

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09期

09

总第108期



推动高质量发展
共享高品质生活

—— 质量月专题 ——

P04 市消协发布互联网消费“砍单”问题调查结果

P26 学科类校外培训收费实行政府指导价管理

P07 市消协发布功能服装比较试验结果

P33 对规避防沉迷系统的行为零容忍



2021中国质量月

2021 CHINA QUALITY MONTH

深入实施质量提升行动 大力推进质量强国建设

2021年全国“质量月”主办单位

国家市场监督管理总局、中共中央宣传部、国家发展和改革委员会、教育部、科学技术部、工业和信息化部、公安部、自然资源部、生态环境部、住房和城乡建设部、交通运输部、水利部、农业农村部、商务部、文化和旅游部、国家卫生健康委员会、人民银行、国务院国有资产监督管理委员会、海关总署、国家税务总局、中华全国供销合作总社



倡导绿色消费 拒绝过度包装

据统计，我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%-40%，其中很大一部分是过度包装产生的。这种现象必须得到遏制。9月2日，市场监督管理总局(国家标准化管理委员会)公布新修订的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准，规定食品、化妆品包装不得超四层。新标准设置了两年过渡期，将于2023年9月1日正式实施。

新标准既有利于引导绿色生产和消费，也有利于实现有效监管。目前食品、化妆品包装过度主要表现为层数过多、空隙率过大、成本过高，超出了包装本身的基本功能，其危害性显而易见：

一方面是浪费资源，继而污染环境。包装工业的原材料如纸张、橡胶、塑料等，都是我国的紧缺资源，而再精美的包装，最终还是会变成垃圾排放到环境中。数据显示，我国包装废弃物的排放量，无论是数量还是体积，占固体废弃物总量比重都达到1/3以上；

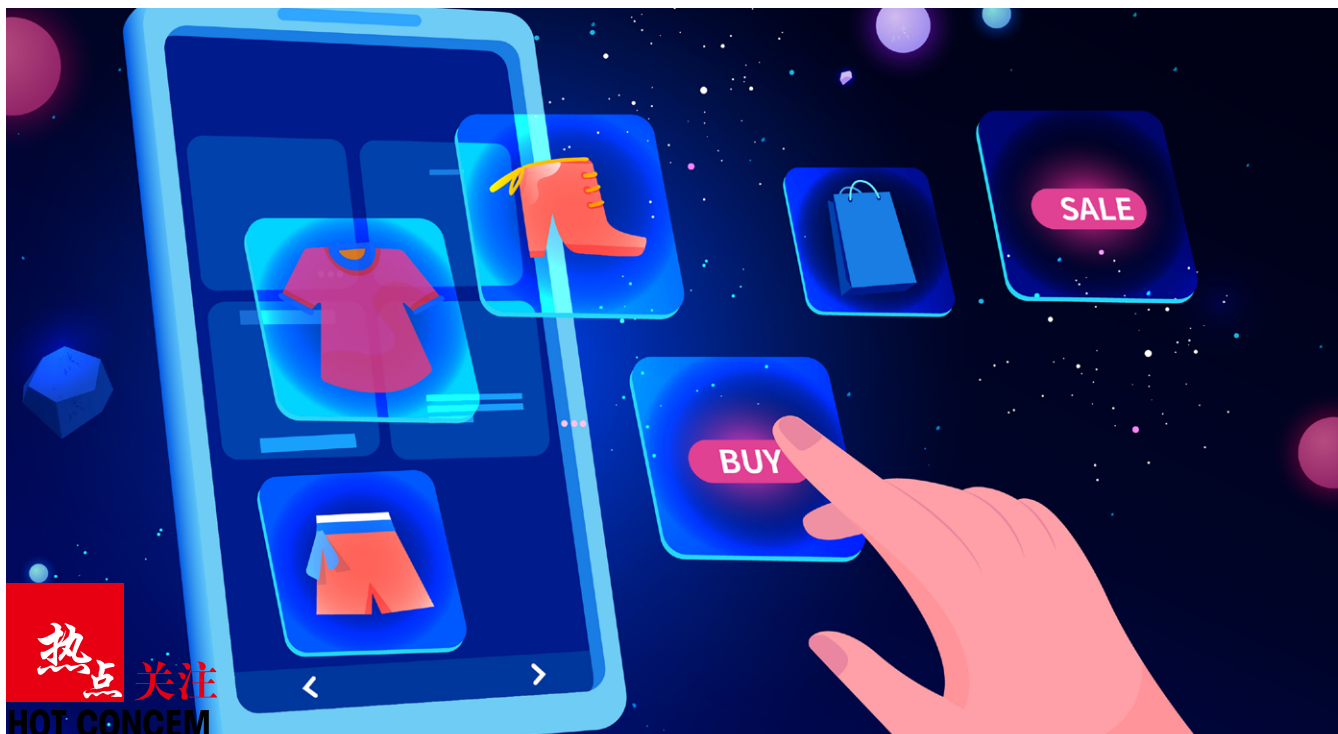
另一方面，损害消费者利益。好看不实用的过度包装，最终还是会让消费者“埋单”，使其在支付必要的商品价值后，又被强加了额外的巨额包装费。同时，企业利用夸大包装装饰功能的方法从消费者身上获取更多利益，也不利于企业的可持续发展。

相较于2009年版《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》标准，此次修订的新标准提高了标准的适用性、科学性和可操作性。一是规范了31类食品、16类化妆品的包装要求；二是极大简化了商品过度包装的判定方法，消费者只需要查看商品本身的重量或体积，并测量最外层包装的体积，通过计算就可以初步判定商品是否存在过度包装问题；三是严格限定了包装层数要求，食品中的粮食及其加工品不应超过三层包装，其他食品和化妆品不应超过四层包装。

需要明确的是，新标准虽好，要得到很好的实施，还要从生产和消费双向发力。一方面要落实企业主体责任，企业尽早贯标、用标和达标，向市场供给更高质量、更加绿色环保低碳的产品；另一方面消费者要绿色消费，不选购、不使用过度包装的商品。市场监管部门则要系统开展标准宣贯培训，加大监督执法力度，督促食品化妆品生产企业尽快启动对标达标诊断和产品包装合规设计。

治理过度包装，更需要全社会形成治理合力，共同为天蓝、地绿、水清的美好生活环境贡献力量。（中国消费者报）

刘文新



P04 北京市消协发布 互联网消费“砍单” 问题调查结果

体验调查发现,在本次体验调查的40个电商平台中,有17个电商平台涉嫌存在不公平或不合理格式条款。其中,网络购物平台7个,生鲜电商平台6个,社区团购和在线票务平台各2个。这些电商平台涉嫌通过制定不公平或不合理格式条款,为平台或商家单方面取消订单留有借口。

卷首语

01 倡导绿色消费 拒绝过度包装

权威发布

04 北京市消协发布互联网消费“砍单”问题调查结果

07 北京市消协发布功能服装比较试验结果

本刊策划

14 市场监管总局等20个部门联合开展2021年全国“质量月”活动

15 今年“质量月”主要包括5个方面内容

16 北京市广泛开展“质量月”活动

17 东城区“质量月”宣传走进南锣鼓巷

18 朝阳区多措并举开展“质量月”活动

18 海淀区“质量月”地铁主题专列正式上线

19 石景山区开展“质量月”宣传进商超

19 密云区开展“质量月”诚信培训活动

热点关注

20 中消协观点:少一些套路,多一些真诚视频平台VIP服务应依法合规、质价相符

22 文化和旅游部:加强经纪机构管理 约束表演者行为

23 工信部推出全国移动电话卡“一证通查”便民服务

24 五部门联合约谈11家网约车平台公司

25 未成年人玩网游仅限周末节假日每日1小时

26 学科类校外培训收费实行政府指导价管理

27 北京:居民未按规定投放垃圾 参与社区活动可免罚

27 铁路12306网站推出适老化无障碍功能

28 电动自行车临牌过渡期余额不足! 违规上路将被罚

29 北京20家市属医院开展线上诊疗

消费时评

30 整形失败维权难,不能“谁赶上算谁倒霉”

31 对过度包装扭住不放

32 “签收确认”加钱,应给增值服务一个理由

33 对规避防沉迷系统的行为零容忍



■ P34 警惕老旧、劣质充电数据线带来“安全隐患”！

如今，越来越多的家庭电子产品都会用到充电数据线。小小的充电数据线虽然外表相似，但是内在质量相差悬殊，消费者一旦购买到劣质充电数据线，或者使用不配套的老旧充电数据线，不仅影响正常使用，甚至会酿成大祸。

■ 消费提示

- 34 警惕老旧、劣质充电数据线带来“安全隐患”！
- 35 科学选择室内环境治理措施
- 36 有效防范购房风险 签合同买对房
- 37 擦亮眼 重防范 校园生活保平安
- 38 选新能源车 先明确需求定位
- 39 关于自热食品的消费提示

■ 消费课堂

- 40 超标电动自行车置换报废最全指南
- 41 警惕宣称“促进睫毛生长”的睫毛液
- 42 网购野生动物当宠物合法吗
- 44 与陌生人“屏幕共享”存在极大风险

《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 王妍 刘大忠 刘博 任军 顾飞 李洋 杨立生 李化军 陈立爽 赵伟春 宋国兵 于洋 曹立军 钟小明 陈义东 张格君
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4号楼1611室
邮编	100073
电话	010-63361378
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxfz315@126.com

2021年 第9期（总第108期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

北京市消费者协会发布

互联网消费“砍单”问题调查结果

如今网上“买买买”已成为现代人的消费习惯。互联网消费给人们生活带来便捷的同时，也带来一些新的问题，比如部分电商经营者通过推出打折促销等方式吸引消费者下单，而在消费者下单后又单方面取消订单，也就是通常所说的“砍单”。

为深入贯彻落实《电子商务法》，督促电商经营者诚信守法经营，维护广大消费者合法权益，北京市消费者协会继2019年开展电商“砍单”问题调查后，今年再次委托北京阳光消费大数据研究院开展互联网消费“砍单”问题调查。

一 基本情况

本次调查主要采用问卷调查和体验调查两种方式。其中，问卷调查自2021年4月30日启动，截至2021年5月10日结束，通过北京市消费者协会官方微信、网站等网络渠道，共计收回有效调查问卷4509份。问卷调查结果显示，85.83%的受访者表示有过被电商“砍单”经历，比2019年上升了10.82%。说明《电子商务法》实施以来，电商“砍单”问题并没有得到遏制，反而有上升趋势。

本次体验调查共选取了40个与消费者日常生活消费密切相关的电商平台作为体验对象，其中包括20个网络购物平台、8个在线票务平台、7个生鲜电商平台、3个社区团购平台和2个网络餐饮平台。体验人员以普通消费者身份，分别在40个电商平台体验注册、浏览、模拟下单，重点体验涉及订单生成与合同成立关系、商品因缺货或信息错误取消订单方面的条款内容，以及商家的告知提示情况。

体验调查发现，在本次体验调查的40个电商平台中，有17个电商平台涉嫌存在不公平或不合理格式条款。其中，网络购物平台7个，生鲜电商平台6个，社区团购和在线票务平台各2个。这些电商平

台涉嫌通过制定不公平或不合理格式条款，为平台或商家单方面取消订单留有借口。

二 调查结论

本次调查结果说明，《电子商务法》实施两年多以来，电商“砍单”问题仍然比较普遍，其中网络购物、生鲜电商等电商平台“砍单”问题相对比较突出。

1、电商“砍单”现象仍普遍存在，逾八成受访者有过被“砍单”经历。本次问卷调查结果显示，超过85%的人有过网购被“砍单”经历，而在这些人当中，又有超过60%的人最近一次被“砍单”是在2019年1月1日之后。这说明，《电子商务法》实施两年多后，电商“砍单”问题仍旧普遍存在。

2、近半被调查电商平台涉嫌存在不同程度的不公平格式条款。本次体验调查结果显示，在40个消费者日常消费频次较高的不同类型的电商平台中，17个平台的用户协议涉嫌存在不同程度的不公平格式条款。其中，每日优鲜、多点、京东、1号会员店4个平台规定，只有商品从仓库实际发出，方视为与消费者建立了合同关系，涉嫌违反《电子商务法》有关合同成立规定；真快乐、云集、七鲜、亚马逊、多点、京东、1号会员店、小米有品、华为商城、永乐票务、票牛、美团买菜、叮咚买菜、永辉生活、美团优选以及橙心优选16个平台规定，商品缺货、标错价格等情况有权取消订单，涉嫌通过格式条款减轻或免除自身责任；真快乐、多点、京东、1号会员店、云集、七鲜6个平台甚至规定，如果消费者已经付款，则为消费者办理退款，涉嫌违反《电子商务法》“电子商务经营者不得以格式条款等方式约定消费者支付价款后合同不成立”的规

定。

3、网络购物、生鲜电商及社区团购等平台“砍单”现象相对比较突出。本次问卷调查结果显示，逾半数（54.65%）受访者在购物平台遭遇过砍单。同时，本次体验调查结果显示，在20个网络购物平台中，有8个在其用户协议中存在涉嫌侵犯消费者权益的不公平格式条款；在7个生鲜电商平台中，有6个在其用户协议中存在涉嫌侵犯消费者权益的不公平格式条款；在3个社区团购平台中，有2个在其用户协议中存在涉嫌侵犯消费者权益的不公平格式条款。

4、“存货不足”和“系统故障”是电商给出的最主要“砍单”理由。本次问卷调查结果显示，电商在“砍单”后所给出的理由，有四成多（44.19%）受访者称是“存货不足”，占比最高；另有近四成（39.77%）受访者称是“系统故障”。而体验调查结果也显示，各类电商平台在其用户协议中所规定的订单取消或撤销条款中，“存货不足”和“系统故障”也是被提及频次较高的“砍单”理由——在本次体验调查中发现的涉嫌不公平格式条款的18个平台中，有16个都与这两项理由相关，占比高达88.89%。

5、四成多受访者反映商家“砍单”后，该商品仍以下单价或高于下单价在平台上销售。本次问卷调查结果显示，商家实施“砍单”行为后，有近五成（49.53%）受访者表示“该商品仍以下单时的价格销售”，占比最高；有四成多（43.02%）的人表示“该商品以高于下单时的价格在销售”；只有41.86%的人表示“商品被下架”；此外还有41.40%的人表示“该平台给自己推送过同类商品信息”。

6、逾半数受访者认为电商“砍单”是为了“套取个人信息”。关于如何看待电商“砍单”行为，本次问卷调查结果显示，有超过五成（51.10%）受访者认为是“平台或商家故意通过虚假促销套取个人信息”；有四成多（45.31%）受访者认为是“平台或商家恶意营销”；相比起来，只有三成多（34.13%）受访者认为电商“砍单”行为“可以理解，可能是系统出错或操作失误”。

7、五成多受访者认为电商“砍单”行为侵



犯了消费者选择权。电商“砍单”侵犯了消费者的哪些权利？本次问卷调查结果显示，逾五成（51.10%）受访者认为侵犯了消费者选择权；近五成（49.90%）受访者认为侵犯了消费者知情权；另有47.90%的受访者认为侵犯了消费者的公平交易权。也就是说，大概有一半左右的受访者认为，电商“砍单”行为侵犯了消费者的选择权、知情权和公平交易权。

8、近半数受访者如果被电商“砍单”，会选择“找商家理论”。本次问卷调查结果显示，如果被电商“砍单”，有近五成（48.50%）受访者表示会“找商家理论，要求继续发货”；有四成多（40.72%）受访者表示会“自认倒霉”；有近一成（9.38%）受访者表示会“向消协或监管部门投诉”；只有0.20%的受访者表示会“向法院提起诉讼”；此外，没有一人会“依据约定申请仲裁”。

9、超半数受访者认为电商“砍单”屡禁不止的原因是“监管力度不够”。关于电商“砍单”屡禁不止的原因，本次问卷调查结果显示，有五成多（54.89%）受访者认为是“监管力度不够”；同时，也有五成多（54.49%）受访者认为是“消费者维权成本太高”；有近五成（49.10%）受访者认为是“商家违约成本太低”；有四成多（40.72%）受访者认为是“商家诚信经营意识不强”；还有近四成（39.52%）受访者认为是“法律法规不够完善”。

10、近六成受访者认为电商“砍单”会影响消费信心。在消费者看来，电商“砍单”会造成什么后果？本次问卷调查结果显示，有近六成（57.09%）受访者认为会“影响消费者的消费信心”；五成多（53.69%）受访者认为会“影响电商行业的信誉”；四成多（46.11%）受访者认为会“破坏市场公平竞争秩序”；相比起来，只有4.59%的受访者认为“不会有太大影响”。

11、过半数受访者认为应提高消费者依法维权意识及加大监管和处罚力度。对于应如何规制当前的电商“砍单”问题，本次问卷调查结果显示，有五成多（54.29%）受访者认为应“提高消费者依法维权意识”；同时，也有五成多（54.09%）受访者认为应“加大监管和处罚力度”；此外，有逾五成（53.89%）受访者认为应“加强行业自律”；有近五成（49.70%）受访者认为应“强化经营者诚信守法意识”。

三 调查建议

为督促电商经营者诚信经营，减少或杜绝“砍单”现象，维护消费者合法权益，促进互联网经济健康发展，北京市消费者协会结合本次调查结果提出以下几点建议：

一是健全法律法规，进一步明确电商“砍单”行为的认定和处罚标准。鉴于《电子商务法》实施



两年多以来，电商“砍单”现象仍旧大量存在的情况，建议有关部门尽快完善相关法律法规，通过出台相关行政规章等手段，从根源上堵住电商“砍单”的念头，为监管部门提供执法依据，为经营者划定守法经营底线，真正将电商平台的规范发展纳入法制化轨道。

