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03期
03
总第102期



3·15 我们一起守护消费安全

市市场监管局发布2020年消费者权益保护白皮书

P05 杨晓军：多举措破解教育预付费消费难题
P12 市场监管总局出台《网络交易监督管理办法》
P34 盲盒消费要警惕 直播购物要量需
P41 购车“避坑”用好这五招



3·15前夕，北京市消协秘书长杨晓军做客中央电视台《3·15月度揭秘》栏目，与主持人及嘉宾就“积分消费是‘馅饼’还是陷阱”话题进行了深入探讨。在节目中，杨晓军介绍了市消协开展“积分”调查的有关情况，建议商家在制定积分兑换规则和兑换积分过程中，要做到诚实守信、公平合理、广泛告知，充分保障消费者的知情权。



3月15日，北京广播电视台第六届“诚信北京”3·15晚会上，北京市消费者协会秘书长杨晓军发布“责任共担 畅通消费”3·15倡议，呼吁商家履行六件事：一是商品或者服务符合保障人身、财产安全，二是缺陷商品要召回，三是虚假宣传要杜绝，四是七天无理由退货要遵守，五是格式条款应以显著方式提醒消费者注意与消费者有重大利害关系的信息，六是收集、使用消费者信息要经消费者同意。



3月23日，北京市消费者协会秘书长杨晓军到海淀区消费者协会开展调研工作。在听取了海淀区消协2020年工作总结及2021年工作计划后，充分肯定了海淀区消协的工作成果，并围绕市委市政府和市局中心工作进行交流沟通，尤其就当前接诉即办、疫情防控宣传等问题交换了意见，同时还回应了基层消协遇到的具体困难及关心的问题。

Prologue
卷首语

天天“3 · 15”，为高质量发展“写新篇”

2021年国际消费者权益日刚刚过去，“守护安全 畅通消费”的年度主题并不会落幕。针对央视3 · 15晚会曝光的案例，国家、地方、有关部门已连夜展开调查，严肃处理违法违规行径，锁牢安全、诚信的规则底线。

“3 · 15”像一个话筒，喊出了消费宣言。“3 · 15”也像一面镜子，照出了消费痛点。根据人民数据研究院对互联网公开数据的分析，近半年，网络投诉较多的行业分别是网络购物、在线娱乐、快递物流、金融保险、旅游出行、数码手机、汽车电动车、共享服务等。以网络购物投诉来说，焦点集中在虚假宣传、产品质量问题、退换困难、霸王条款等方面。以在线娱乐投诉来说，焦点集中在账号安全、扣费问题、未成年人网络保护等方面。

问诊痛点，把脉热点。其实，“3 · 15”并未远去。要防止痛点问题久拖不决，演变成新的难点问题。要打通堵点、补齐短板，真心实意回应人民群众的期盼。譬如，“新华视点”记者近日实测发现，尽管国务院反垄断委员会发布了关于平台经济领域的反垄断指南，一些互联网平台依然普遍存在不同程度的“杀熟”行为，涉及出行、餐饮等多个生活领域。这说明，我们应当持续强化反垄断，防止资本无序扩张，降低市场门槛，让更多企业有机会参与竞争，最终让消费者受益。

聚焦每个热点，便把握住了提振消费的发力点。解决每个痛点，就抓住了促进发展的关键点。“十四五”规划明确提出“全面促进消费”，要求“顺应居民消费升级趋势，把扩大消费同改善人民生活品质结合起来，促进消费向绿色、健康、安全发展，稳步提高居民消费水平。”顺势而为地推动消费变革，对畅通国民经济循环、推动经济高质量发展意义重大。

让消费更有质量，需要坚持创新驱动，以供给侧结构性改革为抓手，提升产品和服务品质。如今，围绕新型消费的新业态新模式层出不穷，绿色生产、绿色服务、绿色消费正在成为新风尚。这为持续提升消费质量创造了有利条件。企业要抓住时机，增强创新发展的动能，强化知识产权意识；全社会应兴起尊重知识、崇尚创新的风尚，不断释放人民群众对高品质生活的需求潜力。

让消费更有活力，需要打通制度性堵点，创新智能监管模式，促进消费环境不断优化。各种消费维权事件常常在提醒我们，不仅要关注营商环境，还要关注消费环境；不仅要提升企业回应消费诉求的能力，还要完善市场监管的体制机制。具体来说，要提升信息化网络监管水平，健全产品质量追溯体系，拓宽消费维权渠道，加强消费领域信用体系建设，鼓励第三方机构参与企业信用评级。

让消费更有韧性，需要不断提升消费能力，加快推进城乡融合发展，消除消费结构不平衡因素。中国拥有全球最具成长性的中等收入群体。随着中等收入群体规模的扩大，消费分层的态势将更加显著，多元化的需求潜力将进一步得到释放。为此，要不断推进以人为核心的新型城镇化，大力提升劳动者的素养，引导公众理性消费、健康消费。

消费是经济循环的终点，也是起点。随着科技革命和产业革命深入发展，支撑消费升级的条件将会持续改善，消费对经济发展的基础性作用将不断增强，我国超大规模市场优势和潜力将被充分激发出来。而每年的“3 · 15”像是为经济生活注入的清醒剂，提醒我们牢牢把握消费升级的大趋势，补短板、强优势，不断提升供给体系质量，为中国经济高质量发展续写新的篇章。（广州日报）

杨博



热点关注
HOT CONCEM

P12 市场监管总局出台《网络交易监督管理办法》

3月15日，市场监管总局制定出台《网络交易监督管理办法》。《办法》是贯彻落实《电子商务法》的重要部门规章，对相关法律规定进行细化完善，制定了一系列规范交易行为、压实平台主体责任、保障消费者权益的具体制度规则，对完善网络交易监管制度体系、持续净化网络交易空间、维护公平竞争的网络交易秩序、营造安全放心的网络消费环境具有重要现实意义。

卷首语

01 天天“3·15”，为高质量发展“写新篇”

本刊策划

05 市市场监管局发布2020年消费者权益保护白皮书

05 杨晓军：多举措破解教育预付费消费难题

07 医疗美容行业要形成“良币驱逐劣币”的效应

08 张亚利：忠诚的食品药品安全卫士

09 李永图：老年人消费维权的守护者

11 东城消协走进府学胡同社区宣传消费知识

11 通州消协与移动分公司共建投诉绿色通道

11 房山消协为11家诚信服务承诺单位授牌

热点关注

12 市场监管总局出台《网络交易监督管理办法》

13 “直播带货”视频至少保存三年《网络交易监督管理办法》亮点详解

14 市场监管总局：直播带货平台要迅速检查产品质量

15 四部门联合发文：39类APP明确个人信息收集范围

17 工信部征求意见：电子烟等新型烟草监管将与传统卷烟一致

18 文化和旅游部专项整治未经许可经营旅行社业务

19 《公共航空运输旅客服务管理规定》出台

19 在京办理健身卡拟设7天冷静期

20 北京市银协发布倡议防范挪用个人经营贷进入房市

21 人社部推荐56家正规招聘网站

22 北京住房公积金办理将推出多项便民举措

22 北京发布住房租赁行业重点关注企业名单

23 海淀给校外培训机构配资金“监管人”

消费时评

24 7天冷静期让健身卡更“健康”

25 整治“神医宇宙”净化台前幕后

26 在线教育不能游走于监管空白

27 招聘平台别只是“3·15式道歉”

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02期
02
总第101期



P28 市场监管总局发布儿童口罩等六类产品消费提示

在3·15国际消费者权益日前夕，市场监管总局发布儿童口罩、磁力玩具、儿童平衡车、非医用口罩、老年健步鞋、塑料一次性餐饮具等6类产品的消费提示，帮助广大消费者科学选购和使用相关产品。

消费提示

28 市场监管总局发布儿童口罩等六类产品消费提示
32 银保监会发布关于防范短信钓鱼诈骗的风险提示
32 电子投保“五注意” 明白选择更安心
33 警惕“代理退保”新骗局 切实维护自身财产安全
34 盲盒消费要警惕 直播购物要量需
35 选购连裤丝袜打底裤 记住五项原则

消费课堂

36 避坑消费 民法典给你支招
39 警惕戴上“美容贷”的枷锁
41 购车“避坑”用好这五招
42 小妙招！教您买到称心如意的“国宝”景泰蓝！
44 正确选用去屑洗发水

《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 唐云华
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 bjxfz315@126.com

2021年 第3期（总第102期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流



我们一起守护消费安全

编者按：

春雨初生，春林初盛，春风十里不如你。当又一缕温馨的风迎面拂过，我们比以往任何时候，都更加热切地渴望拥抱这个春天，拥抱这个世界。在这个属于全体消费者的节日里，我们要献给千千万万的你们最美好的祝愿是什么呢？我们认为，最合适的词汇是——安全！

消费安全涉及人民群众最关心、最直接、最现实的利益，所以，今年的消费年主题是“守护安全 畅通消费”。为纪念今年的“3·15”国际消费者权益日，本刊特别策划了专题——“3·15，我们一起守护消费安全”，和您一起聊聊与“守护消费安全”有关的那些人、那些事儿……

市市监局发布2020年消费者权益保护白皮书

今年3月15日，是第39个国际消费者权益保护日，中国消费者协会确定全国消协组织消费维权年主题为“守护安全 畅通消费”。为纪念这一消费者共同的节日，市市场监管局近日发布2020年度《北京市市场监督管理局消费者权益保护状况报告》白皮书，为公众展示2020年度首都市场监督管理部门、消费者协会在消费者权益保护领域的工作状况及主要数据。

白皮书显示，过去的一年，北京市各级市场监督管理部门、消费者协会牢固树立以人民为中心的发展思想，坚持“民有所呼、我有所应”，落实“未诉先办、主动治理”，着力解决消费者反映强烈的突出问题，严惩消费侵权行为，有力保护了消费者合法权益。

一年来，北京市市场监督管理局12315综合信息采集服务平台共接收各类诉求信息115.22万件，为消费者挽回经济损失3.27亿元。全市各级消费者协会共接待消费者来访和咨询4.5万人次，受理消费者投诉8.68万件，为消费者挽回经济损失0.7亿元。主要工作包括以下方面：

一是防控新冠肺炎疫情，守护市民消费安全。检查各类市场主体257万户次，出动执法人员412万人次，查办涉疫案件近1500件，处置涉疫相关诉求3万余件。集中销毁涉疫侵权假冒商品货值300万元，开出全国首张价格违法300万元顶格罚单。

二是完善体制机制，提高消费维权效能。组建北京市市场监管综合执法总队，坚决打击侵害群众利益的市场违法行为。在全市统筹开展网络交易诉求突出问题专项整治、打击野生动物违规交易专项执法行动、打击整治非法制售口罩等防护产品专项行动等重要专项治理行动30余次，有力维护了市场秩序，保护了消费者合法权益。全市市场监督管理部门加大侵害消费者权益等案件查办力度，办结行政处罚案件8.78万件。

三是发挥消费者协会作用，共创放心消费环境。北京市消费者协会就旅游消费体验、预付式消费、互联网消费、消费积分、通讯携号转网等方面开展调查，对纺织品、汽车、家用电器、家俱等10类别产品开展比较试验，推动消费领域产品和服务水平的综合性提升。组织开展企业服务消费者能力监测工作，着力发现企业在服务质量以及消费者消费感受方面的问题，督促企业整改问题并对整改情况进行跟踪，帮扶企业提升服务消费者的能力水平。（市市场监督管理局）

杨晓军：多举措破解教育预付费消费难题

3·15国际消费者权益日来临之际，新京报记者对话北京市消费者协会秘书长杨晓军，聚焦目前教育培训领域的投诉重点，为消费者选择教培机构、理性消费提供指导和建议。

当下教育培训机构的“预付费”问题应如何监管？在各类教育培训中消费者如何保障自己的权益？3·15国际消费者权益日来临之际，新京报记者对话北京市消费者协会秘书长杨晓军，聚焦目前教育培训领域的投诉重点，为消费者选择教培机构、理性消费提供指导和建议。

虚假宣传、退费难等成教育培训投诉重点

新京报：从北京市消费者协会掌握的数据看，教育培训消费投诉方面近年来呈现怎样的特点？

杨晓军：近几年，在教培机构方面的消费投诉持续高位。2020年，北京全市消协系统受理教育培训服务的投诉16235件,占投诉总量的17.24%。按投诉性质分类，主要包括合同问题、价格问题、质量问题和售后服务问题。其中，质量问题1244件，价格问题1016件，合同问题8679件，售后服务问题1099件。在服务类投诉排序

上，教育培训投诉服务已位居第二。主要原因是一些商家为获得市场资源，即“获客”，展开了无序的低价竞争，违反市场经济规律，失去造血功能，缺乏持续经营发展原动力。当然受疫情影响，可谓雪上加霜，线下店不能开业，导致很多机构难以为继，甚至出现关门跑路的现象，消费者退款无门，引发投诉。此外，还有师资不符、教学质量低下，甚至有涉嫌虚假宣传的情况，宣传内容与实际效果不符也导致了投诉的发生。

新京报：疫情期间，在线教育进入一条快车道，但是在线教育飞速发展的同时也出现了诸多问题。你怎么看?

杨晓军：日前，中纪委网站发布文章直指风口浪尖上的在线教育乱象与监管问题，我们认为这是极其严肃和精准地指出了问题所在。在资本无序扩张的压力之下，教育机构把重心放在获客上，恨不得用最低的价格获得市场资源，忽略了教育质量，最终使问题到了投诉端。

新京报：教育培训机构退费难时有发生，北京市消费者协会在这类投诉中发现了哪些问题?

杨晓军：在教育培训消费投诉中，退费难的问题主要表现在两方面，一是没有签订教育培训合同，或者合同、约定有相关退费条款但不详尽，解决的方式不明确，证据缺失，责任不清，造成消费者维权难；比如消费者上到中途不想上了，退款的金额与经营者不能达成一致，导致了投诉。二是我们发现有些教育培训合同中部分格式条款明显设有不公平、不合理规定，不利于消费者，我们称之为霸王条款。我们需要让经营者改正，让格式条款回归到一个合理的区间，这也造成为消费者争取权益难度增加。



引入第三方平台等防范预付费风险

新京报：教育行业“预付费”问题一直是关注热点，各地政府也在想办法进行监管，但有说法认为“行政管理的手不能伸得太长”，对于“管也不是，不管也不是”的矛盾，你怎么看?

杨晓军：目前来讲，在线教育的领域内也有一些共性的问题，就是对于预付费的管理能不能公开透明。从消协的角度看，我觉得预付费应该管，而且加大力度，用重典，要在一些问题比较大的领域设置门槛。处理好“管也不是、不管也不是”这个矛盾，关键在于是否实现治理的现代化，应该以问题为导向，对于消费者投诉较多的行业、企业、重点问题，加强研判，建立健全维权体制、机制，明确政府主管和行政监管的职责范围，协同共治。

新京报：怎么管？切入点和抓手在哪里?

杨晓军：核心就是消费者的资金安全。政府可以出监管手段，金融部门可以采用保证资金安全的手段。比如教育部要求K12教育领域预付费不超过3个月。不仅是K12教育领域，我们认为在成人教育领域也要这样做。

以国外的做法为例，有些国家的教育培训机构要去政府备案，资金账户是政府知晓的，万一有大量资金转移或变现，政府会立刻收到警示信息。

其次，可以使用第三方平台，比如第三方支付平台由两方共同监管，上完一节课划走一笔钱，过程透明。

此外，还可以采用消费保险的方式，由保险公司介入管理，商户可作为投保人，为签订预付式消费合同的消费者购买履约保证保险，当消费者发起退费时，由第三方平台联动商户和保险机构，按照合同约定完成审核和先行退费，有些企业已经在做这件事了，这个是很有意义的尝试。适当引入保险机制，可以为消费行为提供一个保障，如果企业出现了经营问题，保险能够在一定的范围内帮消费者及时止损。

选择教培机构时建议看资质、留证据、慎掏钱

新京报：这次全国两会，有代表说“教育培训机构不能一棒子打死”，作为消费者怎么选择机构？消协会不

会定期发布教育培训机构的红黑名单?

杨晓军：去年开始北京市消协及其部分区消协都在依法尝试建立投诉公示制度，定期和不定期发布，并付诸行动，这不仅仅针对在线教育，各行各业都有，让消费者用脚投票。具体到怎么做投诉公示，包括是否用“红黑名单”，这需要一个过程。例如去年初，市消协对老百姓关注的十个行业的头部企业进行了企业服务消费者能力监测，到年底时，大约在本领域内投诉排名前十的企业都被我们约谈过，包括商超、电商、在线教育培训机构、旅游、美容美发、健身等近百家行业企业，绝大多数企业通过整改，有很大改观，但个别屡教不改企业，我们给予揭批、曝光。

新京报：在教育培训机构的消费方面，对消费者有何建议?

