明确弹窗广告的投放频率、次数等，如限定一个广告每天在每个网页上的投放次数，一个网页每天允许投放广告的总次数，用户关闭弹窗后不得在该网页再次弹出广告等。

对于弹窗广告的周边行为，是否涉嫌严重违法乃至犯罪，也应引起关注。如推广涉及赌博、色情内容广告的，可能涉嫌构成非法利用信息网络罪；未经允许强行在其他网站的网页中推送广告，或者植入病毒的，涉嫌破坏计算机信息系统罪、非法侵入计算机信息系统罪；而那些利用用户浏览偏好精准推送广告的，是否涉嫌侵犯公民信息，也值得深入调查。

在信息爆炸时代，纷繁复杂的信息本来已经成为用户的负担，那些弹窗广告更是让看网页沦为看广告，给用户带来极大困扰，严重扰乱互联网正常秩序。对此，相关监管部门应健全规则体系，强化监督态势和打击力度，确保弹窗广告有序发展，让用户拥有绿色清净的互联网环境。（北青报）

防范以养老服务名义的非法集资、欺诈销售

近期，一些养老服务机构、企业打着养老服务、健康养老名义，承诺高额回报，以向老年人收取会员费、床位费，欺诈销售“保健品”等手段，实施侵害老年人合法权益的非法集资、传销等犯罪，给老年人造成严重财产损失。此类活动不同于正常养老服务，存在较大风险隐患：

一、高额返利无法实现。

返利资金主要来源于老年人缴纳的费用，属于拆东墙补西墙。多数养老服务机构、企业不存在与其承诺回报相匹配的正当服务实体和收益，资金运转难以持续维系，高额返利仅为欺诈噱头。

二、资金安全无法保障。

一些养老服务机构明显超过床位供给能力承诺服务，或超出可持续盈利水平承诺还本付息，并以办理“贵宾卡”、“会员卡”、“预付卡”等名义，向会员收取高额会员费、保证金或者为会员卡充值，吸收公众资金。大量来自公众的资金未实施有效监管，由发起机构控制，存在转移资金、卷款跑路的风险。

三、健康需求无法满足。

一些企业通过会议营销、健康讲座、专家义诊、免费检查、免费体验、赠送礼品或者不合理低价旅游，以及电话推销、上门推销、网络销售等形式，向老年人进行虚假或者引人误解的商业宣传，推销所谓“保健品”，因“保健品”概念无法律定位，经常采用偷梁换柱、偷换概念的手法，与合法注册批准的药品、医疗器械、保健食品等进行混同，骗取消费者信任，但所声称的保健功能未经科学评价和审批，往往不具备保健功能，甚至贻误病情。

四、运营模式存在违法风险。

一些养老服务机构销售虚构的养老公寓、养老山庄，或者以投资、加盟、入股养生养老基地、老年公寓等项目名义，承诺返本销售、售后包租、约定回购、销售房产份额等方式吸收资金。部分企业不具有销售商品的真实内容或者不以销售商品为主要目的，而是以免费旅游、赠送实物、养生讲座等欺骗、诱导方式，采取商品回购、寄存代售、消费返利等方式非法吸收公众资金。相关机构及参与人员的上述行为存在非法集资等风险。

按照有关规定，组织实施非法集资应承担相应责任，参与非法集资风险自担。请广大老年人和家属提高警惕，增强风险防范意识和识别能力，自觉远离非法集资和传销，防止利益受损。如发现涉嫌违法犯罪线索，可积极向有关部门举报。（市场监管总局）



北京市企业防范电信诈骗提示书

近年来，电信网络诈骗案件持续高发。尤其针对各企业单位的财务人员为目标的电信网络诈骗案件时有发生。给被骗群众乃至整个企业造成了极大损失。为确保我市人民群众的财产安全，北京市反电信网络诈骗犯罪中心、北京市市场监督管理局针对平时工作中掌握的电信网络诈骗犯罪特点和规律，特别向您做出重要防范提示：

近期危害我市财务人员较多的为冒充老板类骗会计诈骗。犯罪分子会冒充公司领导（老板）的头像照片和昵称注册微信、QQ等社交软件账号，以公司领导（老板）的名义与公司财务人员加好友进行联系。有的甚至会建立微信（QQ）群，同时冒充多名上级领导与财会人员进行联系。虚构一些需要大额资金的场景，要求财会人员进行转账汇款。

提示在防范电信诈骗方面注意做到：

1、当接到新的好友申请时，特别是以单位领导（老板）的名义加好友时，一定要提高警惕。核实对方身份。不要随意添加。

2、公司要严格落实财务管理制度，落实管理责任。公司财务转账按照规章审批转账。

3、当单位领导（老板）通过社交软件要求转账汇款时，一定要谨慎核实。谨防被骗。

4、不扫描来路不明、用途不清的二维码，不点击各类手机短信和彩信、互联网发来的可疑链接，防止所用设备中木马病毒而被盗号。

此外，针对财务人员冒充公检法类电信网络诈骗也时有发生，犯罪分子很冒充公安机关、检察院等执法人员，以事主涉及违法犯罪的名义，要求事主进行转账汇款，在此防范提示：

1、拒接或及时挂掉谈及转账至“安全账户”、索要短信验证码、登记银行卡信息等敏感话题的陌生来电；

2、对自称公、检、法、监察等系统要求配合工作的来电，通过拨打110或寻求属地警方协助验证情况真伪。（市市场监管局）

预付卡消费警示

预付卡式消费，在餐饮、美容美发、洗浴、住宿、健身等服务行业广泛使用，具有一定便利性和价格优惠的同时，背后也存在较大风险，特别是发卡人“跑路”后，消费者维权难以保障。为此，提醒广大消费者办理预付卡需谨慎。

理性充值金额

办理预付卡时按照自己实际需求充值。不要被商家宣传优惠折扣而“冲动”消费，尽量不要一次充入过多金额，谨慎选择预付额度高、服务周期长的预付卡，以免商家停业走人、携款潜逃导致损失，通常优惠越大风险越高。

务必签订合同

办理预付卡时，务必要签订书面合同，看清合同内容。详细约定双方权利义务，仔细查看续费升级、

遗失补办、退费转让、违约责任等等条款和事项，对于约定含糊不清或不公平不合理的条款，要及时询问商家，及时纠正。保存发票证据办理预付卡后，一定要索要票据，并注意发票或消费凭证上要加盖与经营机构名称一致的公章、财务章或发票专用章，妥善保管好发票或消费凭证。每次消费后都要仔细核对所使用产品或服务金额，及时掌握卡内余额。

及时主动维权

办理预付卡后，按照约定条款消费。一旦发生消费纠纷，消费者可根据相关证据追索相应赔偿，主动拿起法律武器保护自己合法权益。及时向当地消费者协会或市场监管部门投诉。一旦发现商家有骗取预付款等欺诈行为或存在卷款“蒸发”情况，应立即向公安机关报案。（菏泽市市场监督管理局）

减肥消费三提示

许多人渴望通过减肥瘦身提升颜值，如何尽量避免这类减肥消费纠纷发生呢？近日，永康市消保委联合发布“减肥消费提示”，提醒想减肥瘦身的消费者注意以下三点：

一、分清美容类别、选对减肥机构，不要进错门、找错人，要注意看证照、听医嘱。

减肥属于美容的范畴，美容有生活美容和医疗美容之分，这两者的法定要求、执业人员和机构、“证照”种类、核准登记的“经营范围”都是不一样的。

养生馆、美容院之类的一般减肥机构，大多只能经营生活美容类服务项目；医疗美容类服务项目，必须在相应的美容医疗机构由医生依法依规进行。

对美容效果的约定应当以图片、音像等事后可以核对的方式保留。

因美容医疗机构责任导致医疗美容达不到约定效果或者消费者容貌受损的，美容医疗机构应当根据消费者的要求退还费用或者重做，并依法赔偿损失。

二、不轻信减肥广告，交钱之前先签约，口头承诺留音像，违约责任要明确。

“几百元减几斤”，这“几斤”多长时间保证能减掉？承诺“签约减肥，无效退款”，“无效”如何界定？退款是退全款还是退一部分款？“包不反弹”是多长时间在什么情况下“包不反弹”？万一反弹了怎么办？在店里办会员卡后，如果店主换老板，顾客想退卡，退款怎么退？……这些交钱减肥后容易引发争议的隐性问题，消费者最好事先问清楚，并以拍照片、录音、录像等方式留存备用。