二是加大监管力度，严查电商企业存在不公平“砍单”格式条款问题。建议有关部门严格审查网络购物、生鲜电商及社区团购等有关电商平台，如果发现其用户服务协议存在为“砍单”留有借口的不公平不合理格式条款，应督促其删除或修改相关条款内容。对于不及时改正的企业，应依法予以严厉处罚，切实维护消费者的合法权益。

三是企业诚信自律，建立突发事件应急机制保障消费者的公平交易权。电商平台经营者应建立行之有效的突发事件应对机制，提高运营服务的技术保障和机制保障，避免因平台瘫痪等突发因素导致履约不能的情况出现。万一出现商品缺货或信息出错等问题，应主动告知消费者并积极协商解决，而不是找理由擅自取消订单，充分保障消费者的公平交易权。

四是发挥行业作用，积极开展行业内部自查自纠和互相监督活动。对于行业内存在的不公平不合理格式条款以及屡屡发生的电商“砍单”行为，行业组织应发挥自我管理、自我规范、自我净化作用，建立健全行业自律规范、自律公约和职业道德准则，规范行业内经营者的经营行为，监督其纠正和改进，诚信守法经营。

五是畅通维权渠道，进一步提升消费者的自我保护意识和维权能力。建议有关部门积极发挥职能作用，进一步畅通消费者诉求表达、矛盾化解和权益维护渠道，在各自的职责范围内及时受理和依法处理消费者诉求，有效降低消费者维权成本。同时，消费者也应主动学习有关法律法规，不断提高自我保护意识和能力。一旦遇到电商“砍单”等权益受损问题，应及时保存好相关证据，与商家协商解决。如果与商家协商不成，可以向当地消费者协会或市场监管部门投诉，必要时还可以通过仲裁或诉讼等法律途径维护自己的合法权益。

北京市消费者协会发布

功能服装比较试验结果

目前，市场上纺织服装宣传的功能性越来越多样化，如：吸湿速干、防晒防紫外、抗湿抗风、透气防水、凉感等。产品名称也是叫法不一，有防晒衣、皮肤衣、速干衣、防晒帽、遮阳帽、冰袖等。为了解功能服装产品质量的真实状况，保护消费者的合法权益，科学引导指导消费，北京市消费者协会对部分速干类服装、防晒类服装及帽子、防晒类冰袖等功能性纺织产品开展了比较试验。

一 比较试验样品来源

本次比较试验样品由北京市消费者协会组织工作人员以普通消费者身份从天猫商城、京东商城、唯品会、苏宁易购、亚马逊、拼多多等电商平台购买，涉及71个品牌80件样品。比较样品主要为两大类，其中40件为吸湿速干类产品，主要测试宣称具有“吸湿、速干、吸汗、导湿、快干、快速干燥、吸湿排汗、排汗干爽、速干透气”等功能的速干类服装；40件为防晒类产品，主要测试宣称具有“防晒、防紫外线、阻隔紫外线、遮阳、UPF40+、UPF50+、接触凉感、冰感”等功能的防晒产品，以及标称为皮肤衣、防晒衣、防晒帽、遮阳帽、冰袖等相关叫法的产品。购买价格从14.9元至2982元不等。

二 检验标准及项目

本次比较试验委托创标（北京）检测技术服务有限公司依据GB 18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》、GB 31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》、GB/T 5296.4-2012《消费品使用说明 第4部分：纺织品和服装》、GB/T 29862-2013《纺织品 纤维含量的标识》、GB/T 21655.1-2008《纺织品 吸湿速干性的评定 第1部分：单项组合试验法》、GB/T 18830-2009《纺织

品 防紫外线性能的评定》、GB/T 35263-2017《纺织品 接触瞬间凉感性能的检测和评价》等标准，对速干类服装样品的产品使用说明、纤维含量、甲醛含量、pH值、耐汗渍色牢度、耐摩擦色牢度、耐水色牢度、耐光色牢度、耐光汗复合色牢度、吸湿性（滴水扩散时间、吸水率、芯吸高度）、速干性（蒸发速率、透湿量）等项目进行测试；对防晒类产品的产品使用说明、纤维含量、甲醛含量、pH值、耐光色牢度、耐光汗复合色牢度、透湿率、防晒性/防紫外线、接触凉感/冷温感、透气性等项目进行测试。比较试验结果仅对购买的样品负责。

三 测试结果

比较试验结果显示，80件功能服装样品的耐光色牢度、耐光汗复合色牢度、透气性、接触凉感等服用性能表现良好。其中耐光色牢度实测结果均大于3级，耐光汗复合色牢度实测结果最低为4级，均能达到一般穿着要求；接触瞬间凉感性能实测结果均大于 $0.15\text{cm}^2 \cdot \text{s}$ ，达到了纺织品凉感评价标准；有30件防晒样品的透气性大于 50mm/s ，具有较好的透气性能。

经测试，80件样品中有27件存在未达到相关标准要求的现象，其中13件为速干服装样品，14件为防晒类样品。在未达到标准的项目中，13件产品标识存在瑕疵，7件样品的纤维含量与标识不符，1件样品的pH值项目不符合国家强制性标准，13件样品的吸湿速干性能差。27件样品网页宣传具有吸湿或速干功能的相关描述而吊牌未标注，其中11件样品吸湿或速干性能未达到国家标准要求。5件样品的防紫外线性能未达到标准或标称要求，起不到防晒作用或防晒效果差。此外，购于拼多多平台的一件样品实物品牌与宣传不符，涉嫌虚假宣传、欺诈消费者。具体如下：

（一）产品标识

产品标识是在产品或包装上标示的信息和内容，是消费者了解产品质量信息的方式，标识信息的不完整或缺失会误导消费。经测试，80件样品中有13件样品标识存在问题，主要有产品标识中缺少

产品标准、安全类别等重要信息，纤维含量、规格型号、洗涤方法标注不规范，不同形式的产品标识中规格号型、洗涤方法标注不一致等问题。具体如下：

序号	样品名称	标称生产企业	标称商标	批号/货号/款号	购买地点	购买价格(元)	存在问题
1	休闲裤	漳州市劳格爵商贸有限公司	OUKQO	款号：OKA1921X	苏宁易购欧卡奥旗舰店	799	型号规格标注为“4XL”，未按照GB/T 1335标注。吊牌洗涤方法未按照标准规定的“水洗、漂白、晾干、熨烫、特殊维护”的顺序标注，且水洗符号与耐久性标签不一致。吊牌明示的FZ/T81007-2012不适用于针织产品。
2	运动套装 短裤	制造商：东莞迪威运动用品有限公司 经销商：武汉星光彩琪商贸有限公司	YIPAI	货号：6001+001 货号：505	拼多多泰亿旅行野营用品专营店	92	型号规格标注为“S码”，未按照GB/T 1335标注。吊牌洗涤方法未按照标准规定的“水洗、漂白、晾干、熨烫、特殊维护”的顺序标注，且水洗符号与耐久性标签不一致。吊牌明示的GB/T25853-2019标准编号错误。
3	防晒帽	进口商：宁波钧格商贸有限公司	Coolibar	款号：10186	天猫coolibar旗舰店	348	型号规格标注为“ONE SIZE”未标注围度尺寸或尺寸范围。耐久性标签成分未用中文，未标注洗涤方法。
4	VVC 双面渔夫帽（青春版） 薄荷绿	经销商：韩国VVC国际联邦有限公司 杭州慕南电子商务有限公司 永康市安通工贸有限公司 生产商：浙江岩蛇服饰有限公司	VVC	货号：747	拼多多VVC韩之彬专卖店	198	耐久性标签未标注规格、耐久性标签成分未用中文；耐久性标签的洗涤方法（干燥方法）与吊牌不一致。
5	Keep 跑步帽	北京卡路里科技有限公司	Keep	6970593570515	拼多多Keep小资鸟专卖店	79	型号规格标注为“F码”未标注围度尺寸或尺寸范围。
6	Kids Play Hat 玩乐儿童 户外帽	中国总代理：中山大堡礁户外用品贸易有限公司	Sunday Afternoons	款号： S2D01061B	拼多多美途山岳会	198	耐久性标签未围度尺寸或尺寸范围；耐久性标签的洗涤方法标注不规范，且与吊牌标注的不一致。成分标注不一致（吊牌标注为：素色款：聚酰胺纤维100，装饰部份除外 印花款：聚酯纤维100，装饰部份除外 耐久性标签标注为：面料：聚酯100 装饰物除外）

7	冰袖	北京思凯乐户外用品有限公司	SCALER (思凯乐)	货号: S9231043	天猫思凯乐户外旗舰店	59	洗涤方法中不可熨烫符号错误。吊牌标注的FZ/T81012-2006适用于机织围巾、披肩, 不适用于针织冰袖。
8	冰丝袖套	牧高笛户外用品股份有限公司	MOBI GARDEN	款号: NX20148001	京东牧高笛官方旗舰店	37.05	耐久性标签洗涤方法(水洗符号、干燥符号)与吊牌标注的不一致
9	防晒冰袖	制造商: 浙江斯曼尔针织股份有限公司 经销商: 杭州辛革科技有限公司 厂家: 杭州其蓝科技有限公司	玖慕	7570098	京东玖慕京东自营旗舰店	33.25	未标注产品标准; 未标注安全类别
10	臂袖-白色 L/XL	上海锐达健身科技发展有限公司	Adidas	ADSL-13025WH	唯品会adidas健身旗舰店	132.05	吊牌、耐久性标签的洗涤符号未按照GB/T8685-2008标注。未标注产品标准; 未标注安全类别。成分标注不一致(外包装标注为: 锦纶85.2 氨纶14.8 耐久性标签标注为: 尼龍85 弹性蛋白15)
11	防晒袖套	制造商: 无锡市世纪风服饰有限公司 无锡市九泰合商贸有限公司委托制造	OhSunny	款号: 19WPF004-A	唯品会自营	36	未标注洗涤方法
12	护臂袖套 - Geocast -L	上海锐达健身科技发展有限公司	Reebok	RRSL-11015	唯品会Reebok锐步健身旗舰店	49	吊牌、耐久性标签的洗涤符号未按照GB/T8685-2008标注。未标注产品标准; 未标注安全类别。
13	防晒手套	花花公子企业国际有限公司授权米六(福建)品牌管理有限公司(总经销商)晋江市大鲨鱼鞋业有限公司(制造商)	PLAYBOY 花花公子	PINAFS31-2Z	拼多多花花公子服饰箱包旗舰店	14.9	未标注洗涤方法

(二) pH值

表示纺织品的酸碱度的指标, pH值过高或过低可能会引发皮肤过敏等不适感, 从而影响人体健康。经测试, 80件样品中, 有1件样品的pH值项目不符合国家强制性标准要求:



样品名称	标称 生产企业	标称 商标	批号/ 货号/款号	pH值		购买地点	购买价格 (元)
				标准值	实测值		
VVC双面渔夫帽(青春版)薄荷绿	经销商: 韩国VVC国际联邦有限公司 杭州慕南电子商务有限公司 永康市安通工贸有限公司 生产商: 浙江岩蛇服饰有限公司	VVC	货号: 747	4.0-8.5	面料-黑色: 9.3 面料-绿色: 7.0	拼多多VVC韩之彬专卖店	198

(三) 吸湿速干性

吸湿速干性是指服装把身体产生的汗水迅速吸收, 尽量排向外层并尽快挥发, 使身体保持干爽的性能。本次比较试验依据GB/T 21655.1-2008《纺织品 吸湿速干性的评定 第1部分: 单项组合试验法》测试, 测试项目包括滴水扩散时间、吸水率、芯吸高度、蒸发速率、透湿量。测试时以织物对水的吸水率、滴水扩散时间和芯吸高度表征织物对液态汗的吸附能力; 以织物在规定空气状态下的水分蒸发速率和

透湿量表征织物在液态汗状态下的速干性。

本次比较试验中, 网购的40件速干样品在网页宣传或吊牌宣传上明示了具有吸湿、速干、排汗、吸汗、导湿、快干等相关功能的描述。经测试, 13件样品未达到GB/T 21655.1标准要求, 吸湿速干性较差。在13件未达标的样品中, 吊牌未标注吸湿速干功能, 网页宣传宣称具有该功能的样有11件。吊牌和网页宣传均宣称具有该功能的样品有2件。具体如下:

序号	标称商品名称	网络产品名称	购买地点	标称商标	购买价格(元)	批号/货号/款号	网页功能描述	吊牌功能描述	未达标项目
1	短袖圆领T恤	NAUTICA/诺帝卡男装2021春夏男士双帆印花圆领短袖T恤TO1125	天猫 nautica 官方旗舰店	NAUTICA	367.2	编号: 20LY001	吸湿 透气	/	滴水扩散时间、芯吸高度
2	T恤	Champion冠军短袖女士LOGO圆领长袖T恤宽松短款休闲舒适潮打底T恤	天猫 Champion 官方旗舰店	Champion	322.1	款号: CW-RS401	速干能够吸附汗液, 凉爽舒适	速乾 防臭	吸水率
3	男装牛仔服	Levi's李维斯酷爽系列男士新款字母LOGO印花牛仔衬衫潮57420-0004	天猫 Levi's官方旗舰店	Levi's 李维斯	299	货号: 57420-0004	吸湿排汗 排汗速干	COOLMAX	滴水扩散时间、芯吸高度
4	短袖T恤	Puma彪马短袖男官旗2021夏季新款男士大码情侣半袖运动T恤女	天猫 鞋万库旗舰店	PUMA	149	货号: 532279 01	吸湿排汗 透气	/	滴水扩散时间、芯吸高度
5	男款圆领短袖印花棉恤衫	OZARKV奥索卡户外男款宽松舒适亲肤透气印花恤衫短袖335899	京东 奥索卡户外旗舰店	奥索卡	144	款号: 335901	透气男款 时尚吸汗 氨纶恤衫	/	滴水扩散时间、吸水率、芯吸高度
6	Travel Stump Logo M 男款T恤	北极狐2021春夏新款情侣款短袖户外舒适肤透气男士T恤01211129	京东 fjallraven旗舰店	Fjallraven	336.5	款号: 01211129	速干 吸湿 排汗	/	滴水扩散时间、吸水率、芯吸高度、蒸发速率
7	男式Polo衫	POLO RALPH LAUREN拉夫劳伦男式定制修身款网球衫Polo衫710688969	唯品会自营	Polo Ralph Lauren 拉夫劳伦	949	款号: 710688969	速干	/	蒸发速率

8	休闲裤	欧卡奥品牌冰丝休闲裤男夏季速干薄款透气宽松直筒跑步运动网眼镂空裤子男	苏宁易购 欧卡奥旗舰店	OUKQO	799	款号: OKA1921X	速干 排汗 透气	/	产品使用说明、蒸发速率
9	/	Calvin Klein 男士 Move 365 弹力速干吸湿排汗四分之一拉链	亚马逊自营	CALVIN KLEIN	347.09	SP40559066 40AM844050 move 365	速干吸湿 排汗	/	吸水率
10	运动套装短裤	迪卡侬儿童紧身衣运动健身服弹力训练服速干跑步打底套装	拼多多 泰亿旅行野营用品专营店	YIPAI	92	货号: 6001+001 货号: 505	速干透气 吸湿排汗	DRY-FIT	产品使用说明、吸水率
11	圆领短袖针织衫	鸿星尔克短袖T恤男2021春夏透气速干运动服百搭男士跑步健身半袖	拼多多 ERKE鸿星尔克专卖店	鸿星尔克 ERKE	72	货号: 11219219091 -002	速干 透气 超轻 吸湿 排汗	/	滴水扩散时间、蒸发速率
12	连帽长T恤	匹克长袖T恤男吸湿速干弹性连帽T恤跑步上衣 F694007	拼多多匹克运动旗舰店	匹克 PEAK	139	货号: F694007	吸湿速干	弹性功能	滴水扩散时间、芯吸高度、蒸发速率
13	运动短袖T恤	HOTSUIT后秀运动短袖女夏季健身跑步速干吸汗服圆领T恤修身上衣	拼多多 HOTSUIT旗舰店	HOTSUIT	258	款号: 6912100	速干吸汗	/	滴水扩散时间

其中，购于拼多多（泰亿旅行野营用品专营店）宣称“迪卡侬儿童紧身衣运动健身服弹力训练服速干跑步打底套装”的儿童运动衣样品，实际收到的样品标称为“YIPAI”牌，且宣传的吸湿速干性能均未达到相关标准要求。经迪卡侬品牌经营公司（迪脉（上海）企业管理有限公司）确认，该样品非其产品，涉嫌虚假宣传、欺诈消费者。

（四）防紫外性能/防晒性

具有防晒、防紫外等功能的产品的作用机理是利用产品吸收和反射紫外线，尽量使紫外线的透射最小，起到对人体的防护作用，减少皮肤灼伤、老化、

过敏等伤害。按照GB/T 18830-2009《纺织品 防紫外线性能的评定》的标准测定，当样品的UPF > 40，且T(UVA)AV < 5%时，可称为“防紫外线产品”。UVA是指波长为315nm-400nm的日光紫外线辐射，UPF是紫外线防护系数，UPF数值越大，透射程度越低，产品的防晒性、防紫外性、遮阳性能就越好。

在本次比较试验的40件防晒类样品中，吊牌未标注防晒功能，网页宣传宣称具有该功能的样有14件，吊牌和网页宣传均宣称具有该功能的样品有26件。未达到标准或标称要求的有5件：

序号	标称商品名称	网络产品名称	购买地点	标称商标	购买价格(元)	批号/货号/款号	网页功能描述	吊牌功能描述	防紫外性能测试值(标准: UPF > 40, 且T(UVA)AV < 5%)
1	女外套	AUM噢姆2020夏季新款杏色小立领宽松长袖中长款防晒衣气质外套女	天猫 aum旗舰店	AUM	1482	款号: M1KT2745F	轻薄的防晒风衣, 面料轻薄, 透气性好。	/	UPF:4.15 T(UVA)AV: 28.83%
2	上衣	Adidas阿迪达斯外套男子2020夏季防晒衣皮肤衣遮阳透气休闲薄款	京东 猎涉运动专营店	adidas	369	货号: EH3768	防晒 透气	/	UPF:5.9 T(UVA)AV: 15.8%

