



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06期

06

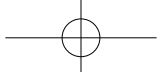
总第93期



P04 全市市场监管部门全力以赴落实各项疫情防控措施
P17 民法典将带来哪些新变化?

P12 多家航司对北京相关航班免收退票费
P24 借网课推广网游，“虎牙们”还有底线吗?



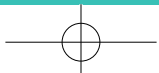


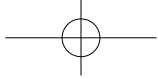
5月26日下午，市消协举办“加强社会共治 提升消费环境”研讨会。市市场监管局副局长、市消协副会长方葆青，市市场监管局消保处处长祝京涛，市消协秘书长杨晓军以及来自北京大学、北京工商大学、北京市第二中级人民法院、北京市律师协会、北京电子商务法治研究会的有关专家学者参加了研讨会。

市市场监管局副局长、市消协副会长方葆青在研讨会上表示，经济发展进入新常态以来，消费对经济发展的驱动愈加重要。在高质量发展和转型发展过程中，北京如何做好消费者权益保护工作，营造跟首都地位相适应的消费环境，需要进一步做好探索工作。消协监督政府部门履行和承担消费者权益保护工作，是《消法》赋予的重要职责。消协要履行好监督职责，不光是监督企业，也要监督政府和各行各业的管理部门。要搭好平台，整合社会各方力量，发挥各行各业作用，做好消费者权益保护工作。



6月11日，市消协举办直播带货消费调查研讨会，邀请中国人民大学、中国政法大学、北京工商大学有关学者，以及北京市检察院、北京市互联网法院、北京市市场监管局、北京市法学会电子商务法治研究会、北京市律师协会有关领导专家，针对直播带货体验调查案例及有关问题进行深入研讨。





Prologue

卷首语

抓住疫情期间服务升级的契机

疫情期间人们足不出户让服务业陷入困境，但很多商家并没有坐以待毙，纷纷拓展新渠道，探索新方式，提高服务质量。传统百货探路直播卖货，健身教练开启在线锻炼，外卖配送升级卫生标准……虽然疫情给服务业带来了冲击，但危机也倒逼行业积极求变大胆创新，推动了原本想实现却难以实现的升级。商家们如果能抓住这一契机创新升级服务，将可能转危为安再创佳绩。

从“零人流”中挖掘新流量。疫情期间消费者纷纷开启居家模式，缺少人流、受限于疫情管控的线下服务业几乎毫无进账。然而没有人流不代表没有客流。随着移动互联网、在线购物、手机支付的普及，加上日益形成的在线消费习惯，传统服务业找到了新的可能。疫情期间，传统百货通过商场自营APP、微信小程序提供线上服务，甚至加入了直播方式。超市、便利店也纷纷开通线上渠道力推外送服务。虽然线下实体店人气不旺，但通过网购的方式传统商家开辟了新渠道，焕发出了活力。

从“零消费”中挖掘新需求。事实上，市场需求往往难以被全面压制，一旦某方面的需求被抑制，就会有新需求以替代形式出现。如外出就餐的人少了，外卖订单可能会增多；超市购物的需求抑制了，网购需求就会同比例释放；户外活动需求被限制，居家文体生活的需求就会增加……这恰恰需要投资者敏锐的嗅觉，能够在细节和不便中发现需求。比如一些企业，紧紧抓住了这次疫情的机遇，快速培养起了消费者线上买菜的习惯，迅速占领市场。有关负责人坦言，疫情让消费者以比我们预想中快得多的速度形成了习惯。

从疫情中挖掘服务“提升空间”。疫情期间，服务的不足会被放大。发现不足及时改进能促进服务质量提升。当前，人们的消费更注重卫生安全，商家能否提供符合消费者安全标准的服务决定着能否获得订单。以外卖为例，大品牌、大连锁、高品质的商家成为消费者的首选，客观上倒逼商家们提升品质、优化服务细节。采用卫生标准更高的食具，做好食物的密封包装，采取全程无接触配送的方式，对制作员、包装员、快递员身体健康状况严格管理等等，这些平日里未能引起更多重视的细节被自觉到位地执行。网络健身教练则更加关注网络教育的精细化和差异化，为的是提升服务质量赢得客户，同时提前掌握客户个性化需求为日后做好准备。疫情是一面镜子，让商家们看到了不足，也看到了改进的方向。

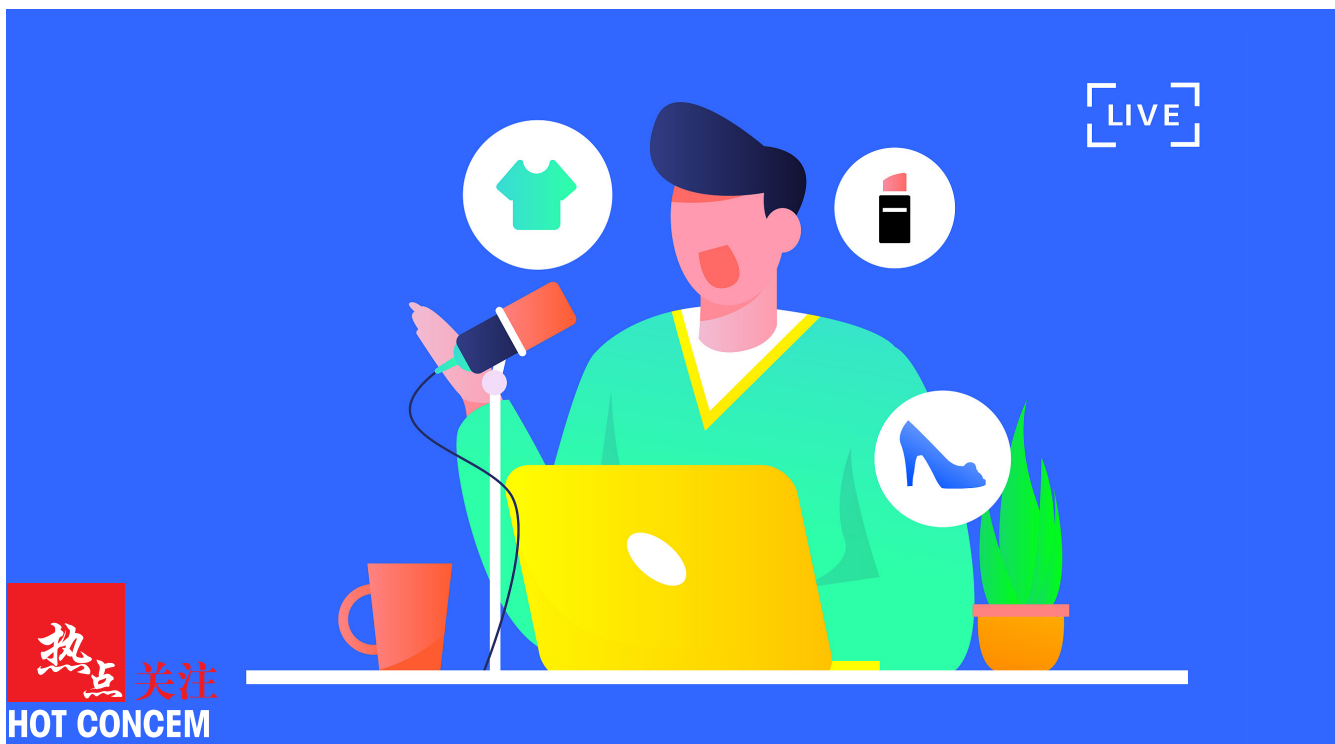
疫情让我们更加有勇气改变过去，创新未来。把握住这次机遇，才能更好的迎接挑战。（人民网）

伏特



CONTENTS 2020年6月 BEIJING CONSUMERS

目录



P14 北京市消协发布直播 带货消费调查报告： 建议将违法主播拉入黑名单

本次调查选取淘宝、天猫、京东、苏宁易购、拼多多、小红书、蘑菇街、抖音、快手和微博等10个直播平台作为体验调查对象。在30个直播带货体验样本中，有9个样本涉嫌存在证照信息公示问题，有3个样本涉嫌存在虚假宣传问题，有1个样本执行“7天无理由退货”不到位问题。

卷首语

01 抓住疫情期间服务升级的契机

本刊策划

- 04 争分夺秒 打赢疫情防控仗
- 04 全市市场监管部门全力以赴落实各项疫情防控措施
- 05 立即行动 开展食品安全大检查
- 07 全面检查 消杀不到位的关停整改
- 08 从严从快 开展综合执法大检查
- 09 北京对所有农贸市场、餐饮店、食堂等进行全面核酸检测
- 10 北京发布商品交易市场疫情防控指引

- 11 北京发布商业服务业疫情防控新指引
- 11 市市场监管局：搬家不得收取未明示费用
- 12 市交通委：暂停出租车网约车顺风车出京
- 12 多家航司对北京相关航班免收退票费
- 12 全市养老机构停止家属探视
- 13 国家医保局：新型冠状病毒核酸检测将按程序纳入医保

权威发布

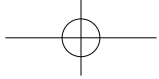
- 14 北京市消协发布直播带货消费调查报告
建议将违法主播拉入黑名单

热点关注

- 17 民法典将带来哪些新变化？
- 21 教育部和市场监管总局联合发布《中小学生校外培训服务合同(示范文本)》
- 22 首个儿童零食标准正式实施
- 22 6月20日起普速车站全部实行电子客票
- 23 北京市不动产登记可自助跨区通查
- 23 北京试点电动自行车“带牌销售”

消费时评

- 24 借网课推广网游，“虎牙们”还有底线吗？
- 25 别再让手机App继续偷窥私人信息
- 26 超前点播得让VIP会员感受到尊重
- 27 网络直播经济如何才能走得更远



P30 网购消费当心各种“坑”

通州区消费者协会有关投诉数据显示，商家虚假宣传、承诺不兑现、执行7天无理由退货不到位、不承担“三包责任”等网购投诉逐年增多，提醒消费者网络购物当心各种“坑”。

消费提示

- 28 电动平衡车不当使用风险大
- 30 网购消费当心各种“坑”
- 31 空调新国标 能效等级有变化
- 32 挑选头盔时要注意“3C”认证
- 33 国家卫健委：眼镜该戴不戴度数会加重！
- 34 儿童要消费，安全第一
- 35 办健身卡需谨慎

消费课堂

- 36 进口海鲜和食材中会不会有病毒存活？
- 37 什么是密切接触者？
- 37 二级响应如何做好自身防护？
- 37 夏天使用酒精消毒剂千万注意这些
- 38 天热了，空调使用前可用消毒液清洗滤网吗？
- 39 护眼灯选对参数才有效
- 40 功能饮料真的有特效吗？青少年千万要小心
- 41 选购使用防晒产品“小提示”
- 42 童装选购指南
- 43 儿童零食如何选？怎么吃？

《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 马传生 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06期（总第93期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流



争分夺秒 打赢疫情防控仗

6月以来，根据疫情新变化、防控形势新要求，全市市场监管部门多措并举，迅速行动，奔赴辖区重点场所开展大规模、全覆盖式的现场检查，检查中如若发现存在违法违规行为的，一律依法采取强制措施，从严从快处理，确保首都市场秩序平稳有序，确保消费者买得放心、用得放心、吃得放心。

全市市场监管部门 全力以赴落实各项疫情防控措施

6月12日以来，根据疫情新变化、防控形势新要求，全市市场监管部门多措并举，全力维护首都市场秩序。

1454人次，检查商户1213户（其中商超315户、菜店76户），未发现囤积居奇、哄抬价格等不正当价格行为。

一、全面强化生活必需品价格监管， 坚决维护价格平稳有序

一是针对新发地批发市场暂时休市可能引起蔬菜等生活必需品价格波动的风险，先后下发《关于进一步加强价格监管的通知》、《关于加强蔬菜价格监管的紧急通知》、《关于加强市场监管综合执法督导工作的通知》，加强对社区菜店、农副产品市场、大型连锁超市等经营主体价格监管情况的重点督导检查，要求各区紧盯蔬菜等生活必需品及生鲜、冷冻肉品等重点监管产品的举报线索和舆情反映，依法快速查处价格违法问题，开展针对性提醒告诫，做好价格监管与食品安全大检查协同，维护我市生活必需品价格平稳。

二是对物美、永辉、家乐福等7家大型连锁超市开展提醒告诫，告诫经营者加强价格管控，保证粮油、肉蛋、菜奶、活鱼、海鲜、水果等生活必需品价格水平稳定，做好明码标价，防止出现价格欺诈、囤积居奇、哄抬价格等不正当价格行为。

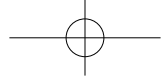
截至目前，全市市场监管部门累计出动执法人员

二、全面开展全市食品安全大检查， 坚决守住食安全底线

按照市委市政府工作部署，连日来，全市市场监管部门全面开展全市食品安全大检查。

一是重点检查和督促食品生产经营者严格落实进货查验及记录相关要求，采购食品依法索要相关凭证，不采购、贮存、销售、使用无溯源凭证、来源不明、过期变质等不符合食品安全标准的食品。二是重点检查和督促食品生产经营者加强卫生管理，让经营环境干净整洁，不留卫生死角，加大消毒、通风、清洁频次。

截至目前，全市市场监管部门累计出动执法人员5191人次，督导检查各类食品生产经营主体4752个次（其中，商场超市604个次，食杂店1947个次，集中交易市场244个次，餐饮等其他单位1957个次）。对于监督检查发现的食品安全问题，已全部督促整改完毕。同时，对全市在营的252个农贸市场，已全部督促完成每日消毒。另有5个未营业的大集也已经消毒。



立即行动 开展食品安全大检查

通州区市场监管局240名执法人员紧急奔赴一线排查检查食品安全

根据北京市疫情防控形势变化，通州区市场监管局立即响应、快速行动，一线执法人员全员停休上岗，奔赴辖区市场和食品经营单位进行拉网式全覆盖检查，严格确保食品安全检查和疫情防控无死角、不漏项。



6月12日和13日，区局党组分别组织召开食品交易市场疫情防控食品安全工作专题部署会和疫情防控工作调度会，专题传达学习区委区政府和市局疫情防控工作有关文件、会议精神，对疫情防控工作再部署、再强调，立即对全区所有的市场、超市、餐饮服务单位、集中配餐单位和机关单位食堂开展食品安全督查检查，逐一排查进口生鲜肉类、水产品及来源于新发地市场食品的商户信息及货源渠道、进货时间，并按照“三级响应、二级管控”要求加强“五类以外”经营主体疫情防控监督检查，督促经营者落实主体责任，严格执行相关防控措施。同时，召集辖区所有食品交易市场的负责人，再次传达了疫情防控和食品安全工作各项要求，对经营者的主体责任落实进行了再度强调。

市场监管局执法人员入户查验食用农产品产地证明或者购货凭证、合格证明文件，逐一核对入市畜禽类产品检疫合格证明标识内容与实际数量、来源等情况，对于没有食用农产品产地证明或者购货凭证、合格证明文件的食用农产品一律不得入场销售。同时，强化市场主办单位和食品经营者的食品安全管理责任落实，严格落实进货查验

及记录相关要求，做到采购食品依法索要相关凭证，不采购、贮存、销售无溯源凭证、来源不明、过期变质等不符合食品安全标准的食品，特别是进口产品要素取出入境检验检疫部门出具的检验检疫证明文件。

6月12日至13日，通州区市场监管局共出动执法人员242名，排查检查24家市场、集市商户374户，超市、便利店、食杂店和餐饮单位495家，药品医疗器械零售企业37家，联合街镇政府及相关部门开展联合执法行动5次，暂未发现违法经营和疫情防控措施落实不到位情况。

房山区市场监管局积极开展食品安全大检查

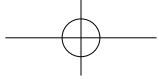
为切实保障人民群众身体健康和生命安全，针对新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控新形势新要求，房山区市场监管局高度重视、积极响应、快速行动，全员周末停休上岗，开展食品安全大检查，重点做好以下工作：

一是对重点产品和重点环节开展食品安全大检查。以生鲜、冷冻猪肉、牛肉、羊肉、鸡鸭肉等畜禽肉类、水产品及其制品为重点品种，加大对食品集中交易市场、商场、超市、食杂店以及肉类和水产品使用量大的餐饮服务单位等经营者的重点检查，全面排查食品安全风险隐患。



重点检查索证索票情况，查验生产经营资质、检验检疫合格证明、进货凭证及记录等，做到源头可追溯，并督促生产经营者积极落实食品安全管理主体责任。

二是继续加强除“五类”之外主体疫情防控执法检查。强化对各类经营单位口罩、消毒液等防疫物资的销售储存情况检查，以及加强对防疫物资、食品的价格监管检查。



三是做好疫情间接诉即办工作，及时回应群众关切，解决群众诉求，为广大群众提供一个安全、放心的消费环境，确保市场秩序健康有序。

大兴开展食品安全大检查，目前采样检测结果全部为阴性

记者从大兴区市场监管局了解到，按照区委、区政府和市局的工作部署，大兴区高度重视，针对新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控新形势新要求，立即制定检查行动方案，迅速在全区开展食品安全大检查工作。

针对食品集中交易市场，一是加大抽检力度，以生鲜、冷冻猪肉、牛肉、羊肉、鸡鸭肉等畜禽肉类、水产品及其制品为重点，配合疾控中心对全区6家开业农贸市场进行采样检测，累计采集外环境样本（包括下水道、工具等）142件、采集市场内工作人员样本50件，目前检测结果全部为阴性。

加大督导检查力度，约谈市场主办单位负责人，督促开办者落实主体责任，对入场食品经营者进货凭证等实施严格核查，严防无食用农产品产地证明或者购货凭证、合格证明文件的产品流入市场。目前累计检查食品集中交易市场6个，检查覆盖率达到100%。针对超市、便利店、食杂店等食品经营者，连夜开展地毯式摸查，严查经营者肉类、海鲜等食品经营者进货台账、检验检疫证明、存储条件、购销台账等记录，并对采购行为进行全过程监控。针对学校食堂、养老机构食堂、餐饮单位等肉类水产品使用量大的主体，组织骨干力量开展全覆盖检查，查验从业人员智能体温计佩戴情况，并重点对海鲜、猪牛羊等原料原材料来源、食品加工制作、餐饮具清洗消毒、从业人员健康状况等开展逐一检查。目前累计检查各类相关主体1422户次。

细化监管、溯源追查。通过核验进货票据等方式，确认从新发地进货经营主体135户，目前已对相关肉类及

海鲜制品进行下架，并要求商户进行核酸检测，做好消毒、通风、清洁、自身防护等措施。

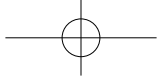
顺义区全面强化疫情防控 维护辖区市场安全

随着北京市疫情防控形势的新变化，顺义区市场监管局积极响应快速行动，连夜通知一线执法人员周末停休全员上岗，开展食品安全大检查，全面强化疫情防控工作，切实保障人民群众身体健康和生命安全。



全局以生鲜、冷冻猪肉、牛肉、羊肉、鸡鸭肉等畜禽肉类、水产品及其制品为重点品种，以各类经营生鲜、冷冻肉品及水产品的食品集中交易市场、专业冷冻冷藏库房、超市、便利店、食杂店以及肉类和水产品使用量大的餐饮服务单位等生产经营单位为重点，全面排查食品安全风险隐患。检查的内容涵盖经营者的基本情况、进货来源、进货数量、库存数量等，查验索证索票情况，对经营进口猪牛羊、禽类以及进口海鲜等情况进行登记，还要查看其是否有海关部门出具的相关证明文件。在全面检查的同时，结合市场监管部门相关职能，顺义区市场监管局及时联系北京市产品质量检验院，从6月13日起有针对性的对顺义区各有形市场、商场、超市、餐饮单位中所销售的猪肉、牛肉、羊肉、鸡鸭等畜禽产品、水产品、蔬菜、水果进行抽检，同时督促指导食品集中交易市场、商场超市、餐饮单位等食品经营单位严格落实主体责任，按照疫情防控指引要求，做好疫情防控工作。





