

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

2024.第4期

4

总第139期



让消费者远离“串串房”

P04 北京市消协秘书长杨晓军接受本刊专访

P08 北京市消协足、篮、排球产品比较试验结果

P07 北京市消协轮滑鞋比较试验结果

P20 入住酒店，让“刷脸”成为消费者的选项

“廉兴腐衰鉴圆明——清代廉政文化展”

——市消协党支部赴圆明园廉政教育基地开展廉洁教育主题党日活动

2024年4月28日，市消协党支部组织党员走进圆明园廉政教育基地开展主题党日活动。

基地展览以“廉兴腐衰鉴圆明——清代廉政文化展”为主题，设有“澄心堂”“师善堂”“慎德堂”“益思堂”四个展厅，依托丰富的史料展现了清代反贪尚廉的历史风貌。“历览前贤国与家，成由勤俭败与奢。”在讲解员的带领下，大家仔细聆听了清代治国理政中克勤克俭与奢靡浪费的正反对比，和清代崇德尚廉、惩贪治吏的历史介绍。内容丰富的展览结合圆明园这座生动的历史教材，使党员干部深入了解圆明园“三山五园”廉政文化内涵、清代贪腐事件腐败问题的成因及处理情况。

参观结束后，各位党员同志纷纷表示，鉴古知今，以史为鉴，将切实筑牢拒腐防变的思想道德防线，不断锤炼忠诚干净担当的政治品格，以本次党纪学习教育为契机，认真学习《中国共产党纪律处分条例》，原原本本学、对照检视学、结合实际学，加强自身政治修养固化提升。



Prologue

卷首语

把消费品以旧换新政策落到实处

今年3月，国务院出台《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，在全国部署推动新一轮消费品以旧换新，将在汽车、家电产品、家装消费品三个重点领域，为消费者提供优惠便利的“以旧换新”服务，同时从完善废旧产品设备回收网络、支持二手商品流通交易、推进再制造和梯次利用和推动资源高水平再生利用等四个方面，部署了回收循环利用行动。

《方案》从三个方面部署了消费品以旧换新行动：一是开展汽车以旧换新。要求加大政策支持力度，畅通流通堵点，促进汽车梯次消费、更新消费。组织开展全国汽车以旧换新促销活动，鼓励汽车生产企业、销售企业开展促销活动，并引导行业有序竞争。严格执行机动车强制报废标准规定和车辆安全环保检验标准，依法依规淘汰符合强制报废标准的老旧汽车。因地制宜优化汽车限购措施，推进汽车使用全生命周期管理信息交互系统建设。二是开展家电产品以旧换新。要求以提升便利性为核心，畅通家电更新消费链条。支持家电销售企业联合生产企业、回收企业开展以旧换新促销活动，开设线上线下家电以旧换新专区，对以旧家电换购节能家电的消费者给予优惠。鼓励有条件的地方对消费者购买绿色智能家电给予补贴。加快实施家电售后服务提升行动。三是推动家装消费品换新。通过政府支持、企业让利等多种方式，支持居民开展旧房装修、厨卫等局部改造，持续推进居家适老化改造，积极培育智能家居等新型消费。推动家装样板间进商场、进社区、进平台，鼓励企业打造线上样板间，提供价格实惠的产品和服务，满足多样化消费需求。

《方案》还从四个方面部署看回收循环利用行动：一是完善废旧产品设备回收网络。加快“换新+回收”物流体系和新模式发展，支持耐用消费品生产、销售企业建设逆向物流体系或与专业回收企业合作，上门回收废旧消费品。进一步完善再生资源回收网络，支持建设一批集中分拣处理中心。优化报废汽车回收拆解企业布局，推广上门取车服务模式。完善公共机构办公设备回收渠道。支持废旧产品设备线上交易平台发展。二是支持二手商品流通交易。持续优化二手车交易登记管理，促进便利交易。大力发展二手车出口业务。推动二手电子产品交易规范化，防范泄露及恶意恢复用户信息。推动二手商品交易平台企业建立健全平台内经销企业、用户的评价机制，加强信用记录、违法失信行为等信息共享。支持电子产品生产企业发展二手交易、翻新维修等业务。三是有序推进再制造和梯次利用。鼓励对具备条件的废旧生产设备实施再制造，再制造产品设备质量特性和安全环保性能应不低于原型新品。推广应用无损检测、增材制造、柔性加工等技术工艺，提升再制造加工水平。深入推进汽车零部件、工程机械、机床等传统设备再制造，探索在风电光伏、航空等新兴领域开展高端装备再制造业务。四是推动资源高水平再生利用。推动再生资源加工利用企业集聚化、规模化发展，引导低效产能逐步退出。完善废弃电器电子产品处理支持政策，研究扩大废弃电器电子产品处理制度覆盖范围。

推动消费品以旧换新是加快构建新发展格局、推动高质量发展的重要举措，将有力促进投资和消费，既利当前、更利长远。希望有关部门、行业组织、经营者和消费者多方共同努力，以实际行动推动以旧换新各项工作落实落细，为消费者权益保护和经济发展做出更大贡献。

本刊编辑部
2024年4月30日



PLAN | 本刊策划

P11 让消费者远离“串串房”

近期,有关媒体屡屡报道房屋租赁市场存在“串串房”问题。所谓的“串串房”,其实就是看上去很新且精致,但实际上使用廉价劣质的装修材料和家电家具,室内甲醛、苯、TVOC等有毒物质含量超标,危及消费者身体健康的出租房。我国《室内空气质量标准》对住宅的空气质量有着明确要求,有关监管部门也高度重视房屋租赁市场的规范发展。为何“串串房”现象屡禁不绝?如何有效治理“串串房”问题?本期《本刊策划》栏目特推出《让消费者远离“串串房”》专题,对“串串房”的现实问题、原因分析和规范治理进行探讨。

卷首语

01 把消费品以旧换新政策落到实处

热点关注

- 04 发挥消协优势 推进消费环境优化升级——北京市消费者协会副会长兼秘书长杨晓军接受本刊采访
- 06 平谷区市场监管局、平谷区消协举行诚信服务承诺授牌活动暨“线下购物七日无理由退货”颁牌仪式
- 06 体育类校外培训机构设置标准公布 不得以任何形式与体育中考等挂钩

权威发布

07 北京市消协轮滑鞋比较试验结果

08 北京市消协足、篮、排球产品比较试验结果

本刊策划

- 11 让消费者远离“串串房”
- 12 低成本装修 使用低劣家具 压缩空置期 坑惨消费者的“串串房”
- 15 租到“串串房”怎么办?
- 16 强化房屋违规装修投诉源治理 及时消除安全隐患
- 17 “白血病套餐房”? 从严整治“串串房”乱象
- 18 完善租赁房屋安全标准,治理甲醛超标“串串房”

