

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

2021.第01期

01

总第100期



《民法典》如何影响我们的生活?

P09 《民法典》让消费者维权更有力量

P15 中消协：“算法”不能用来“算计”消费者

P25 北京消费券累计实现销售额135.2亿

P38 儿童润肤剂 怎么选才安全

互信守诺 协同共治 在线教育服务高峰论坛

2021^{YEAR} ONLINE EDUCATION SERVICE SUMMIT FORUM



互信守诺 协同共治 在线教育服务高峰论坛成功举办

2021年1月19日，由北京市消费者协会指导，新华网股份有限公司主办的“互信守诺 协同共治”在线教育服务高峰论坛在北京新华媒体创意工场顺利召开。

北京市市场监督管理局消费者保护处处长祝京涛，北京市消费者协会秘书长杨晓军，中关村企业信用促进会秘书长张九红，中国农业银行北京市分行网络金融部、阳光财产保险股份有限公司、互信保（北京）消费科技有限公司相关负责人以及好未来、嗨学、猿辅导、51Talk、作业帮等在线教育头部企业代表共同参与论坛。

2019年9月30日，教育部等11部门发布《关于促进在线教育健康发展的指导意见》，要求建立在线教育机构 and 从业人员和信用记录，完善身份认证、双向评价、信用管理机制。在线教育行业信用体系建设逐渐进入公众视野。

自新冠肺炎疫情爆发以来，在线教育持续升温，用户规模不断增长，相关企业如雨后春笋般涌现。但是，教育机构跑路、经营不善企业倒闭，无法兑现承诺的现象也时有发生，优胜、英孚、华尔街等知名教育机构屡屡遭到市场监管部门点名，大众对于加强教育机构监管的呼声日趋强烈，教育行业，特别是在线教育行业建立信用约束机制、重塑公众信任迫在眉睫。

在线教育服务高峰论坛以“互信守诺 协同共治”为题，就在线教育行业目前存在的、特别是预付式消费服务方面的问题进行深入探讨，积极建言献策，不断完善在线教育行业信用体系建设，提升行业企业及从业人员信用意识，优化在线教育行业环境，营造诚实守信的社会氛围。

议题1：有效提升用户保障机制，引领在线教育行业良性发展



议题2：互信履约保障措施首落地，用户消费安全模式共探索



Prologue

卷首语

为反浪费提供法治保障

近日，反食品浪费法草案提请十三届全国人大常委会初次审议。以法律形式制止餐饮浪费，迈出了重要一步。

2020年8月，习近平总书记对制止餐饮浪费行为作出重要指示，强调要加强立法，强化监管，采取有效措施，建立长效机制，坚决制止餐饮浪费行为。制定反食品浪费法，将近年来实践中行之有效的政策措施上升为法律规定，明确各相关主体的责任，有利于建立弘扬厉行节约、反对浪费社会风尚的长效机制。当前，法律草案初立，尚在审议阶段，但相关报道甫一公布，就引来舆论热议，受到广泛支持。这足以说明，浪费可耻、节约为荣的社会氛围日趋浓厚，依法制止“舌尖上的浪费”正在成为全社会的共识。

用法治引领节约粮食新风尚，离不开全社会的参与。从法律草案公布的内容看，对餐饮服务提供者来说，应主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒，不得诱导、误导消费者超量点餐；对消费者来说，造成明显浪费的，餐饮服务提供者可以收取处理厨余垃圾的相应费用；对广播电台、电视台、网络音视频服务提供者来说，制作、发布、传播宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品的节目或者音视频信息，会被责令改正、给予警告，甚至被处以罚款。由此不难看出，无论哪个环节，都要坚持适量、适度、适中原则，减少餐桌上的浪费。

“谁知盘中餐，粒粒皆辛苦。”2018年发布的《中国城市餐饮食物浪费报告》显示，中国城市餐饮业人均食物浪费量为每人每餐93克，浪费率为11.7%。从现实生活场景看，宴请点餐时为了面子，只管“多多益善”，无视剩下多少；网络直播时为了博取眼球，“大胃王”不惜假吃、催吐……种种助长浪费之风的行为，理应坚决纠治。依法反对食品浪费，就是要促使食品消费回归理性消费的正途；依法监管食品浪费，就是要给肆意浪费行为戴上“金箍”。从长远看，法治将为涵养节俭品质、塑造朴素美德提供助力。

好风气的形成是一场持久战，需要向法律要规范、向制度要动力，也需要党政机关和党员干部以身作则、率先垂范。早在2013年，中共中央、国务院印发《党政机关厉行节约反对浪费条例》，为全社会狠刹奢侈浪费之风树立了标杆。近年来，各地各部门严格公务活动用餐管理，推进单位食堂节俭用餐，“舌尖上的浪费”现象有所改观，特别是以前群众反映强烈的公款餐饮浪费行为得到有效遏制。反食品浪费法草案规定，机关、国有企事业单位应当细化完善公务接待、会议、培训等公务活动用餐规范，加强管理；公务活动用餐应当推行标准化饮食，科学合理安排用餐数量和形式。广大党员干部理应走在前、作表率，贯彻落实好各项制度规定，为推动全社会节约粮食和资源作出应有贡献。

风俗者，天下之大事也。把体现中华民族勤俭美德和社会主义核心价值观的要求转化为法律规范，发挥法治的引领和规范作用，为全社会确立餐饮消费、食品消费的基本行为准则，有利于更好弘扬新时代厉行节约、反对浪费的社会风尚。以此次立法为契机，引领带动全社会构建节约适度、绿色低碳、文明健康生活方式和消费模式，必能让我国粮食安全更有保障，让经济社会发展更高质量、更可持续。

（人民日报）

张向阳



热点关注
HOT CONCERN

P11 2020年十大消费维权舆情热点

2021新年伊始，中国消费者协会联合人民网舆情数据中心梳理出“2020年十大消费维权舆情热点”：防疫产品价格和质量问题突出；“直播带货”新问题层出不穷；“双十一”复杂规则难坏“尾款人”；酒店、旅游、出行退订纠纷多；长租公寓接连爆雷跑路；在线培训服务乱象频现；未成年人网游充值、打赏退款难；外卖平台“多等5分钟”被指“甩锅”给消费者；智能快递柜超时收费引不满；航司“不限次飞行产品”限制多。

卷首语

01 为反浪费提供法治保障

本刊策划

- 04 《民法典》如何影响我们的生活？
- 04 透视各地《民法典》第一案
- 07 这些消费难题，《民法典》能提供法律武器
- 09 《民法典》让消费者维权更有力量

热点关注

- 11 2020年十大消费维权舆情热点
- 15 中消协：“算法”不能用来“算计”消费者
- 17 市场监管总局：发现存在缺陷的网售消费品应立即召回

17 五部门：清理取消供水供电供气供暖不合理收费

18 物业公司也可以干房产中介了

19 任何单位和个人不得拒收现金

20 餐饮从业人员需戴口罩写进标准

20 北京三项涉公积金服务事项可“跨省通办”

21 北京出台房贷自律公约：禁止银行向中介“返点”

21 北京将对防控不到位的问题单位开展“回头看”

22 各医疗机构不得以疫情防控为由 推诿拒收急危重症患者

23 出租车、网约车不得出京去中高风险地区

24 坐地铁拒戴口罩将报警110

24 北京今年小客车指标年度配额为10万个

25 北京消费券累计实现销售额135.2亿

消费时评

26 “算法”岂能变“算计”？

27 婴儿霜乱象亟待根治

28 合力遏制“盲发快递”骗局

29 芯片培训的“美丽谎言”亟待打假

消费提示

30 防疫不放松 出游需谨慎

30 年底聚会 订餐需谨慎

31 警惕网络平台诱导过度借贷风险

32 体育行业的预付式消费投诉频发

33 当心“预存话费送手机”消费陷阱

34 冬季取暖产品注意事项

35 社区团购需理性选择



P36 进口冷冻食品安全消费提示

近期，国内一些地区进口冷冻食品新冠病毒核酸检测阳性检出率明显增高，跨境运输中冷冻食品及外包装极有可能成为携带新冠病毒的载体。特提示消费者做好“人物同防”，有效防范新冠疫情通过进口冷冻食品输入传播风险。

P38 儿童润肤剂 怎么选才安全

近日，一个内容为“疑似使用添加大剂量强效激素的婴儿霜，致使5月龄宝宝出现脸肿大、多汗毛等症状”的视频冲上热搜，引发关注和热议。本文给大家详细介绍儿童润肤剂的选择和使用事项。

- 36 购买“一对一”网课“三谨慎”
- 36 进口冷冻食品安全消费提示
- 37 警惕保健食品五大套路

消费课堂

- 38 儿童润肤剂 怎么选才安全
- 40 电热水袋消费指引
- 41 液体创可贴 到底好不好
- 42 挑选得当，临期食品也挺“香”
- 44 脱脂牛奶更健康吗？

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

面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



主管	北京市市场监督管理局
主办	北京市消费者协会
编委会主任	方葆青
主编	杨晓军
副主编	罗刚 屈鹏
编委	崔倩 陈凤翔 赵祖升 李蕊 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	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 北京华烨律师事务所 陈玉龙 北京常鸿律师事务所 常卫东
市消协地址	北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦
邮编	100055
咨询投诉电话	96315
邮箱	bjxiaoxie@sina.com
编辑部地址	北京市丰台区广安路9号 国投财富广场6号楼3A02室
邮编	100073
电话	010-63361378
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxf315@126.com

2021年 第1期（总第100期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

《民法典》如何影响我们的生活？

编者按：今年1月1日，被誉为“社会生活的百科全书”的《民法典》开始正式施行。此前不久，最高人民法院公布与《民法典》配套的第一批共7件新的司法解释，内容涉及《民法典》时间效力、物权、婚姻家庭、继承、建筑工程合同、劳动争议等方面，与《民法典》同步施行。那么，《民法典》将对我们的生活带来哪些影响呢？



透视各地《民法典》第一案

连日来，《民法典》及其配套的司法解释正式施行后，北京、上海、广东、江西等地人民法院陆续审结了《民法典》实施后的“第一案”，案件裁判不仅对原告、被告的生活产生实际影响，而且对民众在类似民事活动中如何行事树立了行为规则，产生积极的导向作用。

纵观《民法典》施行后的多起“第一案”可以看出，案件裁判背后无不体现了《民法典》坚持以依法保护民事权利为出发点和落脚点的价值导向，体现了以人民为中心的法治思想在我国社会生活中生根发芽。

保障文体活动健康有序开展 民法典确立自甘风险规则

1月4日，北京市朝阳区人民法院开庭审理了《民法典》施行后北京市的第一起案件。

案件中，原告宋先生与被告周先生都是羽毛球业余爱好者，2020年4月28日，原告、被告等人在朝阳区红领巾公园进行羽毛球比赛，比赛中，周先生击打的羽毛球



击伤宋先生右眼。宋先生以周先生侵犯其生命权、健康权、身体权为由诉至朝阳区人民法院，要求周先生承担侵权责任，赔偿医药费等损失，并认为，即使周先生不存在重大过失，也应适用公平责任分担损失。

而周先生认为，宋先生受伤前已连续参加三场比赛，其应知道自己是否适宜继续参加比赛及其风险。且其没有重力扣杀，是平打过去的，自己没有过错，不应承担责任。

生活中，羽毛球运动中因意外伤害导致的民事纠纷

不在少数。有律师表示，在《民法典》实施之前，对于在文体活动中受伤的案例，一般适用《侵权责任法》和其他相关的司法解释，但这些法律未做明确具体的规定，所以处理方式也不同，有的会按照《侵权责任法》中的公平原则来处理，判决双方都承担一些责任，有的则会依据自甘风险的法学理论来处理。

而现在，《民法典》对此做了明确的规定。《民法典》侵权责任编第一千一百七十六条正式确立了自甘风险规则：“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。”

朝阳区人民法院一审审理认为，原告参加羽毛球运动应该清楚此项运动具有一定的危险性，而其自愿参加比赛，应当认定为自甘风险。根据《民法典》第一千一百七十六条第一款的规定及关于《民法典》时间效力的司法解释，判决驳回了原告的全部诉讼请求。

专家表示，《民法典》确立的自甘风险规则，保证了人民群众参加文体活动的积极性，确保无故意或重大过失的参与者不被“多少赔点”误伤，对于司法裁判尺度的统一，以及文体活动的健康有序发展，都具有积极意义。



保护“头顶上的安全” 高空抛物致人损害依法承担民事责任

1月4日上午，广东省广州市越秀区人民法院开庭审理原告庾某某诉被告黄某某高空抛物损害责任纠纷一案，这也是《民法典》实施后广州市的第一案。经过1个小时的审理，合议庭适用《民法典》当庭宣判。

2019年5月26日下午，年近七旬的庾某某在小区花园内散步，经过黄某某楼下时，黄某某家小孩在自家35楼房屋阳台抛下一瓶矿泉水，水瓶落在庾某某身旁，致其受惊吓摔倒。报警后，庾某某被送入医院治疗。

次日，庾某某亲属与黄某某一起查看监控，确认了

侵权事实双方签订了一份确认书。协议签订后，黄某某赔偿庾某某1万元。

医院诊断认为，庾某某右侧股骨转子间粉碎性骨折、右侧眼眶骨折，住院费用花费数万元。经法医鉴定，庾某某伤情构成十级伤残。此后，庾某某向越秀区人民法院提起诉讼，要求黄某某赔偿医疗费、护理费、残疾赔偿金、交通费、鉴定费、住院伙食补助费、精神损害抚慰金等。

法院经审理认为，根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民法典〉时间效力的若干规定》第十九条之规定，《民法典》施行前，从建筑物中抛掷物品或者从建筑物上坠落的物品造成他人损害引起的民事纠纷案件，适用《民法典》第一千二百五十四条的规定，故本案应适用《民法典》。对侵权事实确认后，法院根据《民法典》及相关规定，确定由被告赔偿原告医疗费、护理费、交通费、住院伙食补助费、残疾赔偿金、鉴定费合计8.2万余元，赔偿精神损害抚慰金1万元。

近年来，全国各地陆续发生高空抛物、坠物伤人事件，成为“城市上空之痛”。对此，《民法典》将对高空安全的保护推向了新高度，明确禁止从建筑物中抛掷物品，对高空抛物、高空坠物致人损害的民事责任进行了厘定，也对物业服务企业的安全保障责任和公安机关的调查责任作出了规定。《民法典》的施行对遏制高空抛物行为发生、保护人民群众生命财产安全具有重要作用。本案的裁判，旗帜鲜明地表达出向高空抛物等不文明行为说“不”，倡导公众讲文明、讲公德，树立文明、和谐的社会主义核心价值观。此外，刚刚颁布的刑法修正案（十一）规定，高空抛物情节严重的构成犯罪，承担刑事责任。



加大对金融消费者权益保护力度 民法典明确格式条款提供方的义务

1月4日，上海金融法院首次适用《民法典》二审审

结一起金融借款合同纠纷案，判决贷款机构在贷款合同中负有明确披露实际利率的义务，因贷款机构未披露实际利率而收取的超过合同约定利率的部分利息应予返还。

本案中，原告田某、周某与被告中原信托有限公司于2017年9月签订借款合同，约定原告向被告借款600万元，贷款期限8年，贷款利率具体以《还款计划表》为准，平均年利率为11.88%。还款方式为分次还款，《还款计划表》载明每月还款本息额和剩余本金额。

根据合同约定，田某、周某按期归还了15期本息。随后，田某、周某提前还款，实际支付本息740余万元。田某、周某认为实际利率高达20.94%，远高于合同约定的11.88%，遂向法院提起诉讼，要求中原信托退还多收的利息及相关损失。

一审法院审理认为，《还款计划表》列明每一期还款的本息合计金额及剩余本金，亦由借款人签字确认，故不存在隐瞒利率的事实，判决驳回田某、周某的诉讼请求。田某、周某不服，向上海金融法院提起上诉。

上海金融法院经审理认为，根据《民法典》相关规定，格式条款提供者应当采取合理方式提示对方注意与其有重大利害关系的条款，并明确未履行该义务时的法律后果。本案中，《还款计划表》仅载明每期还款本息额和剩余本金额，既未载明实际利率，也未载明利息总额或其计算方式。《还款计划表》不足以揭示借款合同的实际利率。

借款合同首部载明平均年利率11.88%，同时载明还款方式为分次还款。借款人主张以11.88%为利率，以剩余本金为基数计算利息，符合一般理性人的通常理解，也符合交易习惯和诚信原则，应予支持。上海金融法院作出终审判决，撤销原审判决，改判中原信托返还田某、周某多收取的利息84万余元。

对于此案，上海金融法院审判团队负责人沈竹莺介绍，近年来，我国零售贷款业务快速增长，2019年仅消费贷款规模即超过13万亿元。零售贷款的借款人均为自然人，多为普通消费者、小微企业主。实践中，一些贷款机构利用与借款人在专业知识上的不对称，通过只展示较低的表面利率等方式，掩盖较高的实际利率。近年来，我国对金融消费者权益的保护力度不断加大，本案依据《民法典》第四百九十六条等规定，认定贷款人负有明确披露实际利率的义务，对规范贷款业务，促进金融机构落实金融服务实体经济政策要求具有积极作用。



保护生态环境 对污染生态的依法提起民事公益诉讼

1月4日，江西省检察院指定浮梁县检察院管辖的某化工公司污染环境民事公益诉讼案在浮梁县法院开庭审理并当庭宣判，法院适用《民法典》依法支持检察机关全部诉讼请求。

2018年3月至7月，某化工公司生产部经理吴某民将公司生产的硫酸钠废液交由无危险废物处置资质的吴某良处理，吴某良雇请李某贤将1124余吨硫酸钠废液运输到浮梁县寿安镇八角井和湘湖镇洞口村的山上倾倒，造成土壤和地表水污染，妨碍了当地1000余名村民饮水、用水，严重损害了社会公共利益。

经鉴定，两处受污染地块的生态环境修复费用216.8万元，环境功能性损失费用5.7万余元，并产生应急处置费用53.2万余元，检测鉴定费用9.5万余元。

浮梁县检察院在办理吴某民等人涉嫌环境污染刑事案件中认为，仅追究上述人员的刑事责任不足以形成对违法犯罪行为的严厉惩戒，不能有效修复生态环境。《民法典》第一千二百三十二条规定，“侵权人违反法律规定故意污染环境、破坏生态造成严重后果的，被侵权人有权请求相应的惩罚性赔偿”。吴某民的行为属于职务行为，为最大程度实现对生态环境的修复，应当追究其所在单位某化工公司的环境侵权民事责任。

最终，浮梁县人民法院判决被告某化工公司赔偿生态环境修复、环境功能损失、应急处置及检测、鉴定等费用共计285万余元，另承担环境污染惩罚性赔偿17万余元，同时判令该化工公司就其污染环境的行为在国家级新闻媒体上向社会公众赔礼道歉。该化工公司也充分认识到倾倒行为对生态环境造成的严重损害，真诚认错悔过，当庭表示服判认罪，愿意承担检察机关提出的全部诉讼请求。（中央纪委网站 程威）