口头合同是非多，双方签订减肥合同，最好采用书面形式。减肥合同的内容，要具体明确，不会产生歧义，一般应该包括以下条款：减肥机构依法登记的名称、经营地址、经营范围，消费者的姓名和电话；消费者减肥前的体重和身体健康状况；减肥服务的类别、项目、风险和注意事项（包括消费者减肥期

间饮食、运动等方面的具体要求和禁忌）；违约责任；约定免责的情形、解决争议的方法等。

三、消费者在商家记录的“减肥日记”上签字要慎重，建议自己用手机记“减肥日记”。

减肥机构通常会给每个来店的减肥者建档立卡，由美容师在表格上记录消费者的来店日期、原有体重、今日体重、今日减重、减肥部位等相关数据，及后续购买塑形产品等情况，让消费者签字确认。有的减肥机构虽也有相关记录，但没有让顾客签字确认，容易引发争议。

好记性不如烂笔头。建议消费者减肥期间最好养成记录和核对“减肥日记”的习惯，可以用随身携带的手机，简要记录自己每天的饮食、体重、减肥明细项目、没有到店减肥的具体日期和原因等情况，以便自己心中有数，万一有出入时，可以与减肥机构记录的“减肥日记”核对，减少异议。

同时，永康市消保委提醒相关经营者：减肥宣传要真实合法，作出减肥承诺要切合实际，不能欺骗、误导消费者；“欲速则不达”，过分严格节食、过分追求快速减肥，恐怕对消费者的身体健康不利；“没有金刚钻，别揽瓷器活”，未取得医疗美容资质的减肥机构和个人，不得违法提供医疗美容服务项目。（金华日报）



现制现售奶茶消费提示

奶茶是近年来很受大众欢迎的一种饮品，口感香浓丝滑，饮用方便。目前市场上销售的现制现售奶茶无相应食品标准，大多数奶茶标签信息缺失，为此，福州市消费者权益保护委员会特发布如下提示：

主动了解产品信息。对于现制奶茶，消费者往往难以像预包装食品那样通过标签识别其营养成分并判断其健康与否，由于制作奶茶的原辅料及配比不同，各品牌奶茶之间的营养成分存在较大差异，因此消费者在购买现制奶茶前要认真查看经营者证照、产品信息介绍等，必要时可向经营者了解制作所用的原辅料，如是用鲜奶还是奶粉或其它产品调制等，并结合个人身体状况、消费习惯、品牌价格等因素再决定是否购买，同时在购买后应检查产品及标签与经营者宣传或介绍内容是否相符。

特殊人群谨慎饮用。含糖量是很多消费者在选择饮料时都会考虑的因素，而从本次比较试验结果来看，经营者宣称的“无糖”并非完全无糖，而是多指在现制过程中不额外加糖，但并不排除原料中含糖的

可能，这就会给部分特殊人群消费造成误导，因此在建议经营者规范产品宣传和标签标识的同时，提醒控制糖摄入消费者及糖尿病患者尽量避免饮用现制奶茶。

理性适量饮用。由于奶茶中糖、脂肪成分含量较高，又加入较高溶度的茶汤，茶叶中富含咖啡因和茶多酚，若长期或过量饮用易摄入过多热量，造成咖啡因成瘾，不利于身体健康，特别是儿童、孕妇、高血压或心脏病患者等特殊人群更应谨慎摄入咖啡因，同时经营者也应在门店或商品包装上对不适宜饮用人群作出相应提示，明确告知可能存在的健康风险。

注意安全风险。目前市场上销售的现制奶茶里很多都加有“珍珠”颗粒，这些珍珠是用木薯淀粉制作的，进入体内后不易消化，若长期连续或过量饮用此类奶茶，容易导致胃肠功能紊乱。此外，对椰果奶茶、珍珠奶茶等含有椰果、珍珠等颗粒的奶茶饮品，消费者在饮用时应小心谨慎，经咀嚼后方可吞入，避免出现颗粒直接进入气管的情况。（中国经济网）

食品安全第一位，火锅用餐需理性

随着冬季的到来，气温骤降，火锅又成为了市民餐桌上的宠儿。无论是在家用餐，还是餐馆就餐，吃一顿火锅往往是最能驱赶严寒的方式之一。为确保广大消费者饮食安全，市市场监管委发布冬季火锅消费提示。

一是选择正规的经营场所。在外就餐时，应选择内部环境整洁，动态等级为优秀，“明厨亮灶”式餐馆就餐。

二是选择卫生的火锅食材。食材一定要新鲜、卫生；蔬菜、畜禽肉、水产品等应彻底煮熟后食用，切勿贪食未煮熟煮透食物，因其含有致病微生物或寄生虫未经高温充分杀灭，可能导致感染性疾病；每次添加汤之后，待再次煮沸后再继续煮食；不食用来源不

明的野蘑菇等食品。

三是选择正确的分餐方式。用餐时坚持生熟分离，避免在桌上摆放过多食物，防止交叉污染，夹取生食品应使用专用工具，不要与食用筷子混用。

四是注意科学合理饮食。切忌暴饮暴食，食物食用时不宜太烫；饱食后不宜食用冰激凌、冰水果、凉茶等，以免引起腹泄；汤底尽量不饮用，以免诱发痛风。

消费者用餐后如发现有腹痛、腹泻、呕吐等身体不适症状，应及时就诊。同时注意保留好消费凭证、就诊记录等相关证据，第一时间拨打投诉热线与监管部门联系，以便维护合法权益。（天津市市场监督管理委员会）

“携号转网”这些骗局要小心

近日，联通、移动、电信三大运营商发布了携号转网的细则，大家期待已久的携号转网终于变成了现实。不过，骗子也用上了新招数。目前，全国已发生多起利用手机三大运营商携号转网服务实行诈骗的案件，受害者因点开诈骗分子发送的网站链接泄露个人信息银行卡被盗刷。为防止更多人上当受骗，公安部刑侦局发布紧急预警。

此外，针对电信企业，工业和信息化部日前发出通知，将组织技术力量开展对电信企业携号转网系统连续监测，并委托第三方开展用户暗访体验监测。

骗局多为获取个人信息盗刷银行卡

为防止更多人上当受骗，近日，公安部刑侦局官方微博发布紧急预警，让大家提防诈骗分子利用携号转网服务进行诈骗。

此类诈骗作案手段为通过电话或短信方式联系受害人，利用受害人不清楚转网具体规则欺骗事主，声称转网可能带来诸多风险，进而引导其进入网站完善信息，事主进入网站后按引导填写身份证、银行卡、手机号等信息，因泄露个人信息导致银行卡被盗刷。

是否满足携号转网条件以官方短信为准

要查询号码是否满足携号转网条件，可通过短信查询，中国电信用户通过编辑短消息“CXXZ#姓名#证件号码”发送至中国电信官方客服短消息平台10001查询号码是否满足携转条件，10001及时反馈用户查询结果。中国移动用户通过编辑短消息“CXXZ#姓名#证件号码”发送至中国移动官方客服短消息平台10086查询号码是否满足携转条件，10086及时反馈用户查询结果。中国联通用户通过编辑短消息“CXXZ#姓名#证件号码”发送至中国