杨晓军：选择教育培训机构首先得看资质，正规企业在线下会公示营业执照，线上能够查到证照或资质，包括消费者通过企业信用信息查询网，进一步了解企业信用记录和投诉情况。

第二是选产品，参照口碑。同时消费者一定要理性。成人有接受教育的需要，家长也有培养孩子的需要，但是我们提倡，在孩子教育消费方面，家长要按照学校的指导来进行学习，围绕学校的教材来选择适合自己的教育方式。在成人教育方面，要根据自己的职业需求选择培训项目，不能盲目跟风。

第三是留证据，一定要从宣传页开始，包括一些销售对话的记录，纸质和电子的证据。我们鼓励消费者在消费过程中养成留证据的好习惯。

第四是签合同前仔细看条款，最关键的条款一定是免责环节以及最终解释权归谁，在这两个环节里面最容易有“坑”。

最后就是慎掏钱，给自己留一个晚上的“冷静期”，科学合理消费。（新京报记者 刘洋）

医疗美容行业要形成“良币驱逐劣币”的效应

近日，由人民网·人民健康主办的2021年全国两会“健康中国人”系列圆桌论坛在京举行。在主题为“强化医美行业自律 科普提升消费认知”的专场论坛上，北京市消费者协会秘书长杨晓军表示，医疗美容行业里要形成“良币驱逐劣币”的效应，营造良好的消费环境和消费体验。

杨晓军谈到，目前医疗美容纠纷出现的原因有四点：第一，个别医疗美容经营者以盈利为目的做虚假宣传，鼓动消费者做医疗美容手术，而术后美容效果未达预期；第二，技术问题导致美容手术失败，甚至引发恶性事件；第三，个别医生和经营者为了获取额外经济收入，极力向消费者推荐所谓的药物或化妆品，让消费者造成不必要的经济损失；第四，部分医疗美容机构由于资质、技术不达标，或资金断裂等原因跑路，导致消费者蒙受损失。

“消费者在消费过程中的安全权、知情权、自主选择权、肖像权和名誉权这五方面的权益都有可能受到损害。”杨晓军举例说道，医美由于其特殊性，在消费过程中，如果操作不规范，不仅有经济损失，还可能会对身体造成严重伤害。此外，个别机构未经消费者允许，擅自使用消费者的个人信息作为商业用途，侵犯了他人的肖像权和名誉权。

在分析出现侵害消费者权益现象的原因时，杨晓军表示，这与医疗美容机构服务管理、医疗美容医师的技术水平、相应法律法规、行业监管力度、消费者认知等多方面相关。

最后，杨晓军认为，要大力开展消费教育，提高消费者的自我保护意识。这需要政府部门、媒体、企业与消费者的共同努力，实现社会共治。此外，还要加强行业自律，加强对于医疗美容行业和经营者的监管力度。

（人民网）



张亚利：忠诚的食品药品安全卫士

3月15日，中消协揭晓了“2020消费维权年度人物”和“2020消费维权年度人物提名”。由北京市消费者协会推荐的北京市公安局环食药旅安保总队食药支队四中队中队长张亚利，成功获选“2020消费维权年度人物”，并作为代表在当天举办的“2020年315国际消费者权益日”主题活动上进行发言。



张亚利（右一）与同事一起研究业务问题

有时乔装成迷路的游客，有时乔装成卖货的商贩，有时乔装成羸弱的病人……十年来，为破获一起起食药领域违法犯罪案件，他曾深入西南大山、西北腹地，蹲点摸排、细致侦查，冒着生命危险与犯罪嫌疑人斗智斗勇。他忠于使命、心系民生，成为守卫百姓“舌尖安全”的拳头力量；他打防并举、强化机制，不断丰富环食药旅警种的“北京经验”；他临危不惧、主动请战，逆行在抗击新冠肺炎疫情的一线；他就是北京市公安局环食药旅安保总队食药支队四中队中队长张亚利。

不畏艰险 屡破特大假冒侵权案件

初见张亚利时他正在办公室研究一起有毒有害保健食品案件，黝黑的面容下，透着精明强干。谈到对哪起犯罪案件印象比较深时，他笑了：“自己参与把案子破了，有种自豪感，所以印象深的挺多的。”话题就从去年他参与破获的一起假冒品牌白酒案说起。

张亚利介绍说，去年1月份，食药支队接到一起群众举报，北京某经销店销售假冒茅台酒。经过一段时间的侦查，发现这是一个横跨多地特大生产销售假酒包材、假酒的全链条犯罪团伙，并将造假窝点锁定在贵州某地。为配合整体收网行动，张亚利跟另一名同事立即奔赴贵州。

经过连续多日的工作，张亚利和同事最终凭微信朋友圈照片和物流发货地找到了嫌疑人销售门店的位置。发现嫌疑人白天在店铺售卖白酒，深夜在一个位于深山里的山村窝点进行生产。张亚利两人只能多次前往深山里寻找窝点。

“进去前真没想到路那么难走，很窄的砂石路只能一辆车通过，一边就是悬崖峭壁，手机导航显示只有2.6公里的山路走了快一小时。因为外地人员进村太明显，不能逗留太长时间，这次进村我们没能成功。”张亚利说，“接下来的几天我们两个人夜间行动，通过看车灯轨迹的办法辨别嫌疑人车辆去向，一点点推进，最终在凌晨1点钟，徒步进村找到嫌疑人的汽车，并发现了刚刚灌装完的痕迹，空气中还弥漫着白酒的味道，顺利锁定了假酒灌装窝点。”张亚利说。

为了从根源打击犯罪，进一步摸清嫌疑人假酒包材来源，张亚利又多次带队前往白酒集散地收集证据，以包材订购商的名义深入包材制作现场，从而获取大量违法犯罪证据。从制售包材、灌装假酒全链条摸清了嫌疑人手段。随后，他参与指挥联合多部门统一行动，一举打掉这个横跨北京、贵州、山西、湖北四省的特大生产销售假酒包材、灌装假酒、销售假酒的全链条犯罪团伙，刑事拘留52人，查获假酒包材500余万个（件），已灌装的假冒多种品牌白酒21000余瓶，案值约5000余万元。

“实际工作中，我们遇到的假冒侵权比较多。”张亚利介绍说，向外地来京游客兜售假冒“全聚德”烤鸭的案件就发生过多起，其中比较大的一个案件现场缴获

假冒商标达到30余万件，生产加工设备5套，涉案金额达3000余万元。“嫌疑人以20元的价格购买未贴标的真空包装烤鸭，套上假冒全聚德外包装后再以45至55元的价格卖给导游，然后导游以98至118元的市场价销售给游客。所以说，售卖假冒名牌商品太坑人了。”张亚利说。

及时总结 办案方法经验倾囊相授

张亚利说：“去年1月底,我们接到一起假口罩报案。为了尽快破案、消除影响，我们开始从全国范围内逐一寻找有资质的鉴定机构，经过努力，最终联系上江苏省的一家口罩鉴定机构，经过对现场起获的12个批次的口罩进行检测，全部不符合口罩过滤效率标准的要求。在联系鉴定的同时，我们同步查找口罩源头，查扣2万余个同销售渠道口罩，从鉴定到溯源仅用5天时间就将郭某等五名犯罪嫌疑人先后抓获，破获了疫情期间北京第一起不符合标准医用口罩案。”

“之前，我们接触的口罩制假方面的案件并不多，经过这起口罩案件的破获，让我们掌握了类似案件的办案流程，我立即主持起草了《打击涉疫物资案件办案指引》印发全局，指导各分局高效办案。”在这份长达15页的“办案指引”中，记者注意到各个条目非常详细，包括现场取证要点、法律适用、口罩真伪鉴定、品牌权利人联系方式、相关口罩检测机构地址电话、委托检验协议书签署格式等等。

嗅觉敏锐 高压态势保障食药安全

张亚利有着高度敏锐的责任感，不放过任何线索。有一次他带家人到公园游玩，正巧遇到一名男子在向过往行人发放回收药品的卡片，这立即引起他的注意。在随后的几天里，他天天到这里蹲守侦查，发现嫌疑人每天上午都在公园边上收购药品，收购对象多是老年人，采用现金交易的形式收购药品。张亚利跟随嫌疑人所骑电动自行车，并在其租住的房屋内将其抓获，当场起获各种药品40余种，共计473盒。

“药品和保健食品犯罪案件对人身造成严重安全隐患，所以对类似案件我们一直实施高压打击。”他说，2020年4月，有群众举报，在食用某保健食品后出现头昏、呕心等症状。接到举报后，张亚利立即委托鉴定机构对对食品进行检测，发现该食品含有非法添加物质。他带队立即展开侦查，经过一个多月的细致摸排，一举在北京、江苏、山东等地同步集中收网，成功侦破一起跨3省市生产销售有毒有害保健食品案件，刑事拘留16人，查扣有毒有害食品30万余件，涉案金额2400余万元。

采访过程中，张亚利对自己经办的案件侃侃而谈如数家珍，举手投足间饱含着坚毅和自信。通过他和同事们的共同努力，也守护了“舌尖上的安全”，仅2020年就破获食药领域刑事案件1021起，刑事拘留1132人。张亚利告诉记者：“作为一名担负食品药品安全的警察，守护人民群众菜篮子、药袋子，责任重大，又无上光荣。这是我们环食药旅安保总队全体干警的共同心声，也是我们为之殚精竭虑的工作目标。”（中国消费网）



李永图：老年人消费维权的守护者

在东城区消费者协会，有这样一位老同志，他从事老年人消费维权工作近20年，以保护老年人消费者合法权益为己任，不断探索创新老年人消费维权形式，在北京市老年人消费维权工作中独树一帜，使东城区老年人消费维权工作走在了全市前列，他就是全国劳动模范、东城区消费者协会消费纠纷人民调解员——李永图。

独树一帜 撑起老年消费维权保护伞

近年来，老年人作为一个特殊的消费群体，由于自身防范意识不强、维权能力较弱，受骗上当的案例时有发生，有些不法分子的消费诈骗活动使老年人财产甚至人身权益受到严重损害。李永图始终怀着对老年消费者的特殊感情，在老年消费维权方式方法上不断探索创新，开展老



年消费投诉和维权方面的调研工作，所撰写的《浅谈老年人的消费维权问题》《浅谈搭建老年人消费维权网络开创老年维权工作新局面的经验和做法》等调研文章，广泛用来指导东城区消协日常老年消费维权工作，并被刊载于《北京消费者》杂志和《中国消费者报》。

结合李永图在老年人消费调解工作和专题调研中发现的问题以及提出的一些有效应对之策,东城区消协联合东城区老龄委，成立了“东城区老年人消费维权指导中心”，联合相关街道成立了“老年人消费维权指导站”，举办“老年消费小讲堂”消费维权进社区活动，搭建了老年人消费维权地区-街道-社区三级联动网络，使东城区老年消费维权工作有抓手、出品牌、见成效，致力于服务东城区老年人消费维权，帮助老年人充分实现自身权利，提供消费教育指导和消费维权服务保障。

老年人消费维权指导中心和维权服务站成立以后，李永图充分利用“老年消费小讲堂”进社区平台，开展《消费者权益保护法》等消费者权益保护方面法律、法规，消费者投诉维权渠道及程序，老年消费维权典型案例等宣传，累计为老年人消费小讲堂讲课近40次，受益老年人5000余人次；李永图还编辑《老年人消费（系列）安全宣传手册》，传授保健品辨假识假、防电信诈骗、防连环骗局、网络消费、老年人理财等知识，帮助老年消费者识破“消费陷阱”，使老年人防患于未然，避免上当受骗。7年多来，李永图和区消协分会、指导站工作人员共接待老年人投诉近千件，为老年人挽回各项损失逾150万元，为老年人撑起一把消费维权保护伞，切实解决了“老年人的消费困难有人帮、消费维权有人办”的现实需求，更好地维护老年人合法权益。

主动请缨 冲向社区抗疫第一线

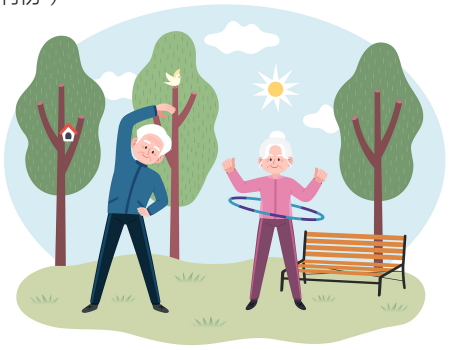
2020年初，新冠肺炎疫情发生之后，东城区先后抽调了2000多名区属机关和事业单位的干部职工，前往社区一线参与防疫工作。今年已经59岁，2021年3月即将退休的他仍然主动请缨，冲向社区抗疫第一线。“身为一名老党员，退伍军人，就要带头站在防控疫情斗争的第一线，就要在关键时刻挺身而出，责无旁贷！”李永图说。他带领着年轻同志们驻扎在体育馆路街道驹章社区的一处点位，严查进入社区的行人车辆，监测行人体温，禁止无关人员进入社区。

他所在的点位只有四名干部，几乎是支援点位中人手最少的。面对周而复始的工作和露天寒冷的环境，大家的精神和体能受到了严重考验，这时他便会和大家交流谈心，给他们鼓劲加油。他对每一项工作的热忱和敬畏深深感染着身边的每一个年轻干部。除了做好日常防疫工作，他还热心为往来的行人提供帮助。有一天，他正要下班回家，一位外地的行人路过值守岗位，向他问路，在详细告知行人路线后，由于对方还是不太清楚，他便亲自把行人送到了一公里外的地铁站，确认对方知晓准确路线后方才离开。

李永图在疫情防控过程中，发扬劳模精神，发挥共产党员先锋模范作用，始终坚持每天第一个到达，最后一个撤离，让一起值班的同事们纷纷竖起大拇指：“全国劳模就是不一样，是我们学习的榜样！”也让社区群众感受到全国劳模不惧风险、不计得失、勇挑重担、甘于奉献的光辉风采。

多年来，李永图一直坚持用心用情用力服务于老年人消费维权工作，他不仅是一名老年消费维权的业务能手，被组织推荐为“北京市消费维权之星”，被老年消费者亲切称为“老年消费维权的守护者”，还是一名战斗在抗疫一线的党员先锋模范，2020年8月，李永图被东城区委组织部授予东城区“防疫先进个人”的荣誉称号。

（东城区消协）



东城消协走进府学胡同社区宣传消费知识

3月18日，北京市东城区消费者协会联合东城区交道口街道市场所、消费者分会在交道口街道府学胡同社区开展3·15消费教育宣传活动，区消协投诉部赵梦云主任通过消费投诉典型案例讲解及解读2020年度东城区消费者权益保护状况白皮书，向社区50多位老百姓宣传消费知识、日常消费注意事项、消费投诉途径等，通过此次宣传活动，让社区居民了解了谨防消费陷阱，掌握科学理性消费知识，增强社区居民百姓消费维权信心。



通州消协与移动分公司共建投诉绿色通道

今年3.15，通州消协组织开展了以“守护安全畅通消费”为主题的315消费者权益日系列活动。期间，与移动通州分公司第二党支部开展了“守护安全畅通消费”为主题的党建共创活动。重点针对套餐流量、通信服务、个人信息、网络安全、电信诈骗等消费领域热点难点问题加强实践研究，积极参与消费者权益保护；并建立移动投诉绿色通道，由专人负责并与消协直接对接，共覆盖通州区14个移动营业厅，132家零售渠道和140万移动用户量，确保消费者的投诉能够及时、快速、妥善的处理。



房山消协为11家诚信服务承诺单位授牌

3月15日，为宣传2021年消费年主题“守护安全，畅通消费”，强化企业诚信经营意识，北京市房山区市场监督管理局、北京市房山区消费者协会与相关理事单位共同在华冠公司宣传会场举办了“纪念3·15国际消费者权益日活动暨诚信服务承诺单位授牌仪式”，现场为11家诚信服务承诺单位进行授牌。当天，房山区消协还走进海逸半岛社区开展消费课堂，为社区居民剖析近年来常见的消费陷阱，列举生活中有关安全权的消费案例，引导消费者走出误区，避开套路，理性消费，营造绿色健康的消费环境。



市场监管总局出台《网络交易监督管理办法》

近年来，我国网络交易蓬勃发展，“社交电商”“直播带货”等新业态新模式不断涌现、快速壮大，为网络经济增添了新的活力，为稳增长、促消费、扩就业发挥了重要作用。与此同时，也出现了不少问题，社会各界呼唤完善相应的监管规则。市场监管总局主动作为，积极回应社会关切，于3月15日制定出台《网络交易监督管理办法》（以下简称《办法》）。《办法》是贯彻落实《电子商务法》的重要部门规章，对相关法律规定进行细化完善，制定了一系列规范交易行为、压实平台主体责任、保障消费者权益的具体制度规则，对完善网络交易监管制度体系、持续净化网络交易空间、维护公平竞争的网络交易秩序、营造安全放心的网络消费环境具有重要现实意义。

《办法》共5章56条，包括总则、网络交易经营者、监督管理、法律责任和附则等内容。《办法》明确了网络交易监管坚持鼓励创新、包容审慎、严守底线、线上线下一体化监管原则，提出推动完善多元参与、有效协同、规范有序的网络交易市场治理体系，对网络经营主体登记、新业态监管、平台经营者主体责任、消费者权益保护、个人信息保护等重点问题作出了明确规定。

针对网络经营主体登记问题，《办法》对《电子商务法》规定的“便民劳务”和“零星小额”两类免于登记情形进行了具体界定，即个人通过网络从事保洁、洗涤、缝纫、理发、搬家、配制钥匙、管道疏通、家具家电修理修配等依法无须取得许可的便民劳务，或者年交易额累计不超过10万元的依法无须进行登记。

针对网络交易新业态监管问题，《办法》对当前“社交电商”“直播带货”等网络交易活动中的经营者定位作出了明确规定。网络社交、网络直播等网络服务提供者为经营者同时提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等网络交易平台服务的，应当依法履行网络交易平台经营者的义务。通过上述网络交易平台服务开展网络交易活动的经营者，应当依法履行平台内经营者的义务。

针对压实平台责任问题，《办法》规定了平台应当每半年向住所地省级市场监管部门报送平台内经营者身份信息；平台要对平台内的经营活动建立检查监控制度，并对违法行为及时处置和报告；平台不得干涉平台内经营者的自主经营，不得通过各种手段禁止或者限制平台内经营者自主选择多平台经营、自主选择快递物流等交易辅助服务提供者等。

针对消费者权益保护问题，《办法》要求，经营者不得将搭售商品等选项设定为消费者默认同意，不得将消费者以往交易中选择的选项设定为消费者默认选择；要求自动展期、自动续费服务的经营者应当在消费者接受服务前以及展期、续费前五日，以显著方式提请消费者注意，由消费者自主选择等。

针对个人信息保护问题，《办法》规定了网络交易经营者应当明示收集、使用消费者个人信息的目的、方式和范围，并经消费者同意；不得强迫或者变相强迫消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的信息；在收集、使用个人敏感信息前，必须逐项取得消费者同意；未经被收集者授权同意，不得向包括关联方在内的任何第三方提供。

《办法》还针对虚构交易、误导性展示评价、虚构流量数据等新型不正当竞争行为进行了明确规制，禁止各类网络消费侵权行为。

《办法》的出台实施有利于指导督促网络交易经营者依法合规经营，更好规范网络交易秩序，保护网络消费者合法权益，促进我国数字经济持续健康发展。《办法》自2021年5月1日起施行，原《网络交易管理办法》同时废止。（市场监管总局）



“直播带货”视频至少保存三年
《网络交易监督管理办法》亮点详解

市场监管总局15日出台《网络交易监督管理办法》，将于今年5月1日起施行。市场监管总局网监司负责人表示，作为贯彻落实电子商务法的重要部门规章，办法对完善网络交易监管制度体系、持续净化网络交易空间、维护公平竞争的网络交易秩序、营造安全放心的网络消费环境具有重要现实意义。

“直播带货”视频至少保存三年

“社交电商”“直播带货”等新业态新模式不断涌现，这类业态在参与主体、经营架构、交易流程乃至信息传播方式等方面均有别于传统的网络交易活动，在激发网络经济新活力的同时也产生了新的监管难题。

