

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

2020.第03期

03

总第90期



3.15特献：凝聚你我力量

北京市消协发布2019年度投诉统计分析

P04 2019年度消费者权益保护状况报告发布

P22 中消协公布疫情期间消费维权热点问题及相关案例

P36 复工复产期间谨防电信网络诈骗“新花招”

P44 甄别食品有妙招，“六看”食品标签很重要！

2018-2019 全国消协组织消费维权 先进集体

北京市消协等荣获

近日，中国消费者协会公布了“2018-2019年度全国消协组织消费维权先进集体”和“2018-2019年度全国消协组织消费维权先进个人”荣誉名单。中消协希望受表彰的先进集体和先进个人珍惜荣誉、戒骄戒躁、再接再厉，充分发挥先进模范作用，在消费维权事业发展中再立新功，取得更大成绩。

北京消协系统获得“2018-2019年度全国消协组织消费维权先进集体”荣誉称号的单位有：

北京市消费者协会
北京市海淀区消费者协会
北京市通州区消费者协会
北京市门头沟区消费者协会

北京消协系统获得“2018-2019年度全国消协组织消费维权先进个人”荣誉称号的个人有：

万海龙 北京市东城区消费者协会秘书长
刘大忠 北京市朝阳区消费者协会秘书长
任 军 北京市丰台区消费者协会秘书长

中消协要求全国各级消协组织和干部职工，以受表彰的消费维权先进集体和先进个人为榜样，不忘初心，牢记使命，切实履行法定职责，努力营造良好消费环境，为进一步激发消费潜力、增强消费对经济发展的基础性作用，为维护广大消费者合法权益作出新贡献。



Prologue

卷首语

促进实物消费和服务消费回补

3月4日，习近平总书记主持召开中央政治局常务委员会会议。会议强调，要把复工复产与扩大内需结合起来，把被抑制、被冻结的消费释放出来，把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来，使实物消费和服务消费得到回补。统筹推进疫情防控和经济社会发展，必须在加强疫情防控的同时，积极扩大居民消费，引导形成科学消费。

释放被抑制、被冻结的消费。在确保疫情防控到位的前提下，将释放居民消费潜力作为保持经济平稳健康发展的重要途径。应科学恢复消费品生产。消费品生产企业应把产品质量、安全、健康放到第一位，满足居民消费需求。在恢复生活服务业的过程中，仍应加强疫情防控，实行分区分行业分级的差异化分类管理。危险系数小、防控措施好的区域与企业可以优先恢复。在已恢复营业的消费场所与交易场所内，应严防人群聚集。实现生产与消费的良性循环，需要努力实现消费供给恢复与消费需求恢复匹配。努力营造安全、放心的消费环境，对消费者进行心理疏导、普及防疫知识，提高消费者防疫能力与自我保护能力。

培育壮大新型消费、升级消费。新冠肺炎疫情对我国传统消费方式带来冲击，同时也催生了新型消费、升级消费，如线上协同办公、远程诊疗、网络教育、微信商城等线上消费。培育壮大相关消费需求，有利于扩大内需和产业升级。应大力发展居家型健康消费。广泛宣传健康消费知识，包括正确饮食养生、科学体育锻炼、基本医疗保健等方面的知识。体育类企业可以大力发展互联网+体育，发展线上培训、直播健身等新业态新模式，培育线上健康消费习惯。大力发展线上线下互动消费。我国移动互联网基础设施和智能手机产业的快速发展，为发展线上线下互动消费奠定了坚实基础。疫情发生前的“线下体验—线上买单—线下消费”模式逐步演变为“线上买单—线上体验—线下消费”模式。可以鼓励商业企业利用网络和微信大力发展线上影院、商城、游戏、视频和直播等消费业态，为消费者提供优质的居家生活服务。大力发展新型消费服务模式。生鲜配送需求的高涨催生了“非接触型”的消费场景需求。在智能技术和信息技术的强力支撑下，服务型机器人、无人超市、AR试衣、无人机配送等场景开始探索商用可能。大力发展这些新型消费服务模式，可以更好满足人们的居家消费需求。

引导形成健康科学的食品消费方式。积极推动绿色环保健康等高品质食品消费，形成健康科学的食品消费方式，确保消费安全。加强食品安全的科普宣传与教育。加大食品安全学校教育、家庭教育与社会教育，提升公众的食品安全科学素养，引导人们形成健康科学的食品消费方式。强化食品企业安全生产的社会责任。食品企业要坚持诚信为本，把食品安全作为生产经营的基本出发点，为消费者提供健康、安全的食品，并自觉接受监管部门和社会监督。引导消费者树立健康科学的食品消费理念，改变不健康的食品消费习惯。日前，全国人民代表大会常务委员会作出关于全面禁止非法野生动物交易、革除滥食野生动物陋习、切实保障人民群众生命健康安全的决定。要按照决定要求，全面禁止食用国家保护的“有重要生态、科学、社会价值的陆生野生动物”以及其他陆生野生动物，包括人工繁育、人工饲养的陆生野生动物，防范病毒传播风险，促进人与自然和谐共生。（人民日报）

尹向东 刘敏



P04 北京市消协发布 2019年度消费者 投诉统计分析

2019年1至12月，北京市各级消协组织受理消费者投诉90558件（包含96315登记投诉23731件），接待来访咨询86765人次，为消费者挽回经济损失5459.29万元。其中，商品类投诉为22793件，占投诉总量的25.17%；服务类投诉为67765件，占投诉总量的74.83%。

卷首语

01 促进实物消费和服务消费回补

本刊策划

- 04 北京市消协发布2019年度消费者投诉统计分析
- 07 通州区消协连续四年被评为“全国消协组织先进集体”
- 08 朝阳区消协成功调解一起汽车消费纠纷
- 09 丰台区消协科技园区分会用温情和耐心化解消费纠纷
- 10 丰台区消协东铁匠营分会成功调解教育培训纠纷
- 10 疫情期间网购纠纷多 消协介入调解助维权
- 11 记东城区消协“劳模”干部李永图

- 12 记东城区消协投诉部主任赵梦云
- 13 记海淀区消协年轻干部何赛
- 14 何英：不畏艰难，静待春暖花开
- 15 姜璐瑶：春节从老家赶回单位的消协新兵
- 16 石明霞：战“疫”中的消协老兵
- 17 安嘉浩：不平凡时间的平凡坚守

热点关注

- 18 市市场监督管理局发布《2019年度消费者权益保护状况报告》
- 21 “消协帮您选”微信小程序上线
- 22 中消协公布疫情期间消费维权热点问题及相关案例
- 25 中消协发布《“凝聚你我力量”消费维权认知及行为调查报告》
- 26 北京300余家企业向市民发放1.5亿元消费券

- 26 北京市交通委：共享单车不得随意涨价
- 27 北京公交启用银联卡刷卡乘车
- 27 北京成立旅游律师服务团队化解疫情合同纠纷

消费时评

- 28 监测涉“野”交易广告要打持久战
- 29 “无接触配送”有标准更要有保障
- 30 别让“过程复杂”成消费维权痛点
- 31 借疫情“诱购砍单”违法

消费提示

- 32 北京市消协呼吁消费者在疫情期间做好个人防护
- 33 谨防假借疫情防控名义实施诈骗



P32 北京市消协提醒： 疫情尚未结束 防控慎终如始

随着疫情逐渐得到有效控制，全国疫情防控形势积极向好，各地有序复工复产，消费活动逐渐恢复。但当前疫情并未结束，北京市消协呼吁消费者在消费过程中做好个人防护尤为重要，切莫麻痹大意，放松防控警惕。

- 34 这些新型消费陷阱要提防
- 36 复工复产期间谨防电信网络诈骗“新花招”
- 36 当心这些健身卡预付费“套路”
- 37 网络购物虽便利 不法微商要警惕
- 37 线上团购消费的五点小提示

消费课堂

- 38 口罩被“搭售”是否合法？法官教你如何维权
- 39 抗疫期间 如何挑选合适的家用健身器材？
- 42 疫情期间遇到网购纠纷怎么办？
- 44 甄别食品有妙招，“六看”食品标签很重要！

《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	bjxfz315@126.com

2020年 第03期（总第90期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

3·15 特献

power

凝聚你我力量

▼ 编者按

每年3月15日是国际消费者权益日。今年的消费维权年主题是“凝聚你我力量”，由于新冠肺炎疫情爆发，今年3.15不能开展线下庆祝活动，全市消协系统纷纷通过线上或其它方式开展3.15宣传活动。有的通过街头广告屏幕宣传消费维权年主题，有的设计制作通俗易懂的消费维权小视频，有的通过网络直播开展消费教育和咨询活动……本刊特推出《3.15特献：凝聚你我力量》专题，全面介绍3.15消费维权宣传内容，凝聚各界力量，关注消费维权，提升消费信息，促进消费发展。



受理投诉90558件，挽回损失5459万元

——北京市消协发布2019年度消费者投诉统计分析

近几年，伴随着商品服务领域发展日新月异，消费新业态、新模式层出不穷，给消费者带来便利，同时也出现了新问题。2019年，北京市消费者协会围绕“信用让消费者更放心”年主题，侧重加强消费政策、法规和技能培训，牢固树立“消费者至上”理念，坚定不移为消费者服务，充分履行协会化解消费纠纷职责，千方百计为消费者排忧解难。2019年1至12月，北京市各级消协组织受理消费者投诉90558件（包含96315登记投诉23731件），接待来访咨询86765人次，为消费者挽回经济损失5459.29万元。

■ 基本情况

在所有投诉中，商品类投诉为22793件，占投诉总量的25.17%；服务类投诉为67765件，占投诉总量的74.83%。服务类投诉数量连续多年超过商品类投诉，2019年服务类投诉数量几乎是商品类投诉数量的3倍。

1、商品类投诉情况

商品类投诉22793件，占投诉总量的25.17%。其中，日用商品类和家用电子电器类的投诉量均超过5000件，交通工具类和服装鞋帽类投诉量超过3000件，上述四类投诉数量占商品类投诉量的比重达到78.26%。各商品类投诉的数量和占比情况分别为：日用商品类5255

件,占6.10%;家用电子电器类5232件,占5.78%;交通工具类3639件,占4.02%;服装鞋帽类3442件,占3.80%;房屋及建材类1932件,占2.13%;食品类1826件,占2.06%;首饰及文体用品类643件,占0.71%;烟、酒和饮料类416件,占0.46%;医药及医疗用品类371件,占0.41%;农用生产资料类37件,占0.04%。

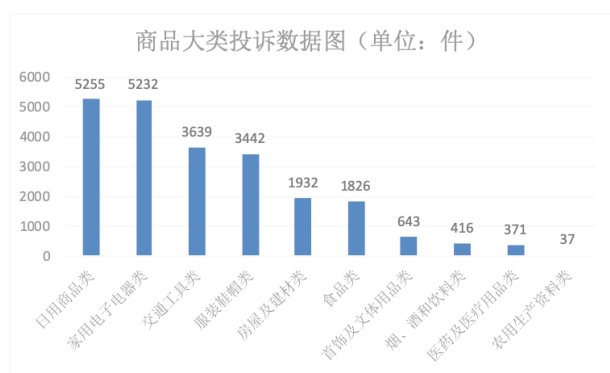


表1: 商品大类投诉数据统计表

商品大类	2019年(件)	投诉比重(%)
日用品类	5255	6.10
家用电子电器类	5232	5.78
交通工具类	3639	4.02
服装鞋帽类	3442	3.80
房屋及建材类	1932	2.13
食品类	1826	2.06
首饰及文体用品类	643	0.71
烟、酒和饮料类	416	0.46
医药及医疗用品类	371	0.41
农用生产资料类	37	0.04

2、服务类投诉情况

服务类投诉67765件,占投诉总量的74.83。其中,销售服务、教育培训服务和生活、社会服务类的投诉量均超过1万件,三类投诉总量已经超过服务类投诉总量的一半(56.06%)。各服务类投诉的数量和占比情况分别为:销售服务20972件,占23.16%;教育培训服务17500件,占19.32%;生活、社会服务类12291件,占13.57%;文化、娱乐、体育服务5379件,占5.94%;互联网服务3010件,占3.32%;公共设施服务2453件,

占2.71%;其他商品和服务1921件,占2.12%;房屋装修及物业服务1511件,占1.67%;旅游服务1296件,占1.43%;金融服务678件,占0.75%;卫生保健服务455件,占0.50%;电信服务140件,占0.15%;邮政业服务132件,占0.15%;保险服务27件,占0.03%。

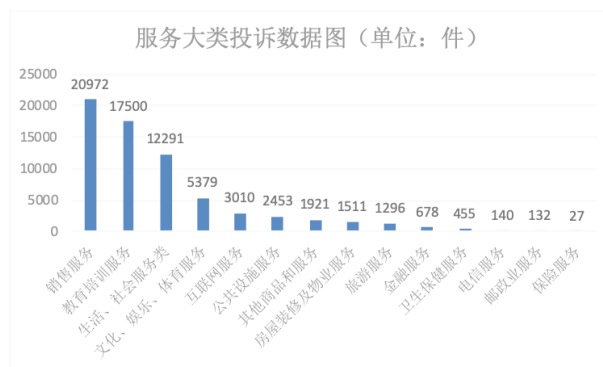


表2: 服务大类投诉数据统计表

服务大类	2019年(件)	投诉比重(%)
销售服务	20972	23.16
教育培训服务	17500	19.32
生活、社会服务类	12291	13.57
文化、娱乐、体育服务	5379	5.94
互联网服务	3010	3.32
公共设施服务	2453	2.71
其他商品和服务	1921	2.12
房屋装修及物业服务	1511	1.67
旅游服务	1296	1.43
金融服务	678	0.75
卫生保健服务	455	0.50
电信服务	140	0.15
邮政业服务	132	0.15
保险服务	27	0.03

3、投诉性质分析

根据投诉性质分析,合同问题、质量问题和售后服务问题的投诉量位居前三位,三类问题的投诉总量共计66931件,占总投诉量的73.91%。各类问题的投诉数量和占比情况分别为:合同问题28883件,占31.89%;质量问题23666件,占26.13%;售后服务问题14382

件,占15.88%;其他问题13722件,占15.15%;虚假宣传问题5570件,占6.15%;价格问题3167件,占3.50%;假冒问题387件,占0.43%;安全问题352件,占0.39%;人格尊严问题304件,占0.34%;计量问题125件,占0.14%。

表3:按投诉问题性质分类情况表

项目	2019年(件)	投诉比重(%)
合同	28883	31.89
质量	23666	26.13
售后服务	14382	15.88
其他	13722	15.15
虚假宣传	5570	6.15
价格	3167	3.50
假冒	387	0.43
安全	352	0.39
人格尊严	304	0.34
计量	125	0.14

■ 热点问题

1、“粉丝”投诉引人关注

当今社会,“追星”已经成为一种普遍现象,特别是在年轻消费群体中,“粉丝”的数量众多。去年,市消协96315热线接到大量“粉丝”投诉,涉及为明星打榜或者购买“偶像”演唱会门票等问题,这类投诉往往涉及人数众多,应引起重视。

2、OFO小黄车、TOGO途歌等企业退押金问题难解决

据统计,去年96315热线共登记北京途歌科技有限公司退押金投诉888件,登记北京拜克洛克科技有限公司(OFO小黄车)退押金投诉762件。鉴于企业的经营状况,上述投诉的解决率极低,有关行政部门尚没有有效措施。

3、商家擅自取消订单问题不容忽视

据统计,去年96315热线共登记涉及商家擅自取消订单的投诉253件,不仅“砍单”范围涵盖了购物、旅游、出行、订餐、娱乐等多方面,投诉量也较2018年增长60.13%。“砍单”行为易引发群体性投诉,不容忽视。特别是随着《电子商务法》的施行,“砍单”行为的性质也更加明确,电子商务经营者不得以格式条款等方式约定消费者支付价款后合同不成立;如果格式条款等含有

上述内容的,其内容无效。

4、教育培训服务的投诉数量居高不下

全社会对教育培训的消费需求不断增大,相关投诉的数量也明显增加。2019年,全市消协系统受理教育培训服务的投诉17500件,占总投诉量的比重高达19.32%,教育培训服务已经成为服务类投诉中的第二大问题。市场上的培训机构良莠不齐,投诉问题主要集中在虚假宣传、拖延退款、格式条款不平等等、诱导学员进行贷款等问题。

5、二手交易平台投诉增多

二手物品交易越来越被人们认可和接受,但二手交易市场目前尚不完善,消费者购买二手物品仍存在较大风险。据统计,2019年96315被投诉企业排名前十的企业中,有2家是二手交易平台/转卖平台。投诉问题主要集中在产品质量问题、实物与宣传不符、假冒问题等。

■ 有关建议

1、消费者要强化维权意识。消费前要理性辨别商家宣传的内容,并留存有关证据材料,需签订合同的要认真审视合同条款,对商家承诺的关键性内容,在合同中需要明确体现。消费过程中,如发现商家承诺内容与实际情况有出入,应第一时间与商家协商,维护自身权益,如无法达成一致,可向消费者组织或有关管理部门投诉,或通过其他法律途径维护权益。发现商家经营过程中存在违法行为的,应第一时间向有关管理部门举报。

2、经营者要牢固树立“消费者至上”理念。依法履行《消费者权益保护法》及其他有关法律法规对维护消费者权益的规定,严格落实消费维权的第一责任,诚实守信经营,重视消费者诉求,及时改进消费者反映的问题,妥善解决消费纠纷,努力提升消费者的满意度,自觉维护良好的市场秩序。各行业组织应积极发挥作用,倡导行业内企业主动承担社会责任,主动维护好消费者权益,共同推动行业高质量发展。

3、推进保护消费者权益的立法立规工作。依法治国是实现国家治理体系和治理能力现代化的必然要求,更是从根源上维护消费者权益的根本保障。当前消费领域发展迅猛,但有关制度措施还需进一步完善,需要通过开展在消费者权益方面的法律法规制定工作,以充分反映消费者的意见、表达消费者的诉求,从制度层面更好地保护广大消费者的切身利益,促进经济社会健康发展。

通州区消协连续四年被评为 “全国消协组织先进集体”

去年共受理消费者投诉946件，成功办结893件，为消费者挽回经济损失62.4万元。“3·15”国际消费者权益日前夕，通州区消费者协会连续第四年被中国消费者协会评为“2018-2019年度全国消协组织先进集体”荣誉称号。