联通官方客服短消息平台10010查询号码是否满足携转条件，10010及时反馈用户查询结果。

满足条件的，如有携号转网后受影响的其他业务，运营商将在反馈查询结果的同时告知用户受影响的业务，告知内容真实准确。用户向携出方申请获得授权码，带着身份证和有效期内的授权码到携入方申请办理携入。不满足条件的，将一次性明确告知用户不满足条件的原因、携号转网后受影响的业务以及咨询途径，并通过客服电话等方式为用户提供实现满足条件的咨询。

骗局1

江西市民汪某接到自称某通讯商客服电话，称之前提交的电话号携转资格已经通过，但是想要获取携转授权码需要填写完整信息且绑定专属银行卡，事主通过对方发来的短信进入网站输入个人信息被骗16000元。

骗局2

上海市民何某在上网时知悉携号转网后只能通过掌上营业厅和地面营业厅充值，不能使用支付宝和微信支付了，便在该条新闻下留言追问解决办法，后收到私信，对方称可以通过完善信息解决，事主点击对方的网站链接输入个人信息，损失了6300元。

骗局3

常州市民许某收到陌生号码短信称，更换运营商后短信通道变更可能导致收不到银行卡、微信、支付宝等发送的短信，请及时登录附带链接的网址进行信息完善，许某进入网站输入身份证、银行卡号及密码、手机号码等个人信息，银行卡短时间内被刷走了5000元。

（北京青年报）



染发产品易过敏，减少使用更健康

染发固然能带来美，但染发不当不仅不美还有可能会损害身体健康。据了解，氧化型染发剂的染后色泽持续时间最长，是目前最常用、最重要的一类染发剂，而其风险也相对较高。该类产品在使用时很容易引起某些敏感个体出现急性过敏反应，如皮炎、荨麻疹、哮喘，甚至出现发热、畏寒、呼吸困难等严重反应。

为给消费者提供科学合理的消费指引，深圳市消费者协会特发布以下消费提示：

染发产品易过敏，减少使用更健康

染发产品中含有的化学染发剂成分易发生过敏情况，因此，出于安全性考量，建议消费者尽量减少使用染发产品的次数和频率，最多一年1-2次为宜，并且间隔时间半年以上；在使用新的品牌的染发产品时，务必按照说明书做适当的过敏测试，并且最好在专业人员的指导下使用；氧化型染发产品中往往添加多种染发剂成分，而染发剂过敏患者常常同时对多种染发剂成分过敏。因此建议曾有染发剂成分过敏史的患者，

最好不要使用染发产品；另外，16岁以下儿童以及孕妇，体弱者，有其他特殊疾病或者头皮破损等问题出现的消费者不建议使用染发产品。一旦发生过敏问题，应立即停用产品，并及时就医。

标签标识应完整，包装说明要看好

建议消费者，在购买染发产品时，尽量在正规渠道购买染发产品，并且选择有全成分标识的产品以及关注其标注的警示用语部分。如有过敏情况，消费者可以及时甄别是否由某一成分引起的过敏，有利于症状溯源。

染后掉色有规律，冲洗三次可无忧

根据染色效果稳定性实验结果表明，大部分染发产品染发后前三次洗发时掉色最严重。因此，建议消费者，在染发后前三次洗发时，尽量避免边洗头边洗澡，以免染料沾染到皮肤上，引起身体其他部位过敏性皮炎等问题；另外避免用浅色毛巾擦拭头发，可使用一次性毛巾。（中国经济网）

退休后小心这样的卖房套路

“住星级宾馆，吃海鲜大餐。”这样令人心动的广告词，看上去像是推销旅游产品，记者询问发现，实则是一家海边小城地产公司的宣传语，且目标对象是大城市里的退休人员。

近年来，一些城市的房地产商开发了接、看、送一体的旅游加购房的营销模式。参加此类“旅游团”，退休人员往往只需花100元，就能享受2~3天的包食宿、路费的跨省旅游。然而，所谓的旅游不过是在售楼处旁的海边走走，甚至看的房也暗藏陷阱。

目标客户是大城市退休人员

北京丰台就有一家这样的地产分销公司。销售小王经验丰富，每周五14点，作为“看房团”团长，他会带团前往山东，周日晚上返京。

从北京到山东，车程六七个小时。小王所在的公司，每周都会有3~4辆近乎满员的55座巴士从北京发车。他们公司在西安、武汉、石家庄等地也有分公司，因此不乏这些地方的看房者。

“我们的客户多是大城市里刚刚退休的人。他们退休后有闲有钱，想去环境好的地方旅居养老。”除了带团，小王和同事们平时还会拿上宣传单前往各大公园和超市分发。他们会在宣传单上印上各自姓名和联系方式。一旦销售成功，宣传单上所留的联系方式将成为他们获得提成的依据。

参加这样的“旅游看房团”，每人只需交100元。小王介绍，这笔钱主要用于购买保险，食宿及路费则由地产公司承担。

被问到100元旅游看房是否亏本时，小王笑道，“一车人能吃多少钱，远不及卖两套房的利润。”在他看来，这和扫码送礼“套路”类似，送出东西看似亏了，但也做了广告。

小王所销售的房子位于山东招远，均价每平方米6000元，带装修，“房子离海边200米远；吃的海鲜是海里刚打捞上来的，蔬菜是当地农民种的；高铁马上就修通了，从北京过来也就3个多小时。”小王介绍，前往山东的购房者大多选择50平方米左右的小

户型，一套房子总价约40万元，“海景房是每平方米8000元，看不到海的是每平方米4000元。”

不止是山东，记者检索发现，广西北海、广东惠州等地也是旅游看房的热门之选。

家住北京市东城区的陈女士曾参加过这样的“旅游看房团”。她告诉记者，两天行程主要就是看房，不会有额外消费，但也不会去旅游景点，最多就是“在售楼处旁的海边走走”。

看似馅饼说不定暗藏陷阱

来自国家统计局的数据显示，到2018年末我国60岁及以上人口数约为2.49亿，约占总人口的17.9%。中国老龄科研中心老龄经济与产业研究所副所长、研究员王莉莉表示，随着我国老年人口增多，家庭户规模的不断缩小，老年人家庭照料资源的不足，老年人尤其城市老年人越来越重视对晚年生活的规划。“他们更注重养老生活质量，会对居住环境、居住区域的公共服务、医疗资源等都有一定要求。”

“长寿之乡”“私家游艇码头”等营销字眼正是满足了部分老年人的心理。记者调查发现，由于各项配套设施的维护需要成本，如果实际购买或居住人数未能达到一定数量，商家承诺的配套设施较难兑现。同时，推销时所描述的城市开发，也存在较长的时间周期。购房后，宜居时间存在淡旺季。一些地区每年适合居住的时间较为集中，而其余月份则不宜居稍显冷清。

此前媒体报道中，低价旅游看房还存在诱导交定金、无法办理房产证、延期交房等问题。对此，从事多年养老服务工作的北京诚和敬旗下乐智坊团队负责人罗珊珍表示，被营销“养老房”时，老人要评估自身的财务能力，尽量多方渠道核实开发商是否正规、项目是否合规，评估存在的市场风险，并多和子女沟通帮助判断。

“判断房产的购买价值很关键。如果条件允许，可以在当地居住一些时日，确认是否满足自己的养老需求。”罗珊珍提醒道。（工人日报）



租住长租公寓 警惕消费贷陷阱

案情回顾

赵某与中介公司签订了《房屋承租合同》，约定承租该公司的房屋，租金为押一付一，每月须提前15日到营业部交纳。赵某按约定入住1个月后，去交房租时遭到拒绝。几天后，中介公司以赵某未及时交房租为由强行收回了房屋。赵某将该公司告上法庭。法院审理时，中介公司拿出一份《分期服务协议》，并说明该协议应由其（甲方）、赵某（乙方）与网贷公司（丙方）共同签订。该协议约定：丙方提供房屋租金的分期支付服务，乙方向丙方交租金，如果逾期需按照每日1%支付滞纳金，逾期3天及以上的，丙方有权终止合同。中介公司介绍了使用分期服务网络平台的流程，公司先将《房屋承租合同》录入上传，然后由租户使用手机号注册登录、上传身份证等照片、点击同意“分期服务”协议等，之后由网络平台向租户手机发送验证码、审核通过等。但赵某否认使用该软件注册及操作，中介公司也并未提供具体证据证明他曾签订过该协议。法院最终判决，中介公司退还押金、管理费、房租，并支付违约金。