这些消费难题，《民法典》能提供法律武器

商家转让商铺，如何保障消费者的选择权？APP过度索取个人信息如何应对？在湖南省消费者委员会举办的“《民法典》与消费者权益保护”研讨会上，有关律师针对汽车消费、预付式消费、个人信息保护、肖像权保护等时下消费中比较热点的问题各抒己见，提出了许多有价值、有见地的意见和建议。

现象一

预付式消费商家单方面强制转让

部分开展预付式消费的健身房、美容院、教育培训机构等，因经营不善或资金链断裂等原因，导致门店关门歇业，并以声明或告示的方式通知会员消费者，已将其后续服务转让给了第三方，要求消费者无条件到第三方处接受服务，消费者不同意则视为放弃权利。

● 律师观点：保护消费者的选择权

部分开展预付式消费的经营者因经营不善退市，转让给第三方时，没有考虑到消费者的权益，要么不通知充值办卡的消费者，要么向消费者提供不具备可操作性的“选择”，如要求消费者去距离较远的另一商家处消费。而且经营者往往在通知中列明，消费者超过一定时间未拒绝，则视同消费者同意，消费者只能按照新的商户的规则进行消费。

传统上，如果经营者向消费者发送了上述通知、且消费者未按照通知要求进行“选择”，消费者如果再想向经营者主张权利，往往面临障碍。监管部门或法院可能会认为经营者已经尽到了通知义务，而消费者怠于行使权利，裁判结论也可能会对消费者不利。

《民法典》针对该类问题新增了规定。《民法典》第五百五十一条规定：“债务人将债务的全部或者部分转移给第三人的，应当经债权人同意。债务人或者第三人可以催告债权人在合理期限内予以同意，债权人未作表示的，视为不同意通知。”也就是说，如果经营者要将充值债务转让给别的商户，应当征得消费者的同意。如果消费者在一定的期限内没有作出明确的表示，则视为消费者不同意商户转让充值债务。对于消费者不同意转让充值债务

的，消费者可以要求原经营者退还充值金额。如果协商不成的，消费者可依据《民法典》的规定向人民法院起诉，维护自身合法权益。

现象二

格式合同“埋坑”免除自身责任

在汽车维修过程中，维修公司与托修方签订的合同中常见这样的条款：“您的爱车交付给本维修公司后，视同您已许可本公司可以对车辆进行必要的操作。车辆在维修试车、移车过程中存在事故概率，若发生事故，本公司将按该车保险公司定损维修方案对您的车辆进行修复，车主按保险条例进行支付理赔，本公司不承担其他赔偿费用，比如间接费用(车辆贬值、代步车费用、时间损失赔偿费用等)。”

● 律师观点：不明显提醒的免责条款无效

格式条款又称为标准条款，是指当事人为了重复使用而预先拟定、并在订立合同时未与对方协商的条款，如保险合同、拍卖成交确认书等，都是格式合同。现行《合同法》从维护公平、保护弱者出发，对格式条款从三个方面予以限制：第一，提供格式条款一方有提示、说明的义务，应当提请对方注意免除或者限制其责任的条款，并按照对方的要求予以说明；第二，免除提供格式条款一方当事人主要义务、排除对方当事人主要权利的格式条款无效；第三，对格式条款的理解发生争议的，应按通常理解予以解释，对格式条款有两种以上解释的，应当作出不利于提供格式条款一方的解释。

《民法典》合同编第四百九十六条第二款明确规定：“采用格式条款订立合同的，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。”

与《合同法》的规定相比，《民法典》最大的区别体现在合同缔结时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时，对该格式条款的效力认定上。

在汽车消费各环节中，涉及到合同的问题往往最让人头疼。密密麻麻的格式条款，普通消费者很难具备辨别关系、保护自身合法权益的能力，甚至一些不良商家还会故意在合同中“埋坑”，一旦出现问题就以“白纸黑字”为由推卸责任。

按照《民法典》的规定，经营者必须要履行说明或提示义务，否则消费者有权否认该条款的效力。因此，维修公司在制定汽车维修合同格式条款时，应当公平设定其与托修方之间的权利义务。若维修公司在维修期间给托修车辆造成损坏的，应按相关规定承担相应的侵权赔偿责任。

现象三

APP超范围收集个人信息

现实生活中，不少应用软件涉及私自收集消费者个人信息的现象，比如频繁自动启动、访问、读取手机信息等，还存在将客户个人信息私自共享给第三方、超范围收集个人信息、不给权限不让用、强制用户使用定向推送、过度索取权限等问题。

● 律师观点：保护个人信息隐私权

《民法典》人格权编，就公民的隐私权和个人信息保护设立专章予以规定，对隐私的含义作出了清楚的界定，明确了对个人信息和生活安宁的保护，这是此次《民法典》编纂的亮点之一。

针对骚扰电话，《民法典》第一千零三十三条第(一)项明令禁止以电话、短信、即时通讯工具、电子邮件、传单等方式侵扰他人的私人生活安宁，该条同时禁止了偷拍、窃听、窥视等侵害他人隐私权的行为。

使用一个APP或某项商业服务时，电话号码、行踪信息、家庭地址、身份证号甚至个人喜好都可能已被后台获取，变成了一个“透明人”？对此，《民法典》第一千零三十五条至一千零三十七条明确了信息收集者处理个人信息时应当遵循合法、正当、必要原则，不得过度索要，否则，公民可以违约、违法等理由主张信息收集者删除个人信息。《民法典》第一千零三十七条、第一千零三十八条明确要求信息处理者不得泄露或者篡改其收集、存储的个人信息；未经自然人同意，不得向他人非法提供其个人信息。这有利于对银行、电子商务平台、企业等信息收集者的行为进行管理和规范，从源头防范个人信息泄露，加

强公民的安全感。

现象四

经营者擅自使用他人肖像

个别婚纱影楼将客人的结婚照当样片供其他的顾客观赏。当事人找到婚纱影楼，指出其侵犯了自己的肖像权时，婚纱影楼以不存在营利为目的的理由，拒不承认侵犯当事人的肖像权。

现行《民法通则》第一百条规定：“公民享有肖像权，未经本人同意，不得以营利为目的使用公民的肖像。”《最高人民法院关于贯彻执行〈中华人民共和国民法通则〉若干问题的意见》第一百三十九条规定：“以营利为目的，未经自然人同意利用其肖像做广告、商标、装饰橱窗等，应当认定为侵犯自然人肖像的行为。”以上两条规定均强调“以营利为目的”作为侵犯肖像权的构成要件。

● 律师观点：肖像权保护范围进一步扩大

《民法典》第一千零一十八条第二款规定：“肖像是通过影像、雕塑、绘画等方式在一定载体上所反映的特定自然人可以被识别的外部形象。”司法实践中，对于肖像的解释存在“以面部为中心”与“可以被识别性”两种意见，而根据《民法典》第一千零一十八条之规定，实质上确认了“可被识别性”的标准，实际上扩大了肖像权的保护范围，也就为肖像权客体的扩展提供了依据，漫画形象、游戏形象、人体部分形象、集体肖像中的个体如足以让普通公众将其与某一特定自然人相联系，那么该特定自然人对该形象享有肖像权。

此外，《民法典》第一千零一十九条规定，“任何组织或者个人不得以丑化、污损，或者利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像，但是法律另有规定的除外。未经肖像权人同意，肖像作品权利人不得以发表、复制、发行、出租、展览等方式使用或者公开肖像权人的肖像。”该条将以营利为目的作为侵害肖像权构成要件进行了删除，这对于解决司法实践中除以营利为目的外的其他侵权类型，如擅自传播他人的不雅照片、擅自制作他人的肖像、在互联网上未经他人同意擅自公布他人照片等行为，提供了依据。（中国消费者报）

《民法典》让消费者维权更有力量

民法典是新中国成立以来第一部以“法典”命名的法律，是一部体现对生命健康、财产安全、交易便利、生活幸福、人格尊严等各方面权利平等保护的“社会生活百科全书”。其在消费者权益保护方面作出的制度设计，备受关注。

我国民法理论认为，消费者是特殊的民事主体，在与经营者的交易中处于弱势地位，应当受到特别保护，享有特别的民事权利。

“民法典作为民事基本法，规范的是普通民事主体的基本民事权利，而不直接规定消费者的特别民事权利。基于这一思维模式，我国民法典作出了相应的制度设计。”对外经济贸易大学法学院教授、消费者保护法研究中心主任苏号朋说。

虽然民法典没有就消费者权利作出具体规定，仅在第一百二十八条规定，法律对消费者的民事权利保护有特别规定的，依照其规定。但各编中的许多条文，可以作为消费者保护的法律法规。

“这一制度设计意味着在民法典实施后，我国会形成以民法典为基础，以消费者权益保护法为核心，以其他有关消费者权益保护的民事特别法为重要组成部分的消费者保护民事法律制度体系。”苏号朋说。

与消费者保护密切相关

民法典虽然没有对消费者权益进行专门的规定，但总则编、合同编、人格权编、侵权责任编等分编中的相关规定可以用于处理消费纠纷，维护消费者权益。

公平原则和诚信原则是民法基本原则，对此，民法典在第六条和第七条专门作出规定。

互联网发展日新月异，电子商务合同的应用变得十分普遍。那么，电子商务合同的订立时间怎样算？对此，民法典在第四百九十一条作出明确规定。

签订合同时，有很多格式条款。如何定义格式条款？采用格式条款订立合同应该注意什么？哪些情况下



格式条款是无效的？对格式条款的理解发生争议后怎么办？对于这些关系到消费者切身利益的问题，民法典在第四百九十六条、第四百九十七条与第四百九十八条中均作出规定。

租房合同没有到期，房东把房子卖掉，新房东要赶人，怎么办？对于类似情况，民法典在第七百二十五条规定了买卖不破租赁规则。除此之外，关于租赁合同中的相应规则，民法典还规定了承租人的优先购买权、承租人在租赁物存在危险时随时解除合同的权利、承租人的共同居住人保护规则。

参加旅行团后，却在旅行途中被旅行团以提高服务标准为由要求加价，该怎样应对？对此，民法典专门在第八百二十一条作出规定，承运人擅自降低服务标准的，应当根据旅客的请求退票或者减收票款；提高服务标准的，不得加收票款。

“虽然民法典没有设计专门适用于消费者的条款，但仍有若干规定与消费者保护密切相关，甚至主要适用于消费者保护领域，可以作为法院处理相关消费纠纷的法律依据。”苏号朋说。

有时应结合消保法同时适用

苏号朋认为，民法典施行后，鉴于消费者权益保护

法作为民事特别法域存在，在法律适用上应当遵循立法法确立的“特别法优先于一般法”原则，首先适用消费者权益保护法及其他有关消费者保护的特别立法解决消费纠纷。在没有特别规定时，才能适用民法典的相关规定。

例如，民法典和消费者权益保护法均有关于个人信息保护的规定，但消费者权益保护法的相关规定专门适用于消费者，因此应优先适用消费者权益保护法。

“不过，在具体适用时，由于民法典和消费者保护特别立法有关某一事项的规定往往存在相互补充的关系，因此要结合在一起，共同作为法律依据，这一点在格式条款规制领域表现得尤为明显。”苏号朋说。

民法典第四百九十六条第二款是关于格式条款订立合同的法律规定，它以合同法第三十九条第一款为基础，充分吸收了消费者权益保护法第二十六条的合理内核，形成了新的法律规则。

“因此，民法典第四百九十六条第二款既有和消费者权益保护法第二十六条相同之处，又有新的发展。根据具体案件的特定情形，往往需要同时适用这两个条文，共同作为法院裁判的法律依据。”苏号朋说。

确立实质公平基本原则

苏号朋认为，在将民法典适用于消费者保护领域时需要注意，民法典作为民事基本法所遵循的基本原则和具体规则，与消费者权益保护法有所不同。

在基本原则方面，民法典强调民事主体的法律地位一律平等，尊重民事主体的意思自治。但是，在消费法律关系中，消费者由于商品或服务知识匮乏、经济能力过弱、信息获取困难等方面的原因，在与经营者交涉过程中明显处于弱势，二者的实际交易地位并不平等，消费者亦无实质意义上的意思自治和合同自由。为了矫正消费者与经营者之间的不平衡，实现实质公平，立法须进行直接干预，对经营者的意思自治作出限制，赋予消费者以特别权利，以实现实质上的意思自治和交易公平。对此，消费者权益保护法作出了相应规定。

在基本价值取向和具体制度设计方面，民法典和消费者权益保护法并不完全相同。例如，根据消费者权益保护法第二十五条规定，在消费品买卖合同中，消费者享有七日无理由退货的权利；但是，民法典有关“买卖合同”的规定并未赋予买受人以无理由退货的权利。

对此，苏号朋指出，在将民法典适用于消费者保护领域时，不应受困于民事主体法律地位平等、民事主体行

为自愿原则的束缚，而是应正视消费者与经营者实际地位不平等、消费者无法自由表达内心真实意思的社会现实，全面、准确理解民法典的立法精神和基本原则，以实质公平为取向，对消费者与经营者之间的交易内容进行必要干预，尤其是适用民法典在公平原则、诚信原则等方面作出的规定。

值得注意的是，民法典第一条确立的立法目的是“适应中国特色社会主义发展要求，弘扬社会主义核心价值观”；民法典第一章“基本规定”所确立的基本原则除平等原则和自愿原则外，更有公平原则和诚信原则。

“实质公平是社会主义的应有之义，是社会主义核心价值观的重要组成部分，是民法典确立的基本原则，也是民法典适用于消费者保护领域时应坚持的价值取向和目标所在。因此，应当准确理解民法典在保护消费者权益方面的制度设计，在具体的消费合同纠纷中落实保护消费者权益的法律目标和社会使命。”苏号朋说。

（法制日报）



2020年十大消费维权舆情热点

2020年是极不平凡的一年，年初暴发的新冠肺炎疫情对社会经济生活产生诸多影响，消费市场也面临着不少挑战。国家统计局数据显示，2020年前三季度，全国居民人均消费支出14923元，比上年同期下降3.5%。1-11月份，社会消费品零售总额351415亿元，同比下降4.8%。随着国内疫情防控形势逐步向好，国内消费市场明显复苏，线上消费快速增长，线下消费持续改善。回顾2020年，消费维权舆情呈现出如下特征：一是涉疫情消费维权问题凸显；二是互联网消费热度高涨，直播带货、在线教育、网络游戏等“云上”消费维权较为突出；三是新业务、新模式带来新消费问题，互联网经济“强监管”呼声走高；四是传统投诉热点仍是舆论焦点，消费环境有待进一步改善。

2021新年伊始，中国消费者协会（以下简称“中消协”）联合人民网舆情数据中心，基于大数据平台数据与舆情社会影响力测算结果，共同梳理出“2020年十大消费维权舆情热点”，分别是：防疫产品价格和质量问题突出；“直播带货”新问题层出不穷；“双11”复杂规则难坏“尾款人”；酒店、旅游、出行退订纠纷多；长租公寓接连爆雷跑路；在线培训服务乱象频现；未成年人网游充值、打赏退款难；外卖平台“多等5分钟”被指“甩锅”给消费者；智能快递柜超时收费引不满；航司“不限次飞行产品”限制多。

2020年消费市场在危机下蕴藏着许多新生机，传统消费与新型消费更加融合，消费场景也更加多元化。2021年是“十四五”规划开局之年，也是中国共产党成立100周年。我们希望通过梳理榜单和解读热点，助力有关部门、消协组织、行业协会、企业破解消费维权痛点，为广大消费者营造放心舒心的消费环境，增强消费对经济发展的基础性作用，进一步促进消费复苏。

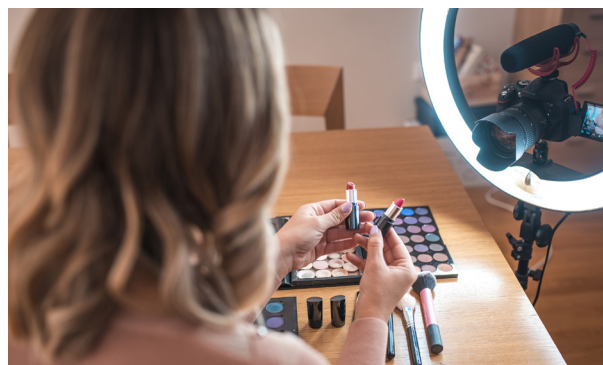
1 防疫产品价格和质量问题突出 社会影响力：113.3

话题解析

新冠肺炎疫情暴发以来，防疫产品市场需求呈爆发式增长。随之而来的是，防疫产品质量违法案件与消费者

投诉大幅增长。防疫产品消费维权问题具体体现在五个方面：一是个别不法经营者销售“三无”、假冒伪劣口罩。二是在微信群以代购或团购口罩的名义实施诈骗。如艺人黄某某以“卖口罩”为名实施诈骗。三是趁机哄抬口罩、防护服、测温枪等防疫用品价格。如北京一药房10只口罩卖850元被罚。四是个别电商平台商家通过“砍单”、捆绑搭售、以销售口罩为名诱导消费者下载APP等不良营商手法，侵害消费者合法权益。如大量消费者通过微博、投诉平台反馈电商平台“海豚家”存在“砍单”行为，被中消协点名。五是由于个别电商平台商家进行预估销售，但实际所售口罩、酒精、消毒液等防疫产品发货不及时，引发消费者不满。如南丁公司声称有货，但在消费者下单购买口罩后迟迟不发货，被北京市消费者协会与通州区消费者协会联合约谈。

疫情不仅是对有关部门综合治理能力的一次“大考”，也是检验平台、商家素养的一块“试金石”。舆论认为，有关部门加强监管，多次开展专项行动，严厉查处违法生产销售口罩等防疫产品行为，全力保障防疫产品质量和市场供应，有助于维护市场秩序。各级消协组织认真履职，加大涉疫消费纠纷处理力度，切实保障了消费者合法权益。舆论呼吁，电商平台能切实履行监督责任和行业责任，商家应承担更多的社会责任，诚信经营。



2 “直播带货”新问题层出不穷 社会影响力：108.3

话题解析

2020年，直播带货频频“翻车”，不仅产品质量低

劣、虚假宣传、售后服务不到位等老问题依然突出，公众人物带货刷单造假、流量造假、虚假举报等新问题也层出叠现。11月，中消协点名了李佳琦、李雪琴等参与的直播存在买完商品不让换、数据注水等问题。事后，李佳琦、李雪琴本人表示十分重视社会监督，将进一步优化业务流程，把消费者权益保护责任落实到位。此外，辛巴带货的燕窝被指是糖水、罗永浩承认带货的皮尔卡丹羊毛衫是假货等话题也引发舆论热议。

直播带货作为新消费业态，在给消费者带来便利的同时，也在一定程度上增加了消费风险。针对直播带货乱象，有关部门纷纷“亮剑”。国家广电总局2020年11月发布《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》，市场监管总局11月6日发布《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》等以加强对网络秀场直播和电商直播的引导规范，强化导向和价值引领，直播电商的合规化正在加速。各级消协组织积极履职，对问题表现突出、消费者反映强烈的直播电商平台进行约谈，督促问题整改，切实维护消费者合法权益。