用心调解每一起消费投诉

通州区消协办公地点位在新华街道如意社区的一栋居民楼内，6名工作人员就在一层两套紧临，相加总共100多平方米的两居室里受理和调解来自天南海北的消费者的消费投诉。多年来，通州区消费者协会以消保维权为中心，以热情服务为宗旨，积极推动消费环节经营者首问负责和赔偿先付制度落实，促进经营者诚信自律，努力营造北京城市副中心安全放心消费环境。

“除了有急消费者之所急、想消费者之所想的工作态度，还要有过硬的业务能力和水平。”通州区消协秘书长张克说，“我们除了苦练业务本领，熟知牢记法律法规，还自学、互学调解技巧，为的就是妥善解决每一起消费纠纷，让每一起消费者投诉件件有着落，事事有答复。”

通州区消费者协会下辖15个消协分会，除了做好对消协分会的检查指导，还以投诉受理、材料登记、档案归档、信息报表为重点环节，以平台接待、电话接听、工单回复、投诉分析为重点内容，着重加强了消协分会的工作基础建设和规范化建设，做到工作时限、工作标准、工作流程的规范统一。

用心做好消费引导

每年“3·15”，通州区消协都会联合区市场监管局开展形式多样、内容丰富的宣传活动。2019年，他们围绕“信用让消费者更放心”年主题深入大型商业企业开展法律法规宣讲，开展消费知识进社区、进企业、进村镇系列

宣传，“3·15”当天还在万达广场通过发放宣传材料、解答消费者咨询等形式，宣传法律法规和消费政策，积极倡导企业诚信经营，围绕北京城市副中心建设，努力营造健康、和谐的消费生态环境。

针对个别不法商家打着高回报集资、理财的旗号骗取老年人钱财的情况，通州区消协和市场监管局在如意社区建立了全市首家老年消费教育基地，通过开展金融消费教育进社区活动，帮助广大老年人消费者树立理性消费观念，提高消费风险意识和自我保护能力。同时，通州区消协还先后在潞阳桥、水仙园、柳馨园等社区开设消费知识讲堂，通过贴近百姓、贴近生活的消费教育活动，200多名社区居民成了消费知识讲堂的“常客”。

用心打造服务品牌

2019年“双11”“双12”期间，许多家住通州市民的手机上都收到了一条题为《买买买怕陷阱，通州消协提醒这些得重点防范》的微信，提示大家在网络购物高峰期间重点注意先涨价后降价、虚构“原价”、随意标注价格等情况，并提示了具体的防骗、防上当的注意事项。据了解，通州区消协与“北京通州发布”微信公众平台加强协作，定期发布辖区投诉分析和消费提示、警示信息，对损害消费者合法权益的行为，通过该公众号予以揭露曝光。2019年共在各类新闻媒体和网络、微信、微博新媒体平台刊登播出典型消费案例、消费提示警示信息160篇，揭露、曝光损害消费者合法权益经营者7户。

去年7月，通州区消协组织召开新闻发布会，主动向社会公布副中心实体店消费满意度调查结果，公开披露了辖区60家商场、超市和市场售后服务不到位、霸王条款，食品安全隐患等10余个方面的问题，发动社会力量对存在的问题和不足监督整改。同时，通州区消协还会同相关部门成功推荐辖区优秀诚信企业参加全市诚信服务承诺单位评选活动，先后共23家企业获得市消协授予的“诚信服务承诺单位”称号。（赵思远 郭迪）

朝阳区消协成功调解一起汽车消费纠纷 为消费者退还46万元购车款

案情简介

近期，朝阳区消协受理了一起关于汽车的投诉。消费者吕先生反映，其于2019年10月12日在北京某汽车销售公司购得一辆某品牌加拿大生产并进口的越野车，购车款458300元，其中无息贷款150000元，消费者连保险、装饰、购置税共计花费540165元。

后来洗车时，消费者发现汽车有减震螺丝未拧紧、大灯线束杂乱、车门密码锁开裂及多处螺丝被拧动的痕迹，认为车辆有安全隐患，自己受到欺诈，要求该公司退车，并赔偿十万元损失。在与该公司商量无果的情况下，投诉到朝阳区消协。

调解结果

2019年12月13日，区消协约消费者吕某和被诉方现场调解。双方分别陈述了各自的情况。被诉方称：进口后没有对该车进行过任何修理，需要向加拿大生产商核实该车辆的生产流程，请区消协给予一定时间。

2020年春节过后，新冠肺炎疫情对正常工作影响很大。即便在这种情况下，朝阳区消费者协会对消费者投诉的调处工作也没有停止。在经过多次非接触式协调，在双方的强烈要求下，2020年3月10日，朝阳区消协工作人员在确保安全防护及消费者和经营者确保14日内未出京的情况下，再次进行了现场调解。

被诉方称已向生产国加拿大英克维尔总装厂取得了调查回复，该车辆的大灯确实下线后重新进行了安装，多处螺丝进行过调整。鉴于不符合消费者的消费心理及消费习惯，为了最大限度维护消费者的利益，减少疫情期间往复可能产生的感染隐患，被诉方同意给消费者办理退车，并赔偿消费者50000元。

消费者接受此结果。最终退还了消费者390165元购



车款（含保险、装饰、购置税等其它费用）、25000元按揭款（按揭贷款共计150000元，消费者每月还款5000元，剩余125000元还给贷款金融公司）、50000元赔偿金，共计465165元。此大额消费纠纷在疫情期间取得圆满解决。

案例评析

一、疫情防控期间，消协组织依法履行职责。在多次进行非接触式调解之后，朝阳区消协在确实必须进行现场调解的情况下，在确保各方健康安全的前提下，尽快解决了消费纠纷，体现消协组织履行公益性职责的社会形象。

二、从该案例来看，该车辆不符合《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》第二十条第二款规定“家用汽车产品自销售者开具购车发票之日起60日内或者行驶里程3000公里之内(以先到者为准)，家用汽车产品出现转向系统失效、制动系统失效、车身开裂或燃油泄漏，消费者选择更换家用汽车产品或退货的，销售者应当负责免费更换或退货。”的退换货条件，也不符合该规定的第二十二条，但在疫情期间，被诉方为不符合退车条件的消费者办理了退车，不计较企业得失，为朝阳企业做出了一个榜样。

丰台区消协科技园区分会用温情和耐心化解消费纠纷 让商家和消费者相互谅解

新冠肺炎疫情暴发以来，口罩、消毒液等防护用品的消费投诉明显增多，丰台区消协在处理此类纠纷过程中发现，大部分诉求纠纷源自紧张情绪引起的恐慌，化解矛盾也要从缓解“恐疫心结”入手。

2月15日，消费者刘先生丰台某便利店购买了一包进口一次性口罩，佩戴后感觉不舒服，怀疑存在质量问题，第二天到店里要求退货。便利店认为口罩质量没问题，且包装已拆封，不同意退货。双方由此发生争辩。

2月18日，刘先生向丰台区消协科技园区分会投诉，称该店销售有质量问题口罩。接到投诉后，园区分会工作人员立即联系商家，认真核对鉴别该品类口罩的进货渠道情况。经核实，发现该产品进货渠道正规、手续齐全，有检测合格证，产品标识清晰、符合规定，产品质量没有问题。

18日下午，园区分会工作人员向投诉人反馈情况，虽然工作人员反复陈述检查过程和结果。但刘先生却不相信调查结果，他说：“我亲自戴过，肯定有问题。如果我们全家戴这个口罩感染了病毒，谁来负责？你们应保护消费者，不能帮着商家说话！”

疫情当前，防疫用品投诉无小事。负责园区消协分会工作的陈海平同志，是市消协2019年“消费维权之星”候选人，不仅工作责任心非常强，而且调解纠纷的经验也很丰富。她主动接过这件投诉，再次找到商家，再次认真核实产品质量情况。

“很多人从我这里买这种口罩，就他一个人说质量有问题！”便利店经理满肚委屈，向陈海平诉苦：店里人来人往，她们也怕感染，也想呆在家里，但企业要履行社会责任，坚持营业，好心却被说成发国难财，怎能不让人不生气？“如果这么费力不被理解，还不如关门歇业，免得找麻烦。”

陈海平认真地听完经理诉说，真诚地对她说：“你们与医护人员一样，为丰台疫情防控做出了重要贡献，很感谢你们的工作。”随后，又详细向经理介绍了物价管理有关规定，并表示愿意随时提供咨询服务。

最后，陈海平说：“刘先生戴这款口罩确实不舒服，会不会有个体差异问题？再加上对疫情的恐慌紧张心



丰台区消协科技园区分会陈海平同志正在调解投诉

理，从疫情防控大局出发，我们都应该尽最大努力营造平和良好的心态，能否有些灵活的处理措施？”经理思考了一会儿，爽快地说：“个体差异可能有，这些细节就不纠缠了，我们给他退货，还可以免费给他赠送几个我们公司员工自用的口罩”。

商家态度转变让陈海平很受鼓舞，她马上致电刘先生。首先，对消费者关注口罩质量问题表示非常认可，这不仅是对个人负责，也是对社会负责。其次，当前“战疫”关键时刻，消协不会放过隐患，这款口罩质量是合格的，请相信消协。第三，口罩适应性个体有差异，相信刘先生先戴口罩不舒服的反馈是真实的，从防疫大局出发，疫情期间让刘先生有个好心情，商家愿意无偿退货，并赠送其他款口罩。第四，便利店坚持开门营业，保障防疫用品的供应，有利于疫情防控，店员家里也上有上老下有小，将心比心，他们冒着很大风险，当前我们应该互相谅解、团结一致抗疫情，希望双方能和解。

在消协工作人员耐心真诚的调解下，双方达成和解。商家要上门为刘先生办理退货，刘先生说相信消协的工作能力和商家的诚信水平，虽然他自己戴着不合适，但家里人是可佩戴的，不再要求退货，同时也谢绝了赠送口罩。

在陈海平等同志细致工作下，商家与消费者面对“战疫”大局，拉近了距离，凝结了情感，相互体谅，相互鼓舞，都为疫情防控做出了贡献。以陈海平同志为代表的消协工作人员，从舒缓购销双方紧张情绪着手，温情化解疫情防护用品消费纠纷的工作也得到了消费者和商家的充分肯定。

丰台区消协东铁匠营分会成功调解教育培训纠纷 消费者遥寄锦旗表谢意

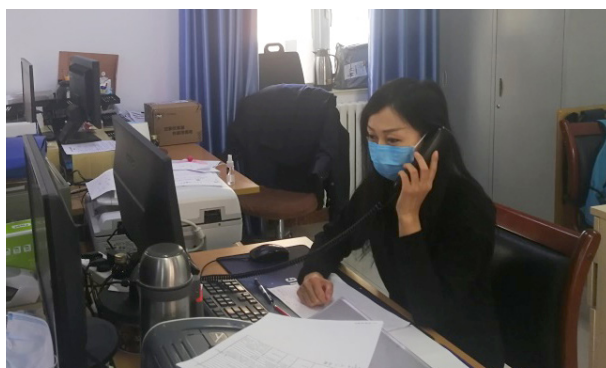
3月5日，丰台区消费者协会东铁匠营分会收到一份快递，内有锦旗一面，上面印着“青岛市西海岸经济新区柳某敬赠”的字样。经过核实，原来是一位曾投诉后经东铁匠营分会调解满意的消费者为了对消协分会工作人员表示感谢而赠送的。

回顾这起投诉的调解过程，虽然期间充满了周折，但最终能够为消费者调解成功并满意，对于东铁匠营消协分会的调解人员来说，让消费者满意是我们的工作宗旨。

消费者反映，自己于2019年12月在网上报名学习消防工程师，消费12998元，当时报名是因为某培训机构忽视了自己是否符合报考资格的问题，在缴纳培训费报名后才发现自己并不符合报考条件，找到培训机构协调退款，但培训机构却找各种理由拒绝退款，消费者希望得到当地消协组织的帮助。

接到消费者投诉后，丰台区消协东铁匠营分会工作人员赵霞第一时间联系了该培训机构的负责人，告知投诉内容并向其了解相关情况。

该公司资质齐全，合同完整，为何会出现此类问题点的投诉呢？于是，消协工作人员与公司负责人一起分析、追溯事件的起因。经过多次与消费者核实情况，并多次与该企业进行沟通，对消费者的所有资料做了分析，最终找到了问题的根源。



赵霞正在接听消费者电话

由于该公司因业务发展迅速，急招业务员，疏于对新上岗人员的培训，导致公司与学员在先期沟通时承诺有误。该消费者曾在网上已进行学习7课时，按照比例应在退款中就此项费用进行相应的减免，消协工作人员就此问题再次与消费者沟通并解释，消费者对此认可，最终由企业为消费者办理了学费90%的退款处理。

经与消费者柳某联系，其称本人在青岛，又因现处于疫情非常时期，不方便亲自至北京当面道谢，便通过快递方式赠送锦旗一面表达自己的感激之情。

主管消协工作的王鹏所长表示，消费者至上是我们的宗旨，依法公正公平调解消费纠纷保护消费者合法权益，促进企业提升诚信经营意识是消协应尽的责任。

疫情期间网购纠纷多 消协介入调解助维权

春节前后，受新型冠状病毒感染的肺炎疫情影响，消费者由于计划的改变而退改订单，而部分企业存在客服人员有限、响应不及时、业务办理困难的情况，相关消费纠纷显著增多。大年三十至正月十五期间，通州区消协共接到消费者投诉78件，网购商品违约成为投诉热点。

消费者张女士于1月22日在网上支付138元订购了一款商品，商家承诺2月1日发货，可到了日子，商品却一

直没有发货，询问卖家也没人答复。又过了两天，商品依然没有发货。在疫情如此严峻的时期，更应该少出门、少聚集，于是心急如焚的张女士拨打了消费者协会热线进行投诉。

与张女士有相似经历的消费者还有很多，通州区消协玉桥分会接到投诉后，迅速展开调查，立即约谈了被投诉的商家，商家负责人表示：“因上游生产线的需要，

该商品被紧急征用，导致众多消费者购买的订单商品无法发出。”最终，出于对疫情特殊情况的考虑，通过网上办公，电话调解，消费者只要在网上取消订单后，由商家立即退款，同时，商家对消费者进行道歉。

此外，为了在疫情期间及时高效处理好消费者投诉，通州消协玉桥分会要求被投诉商家立即制定应急处置方案，通过加大客服人员、“秒退款”、下架商品等措施，维护好消费者的合法权益。

此案纠纷中，被诉公司在网站上发布商品售卖信

息，属于合同要约行为，消费者下单购买商品，双方之间的购买合同已经成立。根据《中华人民共和国合同法》第六十条规定，“当事人应当按照约定全面履行自己的义务。”经营者应当履行发货义务。在疫情非常时期面对众多消费者对同一商家同一行为的投诉，通州区消费者协会玉桥分会采取线上办公、高效处置、发布提示、疏堵结合等有效措施，妥善处理好消费纠纷，维护消费者合法权益。

每天第一个到，最后一个走！

——记东城区消协“劳模”干部李永图

“身为一名党员干部，就要带头站在防控疫情战斗的第一线，关键时刻就要挺身而出，责无旁贷！”

面对来势汹汹的疫情，东城区消协59岁的党员干部李永图丝毫没有畏缩。在收到支援社区防疫工作通知后，他主动申请到一线社区值守站岗，抗击疫情。

新冠肺炎疫情发生以来，东城区消协从大年三十就暂停了休期，坚持无假日、不间断值班值守，确保消费者投诉调解渠道畅通，并在此基础上抽调两名干部参与到一线防疫工作当中。李永图就是其中的一位。

李永图曾荣获全国劳动模范、北京市劳动模范等多项光荣称号，平时在区消协主要负责老年消费维权工作，一直是领导眼中的好干部，同事心里的好大哥。

这次深入基层社区抗击疫情，他带领年轻同志驻扎在体育馆路街道的一处复杂点位，他所在的点位只有四名干部，在所有支援点位中人手几乎是最少的。李永图主动带头，他坚持每天第一个到，最后一个走。认真检查进入社区的行人车辆，给过往行人测量体温，阻止无关人员进入社区。

面对周而复始的工作和露天寒冷的环境，大家的精神和体能受到了严重考验，这时他便会和大家交流谈心，给他们鼓劲加油。他对每一项工作的热忱和敬



李永图在给过往行人测量体温

畏深深感染着身边的每一个年轻干部。除了做好日常工作，他还热心为过往的行人提供帮助。

有一天，他正要下班回家，一位外地的行人路过值守岗位，向他问路，在详细告知行人路线后，由于对方还是不太清楚，他便亲自把行人送到了一公里外的地铁站，

确认对方明确路线后才离开。

在疫情面前，东城区消协全体干部上下齐心，共同构筑起抗击疫情期间消费维权工作和社区值守的双防线，守护着家园的平安，也为全区的消费纠纷调解提供了有力保障，全力以赴做好疫情防控期间消费者权益保护工作。

为基层社区守好战“疫”关口

——记东城区消协投诉部主任赵梦云

“师傅，请你戴好口罩！”

“师傅，请你出示出入证！”

“师傅，电子枪测温很快，请配合测下体温！”

2020年初始，一场突如其来的新型冠状病毒肺炎疫情迅速蔓延，打破了很多人的生活工作计划，其中包括东城区消协投诉部主任赵梦云。疫情的蔓延让赵梦云毅然下定决心，主动和同事一起深入基层街道社区一线抗击疫情，值守检查。

2月8日，赵梦云作为单位抽调干部奔赴街道社区一线开展疫情防控工作。他被安排在葱店社区的驹草胡同南口值守，这个胡同口人流量大，而且之前有过确诊病人，疫情防控工作压力很大。但他丝毫没有畏缩。

他与社区同志一道，坚守在疫情防控第一线，严防重点点位，对所有的过往人员进行逐一排查，认真做好返京人员防控登记，给社区居民发放出入证，给进出人员测量体温，提醒未佩戴口罩的人员佩戴好口罩……

2月13日深夜11点多，赵梦云和一起深入开展疫情防控工作的同事都接到紧急通知，要求立即全员上岗。此刻的北京，下着鹅毛大雪，气温和夜色仿佛都达到了极致。赵梦云和大伙一起迎着凛冽的寒风，迅速回到了社区防疫一线岗位。

“越是特殊节点，越要提高警惕，我们多巡查，站好岗，社区居民才会更安全！”虽然大家都穿着厚厚的衣服，在岗上时间长了，还是冻得够呛，大伙手脚都冻僵冻木了。但大家没一丝怨言，在恶劣的天气面前，用实际行动，