顺义区市场监管局继续强化除“五类”之外19类主体疫情防控执法检查，将在三日内完成对除餐饮、商场等“五类”之外的8088户经营主体的全覆盖检查。

在保证食品安全、源头可追溯的同时，加强对重点

产品和粮油肉蛋菜等民生商品的价格监管。高度重视相关投诉举报，做到相互协同、相互衔接，严格落实接诉即办。

全面检查菜市场和餐馆 消杀不到位的关停整改

6月16日上午，在北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作第119场新闻发布会上，北京市市场监督管理局副局长陈言楷介绍，本市发生新发地批发市场聚集性疫情以来，全市市场监管部门按照“三级响应、二级防控、一级状态”的原则，集中力量，争分夺秒，主动出击，采取最坚决、最果断、最严格的措施，坚决维护好首都市场秩序，确保人民群众生命安全和身体健康，确保首都安全。

1 全市农贸市场、餐饮服务单位 (含单位食堂) 消杀情况:

按照北京新冠肺炎疫情防控工作领导小组会议精神，6月15日晚，市委、市政府连夜部署，统筹协调全市市场监管、卫健、商务部门和各区力量，对全市农贸市场和已复工复产餐饮服务单位(含单位食堂)开展环境消杀工作。

各区迅速行动，党政一把手亲自督战，克服时间紧、任务重、排查量大等困难，在各农贸市场和餐饮企业已闭市的情况下，连夜奋战，全力以赴，推动工作落实。截止6月16日6时，全市共消杀农贸市场276家，关闭地下、半地下农贸市场11家；完成部分餐饮服务单位(含单位食堂)消杀33173家。各区一手抓消杀，一手抓保供，全市农贸市场和餐饮服务单位基本正常营业。接下来，各区将再接再厉，预计6月16日24时完成全部餐饮服务单位的消杀工作。

2 全市食品安全大检查情况:

自开展食品安全大检查以来，重点围绕食品生产经营环节进货查验和卫生管理两个方面，全面加大执法检查力

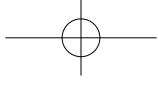


度。目前，全市市场监管部门共出动执法人员20320人次，督导检查商场超市、便利店、食杂店、餐饮服务单位、农贸市场等各类食品经营主体13962户次。对检查中发现的进货票据留存不完整、进销货台账记录不全等食品安全问题45起，均已现场责令改正。

同时，全市市场监管部门以肉蛋奶、米面油、蔬菜水果、海鲜等生活必需品为重点，开展食品安全专项抽检。目前已完成抽检样品2000余件，已完成检验的样品全部合格。

3 生活必需品价格监管情况:

连日来，全市市场监管部门组织力量全员出动，强化生活必需品价格监管力度，加大监督检查频度，严厉打击哄抬价格等价格违法行为，综合运用重点检查、提醒告诫、行政处罚等手段保持价格监管高压态势。紧盯投诉举报，坚持接诉即办、逐点核查、快查快办，做到件件有着落、事事有回音。将对新发现的哄抬价格违法行为快查快办，重大典型案例也将及时曝光。目前，全市共出动执法人员4076人次，检查商户4008户，其中商场超市859户，菜店693户，电商平台3家，药店68户，其他零售2383户，批发市场2户。经检查，未发现价格违法问题。



从严从快 开展综合执法大检查

自6月16日起,北京全市各级市场监管部门在全市范围内对重点经营主体开展“综合执法大检查”。记者跟随执法人员前往海淀区进行检查。据介绍,在全市此轮全覆盖执法检查中,若发现存在违法违规行为的,一律依法采取强制措施,从严从快处理。对利用地下、半地下空间销售海鲜、生鲜畜禽制品的经营单位,检查中发现消杀不到位,环境脏乱差的,将被先行责令关停整改。

菜肉齐全随买随吃很方便

“今天也有‘降价菜’,红薯尖4.5元每斤进货,卖10块钱3捆。”“我来买点肉搅馅儿,中午给外孙做炸酱面,菜市场基本每天都来,菜、肉都齐全。随买随吃方便得很,不用囤!”今天上午,北京市市场监管局和海淀区市场监管局针对农贸市场开展综合执法检查。昨晚,北京市突发公共卫生事件应急响应级别由三级调至二级,并相应调整防控策略。市场监管部门连夜部署,针对全市重点经营主体启动综合执法检查。



在海淀区增光鸿运农副产品市场,市场监管人员针对市场及餐饮供货单位疫情防护落实情况、食品安全,价格、产品质量等进行执法检查,维护市场秩序。

市场进门处专门安排了5名工作人员引导顾客按照“一米线”排队进门,进门处一家蔬菜摊点货品齐全,一位居民正在挑选西红柿。“和以前一样,今天还是进了五六十种菜品。价格这两天便宜点儿了,豇豆进价今天5块,我们卖6.5元。”摊主表示,因为市场通过房租等给予部分补贴,所以每天都能有一些“降价菜”供市民选购。比如今天的红薯叶进价4.5一斤,这里卖10块钱3把。



在水产、肉类等生鲜摊位,市场监管人员详细查验进货单、检疫证明等。市场的猪肉柜台挂着大大的“大红门五肉联厂”的标牌。一位阿姨在柜台前挑选,“这块,搅点儿肉馅。”阿姨说中午要回去给外孙做炸酱面,就顺道来菜市场买点儿肉。“我基本每天都来,菜、肉都齐全。”说起有地方抢购蔬菜,阿姨摆摆手:“随买随吃方便得很,不用囤!”

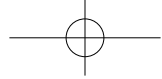
市场负责人介绍,该市场辐射周边多个社区,数万居民。进货渠道一直是岳各庄、锦绣大地、牛街等地。市场每天水果蔬菜进货在3000斤以上,生鲜几天进一次货,货源绝对充足。为平稳市场价格,市场每天都要排对当天的进货价,跟踪菜价波动,推出相应政策。比如目前市场正在商讨推出鼓励商户“原价销售”的措施,通过给予商户补贴,让利于民,平稳市场价格。

为保证安全,市场对42家商户、112人次全部进行核酸检测,检测结果均为阴性。

餐馆门口拉起一米线

在附近的海碗居炸酱面馆,店门口已经拉起一米线,顾客需排队进入。店内桌椅均已设置为单桌,并用隔板隔开。

“您这主要用的什么肉?从哪儿进的?”“我们炸酱面用五花肉,每天从锦绣大地进货,都是当天采买当天用。”餐厅负责人表示,目前餐厅每天两次测量体温,后厨口罩手套帽子全套佩戴,过道通风不挂帘子。餐厅座椅已经撤掉了一半。随后,检查人员对进货底单仔细检查。现在的进货肉价已经有些上涨,但餐厅仍保持原价不涨



价。“炸酱必须用五花肉，就算涨价也不能以次充好，咱北京人就得讲究！”餐馆负责人表示。在后厨，检查人员也提醒厨师需全程佩戴体温腕表，一旦异常会后台报警。



消杀不到位、环境脏乱差的，将关停整改

北京市市场监管综合执法总队总队长况旭介绍，自6月16日起，全市各级市场监管部门在全市范围内对重点经营主体开展“综合执法大检查”。此次综合执法大检查以

农副产品市场、社区菜市场、餐饮服务单位、超市、冷库为重点场所；以生鲜、冷冻畜禽肉类、水产品等食品，口罩、防护服、红外测温仪等防疫物品为重点品种；重点打击未履行进货查验制度，采购、贮存、销售无溯源凭证、无检验检疫证明文件、过期变质等不符合食品安全标准的食品；借疫情之机哄抬蔬菜等生活必需品、防疫用品等重点商品价格、囤积居奇、散布涨价信息；餐饮服务单位购买和使用来源不明的肉类、水产品以及其他食品原料等违法违规行为；防护用品质量伪劣、侵权假冒违法行为等。在执法检查中，对利用地下、半地下空间销售海鲜、生鲜畜禽制品的经营单位，检查中发现消杀不到位，环境脏乱差的，先行责令关停整改。

目前，全市各级市场监管部门已迅速行动起来，奔赴辖区重点场所开展大规模、全覆盖式的现场检查，检查中如若发现存在违法违规行为的，一律依法采取强制措施，从严从快处理，确保首都市场秩序平稳有序，确保消费者买得放心、用得放心、吃得放心。

北京对所有农贸市场、餐饮店、食堂等进行全面核酸检测

6月17日中午，在北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作第122场新闻发布会上，市委宣传部副部长、市政府新闻办主任、市政府新闻发言人徐和建介绍，6月16日0时至24时，北京新增报告本地确诊病例31例、疑似病例3例、无症状感染者6例。截至6月16日24时，本市累计报告本地确诊病例557例，累计出院411例，在院137例，累计死亡9例。尚在观察的无症状感染者12例。自6月11日新发地批发市场发生疫情以来，累计本地报告新增确诊病例137例。

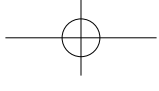
徐和建表示，首都疫情防控形势十分严峻。我们要把疫情防控作为当前最重要最紧迫的任务来抓，始终跑在疫情的前面，确保人民群众身体健康和生命安全。

6月16日，北京应急响应级别已经由三级调至二级，要坚持外防输入、内防扩散，坚持及时发现、快速处置、精准管控、有效救治，坚持“三防”“四早”“九严格”，采取最坚决、最果断、最严格的措施，科学、精



准、有效抓好各项防控工作，坚决阻断疫情传播渠道，坚决遏制疫情扩散蔓延。

要对所有与新发地批发市场有密切接触和关联的人员，进行全面的排查、核酸检测和居家观察，对所有农贸市场、餐饮店、食堂等重点场所进行全面防疫检查、环境消杀和核酸检测。对所有小区全面实行严格封闭式管理，对重点区域和重点人群全面进行核酸检测，并扩大检测范围，全面提高各类医疗卫生机构、学校、养老机构、地铁、公交等防控等级，全面落实重点人员禁止离京的措施，坚决遏制疫情在市内扩散，向市外扩散。



北京发布商品交易市场疫情防控指引

一、严格落实市场主体责任

1.经营场所所在建筑的经营管理者是落实防控工作的主体责任单位。

2.完善并坚持落实商品交易市场体温监测、人员登记等防疫制度；进一步明确本市场内部各部门的具体职责，责任到商户、责任到工位。

3.对过去14天内到过新发地、大洋路、玉泉东、天陶红莲市场等重点区域的本市场商户和工作人员及密接者落实检测全覆盖，并根据需要扩大本市场人员的检测范围。

4.在醒目位置张贴健康提示，通过海报、电子屏、广播等宣传新型冠状病毒肺炎和夏季传染病防控知识，引导商户和消费者配合防控措施。

5.要根据新冠疫情新态势和防控新要求，坚持“外防输入、内防反弹”，安全有序开展经营活动。

二、保持经营场所内空气流通

1.优先打开窗户，采用自然通风。有条件的要开启排风扇等抽气装置以加强室内空气流动。

2.使用集中空调通风系统时，参照《新型冠状病毒肺炎流行期间集中空调通风系统运行防控指引》，必须保证系统运转正常。

3.厢式电梯的换气扇、地下车库通风系统运转必须正常。

三、严格经营场所日常清洁和预防性消毒

1.在全面规范开展经营环境消杀基础上，必须坚持通风换气 and 清洁卫生。对位于地下阴冷潮湿的经营场所全部关闭。

2.工作人员在提供服务或商户在进行商品交易时必须佩戴口罩、手套，保持个人卫生，勤洗手，工作服保持清洁卫生。收银、称重、分拣等人员提供服务时应戴手套。

3.保持卫生间清洁和干爽，空气流通，要提供洗手液，并保证水龙头等设施正常使用。视情增加清洁和消毒次数。

4.垃圾及时分类清理。

四、坚持商户和工作人员健康监测制度

1.经营和管理者要建立员工体温监测等健康监测制度，利用“北京健康宝”等手段，实行“绿码”上岗制。

2.经营商户或工作人员若出现发烧、干咳等症状，要求其不得带病上岗(经营)，并参照《新型冠状病毒肺炎流行期间公众出现发热呼吸道症状后的就诊指引》就医。

3.二级响应级别及以上，位于中高风险区域的商品交易市场，其商户和工作人员严禁离京，位于其他区域的商品交易市场，其商户和工作人员坚持非必要不出京，确需离京的，要向属地报备并持7日内核酸检测阴性证明。

五、强化入市人员防疫工作

1.经营管理者应严格遵循体温监测、人流控制等北京市疫情防控的相关规定。提示消费者注意个人防护，参照《新型冠状病毒肺炎流行期间公众佩戴口罩指引》佩戴口罩。

2.引导消费者在挑选商品或排队结账时，与他人保持1米以上的社交距离。

六、出现疫情时，要以最坚决、最果断、最严格措施应对处置

1.配合疾控机构做好流行病学调查和生物样本、环境样本采集工作。

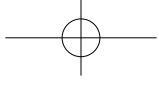
2.配合疾控机构或在疾控机构指导下做好消毒工作。

3.督促有密切接触史和暴露史的本市场商户和工作人员做好集中/居家隔离医学观察及相关医学检测，并追踪检测结果。

4.加强疫情期间信息报告。

5.按属地或北京市疫情防控工作领导小组要求做好其他各项控制措施。(北京市商务局)





北京发布商业服务业疫情防控新指引

我市突发公共卫生事件应急响应级别由三级调至二级，强调必须坚持“九严格”防控措施。商务部门坚决贯彻落实市防控领导小组的部署要求，从严从紧从实抓好商业服务业疫情防控工作。

按照二级响应相关防控措施要求，根据相关商业服务业领域特点和实际，市商务局组织对餐饮、商场超市、批发市场、商品交易市场、商超配送物流、外卖快递、美发美容、洗染、沐浴、家电维修、摄影、家政、加油站等13个行业指引进行修订。相关指引已经市疾控中心归口审核，并于6月19日正式发布执行。

新的疫情防控指引，按照科学精准有效的要求，在落实防聚集、测体温、戴口罩、一米线、勤通风等防控措施基础上，进一步细化了具体防控标准和要求，特别强调了人员的健康管理、核验健康宝以及电梯、地下车库、卫生间等经营场所重点部位的消杀，为商业服务业企业开展疫情防控和相关部门执法检查提供依据。

餐饮行业指引中，明确了餐饮企业暂停举办婚宴、酒席等群体性聚餐活动，控制餐厅就餐人数，拉开桌位间距，确保间隔在1米以上，不得安排非同行人顾客同桌就

餐。

商场超市指引中，明确商场超市要落实测体温、分客流、防聚集、勤通风、常消毒等防控措施，工作人员在为顾客提供服务时应佩戴口罩，超市收银、称重、分拣等人员提供服务时应戴手套，以及经营场所出现疫情时经营管理者的处置措施。

快递外卖行业指引中，要求快递员和网约配送员在等候取货送餐时，要避免人员聚集，保持1米以上距离，在外出提供服务时应佩戴一次性使用医用口罩，进社区配送时，应按要求出示北京健康宝，可采取将物品放至快递柜、社区存放点等方式，实行无接触配送。

相关商务服务业行业疫情防控新指引可到北京市疾病预防控制中心(www.bjcdc.org)和北京市商务局网站(<http://sw.beijing.gov.cn/>)查询了解。

下一步，市区商务部门将协助城管执法、市场监管等部门加强农产品批发市场、餐馆、商场、超市等重点场所的行业指引，督促企业落实疫情防控主体责任，确保防疫措施落实到位。（北京市商务局）

市市场监管局：搬家不得收取未明示费用

6月15日，市市场监管局发出“搬家行业经营者价格行为提醒告诫书”，提醒告诫本市搬家行业经营者，加强价格管控，稳定价格水平，维护价格秩序。

明码标价方面，告诫书要求，要在官方网站醒目公示收费标准，细化服务收费项目；消费者电话咨询时，事先告知收费标准以及可能产生费用的重要信息且双方确认，避免价格纠纷。不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用。

经营者开展促销活动时，不得利用虚构原价、虚假优惠折价、不履行价格承诺等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。

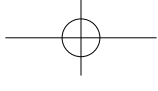
不得相互串通，操纵市场价格，损害其他经营者或者消费者的合法权益。不得有排除、限制竞争的价格垄断

行为。不得捏造、散布涨价信息，哄抬价格，推动商品价格过高、过快上涨，扰乱市场价格秩序。

各经营者应当加强价格自律，强化依法经营、诚实守信意识。加强内部管理，健全价格管理机制和纠错机制，及时妥善处理价格纠纷。

行业协会或其他单位不得组织经营者串通涨价，操纵市场价格。要积极引导经营者合法经营，共同维护市场价格秩序。

告诫书提出，本市市场监管部门将加强行业价格监管，加大执法力度，严查各类价格违法行为。对情节恶劣的典型案件，将公开曝光。广大消费者可拨打12345、12315热线投诉举报价格违法行为。



市交通委：暂停出租车网约车顺风车出京

6月17日从市交通委获悉，为做好新冠肺炎疫情防控工作，阻断疫情通过出租车(含网约车)、顺风车传播，暂停北京出租车(含巡游车、网约车)、顺风车出京运营业务。

根据通知要求，各出租车和网约车平台企业、顺风车平台、驾驶员要严格落实“四方责任”，做好疫情防控防控工作，暂停出京运营业务。各区交通运输管理部门、交通执法部门加强监管和执法检查，交通信息中心做好监测工作，对违反规定的，依法从严严肃处理。该通知自6月15日起实施，此前发布的《北京市交通委员会关于恢复

本市出租车(含巡游车、网约车)顺风车出京运营业务的通知》同时废止，恢复出京运营业务时间另行通知。

同时，各平台通过要求上传北京健康宝、新增与新发地有关的健康声明、增加消毒频次、技术手段监测司机口罩佩戴等方式，加强疫情防控，保障市民司乘安全。滴滴北京要求司乘必须戴口罩、司机上报体温、车内勤消毒、勤通风。首汽约车平台规定，北京司机将增加消毒频次，驾驶员每天接单前、出车间隙中、收车后，都必须用消毒喷壶对车内外人体接触部位进行喷雾消毒。(北京日报)

多家航司对北京相关航班免收退票费

北京市近日宣布突发公共卫生事件应急响应级别由三级调至二级，受此影响，北京两大机场6月17日进出港航班大面积取消。截至6月17日晚，国航、东航、南航、海航、中联航、吉祥航空、祥鹏航空等航司宣布对部分北京相关航班免收退票手续费，多数航司表示，旅客可免费退6月30日前起飞的北京进出港国内机票。

国航发布公告表示，在6月16日(含)前购买、旅行日期为6月11日(含)至6月30日(含)的客票在退改票的适用范围内。东航退票适用范围延长至7月11日。南方航空客服人员介绍，6月14日前从南航官网购买、出行日期在6月14日至6月30日之间的，可申请北京航线特殊处理，申请

自愿退票，不收手续费。海航退改政策适用范围为在6月15日(含)之前已购买且乘机日期为6月14日(含)至6月30日(含)的国内客票，在航班起飞前已取消订座的客票，旅客可至原购票地办理免费退票业务，不收取退票费。