舆论认为，网络平台经营者应对网售产品、直播内容以及网络主播严格把关，及时遏制不良商品流向市场，切实阻断违规不良内容传播，让消费者买的舒心、用的放心。直播从业者尤其是明星、网红、企业家等公众人物应主动审视自身，以严谨的态度，做好理性消费的引导。消费者在参与直播活动时，也要增强风险防范意识。舆论期待，有关部门、消协组织、电商平台、从业者、消费者各方共同努力，构建良好的直播生态。



3 “双11”复杂规则 难坏“尾款人” 社会影响力：100.2

话题解析

相较往年，2020年的“双11”从十月下旬开始，

堪称“史上最长”网购节。近一个月的促销活动中，各大商家纷纷推出“全年最低价”“定金抵扣”“红包补贴”“满减”“限时抢购”等优惠活动吸引消费者眼球，但满减、津贴、红包、合并购买等复杂的计算方式堪比数学考题，被网民调侃为“没奥数功底不敢应战”。其中，淘宝、天猫平台设计的不合并付尾款不能使用满减优惠券、“双11”当日不能退款、先付尾款才能退款等规则更是难坏“尾款人”，这些复杂的规则不仅降低了消费者体验，更引发消费者对其合理性的质疑。此外，还有不少消费者反映，在天猫、京东等平台上的部分商品价格存在先提价后打折、虚假促销、诱导交易、大数据杀熟等问题。

每年“6·18”“双11”“双12”前后是消费维权的高峰时段。促销期间的消费乱象不仅反映出平台经济中存在的诸多消费维权问题，也呈现出当前良莠不齐的电商生态。对此，有关部门应进一步加强对网购、促销等消费新业态、新模式的监管，同时也应对电商平台、从业人员实现常态化监管；电商平台应进一步加强自身运营管理，规范经营活动，全力保障消费者的合法权益。舆论呼吁，“双11”少一些“套路”与“算计”，多一些“真诚”与“实惠”。

4 酒店、旅游、出行退订纠纷多 社会影响力：99.6

话题解析

疫情暴发初期，各大航空公司、旅行社、酒店、餐饮企业、OTA平台退改需求激增，但由于退改订单无法及时处理，引发大量消费者投诉，甚至个别地区出现集体维权现象。具体来看，餐饮服务方面，部分消费者预订了年夜饭和婚庆、生日等宴请用餐，但因疫情影响，无法正常聚餐，退订时与商家发生纠纷的情况较多；住宿方面，个别酒店趁机涨价、拒退定金或预付款等问题突出；出行服务方面，航空客票退票难、航空订单处理慢、航空公司和OTA平台相互推诿、服务态度差、航空客票退改政策不明晰等投诉量较高；旅游服务方面，部分平台、旅行社退款不及时或以代金券代替退款，引发消费者不满。

面对公共卫生突发事件的严峻考验，政府部门及航空公司、旅行社、酒店、餐饮企业、OTA平台、景区等经营主体须总结经验教训。从政府侧看，有关部门、消协组织、行业协会应制定和修订应急预案，督促企业维护消费者权益。从企业侧看，航空公司、旅行社、酒店、餐饮

企业等经营主体要始终把消费者权益放在首位，重视消费者权益保护，而OTA平台也要扮演好协调者的角色，帮助消费者解决实际问题，协助配合消费者依法维权。此外，消费者在保持理性消费、耐心沟通的同时，也要积极行使监督权，维护自身合法权益。

5 长租公寓接连爆雷跑路 社会影响力：97.9

话题解析

2020年，蛋壳、青客、巢客、岚越、寓意长租公寓接连发生爆雷、跑路事件。长租公寓爆雷不仅导致大量租客无法得到平台曾经承诺的服务，甚至还面临已付房租或身负贷款却无房可住的情况，而房东也面临收不到租金、房屋也无法收回等问题。同为受害者的部分租客与房东之间还因为房屋租赁的问题产生争执，甚至出现过激行为。

长租公寓企业借国家“房住不炒”“租购并举”政策的东风，在房屋租赁市场逐步发展壮大。然而部分企业通过“长租短付”的方式，得到大量租金沉淀，并将这些资金用于竞价圈房、非理性扩张。这些违法违规行为导致沉淀资金被高速消耗，最终造成资金链断裂，企业爆雷、负责人跑路失联。

针对长租公寓爆雷引发的大量消费维权问题，舆论在强烈谴责长租公寓企业负责人跑路失联现象的同时，认为有关部门应果断出手，绝不能让问题相关方一跑了之，将“烂摊子”留给政府和社会。舆论认为，监管部门应尽快建立完善长租公寓监督机制，同时加强对互联网金融参与住房租赁业务的监管，切实降低房屋租赁市场的金融杠杆率，促进长租公寓行业高质量发展。舆论期待，长租公寓企业能够实现良性发展，不断提升自身服务水平，提高服务质量，维护房东、租客的切身利益。

6 在线培训服务乱象频现 社会影响力：91.0

话题解析

疫情期间获得井喷式发展的在线教育消费维权问题频现。2020年7月，央视“3·15”晚会曝光了嗨学网虚假承诺，让消费者陷入交钱容易退钱难的困境。同月，学而思网校因存在低俗视频、教唆早恋等突出问题，被北京网信办及属地教育主管部门约谈并被责令限期整改。在线英语学习机构“阿卡索外教网”被曝外教教学质量差，迟

到、玩手机等现象屡见不鲜，且教学资质认证存疑。“哒哒英语”被指擅自修改课程属性，主修课缩水变身口语课。10月，“优胜教育”被曝总部人去楼空，家长退费困难重重，教师薪资也被拖欠。12月，“学霸君”被指经营不善、学员申请退款、教师被辞退，众多学生家长求告无门。

在线教师资质造假、机构无证办学、诱导消费、虚假宣传、霸王条款、解除合同退费难等行业乱象丛生，消费者维权愈加困难。此外，在线教育行业的“分期贷”也饱受舆论诟病。针对行业乱象，一方面需要在线教育平台尽快从资本竞争中回归到教育本位，强化行业自律，为广大消费者提供优质服务；另一方面也需要有关部门进一步强化行政监管，联合消协等相关社会组织制定在线教育服务标准，夯实维权制度保障，规范在线教育市场发展。

7 未成年人网游充值、打赏退款难 社会影响力：89.4

话题解析

近年来，“宅经济”发展步入快车道。疫情期间，在居家隔离等客观因素影响下，网络游戏、网络直播等在线娱乐方式成为不少未成年人的首选。值得注意的是，未成年人瞒着家长给网络主播打赏、给网络游戏平台充值等相关事件不时见诸报端，所涉钱款金额巨大，家长在不知情的情况下失去钱财却求助无门。比如“南京小学生玩‘吃鸡游戏’14分钟花掉4万元”“四川广元8岁‘熊孩子’为游戏充值刷走父亲4000多元”“江苏泗洪‘熊孩子’刷礼物花掉家中40万元卖房款”等。此外，7月，《北京青年报》对家长反映比较严重的娱乐APP展开了相关调查，发现“和平精英”“王者荣耀”“猫和老鼠”“开心消消乐”等手机游戏APP以及“斗鱼”“一直播”等直播平台APP的“青少年防沉迷系统”形同虚设，漏洞百出。

针对这一类问题隐患，5月，最高人民法院发布《关于依法妥善审理涉新冠肺炎疫情民事案件若干问题的指导意见（二）》明确，限制民事行为能力人未经其监护人同意，参与网络付费游戏或者网络直播平台“打赏”等方式支出与其年龄、智力不相适应的款项，监护人请求网络服务提供者返还该款项的，人民法院应予支持。但在众多未成年人网络消费的案例中，仍少有家长能够寻求到警方或者新闻媒体的帮助，进入司法诉讼环节的更是寥寥无几。舆论认为，由于存在流程繁琐、举证困难、运营平台和游

戏公司互相推诿等问题，家长在退款维权时往往面临不小的困难，消费者权益难以获得保障。保护未成年人是全社会共同的责任，这不仅需要有关部门及企业健全退款机制，提升退费纠纷处置效率，还需要未成年人的监护人主动作为，肩负起引导和管教责任。

7 外卖平台“多等5分钟” 被指“甩锅”给消费者 社会影响力：88.5

话题解析

9月8日，一篇名为《外卖骑手，困在系统里》的文章在社交平台“刷屏”。该文援引多个真实案例称，算法驱动下的“实时智能配送系统”不断压缩外卖配送时间，最终导致骑手不得不在“与死神赛跑，和交警较劲，和红灯做朋友”的高危环境中工作。该文吸引了大量网民的跟进阅读与讨论，还促使公众对外卖平台的算法、价值观和用工模式进行重新审视，饿了么、美团等外卖平台也因此被推上风口浪尖。

9月9日，饿了么回应称，将在订单结算时增加“我愿意多等5分钟/10分钟”的新功能。该回应旋即引发轩然大波，舆论普遍认为，大规模压缩外卖配送时间，肇始于外卖平台为控制成本、提升效率，而对骑手采取的压榨式绩效考核，作为规则的制定方、服务费的收取方以及外卖骑手的直接或间接雇佣方，外卖平台不反思自身的经营模式，却反而呼吁消费者让步，有“踢皮球”之嫌。舆论认为，解决外卖骑手的“系统之困”问题，既需要外卖平台的主动作为、从技术与算法上做优化，也需要外卖平台、商家、骑手以及监管机构、消费者等多方的共同协商，推动新业态的持续健康发展。这也警示有关企业，在实现商业利益的同时，也须承担起应尽的社会责任，不能习惯性地“甩锅”消费者。

8 智能快递柜超时收费引不满 社会影响力：87.4

话题解析

丰巢于4月30日推出的会员服务引发了不小的争议。根据收费规则，非会员快递柜保管每超时12小时将征收0.5元，3元封顶。部分小区选择停用丰巢快递柜，丰巢公开解释收费缘由但未改收费决定。5月13日，中消协表示，合理保管期内不应单独收费。5月15日，国家邮政局

表示，丰巢此次调整免费保管期限的行为虽未违反规章禁止性规定，但在调整过程中，存在征询意见不足、应对处置不妥等问题，要求丰巢公司认真考虑用户诉求和业态发展需要，尽快提出合理解决方案。5月15日晚间，丰巢官方公众号发布《关于用户服务调整说明》，对快递柜收费事件致歉，同时也对免费保管时长进行调整，将免费保管时限从12小时延长至18小时。

丰巢快递柜超时收费引发消费者不满，主要体现在：其一，消费者认为，丰巢单方面增收保管费将增加消费者的成本，侵犯了消费者权益；其二，部分快递员未征求消费者同意，便擅自将快件放在快递柜的行为，让消费者颇为恼火；其三，消费者反映存放快递柜的物品经常出现被别人取走或丢失的情况。对此，舆论呼吁，有关部门应继续推进智能快件箱、公共服务站等快递末端设施建设，加大服务规范和监督力度，帮助群众解决“快递最后一公里”问题。

9 航司“不限次飞行产品”限制多 社会影响力：78.5

话题解析

2020年，为了进一步提振航空经济，多家航空公司推出“随心飞”类产品，吸引旅客出行。6月，东方航空推出民航领域首款“周末随心飞”产品。乘客可以在2020年内的任意周六和周日，不限次数乘坐东航和上航经济舱，飞往国内除港澳台以外的地区。该产品上线后，部分消费者的抢购热情高涨。随后，海南航空、华夏航空、春秋航空等航司也陆续推出“不限次飞行”产品。产品销售火爆的同时，也遭到不少消费者投诉。产品使用条件苛刻、使用体验差、回程购票难、虚假宣传、机票兑换难等投诉，引发舆论追问“不限次飞行”产品是否真能方便消费者出行。

此类产品较为苛刻的使用条件在一定程度上侵害了消费者的权益，加之产品的宣传重点落在“不限次”，宣传内容与消费者体验形成较大落差，给消费者留下了企业虚假宣传的感受。舆论认为，针对“随心飞”类产品在技术、售后和服务等方面存在的问题，有关部门、各级消协组织应畅通消费者投诉举报渠道，维护消费者权益，同时进一步加大公示力度，完善公示制度，让舆论监督发挥力量。相关航司应认真分析“不限次飞行”产品被投诉的原因，迭代产品，切实提升服务质量，优化消费体验。（中消协）

中消协：“算法”不能用来“算计”消费者

近年来，平台经济快速发展，网络购物、交通出行、旅游住宿、订餐外卖、网络游戏等生活消费领域都出现了大型平台企业。这些平台通过大数据、人工智能等手段为消费者提供了更丰富的产品或服务，为社会创造了价值。但与此同时，也存在一些侵害消费者权益行为，引发社会广泛关注。比如，网络游戏抽奖概率不明、大数据杀熟、网络消费促销规则繁复、网络搜索竞价排名推荐、网络直播推送违反法律规定和公序良俗、刷好评隐差评使评价结果呈现失真、平台采用算法限制交易等。这些问题的背后，核心是互联网平台对算法技术的应用。根据消费者投诉、有关调查和相关报道，网络领域涉及消费者权益的算法应用问题主要有以下几种：

一、推荐算法。通过监测分析消费者的消费行踪轨迹，如浏览过的页面、广告、商品服务、话题等，有针对性的对消费者进行商业营销。这类推荐算法利用消费者的数据画像，实施所谓精准推送。许多消费者误以为自己看到的与旁人无异，导致知情、选择不足。有些经营者通过算法应用推送的商品、服务内容甚至违背法律和公序良俗。

二、价格算法。有些经营者利用算法进行价格歧视。一是对新老用户制定不同价格，会员用户反而比普通用户价格更贵。二是对不同地区的消费者制定不同价格。三是多次浏览页面的用户可能面临价格上涨。四是利用繁复促销规则和算法，实行价格混淆设置，吸引计算真实价格困难的消费者。这类算法造成选择性目标伤害。

三、评价算法。部分平台及平台内经营者为了获得好评，运用刷单等方式，编造虚假高分评价，或者隐匿中评、差评，使真实评价无法显现。虚假评价、评价失实呈现，不仅破坏经营者之间的公平竞争，也对消费者购买决策产生误导。

四、排名算法。平台经营者制定各类排名榜，声称基于消费者好评率、销量等，对各行业或商品服务类别进行排序，引导消费者选择，但具体如何计算得出的难以知晓。还有的混淆竞价排名与自然排名，左右消费者决策。

五、概率算法。一些线上经营者开展有奖销售、抽奖兑换，特别是部分网络游戏公司经常性推送游戏道具抽奖活动，虽然公示了中奖（掉落）概率，但是其算法程序



不透明，实际中奖概率缺乏管控，屡遭消费者诟病。

六、流量算法。一些平台利用所处优势地位通过算法在流量分配、搜索排名等方面设置障碍和限制，控制平台内经营者开展交易，影响公平竞争和消费者选择。

算法本身是一种技术手段，经营者可以利用算法提升经营效率，为消费者提供更丰富、更优良的产品和服务，也可以利用算法钻法律的漏洞，实施违法违规行，侵害消费者的合法权益。一些常见的网络消费领域不公平算法应用，具有技术性和隐蔽性，潜移默化地影响着消费者的购买决策，消费者很难通过个体力量与之抗衡。如果任其无序发展，一方面不利于市场经济的公平有序竞争，不利于经济可持续发展；另一方面也会使消费者面临数据算法压榨，成为技术欺凌的对象，甚至被算法扭曲价值取向和道德观念，沦为平台经营者的掌中“玩物”。

为更好保护网络领域消费者权益，有效规制算法应用中的问题，切实解决消费者维权难，中消协提出以下意见和建议：

经营者应加强自律，切实承担应尽义务和责任

互联网条件下，由于信息占有、技术应用等原因，网络经营者处于更为强势的地位。在算法应用中，网络经营者应当加强自律，守法经营，切实承担应尽义务和责任，维护好消费者的合法权益。具体而言，我们认为，网络经营者的算法应用应当做到以下几点：

（一）坚持全面客观，反对片面诱导。《电子商务法》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。网络经营者运用算法向消费者推荐商品服务，应当全面客观，反对仅以所谓“精准”推荐代替公共选项，利用消费者信息占有不足，实施片面诱导，从中渔利。

（二）坚持公平公正，反对消费歧视。网络经营者应当公平公正对待广大消费者，反对利用消费者个人数据画像，采取算法应用，锁定特殊消费群体，实施价格歧视、价格混淆等销售策略。

（三）坚持诚实守信，反对欺诈、霸凌。《消费者权益保护法》规定，经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益；不得设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。网络经营者应当严格遵守法律规定，诚信应用算法，反对利用技术手段，欺骗、隐瞒真实情况，欺凌消费者，或者实施不正当竞争。

（四）坚持正确导向，反对错误观念。算法应用背后潜藏着经营者的价值观念。“流量至上”、“利润至上”的算法应用，可能会使经营者行为有悖法律、有失道德、有违伦理。网络经营者算法应用应当弘扬社会主义核心价值观，维护社会公共秩序与善良风俗，反对利用人性弱点，扭曲消费者特别是未成年人的价值取向和道德观念。

对于算法应用，希望各行业组织加强引领和督导，促使网络经营者合理合规地应用算法，净化行业风气，促进良性发展，有效维护消费者合法权益。

期待社会各界共同关注，加强算法应用的有效规制

（一）加强机构设立和立法规制。在个人信息保护法、反垄断法、反不正当竞争法、价格法等相关法律中，



建议增加算法应用的相关规定。一是国家设立算法伦理专门机构，负责算法应用伦理、规则、标准制定，不公平算法应用调查、处理等，并指定相关政府部门负责，加强对算法应用的有效监管。二是明确算法应用结果一致性要求。规定算法搜索结果应同时呈现公共选项，即所有用户运用同样的搜索方式，应可得到相同的结果。且相关结果应作为优先选项推送，保障消费者有效便捷获取。三是保障算法应用的透明、公平、诚信。明确经营者使用算法应做到可知、可查、可逆。发生争议，负有向有关行政部门、司法机关、第三方机构提供算法、后台数据、相关资料及进行说明的义务。做到算法应用的可验证、可解释、可追责。四是明确举证责任倒置规定，强化算法实施方的举证责任，明确其伪造、篡改证据的责任和后果，解决消费者举证难、鉴定难。

（二）加强监管协作和机制建设。互联网领域算法应用十分广泛，建议有关行政部门加强相互协调，细化监管职责；完善执法依据，做好规章废改衔接；加强对算法应用的分级标识和分类管理，对涉及公共利益、生命健康、财产权利等的算法应用强化监管，对具有市场支配地位的平台经营者的算法应用强化监管，对涉及价值观、道德观特别是未成年人教育的算法应用强化监管；加强对算法的事前、事中、事后监管，通过对算法应用进行必要的目的审核、法律审核、道德审核，以及建立黑名单制度等措施进行有效管理；建立算法投诉审评机制，保障消费者和社会各界的投诉、监督权；培育第三方技术鉴定机构，强化对算法应用的技术审核力量；保障互联网经济持续健康发展，有力维护消费者合法权益。