默默诠释着不忘初心牢记使命的真实内涵。

投入基层疫情防控工作以来，赵梦云和大伙一直坚守在岗位上，一天也没有休息过。为了减少来回换岗耽误时间，确保按时轮岗，他们在下岗的时候，经常是在车里做个短暂休整，就又立刻出来换岗。每一个人都希望自己的战友能够多休息一会儿，少一份危险！

在疫情防控的关键时刻，他们没有轰轰烈烈、惊天动地的伟绩，只是默默地坚守在基层社区一线，坚守在疫情防控疫情的前沿关口，兢兢业业，脚踏实地，用自己的实际行动做出了最鲜活、最生动的注解！

疫情之下，他们多一份担当，多一份“疫”不容辞，大家就多一份安全，这场没有硝烟的战“疫”就可能早一天结束。

多重身份的抗“疫”90后

——记海淀区消协年轻干部何赛

“曾经，全世界保护90后；现在，换90后守护世界！”这是抗“疫”以来一直深深鼓舞着何赛的一句话。

何赛，一个普通的90后姑娘，一名普通的90后党员，一位普通的90后海淀区消费者协会干部，突如其来的疫情，赋予了她更多的身份，更赋予了她更多的使命与担当。

她，是后勤保障的联络员。疫情防控工作伊始，何赛就被紧急抽调至海淀区市场监管局疫情防控专班防护与后勤保障工作组，成为工作组联络员，与专班办公室对接，及时准确上传下达疫情防控期间的信息指令，成为她每日最主要的工作，临时隔离区送餐、一米线设置、食堂分散就餐引导、防护物资统计发放……每一项内部防控工作她都参与其中，努力做好全局疫情防控的“大后方”。

她，是防疫信息的宣传手。从如何配比消毒溶液，到如何提高口罩使用寿命，再到如何疏解情绪，浏览搜罗各种防疫信息成为何赛每天中午边吃饭边做的事，每一期内部防控业务指导的发布，她都反复甄别信息真伪，编撰适合本单位防疫信息宣传知识，指引全局科学规范防疫，在防疫工作高压的情况下，为疫情防控阻击战的干部职工筑起心理防“疫”墙。

她，是消费维权的娘家人。除防护与后勤保障工作组联络员的工作外，何赛尽力履行好一名消协人的职责，当疫情遇上“3·15”，她一边监测统计疫情期间消费投

诉数据、梳理撰写典型案例，一边积极参与谋划拓展线上消费教育，特殊时期做好消费者贴心的“娘家人”。

她，是社区防控的值守者。随着返京高峰期人流增加，何赛在完成本职工作的基础上，又投入到为期三周的疫情防控值守工作，期间室外温度一直在零度以下，又时常赶上雨雪大风天，她始终按时到岗，配合社区做好人员体温监测、返京人员登记、疫情防控知识宣传，严守社区第一道防线。

她，是临时客串的理发师。疫情期间，理发店纷纷闭店未开，又恰巧赶上中国传统二月二“龙抬头”，何赛就把自家的电推子拿到单位，利用休息时间为同事们理发，这位“Tony老师”的“作品”收获不少好评和点赞。

她，还是爷爷宠爱的孙女。连续奋战一个多月，何赛收获难得的一日休息，她赶忙去探望陪伴她长大的爷爷，看到已年近九旬的爷爷却不敢亲近，因为自己一直参与疫情防控工作，担心老人抵抗力弱，就这样爷孙俩在门口相距戴着口罩攀谈，老人宠溺的笑容化成她最坚硬的铠甲，家人全力的支持为她免除后顾之忧。

疫情当中，众多90后冲在一线，释放出无畏艰险、勇往直前的青春力量。作为一名90后，此次抗击疫情让何赛坚定执着，以更多实际行动践行“让党旗飘扬在疫情防控一线”的庄严承诺！



315

战“疫”中的基层消协人

2020年初，一场突如其来的疫情打乱了老百姓的生活节奏，定好的年夜饭退不退，旅游去不了怎么办，蔬菜涨价了该咋办等一系列的问题。

海淀区消协海淀街道分会全体人员，立足法定职责，坚守维权岗位。

本刊摘录了海淀区消协海淀街道分会几位消协人的战“疫”事迹。

何英 | 不畏艰难，静待春暖花开



2020年1月21日（腊月二十七），疫情爆发初期，春节假期即将开始，因组里非京籍、远郊区的同志们已准备好回家过年，人员非常紧张，海淀区消协海淀街道分会的何英，主动承担了年三十和初一的值班工作。

值班期间，她认真做好每天的台账登记，及时将涉及疫情相关口罩、食品安全问题的投诉与所领导汇报，准确做到“接诉即办”24小时回复。并在处理普通投诉时，第一时间与消费者联系，做好反馈确保投诉案件及时处理。

受疫情影响，消协海淀街道分会辖区的某在线旅游平台企业在本次疫情期间涉及要求退还交通、酒店住宿等投诉工单激增，涉及到旅游业、餐饮业、酒店、航空等行业，自1月21日至3月9日，共接到各类投诉单11407件，其中该旅游平台企业11067件，占比约97%。单日最高接单量是361件，日均接单量是233件，其中某平台通过海淀街道消协分会处理其公司已为消费者在机票、酒店、火车票上赔付金额共计800余万元。

不断增加的投诉量，大量的工单需要电话回复和系统办结，但是部分人员因为疫情不能及时返岗，造成人手短缺。

何英就取消了午休，加班加点的回复，因为她有血压高的老毛病，连日的劳累血压一下升到了150，别人劝她休息，她吃了药坚持不离开岗位，说只有及时将工单回复录入系统，才能体现出工单办结率，决不能耽误。

就这样在何英不断的坚持和同事们共同努力下，快速办转、快速回复，创下了单日最高回单量是607件，日均回单量157件的辉煌战绩。

万余件各类投诉单，要经过接单—处理—办结—登

记—归档五个处理阶段，何英充分利用下班以后及周末休息的空余时间，认真做好工单登记，完善投诉台账管理，并与办理人员及时沟通，做好到期提示工作，做到投诉工单不逾期、不催办。

在疫情防控特殊时期，对于消协的工作，何英选择坚守、勇挑重担、无怨无悔；对于家人却是满满的愧疚。这就是海淀街道消协分会的何英，用尽心的坚守来全力保障消费者合法权益，共同迎接不远处的春暖花开。

姜璐瑶 | 春节从老家赶回单位的消协新兵

刚满20岁的姜璐瑶，2019年11月才入职，是海淀消协海淀街道分会的一名消协新兵。

仅入职2个多月，就遇上新冠疫情的爆发，正值春节假期消费者投诉量急剧增多，尤其是在线旅游机票和酒店方面的投诉也呈现出“爆单”态势，解决消费纠纷的工作压力巨大，仅1月21日至3月9日，共接到各类投诉单11000余件。

新入职的姜璐瑶，虽然对相关工作还不太熟悉，但她在疫情面前的表现非常出色。春节期间，她毅然从老家赶回单位和大家一起分担投诉举报工作重任。

她到岗后，主动放弃午休和周末休息，加班加点，虚心向身边同事认真学习并快速掌握了工单接收、电话回复、系统录单及“接诉即办”剔除挂账案件上报等多项工作技能。遇到有可能引起群访群诉的案件线索及时上报领导，进行沟通消除隐患。

战“疫”期间，高峰时期投诉工单单日最高接单量是361件，日均接单量是233件，姜璐瑶在同事们的协同作战下，高效处置各类投诉举报，单日最高回单量是607件，日均回单量是157件，此期间海淀街道消协分会为消费者挽回经济损失共计800余万元。

姜璐瑶吃苦耐劳，踏实肯干，有强烈的责任感，始终把消费者放在首位，认真对待每一个投诉，努力使每一位消费者的诉求得到及时有效反馈，让消费者感受到消协就是他们的坚强后盾，在抗击疫情的过程中贡献出自己的力量。

姜璐瑶积极适应角色转变、岗位需求和社会需要，坚持把维护好消费者的权益作为工作的出发点和落脚点，肩负起时代赋予的神圣使命。

相信通过此次疫情期间的受理消费者投诉工作，她一定能够快速成长，做让消费者满意的消协人，将来为消费者权益保护作出更多的贡献。



石明霞 | 战“疫”中的消协老兵

新冠肺炎疫情牵动着所有人的心，新冠肺炎疫情防控工作开展以来，海淀区消费者协会海淀分会工作人员石明霞同志，虽不能向医务人员那样战斗在疫情一线，但针对自疫情以来所内每日接投诉工单与日俱增的情况，主动克服家里老人病重住院和自己身体不适的困难，主动加班加点处理工单、进行调解，用实际行动支持疫情防控工作，以维护消费者权益为第一要务，将工作岗位当战场，始终坚守岗位，保持饱满的工作热情，全力以赴履行岗位职责，为消费者排忧解难。

从疫情爆发至今海淀分会工单爆增，每个工单都要经过系统签收、建立电子台账、分配、与企业联系核实、接收企业的回复、进行调解或电话告知调解结果、录入系统处理情况、办理结果在电子台账上填写完整、整理工单所有材料、归档等工序。海淀分会自1月21日至3月9日，共接到各类投诉单11407件，为消费者挽回经济损失共计800余万元。期间单日最高接单量是361件，日均接单量是233件。

石明霞在疫情防控期间克服家庭、身体等困难努力

拼搏在消费者权益保护工作的第一线。疫情工单突然爆增，她主动放弃休假，春节期间主动加班，在家照顾生病老人的她要从平谷回来加班，在疫情期间不管多晚总是处理完当日的工单后再下班；为了疫情投诉每日中午放弃午休，吃桶泡面就继续工作。

因连续高强度工作，身体出现了问题，在单位领导一再催促下，她坚持完成当日工作后才去医院检查治疗，身体稍有好转就又回到工作岗位，做到及时接收、及时分派、及时反馈、及时统计、及时归档，持续做好疫情防控期间消费者权益保护工作。石明霞与同事共同创新，一天最多完成607个工单的记录。

石明霞因为工作突出被推选为2019年度“消费维权之星”候选人，就是这样的执著与努力，闪亮了海淀消协海淀街道分会的标志，鼓舞着身边的同事们一起奋勇前进。

面对如此严峻的“抗疫”战争，不管怎样，我们都应该始终相信“没有哪个冬天不可逾越，没有哪个春天不会到来。”



安嘉浩 | 不平凡时间的平凡坚守

在疫情面前，刚满20岁的安嘉浩没有丝毫犹豫，提前结束了休假，投入了工作。

安嘉浩是海淀区消协海淀街道分会调解员。因受疫情影响，海淀街道分会受理的投诉量急剧增长，自1月21日至3月9日共接到各类投诉多达万余单，调解人员的压力也随之成倍地增加。

抗击疫情虽未在一线，但身处“大后方”的消协工作人员安嘉浩丝毫没有松懈，调解电话从白天打到晚上，曾有一天调解多达147件，嗓子一度发炎失声，但他只“休息”了2天就又重返调解岗位，而这两天他又战斗在了系统接单岗上……

为了保证消费者能在最短时间内收到调解结果，他无畏辛劳持续电话调解回复，从1月29日至今未休一个周六日。疫情工作中，哪里需要人，哪里就有他的身影。在他的眼里，消费者的一句谢谢，同事的一个微笑，就是对他莫大的鼓励，也是对于这份工作前进的动力。

寒冬里别样的温暖——2月4日，海淀区消协海淀街道分会接到一起投诉，消费者任女士于2019年在某网购平台购买一台热水器，后热水器因质量问题损坏，遂与商家沟通退费问题，但一直无法与商家达成一致，后投诉到消协。

接到投诉后，安嘉浩第一时间联系消费者，老人叙述这个热水器的退费问题已经僵持了半年，商家各种理由去推诿。他了解了基本情况后迅速与企业负责人联系，联系后得知商家因任女士年岁太大，不太懂退款流程，沟通出现了问题，再加疫情企业缺少工作人员，核实后会进行退款。

在与老人的沟通中，全程安嘉浩都在细心沟通指导，因为后续转账的银行卡号出现问题，老人因为全过程的接触已经完全信任了未曾谋面的安嘉浩，主动将卡号及相关信息提供给他，拜托小安帮忙继续退款流程。

经多次协调，商家终于退款，经核实钱已退到任女士的账户。任女士非常感谢安嘉浩，一声声的感谢让小安内心久久不能平复，感慨万千，他感觉到了调解工作的责任感和使命感。

安嘉浩在处理每单投诉的时候，都能切实感受到消费者急切的心理，每一个电话他都会耐心细致去调解，认真

的去分析，直至让消费者满意。战“疫”期间共为消费者挽回经济损失共计800余万元。



让群众放心消费、便利消费

市市场监督管理局发布《2019年度消费者权益保护状况报告》

3月13日，市市场监督管理局发布《2019年度消费者权益保护状况报告》。2019年，在市委市政府的领导下，北京市市场监督管理局、北京市消费者协会和各区市场监督管理部门、消费者协会立足职能，牢固树立以人民为中心的发展思想，坚持“民有所呼、我有所应”，着力解决消费者反映强烈的突出问题，完善首都消费环境建设统筹协调机制，畅通诉求表达渠道，加强大数据分析利用，强化风险监测和预警，健全消费纠纷多元解决机制，提高诉求处置率，强化对重点被诉主体的监管，严惩消费侵权行为，不断提升人民群众的获得感幸福感安全感。

2019年，北京市市场监督管理部门持续加强消费者权益保护，以“让群众放心消费、便利消费”为目标持续营造安全放心消费环境，体制机制建设取得突破，侵害消费者权益的严重违法行为得到有效遏制，企业消费维权主体责任意识明显增强，消费者满意度不断提升。

一年来，北京市市场监督管理局12315综合信息采集服务平台共接收各类诉求信息92.74万件，挽回消费者损失3.06亿元。全市消费者协会组织共接到消费者来访14.38万件、次，受理消费者投诉7.17万件，为消费者挽回经济损失0.47亿元。全市市场监督管理部门查办侵害消费者权益的案件2.58万件，罚没款2.95亿元。

完善体制机制，切实做到民有所呼、我有所应

健全市场消费环境建设统筹协调机制

根据首都消费环境建设和消费者权益保护工作需要，调整完善北京市市场消费环境建设联席会议制度，明确了目标原则、成员职责和工作规则。联席会议由分管副市长担任召集人，办公室设在北京市市场监督管理局。同时，结合机构改革情况，对委办局成员单位进行了调整，并增加各区政府为成员单位。目前，联席会议由32个委办局、16个区政府和北京市消费者协会组成。构建了联席会议成员、联络员两级议事协调机制，加强部门间协同配合，促进工作效能提升，进一步提高市场消费环境建设能力水平。

提升“接诉即办”工作效能

按照北京市政府关于加快推进政府热线资源整合，实现全市“一号响应”的部署和工作要求，北京市市场监督管理局12315热线于2019年6月28日正式并入北京市政府服务热线管理中心12345热线平台，相关诉求统一由12345热线平台负责接听和转办，消费者拨打12345、12315两条热线均可反映诉求。北京市市场监督管理局成立“接诉即办”工作专班，统筹推进全局“接诉即办”工作，通过对诉求问题的接收、处置，构建起“问题识别—风险监测—数据分析—监管指导—工作举措”的循环式诉求办理工作闭环，持续优化诉求处理工作体系，有效提高市民诉求办理的响应率、解决率、满意率。

坚持重点领域专项治理模式

根据消费者诉求及监管执法情况，针对问题易发领域集中力量开展专项治理，打击侵害消费者合法权益的违法行为。2019年，北京市市场监督管理局在全市统筹开展了网络市场监管“网剑行动”、营利性校外培训机构专项整治、医疗服务价格重点治理、知识产权执法“铁拳”行动、定量包装商品净含量计量监督专项随机抽查、“守护消费”暨打击侵害消费者个人信息违法行为专项执法、整治全市保健食品市场百日行动、农村假冒伪劣食品专项整治、利用合同格式条款侵害消费者权益行为专项整治等重要专项治理行动23次，有力维护了市场秩序，保护了消费者合法权益。



加强监管执法，查处侵害消费者 权益违法行为

促进公平交易，保障“买得放心”

——强化价格监管。

在全市重点开展了清理规范停车收费、清明殡葬用品、医疗服务、生活必需品、教育、保健市场等方面价格专项检查，全年查处各类价格违法案件469件。

——规范计量行为。

开展定量包装商品净含量专项监督抽查，对43家生产企业的26种208批次商品进行定量包装监督抽查。开展月饼、茶叶、酒精饮料、加工农副产品等4类商品过度包装专项抽查。开展眼镜制配场所和加油站计量专项执法检查，抽查眼镜制配单位508家，检查加油站698家。开展计量器具产品质量监督抽查，覆盖79家企业，涉及8类产品31批次。开展计量器具强制检定，检定各类工作计量器具198.2万台件，其中涉及民生、用于贸易结算的水表、电表、燃气表、热量表、出租车计价器及衡器等共计164.7万台件。

——打击违法广告。

进一步加大广告执法力度，把与人民群众利益紧密相关的药品、医疗器械、食品（含保健食品）、房地产、化妆品、医疗服务、金融服务、教育服务、农资等商品和服务类广告作为重点监管内容。全市共查办广告案件2564件，罚没款4926.01万元。持续开展互联网广告专项整治工作，集中整治涉及导向问题、社会影响恶劣、公众反映强烈、危害人民群众人身财产安全的虚假违法互联网广告，共查处虚假违法互联网广告案件1431件，罚没款3003.4万元。

——治理预付式消费问题。

会同北京市商务局牵头成立工作专班，统筹开展全市“整治预付式消费问题”专项行动。组织发起5批定向抽查和重点检查，向预收费经营者发放警示信1.6万份，518户企业被列入经营异常名录。针对故意拖延退费、未按规定备案的企业立案170件，责令改正61户次，罚没款311万余元。破获预付式消费犯罪案件4起，抓获犯罪嫌疑人9人。将295户严重失信企业及541名主要人员列入“黑名单”，锁定登记，限制其变更、投资或担任高管，并在北京市企业信用信息网向社会公示。推进长效治理，确定了“2+6”制度建设规划，对原北京市工商行政管理局于2011年发布的《北京市消费类预付服务交易合同行为指

引（试行）》作出重大修订。

狠抓质量安全，保障“用得放心”