3	Keep 跑步帽	Keep旗舰店 户外跑步运动帽骑行旅行男女日常透气遮阳轻便可调节	拼多多 Keep小资鸟专卖店	Keep	79	697059 3570515	防水 防风 透气 遮阳 吸湿排汗 遮阳防护	/	UPF:32.74 T(UVA)AV: 5.45%
4	Kids Play Hat玩乐 儿童户 外帽	美国 SundayAfternoons 儿童护颈防晒帽轻量速干男女宝宝度假遮阳帽	拼多多 美途 山岳会	Sunday Afternoons	198	款号: S2D01061B	UPF50+ 防晒 防水 抗污 速干 透气排汗	UPF50+	UPF:44.52 T(UVA)AV: 2.85%
5	防晒冰 袖	玖慕防晒冰丝袖套男女护臂冰袖胳膊手臂套袖护袖开车手套男女士防紫外线套指基础系列BX001	京东 玖慕 京东自营旗舰店	玖慕	33.25	7570098	户外防晒 清凉舒适 轻薄透气 UPF50+	UPF50+	UPF:45 T(UVA)AV: 6.84%

(五) 本次比较试验的80件功能服装样品中, 有11件样品的产品标识标注了功能性标准, 1件为吸湿速干功能的标准, 10件为防紫外线功能的标准。经

测试, 11件样品中有1件未达到明示标准要求; 17件宣传具有功能性的样品在产品标识中未明示功能性标准, 且实测结果未达到相关功能性标准要求:

序号	购买地点	标称商标	批号/货号/款号	网络功能描述	吊牌功能描述	明示执行标准	未达标项目
1	天猫 nautica 官方旗舰店	NAUTICA	编号: 20LY001	吸湿 透气	/	GB 18401-2010 B类 GB/T 22849-2014	滴水扩散时间 芯吸高度
2	天猫 Champion 官方旗舰店	Champion	款号: CW- RS401	速干能够吸附汗液, 凉爽舒适	速乾 防臭	GB 18401-2010 B类 Q/310109SFS002-2019	吸水率
3	天猫 Levi's 官方旗舰店	Levi's 李维斯	货号: 57420-0004	吸湿排汗 排汗速干	COOLMAX	GB 18401-2010 B类 Q31/010600000C010-2017-01	滴水扩散时间 芯吸高度
4	天猫 鞋万库 旗舰店	PUMA	货号: 532279 01	吸湿排汗 透气	/	GB 18401 B类 Q31/0101000016C010-2019	滴水扩散时间 芯吸高度
5	京东 奥索卡 户外旗舰店	奥索卡	款号: 335901	透气 男款时尚 吸汗氨纶衫	/	GB 18401 B类 GB/T 22853-2019	滴水扩散时间 吸水率 芯吸高度
6	京东 fjallraven 旗舰店	Fjallraven	款号: 01211129	速干 吸湿排汗	/	GB 18401 B类 GB/T 22849-2014	滴水扩散时间 吸水率 芯吸高度 蒸发速率
7	唯品会 自营	Polo Ralph Lauren 拉夫劳伦	款号: 710688969	速干	/	B类 FZ/T 73020-2019	蒸发速率
8	苏宁易购 欧卡奥 旗舰店	OUKQQO	款号: OKA1921X	速干 排汗透气	/	GB 18401-2010 B类 FZ/T 81007-2012	产品使用说明 蒸发速率
9	亚马逊 自营	CALVIN KLEIN	SP40559066 40AM844050 move 365	速干吸湿排汗	/	/	吸水率

10	拼多多 泰亿旅行野 营用品专营店	YIPAI	货号: 6001+001 货 号: 505	速干透气 吸湿 排汗	DRY-FIT	短裤: B类 GB/T 22853- 2009 套装: B类 GB/T 25853-2019	产品使用说 明 吸水率
11	拼多多 ERKE鸿星 尔克专卖店	鸿星尔克 ERKE	货号: 11219219091 -002	速干 透气 超轻 吸湿排汗	/	GB 18401 B类 GB/T 22853-2009	滴水扩散时 间 蒸发速率
12	拼多多 匹克运动旗 舰店	匹克PEAK	货号: F694007	吸湿速干	弹性功能	GB 18401-2010 B类GB/T 22849-2014	滴水扩散时 间 芯吸高度 蒸发速率
13	拼多多 HOTSUIT 旗舰店	HOTSUIT	款号: 6912100	速干吸汗	/	GB 18401-2010 B类GB/T 22849-2014	滴水扩散时 间
14	天猫 aum旗舰店	AUM	款号: M1KT2745F	轻薄的防晒风 衣, 面料轻 薄, 透气性 好。	/	GB 18401 B类 Q/AUM 008-2018	防紫外线性能
15	京东 猎涉运动专 营店	adidas	货号: EH3768	防晒 透气	/	B类 FZ/T 81008-2011	防紫外线性能
16	拼多多 Keep小资 鸟专卖店	Keep	6970593 570515	防水 防风 透气 遮阳吸湿排汗 遮阳防护	/	GB 18401-2010 B类FZ/T 82002-2016	产品使用说 明 防紫外线 性能
17	拼多多 美途山岳会	Sunday Afternoons	款号: S2D01061B	UPF50+防晒 防水抗污 速干 透气排汗	UPF50+	GB 31701 B类 FZ/T 82002-2016	产品使用说 明 纤维含量 防紫外线性能
18	京东 玖慕京东自 营旗舰店	玖慕	7570098	户外防晒 清凉 舒适 轻薄透气 UPF50+	UPF50+	GB/T 18830-2009	产品使用说 明 纤维含量 防紫外线性能

北京市市场监督管理局已将我会比较试验结果作为线索转交属地市场监督管理局, 对本市生产、销售的经营主体依法进行查处。

四、消费提示

(一) 不是所有皮肤衣和类似的薄外套、冰袖、遮阳帽都具有防晒功能, 如产品标识未标注防紫外线不能应用于防晒场景。

(二) 在购买防晒类产品时, 要关注产品吊牌上是否标有明确的防晒参数和相关标准, 如果没有建议消费者不要购买, 不要盲目地被网页中各种宣传所吸引。另外, 根据经验一般深色面料的防晒、防紫外线性能比浅色好、织物密度大的面料比密度小的防晒性

好。

(三) 消费者购买服装产品时要注意查看产品的使用说明(即产品吊牌), 内容是否齐全、标识是否准确规范。其应包含制造者的名称和地址、产品名称、规格型号、纤维成分及含量、维护方法、执行标准等内容。购买具有吸湿、速干、防晒、冷感等功能性产品时, 还需查看其使用说明是否标明具有特殊的功能。不要盲目相信网络宣传。

(四) 吸湿速干产品主要分为速干性和吸湿速干性两类。消费者应根据实际需求选购。也可参考本次比较试验的结果进行品牌选择。

(五) 消费者购买功能性产品时, 应索要并留存购物凭证, 以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。

编者按

近日，市场监管总局会同中宣部、国家发改委、科技部等20个部门，以“深入实施质量提升行动，大力推进质量强国建设”为主题，共同部署开展2021年全国“质量月”活动，要求立足新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，树立质量第一的强烈意识，不断提升质量总体水平，大力推进质量强国建设。为此，本刊策划推出《推动高质量发展 共享高品质生活》专题。



推动高质量发展 共享高品质生活

市场监管总局等20个部门联合开展 2021年全国“质量月”活动

2021年9月，市场监管总局联合中央宣传部、国家发展改革委、教育部、科技部、工业和信息化部、公安部、自然资源部、生态环境部、住房和城乡建设部、交通运输部、水利部、农业农村部、商务部、文化和旅游部、国家卫生健康委、人民银行、国务院国资委、海关总署、供销合作总社等20个部门，共同部署开展2021年全国“质量月”活动。

2021年全国“质量月”活动以“深入实施质量提升行动 大力推进质量强国建设”为主题，旨在进一步贯彻落实党中央、国务院关于坚定不移建设质量强国的决策部署，深入开展质量提升行动，不断提升质量总体水平，为推动高质量发展提供坚实支撑。

今年全国“质量月”期间，市场监管总局将联合浙江省政府、杭州市政府共同举办中国质量（杭州）大会，

与会中外嘉宾将围绕“质量 数字 绿色 融合”主题，交流质量管理经验，分享质量发展成果，推动质量国际合作。

“质量月”活动期间，还将表彰第四届中国质量奖获奖组织和个人，树立先进质量标杆，推广科学质量方法。

各地各部门将围绕“质量月”活动主题，开展消费品质量安全“进社区、进校园、进乡镇”活动、质量技术帮扶活动、“计量服务中小企业行”、“质量认证办实事”行动、运输服务质量提升行动、水利工程建设质量提升专项行动、医养结合机构服务质量提升行动、“提升服务质量 构建高标准文旅市场体系”主题宣传等丰富多样的活动，牢固树立质量第一的强烈意识，推进实施全面质量管理，提高质量服务效能，推动各行各业全面提升质量水平和质量竞争力，凝聚全社会力量共同推动质量强国建设事业。

今年“质量月”主要包括5个方面内容

近日，市场监管总局会同中宣部、国家发改委、科技部等20个部门，以“深入实施质量提升行动，大力推进质量强国建设”为主题，发出《市场监管总局等20个部门关于开展2021年全国“质量月”活动的通知》（以下简称《通知》），共同部署开展2021年全国“质量月”活动，深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，全面落实党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，树立质量第一的强烈意识，不断提升质量总体水平，大力推进质量强国建设。

今年全国“质量月”活动内容主要包括5个方面：

开展质量主题宣传，倡导质量第一意识。

深入宣传贯彻习近平总书记关于质量工作的重要论述，贯彻落实党中央、国务院关于深入实施质量提升行动、建设质量强国的决策部署。举办中国质量（杭州）大会，展示中国质量发展成就，传播高质量发展理念，树立中国质量新形象。结合开展党史学习教育，追寻质量发展重大历史事件的亲历者，讲述鲜活质量故事。运用全媒体开展质量专题宣传教育活动，制作“质量月”活动专题宣传材料，推动质量进机关、进企业、进校园、进社区。

深入实施质量提升行动，努力提高产品和服务质量。

围绕重要产业、重点产品和服务，实施质量提升计划，推广一批质量提升成果经验。强化高水平标准引领，增加中高端产品和服务有效供给。引导广大企业积极开展质量监测分析，广泛开展质量改进、质量攻关、质量诊断、质量提升小组等活动，推动质量管理数字化、信息化，全面提升质量水平和质量竞争力。加强缺陷产品召回管理，发现产品缺陷，提出产品安全规范建议，促进行业整体质量提升。

加强质量文化建设，推进实施全面质量管理。

组织开展质量激励活动，树立标杆、弘扬先进，广

泛交流分享中国特色质量管理经验，推广应用先进质量管理方法。推动广大企业加强全面质量管理，推行企业首席质量官制度，加强行业间质量交流互鉴，提升企业质量主体责任意识。深入基层，组织开展向各行各业优秀一线质量工作者学习活动，大力弘扬工匠精神。

夯实质量基础设施，增强质量服务效能。

结合开展“我为群众办实事”实践活动，扎实为企业、为群众办质量实事。加大质量基础设施“一站式”服务力度，做好企业全产业链条、全经营周期的综合服务。开展质量技术帮扶巡回问诊，聚焦重点产品、重点产业、中小企业、质量问题较多的企业，帮扶解决质量创新、质量攻关难题，提升产品质量水平。以质量技术帮扶推动脱贫地区乡村产业振兴。

强化质量安全监管，营造良好消费环境。

推进智慧监管。开展重点品种、重点领域食品安全专项整治。防范重点工业产品质量安全风险，开展儿童和学生用品安全守护行动。开展安心乘梯守护行动和特种设备生产单位监督检查。突出重点产品和重要领域案件查办，曝光典型案例，发挥震慑作用。加大全国12315平台和12315热线宣传力度，畅通消费者投诉举报渠道。推进消费维权社会共治，提高消费者维权意识和能力。

《通知》要求，各地区各部门要严格执行中央八项规定及其实施细则精神，简朴、高效开展活动，把工作落到实处，高度重视，加强组织；精心策划，广泛动员；创新形式，务求实效。（中国质量报）



深入实施质量提升行动 大力推进质量强国建设

北京市广泛开展“质量月”活动

为落实质量强国战略，推进首都高质量发展，按照全国2021年度“质量月”活动安排和要求，北京市贯彻质量强国战略工作领导小组办公室决定，于2021年9月开展北京市“质量月”活动。

广泛开展主题宣传，推动树立“质量第一”的强烈意识。深入宣传贯彻习近平总书记关于推动高质量发展的重要论述和党中央、国务院关于建设质量强国的决策部署。利用传统媒体和新媒体平台，以组织质量知识竞赛、制作宣传片、张贴宣传海报和图片、开展公众质量满意度调查等多种形式，营造浓厚的质量月宣传氛围。开展质量安全进社区、进企业、进校园、进商超等活动，将食品药品、化妆品、医疗器械、计量、认证、质量发展等质量安全知识“打包”送到百姓目之所及、手之所触的地方。制作汽车三包和缺陷消费品召回动漫宣传片，让市民更直观的了解汽车三包和缺陷消费品召回制度。开展“电梯安全周”主题宣传，增强乘梯安全意识。宣传“有机产品认证、绿色产品认证”，引导绿色消费。开展中关村商标品牌众扶、中关村标准化专题沙龙等宣传帮扶活动，为企业提供专利、商标、品牌、标准等方面的支持与服务。以有温度的“北京服务”为主题，开展北京市商业零售企业服务质量管理规范 and 评价办法宣贯、优质服务品牌培育和推广等商业服务业服务质量提升系列活动。

深入推进质量文化建设，以质量提升服务首都经济社会高质量发展。深刻认识质量人才在质量提升中的关键作用，积极宣传推广先进质量管理方法，助力经济转型升级和高质量发展。利用线上、线下形式，对质量管理和技术人员开展培训，提升从业人员素质。举办“北京市第十一届商业服务业技能大赛”、“北京2022年冬奥会和冬残奥会供电保障劳动竞赛”、“建功十四五、奋进新征程”劳动竞赛，激发一线职工的工作热情，培育质量安全意识，形成尊重基层创造、崇尚工匠精神的价值导向。组织实验室开放日、“北京市商业零售企业服务质量评价”、“优秀质量管理经验分享”、“质量标杆企业经验交流”、“质量信得过班组建设成果交流”等系列活动，促进科学质量管理方法交流互鉴。宣讲企业首席质量管理

岗（首席质量官）在质量管理、质量检验、质量文化等方面首要管理监督作用，引导企业建立首席质量官制度并赋予其决策参与权。

加强监管执法，净化市场环境。各区、各部门集中发力，依法履责，以监管效能维护市场健康有序运行。结合冬奥会、冬残奥会服务保障及中秋、国庆两个重点时段，通过监督检查、执法打假、集中整治等方式，提高各行业、各领域执法的针对性和有效性。聚焦食品药品安全、特种设备安全、产品质量安全的关键风险点，在校园周边、旅游景区、大型商超、公交枢纽等人员密集的重点区域，集中开展风险隐患排查治理行动。开展打击网售假冒检验检测报告违法行为专项整治行动，依法推动网络交易平台、检验检测机构落实主体责任。在宣传出版、文化教育、交易领域进行法定计量单位使用情况的双随机抽查，增强相关行业正确使用法定计量单位的意识。开展住宅工程、监理履职、驻厂监理专项执法检查，打击工程质量违法违规行。在生态环保领域集中开展挥发性有机物（VOCs）专项执法、空气质量“点穴式”执法、重型柴油车执法、水环境执法、产废单位执法等专项执法活动。依托“昆仑2021”专项行动，对群众反映强烈、社会舆论关注、侵权假冒多发的重点领域和区域，发挥公安机关尖刀作用，侦破一批关系百姓日常生活的侵权假冒典型案例，营造高压严打态势。以“去伪存真守护民生”为主题，开展假冒伪劣食品集中销毁活动。针对群众反映强烈的问题，集中开展专项整治行动，保护消费者合法权益。

深化“接诉即办”改革，促进保障和改善民生。坚持以人民为中心，推动“接诉即办”从“有一办一、举一反三”向“主动治理、未诉先办”转化，为建设国际消费中心城市营造安全放心的消费环境。更好发挥“接诉即办”主抓手作用，提高质量问题治理水平，推动自办诉求处置能力持续提升，用心用力解决好群众“急难愁盼”问题。拓展绿色通道电商企业数量，提高“诉求即办直通车”企业自行和解水平。发挥消协组织公益性作用，加强消费教育引导和宣传，进一步推动社会共治。

优化营商环境，激发市场主体活力。贯彻《北京市

优化营商环境条例》，持续深化“放管服”改革。深化“证照分离”改革，落实“一网通办”要求，积极服务质量提升和创新发展。加大复工复产、职业技能提升等政策执行力度，维护市场主体稳定。开展北京市新一代电子信息制造类企业能源计量审查、检测服务和产业计量测试分析服务。持续发挥标准化对首都治理体系和治理能力现代化的支撑引领作用，面向社会公众发布一批城市建设与管理方面的地方标准。

要求高度重视，确保活动效果。要求各单位认真做好活动的整体策划和具体组织工作，结合实际，创新、丰富内容和形式，注重实际效果，把“质量月”活动打造成为推动高质量发展的重要抓手，扩大影响力，形成全社会