（三）加强司法解释和判例指导。建议有关司法机关加强对算法应用案件的分析研究，推动出台有关司法解释，充分发挥司法机关的审判和监督作用，强化经营者举证责任，加强对算法应用问题的实质审查，通过司法判例弘扬公平正义，强化对消费者权益的保护。

（四）加强消费维权和社会监督。建议消费者加强个人信息保护和依法维权意识。对于非法或过度索取个人信息的行为，勇于说“不”；对于网络经营者实行的推荐算法、价格算法、评价算法、排名算法、概率算法、流量算法中存在的的社会问题提高警惕，加强监督，通过维权行动，加强共同治理。算法应用不公针对的是普遍的社会大众，每个人都可能成为潜在的受害者。中消协希望社会各界通过力所能及的方式，共同做好社会监督，促进算法应用的公平、合理，防止经营者利用算法作恶。（中消协）

市场监管总局： 发现存在缺陷的网售消费品应立即召回

据国家市场监督管理总局网站消息，国家市场监督管理总局近日发布公告，加强网上销售消费品召回监管。根据公告，发现网上销售消费品存在缺陷的，生产者应当立即停止生产、销售、进口缺陷消费品，通知其他经营者停止经营，并按《消费品召回管理暂行规定》的要求立即实施召回，不得隐瞒缺陷。

公告称，从事网上销售消费品活动的生产者及其他经营者应当自觉遵守有关法律法规的规定，守法经营，提供符合保障人身、财产安全要求的消费品，不得销售或者提供法律、行政法规禁止交易的消费品。

公告提到，生产者和其他经营者应当建立和完善网上销售消费品的缺陷信息收集核实和分析处理制度。发现其网上销售消费品存在已经造成或者可能造成死亡、严重人身伤害、重大财产损失，或在境外实施召回等情形的，应按《消费品召回管理暂行规定》的要求向所在地省级市场监管部门报告。

公告要求，发现网上销售消费品存在缺陷的，生产者应当立即停止生产、销售、进口缺陷消费品，通知其他经营者停止经营，并按《消费品召回管理暂行规定》的要求立即实施召回，不得隐瞒缺陷；其他经营者接到生产者通知的，应当立即停止经营存在缺陷的消费品，并协助生

生产者实施召回。对未能消除缺陷的消费品，不得再次销售。

公告明确，电子商务平台经营者应采取多种措施实施动态监测，对市场监管部门已经公开的缺陷消费品信息，建立有效的阻止缺陷消费品继续在网上销售的程序。

公告提及，市场监管总局鼓励从事网上销售消费品活动的生产者和其他经营者建立内部消费品安全与召回可追溯机制，完善产品标识、销售记录、产品注册、保修索赔等安全记录，维护消费者合法权益。

公告明确，市场监管总局鼓励电子商务平台经营者建立便捷的争议解决与补救机制，及时处理消费者质量安全纠纷。鼓励开展消费品安全与召回共治自我承诺，履行电子商务平台经营者社会责任，加强与政府部门合作，提升政企共治水平，推动线上零售产业健康发展。

公告提到，市场监管部门将进一步加强相关召回监督工作，发现网上销售消费品的生产者和其他经营者存在未按《消费品召回管理暂行规定》的要求报告有关信息或召回计划、不配合缺陷调查、隐瞒缺陷或未按照已公开召回计划实施召回等违法行为的，将严格依法处理。

(中新网)

五部门：清理取消供水供电供气供暖不合理收费

近日，国务院办公厅转发《国家发展改革委财政部住房城乡建设部市场监管总局国家能源局关于清理规范城镇供水供电供气供暖行业收费促进行业高质量发展的意见》(以下简称《意见》)，全面部署清理规范城镇供水供电供气供暖行业收费等工作。

《意见》提出，深化城镇供水供电供气供暖行业市场化改革，区分网络型自然垄断环节和竞争性环节，明确属性定位，合理界定政府、企业、用户的权利义务，进一

步深化公用事业领域“放管服”改革，加快推进竞争性环节的市场化，提升对网络型自然垄断环节价格监管的科学化、精细化、规范化水平。到2025年，清理规范供水供电供气供暖行业收费取得明显成效，科学、规范、透明的价格形成机制基本建立，政府投入机制进一步健全，相关行业定价办法、成本监审办法、价格行为和服务规范全面覆盖，水电气暖等产品和服务供给的质量和效率明显提高。

《意见》明确五方面重点任务。一是清理取消不合理收费。二是加快完善价格形成机制，合理制定并动态调整供水、供电、供气、供暖价格。三是严格规范价格收费行为，对确需保留的少数收费项目实行清单管理。四是提升服务水平，加快完善行业服务质量规范和评价体系。五是改善发展环境，加快放开经营服务市场，完善相关法律法规制度，推动形成公平开放、竞争有序、行为规范的市场环境。

国家发展改革委有关负责人表示，供水供电供气供暖等公用事业，是城镇经济运行和社会发展的重要保障。近年来，我国城镇公用设施建设不断加强，公用事业市场化积极推进，服务覆盖率和服务质量持续上升。但仍存在

一些突出问题：一是部分地区在安装、维护等环节服务收费的项目多、标准偏高；二是行为不规范，有的企业利用掌握并网验收的权力，指定施工单位、计量表具型号、材料供应商等；三是企业服务意识不强、服务效率不高，有的企业在用户申请报装、维修、过户、缴费、开具发票等业务中，让用户多次跑、多头跑、周期长，用户咨询、投诉不能得到及时回复等。

业内指出，清理规范城镇供水供电供气供暖等行业收费，完善价格形成机制，有利于促进企业提高生产经营效率和市场竞争力，有利于进一步优化营商环境、吸引社会资本进入，有利于降低实体经济成本、减轻社会负担和提高人民群众满意度。（经济参考报）

物业公司也可以干房产中介了

1月5日，住房和城乡建设部、中央政法委、中央文明办等10部门联合印发《关于加强和改进住宅物业管理工作的通知》。《通知》从融入基层社会治理体系、健全业主委员会治理结构、提升物业管理服务水平、推动发展生活服务业、规范维修资金使用和管理、强化物业服务监督管理等6个方面对提升住宅物业管理水平和效能提出要求。鼓励有条件的物业服务企业向养老、托幼、家政、健康、房屋经纪、快递收发等领域延伸。

《通知》首先强调，坚持和加强党对物业管理工作的领导，推动物业管理融入基层社会治理体系。推动业主委员会、物业服务企业成立党组织，建立党建引领下的社区居民委员会、业主委员会、物业服务企业协调运行机制，强化街道对小区物业管理活动的属地管理责任，落实政府职能部门、社区、专营单位对小区事务的管理责任，推动城市管理部门执法进小区。

《通知》同时明确，健全业主委员会治理结构，优化业主委员会人员配置，加强对业主委员会人选把关，鼓励“两代表一委员”参选业主委员会成员。扩大业主委员会决策事项范围，加强业主委员会监督，加大业主委员会决策事项、运行信息公开力度，建立业主委员会纠错和退出机制。

《通知》对提升物业管理服务水平提出多项要求。

比如，落实物业服务企业服务质量主体责任，通过健全服务质量保障体系、打造优秀项目、规模化经营等方式，提升物业服务质量。完善物业服务价格形成机制，建立动态调整机制。开展职业技能培训和竞赛，提高从业人员整体素质和技能水平。同时，鼓励物业服务企业加强智慧物业管理服务能力建设，运用物联网、云计算、大数据、区块链和人工智能等技术，提升物业智慧管理服务水平。促进线上线下服务融合发展，鼓励物业服务企业开展养老、托幼、家政等延伸服务，探索“物业服务+生活服务”模式。引导物业服务企业通过智慧物业管理服务平台，提供定制化产品和个性化服务，实现一键预约、服务上门。

《通知》也进一步规范物业管理制度。如规范维修资金使用和管理，加大维修资金归集力度，优化维修资金使用流程，提高维修资金使用效率。提高维修资金管理机构专业化、规范化管理水平。择优确定专户管理银行，控制专户管理银行数量。《通知》还要求，建立物业服务信息公开制度和物业服务企业信用管理制度，加强信用信息在项目招投标、政府采购等方面的应用，优化市场竞争环境，完善物业管理招投标制度，强化市场退出机制，建立物业服务企业红黑名单制度，推动形成优胜劣汰的市场环境。（北京青年报）

任何单位和个人不得拒收现金

近年来，智能化服务的广泛应用，正在深刻、持续地改变公众的生活消费方式，特别是移动支付快速发展，给人们生活带来了极大便利，非现金支付成为不少商家和消费者喜爱的支付手段。然而，一些商户、机构等市场主体对自身在现金收付中的责任和义务存在不同程度的认识偏差，或者基于成本控制等原因，存在不愿意收取现金等现象，给一些依赖现金支付的消费者带来不便。人民银行的调查显示，2020年以来，受新冠肺炎疫情影响，拒收现金问题有所反弹：一是部分医疗、出行、水电煤气等基本公共服务，以及普通生活消费等领域由原本的“面对面”线下场景逐步变为线上办理，有的甚至取消了现场服务；二是“非接触式”等新消费模式很多没有考虑现金收付需求，造成对部分群体特别是老年人的消费及支付障碍；三是一些商户服务人员热衷于引导顾客安装APP、关注小程序，容易产生歧视、排斥现金情况。

目前我国大约有13%的居民主要通过现金支付。为维护人民币流通秩序，保障公众使用现金的权益，打造和谐现金流通环境，中国人民银行近日发布规范人民币现金收付行为的公告。公告明确提出，人民币是我国的法定货币，人民币现金是我国境内最基础的支付手段，任何单位和个人不得拒收，各类主体均应尊重公众支付方式的选择权，在确保现金收付渠道畅通的前提下，可为公众提供合法安全的非现金支付工具，消费及支付方式创新要坚持有利于畅通支付流通环境、有利于保障民生、有利于提升公众的获得感，不得采取歧视性或非便利性措施排斥现金支付。

此次公告的一大亮点，是围绕公众各类日常生活场景的消费需要，区分不同场景和消费模式，坚持分类管理与普遍适用的原则，对不同主体的现金收付行为提出了不同要求。公告规定：

对于涉及民生的行政事业性收费和社保、医疗、教育、水电煤气等公共服务类收费，收费单位或其委托代收机构要具备人工现金收付通道，由人员值守并收取现金；

对于铁路、道路客运等交通运输单位，以及涉及零售、餐饮、居民服务和娱乐行业等的大中型商业机构，应具备现金收付通道，由人工或自助现金机具收取现金；

对于经营主体和客户面对面进行交易或提供服务的，

应支持现金支付；

对于线上、线下混合经营且支持线下付款的，在线下收款环节应支持现金支付；

对于全部交易、支付和服务均在网络完成的，可以不收现金；

对于在线下采取无人销售方式经营的，也可以不收现金，但应以适当方式满足消费者在手机电量不足、网络故障等特殊情况下的现金支付需求。

中国人民银行有关部门负责人表示，现金在保障公众支付权利公平、促进文化传播及在极端情况下稳定公众预期等方面具备不可替代的优势；非现金支付工具是在现金基础上的发展，可以提高消费者支付体验。人民银行打造多元化支付条件下的现金和谐流通环境，主要包括以下五个方面工作：一是采取多种措施，保障公众合理、安全、顺畅地使用现金；二是持续优化人民币设计水平，发挥其文化传播功能；三是强化大额现金管理，提高现金流通效率；四是支持多元化支付方式发展，尊重公众支付选择权，鼓励相关经营主体在保障现金收付渠道畅通的前提下，选择安全合法的非现金支付工具；五是不断完善现金服务基础设施、提升现金服务水平。

在日常生活中，公众或消费者发现拒收或者采取歧视性措施排斥现金的，应妥善保留相应的证据或线索，通过城市政务热线、消费者权益保护、金融消费者权益保护等各种渠道进行投诉、举报，人民银行将会同相关部门及时处理。（人民日报）



餐饮从业人员需戴口罩写进标准

根据北京市市场监管局网站，近日，本市发布91项地方标准。其中，首次制定标准54项、修订标准37项。北青报记者注意到，本次发布的地方标准中节水标准达到20项；发布的《公共建筑机动车停车配建指标》标准中，为贯彻“公交优先”的理念，将对轨道站点周边公共建筑停车指标进行折减。此外，餐饮服务单位从业人员需佩戴口罩也写进了标准。

本次发布了《食品生产企业质量提升指南》，规定食品、食品添加剂生产企业质量提升的基本要素和技术要求，指导企业建立食品质量管理体系，落实企业食品安全主体责任，引导企业开展食品质量安全文化建设，主动提升食品安全风险管控能力。

《餐饮服务单位从业人员健康管理规范》，规范了餐饮服务单位从业人员上岗前、在岗期间的人员健康以及人员卫生的要求，明确从业人员需要佩戴口罩、进行手部清洗或消毒的情形，有利于为餐饮服务单位食品安全管理提供技术支撑，加强餐饮从业人员健康管理，为消费者饮食安全提供有力保障。

《餐饮服务单位餐饮服务场所布局设置规范》，规定了餐饮服务单位餐饮服务场所总体要求、区域划分、食品

处理区布局设置、就餐区布局设置、辅助区布局设置等要求，有利于指导餐饮服务单位合理布局餐饮服务场所，提高加工制作食品的安全性。

《餐饮服务单位餐饮用具使用管理规范》，规范了餐饮服务单位在餐饮用具进货查验、使用、清洁消毒、贮存以及维护与处置环节的行为，要求餐饮具要保持清洁，做到一人一用一消毒，不应主动提供一次性餐饮具等，有利于实现从业人员规范管理、执法人员执法规范和消费者维权的有机统一。

为落实《北京城市总体规划（2016年—2035年）》实施差别化交通需求管理等要求，发布了《公共建筑机动车停车配建指标》。按照“分类分区定位、差别供给，从严控制出行停车需求”的原则，聚焦出行车位，分区分类精细化提出公共建筑机动车停车配建指标。

根据建筑类别和用地类型，将公共建筑分为7大类、18小类，对医院、中小学校停车配建指标予以提高，有助于缓解百姓就医、上学停车供需矛盾。同时为贯彻“公交优先”的理念，对轨道站点周边公共建筑停车指标进行折减，有效引导小客车出行比例和强度，以缓解交通拥堵，改善城市交通环境。（北京青年报）

北京三项涉公积金服务事项可“跨省通办”

北京住房公积金管理中心日前发布通知，个人住房公积金缴存贷款等信息查询、正常退休提取住房公积金、出具贷款职工住房公积金缴存使用证明3项服务事项自今年起可实现“跨省通办”。

通知提出，为落实“放管服”改革要求，优化营商环境，北京住房公积金管理中心明确，个人住房公积金缴存贷款等信息查询、正常退休提取住房公积金、出具贷款职工住房公积金缴存使用证明3项服务事项均可在网上办结，以“全程网办”方式实现“跨省通办”。缴存职工只需登录北京住房公积金管理中心官网个人网上业务平台，就可以在线办理这3个事项。

此外，自今年起，在异地缴存住房公积金的职工，若因购买北京市域内住房向北京住房公积金管理中心申请住房公积金个人贷款的，也可以通过异地中心线上渠道开具、打印《异地贷款职工住房公积金缴存使用证明》；若异地中心未实现线上办理的，可在管理部、贷款中心、银行代办点柜台申请，按照“异地受理、无差别办理”的服务要求，由柜台代为办理。

北京住房公积金管理中心表示，下一步，将按住建部的统一部署，深化“跨省通办”服务力度，扩大“跨省通办”服务事项范围，不断提升人民群众获得感。（北京日报）

北京出台房贷自律公约： 禁止银行向中介“返点”

北京市银行业协会日前印发的《北京市银行业协会个人住房贷款业务自律公约》自2021年1月1日起生效实施。公约提出，银行不得向房地产开发商、房地产中介机构（含关联机构）及工作人员支付或变相支付财物从而获取交易机会或竞争优势。

据悉，银行向中介机构“返点”“返费”行为也在公约限定的禁止范围之内。

整体来看，公约从内控制度、风险管理、尽职调查、差异化住房信贷政策执行、合作机构监督、公平竞争、优质服务等七个方面对银行的个人住房贷款业务提出自律要求，同时也对银行开展的关于个人商业用房贷款业务做出了自律要求。

针对公约出台的背景，北京市银行业协会表示，目前北京地区会员银行开展的个人住房贷款业务中主要存在两个突出问题。第一大问题在于，自北京市开展房地产市场调控以来，相关政府部门和行业监管部门出台了多项涉

及个人住房贷款业务的调控政策，但各家会员银行对政策的理解不尽相同，造成部分银行在政策执行尺度的掌握方面存在一定差异。

第二大问题是“返点”现象与日俱增。近年来，北京地区房地产市场中，二手房交易的市场占比逐年提升，房地产中介机构在二手房交易中成为关键环节，个别银行为争揽客户而向中介“返点”“返费”。

针对第一大问题，北京市银行业协会认为，政策执行尺度的变化对政策效果的发挥有直接影响，应从严要求、予以统一。针对第二大问题，北京市银行业协会认为，银行向房地产中介机构“返点”“返费”不仅侵害了金融消费者的知情权和选择权、妨碍了正常的市场竞争秩序，也隐藏了较大的法律风险和道德风险。为此，北京市银行业协会在北京银保监局的指导和大力支持下，经多次征求会员银行意见，制定并组织会员银行签署了公约。（新华社）

北京将对防控不到位的问题单位开展“回头看”

1月24日，北京市召开第219场新冠肺炎疫情防控工作会议新闻发布会。北京市城管执法局副局长温天武介绍，城管执法部门将全力以赴抓实、抓细“三类场所”疫情防控检查执法工作，检视疫情防控执法检查中发现的薄弱环节，举一反三，推进整改，坚决压实“四方责任”。

一是市城管执法局将不断加强疫情防控工作的指挥调度和统筹协调，指导各区城管执法局，进一步强化责任、明确重心，落实疫情防控各项工作任务。

二是持续强化检查执法，重点加大对商务楼宇、商场超市、餐馆食堂等人员密集场所疫情防控情况的检查力度和频次，重点检查佩戴口罩、测温扫码、消杀通风、清洁卫生、保持社交距离、落实健康监测等防控关键措施落实、落细。

三是加大执法公示和曝光通报力度，对发现的问题第一时间纠正处置，对防护措施落实不到位、“四方责任”不落实等严重问题坚决予以执法公示和媒体曝光，督促整改落实。特别是对问题单位要“回头看”、反复查，避免反弹。对于情节严重的问题单位，还将向相关行业主管部门移送移转线索，实施多部门联合惩戒。

温天武表示，在此，呼吁“三类场所”的经营者、管理者及其使用单位，为切实保障广大人民群众生命安全和身体健康，自觉担负起疫情防控主体责任，积极配合相关部门做好疫情防控工作，严格执行各项要求和规定；同时也要提示广大市民朋友，绷紧疫情防控这根弦，严格遵守疫情防控的各项措施，坚决履行好个人疫情防控责任不放松。（人民网）