办法将当前新业态中最典型的平台性服务，明确归纳为“网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付”。网络服务提供者同时提供上述服务，就为网络交易提供了全流程的支持，应当依法履行网络交易平台经营者的义务。通过上述平台性服务开展交易的经营者，应当依法履行平台内经营者的义务。

办法要求网络交易新业态的经营者以显著方式展示商品或者服务及其实际经营主体、售后服务等信息，充分保障消费者的知情权。参照网络交易平台对商品或者服务信息、交易信息的保存义务，结合网络直播特点，办法规定了直播服务提供者将网络交易活动的直播视频自直播结束之日起至少保存三年。通过上述规定，引导新业态各方经营者规范经营，强化网络消费者合法权益保护力度。

设置个人信息保护专门条款

强化网络消费者个人信息保护是办法的一个突出亮点。当前，数据和流量成为网络市场竞争的关键要素，平台乃至较大规模的普通经营者都能通过滥用个人信息不当获利。针对部分网络平台、经营者过度收集个人信息问题，办法设置了个人信息保护的专门条款，规定网络交易经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意，不得强迫或者变相强迫消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的信息。



同时，办法要求经营者在收集、使用个人生物特征、医疗健康、金融账户、个人行踪等敏感信息时，必须逐项取得消费者同意。针对经营者尤其大型平台企业与自身关联主体之间共用个人信息的问题，办法明确规定经营者未经被收集者授权同意，不得向包括关联方在内的任何第三方提供。

严禁平台强制“二选一”

年来，部分网络交易平台对平台内经营者在其他平台开展经营等自主经营活动进行不合理限制的情况不断出现，即平台强制“二选一”问题，以及个别平台限制经营者只能使用其限定的自有或者合作方的快递物流服务的问题，持续引发社会普遍关注。

从实践情况来看，平台实施的限制行为隐蔽性强，给监管执法增加了难度。为此，办法规定了平台不得通过

搜索降权、下架商品、限制经营、屏蔽店铺、提高服务收费等方式，禁止或者限制平台内经营者自主选择在多个平台开展经营活动，或者利用不正当手段限制其仅在特定平台开展经营活动；禁止或者限制平台内经营者自主选择快递物流等交易辅助服务提供者；不得实施其他干涉平台内经营者自主经营的行为。这些规定对有效保障平台内经营者和消费者合法权益、维护平台经济良好竞争秩序、促进平台经济健康发展均具有重要意义。

五大举措进一步压实平台主体责任

平台具有“市场”和“企业”双重属性，在网络交易活动中发挥着独特作用，是实现平台经济规范健康发展的关键一环。压实平台主体责任，强化平台内部治理，对于保护消费者和平台内经营者合法权益，营造安全放心的网络消费环境，推进平台经济规范健康发展至关重要。

办法通过五大举措，对压实平台主体责任作出了一系列规定：

一是平台经营者应当对平台内经营者提交的信息进行核验登记，并每年两次向市场监管部门报送经营者身份信息；

二是平台经营者应当显著区分标记已登记和未登记的经营者，确保消费者能够清晰辨认；

三是平台经营者应当对平台内经营活动建立检查监控制度，对有关违法行为及时处置和报告；

四是平台经营者对平台内经营者采取警示、暂停或者终止服务等措施的，应当自决定作出处理措施之日起一个工作日内予以公示有关信息；

五是平台经营者应当按照市场监管部门在监管执法活动中的要求，提供平台内经营者身份信息、商品或者服务信息、交易信息，并在技术方面积极配合市场监管部门开展网络交易违法行为监测工作等。（新华社）

市场监管总局：直播带货平台要迅速检查产品质量

为提高直播带货产品供给质量，保护消费者权益，维护直播带货市场公平竞争秩序，促进直播经济规范健康发展，近日，市场监管总局对提升直播带货平台产品质量组织开展了行政指导。

市场监管总局表示，直播带货作为互联网经济的一种新业态，对活跃市场、促进消费、方便人民群众生活起到了积极的作用。但在发展中也存在着产品质量不过关、虚假宣传、售后服务差、消费者权益得不到切实保障等广大人民群众反映强烈的突出问题。

行政指导会上，市场监管总局对直播带货平台提出六点要求：

一要提高质量意识，筑牢直播经济持续健康和高质量发展的基础。

二要做学法守法模范，落实产品质量法、标准化法、消费者权益保护法、电子商务法等法律法规要求，切实增强守法合规的自觉性，依法依规规范发展。

三要立行立改，各直播带货平台要迅速对直播带货产品质量进行自我对照和全面检查，对有质量问题的产品和带货主播，要第一时间进行处置，同时要举一反三，防范其他质量问题发生。

四要争创“品质直播”，围绕强化平台内部产品质量管控，建章立制，并发挥信用的惩戒力和约束力，努力为消费者提供高品质产品和服务。

五要建立消费投诉“绿色通道”，及时回应处理消费者投诉举报。

六要积极配合相关政府部门做好产品质量监管工作。

会上，相关直播带货平台还发布了网络直播商品质量保障自律承诺，提出了保障直播商品质量、积极依法履行直播带货平台责任、规范商品营销宣传、完善直播交易售后保障机制等自律措施，自觉接受政府部门和社会监督。（央广网）

四部门联合发文：39类APP明确个人信息收集范围

3月22日，国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部、国家市场监督管理总局四部门联合发布《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》。其中明确地图导航、网络约车、即时通信、网络购物等39类常见类型移动应用程序必要个人信息范围，要求其运营者不得因用户不同意提供非必要个人信息，而拒绝用户使用APP基本功能服务。

分析认为，一些APP过度收集用户信息进行广告推送，甚至影响到用户的好友，行为十分恶劣。此次《规定》出台后，许多APP需要对商业模式进行调整，而不法商家分享用户数据导致用户个人信息泄露和遭遇不当信息骚扰的行为将被极大遏制。

问题

APP超范围收集用户信息问题突出

网信办方面表示，随着移动互联网快速发展，各类应用程序迅速普及应用，在促进经济社会发展、服务民生等方面发挥了重要作用。同时，APP超范围收集用户个人信息问题十分突出。特别是大量APP通过捆绑功能服务一揽子索取个人信息授权，用户拒绝授权就无法使用APP基本功能服务，变相强制用户授权。为聚焦解决APP超范围收集个人信息问题，规范收集个人信息活动，国家互联网信息办公室会同工业和信息化部、公安部、国家市场监督管理总局联合制定实施该《规定》。

记者了解到，此前不少APP在安装后首次打开时会向用户索取个人权限，但一些APP经常过度索取用户的个人信息。“安卓手机安装微信，一打开就要索取存储和手机识别码”“安装微博APP要求包括录音、通讯录在内的全部权限，不然就只能取消安装”“饿了么上来就要申请我的短信电话等权限，外卖软件要这些有什么用呢？”不少有个人信息保护意识的网友此前曾表示。

2019年11月起，工信部启动了APP侵害用户权益专项整治行动工作，重点整治违规收集用户个人信息、违规使用用户个人信息、不合理索取用户权限、为用户账号注销设置障碍等4个方面的8类突出问题。工信部此前的通报显示，知乎日报、店长直聘等APP私自收集个人信息，租租车、1药网除私自收集个人信息外，还私自共享给第三方；当当、e代驾还强制用户使用定向推送功能并过度索取权限；好医生则因为私自收集个人信息以及强制用户使用定向推送功能被通报。上海市消保委针对39款网购平台及旅游出行、生活服务等手机APP涉及个人信息权限的评测结果，共有25款存在问题，比如“饿了么”申请了11个权限，包括拨打电话、日历等，在测试新版本时，专家发现旧版中的拨打电话和日历权限已删除，但又新增了“读取通话记录”权限。

用户个人信息被用于更精准推送广告

APP运营者索取到个人信息后，会如何使用这些个人信息呢？知名科技评论人闫跃龙表示，其中一个很大的用处是将用户这些数据拿来自己用或者与其他平台共享，“比如对广告商，有了这些数据，可以对用户进行用户画像，更精准地推送广告。”

互联网评论家葛甲说：“过度索取用户信息背后必然是用户信息的滥用和非法使用。之前被爆出的很多有关私自出售用户信息的案例，还有包括社会舆论比较关注的大数据杀熟等事件，客观上其实都是过度索取信息所造成的某种后果。本次新规落地之后，将对部分生活服务类APP造成重大影响，对微信生态中的部分组成部分也有相当强的影响。”

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林认为，APP运营者收集数据的好处很多，最为普遍的是挖掘用户数据，形成推送，这种广告推送的精准度很高，利于达成交易，但这些信息收集一般不涉及敏感信息，“脱敏”之后，用户习惯依然可以精准挖掘。当然也有APP运营者进行个人信息买卖非法获利，这是很严重的违法行为，最终导致骚扰电话和诈骗短信泛滥。

体验

网络借贷类APP
被允许获取用户身份信息

有用户表示，朋友通过微信APP中发送语音消息的方式向自己推荐了一家酒店，此前自己从未听说过该酒店。当自己打开携程APP时，搜索栏中的底纹字样就显示该酒店，令自己十分震惊。而自己也根据推荐，点击“搜索”按钮，最终成功预订了该酒店。“不知道到底是在哪个环节泄露了我的隐私？”该用户表示，这样的精准营销的确非常受用，但也令人害怕。

《规定》明确要求，APP不得因为用户不同意提供非必要个人信息，而拒绝用户使用其基本功能服务，同时对39种常见类型APP的必要个人信息范围作出了相应规定。

比如，即时通信类APP必要个人信息包括：注册用户移动电话号码，账号信息：账号、即时通信联系人账号列表；网络支付类APP必要个人信息包括注册用户移动电话号码，注册用户姓名、证件类型和号码、证件有效期限、银行卡号码；网上购物类APP必要个人信息包括注册用户移动电话号码，收货人姓名（名称）、地址、联系电话，支付时间、支付金额、支付渠道等支付信息。

记者注意到，在39类常用应用中，没有任何一项的必要个人信息中包括敏感的相册权限、通讯录权限。仅地图导航和网络约车两类APP可要求位置信息，其余37项均不包含。13类APP无须个人信息即可使用基本功能服务，包括浏览器类、输入法类、安全管理类、应用商店类、网络直播类、运动健身类等。而网络游戏、网络社区、邮箱云盘等5类APP必要个人信息仅包含用户的电话号码。

网络支付类、邮件快件寄递类、交通票务类、网络借贷类等10类APP被允许获取用户的身份或其他证件信息。

影响

用户信息流失
运营者将调整商业模式

之前被媒体爆出的有关私自出售用户信息的案例，包括社会舆论比较关注的大数据杀熟等事件，客观上都是过度索取信息所造成的某种后果。

互联网评论家葛甲表示：“过度索取用户信息背后必然是用户信息的滥用和非法使用。本次新规落地之后，将对部分生活服务类APP造成重大影响，对微信生态中的部分组成部分也有相当强的影响。”

中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端表示，原本以来，在线上经济崛起、新消费引领消费升级的今天，不同平台之间基于用户数据共享的交叉导流和商业价值创新存在巨大的想象空间。此次《规定》出台后，对用户个人信息采集方面的限制和分层带来的用户信息不对称性将对不同功能平台的信息共享和交叉导流及关联业务创新带来较大影响。过去超出实际功能需求索取用户信息用以与其他平台，甚至与不法商家分享用户数据导致用户个人信息泄露和遭遇不当信息骚扰的行为将被极大遏制。

她认为，此次调整中受影响最大的可能包括女性健康类、网络直播类、在线影音类APP，意味着此类APP未来是“即插即用”模式，难以形成稳定的用户黏性和精准化的用户关系管理。

盘和林认为，《规定》的总基调是将个人信息定义为权益，也就是在个人同意的情况下，依然可以授权使用，而文件其实明确提出了“基本功能”的概念，也就是说，信息换取增值功能是被允许的。这其实在用户和APP商户之间采取了折中做法。在保证数字经济发展的前提下，完善用户信息归属权和保护。

他认为，此次《规定》出台后，对旅游平台、二手车和房屋租赁平台影响较大，因为这几个领域是用户信息流失的重灾区。对于物流快递行业，未来信息要求可能需要他们改变投递方式，他们需要引入信息“脱敏”机制。

监管

工信部责令整改
3046款违规APP

工信部官网近日发布，工信部连续两年开展APP侵害用户权益专项整治行动，重点整治包括APP违规收集使用个人信息、欺骗误导用户下载在内的四方面十大类问题。截至2021年3月，共完成73万款APP的技术检测工作，连续发布12批次对外通报，责令整改3046款违规APP，下架179款拒不整改的APP。

3月16日，针对央视3·15晚会曝光的内存优化大师、智能清理大师、超强清理大师、手机管家pro四款APP，工信部第一时间组织开展技术检测，查实其存在

欺骗误导用户下载、违规处理个人信息等问题，已要求主要应用商店予以下架，并组织北京、天津、上海、广东四省市通信管理局对涉事企业主体进行调查处理。前期专项整治行动中，工信部针对存在欺骗误导用户下载问题的APP，责令整改300款、公开通报37款、下架3款；针对存在违规处理个人信息问题的手机管家、内存优化、垃圾清理类APP，责令整改75款、公开通报20款、下架1款。

3月12日，工信部发布关于侵害用户权益行为的APP通报（2021年第3批，总第12批）。工信部近期组织第三方检测机构对手机应用软件进行检查，督促存在问题的企业进行整改。截至目前，尚有136款APP未完成整改。136款问题APP包括腾讯手机管家、诸葛天气、2345天气王、荔枝新闻、七猫免费小说、天涯社区、爱豆、悦跑圈、携程租车、美图证件照、21财经、下厨房、猎豹清理大师、讯飞配音、无忧课堂、房多多等。存在问题包括：APP频繁自启动和关联启动，应用分发平台上的APP信息明示不到位，超范围收集个人信息，APP强制、频繁、过度索取权限，违规使用个人信息，欺骗误导用户下载APP，强制用户使用定向推送功能等。

工信部表示，下一步，进一步构建覆盖基础电信企业、各类电信业务经营者、互联网服务提供者的全行业服务监管体系，加强互联网行业监管，推动企业持续创新和改善服务质量，切实保障用户合法权益。

一是加强专项整治，突出整治群众反映强烈的问题，严厉查处各类违法违规行为，加大曝光和处置力度。

二是完善制度标准，会同相关部门尽快出台《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定》，进一步完善个人信息保护标准体系，推动出台相关行业标准、国家标准。

三是加强技术手段建设，运用人工智能、大数据等新技术新手段，大幅提升全国APP技术检测平台自动化检测覆盖范围和检测深度。

四是加强行业自律，督促企业进一步强化个人信息保护红线意识，将用户权益保护作为企业发展的生命线，为广大用户营造更安全、更健康、更干净的APP应用环境。（北青报）

工信部征求意见：电子烟等新型烟草监管将与传统卷烟一致

3月22日，工信部发布《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定》公开征求意见。工信部在《中华人民共和国烟草专卖法实施条例》（以下简称《实施条例》）附则中增加一条，作为第六十五条：“电子烟等新型烟草制品参照本条例中关于卷烟的有关规定执行”。

工信部表示，近年来电子烟等新型烟草制品市场监管领域出现了一些新情况、新问题，社会各方面非常关注。此次修改主要是明确电子烟等新型烟草制品的监管法律依据，并做好与《中华人民共和国未成年人保护法》等法律法规的衔接，发挥好法治固根本、稳预期、利长远的重要作用。鉴于电子烟等新型烟草制品与传统卷烟在核心成分、产品功能、消费方式等方面具有同质性，对电子烟等新型烟草制品应当参照《实施条例》中关于卷烟的有关规定执行。这也与国际上主要国家和地区对于电子烟等新型烟草制品的监管方式一致。将电子烟等新型烟草制品参照《实施条例》中关于卷烟的有关规定执行，将大幅度提升电子烟监管效能，有效规范电子烟生产经营活动，解决电子烟存在的产品质量安全风险、虚假广告等问题，切实保障消费者合法权益。

根据说明，本次实施条例的修改，主要有三方面考虑：

一是推进电子烟监管法治化，明确电子烟等新型烟草制品的监管法律依据，并做好与《中华人民共和国未成年人保护法》等法律法规的衔接。

二是鉴于电子烟等新型烟草制品与传统卷烟在核心成分、产品功能、消费方式等方面具有同质性，对电子烟等新型烟草制品应当参照实施条例中关于卷烟的有关规定执行。这也与国际上主要国家和地区对于电子烟等新型烟草制品的监管方式一致。

三是将电子烟等新型烟草制品参照实施条例中关于卷烟的有关规定执行，将大幅度提升电子烟监管效能，有效规范电子烟生产经营活动，解决电子烟存在的产品质量安全风险、虚假广告等问题，切实保障消费者合法权益。

内存
不得向未成年人销售电子烟

2019年11月，国家烟草专卖局、国家市场监管总局联合出台《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》，要求各类市场主体不得向未成年人销售电子烟；敦促电子烟生产、销售企业或个人及时关闭电子烟互联网销售网站或客户端，电商平台及时关闭电子烟店铺并将电子烟产品及时下架，电子烟生产、销售企业或个人撤回通过互联网发布的电子烟广告。据介绍，大部分电子烟的核心成分是经提纯的烟碱即尼古丁，尼古丁属于剧毒化学品，未成年人呼吸系统尚未发育成型，吸入此类雾化物会对肺部功能产生不良影响，使用不当还可能导致烟碱中毒等多种安全风险。该通告中介绍，目前国内电子烟市场混乱，产品质量参差不齐，大量产品存在不安全成分添加、烟油泄漏、劣质电池等严重质量安全隐患。特别是一些电子烟企业为了提高产品的吸引力，随意添加各类添加剂以改变电子烟口味和烟油颜色，对消费者特别是未成年人身心健康产生严重危害。

科学研究证明，烟草烟雾中含有7000余种化学成分，其中有250多种有害物质，至少69种为致癌物。吸烟或吸入“二手烟”可导致肺癌及多种恶性肿瘤，还可引起呼吸系统疾病、心血管病、脑血管病、消化系统疾病、内分泌疾病等多种疾病。（北青报）

文化和旅游部专项整治未经许可经营旅行社业务

为促进旅游业高质量发展，规范旅游市场经营秩序，深入整治旅游市场“不合理低价游”等突出问题，文化和旅游部近日部署开展未经许可经营旅行社业务专项整治行动。

本次专项整治行动以保障旅游者合法权益、营造旅游市场公平竞争环境为工作目标，将重点整治两类违法违规经营行为：一是以免费旅游、购物（会员）送旅游、旅游赠礼品等名义或者以俱乐部、康养活动等形式招徕旅游者，未经许可经营旅行社业务的违法违规经营行为；二是未经许可，通过互联网开展招徕旅游者等旅行社业务的违法违规经营行为。