关心质量、重视质量的良好氛围；要广泛动员企业开展“质量月”活动，针对本区域、本行业的企业特点，积极引导企业牢固树立“质量第一”的观念，增强质量安全意识、质量诚信意识和社会责任意识，推动和提升企业的质量管理水平和整体竞争力；要坚持“以人民为中心”，通过开展一系列接地气的质量活动，着力解决人民群众关心、社会关切的质量问题，让群众感受到“质量月”活动的成效，增强群众的获得感、幸福感、安全感。同时严格落实企业质量主体责任，严把产品质量安全、食品药品安全和特种设备安全关，防范化解安全风险。（据北京市市场监管局）

东城区“质量月”宣传走进南锣鼓巷

9月2日，区市场监管局联合交道口街道办事处、南锣鼓巷管委会、南锣鼓巷商会在南锣鼓巷街区举办2021年东城区“质量月”活动启动仪式，街区部分商户及居民参加活动。

“质量月”活动是自1978年开始，在国家质量工作主管部门的倡导和部署下，由全社会共同参与，围绕实现国民经济发展目标，动员和组织社会各方面力量，采取多种形式，在每年9月集中开展的一项主题活动。2021年9月是我国第44个质量月，也是“十四五”期间的第一个“质量月”，活动主题为“深入实施质量提升行动 大力推进质量强国建设”，紧扣“十四五”时期“全面推动高质量发展”的目标。区市场监管局作为东城区质量提升行动领导小组办公室，始终围绕东城区建设国际一流的和谐宜居之都首善之区的总目标以及“五个东城”建设要求开展质量工作，致力于不断提升城市整体质量水平，不断增强人民群众质量获得感、幸福感、安全感。

启动仪式上，南锣鼓巷商会代表宣读了《2021年东城区“质量月”提升营商环境、推动高质量发展倡议书》，倡议各商户依法诚实守信开展经营，大力开展质量提升行动，及时妥善化解消费纠纷，争做名店名街，凸显了“政府引导、企业搭台”的质量宣传新方式。

为了让大家更多地了解“质量月”、更好地参与到质量提升行动中来，区市场监管局开展了“质量月”相关



知识线上问答活动。另一方面，随着中秋节的临近，区市场监管局执法人员随机对南锣鼓巷地区经营月饼等食品的商户进行现场快检，重点对糕点类食品中糖精钠、甜蜜素、硼砂等三个项目进行了检测，强化食品安全工作的同时促进街区经营行为质量提升。经过检测，结果均合格。

下一步，区市场监管局将继续联合辖区相关单位，于9月9日、9月16日及9月23日继续在南锣鼓巷街区举办多场质量宣传和相关咨询服务活动，包括计量认证服务、食品安全、特种设备安全、知识产权保护等多方面内容，以进一步带动南锣鼓巷街区质量提升工作。同时，还将在全区范围内开展质量安全监管执法、企业质量工作帮扶等一系列质量活动，着力解决人民关心、社会关切的质量问题，引导企业牢固树立“质量第一”的观念，共同形成“政府重视质量、企业追求质量、人人关注质量”的浓厚氛围。（首都之窗）

朝阳区多措并举开展“质量月”活动

近日，北京市朝阳区市场监管局围绕2021年“质量月”主题——“深入实施质量提升行动 大力推进质量强国建设”，聚焦质量诚信，多措并举开展活动。

朝阳区市场监管局联合北京市公安局朝阳分局组织开展“质量月”宣传活动，与朝阳大悦城企业代表现场签署《2021年北京市朝阳区“质量月”企业质量诚信倡议书》，共同倡议各部门深化协同配合，强化质量安全监督和引导，并要求各市场经营主体严守质量安全底线，坚守行业质量诚信，自觉接受监管部门和消费大众监督。宣传活动现场设立了质量管理、产品质量、认证检测、标准化、计量检定、特种设备安全、食品安全、药品安全、服务质量等咨询服务站点，工作人员为参与活动的商户和社

区居民提供宣传材料，并耐心讲解质量知识。

“质量月”期间，朝阳区市场监管局邀请专业讲师免费为中小微企业提供质量管理提升培训和咨询服务，从企业人员管理、企业发展思维、企业战略定位等多角度，强化质量管理重要性、分享先进经验，并就企业发展中面临的问题提供具体建议。目前，该局已服务中小微企业50余家。

为进一步发挥中国质量奖获奖企业标杆引领作用，朝阳区市场监管局充分利用“质量月”活动平台影响力，以争创中国质量奖为抓手，组织相关企业就先进质量管理理念和方式，面向辖区企业开展宣传培训，促进企业提升质量管理水平和竞争力。（中国质量报）

海淀区“质量月”地铁主题专列正式上线



近日，由北京市海淀区市场监管局和京港地铁公司联合打造的北京地铁16号线“质量月”主题专列正式上线运行。

据悉，地铁主题专列以“建设质量强区 共享美好生活”

为主题，通过独特的外装设计向广大乘客宣传“质量月”及质量安全常识，车门和车壁等醒目位置装饰了“召回先生”“缺陷消费品召回”内容的宣传海报，让质量知识与百姓“面对面”“零距离”。

“我们设计了‘召回先生’这一卡通形象，制作了10余集汽车和缺陷消费品召回动漫宣传片，欢迎广大市民朋友打卡地铁16号线，与‘召回先生’一起出发，共同了解缺陷消费品召回知识，减少缺陷消费品带来的伤害。”海淀区市场监管局副局长崔志强介绍说。

据介绍，此次宣传是海淀区市场监管局向公众传播质量理念、宣传质量知识的一次大胆尝试，开辟了质量宣传的新途径。通过地铁专列的形式，切实提高社会公众对质量安全的认知，普及质量安全常识，营造全民关心质量、质量服务全民的质量氛围。（中国质量报）

石景山区开展“质量月”宣传进商超

为落实质量强国战略，推进首都高质量发展，按照北京市贯彻质量强国战略工作领导小组办公室2021年度“质量月”活动安排和要求，石景山区市场监管局深入辖区永辉超市鲁谷店开展“质量月”活动宣传工作。

宣传活动以设置宣传展板、发放宣传手册、现场接受咨询等形式开展，区市场监管局执法人员耐心详细地向群众普及食品安全、计量、标准、特种设备安全等方面的知识，告知群众如何选购质量过关的商品，引导群众关注生活中的各种小常识。

本次“质量月”宣传活动，旨在向广大群众普及质量知识，宣传质量工作，引导全社会树立高质量发展理念，进一步营造政府重视质量、企业追求质量、社会崇尚质量、人人关注质量的良好氛围。下一步，市场监管部门将继续加强质量宣传和监管，积极



开展质量提升行动，严守质量安全底线，全面提高区域质量水平。（首都之窗）

密云区开展“质量月”诚信培训活动

近日，密云区市场监督管理局在密云华润万象汇举办以“提升产品和服务质量 推动经济高质量发展”为主题的“质量月”诚信培训活动，局党组成员、副局长郑延宏出席活动并讲话。本次培训活动立足于“大服务 大监管”的工作理念，以成立“12345客诉联合专班”为契机，结合我区市场消费和投诉热点，推动投诉举报“向前一步”，由“接诉即办”向“主动治理、未诉先办”转变，并从知识储备到能力实践全面对经营单位“传经送宝”。

区市场监管局特意聘请中国质量认证中心的两位专家，详细介绍列入强制性目录的儿童玩具认证产品，提高经营单位对强制性产品认识，并从产品界定、产品描述、不合格产品案例分析等方面进行讲解，同时将CCC产品强制性认证查询方法告知经营单位，增强其分辨能力。随

后，执法人员结合日常执法检查中常遇问题，普及产品、认证、计量、知识产权和条形码的相关知识，提醒经营中的注意事项，全面增强经营者合法守规经营的能力，提高经营者诚信意识。

郑延宏同志强调，要持续营造良好的营商环境和消费环境，不断改进工作思路，强化队伍建设，加强对市场主体的教育培训，激发市场活力，提高市场主体质量。各经营单位要提高思想认识，在学懂弄通上下功夫，在学以致用上见实效，共同构建良好的市场环境。

此次活动，切实把服务、教育作为构建大监管中有力的一环，进一步提升市场主体质量“第一意识”，突出了市场主体在构建高品质生活及良好市场环境中的地位及作用。同时成为一次“我为群众办实事”的生动实践。（首都之窗）

中消协观点：少一些套路，多一些真诚 视频平台VIP服务应依法合规、质价相符

近期，视频平台VIP会员服务和超前点播机制引发社会热议，不少消费者对平台满含套路的操作表示质疑和不满。

从消费者投诉看，反映的主要问题有：一是消费者认为已购买了会员，享有提前观看剧集的会员权益，质疑其后推出超前点播收费的合理性，认为涉嫌重复收费。二是消费者反映春节期间，视频平台对热播剧单方修改更新周期，由原来每周三至周日每天更新两集，改为每周六至周日每天更新两集，每周少播4集，同时推出付费超前点播，使会员权益受损。三是平台宣传充会员将免广告，实际上只是去掉了视频开头的广告，视频播放中间仍多次插播各种广告。四是会员服务未到期，消费者在不知情的情况下被自动续费，认为平台强买强卖。还有的消费者反映视频平台协议称对自动续费会员到期前5日会发送续费提示。实际上既未履行提示义务也未与消费者确认，就直接进行了扣款。

对此，中国消费者协会观点如下：

一、超前点播重自愿，逐集限制要取消。超前点播业务是各大视频平台去年推出的一项新业务。此前，一些视频平台规定VIP会员享有“热剧抢先看”（热播电视剧、自制剧可享受提前观看）等权益。对于超前点播业务推出前已购买VIP服务的老会员，视频平台应按原有会员协议提供服务，不应借修改格式条款增加收费项目，向VIP服务未到期的老会员收取超前点播费，减损老会员依据原有会员协议享有的提前观影权利。对于超前点播业务推出后的新会员，视频平台应明确会员享有的权益内容，不得为收取超前点播费用故意减慢视频更新节奏，损害普通消费者和会员的既有权利。此外，视频平台规定单集收费、逐集购买或者逐集解锁，不论消费者是否需要，都必须按顺序购买才能实现超前点播，有损消费者自主选择权，违背消费者真实意愿。近日，对于视频平台超前点播限制逐集解锁问题，上海市消保委明确提出批评。已有两家平台承诺将进行改进，支持逐集解锁，提升用户体验，但仍有一些视频平台置若罔闻，打着保障用户观影体验的幌子，无视消费者呼声，损害消费者合法权益。

二、广告特权应保障，违法推送要杜绝。一些视频平台宣称VIP会员拥有广告特权，实际上只是可以自动跳过前贴片广告、手动关闭前贴内容推荐，其他各种广告仍然纷至沓来，如中插广告、弹窗广告、暂停广告、前情提要广告、跑马灯广告、片尾广告、口播标板、植入广告等，广告时间、投放数量、播放次数随剧情推进一再增多，令消费者不胜其扰，花了VIP的钱，却不能真正去除广告。多家视频平台在协议中称上述广告可能无法消除，希望消费者理解并接受。但相关广告推送行为首先应当依法合规。《广播电视广告播出管理办法》第17条规定，“播出电视剧时，不得在每集（以四十五分钟计）中间以任何形式插播广告。”第18条规定，“除电影、电视剧剧场或者节（栏）目冠名标识外，禁止播出任何形式的挂角广告。”有的视频平台甚至违反《广告法》第44条规定，推送无法一键关闭的弹出广告。由此，要保障会员广告特权，先要保证广告行为合法，杜绝违法推送，还消费者一个清朗的观影空间。

三、自动续费套路深，计费规则要公平。有的视频平台VIP会员服务协议称，“您开通自动续费服务后，根据扣费渠道的情况，（平台）会在每一个计费周期到期前1-3天，自动从您的账户中进行扣费。您如需取消自动续费，您最晚应于计费周期到期前3天进行。”但相关协议在手机APP中不易找到，取消时限又不同于大众的一般理解，一旦忘记相关规定，未提前取消自动续费，就可能面临被迫扣费的情况。《网络交易监督管理办法》第18条规定，网络交易经营者采取自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动续费等日期前五日，以显著方式提请消费者注意。不少消费者反映，有关视频平台并未尽到相应的显著提示义务。还有的视频平台甚至在VIP协议中规定：“您确认并同意，（平台）拥有调整服务价格的权利。……如您在订阅期到期前24小时内取消（自动续费），则相关主体将可能会按照调整后的服务费用扣除下一个订阅期的服务费用后停止代扣服务。”消费者已明确取消自动续费，仍需按变更后的费用被迫续费，相关格式条款违反《消费者权益保护法》第26条规定，排除消费

者权利，加重消费者责任，涉嫌强制交易。

四、协议不得随意改，用户权益要落实。一些视频平台VIP会员服务协议规定，（平台）有权变更协议内容，一旦协议发生变更，会通过相应页面、系统提示、信息推送、后台公告等方式进行通知，如消费者继续使用VIP服务，视为已同意变更的全部内容。更新后的协议自更新版本发布之日起生效。按照《电子商务法》第34条规定，“电子商务平台经营者修改平台服务协议和交易规则，应当在其首页显著位置公开征求意见，采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。修改内容应当至少在实施前七日予以公示。”《网络交易监督管理办法》第28条还规定，服务协议修改版之前三年的历史版本均应保存，以备消费者查阅、下载。经营者随意修改服务协议，又不保存历史版本，使消费者难以知晓自身权利是否

被减损，权益很难得到保障。有的视频平台VIP协议还规定，“（平台）有权不经您同意即将其在本协议项下的全部权利义务部分或整体转让给任何（平台）的关联公司，但保证该转让行为不会影响或损害您之前享有的权利。”此类概括性自我授权规定，排除、限制消费者权利，明显不公平、不合理。

中消协认为，视频平台贴合用户需求，提供VIP会员服务，应当尊重广大消费者，恪守诚信原则，遵守法律规定，杜绝唯利是图，违法欺客，霸王条款。希望各视频平台经营者认真自查，主动整改，少一些套路、多一些真诚，依法承担应尽义务和责任，切实保障消费者合法权益，真正在完善用户体验方面下功夫，让消费者花的每一分钱，都能得到质价相符的应有回馈。（据中消协）



相关法条

《消费者权益保护法》

第二十六条经营者在经营活动中使用格式条款的，应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。

经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。

《电子商务法》

第三十四条电子商务平台经营者修改平台服务协议和交易规则，应当在其首页显著位置公开征求意见，采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。修改内容应当至少在实施前七日予以公示。

平台内经营者不接受修改内容，要求退出平台

的，电子商务平台经营者不得阻止，并按照修改前的服务协议和交易规则承担相关责任。

《中华人民共和国广告法》

第四十四条利用互联网从事广告活动，适用本法的各项规定。

利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。

《网络交易监督管理办法》

第十八条网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前五日，以显著方式提请消费者注意，由消费者自主选择；在服务期间内，应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项，并不得收取不合理费用。

第二十八条网络交易平台经营者修改平台服务协议和交易规则的，应当完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

《广播电视广告播出管理办法》

第七条广播电视广告是广播电视节目的重要组成部分，应当坚持正确导向，树立良好文化品位，与广播电视节目相和谐。

第十七条播出电视剧时，不得在每集（以四十五分钟计）中间以任何形式插播广告。播出电影时，插播广告参照前款规定执行。

第十八条除电影、电视剧剧场或者节（栏）目冠名标识外，禁止播出任何形式的挂角广告。

第四十条违反本办法第十五条、第十六条、第十七条的规定，以及违反本办法第二十一条规定插播广告的，由县级以上人民政府广播电视行政部门依据《广播电视管理条例》第五十条、第五十一条的有关规定给予处罚。

第四十一条违反本办法第十条、第十二条、第十八条、第十九条、第二十条、第二十三条至第二十七条、第三十三条、第三十五条、第三十六条的规定，或者违反本办法第二十一条规定替换、遮盖广告的，由县级以上人民政府广播电视行政部门责令停止违法行为或者责令改正，给予警告，可以并处二万元以下罚款。

《互联网视听节目服务管理规定》

第十七条用于互联网视听节目服务的电影电视剧类节目和其它节目，应当符合国家有关广播电影电视节目的管理规定。互联网视听节目服务单位播出时政类视听新闻节目，应当是地（市）级以上广播电台、电视台制作、播出的节目和中央新闻单位网站登载的时政类视听新闻节目。

文化和旅游部：加强经纪机构管理 约束表演者行为

9月2日，《网络表演经纪机构管理办法》在文化和旅游部官网公开发布。该办法的出台，旨在强化对经纪机构的管理，约束表演者行为，坚持正确的价值导向。无论是网络主播，还是开设直播账号的演艺明星，其背后的经纪公司都将纳入该办法的管理范围。

《办法》所称的网络表演经纪机构，行业内俗称“MCN机构”“主播公会”，是指依法从事网络表演经纪活动的经营单位。网络表演经纪活动包括：网络表演内容的组织、制作、营销等经营活动；网络表演者的签约、推广、代理等经纪活动。遵照线上线下统一管理原则，《办法》进一步明确网络表演平台、经纪机构、主播三方关系，形成“平台管经纪机构”“经纪机构管主播”的层层责任传导机制。

当前，网络表演直播活动中，仍存在为博取眼球、获得流量，错误引导粉丝群体，制作、发布的内容违背社会主义核心价值观等情况，同时个别经纪机构一味追逐经济利益，为诱导打赏、虚假消费、炒作宣传等网络黑灰产提供生存土壤和发展空间。对此，《办法》明确规定网络表演经纪机构不得以虚假消费、带头打赏等方式诱导用户

消费，不得以打赏排名、虚假宣传等方式炒作网络表演者收入。网络表演经纪机构应当加强对签约网络表演者的约束，要求其不得以语言刺激、不合理特殊对待、承诺返利等方式诱导用户消费。

《办法》还要求，网络表演经纪机构应当对签约的网络表演者的违法违规行为和相关投诉举报信息进行记录、保存，实施动态管理，并根据不同情形，采取限制服务、停止合作、提请行业协会进行联合抵制等措施。网络表演经纪机构应当配合文化和旅游行政部门的监督检查，提供真实、准确、完整的网络表演经纪活动信息数据。