消费时评

- 19 别让演唱会退票成扫兴的“拉锯战”
- 20 入住酒店,让“刷脸”成为消费者的选项
- 21 警惕微短剧精准“围猎”老年人
- 22 预付费商家屡屡跑路“职业闭店人”岂能助纣为虐

消费提示

- 23 乘坐游乐设施客运索道七注意
- 24 殡葬服务机构价格行为合规提示
- 25 清明节期间殡葬类广告应注意哪些
- 25 预付式消费五大问题需看清
- 27 关注日本小林制药有关产品风险
- 27 保健食品消费要“三看一牢记”
- 28 科学食用青团 这样吃更健康



P29 电动自行车引发的火灾，责任该如何划分？

电动自行车在违规停放、充电或改装、更换锂电池等不当使用情况下，极易发生起火和爆炸。电动自行车为何不能“进楼入户”“人车同屋”？电动自行车引发的火灾，责任该如何划分？

消费课堂

- 29 电动自行车引发的火灾，责任该如何划分？
- 30 金饰以旧换新 当心套路！
- 32 一文教你如何选购老人鞋
- 33 安全使用防晒“喷雾”化妆品

《北京消费者》由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。



主办	北京市消费者协会
编委会主任	周小丰
主编	杨晓军
副主编	罗刚 吴海璐
编委	崔倩 李蕊 闫毓珊 杜颖 马传生 王妍 王延海 刘博 任军 陈立爽 郑寒冬 张金鼎 赵伟春 宋国兵 于洋 谢小松 许毅 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
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
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

2024年 第4期（总第139期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

发挥消协优势 推进消费环境优化升级

——北京市消费者协会副会长兼秘书长杨晓军接受本刊采访



2023年，北京市消协系统共受理消费者投诉咨询11.17万件。京津冀三地消协组织联合出台《京津冀线下实体店无理由退货规范》，从总体要求、退货承诺、退货条件、退货流程以及服务监督和评价等方面以“团体标准形式”作出详细的规范，提升线下实体店无理由退货服务水平，推动三地消费维权协同发展，对优化消费环境、提振消费信心、释放消费潜力具有现实作用。

近日，北京市消费者协会秘书长杨晓军就北京市2023年消费投诉情况接受了北京交通广播采访。

本刊：在过去的一年里，北京市消费领域有哪些投诉重点？

杨晓军：根据北京市消协96315热线服务系统的统计，从投诉性质上来看，合同问题、质量问题、售后服务问题、假冒问题、虚假宣传问题占据了2023年消费者投诉的前5名。在所有投诉中，商品类投诉占总投诉量的48.75%，其中家用电子电器类、日用商品类、食品类、服装鞋帽类、医疗及医疗用品类居前五名。服务类投诉占总投诉量的51.25%，其中教育培训服务、互联网服务、生活社会服务、文化娱乐体育服务、销售服务类投诉量居于服务类投诉前五位。

本刊：结合实际工作，您有没有遇到印象比较深刻的案例？

杨晓军：为维护消费者权益，市消协也在案件办理中尽最大努力帮助调解。比如去年年初，消费者周先生致电96315热线寻求帮助。周先生称自己的实体电影卡使用时限并未过有效期，但是因为影院关闭，电影卡无法正常兑换电影票，消费者无法联系到商家，所以请求消费者协会帮助联系调解。消协通过相关渠道，约谈了影院的上一级负责机构，要求其承担相应的管理责任，同时确定经营者解决问题的方案及解决的期限，为消费者解决问题，化解了双方的消费纠纷。

本刊：结合往年的工作实践，介绍一下未来一段时间有可能出现的消费重点投诉领域？

杨晓军：近年来我国电子商务发展迅猛，网络购物、网络服务等省时省力便捷的消费方式已经成为消费者普遍选择之一。与此同时，以网络购物、网络服务为代表的新型消费也成为消费者投诉的多发领域。几年来，互联网相关的问题一直是重点投诉领域。当前的互联网消费领域仍存在着经营者与消费者信息不对称、力量不平衡的问题，加强消费教育对消费者尤其是特殊领域的消费者及特殊消费群体极为必要。

本刊：针对今年的“3·15”国际消费者权益日，北

京市消协做了哪些预案和准备工作？

杨晓军：北京市消协依据《中华人民共和国消费者权益保护法》赋予的公益性职责，开展消费者权益保护工作。一是向消费者提供消费信息和咨询服务，提高消费者维护自身合法权益的能力，引导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式。首先市消协定期或者不定期地对外发布消费提示、商品比较试验结果及消费调查报告等信息。其次充分利用协会自身宣传阵地，最大限度地发挥自媒体的作用，通过“北京消协”网站、“北京消协”头条号、“北京消协”微信公众号、“北京消协”抖音号发布维权信息。一方面向消费者开展消费教育，一方面充分发挥社会监督的作用。二是受理消费者的投诉，并对投诉事项进行调查、调解。市消协有自己的受理咨询投诉热线96315，该系统可以受理消费者的咨询投诉，为消费者答疑解惑，发挥投诉调解作用，维护消费者的合法权益。同时，市消协开通了“96315消费纠纷和解绿色通道”，为消费者和经营者搭建快速和解平台，减少纠纷处理环节，降低消费者维权成本。此外，深化对投诉数据的分析运用，定期开展投诉分析，对于投诉较多、较典型的企业进行约谈，督促企业抓好整改，具体落实投诉解决实施方案，更好地维护消费者合法权益。开展消费维权法律服务，组织专家律师为全市消协系统和消费者提供法律指导与支持。三是多维度推动社会监督，促进消费环境优化升级。我们每年都会针对投诉的热点或者消费者关注的焦点，开展商品比较试验和社会调查工作。市消协会委托专业人员以消费者的身份从市场上购买相应的商品，按照相应的标准，对商品的性能、质量进行测试，试验结果向社会通报，帮助消费者科学选购。同时，针对消费重点领域开展社会调查工作。根据调查结果深入调研，提出针对性建议，促进行业健康发展。四是多形式深化区域合作，推动消费维权协同发展。我们在2014年就建立了京津冀联合维权机制，京津冀三地消协组织积极推进维权协同，三地联合组织开展区域性的比较试验及社会调查，并积极联动，根据需要，开展联合约谈、发布消费警示等各项维权活动。2023年，北京市东城区、西城区、通州区，天津市河东区、河北区、河西区，河北省承德市、廊坊市、保定市等基层消协签署了“京津冀区级结对消协组织合作协议”，打通消费维权地域限制，建立九个区市的投诉受理工作互联互通。