法官说法

当前，长租公寓商为快速回笼资金，通常与网贷公司合作。公寓商在承租房东的房屋后进行装修改

造，利用零押金、押一付一、拎包入住等营销手段吸引并诱导租户与网贷公司签订贷款协议，租户以每月向网贷公司还贷款的方式来交纳租金，网贷公司则一次性将租户一年或半年的房屋租金交付公寓商。

从表面看，长租公寓为租户提供了灵活快捷的租赁选择，但这一租赁模式在实际操作中变了味，有可能会存在以下问题：有的公寓商以签订租赁合同的名义，在租客不知情或未认真审查合同、未看清合同条款的情况下，诱导租客与网贷商签订贷款或分期付款协议（用款类型多为个人消费信贷）；或者在租户未与网贷商签订任何合同的情况下，伪造贷款协议，要求租户向网贷公司付款。还有的公寓商甚至利用租客的身份信息去办理其他贷款业务，用作与租房无关的事宜，导致租客在不知情的情况下背负大量贷款，个人征信也受到影响。

法官提醒，租户在签订租房合同时，要认真审核租赁合同条款，尤其是关于付款方式和付款对象的约定，看清是向房东、公寓商还是网贷公司交纳房租。如果是向网贷公司交纳房租，一定要选择正规平台，在评估风险后审慎作出是否租赁的决定；如果使用手机在线交纳房租，更要查清资金流向，一旦有异议，要及时停止支付。（北京日报）

羽绒服选购有窍门 清洗保养应讲究

寒冷的冬天，作为保暖佳品的羽绒服必不可少。穿过多年羽绒服的你，可曾想过，为何轻轻的羽绒服比厚重的棉衣更能抵御寒冷呢？如何正确挑选质量优良且适合当地气候的羽绒服？穿过的羽绒服该如何清洗保养呢？针对消费者关心的这些问题，广东省消委会携手国家纺织品服装服饰产品质量检验中心（广州）发出羽绒服选购保养消费提示。

指标很重要，选购应关注

人们日常穿着的不管是棉服还是羽绒服，本身并不会产生热量，主要依靠阻止人体热量散失而起保暖效果。羽绒由于其立体球状的结构形态，能在服装中固定大量静止的空气，所以能起到很好的保暖作用，也正是因为羽绒这一特殊形态，使得羽绒服不会像棉服一样用过一段时间后出现板结现象。

不同的羽绒服，怎么判断哪个更保暖？主要看三个指标。一是蓬松度。蓬松度是指一定质量的羽绒在规定压力和容器中的自然蓬松度。蓬松度越高，可以固定更大体积的空气层来保温，羽绒的保暖性就越好；二是含绒量。通俗点讲羽绒其实是“羽”和“绒”的混合物，绒的蓬松球状结构能固定大量静止空气，所以绒的百分比越大，对于保暖性的贡献就越大，含绒量90%说明“绒”的百分比占到九十。在充绒量一样的情况下，含绒量越高，衣服就越轻越蓬松，也越保暖；三是充绒量。充绒量是指一件羽绒服中填充的全部羽绒的总重量，一般来说，含绒量相同的情况下，充绒量越高也说明保暖越好。



挑选有技巧，简单又实用

看清标识信息，按需合理选择。

购买羽绒服首先要看产品的吊牌或标签，吊牌/标签能为正确选购羽绒服提供很多有用的信息。正规厂家或品牌的羽绒服吊牌或标签都要标注：羽绒种类、充绒量、含绒量、面料成分、号型规格、洗涤方法等信息，消费者在选购过程须加以留意。

一看羽绒种类。一般来说羽绒服的填充物有鸭绒或者鹅绒，标注为白鸭绒、灰鸭绒、白鹅绒、灰鹅绒。需要注意的是，标注为羽绒棉、羽丝棉、羽丝绒的产品其实都不是真正的羽绒产品。有些人可能会认为鹅绒的保暖性能优于鸭绒，因为鹅绒纤维更加细长，绒朵更大，蓬松度更好，但是实际差别并不大，在指标相同的情况下两者几乎没有明显差别。通常说鹅绒优于鸭绒，只是鹅绒更容易达到高的指标而已。

二看含绒量。市面上大部分羽绒服

产品的含绒量标注为70%、80%、85%、90%等，含绒量为100%的羽绒服是不存在的，但如果含绒量低于50%就不能称其为“羽绒服”了。优质的羽绒服含绒量一般都是90%甚至达95%。

三看充绒量。充绒量越高说明保暖越好。初冬季节选择的轻薄款的羽绒服充绒量一般在40-90g不等；一般厚度的短款羽绒服充绒量130g左右；中等厚度的180g左右；适合北方户外穿着的羽绒服充绒量至少要在180g以上。

按摸拍揉闻，五招辨优劣。

一是按压观回弹。用手按压羽绒服，如果一定时间内迅速回弹说明蓬松度好，回弹慢的说明填充料质量欠佳，不能回弹的说明填充物不是羽绒。

二是触摸判绒量。依靠手的触摸可以简单判断含绒量的高低，如果摸上去柔软、细腻、羽梗少甚至没有，说明羽绒含绒量高、品质好；如果手摸上去感觉羽梗多，则说明含绒量低，甚至完全是羽毛做填充而不是羽绒。

三是拍打看粉尘。拍打羽绒服检查是否有粉尘冒出，有粉尘说明羽绒品质不好。

四是揉搓查钻绒。轻轻揉搓、拍打羽绒服检查是否有羽绒钻出，特别是检查缝线部位是否有细小羽绒、甚至毛片钻出，一揉一拍即有羽绒钻出，说明羽绒服的防钻绒性能不好。

五是嗅闻检异味。闻一闻是否有异味，脏和臭的羽绒服品质较差。

此外，羽绒服的面料也很重要，如果面料上有污渍、或者针脚不齐、针眼过大等就会容易出现跑绒现象。

清洗有讲究，美观又耐用

羽绒服该如何清洗保养呢？

(1) 不可干洗。干洗羽绒服会洗去羽绒表面的天然油脂，使羽毛发脆、折断，失去蓬松感。

(2) 使用专用或中性洗涤剂。

羽绒属于动物蛋白纤维，使用碱性较强的肥皂和洗衣粉清洗，易破坏羽绒表面的脂肪保护层，使羽绒变脆而损伤，从而降低了羽绒的舒适度和保暖性。

(3) 勿机洗，推荐手洗。勿机洗，勿甩干，用机洗或甩干的羽绒服，极易导致填充物薄厚不均，使得衣物走形，影响美观和保暖性。最好使用30度左右温水手洗，加入专用或中性洗涤剂，浸泡充分，用软刷或搓澡巾轻擦，反复漂洗2-3次直至水清。

(4) 不可拧干，禁止暴晒。不能拧干，拧干的羽绒服羽绒容易纠缠，撕扯过程中容易将绒朵破坏，变成细小的绒丝羽丝，影响保暖性能，也更

容易钻绒。禁止暴晒，羽绒服的面料通常都经过树脂处理，树脂涂层不耐高温，在强烈的阳光下暴晒使羽绒服的面料变薄，也不要熨烫，以免烫伤衣物。羽绒服漂净后，应将水分挤出，再平铺或挂起晾干，晾干后，可轻轻拍打，使羽绒服恢复蓬松柔软。