6月17日从中国国家铁路集团有限公司获悉，为配合北京市做好应急响应级别由三级提升到二级的疫情防控工作，铁路部门决定：自2020年6月17日0时起，旅客在车站、12306网站等各渠道，办理2020年6月16日24时前已购的进出北京地区各次列车有效车票退票时，均不收取退票手续费，购买铁路乘意险的一同办理。(北京日报)

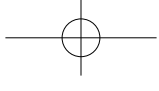
全市养老机构停止家属探视

针对目前疫情防控情况，全市养老等社会福利机构实行严格的封闭管理措施，暂停接收新入职员工、新入住老年人，全部停止家属探视活动。

新发地批发市场聚集性疫情发生后，市民政局曾下发紧急通知，收紧养老机构防疫措施。据了解，上周开

始，本市部分养老机构已陆续对家属发出通知公告，取消所有探视活动，包括已经预约的家属。对确有探视需求的，比如重病等老年人，可向养老机构提出申请，视具体情况细化安排。

民政部门日前再次下发通知，要求进一步做好全市



养老等社会福利机构疫情防控。其中，包括从严执行养老等社会福利机构封闭管理措施，暂停接收新入职员工、新入住老年人，全部停止家属探视活动，无关人员不得进入机构。

对机构员工则要求“在院不通勤、在外不进院”，食材采买等后勤人员在外负责服务保障，不得进入机构；日用商品采买、物资保障要做到无接触式交接。全力确保采购渠道安全，切实保障院内人员生活所需。

通知还要求各区民政局做好养老等社会福利机构疫情发生后的应急处置准备，尽快拿出切实可行的应急处置预案。每个区拿出1-2所养老机构(设施)，作为实施医学集中隔离观察相关场所。

据了解，目前各养老等社会福利机构也正在抓紧全面开展核酸检测工作。其中，机构人员核酸检测可通过上门采样在机构内部完成，纳入社区联防联控优先安排。(北京日报)

国家医保局： 新型冠状病毒核酸检测将按程序纳入医保

国家医疗保障局办公室关于配合做好进一步提升新冠病毒检测能力有关工作的通知

6月19日，国家医疗保障局发布通知，明确提出要提升新型冠状病毒检测能力，有序引导降低偏高的检测费用，支持实现“应检尽检、愿检尽检”，并按程序将针对新型冠状病毒开展的核酸、抗体检测项目和相关耗材纳入省级医保诊疗项目目录，并同步确定支付条件。

依据通知，各地要畅通新型冠状病毒检测试剂采购渠道，普遍开展公开挂网采购。各地医药集中采购机构要做好新型冠状病毒检测试剂挂网工作，完善省级集中采购平台之间信息共享、价格联动机制。公立医疗机构应从所在省份的省级药品耗材集中采购平台阳光采购新型冠状病毒检测试剂。鼓励省级和统筹地区医保部门积极探索开展新型冠状病毒检测试剂集中采购，选择产品质量较高、生产能力较强、供应稳定、诚信较好的企业，通过竞争促进价格回归合理水平。新型冠状病毒检测试剂集中采购原则上应多家中选，保证供应稳定性。对于有大规模人群检测需求的地区，应优先开展集中采购。有条件的地区积极开展集中带量采购。

检测项目不“按病立项”，原则上不区分病原体或操作步骤新设核酸、抗体检测价格项目；甲类传染病或依法按甲类管理传染病的相关检查，如风险难度大、防护要求高，可在通行价格项目基础上制定统一的加收政策。公立医疗机构针对新型冠状病毒开展核酸、抗体检测，可直接执行已有收费政策，无需申请新增价格项目。确需单设

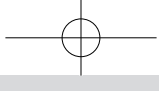
临时项目满足公立医疗机构收费需求的，鼓励各地按“技耗分离”的方式立项。核酸、抗体检测的样本采集、处理、标记、回收、出具诊断结果，以及鼻咽拭子等消耗品应合并作为医疗服务价格项目定价；体外诊断试剂盒在医疗服务价格项目外，按“零差率”收费。

国家医保局要求各地要做好医保支付工作，按程序将针对新型冠状病毒开展的核酸、抗体检测项目和相关耗材纳入省级医保诊疗项目目录，并同步确定支付条件。

目前，北京市医保局公示《京津冀新型冠状病毒相关检测试剂联合采购实施方案》，北京市、天津市和河北省三地新型冠状病毒相关检测试剂将实施联合采购，并参照“3+N”医用耗材采购联盟模式，接受其他省市加入联盟，共同执行采购结果。

根据采购规则，对本次新型冠状病毒相关检测试剂，实行限价挂网采购。凡符合本次联合采购申报条件的生产企业和产品，按相关要求网上申报成功后，全部纳入京津冀三地联合采购平台数据库。同时，要制定产品挂网价格上限。企业按照不高于挂网价格上限原则在网上申报承诺供货价(包含配送费用)。

北京市、天津市、河北省相关公立医疗机构、疾病预防控制中心等采购主体均应按照联合采购平台挂网品种及挂网采购价采购相关检测试剂，原则上不得高于挂网价格上限采购相关检测试剂。如遇有突发事件、不可抗力等情况导致平台产品供应不足等特殊情况下，采购主体可自主备案采购。(首都之窗)



权威发布

Authoritative release

北京市消协发布直播带货消费调查报告

建议将违法主播拉入黑名单

随着“直播”业态的发展，各种直播电商应运而生。今年以来，直播带货模式异常火爆，在为企业复产复工、促进产品销售做出了积极贡献的同时，也暴露出了部分虚假宣传、信息公示不全以及售后没有保证等损害消费者权益问题。

为维护消费者合法权益，促进直播带货物态规范健康发展，北京市消费者协会在去年针对电商“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系列消费调查的基础上，近日委托北京阳光消费大数据研究院开展了直播带货消费调查。

一 基本情况

本次直播带货消费调查主要包括问卷调查、体验调查和专家研讨三部分。

其中，问卷调查自2020年5月26日启动，截止至2020年6月2日结束，通过“北京消协”微信公众号、消费者网等渠道，共计收回有效问卷样本5415份。问卷内容主要包括消费者对直播带货的认知情况和意见建议等。

体验调查选取淘宝、天猫、京东、苏宁易购、拼多多、小红书、蘑菇街、抖音、快手和微博等10个直播平台作为体验调查对象。体验人员以消费者身份在每个直播平台各进行3次模拟购物体验，共完成30个直播带货体验调查样本。

体验调查发现，在30个直播带货体验样本中，有9个样本涉嫌存在证照信息公示问题，占比30%；有3个样本涉嫌存在虚假宣传问题，占比10%；有1个样本执行“7天无理由退货”不到位，占比3.33%。体验调查还发现，部分直播带货商家虽然标注“退货包运费”，但退货时实际支付12元运费，商家只补贴10元运费；部分微博直播带货

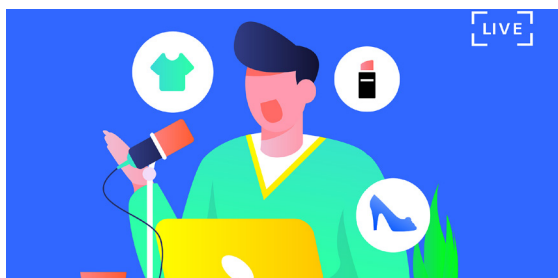
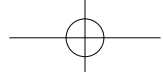
过程中，除了主播语音介绍，平台和商家页面没有任何商品的文字或图片信息；个别直播带货商家要求先交定金，并提示“我已同意定金不退等预售协议”，否则无法提交订单。

按照调查方案，北京市消费者协会6月11日举办直播带货消费调查研讨会，邀请中国人民大学、中国政法大学、北京工商大学有关学者，以及北京市检察院、北京市互联网法院、北京市市场监管局、北京市法学会电子商务法治研究会、北京市律师协会有关领导专家，针对直播带货体验调查案例及有关问题进行深入研讨。

二 调查结论

1、近九成受访者有直播购物经历，购买商品以服饰、化妆品和食品居多。调查结果显示，只有11.58%的受访者表示没有直播购物经历。受访者通过直播购买最多的商品分别是服饰、化妆品和食品，分别占比36.49%、36.14%和35.79%。其次是日常用品、家居装饰品和电器，占比分别为30.18%、27.02%和23.51%。说明随着直播业态的发展和普及，直播带货已经成为非常普遍的网络购物方式，其中购买商品以服饰、化妆品和食品居多。

2、直播带货目前仍以大型电商平台为主，但社交平台的经营属性日益凸显。调查结果显示，受访者选择最多的直播带货平台仍然主要集中在淘宝、天猫和京东等大型综合电商平台，占比分别为62.46%、40.7%和40%。但值得注意的是，选择抖音、快手和微博等社交平台直播购物的受访者也越来越多，占比分别达到24.91%、9.12%和4.91%。这说明，直播带货目前仍然以大型综合电商平台为主，但社交平台的粉丝流量为直播带货奠



定了良好基础，并且已经得到不少网购消费者的认可。随着社交平台经营属性的凸显，平台经营者无疑应该承担更多与其开展经营活动相匹配的责任与义务。

3、受访者看好直播带货的便宜价格和展示效果，但更喜欢自己在网上挑选商品。调查结果显示，价格便宜和展示效果是受访者选择直播带货的主要原因，占比分别达到50.53%和44.56%；其次是冲动购物和从众心理，占比分别为29.12%和26.32%；另有21.05%的受访者表示会听从主播推荐。值得注意的是，如果完全让受访者自己选择，有58.25%的受访者更喜欢自己在网上挑选商品，只有21.4%的受访者喜欢通过直播方式购物。这说明，尽管直播带货虽然具有价格便宜和展示效果好等优点，但消费者仍然更喜欢自己在网上挑选商品。

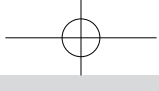
4、受访者直播购物时最关心质量和价格因素，最担心商品存在质量问题。调查结果显示，受访者直播带货时最关心商品质量和商品价格，占比分别为63.86%和63.51%；其次是商品品牌、商品销量和主播人气，占比分别为41.75%、32.63%和23.16%。受访者在关心商品质量和价格等因素的同时，最担心商品存在质量问题，其次是担心售后没有保证、虚假宣传和人气数据造假等。调查数据显示，有64.91%的受访者表示担心商品质量问题，55.44%的受访者担心售后没有保证，50.18%的受访者担心虚假宣传，49.82%的受访者担心人气数据造假。

5、近半受访者认为平台、主播和商家应共同担责，超六成受访者遇到问题找平台维权。调查结果显示，49.12%的受访者认为平台、主播和商家都应为直播带货行为负责，各自承担相应责任。如果遇到直播带货问题，超六成受访者选择找平台维

权，四成多受访者选择找销售商家维权，有三成左右受访者选择找主播维权或向有关部门投诉，另有少数受访者选择向法院起诉或干脆自认倒霉。这说明消费者对平台仍然抱有较高期待，平台在直播带货交易过程中占据了非常重要的地位，应当积极承担相应的责任和义务。

6、三成直播带货商家没有充分履行证照信息公示义务。《电子商务法》明确规定，电子商务经营者应当在其首页显著位置，持续公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息、属于依照本法第十条规定的不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上述信息的链接标识。本次体验调查的30个直播带货样本中，有9个样本涉嫌存在信息公示不到位问题，占比30%。例如，体验人员在拼多多直播平台的“良品公社”、“科斯塔数码”和“奶茶妹妹鸭”三家店铺，均没有看到公示商家资质信息；在淘宝直播平台的“胖老板福利店”也没有看到公示商家资质信息，只有标注“签署消保协议和缴纳保证金”；在天猫直播平台的“NaturesWay海外旗舰店”没有看到公示商家资质信息，只是标注商家名称和签署消保协议信息；快手直播平台的“燕姐品牌护肤”和“长春小月彩妆达人”两家店铺，虽然已实名认证和缴纳店铺保证金，但均未上传资质证明；从微博直播平台跳转到的“博文堂珠宝”淘宝店铺，没有看到公示商家资质信息，只标注“签署消保协议和缴纳保证金”。

7、部分主播在直播带货过程中涉嫌存在宣传产品功效或使用极限词问题。本次体验调查的30个直播带货样本中，有3个样本涉嫌通过宣传产品功效或极限用词诱导消费者购买商品，侵犯了消费者的知情权和公平交易权。例如，体验人员通过天猫直播平台购买一款“谷益元红豆薏米粉代餐粉薏米红豆粉五谷杂粮饱腹即食早餐代餐”时，主播宣称“三天可以减1-5斤”、“产品吃三天没有效果的话没有必要吃那么多天，来我们家给承诺无效退款”，“减胳膊、减肚子、减腰、减腿，都可以减，都可以瘦”。体验人员通过京东直播平台购买一款“康奔沪牌新版欧米伽-3鱼油软胶囊”时，主播宣称该保健品“可以降低血脂，促进血液循环，预



权威发布

Authoritative release

防心脑血管、动脉硬化、中风、心脏病、高血压，对老花眼、青光眼、视力模糊是有很好效果的”、“我们家的产品质量这一块绝对是NO1”、“销量在行业排在全中国第二名”、“欧米伽-3可以把你的血管清理得非常非常干净”。体验人员在苏宁易购直播平台购买一款“云南丽江特级黑玛卡”时，主播宣称该商品“能够提高免疫力，改善睡眠，抗疲劳，补充脑力体力，补肾壮阳。男性长期去喝玛卡，可以改善男性肾功能”、“有病治病，没病强身健体”。

8、直播带货“7天无理由退货”规定执行情况总体较好。本次体验调查的30个直播带货样本中，有29个体验样本均能够做到“7天无理由退货”，只有1个体验样本“无理由退货”遭到拒绝。体验人员在苏宁易购直播平台购买一款“周黑鸭锁鲜乐享卤鸭脖”时，平台商品信息和订单页面均标注支持“7天无理由退货”，但在商品详情页底部有小字提示“锁鲜产品不支持‘7天无理由退货，发出后不支持修改地址’”。体验人员在购买过程中没有看到提示，收到商品后以“七天无理由退货”申请退货，商家以提示“因保鲜盒装保质期短已发货不支持退款”为由，拒绝了退款申请。

三 调查建议

为维护消费者合法权益，促进直播带货业态规范健康发展，北京市消费者协会结合本次直播带货消费调查结果，提出以下几点建议：

(一) 明确不同主体的责任划分。建议通过立法或制定行业标准等方式，进一步明确直播带货相关平台、商家与主播之间的责任划分，加大对平台、商家和主播等各方主体的监管和处罚力度。在强化平台责任的基础上，对主播加强教育和管理，通过系统性培训引导和规范化的考评机制，加强主播的职业素养和规范意识，通过内容监管、飞行检查等手段，做好对主播行为的管理和约束，提升直播带货的准入门槛。

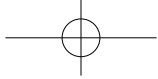
(二) 强化平台的监督管理责任。建议进一步强化直播平台对直播带货行为的监督管理责任，

对平台内经营者的审核义务，对消费者的安全保障义务。明确平台要严格按照相关法律法规及政策要求，完善内部监管措施和自治规则，从加强入驻审核、商品抽检、营销推广、商品评价、违规管理、售后保障、纠纷解决等直播带货交易全流程的审核把关和生态治理，严格查处各类人气造假、评论造假等造假行为，以及各类诱导交易、虚假交易、规避安全监管的私下交易行为，依法配合有关部门的监督检查和调查取证，保障消费者合法权益。

(三) 强化监管责任划分与协同共治。鉴于直播带货不同于传统网络销售模式，其涉及到的主体及法律关系复杂多样，甚至存在身份交叉、不同法律关系重叠的情况，建议各监管部门在执法过程中，既要明确各自的监管职能划分，又要建立多方协同治理机制，共同织牢监管网络体系。同时，监管部门以及平台与平台之间，也应该加强协作，共享信息。平台方面应积极配合监管部门工作，及时报送相关数据，协助监管部门及时制止违法行为。

(四) 建立行业自律和诚信评价机制。除了加强监管，直播行业以及直播平台要积极承担主体责任，去除侥幸心理，主动开展行业自查自纠和自律行动，鼓励行业内企业互相监督，对不诚信或违法违规行为要敢于自揭“家短”。对于随意夸大宣传、欺骗和误导消费者的直播带货行为，应纳入社会诚信评价体系；对在直播带货虚假宣传的主播，除了进行经济处罚，还应将违法情节严重、违法频次较多的主播拉入黑名单，实行直播市场禁入，提高违法直播带货成本，增强监管震慑力。

(五) 提升消费者自我保护意识。消费者选择直播带货方式购物时，首先要查看直播平台公示的商家信息，查看其是否有营业执照，如果平台没有公示商家营业执照，建议尽量不要购买其商品或服务。否则，一旦权益受到损害，很难依法维权；其次不要轻信主播的产品功效宣传和超低价承诺，要根据自身实际需要理性消费；此外，要保存好直播视频、聊天记录、支付凭证等证据，遇到问题及时联系商家和平台协商解决。如果协商不成，可以向当地消协组织或市场监管部门投诉，也可以申请仲裁或到法院提起诉讼，依法维护自己的合法权益。



民法典将带来哪些新变化？

合同制度是市场经济的基本法律制度，网络购物、公交出行、住房租赁等都涉及各式各样的合同。5月28日，第十三届全国人大三次会议表决通过的《中华人民共和国民法典》共1260条，其中合同编就占据了526条，可见其分量之重。而侵权责任编，不仅对高空抛物坠物、医疗损害责任、生态环境破坏等民生热点问题作出规定，而且更明确了让违法者承担惩罚性的侵权赔偿责任。

是否接受格式条款 弱势方说了算

亮点 1

“绿色原则”引导理性环保消费

面对严重的生态危机，如何有效地利用资源并防止生态环境破坏，已成为民法典的重要使命。此次民法典首次将“绿色原则”规定为民事活动及合同履行的基本原则，并且将旧物回收规定为合同的附属义务。

民法典第9条规定了民事主体从事民事活动，应当有

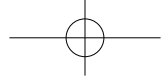
利于节约资源、保护生态环境；第509条规定当事人在履行合同过程中，应当避免浪费资源、污染环境和破坏生态。此外，出卖人依据约定、法律、行政法规的规定、诚信原则、交易习惯等在合同终止或使用年限届满后要履行回收义务，以提高重复利用率、减少环境污染和资源浪费。这是民法典关注人类命运共同体的重要体现，将“绿色原则”写入民法典体现了立法者对自然的敬畏，有利于引导民众形成节约、环保、绿色的消费习惯。

亮点 2

细化电子合同禁止商家任意反悔

很多人离不开网购，但网络购物常常面临“强制退货”“损坏不赔”等多种困境。对此，民法典新增和细化了电子合同规则，不仅将可以随时调取查用的数据电文视为书面形式，与传统书面合同具有相同的效力，同时规定买家提交订单成功时合同即成立，禁止商家任意反悔。

民法典第469条规定了以电子数据交换、电子邮件等方式能够有形地表现所载内容，并可以随时调取查用的数据电文，视为书面形式。第491条则明确了除当事人另



有约定，一方通过互联网等信息网络发布的商品或者服务信息符合要约条件的，对方选择该商品或者服务并提交订单成功时合同成立。例如，消费者以较低的价格通过网络购买商品，但商家以店铺设置错误、亏损巨大为由不肯发货，要求消费者取消订单，进而引发纠纷，此时根据民法典的规定，合同已成立，商家不肯发货的行为构成违约，需要承担违约责任。