本刊：对消费者有何提示？如何规避有可能出现的“消费坑”？

杨晓军：一是树立正确的消费观，科学理性消费。理性看待市场上各类促销活动。面对商家推出的各类打折促销活动，要根据实际需求进行商品和服务选购。尤其是网上购物，更是要选择正规平台及商家，全面了解商品信息，如经营资质、商品和服务的评价等，防范商家虚假宣传，科学理性的消费，勿因一些所谓的优惠而盲目消费，避免落入消费陷阱。二是谨慎面对预付消费避免消费陷阱。针对预付式消费，应认真核实经营主体信息，选择证照齐全的商家，不要轻信商家广告和优惠幅度大而忽视了潜在的风险。坚持对照《北京市单用途预付卡管理条例》来签订书面合同，仔细阅读合同条款，及时索取交易凭证和发票。尽量避免购买大额度、长时间的预付消费产品，提高风险防范意识，以免造成经济损失。三是及时保留消费凭证依法维权。要妥善保管合同、发票、收据等消费凭证，以便发生消费纠纷时维权。如遇到信息不明或者经营者无法解释清楚的情况，要及时向有关部门咨询求证。如果商家涉嫌违反法律法规的，要及时向相关行政部门投诉或者举报，积极维护自己的合法权益。



平谷区市场监管局、平谷区消协举行诚信服务承诺授牌活动暨“线下购物七日无理由退货”颁牌仪式

4月9日，区市场监管局和区消费者协会举行“诚信服务承诺单位”授牌暨“线下购物七日无理由退货”颁牌仪式活动。

北京闵邦韩医药销售有限公司、北京东寺渠农副产品市场有限公司、北京康安利丰农业有限公司等11家企业成为2024度“北京市诚信服务承诺单位”。北京京平物美超市、北京百合美达服装服饰厅、北京潮衣库服装店11家企业成为首批“线下购物七日无理由退货”单位。“诚信服务承诺单位”单位和“线下购物七日无理由退货”单位的代表分别围绕诚信服务和退货承诺做了典型发言，表示在经营过程中及时受理和依法处理消费者投诉，主动和解消费纠纷，兑现针对消费者的各项服务承诺，以实际行动维护消费者合法权益。



参加今天会议的领导有，区委宣传部副部长王海涛，区市场监管局党组书记、局长杨河清，区市场监管局创城办负责人万福英，区消费者协会秘书长宋国兵，区市场监管局消保科科长王新刚，属地市场监管所所长及60余家企业负责人。（平谷区消协供稿）

体育类校外培训机构设置标准公布 不得以任何形式与体育中考等挂钩

《北京市体育类校外培训机构设置标准（试行）》近日发布，明确体育类校外培训机构不得以任何形式与体育中考等挂钩，以防制造社会焦虑；不得以任何形式开设学科类课程内容。

体育类校外培训机构应坚持“健康第一”导向，抵制“应试体育”思维，以提高身体素质、增强体质健康、提升运动技能为出发点和落脚点；考虑不同体育项目特点，遵循不同年龄段儿童青少年身心发展规律，科学制定与其培训项目及培训对象相对应的大纲和计划。培训时间不得和中小学校教学时间相冲突，结束时间不得晚于20时30分。

同时，培训机构应坚持公益属性，根据培训成本、市场供需等因素合理确定收费项目和标准，控制调价频率和

幅度；不得一次性收取或以充值、次卡等形式变相收取时间跨度超过3个月或60课时的费用，且不得超过5000元。

按照《标准》，室内培训不得使用居民住宅作为培训场所。培训场地应达到国家规定的开放条件与技术要求，符合全国性单项体育协会的相关规则，体育器材应达到国家相关产品标准。

培训机构还应配备与自身规模相适应的执教人员，按照体育项目特点和培训规模控制学员与执教人员配比。其中，执教人员应具有大专以上学历或中等以上职业教育学历，持有体育教练员职称证书、社会体育指导员职业资格证书、体育教师资格证书等至少1种证书。（北京日报）

北京市消协轮滑鞋比较试验结果

轮滑鞋是成人、青少年及儿童青睐的运动用品，其任何质量问题均可能造成严重后果。为了给消费者提供真实客观的产品信息、维护消费者的知情权和选择权、指导消费者科学合理选择轮滑鞋。近期，北京市消费者协会委托河北省产品质量监督检验研究院对轮滑鞋进行了比较试验。

1

比较试验样品来源

本次比较试验样品分别从北京地区线下实体店和天猫、淘宝、京东、抖音、拼多多、唯品会等电商平台购买。共采样10批次，均为单排B类轮滑鞋产品。比较试验测试结果仅对本次购买的样品负责。

2

比较试验结果

本次比较试验检验依据为GB/T 20096-2006《轮滑鞋》，对轴、轴承、轮子、紧束装置、制动器、轮子硬度、轮子耐磨性能等7项进行了检验。经检验10批次轮滑鞋产品全部合格，合格率100%。

3

消费提示

北京市消协提示消费者选购时尽量选择正规渠道购买轮滑鞋，对于无产品名称信息、无品牌型号、无

警告说明的产品，以及未注明使用人群和功能分类的轮滑鞋，应避免购买。

消费者要根据自身将进行的轮滑运动特点（竞技、休闲）、自身体重和脚部尺寸，选择合适的轮滑鞋。若轮滑鞋尺寸过小，会导致滑行时因挤脚而扭伤脚踝；若轮滑鞋带有可调节鞋码装置，则应保证调整机构灵活，轮架固定可靠。如果轮滑鞋带有制动器，制动器应牢固，用力扭动时不易变形。紧束装置（如鞋带、搭扣）强度要好，试穿紧束后不易滑扣或脱落。质量好的轮滑鞋海棉内衬套包厚实，轮子转动灵活，无卡滞现象。

对于配有鞋带的轮滑鞋，鞋带不宜过长，鞋带系好后，以不接触到地面为宜。

同时，北京市消协提醒消费者滑行前宜穿戴上防护用具（护掌、护膝、护肘和头盔），如发现防护用具具有破损，应更换或修理后再使用。滑行时，要在平整地面上使用轮滑鞋，远离水和沙土，轮子沾水易打滑，可能导致摔跤，沙土进到轴承里，将导致轴承损坏，缩短轮滑鞋的使用寿命。要找专业教练指导，若动作不标准，可能会影响孩子的骨骼发育。

消费者使用过程中注意保养，滑行一段时间后，应检查轮子和轴承，若出现松动情况，及时紧固或更换。使用后，用湿抹布清洁鞋表面，不能将其浸入水中清洗或用腐蚀试剂涂抹。轮滑鞋应放在阴凉处晾干，不可暴晒和烘烤。