文化和旅游部要求各地文化和旅游行政部门、文化市场综合执法机构重点检查保险、保健品等各类市场营销活动中的包价旅游产品，特别是以中老年为主要目标群体的包价旅游产品。加强在线旅游市场执法，重点查处未经许可通过互联网推广和公众号营销等方式开展旅行社业务的违法违规经营行为。加强对旅游团队、地接社的执法检查，对旅游集散地、主要景区中的旅游团队进行重点执法。执法检查过程中，发现涉嫌违反消费者权益保护、反不正当竞争、广告等领域法律法规的，移送有关行政机关查处；涉嫌触犯非法经营、强迫交易、诈骗等刑法罪名的，移送司法机关，依法追究刑事责任。

专项整治行动期间，文化和旅游部将通过“体检式”暗访评估、网络监测、集中检查等方式，排查违法违规线索并组织查处；通过集中办案、以案施训、现场督办等方式，部署各地依法查办未经许可经营旅行社业务的案件，严查违法违规经营行为，进一步规范旅游市场经营秩序，有序推进旅游业复工复产复业。

为提高社会公众法律意识，更好地维护旅游者合法权益，文化和旅游部公布了专项整治行动第一批指导案例，包括以“零团费”形式、以赠礼品或者养生养老会员等方式、以俱乐部或者户外活动等名义，未经许可经营旅行社业务的执法案例。文化和旅游部提醒广大旅游者在旅游消费时，要选择合法正规旅行社，更好地保障自身安全和合法权益；提倡理性消费，审慎选择不合理的低价旅游产品，主动抵制不法经营行为，降低消费风险。文化和旅游部同时公布了专项整治行动举报电话12318和举报平台jbts.mct.gov.cn，欢迎社会公众对违法违规旅游市场经营活动进行举报监督。（文化和旅游部网站）

《公共航空运输旅客服务管理规定》出台

近日，《公共航空运输旅客服务管理规定》（以下简称《规定》）正式出台，对1996年和1997年分别颁布的《中国民用航空旅客、行李国内运输规则》和《中国民用航空旅客、行李国际运输规则》进行统筹修订，进一步规范了国内、国际旅客运输秩序，保护旅客合法权益。

近年来，民航运输行业得到快速发展，人民群众对民航服务的要求越来越高。为适应民航运输发展需求，顺应新时代、规范新现象、解决新问题，推进我国民航运输市场法制体系建设和民航治理现代化，《规定》对现行两部规章进行有机整合和系统修改。《规定》共11章65条。本次修订遵循简政放权、依法行政、与时俱进和真情服务的基本原则，删除有关平等市场主体之间民事权利义务关系的条款，在尊重企业自主经营权的同时，将重点聚焦在提升民航服务质量、保护消费者合法权益上，切实增强人民群众对民航服务的满意度和获得感。

《规定》涵盖了承运人、机场管理机构、航空销售代理人、地面服务代理人、航空销售网络平台经营者和信息企业等市场主体，并对各主体的基本责任进行明确。为适应民航运输发展趋势，《规定》将外国航空承运人、港澳台地区航空承运人在我国境内的经营行为也纳入规制范畴，对国内、国际旅客运输服务标准进行了整合，实现国内、国际运输服务的一致化管理。

《规定》聚焦客票销售、客票变更和退票、超售等关键环节，规定了承运人及航空销售代理人订票时的信息告知要求，明确了各情形下的客票退改签原则和退款期限；对超售时的处置原则进行了规范。针对旅客乘机和行李运输环节，《规定》明确了机场管理机构在服务设施设备、标识指引等方面的义务和责任；要求承运人和机场管理机构针对旅客突发疾病等情形制定应急处置预案，保护旅客生命健康。为充分释放市场活力，《规定》不再对行李尺寸和重量、免费行李额、逾重行李费等进行统一规定，而是要求承运人根据企业经营特点自行制定相关标准并对外公布。同时，《规定》还对行李运送和行李丢失损坏处置等提出了明确要求。

为更好保护旅客合法权益，《规定》进一步畅通旅客维权渠道，强化了相关市场主体的投诉处理能力要求，严格了投诉处理流程和处理时限，健全了投诉反馈机制，加强了旅客投诉的闭环管理。（中国民航局）

在京办理健身卡拟设7天冷静期

各类预付费卡退费难，已经成为很多消费者“难解的痛”。不过这种情况在北京很快将得以改善——正在公开征求意见的《北京市休闲健身行业预付费服务交易合同》拟规定，办理健身卡后可以有7天冷静期，冷静期内未开卡使用，消费者可有权无条件解除合同，商家要于15个工作日内一次性返还全部预付费用。

近日，由北京市体育局与北京市市场监督管理局共同修订完成的《北京市休闲健身行业预付费服务交易合同》（以下简称示范文本），通过“首都之窗”网站向社会公开征求意见，征求意见期间为2021年3月16日至3月22日。本示范文本适用于北京市向消费者提供健身服务指导的健身房、各类体育健身场（馆）等体育运动项目经营单位与消费者之间发生的体育健身预付费服务交易。私教课和体育技能培训不适用。

记者注意到，新修订的示范文本呈现三大变化。首先是进一步细化了服务内容，设立合同履约保证保险选项。在示范文本中约定健身房等经营单位要配备符合规定的救护救生设备及救护人员。同时，经营单位应当为消费者的身份、健康等信息承担保密义务。

其次，合同中设立了7天冷静期，并明确冷静期内解除合同的退费规则，预防因冲动消费引发的纠纷。示范文本中约定甲方自签署本合同的次日起，有7天冷静期，冷静期期间，在未开卡使用健身服务的情况下，有权无条件解除本合同，乙方经与甲方约定退费申请方式后，于15个

工作日内一次性返还全部预付费用。除此之外，乙方在本合同履行期限内不得单方提高承诺的服务价格或增加服务限制条件。

再次，对退费及违约责任进行了详细约定，减少退费纠纷，切实维护双方合法权益。示范文本中约定乙方在合同有效期限内存在擅自变更服务地点、提高承诺的服务价格、缩短休闲健身卡的有效期限、减少承诺的卡内包含项目、关闭单店休闲健身卡所属门店、增加休闲健身卡使用的限制条件等严重影响甲方利益行为的，双方应协商解决办法，协商不成的，甲方可以解除合同，并要求乙方参照合同中的详细标准的约定在扣除已消费金额后，一次性返还预付费余额。（北京青年报）



北京市银协发布倡议防范挪用个人经营贷进入房市

3月19日，北京市银行业协会向各会员银行发出《关于进一步加强个人信贷业务管理工作的倡议书》（以下简称《倡议书》）。《倡议书》主要从完善贷款合同约束惩戒条款、规范中介机构管理、防范舆情声誉风险和加强金融消费者教育等方面向会员银行提出倡议，旨在坚决落实和维护中央关于“房子是用来住的，不是用来炒的”定位要求，防范套取银行信贷资金以及挪用个人经营性贷款进入房地产市场的行为。

针对《倡议书》的出台背景，北京市银行业协会表示，近期北京房地产市场出现了一些投机炒房苗头，金融监管部门主动出击，密集亮剑，严密防范信贷资金违规流入房地产市场。《倡议书》的发出主要是为配合北京银保监局和人民银行营业管理部联合印发的《关于加强个人经营性贷款管理防范信贷资金违规流入房地产市场的通知》（京银保监发〔2021〕40号）落实执行以及监管部门近期开展的个人信贷业务专项整治工作。

具体而言，《倡议书》倡导会员银行强化思想认识，提高政治站位，坚持“房子是用来住的，不是用来炒的”定位，严格落实党中央、国务院和北京市政府以及各级监管部门出台的房地产市场宏观调控政策，合理制定业务发展目标，科学开展考核激励工作，正确处理短期利益与长期发展的关系。

完善个人贷款业务合同中对借款人行为的约束性条款，重点针对信贷资金未按约定用途使用等不诚信行为设定惩戒措施，并对借款人进行充分说明和提示。加强银行员工行为管理，积极开展员工异常行为排查和警示教育，对存在协助客户造假或与第三方中介机构串通伪造贷款资料等违规行为的员工，应从严进行问责，涉嫌违法犯罪的，应及时将线索移送公安机关。

《倡议书》进一步规范与第三方中介机构的业务合作，严格落实名单制管理要求，明确中介机构业务职责边界，加强对中介机构行为的约束和监控，一旦发现有中介机构打着银行旗号向不符合条件客户兜售个人经营性贷款或协助客户伪造贷款资料的，应立即中止业务合作，及时予以公开谴责，追究其法律责任，并将相关线索移送公安机关。

《倡议书》还提示会员银行认真履行今年年初生效的《北京市银行业协会个人住房贷款业务自律公约》各项要求，严格落实差别化住房信贷政策。积极开展针对广大金融消费者的风险提示，加强个人经营性贷款业务和个人住房贷款业务的政策宣导，重点对套取和挪用银行信贷资金所产生的严重后果进行警示教育。

北京市银行业协会表示，下一步将继续配合监管部门做好个人信贷业务专项整治工作，研究制定针对存在违规行为的中介机构和个人的行业惩戒措施，确保各项监管政策要求落到实处。（人民网）

人社部推荐56家正规招聘网站

央视“3·15”晚会点名曝光智联招聘、猎聘网求职者简历被售卖问题，引发社会关注。记者从北京市人力资源和社会保障局获悉，该局已对两家涉事企业开展立案调查。近日，人力资源和社会保障部也为网络求职招聘支招，并列出了56家“官方认证”招聘网站名单。

记者了解到，央视“3·15”晚会点名曝光招聘网站乱象后，市人社局高度重视、紧急部署，连夜询问情况，并迅速约谈两家涉事企业，要求智联招聘和猎聘网立即彻查彻改，严格落实《网络招聘服务管理规定》等法律法规，阻断不法分子倒卖求职者简历信息“利益链”，切实保护求职者合法权益。同时，暂停上述两家企业为新企业用户提供的线上购买简历服务，并对两家企业开展立案调查。

市人社局表示，将采取有力措施，进一步加强网络招聘行业监管。一是开展专项检查，严厉查处网络招聘服务中的各类违法违规行为，加大曝光和处置力度。二是完善制度体系，出台实施人力资源市场政府规章，进一步细化完善求职者个人信息保护有关要求。三是加强行业自律，督促网络招聘企业严格履行求职者信息保护主体责任，营造更安全的求职招聘环境。

针对央视曝光的问题，人社部昨日也表示，判断网上提供招聘信息的网站是否靠谱，主要关注三点：一看其是否具备相应的资质条件，二看招聘信息是否真实合法，三要注意有没有乱收费以及扣押身份证、毕业证等重要证件。

人社部提示网络求职者，如果遇到招聘网站未公示相关资质，招聘信息过于简单、含糊其辞，以及要求求职者先交钱再求职，甚至扣押身份证、毕业证等重要证件等情况时，应第一时间保留证据，并及时向网络招聘服务机构或人社、工信、网信、公安等部门举报投诉或报案。

值得一提的是，人社部已经收集汇总了省级公共就业和人才招聘网站，形成“全国省级公共就业和人才招聘网站名单”，并在人社部官方微信公众号“人力资源和社会保障部”上公布。北青报记者注意到，人社部推荐的招聘网站共有56家，均由各地人社部门主办，发布岗位空缺、招聘活动、就业政策、服务项目等信息。其中，部级网站为中国公共招聘网（http://job.mohrss.gov.cn/）以及就业在线（http://www.jobonline.cn），北京网站为北京市人力资源和社会保障局“就业超市”（http://fuwu.rsj.beijing.gov.cn/jycy/jycs/index.html）。

链接

人社部：判断招聘网站是否靠谱要注意三点

网络求职招聘应该注意些什么？人社部表示，主要从三方面判断。

一看网站是否具备相应的资质条件。根据《网络招聘服务管理规定》要求，经营性人力资源服务机构从事网络招聘服务，应当依法取得人力资源服务许可证。涉及经营电信业务的，还应当依法取得电信业务经营许可证。同时，应在其网站、应用程序等首页显著位置，持续公示营业执照、人力资源服务许可等信息，或上述信息的链接标识。

二看招聘信息是否真实合法。根据《网络招聘服务管理规定》要求，用人单位向人力资源服务机构提供的单位基本情况、招聘条件、工作内容、工作条件、基本劳动报酬等网络招聘信息，应当合法、真实，不得含有性别等方面的歧视性内容。

三是谨防乱收费。根据《网络招聘服务管理规定》要求，从事网络招聘服务的人力资源服务机构，不得以欺诈、暴力、胁迫或者其他不正当手段，牟取不正当利益。不得向劳动者收取押金，应当明示其服务项目、收费标准等事项。

人社部强调，人力资源服务机构应当建立健全网络招聘服务用户信息保护制度，不得泄露、篡改、毁损或者非法出售、非法向他人提供其收集的个人公民身份证号码、年龄、性别、住址、联系方式和用人单位经营状况等信息。（北京青年报）



北京住房公积金办理将推出多项便民举措

记者从北京住房公积金管理中心获悉，为进一步优化营商环境，北京住房公积金管理中心今年将加快智能网点建设，其中5个网点计划于今年10月建成自助业务系统，同时将利用大数据、人工智能等新一代技术进一步深化“减快通”，全力推广“网上办”“自助办”“指尖办”“智能办”等便民措施。

住房公积金服务业务受众面广，与群众住房消费关联紧密，整体业务量占北京市政务服务比重较高。据介绍，近年来北京市不断探索尝试新技术在住房公积金办理中的应用，不断优化政务服务。其中，52个事项办理时限由359天减至43天，压减88%；柜台办事材料由407份精简47份，精简88%；全程网办事项由17个增至28个。

北京住房公积金管理中心通州管理部e通厅是北京建立的首个示范点。记者在这里看到，办事大厅有多台自助业务办理机和智能柜员机，办理业务时可实现机器人引导带路、智能取号以及自助操作并打印所需业务单据等功能。

北京住房公积金管理中心通州管理部副主任双亮介绍，示范点自去年成立以来，已经服务客户14000余人，月均服务2000余人。示范点对原有办公模式进行创新、调整，让工作人员从柜台里“走出来”，为客户提供“肩并肩，1对1”顾问式服务，将客户体验和服务质量最大化提升。

据悉，为了给企业群众提供更加高效、便捷的线下服务，北京将深化智慧政务服务大厅建设，打造新型的住房公积金自助服务模式。北京住房公积金管理中心信息技术处处长王志军说，今年将继续发挥信息科技在优化营商环境中的引领作用，全面推行电子签章，进一步优化精简中心柜台、网厅和移动端的相关业务流程和服务，实现政务服务“智慧办”。通过智能化的自助服务，逐步减少业务柜台数量并充实执法力量，并用自助终端把中心智能化服务向实体网点、街道、社区等区域延伸。（新华网）

北京发布住房租赁行业重点关注企业名单

今年2月，北京市住建委、公安局、网信办、金融局、银保监局等五部门联合印发的《关于规范本市住房租赁企业经营活动的通知》，于3月1日正式实施。按照新规要求，对于存在违法违规行为较多的企业，主管部门将列入重点关注名单向社会公布。

近日，市、区住建部门结合日常监管和信访投诉处理情况，梳理出28家重点关注企业名单，提示广大消费者谨慎选择。

住房租赁行业重点关注企业名单

序号	企业名称
1	北京城上伟业房地产经纪有限公司
2	恒达家园（北京）房地产经纪有限公司
3	北京大方佳业房地产经纪有限公司
4	北京力天华盛物业管理有限公司
5	城城物业管理（北京）有限公司
6	北京华中伟业物业管理有限公司
7	北京善行物业管理有限公司
8	北京九星物业管理有限公司
9	北京新朝向公寓物业管理有限公司
10	北京鑫众房地产经纪有限公司
11	北京青年嘉业房地产经纪有限公司
12	北京灏升物业管理有限公司
13	北京旺永盛房地产经纪有限公司
14	北京致诚伟业房地产经纪有限公司
15	北京兴盛基业房地产经纪有限公司
16	北京伟业兴诚房地产经纪有限公司
17	北京易鸿悦房地产经纪有限公司
18	北京恒亚物业管理有限公司
19	北京悦信伟业房地产经纪有限公司
20	北京卓诚物业管理有限公司
21	北京远金房地产经纪有限公司
22	北京谊城房地产经纪有限公司
23	北京泽成吉商贸有限公司
24	北京兴如恒泰投资咨询有限公司
25	北京鸿福置地房地产经纪有限公司

26	北京东创恒业房地产经纪有限公司
27	北京途寓科技有限公司
28	千寓（北京）物业管理有限责任公司

北京市住建委相关负责人表示，公布重点关注企业名单主要是提示广大房主和房客谨慎选择，避免消费陷阱。（市住房和城乡建设委）

海淀给校外培训机构配资金“监管人”

培训机构“退费难”的尴尬正在破局。新学期，海淀区教委联合海淀区金融办大胆探索，依法行政，为校外培训机构和银行牵线——培训机构可以将预付学费自动存进监管银行免费开设的学费资金监管账户，也可以通过学费风险储备金形式，确保学费资金安全。学生按次上课，学费按相应课时划转培训机构。

海淀区教委明确，校外培训机构申请线下复课时，必配资金“监管人”。“机构与银行签订监管协议，办学资质、办学标准、师资信息、培训内容等符合要求，才可以复课。”该区教委相关负责人说，预付费不是培训机构的收入，机构不能自行提前动用未上课的学费，学生和家长也将享有预付费资金使用“话语权”，这就从源头化解了退费风险。

预付学费“一课次一消”

从现在开始，接受资金监管成为海淀区新审批校外培训机构的必选项。收费时段、退费比例、退费时限等内容都需要白纸黑字落到明面儿。校外培训机构申请线下复课时也必配资金“监管人”。

“监管人”的工作守则已经明确：学生与培训机构签订培训协议后，可以提前一次性支付给培训机构不超过3个月的预付学费。每家培训机构、每种课程，都有专属的“课程码”，学生和家长报名时，通过扫“课程码”预付学费，学费自动存入培训机构所选监管银行开设的监管账户。

学生到机构上课时，通过APP或刷课程卡等形式，确认学生已上课，监管银行自动接收到“确认上课”信号后，再按“一课次一消”原则，将相应课次学费划入培训机构在银行备案的学费账户，未上课时学费仍存放在监管账户。学生若提出退费，经与培训机构确认后，监管银行会将相应未消耗课时学费按原路径全部退还至学生账户。