针对网购商品何时完成交付的问题，民法典第512条规定，通过互联网等信息网络订立的电子合同的标的为交付商品并采用快递物流方式交付的，收货人的签收时间为交付时间。即买家“签收快递”时卖家才完成交付义务，物品在邮寄途中损毁的风险由卖家承担。比如，快递员未经买家同意擅自将商品放入快递柜，后买家取件时发现物品损毁引发纠纷，此时依据民法典的规定卖家并未完成交付义务，消费者可以要求卖家换货或退款。

此外，格式条款本来是为了交易方便，由一方预先拟定并重复使用的条款，但在实际运用中有可能走样变成“霸王条款”。对此，民法典加强了格式条款使用方的提示说明义务，对于处于弱势的一方倾斜保护。民法典第496条明确了提供格式条款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务，并采取合理的方式提示对方注意免除或者减轻其责任等与对方有重大利害关系的条款，按照对方的要求，对该条款予以说明。提供格式条款的一方未履行提示或者说明义务，致使对方没有注意或者理解与其有重大利害关系的条款的，对方可以主张该条款不成为合同的内容。例如，某视频网站会员被强制推送广告，投诉后网站却以消费者充值时已签署会员定制广告协议为由不予取消，此时消费者可以依据民法典的规定以网站未履行对定制广告条款的提示说明义务，主张该条款不成为合同的内容。也就是说，尽管消费者签署了广告定制协议，但其并不知道自己被强加了义务，此时消费者有权选择是否接受该格式条款，可以拒绝网站提供的会员广告定制服务。

亮点3

禁止物业断水电催交物业费

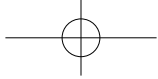
为了应对业主与物业矛盾多发、小区管理混乱的情况，2020年5月1日《北京市物业管理条例》开始实施，对成立物业管理委员会、规范物业收费和服务比例、私拉

电线充电、高空抛物等问题作了规定。而新通过的民法典将物业服务合同新增为有名合同，将对物业服务人的规范提升到了法律的高度。

民法典第942条规定了物业服务人对物业服务区域内违反有关治安、环保、消防等法律法规的行为，应当及时采取合理措施制止、向有关行政主管部门报告并协助处理。同时，第943条规定物业服务人应当定期将服务的事项、负责人员、质量要求、收费项目、收费标准、履行情况，以及维修资金使用情况、业主共有部分的经营与收益情况等以合理方式向业主公开并向业主大会、业主委员会报告。第944条还明确禁止物业服务人采取停止供电、供水、供热、供燃气等方式催交物业费，只可以提起诉讼或者申请仲裁。如若某小区居民因不满物业服务质量而未按时交纳物业费，进而被物业公司停水、停电，此时居民可依据民法典要求物业公司即刻恢复供水供电。对于业主被催交后仍未支付的，物业服务人可提起诉讼或仲裁，但无权停水停电。

前段时间，电视剧《安家》的热播让人们生动地了解了“房屋中介那些事儿”，其中饲料大王林老板私下签署房屋买卖合同的“跳单”行为让人气愤。为了维护中介行业的秩序，规范发展，民法典新增了中介合同，不仅确定了中介人的如实报告义务，还对其活动费用负担、中介报酬的支付作了详细的规定。此外，第965条规定委托人在接受中介人的服务后，利用中介人提供的交易机会或者媒介服务，绕开中介人直接订立合同的，应当向中介人支付报酬。这就为规制委托人利用中介公司提供的房源信息私自与他人签订合同的行为提供了法律依据。也就是说，只要委托人委托了中介机构，利用其提供的信息源认识了买家、卖家或承租人，事后订立合同成交的，无论是否在中介的见证下签订合同，根据民法典的规定，均需支付中介费。





亮点4

限定借款利率严禁高利贷

近年来，“校园贷”“套路贷”频发，犯罪行为人披着民间借贷的外衣，利用高额利息的约定侵害群众权益。为此，民法典首次将禁止高利放贷写入，第680条规定：“禁止高利放贷，借款的利率不得违反国家有关规定。借款合同对支付利息没有约定的，视为没有利息。自然人之间借款的，视为没有利息。”该条规定表明了国家对高利放贷日渐趋严的惩处态势。此前，我国有关高利贷的规范多通过司法解释体现，民法典的规定将有利于引导人们去正规机构借款，进而维护正常的金融秩序。

亮点5

细化客运合同对霸座说“不”

近年来，乘客“霸座”“攻击司机”的事件屡有发生，为了维护正常的出行秩序，治理客运中的种种乱象，民法典细化了客运合同中旅客和承运人的义务，规定旅客应当按照有效客票记载的时间、班次和座位号乘坐，承运人应当按照有效客票记载的时间、班次和座位号运输旅客。其中，在第819条进一步规定了旅客对承运人为安全运输所作的合理安排应当积极协助和配合。也就是说，当自己的座位被霸占时，乘客可依据民法典的规定要求列车管理人员强制霸座者归还座位。同时，旅客在乘车过程中不实施危险行为、确保安全，也是应尽的义务。

除上述变化以外，民法典还依据社会实际情况完善了租赁合同的规则、新增了优先承租权，根据民众实际需要在电力、电信和邮政等领域确立了“普遍服务”原则，应对疫情等完善了国家订货合同制度，借鉴司法解释增加了情势变更制度等。

（作者单位：北京市朝阳区人民法院）

让违法者承担 惩罚性侵权责任

变化一：

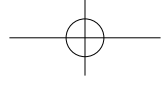
破解高空抛物坠物难题

高空抛物坠物现象被称为“悬在城市上空的痛”。今年5月9日，广西南宁的邓先生在路边停好车准备离开时，一把菜刀“从天而降”，恰好砍到他的右小腿，经诊断为右胫前肌腱断裂、右小腿皮肤撕脱伤。仅相隔2天，5月11日，广东省深圳市一小区又发生高空坠物伤人事件，一名刚6个月大的宝宝被高处落下的洗发水砸中，当场晕厥。

近年，各地发生的高空抛物坠物伤人事件引发了社会的高度关注，此种不文明行为极大地影响了社会安宁。现行侵权责任法第87条的规定是针对找不到直接抛物人或坠落物权利人情形，载明由全楼业主共同承担赔偿责任。但由于可能会使诸多高层业主随时陷入“官司缠身”等原因，此条规定一直以来备受质疑。

民法典第1254条适时对上述侵权责任法作出了调整，更为全面地考虑到高空抛物坠物相关各方的民事责任：首先明文“禁止从建筑物中抛掷物品”，如果高空抛物坠物造成他人损害的，由直接侵权人承担赔偿责任；然后，针对此类事件一直以来面临的侵权行为人难以确定的问题，强调公安机关等相关部门应当依法及时调查，查清责任人；只有在经过充分调查，还是无法找到具体侵权人的情况下，才适用无过错责任原则，由高楼业主向受害人进行赔付，但一旦日后追查到侵权人，业主仍可在自己承担赔偿责任的范围内向侵权人追偿。更为重要的是，明确了物业服务企业等建筑物管理人的责任，增加了其安全保障义务，即物业公司对于防止高空抛物坠物的发生必须采取更积极的应对措施，不仅要定期检查楼宇外部设备和对业主进行宣传教育来“以防万一”，而且还应在必要的地方安装摄像头等监控设备，以便即时保存事发影像，为公安机关等有关部门在调查时提供证据等。民法典既保证了受害人索赔“有道”，也有利于各方主体自觉履职、互相监督，为守护公民“头顶上的安全”提供了更为完备的法律依据。

值得一提的是，如果行为人因高空抛物坠物被课以



行政或刑事处罚，并不影响其继续承担民事责任，这在民法典总则编第187条中予以明确：“民事主体因同一行为应当承担民事责任、行政责任和刑事责任的，承担行政责任或者刑事责任不影响承担民事责任；民事主体的财产不足以支付的，优先用于承担民事责任”。

变化二：

参加危险运动适用“自甘风险”

参加足球、篮球、搏击等竞技类体育活动，由于运动员之间的身体对抗导致受伤往往在所难免。如果伤情严重，涉及不菲的医疗费、误工费等，那么受伤的一方就可能起诉对方要求赔偿。

在司法实践中，这类案件十分常见。目前，各地法院对此类纠纷的裁判尺度并不统一。有的法院适用过错责任原则，认为体育活动参与者的伤情是由正常的动作引起，双方均无过错，致人受伤者也无需承担侵权责任；也有法院认为双方均无过错，适用公平原则，判决当事者补偿部分损失。“同案不同判”的情况极易引发争议，与竞技体育的精神和目的亦不相符，也不利于规范相关体育活动中参加者之间的权利义务关系。

民法典正式引入了“自甘风险”规则，第1176条第一款规定：“自愿参加具有一定风险的文体活动，因其他参加者的行为受到损害的，受害人不得请求其他参加者承担侵权责任；但是，其他参加者对损害的发生有故意或者重大过失的除外”。此外，学校、俱乐部等活动组织者仍需依法承担安全保障义务。

举例来说，小张和小杨自发参加学校组织的足球赛，比赛过程中，二人为争球发生冲撞，小杨因此骨折，将小张和学校一起告上法庭，要求二者共同承担赔偿责任。如果相关证据不能证明小张的行为存在故意或重大过



失，那么他就不需要承担赔偿责任。但是如若因为比赛场地的草坪塌陷、球门锈蚀等问题导致事故的发生，学校就要承担责任。

可以说，“自甘风险”规则既可以正确引导人们慎重选择参加具有一定风险的文体活动，同时也有助于界定学校等组织机构在开展体育活动时的民事责任。

变化三：

合理的自助行为无需担责

小李盗窃时被失主和邻居制服，并在双方拉扯过程中受伤，他将失主和邻居诉至法院，要求赔偿因此造成的损失14万余元。2019年，法院对该案作出判决，认为失主属于正当防卫，不承担赔偿责任；邻居属见义勇为，也不用承担赔偿责任。

同理，追赶逃逸的肇事车辆导致交通事故，受损车主该不该承担赔偿责任？吃“霸王餐”后要离去的顾客，因逃走过程中慌不择路不慎摔伤，饭店要不要赔偿其受伤的损失……答案都是否定的。因为司法实践中，失主和邻居、受损车主的追赶行为以及饭店的阻止行为，都属于自助行为，人民法院在审理此类案件时，对必要限度内的自助行为均予以承认。但是略显尴尬的是，我国现行法律尚未对此进行规定。

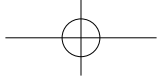
民法典填补了这一立法空白点，侵权责任编第1177条明确了“自助免责”条款，对可采取自助行为的前提条件进行了界定，即在“合法权益受到侵害，情况紧迫且不能及时获得国家机关保护”的情况下，受害人可自力维权，“采取扣留侵权人的财物等合理措施”“但是，应当立即请求有关国家机关处理”。

需要注意的是，民法典虽允许公民在合法权益受到侵害时采取私力救济的方式，但为防止权利滥用，特别对受害人如何行使自我保护措施做出限定，即必须在必要范围内，“受害人采取的措施不当造成他人损害的，应当承担侵权责任”。

变化四：

“反通知规则”平等保护双方权益

随着互联网的迅速发展，网络侵权行为也日趋复杂。现行侵权责任法运用了“避风港原则”和“红旗原



则”等网络产业发展的重要原则。

“避风港原则”是指当网络用户利用网络服务实施侵权行为，被侵权人依据侵权责任法第36条通知网络服务提供者采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施，网络服务提供者接到通知后未及时采取必要措施时，对损害的扩大部分与该网络用户承担连带责任。“红旗原则”是指网络服务者对于明知网络用户利用其网络服务侵害他人民事权益，未采取必要措施的，与该网络用户承担连带责任。

“避风港原则”和“红旗原则”均来源于知识产权领域，但知识产权的权利归属是非常明晰的，权利人可以商标注册证、专利证书、著作权登记证书等文件证明权属。而网络侵权的客体并不只有知识产权，还包括诸如隐私权、名誉权等各类权利，这类权利的范围却不那么清晰，权利人的界定也存在难度，因此侵权责任法的规定就显得过于简单，存在权利滥用的空间。

民法典对相关规定进行了优化。权利人的“通知”应当包括构成侵权的初步证据及权利人的真实身份信息。

网络服务提供者接到通知后，应及时将通知转达相关网络用户，并根据初步证据和服务类型采取必要措施；未及时采取必要措施的，对损害的扩大部分与该网络用户承担连带责任。如果网络用户故意侵害了他人的知识产权，情节严重的，权利人是可以请求相应惩罚性赔偿的。但是权利人错误“通知”造成网络用户或网络服务提供者损害的，应当承担侵权责任。

另外，民法典第1196条确立了新的“反通知规则”，为网络用户提供了维权渠道：“网络用户接到转送的通知后，可以向网络服务提供者提交不存在侵权行为的声明。声明应当包括不存在侵权行为的初步证据及网络用户的真实身份信息。网络服务提供者接到声明后，应当将该声明转送发出通知的权利人，并告知其可以向有关部门投诉或者向人民法院提起诉讼。网络服务提供者在转送声明到达权利人后的合理期限内，未收到权利人已经投诉或者提起诉讼通知的，应当及时终止所采取的措施”。

（北京日报）

教育部和市场监管总局联合发布 《中小学生校外培训服务合同(示范文本)》

近日，教育部和市场监管总局联合发布了《中小学生校外培训服务合同(示范文本)》(以下简称《培训合同》示范文本)，供各培训机构参照使用，为规范校外培训做出新的探索。

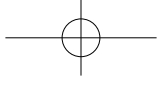
《培训合同》示范文本为该行业首个全国性示范文本，共11条，充分考虑了中小学生在参加校外培训过程中，各环节必须明确的当事人双方责、权、利关系，涵盖了培训项目、培训要求、争议处理等内容，尤其对培训收费及违约责任做出了详细规定，旨在有效规范培训合同当事人签约、履约行为，从根本上保障当事人的合法权益。

示范性合同文本明确了培训退费条款。包括乙方在培训班正式开班前多少时间或开班后多少时间前可提出退学的，有权要求全额退费。并列出于乙方的原因申请提前退学的，双方可约定的退费方式。这就把退费条款加以

明晰，培训机构不能再浑水摸鱼，以事先约定不清晰为由拒绝学员监护人合理的退费诉求。

《培训合同》示范文本中提出，机构招生简章或广告中对培训师资和效果等所做的说明和允诺应当视为要约，而且培训机构相关说明和允诺即使未载入合同，也应视为合同内容。“显然，这些条款将对机构夸大、虚假宣传形成有效制约，对消费者权益是一种很好的保护。”此外，示范文本有关学员个人信息保护的约定条文，也与《民法典》第六章“隐私权和个人信息保护”的立法旨趣相吻合。

从培训机构的角度来看，这次示范文本的制定及发布，也反映并维护了培训机构的应有权利。示范文本强调对机构自有培训材料和课件的知识产权保护，有利于激励机构加大原创力度和研发投入。（科技日报）



首个儿童零食标准正式实施

6月15日，由中国副食流通协会等联合发布的《儿童零食通用要求》团体标准正式实施，对儿童零食营养健康和安全性等方面进行了系统规定。这是我国第一个关于零食的专门标准，也是首个关于儿童零食的标准。

《儿童零食通用要求》将儿童按照年龄分为两个阶段：3至6岁（60个月以内）为学龄前儿童；6至12岁为学龄儿童。根据不同年龄段儿童的生长特征，确定不同的重点营养素需求。



此外，这一标准还提出儿童零食所使用油脂不应含有反式脂肪酸，不能使用经辐照处理的原料，少添加糖、盐、油，规定氯化钠、蔗糖、脂肪的限值，产品的组织形态不能有明显尖锐突出物，产品口感不崩牙等。

“儿童在长身体阶段需要各种营养，而且这些营养要与他们的身体机能相匹配，帮助他们健康成长，增强体质，提升免疫力。目前，行业里对这部分的产品研究非常有限。”在团体标准发布会上，参与制订该标准的相关企业负责人表示，“儿童食品最重要的是安全，无论是食材选择、产品配方，还是生产工艺，甚至是包装，都应以对儿童安全为前提；此外，在研发部分儿童零食还要做好食材上的减法和功能上的加法工作。”

“之前行业规范和标准体系有所缺失，让消费者产生了‘儿童吃零食不健康’的认知。”良品铺子CEO杨银芬表示，儿童零食标准的落地，有望为儿童营养零食规划提供研发依据。（光明日报）

6月20日起普速车站全部实行电子客票

电子客票6月20日将在全国普速铁路推广实施，覆盖1300多个普速铁路车站。从中国铁路北京局集团有限公司获悉，其管内除S2线外，17条普速线路、111个普速车站将于6月20日全部开通电子客票业务。这也代表着，该局所有高铁和普速车站均实行电子客票。

目前，北京火车站已经开始进行电子客票试运行。进站口已经增设标识，除一米线外，也有“自助通道”，提醒旅客刷身份证进站。据介绍，车站的进站闸机已经全部进行系统升级，从以前的“票证双刷”更新为仅需刷身份证即可进站。旅客将身份证放在闸机读卡区后，进站闸机立即弹开，认读时间仅一两秒。

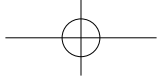
北京站党委副书记孙海申介绍，北京站是目前北京地区几大车站中唯一全普速列车的车站。电子客票的推行，将大大提高旅客进出站速度，方便旅客出行。

据统计，自2018年11月海南环岛高铁试点以来，至

2020年5月底，全国铁路已累计发售电子客票超过8.72亿张。此次在全国普速铁路推广实施，预计覆盖京广、京沪、京九、陇海等普速铁路路网干线和运输繁忙线路，共涉及1300多个车站。此次推广实施后，全国铁路有2400多个车站实行电子客票，将覆盖95%以上的铁路出行人群。

使用电子客票购票时，流程和购票证件均没有变化。购买电子客票后，旅客可通过互联网退票和改签，足不出户完成操作。

出行时，使用电子客票更加快捷。进出站检票凭证，由过去的“身份证件+车票”，简化为持有效身份证件“一证通行”。经测算，闸机检票速度提高3倍左右，检票平均速度由3.8秒/人缩短至1.3秒/人，极大提升进出站效率。（北京日报）



北京市不动产登记可自助跨区通查

在办理银行贷款、房产交易、税务纳税等方面业务时，通常需要查询个人名下的房产登记信息。6月18日，从市规划自然资源委了解到，为提供更加便民利企的不动产登记服务，本市不动产登记自助查询机查询系统已进行升级。升级后，登记资料实现了跨区全城通查。

据介绍，系统升级前，不动产权利人只能在自助查询机上查询到所在区的不动产登记资料。若权利人在本市不同行政区有不动产需要打印纸质登记资料，则要跑多个区不动产登记中心，才能满足查询需求。

如今，通过系统升级的数据库及软件架构，权利人到任意区的不动产登记大厅和市政务服务管理局自助查询服务区，将二代身份证放置在自助查询机读卡器区，进行人脸识别认证，就可以查询本人在本市的不动产登记资料，并可打印获取加盖查询印章的纸质登记资料。

自助查询机系统的再升级，打破了以往只能在不动产所在区打印纸质登记资料的属地限制，也改变了窗口排队等候的传统查询模式。



此外，为了方便办事人在自助查询机上查询不动产登记资料，系统升级后，查询界面更加友好、简洁、方便，操作快捷、省时。在操作过程中如果遇到问题，办事人在自助查询机屏幕上可点击“查询帮助”，了解自助查询机操作流程；也可按照自助查询机上界面提示直接进行操作，根据实际情况选择对应的查询模块，点击相应的按钮，获取查询结果。(北京日报)