北京市消费者协会轮滑鞋样品信息表

序号	标称商品名称	经销平台	样品供货商名称	标称生产企业	标称商标	销售单价(元)
1	轮滑鞋	迪卡侬(北京)体育用品有限公司	迪卡侬(北京)体育用品有限公司	迪脉(上海)企业管理有限公司	oxelo	299.9
2	轮滑鞋	迪卡侬(北京)体育用品有限公司	迪卡侬(北京)体育用品有限公司	迪脉(上海)企业管理有限公司	oxelo	399.9
3	轮滑鞋	京东	迪卡侬京东自营旗舰店	迪脉(上海)企业管理有限公司	oxelo	399.9
4	MZS308N 可调直排轮滑鞋	天猫	美洲狮旗舰店	广州市蒙特莱运动器材有限公司	COUGAR	268
5	灵动轮滑鞋	天猫	滑启旗舰店	中山玛高体育用品有限公司	滑启	798

6	米高儿童伸缩轮滑鞋	淘宝	米高官方店	中山万浩体育制品有限公司	米高	305.5
7	小状元直排旱冰鞋	唯品会	小状元运动官方特卖旗舰店	永康市旺斯特运动器械有限公司	小状元	227
8	高级直排轮滑鞋	淘宝	屹琪轮滑厂家店	杭州屹琪运动器材有限公司	屹琪	1580
9	直排轮滑鞋	天猫	mesuca麦斯卡官方旗舰店	广东麦斯卡体育股份有限公司	Disney	489
10	轮滑鞋	天猫	费斯旗舰店	浙江甲由体育用品有限公司	费斯	1680

北京市消协足、篮、排球产品比较试验结果

近日，北京市消费者协会委托河北省产品质量监督检验研究院对足、篮、排球产品进行了比较试验，为消费者选购球类产品提供客观信息。

1

比较试验样品来源

本次比较试验共购买足、篮、排球样品40批次。其中通过北京地区线下实体店购买4批次，其中足球1批次、篮球2批次、排球1批次。在天猫、淘宝、京东、唯品会、抖音、拼多多等电商平台购买36批次，其中足球14批次、篮球15批次、排球7批次。比较试验测试结果仅对本次购买的样品负责。

2

比较试验结果

本次比较试验分别依据GB/T 22892-2008《足球》、GB/T 22868-2008《篮球》、GB/T 22882-2008《排球》标准，对足、篮、排球的质量、圆周长、圆周差、气密性、反弹高度、耐冲击性能等6项进行了检验。

质量反映在使用过程中，就是球的重量。球的质量可以影响球的重量，进而影响球的反弹高度、耐冲击性能等指标。质量不合格的球会影响球的使用寿命，改变球的运行轨迹，在使用过程中也会对人体造成安全隐患，容易给使用者造成砸伤等伤害。

球类产品的圆周长是描述球“大”“小”的重要参数，也是界定球号的关键技术要求。圆周长过大或者过小，都会影响产品的使用体验，对于经常使用球类产品的竞技运动员或者业余运动参与者，圆周长不合格会直接影响使用者的球感，使运动员对球的运动轨迹、着力点等造成误判。

同样，圆周差是描述球类产品“圆”的程度的关键参数之一，是产品所测最大圆周长和最小圆周长的差值。差值越大，说明产品的圆的程度越差。圆周差过大的球直接影响球的滚动，在运动过程中造成球受力不均匀，影响运动员的使用和竞技优势的发挥。

球的气密性测试即是在一定温度、湿度环境下，将球充气到指定气压后，静置24h后测量的球的气压下降百分率。

气密性不合格的产品，在使用过程中会“慢撒气”，使得产品包括圆周长、圆周差、反弹高度等特性参数发生改变，严重影响产品使用，甚至造成产品无法继续使用。

反弹高度是描述球类产品弹性的关键参数。反弹过高或者过低都会造成使用者的不适，从而影响运动参与者的使用体验。由于部分企业在生产中使用廉价原料，其厚度不均，物理性能较差，充气后便会影响球类产品的反弹性能。

耐冲击性能是对球类产品的最高级别的评价，通过模拟产品的使用过程后，对产品的外观、圆

周、气密性等特性进行再评价的性能参数。耐冲击性能的好坏，与制球的工艺、原材料有着紧密的关系。性能稍差的球类产品，在进行耐冲击性能测试后，都会不同程度地将缺陷放大。对于质量较差的球类产品，其面层会造成脱落，甚至球胆会挤出、破裂。

经检验40批次产品全部合格，合格率100%。

3

消费提示

北京市消协建议消费者根据个人用途，选择合适的球类产品。按照标准，球类产品按用途分为日常活动用球，竞赛用球（二级）以及竞赛用球（一级）。按照用途的不同分类，球类产品的各个项目所要求的参数范围也不一样。其中竞赛用球（一级）的性能参数最为严格，对球的耐冲击性能等要求也更高，相应的质量要求更高，价格也越高。

选购球类产品时，尽量选择规模较大、产品质量和服务质量较好的知名商家购买。购买时应注意产品上的标签标识，标准规定产品的标识应齐全，包括：生产单位名称、地址及联系方式，产品使用（维护保养）说明，产品名称、货号、产品标准

号、规格（球号）、货号、材质（面层材质）、合格（检验）等信息。产品标识不清晰或者含糊不清的，需要向商家详细询问，例如某些产品标注“XX比赛用球”“XX比赛指定用球”，实际上，其产品按用途分类不一定为竞赛用球，而是日常活动用球，消费者应根据个人需求，仔细查看产品说明书或者产品标签，核实相关信息。

注意查看球的做工，看球皮和球胆、球皮和球皮之间的密合性。选择手感好，表面颗粒分布均匀的产品；查看球的弹力，球充好气后，在1.8米处自由下落，若反弹高度不足1米，说明篮球质量较差，不要购买；查看球嘴是否漏气，可以在球嘴处涂抹一些肥皂水，看是否起泡，若鼓出泡泡，说明漏气，这样的球不要购买。

如果可能，可以向商家索要由具有资质的第三方检测机构出具的产品的合格检测报告，对相关的技术参数进行进一步确认。

消费者在使用球类产品时，应保证球内气压在产品标示的合理范围内，在给球充气时，应将球针用水或油等进行润滑后使用，不要在有尖锐突出物的场地使用该产品。如果是皮革球，应定期对皮革进行清洁、养护。每次使用完，放到干燥、通风的地方，防止发霉变形。