各医疗机构不得以疫情防控为由 推诿拒收急危重症患者

1月23日，在北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作第218场新闻发布会上，北京市卫生健康委员会副主任李昂介绍，近日，医疗救治和院感组对全市疫情防控期间做好医疗服务工作进行了再部署，切实做到院感防控与医疗服务两手抓、两不误，适应人民群众在疫情防控期间医疗的服务需求，采取了七项措施：

一是严格掌握中高风险地区范围。按照国务院相关部门发布的全国各地中高风险地区名单，各医疗机构安排专人及时更新相关信息，随时掌握疫情变化，动态调整防控措施，实时告知全院工作人员，有针对性做好疫情防控工作。严格掌握中高风险地区范围，不随意扩大范围，不降低防控标准，不遗漏人员筛查。

二是加强急危重症患者救治。各医疗机构严格按照分类处置、重症优先、绿色通道、个性安排、缓冲隔离、加强防护等措施，加强急危重症患者救治。建立急危重症患者救治绿色通道。各医疗机构不得以疫情防控为理由，随意停止手术、延误治疗、推诿拒收急危重症患者；设置应急隔离区或缓冲区，用于暂未取得核酸检测结果等情况下急危重症患者的应急救治；要建立急危重症患者核酸检测的绿色通道，加急出具检测结果，加强设置急诊的医疗机构急诊服务管理，实现急诊与住院有效衔接。疫情中高风险地区较多的区，指定区域医疗中心作为本区危重症患者救治定点医院，并告知本辖区居民。各区采取封控措施

的社区（村）及时派出医疗服务队伍，采用巡诊和进社区（村）服务的方式适应居民医疗需求；做好急救保障，市急救中心对全市中高风险地区居民的急救呼叫服务，及时响应提供服务。

三是加强住院服务管理。各三级医院设立住院患者综合过渡、缓冲病房，由院领导负责，依据患者病情做好分级分类筛查，优先用于急危重症入院患者过渡期安置，待排除新冠病毒感染后，再转至常规病房做下一步治疗，降低潜在院内交叉感染风险。严格落实隔床收治或1室1患等措施，床位使用率不超过75%。

四是加强应急手术管理。建立急性脑出血、急性心肌梗死、严重创伤、消化道大出血、高危孕产妇等急危重症患者手术的应急机制，完善应急预案，对急需手术治疗、短时间不能排除感染风险的患者，可通过设置过渡缓冲病房、负压手术室、提升医护人员防护等级等措施，及时妥善开展应急手术等救治服务。

五是做好血液透析患者服务。按照应检尽检要求，开展透析患者核酸检测，设立专门时段、专门区域为有指征但暂未排除新冠肺炎的患者或处于隔离期的中高风险地区患者进行血液透析。各区对辖区内管理的处于隔离期的透析患者进行摸排，确定专人负责与进行血液透析的医疗机构对接；医疗机构不得推诿，确保血液透患者治疗不延误、不中断。

六是院感防控和急危重症救治并重。预防和控制院内感染是提供医疗服务的基础和前提，各医疗机构严格落实院感防控各项措施，从严、从实、从细做好各项疫情防控工作，坚决防止院内感染事件发生，同时做好疫情防控下的医疗救治，尤其是急危重症患者的救治，确保患者和医务人员安全。

七是倡导就近就医、推广远程治疗服务。鉴于目前国内多个地区存在散发和聚集性疫情，为保障大家的生命健康安全和社会公共安全，减少人员流动，最大程度降低疫情扩散风险，我们倡导患者在当地就近就医，同时鼓励和支持北京市各三级医院通过远程医疗、互联网医疗等线上方式，加强对外省市医疗机构的技术支持，为患者在当地就近诊疗提供更加便利的服务。（人民网）



出租车、网约车不得出京去中高风险地区

根据近日发布的《北京市交通委员会关于进一步规范和加强出租汽车行业新冠肺炎疫情防控有关工作的通知》要求，本市巡游出租车、网约车驾驶员和乘客应全程佩戴口罩。同时，积极引导乘客使用非现金方式结算，后排入座。对于使用现金支付的乘客，巡游出租驾驶员应使用“北京市出租车疫情防控乘客信息登记系统”手机程序进行信息登记。

不得出京 至中高风险地区运营

根据通知，所有新入职驾驶员须持7日内核酸检测阴性证明；对于已入职驾驶员，企业要按防疫要求，做好核酸检测。不得出京至中高风险地区运营，巡游车企业要加强GPS监控，监测核查出京巡游车运营情况；网约车平台公司要采取技术手段，禁止网约车出京至中高风险地区运营。

积极引导乘客使用非现金方式结算，后排入座，尽量减少直接或间接接触。对于使用现金支付的乘客，巡游出租驾驶员应使用“北京市出租车疫情防控乘客信息登记系统”手机程序进行信息登记。

巡游出租汽车企业、网约车平台公司疫情防控主体责任要落实到线上线下全体驾驶员，切实负起责任，进一步加强对本单位人员的健康监测，每日掌握并记录全部所属驾驶员体温状况和“北京健康宝”状态，监控并督促驾驶员落实佩戴口罩和车辆消毒通风等措施，督促从疫情发生地区回京人员落实隔离观察等措施，严防疫情传播。

驾驶员和乘客 应全程佩戴口罩

在车辆消毒方面，重点区域如司机方向盘、座套、安全带、座椅、脚垫、后备箱等重点区域要每4小时消毒1次。若出现人员发热等情况，应立即对接触区域及设施设备进行消毒。车门把手、车窗升降按钮、后备箱按钮等重点部位要每运次消毒1次，驾驶员可随车携带使用醇类消毒湿巾对重点部位进行消毒。

此外，车辆通风时间间隔为每运次1次，优先开窗自

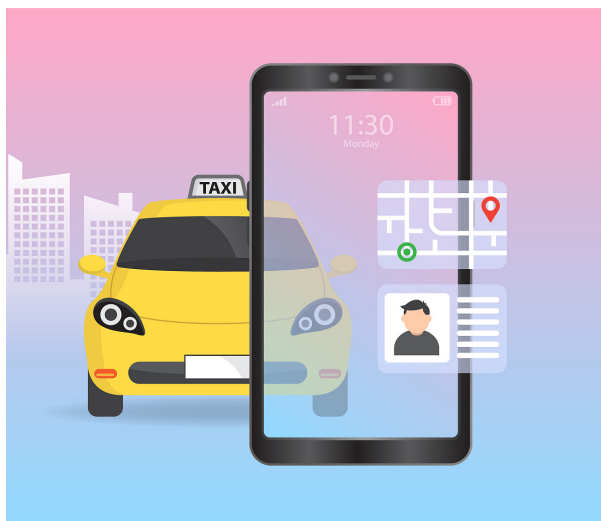
然通风，确保空气流通和足够的新鲜空气供应。在室外温度和车速等条件适宜情况下，经乘客同意，可关闭车内空调，开窗通风；使用空调时，应当选择外循环模式。

驾驶员和乘客应全程佩戴口罩。对经劝阻后拒不佩戴口罩的乘客，驾驶员可以拒绝提供运输服务。驾驶员应当于每日发车前、收车后各进行1次体温测量和“北京健康宝”状态自查。

网约车平台设置 中高风险地区电子围栏

目前，首汽约车企业内部将北京全域车辆疫情防控等级调整为中级，并重启消毒专项工作。全平台在京司机，每天出车前测量体温、佩戴口罩，通过确认后方可出车。出车前要求司机对车内外人体接触部位进行喷雾消毒，并开窗通风。驾驶员在服务过程中，平台也会对司机佩戴口罩情况进行监测。在每单服务结束后，App会进行语音强提示，进行开窗通风、消毒及佩戴口罩。同时，平台禁止车辆出京至中风险地区运营，针对北京中风险地区，也设置了电子围栏，保证车辆无法驶入中风险地区，提升防疫安全保障。

记者从北方出租车公司获悉，该公司严格落实各项防疫措施要求，准备了大量的口罩及消毒液，为司机配发。同时，乘客上车后，首先要用规定的手机程序进行乘客身份信息登记。（北京晚报）



坐地铁拒戴口罩将报警110

记者从北京地铁公司了解到，为严格落实防疫措施，北京地铁坚决制止不佩戴口罩、纠正不规范佩戴口罩的行为，对于不听劝阻者可直接拨打110报警处置。

记者在地铁10号线安贞门站看到，安检口处的墙壁上贴着宣传画，提示乘客全程佩戴口罩，接受体温检测，配合分流进站。一位安检员告诉记者，进入安检时乘客要佩戴好口罩，如果忘记携带口罩，可以到口罩售卖机购买，没有佩戴口罩的乘客将无法进站。

据北京地铁公司介绍，为做好疫情防控工作，公司先后分5批次对164座车站安装了非配合式热成像体温测试仪，共计459台。发现体温异常乘客，及时采取临时隔离措施，并拨打急救电话处置。

此外，北京地铁公司持续做好乘客手部频繁触摸部位在运营时段每小时消毒一次的措施；其他运营设备设施、卫生间及办公区域由原来每天消毒5次调整至每两小时彻底消毒一次；电梯按钮、门把手等频繁接触部位应经常性擦拭消毒，让乘客感受到安全的出行环境。同时，做好车站隔离区消毒工作。

同时，北京地铁公司发出倡议书，号召乘客志愿者以身作则，按规范佩戴口罩乘车。地铁发布《疫情防控期间遇乘客不安全行为“怎么办”》，累计开展线上线下培训4万余人次，引导乘客志愿者在乘车全过程中及时发现纠正身边不佩戴口罩或不规范佩戴口罩的不安全行为。站务员、乘务管理员、平安地铁志愿者加强站厅、站台及车厢内的巡视，及时制止乘客不戴口罩行为。发现未佩戴口罩乘客，工作人员将及时进行拦截，对未戴口罩乘客进行提示劝离，对于不听劝阻闹站的乘客将再次拦截并报警。

据统计，去年12月28日至31日，北京地铁公司共制止不佩戴口罩行为926起，不规范佩戴口罩行为5642起。通过全网711台自助口罩售卖机日均售卖1000多个口罩，满足疫情防控需要。下一步，北京地铁公司将充分发挥乘客志愿者“随手做志愿”的优势和作用，营造“防疫安全从我做起，人人规范佩戴口罩”的良好氛围，制止和纠正乘客不规范佩戴口罩的行为，阻断疫情在地铁的传播渠道。(北京晚报)

北京今年小客车指标年度配额为10万个

1月4日，北京市小客车指标调控管理办公室公布了2021年小客车指标总量和配置比例，今年小客车指标年度配额为10万个。其中，普通指标额度4万个，个人和家庭指标额度占年度普通小客车指标配额的95.5%，共计38200个，个人和家庭同池摇号；新能源指标额度6万个，家庭指标额度占年度新能源小客车指标配额约54.2%，共计32520个，个人指标额度占年度指标配额约36.1%，共计21680个。

具体通告如下：

一、2021年小客车指标年度配额为10万个，其中普通指标额度4万个，新能源指标额度6万个。

二、2021年小客车指标配置比例如下：

1.普通小客车指标。个人和家庭指标额度占年度普通小客车指标配额的95.5%，共计38200个，个人和家庭同池摇号；单位指标额度占年度指标配额的4%，共计1600个；营运小客车指标额度占年度指标配额的0.5%，共计200个。

2.新能源小客车指标。家庭指标额度占年度新能源小客车指标配额约54.2%，共计32520个；个人指标额度占年度指标配额约36.1%，共计21680个；单位指标额度占年度指标配额的5%，共计3000个；营运小客车指标额度占年度指标配额约4.7%，共计2800个。(央视新闻)

北京消费券累计实现销售额135.2亿

自2020年6月6日启动的“北京消费季”圆满收官。市商务局1月4日发布统计数据，北京消费季累计发放餐饮购物消费券、智能产品消费券和餐饮外卖消费券3900万张，实现销售额135.2亿元，拉动杠杆14.8倍。

在严格落实疫情防控措施前提下，按照“政府搭台、企业唱戏、全民参与”模式，以首都丰富的商旅文体资源为依托，围绕“京彩”“京券”“京品”“京韵”“京味”“京炫”六大板块活动，覆盖餐饮、购物、文化、旅游、休闲、娱乐、教育、体育、健身、出行等十大领域，累计开展千余项线上线下促消费活动，全力打响北京消费季活动品牌，为消费市场全面复苏注入新活力。

北京消费季期间，每周末在前门、新世界、国贸等全市80个地标、商圈和特色街区持续点亮夜京城。举办了首届北京国际光影艺术季“万物共生”户外光影艺术沉浸式体验展、五棵松调调街市集、新隆福国潮书市、麒麟新天地星空音乐节、大兴绿地缤纷电影节、夜游八达岭长城等商旅文体深度融合活动30余场。

北京消费季期间开创直播带货新纪录。去年6月6日北京消费季直播带货活动实现销售额近14亿元，刷新直播带货新纪录。去年11月举办的首届北京网络直播大赛，共吸引北京300余家企业参与，其中超过50%的企业首次通过抖音直播带货，推荐京城好物，企业参赛短视频、直播间累计观看量、曝光量总计超过3620万次，大赛相关话题在抖音平台传播量破3.3亿次。

此外，消费季期间举办了首届网红打卡地评选、网红打卡地拔草行动、畅游京郊等主题活动。开展首届嗨吃龙虾节、京津冀火锅节、星厨秀等玩转京城美食活动。举办亲子节活动，打造“亲子惠时光”“越拼越精彩”“欢乐总动员”“亲子趣课堂”“亲子嘉年华”五大主题9场活动；开展北京银发节活动，以“重阳钜惠 暖心来袭”为主题，组织了近200家企业参与，覆盖服饰、餐饮、家居、健康、旅游等多个行业，促进老年消费。同期开展家居节活动，组织居然之家、红星美凯龙、集美家居、宜家家居等200余个家居优选品牌，推出炫彩生活家居助力、亿元家居消费券惠及全城、老房焕新送好礼、特价爆款底价让利等主线活动，实现销售额41.6亿元，环比增长56%。

按照“政府引导、平台支撑、企业助力、供需两端受益”的原则，发放餐饮购物消费券、智能产品消费券和餐饮外卖消费券，京东、北京苏宁、小米、国美、美团、饿了么等六家平台，累计发放3900万张，实现销售额135.2亿元，拉动杠杆14.8倍。带动工商银行北京分行、北汽集团、北京苏宁等企业自主发放满减券、折扣券共约100亿元。

据悉，2021年，北京消费季活动将重点围绕国际消费中心城市建设持续开展，助力北京不断提升全球枢纽度、创新引领度、产业支撑度、生态融合度和政策开放度。以文商旅体教促消费活动为核心，不断创新优质商品服务资源供给。发挥首都平台和窗口优势，吸引国内外知名品牌首发，引导北京品牌加大中高端、个性化、定制化、绿色健康产品的研发、设计和生产制造，推进品牌孵化培育行动，通过系列促消费活动，不断提升“京品”品牌影响力和文旅服务消费能级，挖掘体育服务消费潜力，扩大教育服务消费规模，培育健康服务消费市场，满足多层次、多样化、个性化消费需求。（北京青年报）





王庆凯

“算法”岂能变“算计”？

近年来，中国互联网平台经济发展迅速。在购物、出行、旅游、外卖等领域均出现了大型平台。这些平台通过成熟的技术、精准的算法极大方便了民众生活。

但这一过程中，部分平台也在利用算法侵害消费者权益。大数据杀熟、左右好评率、预设中奖对象等“算法作恶”事件层出不穷。

有些平台经营者利用算法进行价格歧视。对新老用户制定不同价格、会员用户反而比普通用户价格更高、不同地区的消费者价格不同、多次浏览页面的用户价格更高。

受算法侵害不仅是消费者，还有平台上的商家。一些平台利用所处优势地位通过算法在流量分配、搜索排名等方面设置障碍和限制，控制平台内经营者开展交易，强迫商家“二选一”，影响公平竞争和消费者选择。

频发的“算法作恶”事件引发消费者不满。前段时间某外卖平台会员比非会员配送费高的“大数据杀熟”事件，引发公众强烈关注，该话题在新浪微博阅读量达到7.3亿。强化算法监管已成舆论主流呼声。

算法本是一种中性技术手段，无善恶之分。经营者可以向善，利用算法更好地服务消费者；也可以作恶，利用算法钻法律漏洞，侵害消费者合法权益。

“算法作恶”背后实际潜藏着经营者的价值观念。“流量至上”“利润至上”的算法应用，让经营者行为违背法律、违背道德、违背伦理。平台经营者不应被算法扭曲价值取向和道德观念，更不应该将消费者视为掌中“玩物”。

互联网条件下，由于信息占有、技术应用以及算法的隐蔽性等原因，网络平台经营者处于更为强势的地位，个体消费者很难与之抗衡。如果任其无序发展，不仅有害市场经济公平有序竞争，还会让消费者被算法压榨，成为技术的欺凌对象。

当此之时，监管部门出手加强网络消费领域算法规制，保障消费者知情权、选择权和公平交易权显得尤为必要。

在算法应用中，网络经营者应当加强自律，守法经营，切实承担应尽义务和责任，维护好消费者的合法权益。平台更不应该以所谓“精准”推荐代替公共选项，利用消费者信息占有不足，实施片面诱导，从中渔利。

保护消费者免受不正当算法侵害，需要加强算法应用的有效规制。比如，在《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律中，增加算法应用的相关规定。

保护消费者免被算法“算计”，相关部门还应要求平台经营者保障算法应用的透明、公平、诚信；明确经营者使用算法应做到可知、可查、可逆；明确举证责任倒置规定，强化算法实施方的举证责任，解决消费者举证难、鉴定难。

互联网新经济领域，算法应用十分广泛，也十分复杂。保护消费者免受不正当算法侵害，还需要社会共治。有关行政部门应加强相互协调，细化监管职责；完善执法依据，做好规章废改衔接；培育第三方技术鉴定机构，强化对算法应用的技术审核力量。

不再让消费者成为平台算法的“算计”对象，应该成为今年中国互联网监管的重头戏。

（中新社）

婴儿霜乱象亟待根治



笃鲜

近日，“老爸测评”在网上发布标题为“‘大头宝宝’卷土重来？背后真相令人发指！”的视频，备受关注。

视频中，5个月大的婴儿出现发育迟缓、面部肿大、多毛等症状。据视频发布者称，该婴儿曾使用过欧艾婴童健康护理用品有限公司取得“（闽）卫消证字”的婴儿霜“益芙灵多效特护抑菌霜”，经检验，该产品含有30多（mg/kg）的激素（氯倍他索丙酸酯）。涉事企业回应称产品送检合格，该婴儿仅使用该产品10天。目前，漳州市卫健委联合市监局介入调查，已责令召回涉事产品，通知经销商作下架处理。