(5) 干燥通风贮存。羽绒服贮存前，最好晾晒2-3小时，拍打除去灰尘，保持干爽，用透气的收纳袋套好，存放于干燥通风处。切忌真空压缩和密封。（广东省消委会）

把好选购和安装关 安全使用热水器

天气渐冷，因使用热水器导致伤亡的事故屡有发生。在此，东莞市消委会郑重提醒广大消费者，要高度关注热水器安全，提高安全防护意识，谨慎选购合格热水器，严格按照规定安装、使用，保障自身生命财产安全。

一、精挑细选，选购合格热水器。消费者应选择信誉口碑良好的大商场、电器城和电商平台购买热水器。选购时要挑选厂名、厂址和品名标称明晰的合格产品，并索取和保留好购物凭证，以备售后保修及维权使用。要特别注意不要选购直排式燃气热水器。判断直排式燃气热水器最简单的方法是，直排式燃气热水器靠干电池打火，不用电源供电，热水器上没有烟道。建议消费者不要在旧货市场、二手电器回收经营户以及集贸市场、临街小家电商铺等场所购买热水器。上述场所销售的热水器来历不明，甚至销售三无、淘汰产品，质量、售后服务均无保障，存在很大安全隐患，请广大消费者不要购买。

二、专业安装，安全使用热水器。大多数热水器发生安全事故，

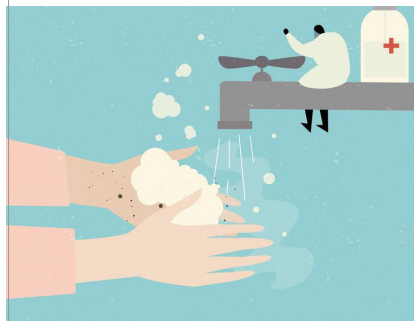
主要问题出现在安装和使用方面。热水器对安装的技术和位置都有严格要求，严禁私自安装。消费者选购前必须了解商家是否提供专业安装服务，安装时应查看安装人员是否持证上岗，并查看所属单位是否有安装资质。燃气热水器应选择通风环境良好且能设置专门排气烟道的阳台等室外进行安装，注意周围不得放置易燃易爆物品，与煤气表、煤气灶的水平净距离不得太近。电热水器安装前，消费者必须要求安装人员首先检测家庭用电环境规范和安全，必须使用固定的三眼插座，且火线、零线、地线连接位置正确，电源插座的位置应设置在水流溅不到的地方，并使用防溅插座。

三、科学使用，严防事故发生。燃气热水器烧水时若燃烧不充分，会产生大量一氧化碳，人体吸入后会中毒死亡。因此，消费者在使用热水器洗澡时，浴室必须保持空气通风对流，并开启排气扇，千万不能将浴室门窗关死。此外，沐浴时间不宜过长，建议不要超过20分钟，身体感觉稍有不适应立即停止，迅速离开浴室。同时，要关注家人特别是老人和小孩洗澡时的情况，一旦发现异常要及时进行有效救护。

四、定期检查，避免超期使用。

热水器使用年限一般是8年，长期使用老旧热水器会出现内部元件老化、整体效能下降、安全保护装置失效的隐患，严重的会出现燃气泄露、中途熄火，甚至爆炸等险情。因此，消费者应定期邀请专业人员上门检修保养，以免热水器超期使用，埋下安全隐患。超期的热水器，建议立即拆除更换，确保生命财产安全。

五、齐抓共管，严厉打击违法销售。如发现违法销售国家已明令禁止生产和销售的直排式燃气热水器或三无等不合格热水器的，消费者应立即拨打政府服务热线12345进行投诉举报，共同打击违法违规销售热水器行为，维护广大消费者的生命财产安全。（东莞市消委会）



“被健康”的电子烟

日前，国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》发布后，在电子烟民的圈子里引发了一波震荡——

“直接相当于断我们口粮了。”

“看来要囤一波了。”

“这是逼人抽回纸烟的节奏。”

“以后大家一起抽鞭炮。”

虽然这个消息让习惯了电子烟的烟民们一时之间可能会很不适应，但从长远看，未尝不是一件好事。让我们看看目前大众对电子烟都存在哪些普遍的误区。

误区一：

电子烟能帮助戒烟

世界卫生组织驻华代表处技术官员孙佳妮：有的电子烟产品的宣传说辞声称可以帮助戒烟。需要声明的是，目前并没有充分的高质量的研究证据，能够证明电子烟产品可以帮助戒烟。

电子烟产品可能帮助一些人在

某些条件下戒烟，但一些研究报告显示，电子烟也会成为戒烟的一个阻碍。比如说，有的人可能会同时使用卷烟和电子烟两类产品，而并没有真正实现最终完全戒除对烟草和尼古丁依赖的目的。

所以，世界卫生组织的立场是不建议想要戒烟的人使用电子烟类产品来进行戒烟。如果想要戒烟，请使用目前已经有充分的证据证实可以戒烟的产品，比如尼古丁和非尼古丁的药物。

误区二：

电子烟产生的二手烟没有危害

北京控烟协会会长张建枢：看起来电子烟的烟雾好像确实比传统卷烟的烟雾小，而且有一点香味儿，所以人们就认为电子烟可能不存在二手烟危害。其实有研究数据表示，电子烟同样存在二手烟危害，因为吸电子烟时人们吸入的还是尼古丁，呼

出的二手烟的气溶胶里还是有尼古丁的成分，而且还可以检测出甲醛、乙醛和一些重金属、亚硝胺等有毒有害物质，甚至有的时候它的含量比传统卷烟的二手烟还要高。所以，不存在电子烟的二手烟不危害旁人这样的说法。

误区三：

电子烟比传统卷烟危害小

世界卫生组织驻华代表处技术官员孙佳妮：电子烟气溶胶的毒性可能比传统卷烟烟雾小，但这并不代表它的危害也较小。因为时间太短，我们还没有充足的证据可以精确量化相关危害的水平。而且还有许多因素会影响使用电子烟的危害，比如有毒化学物质的含量、加热溶液中的尼古丁、合计使用电子烟的时长和方式等。长期使用电子烟尼古丁传送系统，可能会增加罹患慢性阻塞性肺病、肺癌和心血管疾病，以及吸烟相关疾病的风险。（光明日报）

电热眼罩只能暂时缓解眼部疲劳

如今，久坐盯着电脑屏幕成了大多数人的工作状态；下班回家后眼睛还要“加班”看手机，一直处于超负荷状态，引起干涩、红肿、疼痛、视物模糊等症状。为缓解眼睛疲劳，市面上电热眼罩随之流行。但是，电热眼罩使用有风险，若使用不慎，甚至可能会灼伤眼睛。

近日，武汉一名35岁女性就因使用网购的电热眼罩，导致过敏和眼角

膜被灼伤。对此，湖南中医药大学第一附属医院眼科主任医师张健表示，用电热眼罩热敷眼部只能暂时缓解眼部疲劳。目前市面上的电热眼罩种类繁多，质量参差不齐，有些发热温度过高、时间过长，就可能灼伤眼部皮肤或眼角膜，眼罩中添加的成分也可能引起过敏等问题。而且，眼疲劳并不是单纯用眼过度的问题，其原因有很多，如近视、远视的人群可能是因

为屈光不正，中老年人可能是由于干眼症或泪液分泌不足等。因此，当眼部出现不适症状时，不应首选使用眼罩，而应及时就医、用药。日常生活中也要注意健康用眼，少看电子屏幕、多眨眼、多远眺。