——加大产品质量抽查抽检力度。

制定《北京市重点工业产品质量安全监管目录（2019年版）》，将适合以抽查检验方式开展质量监管的104小类产品纳入抽查计划。全年累计抽查产品9638组，依法公开产品质量状况公告67次。以危险化学品、儿童用品、化肥等14类产品为重点检查产品，以大型商超、专业市场区域为重点检查区域，以“三无”、产品资质、销售台账为重点检查内容，开展专项执法检查，督导经营主体切实履行产品质量义务，保障产品质量。专项检查工作中，共检查经营主体3344户次，对重点销售市场开展行政指导、行政约谈628次，开展宣传活动530场次。

——规范产品认证与标识。

严厉查处CCC认证违法行为，查办涉及CCC认证案件221件。以消费者诉求为导向，对有机产品认证违法行为进行查处，检查有机认证机构27家，检查获证企业90家。

——全力防控安全风险。

遵循高质量发展要求，强化特种设备安全监管，开展电梯、大型游乐设施乘客束缚装置和客运架空索道等专项治理。促进电梯类特种设备安全隐患排查治理，2019年在全市范围内对6248台电梯开展风险评估，并对评估结果进行了分级。深入推进电梯检验改革，通过严格审查条件、扎实开展自检质量抽查、从严查处自检问题电梯等手段，确保改革工作落到实处。改革开展以来，累计完成2.9万台电梯自行检测换证。

——严厉打击质量违法行为。

以关系国计民生的农资、汽车配件、特种设备、日用消费品、车用油品和添加剂等产品为重点，依法严查无证生产、不符合标准、以不合格产品冒充合格产品、未经认证出厂销售、伪造或冒用他人厂名厂址等违法行为。全年共查处质量违法案件3672件，罚没款2542.45万元。

（三）践行“四个最严”，保障“吃得放心”

——落实民生实事保安全。

加强监测抽检，会同农业农村等有关部门抽检监测食品样本17.23万件，纳入北京市国民经济和社会发展规划指标的重点食品合格率98.89%。加强“阳光餐饮”和品质餐饮提升工程建设，超过98%的餐饮服务单位完成“阳

光餐饮”工程建设，在全国率先实现中小学校、托幼机构、养老机构食堂“阳光餐饮”工程建设全覆盖，8000余家单位达到品质餐饮示范店评定标准。深化产销衔接，全市主要食用农产品生产经营单位与70家蔬菜、水果、牛羊肉、水产品等种植养殖基地及屠宰加工单位建立了产销对接关系。

——严管重点领域防风险。

推动生产企业食品安全管理人员抽查考核，考核覆盖率达100%。加强学校食品安全和传染病防控，开展了春季、秋季、中高考期间学校及周边餐饮单位专项检查和两次风险隐患大排查。规范网络订餐经营行为，在全市范围内排查餐饮环节风险隐患。督促网络食品交易第三方平台企业落实入网审查等法定管理责任和义务，累计78家平台企业完成备案。深入开展全市保健食品市场百日整治行动，开展行政指导、约谈323次，对6家保健食品生产企业开展了体系检查。

——压实企业责任筑基础。

推进落实《北京市小规模食品生产经营管理规定》，制定出台《北京市小规模食品生产经营许可备案管理办法（试行）》。实施风险分级管理，对较高风险和高风险企业，增加检查频次和检查力度。推动食品生产企业自查报告率达到100%，督促19家乳制品生产企业原辅料管控率达100%，乳制品自检自控率达100%，100%实施先进质量管理体系。充分发挥行业协会作用，稳步推进“放心肉菜示范超市”创建活动，全市已有112家超市通过创建审评。加强食用农产品供应渠道管控，批发市场入场销售者建档率100%。

——严查违法行为净市场。

强化执法力度，联合公安机关开展为期10个月的打击整治食品违法犯罪治乱除害五大战役，排查商户7.62万户，发放《禁止违法添加及滥用食品添加剂的告知书》1.56万份，开展食品抽样检测1.6万件，办理行政处罚案件508件，移送或联合公安机关办理案件46件，采取强制措施67人。开展地方特色食品专项执法检查，捣毁“黑作坊”11处，刑事拘留16人。查抄“黑作坊”16个，刑事拘留27人。严厉打击微商违法高价兜售医院内部制剂“明星小药”行为，捣毁非法销售“明星小药”窝点12个，刑事拘留16人。

全年累计办结食品药品违法案件2.03万件，罚没款1.81亿元，联合或配合公安机关共查办食品药品涉刑案件117件，刑事拘留235人。

聚合多元力量，共建放心消费环境

落实企业主体责任，提升服务消费者能力

——以标准化促高质量发展。

支撑服务业高质量发展，发布《洗染企业等级划分与评定》《食品冷链宅配服务规范》等地方标准，带动生活性服务业管理水平提升。立足北京市“9064”养老服务业发展目标，发布涉及助餐服务、助医服务、康复服务、精神慰藉服务等4项《居家养老服务规范》系列地方标准，提升百姓居家养老服务水平。联合有关部门出台《北京市实施企业标准“领跑者”制度工作方案》，引导消费者更多选择标准“领跑者”产品。深入推进百城千业万企对标达标提升专项行动，鼓励和引领企业实施先进标准，已形成对标结果自我声明247项、对标方案65项。

——以自律促服务水平提升。

通过梳理分析消费者诉求数据，将投诉较为集中的电子商务平台作为重点，逐一深入分析平台企业诉求高发原因，向企业发送定制化的《关于降低行政投诉数量切实做好消费者权益保护的相关建议》。持续跟踪企业投诉量变化趋势，采取集中约谈、一对一指导、走访调研等形式，督促企业落实好保护消费者合法权益的责任。2019年，上述平台企业诉求量在经营额不断增长的前提下得到有效管控。基于信息共享，政企合作建立高风险网店排查处置机制，在各电商平台关闭高风险网店749家，暂停经营活动2022家。

强化消费者教育，提升健康理性消费能力

——面向社区百姓，推进放心消费创建

北京市市场监督管理局、北京市民政局、北京市消费者协会联合印发《2019年度“放心消费在社区”宣传活动工作方案》，在全市继续启动“放心消费在社区”宣传活动，深入推进放心消费创建工作。以全市社区及社区周边的生活消费场所为重点场地，以社区居民为重点对象，开展消费教育活动、展示监管执法成果、宣传消费维权知识，推动消费者满意度不断提升。

——围绕消费热点，开展消费教育引导

依托全市116个消费教育基地，不断扩大全市“消费教育精品课堂”及各区“品质消费社区行”、“理智消费维权大讲堂”、“丰台彩虹315”、“物美杯青少年维权



知识竞赛”等消费教育品牌力量，全年累计开展消费教育活动1181次，发放各类宣传材料共计106万余份。其中主要面向消费者的活动830场，主要面向经营者的活动348场；专门面向老年人、未成年人、残疾人消费者的消费教育活动共289场；针对网络交易、预收款、服务性消费领域的消费教育引导活动270场。

发挥消费者协会作用，提升全社会消费意识

——履行公益性职责，解决消费者难题。

支持消费者协会更好地履行公益性职责，不断提升公信力与影响力。北京市消费者协会在做好投诉受理工作的同时，开展社会调查5项、商品比较试验18类，通过网站、微信公众号等途径发布维权、警示等信息600多条。

针对专业性、技术性较高的消费纠纷，推广和完善消费纠纷解决专家援助机制，引入专业力量提升调解工作水平。全年利用专家援助机制调解疑难消费纠纷256件。

——针对焦点问题，加强消费调查研究

针对消费者关注的问题的开展专项调查，针对旅游行业、互联网（包括大数据杀熟、手机APP个人信息安全保护、捆绑销售、电商砍单、农村互联网）等领域存在的问题，北京市消费者协会先后发布《大数据杀熟调查》、《北京一日游消费体验调查》、《捆绑销售调查》、《老年人保健品认知和消费状况调查》等调查结果。全年组织开展比较试验18类，涉及比较商品1000余种，重点针对现行国家标准滞后或标准缺失领域，模拟消费者日常使用场景，开展了智能门锁、防蚊手环防蚊贴、保温杯等比较试验，有效推动了相关产品标准的制定或完善，促进了行业规范发展。

“消协帮您选”微信小程序上线

中消协将利用网络平台开展消费维权宣传活动，全力展现2020年消费维权年主题“凝聚你我力量”。此外，中消协还通过官方微博，开展线上咨询互动，这也是中消协首次利用网络平台开展与消费者的互动活动。

中消协副会长兼秘书长朱剑桥3月15日表示，新冠肺炎疫情极大影响了每个人的生活和消费。当前，面对疫情，中消协选择用网络走近更多消费者，凝聚各界力量，关注消费维权，打造共建共治共享消费维权新格局。

近年来，各地消协组织开展了大量商品和服务的比较试验。为了更好地将这些比较试验结果呈现给消费者，为消费者明明白白消费提供帮助和便利，由中消协开发的“消协帮您选”小程序也于3月15日同步上线。消费者登录微信，搜索小程序“消协帮您选”，点击进入后，即可查询自己感兴趣的物品，了解同类产品的性能以及性价比等信息。

(北京日报)

合同退订等四方面问题突出

中消协公布疫情期间的消费维权热点问题及相关案例

自新冠疫情发生以来，全国消协组织坚定政治立场，认真履行法定职责，克服各种困难，妥善处理消费纠纷，帮助消费者依法维权，为加强疫情防控、维护社会稳定做出积极努力。

涉疫情投诉总体情况

2020年1月20日至2月29日，全国消协组织共受理涉疫情消费者投诉180,972件。

其中，按投诉性质分：涉及价格问题81581件，占比45.08%，合同35260件，占比19.48%，质量问题21136件，占比11.68%，售后服务问题10521件，占5.81%，假冒问题6412件，占比3.54%。

按商品和服务类别分：涉及口罩类投诉79368件，占比43.86%；蔬菜粮油类投诉15039件，占比8.31%；餐饮服务类投诉13829件，占比7.64%；网络购物类投诉10139件，占比5.60%；出行服务类投诉9067件，占比5.01%。

涉疫情消费维权热点问题

从各地消协组织受理消费者投诉情况看，涉疫情投诉热点问题有：

合同退订问题突出

受疫情影响，春节期间大部分消费者被迫改变消费计划，或者部分经营者无法正常提供服务，导致合同类纠纷增多。主要集中于餐饮服务、住宿服务、出行服务、旅游服务等方面。

1、餐饮退订纠纷集中

春节期间，部分消费者提前预订了年夜饭和婚庆、生日等宴请用餐，受疫情影响，无法正常聚餐，取消用餐计划与商家协商退款时发生纠纷。消费者投诉的主要问题有：一是经营者不退餐饮定金，二是消费者要求退订，餐

饮经营者自称受到损失，但扣除的成本支出不合理，三是经营者以延长用餐期限为协商方案，消费者希望退全款，就此产生纠纷。

例如，2020年1月27日，消费者王先生向安徽省滁州市经开区消保委投诉，反映其于2019年12月12日在滁州市某酒店预订了2020年1月30日的酒席并支付定金1万元，受疫情影响，王先生决定取消酒席。1月25日，王先生前去酒店要求退定金遭酒店拒绝。接诉后，当地消保委高度重视，立即联系该酒店负责人，要求酒店按照滁州市新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控指挥部第一号通告进行退款。开始酒店只同意退5000元。经消保委工作人员反复沟通，最终该酒店将定金1万元全额退给王先生。

又如，2020年2月17日，消费者王先生向安徽省芜湖市南陵县消保委反映，其在某婚庆公司订购了喜宴庆典服务，并付定金3500元，受疫情影响，其取消了正月初六在某酒店预订的结婚喜宴，希望能退回婚庆公司的服务费。王先生认为，自己是响应政府号召，要求退回定金理由正当合理，但婚庆公司负责人表示合同已经订立，且已经帮王先生进行了初期设计和材料订购，王先生取消庆典服务，是消费者违约，婚庆公司不予退还定金，双方无法就此达成一致。经过调解，最终双方达成一致，由王先生承担婚庆公司前期已产生费用1000元，婚庆公司退款2500元。

2、出行投诉航空居首

疫情期间，消费者出行受到较大影响。由于铁路部门退票政策及时、合理，铁路退票纠纷相对较少。出行服务主要集中于航空退票方面。

消费者投诉的主要问题有：一是有关民航部门客票退改政策落地执行中存在的问题，比如退票审核周期长、退款到账时间长、航空公司和售票平台相互推诿、客服难以接通、退改申请遭遇无法办理等；二是航空客票退改政策不明晰导致的相关投诉，如因疫情防控交通封锁无法乘机的退票问题、航班变更无法及时提供后续服务引发的退改问题、国外航段及境外航空公司机票退改收费问题、有关国家出入境临时管制措施导致的机票退改收费问题等；

三是航空客票退改政策间隔期内消费者机票退改收费问题，比如消费者于1月24日0点之前退订机票的，或者在1月24日至1月28日之间购票并退改的，学生在1月28日至2月11日之间购票并退改的，学生2月11日后购票，因疫情影响学校再次推迟开学而退改的，航空公司收取退改手续费等。

例如，消费者王先生2月3日在网络平台上花1204元买了两张机票，计划2月13日出行。后因疫情封路无法出行，消费者每张机票只收到320元退款。为此，投诉要求全额退款或少扣手续费。

再如，消费者徐女士因为疫情1月23日申请退票，被航空公司收取了50%手续费。票价总共2200元，被扣了1098元。消费者要求退全款；消费者宋先生在网络订票平台订了1月30日乌鲁木齐中转西安到深圳的机票，1月28日因延期复工，申请退票。全票5200元，扣了2000多元手续费。消费者投诉要求退全款；消费者赵女士2月17日订的3月1日银川到长沙的机票，2月24日得知学校延期开学，提出退票，票价750元，只退175元。

3、住宿服务退订难

春节期间，也是消费者出行的旺季，受疫情影响，消费者改变出行计划，只得取消酒店预订。相关消费纠纷主要有：一是不同地区疫情防控措施有时间差，已经启动疫情管控措施地区的消费者无法出行，未启动管控措施地区的酒店不理解，拒退定金或预付款；二是在国家出台管控措施的情况下，部分民宿平台或民宿经营者仍拒不退定金或预付款；三是消费者已经入住酒店，疫情期间酒店涨价，或以昂贵价格变相拒绝消费者续住。

例如，江苏省消费者田女士通过某网络平台预定了2020年1月25日至29日入住福建省福州市某酒店的客房，因受新冠疫情影响，田女士与网络平台协商退房事宜，被告知酒店方面拒绝退订，多次协商无果后，田女士向福州市消委会寻求帮助。疫情期间，消费者主张取消行程安排，解除酒店住宿合同的行为具有合理性和正当性。经消委会工作人员协调处理，经营者最终同意为消费者办理客房退订手续。

4、旅游退订扣费高

疫情期间，消费者旅游安排调整较大。消费者投诉的主要问题：一是受疫情影响退订集中，旅行社、平台等售后服务跟不上；二是部分平台、旅行社承诺退款后退款不及时，或以代金券代替退款，引发消费争议；三是旅游经营者拒绝退款或者要扣除高额费用等，消费者无法接

受；四是消费者不认可旅行社延长履行期限的解决方案；五是部分景点临时关闭等，导致消费者行程无法完成或不满而投诉；六是境外国家和地区陆续对中国游客提出入境、入住限制后导致的投诉。

例如，2020年1月23日，消费者郭女士向广东省佛山市消委会反映，因疫情严峻，决定取消“1月27日北京6人6日团”的旅行计划，涉及金额23294元，但佛山某旅行社坚持按合同约定只退还消费者9000元左右。如消费者不同意退款，继续出行，旅行过程中如发生疫情问题，旅行社又不承担责任。经多次交涉无果后，郭小姐向市消委会投诉请求退款。佛山市消委会接到投诉后，与该旅行社多次沟通，最终旅行社同意将全额款项退回给消费者。

又如，消费者周女士2020年1月20日通过某网站预定了2人巴厘岛自由行，包含酒店和机票，总价为14466元。因疫情原因，消费者于2月12日取消行程订单，并与该网站沟通退款事宜，但是该网站只同意以现金的形式退款4000元的机票费用，9000元的酒店费用以旅游券的形式退款，消费者对此不予认可，遂引发投诉。

5、培训服务等预付费纠纷频现

受疫情影响，家政、健身、教育培训等预付费类消费场所不能正常营业，导致相关纠纷增加，特别是在教育培训方面。投诉的主要问题有：一是受疫情影响，原本线下培训无法进行，改为线上后，因网络运行不稳、师资不到位、授课效果不同等原因，消费者不满培训质量；二是培训因疫情改为线上进行，消费者要求降低收费标准，经营者实收价款，引发双方争议；三是受疫情影响，消费者提出取消、变更培训服务，如退费、补课等，经营者以各种理由拖延、拒绝。

例如，2020年1月，消费者黄先生反映，他在浙江省台州市黄岩区某舞蹈培训班为其孩子报名了1年舞蹈培训课程，支付2870元，于2019年3月份正式开学。但遇上疫情停课。黄先生向培训班负责人询问后续补课事宜，却被告知学校报名须知中明确表述有“因自然灾害等不可抗原因停课的，不予补课”的规定。消费者与学校签订了培训合同，支付了培训费用，即代表认可该规定。黄先生认为该培训班的做法严重侵害了其合法权益，遂向黄岩区消保委投诉。消保委工作人员在了解情况后认为，培训班有关规定免除自己的责任，加重消费者责任，显失公平，要求该经营者予以改正，并积极做好复课、补课安排，及时与学生、家长做好沟通解释工作，该负责人表示接受。

又如，2020年2月26日，消费者孔女士投诉称，今年1月份报名参加某护士资格考试班，交纳书本费及培训费总费用为2980元，计划于今年2月20日开课。因受疫情影响，无法按计划进行面对面授课，被投诉人未征求消费者同意，将面授改为网上授课。开课后孔女士觉得授课效果与面授效果完全不一样，而且答非所问，服务态度恶劣，想退款，被投诉人不同意，称课时费已用完不给退费。吉林省长春市双阳区消费者协会接到投诉后，经耐心调解，消费者获得学费减半处理，并可继续在网上课。

此外，受假期延长、延期复工等影响，部分经营者面临资金紧张、服务人员不足等问题。疫情结束后，经营者可能通过扩大发卡范围、以较高折扣出售预付卡等方式吸引消费者，资金存管、服务质量和水平等方面存在一定风险。鉴此，消费者要特别关注预付卡消费问题，谨慎选择交易对象，冷静分析、理性消费，警惕高折扣、高风险。