婴儿的症状与使用婴儿霜有无直接关联？检验结果到底是怎样的？发布者所说“母婴用品店极力推销该产品”的情况是否属实？公众迫切想要知道答案。不仅仅是有婴幼儿的家庭，几乎所有社会成员都希望，选用产品时可以更容易一些、再放心一些，不必为了自己和家人的生命健康而被迫变成相关领域的“专家”。这种最为基本的、本不该成为愿望的愿望，应当得到保障。

这起事件还没有定论，但根据新华视点等媒体报道，我国近年出现过多次婴儿霜被检验出含有激素的案例。

问题出在多个方面。首先是生产者钻监管制度空子。激素类药物药效迅速显著，但具有较强的副作用。根据相关规定，“妆”“消”字号产品不允许添加激素成分，“国药准”字号产品可以添加激素，但获准上市前要经过数年的测试验证。相比之下，申请“妆”“消”字号所需审批时间很短，在检验是否含有激素时只核查某些成分。有些生产者在利益驱使下申请“妆”或“消”字号，在产品中添加不在检验项目之列的激素成分，成了漏网之鱼。此次引发争议的“氯倍他索丙酸酯”，就不属于申请“消”字号时需要被检验的地塞米松等6种激素成分。

其次，商家混淆概念误导消费者。“消”字号产品要被检验的激素成分很少，是因为它属于卫生消毒用品范畴，不具备疗效，国家也禁止生产者对其作疗效宣传。然而，非专业人士一般很难区分“消”“妆”“卫”“药”等字号，但知道“零添加”“纯天然”是好的。于是部分商家故意对产品效用含糊其辞，同时用零添加等宣传语欺骗消费者购买。殊不知“消”字号产品根本不能作为婴儿霜长期使用，更不是所谓零添加。

治理婴儿霜乱象需要对症下药。生产方面，药监局、卫健委有必要加强对“消”“妆”字号尤其是作用于人体的产品的监管力度，适当提高抽查频率与检验范围，对不法商家严加整治。在销售领域，市场监管部门需要拿出严惩虚假宣传的决心。据报道，广州部分药店、母婴店货架上的婴儿霜为“消”字号，店员普遍采用“自家孩子也在用”的推销话术。这些门店与生产厂商之间是否存在利益关联，店员是否受过医药用品使用的规范培训，一些母婴用品网店中“消”字号婴儿霜又是如何获得数千条好评的，如此等等，都有待进一步监督调查。根治乱象或许很难，但无论如何要有所行动。（南方日报）



潘铎印

合力遏制“盲发快递”骗局

近日，有多人爆料称，最近没有买东西，却收到一个到付快递，而打开快递却发现无非是一些几块钱的地摊货，价值远远低于到付款。记者对此线索追踪发现，这种快递背后是一条涉及购买个人信息、盲发快递、外包客服的黑色产业链。业内人士和专家提醒，来源不明的货到付款快递不要签收，接收快件时最好当场验货，同时呼吁尽快建立个人隐私保护机制。

盲发快递受害者一般收到的是数据线、指甲剪、毛绒玩具等，单件金额都不大。诈骗者通过不同渠道获得顾客信息后，无需顾客下单购买商品即可发货，利用“到付”手法来进行骗钱。据媒体报道，广东的蔡某等人通过盲发快递，短短两月内成功发出4000多件快递，诈骗金额高达40多万元。

现实生活中，许多人在收到陌生快递时往往会以为是家人、朋友购买的，选择付款签收，等到发现上当受骗后，由于单次金额小、维权成本高，不少消费者不愿意自付运费或经历漫长的“折腾”而放弃退货，更鲜有报案。这种诈骗手法性质十分恶劣，严重扰乱了正常的网购及快递秩序，严重危害民众的财产安全，危害经济社会的健康有序发展。

“盲发快递”并非盲发，骗子能够“精准”发送的个人信息是不法分子泄露交易用户的个人信息。大数据时代，个人信息暴露在电商、外卖等不同的平台上，快递面单、系统漏洞等给不法分子提供了可乘之机。由此，相关部门要从法律规范、行业标准、技术手段等方面加强对个人信息的保护，建立个人信息的保护机制，对泄露、买卖个人信息的违法行为进行严厉打击，斩断“盲发快递”背后精心设计、环环相扣的黑色产业链。对消费者来说，收到来历不明的“货到付款”快递，要当场验货，发现异常则拒收，若掉入诈骗陷阱，也别自认倒霉，应及时反馈给快递公司或报警，决不让“盲发快递”骗取自己的智商税。

《快递暂行条例》明确规定了实名收寄制度和快递企业查验义务，如果“收寄快件未查验寄件人身份并登记身份信息，或者发现寄件人提供身份信息不实仍予收寄”，由邮政管理部门依照《邮政法》等法律法规予以处罚。快递公司要严格执行法律规定的快寄义务条款，全面落实快递实名制，杜绝寄件人填报虚假地址、身份信息、电话号码等行为，加强对快递物品的检视，尤其要对异常的快递业务提高警惕，利用大数据等技术手段，对投诉纠纷较多的寄件人进行甄别、警示，从源头防范并减少盲发快递，使“盲发快递”无空可钻。对查验责任落实不到位的快寄企业，甚至违规操作成为盲发套利帮凶的坚决予以处罚，倒逼企业落实责任，保护公众财产安全。

合力遏制“盲发快递”的骗局，相关部门要做好个人信息保护工作，规范人员信息使用；消费者要提高警惕防范“盲发快递”骗局；快递公司更要守土有责、守土尽责，严格落实快递相关细则，依法依规开展经营业务，合力铲除盲发快递黑色产业链，促进快递行业健康发展。（中国消费者报）

芯片培训的“美丽谎言”亟待打假



丰收

据报道，“零基础，上四个月网课，就可以成为专业芯片人才，拿25万元起的年薪。”“小班教学，理论+实训，签保就业协议，不能就业全额退款。”这是两家芯片培训机构打出的招生标语。更有培训机构工作人员透露：“2020年前11个月的招生人数是2019年全年的5倍多。”

芯片作为高端工业的核心产品，近年来受到资本、政府高度重视。有数据显示，2019年注册在案的芯片企业为53238家，2020年为59793家，是2014年的近5倍，比10年前增加了近100倍。而芯片企业数量快速扩张必然需要大量人才。有白皮书指出，到2022年，芯片专业人才缺口将近25万。

市场对芯片人才有需求以及这种需求带来的商机，马上被嗅觉敏感的培训机构捕捉到了。此前，由于人工智能产业的人才缺口多达30万，社会上马上涌现出各种人工智能速成班。但据记者调查，人工智能培训行业存在夸大培训效果、讲师资质参差不齐等乱象。芯片培训似乎也在重复着某些乱象。

仅以招生宣传为例，就存在不少“水分”。真实情况是，目前，芯片企业对员工的学历、经验都有着较高的要求。而培训机构却宣称“零基础，上四个月网课，就可以成为专业芯片人才”。这种速成式培训出来的所谓人才，恐怕不是芯片企业所需要的专业人才。即便是签保就业协议，也未必能就业。

再从承诺的年薪来看，也是个“美丽的泡沫”。有报告显示，2019年芯片人才平均招聘薪资为10420元，十年工作经验的芯片人才平均招聘工资为19550元。这与从业者所提供的数字很接近。但培训机构却宣称，经过四个月短训就“拿25万元起的年薪”，这怎么可能？可见，这种招生标语纯属“吹牛”。

但不排除一些人相信芯片培训机构的谎言，认为芯片产业缺大量人才，培训之后就业应该没有问题；而且，芯片属于高端行业，会认为未来待遇应该不会低。也就是说，某些人之所以抛出谎言，是因为有人相信谎言。当真真假假的信息混淆起来，不明就里的人就会相信谎言，为“天价”培训买单。

除了招生宣传造假外，或许还有其他造假行为。比如说，讲师资质方面会不会造假？学员能力证明等方面是否造假，都值得追问。拿“流片”来说，培训机构称，学员通过实训后会给“流片”，以此证明学员确实掌握了这方面的技能，但有芯片从业者不客气地指出，“培训机构会给流片更是瞎扯”。

这一报道无疑戳穿了芯片培训机构的不少谎言，对公众是一种提醒。但是，芯片培训机构的“假”不能只靠媒体和个别业内人士来打。之前，经过芯片培训机构短训的结业学员，如果培训效果、就业情况、薪酬待遇与培训机构的承诺有严重出入，也应该勇敢地揭露真相，通过有关方面进行维权。

有关方面也应该根据媒体报道顺藤摸瓜，对芯片培训机构的虚假宣传和其他造假行为进行查处，以免更多人被误导，上当受骗。另外，想参加这种培训的人要清醒意识到，不是每种专业都能经过短训就会拿到高薪。作为技术含量极高的芯片，更不可能零基础的人简单培训后就成为专业人才。（北京青年报）

防疫不放松 出游需谨慎

各地寒假及春节假期临近，国内疫情防控依然不可放松。出游过程中，要注意什么？

提醒一：减少不必要出行

临近春节，国家卫健委发布关于做好2021年元旦和春节期间新冠肺炎疫情防控工作的通知，鼓励员工在工作地休假。文化和旅游部也提醒广大游客，春节期间合理安排行程，减少不必要出行，非必要不安排出境旅游，不要前往国内中高风险地区旅游。

提醒二：提早了解当地政策，留意退改签动态

出行前，密切关注卫健、文旅、公安、交通、气象等部门发布的出行提示，加强风险评估，合理规划线路。

留意退改签动态。近期，多家航空公司发布涉北京、石家庄航线国内客票退改方案。中国国家铁路集团有限公司对外宣布：为配合各地疫情防控要求，铁

路部门将推出免费退票措施。该措施显示，自1月7日0时起，旅客在车站、铁路12306网站（含手机客户端）等各渠道办理1月6日24时前已购列车的有效车票退票时，均不收取退票手续费，购买的铁路乘意险一同办理。

提醒三：提早预约 注意个人卫生防护

根据文化和旅游部的部署，春节假期继续执行“75%”政策。“75%”政策，即景区接待游客量不超过最大承载量的75%等。

旅游期间要注意个人卫生防护，养成“一米线”、勤洗手、戴口罩、用公筷等卫生习惯和生活方式。外出旅游时，要切实增强疫情防护意识，带足备用口罩、消毒湿巾等防护用品，提前预订好酒店、景区门票，自觉遵守当地疫情防控管理规定。

（广州日报）

年底聚会 订餐需谨慎

随着新年临近，又到了各种聚会的高峰期，由于国内疫情有新的情况出现，太原市消费者协会建议广大消费者最好不要去饭店聚餐，提倡一家人在家里做饭团圆。如有特殊原因不得不外出聚餐的，消协提醒以下几点：

一、选择有资质的饭店。消费者订餐时要选择又惊讶许可证的正规饭店，需要时签订书面合同，确定细节，尤其是违约责任，注意是否有不合理收费。

二、注意自我防护。新冠疫情还没有彻底结束，我们出门还是要注意戴口罩，与人保持一米以上距离，回家勤洗手、勤通风，尽量不去人员密集的地方。

三、使用公筷公勺。希望大家在聚餐时，无论是

家庭或是朋友同学，要避免帮别人夹菜，一定要使用公筷公勺。

四、注意“定”“订”金的区别。一般原则是订金可以退，定金不能退，给付定金不履行合同义务的，无权请求返还定金，收取定金方不履行合同义务的，双倍返还定金。定金的数额不得超过主合同标的额的20%，超过的部分无效。所以消费者在订餐时应充分考虑清楚。

五、勤俭节约反浪费。建议大家在点餐时按人数点，尽量不要浪费，提倡“光盘”行动。

六、保留证据便维权。消费者应保留好预订票据、书面协议、收据、发票等凭证，以便在合法权益受损时打电话投诉。（太原市消协）

警惕网络平台诱导过度借贷风险

一些网络平台为获取海量客户，通过各类网络消费场景，过度营销贷款或类信用卡透支等金融产品，诱导过度消费。对此，中国银保监会消费者权益保护局发布2020年第六期风险提示提醒广大消费者：要树立理性消费观，合理使用借贷产品，选择正规机构、正规渠道获取金融服务，警惕过度借贷营销背后隐藏的风险或陷阱。

一是信息披露不当，存在销售误导风险。一些机构或网络平台在宣传时，片面强调日息低、有免息期、可零息分期等优厚条件。然而，所谓“零利息”并不等于零成本，往往还有“服务费”“手续费”“逾期计费”等，此类产品息费的实际综合年化利率水平可能很高。部分营销故意模糊借贷实际成本的行为，侵害了消费者知情权，容易让人产生错误理解或认识。

二是过度包装营销，陷入盲目无节制消费陷阱。一些机构在各种消费场景中过度宣扬借贷消费、超前享受观念。这种对贷款产品过度营销、过度包装的行为容易诱导无节制消费，尤其易对金融知识薄弱人群、没有稳定收入来源的青少年等产生误导。有的未成年人、青少年在网络平台借钱后，给明星打榜、集资、包场、送“粉丝应援礼”，“借贷追星”现象蔓延。盲目借贷、盲目消费终会侵害金融消费者自身权益。

三是过度收集、滥用客户信息，存在个人信息使用不当和泄露风险。一些网络平台的网贷营销罔顾消费者利益，利用“土味”“奇葩”广告吸引流量，套取客户信息。在营销或借贷过程中，通过广告页面过度收集并滥用客户信息，甚至在消费者不知情的情况下，将客户信息在平台方、贷款机构、出资方之间流转，侵害了消费者信息安全权。

四是无序放贷，导致过度负债。一些网络平台宣称贷款手续简单，诱惑消费者点击办理，有的机构甚至给未成年人、在校学生、低收入人群等过度放贷，进行暴力催收，冒充司法机关恶意催收，针对借款人亲属朋友进行催收，引发一系列家庭和社会问题。

针对这些过度借贷消费营销行为，中国银保监会消费者权益保护局提醒广大消费者：要坚持从实际需求出发，树立量入为出的理性消费观，远离过度借贷消费营销陷阱。

一、理性消费，量入为出

要认真看清借贷产品内容，某些营销过度宣扬的“借贷消费”“超前享受”“借贷追星”行为不值得提倡，不值得效仿。对自身的经济承受能力要有正确评估，杜绝不计后果盲目借贷、盲目消费行为。过度借贷往往导致资金断流，最终会使消费者个人甚至家庭陷入困境。

二、合理使用借贷产品，切勿“以贷养贷”“多头借贷”

天下没有免费的午餐。消费者应了解网络平台贷款、类信用卡透支及分期等借贷产品，知悉借贷息费价格、期限、还款方式等与自身权益密切相关的重要信息，警惕一些机构或平台所谓“免息”“零利息”的片面宣传。合理发挥借贷产品作用，树立负责任的借贷意识，不要过度依赖借贷消费，更不要“以贷养贷”“多头借贷”。

三、选择正规机构、正规渠道借贷

要选择正规机构、正规渠道获取金融服务，注意查验相关机构是否具备经营资质，防范非法金融活动侵害。对不明的电话、链接、邮件推销行为保持警惕，不随意点击不明链接，不在可疑网站提供个人重要信息，增强个人信息保护意识，防范诈骗风险和个人信息泄露风险。（中国银行保险监督管理委员会）



体育行业的预付式消费投诉频发

根据有关监测信息，近期本市体育行业预付式消费投诉呈高发、频发态势。为维护广大体育消费者的合法权益，营造良好的消费环境，现作如下风险提示：

一、预付式消费风险增大。本提示所称预付式消费产品包括各类预付式体育健身会员卡（年卡、季卡、月卡等）、私教、体育培训、健身课程等，泛指采用“先交钱、后消费”的各类体育服务产品。受疫情影响，近期健身行业并店、撤店等现象突出，预付消费风险增大，请广大体育消费者提高警惕。

二、应认真核实经营主体信息。付费交易前，要认真确认经营主体资格，注意核实营业执照、许可证照是否具有合法性，经营地址与营业执照的注册地址是否一致等。认真查验所开具发票是否与营业执照上的单位名称一致。建议选择证照齐全、经过主管部门备案、社会信用较好、健身环境舒适、经营状况好的体育经营主体。

三、应慎重选择体育服务提供商家。对未能取得合法经营资格的健身场所，或规模较小、环境较差、经营和管理状况不佳、开业时间较短或经营场

所租赁期将至、存在停业（歇业）、撤店等风险的商家，消费者要慎重选择，避免遭遇消费纠纷。

四、应认真签订书面交易合同。消费者办卡时要增强自我保护意识，不应仅依口头承诺。在交易时应认真签订书面交易合同，为事后维权提供法律依据，并应重点关注以下内容：“交易冷静期”，预付卡使用、退卡方式，记名卡还应包括挂失、转让方式；明晰收费标准和服务标准；消费者的权利、义务；纠纷处理原则和违约责任等。应避免与提供健身服务的个人发生交易或签订交易合同。

五、应避免购买大额度、长时间的预付消费产品。预付消费的额度越大、消费周期越长，消费的风险越大。消费者在办卡时应遵守市场基本规律，坚信“天上不会掉馅饼”，应保持理性消费。建议每次预付交易额不超过3000元，以免出现纠纷造成较大经济损失。倡导购买相关保险产品规避风险。

六、应坚持索取交易凭证和发票。为保障消费者权益，预付交易时一定要坚持索要正规发票，并妥善保管。一旦发生消费纠纷问题，便于司法申诉和维权。

七、纠纷投诉处理。出现预付卡消费纠纷后，消费者可依据交易合同（协议）约定的纠纷解决方式解决，也可依据《消费者权益保护法》向消费者保护组织寻求帮助。或采取合同仲裁、司法起诉方式解决。如经营者已关门或无法联系，其行为涉嫌恶意侵占他人财产，消费者应及时向公安部门报案处理。

“一处失信、处处受限”已成为现代社会管理的基本模式。失信欺诈必将与时代格格不入，必将失去整个市场。因此，倡导全市体育经营主体，要尊重市场、遵守市场规律，珍惜发展机遇，坚持诚信经营，共同维护良好的市场秩序，以优质服务赢取市场。另外，倡议积极尝试“年会员、月缴费”等多元营销方式，降低消费风险，增强客户黏性。（北京市体育局）



当心“预存话费送手机”消费陷阱

近期，不少消费者反映部分手机店以“预存话费送手机”名义推销商品或服务后，因话费返还额度不符、售前未充分告知消费条件和胁迫消费等原因引发了大量消费纠纷。据深圳市监督管理局宝安监管局统计，2020年10月1日至2020年11月30日共收到涉及“预存话费送手机”的相关投诉91宗，投诉反映的主要问题为：一、商家以“预存话费送手机”的方式诱导消费者充值高昂话费并承诺一定期限内返还完，但返现一次后，商家没有按照约定继续返现；二、商家以“免费抽奖送手机”和“0元购机”为噱头对外宣传，诱导消费者填写个人资料签署购机协议，却未告知须每天消费一定的话费额度并持续三到五年不等的时，否则将视为违约，当消费者发现消费陷阱后，商家以不履行协议将影响个人征信为由胁迫消费者继续消费，拒绝取消协议和退费。