北京试点电动自行车“带牌销售”

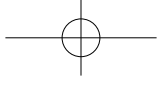
6月12日起，北京市电动自行车试点“带牌销售”，市民在设立了便民服务点的门店购车后，可直接在现场领取行驶证和号牌。

市交管局发布消息，北京推行电动自行车销售企业代办注册登记便民新举措。以往，市民需要前往非机动车登记站才能办理上牌手续。如今，购车人只需要携带本人身份证原件，前往已经设立了便民服务点的电动自行车销售门店，即可在现场领取电动自行车行驶证和号牌。

目前，此项便民举措已先期在西城区、海淀区部分试运行的电动自行车便民服务点推行，预计7月将在全市落地实施。

试运行便民服务点

捷安特电动自行车便民服务点 西城区珠市口西大街120号
小牛电动自行车便民服务点 西城区地安门内大街甲6号
雅迪电动自行车便民服务点 西城区新街口北大街57号1层1015-1
绿源电动自行车便民服务点 海淀区半壁店西玉田蔬菜商店
爱玛电动自行车便民服务点 海淀区新街口外大街27号
雅迪电动自行车便民服务点 海淀区紫竹桥1号6栋平房
新日电动自行车便民服务点 海淀区苏家屯镇西小营村东北侧平房
爱玛电动自行车便民服务点 海淀区金谷园小区4号楼底商
(北京晚报)



熊志

借网课推广网游，“虎牙们”还有底线吗？

6月8日，虎牙、斗鱼等直播平台在免费网课渠道中推广网络游戏被媒体曝光。虎牙回应称，平台进行了紧急修改，目前“一起学”板块的广告已下线。

疫情期间，在教育部“停课不停学”的号召下，各地中小學生开启了网课模式。虎牙、斗鱼等非教育类的直播平台，也借机进入在线教育领域。对于广大青少年来说，多一个学习知识的渠道本是好事，然而这些直播平台的免费网课却偏离了教育和传播知识的本质，表面上是在做公益教育，承担社会责任，实则是打着免费在线教育的幌子，变相收割流量。更有甚者，还出现了“网课旁边是香艳主播”的奇葩现象。请问这是真心想做公益教育吗？

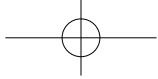
教育部门此前曾印发《关于严禁有害App进入中小学校的通知》等文件，要求各级教育部门及中小学校，停止使用“包含色情暴力、网络游戏、商业广告等内容及链接”，避免有害App侵蚀校园。直播平台借着网课的机会营销，将网游等商业推广内容植入其中，对一些打擦边球的香艳内容，也放任不管，甚至让它与网课共存在同一页面上，明显违背了上述文件的精神。我们期待有关部门对此进行详细调查，该处罚的坚决处罚，对违规行为零容忍。

网络游戏或者直播平台等软件，被要求设置青少年模式或者防沉迷模式，正是考虑到青少年群体自制能力不足、沉迷网络容易耽误学业、容易被诱导消费等等因素。在媒体的相关报道中，就提到，有孩子利用网课时间玩起网游，背着家长偷偷充值了三万多元。因此，直播平台在推出在线教育等面向未成年人的内容板块设计中，理应有针对性地对不适合青少年接触的内容进行屏蔽，避免他们接触到不良信息。不但不屏蔽，还主动营销，直播平台这波操作降低了青少年接触网络游戏以及一些不良信息的门槛，无疑和网课的初衷背道而驰。原本承担着停课不停学功能的网课，本意被扭曲，在平台的违规营销推广下，变成了打游戏的便利窗口，丧失了商业伦理，毫无商业底线。

让商业回归商业，让网课回归网课，让教育回归教育。发生这样的事情，也给各方都提了个醒：一方面，直播平台需要严守行业底线，强化过滤审核职能，不能将青少年当做商业推广的流量工具，把网课搞变味；另一方面，直播平台的相关监管机制，也应该进一步完善，比如对开设在线教育的版块是否属于“学习类App”，还需要精确的界定。

目前，备受争议的虎牙和斗鱼平台，已对相关网课栏目进行了下架。但平台是否还存在其他的违规内容，比如不少网友提到的性暗示、性诱惑的直播内容；或者在未成年人防沉迷机制上，是否还存在着漏洞，都需要自纠自查。

维护互联网生态，为未成年人创造健康的网络环境，这是任何平台都必须遵守的底线。如果眼里没有社会责任，而只有流量，只有商业利益，甚至为了营销推广而不择手段，将青少年当成流量工具，这样的平台注定走不远。（人民网）



别再让手机App继续偷窥私人信息



常菲

十几分钟访问手机照片和文件近2.5万次；一小时内尝试自启动近7000次并不停读取通讯录……最近，一位大三学生惊讶地发现，自己使用的一些手机App，正在暗中频繁地获取私人信息。（《央视新闻》6月8日）

众所周知，日常生活中，我们在享受手机App触手可及的便利时，也在不断让渡着自己的年龄、性别、电话、位置等个人信息。但一些App被曝如此高密度、大范围的信息读取行为，还是让人深感不安。

手机App的这些偷窥小动作，都是出自利益考量：获取更具体的用户信息以实现精准营销，从而提高“日活跃用户”等数据流量，并进而吸引更多融资、获得更多营收等。

技术并无立场倾向，但技术的应用不可不讲伦理。所有的手机App都应更好地服务于我们的日常生活，而非成为资本猎取的工具。在资本运作逻辑下，手机App逐利的属性难以改变，我们很难期待它们能自觉维护用户的利益。而且在日常生活中，手机App往往被当作一个工具而非活生生的人，来自道德的压力能产生的作用十分微小。对此，我们必须要以更具体、更明确的方式来实现对手机App“偷窥”问题的监管。

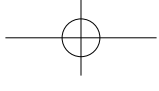
首先，手机App的开发者必须要明确自身的活动界限。在大数据时代，用户信息的价值愈发重要，如何获取、保管和使用这些信息是开发者必须要考虑的问题。这不仅关系到App自身的商业价值，也事关用户的信任和隐私安全。国家互联网应急监测中心分析发现，在目前下载量较大的千余款移动App中，每款应用平均申请25项权限，其中申请与自身业务无关权限的App数量占比超过30%。这个数字的背后，是这些App开发者们的别有用心，也是加强相关监管的重要突破口。

理想状态下，手机App的开发者们必须要自身的业务范围之内申请访问权限，并严格遵循用户使用协议，征得用户同意。本着“谁收集，谁负责”的原则，相关用户信息必须被妥善保管，任何二次利用以及与其他App的共享共用也必须在用户同意的范围内进行。

其次，手机应用平台要承担起审核和监督的职责。除了制定统一的开发标准之外，还要进行事先的审查和检测，如果有恶意超范围获取用户隐私、收集用户数据的行为，就必须做出严肃处理。

最后，行业监管是不可或缺的一环。目前国家工业和信息化部已经出台了一系列相关标准，包括移动互联网应用商店安全防护要求、移动终端开放平台及应用程序安全框架、移动互联网恶意程序描述格式等。但目前这些标准仅是推荐参考标准，并不具有强制性。要实现有序的手机应用行业发展，必须要建立统一的强制性行业监管规范，将手机应用平台和手机App开发者的行为全部纳入监管框架，让整个行业的发展有法可依。

握在手里的手机居然成了隐私泄露隐患，这在让人触目惊心的同时也给我们敲响了警钟。各方只有协同努力，才能让这些App不敢再随意乱动我们的手机。（中青报）



韩浩月

超前点播得让VIP会员感受到尊重

去年年底，因爱奇艺在VIP会员基础上，以再次收费为门槛，吸引用户提前观看热播剧《庆余年》，会员吴某认为此举违反了会员协议，将爱奇艺告上了法院。日前，北京互联网法院宣判，爱奇艺公司的《爱奇艺VIP会员服务协议》部分无效，爱奇艺应向原告吴某连续15日提供爱奇艺平台“黄金VIP会员”权益，并赔偿吴某公证费损失1500元。

打了半年的官司，吴某除了拿回来自己花的公证费，只“收获”15天的会员补偿——而这个权益，本来就应该属于他和全体付费会员的，这不能称作一次“胜利”。事实上也的确如法律界专业人士所说，普通公众层面会认为爱奇艺败诉了，但法律意义上法院只认为个别条款无效，并未认为服务协议整体违约。再具体一点说，爱奇艺的收费模式并无不妥，只是服务没跟上。

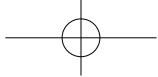
这显然会让那些发出“我要这会员有何用”的用户感到不满意。不满意是因为，法院的判决对视频网站并没有多大的震慑作用，顶多在修改服务协议之后，继续推行超前点播模式，甚至再开发其他奇葩的收费说法，反正“一个愿打一个愿挨”，想比别人早看几集热门剧，就需要额外多掏腰包。在国内流媒体平台，这种模式也被认为“并无不妥”，但“并无不妥”就对吗？视频网站在追求收益的同时，可不可以对用户多一些尊重？起码别让VIP会员花了钱还受委屈。

在视频网站的宣传中，VIP会员的身份是“尊贵”的，买了会员，不但可以提前观看视频内容，还可以免看广告——这已经成为用户对VIP会员的普遍认知。因此，想要越过这一层面的共识，就要求视频网站要尽到告知与说明义务，但显然，在推出超前点播这一“服务”时，视频网站并没有走相关流程，也未与会员进行有效沟通，正如有的用户所说的那样，不是不接受收费，而是付了会员费之后不知道自己的权益以及权益的随意变化。

2018年，几家视频网站的会员在购买VIP会员资格后，仍要收看大约15秒的广告，也引起了不小的批评声浪。当时这种状况的发生，被认为是视频网站投入大量资金进行内容竞争，在支出了巨额版权费与内容制作费之后，需要通过多元的盈利方式来填补亏损，所以才会有了会员还得看广告这种“怪现状”。

到了2019年，视频网站的亏损进一步加大，爱奇艺第三季度财报显示净亏损达36亿元，比上年同期多亏了约4.8个亿，而腾讯视频和优酷在年初就各自做出了亏损80亿元的年度预算……亏损止不住，原因是视频网站还在依赖烧钱模式进行扩张，而付费会员人数的增长率下降，也让这些视频网站心中没底，于是，薅老用户羊毛这种做法自然而然便产生了。已经有人警告这样的做法属于“饮鸩止渴”，但处在同一跑道上竞争的几大视频网站已经停不下来了。

能理解视频网站的焦虑，停止亏损走向盈利是所有商业娱乐网站的正当追求，但这种追求不能建立在用户的痛苦之上，而应该改变发展策略，用优化的商业模式，通过输出优质内容，提高老用户的忠实度，吸引新用户的加入，美国流媒体巨头Netflix2019年第三季度净利润实现6.65亿美元，同比增长65%，中国视频网站不妨多去关注Netflix做了啥，而不是把重点放在刺激老用户多花钱上。一旦老用户的委屈无处释放，那么新用户也会望之却步。说好的良性健康发展，也便无从实现了。（中青报）



网络直播经济如何才能走得更远



盛玉雷

最近一段时间，与直播有关的两则新闻引发关注。一个是中国演出行业协会网络表演（直播）分会向社会公布第五批主播黑名单，50多名网络主播5年内将在行业内禁止注册和直播。另一个是在全国两会期间，针对电商直播出现的一些问题，有代表提出加强直播带货监管的建议。在直播经济欣欣向荣、网络主播红红火火的时候，这无异于一剂“预防针”，也给我们带来新的思考。

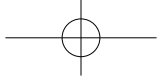
直播经济有多火？一组数据直观明了：有人在助农直播中，5秒钟内卖掉了600万只小龙虾和50万个脐橙；有人只是直播一只猫睡觉，就引来2000多万人次围观；单场直播的交易额更是水涨船高，最高达到数亿元……可见，网络直播正在改变人们的生活。尤其是在新冠肺炎疫情防控期间，云综艺、云观影、云养宠等新玩法、新方式层出不穷，带动直播迅速融入人们的日常生活，不少主播成了屏幕里的“熟面孔”。

直播火了，主播红了。人气节节攀升的同时，人们也看到，在一些直播中，本该洋溢正能量的画面，时不时出现一些惊悚恶趣味；本应传播真善美的镜头，却频频上演打擦边球、超出底线的恶俗炒作；本是讲文明风尚的网络空间，竟也成了传播虚假信息的温床、吞吐污言秽语的“垃圾桶”。从格调品位不高的直播内容，到职业素养堪忧的网络主播，不仅成为影响直播经济更上层楼的隐患，也冲击了公序良俗的底线，给网友尤其是青少年网民带来不良的影响。

从本质上来说，直播经济的基础是“流量红利”。对网络主播而言，一部手机可以轻松打开直播入口，但要在这一路上走稳行远并不容易。面对镜头侃侃而谈或许不难，但要聊得既有意思又有意义也并不简单。在能力素质上，主播需要持续投入、时间积累和经验沉淀；在道德品行上，更要经得起诱惑、守得住底线。毕竟，直播经济不是“一锤子买卖”。赢得了第一波关注之后，只有弘扬社会主义核心价值观的网络主播，才能成为成熟市场业态的一部分。谁能全神贯注、精益求精，谁在博取眼球、炒作跟风，直播间的观众看得分明。

流量很重要，但理清直播经济的“流量逻辑”更为关键。纵观那些高质量直播，它们的特色不单单在于追求传统的传播量、曝光量，还在于蕴含信息的承载量、价值的含金量。在主播的一言一行中，了解他们的人生观、世界观、价值观；在直播的每一帧镜头里，发现生活无处不在的惊喜、人人都能创造的精彩。在诠释自己的过程中影响别人、启发别人，这是网络主播这个职业最重要的意义所在。只有正气不衰、才气不凡，才能人气不减、名气不坠。

直播经济迎来了风口，还要飞得更高、更远。今年的《政府工作报告》明确提出，“电商网购、在线服务等新业态在抗疫中发挥了重要作用，要继续出台支持政策，全面推进‘互联网+’，打造数字经济新优势。”直播经济正按下加速键。推动直播经济健康发展，需要政策扶持，也需要规范管理。要鼓励创新，加强引导，确保行稳致远，实现可持续发展。（人民日报）



电动平衡车不当使用风险大

近年来，一种被称为“电动平衡车”的新产品十分流行，小区里、公园中甚至道路旁都不时可以看到它的身影。在购物网站上，电动平衡车的价格大多在几百元到一两千元不等，价格不是很高，获取十分便捷，格外受到青少年追捧。

但是，随着电动平衡车的热销，在使用过程中发生事故的投诉和消息报道时有发生。

1. 电动平衡车产品属性和适用场景不明确，消费者缺乏正确使用依据

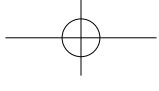
据专家介绍，目前备受青少年追捧的电动平衡车，既不属于儿童玩具，也不属于运动器械，其产品属性和适用场景缺乏相应的规范，导致消费者将这类产品误以为是儿童玩具，忽视其中存在的风险。根据某搜索平台的搜索数据显示，家长们往往把电动平衡车当做玩具来选择，或者是当做可以锻炼孩子运动能力的运动器械来选购。电动平衡车的产品说明书则一般将电动平衡车描述为“运动娱乐工具”，有的平衡车将骑行者的使用年龄界定为“5至12周岁”。而在购物网站上，电动平衡车的销售页面多以青少年为“主角”，甚至直接将产品描述为“智能儿童”平衡车，这些都会误导家长们将这类产品理解为“玩

具”。

儿童玩具专家介绍，我国《玩具安全 第2部分：机械与物理性能》（GB6675.2）中对电动童车的速度限制为“在玩具通常坐立或站立的位置加载质量为（ 25 ± 0.2 ）kg的负荷，测定的最大速度不得超过8km/h”，而目前市面上销售的电动平衡车大都是按照《电动平衡车安全要求及测试方法》（GB/T34668-2017）的要求，速度时限为20km/h，最高时速相当于电动自行车的速度，远高于玩具的安全要求。而且电动平衡车完全依赖于驾驶者重心的移动来实现加速、减速和转向，其安全性和稳定性远低于电动自行车。如果平衡车速度过快，消费者尤其是儿童很难平稳掌控，极易因失去重心而导致摔伤。张先生女儿受伤住院后，医生说孩子的伤势相当于从三层楼的高度摔下来。该医生还表示由于电动平衡车速度很快，儿童在骑行时发生事故导致住院的病例很多，且大都伤情严重。

2. 电动平衡车作为载人移动器具，在道路上行驶存在极大交通安全隐患

按照《电动平衡车通用技术条件》（GB/T34667-2017）的定义，电动平衡车是“配备有可



充电的电驱动系统，以自主或人工操控模式来保持动态平衡的轮式载人移动平台”，该标准是按照代步工具或者载人工具进行技术规范的。但在道路交通安全专家看来，电动平衡车没有驾驶资质要求、没有方向盘和手动刹车、行驶时速高噪音小、刹车距离普遍过大等，消费者在道路上使用，不仅增加了自身安全风险，也给其他驾驶员和行人带来了安全隐患，因此，作为交通工具目前不被交管部门认可。现实中，因电动平衡车造成的交通事故也多有报道，2020年4月16日，安徽省合肥市发生一起出租车与骑着电动平衡车的8岁男孩相撞事故，送到医院后，男孩已无生命体征。

3. 经营者风险提示不显著， 消费者防护意识不足

电动平衡车经营者在销售时，为了推销其产品往往只注重宣传产品的便利和优势，而对产品的风险警示和防护提示不足，很多消费者都反映他们在购买电动平衡车时，经营者一直宣称该产品容易操作、是安全的，甚至有一些产品在广告中展示的骑行人员也没有佩戴任何安全护具，这就很容易让消费者忽视安全风险，忽略佩戴安全护具。据北京儿童医院顺义妇儿医院官网披露，2020年5月的一个晚上，该医院综合外科朱医生在值班期间接待了4位由于玩电动平衡车导致摔伤来急诊的孩子。他们年龄最小的只有4岁，最大的也才10岁。他们有一个共同的特点，就是骑行时都没有佩戴任何护具。

为保护消费者人身健康安全，强化对电动平衡车市场监管，中消协发布消费警示：电动平衡车产品属性不明确，不当使用风险大。

一、电动平衡车不是儿童玩具，不建议为年龄较小的孩子购买。由于目前市场上的电动平衡车普遍不是按照玩具安全标准规范设计生产，也未列入国家玩具安全认证，从其产品说明书的相关信息看，不属于儿童玩具产品。该类产品速度大于8km/h、没有扶手、上身不固定、需要靠重心的细微变化来调节，平衡车的停止、前进和转弯都是靠着身体的前后左右倾斜来控制，这就要求骑行者具有较高的身体控制和平衡能力。年龄较小的孩子由于身体协调与平衡机能还

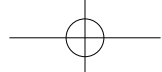
没有发育完全，风险防范意识和自我保护能力不足，在使用过程中容易发生意外，且有些严重的意外事故可能会造成不可逆的损伤，影响孩子今后的成长和生活。因此，出于安全健康考虑，不建议家长为年龄较小的孩子购买和使用。