部分经营者趁“疫”涨价、牟取暴利

受疫情影响，口罩、酒精、消毒液等防疫用品和蔬菜粮油等民生消费品价格类投诉成为热点。由于疫情叠加春节假期，物流、原材料、人工等成本上升，导致部分物价正常上涨，但与此同时，部分商家趁“疫”涨价，牟取暴利，破坏市场秩序，损害消费者权益。价格类投诉的主要问题有：一是部分不法商家低价进货高价售卖，哄抬物价，甚至同批次产品，短期内连续涨价；二是部分经营者以口罩、酒精、消毒液等防护用品高价强制搭售其他物品，限制消费者选择；三是部分经营者不落实明码标价，对蔬菜、肉食等搭配出售，只标总价，没有明细的品名、单价、数量、重量等。

例如，2020年1月26日，贵州省遵义市余庆县消费者协会接到投诉称当地某药房趁疫情发国难财，平时2.5元一包的口罩卖到40块一包，质量没有保证，昧着良心赚钱。接到投诉后，当地消协及时将情况告知市场监督管理部门，并参与工作组调查。后该药房退还了消费者购货款40元，并赔礼道歉。

假冒、劣质产品借“疫”抬头

产品质量关系消费者的健康安全。消费者投诉的主要问题有：一是口罩、酒精等防疫用品质量参差不齐，比如口罩开线、产品过期等；二是部分商家售卖属于三无产

品的防疫用品；三是以防疫为噱头，夸大或虚假宣传普通口罩的防护功效，或者以普通一次性口罩冒充医用口罩；四是销售假冒品牌口罩、进口口罩等。

例如，2020年1月底，重庆市江北区消委会接到消费者胡某的投诉，反映在当地某大药房分三次花费1350元共购买了68个3M KN95口罩，平均20元一个，后在网上查询相关资料，认为此店售卖的3M、KN95口罩为假冒产品；且口罩外包装和内部包装上标注型号是KN90，内部口罩上标注的型号为KN95。消费者要求全价退回口罩款，依法处理商家。后经调查调解，药店方退还消费者相关费用1300元。对消费者反映的假冒问题，移送给了当地市场监管部门。

网络购物合同、质量纠纷多

受疫情影响，很多消费者选择通过网络购买日用品、生鲜食品和防疫产品，但相关投诉也不断增多。消费者投诉的主要问题有：一是网络购买的产品质量有问题。预订的生鲜食品等食物不新鲜、包装不完善、质量有瑕疵；二是商家宣传与实际不符，无货售卖。比如，多名消费者反映某网络购物APP涉嫌以售卖口罩为噱头，博取消费者下载量、注册量，在消费者下单且支付成功后，又以断货为由，采取单方“砍单”行为，涉嫌侵害消费者合法权益；三是网络购物订单集中，发货迟延；四是物品运送过程不注意防护致被挤压损坏等；五是消费者退货、换货困难；六是部分微商、朋友圈代购卖货趁“疫”兴风作浪，售假、诱购、二维码诈骗等情况严重，但发生纠纷时调查调解难度大，亟需有关方面加强管理。

例如，2月11日，消费者王先生在某网络购物平台购买了一个内存条，支付成功后，被单方面砍单，消费者投诉要求平台经营者依约发货。

近日，消费者董女士反映，她在微信群中扫描了标称某网络购物平台的二维码，但实际并非该网络购物平台的链接，结果造成财产损失。

中消协的建议与呼吁

1. 有关政府部门进一步完善涉疫情退改政策，继续加强对不法经营者的查处力度。消费者对出行服务涉疫情退改收费等问题反映较多，建议有关部门加强针对性研究，及时完善相关政策，解决消费者面临问题。针对部分

经营者趁“疫”囤积物资、哄抬物价、销售假冒伪劣产品等违法行为，建议有关部门继续采取有力措施，依法从重从快严厉打击，切实保障消费者安全权，更好维护市场秩序。

2. 各行业经营者要加强自律，切实承担保护消费者责任。经营者是保护消费者权益的第一责任人。中消协希望各行业、各企业能够从防控疫情大局出发，以消费者健康安全为重，以行业企业长远发展为基，在做好复工复产的同时，切实加强自律，努力提高服务水平，严格履行法定责任，自觉抵制不法行为，主动承担社会责任，及时推出有利于消费者的举措，畅通投诉反映渠道，妥善处理消

费纠纷，以实际行动为保价格、保质量、保供应、保安全、保服务、保秩序做出积极努力。

3. 消费者要理性消费，依法维权。疫情期间，消费者要坚定信心，理性消费。对于防疫产品和生活必需品，要按需购置，不抢购、不囤积，共同维护市场秩序；对于微信圈不明二维码、预付卡高折扣让利等问题，要保持警惕，防止消费陷阱；对于部分经营者实施的虚假宣传、哄抬物价、以次充好、拒不履责等不法行为，要积极行使监督权，及时投诉、举报，依法维护权益，保障健康安全抗疫。

六成受访者对当前消费环境放心

中消协发布《“凝聚你我力量”消费维权认知及行为调查报告》

3月15日国际消费者权益日，中国消费者协会发布了《“凝聚你我力量”消费维权认知及行为调查报告》。据悉，中消协每年都会围绕消费维权年主题，开展相关消费者问卷调查，为年度工作提供重要参考。今年，中消协确定消费维权年主题为“凝聚你我力量”，旨在推动实现消费者权益保护共建共治共享。

为了解广大消费者在消费活动中的维权意识以及消费维权行为，发现消费维权的热点和难点问题，中消协于2020年2月底至3月初通过“3小时公益”平台，在全国范围开展本次“凝聚你我力量”消费维权认知及行为调查活动，最终获取6502个有效样本。

《调查报告》显示：从消费环境感知来看，约六成受访者对当前消费环境表示放心，但所购商品或服务“品质不如意”成为困扰受访者的最主要问题，服务“打折”和商家跑路被认为是预付卡消费的最大隐患。从消费水平与消费信心来看，近半数的受访者对当前生活水平表示“比较满意”或“非常满意”，对未来一年消费总体充满信心。从消费行为特征上看，线上消费替代线下消费趋势明显，近六成受访者线上消费超线下消费，尤其在新冠肺炎疫情期间，更加速了受访者日常生活类消费的线上化，同时，近八成受访者认为非常有必要限制野生动物消费行为。从消费维权行为看，90.2%的受访者遇到消费纠纷会

采取维权行动。从社会共治认知及感知来看，近七成受访者认为推动实现消费维权共建共治共享对改善消费环境有效，受访者认为推动实现消费维权共建共治共享需要政府部门、消费者、行业协会、消协组织、媒体及企业等各方共同发力，在改善消费维权状况需要加强的工作方面，受访者对“完善相关立法，加强监管”（75.1%）提及率最高。

调查结果表明，虽然多数消费者对目前消费环境表示认同，对未来消费信心充足，但近三成受访者与经营者产生过消费纠纷。九成受访者遇到消费纠纷会采取维权行动，但仅三成受访者对维权结果表示满意，47.9%的受访者对当前维权途径感受“一般”，“维权过程复杂”严重影响受访者对维权途径的感受，处理效率低和责任认定难也成为当前消费者维权的痛点。

为提升消费维权专业力量，提振消费者维权动力，中消协发出四点建议：一是充分发挥消协组织消费维权协同共治平台作用，凝聚社会共识及各方力量，构建新时代消费维权共建共治共享新格局；二是加强消费者权益保护专业力量供给，逐步提高消费者维权获得感；三是网络交易平台有必要更主动积极与消费维权机构建立紧密的协同工作机制，保障消费者权益；四是加强野生动物交易监管，引导构建科学饮食消费观。

北京300余家企业向市民发放1.5亿元消费券

3月18日，由市商务局主办的“防疫保供网上行”促消费活动，通过线上直播正式开启。活动将持续一个月，来自商超、电商、餐饮、外贸、快递外卖、生活性服务业等业态的300余家企业以多种形式参与活动。

此次活动的“大招”之一，就是形式丰富、优惠力度大的线上活动，包含“宅在家吃大餐”“宅在家惠健康”“宅在家乐养娃”“宅在家购全球”“宅在家好心情”“宅在家享生活”六大板块，让市民足不出户，就能享受优惠和高品质的商品、服务，最受瞩目的就是国美、北京苏宁、家乐福等企业发放消费券。

北京苏宁在京率先发放3000万元消费券，为消费者提供看得见摸得着的“让利”与“实惠”。消费者可在3月18日至3月31日期间通过北京苏宁微信公众号、北京苏宁官方微博、苏宁云店小程序、北京苏宁易购门店领取。其中，单份套装面值3000元，包含50元通用券和2950元

家装套券，家装券根据可用产品类型分为50元、100元、200元、300元和500元，消费券采取电子券形式发放，尽量方便操作、降低成本，做到发放、领取、消费和兑现全程可追溯。国美则通过国美APP/美店(国美微店)发放1.2亿元家电消费券，首批发放时间为3月19日至4月17日。消费券包括50元小家电消费券和100元全场大家电消费券。同时对一线医护人员、社区工作者在原有补贴基础上再增加50元全场通用券。

这次联合促消费活动将通过长图、H5广告等方式，发布《2020北京“防疫保供”消费攻略》，集聚生鲜粮油、防疫用品、美妆美饰、美食共享、文化娱乐、健康养生等多个热点话题，包含美团买菜、饿了么、盒马鲜生、京东、洋码头、宝贝格子等深受北京消费者欢迎的品牌。(据北京日报)

北京市交通委：共享单车不得随意涨价

随着各单位陆续复产复工，北京共享单车骑行量呈回升趋势。从市交通委获悉，为保障车辆供给，市交通委要求各单车企业在总量调控范围内全量投放车辆，同时在疫情期间不允许随意涨价。

疫情防控期间，单车出行能有效避免通勤时的人员聚集。随着各单位复产复工，共享单车的骑行量近日呈回升趋势。

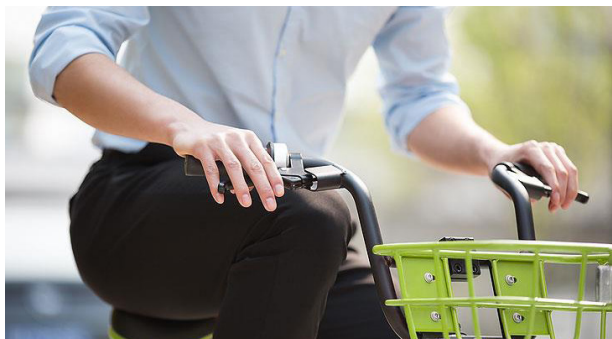
市交通委相关负责人介绍，为了确保共享单车运力、做好运维保障，一方面，要求各企业车辆在总量调

控范围内实行全量投放。目前，北京共享单车车辆供给充足；另一方面，要求企业加强运维人员补充，保证车辆调度及时、秩序良好。

同时，交通部门明确要求各企业在疫情期间不得随意涨价。据了解，美团单车于2月24日推出“复工骑行周”活动，向所有用户发放7至14天免费骑行卡，目前应需求将原计划于3月1日截止的活动顺延一周。3月2日至3月8日，拥有哈啰单车骑行套餐的用户(次卡除外)可免费领取1张7天骑行卡，其他用户可以领取7天内7次免费骑行。

首都经济贸易大学劳动经济学院副教授张成刚认为，当下疫情防控与复工复产统筹推进，通勤需要低风险交通工具的支持，作为替代性选择，共享单车可以成为主要交通工具，有助于缓解交通瓶颈。世界资源研究所中国可持续城市项目主任刘岱宗表示，对于10公里以内的通勤距离，骑行是比较安全、健康且高效的选择。

(据北京交通委)



北京公交启用银联卡刷卡乘车

为落实人民银行移动支付便民工程，为乘客提供更多便捷的乘车支付方式，北京公交集团与中国银联合作，在全市已更换刷码刷卡一体机的运营车辆上，3月17日启用银联卡刷卡支付功能。支持此服务的银联卡为带有银联(UnionPay)或闪付(Quick Pass)标识的芯片卡，借记卡和信用卡均可。

重要提示

1、刷银联卡乘车，将按实际里程无折扣票价扣费，即与现金购票费用一致；后续中国银联将推出系列优惠活动，回馈广大用户。

2、请将银联卡与公交卡分开存放，以避免在乘车时误刷多张卡造成不必要的经济损失。

3、使用银联卡乘车前，需要您提前开通银联卡的小额免密支付功能，且卡内余额需不低于所乘线路的最高单程无折扣票价。

4、银行卡与一卡通乘车流程一致，如所乘线路为单一票制，则只需上车刷卡；如所乘线路为分段计价，则上、下车均需刷卡，如下车未刷卡，将在96小时后按照刷卡站距始末站最远里程无折扣票价自动扣费。

5、乘坐单一票制的乘客，直接扣无折扣票价；乘坐分段计价线路的车辆，上车刷卡成功后，会暂时冻结银联卡内与当前线路的全程无折扣票价相等的余额作为预授权额度；因银行政策不同，部分银联卡实际冻结金额为提示



金额的115%；下车刷卡成功后，会自动将预授权额度解冻返还。

6、刷银联卡成功时，车载机具语音播报“银联卡”，屏幕显示“银联刷卡成功”；如刷银联卡时，车载机具发出连续急促的嘀声，屏幕显示“请检查卡状态”，说明卡内余额不足，请更换余额充足的卡片或其他支付方式乘车。

如产生误刷银联卡或有关于刷银联卡乘车业务的问题和建议，请及时拨打客服电话400-000-9966寻求帮助或进行反馈。

建议您下载“北京公交”App，绑定云闪付或银联卡后刷码乘车便捷支付，还可以享受现行五折票价优惠。（北京公共交通集团）

北京成立旅游律师服务团队化解疫情合同纠纷

在北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作新闻发布会上，市文化和旅游局局长陈冬介绍，按照《关于新冠肺炎疫情导致的旅游服务合同纠纷化解指导》，成立面向社会的旅游律师服务团队，及时化解因疫情导致的旅游服务合同纠纷，依法合规地保护好游客和旅游企业双方利益。

同时，本市对旅游企业相关审核事项办理时限从3个工作日缩短为2个工作日。提升审批便利度，通过邮件方

式提供系统账号和密码查询服务，申请、核实、回复均在线办理。

另外，本市充分发挥旅游行业协会作用，及时了解掌握企业经营困难，反映企业政策诉求，团结带领企业共克时艰。充分利用旅游学会智力资源，广泛听取专家学者关于疫情过后提振旅游市场的意见建议。

（据北京市文化和旅游局）



丰收

监测涉“野”交易广告要打持久战

市场监管总局、工信部、公安部等11部门近日发布的《整治虚假违法广告部际联席会议2020年工作要点》提出，在新冠肺炎疫情防控工作期间，统筹抓好疫情防控与广告监管执法工作，重点针对涉及非法野生动物交易广告、口罩等防护用品广告以及涉及借疫情宣传疫病防治内容的虚假违法广告开展监测，依法从严从快查处相关虚假违法广告。

由于近年来接近80%的疫情源头都是野生动物，治理非法野生动物交易成为此次抗疫的重要内容。为此，十三届全国人大常委会专门通过了《关于全面禁止非法野生动物交易、革除滥食野生动物陋习、切实保障人民群众生命健康安全的决定》，各地也严查重处一批野生动物违法交易案件。其中，查处也包括一些涉及非法野生动物交易广告的案例。

比如1月27日，广东东莞市场监管部门在开展野生动物专项执法时，发现一则“獐子火锅”的违法广告，因獐子为国家二级野生保护动物，监管部门对这一违法行为依法作出处罚。同时各地还采取了其他行动，例如北京市场监管部门发布的《关于疫情防控期间规范广告活动的提醒告诫书》指出，禁止为违法出售、购买、转让野生动物制品发布广告。

各地治理涉“野”交易广告，对于遏制野生动物违法交易、培养健康消费习惯、防止滋生和传播疫情，无疑具有重要意义。因为这种广告，一方面会宣传、诱导消费者滥食野生动物；另一方面也为非法捕猎野生动物提供了一种信息，比如非法捕猎者看到这种广告可能供货上门。所以，国家11个部门要求对涉及非法野生动物交易广告等开展监测。

开展监测的目的是及时发现、查处非法野生动物交易广告，尽最大努力压缩非法野生动物交易空间。笔者以为，这种监测无论是线下还是线上都是一种考验。先说线下监测，由于涉“野”交易广告有的会发布在餐馆内外，有的发布在其他分散的场所，所以各地基层有关方面既要有充足的监测力量，也要发动群众进行监测，即鼓励群众举报这类广告。

开展线上监测同样需要相应的监测人员。如今移动APP、自媒体账号、社交媒体以及各种网站多如牛毛，而且一些网络广告比较隐蔽，如果监测不到位，就给了一些人发布非法广告、进行违法交易的机会。目前虽然已立法全面禁止非法野生动物交易，但人工繁殖的很多野生动物被禁止交易后，养殖者面临损失，可能通过广告带动交易来减损。

监测及查处涉“野”交易广告，不仅是新冠肺炎疫情防控期间的一项重要工作，还应该作为一种“持久战”来打。因为疫情结束后，不排除非法野生动物交易会反弹，违法广告也可能跟着反弹。只有持之以恒针对涉及非法野生动物交易广告进行监测，不给非法行为任何抬头的机会，才能巩固疫情期间治理效果，形成良好的环境。

做好广告监测工作，是查处违法广告行为的前提。凡是监测发现的违法行为，有关方面要依据《野生动物保护法》《广告法》从严从重查处，因为这种行为容易滋生疫情，关乎公众生命健康。《野生动物保护法》规定，禁止为违法出售、购买、利用野生动物制品发布广告。而《广告法》第五十七条则规定了具体处罚尺度。希望开展广告监测能为从严执法提供支撑。（北青报）

“无接触配送”有标准更要有保障



王琦

作为国内首个无接触配送领域的团体标准，《无接触配送服务规范》近日正式实施。消费者可在下单前备注选择“无接触配送”，指定商品放置位置；而快递、外卖的配送员则宜在商品送达后，拍摄包含商品并能明确商品位置信息的图片发给消费者。如果无接触配送的商品损坏、丢失、错送，平台要主动协调解决赔偿问题。（3月17日《北京日报》）

所谓“无接触配送”，就是快递、外卖等网约配送员，经过与消费者沟通，将商品放置到指定位置，由消费者自行领取，最大限度减少人员直接接触。疫情期间，为了减少面对面接触可能带来的传染风险，共同更好保障消费者和配送员的安全，美团外卖率先推出“无接触配送”的应急措施。随后，“无接触配送”在物流配送、电商等行业内也迅速铺开和跟进。