如果使用电热眼罩，一定要慎重选择正规厂商生产的产品。使用时，温度切不可过高，最好控制在40~42℃；时间不要过长，以10~15

分钟为最佳，不可带着眼罩睡觉，以免导致低温烫伤。同时，对于习惯戴隐形眼镜的人群，一定要先取下眼镜再使用眼罩，否则，长时间的高温环境会加速隐形眼镜的水分蒸发导致变

形，损伤眼球。此外，用电热眼罩前要做好面部清洁，使用前15分钟和后15分钟不要使用眼药水。

电热眼罩也并非人人都能用，如糖尿病患者因周围神经病变对温度

不敏感，可能会导致低温烫伤；高血压患者可能因高温引起血压波动；易过敏体质者等也应慎用。

（人民网）

保护视力健康 科学选用电子产品

现代生活，离不开电子产品。电子产品在给我们带来各种生活便利的同时，也成了眼睛健康的潜在危害，尤其是青少年，眼睛较为脆弱，更容易受到电子产品的危害。为正确引导消费，帮助消费者科学选用电子产品，减少对眼睛的危害，同时，更从保护青少年消费者的视力和眼部健康出发，作出以下消费提示。

1. 尽量选择有低蓝光模式（护眼模式）的电子产品。手机、平板产品低蓝光模式开启后，蓝光波段总能量和蓝光波段峰值能量得到抑制，屏幕亮度和色温有效降低，对眼睛的伤害明显减少。虽然目前市面上大部分电子产品设置了低蓝光模式，但还有部分产品未设置护眼功能，特别是低价的产品，因此消费者在选购电子产品时，不要过于追求低价或新潮，要从有利于眼睛保护出发，选择有低蓝光模式具有护眼功能的产品。

2. 注意开启低蓝光护眼模式。低蓝光模式开启后确实有降低有害蓝光的作用，因此建议消费者在使用电子产品的过程中，要注意开启低蓝光模式，尽量将亮度、色温调至眼部感觉舒适的度数。

3. 正确看待防蓝光贴膜功效。一些商家将电子产品贴膜的防蓝光功效过分夸大，但防蓝光贴膜对降低屏幕有害蓝光的作用有限，比不上手机自带的低蓝光模式功能。消费者如果一



定要选择防蓝光贴膜，则要选择正规厂家产品，认清其是否具备第三方认证的防蓝光资质。

4. 养成并保持健康的用眼习惯。

使用电子产品，应养成并保持健康的使用习惯，特别要注意：

（1）屏幕色温要与自己的用眼习惯一致，即以眼睛不感到疲劳为准；屏幕亮度要调至使眼睛感觉舒适的状态，不要过亮或过暗；

（2）环境光照度要与屏幕亮度相匹配，应避免在光线过亮或过暗的

环境下长时间使用电子产品，如不在阳光下或暗室里使用手机，晚上使用电子产品时可以打开台灯，作为自然光线不足的补充；

（3）使用时应使眼睛与电子产品之间保持一定的距离和角度，不应躺着看屏幕；

（4）眼科专家建议，健康用眼应坚持“3个20”原则。使用电子产品每20分钟就要把视线移到距离屏幕20英尺（约6米）以外的地方并保持20秒以上。单次连续使用电子产品的时间最好保持在20-30分钟，中间应间以一定量的远眺、眼保健操和户外运动，一方面可以避免持续用眼带来的伤害，同时可使眼睛状态得以恢复；

（5）条件允许的情况下，应尽可能减少电子产品的使用，如以阅读纸质书代替电子书。

5. 家长要正确引导青少年选用手机、平板电脑。

（1）在选购手机和平板电脑时，家长应当引导孩子考虑屏幕显示的舒适度，最好能够带孩子到实体店进行实际的体验之后再选购。

（2）引导青少年正确使用手机、平板电脑。结合上述消费指引，家长要引导孩子适度打开低蓝光模式、帮助孩子调节合适的色温和亮度，要减少孩子使用电子产品的时间，帮助孩子养成健康用眼习惯并避免过度用眼。（广东省消委会）

近视了 四类眼镜怎么选？

如今，近视的人越来越多，矫正视力的选择也越来越多，近视了该如何选配眼镜？中山大学中山眼科中心视光医师方冰兰介绍，框架、隐形、OK镜、RGP四类眼镜各有利弊，大家可根据自己的需要选择：

1. 框架眼镜

框架眼镜适用范围较广，是大多数人的选择。但缺点也很明显，累赘，变形率和像差也都较大，而且如果是度数高、散光大、屈光参差的情况，戴框架眼镜的矫正效果并不理想，更无法控制度数增长。

但对于小朋友来说，框架眼镜还是首选，因为既安全又没有操作难度。

2. 软性隐形眼镜

软性隐形眼镜即我们平常说的隐形眼镜，包括美瞳，优点是更美观、更舒适、成像效果较好。但只适合偶尔佩戴，因为隐形眼镜的透氧性普遍较差，而且它会紧密覆盖整个角膜，也就不利于泪液循环，被覆盖角膜表面的代谢产物也较难排出，容易引发干眼症。而且常年佩戴，会使眼角膜变薄。

3. OK镜（角膜塑形镜）

OK镜就是通过流体力学效应改变角膜几何形态。睡觉时戴在角膜前部，逐步使角膜弯曲度变平、眼轴缩短，白天即可脱镜，享受一整天的裸眼清晰视力。

OK镜的优势是只需在睡眠时间佩戴，同时可以有效控制近视的发展，所以OK镜非常适合近视度数增长快以及白天不愿戴眼镜的儿童和成人。但它的适用范围比较窄，大部分品牌只限制在近视500度以内，而且对于角膜形态的要求也较高，并非每



个人都能佩戴。建议8岁以上再验配OK镜，因为早晚摘戴还是需要一点小技巧的。

4. RGP硬性隐形眼镜

RGP是硬性透氧性角膜接触镜。RGP则是日间佩戴，睡觉时摘下。其优点是除了具备软性隐形眼镜的优点外，还大大提高了透氧性，并且具有良好的湿润性和抗沉淀性。相比起OK镜，RGP的适用范围更广，不仅无年龄的限制，而且能在一定程度上解决一些特殊患者的视力问题：1.圆锥角膜、角膜不规则患者；2.患有先天性白内障的儿童；3.散光大、弱视治疗遇到瓶颈的患者。可长期佩戴，对于角膜厚度的改变仅为软性隐形眼镜的十分之一。

“RGP能够根据个人角膜形态量身定制，所以它几乎没有度数和角膜形态的限制，从远视2500度到近视

2500度，从大散光到屈光参差……都可以佩戴。”武汉艾格眼科医院的张捷教授介绍。他表示，从2015年起，他对超过1000个患者进行跟踪调查，参与调查的患者都通过佩戴RGP获得了良好的近视控制效果，且效果远超框架镜。

但遗憾的是，RGP角膜硬镜作为优良医材，却不被平常大众所熟悉，在中国眼视光市场的基础非常薄弱。

据介绍，角膜接触硬镜在我国的使用人数目前约为50万人，而在美国等发达国家使用人数已经超过500万人。美国视光界已有七十年的RGP验配历史，形成了完整的培训考核体系，积累了大量高水平验配师。而RGP在1995年才进入中国，累计独立验配1000片以上的验光师数量也非常有限。

中山大学中山眼科中心屈光与低视力科的杨晓教授，一直以来非常关注RGP对儿童无晶体眼的应用。她提出，RGP对婴幼儿、儿童和青少年提高视力、视觉康复具有良好的效果，同时随着技术的不断发展，RGP发现了更多的应用和提升的空间，但国内大众对这一产品还不够熟悉，医生们对儿童接触镜矫正视力的信心也有待提高，RGP在我国还有很长一段路要走。

面对我国儿童青少年近视人数逐年上升的大趋势，如何安全、有效地控制儿童青少年近视发展这一问题将愈来愈突出。RGP角膜硬镜作为控制儿童青少年近视的有效方式，在解决弱视、不规则角膜等方面拥有广阔的应用前景和发展空间。