针对以上情况，深圳市消费者委员会、深圳市市场监督管理局宝安监管局进行调查核实，发现此类投诉主要发生在宝安区西乡、沙井、石岩等地，消费者所描述的消费纠纷情况基本属实。“预存话费送手机活动”一开始是三大运营商的营销手段，但近年来大量商家打着三大运营商旗号以“预存话费送手机”、“免费抽奖送手机”和“0元购机”的方式误导消费，侵害消费者的合法权益。因此，深圳市消费者委员会、深圳市市场监督管理局宝安监管局提醒广大消费者勿贪图小便宜、消费前认清“预存话费送手机”、“免费抽奖送手机”和“0元购机”活动内容，选择资质良好的商家进行消费：

一、了解商家资质，认清套餐内容

消费者选择“预存话费送手机”消费模式前，应充分了解商家经营资质，建议通过正规运营商销售点进行消费；如通过非正规运营商销售点购买此类商品或服务，应选择资质良好、品牌实力较强的商家进行消费。消费前应了解清楚“预存话费送手机”套餐是否有各种消费限制条件，消费协议上应明确返还话费是否为运营商话费、返还期限和返还金额。

二、加强防范意识，警惕“免费”陷阱

部分不法商家利用消费者贪小便宜的心理，宣称“免费抽奖送手机”或“0元购机”手机，但实际上须充值高昂话费或每天消费一定的额度并持续三到五年不等的时才可免费获取，如遇此类情况，消费者应时刻提醒自己“天下没有免费的午餐”，认清各种消费限制条件，谨慎消费。

三、留存购物凭证，及时主动维权

消费者需保留合同、发票及其他相关消费凭证。如遇纠纷，可通过“315消费通”微信公众号、拨打12345电话等方式向深圳市消费者委员会、深圳市市场监督管理局进行投诉和举报。（深圳市消委会）



冬季取暖产品注意事项

随着冬季的来临，天气变冷，电暖器、电热毯、电暖宝等加热器作为冬季必备“神器”，备受广大消费者的青睐。虽然国家对此类产品实施了CCC认证管理，但部分厂家为了迎合市场竞争，刻意降低成本，忽视质量，在使用过程中极易引发安全事故，存在安全隐患。为切实维护消费者健康安全，避免伤害事件的发生，按照“早发现、早预警、早处置”的风险监控要求，四川省市场监督管理局根据网络舆论和消费者投诉，针对加热器产品发布消费警示，提醒消费者谨慎消费、安全使用。

一、存在的主要问题

在日常监管方面，主要依据GB 4706.1-2005《家用和类似用途电器的安全 第一部分：通用要求》、GB 4706.23-2007《家用和类似用途电器的安全 第2部分：室内加热器的特殊要求》、GB 4706.22-2008《家用和类似用途电器的安全 驻立式电灶、灶台、烤箱及类似用途器具的特殊要求》等要求，对触及带电部件的防护、输入功率和电流、发热、工作温度下的泄漏电流和电气强度、耐潮湿、泄漏电流和电气强度、非正常工作、稳定性和机械危险、机械强度、结构、内部布线、电源连接和外部软线、外部导线用接线端子、接地措施、螺钉和连接电气间隙、爬电距离和固体绝缘等项目进行检测，其中对



触及带电部位的防护、发热、工作温度下的泄漏电流和电气强度、非正常工作、结构、电源连接和外部软线等项目出现不合格概率较高。

（一）对触及带电部位的防护不合格。主要表现为对触及带电部位的防护达不到要求，会导致使用者触及带电部位，从而发生触电事故。

（二）发热不合格。主要表现为加热器表面温度过高，会导致使用者触及加热器表面时被烫伤

（三）工作温度下的泄漏电流和电气强度不合格。主要表现为电气强度达不到要求也就是绝缘材料不合格，可能导致使用过程中发生触电事故。

（四）泄漏电流和电气强度不合格。主要表现为电气强度达不到要求，即绝缘材料不合格，可能导致使用过程中发生触电事故。

（五）非正常工作不合格。主要表现为加热器表面温度过高，会导致使用者触及加热器表面时被烫伤。

（六）结构不合格。主要表现为便携式加热器的底部有允许小物件进入和触及带电部件的孔眼，如果有可导电的小物件进入加热器内，会导致加热器短路，可能引发火灾。

（七）电源连接和外部软线不合格。主要表现在所使用的电源连接线截面积偏小，在正常使用中很容易导致电源接线不能承受产品的额定负荷而发热，引起短路、燃烧等安全事故。

（八）接地措施不合格。主要表现在加热器通电时接地不良，易造成触电危险。

日常监管中发现的上述问题，主要是因为生产厂商质量意识淡薄，疏于流程管理，对产品标准不熟，技术工艺水平不足等原因造成。此外，也存在部分厂商对原材料把控不严，偷工减料降低成本等问题，一味牟取利润，置消费者人身安全于不顾。

二、消费和使用建议

针对以上问题，在强监管、督促企业落实产品质

量主体责任的同时，也提示广大消费者在购买和使用加热器产品时，应注意以下事项。

（一）购买建议

1.消费者在购物时应选择正规商家或知名度高的厂家生产的产品。

2.在实体店购买商品时，应注意商品上要有CCC标志，并仔细查看包装，有无产品名称、厂名、厂址和使用说明书等，避免选择“三无”产品。同时检查商品是否完好，有无破损，充电线是否平整等。

3.在网上购买商品时，需要选择信誉良好的购物平台，到货之后认真检查产品是否包装完好，是否有上述第2点罗列的标识信息等。

4.购买商品后，都要索证索票，保留好购物凭证。

（二）使用建议

1.仔细阅读产品使用说明书，取暖器在使用过程中应严格按照产品说明书使用标准来使用。

2.取暖器的电源插头应在使用时才插入插座，不

用或外出时切记要拔出；不得直接将取暖器置于电源插座下面，并远离可燃烧物；不得将水和其他液体淋在取暖器上，否则会造成电热元件损坏、短路和漏电；不得在取暖器的表面覆盖任何物品，不能将取暖器倒置使用。

3.使用取暖器的房间应具备一定的保温条件，不应有过大的通风口；使用时不宜敞开门窗，以免热量损失过大。

4.充电式取暖器在充电时应不离人，使用时不能用力摔打、弯曲充电线；对流式取暖器的进气口和排气口严禁有杂物堵塞，并要在取暖器前留有足够大的空间，以利空气畅通加强对流效果；带反射罩的取暖器在清洗反射罩前，必须将插头从电源插座中拔出；电热水袋长期使用后，水袋材质易老化，应及时更换。

5.在使用过程中如发现存在质量问题的产品，请及时拨打消费维权热线12315，以维护自身的合法权益。（四川省市场监管局）

社区团购如何远离“假冒伪劣”？

社区团购作为新消费模式，为居民购物带来便捷，也因发展不够规范，消费者对其虚假促销、商品质量等问题投诉不断。湖南省消费者权益保护委员会最新发布2021年1号消费提示，提醒广大消费者在社区团购活动中要科学理性选择，远离假冒伪劣产品，维护自身合法权益。

一、选择信誉良好、售后规范的团购平台

目前，从事社区团购的经营者形形色色，既有正规的电商平台，也有微商、社交平台，还有一部分个人组织的微信团购群。消费者在选择前一定要认真甄别，查看平台资质，了解售后服务情况，选择信誉良好、售后规范的团购平台。

二、仔细查看供货渠道，关注食品安全

通过社区团购方式购买生鲜产品前，要询问供货商资质，了解供货渠道，仔细查看肉禽产品是否经过

检验检疫、农副产品是否经过检测、是否符合食品安全标准等；收货时，及时验收，查验产品优劣。

三、抵制低价诱惑，谨防合法权益受损

要根据自身需要理性消费，不要因团购平台的低价促销而盲目囤积产品，造成不必要的损失。要注意保护个人信息安全，谨防大数据杀熟。要抵制以低于成本价的倾销，要用长远的眼光看待低价销售等不正当竞争行为。

四、保留消费凭证，依法维护自身权益

消费者可通过采取录频、截屏等方式保存产品的宣传介绍与服务承诺，保留与团购平台“团长”的聊天记录以及电子订单、支付页面等消费凭证。一旦合法权益受到侵害，应及时向消费者组织申请调解或向有关行政部门投诉举报。（湖南省消保委）

购买“一对一”网课“三谨慎”

近日，青海省消费者协会收到多件涉及上海谦问万答吧云计算科技有限公司（学霸君）的消费者投诉，称消费者购买该公司“一对一”网课后，一直未安排老师授课，已无法联系到该公司。现省消协紧急提醒广大消费者，购买教育培训类网课时，要做到三谨慎：

一、要谨慎查看经营者是否具有资质。

消费者购买教育培训类网课时，首先要重点查看经营者相关资质，如营业执照或事业单位法人证书、民办非企业单位登记证书以及办学许可证，尽量选择在本地上册的经营者；其次要重点查看教师资格和课程安排，结合自身具体需要，慎重选择。

二、要谨慎了解合同约定是否合理。

消费者签订合同或提交订单时，要仔细阅读经营者提供的合同或协议内容。如果经营者未提供相关合同或协议，消费者应要求经营者提供或与经营者达成书面协议再进行交易。合同或协议中要明确约定课程上课时间、时长、费用等关键信息，并清楚约定双方的违约责任，以免发生纠纷时无法举证维权。同时，按照《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意

见》：“经营者收费时段与教学安排应协调一致，不得一次性收取时间跨度超过3个月的费用。”消费者在约定费用时要特别注意此项内容。

三、要谨慎确认支付渠道是否安全。

消费者在付款时要谨慎查看付款渠道是否正规、安全，收款人信息要与经营者信息进行对比、确认后行付款。同时，经营者如提供“分期付款”渠道，务必仔细阅读贷款协议内容，并与相关机构予以确认后再行办理。（青海省消协）



进口冷冻食品安全消费提示

近期，国内一些地区进口冷冻食品新冠病毒核酸检测阳性检出率明显增高，国外正处于新冠疫情爆发期，跨境运输中冷冻食品及外包装极有可能成为携带新冠病毒的载体，存在“物传人”的重大安全风险。为有效防范新冠疫情通过进口冷冻食品输入传播风险，做好“人物同防”，保障广大人民群众饮食安全和身体健康，辽宁省市场监督管理局在全面做好进口冷冻食品安全严格管控的同时，对进口冷冻食品安全消费提示如下：

一、疫情期间，谨慎选购

1. 选购进口冷冻食品，应到正规的超市或市场。购买时主动查看进口冷冻食品入境货物检验检疫证明、新冠病毒核酸检测阴性合格证明、消毒证明等“三证”是否齐全。网上购买进口冷链食品时，要查看网上商家是否公示进口冷冻食品“三证”信息。

2. 切勿购买、食用来历不明、无入境货物检验检疫证明、无新冠病毒核酸检测阴性合格证明、无消毒证明的进口冷冻食品。

二、选购过程，全面防护

3. 选购进口冷冻食品时，应佩戴一次性手套和口罩，尽量避免用手直接接触，做好个人防护。

4. 购物后应及时对手部进行清洗消毒，洗手前，双手不要碰触口、鼻、眼等部位。慎重通过海淘或代购购买境外冷冻食品，要密切关注海外食品检疫信息，做好外包装消毒。

三、烧熟煮透，生熟分放

5. 在加工进口冷冻食物前，要认真清洗食物。清洗过程中要佩戴手套、口罩做好防护。烹调进口冷冻食品时应烧熟煮透，不生吃、半生吃、酒泡、醋泡或盐腌后直接食用。

6. 进口冷冻食品放置冰箱冷冻室保存时，要与其他食品分隔存放，且不宜长时间存放，生熟食品要分开存放。

7. 处理进口冷冻食品所用的容器、刀具和砧板等器具要及时清洗、全面消毒，不要与处理直接入口食物的器具混用，避免交叉污染。

四、发热腹泻，尽快就诊

8. 食用进口冷冻食品后，一旦出现发热、腹泻等症状，要及时到发热门诊就医，主动告知食用时间、

食品种类和食材来源等信息，以免延误病情诊治。

广大消费者如发现有违法违规经营进口冷冻食品行为者，请及时拨打12315投诉举报电话，共同维护安全放心的食品消费环境。（辽宁省市场监管局）



警惕保健食品五大套路

伴随春节临近，保健品进入消费高峰期。天津市消协日前发布相关消费提示，提醒广大市民要增强识骗防骗意识，提高识别保健品欺诈和虚假宣传的能力。

目前市场监管部门和消协部门接到的相关投诉显示，食品、保健食品欺诈和虚假宣传的五大套路主要包括：免费赠送模式“引人上钩”、假称公益活动“冒用权威”、失实夸大宣传“现身说法”、主打亲情牌“温情攻势”、治疗效果好“立竿见影”。

为此，天津市消协提醒广大消费者选择保健食品时要做到“五个警惕”，警惕“药到病除”“权威证明”“专家义诊”“免费服务”“健康讲座”。购买保健食品需注意：保健食品不是药品，不能预防疾病，更不能代替药品；保健食品不能代替其他食品；保健食品不是灵丹妙药，别轻信“包治百病”；选购保健食品要选择正规渠道；选购时要认准“蓝帽子”标志，索取并保存好购买凭证。（天津市消协）

儿童润肤剂怎么选才安全

现在正值空气干燥的严冬，加上冷空气的刺激，人体皮肤更加脆弱，大人和孩子的皮肤保湿护理都必不可少。但近日，一个内容为“疑因使用添加大剂量强效激素的婴儿霜，致使5月龄宝宝出现脸肿大、多汗毛等症状”的视频冲上热搜，引发关注和热议。

我们在门诊中，遇到了专为此事前来咨询的家长，他们担心自己孩子所用的润肤产品也存在类似问题或孩子也存在类似症状。那么，儿童究竟有没有必要使用润肤剂？如何选择合适的润肤剂？什么情况下可以使用激素？今天，我们来为大家逐一解答这些问题。

皮肤干燥不护理可能出现湿疹

首先我们来了解一下儿童皮肤的特点。

进入干燥、寒冷的冬季后，儿童皮肤角质层中的脂质和天然保湿因子如尿素、乳酸盐等含量降低，再加上他们的皮肤发育本就不完善，皮脂腺分泌功能不全、组织修复能力较弱，更容易引发皮肤干燥、瘙痒等问题。从寒冷的户外环境进入温暖的室内环境后，随着环境、温度的剧烈变化，还会进一步加剧儿童皮肤的干燥、瘙痒不适等症状。

在临床上，上述的一系列原因均可引发儿童皮肤瘙痒症。如果皮肤干燥问题持续得不到改善，后期还可能出现红斑、丘



疹、脱屑等损害，发生干燥性湿疹和特应性皮炎。

所以，为了避免上述情况的发生，我们建议家长对儿童进行皮肤护理，尤其是在秋冬季节。正确选择并使用润肤剂，是预防皮肤问题的第一步，也是关键一步。此外，给儿童穿纯棉透气的衣物、家中维持50%以上的湿度、孩子的洗澡水温控制在37℃左右且清洗时间控制在5-10分钟之内、洗澡时使用弱酸性沐浴产品等生活细节，也不容忽视。

润肤首选“妆”字号

既然润肤剂这么重要，家长该如何选择呢？注意：一定关注儿童润肤剂上面的“标识”，包括儿童润肤剂的名称、适用人群、成分、使用方法、产地、生产和销售商、限期使用日期等信息。

特别提醒大家的是，合格的儿童润肤剂应依据《化妆品监督管理条例》《化妆品安全技术规范》（2015版）等有关规定审核，通过儿童化妆品申报与评审后，才可以认为该产品是安全的。而这些安全的儿童润肤剂应明确标识化妆品所执行的国家和行业准字，如“国妆准字”；地方生产化妆品应遵循执行地方和行业准字，如“化妆品生产许可证：浙妆字”；进口化妆品要获得“国妆备进字”等。

简单来讲，带有“妆”字号的产品，是相关监管部门批准的正规产品。实在搞不清状况的家长，只要认清这种标识，就可以最大程度规避儿童润肤剂中添加不知名化学成分的风险。

至于“消”字号涂抹皮肤的产品，儿童不是不能使用，但只能用于外用消毒杀菌，不具备调节人体生理功能的功效，且要注意产品的成分和使用时间的限制。

为避免过敏成分越简单越好

选择正规的儿童润肤剂保证安全性后，家长可以根据季节、

润肤剂的剂型、添加成分种类、大众口碑和专家推荐进行个性化选择。

我们建议，婴幼儿由于皮肤屏障功能差、锁水能力有限，应规律使用外用润肤剂，且应选择含有类脂及中间丝相关蛋白的润肤剂，之后再根据皮肤状态、季节、气候的变化进行调整。比如，现在处于气候干燥的冬季，应使用滋润性强的霜剂或膏剂；待天气转暖后，春夏季节可以换用透气性好的乳剂或露剂更为合适。大一些的儿童使用护肤产品，也是遵循以上原则。

润肤剂的使用频率一般为每天全脸或全身涂抹1-2次，遵循按需涂抹的原则，根据儿童皮肤的实际情况来调整使用次数。如果涂抹润肤剂几小时后，儿童的皮肤还是比较刺手，就需要再次涂抹或换用滋润性更强的剂型。注意，涂抹量应根据儿童皮肤的真实反应按需调整，不是一次性涂得越厚越好，可以多次涂抹。

选择儿童润肤剂，还应注意选择香料、防腐剂、乳化剂含量较少的产品。另外，一些容易过敏的儿童可能会对润肤剂中的添加成分，如燕麦、牛奶、橄榄精油等，产生过敏反应。所以在不了解孩子是否为易过敏体质时，安全起见应尽量选择成分较为简单的润肤剂。

我们在门诊中也经常提醒家长，当孩子初次使用某一款润肤剂时，应在其前臂内侧局部涂抹并过夜，如果没有红肿瘙痒等不适，再开始全身大面积使用。

勿擅用能“治湿疹”的“神奇”产品

皮科医生，尤其是儿童皮肤科医生，门诊最常听到的诉求就是“大夫，别给孩子用激素行吗？”问其原因，一般都是因为出现类似新闻中的事件后，在心里将激素药物的副作用无限扩大所致。

文章开始提到的新闻事件，我分析孩子的症状可能与商家添加激素强度过高（超强效的氯倍他索丙酸酯）、不注明激素成分、宝宝日常长期大量使用后，激素从皮肤大量吸收后所致。如果这件事由权威机构认定属实，那错的不是润肤剂，也不是激素本身，错在本不该添加任何激素成分的润肤产品中违规添加了激素；本该遵循医嘱才可正常使用的激素药物，却脱离了医生的专业指导。

最后，再次提醒广大家长，孩子出现湿疹等炎症性皮肤病，务必正规就诊用药治疗。如果商家推荐使用自称有治疗作用，且使用一两天后就能使湿疹完全缓解的润肤产品，一定要高度怀疑其中是否违规添加了激素成分，千万不要盲目相信这种“神奇效果”，擅自使用，以免对孩子皮肤及身体造成伤害。（北京日报）