随着疫情防控形势好转，企业复工复产，生活秩序恢复，快递、外卖业务大量增加，用户消费安全亟需“无接触配送”予以保障。同时，从长期来看，“无接触配送”也让配送环节更加紧凑，效率得到提升，有助于提高订单量。因此，有必要对于方兴未艾的“无接触配送”加以规范，将这一实践成果以标准形式确定下来。近日，中国贸促会商业行业委员会牵头组织起草了《无接触配送服务规范》，在公开征求意见后正式予以发布。没有规矩，不成方圆。规范为电子商务平台、配送和餐饮企业提供了详实可操作的无接触配送服务模式，为新冠肺炎疫情期间用户安全消费提供保障，也有利于快递、外卖行业的长远发展。

不过，光有标准还不够。“无接触配送”的最大风险就是物品丢失。现在，不少老旧小区并没有专门的快递箱，往往只是摆放一个架子或桌子放快递，安全性缺乏保障。以往，快递丢失的事件就时有发生。这次疫情期间，也有网友抱怨“蹲守到凌晨抢购到的口罩，丢了”。虽然规范明确了提供配送服务的平台宜主动协调解决赔偿问题，但在实践中，由于取证难、认定难、究竟该由谁来承担责任，各方难免相互扯皮。这必然在一定程度上影响公众对于无接触配送的信任和热情。

解决这一问题，最好的办法就是设置智能快件箱。快递员将快件送达指定地点后，将其存入快件箱中，系统便自动向收件人手机发送一条短信，包括取件地址和密码，收件人在方便时，到柜前输入密码即可取出快件。智能快件箱，可以使快递小哥省时省力，提高流程效率，也让无接触配送有了保障。

去年10月1日起施行的《智能快件箱寄递服务管理办法》，提出“支持将智能快件箱纳入公共服务设施相关规划和便民服务、民生工程等项目，在住宅小区、高等院校、商业中心、交通枢纽等区域布局智能快件箱。”。此前南京率先出台规定，要求新建及改扩建的城镇居民住宅区应配套智能快件箱，且数量应不低于小区户数的20%。3月16日北京印发《关于全力做好疫情防控工作保障企业有序复工复产的若干措施》，也提出了“社区（村）积极利用内外闲置空间，增设智能快件箱等无接触配送设施”。各地应加大对于智能快递终端设施的扶持力度，全力畅通快递“最后一公里”，通过科技赋能让配送服务更安全、更便捷。（南方网）



针未尖

别让“过程复杂”成消费维权痛点

中国消费者协会3月15日发布的《消费维权认知及行为调查报告》显示，约六成受访者对当前消费环境表示放心，但所购商品或服务“品质不如意”成为困扰受访者的最主要问题，服务“打折”和商家跑路被认为是预付卡消费的最大隐患；47.9%的受访者对当前维权途径感受“一般”，“维权过程复杂”严重影响受访者对维权途径的感受，处理效率低和责任认定难也成为当前消费者维权的痛点。

长期以来，维权意识不强是我国消费领域的一块短板。然而，从中消协的此番调查结果来看，消费者的维权意识明显提升，90.2%的受访者遇到消费纠纷会采取维权行动，这无疑是让人欣喜的；但受制于“维权过程复杂”，仅三成受访者对维权结果表示满意，这无疑又是让人忧虑的。

的确，从既往的太多案例来看，维权者投入的时间精力太多，额外投入的费用太高，很多时候“追回一只鸡，得杀一头牛”；有的消费者即使展开了较长的维权行动，却往往会陷入未保存相关证据、处理效率低、责任认定难等困境。这些都影响了消费维权的积极性，一些人既想维权，又害怕维权。

消费维权绝不能受制于“过程复杂”。消费维权是凝聚社会共识及各方力量，推动消费环境改善，实现共建共治共享的必要手段。每个具有民事行为能力的人都具有维权意识且“该出手时就出手”，才是社会的进步。当具有维权意识的消费者频频受阻于复杂漫长的维权过程，只会助长侵权行径。

那么，维权过程到底复杂在哪里？根据消费者权益保护法，消费者可选择五种渠道维权：与经营者协商、请求消协或依法成立的其他调解组织调解、向行政部门投诉、提请仲裁机构仲裁、向法院提起诉讼。然而任何一个维权渠道都有这样或那样的障碍，如举证难、鉴定难、诉讼难、赔偿难。

拿举证难来说，民事诉讼举证原则是“谁主张、谁举证”。普通消费者要想证明这证明那，哪有这般本事？像食品类消费，吃完肚子痛才知道有问题，没有证据只能吃哑巴亏。而在鉴定上，第三方检测机构基本不接受个人检测业务，且鉴定费用也往往会吓跑普通消费者，不愿因“追鸡”而“杀牛”。

要呵护消费维权意识，保障消费者合法权益，必须让维权过程不再复杂。一方面，节省消费维权的人力与时间成本。简化维权流程，减少维权手续；鉴于消费者弱势、商家强势，在维权上改变“谁主张，谁举证”，实行举证责任倒置；建立专门的消费维权调解机构或仲裁法庭，并走出办公室，走近消费者，提供专业性指导。

另一方面，减轻消费维权的金钱成本。如尽量降低或免除普通消费维权所需的鉴定费，一些有实力的商家和行业协会可建立“鉴定基金”，为消费者支付一定的鉴定费。当赔偿费不及诉讼费时，当事人应可享受缓交、减交或者免交诉讼费的司法救助，毕竟消费维权也是为了社会公共利益。（北京青年报）

借疫情“诱购砍单”违法



李英锋

日前中消协发布消息，新冠肺炎疫情期间，口罩、消毒液、温度计等商品需求量大、供应紧张。一些电商商家借机实施诱购、“砍单”等不良营商手法牟取不正当利益。“海豚家”等商家在消费者下单并且支付成功后采取单方“砍单”行为，涉嫌侵害消费者合法权益，受到广大消费者质疑。中消协表示，已对“海豚家”的“砍单”行为开展调查。

在疫情面前，一些电商商家不思为维护市场秩序、为抗疫多作贡献，反而把疫情当作商机，利用消费者购买防护产品的急切心理，在根本没有商品或货源保障的情况下，诱导消费者下载APP、注册下单、套取消费者个人信息、浪费消费者精力，或者囤货待提高价故意砍掉低价单，甚至还以“运费”等名义扣除消费者资金，是典型的借疫牟利，是赤裸裸的消费疫情。如此行径，拙劣可耻，逾越了诚信底线、商业道德底线和法律底线，暴露出一些电商商家的贪婪和丑陋。

《消费者权益保护法》《合同法》《电子商务法》等法律都将诚实信用确立为基本原则。《电子商务法》第十七条第一款规定：“电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。”《消法》第二十九条第一款规定：“经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。”此次疫情来得突然，如果电商商家原来有稳定的相关防护用品货源，与消费者达成了交易协议，但由于疫情防控等原因，商家无法从上游得到商品供应，也就无法再向消费者履行供货协议，这样的情况属于不可抗力或情势变更，商家可以与消费者协商变更合同，或者将预付款全额退还给消费者，解除合同。商家这么做不属于恶意“诱购”“砍单”，一般不需再承担其他责任。而如果商家没货假卖、有货不卖、空手套运费，就构成了合同欺诈、消费欺诈行为，侵犯了消费者的知情权、财产权等权益。商家靠虚假宣传诱导消费者下单套取个人信息则进一步侵犯了消费者的隐私权。

电商商家利用信息不对称优势，随意解释“砍单”行为的性质与数量，排除或者限制消费者权利，加重消费者责任，减轻或者免除经营者责任，对消费者不公平、不合理，属于《消法》第二十六条禁止的违法格式合同，属于无效霸王条款。

疫情当前，商家应承担更多责任，应与消费者共克时艰，给消费者提供更多的权益照拂，决不能昧着良心从疫情里挖商机，不能再给消费者添堵，给抗疫添乱。有“砍单”行为的电商商家应该依法承担必要的信息保护、预付款退回等责任，向消费者做出全面详细的解释，向电商平台同步备案有关信息，接受消费者和电商平台监督。电商平台有必要依托数据优势，对入驻商家近期的“砍单”行为进行密切关注，如发现商家有借疫“诱购砍单”问题，即采取限期整改、信用惩戒、清出平台、报告监管部门等措施。

目前，中消协已经对借疫“诱购砍单”问题发出警示，并启动了对个别商家的重点调查，释放出了积极的维权信号，指明了维权方向，做出了维权示范。各级消协组织以及市场监管部门都应该行动起来，针对借疫“诱购砍单”的问题依法进行告诫、摸排、调查，积极处置有关线索，让不法商家付出必要代价，规范商家的经营行为，维护好疫情防控期间的消费者权益。（中国消费者报）

疫情尚未结束 防控慎终如始

北京市消协呼吁消费者在疫情期间做好个人防护

随着疫情逐渐得到有效控制，全国疫情防控形势积极向好，各地有序复工复产，消费活动逐渐恢复。但当前疫情并未结束，消费者在消费过程中做好个人防护尤为重要，切莫麻痹大意，放松防控警惕。广大消费者在疫情防控期间应理性消费、科学防护，支持配合公共场所的防控检查工作。北京市消费者协会向广大消费者呼吁：

健康饮食，防范风险。

杜绝群体性聚餐，外出就餐确保一人食。排队点餐、就餐或结账时保持一米间距，避免在环境不干净整洁的场所就餐。外出就餐应少交流、专心吃饭，建议一人一张饭桌，尽量缩短就餐时间，就餐后应立即佩戴口罩。选择外卖时，应在外卖平台上正规的商家购买，查看商家资质并关注评论信息。选择食物时，尽量选择荤素搭配的热食，避免选择生冷、凉拌的食物。

安全出行，错峰出行。

外出佩戴口罩，到达目的地后一定要先洗手，不要触碰口、鼻、眼等面部区域。尽量避免乘坐厢式电梯，减少乘坐公共交通工具，建议步行、骑行或私家车外出。若乘坐公共交通工具应当配合工作人员进行体温检测，尽量避免用手触摸公共区域或公共物品，保持和其他乘客一定的距离，合理安排错峰出行。

外出购物，做好防护。

自觉守住“一米线”安全距离，关注线上购物渠道，尽量减少不必要的外出。鼓励消费者多选择采用无接触式服务，尽量使用电子支付，减少人员间接触。确需外出，必须自觉佩戴口罩，优先选择通风好、人流量相对较少的购物场所，购物前列好购买清单，不在外闲逛、闲聊，缩短选购商品的时间。在称



重、结账排队时，人与人之间应自觉保持一米以上的距离，让“一米线”成为一种习惯，一道美丽和谐的风景区。

理性消费，切勿囤货。

在疫情期间，可以适当存储一些日常用品，但不要盲目抢购，大量囤积物品。选择线上购物渠道时，应当查看企业信息，仔细甄别，尽量选择知名度较高、信誉较好的网站，收取快递商品时应确认完好后再签收，避免不必要的损失。消费者应注意索取、保存相关交易记录，以便发生消费纠纷时提供证据。

减少游园，避免聚集。

随着天气转暖，出行意愿增强，北京市各个公园均采取了限流措施，部分公园需实名制预约购票。广大消费者尽量选择错峰游园或减少游园，在游园过程中多走路、少停留、不扎堆、不聚集、分散游览。进入公园活动，应遵守公园疫情防控规定，服从公园管理人员的统一管理。

疫情防控是一场人民战争，需要我们广大消费者凝心聚力，做好个人防护。让我们团结一心，凝聚你我力量，携手为疫情防控贡献一份力量！

谨防假借疫情防控名义实施诈骗

近期，一些银行保险机构收到投诉反映，有不法分子利用疫情发布虚假信息实施诈骗，侵害消费者利益。中国银行保险监督管理委员会消费者权益保护局在此提醒广大消费者：要注重保护个人金融信息和金融资产安全，注意银行卡使用安全，提高金融风险防范意识。

诈骗手法主要集中在以下两个方面：一是“退改签”电信诈骗中窃取银行卡号、密码、验证码等敏感信息，转走卡内余额。近期，有不法分子首先利用非法手段获取受害人信息，如航班号、高铁号、酒店预订信息、旅行社合同信息等，再向受害人手机发送虚假“退改签”短信，声称航班、高铁、酒店预订、旅行计划等“受疫情影响取消，办理退改签可获赔偿”，诱使受害人拨打短信中虚假客服电话或点击不明链接，按其提示操作，提供银行卡号、密码、验证码等敏感信息，将卡内余额转走。二是在网络平台以“采购防护物资”“献爱心”等为幌子发布虚假信息，诱骗消费者转账，使消费者账户资金受损。不法分子在网络平台以售卖口罩等防护物资为幌子发布虚假信息，转账收取消费者费用后将受害人“拉黑”，或在钓鱼链接中诱使受害人输入个人敏感信息，导致消费者财产受损。此外，也有不法分子假冒慈善机构或爱心人士，利用公众同情心，通过微信、QQ等社交平台以“献爱心捐款”等名义，向消费者发送防控新型冠状病毒肺炎“献爱心”的虚假捐款信息，消费者信以为真后，一旦转账，就造成账户资金受损。

上述利用疫情防控名义实施诈骗的行为侵害人民群众财产安全，造成了恶劣的影响。为此，中国银行保险监督管理委员会消费者权益保护局提示广大消费者：

一是在涉及银行卡转账、汇款操作时要提高警惕，安全用卡。受疫情影响，春运返程、节日出行出现退改票高峰，在收到“退改签”类的信息后，消费者要提高风险防范意识，通过相关企业或部门公布的官方渠道查询确认，切勿随意点击不明链接、使

用不明来源的无线网络，谨防个人重要信息遭到窃取。

二是要注重保护个人敏感金融信息，不向他人透露个人信息、银行卡密码、验证码等。疫情当前，消费者应当保持冷静，遇到索要个人信息、短信验证码或银行卡密码等情况时，切勿盲目听信，不向他人透露银行卡密码、验证码等个人敏感金融信息。

三是谨慎进行线上私人交易，保障账户资金安全。对于消费者个人来说，线上私人资金交易风险大、身份核实难，资金安全和合法权益难以保障。消费者应通过正规平台、渠道购买物资或捐款。确实需要通过线上私人交易的，也要尽量对发布信息的个人或机构的身份真伪进行核实，以保障自身财产不受侵害。

总之，消费者要密切关注官方渠道发布的信息，提高风险防范意识，不信谣，不传谣，不恐慌，避免上当受骗造成账户资金不安全，蒙受经济损失。

（中国银保监会）



这些新型消费陷阱要提防!

网红食品、直播带货、海淘代购……疫情防控期间,不少消费从“线下”转向“线上”,市消协推出新型网络消费系列攻略,提醒消费者谨防各种形式的消费陷阱。

“坑多水深”代购商品质量难保证

想喝星巴克的咖啡,可是懒得跑路;想吃老上海的点心,却身在千里之外……互联网时代,要实现愿望已不需要等待,基于互联网信息交流的精准代购正在悄然兴起。与海淘图的是正品廉价不同,国内的精准代购更注重“精准”二字,价格也往往会比在实体店购买高出不少。

●**消费提醒:**代购商品的真假一直是代购纠纷的焦点和难点。尤其是食品代购,相关专家认为风险隐患较大。由于食品配送方没有经过食品经营者的授权,一旦出现食品掺假、调换等问题,或者消费者食用后出现身体不适,食品追溯、责任认定可能存在纠纷。消费者一旦发现这类行为,可以向网络订餐平台或者电商平台反映,也可以向市场监管部门投诉举报反映。

眼见不一定为实“直播带货”货不对板

疫情防控期间,无论是专业的直播平台还是电商平台上的店家,都开始利用直播形式销售商品。直播销售可以让销售者全面地展示自己的商品,也可以让消费者将商品里里外外都看清楚,还能随时提问提要求,因此这种销售模式一经推出就立刻火爆起来。

●**消费提醒:**首先,要当心“三无”产品。网络直播销售中存在一些“三无”产品,即商家并未按照相关规定取得经营许可,也不具备与所经营食品、药品相适应的营业场所、设备、仓储设施及卫生环境。也就是说,他们制作销售的食品、药品并没有安全保障。其次,切莫冲动消费。在直播销售中,虽然能亲眼看到自己购买的商品,但也可能被掉包。因此,在网上选中商品后一定要截图,同时要多看其他买家的

评价,如果是购买奢侈品,一定要让商家做出保真承诺并且截图留存。

隔屏遭遇“假医生”在线诊疗要警惕

移动APP问诊、远程诊疗、虚拟VR等在线诊疗形式呈井喷式发展趋势……有人认为,在线诊疗可以有效利用优势医疗资源,节约医疗成本,而且就医方便。也有人认为,患者很难在网上提供非常完整的资料,医生也没有办法隔空对病情做出准确判断。

●**消费提醒:**一些不法商家借由伪专家进行在线诊疗、夸大药品疗效等手段来忽悠患者。有些在线诊疗骗术伪装得十分巧妙,建议消费者一定要查看平台和医疗机构是否有从医资质证明等,切莫随便购买一些医师竭力推荐的药品。在线诊疗存在风险,患者还是应到医疗机构就诊,而不能把在线诊疗咨询当成“医嘱”。

“只学不旅”“只旅不学”研学旅游“跑偏了”

研学旅游是通过旅游与研学的深度结合,发掘旅游品牌资源,陶冶青少年情操。作为一个与亲子游市场密切相关的细分领域,研学旅游近年来持续升温,产业规模不断扩大。

●**消费提醒:**由于准入门槛不高,在研学旅游炙手可热的同时,各种乱象也开始显现。不少研学旅行基地、机构的资质参差不齐,并且不少研学旅行项目仅停留在“走马观花”层面,或是主打名校游、豪华游,但缺少实质性的教育内涵。一些校外教育培训机构打着研学旅行的旗号,组织学生换个场所补习校内课程,陷入“只学不旅”或“只旅不学”的怪圈。对此,家长和孩子要做好功课,慎重对待研学游,在选择时要考察好公司资质,并注意留意线路内容,签订正规合同。

家电维修期内上门服务是否应交“上门费”?