北京市消费者协会足、篮、排球产品比较试验样品信息表

序号	标称商品名称	经销平台	样品供货商名称	标称商标	销售单价（元）
1	斯伯丁篮球	唯品会	乐士运动专营店	SPALDING	664.05
2	篮球	京东	初唐运动户外专营店	/	497
3	篮球	淘宝	乐趣文体玩具	乔丹	52.01
4	排球	京东	美津浓（MIZUNO）运动装备京东自营旗舰店	/	233
5	MILACHIC/乐米拉排球	唯品会	玩熊运动户外专营店	/	220
6	排球	京东	mikasa排球京东自营专区	MIKASA	522.5
7	篮球	京东	摩腾京东自营专区	molten	560
8	篮球	京东	摩腾京东自营专区	molten	380
9	篮球	京东	威尔胜京东自营旗舰店	wieoon	409
10	篮球	京东	威尔胜京东自营旗舰店	wieoon	595
11	足球	京东	摩腾京东自营专区	molten	319
12	足球	京东	世达京东自营旗舰店	star	569
13	足球	京东	摩腾京东自营专区	molten	528
14	足球	京东	维露运动户外旗舰店	/	488.3
15	篮球	京东	耐克装备京东自营专区	NIKE	438.55
16	足球	京东	百迈键运动户外旗舰店	/	454
17	篮球	京东	博澳维东亭专卖店	SPALDING	500
18	足球	京东	博澳维东亭专卖店	/	320.3
19	篮球	天猫	百动运动专营店	/	598

权威发布

Authoritative release

20	足球	天猫	羽翔体育用品专营店	/	459
21	5号机缝PVC足球	唯品会	锐源体育用品专营店	PEAK	39.9
22	排球	抖音	联创体育	star	75
23	篮球（7号）	京东	JD摩腾京东自营专区	molten	182
24	排球	淘宝	小武专业体育用品商店	MIKASA	276
25	训练级时尚机缝足球	京东	361度来鸟专卖店	361°	43.9
26	足球	抖音	麦橙运动户外专营店	adidas	346.47
27	足球	拼多多	玉淑艳旅行野营用品专营店	star	222.3
28	耐磨贴皮足球	京东	倍安贝户外专营店	李宁	72.4
29	足球	抖音	吾器酷运动专营店	molten	296.94
30	国际比赛级排球	淘宝	随心体育李宁店	李宁	319
31	排球	拼多多	红双喜金弓专卖店	红双喜	42.75
32	CBA逸趣时尚篮球	天猫	动之美运动专营店	李宁	67.41
33	斯伯丁篮球	天猫	斯伯丁官方旗舰店	SPALDING	147.995
34	篮球	京东	WILSON威尔胜官方旗舰店	wieoon	274.25
35	足球	天猫	WQK吾器酷运动旗舰店	adidas	261.62
36	WITESS 篮球	天猫	Witess旗舰店	WITESS	77.875
37	贴皮篮球	北京法雅商贸有限公司法雅皂君庙工厂店	北京法雅商贸有限公司法雅皂君庙工厂店	李宁	170
38	专业比赛复合足球	北京法雅商贸有限公司法雅皂君庙工厂店	北京法雅商贸有限公司法雅皂君庙工厂店	李宁	170
39	篮球	迪卡侬（北京）体育用品有限公司	迪卡侬（北京）体育用品有限公司	WILSON	349
40	排球	迪卡侬（北京）体育用品有限公司	迪卡侬（北京）体育用品有限公司	ALLSIX	119.9



让消费者远离 “串串房”

编者按：

近期，有关媒体屡屡报道房屋租赁市场存在“串串房”问题。所谓的“串串房”，其实就是看上去很新且精致，但实际上使用廉价劣质的装修材料和家电家具，室内甲醛、苯、TVOC等有毒物质含量超标，危及消费者身体健康的出租房。我国《室内空气质量标准》对住宅的空气质量有着明确要求，有关监管部门也高度重视房屋租赁市场的规范发展。为何“串串房”现象屡禁不绝？如何有效治理“串串房”问题？本期《本刊策划》栏目特推出《让消费者远离“串串房”》专题，对“串串房”的现实问题、原因分析和规范治理进行探讨。



低成本装修 使用低劣家具 压缩空置期 坑惨消费者的“串串房”

“串串房”，也被称为“陷阱房”“贩子房”——炒房客以低价收购旧房子或者毛坯房，用极度节省成本的方式对房子进行装修，之后作为精修房高价租售，因甲醛等有害物质含量极高，又被称为“白血病套房”。《2023中国城市长租市场发展蓝皮书》显示，中国有近2.6亿租房人。如何规避“串串房”，成为很多人关心的话题。

“串串房”问题该如何整治？将“串串房”向外出租是否违法？相关合同是否有效？带着这些问题，记者展开了调查采访。

在异地打工，本以为租到了心仪的房子，没想到却是噩梦的开始。

今年2月1日，到福建厦门打工的潘先生精挑细选租下一个公寓的单间，不仅价格较为便宜，每月1350元，房间内部还很精致。然而，住了不到两个月，他总感觉室内空气有异味，晚上失眠，鼻子开始不舒服，洗头时头发掉得厉害。

上网搜索原因时，他搜到一则关于“串串房”的科普视频——新装修的房屋、几乎没有居住痕迹、使用的材料和家具极为劣质。

怀疑自己租到“串串房”的想法越来越强烈，潘先生找了专门的检测机构，检测结果显示屋内甲醛等有害气体含量明显超标。他立刻拿着检测报告找到租房中介要求退租，中介把责任推给了房东，房东一口咬死“房子没问题”不给退。

“之前完全不了解‘串串房’的存在，没想到自己竟然被坑了。房东和中介随意将租客的身体健康置于危险境地，出事了也不负责，凭什么？！”刚搬离该房屋的潘先生气愤道。

《法治日报》记者近日调查发现，当前房屋租赁市场存在不少“串串房”，显著特点就是使用廉价劣质的装修材料和家电家具，虽然看上去很新且精致，但实际上不仅因装修质量差影响居住，屋内有毒物质如甲醛、苯、TVOC等含量也超标，危及租客身体健康。

实践中，不少承租人租到“串串房”后遭遇维权难题。例如，出租人不承认房屋有毒物质超标、只愿解除合同但不退押金、二房东/房屋中介和房东之间相互推卸责任等。而承租人因多是外地来打工的年轻人，一般很少有精力走到诉讼这一步，往往只能不了了之，自认倒霉。

房子刚装修便出租 甲醛超标危害健康

潘先生租的那套房是自建房改装的民房公寓，新装修。因担心空气质量影响身体健康，他咨询带着中介，被告知装修完成已有半年，可放心入住。

“看房时房间窗户、门都开着，倒是没闻到刺鼻气味。”潘先生回忆，可入住一段时间后，他便感到身体不适，检查家具发现有今年1月出厂的。这意味着，房子可能刚装修好没一个月，房东就拿来出租了。