60家校外机构签署承诺

新上岗的资金“监管人”借鉴了房地产交易的第三方监管模式，目的是维护机构和学生家长双方权益，有助于实现无条件按比例退费，做到未诉先办。海淀区教委相关负责人说，这将对家长的缴费、退费等资金安全给予充分保障，多方确认，公平解决问题。

目前，海淀区教委联合区金融办提出监管规则和要求，有近20家银行积极响应参与资金监管工作，对培训机构进行学费监管账户管理。培训机构可自主选择监管银行签订资金监管服务协议，开设资金监管专用账户，委托监管银行进行监管。同时，培训机构也可以选择在银行监管账户里主动冻结一定数额和一定期限的资金，用于退费储备，保障资金安全和退费便利。

海淀区已有60家校外培训机构签署了退费承诺。该区教委相关负责人介绍，签署退费承诺也能有效促进机构认真上好每一堂课，提升教学质量，带动整个行业健康发展。

“监管人”须立保密协议

“监管人”也要遵守一系列严苛的规矩。比如其除了监管账户，“一课次一消”模式下，培训机构、监管银行不能再使用其他账户收取预付学费，不能侵占、挪用预付资金。

值得一提的是，监管银行开设监管账户是免费的，不得额外收取培训机构、学员任何费用，不能利用所掌握的资源和信息强制为机构和学员提供担保、融资等相关服务；同时，还应对提供监管服务过程中获取的有关信息进行保密和安全管理。

未来，海淀区还将运用信息化手段，完善学科类培训机构监管办法，在培训机构证照资质、教师资格、课程课堂、信用评价等方面，实现“智慧监管”。该区将依托“城市大脑”基础设施，打造教育行政部门、培训机构、学生及家长、第三方金融机构等共同组成的监管联盟链，搭建学科类校外培训机构信息化管理平台，实现证照管理、规范办学、教师资格证和中小学在职教师库信息链上核验，学生出勤和学籍比对等全方位、全周期监管。

（北京日报）

7天冷静期让健身卡更“健康”

贾 亮

3月16日，由北京市体育局与北京市市场监督管理局共同修订完成的《北京市休闲健身行业预付费服务交易合同》公开征求意见。最引人关注的是合同第五条的“7天冷静期”。其中写明，办理健身卡后的7天冷静期内，若消费者未开卡使用，有权无条件解除合同。消息一出，迅速冲上热搜榜单。很多网友直呼：这简直就是给我量身定做的！

随着生活水平日益改善和提高，市民愈发重视身体健康，健康中国的国家战略正与群众健身的热情实现对接。有人希望出出汗排排毒，有人想掌握更多的运动方式，有人为了一个更匀称的身材。有需求就有市场，近年来，各类健身场馆遍地开花，并推出月卡、年卡、金卡、银卡等花样繁多的健身卡，“预存消费打五折”、“办一年会员送一年会员”，很多消费者禁不住商家的“套路”，冲动办卡，不少健身卡面值较大。可也正应了“冲动是魔鬼”的那句老话，相当一部分市民办完健身卡后，必须坚持健身的满腔热情很快消散，与健身房渐行渐远，一年半载去不了几次；平均每天费用不过几块钱的年卡，到头来可能合一次几百块，后悔不已却又不能说上当受骗，要讨回交的钱奈何合同已签。

“一个愿打一个愿挨”，何况都是成年人的行为，是不是就不用管也不该管呢？当然不是，虽属市场行为，但一定程度上也损害了消费者的权益，更何况长此以往对健身行业的发展不利。如今，大街上小区里不时有人拿着宣传单或体验卡招揽客户，说明健身市场依旧有利可图；有些健身房之所以把健身卡价格压得很低，就在于深谙大部分人只交钱不健身、交几十次的钱去不了几次的习惯。更有些人刚签完合同交完钱就后悔自己冲动了，遑论那些动辄关门跑路的健身房。对有意健身者而言，冲动型办卡不是应有的正确姿势；对健身行业而言，图这个小利也非良性发展的健康之路。因而，设置7天冷静期，无论对消费者还是健身行业都是一个应有的缓冲，一重难得的保护。难得的是，合同示范文本还对退款时间进行了明确，即商家确认消费者退费后，要于15个工作日内一次性返还全部预付费用。以往发生纠纷，在退费环节，消费者往往要面对扣除手续费的刁难或拖延不兑现的无奈，新的合同文本对此做了更为严格的约束。

除此之外，按照合同的示范文本，健身场馆在本合同履行期限内也不得单方提高承诺的服务价格或增加服务限制条件。比如说，如果健身房擅自搬家、私自涨价、减少项目等，消费者都有望要求退费。在签订合同时明确这些不可知的风险，也是为了更好地保障消费者的权益。

办健身卡设立“冷静期”，保障消费者的“后悔权”，无疑具有积极意义。需要指出的是，由于示范合同没有强制性，所以是否执行的关键还在健身房自身。示范文本只是从合同角度为规范健身预付费交易提出参考意见，深层次的预付费模式准入、资金监管等问题，还有待有关部门采取措施来解决。（北京晚报）

整治“神医宇宙” 净化台前幕后



魏昶昊

最近，有网友搜集了各种电视广告中出现的所谓“神医”片段，制作成视频，一下子火了，被戏称为“神医宇宙”。

这些广告中出镜的各路“神医”，个个白发苍苍、仙风道骨；谈医论道中气十足，治病开药斩钉截铁，就差把“神医”二字刻在脸上。

神奇的是，这些“神医”拿到的是同一个剧本：他们无不狠下心肠，宣称“翻来覆去思考了一个月（或半个月、一个半月），最后做出一个违背祖宗的决定”，要把治病的秘方捐给国家，批量生产，惠及众生。

这些祖传秘方号称能治各种病症：肠胃病、咳喘病、心脏病、脑血栓、糖尿病……反正现代医学难以根治的，都能治。

不知是哪位高人写的台词，短短的“违背祖宗”四字，包含了三层意思——其一，中医传承体系是封闭的，外人眼中的疑难杂症，并非没有“秘方”；其二，“狭隘的祖宗”为求医术垄断，要求徒子徒孙严守秘密；其三，当代神医如我，为救天下苍生，顶着欺师灭祖的风险也要把秘方公开，足见所售药物来之不易。

市场经济中，为自家产品作宣传、打广告无可厚非，实事求是就行。可“违背祖宗”的说法，一上来就给传统医学泼上了“保守、封闭、自私”的脏水。

再者，说着“违背祖宗”的“神医”，表面上心系苍生，实际代言的药品却是三无产品，没一个在国家药品监督管理局官网上做过登记备案。而“神医”的塑造者，有的是经常出演虚假广告的演员，也有的是卖假药、靠名头唬人的真医生。

3月9日，其中一名“神医”张文荣被北京鹤年堂中医医院免职，院方声明称，“张文荣所有的宣传广告信息与医院无关”。而此前在广告中妄称自己是“中华医学会镇咳学会副会长、东方咳喘研究院副院长、中华中医医学会风湿分会委员、北京大学医学院教授、苗医传人”的刘洪滨，被网友揭穿其真实身份只有一个——演员。

“神医宇宙”之所以阴魂不散，更要归咎于一些传播平台的助纣为虐。上星卫视被严查不能播，县区电视台就接棒；黄金档上不了，就瞅准深夜档；节目中不能播，就在画面底部滚动；实在上不了电视，就跑去自媒体、短视频平台……播放得多了，总有患者会因病急乱投医而上当受骗。

对此，国家相关机构对违规虚假医药广告一直保持着严厉打击态势。2017年，原国家工商总局官网集中公布一批典型案例，10家电视台因播出“神医”广告被罚；2020年，国家中医药管理局发布《关于部分中医医疗机构发布涉嫌违法中医医疗服务广告监测情况的通报》，发现涉嫌违法中医医疗服务广告线索4574条，要求各地协助配合当地有关部门做好查处工作。

总之，要想终结“神医宇宙”，就得布下天罗地网，拆除虚假广告链条上的每一个环节。台前的“不孝神医”、剧本编剧都得惩治，幕后的播出平台、假药厂商更要严厉整顿。别忘了，老祖宗说了，要守着良心办事——这才真正是不能违背的祖训。（人民日报）

在线教育不能游走于监管空白

赵 昂

在线教育市场近来迎来大规模增长，根据艾瑞咨询的数据，2020年在线教育行业市场规模同比增长35.5%，达到2573亿元，其中学科培训、低幼年龄段素质培训均为增长较快的部分。天眼查数据显示，2018年至2020年全国在线教育企业分别为50.66万家、60.69万家、70.58万家，增长趋势明显。

《2020教育行业发展报告》也显示，在线教育行业2020年上半年融资数量就有91件，融资金额超过144亿元，同比增长达275%.

另一组数据则表明，在线教育的集中度较高，高于线下培训市场，在市场规模方面，2020年CR5即头部的五家企业集中度为15.2%，而线下教育2019年的CR5数据仅为4.6%左右。在资本方面，马太效应同样明显，资本市场向这一行业输送的资金中，八成都流入了头部的5家公司。

在线教育的火热，与去年新冠肺炎疫情期间的在家学习不无关系。在家学习使得学生家庭不仅配齐了线上学习所需的硬件设备，包括宽带接口、摄像头麦克风甚至双屏显示等，也让家长和学生能够接受线上授课模式。同理，教师一方也配备了相应的硬件设备，并积累了一定的线上教学经验。有了硬件基础，有了市场接受程度，也有了人才经验，在线教育想不火都难。

不过，行业火热的背后却是隐忧。近来陆续有个别在线教育机构出现跑路情况，导致消费者蒙受较大损失，而被消费者投诉退费退课难、涉嫌虚假广告的，也不乏一些大机构。

有人会有疑问，在线教育没有教室和招生场地租用成本，学生上课往往是先付款后听课，怎么还会有企业资金链断裂？殊不知，在校教育虽然省了教室成本，但在线上推广的获客成本可是不容小觑的。不少机构将资源用于推广营销获客，却怠于进行师资培养和课程研发。当然，缺少线下机构也导致师资培养和课程研发本身就存在困难，这就导致一些在线教育存在课程质量和师资水平参差不齐的情况。

值得注意的是，目前在线教育的监管措施远远弱于线下教育培训。线下培训机构如果要开设，其机构需要在开课地取得相关资质，其教师同样需要相应资质，并受到当地教育部门和市场监管部门的监督，线下培训机构的准入门槛正在不断提高，相关管理机制正在不断规范。相比之下，在线教育机构难以受到属地管理，对于其机构资质、教师资质的管理机制也处于滞后状态。

换言之，在线教育培训的规范速度，需要跟上正在井喷的市场，这就需要相关部门及时介入其中，创新管理机制。当然，我们也必须意识到，在很长一段时间，由于线下培训越来越贵，线上培训还是家长和学生以较低成本获得补充性教育资源的主要渠道。这一渠道需要保留，但有必要规范，以促使其健康发展。（工人日报）

招聘平台别只是“3·15式道歉”



王庆峰

一年一度的“3·15”晚会曝光了“伸向个人简历的黑手”。智联招聘第一时间发布声明，成立专项团队进行调查处理。猎聘平台回应，彻查简历被不法分子非法售卖的行为。前程无忧则表示，强化“谁看过我的简历”等一系列个人用户授权流程。

招聘平台被曝光早就不是一回两回了。很早之前，一些平台就被指存在安全漏洞，黑客能利用爬虫获取简历；2019年，有媒体指出平台把关不严，“皮包公司”轻松通过注册，建立企业账户“钓鱼式”下载简历；2020年，央视再次指出平台内部有“内鬼”，存在“内外勾结”……每一次，都是平台整改的机会，每一次，平台都真诚道歉、承诺改进。但现实呢？往往是说得好听，做起来一言难尽。这次道歉是不是公关之词，也未可知。

如果说以前的报道，更多将矛头指向了“旁枝”，这次曝光则直指平台自身的商业逻辑问题。据报道，平台的经营策略之一是向企业账户收费——招聘企业通过上传营业执照和法人信息，即可成功注册企业账户，随时发布职位并查看求职者简历。而且只要付费，就可以无限制下载简历。我们不免生疑，平台不告自取直接兜售简历给企业，不就是刑法中指出的“向他人出售或者提供公民个人信息”情形吗？不应被追究法律责任吗？

有人说，招聘平台的商业模式就是撮合企业和个人，允许企业查看个人简历很正常，相信用户也有这样的期待和宽容度。但问题是，不是所有用户都能接受简历被随意下载，征求同意许可应该是必要前提；其二，许多企业账户并不真实，通过造假也能过审，轻松发布招聘“钓鱼帖”，这无疑会造成信息泄露；其三，企业账户下载简历后，缺乏管理和监测，平台无法控制其用途。这些问题，是招聘平台必须正视的。

资本逐利是天性，招聘平台想通过企业账户赚钱无可厚非，但未经同意就把出售公民个人信息作为一项业务，的确有可疑之处。通过几大平台的道歉来看，它们在“彻查非法贩卖”“欢迎监督和批评”等方面含糊其辞，很可能没有意识到本身问题所在，未来也不能保证它们能否真正有所改观。针对这种情况，相关部门应及时介入，厘清其行为性质，追究有关人员责任，不让招聘平台靠几句轻飘飘的道歉化解舆论危机。

简历泄露绝非可有可无的小事。正如央视所报道，求职者希望找到工作，对陌生来电通常不太抗拒，他们的急迫心理很容易被利用，一旦发生什么事情，平台难辞其咎。可见，用户信息安全与隐私保护是招聘平台的“生命线”，不能为了变现的诱惑，就简单粗暴地绕过用户。只有真正尊重用户、尊重隐私，平台发展才可能走得长远。（南方日报）

市场监管总局发布儿童口罩等六类产品消费提示

在3·15国际消费者权益日前夕，市场监管总局发布儿童口罩、磁力玩具、儿童平衡车、非医用口罩、老年健步鞋、塑料一次性餐饮具等6类产品的消费提示，帮助广大消费者科学选购和使用相关产品。

这6类产品都是百姓日常生活经常用到的产品，既有与老年人、儿童群体安全健康关系较为密切的老年健步鞋、儿童平衡车、磁力玩具等产品，也有儿童口罩、非医用口罩等疫情防护用品，还有与保护食品安全直接相关的塑料一次性餐饮具。

消费提示针对消费者日常选购和使用中的一些注意事项进行了提示。比如磁性强且尺寸小的磁性产品应防止儿童触及玩耍；塑料一次性餐饮具不宜长时间或多次与食品接触；老年人在雨雪天气、陡坡、地砖等环境下穿老年健步鞋，应适当提高自身警惕性以防摔倒摔跤。

市场监管总局将继续围绕老人用品、儿童用品等与百姓衣食住行密切相关的消费品，加强产品质量监管，切实维护消费者权益。

磁性玩具消费提示

磁性玩具指带有磁体或磁性部件的玩具。目前市场上较为流行的磁性玩具产品包括磁力片玩具、磁性黏土（磁力泥）等。磁力片玩具是由多个磁力片及配件构成，磁力片具有各种几何形状，可拼搭出各种造型。磁力黏土（磁力泥）由铁粉或磁粉、稀土等成分组成，需配合磁铁使用，通过磁铁吸附磁力泥并可将其塑造成任意形状。消费者在选购和使用磁性玩具时，除了关注商品的品牌、价格等因素外，还需要关注以下问题：



选购常识

1.看标识。在选购磁性玩具时，要检查产品标识内容是否齐全，如适用年龄、安全警示、执行标准及制造商信息等。选购时应根据产品上标识的适用年龄段来选择适宜的产品。购买时还应向经营者索取发票或其他购物凭证。

2.看尺寸。磁铁或磁性部件如果尺寸过小，低龄儿童在玩耍该类磁性玩具时，易被吞食导致窒息伤害。因此应选购尺寸较大，且不易入口的磁性玩具。

3.多询问。购买前应向电商平台客服或实体店销售人员询问，以便了解磁性玩具的功能、可能导致的风险，有效避免购买到不适合或存在风险的产品。在电商平台购买时，还可通过查看买家评价的方式，对产品的功能、质量和安全性等信息进行深入了解。

使用常识

1.勿让儿童玩耍含有强磁性（磁通量指数大于50kG2mm2）（2为平方符号）小零件的玩具，以防儿童误吞或吸入，造成肠道穿孔或窒息等伤害。

2.儿童在玩耍磁性玩具时，家长应仔细阅读相关的警示说明，并做好监护和必要的提醒，防止意外事件发生。

3.如发现儿童误吞或吸入磁性部件，或儿童出现突发性的腹痛、恶心、呕吐及腹泻等疑似症状，应立即送医救治。

儿童口罩消费提示

儿童口罩，是指儿童佩戴的用于过滤空气中的颗粒物，阻隔微生物、花粉、飞沫等的口罩。根据性能可分为儿童防护口罩和儿童卫生口罩。消费者在选购和使用儿童口罩时，除了关注商品的品牌、价格等因素外，还需要关注以下问题：

选购常识

1.购买时，要通过正规渠道，注意产品外包装上标识标注是否清晰，是否包括生产商名称和地址、规格型号、产品类别、执行标准编号、产品使用说明、生产日期、推荐使用时间等基本信息，要检查外观是否有污渍、影响使用的变形等。

2.购买时应注意查看产品的适用年龄、执行标准和产品类别，并根据使用需求选择适合的儿童口罩类别。由于儿童生长发育存在个体化区别，家长在选购时，除了参考儿童口罩适用年龄段外，还应结合孩子试戴效果，选择符合脸型大小的口罩。值得注意的是，由于可能存在窒息风险，儿童口罩不适合婴幼儿佩戴。

3.应选购表面平整光滑、无锐利尖端和锐利边缘、无可拆卸小部件、无刺激性气味的儿童口罩。从款式来讲，建议选购耳戴式口罩，尽量选择口鼻接触层为本白色的产品，且口罩应与面部贴合。

使用常识

1.儿童在佩戴前，需在家长帮助下，认真阅读使用说明，以掌握正确的使用儿童口罩的方法。

2.戴口罩时要用双手紧压鼻梁两侧的鼻梁条，使口罩上端紧贴鼻梁，向下拉伸口罩，完全覆盖口鼻，避免两面交替使用。

3.家长应随时关注儿童的口罩佩戴情况，不宜长时间戴口罩，如儿童在佩戴口罩过程中感觉不适，应及时调整或停止使用，必要时应立即就医。



儿童平衡车消费提示

儿童平衡车为针对2-5岁儿童设计的乘骑车辆玩具，外形似缺少脚蹬的儿童自行车，玩耍时需要用脚持续蹬地来提供向前滑行的动力。儿童平衡车按主体材质可分为金属（钢铁、铝合金）和木质两大类。在选购和使用儿童平衡车时，除了关注商品的品牌、价格、外形等因素外，也需要关注以下问题：