近年来,家电行业的价格战较为激烈,一些不



具备自主品牌的商家为吸引消费者，采用压缩销售利润的营销手段抢占市场。而在保修期内收取“上门服务费”的行为无疑会大大降低所售产品的性价比。几十元钱虽不算多，但是众多消费者的合法权益却无法保障。“上门费”到底该不该由消费者承担呢？

●**消费提醒：**根据相关规定，在“三包”有效期内，除因消费者使用保管不当致使产品不能正常使用外，由修理者免费修理，免费的范围明确列举出包括材料费和工时费，而对于运输等必要费用则通过《消费者权益保护法》加以明确，由经营者承担。据此，在保修期内的家电的售后维修，排除消费者个人的不当使用因素，应该是完全免费的。对已过保修期的家电维修消费者，面对上门费及维修费，应在接受上门维修服务之前，务必对相关费用的收取加以咨询。若收费超出消费者的承受范围，消费者有权拒绝接受此维修服务。

预付式消费当心钱打了水漂

现在，预付式消费模式越来越常见，各种储值卡、年卡、季卡、月卡、次卡种类繁多，在健身、美容、洗车等行业更是普遍。如遇商家不守信，一旦发生纠纷，消费者的钱就有可能打水漂。

●**消费提醒：**预付款消费陷阱主要体现在：一是办理容易退卡难，退款要求遭遇商家无理拒绝；二是办卡流程简单，双方无详细纸质合同，对双方的权利义务缺乏明确约定；三是商家随意更改服务内容和标准，消费者处于被动局面；四是经营者尤其是经济实力差、盈利能力低的中小经营者有关门风

险，消费者财产安全难以保障。因此提醒消费者，在预付式消费过程中，要多途径了解商家信誉情况，不要轻信广告和宣传，选择信誉度高、规模较大的商家；一定要签订约束双方权利义务关系的预付款消费协议；仔细审阅有关合同条款，详细询问预付卡的使用范围、期限、功能、退款条件、违约责任等；妥善保存相关维权凭证。

无奇不有的网红食品靠谱吗？

从私房美味到家酿果酒，从早茶点心到夜宵小吃，“圈”里出售的食品无所不包、无奇不有。与此同时，网上一则“名声远在外，吃完肚子坏；质量不走心，虽红亦淘汰”的打油诗，也在一定程度上反映了消费者对网红食品质量的担忧。

●**消费提醒：**网红食品暗藏较多的质量隐患和安全隐患，同时存在监管难度。建议消费者选择正规网络平台和商家的商品购买，尤其要了解卖家是否具有食品准入相关合法资质和条件。购买时尽量保存完整的聊天记录和银行卡、支付宝、微信等支付凭证，一旦出现问题，可向监管部门投诉举报，依法进行维权。

拼团消费当心占小便宜吃大亏

团购网站风起云涌，同时，各大网购平台也开设团购频道。在这里，其实是网站充当了团长的角色，网站从下游商家那里获得优惠的价格，并按订单金额从商家那里收取返点。

●**消费提醒：**经过大浪淘沙后，目前知名团购网站已经比较规范。因此建议选择知名度、诚信度高的团购网站，售后服务更有保证。同时，下单前要看清团购信息，除了消费规则，还要确认商品品牌、数量、单价、快递费等。而对于服务类团购，则要注意有效期、营业时间、限用人数、是否有其他使用限制或是附加消费。参团时，对于网上订单的一些流程证据要注意保存。订单和短信等电子信息要截屏存盘，纸质订单要保存，丢弃快递包装时要及时销毁个人信息，减少泄露途径。

（济南日报）

网络购物虽便利 不法微商要警惕

近期,根据国家市场监管总局通报和12315消费投诉举报数据显示,微商成为销售假冒伪劣防疫用品重灾区。主要存在以下问题:

1、经营主体无合法资质。无合法经营所需要的证照,通过“朋友圈”“微信群”宣传销售假冒伪劣商品,一旦事发,立即“隐身”,造成监管部门追查困



难,严重损害消费者的合法权益。

2、商品和服务质量无保障。其进货渠道、质量标准、售后服务等完全靠个人口头承诺,夸大宣传,欺骗误导,不承担“七日无理由退货”责任,危害较大。

3、支付方式不安全。不法微商通过“微信转账”“微信红包”“货到付款”等形式完成支付,无第三方支付平台做保障,消费者容易上当受骗造成“钱货两空”。

在此,陕西省市场监督管理局和陕西省消费者协会提醒广大消费者:网络购物虽便利,不法微商要警惕。正规网店均会在首页内公示营业执照、许可信息等内容的照片或链接,请消费者选择正规网店消费。不要轻信“朋友圈”“微信群”里的购物宣传信息,不要通过陌生人的微信“好友”购物,预防消费风险,避免上当受骗。(陕西省消协)

线上团购消费的五点小提示

近日,湖北省武汉市市场监管局、武汉市消费者协会针对疫情期间的线上团购,发布五点消费提示。

慎选团购渠道。消费者参加团购,应当选择政府部门公布或证照齐全、信誉度好的商超和电商。可在社区网格群或小区业主群选择性参团,避免参与团长身份不清、商品来源不明的团购活动。开展盈利性团购的团长应在团购群内向消费者出示营业执照,供消费者查验。

熟悉团购流程。消费者应详细了解团购套餐的商品品种、数量、规格和价格,及时询问不清楚的内容,重点关注商品配送时间、发放方式及转账付款对象,保存下单付款信息。如缺乏团购知识和经验,消费者可向社区工作人员和志愿者寻求帮助,在其指导

下参加团购。

有序领取商品。消费者领取团购商品前,应佩戴口罩再出门,保持适当距离,自觉顺位排队,有序领取。现场清点所购商品种类和数量,确认所收商品是否与团购信息相符,核对无误后尽快返回。

团购务必适度。当下武汉疫情防控形势依然严峻,消费者应以安全为第一原则,按需团购、适度团购,理性购买生活必需品,降低团购频率,减少出门次数,降低被感染风险。

妥处团购争议。如出现团购消费争议,消费者可向团长反映问题,由其与供货商联络,通过协商的方式快速化解纠纷,协商不成的,可拨打12315热线投诉举报。(中消报)

复工复产期间谨防电信网络诈骗“新花招”

当前，正值复工复产时期，新疆警方从近期破获的案件中发现，一些不法分子利用非接触式复工、居家隔离等情景，实施新型电信网络诈骗，导致一些群众遭受不同程度的财产损失。

为提高广大群众的防范意识，乌鲁木齐市公安局梳理了近期4个典型的诈骗类型：

一是宣称低价出售防疫物资。不法分子利用复工复产期间，口罩、酒精、消毒液等防护用品紧缺之际，通过微博、微信、QQ、直播平台等发布虚假信息，打着低价的幌子，诱骗受害人转账购买，收到货款后便拉黑受害人，实施诈骗。

二是利用网络授课平台诓骗钱财。当前，很多中小学校利用网络平台给学生们上课。一些不法分子通过潜入班级的微信群、QQ群，将头像改换成班主任老师的头像，假借开展线上教学，以收缴教材费、培训费等为名欺骗学生家长转账汇款，实施诈骗。

三是宣称可以“无抵押”放贷。不法分子发

现一些企业在复工之初资金紧张，便发布“无抵押”“无担保”“低利息”“放贷快”等虚假贷款信息，吸引受害人进行贷款，再以收缴“保险费”“手续费”“保证金”为名，诱骗受害人转账汇款，实施诈骗。

四是宣称招人在家“刷单”做兼职。不法分子通过短信群发、微信、QQ朋友圈等形式发布“刷单”“刷信誉”等兼职工作广告，打着“足不出户、日入百元”的幌子诱使受害人参与，一旦受害人上钩，便以各种理由要求受害人给自己转账汇款，随后消失，实施诈骗。另外，所谓的“刷单”“刷信誉”行为本身就涉嫌诈骗。

公安部门提醒，在当前的复工复产时期，广大群众应进一步提高警惕，切勿被不法分子欺骗。如有群众发现自己已上当受骗，可立即报警，并收集通信记录、聊天记录、转账记录等，为警方破案提供合法有效证据。

（新华社）

当心这些健身卡预付费“套路”

在疫情防控的关键时期，宅在家里不出门也是给社会做贡献。不过，咱在家也不能闲着，充充电，做做饭，健健身，但是许多人会觉得在家运动十分不便，还是去健身房有效果，而且健身办卡比较划算。小编给大家提个醒，健身办卡这种预付费时常存在着一些“套路”，往往消费者只要交了钱，想要退款？NO！

为了更好的保护消费者合法权益，让大家放心消费。在此，小编提示消费者：

1、消费者在购买预付费卡时一定要选择信誉度

高的商家，仔细阅读合同条款，避免上当受骗。

2、在办理预付费卡时，一定要与商家签订书面合同，明确约定商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等内容，并将商家的优惠承诺写在合同中。

3、消费时要向商家索要发票、单据等消费凭证，同时留存好商家的宣传优惠等材料。

4、发生纠纷时，首先与商家协商解决，协商不成时，及时向有关部门投诉。（光明网）

口罩被“搭售”是否合法？法官教你如何维权

突如其来的新冠肺炎疫情，让口罩等防疫物资成为我们生活的必需品，也变成了今年以来最热销的商品，很多药店被一扫而空，网购平台也经常手慢无，口罩等防疫物资的相对紧缺，引发了消费者通过各种渠道，抢购口罩的火爆场面。

有些经营者为了获取高额利润、提高经营业绩，将口罩这一热销商品与果蔬、药品等捆绑销售，而有的消费者为了尽快购买到口罩不得不接受“口罩组合”搭售。那么，这种搭售行为是否合法，可能会侵犯消费者的哪些权利呢？

问题1：何为“搭售”，口罩搭售有哪些表现形式？

搭售也被称为搭配销售、捆绑销售，通常是指销售者在销售主卖商品或服务时，要求消费者购买其他商品或服务作为交易条件的行为。其中主卖商品或服务称为“搭售品”，被搭配出售的产品或服务称为“被搭售品”。有的经营者利用其在产品、信息、营销手段上的优势对消费者的消费决策施加不利影响，使其在违背真实意愿的情况下接受搭售。经营者的优势“不正当性”主要来自于其对真实信息的隐瞒以及信息的不恰当传递，其不正当搭售一般具有欺骗性、误导性、利诱性。

当前，口罩搭售主要表现为：一是网络交易平台的搭售（线上模式）：一些网络平台上的销售者（包括微商等），在平台上以销售口罩为名招揽顾客，但是却拒绝单独出售口罩，而是通过销售口罩套餐（包括食品、湿巾、洗手液等）来限制消费者的消费范围，变相捆绑搭售其他商品。二是药店、便利店等实体店的搭售（线下模式）：药店、便利店等实体店的经营者在销售口罩时，要求消



费者必须购买该店的板蓝根、维生素C等药品才能换购口罩，并通过搭售形式变相抬高口罩销售价格。

问题2：搭售行为是否合法？可能会侵犯了消费者的哪些权利？

对于搭售要分清是正常搭售还是强行、捆绑搭售，不违反法律规定的正常搭售行为是允许的，即尊重企业自主经营权，但前提是不能损害消费者的合法权益，如同时提供口罩和口罩套餐供消费者自行选择，并公平交易。如果违背消费者意愿，强行、捆绑搭售，则有可能违反法律规定。那么，搭售行为可能会侵犯了消费者的哪些权利呢？

自主选择权

《消费者权益保护法》第九条规定：“消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比

较、鉴别和挑选。”经营者在消费者购买口罩等紧缺防疫物品时，如滥用相对优势（尤其是信息优势）地位，欺骗、利诱消费者在违背真实意愿的情况下购买“被搭售品”，则侵犯了消费者的自主选择权。

公平交易权

《消费者权益保护法》第十条规定：“消费者享有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。”如果经营者在销售过程中违背诚实信用，限定交易条件，通过搭售形式变相抬高商品销售价格则侵犯了消费者的公平交易权。

知情权

《消费者权益保护法》第八条规定：“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等有关情况。”经营者向消费者提供有关商品的信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传，同时应当明码标价。如果经营者故意隐瞒或不向消费者披露商品详细信息（包括单件商品价格等），欺骗、诱导消费者购买“被搭售品”，则侵犯了消费者的知情权。

问题3：面对搭售，消费者可以依据哪些规定维权？

1.《消费者权益保护法》第四条

规定：“经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。”第二十条规定：“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。经营者提供商品或者服务应当明码标价。”同时，《消费者权益保护法》第八条到第十条分别规定了消费者的知情权、自主选择权、公平交易权。

2.《电子商务法》第十九条规定：“电子商务经营者搭售商品或者服务，应当以显著方式提请消费者注意，不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。”同时，《电子商务法》第七十七条规定了违反第十九条的处罚标准。

3.《价格法》第十四条规定：“经营者不得有下列不正当价格行为：……（三）捏造、散布涨价信

息，哄抬价格，推动商品价格过高上涨的；（四）利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；……（七）违反法律、法规的规定牟取暴利；（八）法律、行政法规禁止的其他不正当价格行为。”

4.国务院出台的《价格违法行为行政处罚规定》第六条第一款规定：

“经营者违反价格法第十四条的规定，有下列推动商品价格过快、过高上涨行为之一的，责令改正，没收违法所得，并处违法所得5倍以下的罚款；没有违法所得的，处5万元以上50万元以下的罚款，情节较重的处50万元以上300万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照：……（三）利用其他手段哄抬价格，推动商品价格过快、过高上涨的。”另外，2020年2月1日，国家市场监管总局发布的《关于新型冠状病毒感染肺炎疫情防控期间查处哄抬价格违法行为的指导意见》第五条明确规定，经营者在销

售防疫用品过程中，强制搭售其他商品，变相提高防疫用品价格的，可以认定构成《价格违法行为行政处罚规定》第六条第（三）项所规定的哄抬价格违法行为。

法官建议

1.消费者在面对经营者的搭售行为时，要充分合法行使自己的知情权、自主选择权和公平交易权，当搭售侵犯自己的合法权益时，要与经营者沟通协商、合理劝诫，从源头上保障自己的权利，沟通无果又不得不购买“被搭售品”而被侵犯合法权益时，要留存相关证据，向有关市场监管部门反映情况，维护合法权益。

2.经营者要始终把合法经营、规范经营摆在首位，增强法律意识，提高社会责任感。在全民战“疫”的特殊时期，更要把国家、社会和民众利益“挺”在前面，切莫想发国难财，为了追求高风险的个人小利益，弄巧成拙，化“机”为“危”。

（北京三中院）

抗疫期间 如何挑选合适的家用健身器材？

新冠疫情爆发后以来，消费者普遍意识到提高身体素质增强免疫力的重要性。宅家抗疫期间，在家运动成为大多数人的理性选择，家用健身器材随之热销。怎么才能选到适合自己的家用健身器材呢？中国消费者协会邀请中国体育用品业联合会（CSGF）的专家为消费者选购家用健身器材提供以下选择提示。

家用跑步机

适用人群：有跑步/有氧训练需求人群、小户型

家用中高端跑步机适用于有健身房运动习惯，对运动体验、脚感、减震性能有一定要求的运动爱好者。可



以根据家庭空间及实际购买预算挑选适合自己的跑步机。建议消费者在挑选跑步机时尽可能选择既有线上旗舰店，也有线下实体店的跑步机品牌，这类产品质保、售后维护相较于网络品牌更放心。

走步机

适用人群：轻运动需求、小户型、免安装

走步机相较于跑步机占地小，可折叠，易收纳，是小户型的不二选择，受到不少青年运动爱好者的欢迎。一般走步机的时速可以达到6KM/H，有些走步机还兼具跑步机功能，时速可以达到10KM/H。但走步机的承载力相对跑步机较弱。走步机目前也向智能化发展，消费者可选择带有红外脚感、语音遥控等智能控速功能的走步机，在步数计算和使用安全性上都更有优势，此外也需要关注一下用材和避震性能，建议优先选择专业走步机品牌。



椭圆机/划船器

适用人群：大体重人群/腿臀部塑形需求/白领人群、中户型

跑步机对于大体重的运动人群并不适合，负重跑步对膝盖的损伤是不可逆的，所以大体重人群更适合使用椭圆机。椭圆机的运动轨迹对膝盖关节起到保护作用，同时可以通过调整椭圆机的阻力和坡度有效锻炼久坐松弛的腿臀部肌群。

划船器对腿部、腰部、上肢、胸部、背部的肌肉增强有较好的作用。尤其适合腰腹部和上臂部脂肪较多的人群。所以，很多网红和白领女性会选择椭圆机或划船器作为第一件家用健身器材。

登山机

适用人群：HIT高效训练法、腿臀部塑形、小户型

登山机模拟的是登山训练，锻炼时双脚交替向上运动，主要用来锻炼下肢力量。有人测算过，使用登山机运动20分钟消耗约800千卡路里，相当于跑步60分钟，游泳60分钟，瑜伽60分钟。所以对于不想每天花太多时间在健身上的消费者来说，选购一台登山机，利用碎片时间运动，每天15分钟就能高效完成燃脂、塑形、提臀的锻炼效果。

儿童护网蹦床

适用人群：3~8岁的宝宝，需要解放双手的宝妈们

活泼好动的宝宝们疫情期间也不得不被拘在家里，少了玩乐的去处。如果家里空间足够，一台蹦蹦床可以帮宝宝释放过剩精力。运动心理学研究认为，蹦床运动符合儿童娱乐、运动的心理特点，坚持锻炼会使孩子的腿部肌肉群和小脑平衡神经系统以及大脑神经系统更加发达，且能达到长高的目的。但在购买时，要注意其质量、大小、收藏和使用时的方便性以及弹性等因素，蹦床要放置在远离窗户和家具的地方，也不要让孩子在跳跃时过度兴奋而跳得过高。

综合训练器

适用人群：专业力量训练需求、肌肉撕裂者、私人健身房

综合训练器是肌肉爱好者的全功能综合力量训练器，支持25+种力量训练，基本涵盖了全身的肌肉训练需求。对于追求专业健身的人来说，可同时满足有氧训练和力量训练的需求。综合训练器体积大，适于大户型。

筋膜枪

使用人群：运动放松、深层肌肉放松、久坐人群上班族

经常锻炼的消费者对于筋膜枪可能比较熟悉。在健身或运动后，肌肉过于紧张产生筋膜粘连造成酸痛，筋膜枪的用途就是将这些深层次的肌肉进行深层的按摩，通过振动原理，将力和振动传递到深层的筋膜肌肉。筋膜放松可以有效的梳理肌筋膜，得到舒展，减少肌肉摩擦，对关节活动度和肌肉延展性都有很大的帮助。作为一款专业的筋膜枪，建议根据自己需求，一般消除运动后疲劳选定价格在1000-1500元比较好；运动辅助、康复训练选择2000-3000元筋膜枪。但消费者在使用时需要注意：应当应