他拿着空气检测报告去找房东和中介，对方却矢口否认说过“已装修半年”的话。中介把责任推给房东，房东承认房子刚装修好就往外租了，但坚决不同意退租，“出租房装修完都是这样子，如果你敏感不接受，那你把自己把房间转租出去吧”“如果装修完空放一两个月，那我就亏本了”。之后，房东还将潘先生“拉黑”。

与潘先生同楼栋的一位女租客也遇到了相似情况：住进来没多久就出现浑身乏力不舒服，腿脚疼痛，晚上盗汗等情况。

据专业人士科普，新装修或使用劣质家具的屋内容易含有大量甲醛、苯、TVOC等有害气体。长期居住在甲醛超标的房屋内，会刺激皮肤和黏膜，导致瘙痒、干燥、溃疡等症状，还可能刺激鼻咽部黏膜，引发局部干燥、疼痛、溃疡等问题，甚至对支气管和肺部造成严重损害，严重者甚至影响肝肾功能。

而长期处于苯的气味环境中，人体呼吸系统、神经系统等组织器官会受到刺激，影响人体正常生理活动。重度苯中毒可能出现全血细胞减少、再生障碍性贫血、骨髓

增生异常综合征，甚至诱发白血病。TVOC能引起机体免疫水平失调，影响中枢神经系统功能，出现头晕、头痛、嗜睡、无力、胸闷等自觉症状；还可能影响消化系统，严重时可损伤肝脏和造血系统，出现变态反应等。

记者近日调查发现，因租到“串串房”而导致身体健康受损的人不在少数。

在海南海口上大学的李女士为了备战考试，于2023年6月在当地整租了一套50多平方米的一居室，月租金2400元，押一付一。租房时李女士完全没想过会有“串串房”的情况，房东和中介也没有说明房屋是新装修的。

结果搬家当天就发现甲醛超标——收拾房屋过程中，李女士出现头晕、无力症状，后购买自测盒检测发现，室内空气质量严重超出国家标准。

“当时只想赶快退房搬走，经反复协商甚至提出要报警后，房东才同意退还租金和押金。”李女士发现，自己搬出来不久，中介又将该房屋上架了。

“串串房”大量存在 租客索赔耗时耗力

“原本对‘串串房’不了解，在网上看到科普才知道那种装修很新但价格便宜、地理位置偏的不少是‘串串房’”“实地看房，发现多套疑似‘串串房’，租房人真的太难了”……

在社交平台“串串房”的相关话题下，多名网友发布自己租到“串串房”的经历，还有不少网友分享房间图片，希望大家帮忙辨认是不是“串串房”。

一名来自浙江杭州的房产中介丁当（化名）告诉记者，他对“串串房”早就见怪不怪了。“特别是拆迁力度大的地区，新交付的房子比较多，这类房子突出的特点就是装修特别新，偏向于网红装修。”

丁当几乎每星期都会遇到租了“串串房”后身体不适提出退租的。租客主要分为两种，一种是刚毕业对租房市场不熟悉的，觉得房子装修不错，位置价格也能接受，就定了；另一种是工作一段时间想换个好点的房子租住的，一看性价比不错就租了。

据丁当介绍，有的城市一些区域的合租房基本被二房东垄断了，而他们的业务收入主要依靠租房，所以会压缩空置期，降低装修成本，导致甲醛房、“串串房”出现。而租房对于打工人来说又是刚需，在既要压缩成本又要找性价比高一点房子的需求下，“串串房”进入了很多人

人的视野。

“从去年9月开始，我从业的地区，租客租到‘串串房’的频率上升很快，因为这个时间段交付的小区比较多。这些租客包括打工人、孕妇、备孕的人等，不少人发烧、头疼、胸闷，基本上是身体出状况后才发现是‘串串房’。”丁当说。

他告诉记者，“串串房”其实很好分辨，租之前问一问朋友、物业公司、保安，就知道小区大概是什么时候交付的。但实践中，因为存在信息差，大部分租客对“串串房”的了解并不多。

在北京市西城区工作的朱女士则亲眼见证了一个“串串房”的“诞生”。2020年工作以来，她一直在某中介机构的自营出租屋里居住，住在一套两居室的次卧，算上服务费每月房租3500元左右。去年6月，因主卧室友工作变动退房，朱女士和平台沟通后决定搬到隔壁主卧继续居住，租金涨了600元。令她没想到的是，在室友退租后，平台方直接把原本的卧室进行一次翻新——重新刷了漆，还换了新的衣柜和书桌等。

“那几天，新装修后刺鼻的气味一直久久不散，但平台方说要换房间的话就在一周内换，不然就要在平台挂上房源，到时候可能就抢不到了。”朱女士说，考虑到搬家麻烦、附近又多是房租贵且装修破旧的老旧小区，权衡之下她还是搬了进去，但先暂住在朋友家半个多月，并高价购置了空气净化器，全天候开着。而等她从次卧搬出后，同样的情况也发生在了次卧。次卧翻新后没几天就有一个女生住了进来。

记者采访发现，实践中，租到“串串房”的多是从外地到大城市打拼的年轻人，他们不仅对“串串房”缺乏了解，而且受工作、生活条件等多种因素限制，被“坑”后往往维权困难，有的无奈认栽，有的经历漫长维权也只要回了租金。

上述厦门的潘先生就曾试图维权。他打了投诉电话后，得到的回复是建议协商处理或通过法律维权。他与其他租客说明情况后，房东还报警说他“骚扰”，甚至一度追上门对他进行辱骂。在派出所、居委会多方协调下，房东只愿意退一半押金。对于这个结果，潘先生并不满意，他想继续维权，但是打官司耗时耗力，其他途径又求助无门，“作为厦漂一族，租房并不是小事，这样的房东拿租客的健康开玩笑，难道就没办法管管吗？”

中国社会科学院法学研究所研究员谢鸿飞分析，“串串房”问题维权存在诸多难点。一是出租方可能不具

备合法的房屋出租资质，一旦发生纠纷，承租人的权益往往难以得到保障。二是取证问题，房屋质量问题、安全隐患、违规装修等证据可能难以获取，或者需要专业的检测和鉴定，如甲醛检测（CMA资质）产生的费用较高，增加了维权的难度。三是法律界定和责任主体不明确：“串串房”可能涉及房屋的改造、装修和出租等多个环节，涉及多个责任主体，如房东、租客、中介、装修公司等，导致维权时难以确定具体的违法行为和责任方。