压实经纪机构责任的同时，《办法》要求进一步强化行业自律威慑力，加强信用信息在行业评先评优、市场拓展等方面的参考与应用，对列入失信名单的经纪机构可采取公开谴责、取消行业协会会员资格、开展行业联合抵制等措施。同时，积极开展行业培训，强化诚信教育。据悉，为更好落实《办法》的相关要求，中国演出行业协会近期将成立网络表演经纪机构委员会，在行业自律、正面引导、教育培训方面开展工作。

《网络表演经纪机构管理办法》的出台，是文化和

旅游部治理网络表演行业“娱乐至上”“流量至上”等不良风气的重要举措之一。对从事网络表演经纪活动的机构明确准入资格、划定行为红线、规定执行细则，有利于促进网络表演行业健康持续发展。

据文化和旅游部市场管理司相关负责人介绍，下一步还将出台《关于加强演出经纪机构管理的通知》，明确演出经纪机构对艺人经纪、粉丝引导以及演出内容安排等方面的工作职责，压实企业主体责任。在全国演出经纪人员资格考试中，进一步强化对价值导向和法规政策方面的考核。（据央视网）



工信部推出全国移动电话卡“一证通查”便民服务

自己名下有几张电话卡？到底有没有被别人冒用？工业和信息化部9月14日正式开通全国移动电话卡“一证通查”便民服务，用户凭居民身份证就可查询个人名下登记电话卡数量，如对查询到的电话卡情况有异议还可通过对应的电信企业查询明细信息，并进行相应处理。

记者从工业和信息化部反诈专班了解到，推出“一证通查”是为了满足用户快速、便捷查询移动电话卡数量的需求，助力防范治理电信网络诈骗。据了解，我国从2013年起全面实施电话用户实名登记以来，运营商实名登记工作逐步规范，身份核验技术能力也不断提升。但有关部门在打击治理电信网络诈骗的过程中发现，部分涉案电话卡是由诈骗分子冒用他人身份信息办理的，用户本人并不知情。由于93家省级基础电信企业和39家移动通信转售企业相关数据各自独立，让用户难以知悉个人信息被盗用，导致对个人信用等方面产生负面影响。同时，由于缺乏统一的查询途径，用户难以主动发现自身利益受到侵害，也不利于相关部门防范治理电信网络诈骗行为。

此次“一证通查”服务的开通，打破了数据封闭，从根本上破除了手机卡查询难题，规避了不知情办卡的风险，为用户保护个人信用提供了有效途径，也将助力打击电信网络诈骗工作。

据了解，“一证通查”服务支持线上、线下两种预约查询渠道。用户在线上可以通过“工信微报”“工信部反诈专班”微信公众号、运营商网上营业厅、中国信

息通信研究院官方网站、支付宝“一证通查”小程序等渠道提交预约查询申请。服务平台会做48小时内通过“10699000”专用短信端口，告知用户名下所有电话卡数量及其所属的运营企业。线下查询的用户，持本人二代身份证到各运营商营业厅，提交预约查询申请即可。查询时需提供本人身份证号码及该身份证下登记的任一手机号码等信息。若查询不成功，要进一步核对信息，并在24小时后重新查询；如在查询过程中遇到问题，可通过查询页面提供的使用指南或拨打运营商客服电话来解决。

此外，工信部还指导各电信企业建立和完善了号码明细查询、异议号码处置等配套服务机制，对于用户提出异议的号码，电信企业将在核查后依法予以更正、剥离等处理。

当用户查到本人名下移动电话卡数量与个人掌握的情况不一致时，可拨打相应电信企业客服电话了解企业的异议号码处理机制；各电信企业均开通了绿色通道，按照企业的指引，用户可以到营业厅等线上线下渠道查询本人名下号码卡明细信息；在本人授权下，可以进一步对异议号码进行核实、剥离、关停或销户等。

据了解，下一步，工信部将联合相关部门继续优化系统功能，支持多种证件类型查询，保障查询系统安全稳定运行，同时，还将组织电信企业共同做好号码明细查询、异地电话卡销户、客服咨询等服务保障工作。

（据中消报）

五部门联合约谈11家网约车平台公司

2021年9月1日上午，交通运输部会同中央网信办、工业和信息化部、公安部、国家市场监督管理总局等交通运输新业态协同监管部际联席会议成员单位，对T3出行、美团出行、曹操出行、高德、滴滴出行、首汽约车、嘀嗒出行、享道出行、如祺出行、阳光出行、万顺叫车等11家网约车平台公司进行联合约谈。

约谈指出，近期，部分平台公司通过多种营销手段，恶性竞争，并招募或诱导未取得许可的驾驶员和车辆“带车加盟”，开展非法营运，扰乱公平竞争市场秩序，影响行业安全稳定，损害司乘人员合法权益。

约谈要求，各平台公司要检视自身存在的问题，立即整改不合规行为，共同维护公平竞争的市场秩序，共同营造网约车行业规范健康发展的良好环境。一是坚守依法合规经营底线。各平台公司要严格落实平台、车辆和驾驶

员“三项许可”，做到“平台持证经营，车辆持证载客，司机持证上岗”。要立即停止招募不合规车辆和驾驶员，在驾驶员新注册时，对于无法提供许可证件的不予注册。要加快清退平台既有的不合规车辆和驾驶员，要求符合条件的驾驶员和车辆尽快申请办理网约车相应许可。二是维护公平竞争市场秩序。各平台公司要强化公平竞争意识，尊重市场规则，进一步规范经营行为，不得利用资本恶性竞争、无序扩张，不得排除和限制竞争，不得扰乱正常市场秩序，特别是不能以虚假宣传诱导驾驶员加入，更不能把经营风险转嫁给驾驶员。要聚焦提升服务质量和安全运营水平，依靠为社会公众提供安全、优质的出行服务来赢得市场。三是保障司乘人员合法权益。各平台公司要在促进科技进步、繁荣市场经济、便利人民生活、增加社会就业中发挥积极作用。要科学制定平台派单规则，保障驾驶员获得合理劳动报酬和休息时间；要规范定价行为，降低抽成比例，主动向社会公布计价规则、抽成比例等，切实保障司乘人员合法权益。四是落实安全稳定主体责任。各平台公司要切实履行企业主体责任，对可能引发不稳定风险的经营行为要全面排查和整改。要畅通驾驶员表达诉求渠道，避免矛盾激化和事态蔓延。要进一步加强安全工作，强化驾驶员背景核查和安全教育，切实保障乘客出行安全。五是保障用户信息和数据安全。各平台公司要严格落实用户信息和数据安全相关法律法规要求，认真履行个人信息保护责任，未征得用户同意，不得向第三方提供用户个人信息。各平台公司在用户数据收集、传输、存储、处理等环节，要依法建立相关数据安全管理制度，采取必要的安全技术和管理措施。

约谈强调，各平台公司要排查自身问题，立即整改。要加快推进合规化，制定切实可行的网约车合规化工作方案，明确时间表、目标和工作举措，特别是要提出到今年年底前，车辆、驾驶员合规化工作的具体目标。

各平台公司表示，将按照约谈要求，全面查找存在的问题和安全稳定风险隐患，扎实做好整改工作，维护公平竞争的市场环境，并立即停止新增不合规车辆和驾驶员，加快推进既有车辆和驾驶员合规化进程，依法合规开展经营，促进网约车行业规范健康持续发展。

（据交通运输部）



进一步严格管理 切实防止未成年人沉迷网络游戏

未成年人玩网游仅限周末节假日每日1小时

近日，国家新闻出版署下发《关于进一步严格管理 切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》（以下简称“通知”），针对未成年人过度使用甚至沉迷网络游戏问题，进一步严格管理措施，坚决防止未成年人沉迷网络游戏，切实保护未成年人身心健康。

通知要求，严格限制向未成年人提供网络游戏服务的时间，所有网络游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日20时至21时向未成年人提供1小时服务，其他时间均不得以任何形式向未成年人提供网络游戏服务；严格落实网络游戏用户账号实名注册和登录要求，不得以任何形式向未实名注册和登录的用户提供游戏服务；各级出版管理部门要加强对防止未成年人沉迷网络游戏有关措施落实情况的监督检查，对未严格落实的网络游戏企业，依法依规严肃处理。

答记者问

所有网络游戏必须接入防沉迷系统

国家新闻出版署有关负责人就通知答记者问表示，近期，不少家长反映，一些青少年沉迷网络游戏严重影响了正常的学习生活和身心健康，甚至导致一系列社会问题，希望采取切实可行措施，严格落实实名验证，进一步限制、压缩向未成年人提供网络游戏服务的时段时长。

针对社会反映的未成年人过多过度使用网络游戏问题，国家新闻出版署在新学期开学之际印发了通知，对网络游戏防沉迷工作提出具体明确要求，着力推动防沉迷工作取得更好社会效果，为未成年人健康成长保驾护航。

通知主要提出四方面举措：

一是在原有规定基础上，进一步限制向未成年人提供网络游戏服务的时段时长，要求网络游戏企业大幅压缩向未成年人提供网络游戏的时间，所有网络游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日的20时至21时向未成年人提供1小时服务，其他时间一律不得向未成年人提供网络游戏服务。

二是在国家新闻出版署网络游戏防沉迷实名验证系统已建成运行后，重申严格落实网络游戏账号实名注册要求，明确所有网络游戏必须接入该系统，所有网络游戏用户必须使用真实有效身份信息进行游戏账号注册和登录，网络游戏企业不得以任何形式(含游客体验模式)向未实名注册和登录的用户提供游戏服务。

三是加强对防沉迷措施落实情况的监督检查。针对网络游戏企业提供游戏服务的时间限制、实名注册、规范付费等方面要求的落实情况，出版管理部门将加大检查频次和力度，对未严格落实的网络游戏企业，依法依规严肃处理。

四是积极引导家庭、学校等社会各方面行动起来，切实承担监护守护职责，共同营造有利于未成年人健康成长的良好环境，形成防止未成年人沉迷网络游戏的工作合力。

对未成年人用户坚决执行消费金额限制

如何更好地推动企业落实通知要求？

通知强调，游戏企业是防沉迷工作的主体，必须始终坚持把社会效益放在首位，积极回应社会关切，主动承担社会责任，坚决落实防沉迷工作各项要求。此次通知对游戏企业防沉迷责任再次作了明确，所有游戏企业都要严格遵照执行，切实履行主体责任，全面设置防沉迷系统，严格开展实名验证，对认证为未成年人的用户，坚决执行时段时长控制和消费金额限制，以实际行动和成效，向全社会展现诚意诚信和责任担当。

这两年，国家新闻出版署加大企业防沉迷排查处罚力度，2020年共检查游戏上万款，会同各级出版管理部门约谈处理企业50多家，查处问题上千条。

通知印发后，将进一步加强监督巡查，开展专项集中整治，组织各地对游戏企业进行逐一排查，推动防沉迷工作常态化机制化，对心存侥幸、敷衍应付的企业，发现一起严处一起，决不允许任何打折扣、搞变通的行为。

下一步，国家新闻出版署还将根据通知落实情况和

社会反映，坚持问题导向、效果导向，举一反三、查漏补缺，推动防沉迷工作取得实实在在的成效，切实保护青少年健康成长。



家长需加强监护督促 学校应加强教育引导

家庭、学校在防止未成年人沉迷网络游戏方面应发挥哪些作用？

有关负责人指出，网络游戏沉迷是一个社会问题，防沉迷工作是一项系统工程，需要社会各方面的共同努力。国家新闻出版署防沉迷实名验证系统建成后，为企业和用户提供了权威准确的身份验证，推动了防沉迷工作迈出了关键一步。但同时，一些未成年人使用家长身份信息或购买成年人身份信息绕过实名认证，突破身份限制，使得时段时长限制无法发挥作用，成为影响防沉迷效果的一个重要原因。这个问题的解决，迫切需要家长加强监护督促，学校加强教育引导，更好地帮助指导未成年人了解掌握法律规定，严格执行相关要求。我们也将督促网络游戏行业加强与家长、老师、学校的联动沟通，共同为未成年人健康成长营造良好环境。（据北京青年报）

三部委发布通知

学科类校外培训收费实行政府指导价管理

国家发展改革委、教育部、市场监管总局日前联合印发《关于加强义务教育阶段学科类校外培训收费监管的通知》（以下简称《通知》），明确义务教育阶段线上和线下学科类校外培训收费属于非营利性机构收费，依法实行政府指导价管理，由政府制定基准收费标准和浮动幅度，并按程序纳入地方定价目录。培训机构人员平均工资水平应正常合理，不得明显高于统计部门公布的当地教育行业城镇非私营单位就业人员平均工资。

《通知》明确，义务教育阶段线上和线下学科类校外培训收费属于非营利性机构收费，依法实行政府指导价管理，由各地政府制定基准收费标准和浮动幅度，培训机构在政府制定的基准收费标准和浮动幅度内，确定具体收费标准。

坚持学科类校外培训公益属性，以有效减轻学生家庭教育支出负担为目标，以平均培训成本为基础，统筹考虑当地经济发展水平、学生家庭承受能力等因素，合理制定基准收费标准。各地政府制定的浮动幅度，上浮不得超

过10%，下浮可不限。《通知》强调，要加强成本调查，并明确了对培训人员薪酬、培训场地租金、宣传费等主要成本项目的审核原则。

《通知》要求，各地要督促培训机构将学科类校外培训内容、培训时长、收费标准、教师资质等信息提前向社会公开。鼓励各省级或市级教育部门采取集中公示的方式，将当地主要学科类校外培训机构的办学类型、办学规模、收费标准等信息向社会公开。各地市场监管、教育、发展改革等部门，要依职责加强对学科类校外培训收费执行情况的监督检查，依法严厉查处各种违法违规收费行为，对情节严重、性质恶劣的典型案列公开曝光，畅通投诉举报渠道，鼓励社会各方参与监督。

《通知》强调，各地要建立健全工作协调机制，制定详细工作方案，加快推进相关工作。各地要于2021年底前出台本地区义务教育阶段学科类校外培训收费政府指导价管理具体政策，做好政策衔接，及时回应社会关切，将降费减负目标落到实处。（据人民日报）

北京：居民未按规定投放垃圾 参与社区活动可免罚

近日，北京市城市管理委印发《参加生活垃圾分类等社区服务活动工作指引（试行）》（以下简称《指引》）。根据《指引》，个人未按照规定分类投放生活垃圾应当受到处罚，但是，对应当受到处罚的个人，自愿参加生活垃圾分类等社区服务活动的，不予行政处罚。可免罚的社区志愿活动包括生活垃圾分类知识学习和宣传、参与桶站值守、文明劝导、扶老助残、安全值守等。

《指引》提出，执法人员应当记录当事人情况、违法事实，告知当事人自愿参加生活垃圾分类等社区服务活动不予行政处罚的情况，如实记录当事人是否自愿参加生活垃圾分类等社区服务活动的意思表示以及参加活动的情况。当事人自愿参加生活垃圾分类等社区服务活动的，可以当场向执法人员提出；也可以向所在社区提交书面申请，按照社区安排参加一定时间的活动。当事人当场向执法人员提出参加活动的，执法人员应当联系社区，为当事人参加活动提供帮助。

《指引》规定，当事人参加所在社区安排的活动的，应当将活动的时间、地点、形式以及文字、照片记录、组织活动单位联系人、联系方式等反馈执法部门。执

法部门应当与组织活动单位联系人沟通，核实当事人参加活动情况。如果当事人参加社区服务活动的情况、照片等相关记录清晰、完整的，执法部门不予行政处罚。但是，当事人不参加生活垃圾分类等社区服务活动或不按照相关安排参加活动的，执法部门依法予以行政处罚。

记者了解到，目前本市正在开展第二轮次“城管执法进社区个人生活垃圾分类专项执法检查工作”，巩固前期执法成效。城管执法部门将重点对热线举报高发居住小区（村）以及舆情曝光点位，加大执法检查力度，持续做好对居民个人未正确分类投放、垃圾清运不及时、桶站维护不到位等违法行为的查处；同时，要对第一轮次检查中发现的基础薄弱、行动较慢的小区（村）开展“执法回头看”，督促整改落实，全面提升生活垃圾分类精细化管理水平。

据统计，自新修订的《北京市生活垃圾管理条例》实施以来，截至今年8月底，查处生活垃圾分类违法行为3.65万起，其中针对个人不分类投放违法行为警告1.74万起、罚款3183起。（据北京青年报）

铁路12306网站推出适老化无障碍功能

据国家铁路集团（以下简称国铁集团）消息，9月1日，铁路12306网站进行的适老化及无障碍改造相关功能正式上线运行，为老年人及障碍人士线上购买火车票提供更多便利。同时，12306手机APP适老化无障碍功能正在进行测试准备，将于9月上旬上线运行。

据国铁集团客运部负责人介绍，在铁路12306网站和手机APP研发投用适老化无障碍功能，是切实解决老年人及障碍人士运用智能技术困难的具体举措，也是在党史学习教育中开展“我为群众办实事”实践活动的工作成果。据统计，目前在铁路12306网站注册的65岁以上用户有2500万人，实施适老化及无障碍功能改造，将有效解决老年人和障碍人士在网络购票中遇到的实际问题，帮助



块验证和短信验证两种形式；推出标准版和爱心版两种界面模式，爱心版交互更简单、操作更方便，同时具有大字体、大图标、高对比度等特点，标准版也增加了字体和对比度设置功能，用户可自行调整字体大小和对比度，用户可便捷切换标准版和爱心版。

该负责人表示，铁路12306网站适老化无障碍功能上线后，将更好地服务老年人和障碍人士，欢迎广大旅客提出宝贵意见和建议，铁路部门将持续完善12306服务功能，提供更好的购票体验。（据人民网）