二、电动平衡车非交通工具，切勿在道路上骑行。电动平衡车不属于机动车，也不在几类非机动车的产品目录之列，而是与滑板、旱冰鞋等性质相近、功能相似，可以看作是滑行工具。《道路交通安全法实施条例》第七十四条规定，行人不得在道路上使用滑板、旱冰鞋等滑行工具。目前，出于道路交通安全考虑，北京、上海、南京、广州、武汉、成都等多地已经明确禁止电动平衡车上路。因此，电动平衡车不能作为交通工具使用，更不能在机动车道骑行，只能在一些专用场地或封闭场所使用。使用时应尽量选取路面平整、没有其他车辆以及行人较少的场所，保证骑行者和他人的安全。

三、谨慎控制骑行速度，安全防护不容忽视。如果骑行电动平衡车的速度比较快，遇到紧急状况很容易失去平衡而摔倒；若没有任何安全保障措施，就会给骑行人员带来比较严重的伤害。因此，骑行电动平衡车时应注意控制速度并与其他人保持一定的安全距离，无论是“新手”还是“熟手”，均应匀速慢行，切不可盲目追求“飞一般的感觉”。同时，安全防护也不容忽视。消费者在每次使用电动平衡车过程中，都应佩戴好头盔、护膝、护肘、护腕等护具，以降低摔倒造成的伤害。此外，家长还应当承担监护人责任，做好看护和监督工作，对未成年人的错误驾驶行为及时进行制止和纠正。

最后，中消协呼吁有关部门加强对电动平衡车设计、生产、销售各环节的监管和引导。由于电动平衡车的规范生产和销售直接关系到消费者的人身安全，因此，建议有关部门进一步明确电动平衡车的产品属性，完善有关电动平衡车的技术要求和安全标准，尤其是要严控电动平衡车的最高设计车速、超速保护、低电量保护、驻坡能力及保护、充电锁止、防飞转保护等与消费者人身安全密切相关的技术指标，为保障消费者安全正确使用电动平衡车建立完善的技术法规和监督依据。

（据中消协）



网购消费当心各种“坑”

随着“6.18”的临近，电商购物平台即将迎来购物狂欢季。广大消费者在面对电商五花八门的促销打折广告，又会掀起一波网购高潮。通州区消费者协会有关投诉数据显示，商家虚假宣传、承诺不兑现、执行7天无理由退货不到位、不承担“三包责任”等网购投诉逐年增多，提醒消费者网络购物当心各种“坑”。

1. 典型案例

王女士于2020年4月通过网络购买口罩，购买时商家正举行促销，所购口罩可领取优惠券，因此有较大折扣，但消费者领券付款后被商家告知该商品缺货，要求其自主退款（退款时显示商品已下架），但退款后不到一个月，店铺依然显示该商品有库存且并无优惠。王女士认为该商家随意取消自己订单，损害了自身合法权益，要求商家尽快按照之前领券优惠价格发货，可商家并不同意。无奈之下，王女士向北京市通州区消费者协会寻求帮助。

针对王女士的投诉，通州消协先后对网页、付款、宣传等截图信息认真调查核实后（以上证据由王女士本人提供），立即与经营者取得联系，并找到了负责销售的人员。对王女士的诉求以及相关法律予以明确告知，最终，双方达成一致，商家同意为王女士以之前领券促销价格购买口罩，并对相关的系统技术过失行为予以整改。

2. 案例评析

《电子商务法》第四十九条规定：“电子商务经营者发布的商品或者服务信息符合要约条件的，用户选择该商品或者服务并提交订单成功，合同成立。当事人另有约定的，从其约定。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；格式条款等含有该内容的，其内容无效。”

本案中，王女士在网站上支付价款成功后，合

同即为成立，王女士有权利要求商家履行合同，及时发货。而对于合同成立，但是电子商务经营者以商品缺货、操作失误、系统出错、产品质量、订单异常等理由拒绝发货的，涉嫌违约，损害了消费者的合法权益，因此，消费者可依法主张自己的权利。

3. 消费提示

在此，北京市通州区消费者协会发布“6.18”网购消费提示：

1. 小心低价陷阱。网购要多对比商品线上线下的价格，更不要轻信“划线价”，防范商家采取先涨价后降价的方法虚构优惠促销。

2. 掌握促销规则。有些商家隐藏着霸王条款，比如：“不退不换”、“赠品限量”、“优惠打折限制”等问题。

3. 小心虚假宣传。选择专业性强、信誉度高和价格合理的电商平台进行购物，要多看看买家评价，识别出商家刷单、刷好评造假等违法行为。

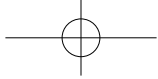
4. 谨慎选择交易对象。微信朋友圈和“临时上线”的某些网络购物渠道，因缺乏第三方成熟支付平台做保障，消费者如不细加甄别，存在较大消费安全隐患。比如：通过微信好友私下转账买卖行为属于个人之间的私下交易，消费者权益得不到保障。

5. 理性对待促销及广告宣传，避免冲动消费。建议消费者不要盲目购买不必要的商品，更不要被“优惠”、“折扣”“满减”、“返现”等冲昏头脑，警惕价格陷阱，避免权益受损。

6. 留存好交易凭证，及时有效维权。如：聊天记录、购物页面、促销宣传、支付凭证、快递单等，以便出现纠纷时及时有效维权。

此外，电商企业要进一步强化责任意识，以身作则，明确内部监管，规范经营行为，完善各类促销活动规则，以良好的形象和口碑来提振电子商务消费，营造安全放心的网络消费环境。

（通州区消协）



空调新国标 能效等级有变化

从2020年7月1日起，新的室内空调国家标准GB21455-2019将实行，该标准设定了室内空调的最低能效限定值并定义了新的能效等级。新国标将以前的定频和变频的二个国家标准合二为一。消费者购买时只需要知道谁的能效水平高，谁的能效水平低，不需要再区分谁是变频产品，谁是定频产品。同时，产品的能效指标的评价也更公平，采用了全年能源消耗效率，能够较全面反映全季节过程里产品的能效。

新版空调能效标准的能效分为5级，其中的能效1级明显高于现行标准要求；现行标准中的变频1级降为2级，变频2级降为3级；新版标准的能效4级则对应目前市场上部分变频3级和定频1级产品；能效5级则对应目前市场上部分定频2级产品，也是新标准的准入级。因此，现行定频3级将为不符合新版空调能效标准的产品面临淘汰。

标准规定：在标准实施之日前出厂或进口的产品，可在2021年6月30日前销售。这意味着，2019年12月31日之前出厂的所有空调，即使没有达到新能效标准的要求，也可以一直销售到2021年6月底，过渡期长达18个月，但是所有在售的空调产品必须加贴新的GB标识。

因此，安徽省消保委提醒消费者注意以下方面：

新规实行前，市场上一些商家用低价方式抓紧时间销售不符合新国标的低能效空调，消费者在购买时不要将价格作为选择产品的唯一标准，而是在价格和品质之间做更符合自身需求的理性判断。购买时不要仅仅看清产品标称的能效比还要特别注意该产品标注的生产标准是否为最新的国标。

高能效比的空调不仅仅是产品的性能更优更省电，更重要的是可以节约能源，保护环境。未来市场，高效节能的空调将成为主流。新标准规定，自2022年1月1日起，市场上的空调产品能源消耗率均需大于等于能效3级指标值。也就是说目前的5级能效体系，到2022年1月1日将变成3级能效体系。

另外，据中国家用电器协会发布的《家用电器安全使用年限》团体标准中规定，家用空调的安全使用年限为10年，计算时间从空调器生产日期起。高温/高湿/高盐环境严酷环境下，空调的安全使用期会缩短，长时间库存、超期服役的空调可能存在“电路板线路老化、打火、漏电”，“冷媒泄露、性能下降”等一系列潜在的危害。消费者在购买空调时，也请同时关注空调的生产日期。

（安徽省消保委）



挑选头盔时 要注意“3C”认证



“头盔涨价”登上网络热搜，平时大家不常用的头盔怎么突然火了？近日，公安部交通管理局下发通知，自6月1日起将在全国开展“一盔一带”安全守护行动，依法查纠摩托车、电动自行车骑乘人员不佩戴安全头盔、汽车驾乘人员不使用安全带行为。消息一出，头盔成了热销品。四川省消委会联系了相关专家以及四川省电动自行车行业协会，就如何选购佩戴安全头盔发布消费提示。

选购安全头盔认准“CCC”

有研究表明，正确佩戴安全头盔、规范使用安全带能够将交通事故死亡风险降低60%至70%。如此重要的头盔应该怎么选？质检专家提醒，目前暂未出台电动自行车头盔国家标准，消费者可以参照《摩托车乘员头盔》（GB 811-2010）国家标准选购，重点检查头盔做工好不好，产品信息是否齐全，应包括生产厂家、生产日期、产品型号、规格以及合格标志等。另外，我国明确规定，自2018年8月1日起，摩托车乘员头盔未获得CCC认证，不得出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。所以大家选购安全头盔时要认准“CCC”标志。

头盔选择、佩戴、保管有讲究

“头盔的选择、使用佩戴、保管都是很重要的。”专家提醒，首先头盔要适合自己头型大小，正确测量自己头围，根据头围尺寸选择头盔，或者进行

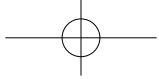
试戴，确保佩戴舒适；检查头盔内侧是否装有防冲击衬垫，头盔是否有明显异味等；头盔挡风镜片应选择透明的镜片，保证在骑行时有良好的视线；严格按照使用说明佩戴，即使天气炎热也必须系好扣带，有时忽略一些使用要求可能会影响使用效果，甚至带来严重后果。日常要注意保管，防止碰撞、受潮，不要用具有腐蚀性的溶剂擦拭头盔。

专家介绍，一般摩托车安全头盔正常使用情况下使用年限约5年，建议及时更换；如果在使用过程中发生碰撞使头盔出现变形或损伤，要及时更换。此外，安全帽不能代替安全头盔，二者结构和材质不同，行驶过程如果遇到风沙、粉尘等，极易影响视线发生安全事故。

头盔经营者要把好质量关

头盔热销，价格也一路上涨，有网友称“4天涨价6倍，炒完口罩炒头盔”。四川省消委会提醒消费者，公安部交通管理局部署开展这一行动是为了保障大家的生命安全，不能为了应付检查随意购买。同时呼吁头盔经营商家，要确保所售头盔质量符合要求，不要“任性”涨价，不得强制搭售，积极履行保护消费者合法权益第一责任人责任。

四川省电动自行车行业协会表示，骑行电动自行车佩戴头盔对于保护生命安全具有重要意义，将积极发挥协会作用，加强行业自律管理，引导商家积极履行主体责任，维护良好的市场秩序，共同促进行业健康有序发展。（四川省消委会）



国家卫健委：眼镜该戴不戴度数会加重！

近日，国家卫健委发布了0至6岁儿童眼保健核心知识要点，其中提出，如果该戴眼镜而不戴，反而会加重近视度数的增长，同时，不恰当的近视矫正行为可能对孩子造成更严重的危害。

至少每年带幼儿进行一次眼科检查

国家卫健委称，0-6岁是儿童视觉发育的关键时期，家长要注意观察儿童眼睛异常情况，定期带儿童进行眼病筛查，帮助儿童养成良好的眼健康习惯。

其中，婴儿期（0-1岁）家长若发现婴儿眼睛有脓性分泌物、经常溢泪、双眼大小明显不一致或瞳孔区发白等，应及时就诊检查。健康儿童应当在满月、3、6、8和12月龄进行眼科检查。早产儿易患早产儿视网膜病变，可致盲，必须遵医嘱进行眼底检查。

婴儿视力发育需要良好的环境亮度，白天要保证室内光线明亮；夜间睡眠应关灯。

在幼儿期（1-3岁），家长若发现幼儿视物距离过近、瞳孔区发白、畏光、眼位偏斜或歪头视物、眼球震颤等异常表现，要及时就诊。家长至少每年带幼儿进行一次眼病筛查，筛查异常者应遵医嘱进一步检查确诊，及时矫治，以免错过最佳治疗时期。

需要注意的是，2岁以下幼儿应避免使用各种电子视频产品，户外活动每天不少于2小时。同时，不要让幼儿玩铅笔等尖锐物；避免接触强酸、强碱等洗涤剂。

对于学龄前期（3-6岁）儿童，家长若发现幼儿视物距离过近或眯眼、频繁揉眼、眼位偏斜或儿童自己表述眼部不适，应及时就诊。家长至少每年要带幼儿进行一次眼科检查，儿童双眼视力3岁0.6，4岁0.8，5岁及以上1.0为基本正常，视力若不能达标，或双眼视力相差两行以上，主要是由于远视、散光、屈光参差、斜视或发育滞后等所致，需进一步检查确诊。



不恰当近视矫正可能造成危害

该核心知识要点称，目前，散瞳验光是确定视力异常原因、准确检查儿童远视、近视或散光度数的必要步骤，正确使用散瞳药物对儿童眼睛和身体无伤害。

对于经过散瞳验光后需要配戴眼镜的儿童，应当及时戴镜矫正，帮助儿童解决眼部聚焦的缺陷，使得视网膜成像变得清晰、视力提高。

如果家长不愿意接受孩子戴眼镜矫治，则会延误治疗，严重者会影响孩子的视觉发育甚至会留下终生遗憾。

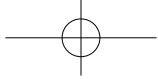
近视发生的先兆表现是看远处物体比以前模糊，看远处物体时眯眼、频繁揉眼。因此，家长一旦发现异常，一定要带孩子到正规医疗机构进行医学验光，并遵医嘱正确矫正。如果该戴眼镜而不戴，反而会加重近视度数的增长。

确诊近视后应尽可能延缓近视进展，避免发展为高度近视而出现致盲性并发症。不要寄希望于成年后的激光近视手术，激光近视手术不能减少近视并发症。近视无法治愈，不恰当的近视矫正行为可能对孩子造成更严重的危害。

良好用眼习惯谨记“两减一增”

核心知识要点提出，培养良好的用眼习惯，要谨记“两减一增”——减少电子视频产品使用时间，每次20分钟，每天累积不要超过1个小时；减少近距离用眼时间，做到保护视力三个“20”法则：20分钟近距离用眼后远眺20英尺（约6米）外的景物20秒；增加户外活动时间，每天2小时以上“目”浴阳光的室外活动。户外活动能增加眼内多巴胺释放，从而抑制眼轴变长，降低近视患病率。

此外，读写和握笔姿势，要做到三个“1”即眼睛距离书本1尺，身体距离桌子边缘1拳，握笔时手指尖距离笔尖1寸。同时，还要均衡营养，不偏食不挑食，多吃水果、蔬菜和富含维生素的食物，少吃甜食和零食。（据北京晚报）



儿童要消费，安全放第一

六一期间，各类儿童商品和服务成为消费热点。由于儿童自我保护能力比较差，家长作为孩子的监护人，要提醒家长在选购儿童商品时，要理性消费、安全消费，让孩子度过一个幸福快乐的童年。

提高网络消费安全意识

未成年人因上网课或娱乐需要使用手机、平板电脑等电子产品的，应该使用其个人信息进行实名认证，在防沉迷系统的保护下使用；家长应管理好手机指纹、密码和具有支付功能的APP，不向未成年人泄露移动支付账户和密码等重要信息，关闭支付工具的小额免密支付功能，减少未成年人自行支付的可能性；如果已经造成了损失，应当立即收集保存交易凭证、聊天记录以及其他有利于证明是未成年人操作充值或打赏的证据等信息。

儿童外出游玩须注意人身安全

儿童在外出游玩时，容易因为兴奋而过于剧烈玩耍，而人在运动时对氧气的需求增加，戴口罩容易导致呼吸困难，特别是佩戴N95口罩会增加呼吸阻力。因此儿童在进行剧烈运动时，最好不要佩戴口罩，如果在人多的地方需要佩戴的，则需要选择适用儿童的

一次性医用口罩或医用外科口罩，并适当降低运动强度，避免儿童因呼吸困难发生意外。

另外，家长带孩子到游乐场玩耍时，尽量给孩子穿简单的衣物，不要穿如带帽子的衣服，或者长裙子、大摆裙、纱裙等容易增加危险指数的衣物。

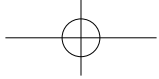
选择校外培训要重视资金安全

随着校外培训机构开放线下培训服务的日程确定，部分面向中小学生的线下社会培训机构开始招生，提前收取秋季甚至更长时期的培训费，也有些线上培训超期收取培训费，违背了《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》（国办发〔2018〕80号）中“面向中小学生的校外培训机构不得一次性收取时间跨度超过3个月的费用”的规定。

家长要树立正确的教育观念和成才观念，理性为孩子选择校外培训方式和内容，警惕培训机构采取各种优惠促销活动违规收取费用的行为，不要选择跨学期、跨学年等一次性交纳长期学费的培训课程，避免或减少资金损失。

培养绿色健康消费理念

少年儿童要培养绿色消费理念，养成健康生活习



惯，在日常消费中尽量选购绿色、环保、可循环产品，减少使用一次性筷子、纸杯、塑料袋等制品；从节约一度电、一滴水、一张纸做起，养成简约适度的消费习惯；在家庭日常用餐、节庆聚餐中常态使用公筷公勺，外出就餐时合理点餐、剩菜打包，养成文明健康的饮食习惯。

购买儿童商品要注意

选择儿童玩具要认准3C标志。购买玩具时，除查看商品主要材质、成分、合格证和生产厂家的厂名、厂址、电话以及售后服务内容等标注是否齐全外，对实施“CCC”强制性认证的玩具产品，还应特别关注包装上是否有“CCC”认证标志。购买玩具时应仔细阅读包装上的使用说明、警告语等内容，不同年龄段的玩具有不同的要求，家长可按包装上的推荐使用年龄段给孩子挑选玩具。

买衣服不要盲目追求样式，舒适和安全应该是最重要的考虑因素。根据我国相关标准，服装分为三个级别，A类是婴幼儿用品，B类是可直接接触皮肤用品，C类是非直接接触皮肤用品。婴幼儿服装为“A类”产品，其甲醛含量、PH值、色牢度等指标均严

于其他级别的纺织品。家长在购买婴幼儿服装时，要仔细查看服装标识字样，要看清标识。

在购买儿童商品或接受服务时，要并保管好发票及相关购物和服务凭证，一旦发生消费纠纷，便于维权时使用。当合法权益受到侵害时，积极与经营者协商解决，协商不成时，可拨打12315市场监管投诉举报电话，向当地市场监管部门或者消费者协会投诉，依法维护儿童的合法权益。

注意儿童用药安全

每到夏季，儿童感冒、急性肠胃炎、腹泻等疾病都会多起来。所谓“是药三分毒”，儿童还处于生长发育阶段，机体脆弱，所以，夏季儿童用药一定要谨慎。首先应遵循四大基本原则：优先物理治疗、服药种类尽量少、剂型剂量最好儿童装、给药方式首选口服药；其次，不要给儿童购买保健食品，因为儿童还处于生长发育期，一些保健食品里面含有激素等会刺激儿童生长，会引起性早熟，造成身高矮、心理发育与身体发育极不相配等严重不良影响。强调儿童用药应在专业的医师和药剂师指导下用药。

（据市场监管局）

办健身卡需谨慎

因近期相继接到受新冠肺炎疫情影响，部分健身机构关停并转后不能履行经营义务，消费者的合法权益受损的投诉，成都市消协发布健身行业预付式消费提示，提醒广大消费者在办理健身充值卡时，尽量选择金额小或期限短的套餐。

慎重选择商家。在选择健身机构前，应核实健身机构的资质、经营状态，选择规模大、设备齐全、信誉好的机构(商家);办卡时还要注意查看商家的房屋租赁合同或房产证，确定商家的经营期限。