“遇到此类现象，租客需要负担较多的时间成本和前期维权成本，而维权过程可能涉及多次协商、投诉、鉴定、诉讼等环节，耗时较长，加上维权涉及较多的法律知识，部分租客对相关法律法规不熟悉，可能不清楚如何正确行使自己的权益。这些都可能让租客压力过大、身心俱疲，从而放弃维权。”北京理工大学法学院教授孟强说。

偷偷出租劣质房屋 涉嫌欺诈合同无效

对于房东和中介来说，将“串串房”向外出租的行为是否违法？相关合同是否有效？

孟强指出，将有毒物质含量超标、充满劣质家具的房屋向外出租，显然违反了相关法律法规。我国民法典等法律法规都对房屋租赁合同中当事人的权利义务关系作了规定，此外《室内空气质量标准》（GB/T 18883-2002）等也对房屋租赁的安全性、环保性以及租赁物的质量提出了明确要求。出租人应当确保出租房屋符合基本的居住条件，包括但不限于房屋结构安全、设施设备完好、空气质量达标等。有毒有害的家具、劣质的装修等，会造成房屋内甲醛、苯等有毒有害物质含量超过国家规定的限量标准，显然不符合双方约定的租赁用途，无法满足租户的居住需求，构成了对租赁合同义务的违反，甚至会对租户的人身健康造成严重损害，构成对租户健康权的侵害。

华东政法大学房地产政策法律研究所所长杨勤法认为，出租人不向承租人作任何提示，存在合同欺诈、隐瞒之嫌，这样形成的合同无效，承租人可以主张解除合同。

“从合同的效力来看，未向承租人进行任何提示的租赁合同应属可撤销合同。根据最高人民法院关于适用《中华人民共和国民法典》总则编若干问题的解释第二十一条规定，故意告知虚假情况，或者负有告知义务的人故意隐瞒真实情况，致使当事人基于错误认识作出意思

表示的，人民法院可以认定为欺诈。而在‘串串房’租赁情境下，出租人不仅未尽对承租人的安全保障义务，还在明知住房可能会对承租人造成健康损害的情况下隐瞒房屋不宜住人的实情对外出租，显然已构成欺诈行为，故承租人可主张撤销该租赁合同，并要求出租人承担相应的损害赔偿赔偿责任。被撤销的合同自始无效。”杨勤法说。

他提出，除主张撤销合同外，承租人亦可直接主张解除该租赁合同，具体的解除路径有三：租赁房屋危及承租人的安全或者健康的，即使承租人订立合同时明知该租赁房屋质量不合格，承租人仍然可以随时解除合同；直接向出租人主张违约责任以解除合同；向出租人主张侵权责任以解除合同。若出租人提供的房屋有害气体超标构成侵权，致使合同目的不能实现，则属于根本违约，这种情况下满足合同解除的条件，从而可以解除合同，出租人还应承担损害赔偿赔偿责任。

“如果承租的房屋存在甲醛超标等问题，对承租人的健康造成伤害，承租人可以甲用甲醛检测报告为证据与房东进行协商，要求其采取补救措施或解除租赁合同。此外，承租人有权要求退回剩余的租金，并要求房东支付违约金。如果协商不成，承租人可以寻求消费者协会的帮助，依然不能解决问题的，可以向法院提起诉讼，要求退房或赔偿损失。”杨勤法说。

谢鸿飞认为，如果出租人和承租人选择通过中介机构签订房屋租赁合同，租客除与房东存在房屋租赁合同外，还与中介机构存在中介合同。根据民法典规定，中介机构在签订合同前，应当根据其专业知识，仔细检查房屋及其设备设施的相关情况，并如实将相关情况向租客进行汇报。如果在这一过程中，中介机构发现房屋存在安全隐患，而故意隐瞒不告知租客，或者根据中介机构的专业知识应当发现房屋存在安全隐患，而由于其疏忽没有发现，由此导致租客伤亡和财产损失的，中介机构应退还租客支付的报酬，并根据其过错程度对租客的损失承担一定的赔偿责任。

加强租赁市场监管 强制检测空气质量

如何防止租赁市场中的“串串房”乱象？

杨勤法建议，首先要明确执法主体。房屋租赁监管主体较多，包括城市管理、民政、市场监管等部门，但是多头管理容易造成各部门之间缺乏交流合作、监管不及时

甚至相互推诿的情况，也容易造成被侵权方不知道去哪个部门申诉的情形。其次要确定执法内容。各部门依据《房屋租赁备案》，通过实地检查，对各租赁房屋是否都履行了登记备案程序以及登记备案内容是否与实际情况相符合进行核查，对于没有履行登记备案手续以及登记备案内容与实际情况不符的按照《商品房屋租赁管理办法》第二十三条要求其限期改正，否则处以罚款等。

“有关部门还应检查租赁房屋的消防安全、承重安全、电气安全和外观质量等，对室内空气质量进行检测，确保租赁房屋的安全可靠；对于存在安全问题包括空气质量不达标在内的租赁房屋，要求出租人及时进行整改。若存在空气质量不达标等问题，有关部门可在房屋租赁登记备案信息系统中予以注明，提示租房者注意。”杨勤法说。

孟强建议相关部门建立监管机制，如设立统一的租赁房源信息平台，要求所有房源必须经过严格审核、空气质量检测合格后方可挂牌出租，确保房源信息透明、真实。细化有关房屋租赁装饰装修家具家电质量方面的规定，明确出租人对房屋装饰装修、空气质量等方面的责任，细化违规出租的法律责任。推动房屋租赁行业组织建

立健全行业标准和规范，加强对会员单位的监督。提供便捷的维权途径，简化维权流程，例如有关部门可以开通维权热线，联合司法部门，提供免费法律咨询或法律援助服务，设立快速调解机制，缩短纠纷解决周期，减轻租客维权负担。此外，负责普法的相关部门应当进一步普及租房法律知识，提高租客对住房安全、空气质量重要性的认识，了解纠纷解决的渠道和维权的途径，增强自我保护能力。

谢鸿飞认为，租客应提高法律意识，并尽量选择信誉好、质量可靠的房屋中介；可以通过实地考察、与房东或中介沟通等方式，了解房屋的实际情况和出租方的信誉度，关注房屋的结构、设施和管理情况，注意检查房屋装修情况，并在合同中对相关环保内容进行约定；如果条件允许，可以请专业检测机构进行检测，以确保人身健康和安。对于租赁合同，要关注租金支付方式、维修责任、违约责任等关键条款，确保自己的权益得到保障。

“要加强对房地产中介公司的监管，规定中介公司必须取得相应的资质认证，并定期接受相关部门的检查。对于违规操作的中介公司，要依法予以处罚，甚至吊销其营业执照。”谢鸿飞说。（法治日报）