在未来，甚至有望诞生一种既可减少调节滞后，又可产生调节超前的框架镜，其与离焦RGP联合使用，将能达到有效控制近视的效果。（广州日报）

有效期≠使用期 五类药剂开封后“保鲜期”很短

隔壁老李的孙子又咳嗽了，老李拿起半年前启封的一瓶止咳糖浆给孙子服用。此时，恰巧老朋友老张前来拜访。老张退休前从事药师工作，对用药问题很关注。于是，他便询问老李手中止咳糖浆给谁吃。当老张听说老李给孙子服用的止咳糖浆是半年前的“剩货”，马上对老李说：“吃不得，快换一瓶没有启封的。”这是为什么呢？老张说，止咳糖浆启封后，存放时间较长容易滋生细菌，不宜服用。

退休老药师老张告诉老李，药品有效期是指药品在规定的贮藏条件下质量能够符合规定要求的期限，还可以理解为有效的药品质量生命周期。当药品超过这个时限后，其内在结构、组成和临床的效价均会发生改变，大多数会疗效降低，少数毒副作用会因毒性加强，临床药理作用也会加强，多见于左右旋异构体或同分异构体的药品。因此，大部分患者都会关注药品有效期，并认为在有效期内的药品可以放心使用。

其实不然，药品有效期不等于使用期。药品有效期有两个前提条件：药品未开启和药品在其规定条件下贮存。当药品启封后或者没按照规定条件贮存，其有效期就会大大缩短。因此，药品除了按照规定条件贮存，启封后的药品应尽快使用，否则即使在有效期内使用，也会存在药品失效的情况。如果服用了失效的药品，非但不能起到治疗作用，还可能给我们的身体带来危害。

那么，哪些启封后的药品不宜长期保存呢？



▼ Focus

药品有效期是指药品在规定的贮藏条件下质量能够符合规定要求的期限，还可以理解为有效的药品质量生命周期。当药品超过这个时限后，其内在结构、组成和临床的效价均会发生改变，大多数会疗效降低，少数毒副作用会因毒性加强，临床药理作用也会加强，多见于左右旋异构体或同分异构体的药品

1. 口服糖浆

糖浆拆封后需在阴凉干燥处保存，已经拆封的糖浆剂即使在有效期内，建议夏季一个月内使用，冬季三个月内使用。因为糖浆等液体类制剂易滋生细菌，性质也相对不够稳定。再次服用时应在光亮处观察溶液是否澄清，如果出现气泡、变色、结晶或有沉淀物，表明已经变质不能再服用。

2. 干混悬剂

口服混悬液加水配制后置于密闭容器中，在冰箱中冷藏保存，严禁冻存。瓶口及瓶盖未受污染下，保存14天后应抛弃。

3. 颗粒剂

由于颗粒剂开封后容易受潮，同样按照说明书的保存条件要求，应放在阴凉干燥处保存，建议一个月内使用完。若出现吸潮、结块等现象，则不宜继续使用。

4. 滴眼剂、眼膏剂

滴眼液、眼膏剂等眼用制剂拆封后的使用期限最多不超过四周。若药品性状发生变化，出现絮状、沉淀等，则不宜再使用。

5. 胰岛素

室温下阴凉处保存，可保存28天。一般已启用的胰岛素不必再放入冰箱冷藏，因反复剧冷剧热易造成胰岛素变性失效，更不能将装上笔芯的胰岛素笔放入冷藏室内。（北京青年报）

注意这些细节！带你远离保健食品陷阱

近年来，随着人们生活水平的提高，养生也成为了一种潮流，补充维生素、改善睡眠、排毒养颜、降血糖……各种保健食品应有尽有。

你是否也购买过保健食品，你了解不法商家的各种套路吗？面对眼花缭乱的保健食品，究竟该如何对待和选购呢？今天，食安君带大家认识保健食品。

什么是保健食品？

保健食品，是指声称具有特定保健功能或以补充维生素、矿物质为目的的食品。即适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。

保健食品的功能有哪些？

保健食品允许声称的保健功能

目前，我国批准的保健食品的功能仅包括以下27类：

- 1.增强免疫力；2.改善睡眠；
- 3.缓解体力疲劳；4.提高缺氧耐力；
- 5.对辐射危害有辅助保护作用；
- 6.增加骨密度；7.对化学性肝损伤有辅助保护作用；
- 8.缓解视疲劳；9.祛痤疮；
- 10.祛黄褐斑；11.改善皮肤水分；
- 12.改善皮肤油分；13.减肥；
- 14.辅助降血糖；15.改善生长发育；
- 16.抗氧化；17.改善营养性贫血；
- 18.辅助改善记忆；19.调节肠道菌群；
- 20.促进排铅；21.促进消化；
- 22.清咽；23.对胃黏膜有辅助保护作用；
- 24.促进泌乳；25.通便；
- 26.辅助降血压；27.辅助降血脂。

如果你发现市面上的保健食品宣传，具有超出以上类别的功能，那都属于虚假宣传。



如何看待保健食品？

保健食品是特殊的食品

保健食品是食品的一个种类，具备一般食品的共性，包括营养性、感官性和安全性。但是，保健食品针对的是特定人群，而一般食品则是面向大众的，而且保健食品的审批程序要比一般食品严格得多，需要经过卫生学、稳定性、功效成分等检测，以及管理部门相关专家的评审，最后获得保健食品的批准证书。

保健食品不是药

保健食品和药品有着十分严格的区别。药品有明确治疗疾病的目的，一般具有毒副作用；而保健食品本质是食品，不能治疗疾病，不能代替药品，更不能有任何毒副作用，不能对人体产生任何急性或者慢性的危害。

不法商家保健食品套路陷阱多

免费陷阱

很多保健食品推荐的开始阶段，都是以免费或者礼品为噱头的，比如为老人提供免费体检、免费健康咨询、产品免费试用等等，还会根据老人的兴趣、爱好和生

活需要设置附赠礼品，一些老人可能会在礼品的诱惑下盲目购买商家推销的保健食品。

亲情麻痹

保健食品推销员会对老人采取“温情攻势”，隔三差五打电话问候或带小礼物上门看望，嘘寒问暖，往往使得老人逐步放松警惕，在情感的支配下买了功效不明、价格高昂的保健食品。

雇托迷惑

利用所谓的“专家”、“权威”进行宣传，并通过专家讲座、专家义诊等形式，打消老人的顾虑；或指使一些人假冒患者名义写感谢信、送锦旗、现身说疗效，或在销售现场制抢购产品等。

虚夸疗效

部分不法商家把打着“绿色”、“健康”、“高科技”的旗号，把保健食品包装成包治百病的灵丹妙药，使得消费者误以为该产品可以代替药物使用，贻误了治疗疾病的最佳时机。

购买保健食品应该这样聪明买

消费者在日常生活中要如何合理选购保健食品呢，下面给大家几点消费提示：

- 1.通过正规渠道购买保健食品，并索要正规销售凭证，切忌通过非法传销和会议销售等途径购买保健食品；
- 2.选购保健食品时认准产品包装上的“小蓝帽”保健食品标志及保健食品批准文号，依据其功能有针对性地选择，并按标签说明食用。

以上就是几个常见套路陷阱，希望大家在遇到的时候能够提高警觉。

如果遇到虚假宣传产品疾病治疗，预防功能的食品和保健食品，可以拨打12345进行投诉举报！

(中国质量新闻网)