选购常识

1.看标识。儿童平衡车属实施强制性产品认证产品，须通过国家强制性产品认证方可销售。因此在选购时首先应查看商品包装上是否有CCC产品认证标志。此外还应具有产品名称、型号、适用年龄、安全警示及生产者名称和地址等信息，避免选购“三无”产品。

2.看尺寸。因儿童生长发育情况存在个体差异，除参考标识的适用年龄外，还应根据儿童腿长及时调整平衡车鞍座高度，使儿童脚掌足以支撑地面为宜。

3.看外观。仔细检查产品是否带有可能会被儿童吞下或吸入的易拆卸小部件，表面边缘是否光滑、不伤手等。

4.看设计。查看车轮和车架间间隙是否有危险（5mm-12mm之间的间隙被认为具有危险），以防儿童手指伸入造成伤害。

使用常识

1.戴护具。户外骑行儿童平衡车时务必佩戴头盔，保障头部安全。建议初学者应同时佩戴手套、护膝、护肘等护具。

2.盯刹车。儿童平衡车分为无手刹和有手刹两种结构。在骑行无手刹儿童平衡车时，家长应教会儿童用整个脚底与地面接触减速刹车，而不是某个特定部位进行刹车操作，否则既不安全又容易造成鞋子磨损。

3.选场地。骑行时须有大人陪同，并选择地面平坦的骑行场地，远离公路、马路及有机动车行驶的地方，远离人群密集场所，且玩耍时不要靠近水域、台阶、山崖等危险区域。

非医用口罩消费提示

非医用口罩，也可称为个人防护口罩，一般是指在日常空气污染环境下，滤除颗粒物所佩戴的、有防护功能的口罩。消费者在选购和使用非医用口罩时，除了关注商品的品牌、价格等因素外，还需要关注以下问题：

选购常识

1.要通过正规渠道购买包装完好和标识齐全的口罩，尽量避免微信群、朋友圈等个人交易行为；要注意产品外包装上标识标注是否清晰，是否包括生产商名称和地址、规格型号、防护级别、执行标准编号、产品使用说明、生产日期、推荐使用时间等基本信息；要检查外观是否有污渍、产品最小销售包装是否完好、是否有影响使用的变形等，进口商品还要注意查看是否有中文标识标注。



2.如果用于新型冠状病毒防护，应按照国家卫生健康委员会发布的《新型冠状病毒感染的肺炎公众防护指南》选择购买。

3.儿童、老人、患有呼吸系统疾病和心血管疾病等特殊人群，要谨慎挑选口罩类型，在确保安全防护的前提下，选购适合的口罩类别和防护等级。

使用常识

1.佩戴口罩前和摘下口罩后，均应及时洗手或使用酒精类洗手液搓手。佩戴口罩时，鼻夹侧朝上，使口罩覆盖口、鼻、下颌，将双手指尖沿着鼻梁条，由中间至两边慢慢向内按压，直至紧贴鼻梁，并适当调整口罩，使口罩周边充分贴合面部。摘下口罩时，应从头带处卸下口罩，不要触碰口罩的外表面。

2.口罩不宜长时间佩戴，如果口罩出现脏污、变形、损坏、有异味时，需及时更换。

3.根据垃圾分类的原则，使用后的口罩应剪破后投放到垃圾箱。疑似人员及护理人员使用过的口罩按医疗废物收集和处理。一次性口罩不能重复使用。

老年健步鞋消费提示

老年健步鞋，是指供老年人散步、慢跑、旅游等运动休闲穿用的健步鞋。老年人由于身体协调性、反应灵敏性等机能减弱，对鞋子的穿着有特殊要求。消费者在选购和使用时，除了关注商品的品牌、价格、外形等因素外，也需要关注以下问题：

选购常识

1.选购时注意查看健步鞋本身，及鞋盒和合格证上的标识信息，尽量选择标识齐全的商品。健步鞋商品标识应包括：商标、产品名称、材质、鞋号、货号、颜色、质量等级、企业名称及联系方式、三包规定等信息。

2.检查健步鞋的外观质量及材质，查看鞋帮颜色是否均匀、有无明显折皱和伤痕。用手弯折鞋底时，质量好的鞋底应富有弹性、软硬适中。

3.建议消费者购买健步鞋时注意查看健步鞋上和包装盒上标注的鞋号和鞋型，确定是否与自己的要求相符。试穿一下看鞋子是否舒适合脚，检查接触足部



的鞋垫的厚度、软度及回弹性是否合适，以降低足底部压力，减轻疲劳。老年健步鞋的宽窄一般以脚面受力时能够完全展开为好，长短以脚尖不夹不顶、行走时脚不在鞋内滑动为好。

4.建议优先选择有粘扣带固定连接帮面的鞋。若选择有鞋带的鞋时，行走前尤其要注意鞋带是否绑紧。穿着舒适的鞋子应与脚面较好地贴合。

5.尽量选择橡胶外底或着力部位（前掌和后跟）是橡胶的组合外底的老年鞋。橡胶材质鞋子外底的鞋，防滑性能和耐磨性能比较好。

使用常识

1.在雨雪天气、陡坡、地砖等环境下穿老年健步鞋，应适当提高自身警惕性以防摔倒摔跤。

2.长时间穿着后，建议通风晾晒（非暴晒）以使鞋内部保持干燥。

塑料一次性餐饮具消费指南

一次性餐饮具是指预期用餐或类似用途的一次性器具，包括一次性使用的餐盒、盘、碟、刀、叉、勺、筷、碗、杯、罐、壶等。塑料一次性餐饮具是树脂或其他热塑性材料通过热塑成型加工得到的一次性餐饮具。塑料一次性餐饮具材质较多，比较常见的有聚丙烯（PP）、聚乙烯（PE）、聚对苯二甲酸乙二醇酯（PET）、聚苯乙烯（PS）等。消费者在选购和使用塑料一次性餐饮具时，除了关注商品的品牌、价格、外形等因素外，也需要关注以下问题：

选购常识

1.观包装。消费者选购时，应选择包装完好的产品，注意生产日期及保质期，要看清外包装上是否有QS标志、生产许可证号、生产厂家、生产地址等关键信息，避免购买“三无”产品。

2.查标识。消费者选购时，应注意查看标识上需注明的产品信息，包括产品名称、材质、执行标准等；“食品接触用”等类似用语或加印加贴调羹筷子标志；使用温度、使用注意事项（例如能否微波加热）等说明。

3.看外观。要选购表面平整光滑、质地均匀、色泽正常的塑料一次性餐饮具，观察产品有无缺陷（如划痕、穿孔、折皱），尽量选择没有装饰图案的无色产品。

4.闻气味。可先闻一闻产品有没有异嗅异味。异嗅异味可能是有害物质挥发的感官表现，可能会与食品串味，影响食品安全。

5.摸手感。选购时可捏一捏产品是否过于柔软或轻薄，尽量不要选择捏起来太软的产品。塑料强度不够的产品在盛装食物或用手握紧时易变形，容易发生塌陷或严重变形导致高热食物溢出烫伤消费者。



使用常识

1.建议不要重复使用塑料一次性餐饮具，也不要将食物长期置于塑料一次性餐饮具中。塑料一次性餐饮具长时间或多次与食物接触，可能造成餐饮具变形破损或塑料中的风险物质迁移到食物中。

2.使用过程中应按照产品标识的使用温度、使用注意事项等信息合理使用产品。超出使用条件可能产生较高的食品安全风险。

3.塑料一次性餐饮具应存放于干燥通风良好的地方，避免阳光直射，避免环境温度过高。存放不规范，容易造成微生物污染。

（市场监管总局）

银保监会发布关于防范短信钓鱼诈骗的风险提示

近日，一些不法分子通过群发短信，假冒多家银行名义发送服务信息，声称客户手机银行、银行卡、身份证等过期或失效，诱导客户点击短信中网站链接访问虚假手机银行系统,客户一旦受骗提供银行卡号或手机号、账户密码、短信验证码等信息，不法分子将迅速冒用客户身份进行转账，盗取银行卡内资金，使客户资金遭受损失。在此，中国银保监会消费者权益保护局发布2021年第一期风险提示：提醒消费者注意保护个人账户信息安全，从官方渠道办理手机银行或网上银行业务，谨防短信钓鱼诈骗侵害资金安全。

向消费者发送短信钓鱼链接是电信诈骗的常用手法之一。此次短信钓鱼诈骗在全国范围密集爆发，攻击目标和行为特征相对一致，受骗对象多为风险防范意识较弱、对手机银行或网上银行登录操作不熟悉的人群。此类诈骗一般是有组织的专业诈骗，目的主要是窃取消费者银行账户敏感信息或盗取账户资金。

中国银保监会消费者权益保护局提醒：广大消费者一定要对不明短信、不明网站链接和页面、不明手机APP提高警惕，尤其是在被要求提供个人银行账户敏感信息时，要多看多思，防范被诈骗风险。

一看短信是否真实。诈骗短信假冒银行名义会降低消费者警惕性。消费者在收到署名为银行发送的信息时，要注意辨别真假，尤其不能盲目相信异常号码发送的短信。消费者若不确定短信是否真实，可以到银行营业网点或向其官方客服咨询。

二看网站链接和页面是否为官方渠道。诈骗短信提供的网页链接可能是假冒手机银行或网上银行网页的钓鱼链接，也可能是病毒木马，不应轻易点击和操作。建议广大消费者登录手机银行或网上银行时从银行官方手机APP或网站等正规渠道进入，尽量不要点击第三方提供的网站链接操作，以免被不法分子诱骗。

三看对方索要信息是否为个人重要敏感信息。消费者的身份证号、银行卡号、账户密码、短信验证码、付款码等均为个人重要且敏感信息，当有第三方要求提供或输入上述信息时，需提高警惕。不轻易提供重要敏感信息给他人，不点击来路不明的网站链接，不随意在除银行官方渠道之外的网页填写重要敏感信息。如发现自己上当受骗，请立即联系银行冻结银行账户，保存证据，及时报警。（中国银行保险监督管理委员会）

电子投保“五注意” 明白选择更安心

近年来，随着互联网保险业务的蓬勃发展和消费者对保险认知的不断提升，越来越多的消费者选择电子方式投保。

但部分消费者在享受电子投保便捷服务的时候，却忽略了一些应该引起注意的事项，为出险理赔埋下了纠纷隐患。在此，北京银保监局提醒广大消费者：电子投保“五注意”，明白选择更安心。

注意事项一：认清资质验明正身。网上选购保险的第一步，就是在投保前要认清保险机构资质，要注意选择正规保险机构的产品。互联网保险业务必须是持牌保险机构通过互联网渠道开展的保险经营活动。正规保险机构网站或综合网络保险网站的功能和产品种类更为丰富齐全，而假冒的保险电子商务网站虽然与正规网站显示的名称版式雷同，但域名中会夹杂毫

无意义的数字或字母，跟保险机构本身的中英文名称无法对应，而且通常功能比较单一。

注意事项二：不被“高息”诱惑。一些不法分子利用互联网平台虚构保险产品和保险项目，或承诺高额回报引诱消费者投资，或冒用保险机构名义伪造保单，往往涉嫌非法集资，给消费者造成经济损失。消费者要注意提高警惕，不盲目相信高收益宣传，不随意向可疑网站提供个人信息，自觉抵制诱惑,谨防上当受骗。要合理评估自身需求，选择符合自身实际保障需要的保险产品。

注意事项三：认真阅读保险条款并如实告知自身情况。在电子投保过程中，消费者应注意查阅产品介绍、认真阅读保险条款，尤其是作出特别提示的免责事项、投保人和被保险人义务、退保损失等重要事项。如果对有些内容不了解，可以联系官方客服详细询问清楚。一般网站的保险产品条款及相应免责部分会有特别标识，并附链接。如果保险公司就保险标的或者被保险人有关情况进行询问，投保人应当如实告知，避免因未告知或告知不准确而影响保险合同效力。

注意事项四：慎重对待电子签名。电子签名或反馈的验证码具有确认投保意愿的法律意义，应像对待手签姓名一样慎重。消费者一定要在确认保险产品符合自身需求、确需购买后再履行电子投保程序，避免盲目投保。

注意事项五：投保后再次确认保单。电子投保成功后，消费者最好再次确认两件事：一是查询保单真假。消费者在收到电子保单或纸质保单后应立即通过保险机构公告的服务电话和门户网站，查询保单是否真实有效。查看是否有保单号、险种名称、保险期限、保险金额、保费金额、被保险人姓名及身份证号等关键内容，看清楚保险机构名称，查看保单印章是否清晰，是否印有该机构的客服电话和保单查询方式。二是再次确认条款。着重看清条款中作出特别提示的免责事项、投保人和被保险人义务、退保损失等重要事项，如有疑问可联系保险机构进一步了解，确保对条款理解无误。此外，保险期间为一年期以上的人身保险产品设有犹豫期，除合同另有约定外，犹豫期内投保人可以无条件解除保险合同。（北京银保监局）

警惕“代理退保”新骗局 切实维护自身财产安全

近年,一些不法分子打着为消费者“维权”的旗号，专门办理所谓“代理退保”业务，实际是以“维权”之名谋取私利，甚至骗取消费者资金，从事非法集资、诈骗等违法犯罪活动。如名义上为消费者办理“退保”，实际是抵押保单办理贷款，再诱骗消费者以贷款资金购买所谓“高收益”理财产品后“跑路”，给消费者造成经济损失。北京银保监局提醒广大消费者，谨防“代理退保”新骗局，一旦遭遇“退保诈骗”等不法侵害，要及时向公安机关报案，切实维护自身合法权益。

一、选择正规渠道依法维权。保险消费者如对保险产品有疑问或相关服务需要，可以直接通过保险公司公布的官方维权热线或服务渠道反映诉求。如消费者未能与保险公司通过协商解决纠纷，可以向北京保险行业协会合同纠纷调解委员会申请调解。消费者发现金融机构或从业人员违反相关银行保险监管法律法规的，可以向被举报人所在地的金融监管部门进行举报。仍有民事诉求的，应依法向法院提起诉讼。消费者不要轻信“代理退保”骗局，避免个人信息泄露以及不当退保导致经济损失。

二、警惕“高收益”陷阱。多数“代理退保”行为并非真正为了保护消费者权益，而是以牟利为目的，在退保后诱导消费者“退旧投新”，购买所谓的“高收益”理财等，其实是落入不法团伙的非法集资骗局，消费者资金损失往往难以挽回。

三、购买金融产品须认清机构资质。根据保险法等法律法规规定，只有取得金融监管部门颁发的经营业务许可证的机构，才能从事保险经营活动。市场上

一些机构虽然冠有“XX保险经纪”、“XX保险代理”等名号，但实际并未取得金融监管部门颁发的经营业务许可证，不具备合法的保险中介资格。消费者在购买保险产品或办理保险业务时，应注意仔细甄别保险公司、保险中介机构或人员是否具备相应资格，如可通过中国银保监会官网“在线服务”栏目查询和选择正规合法的保险机构购买保险产品。（北京银保监局）

盲盒消费要警惕 直播购物要量需

广大消费者在日常生活中，也许会遇到消费陷阱和误区，浙江省市场监管局经过梳理，针对保健品、直播带货、预付式消费、返利促销以及盲盒消费等五个领域，发布消费提示，提醒消费者及时规避消费陷阱，如果真的遭遇消费陷阱，及时投诉举报，市场监管部门将切实维护广大消费者合法权益。

保健品要认蓝帽，切勿盲目养生

现在，许多保健品经营者以免费体验、免费讲座、免费试用、赠送礼品、免费旅游、优惠养生、感恩答谢、伪亲情关爱等多种形式开展专场销售，宣称其所销售的产品能治未病、预防疾病、治疗疾病、佩戴祛病强身等功效。

市场监管局提醒广大消费者，保健品是食品，不是药物，不能代替药物治疗疾病；要到证照齐全的正规场所购买产品，认准“小蓝帽”标识，按需自愿选购，并认真核对产品批号和功能，在医生指导下购买使用；切勿盲目参加“免费赠送礼品”“专家义诊”“免费检查”等以产品销售为目的活动，不要贪图小利，因小失大；对于营销员的推销，可用手机将销售宣传语进行录音或保存与商家沟通的聊天记录；一次性不要购买过多的保健品；购买保健品一定要索取相关票据，并妥善保管。

直播购物要量需，切勿冲动消费

直播购物可能存在主播夸大和虚假宣传、产品质量得不到保障、售后服务不完善、个别主播引导消费者私下交易、流量造假刷单诱导消费者下单。

市场监管局提醒广大消费者，科学理性消费心态是基础，切勿盲目冲动；点击链接需谨慎，务必选择官方渠道；了解产品价格等信息，不被各种“假优惠”陷阱误导；切勿盲目相信“直播测评”；留存相关凭证，收到商品后及时查验;遇到问题，及时与商家协商，协商未果可向市场监管部门投诉举报。

返利促销要理性，切勿贪小失大

部分平台或商家利用“返利”“返点”诱导消费者冲动下单，实际销售商品价格虚高，返利承诺也没有兑现。个别电商平台甚至专门利用返利促销吸收公众资金，最终倒闭或跑路。

市场监管局提醒广大消费者，提前了解平台或商家资质、信誉等信息，谨慎选择交易主体;切记“羊毛出在羊身上”，理性看待商家促销信息、低价诱惑，防止落入消费陷阱；善于识别营销套路，货比三家了解返利商品价格是否高于市场价；预付充值要谨慎，切勿因贪小便宜而导致大额财产损失;注重个人信息安全和财产安全保护，返利链接莫轻易点，防止不法分子利用返利促销套取个人信息、骗取财产；警惕“拉人头”“拉下线”式返利促销模式，以免落入传销陷阱。

预付消费要签约，切勿轻信承诺

预付式消费可能存在商家擅自变更服务方式、降低服务质量、限制使用期限、利用格式合同规避商家责任及商家倒闭无法继续履行合同等行为。

市场监管局提醒广大消费者，在进行预付式消费时，要根据自身的消费需求来决定是否真的需要办卡，做到“理性消费、拒绝诱惑”。选择证照齐全、规模大、信誉好的商家;理性消费，按照自己实际需求充值，不要被商家宣传优惠折扣而冲动消费；尽量不要一次充入过多金额,谨记“少充快用”四个字，以免商家停业走人、携款潜逃导致损失；不要轻信