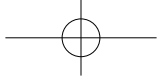
合理选择套餐。商家健身套餐种类繁多，消费者切莫被部分套餐优惠冲昏头脑，要选择适合自己的。切莫被商家的优惠折扣迷惑而冲动消费，应尽量选择

金额小或期限短的套餐，有效可降低风险。

认真签订合同。在办理预付充值卡时，要仔细了解和阅读办卡说明，不要轻信商家的口头承诺，尽量对商家服务人员、服务项目、使用年限、退卡事宜等进行书面约定，形成正式合同，并保留预付凭证、合同或协议、宣传单、发票收据等证据。

合理表达诉求。因受疫情影响，商家确实不能履行经营义务的，消费者要保持冷静，理性维权，合理表达诉求，积极协商解决延期、换址、退款等事宜，对故意不遵守承诺、拖延推诿履行经营义务的商家，要及时向相关部门投诉举报维权。

（成都市消协）



进口海鲜和食材中会不会有病毒存活？ 听听专家怎么说

6月20日下午，北京市政府新闻办组织召开北京市新冠肺炎疫情防控工作第127场新闻发布会，市委宣传部分副部长、市政府新闻办主任、市政府新闻发言人徐和建主持。北京新冠肺炎疫情防控工作领导小组检验检测工作组副组长、市委组织部分副部长张强，市商务局二级巡视员王洪存，市卫生健康委新闻发言人高小俊，国家食品安全风险评估中心微生物实验室主任李凤琴，市疾控中心副主任刘晓峰，北大医疗产业集团总裁宋金松出席发布会，发布疫情防控有关政策和信息，回答社会和市民关切的问题。

记者提问：进口海鲜和食材中会不会有病毒存活？检验检疫能否检出新冠病毒？

国家食品安全风险评估中心微生物实验室主任李凤琴回答：

1、世界卫生组织已经明确，经呼吸道飞沫和密切接触传播是新型冠状病毒肺炎的主要传播途径。到目前为止，国内外均无新型冠状病毒通过食物传播的报道。

2、包括海鲜在内的食物不会感染新冠病毒，但存在被新冠病毒污染的可能。新冠病毒污染食品或食品包装材料后，在食品或食品包装材料上不能繁殖，常温存活时间有限，但在低温下新冠病毒存活时间延长，因此目前还不能排除低温冷藏食品 and 食品包装材料作为病毒载体造成新冠病毒污染环境并形成人群传播的可能性。

3、检验检疫是发现新冠病毒的有效手段，目前我国海关对进口的食品都进行采样并进行新冠病毒检测。

4、为了预防被新冠病毒污染的食品进入食物链，当前加大各环节的监管力度，加强食品企业主体责任，加强消费者自我保护意识是非常重要的。



的。

记者提问：进口食品如海鲜、牛排等可否正常购买食用？

国家食品安全风险评估中心微生物实验室主任李凤琴回答：

可以正常购买食用。但要和平常一样按照WHO的食品安全5要点做好防范，具体包括以下几点：

1、使用清洁的食材和水

食材：购买时选用新鲜的肉、水产品、果蔬等食材；

水：清洗和加工食物、清洁烹饪用具和餐具、洗手时均应使用清洁的水。

2、保持清洁

新冠期间应该在以下四个方面做好清洁：

保持家庭厨房加工台面、餐具容器的清洁。

不要在水龙头下直接冲洗生的肉制品防止溅洒污染(若确实需要清洗，可将肉放到有水的盆子里清洗，这样不会产生飞溅的水花)。

制备食物，特别是处理生的肉、禽、水产品等之后，要使用肥皂

和流动水洗手至少20秒。

外出购物、食品制作过程接触生鲜食材的手不要直接触碰眼鼻。

3、生熟分开

加工和存放食品时要生熟分开；尤其在处理生肉、生水产品等食品时应格外小心，避免交叉污染。

4、食物烧熟煮透

生鲜肉、水产品等食物加工时一定要烧熟、煮透。

5、在安全的温度下保存食物

(1)生肉、生水产品等食材在放入冰箱冷冻之前最好分割，并按一次食用量分别包装，包装袋要完整无破损；存放时要与熟食分开。

(2)食物做好后要尽可能在2小时内吃完，若一次吃不完应该放入冷藏设备中保存，吃前再次加热。

对于集体食堂、餐馆等集体供餐场所除了以上提到的外，还应该注意以下几点：

6、人

(1)加强对食堂工作人员的健康监测，若出现新型冠状病毒感染的肺炎可疑症状要及时隔离就医，不要带病上班。

(2)工作人员工作期间做好个人防护。除穿戴必要的工作服(帽)外，要带好防护口罩。

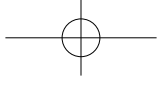
(3)勤洗手。接触食物前、加工食物前及加工过程中接触其他物品、便后等都要洗手。

7、环境

(1)公共接触物品(如水龙头、门把手、冰箱冰柜、各种电器开关按钮等)表面要及时清洗和消毒。

(2)保持食物加工操作间接触台面、刀板等加工器具和容器的清洁干燥，及时清理厨余垃圾。

8、提倡分餐、使用公勺公筷。



什么是密切接触者？ 市疾控中心给出权威解答

6月17日下午，在北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作第123场新闻发布会上，市疾控中心副主任庞星火对于市民关心的什么是密切接触者的问题作出解释。

根据国家和北京市相关规定，密切接触者指从疑似病例或确诊病例症状出现前4天开始，或无症状感染者标本采样前4天开始，未采取有效防护与其有1米内近距离接触的人员，如共同居住、学习、工作，或其他有密切接触的人员；诊疗、护理、探视病例的医护人员、家属或其他有类似近距离接触的人员；乘坐同一交通工具并有近距离接触人员；以及现场调查人员调查后经评估认为其他符合密切接触者判定标准的人员。

二级响应如何做好自身防护？ 疾控部门建议来了

6月17日下午，在北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作第123场新闻发布会上，市疾控中心副主任庞星火针对北京市上调响应级别后市民应如何做好自身防护的问题，建议市民，要服从社区防控管理。如近期曾去过新发地市场，请不要随意外出，并如实向单位和社区报告，按照社区的安排进行核酸筛查。服从单位、社区和公共场所查证、验码、登记等防控措施管理。

其次要保持良好的个人卫生。要勤洗手，尤其是就餐前、如厕后、离开医院和外出归来，接触可能被污染的物品后，要及时用香皂或洗手液和流动水洗手，或用手消毒剂消毒。清洁双手前不要用手触碰口、眼、鼻。咳嗽和打喷嚏时用肘部或纸巾遮掩。不随地吐痰，口鼻分泌物用纸巾包好后弃置于垃圾箱内。

同时要坚持科学佩戴口罩。要随身携带口罩，到医院就诊、探视陪护人员，患有发热、咳嗽等症状人员，乘坐地铁等公共交通工具和厢式电梯时，小于1米近距离接触、处于人员密集、封闭拥挤场所，必须佩戴口罩。

此外，还要坚持非必要不聚餐、不聚会、不聚集。尽量避免去人群密集场所，在交谈、候车、等电梯、排队、开展活动时注意与他人保持至少1米以上社交距离。

夏天使用酒精消毒剂千万注意这些

不要在机动车内使用、存放酒精消毒剂；切勿将酒精消毒剂存放在阳台等热源环境中……随着北京市疫情防控应急响应级别上调至二级，酒精消毒剂等防疫消毒用品使用量增大，6月24日上午，市应急管理局发布夏季使用酒精消毒剂等防疫用品10项安全提示。

据介绍，由于夏季气温较高，酒精消毒剂等消毒用品极易挥发，如果储存使用不当，极易带来安全风险。为防范安全事故，市民需留意这10项安全提示：

- 1.市民应购买民用小包装消毒产品，单瓶包装不宜超过500毫升，不要在家中大量囤积消毒产品。
- 2.机动车内空间狭小密闭，长时

间阳光下直晒，机动车内温度很高，不宜在机动车内使用、存放酒精消毒剂。

- 3.消毒产品使用后，必须将瓶盖拧紧，并存放于阴凉、通风处，严禁敞开放置。

- 4.切勿将酒精消毒剂存放在阳台、灶台等热源环境中，应与氧化剂、酸类、碱金属、胺类等物品分开存放。

- 5.使用酒精消毒剂消毒时，应当通过擦拭的方式清洁物体表面，尽量不要采用喷洒的方式，并确保良好通风。

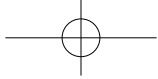
- 6.室内大面积喷洒消毒剂后，人员不要在室内滞留，并注意开窗通风换气。

- 7.配制、使用84消毒液、过氧乙酸消毒剂等含氯消毒剂时，应佩戴口罩和手套，避免直接接触皮肤。

- 8.84消毒液要单独使用，不要与其他消毒剂混合使用，以免发生化学反应，产生有毒气体。

- 9.使用酒精消毒剂意外引燃时，可使用干粉灭火器、二氧化碳灭火器等进行灭火；小面积着火可用湿毛巾、湿衣物覆盖灭火。

- 10.皮肤沾染含氯消毒剂原液时，应立即用大量流动清水冲洗；眼部溅到含氯消毒剂时，要用清水或生理盐水连续冲洗，并迅速送医院治疗。（市应急管理局）



天热了，空调使用前可用消毒液清洗滤网吗？

天气越来越热，但防疫依旧不可松懈。那么，如何正确使用空调，才能既防疫又防暑降温？

家用空调使用前可用消毒液清洗滤网吗？

上海理工大学建筑环境与能源工程系主任陈剑波教授表示，一般来说，影响人的舒适度主要有两个方面——温度和湿度，因此空调的作用主要是除湿和降温。现在的空调，无论室外是什么温度，都能开启工作，而是否开空调与房间室内的温度和湿度有关。通常来说，湿度范围在40%~65%，温度在24℃至28℃之间，人会感觉比较舒适。

一般的家用挂壁式空调和柜机在使用之前打开盖板，用清水清洗过滤网，就可清除掉上面的灰尘及细菌。如果空调使用时间较长，超过了5年，灰尘可能积攒在换热器上，这时建议请专业人士来清洗一次。

当然，在防疫期间，可使用稀释后的84消毒液清洗过滤网，晾干后使用。但是，切记不能用酒精清洗空调内部。因为医用酒精虽然可以消毒杀菌，但同时挥发较快，挥发的蒸汽和空气混合，容易形成易燃易爆气体。由于空调内部空气流通不畅，这些气体就会在空调中积攒，如果达到一定的浓度，通电后，极易被启动的电流点燃。

另外，如果在密闭房间内长时间开启空调，建议每2至3小时开窗通风一次。

使用空调时需要注意什么？

北京市疾病预防控制中心副主任刘晓峰表示，正确使用空调，不会造成室内空气交叉污染。使用空调时要注意开窗通风。

日常生活中最常见的空调是分



体空调，也就是一室一机。这种空调使用时，空气通过空调器在单独的室内自行循环，不存在各居室的交叉污染，所以非常安全。使用分体空调时，要注意开窗通风；如果关闭窗口，最好打开室内的排风扇，保证室内空气流通；此外要定期对分体空调进行清洗。有些家庭或办公场所使用一种多联机的空调系统，室外机通过冷媒管路同时拖带多台室内机，内机之间不存在空气交换，因此也不会造成各个房间空气交叉污染。使用这种空调，要保持开窗通风，定期对空调进行清洗、清洁。

对于商场、写字楼、医院以及大型宾馆使用的中央空调，刘晓峰说，这种风机盘管加新风系统的中央空调，使用时最核心的一点就是保持全新风运行，并且要关闭回风系统。有些空调自带空气净化消毒装置，这种

空调系统一定要严格的按照产品使用说明来进行操作。

相关阅读： 科学健康使用空调 牢记8点建议

北京市疾控中心提示，在疫情防控期间，科学健康使用空调尤为重要，请牢记8点建议。

1、使用空调前应进行清洗，中央空调应进行定期检测，使用专业消毒剂防止空调内积攒的病菌和螨虫造成呼吸道感染。

2、夏季从室外进入室内不要立刻开空调，避免舒张的血管快速收缩引发心脑血管意外。

3、开空调时暂不要关闭门窗，空气流通一段时间后再关闭门窗；使用中央空调时应提高新风率，并保持一定的空气流动和自然通风。

4、空调应调至26℃左右，保证室内外温差不会太大，既可节能，又能避免感冒。

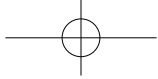
5、使用空调时间不要太长，一般开3小时就要关闭一段时间，并敞开门窗通风。

6、长期在空调房间里工作和生活者，应注意增加户外活动，接触阳光，呼吸新鲜空气。

7、铺凉席时应不开空调，避免罹患“空调病”及导致肩周炎、关节炎复发。

8、空调口不应直吹人体，特别是不能吹向婴幼儿、老人和体弱者，避免引发不适或感冒。

（人民网）



护眼灯选对参数才有效

儿童的视力健康，一直是全社会十分重视的话题。作为儿童学习中必不可少的台灯，经过多年的产品发展与升级，功能性更加突出。儿童护眼灯作为台灯品类中的新兴产品，因其保护儿童视力的功能性受到了学生和家长的普遍认可。

从市场规模来看，2019年国内儿童护眼灯的市场规模为24.1亿元，在技术进步与市场认可的共同推动下，预计到2025年，儿童护眼灯的市场规模将超过80亿元。

家长更愿意为功能性买单

随着80后、90后成为家长，他们对于儿童学习用品的选择更加倾向科技化与功能性，一方面重视品牌价值，另一方面重视实用性，而对价格并不敏感。据艾瑞咨询发布《2020年中国功能性儿童学习用品行业研究报告》显示，2019年中国功能性儿童学习用品的市场规模为109.6亿元，且随着教育消费逐年升级，这一数据将逐步增长。

6月1日晚，记者在北京大兴区某小学四年级家长群了解到，儿童学习用品功能性升级，已经成为很多家长的选择。85后家长李女士的观点表达了很多家长的心声，“只要经济条件允许，凡是对孩子学习有帮助的产品，我们做家长的一定会不遗余力地支持。视力一旦出了问题，会影响到孩子以后的升学和择业，作为家长肯定会特别重视。”

对于如何选购儿童护眼灯，很多家长表示，由于对护眼灯的光源质量和一些产品参数，自己并不太理解，所以更倾向于购买飞利浦、松下、欧普等知名品牌的品牌产品。学



▼ Focus

为了让孩子们能有一双好眼睛，很多爸爸妈妈都愿意尝试各种方法，市面上流行的护眼灯备受家长喜爱，但是究竟有没有效呢？劣质护眼灯可能会伤眼，孩子的护眼灯怎么选才对？

生家长张女士对记者说：“毕竟一分价钱一分货，在咱们家长也不明白的情况下，还是大品牌的产品更值得信赖，而且这些产品功能选择更丰富，能让孩子在使用的过程中体验到科技感。”

产品种类丰富 价格悬殊

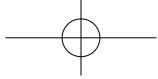
家长对于儿童视力的格外重视，也为儿童护眼灯带来了巨大的市场空间。记者在多家购物网站浏览发现，线上销售的儿童护眼灯产品，价格从二十几元到三百多元不等，不同品牌的产品卖点也不尽相同，“充电一次用一周”“无短波蓝光”“无频闪”“3C认证”等产品说明令人眼花缭乱。有些产品不仅具有照明功能，还包括了入座自动亮灯、休息提醒、自动调节亮度等附加功能。

一位卖家向记者介绍：“所谓的儿童护眼灯就是台灯，主要作用就是照明，没有必要花大价钱去买一个‘噱头’。我们的产品都是符合国家质量标准的产品，光源质量好、使用安全，完全可以满足孩子写作业的需求。”

而某知名照明品牌的销售人员却对记者这样介绍：“儿童护眼灯并不是普通的台灯，消费者在选购的时候，一定要选择具有3C认证或国家AA级的产品，同时还要仔细查看其产品引用标准、蓝光危害等级、显色指数、照度、均匀度等产品参数，这样的产品才更有保障。”

选对参数更护眼

面对市场上五花八门的儿童护眼灯，普通消费者又该怎么选呢？



记者通过搜索发现，在国家卫生健康委发布的《儿童、青少年新冠肺炎疫情期间近视预防指引》中提出，家庭照明光源需要采用三基色的光源，红绿蓝是三种基本色，三基色照明设备具有发光柔和、亮度均匀、无频闪、不刺眼等特点，因而被广泛用于学校和家庭的照明设备。

北京市疾控中心学校卫生所所长郭欣在接受记者采访时表示，家庭照明光源应采用三基色光源照明设备，台灯色温不宜超过4000K。在这种色温下读书、学习，心境平和，学习效率高。一般在产品说明书上都会标注光源类型、色温、照度、频闪这些基本的参数，色温高就会太白太刺眼，色温低就趋于

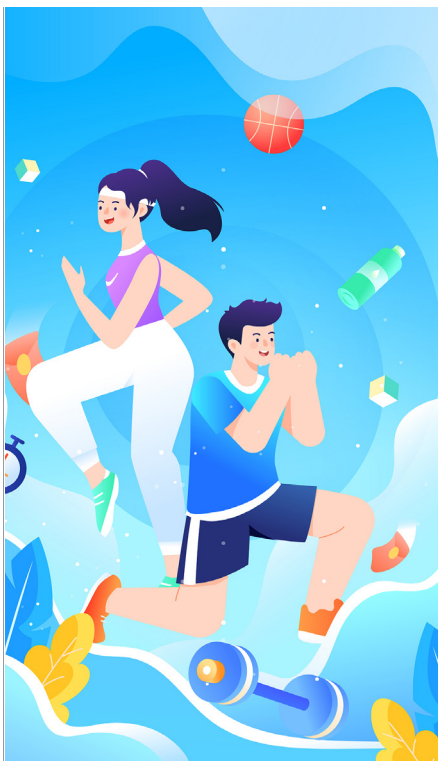
黄红色，容易引发瞌睡。市场上有一些台灯色温较高，会导致黄斑变性，自由基增多，也是近视发生的危险因素。家长要查看孩子使用的台灯的色温具体是多少，使用的光源如果不符合要求，应当尽早进行更换。（消费日报）

功能饮料真的有特效吗？青少年千万要小心

炎炎夏日，冰凉饮品受到追捧，但是在饮料区有这样一类产品隐藏风险，那就是功能饮料。很多功能饮料的广告吹嘘自己可以补充各种微量元素，或是在运动后能够迅速恢复体力。越来越多青少年被其口感、包装、宣传所吸引，出现过量或不正确饮用功能性饮料。殊不知，这类饮品只适用于成年人大量运动后喝，青少年使用反而会适得其反。

功能饮料一般是在水里加入了维生素、葡萄糖、矿物质、电解质、功能性脂肪酸，还有咖啡因、牛磺酸等成分的调味饮料。它包括运动饮料、能量饮料、营养饮料和其他有保健作用的饮料。功能饮料中的电解质可以调节体液平衡，几乎所有的功能饮料都含有糖肽键，目的是提供人体所需的能量，加快运动后恢复。

在没有补充需要的情况下使用功能饮料，特别是糖类、牛磺酸、咖啡因等成分，对老年人、儿童和患高血压等疾病的人群甚至有危害。而氨基酸、维生素、膳食纤维等营养素，日常饮食完全可以满足需求，如果补充过多，反而会造成不良反应。有的功能性饮料还含有