用于肌肉（软组织），注意避开附近的骨头和关节；压力适当，注意枪体的回弹与稳定，以免造成不必要的损伤；尽量隔着衣物/毛巾进行按摩，以免磨损皮肤，引发敏感反应。

瑜伽垫

适合人群：瑜伽爱好者，徒手运动爱好者

瑜伽垫相信是女生们人手一条的运动单品，在不能出门的日子里，在家练瑜伽或者跟着app练习一些徒手训练是不错的选择。尽管瑜伽垫的售价并不高，但也不要过于贪恋低廉产品。建议可以挑选高密度TPE瑜伽垫，其材质是含有天然乳胶和麻的环保材质，可回收，可重复利用，废弃后不会造成环境污染，而且质量轻、防滑性能好、使用寿命长、回弹性好。瑜伽垫是亲肤性极强的产品，要按照说明书做好清洁，避免受到细菌或病毒污染。

瑜伽泡沫轴

适用人群：瑜伽爱好者，运动放松

瑜伽泡沫轴重量轻、富有缓冲弹性，在速度训练、长距离跑步后使用，可以用自身重量和一个圆柱形泡沫轴来自我按摩，使肌肉筋膜层放松，缓解紧张的筋膜，同时增加血液的流动和软组织循环。除了传统泡沫轴，现在市面上泡沫轴推陈出新，已不局限于运动后的拉伸放松，新品泡沫轴已经可以兼顾振动放松、音乐播放、内置哑铃等功能于一体。可以是移动音响，也可以是客厅一角的艺术品摆设。但应注意这种多用途的产品，不能用水冲洗，只可用湿布擦拭。

战胜疫情指日可待，很多消费者也在这次困境中自觉提高了运动增强体质意识。未来，相信在家运动会融入我们日常生活的一部分。冬天终将过去，春天即将到来。



疫情期间遇到网购纠纷怎么办？

疫情期间，付款后商家迟迟不肯发货怎么办？购买到假冒伪劣防护物资怎么办？商家临时坐地起价怎么办？微信个人交易被骗怎么办？

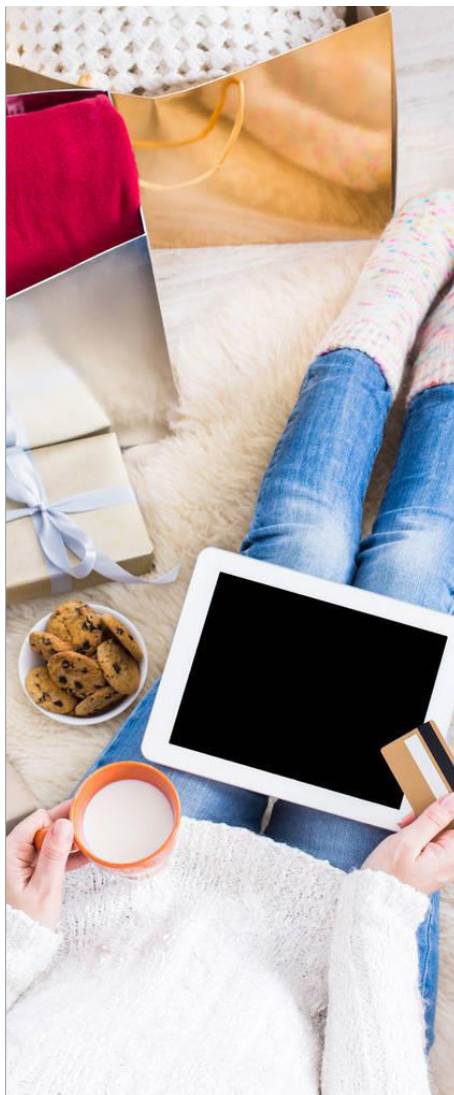
在“3·15”消费者权益保护日即将到来之际，西城法院诉源治理直通车停靠“展览路站”，通过“视频连线+平台直播+微信群聊”的方式，开展第二期普法讲堂活动。西城法院立案庭副庭长杨成龙及法官赵琳在线解答街道社区居民对于网购纠纷的相关法律疑问。

“我们希望通过线上直播普法，回应关于疫情期间网购纠纷的相关法律问题，从源头上消解这类纠纷，为群众提供法律指引。”杨成龙表示，就12368诉讼服务热线和“法院直通车”平台收到的咨询类问题来看，因疫情引发的网购类纠纷法律咨询问题占所有法律咨询问题的20%-30%，这些都是可能形成诉讼的潜在风险。

付款不发货，是否违约看清况

在网上抢购的防疫物资付款后，商家迟迟不发货或者因缺货取消订单的怎么办？法官赵琳介绍，根据全国人大常委会法工委就疫情防控相关问题的权威解答，本次疫情属于不可抗力。因不可抗力不能履行合同或者造成他人损害的，不承担民事责任。如果商家确实因为优先保障抗疫等原因，商品被征调、征用导致无法发货或取消订单，不应承担赔偿责任，但需要商家提供相关证据予以证明。

“若因商家自身原因或其他目的而不发货的，如本身库存不足、意图囤货高价销售等，消费者可主



张正常履行合同，或追究卖家违约责任，如果给消费者造成损失的，商家应承担赔偿责任。”赵琳表示。

赵琳表示，对于非防疫物资类的生活用品等，商品本身受疫情影响程度通常较小，除非存在其他诸如交通或物流上的客观限制情况，此类订单卖家应当及时按约履行义务，而不应以疫情作为借口主张变更或取消订单。

买回假冒伪劣商品，消费者可要求赔偿

“疫情本来就让人忧心，更糟心的是好不容易抢到的口罩竟然是假货，法官，我该怎么办？”对此，赵琳解释，根据《消费者权益保护法》相关规定，消费者通过网络交易平台购买商品或者接受服务，其合法权益受到损害的，可以向销售者或者服务者要求赔偿。

赵琳强调，消费者可主张的权利包括但不限于：1、要求经营者更换、退货（7天无理由退货）、赔偿损失；2、（造成人身损害的）要求赔偿医疗费、护理费、交通费等为治疗和康复支出的合理费用、因误工减少的收入、残疾生活辅助具费、残疾赔偿金、丧葬费和死亡赔偿金等；3、（有欺诈行为的）要求增加赔偿所受损失至消费者购买商品的三倍价款（增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元）；4、（明知存在缺陷并造成死亡或者健康严重损害的）要求所受损失二倍以下的惩罚性赔偿。

“我们也建议普通消费者，要学会理性购买，比如某些信用资质不高的网络店铺大批量销售N95或医用外科口罩，应谨慎辨别。”赵琳强调，防疫虚假宣传可以依据《消费者权益保护法》要求三倍赔偿，比如明明是普通的一次性无纺布口罩却标明为“医用外科口罩”“防病毒口罩”等等。

商家哄抬物价，消费者可投诉或举报

“首先我们要明确何种行为构成哄抬物价”，面对居民关于商家哄抬物价行为的提问，赵琳法官解

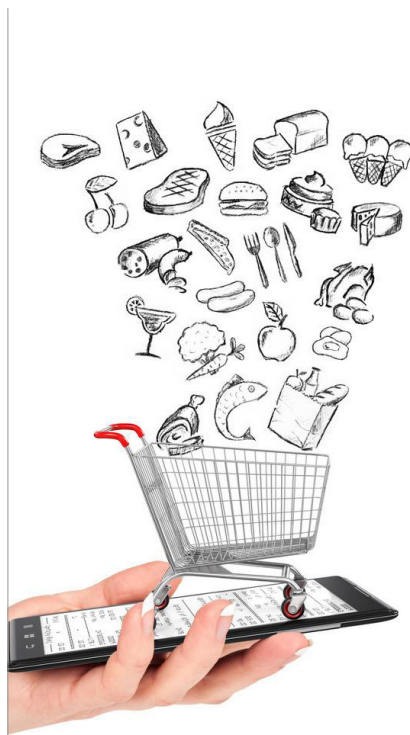
释，卖家使用“某产品全网全国缺货、货源紧张没有其他任何普通渠道存货可购买、进价达到以往的多少倍”“该价格为近日最低价格、全网卖家已经确认即将大幅涨价”“某产品厂商感染疫情影响已全部停止生产”“某产品近期被大量医院抢购用于疫情防治”类似宣传标语；商家在销售防疫用品过程中通过强制搭售其他商品；商家大幅提高配送费或收取其他费用的方式变相提高防疫用品价格；买家在疫情爆发前下单时确定有货但疫情发生后卖家突然下架产品或无正当理由突然取消订单不予发货、意图囤积产品或提高价格再次进行销售等行为均属于哄抬物价的行为。

赵琳法官提示，如果遇到以上情况，消费者应当注意保存相关商品宣传、交易信息、聊天记录等证据材料。维权渠道主要有以下几种：1、按照电商平台具体投诉规则向电商平台及时进行投诉和举报；2、向政府价格主管部门市场监督管理部门等有关行政部门进行投诉和举报；3、发现违法所得数额较大或者有其他严重情节的不正当价格行为，可向公安机关进行报案和举报；4、对于因价格违法行为致使消费者多付价款的，消费者可通过协商或诉讼的方式，向卖家要求退还多付部分，造成损失的，还有权要求卖家承担赔偿责任。

微信购物免纠纷，证据留存是关键

“通过微信好友、微信群代购或团购商品，如果遇到不诚信卖家产生售后纠纷，应该注意些什么呢？”赵琳建议，消费者在交易前应要求卖家提供其身份信息、货物来源渠道保障及质量保障信息等材料，同时，需对购买的商品种类、质量要求、发货时间、价格标准、货物未收到或货物质量问题的处理方式等问题以聊天记录等书面方式进行明确约定。

“消费者应注意消费过程留痕，对卖家个人信息、商品宣传和介绍信



息、协商记录等以截图、录音、录像等方式进行保留，转账付款时，应当写明款项支付用途及目的。”赵琳强调。

赵琳表示，付款后，建议消费者及时追踪商品发货及运输情况，对卖家违反约定延迟不予发货的情况，应当提高警惕，及时协商处理，要求卖家退还支付的款项；收到货物后，建议消费者及时进行查验，并通过录制开箱视频等方式进行记录，对于存在质量问题的，应当及时向卖家反馈并要求解决。

海外代购遇问题，分清情况来维权

通过淘宝或者微商海外代购口罩等防疫物资，发现存在质量瑕疵如何维权？赵琳指出，海外代购分为“现货代购”和“非现货代购”。所谓的“现货代购”，是指卖家已提前购得了特定的商品，并将商品信息在网站店铺或平台发布，明确该商品的价

格，只需购买者选择合适的型号、数量，即可点击购买。所以对于卖家在网站上陈列出的所有标有“代购”的现货，价格和规格等已经明示，属于“明码标价”，买家只需要选择并且付款，即完成一笔交易，买卖双方就成立买卖合同。那么如果一旦出现质量问题等等，在第三方平台能够提供“买家”联系方式、地址后，就可以直接找“买家”维权。所谓“非现货代购”，就是我们熟知的“海外直邮”。采用这种方式的，代购者往往仅收取代理费，与“买家”形成的是委托合同关系。

“在第三方平台上，仅承认‘海外直邮’为代购。”赵琳强调，只要是“现货交易”，已经不是真正意义上的“代购”了。”比如淘宝，只有满足商品采购地方为海外及港澳台、商品非现货、发货地为海外及港澳台、商品品牌发源地为海外及港澳台的情况下，才属于淘宝网中定义的“代购”。在此种情况下，除非淘宝明知或应知销售者或服务者利用平台侵害消费者合法权益未采取必要措施，否则其不承担相应责任。

“代购者是根据买家的需求购买指定商品，在尽到合理注意义务的情况下，比如不能买假货、过期商品等，可以不对境外产品没有中文标签等表面瑕疵问题负责。”赵琳提醒，在进行海外代购时，特别是“海外直邮”的一定要核对代购者资质、诚信度进行核实并将产品的详细信息告知代购者，否则一旦发生纠纷，就会为自我维权带来不便。

“如果要通过诉讼维权，建议大家选择多元调解+速裁机制。”杨成龙介绍，疫情期间，为了最大限度减少人员聚集流动，西城法院将多元解纷、诉调对接、简案快审、简案快执等工作全部整合到线上开展，通过“集约送达一体化平台”进行电子送达、通过“北京法院云法庭”进行网上庭审，全面开展“云速裁”，为需要司法服务的群众提供多种类纠纷解决方案。（人民网）

甄别食品有妙招，“六看”食品标签很重要！

当我们在超市选购食品时，我们到底在买些什么？不要着急，食品标签来告诉你答案。

根据国家食品安全标准GB7718《预包装食品标签通则》规定，食品标签就是指食品包装上的文字、图形、符号及一切说明物。简单来说，我们要做好“六看”：

一看食品名称

食品名称是反映商品的真实属性的专用名称，比如饮料、膨化食品、调味料等，我们一看到食品名称就知道这个产品属性是什么，并且产品名称要与配料相符，比如奶油瓜子里面必须要有奶油，凤梨酥要有凤梨。

二看配料表

食品标签上都标有配料或配料表等字样，各种配料是按加入量的递减顺序一一排列。打个比方，我们平时经常吃的薯片的配料表第一项通常为马铃薯、最后一项是盐，那就表明马铃薯占薯片中的配料比重最大而盐最小。

要想让一颗马铃薯变成好吃的薯片，当然也少不了食品添加剂。随着现代食品工业的发展，很多食品中都含有食品添加剂，比如膨化蜜饯等休闲食品里面有防腐剂、饮料里面有甜味剂，有些食用盐也需要抗结剂。

什么是食品添加剂呢？

它是一种为了改善食品品质起到防腐、保鲜等作用的人工合成或者天然物质。我国对食品添加剂的使用有严格的要求，什么食品中能使用什么添加剂、每种添加剂能添加多少的量，食品安全国家标准GB2760都有具体规定，只要按照国家安全标准正确使用食品添加剂，食品安全是可以得到保证的。



三看食品营养标签

食品营养标签是食品标签上向消费者提供食品营养成分信息和特性的说明，包括营养成分表、营养声称和营养成分功能声称。

我国从2013年1月1日开始除一些特殊可豁免的食品类别，大部分食品必须要在标签上标示营养成分表。营养成分表包括：能量、核心营养素（蛋白质、脂肪、碳水化合物和钠）含量及其NRV%的表格。比如我们经常喝的牛奶，它就包含能量、蛋白质、脂肪、碳水化合物、各种微量元素等营养成分。通过观察食品营养标签我们就可以选择符合我们需要的相应食品，帮助我们合理饮食。

四看净含量和规格

当我们决定购买食品的时候，我们到底要选多少的量才是最合适的呢：买少了往往不够吃、买多了放久了也容易坏，而且包装大的并不是里面内容物就多。真正反映预包装食品

量多少的是食品标签中的净含量和规格。液态食品看体积，用毫升、升来标示；固态食品看质量，用克、千克来标示；半固态食品选择质量或者体积都可以，同时，容器中含有固、液两相物质的食品，除标明净含量外，还必须标明该食品的固形物含量，用质量或百分数表示。

五看生产日期和保质期

在我们选购食品时最重要、最不可忽视的便是日期标示和贮存条件，日期分为生产日期和保质期。

在保质期之内，最好选择距离生产日期近的产品，说明更新鲜安全系数更高。同时，贮存条件也应和日期同时看，因为只有在规定的贮存条件下保存保质期才有用。只有我们认清所选食品的生产日期、保质期，并了解它的贮存条件才能保证我们能够吃到新鲜、安全的食品。

六看其他标签

食品标签还有一些其他内容，如生产者、经销者的名称、地址联系方式，食品生产许可证sc编号、产品标准代号、转基因、质量等级、食用方法等等。如果是进口商品，还要标有中国经销商名称地址联系方式及原产国信息，有些食品印有常见的食品标志，如绿色食品、有机食品、无公害食品的图标、证明这样的食品原料生产环境良好，食品质量相对安全，大家可以更放心食用。

怎么样，识别食品标签是不是也没有想象中的那么复杂呢！在此温馨提醒大家，我们无论在什么地方购买食品或者无论我们在哪里消费，为了自己的身体健康，请仔细查看食品包装袋上的食品标签，再放心购买也不迟！（上海市场监管）



Beijing Consumers

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

1 搜索微信名称
北京消协

2 搜索微信账号
bjxx315

3 扫描下方二维码

“北京消协”是北京市消费者协会

官方微信订阅号

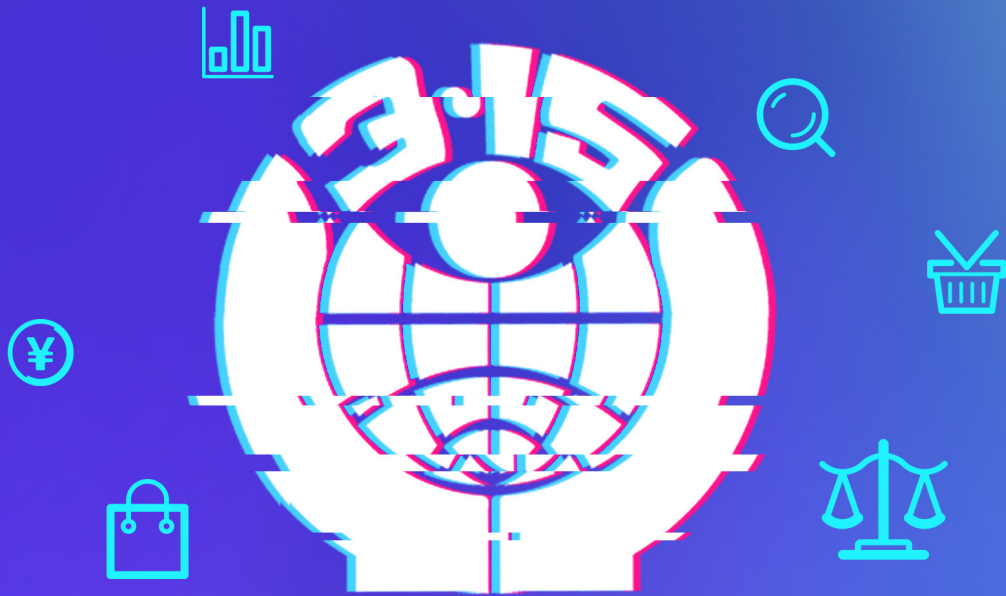
这里有

专业的案例点评

权威的消费提示

实用的消费技巧





北京消协



北京消协

抖音号: dyw7qzk2mv9m

帮您避开消费的雷 为您普及消费的法 给您讲述消费的事