口头承诺，务必要签订书面合同;保留好收据、发票等消费凭证，一旦发生问题便于向有关行政主管部门投诉。牢记“预付有风险，付款需谨慎，办卡擦亮眼，看清商家脸，交钱莫着急，合同要签齐，消费索凭证，维权有佐证”。

盲盒有风险，消费需谨慎

盲盒，顾名思义就是在相同的盒子中放置不同的商品，消费者事先不知道盒子里装的是哪一款，但有一定概率能够抽到自己心仪的商品。盲盒消费因不透明、信息不对称且具有“上瘾性”，部分商家以“限量”“热款”“系列”等概念诱导消费，部分经营者产品缺乏市场竞争力，蹭盲盒营销热度，将其当做是“清库存”的工具，存在产品质量参次不齐，售后服务差等问题。

市场监管局提醒广大消费者，要认识到盲盒具有不确定性的本质，认清并防范商家过度营销的套路，切勿跟风与攀比;要结合自身经济能力、消费需求和兴趣爱好等，量力而行、理性消费、不要过分沉迷、避免成瘾;购买盲盒时，要尽量选择信誉高、口碑好、售后服务完善的商家进行交易;警惕通过微信、qq等私人社交网络发布的各种信息、链接，以免上当受骗;注重保留购买凭证，包括但不仅限于发票、收据等，及时维权。（中消报）

选购连裤丝袜打底裤 记住五项原则

如何选购到一条舒适、保暖的连裤丝袜或打底裤？通过比较试验结果，中消协提醒广大消费者注意以下几点：

1.看标识

产品标签标识是消费者识别商品、选购商品最主要的信息来源，产品标签标注是否全面、真实不仅是产品质量的标志，也体现了生产者和销售者对保护消费者合法权益的态度。

消费者要选择标识内容完整的商品，包括商标、厂名厂址、规格型号、纤维含量、洗涤方法等等，标注信息越丰富越齐全越好，未标识或标识不全的商品请谨慎购买。

2.选尺码

连裤袜商品通常以身高范围和臀围范围标注人体适穿的尺码，如155-175/75-105，代表了适合身高范围在155到175、臀围在75到105厘米体型的消费者穿着。消费者在购买时应根据自己的实际情况选择适合尺寸，连裤袜过小过紧或过大过松都易造成穿着不适，影响美观。

3.识成分

连裤袜、打底裤产品主要是由氨纶和锦纶等长丝化纤编织而成，厚薄品种较多，消费者要选择氨纶含量相对较高的产品，弹性较好，穿着比较舒适。但是锦纶和弹力锦纶的强度和耐磨性较好，弹力锦纶还具有蓬松、柔软，富有弹性和保暖性好等优点。为了保暖，可选择厚一些、内部带毛的复合面料产品。

连裤袜上标注的“D”指的是厚度的意思。它的全称是Denier，中文简称丹。简单来说，D数字越高，就说明这个袜子越厚。夏季穿的连裤袜是丝袜，所以D数很小，一般在20D下；秋冬季节，连裤袜有薄绒和加绒甚至加厚款，随之D数也会变大。一般来说20D以下属于超薄款。

4.查外观

质量合格的连裤袜表面光滑，罗口平齐无歪斜，针纹组织清晰，花纹、袜尖、袜跟无露针。消费者应查看产品各个部位的对称性，观察缝迹处是否有针洞。由于针织品的脱散性很强，一旦出现针洞，会很快形成破洞，影响产品的使用。

5.巧护理

恰当的洗涤方式可以延长连裤袜的使用寿命。洗涤时，选择中性洗涤剂，不宜用高温水洗，且应避免用力揉搓而勾破袜子，如果机洗则尽量使用洗衣袋，晾晒时要避免阳光直射使纤维失去弹性。（中消协）

避坑消费 民法典给你支招

“年货节”“女王节”……商家促销活动五花八门，有直接打折的，有附加赠品的，也有先付定金立减的，还有收货补红包的。线上线下，无论是购房买车、订餐订酒店，还是买保险搞装修，消费者都可能遭遇消费合同中的陷阱。那么，消费者该如何理性购物、避坑消费呢?

1 分清“定金”和“订金”

2019年9月，杨先生为了给女儿举办婚礼，在某酒店预订20桌婚宴，预订时间为2020年3月20日。按照订餐要求，他预先交纳5000元押金，余款在最终结算时支付。后因疫情影响，杨先生分别于2020年2月和3月初同该酒店协商取消婚宴预订事宜，并要求退还全部押金。酒店表示，交纳押金时收据载明了“若客方无故取消预订席位、包间，所交纳的押金均不予退还”，因此不同意退款。

日常生活中，不管是预订餐厅包间、旅行酒店，还是买房买车，一般商家都要求客户优先交纳一定的押金来确认名额，最后结算时再交纳尾款。很多人误认为押金就是“定金”，但实际上押金只是“订金”，而“订金”和“定金”并非是一回事。

根据民法典的规定，“定金”是为担保合同债权的实现，双方当事人通过约定，由一方当事人向对方预先支付一定数额的



金钱作为担保。可见，定金属于一种法律上的担保方式，目的在于促使合同双方按照约定履行各自义务，具有担保合同履行的性质。而且定金的数额由当事人约定，但不得超过主合同标的额的20%，超过部分不产生定金的效力。

交纳定金产生的法律后果主要有两种：一是合同按照约定正常履行时，定金充作价款或由交付方收回；二是在给付定金一方原因导致合同不能履行时，其已交付定金是不予返还的；若是因为收受定金一方原因导致合同无法履行，则应双倍返还已收定金。这是由法律规定的定金罚则，在履行合同的过程中，一方当事人产生违约的情况下，对方可以选择适用违约金或者定金条款。若定金不足以弥补一方违约造成损失的，对方可以请求赔偿超过定金数额的损失。

而“订金”是一种日常交易习惯用语，不是法律概念，是指一方当事人为交易需要而向另一方当事人交纳的金钱，不具有担保的功能。一般情况下，交付的订金视为预付款，在交易成功时，订金充当货款；在交易失败时，无论哪方违约，收受订金方都应全额返还。

上述案例中，酒店没有书面明确载明预交的押金属于定金，因此杨先生预交的5000元押金是通常意义上的订金，可以要求酒店予以返还。

法官提示

广大消费者在预订大型餐饮服务时，对餐饮桌位、时间、价格、标准的需求都应写到合同里，对一些容易忽略的重要事项，如能否自带酒水，有无最低消费等要以书面形式注明。特别是以包桌形式订餐的，要详细了解菜品内容，不能简单地以“几凉几热”进行模糊约定，避免经营者偷梁换柱。如果经营者有优惠或其他承诺的，要详细了解其具体内容并要求以书面形式注明。此外，消费者接受相关服务或商品时一定要弄清交款的性质，保留好预订票据、书面协

议、收据、发票等凭证，以便在权益受损时及时维权。

2 小心格式条款藏猫儿腻

刘某驾车发生交通事故，造成杨某的小客车及现场部分物品受损，交通管理部门出具事故认定书认定刘某负事故全部责任。刘某在某保险公司投保了交强险及商业三者险，责任限额为100万元，因此他认为该事故造成的损失均应由保险公司承担；但保险公司认为，保单中有特别约定，事故财产损失绝对免赔额为20万元，认为按照该特别约定免赔。刘某对该条款不予认可，双方对于赔偿损失和责任承担未协商一致，因此刘某将保险公司诉至法院。

法院认为，保单中“绝对免赔额为20万元”的特别规定是格式条款，涉及免除或减轻责任，与对方有重大利害关系。该保险公司未提交足够证据证明其已就该免责条款履行了提示或说明义务，认定其提供的免责条款不成为合同内容，因此依法判决该保险公司承担相应的赔偿责任。

格式条款在我们日常生活中并不鲜见，无论是买车买房、买保险，还是注册APP会员及平台网站的服务协议，一般都会签订制式的合同。市场主体在交易过程中为了简化流程、提高效率，通常选择列明格式化条款，消费者需要警惕的是商家作为条款提供方会利用己方信息及资源优势，迫使客户接受未实际磋商的合同条款，可能损害消费者一方的利益。

今年新实施的民法典从两个维度平衡了促进交易便捷和保护消费者利益。从性质上来说，格式条款是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，也就是通常俗称的“霸王条款”。常见的有“一经售出，概不退换”“特价商品不享受三包”“贵重物品自行寄存，造成一切损失由本人承担”“运输损坏，不能免费维修”等。因此，民法典明确规定了格式条款提供方必须履行提示或者说明义务，即“采用格式条款订立合同的，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若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。而格式条款不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利的，该格式条款无效。

法官提示

作为普通投资者或消费者，在订立合同时建议仔细阅读合同条款，要求提供方就重要条款，特别对加粗、加黑、加下划线、特殊字体、符号予以标识的条款进行说明，尽可能地了解及理解合同信息，明确己方权利和义务，从而决定是否缔结合同。若事后产生争议，要积极与对方沟通协商，注意保留好相关证据。

3 警惕装修合同中的套路

天气渐暖，又进入家居、店铺装修旺季，但装修市场良莠不齐，一些装修企业存在虚假宣传、偷工减料、拖延工期甚至跑路等问题，严重侵害了消费者的合法权益。近年来因房屋装修质量问题产生的消费纠纷不断，如“次品”换“正品”等服务承诺或产品质量问题，因此提醒消费者要警惕家装合同陷阱。

小王去年购置了一套新房，为节约装修成本，他最终选定了甲装修公司的方案，并与其签订了《家庭居室装饰装修施工合同》，由甲装修公司对该房屋进行装饰装修，工程造价15万元。但工程刚进行了不到一半，小王就发现甲公司铺设的地板存在鼓起、开裂的现象，交涉后双方产生矛盾。两周后，小王不再允许甲公司进场装修，他此时已经支付了8万元装修款。小王认为，在装修过程中甲公司使用的建筑用胶、地砖粘合剂为“三无”产品，才会导致地板有划痕、开裂现象出现，甲公司否认并提供了相应合同和检测报告。小王认为甲公司使用假冒伪劣材料、编造虚假经历、夸大公司经营能力，宣传内容与事实不符，误导消费者与其签订合同，诉至法庭要求装修公司退还装修款并三倍赔偿。

上述案例当事人双方均未对屋内装修质量及相应修复费用申请鉴定、评估，装修质量问题无法得到确认，若甲装修公司铺设

的地砖确实有鼓起、开裂等现象，法院会基于现有证据及查明的事实对装饰装修价款进行结算和折价。

小王认为，甲装修公司作为销售服务方有欺诈行为，应该按照我国消费者权益保护法的规定进行惩罚性赔偿。消费者权益保护法第55条规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足500元的，为500元。法律另有规定的，依照其规定。但该欺诈行为一般表现在销售方销售掺杂、掺假，以假充真，以次充好的商品或采取虚假或者其他不正当手段使销售的商品分量不足方面。

欺诈行为一般是指行为人故意欺骗他人，使对方陷入错误判断，并基于此错误判断作出意思表示的行为。构成欺诈应具备以下条件：一是行为人具有欺诈的故意；二是行为人有向对方告知虚假情况或者隐瞒真实情况的行为；三是对方陷于错误认识是基于行为人的欺诈行为；四是被欺诈人因错误认识而作出相应行为。因此，消费者需要具备充分的证据证明商家存在欺诈的故意，且消费者受到故意欺骗陷入错误认识而购买商品或者服务。在上述案例中因装修公司可以提供建材采购合同及检测报告，无法认定其主观上存在故意，若施工质量或材料品质确有问题，应



该按照合同的约定承担违约责任，不必然构成欺诈，因此法院未支持小王退一赔三的请求。

法官提示

根据相关部门的统计，因家居装修质量问题产生的投诉量占装修投诉的大半比例。家装工程项目多、事务杂，在确定装修单位签订家装合同时，很多装修条款专业而复杂，消费者难免忽略一些重要的细节，掉入装修公司的陷阱。

想要装修得放心，新家住得安心，法官提醒广大消费者在选购装修公司时擦亮眼睛，货比三家，不要贪图一时便宜，轻信商家的宣传和承诺；理性看待装修价格，不要轻信商家优惠和口头承诺的诱惑，保留商家促销宣传的资料等证据，务必将商家承诺的各种事项写入合同。同时选择具备相应资质、信誉良好、家装案例较多的装修公司，切忌选择“马路装修队”，避免家装出现问题维权时无法追究相关责任人。签订家装合同时，要仔细核对其中的条款，特别是施工的工期及各项目工程进度的排期，不同项目装修的质量标准，建材的品牌、规格、质量等级、价格，验收的条件等内容要逐一明确，越详尽越好，并约定好相应的权利义务和违约责任。装修过程中，消费者别忘了还要经常到施工现场查看工程进度和质量，仔细检查核对装修所使用的实物材料和工艺，是否与合同中约定的品牌、型号、规格、等级等相符，及时确认工程进度和质量，对于增减项目及时在合同中书面变更，发现问题要立即找项目负责人或装修公司协商解决，也可以聘请第三方有专业资质的机构进行监理。最后，消费者要注意保存合同、施工图纸、发票等证据，遇到纠纷协商未果或发现装修公司跑路时，及时向有关部门投诉，选择合法渠道，积极理性维权。（北京日报）

警惕戴上“美容贷”的枷锁

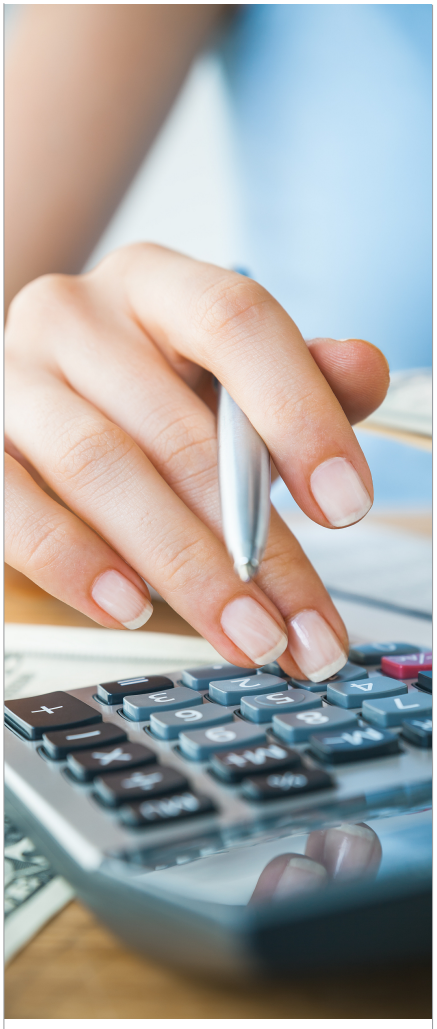
美容市场乱象多一向饱受诟病，而最近出现的“美容贷款”将目标盯上了低收入人群及刚刚毕业的学生——通过小额贷款，实现变美的心愿。可由于多种原因，“美容贷”不仅可能让这些人群陷入债务危机，甚至陷入骗局。对此，海淀法院法官提醒大家，申请“美容贷款”要谨慎，更要仔细甄别相关单位资质。

名词解释

“美容贷款”又称“医疗美容分期付”，属于小贷公司与医疗整形机构合作推出的小额消费贷款项目。“美容贷款”具有审批快、额度低、周期短、利率适中、纯信用贷款等特点，主要针对有美容需求但缺少费用的爱美人士。一些自我防范意识较差的消费者往往会成为目标，被中介或美容机构诱导提前消费、超额消费。还有一些不法机构，以高薪招聘为诱饵，吸引年轻女士到美容机构整形消费，陷入“美容贷”骗局。

案例1 冲动消费 刚出校园 背上3万贷款

小颖（化名）是一名刚走出校园的大学生，为了变美，她对丽人医美机构（化名）推出的微整形套餐动了心。为此，小颖选择了一款3万元的美容贷款套餐，然而，由于无力偿还贷款，



她被贷款公司汇达公司（化名）诉至法院。

汇达公司诉称，2019年底，双方签订了《美容贷款合同》，约定小颖的借款金额为3万元，用途为医疗整形，指定医疗单位为丽人医疗，借款期限为8个月，借款利息为月息1%。按照合同约定，借款本金由汇达公司直接支付给丽人医疗。汇达公司在交付贷款后，小颖应于每月15日向汇达公司偿还本金及利息，直至所有贷款本息清偿完毕。截至起诉之时，小颖仅偿还5000元。

小颖对于贷款的事实表示认可，并称当时办理美容贷款，属于冲动消费，自己没有偿还能力，但目前在工作挣钱，今后会偿还贷款。

法院审查后认为，依据汇达公司提交的借款合同、转账凭证及当庭陈述，可以认定汇达公司与小颖之间存在民间借贷法律关系，且小颖已年满十八周岁，属于完全行为能力人。汇达公司交付借款后，小颖未能按期偿还借款本息的行为已构成违约，其应偿还所欠借款。最终，法院判令小颖偿还借款本金2.5万元，并按照年利率12%偿还借款利息。

宣判后，双方均未上诉，本判决现已生效。

■法官提醒 慎用贷款为冲动消费买单

法官提醒大学生等急于找工作的群体，应培养理性消费观念，量入为出，慎用贷款来为冲动消费买单。

“由于小额贷款公司可能与国家征信系统关联，贷款记录将直接纳入个人征信。如借款人发生逾期还款，不仅需承担民事责任，还可能记入不良征信记录。

尤其对于刚毕业的大学生群体，承担民事责任或不良征信记录均对自身发展产生消极影响。”海淀法院民事审判四庭法官助理耿瑞璞说，借款人在订立合同前应预估自身偿还能力。

案例2 身陷诈骗 为挣高薪 家政阿姨陷骗局

“招聘高端保姆，月薪数万元……”看到这则广告，35岁的周敏（化名）动了心，立即和家政公司联系应聘。在家政公司于某的带领下，周敏在某酒店见到“客户”，对方嫌周敏皮肤太黄，如果能改善一下，承诺月薪4万元。

“这样吧，我带你美美容。”于某又把周敏带到一家美容院，医生说需要做瘦脸吸脂等，美容费5.5万元。“我可没那么多钱！”周敏想拒绝，但对方称可以在医院办理贷款，上班后还上就行。想着月薪4万元的工作等着自己，周敏便答应贷款。