钠和钾，对室内办公为主的白领和没有大量流汗的普通人而言，是完全没有必要的，盲目乱补，反而适得其反。

功能饮料中含有的咖啡因，对青少年和儿童带来的影响更是不可忽视的。大量饮用含有咖啡因的饮品会对神经、心血管系统产生危

害。突出表现为以下几点：

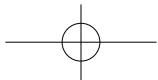
1、影响儿童睡眠。不少青少年为追求“提神”的效果而饮用含咖啡因的功能饮料，容易引发失眠、减少深度睡眠时间，进而影响青少年睡眠质量。

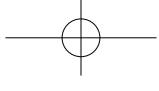
2、对中枢神经系统造成一定生理影响。儿童的中枢神经系统尚未发育完全，过量或空腹饮用含咖啡因的饮料，会摄入过多咖啡因，使神经系统中毒。并且，功能饮料中的咖啡因会引起过度兴奋，降低机体的神经系统认知功能，进而导致危险行为的发生。

3、对心血管产生危害。有研究表明，过量饮用功能饮料会使青少年心律失常，这是由于在功能饮料中摄入过多的咖啡因导致的。

4、引发头痛。摄入高浓度咖啡因可能会使其患上慢性头痛。

家长和孩子都应该警惕，选购时一定要查看包装上的营养成分表，别再为了追求时尚而过量长期饮用功能饮料了。（人民网）





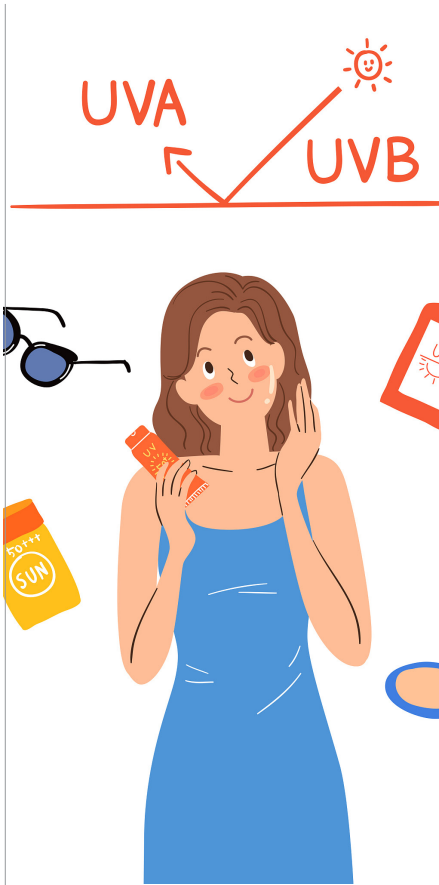
选购使用防晒产品“小提示”

夏天来了，出门防晒是头等大事，怎么选择适合自己的防晒产品，怎么达到最佳的防晒效果，是每个消费者最关心的，尤其是女性消费者特别关注的。东城区消费者协会和大家分享一些选购和使用防晒产品的一些科普知识，以解除您的“防晒之忧”。

消费者在选购防晒类产品时，首要关注的就是产品的防晒效果，而判断防晒效果的标识有两个，一个是SPF值，另一个是PA等级。SPF值称为日光防护系数，是对UVB（中波紫外线）防护效果的评定，与之对应的是PPFA值，它反映的是产品对UVA（长波紫外线）的防御效果，通常用与其数值相对应的PA等级标示。

在购买防晒类产品时应查看产品标签的内容是否完整规范，防晒化妆品在我国属于特殊用途化妆品，产品标签上必须要有特殊用途化妆品批准文号，并且标明防晒系数SPF值和PA防护等级。一般情况下，SPF值和PA防护等级越高，防晒效果越好，但同时刺激性也越大，带来的不安全因素也就越多。所以，消费者应根据日光暴露情况选择适宜防护强度的防晒产品。

在选购防晒类产品时还要读懂防晒品标签的保质期。防晒品标签的保质期一般通过下列两种方式标注：1) 生产日期和保质期；2) 生产批号和限期使用日期。需要注意的是，防晒品标注的保质期都是在未开封的情况下的保存期限。开封后产品会与空气直接接触，保质期就会相应缩短，在使用时要多留心。有些进口产品标签上会有一个



开了封的小罐头图标，图标上有“6M”或“12M”的字样，它的意思就是表示开封后的6个月或者12个月内是最佳使用日期。

网购防晒类产品“五注意”：

- 1) 应选择到正规合法的网站购买产品。
- 2) 购买防晒类产品时，要仔细查看产品标签和产品资质证明，不购买标签信息不完整的产品。
- 3) 不要盲目轻信互联网广告和宣传，与市场价格相比明显过低的产品，要谨慎购买。
- 4) 要注意索要发票和保存电

子购物凭证，核对内容并妥善保存。

5) “海淘”产品（跨境电商零售进口产品）按个人自用进境物品监管，不适用我国化妆品监管要求。

使用防晒类产品注意事项：

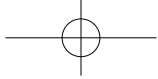
1) 涂抹时间：在出门前15-20分钟涂抹防晒产品，使其在出门时已经均匀紧密地附着于皮肤表面。

2) 涂抹量：涂抹防晒产品要保证足量，正常情况下，产品用量达到2mg/cm²时才能到标签上所标识的防晒程度，另外，每隔2个小时可重复涂抹一次。

3) 涂抹方法：涂抹防晒产品时应轻拍，不要来回揉搓，更不能用力按摩，以防产品中的粉末类防晒剂被深压入皮纹或毛孔中，造成堵塞毛孔、清洗困难。

儿童防晒类产品使用注意事项：

对于新生儿来说，户外活动需求较少。6月龄以下婴儿皮肤娇嫩，体表面积与体重的比值较高，涂抹防晒产品更容易发生不良反应，因此，不宜使用防晒产品，应当避免日光直射期外出（每日上午10点至下午2点）。需要外出的话，尽量以戴帽子、打伞、穿着浅色纯棉衣物等物理遮盖的方式防晒。对于6月龄以上至2岁的婴幼儿，仍然以衣物遮盖防晒为主，也可以使用SPF10/PA+以内的物理性防晒产品，以霜剂产品为宜。（东城区消协）



童装选购指南

很多父母在挑选童装时，只注重款式和价格，往往会忽略其他重要安全因素。如何规避儿童服装存在的安全隐患呢？近日，福建省市场监管局发布童装选购指南，提醒家长们注意规避童装可能存在的6个安全隐患。

童装拉带。许多童装的兜帽、腰部、下摆等部位带有拉带，如果拉带缠在操场上的滑梯、校车门和其他物体上时，或腰部和下摆的拉带被车门或汽车的其他部位夹住时，结果可能会导致儿童死亡。

可分解致芳香胺染料。纺织品上的这类偶氮染料在与皮肤的长期接触中，某些特殊的条件下特别是在染色牢度不佳时，会从纺织品上转移到人的皮肤上。芳香胺被人体皮肤吸收后，在体内通过代谢作用而使细胞的脱氧核糖核酸(DNA)发生变化，成为人体病变的诱发因素，具有潜在的致癌致敏性。

甲醛。服装甲醛超标会给儿童的呼吸道和皮肤粘膜产生强烈刺激，造成呼吸系统伤害，并引发各种炎症。皮肤接触甲醛有致敏、发疹等反应。对婴儿的毒性表现在气喘、气管炎、染色体异常、抵抗力下降等。

色牢度。色牢度差的服装，遇到水、汗渍或唾液时，颜料容易脱落褪色，颜料中的染料分子和重金属离子可能会被皮肤吸收，危害儿童健康。婴幼儿经常会将衣服等物咬在嘴里，导致孩子将染色残留物吸吮到嘴里而受到伤害。

小配件(饰物)。由于婴幼儿喜欢拉拽衣服、咬衣服，辅料中的拉链、纽扣及各种塑料装饰件的缝纫强力不够或者其他原因引起脱落，就容易被儿童吞咽而导致窒息或其



他安全隐患。

粗糙拉链。童装上的拉链或小配件如果有毛刺、可触及性锐利边缘、可触及性锐利尖端及其他瑕疵，可能会割伤或划伤儿童。

如何正确选购和使用儿童服装？福建省市场监管局提醒广大消费者要注意5个方面：

尽量到商场、超市或专卖店购买童装。正规经营场所管理相对规范，进货时有查验把关措施，售后服务也相对完善。

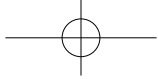
查看产品标识是否齐全，内外标识内容是否一致。尽量选择品牌童装，仔细查看各种标识，看产品标签上是否有符合国家标准说明，应有商标、中文厂名、厂址、型号及规格尺寸、面料(包括里料及填充物)、纤维含量、产品质量等级、产品执行的标准代号等。另外，婴幼儿纺织产品必须在使用说明上标明“婴幼儿用品”字样。

注意防范化学污染。尽量购买浅色、不含荧光增白剂或不含涂料印花的童装，尽量不要购买经过抗皱处理的童装。

采用三步法查绳带拉带。第一步检查头颈部，尽量不要给7岁以下幼童购买脖子上或帽子上带有绳带的童装，应把绳带完全取下后再给孩子穿。尽量不要给7至14岁大童购买脖子上或帽子上有自由端绳带的童装，应把绳带完全取下后再给孩子穿。第二步检查腰背部，尽量不要为7岁以下幼童购买腰部绳带超出服装底边的童装，应将其剪短后再给孩子穿。尽量不要购买背部有拉带伸出来的童装，应把拉带完全取下后再给孩子穿。尽量将腰部束带的中间部位固定缝在衣服上后再给孩子穿。第三步检查裤腿处，尽量不要购买绳带超出裤脚底边的裤子，应将其剪短后再给孩子穿。

仔细看配件饰件。注意查看儿童服装上的各种小配件如拉链、纽扣及各种装饰件是否牢固，是否有锐利边缘，尽量为幼童选择饰物少，特别是金属饰物少的服装；注意查看用于衬里或絮料的填充材料里是否含有硬或尖的物体；尽量不要为5岁以下男童购买门襟区域使用功能性拉链的裤子。

(中消报)



儿童零食怎么选？怎么吃？

中国副食流通协会近日发布《儿童零食通用要求》团体标准。该标准将于6月15日起实施。这是我国第一项专门关于儿童零食的标准。家长们关心的“什么样的零食可以叫做儿童零食”“儿童零食里面不能添加什么”“食品添加剂的用量有没有标准”等问题都可以从中找到答案。我们在这里列出几项最重要的内容并为您加以解读。

不能添加反式脂肪酸

反式脂肪酸来自天然或工业生产。天然来源主要是反刍动物，如牛、羊等的肉、脂肪、乳和乳制品，含量很低。工业生产来源主要是植物油的氢化、精炼过程，食物煎炒烹炸过程中产生的人工反式脂肪酸。研究发现人工反式脂肪酸似乎会对心血管造成有害影响。反式脂肪酸的过多摄入，可能会导致总胆固醇升高以及高密度脂蛋白大幅度降低，这些都可能会增加动脉粥样硬化以及冠心病的发生率，其他疾病如糖尿病、高血压、癌症等的发生也可能与此有关。我国食品安全国家标准中，婴幼儿配方食品及辅助食品要求不应使用氢化油。

小贴士

留意“氢化”油脂

要想识别反式脂肪酸，就要学会看商品包装上的营养标签。我国2013年实施的《预包装食品营养标签通则》规定，如食品配料含有或生产过程中使用了氢化和（或）部分氢化油脂，必须在食品标签的营养成分表中标示反式脂肪酸含量。不过，如果100克食品中的反式脂肪酸含量低于0.3克，就



▼ Focus

没有孩子不喜欢吃零食，面对琳琅满目的品种，孩子们总是无法挪动自己的步伐，但我们都知，孩子多吃零食对身体并不好。那么到底怎样才能教会孩子正确对待零食、选择零食？怎样挑选零食才能既满足孩子的味蕾，又保证孩子的健康呢？

可以标示为“0”。所以家长在选择预包装食品时，明确标明含有反式脂肪酸的不建议购买，同时还要多留意标签上的配料表。反式脂肪酸在标签配料表中常见的表述形式包括以下几种：氢化植物油、部分氢化植物油、氢化棕榈油、氢化大豆油、氢化脂肪、部分氢化脂肪、起酥油、人造奶油、人造黄油、代可可脂、植脂末等。

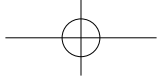
不能使用经辐照的原料

辐照是一种灭菌保鲜技术，主要通过铯136、钴60等放射性元素对粮、果、蔬、肉、调味品、药品等进行灭菌。辐照可以延长食品和农产品的保存时间。但是，辐照在杀菌的同时对食品本身的营养素会造成少量破坏，如可导致多种维生素流失，破坏食品中的蛋白质、不饱和脂肪、益生菌等。已有研究证据表明，经过规定剂量辐照处理后的食物是不带放射性物质的，更不会致癌。但是对于这个问题也存在一些质疑。我国《预包装食品标签通则》明确规定，经电离射线或电离能量处理过的食品和配料，都需明确标识，但并不禁止使用。对于辐照食物的观点，并无定论。不过目前规定的安全剂量，是基于体重60kg的成人来定的，辐照食物是否会影响儿童身体健康，尚不明确。因此对于儿童这一特殊群体，天然食物更加安全。

小贴士

尽量少吃“脱水”食品

要想识别辐照食品或者原料，也需要看食品标签。我国已明确规定，经辐照的食品或配料需



在食品标签中写明。通常采用辐照技术保鲜的食物主要有：（1）脱水食品，如脱水洋葱粉、虾粉、干辣椒等；（2）保质期较长的月饼、肉肠、果脯等；（3）冷冻肉类食品；（4）保健品如洋参、花粉等。不过这四类食物本来也是不建议儿童食用的。

强制标出过敏原

近年来过敏性疾病发病率逐渐增高，除了明确的食物过敏原，包装商品中的配料或者商品生产过程中被同生产线上的可能致敏物质污染都可能导致过敏，过敏儿童在选购时需多加注意。我国《预包装食品标签通则》规定，在食品外包装的标签上，建议企业配料表相邻处标注其可能导致过敏的致敏原信息。但是因为不是强制规定，部分食品未标出。对于易过敏人群的儿童食品，明确标出可能存在的过敏原十分必要。

小贴士

含牛奶、鸡蛋、花生的食品易致敏

常见包装商品中的过敏食物为牛奶、鸡蛋、花生、大豆、麸质（小麦）、坚果等。过敏性食物主要是高蛋白类食物。食物过敏不仅仅是皮肤发痒，有时会出现喉头水肿或过敏性休克等危及生命的症状。家长需要根据儿童具体的过敏史或过敏原检查结果，来选择合适的食物。

三种物质不应有

《儿童零食通用要求》团体标准规定儿童零食中不允许使用防腐剂、人工色素、甜味剂。防腐剂是天然或者合成的化学成分，用于食品、药品、颜料、生物标本等，用来延迟微生物生长。国家《食品添



加剂使用标准》明确规定了食品防腐剂的品种、数量和范围。食品防腐剂使用不当会有一些副作用，有些防腐剂甚至含有微量毒素，长期过量摄入会对人体健康造成一定的损害。特别是毒性较大的苯甲酸钠，有国外儿童机构认为它不宜用于儿童食品中。

人工色素是区别于天然色素、用人工化学合成方法制得的有机色素。我国《食品添加剂使用标准》规定可使用的人工色素有8种：胭脂红、苋菜红、日落黄、赤藓红、柠檬黄、新红、靛蓝、亮蓝。添加人工色素的目的是促进食欲，提高商品价值。人工色素并不向人体提供营养物质，某些成分甚至会危害人体健康。部分科学研究表明，食

用人工色素可能会引发儿童行为过激、影响儿童智力发育以及导致过敏性疾病发生。

甜味剂是让食品变甜的食品添加剂。甜味剂的甜度很高，而热值很小，一般不易引起龋齿，可以减少蔗糖等食品带来的健康危害，目前已大量使用于食品加工中，一度被认为是健康食品的代表。有的研究显示，甜味剂有助于减少2型糖尿病的风险，不过也有相反的研究结论认为甜味剂会增加肥胖和糖尿病的风险。总的来说，甜味剂并不有益于健康，至于是否有害也不明确。但是对于儿童来说，口味宜健康清淡，所以最好还是食用天然食物，减少添加剂的摄入。

虽然食品添加剂的使用种类与剂量等都有国家标准，在这些标准内使用是安全的，但是这些标准的制定是基于成年人参考设定的，并没有针对儿童的添加剂限量标准。对于处在生长发育期、肝肾功能发育尚不完善的儿童来说，若无法有效控制科学的食用剂量，对身体也许会有不利影响。

小贴士

防腐剂有点儿“酸” 甜味剂比较“醇”

想从包装标签上识别防腐剂和甜味剂，有个窍门，那就是防腐剂常带“酸”字，甜味剂常带“醇”“糖”“甜”字。

目前我国已批准30多种可使用的食品防腐剂，其中最常用的有苯甲酸钠、山梨酸钾、脱氢乙酸钠、丙酸钙、双乙酸钠、对羟基苯甲酸丙酯、过氧化氢等。

我国目前允许使用的甜味剂有20多种，包括甜菊糖苷、三氯蔗糖、阿斯巴甜、甜蜜素、甘草、罗汉果甜苷、糖精、木糖醇、山梨糖醇、赤藓糖醇、麦芽糖醇、甘露糖醇等。

京津消协 邀请您免费检测车内空气质量

报名方式

1 添加微信号沟通报名
微信号为：jingjinji315

2 发送报名信息至邮箱：
jingjinji315@163.com

近日，北京市消费者协会、天津市消费者协会联合开展的汽车车内空气质量比较试验活动正式启动，自即日起至7月初，京津地区凡是需要检测车内空气质量的新车车主均有机会报名参加，入选者可获得600元车辆补贴。为确保此次比较试验的客观公正性，检测用车将采取公开征集的形式，欲参加此次免费检测活动的车主均可自愿报名参加。

本次免费车内空气质量检测以消费者实际用车情况并结合相关检测标准设置实验方案。考虑到整个活动周期较长，为了便于组织，同时也能给近期将要购买新车的消费者一个参与机会，活动会在进行中分批次征集试验车，敬请广大消费者关注并积极参与。

因承担此次比较试验活动的检测单位位于北京，为便于车辆送检，此次车辆征集主要限定在京、津地区。被检车辆将熄火静置在实验室内二至三天，考虑到在检测期间会耽误被检车主用车，主办方将酌情补贴每位相关车主600元车补。

根据相关要求,参加免费检测的车辆需符合以下条件:

- 受测试车辆产品合格证、发票日期为2020年1月1日之后购置车辆；
- 受测试车辆内部装饰材料应为原厂材料（脚垫、后备箱垫、仪表板垫及座套等便于移除的均不在此列，但应注明相关用品安装日期），未进行任何改变；
- 车内没有加装影响空气质量的装饰件（如香水等）；
- 贴有车膜的车辆应提供车膜的信息，如品牌、价格及安装日期等；
- 受测试车辆使用者无在车内吸烟等习惯；
- 受测试车辆平时没有装载其他会增加或减少车辆异味的物品；
- 受测试车辆车主承诺检测后三个月内不对车辆进行内饰改装（便于移除的装饰垫、装饰套等不在此列）。

据了解，此次活动是京津消协组织在2020年共同开展的比较试验项目之一，比较试验结束后，两地消协组织将统一对外发布试验结果，两地消协组织希望通过此次活动，对我国车内空气质量现状给出一个真实客观的描述，敦促汽车厂商更加重视车内空气质量问题，不断提高环保标准，改善车内空气质量。



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