电动自行车临牌过渡期余额不足！违规上路将被罚

11月1日起，北京交管部门将严格按照法规规定，对过渡期结束后仍驾驶超标电动自行车上路行驶的违法行为，依法予以扣留、处罚。

过渡期即将结束，缺乏置换紧迫感。过渡期将于今年10月31日到期，仍持有超标电动自行车的市民应尽快对车辆进行淘汰更新。

悬挂临时标识的电动自行车 3年过渡期10月31日到期

2018年11月1日开始施行的《北京市非机动车管理条例》规范了本市电动自行车生产、销售、登记、通行、租赁经营、停放及相关管理，其中规定：本市生产、销售的电动自行车应当符合国家标准，对符合规定的发放行驶证、号牌（白色号牌），对不符合规定的车辆发放临时标识（橙色号牌）。对发放临时标识的电动自行车设置3年过渡期，过渡期满后，不得上路行驶。

根据统计数据，本市领取临时标识电动自行车数量约228万辆，从置换进度看，仍有大批车主没有关注到过

超标车辆“以旧换新” 报废车辆“回收拆解”

为提高新车注册登记效率，北京交管部门通过网站发布了“电动自行车注册登记办理指南”，进一步完善了预约登记制度，并依托销售门店设置了多个电动自行车登记便民服务点，各交通支、大队也将根据需要增设受理窗口、临时登记站或采取“流动服务”等模式，为市民办理电动自行车登记提供便利。

目前，全市已有800多家电动车销售门店正在持续开展旧车置换活动，推出了旧车折价、新车优惠等利好政策，符合国家标准的新车备货充足，可满足车主“以旧换新”的需求。



车辆处置细化到街乡社区 11月1日起启动执法检查

街道乡镇、社区倡导车主及时处理已弃置的废旧车辆，从源头上减少“僵尸车”产生。同时，市公安局公安交通管理局将严格按照法规规定，对11月1日过渡期结束后仍上路行驶的超标电动自行车，依法扣留，并对驾驶人处1000元罚款。逾期6个月未处理的运至解体厂集中销毁。

超标电动自行车存在多种安全风险隐患，请车主尽快通过上述渠道合理处置车辆，共建首都安全有序的交通出行环境。

推动超标电动自行车加快淘汰常见问答

1、超标电动自行车过渡期政策是怎么规定的？为什么设置过渡期？

为加强非机动车管理，彻底解决不符合国家标准的电动自行车潜在的社会安全隐患，本市制定了《北京市非机动车管理条例》，并已于2018年11月1日起施行。

条例明确规定：没有纳入产品目录的电动自行车不得在本市销售、登记上牌和上路行驶。对于条例施行前已经购买的电动自行车，综合考虑车辆使用寿命、车辆保有人权益等客观因素，设立了3年过渡期，目的是引导车辆保有人逐步有序淘汰更新，共建首都安全文明的道路交通环境。

市公安交管局于2018年10月17日向社会发布了关于《北京市电动自行车过渡期登记和通行管理办法》，并向超标车辆发放了临时标识。

依据条例规定，过渡期自2018年11月1日开始至2021年10月31日结束，过渡期满后，悬挂临时标识的超标电动自行车将不再允许上道路行驶。目前，过渡期已临近期满，请广大车主抓紧对仍保有的超标车辆进行合理处置，自觉遵守法律法规。

2、置换后新车上牌有哪些方便的办理途径？

市民购买新车后，应当自购车之日起15日内申请登记，现场交验车辆并提交身份证明、购车凭证（发票）及车辆整车出厂合格证明。符合条件的，当场登记并发放电动自行车行驶证、号牌。

全市19家交通支（大）队非机动车登记站均可办理注册登记。此外，为方便群众办理电动自行车注册登记业务，交管部门在全市选取了178家电动自行车销售门店设置便民服务点，实现一站式购车、登记及上牌服务，所有便民服务点不局限于办理登记本店销售车辆，群众在其他门店购买的同一品牌合规电动自行车也可在便民服务点办理注册登记。市民可登录北京交管局官方网站或扫描下方二维码查看办理流程 and 办事地点。

3、非机动车注册登记办理地点？

全市19家交通支（大）队非机动车登记站均可办理注册登记。此外，为方便群众办理电动自行车注册登记业务，交管部门在全市选取了178家电动自行车销售门店设置便民服务点，实现一站式购车、登记及上牌服务，所有便民服务点不局限于办理登记本店销售车辆，群众在其他门店购买的同一品牌合规电动自行车也可在便民服务点办理注册登记。市民可登录北京交管局官方网站查看办理流程 and 办事地点。（据北京市交管局）

北京20家市属医院开展线上诊疗

近日，记者从北京市医管中心获悉，北京20家市属医院开展了线上诊疗服务，实现部分常见病、慢性病复诊和药品配送。1971名医务人员提供线上出诊等服务，包括医生、护士、药师，超9成为中高职称人员。该项目从2020年5月大规模启动，目前在线服务患者达26.35万人次。

记者从多家医院了解到，线上诊疗主要面向曾在医院首诊过的复诊患者。复诊患者通过“京医通”、微信小程序、医院APP等多种方式预约互联网诊疗的号源，即可按照挂号时间等待医生，通过网络视频与医生“面对面”交流病情。

对于肿瘤患者等需要长期复诊用药、且多为异地就医的群体而言，线上诊疗节省了患者往返的时间和金钱成本。

线上医师可通过门诊医生工作站，为患者预约下次线下或线上就诊号源，线下医师接诊时也可为患者预约下次线下或线上复诊号源，实现线上线下号源互通。

在开通互联网诊疗服务的20家市属医院，自费患者所有费用均可实现线上结算。其中，友谊、朝阳、天坛、世纪坛、宣武、中医、肿瘤、首儿所、妇产、安定等10家医院实现了与医保系统对接，医保患者的医事服务费可实现线上医保费用分割和结算，药费等其他费用需要在线下进行医保费用分割和结算。

患者在线上问诊开具处方后，后台药师通过处方前置审核功能对处方进行审核，打印个性化的用药指导单或用药二维码，随药快递到家，缩减就医取药的时间。此外，各医院根据自身诊疗特点，探索不同的互联网药品快递到家服务。（据新京报）



蒋萌

整形失败维权难，不能“谁赶上算谁倒霉”

“相信我就把你变美，不相信我就把你的情敌变美”“没有美丽的外表，再有趣的灵魂也无人问津”……这样的洗脑式医美广告，相信不少人都在线上社交平台、线下电梯间等地方瞧见过，明眼人都能看穿这是一些医疗美容机构在贩卖容貌焦虑、借机招揽顾客。

广告很丰满，现实很骨感。“几万元隆了个猪鼻子”“打了水光针脸烂了”……美容不成反而毁容的例子不胜枚举，网上甚至出现“整容失败吧”，其中数以万计的哀怨、吐槽、控诉帖，以及网友自曝整容失败的照片，让旁观者看了都心惊胆战。

更大的问题是，整容失败的消费者“讨说法”常常遭遇医美机构推诿、卸责。近日，山东济南某整形机构女老板殴打顾客的视频被曝光，女老板野蛮嚣张，对顾客谩骂、威胁、扇耳光，令人震惊不已，这样的极端案例也从一个侧面反映出医美维权难的问题。人们不禁要问：“医美之殇”难道是谁赶上算谁倒霉？

关注医美乱象，不能不重视以下因素。

医疗美容属于医疗范畴，本来只有正规医疗机构才有资质开展。可受到美容整形行业高昂收费高额利益的诱惑，大量非法机构和无资质人员也想从中分一杯羹。有统计显示，2019年国内非法经营的医美店铺数量就超过8万家。非法机构和从业人员在不明真相的爱美人士身上打针动刀，给后者的健康乃至生命安全带来严重威胁，一些人甚至因为接受非法医美而丧命。这样的惨剧足以敲响警钟。

即便是合法的医美机构，如果利用专业信息不对等，侵犯消费者知情权，也不能被容忍。一些医美机构一方面将美容整形效果吹得天花乱坠，吊足消费者胃口；另一方面刻意回避医疗手术存在风险隐患，“拍胸脯”承诺只停留在口头，绝不落在纸面。由此，就算消费者对医美术后的效果不满意，也拿不出书面证据来维权。某些医美机构挖这种“坑”可谓心机重重，更有甩锅的预谋。

法规层面的短板同样亟待弥补。目前，我国尚无针对医疗美容的人身损害鉴定规范。如果仅是参照人身损害案件中的《人体损伤残疾程度鉴定标准》，诸如割双眼皮却变“肚脐眼”、隆鼻手术后两个鼻孔一大一小等情况，无法被认定构成伤残。由于医疗美容是否失败缺乏判断标准，医美服务对消费者造成的损失也难以量化，导致相当一部分医美纠纷都以消费者败诉告终。即使某些诉讼成功，赔偿金额往往也与给当事人造成的损害不成正比。

医疗美容方兴未艾，要警惕其野蛮生长。今年6月，国家卫健委联合多个部门出台打击非法医疗美容服务专项整治工作方案。有关部门重拳出击，严肃查处违法医美行径，对行业正本清源。鉴于医美广告制造容貌焦虑，国家市场监督管理总局也于8月发布了医疗美容广告执法指南的征求意见稿，旨在严厉打击虚假违法医疗美容广告，保护消费者合法权益，维护人民群众身体健康。完善法律法规，堵塞有关漏洞，更是依法治国的应有之义。

医美行业需要大浪淘沙，合法合规是底线，而非最终目标。对医美机构而言，需要认清大势，从“重营销”转向“重内功”，努力提升医生技术、完善医美规范、优化服务流程等，核心要义是保障医疗质量和消费者安全。如此，才能使医美机构行稳致远，令医美行业拥有乐观的发展前景。（据人民网）

对过度包装扭住不放



乐兵

中秋期间，一些豪华月饼礼盒、茶叶礼盒的外包装“喧宾夺主”，消费者扔了不忍，留着无用。近期，新修订的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准发布。新标准严格限定了包装层数，修改了包装空隙率限量要求及计算方法，增加了外包装体积检测、判定规则 and 不同商品的必要空间系数，为过度包装“瘦身”。

最近几年，随着环保政策持续发力，勤俭节约观念日益深入人心，简易包装成为了走俏的清新之风。但是，包装“虚胖”产品依然有市场，为了面子好看不顾里子的商家也不少。有的一公斤重的商品有五公斤的包装，碗口大的商品包出了水桶粗的体积；还有的大盒子套着小盒子，小盒子套着更小的盒子，铁盒里面是塑料盒，塑料盒里面是泡沫盒，泡沫盒里面是塑料袋，塑料袋里面是小包装的月饼，弄得像“买盒子送月饼”。“到底是‘吃月饼’还是‘吃包装’？”面对豪华包装的月饼，很多网友总会发出这样的“灵魂拷问”。

过度包装会加剧环境污染。研究表明，我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%至40%，这些包装废弃物大部分是过度包装产生的，而此类垃圾难处理、难降解，很可能对水、土壤、空气造成长期污染。此外，一些劣质包装含有的增塑剂、超标的重金属以及有毒有机物等，容易通过皮肤接触侵害消费者的身体健康。

华而不实的过度包装，背后是商家惟利是图的心理。做好“表面功夫”，便可让商品价格增长数倍，这让一些商家在包装上煞费苦心。像几十元一斤的散装茶叶，经过包装营销，售价可达上千元每斤。

“过度包装”的月饼之所以有市场，也折射出一些人的消费观。在面子和虚荣心的驱使下，体积大、包装精美，看起来既“体面”又高档的月饼，常常会成为送礼的首选。只选贵的，不选对的，淡化了“送”的情意，增加了“礼”的分量。对过度包装的“天价月饼”一掷千金，看似“一个愿打一个愿挨”，但其间隐藏的攀比之风、虚荣做派，让月饼变了味、人情走了样，带偏了社风民风，助长了追求奢华的消费心理，反过来又助推商家提供更多华而不实的商品，形成恶性循环，催生奢侈浪费等不良社会风气，与“厉行节约、反对浪费”的社会风尚背道而驰。

食品是为了吃的，商品是拿来用的。一个产品能不能被市场喜欢，不在于它“多好看”，而在于它“多实用”，就拿月饼来说，质量、口味才是王道。比如，最近有地方推出的月饼因价格便宜实惠而火出圈，广式豆沙4元一个，鲜肉月饼3.5元一个，相较于动辄数百元一盒的月饼，这个定价堪称“良心价”。这也给所有月饼生产厂家上了一堂生动的启示课：面对日益激烈的市场竞争，与其耗时费力地对产品进行“精心包装”，不如在提升产品质量上用心思、下功夫、求突破。

遏制过度包装，还需监管部门、商家、消费者携手努力，依照此次出台的“强制标准”，商家主动作为，履行好企业社会责任，尽早贯标、用标和达标，不搞过度包装；消费者自觉践行绿色消费理念，拒绝购买过度包装的产品；监管部门依法严查，推动新标准落地实施。同时，纪检监察机关要紧盯“四风”老问题、新动向，扭住不放、久久为功，不给“四风”回潮反弹之机。多管齐下，让过度包装在消费市场上成为“过街老鼠”，轻包装、简包装、包装材料循环利用就会成为新风尚。（据中国纪检监察报）



唐伟

“签收确认”加钱，应给增值服务一个理由

近日，浙江省消保委发文称，有消费者反映，在使用“顺丰速运+”微信公众号寄快递时，发现顺丰公司提供了一项名称为“签收确认”的收费增值服务，收费金额为1元，购买该项增值服务后，收件人需凭顺丰发送的签收码或本人身份证后6位签收快递，消费者认为顺丰提供该项增值服务的行为侵害了其合法权益。

针对质疑，顺丰公司给出的解释是，“签收确认”是指快件签收时，需确认收方客户信息或要求收方客户当面签收的一项增值服务，可在收方与寄方起纠纷时，为客户提供签收凭证。对于“签收确认”的做法，浙江省消保委认为：顺丰速运推出的“签收确认”增值服务，实则是快递公司应尽的法定义务。顺丰速运擅自把“签收确认”从应尽的法定服务内容中拆分出来，涉嫌巧立名目收费；顺丰速运推出此项增值服务，容易使得消费者误以为如不勾选此服务项目，则顺丰速运可不提供“签收确认”服务，存在误导消费者“签收确认”的嫌疑。

是否属于巧设名目乱收费需要“以事实为依据，以规则为准绳”，顺丰公司认为增值服务增强了签收的确定性，也强化了贵重物品的安全性。但对于外界来说，所谓的增值服务其实是一种基本服务，不存在所谓的增值要素，或者说增值的成色不足。国务院颁布并于2018年5月1日施行的《快递暂行条例》第二十五条规定，“经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址、收件人或者收件人指定的代收人，并告知收件人或者代收人当面验收。收件人或者代收人有权当面验收。”

快递公司未能将货物送到指定的收货人手中，其行为本身属于违约行为，如果快递公司不能提交证据证明快递的丢失是因收货人的过错造成的，就应该对货物的丢失承担赔偿责任。因此，快递员在将快递送到收货人手中时，就应当核实其身份的真实性，比如是否为本人或者其委托的代理人，并通过电话等方式进行核实，以防止被冒领的现象出现。

收费应有正当性和合理性，以此规范市场行为和有效保护消费者权益。在基本服务的基础上实行增值服务，属于一种正常的市场行为，但关键要合情合理、你情我愿。“签收确认”加钱，应给增值服务一个理由，并由消费者自愿接受并选择，即便是消费者在不经意间自愿选择了，但如果没有合理性作为前提，这种收费行为也不应该得到放行。浙江省消保委之所以得出乱收费的结论，其法理依据正在于此。

这些年来，通过拆分服务项目或假以增值服务之名乱收费牟利的现象并不少见。尤其在一些垄断行业，因市场服务者占据主导地位，其在实施相关行为时更是有恃无恐。保护消费者权益当恪守审慎稳妥的基本原则，对任何乱收费现象应及早发现和预防，对正在实施的行为应采取措施坚决纠正，如此消费者的权益才能真正得到保护。对于相关商家和服务提供者来说，把心思真正用在提高服务上来，才会赢得消费者的信任。（据光明网）

对规避防沉迷系统的行为零容忍



卞广春

日前，国家新闻出版署印发了《关于进一步严格管理 切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》，要求所有游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日的20时至21时向未成年人提供1小时服务。然而，部分商家店铺却在销售租赁游戏账号时不核实买家的年龄信息，明知买家是未成年人也不劝阻，甚至将“无防沉迷”作为账号的卖点之一，令过半未成年人能解开防沉迷系统。

为了保护未成年人的身心健康、防止未成年人沉迷网络游戏不能自拔，相关方面想尽办法，并开辟了网游防沉迷系统。出人意料的是，有学生表示，同学间往往会相互讨论如何寻找防沉迷系统漏洞，且从2007年防沉迷系统上线到现在，他们面对不断完善的系统，总能找到解决方法。针对这种现象，对规避防沉迷系统的行为必须零容忍。

众所周知，眼下的“史上最严游戏禁令”，是“青少年模式”防沉迷系统的升级版。“青少年模式”“激活”弹窗引导、限定时长、限定时间段、限定功能、智能识别等设置，与预期效果存在一定差距。“史上最严游戏禁令”之下，未成年人仍可以通过租号、借号、买号等办法规避防沉迷系统，让人再次审视防沉迷系统存在的意义。防沉迷系统形同虚设，与未成年人沉迷网络游戏有关，也与不法商家向未成年人销售租赁网络游戏账号、与防止未成年人沉迷网络游戏的政策唱反调、捞取不义之财有关。

因此，相关方面寻找应对之策具有紧迫性和必要性。一方面，要求家长高度重视，扮演好监护人的角色，履行监护人的职责；另一方面，要督促网游提供者进一步完善防沉迷系统，尤其要关注销售租赁网络游戏账号的不法商家，严肃查处违反规定、见利忘义的不法行为。