做完手术，“客户”却以各种理由拒绝用她。求职不成，还要偿还数万元贷款，周敏感觉自己上当受骗了，她选择报警。

警方抓获于某后发现，其所在的家政公司没有资质，于某也承认招聘信息都是虚构的，目的就是骗人去美容，从而获得美容院的返点来获利。最终，于某获刑1年6个月，并处罚金1万元。

这类案件已经不是个案，去年，本市警方通报：打掉“招工美容贷”诈骗犯罪团伙十余个，并查抄9个涉案医疗美容机构；共刑事拘留涉案犯罪嫌疑人123名，其中,有60人是诈骗团伙成员，有63人是医疗美容机构工作人员；目前已查实的被骗事主达上百人，每人根据不同的美容项目，被骗金额少则二三万元，多则十余万元。

可见，“美容贷”已经成为一种较为高发的新型犯罪。

■法官提醒
对夸大高薪和设置用工前提条件的岗位提高警惕

对于“美容贷”诈骗犯罪，海淀法院刑事审判庭法官助理刘浪建议，在应聘时,要根据自己的实际情况慎重选择，特别是对于夸大高薪和设置用工前提条件的招聘岗位(例如要求进行整容等)要提高警惕，以免落入骗局。求职者最好通过正规合法有资质的求职平台找工作，同时核实用人单位情况。在需要贷款时，也要通过正规合法渠道申请贷款，谨防受骗上当。

■法官支招
如何选择“美容贷”？贷款前做到“五看”

“美容贷”虽然已经引起了诸多问题，但耿瑞璞指出，只要不存在强迫贷款的行为，贷款年利率不超过国家规定上限，这种医美贷款并不违法。

如何选择“美容贷款”？法官建议做到“五看”：看资质，要看美容机构、小贷公司的资质；看经营，可以通过天眼查等，查看相关单位的经营情况；看报道，可以在网上查看相关单位是否有负面新闻；看效果，还要审查美容院的广告和承诺，避免被夸张的术后效果忽悠；看合同，最重要的，就是要严格审查合同条款，借款人在签订美容消费贷款合同前，应明确贷款合同中的借款期限、约定利率、担保条款、逾期条款、违约金条款、授权条款等，以防被相关机构以各种名目、以逾期费或违约金等方式来加重损失。

“在办案过程中我们发现，美容机构也存在一定问题！”耿瑞璞介绍，有些美容院有夸大美容效果、诱导消费者盲目消费的行为；还有些美容院先承诺免费试用或者低额项目就能“解决问题”，其中却还隐含着其他收费项目，或者后续推介高价项目；有些“美容贷款”合同属于“霸王条款”，如贷款必须做某项手术，反悔的话，消费者要承担高额违约金。“如果构成欺诈，消费者应该合理合法维权。”耿瑞璞建议，如果事后发现医疗美容机构存在违法违规情况，可以向卫生监督部门举报。

此外，法官还建议美容行业应该加强自查，美容协会可以制定指引，规范“美容贷款”等配套内容，如美容院对合作单位的资质审查、培训业务员禁止诱导消费者贷款消费等。金融监管、工商部门也应重视“美容贷款”引起的一系列问题，加大监管力度，不仅要和司法机关形成合力，打击犯罪，还应防止年轻人被诱导而盲目消费，背上超过其还款能力的“美容贷款”枷锁。（北京晚报）

购车“避坑”用好这五招

今年3·15晚会又“点名”了三家车企：宝马经销商被曝安装人脸识别摄像头，涉嫌违规收集个人生物识别信息；长安福特翼博、福克斯变速箱进水，厂家对问题心知肚明却选择隐瞒；英菲尼迪厂家借保密协议掩盖QX60变速箱问题。

不得不说，如今汽车市场上的产品琳琅满目，或许上述这些问题已经对车主的人身安全构成威胁。那么如何才能买到一台省心的产品，可谓汽车消费领域的一门学问。接下来，记者就以普通购车者的身份，带您看看买车前如何“避坑”，以及一些热门车型常被诟病的问题。

购车前做足功课

多想：梳理用车需求

买车本是一件开心的事，但每逢选车就变得迷茫，是大多数人都会遇到的问题。于是，有人就会向身边懂车的朋友询问该买什么车。实际上，迷茫之时不妨先问问自己，有哪些购车需求？比如预算范围、对品牌、智能配置的要求，或者是对空间和经济性的要求等。

了解需求之后，无论是自己选车还是让朋友帮忙选车，都可以“对症下药”。毕竟，汽车作为大宗消费品，常常会使用多个年头，选车时尽量把3-5年后的用车需求也都一同考虑周全，可以最大限度保证车辆的使用范围。



多看：参考官方数据

小众的车能不能买？这些车一旦坏了方便维修吗？通常情况下，市场监管部门会要求车辆生产厂家备足车辆停产十年内的配件，但需要注意的是，这些配件或许会遇到国内或国际转运的问题，直接影响消费者修车等待时间，有可能长达数月。

所以普通消费者购车时，不妨参考中国汽车工业协会或者全国乘用车联席会针对SUV、轿车和MPV细分市场的月度TOP10销量榜单，这些高销量车型往往有着较高的市场保有量，无论是4S店还是第三方机构也都会为这些汽车产品准备充足的零配件，而且这些车型通常也有不错的市场口碑，产品质量通常更有保障。

多听：车主吐槽投诉

汽车论坛作为车主或者网友“吐槽”的阵地，往往会听到他们对于爱车使用过程中的真实反馈。如果想知道中意车型是否有投诉案例，也不妨去相关投诉网站寻找车辆可能已经被投诉的故障隐患。另外，车友们通常会组建车主微信群或者QQ群，加入群聊问问大家的真实反馈，一些观点也是可以参考的。

多问：身边亲友反馈

除了多在网络端听“吐槽”，我们也可以向身边买了相同车型的朋友询问具体实用感受，往往能够听到更为真切的声音。不过需要强调的是，每个人的需求和体验感受都存在差异，一些主观的判断作为参考就好。而像一些在价格和售后方面的客观性问题，请教身边的朋友往往能够得到真实有效的答案。

多试：亲身体验驾驶

在了解清楚购车需求并挑选好备选车型后，建议您亲自到4S店试乘试驾，在实际体验中对比自己的购车需求，看两者是否匹配。

此外，在实际体验中，还可以具体感受车内是否有异味、智能配置是否好用、乘坐和储物空间是否满足需求。确认好预购车型后，接下来就可以根据需求选择不同配置的车型，或者选装一些附加功能和配置。

（北京晚报）

小妙招！教您买到称心如意的“国宝”景泰蓝！

小妙招！教您买到称心如意的“国宝”景泰蓝！

作为“国宝精粹”的景泰蓝又称“铜胎掐丝珐琅”，因为它雍容富贵的外表和精益求精的工艺获得越来越多人的喜爱。为了帮助广大消费者购买到称心如意的景泰蓝，东城区消费者协会联合全国景泰蓝行业中唯一一家中华老字号，国家级非物质文化遗产景泰蓝制作技艺保护传承基地--北京市珐琅厂，为广大消费者在万千种景泰蓝中选择最为称心如意的那一款提供几个小妙招！

第一点：选择正规的景泰蓝生产制作商家

随着景泰蓝市场日渐转好，景泰蓝加工作坊也层出不穷，以次充好的仿造品也并不少见，多为出现在旅游景点附近，如果您无法识别景泰蓝的好坏还是请您到正规景泰蓝老字号店铺购买，在购买时请认准产品证书、收藏证书或其他可以识别产品的相关证书等。还有一点提醒您，景泰蓝是工艺美术品，有一定的升值空间，但购买时还是要自己喜欢，毕竟一分价钱一分货，您买回家看着舒心才是。真理，切勿冲动消费！

第二点：看铜胎的质地

一般市面上比较流行的景泰蓝以传统铜胎为主，沿用清代以来的红铜胎，以胎体厚重者为上品。景泰蓝第一道制胎工艺的水平直接影响到其他各项后续工艺的质量。常见的立式胎型（瓶、罐等）的厚度可以达到2.8—3.4毫米。随着红铜价格的上涨，有一些景泰蓝的胎壁变得非常薄，上手有轻飘之感。曾经在民国时期由于大部分北京景泰蓝作坊生计困难，出现过一大批被称之为“河漂子”的景泰蓝，以减少铜的使用量来降低成本。

鉴别其胎体质量的最简单方法就是上手，同样体积的景泰蓝以重者为佳，出现“轻”“飘”之感的属下等货色。同时，也可以通过轻轻敲击器物来判断其材质，纯正红铜的响声浑厚纯正有如铜钟之音色。当然也要观察器物的内底是否灌注了铅来增加分量，这也是许多不良商家以次充好的手段之一，特别在瓶类器物中最为常见。



第三点：看器型

景泰蓝的常见器型，基本以景泰蓝花瓶、罐、尊、炉、盒、碗为主。有些直接从青铜器、陶瓷器引申借用。如鼎、爵、尊、卣等直接来自于青铜器，而梅瓶、观音瓶、盖碗等造型借用于陶瓷器。还有各种异型器，如模仿鸟类、兽类造型的也并不鲜见。因此，景泰蓝在造型上与其他工艺门类没有太大的区别，审美特征也较为相似。只是由于材质的特殊性，经常会在器身加以耳子、链子、穗子等装饰物来显示其华美和富丽堂皇。



第四点：看景泰蓝制品上的掐丝

景泰蓝的纹饰及图案的大体框架是靠掐丝来完成的。一件好的作品要根据图案的需求采用不同粗细的扁丝来完成。现代景泰蓝制品由于采用机器轧丝，所以扁丝一般粗细均匀。依照图纸中的纹样进行“掰花”，是最能体现艺人水平的工序，因此也是检验景泰蓝工艺高低的重要途径。掐丝细密、圆润、整齐是判断其

优劣的标准。但也有用机器冲压制作底纹如万字纹、云纹等情况的存在，但景泰蓝精品大部分图案还是完全依赖于手工完成。



第五点：看景泰蓝所使用的釉料

点蓝用的釉料制作过程属于硅酸盐工业，是以石英、长石、硼砂及一些矿物质为原料加入多种贵重金属着色剂，高温熔炼烧制而成。一件好的景泰蓝，需要经过反复三、四次的点蓝、烧蓝才可以进行下道工序。釉色是否清晰明快，发色鲜艳，层次分明是目测的最基本标准。上品的润色自然统一，劣品多用劣等珐琅填釉，甚至有制假者不用昂贵的珐琅，而用其他的彩料代替，此类景泰蓝经常会有大面积的串色和沙眼情况出现。所谓砂眼，是由于气体或杂质在景泰蓝表面形成的小孔。在明清两代的景泰蓝工艺品中，由于技术落后，砂眼密布非常多见。而以今天的技术水平，完全可以把砂眼降低到微乎其微的程度。



说到这还得提醒大家，景泰蓝目前没有真假之分却又好坏的差距，如用一般黄铜替代延伸性好的紫铜，釉料内涵大量杂质，工艺上偷工减料，一个花瓣用两种颜色就过度了，金液使用18k甚至14k的代替24K金液，不符合质保要求，可能您认为省了一笔钱，但对于市场来说，这些属于低劣品，没有收藏价值和升值空间。

景泰蓝为什么值得购买?

够独特，景泰蓝制作技艺六百年来，沿用老祖宗的方法——纯手工制作而成，到现在也无法用机械代替，保证了每件作品的唯一性，同款作品在丝工和釉色都有所不同；

够贵重，景泰蓝材料多为贵金属，有紫铜、银、24k金液、矿物质釉料，以及多人工的投入，简单的一支8吋瓶子，也至少需要6至8名技师历时近2个月时间合理完成；

够精致，景泰蓝最为精巧的有别与瓷器、彩陶的直接上色，需要将铜丝掐（掰）出各种图案、花纹，组成景泰蓝作品的基本图案，粘好后再用蓝枪或吸工艺当为掐丝和点蓝了，管将釉料填入丝间，与丝相平。过程极为繁复，需要技师极其细致。越是技艺高超的技师，作品的细节越为精致。

够恒久，不掉色是珐琅釉料的一种特性。制作珐琅釉料需要1200度以上的高温，且大部分都是由天然矿物质组成，在制作过程中，还要经过多次800多度高温的烧制，质量极其稳定，色彩永远艳丽。

够结实，景泰蓝艺术品都是由紫铜做胎的，除非剧烈碰撞，才会出现崩蓝，也就是我们所说的磕掉瓷的现象，而且珐琅釉料和金属丝有机结合在一起，有足够的硬度，金属丝周围有珐琅釉包围，不会断裂和脱落。



景泰蓝如何保养?

景泰蓝的保养：景泰蓝作品保养要注意两个方面，一个是金属保养方面，一个是釉料方面，应该置于没有酸碱倾向、少灰尘场所。清洁景泰蓝作品表面时，不可用水洗或湿布擦拭，不可接触具有酸碱性或腐蚀性物品；大面积的金属部分大多数运用了镀金工艺，清洁时应使用柔软的纯棉布或具有毛发性质的面料进行擦拭；釉面部分清洁，最好是在干燥状态下进行，先用掸子（鸡毛的最好）弹去上面的灰尘，然后用柔软的棉布擦拭；金属和釉面除尘擦拭完成以后，要喷洒蜡质光亮剂，以保持它的靓丽和质感；一些大师作品或高仿品不是器物用品，而是艺术收藏品，切勿放在高、移动等危险地方，以防摔掉或碰伤；经常检查木座和其他配饰的安全性。

（东城区消协）

正确选用去屑洗发水

头屑不但给人的形象减分不少，还会造成头痒等不适，市场上琳琅满目的去屑洗发水为解决头屑问题提供了一种选择。去屑洗发水真的有用吗？长期使用这些添加了抗菌、止痒等成分的洗发水，对健康有不利影响吗？

头屑分生理性和病理性

购买去屑洗发水前，要弄清楚自己的头屑属于哪种类型。

头屑是人体头部表皮细胞新陈代谢的产物，产生过多头屑的根源在于头皮生态平衡遭到破坏。根据产生原因，头屑可分为生理性头屑和病理性头屑。

生理性头屑又分为干性皮屑和油性皮屑。干性皮屑为糠状、灰白色的小鳞屑，散发在毛发间；油性皮屑的人头皮及头发油腻黏滑，上面附有厚薄不一的痂皮。油性皮屑多见于婴幼儿。

病理性头屑是头皮因细菌、真菌感染，或其他物理、化学性伤害造成头皮发炎引起的。此外，微生物、真菌等超过正常量、皮脂腺活动能力增强，也会导致病理性头屑产生。

目前，去屑洗发水中常用的抗菌物质有酮康唑、甘宝素、氯咪巴唑、吡啶硫酮锌、吡罗克酮乙醇胺盐等，通过抗菌、止痒、消炎发挥去屑功效。

根据头皮情况选择洗发水

皮肤表面有正常的菌群维护



生态环境，长期使用有杀菌作用的去屑洗发水，可能杀灭某些菌，造成其他菌过度增长，引发皮肤疾病。因此，没有症状时，不需要使用去屑洗发水；出现头痒、头屑增多等症状时，可以使用去屑洗发水；出现肉眼可见、较多的头屑时，应到医院检查，然后对症治疗。

不同类型的洗发产品适合不同的头皮状况，日常生活中，要根据个人头皮情况选用洗发水。在清洁力和刺激度方面，皂基洗发水＞SLS/SLES洗发水＞“氨基酸”洗发水。

皂基洗发水和SLS/SLES洗发水适合油性头皮或夏季使用，属于弱碱性，清洁力强，刺激性略大。皂基洗发水以脂肪酸、碱性成分为主，如月桂酸、肉蔻酸、硬脂酸、氢氧化钾、氢氧化钠等。SLS/SLES洗发水中最常见的成分是月桂醇聚醚硫酸酯钠和月桂醇硫酸钠。

“氨基酸”洗发水适合健康头皮和干性头皮，呈现弱酸性，pH值接近头皮，清洁力温和、不刺激。“氨基酸”洗发水中常见的成分有月桂酰谷氨酸钠、椰油酰谷氨酸钠等。

远离洗发误区

掌握正确的洗发方法、养成良好的生活习惯，有助于保持头皮健康，减少头屑的产生。以下误区需要远离：

洗发水温过热 水温过热易带走头皮中的油脂，不仅会损伤发质，还会导致头皮出油，加重头屑问题。洗发水温以40℃左右为宜。

用指甲挠头皮 指甲中藏匿着许多细菌，一旦将头皮抓破，就可能诱发感染、毛囊炎等皮肤病。

把护发素直接抹在头皮上 护发素是发用化妆品，若直接涂抹在头皮上，产品中的化学物质易堵塞毛囊，引起头皮问题。建议将护发素涂抹在距离头皮1厘米~2厘米处。

冲洗不彻底 残留的护发素易黏着灰尘等污物，污物附着在头皮表面，会堵塞毛孔，引发炎症。因此，洗发时要重视冲洗，将头发洗净、洗透。

此外，要保持头皮健康、减少头屑，平时还需注意保持正常生活规律，避免长期熬夜、食用油炸辛辣食物，并根据需要适度使用去屑洗发水，保护头皮自身生态平衡。（中国医药报）

北京市消费者协会
致经营者倡议书

全市各行业经营者：

当前新冠疫情仍在全球范围内蔓延，外防输入、内防反弹的任务依然艰巨。接种新冠疫苗是常态化疫情防控期间预防传染、保障全民健康的有效手段。为巩固首都防疫成果，维护广大消费者的生命健康安全，北京市消费者协会向全市商超、餐饮、娱乐、生活服务等有关行业经营者发出以下倡议：

一、落实疫情防控措施。我们倡议经营者坚持严格落实疫情防控期间的各项规定，不放松、不懈怠，从业员工要坚持佩戴口罩、保持社交距离、做好个人防护。我们希望经营者能够遵守好疫情防控规定，只有做好从业员工自身防控，才能服务好广大消费者。

二、做好疫苗接种工作。疫情防控是全社会的共同责任，我们倡议全市经营者要强化大局意识和社会责任意识，积极响应党和政府号召，引领从业员工认识疫苗接种的安全性、必要性，积极参与登记接种，争取实现全员“应接尽接”，共同在全社会范围构筑起免疫屏障。

三、树立科学防疫观念。我们倡议经营者能够积极宣传科普疫情防控知识，引导从业员工树立科学的疫情防控观念，不信谣、不传谣，科学防范疫情。

北京市消费者协会将与广大消费者、经营者一道，按照疫情防控工作的有关规定，共同筑牢疫情防控安全线，维护好我们安全健康的消费环境。



北京市消费者协会
BEIJING CONSUMERS ASSOCIATION

守护安全
畅通消费



共同营造放心消费环境