专家教你科学理性看待食品防腐剂

常言道“收获只一秋，食用在四季”，就是指一秋之收获可供人类四季食用。但常识告诉我们，食物不经保藏处理而长期放置一定会腐败变质。如何能长期储藏食品而不腐败一直是关系到人类生存和发展的一个重要课题。为此，人类走过了漫长的历史，在实践中探索出各种有效的储存方式，如干制、腌制、熏制、冷冻等。我国古代劳动人民发明了盐腌（如北方的雪里蕻）、糖渍（如蜜饯）和发酵（如东北的酸菜、四川的泡菜等）等长期食品保存的办法。拿破仑通过悬赏还催生了罐藏技术。但这些储藏方法很难满足日益活跃的人类活动的需求，而且只适应于一部分食品的储藏。加之这些食品保藏方法都有一个共同的缺点，那就是处理后的食物通常在色、香、味、型、营养等方面与新鲜食品仍有一定的差距。

近现代以来，适应人们对食品持有刚收获或刚加工“出炉”的新鲜需求，现代科学技术促进了食品防腐剂的发展。为帮助消费者了解食品防腐剂的知识，中国食品科学技术学会的有关专家就“食品防腐剂”的有关知识，对消费者做出如下消费提示。

什么是食品防腐剂？

顾名思义，食品防腐剂是指一类加入食品中能防止或延缓食品腐败的食品添加剂，其本质是具有抑制微生物增殖或杀死微生物的一类化合物。食品防腐剂应具备几个特征：首先是性质稳定，在一定的时间内有效；其次使用过程中或分解后无毒，不阻碍胃肠道酶类的正常作用，也不影响肠道正常菌群的活动；再者，在较低浓度下有抑菌或杀菌作用；最后，其本身无刺激味和异味，使用方便等。



▼ Focus

不同防腐剂，或者同一种防腐剂的不同浓度，在应用于不同的食品，或者针对不同的微生物种类等时，其产生的作用和效果并不一样。因此，不同食品在加工制造、储存运输中需要使用不同的防腐剂。人们发现常规的热杀菌技术与防腐剂组合使用，可以有效避免古法保藏和罐藏的缺陷

食品防腐剂的种类

《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》（GB 2760-2014）允许在食品中添加的防腐剂共有27种。按其来源可分为天然防腐剂和合成防腐剂，其中以合成防腐剂的商业化应用最广。按照化学成分可分为有机防腐剂（如苯甲酸及其盐类、山梨酸及其盐类、对羟基苯甲酸及其酯类、乳酸等）和无机防腐剂（如亚硫酸及其盐类、二氧化碳、亚硝酸盐类、游离氯及次氯酸盐等）。

不同防腐剂，或者同一种防腐剂的不同浓度，在应用于不同的食品，或者针对不同的微生物种类等时，其产生的作用和效果并不一样。因此，不同食品在加工制造、储存运输中需要使用不同的防腐剂。人们发现常规的热杀菌技术与防腐剂组合使用，可以有效避免古法保藏和罐藏的缺陷。

不要被“不添加防腐剂”所迷惑

按照《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》（GB 2760-2014）规定，防腐剂有明确的使用范围和限量。并不是所有的食品都需要使用防腐剂，如罐头、食盐等食品，其加工工艺或本身性质可以保障该食品在储存期内不会因微生物繁殖而变质，并不需要使用防腐剂来保质。而有些食品因生产工艺的需要，在生产过程中则需要使用防腐剂来抑制或杀死微生物，以保证食品的安全食用。因此，消费者在购买食品时，要理性看待食品标签，科学辨识；不要迷信于某些标签上声称的“不添加防腐剂”或“不使用防腐剂”等字样。（中国消费网）

蜂蜜润燥通便正当吃，你买对了吗？

现在天气干燥，很多人都出现便秘等不适，这个季节最适合早晚喝点蜂蜜水了。可是蜂蜜市场鱼龙混杂，如何才能买到原生态的蜂蜜呢？可以从价格、颜色、性状等几方面来辨别。

一看价位

选蜂蜜首先要看价位，太过便宜的蜂蜜最好不要买，低于正常成本价有可能是水蜜、浓缩蜜，甚至是勾兑蜜（也就是假蜜）。

【纯天然蜂蜜】蜜蜂首先采集花蜜，然后再在蜂巢里经过一系列的自然酿造程序，通常七天以后，蜜蜂会用一层蜂蜡把蜂蜜封存起来，相当是告诉它的主人，这个蜂蜜已经成熟了。像这种蜂蜜是不用经过任何人为加工的，直接就可以食用，所含有的营养物质，尤其是活性酶也最丰富，长期食用对人体有很多益处。

【水蜜】就是蜜蜂采回来的花蜜，还没有经过蜜蜂一系列酿造程序，被提前取出来售卖，这样蜂蜜就是水蜜。之所以叫水蜜就是因为这种蜂蜜的水分含量很高，不容易保存，很容易变质。

【浓缩蜜】蜂蜜加工企业收购了水蜜后，为了防止因水分太高而发酵变质，再通过高温浓缩去水的方法，把水蜜通过人为加工的方式变成高浓度蜂蜜。虽然这种浓缩蜂蜜水分少，容易保存，但是高温加工的过程会把蜂蜜中的很多活性酶都破坏了，而且会把蜂蜜的“特性”也转变了。众所周知，天然的蜂蜜是有清热、解毒、润燥的效果，很多人群会选择喝蜂蜜水来改善便秘。但是高温加热过的蜂蜜变“燥性”了，这就是很多便秘人群越喝蜂蜜越便秘的原因。

【假蜜】也叫做勾兑蜜，是人为



通过各种化工原料勾兑出来的蜂蜜，在所有的蜂蜜中这种蜜的价格最便宜，但是长期食用对人体有害无益。

那么蜂蜜的合理价格是多少？纯天然的蜂蜜生产周期长，相应成本高，再加上运输费用、商品包装、中间渠道等，一瓶500克的天然蜂蜜在卖场销售，一般不会低于30元。低于这个价格的有可能是浓缩蜜、水蜜，或假蜜。

二看颜色、性状

选蜂蜜的第二个技巧就是看颜色、性状。我们在市面上常常能看到不同的蜂蜜，如枸杞蜜、黄芪蜜、槐花蜜、茶花蜜等等，每一种蜂蜜都有其自己特有的颜色、性状和味道。消

费者在购买蜂蜜前对此稍微做点“功课”，就可以避免买到假蜜、劣质蜜。

以枸杞蜜为例，这种蜜的特点是刚从蜂巢取出来时是浅色液体状，通常几天后会自然凝结为乳白色的固体状，如果你在超市或网上买到的枸杞蜜是棕色的液体状，那么你买到的肯定不是真正的枸杞蜂蜜了。

三尝味道、闻气味

选蜂蜜的第三个技巧就是闻气味、尝味道。天然蜂蜜的气味有一种自然、均匀、淡雅的香味，如果闻起来香气扑鼻，甚至有些刺鼻，那么则有可能添加了香精。天然蜂蜜的味道尝起来也不会过甜，在甜味中会蕴含许多丰富的味道，在嘴里含一会儿，能品出各种味道，如果蜂蜜过甜则可能是添加了糖浆。

四用矿泉水冲调

活性酶是天然蜂蜜的一大特性，经过加工的蜂蜜或者假蜜是不具备这个物质的，活性酶在蜂蜜中，以泡沫的丰富程度显示，养蜂人在摇蜂蜜时，蜜桶里经常有丰富的泡沫，而且久久不散。所以选蜂蜜的第四个技巧，就是可以将蜂蜜倒入盛有半瓶水的矿泉水瓶内，摇动至蜂蜜完全溶解。这时观察蜂蜜水的表面是否会形成一层白色泡沫状物质，且白色泡沫是否细腻均匀，这层白色泡沫就是蜂蜜的活性酶。如果将蜂蜜水静置，这层泡沫很长时间都不会消退，甚至放上一天泡沫都可能不会消退。如果蜂蜜水的表面没有形成白色泡沫，或白色泡沫不够细腻均匀，或泡沫很快消退，则说明买到的是假蜂蜜或劣质蜂蜜。（羊城晚报）



倡导科学健康消费理念 提供权威实用消费资讯

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