从“青少年模式”到“史上最严游戏禁令”，不同时期的防沉迷系统对未成年人起到了教育、督促、制止作用。但以技术措施防止未成年人沉迷网络游戏，难免疏漏，想一招制胜也不太现实。相关方面应当要求家长在防止未成年人沉迷网络游戏中发挥主导作用，不能因为技术上有防沉迷系统就放弃对未成年人的教育、引导和陪伴。

学校和教师也要提醒和教育学生自觉抵制网络游戏的诱惑，努力把宝贵的时间和精力放到为理想奋斗、为学习努力等正确的事情上。对疏于管理和教育的学校、教师，轻者批评教育，重者予以惩戒处理。

更重要的是，对向未成年人销售租赁网络游戏账号的商家或平台，应当对照法律从重处罚。新修订的《未成年人保护法》专设“网络保护”一章，明确规定：网络产品和服务提供者不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务。不法商家向未成年人公然销售租赁网络游戏账号、规避防沉迷系统，甚至将“无防沉迷”作为卖点，应视为严重情节严肃查处。对未履行审核监管责任、为商家销售租赁网络游戏账号提供便利的网络平台，亦应一并查处。（据中消报）

警惕老旧、劣质充电数据线带来“安全隐患”！

如今，越来越多的家庭电子产品都会用到充电数据线。小小的充电数据线虽然外表相似，但是内在质量相差悬殊，消费者一旦购买到劣质充电数据线，或者使用不配套的老旧充电数据线，不仅影响正常使用，甚至会酿成大祸。根据分析研究，一些老旧、劣质充电数据线存在如下风险：

一、容易过载，造成短路，阻燃性差，存在起火隐患

老旧、劣质充电数据线容易出现破损、短路等情况，如使用过程中发生过载，导致温度迅速升高，绝缘层将会进入熔融状态。此类劣质充电数据线的阻燃性能普遍较差，如果附近有木质桌椅、窗帘、书本纸张等可燃易燃物，容易造成火灾险情。

泰尔实验室在某网购平台购买了8.8元包邮的充电数据线进行测试，发现充电线质量低劣，在充电过程中发生短路，出现了温度过高的现象，对线材施加火焰，表皮绝缘层迅速燃烧，基本不具备阻燃性能。将性能优良的充电数据线进行对比试验，放置在同等功率的火焰中燃烧15秒，撤离火焰之后，余焰在几秒或几十秒内熄灭。

二、耐久性、线缆弯曲性能差，可能损害手机内部结构

老旧、劣质充电数据线还存在耐久性差的问题，很可能在接触点间发生断路，引起短路、充电过载等问题，导致手机无法正常充电，甚至损坏手机内部结构、导致数据损毁等。有消费者反映，充电数据线在使用几次之后，两边的充电线接口处就出现明显破损。

在弯曲实验中，好的充电数据线在负重500g的情况下，左右摇摆1000次后，所有功能均正常。再进行插拔实验，将插头与插座以每小时500个周期的

速率，反复插入/拔出10000个周期，充电数据线功能正常，且外表没有出现破损。

三、耐腐蚀性能差，可能烧毁接口

盐雾腐蚀是一种常见的大气腐蚀，好的数据线应当耐盐雾腐蚀。老旧、劣质充电数据线金属裸露部分耐腐蚀性能差，长期暴露在空气中可能生锈腐蚀，导致充电过程中温度过高，烧毁接口。

泰尔实验室通过盐雾实验对比发现，在盐雾环境中放置一定时间后取出，老旧、劣质充电数据线的两端已被腐蚀，而优质充电数据线则完好无损。

为此，中消协联合中国信通院泰尔实验室提醒广大消费者，要避免使用老旧、劣质的充电数据线。优质充电数据线可以在不同场景下正常使用，有的内部还有屏蔽层、抗拉纤维等，会大大提升数据线的品质；优质充电数据线耐久性优秀，具有良好的阻燃性能与耐腐蚀性能，不光在使用过程中更安全，使用周期也会更长。此外，使用频率和习惯会影响充电数据线的寿命，消费者要通过外观观察、充电时的反应速度以及充电成功率来判断数据线是否已经老化，一旦发现性能下降或者老化要及时更换；购买充电数据线不要贪图便宜，一定要选择符合标准及专业认证的优质充电数据线，最好使用标配的充电数据线。

（据中消协）



科学选择室内环境治理措施

装修好的新房，房屋主人都会凭“经验”采取诸如通风、摆绿植等方法，来处理室内环境污染问题，然而，在现实生活中，一些排除室内污染的做法存在不少误区。8月30日，湖南省消费者权益保护委员会发布消费提示指出，在治理室内环境污染中可能存在的几个误区，并提醒消费者科学选择室内环境治理措施。

存在的主要误区：

判断有害气体全凭嗅觉。消费者普遍认为有害气体都有味道，可以通过嗅觉进行判断。但事实上许多有害气体是无色无味的，仅通过人体嗅觉来判断有害气体是否超标不可靠。

绿植可以去除有害气体。一些消费者会在新装修的房屋中放置绿植吸附有害气体，但事实上绿植去除有害气体的功效非常有限，只能作为室内环境治理的辅助手段。

熏蒸食醋可以去除异味。部分消费者会在新装修的房屋用熏蒸食醋的方法来去除装修异味。食醋属于酸性物质，只对空气中的氨气有微弱的中和作用，但不会和甲醛等其他有害成分发生反应，更无法去除异味。

食物可以吸附分解异味。菠萝、洋葱和干茶叶等食物本身会挥发香气，对装修异味会起到一定的掩盖作用，但并不能起到吸附、分解和清除有害气体的作用。另外，菠萝中含有大量水分，挥发后会使得空气湿度增加，反而会使得污染浓度升高。

空气净化器是万能的。空气净化器的原理和活性炭相似，都是通过物理吸附的方法吸附部分污染物，只对游离状态的甲醛有一定的作用。当滤料吸附饱和后，空气净化器效果就会明显下降。

通风可以清除装修污染。房屋装修后仅靠通风并不能保证居住环境的绝对安全。一是一些有害物质会缓慢释放，如甲醛的挥发周期长达15年，装修完的前

3年为密集挥发期。二是通风只对游离状态的甲醛有一定的减少作用，而对吸附和结合状态的甲醛作用不大。

科学选择室内环境治理措施：

慎重选择检测机构。选择已取得CMA检测资质的机构进行检测。

正确选择治理单位。消费者应选择专业的治理公司，要查看该公司是否具备治理资质，治理人员是否持证上岗，同时应签订合同。

合理选用净化仪器。市场上常用的甲醛净化仪器有臭氧机、空气净化器、新风系统等。消费者在选择有除甲醛功效的空气净化器进行治理时，要查看净化器CADR值与CCM值是否满足房间需求，使用过程中应定期更换滤芯，新装修房屋建议每3至6个月更换一次滤芯。

湖南省消保委提醒消费者，一旦发生消费纠纷，消费者要保留好相关证据，及时向当地消保委组织投诉，或拨打12315热线以及通过全国12315互联网平台进行投诉举报，依法维护自身合法权益。

（据中国消费网）



有效防范购房风险 签对合同买对房

为维护消费者合法权益，科学理性购买商品住房，有效防范购房风险，黑龙江省消费者协会郑重提醒消费者购房要注意以下几点：

一、按资金实力和需求选购商品房

消费者购房时要注意结合自身条件选购住房，要对自己的资金情况以及银行贷款时的信用等级有详细的了解，避免违约。在买房前应根据自身的购房需求来选择购买什么样的房屋，根据自己的买房需求来考虑房屋的大小，楼层，位置等。

二、选房应到实地考察

消费者切不可轻信售楼方的宣传广告和口头描述，一定要前往房产所在地实地考察预售房屋的具体情况。对房屋的价格、面积、户型、周边环境、配套设施、供水、供电、排污、绿化、保安等内容都要详细咨询。谨慎对待开发商口头承诺，要理性对待开发商现场提供的宣传资料、样板间、实景模型以及现场楼盘销售代表（顾问）的“热情接待”，要到实地核实清楚。

三、了解购房所在地的购房政策

消费者购买住房一定要提前到当地行政主管部门咨询购房政策以及限制条件。如果是公积金购房，还需到住房公积金主管部门了解是否可以异地使用公积金等事项。



四、购置商品住房要查验“五证”和“两书”

消费者购买新建商品住房，要认真查阅开发商商品房“五证”和“两书”，即《建设用地规划许可证》、《国有土地使用权证》（或《不动产权证书》）、《建设工程规划许可证》、《建筑工程施工许可证》、《商品房预售许可证》、《住宅质量保证书》、《住宅使用说明书》，对“五证”不全的住房不要购买。否则易造成不能交房、无法办理不动产权证书等严重后果，风险极大。消费者查验预售许可证时，要看开发商名称、小区项目名称、商品房性质是否与实际情况一致，特别要注意批准销售的房屋与准备购买的房屋是否一致。

五、谨慎签订商品房买卖合同、保存相关凭证

1、建议消费者签订购房合同前咨询专业人士，有效规避购房风险。同时消费者要理性购房，不要轻信、参与、传播各类炒房活动，以免触犯法律或造成不必要的损失。

2、消费者要慎重签订《商品房买卖合同》（含认购协议），应仔细阅读、完整理解合同条款及补充条款、合同附件。切勿相信开发商口头承诺，对承诺事项和内容要写入购房合同。同时，消费者要使用有关部门推荐的《商品房买卖合同（预售）》（示范文本）。提醒消费者将预售款直接存入银行监管账户，持存款凭证换取购房收据或发票。

3、消费者要注意保存楼盘宣传资料、购房合同、付款票据等重要凭证，以维护自身合法权益。

房地产销售属于市场行为，《商品房买卖合同》是确定买卖双方权利义务的最重要依据，具有法律效力。不可勉强签订，一旦签订就要生效，因此慎之又慎。在合同履行过程中出现纠纷，消费者要理性维权，按照合同约定协商解决或通过约定途径解决。但涉及到房屋质量等方面的侵权问题可以向住房城乡建设等行政部门投诉或举报，维护自身的合法权益。（据黑龙江省消协）

擦亮眼 重防范 校园生活保平安

根据金融消费者素养问卷调查报告显示，青少年的金融素养水平相对较低。在本该阳光纯净的校园，诈骗分子正是利用大学生金融风险防范意识弱，而将“黑手”伸向校园，使一些学生在不知不觉中陷入了圈套。当单纯的大学生，遇到狡猾的骗子，如何借一双慧眼，识破层层迷雾呢？正值开学季，北京银保监局提示广大学生擦亮眼、重防范，校园生活保平安。

诈骗套路一：申请助学金

谎称是国家工作人员，可以帮贫困学生申请助学金，要求学生先交“报名费”，以此骗取学生钱财。

诈骗套路二：注销“校园贷”

谎称学生有“校园贷”记录需要注销，否则会影响个人征信，诱骗学生直接转账或先申请网络贷款后转账。

诈骗套路三：冒充老师借钱诈骗

冒充老师名义，通过打电话或微信等方式向学生借钱。

诈骗套路四：微信发布虚假爱心传递诈骗

将虚构的寻人、助困帖子以“爱心传递”方式发布在朋友圈里，引起学生们转发，然而帖子内留的联系方式是诈骗电话。

诈骗套路五：办理信用卡诈骗

诈骗分子通过各种渠道发布可办理高额透支信用卡的广告，一旦学生与其联系，则以“手续费”“中介费”“保证金”等虚假理由要求学生转款。

诈骗套路六：兼职诈骗

部分网站或中介利用学生勤工俭学的需求，诱骗学生缴纳押金、介绍费等，或诱导学生注册到借款网站上。

诈骗套路七：额度小期限短利息低

不法分子通过在校内张贴“低门槛、高利率、无担保、无抵押”等虚假广告，诱骗学生借款。

在此，北京银保监局提示广大学生要做到：

一是树立正确消费观念。弘扬勤俭节约美德，合理安排生活支出，树立科学理性的消费观。不超期消费、过度消费，不在吃穿用度上盲目攀比。

二是有效保护个人信息。增强自我保护意识，个人及家庭信息不外泄，不将自己的身份证、学生证借给他人使用，妥善保管银行卡信息和密码，不将短信验证码等信息告诉他人。

三是借款通过正规途径。如有借款需求，可去银行网点咨询、通过手机银行APP申请或拨打客服热线咨询。家庭经济困难的学生可申请办理助学贷款。

四是诚实守信珍惜信用。养成良好的信用习惯，维护好个人信用记录，按时足额还款，不恶意透支信用卡，不“以卡养卡”，积累“信用”财富。

五是发生问题理性维权。如果不幸遭遇了诈骗，一定要保持理智，寻求正确的救济渠道，不要“以贷养贷”，更不要采取极端解决方式。要积极保留证据，保持与家长和学校的密切沟通，主动向公安、司法机关寻求帮助，借助法律手段维护自身合法权益。

成长脚步，不应被“青春债”绊倒。北京银保监局提示广大高校学生牢记口诀：不虚荣少比较，理性消费是正道；身份证银行卡，护好信息和密码；心不贪利不占，小心背后是深渊；擦亮眼重防范，校园生活保平安。（据中国银保监会）



选新能源车 先明确需求定位

为保障消费者的合法权益，提升消费者依法维权意识，减少和避免消费纠纷发生，陕西省汉中市市场监管局发出新能源汽车消费提示，提醒广大消费者明确出行需求定位，掌握新车技术特点安全用车。

明确出行需求定位，合理选择车辆配置。新能源汽车的续航里程和充电是消费者重点关注的问题。消费者在选购新能源汽车前，应找准需求定位，充分考虑车辆续航里程是否满足自身的出行需求及使用场景，了解清楚居住小区是否适合安装私人充电桩，以及所在城市新能源汽车公共充电基础设施的配置情况，切勿盲目跟风购买，避免购车后因续航里程不足或充电不便造成困扰。在购买二手新能源汽车时，消费者应关注评价汽车性价比的“残值率”指标，结合同品牌二手车的销售情况，选购消费者认可、性价比高的二手车。



掌握新车技术特点，注重车辆使用安全。用车安全是消费者最为关注的问题。新能源汽车在驱动方式、操控系统、使用设计等方面均与传统燃油车有较大的不同，如新能源汽车的“动能回收系统”“智能辅助驾驶”等，使新能源汽车与燃油车在驾驶和操作上会有一些的区别。由于电机驱动的特性，新能源汽车启动和加速可能更快，对驾驶者提出的要求可能更高。消费者在购买前应加强对新能源汽车技术特点的研究，提前掌握驾驶新能源汽车应注意的细节，最好亲身试驾体验。同时，消费者应多关注了解同款车型或同品牌车辆的用户口碑，对经常发生消费纠纷、售后服务态度差、频繁出现故障、甚至造成严重事故的新能源汽车，应慎重选择。

重要信息签订合同，仔细核对安心提车。消费者在选车过程中，应要求经营者对车辆作出真实全面的介绍，向商家详细了解汽车的各项配置、功能、收费标准、电池寿命、维修保养、额外收费项目、提车时间、退款约定等重要信息。应要求将上述信息连同销售人员的宣传承诺一并写入合同，对于不清楚的条款，要主动提出质疑，避免被销售人员“忽悠”，若遇到捆绑购买车险、收取不合理费用等经营行为，要勇于说“不”。在提车时，消费者应仔细核对经营者提供的车辆与合同约定是否一致、车身是否有明显划痕，检查好车辆各种手续，若存在不一致的情况或发现车辆存在问题，应现场及时向经营者反映，要求更换车辆或拒绝提车。

依规科学使用保养，依法理性正确维权。消费者在日常使用车辆时，应定期对车辆线路、电池等进行检查和保养，若发现汽车零配件或电池存在安全隐患，要及时维修或更换。应避免充电时间过长，暴雨天尽量不要停靠在露天地方进行充电，以保证自身安全。消费者应妥善保管购车合同、付款记录等凭证，出现问题时，可先与经营者沟通协商处理；若协商不成，应结合实际情况依法理性选择投诉、提起仲裁、起诉等维权途径，维护自身合法权益。（据中消报）

关于自热食品的消费提示

随着人们生活节奏加快和对生活品质的追求，快捷方便的自热食品逐渐得到普及，适应于“一人食”、外出旅游等多种消费需求。为帮助消费者安全食用自热食品，贵州省市场监督管理局提示如下。

一、选择正规产品，保障食用安全

自热食品是一种方便食品，不依赖常见的明火等加热方式，仅需用凉水与包装中自热包反应产生热量，即可实现对食品进行复热。自热食品通常为预包装食品，按照《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》（GB 7718-2011），预包装食品标签标示应包括：食品名称、配料表、净含量和规格、生产者和（或）经销者的名称、地址和联系方式、生产日期和保质期、贮存条件、食品生产许可证编号、产品标准代号等。常见的自热食品有火锅、米饭、粥类、米线（米粉）、汤类等。消费者在选购自热食品时，要选择正规厂家生产的产品；观察包装箱体、袋体是否完整无破损；不要购买标签信息不全的产品。