延伸阅读

治湿疹，激素该用还得用

湿疹是儿童常见的慢性皮肤疾病，因其有病程较长、反复发作的特点，治疗是一个临床难题。很多家长都来咨询湿疹的治疗方法，我们的观点是“三分靠治疗，七分靠护理”，提倡治疗原则以恢复皮肤的正常屏障功能、寻找并去除诱发和（或）加重因素、减轻或缓解症状为主要目的。

但是，“谈激素色变”一直是儿童皮肤科用药过程中最常遇到的问题。其实，外用糖皮质激素对于一些炎症性皮肤病的治疗，无论是对于成人还是儿童，其作用的有效性和安全性都是远远高于其副作用的。循证医学证明，我们最常见的婴儿湿疹、特应性皮炎的治疗，局部外用糖皮质激素是国内外治疗指南中的一线用药方案。

绝大多数儿童出现湿疹，在临床治疗中最常用到的外用药物，有外用糖皮质激素（丁酸氢化可的松软膏、糠酸莫米松乳膏等）、钙调磷酸酶抑制剂（他克莫司软膏、吡美莫司乳膏等）、中药软膏，以及最新的磷酸二酯酶抑制剂等。药物的选择需要根据孩子的年龄、部位，以及疾病的严重程度来决定。

所以，遵照医嘱、规范合理、局部外用激素药物，其不良反应是可逆、可控的，家长不用为此过分焦虑和担心。

作者：张斌

北京儿童医院皮肤科副主任医师、
河南省儿童医院皮肤科特聘主任

电热水袋消费指引

冷空气来势汹汹，从北冷到南，全国多地迎来今冬最冷天，空气冷如冰箱。大家把压箱底的终极保暖装备都翻出来了，最便携的当数电热水袋，下象棋、打麻将、刷视频、追网剧时，电热水袋可以随取随用；甚至家里的喵星人，也喜欢靠着它暖身子。电热水袋简直就是“怕冷星人”的必备神器。

市场上电热水袋价格从十几元到几十元，质量参差不齐。在使用过程中因电热水袋爆炸、漏液造成烫伤、火灾等事故屡见不鲜，如选购或使用不当，加热方便的电热水袋很有可能是一颗“定时炸弹”！

深圳市消委会联合深圳市计量质量检测研究院从专业角度进行解读，为消费者购买电热水袋以及正确使用提供科学的指引，预防伤害事故发生，让电热水袋“暖手”又“安心”。

电热水袋在国家相关标准中的正式名称是“储热式电热暖手器”，现行的标准为GB 4706.99-2009《家用和类似用途电器的安全储热式电热暖手器的特殊要求》。

市面上常见的电热水袋有三种：**电极式、发热丝式和电热管式**。

那么，怎么判断电热水袋的类型呢？

消费者购买前可通过触摸来判断电热水袋的类型：

类型	 电极式	 发热丝式	 电热管式
实物内部照片			
原理	内部两个电极直接和袋中的电解质溶液接触，电极通电后，溶液带电加热	热芯由绝缘发热丝缠绕而成	电热管对液体进行加热
优缺点	电解质溶液加热工作时处于带电状态，一旦发生漏液，便有触电危险。如果没有控温装置很容易膨胀甚至爆炸，有高温液体烫伤使用者的危险。 国家已明确禁止生产销售电极式电热水袋	发热丝被两层耐高温耐腐蚀的硅胶包裹着，发热体与液体隔离开，不易漏电， 相对较为安全	有绝缘装置，可将发热体与液体隔离开，一般不会漏电， 相对较为安全

- 用手适当按压电热水袋，如果整个中间部位没有明显发热元件，里面是两节硬邦邦的圆柱体，则为电极式，早在2010年，国家就已禁止生产和销售电极式电热水袋，但很多无良商家仍在售卖，请绝对不要购买！



- 如果可以明显摸到一个网状物体，直径约七八厘米的塑料线圈装置，那就是发热丝式；

- 如果能摸到一块体积较大的U形、圆弧形管子的硬物则为电热管式。

挑选电热水袋需注意以下三点：

第一，选类型，拒绝电极式热水袋。消费者在线下实体渠道购买电热水袋，首先看产品的外包装的执行标准号是否为：GB 4706.99-2009，以及是否有说明书、合格证厂名厂址等信息。网上选购时同样先看产品描述，是哪一种类型，执行标准号是否为：GB 4706.99-2009。

第二，选过压保护装置，内看说明外选“鸭嘴”。过压保护

类型	发热丝式	电极式
实物内部照片		
手感	摸充电口，如果里面是一坨东西（网状物体或塑料线圈装置），那是电热丝式； 可选购	摸起来，里面是硬邦邦的小短棍（两节硬邦邦的圆柱体），这是电极式。不能选购

装置能防止过度膨胀从而导致爆炸，分为内部与外部两种。内部的过压保护装置，消费者可以通过查看说明书得知产品是否有此装置，而外部的过压保护装置，一般被称为鸭嘴式防爆连接器（如下图）。



外部的过压保护装置（鸭嘴式防爆连接器）

第三，看注水方式，拒绝自行注水。市面上有一种电热水袋，商家为了节约运输成本，让买家自行注水。而消费者自行加水，可能会因为对注水量和排气

掌握不好，温控装置不能很好地感受水温而失去保护作用，危害系数更高，这一种注水方式的电热水袋，不建议购买。

使用电热水袋需注意的细节：

第一，正确通电。通电时要将电热水袋放置在耐热的物体上，接通电源时先插电热水袋上的插头，再插电源插头，断开电源时先拔下电源插头，再取下电热水袋；

通电加热时，不要将其抱在怀中，避免摔打、挤压、锐器划刺，否则会造成漏液，烫伤身体甚至引发触电事故。在产品插电加热的过程中，消费者应禁止触摸排气口，避免在加热过程中发生漏电或触电危险。

第二，科学使用。电热水袋在断电之后才能开始使用，当电

热水袋处于高热状态时，尽量避免与人体直接接触，避免烫伤事故的发生；

切勿在被窝中使用，因为电热水袋加热后里面的水温较高，一旦睡着后不小心将袋身压破，会烫伤自己；如果发现电热水袋有泄漏，必须马上停止使用并丢弃，若液体粘到皮肤上的话，要及时用清水冲洗干净。

第三，防范烫伤。寒冷的冬季使用热水袋保暖时，注意防范烫伤意外。使用时用手感觉表面不烫为宜。给老人及婴幼儿使用时应避免直接接触皮肤，应添加额外毛巾或棉布，避免烫伤事故发生。

第四，妥善保存。停用后，应防止重压，妥善保存。重新使用时一旦发现袋内液体有明显的膨胀或液体流出，请停止使用并环保丢弃。（深圳市消委会）

液体创可贴 到底好不好

对于人体皮肤上的浅表伤口，创可贴一直是最方便、最简单的处理方式。近年来，液体创可贴开始流行，它能达到与传统创可贴同样的止血、防感染的作用吗？火箭军特色医学中心内分泌风湿免疫科主管护师李霞来为我们进行详细介绍。

液体创可贴是一种有别于传统创可贴的新型医疗器械。它主要由成膜材料、溶剂及功能性物

质组成，通过涂抹或者喷洒紧紧粘附于皮肤创伤部位，形成半透明保护膜，具有隔菌、透气、防水、使用方便、易于观察伤口情况及促进伤口恢复等特点。传统创可贴是一种长条形的胶带，中间附有纱条，主要由苯扎氯胺、弹性织物、胶黏剂、无纺吸收垫和PE隔离膜构成，有止血、广谱杀菌等作用。

两种类型的创可贴功效类

似，但是在使用范围上，液体创可贴更广。传统创可贴适用于创伤较为表浅、伤口整齐干净、出血不多而又不需缝合的小伤口，临床使用有局限。液体创可贴是由小瓶子所装的溶剂，属于生物成膜型消毒剂，相对于传统创可贴有以下优点：创面的持续消毒功能与创面的持续保护功能合二为一，防水性能极强（即便直接与水接触浸泡也不会产生渗

透)；能有效杀灭大肠杆菌、金黄色葡萄球菌和白色念珠球菌；柔软，可填充伤口腔隙，促进穿刺点伤口的愈合；去除时不会引起疼痛，不会导致创面的再次损伤；具有良好抗菌性能、透气性能，可以促进伤口恢复。

液体创可贴可以分为两类：一类是非处方性质的皮肤保护剂，多用于保护皮肤表面，如用于皮肤擦伤及慢性褥疮等；第二类是用于手术缝合的组织胶粘剂，用于治疗严重的皮肤撕裂。液体创可贴根据其成膜材料的不同，主要分为化学成膜材料和生物成膜材料。化学成膜材料包括氰基丙烯酸酯类、硝化纤维素（火棉胶）、聚乙烯醇（PVA）、聚乙烯醇缩醛（PVB）、聚氨酯等；生物成膜材料有壳聚糖等，其中化学成



膜材料应用最为广泛。有研究发现，含氰基丙烯酸酯的液体创可贴应对皮肤擦伤和轻度烧伤有良

好效果。

总体来说，液体创可贴的临床应用较为广泛，可用于外科、烧伤科、妇产科、急诊科、皮肤科、临床护理（压疮、静脉护理）、日常损伤等。因具有止血作用，液体创可贴被归属于Ⅱ类或Ⅲ类医疗器械产品，但需要注意，对于含有药物或者具有药理作用的液体创可贴，不可按照医疗器械进行管理，而是需要按照药品来管理，患者不可擅自使用。

液体创可贴也有其局限性，主要表现在成膜材料种类少、现存成膜材料成膜性能不佳、气味刺鼻有刺痛感等方面。未来，我们或许可以采用中药天然胶，进行改性后得到理想的成膜材料。（北京日报）

挑选得当，临期食品也挺“香”

近年来，临期食品受到越来越多年轻人的关注。在豆瓣平台上，“我爱临期食品”小组自今年9月创建以来，不到3个月就吸引了两万多网友加入。

但网上与临期食品相关的传言也不少：吃临期食品会影响身体健康、千万不能给孩子吃临期食品、临期食品都是被挑剩下的……这些说法到底是真是假？

若食物未滋生细菌 保质期可延长

临期食品是指临近保质期而仍在保质期内的食品，离保质期越近的食品价格越便宜，通常为原价的20%到50%。究竟离保质期还有多少天的食物，属于临期食品呢？

2012年，根据国家工商总局的要求，各地区纷纷制定了临期

食品的期限要求。其中，北京市将临期食品分为6个级别的期限标准，不同保质期的食物，其临界期也从到期前45天至到期前1天不等。比如，罐头、糖果、饼干等保质期1年或更长的食物，其临界期为到期前45天；牛奶、活菌乳饮料等保质期少于15天的，临界期为到期前1到4天。

按照这个标准分级，临期食品和保质期一样，也有一定的期

限要求。

“即便食品快到保质期，也并不意味着不能吃，日期并非判定食品变质与否的‘金标准’。”科信食品与营养信息交流中心科技传播部主任、营养师阮光锋在接受记者采访时表示，保质期是食品生产商对产品质量的承诺期，可以将其理解为“最佳食用期”和“此前食用最佳”。不过，食品的保质期并不等于食品的最后可食用日期。

“除保质期外，消费者还应注意食品储存和包装状况。保质期内的食品若储存不当，也可能提前变质。若食品保存得当，即便过了保质期一两天，也可食用，只是口感可能会打折扣。”阮光锋说，例如，散装或非真空包装的坚果、食用油等富含油脂的食物，即使常温保存，有时也会在保质期内出现哈喇味，这时就不宜食用。

“不过，临期食品虽处在保质期内，但由于存放时间相对较长，购买时应格外注意观察。”阮光锋建议道，可从食用品质和食品卫生品质，这两个方面来考察临期食品。食用品质包括食物的外观、颜色、口感、味道等，保质期内的食物在以上方面不应有明显的劣变。食品卫生品质大多以微生物指标作为判断标准，保质期内的食物不应出现由微生物引起的腐败、变质现象。

科普作家云无心在接受媒体采访时表示，引发食品安全问题的“变质”多由微生物繁殖引起，如果食品本身没有滋生细菌，那么食品的保质期就可以被相对延长。



事实上，并非所有的食品都有保质期。原国家质检总局发布的《食品标识管理规定》中规定，四类食品可以“免除标注保质期”，它们分别是酒精含量10%及以上的饮料酒、食醋、食用盐和固态食糖类。

最好不买冷链临期食品

如果外观、颜色、口感、味道都很正常，那么临期食品在产

品质量、营养价值上又是否“低人一等”？

“在营养方面，部分临期食物可能稍差一点，但仍处于合理范围内，对总体营养摄入影响不大。”阮光锋解释道，随着时间的推移，在日照、氧气等环境因素的作用下，所有食物包括新鲜食物和包装食品的营养素都会不可避免地被消耗掉，常见的营养素有维生素C、维生素B等。因此，国家允许食品包装营养成分表上，营养素含量的数值出现正负20%的误差，因此保质期内的食物，即便其营养素减少了20%都是合规的。

现在购买临期食品的渠道有很多，超市、便利店、网店等，我们最好在哪里购买呢？阮光锋更推荐消费者在线下大型商超购买。“大型商超一般具备尚可的储存条件，其存放的临期食品在安全、品质方面鲜有问题，原则上可以放心购买食用。”他说。

阮光锋还分享了一个选购临期食品的小妙招：关注食品属性。

“肉、奶等冷链食品最好不要等到临界期再买，由于储存环境难以一直保持低温，这类食物容易提前变质；若过保质期，就不建议再食用。而饼干、方便面等质地很干燥的食品，以及糖果、蜂蜜、甜味饮料等含糖量较高的食物，即便过了保质期食用也不一定会对人体有影响，因为微生物难以在其中繁殖。”阮光锋说，此外消费者要特别注意，买回家的临期食品最好在保质期前食用完，还要严格按照储存要求存放。（科技日报）

脱脂牛奶更健康吗？

随着人们对营养认知的加深，也逐步了解了热量的计算，明白了脂肪是热量来源的一大主力。于是在超市中，我们也可以看到低脂牛奶、脱脂酸奶等更为“健康”的食物。那今天我们就来说一说，这些用脂肪来分类的牛奶，到底有什么不同。

乳制品是一种营养成分很高的饮品，从我们呱呱坠地就喝起来的母乳，到我们生长的过程中被膳食指南推荐的乳制品摄入，牛奶、酸奶与我们的食物范围息息相关。2016版《中国居民膳食指南》中也对于奶制品的摄入提出了核心建议，其中指出“每天吃各种各样的奶制品，相当于液态奶300克”。

全脂(3.25%脂肪)、低脂(1%脂肪)和脱脂(0%脂肪)因脂肪含量的不同而命名。全脂牛奶是通过直接将牛乳进行巴氏杀菌制成的，其他牛奶是通过离心将脂肪微粒去除，有时候由于脱脂牛奶的质地太稀，也会加入部分脱脂奶粉来增强口感(但依旧会有“品不出奶味”的感受)。

是脱脂的好还是全脂的好呢？是不是脱脂奶登上了“神坛”，全脂奶再无地位可言呢？近年的研究表明，其实全脂牛奶并没有想象中的“可怕”，有三个事实需要传递给大家：

1. 食用低脂或脱脂牛奶的儿童反而更容易出现肥胖和糖尿病；



2. 全脂乳品对于减肥和减少糖尿病更利，不但不会升高胆固醇，还会升高有益的HDL-3，具体的机制还不明确；

3. 与脱脂牛奶相比，全脂牛奶具有一定抗龋效果。

所以最终哪种牛奶适合自己，还要综合自身的年龄及身体状况。对于婴幼儿来说，全脂牛奶更为适合；对于肥胖、高脂血症的人群，虽然一杯250ml的全脂牛奶并不能增加多少热量及脂肪摄入，但对平衡全天膳食，脱脂或低脂牛奶或许也是不错的选择；对于糖尿病人群来说，选择纯牛奶而非添加糖或其他调味乳制品更佳；对于其他人群来说，可根据自己的口味和口感进行选择，同时注意饮用量。

(北京青年报)

有些人适合喝脱脂奶

经常有人问，到底应该选全脂奶还是脱脂奶？普通牛奶的脂肪含量约为3%~4%，通过脱脂工艺降低牛奶中脂肪含量得到的产品便是低脂、脱脂奶。根据我国标准规定，脂肪含量不高于3克/100克的产品可以称低脂，目前市面上低脂奶的脂肪含量一般在0.5%~1%；当产品脂肪含量≤0.5%时可以声称为脱脂奶，并且由于脂肪含量太低，在标签上脂肪项应该标示为“0”。如果每天饮用一袋250克的全脂牛奶，摄入的脂肪约为7.5克；换成脱脂奶，脂肪会降到小于1.25克。全脂牛奶最大程度地保留了牛奶中的营养物质，比如维生素A、D、E等脂溶性维生素，以及部分油酸、少量亚油酸和亚麻酸。因此，健康成人和儿童最好喝全脂奶，能摄入更多对健康有益的物质。但需要控制脂肪和胆固醇摄入的人应该选低脂奶或脱脂奶，比如肥胖、高血脂、心血管疾病患者等。(人民网)





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

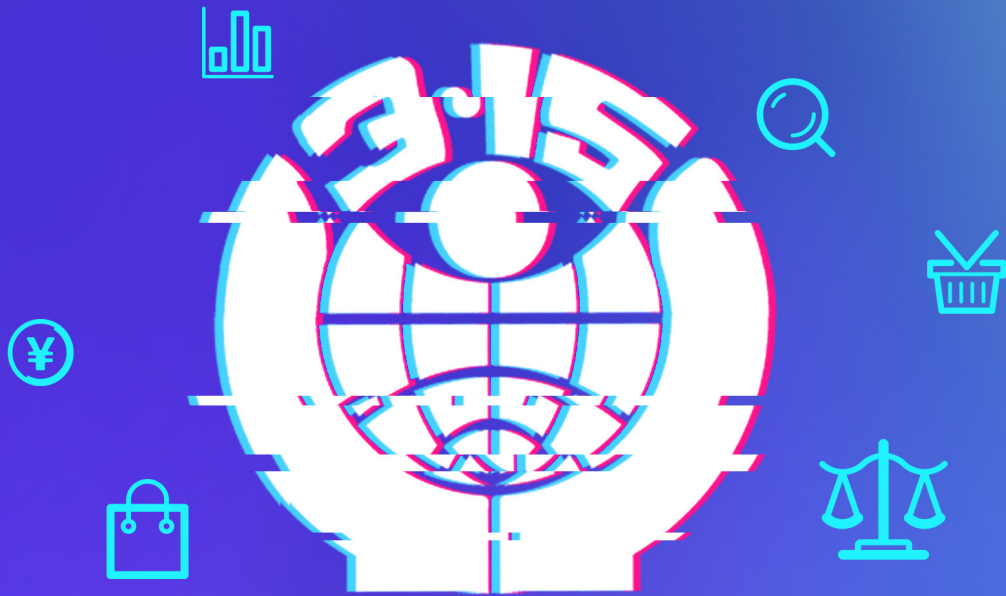
“北京消协”是北京市消费者协会

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