二、细看产品说明，严格操作流程

在食用自热食品前，如发现自热包有露粉等现象，就不要使用。加热时，应严格按照自热食品说明书步骤进行操作。

（一）使用时添加凉水还是热水？应使用凉水与自热包反应，如添加热水或者开水，容易因反应过快，导致自热包剧烈膨胀，甚至破裂。

（二）加热时，堵塞透气孔会有危险吗？在加热时，应确保外包装上的透气孔或排气孔通畅，避免因蒸汽压力过大导致外包装突然开裂，发生烫伤等危险。

（三）放在哪里加热更安全？使用自热食品时，应将其放置在隔热垫上进行加热，不要放在玻璃、塑料等台面上，以免发生危险。

（四）加热过程中可以触摸外包装吗？消费者要

看护好儿童，在加热过程中尽量避免触摸外包装，待自热包不再反应，食品降至适宜温度后再食用，以免烫伤。

（五）完成加热后，还需注意什么？在自热包使用后，应避免与水二次接触，导致再次发生反应。

三、注意使用场所，携带遵守规定

自热包原料多以镁粉、铁粉、铝粉、生石灰等为主，与水反应放热时会产生少量氢气。如多人同时大量使用自热食品，应选择空气流通好的食用场所。有的消费者会在旅途中选用自热食品，但应遵守相关规定，确保旅途安全。镁粉、铝粉属于航空危险品，中国民用航空局明令禁止随身携带和托运；自热食品在加热过程中产生的气体，可能会诱发烟雾报警，多地明确禁止在列车上使用自热食品。

四、自热食品营养单一，不宜长期食用

自热食品是用自带热源给食物重新加热，热源并不与食物直接接触，不影响食用。但作为方便食品的一员，自热食品营养搭配相对较单一，不宜长期食用，消费者应根据自身身体状况合理选择膳食。

（据贵州省市场监管局）



超标电动自行车置换报废最全指南

1. 去哪些销售门店可以进行车辆置换？旧车折价和新车优惠的幅度是多少？

本市大部分电动自行车经销门店都积极参与了车辆以旧换新的行动，并签订了《北京市电动自行车行业自律承诺书》，规模已达800多家。具体各门店的信息可以通过关注北京市自行车电动车行业协会公众号“自行车与电动车”-“协会官网”-“以旧换新门店”查询。

旧车折价和新车优惠的幅度，因旧车现况和各电动自行车品牌旧车折价、厂家补贴、新车优惠等均有所不同，消费者可到店进行咨询，选择满意的品牌和优惠价格进行旧车置换。

2. 置换后新车上牌有哪些方便的办理途径？

市民购买新车后，应当自购车之日起15日内申请登记，现场交验车辆并提交身份证明、购车凭证（发票）及车辆整车出厂合格证明。符合条件的，当场登记并发放电动自行车行驶证、号牌。

全市19家交通支（大）队非机动车登记站均可办理注册登记。此外，为方便群众办理电动自行车注册登记业务，交管部门在全市选取了178家电动自行车销售门店设置便民服务点，实现一站式购车、登记及上牌服务，所有便民服务点不局限于办理登



记本店销售车辆，市民在其他门店购买的同一品牌合规电动自行车也可在便民服务点办理注册登记。市民可登录北京交管局官方网站或扫描右方二维码查看办理流程 and 办事地点。

3. 不进行置换的报废车辆哪里可以回收？

市城市管理委组织各区再生资源回收类企业，利用现有回收体系和其他类型场所，设置废旧超标电动自行车回收服务网点。目前已汇总全市第一批86个回收服务网点信息，经各区核查后将向社会公布。具体信息可关注“北京市城市管理委员会”官方微博或微信公众号“管城理市”进行查询。

4. 销售门店置换来的旧车怎么清运？如何避免影响市容环境？

市自行车电动车行业协会已

将本市有资质的回收企业信息推送给销售门店，属地政府有关部门将引导和监督销售门店及时清运旧车，避免车辆大量堆积影响市容环境。

此外，在旧车处置过程中还将重点关注废旧电池的无害化处理，避免造成环境污染。废铅蓄电池（俗称铅酸电池）是列入《国家危险废物名录》的废物，需要特别处置。电动自行车及铅蓄电池的销售、维修门店在经营过程中产生的废铅蓄电池，应当交给具有废铅蓄电池收集资质的单位进行回收处置。

市民可通过以下途径处理电动自行车的废铅蓄电池：

- 在销售及维修门店购买或维修时以“以旧换新”等模式进行置换；
- 自行交给废铅蓄电池收集网点（登录北京市生态环境局政府网站，搜索“北京市废铅蓄电池收集转运试点单位基本信息”，或关注“北京市生态环境局官方微博”和微信公众号“京环之声”查询）；
- 投入小区的有害垃圾收集桶。

5. 如何监管达标车私自改装行为？

《北京市非机动车管理条例》规定，禁止对出厂后的电动自行车实施加装、改装电动机和蓄电池等动力装置，或者更换不

符合国家标准的电动机和蓄电池等动力装置；加装、改装车篷、车厢、座位等装置；拆除或者改动限速处理装置；其他影响电动自行车通行安全的拼装、改装行为。违反规定从事经营性拼装、改装电动自行车的，由市场监管部门责令改正，并处3万元以上5万元以下罚款。

改装电动自行车，会导致电动自行车发生火灾、交通事故等安全隐患。提醒广大消费者对生命健康负责，选购符合国家标准的电动自行车及蓄电池，不要私自改装电动自行车。对于发现从事经营性拼装改装电动自行车等违法行为的，应及时拨打北京市政府服务热线12345进行举报，市场监督管理部门将依法查处。

6.电动自行车如何安全充电？

●进行集中停放充电。将电动自行车进行集中停放和使用充电桩充电是当前减少电动自行车火灾危害的最直接、最有效的办法。

●严禁在建筑内的共用走道、楼梯间、安全出口等公共区域停放电动自行车或为电动自行车充电。

●应尽量不在个人住房内停放电动自行车或为电动自行车充电。

●不得违规私拉电线、电缆为电动自行车充电。

●应使用匹配的充电器为电动自行车充电，如果在充电过程中发现电池表面过烫的情况，应立即停止充电。

7.过渡期后，对于超标电动自行车继续上路行驶的违法行为如何执法、处罚？

依据《北京市非机动车管理条例》第27条相关规定，超标电动自行车过渡期满后上道路行驶的，公安机关交通管理部门可以先予扣留电动自行车，对驾驶人处1000元罚款。逾期6个月未处理的运至解体厂集中销毁。

过渡期后，公安交管部门将启动专项执法工作，围绕重点路口、繁华商业区、交通枢纽、机场火车站等，加强对电动自行车交通违法行为的纠正、查处力度。同时，针对电动自行车违法突出的重点路段，将严密巡控网络，强化专项整治力度。

（据北京晚报）

警惕宣称“促进睫毛生长”的睫毛液

睫毛液具有“促进睫毛生长”的功效吗？

市场上有部分宣称可以使睫毛变“浓密”“纤长”的睫毛滋养液、睫毛精华液等产品，通常是在睫毛上附着成膜剂、着色剂等，以物理作用方式达到对睫毛上色、增粗、变长的效果。这类产品属于普通化妆品，在上市或者进口前应当完成产品备案。上述睫毛液并不具有促进睫毛生长的作用。

事实上，在国家药监局发布的《化妆品分类规则和分类目

录》中，并没有“促进睫毛生长”的功效类别。截至目前，国家药监局未批准任何宣称具有促进睫毛生长功效的化妆品。

比马前列素能用于促进睫毛生长吗？

据报道，临床上发现部分患者使用比马前列素、曲伏前列素等降低眼压的药物后，会出现睫毛增长、增多、增粗的现象。这些药物为前列腺素类似物，需要在医生的指导下按照药品说明书的要求使用。对于健康人群，长期使用此类药物的安全性尚不明

确。

2021年国家药监局修订发布的《已使用化妆品原料目录》中，未收录名称含有“前列腺素”的化妆品原料。国家药监局也未注册或者备案任何“前列腺素”相关的化妆品原料。因此，将比马前列素等前列腺素类似物作为化妆品原料用于化妆品生产，违反了《化妆品监督管理条例》的有关规定，应予禁止。

（据国家药监局）

网购野生动物当宠物合法吗

近日，在北京十渡山区惊现一只“小猎豹”，后经多方搜寻得到救助。经专家鉴定，它是非洲大草原特有的野生动物薮(sǒu)猫，在我国没有野外分布，在北京山区出现，很可能是附近居民非法养作宠物后遗弃或者动物自行逃逸到山上。野生动物受法律保护，若是非法养作宠物，对个人可能带来财产损失，甚至引发牢狱之灾，对自然环境也可能造成巨大破坏，万万不可小视。那么，哪些动物不能当作宠物？随意买卖又需要承担哪些法律责任？

1境内境外野生动物都受法律保护

2018年我国修订的野生动物保护法第六条规定，任何组织和个人都有保护野生动物及其栖息地的义务，禁止违法猎捕野生动物、破坏野生动物栖息地。根据该条规定，对于野生动物，不管是普通野生动物还是珍贵、濒危野生动物，不管是来自境外的还是本土的野生动物，都受法律保护。特别是对于珍贵、濒危的野生动物，国家采取的是分级分类重点保护措施。国家重点保护的野生动物分为一级保护野生动物和二级保护野生动物。同时，我国早在1980年就加入了《濒危野生动植物种国际贸易公约》，对该公约附录一、附录二所列的野生动植物，采取相当于我国法律规定的一级保护、二级保护措



施。

来自非洲大草原的薮猫，已经被列入《濒危野生动植物种国际贸易公约》附录二，在我国同样属于二级保护野生动物。

对薮猫这类境外特有的野生动物，不仅受一般性的法律保护，还受到进出口的严格管控和保护。野生动物保护法第三十七条规定，从境外引进野生动物物种的，应当经国务院野生动物保护主管部门批准，引入珍贵、濒危的野生动物，还应当依法取得允许进出口证明书。海关依法实施进境检疫，凭进口批准文件或者允许进出口证明书以及检疫证明按照规定办理通关手续。我国加入了《濒危野生动植物种国际贸易公约》，将会依据条约严格查处惩治非法进出口野生动物。严格管控野生动物进出口交易，也是对境内境外野生动物的重要

保护措施。

2非法引进野生动物至少罚款5万元

野生动物野性难驯，如果作为宠物饲养，极易因为监管不善，造成自己和他人的的人身和财产损失。比如薮猫这种小型猫科肉食性动物十分凶猛，在野外以捕猎鼠类、鸟类、昆虫为食，弹跳能到1米高、4米远，最小领地范围可达十几平方公里，很难像家猫、家犬等宠物加以管束。一旦发生侵害他人人身和财产事故，野生动物很难捕获，极易二次伤害他人。

民法典第一千二百四十五条规定：饲养的动物造成他人损害的，动物饲养人或者管理人应当承担侵权责任；但是，能够证明损害是因被侵权人故意或者重大过失造成的，可以不承担或者减轻责任。一般来说，对于没有危险的普通野生动物，比如小型野鸟侵害他人权益，直接适用该条规定就可以。但对于非法饲养薮猫这类比较危险的野生动物，民法典第一千二百四十七条有特殊规定：禁止饲养的烈性犬等危险动物造成他人损害的，动物饲养人或者管理人应当承担侵权责任。也就是说，民法典对危险动物的饲养人施加了更高的管理义务，一旦禁止饲养的危险动物侵权，无需判定被侵害人是否有主观过错，饲养人都应当承担侵权责任。此外，民法典

第一千二百四十九条还规定：遗弃、逃逸的动物在遗弃、逃逸期间造成他人损害的，由动物原饲养人或者管理人承担侵权责任。也就是说，饲养野生动物作为宠物，一旦野生动物发生逃逸，原饲养人将一直可能要为其发生的侵害行为承担责任，直到野生动物被找回或者死亡。

饲养野生动物除了可能会出资赔偿他人外，还有可能因为承担行政法律责任付出更高昂的代价。根据野生动物保护法第五十三条规定，非法从境外引进野生动物物种的，由县级以上人民政府野生动物保护主管部门没收所引进的野生动物，并处5万元以上25万元以下的罚款。同时，第五十四条规定，非法将从境外引进的野生动物放归野外环境的，由县级以上人民政府野生动物保护主管部门责令限期捕回，处1万元以上5万元以下的罚款；逾期不捕回的，由有关野生动物保护主管部门代为捕回或者采取降低影响的措施，所需费用由被责令限期捕回者承担。非法饲养境外野生动物将会受到行政处罚不说，一旦遗弃或者该野生动物逃逸到野外，将其再次捕获的难度很大，非法饲养者将面临十分高额的捕回费用。

3 买卖运输野生动物都面临刑罚

没有买卖就没有杀害，没有交易就没有捕猎——这条准则不仅在野生动物进出口管制中有所体现，在刑事法律保护中同样得到体现。我国刑法第三百四十一条规定：非法猎捕、杀害国家重点保护的珍贵、濒危野生动物

的，或者非法收购、运输、出售国家重点保护的珍贵、濒危野生动物及其制品的，处五年以下有期徒刑或者拘役，并处罚金；情节严重的，处五年以上十年以下有期徒刑，并处罚金；情节特别严重的，处十年以上有期徒刑，并处罚金或者没收财产。也就是说，野生动物非法交易中的收购方、运输方、出售方都要承担刑事责任，买家与卖家同责，让买家不敢买、卖家不敢卖，也就让处在上游的捕猎和杀害者没有了获利的渠道，充分体现了我国对野生动物的从严刑事法律保护。

根据《最高人民法院关于审理破坏野生动物资源刑事案件具体应用法律若干问题的解释》第一条规定，“收购”指包括以营利、自用等为目的的购买行为；“珍贵、濒危野生动物”指包括列入国家重点保护野生动物名录的国家一、二级保护野生动物，列入《濒危野生动植物种国际贸易公约》附录一、附录二的野生动物以及驯养繁殖的上述物种。收购野生动物作为宠物饲养，自然属于为了“自用”而收购野生动物的情况。

实践中，不少买家出于猎奇或者为了满足孩子愿望，从网上购买了境外野生动物，比如珍贵、濒危类的鹦鹉、蜥蜴等，虽然只是为了自己观赏，不进行二次销售获利，但仍然属于刑法里的“非法收购”。往往当警察以涉嫌非法收购珍贵、濒危野生动物罪立案侦查时，买家才懊悔不已，直呼自己不知法、不懂法，铸成大错。

法官支招

三招辨别网售宠物是否合法

对消费者来说，如何正确辨别饲养的动物是否属于重点保护的野生动物，必须把握住以下几条：

一是看购买途径。饲养宠物在购买的途径上必须规范，正规的交易市场日常监督管理比较严格，重点保护的野生动物很难进入市场。对于私下交易或者网上邮寄交易，就要格外小心。

二是看相关文件证明材料。按照野生动物保护法相关法律规定，饲养薮猫等重点保护动物的个人或机构必须持有《国家重点保护野生动物驯养繁殖许可证》，且一般是用于科学研究，才能申请办理许可证。如果只是为了观赏把玩，在家里当宠物养是无法申请饲养许可证的，无证饲养薮猫就是一种违法行为，将会承担相应法律责任。消费者在交易市场购买比较稀奇的动物时，一定要向卖家索取相应的合法来源证明文件资料、进出口证明材料、动物检验检疫材料等。

三是咨询相关专业部门或有专门知识的人。对一些不常见的动物，笔者建议不要带着猎奇心理去饲养，实在拿不准可以向林业部门、农业部门、野生动物保护中心咨询。如果市民正在饲养重点保护野生动物，应当立即联系移交野生动物保护中心，依法进行处置。千万不能因为害怕受到处罚，到山林野外随意放生，这可能对他人人身、财产或者生态系统造成更大的损害。

（据北京日报）

与陌生人“屏幕共享”存在极大风险

近年来，随着线上会议的广泛运用，“屏幕共享”逐渐普及，给工作和生活带来便利的同时，也被不法分子利用以实施新型诈骗，出现在“冒充公检法”“快递理赔”“网购退款”“注销校园贷”等各类骗局中。

9月8日，北京银保监局发布金融知识普及月系列活动第二则风险提示，提醒消费者奏响防范四部曲，远离“屏幕共享”骗局。

近日，沙女士接到“00”开头的陌生来电，对方自称是她户籍所在地的“警察”，让她登录“中华人民共和国公安部”网站查看“逮捕令”。对方称，目前案件由警方侦办，要求其添加办案民警QQ接受调查。沙女士登录网站后，一看到“逮捕令”，心里顿时慌起来。而后，对方以查验资金流水为由，要求沙女士下载某视频会议软件App，打开“屏幕共享”功能，登录银行账户，将余额展示给对方查验。对方并没有让沙女士转账至“安全账户”，而是让她将钱转至其本人名下另一张银行卡，沙女士完全信任对方并进行转账。过程中，对方获取了沙女士的脸部认证，进而直接盗转了沙女士银行卡内资金。

据了解，目前“屏幕共享”还出现在“快递理赔”“网购退款”“注销校园贷”等诈骗套路的环节之中。

原来，“屏幕共享”功能会把屏幕上显示的内容全都记录下来，并同步让对方看到，不法分子可以实时监控用户手机的所有操作，不仅包括输入密码、解锁的过程，还有弹框显示

短信、微信、其他App推送的内容。由此，不法分子就轻松获得了受害人的银行账户信息及短信验证码等，从而转走受害人卡内资金。

提示

防范四部曲

远离“屏幕共享”骗局

首先要知风险。与陌生人“屏幕共享”存在极大风险，对方能清楚地看到出现在自己屏幕上的所有内容，需保持警惕，切勿轻信不法分子说辞，不给不法分子可乘之机。

其次要不共享。提升个人信息保护意识，不与陌生人开启“屏幕共享”，不在“屏幕共享”的情况下打开支付软件、银行账户等操作界面或进行涉及输入密码、转账汇款等相关操作。另外，涉及本人面部、指纹、虹膜等生物识别信息等也千万不可泄露，避免重要信息被不法分子窃取。

第三要速报案。如发觉自己或家人可能被骗，请第一时间报警，善用法律武器维护自身合法权益。同时，请尽快致电银行客服热线办理卡片挂失，及时止损。

第四要勤更换。养成保护自身数据安全习惯，建议在不同银行和不同网站中设置不同的用户名及登录密码，密码尽量复杂。同时，建议每个银行卡设置不同的交易密码，以防发生一个密码丢失，多个账户受损的情况。（据北京青年报）



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