租到“串串房”怎么办？

如果承租的房屋存在甲醛超标等问题，对承租人的健康造成伤害，承租人可以甲醛检测报告为证据与房东进行协商，要求其采取补救措施或解除租赁合同。此外，承租人有权要求退回剩余的租金，并要求房东支付违约金。如果协商不成，承租人可以寻求消费者协会的帮助，依然不能解决问题的，可以向法院提起诉讼，要求退房或赔偿损失。

租房“四注意”！

1. 留足找房时间

租房有时会花费很长时间，不要等到上一个房子快到期了才开始找，一般至少提前2周左右开始找房。

2. 谨慎选择合租对象

大学生毕业租房以合租居多，最好选择跟同学或熟人合租。对于女生来说，千万不可在未充分了解合租者或合租广告的情况下贸然租住。如果是和原先不认识的人一起合租，一定要互相留下身份证、工作证等复印件及联系电话，以减少不必要的经济纠纷。

3. 查清证件

自行租房者要查看所租房屋的产权证书、房东的身份证明等，如果与中介签订出租合同，要查看中介机构与房东的委托代理协议，了解中介机构的代理时间。

4. 警惕“二房东”

法律上，二房东如果将租赁房转租，必须要经过原房东的同意或承诺，否则无效，因此租房者可以要求查看

二房东与原房东所签订的租赁合同。此外，转租合同的终止日期不得超过原租赁合同规定的终止日期，否则租房者会承担较大风险。

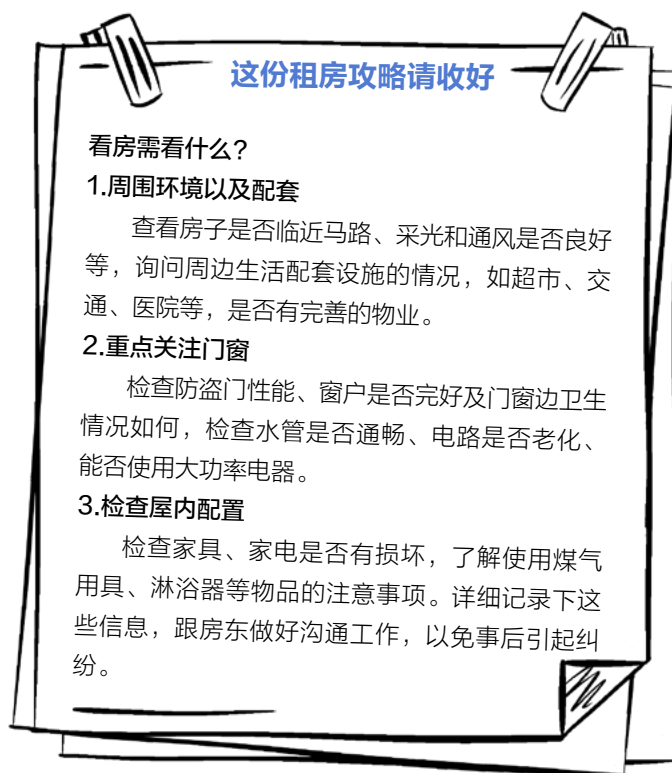
签订合同，细节要写清！

1. 签订租房合同时，一定要把双方权利义务分清，以免产生不必要的纠纷。

主要的项目有：房租、水电费、煤气费、电话费有线电视费等如何缴纳，每个月什么时候缴纳房租，房屋设施如果非人为损坏该由谁负责维修，如果房东提前终止合同该如何赔偿等。

2. 签订合同的时候要标明房屋内设备的设备、新旧程度等情况，越具体越好。

注意：在未达成协议前，不要交纳费用，交押金务必留存收据。（工人日报节选）



强化房屋违规装修诉源治理 及时消除安全隐患

“目前，房地产建设中存在房屋交付后违规装修房屋以及二次、多次易主后反复违规装修房屋的问题，存在很大的安全隐患，必须引起重视。因此，对房地产施工和装修的监管亟待加强、迫在眉睫。”在第十四届全国人民代表大会第一次会议期间，全国人大代表、中盐东兴盐业股份有限公司技术设备部维修中心维修工杨山红提交了一份关于加强房地产装修管理制止违规装修的建议。

杨山红建议制定相关司法解释，由最高人民法院、最高人民检察院、公安部对刑法第一百三十四条的“强令、组织他人违章冒险作业罪”和“危险作业罪”条款作出细化规定。

不久后，杨山红收到了最高人民法院的回复：最高人民法院始终高度重视房地产建筑质量司法保护，充分发挥审判职能作用，指导地方各级法院依法严惩危害房地产建筑质量安全违法犯罪分子，取得了良好效果。同时，不断统一相关案件的裁判标准，确保定罪量刑于法有据、对犯罪分子罚当其罪。

近年来，最高人民法院、最高人民检察院联合发布了《关于办理危害生产安全刑事案件适用法律若干问题的解释》《关于办理危害生产安全刑事案件适用法律若干问题的解释（二）》等司法解释，公布了多起危害生产安全犯罪典型案例，明确了相关案件的裁判标准，为各级司法机关运用刑事手段有效惩治违规装修行为提供了明确的法律依据。各级法院将综合采取民事、行政、刑事等多种措施，切实有效制止相关违规装修行为，及时消除安全隐患。

下一步，最高法将继续加强与公安、检察、行政执法等机关的协调沟通，确保相关法律、司法解释的规定内容落到实处，不断加大因违规装修导致违法犯罪的打击力度，进一步加大对房地产违规装修有关问题的调查研究，加强分析研判，积极推进诉源治理，切实维护公共安全和人民群众合法权益，为经济社会高质量发展提供有力司法服务和保障。（人民法院报）

“白血病套餐房”？从严整治“串串房”乱象

“‘串串房’会要了你的命。”“串串房”被网友称为“白血病套餐房”并非危言耸听。近期，《法治日报》记者调查发现，当前房屋租赁市场存在不少“串串房”。

什么是“串串房”？其显著特点是使用廉价劣质的装修材料和家电家具，虽然看上去很新且精致，但实际上不仅因装修质量差影响居住，屋内有毒物质如甲醛、苯、TVOC等含量也超标，危及租客身体健康。

大多数人在看“串串房”第一眼时，都会被它的外表所“迷惑”。“串串房”除了拥有迷人的外表以外，其



他方面一无是处，存在严重安全隐患。如今，在各大平台都能找到帮忙识别“串串房”的相关话题。“租房人最悲伤的事，莫过于白天上班替房东还房贷，晚上回家替房东吸甲醛。”租户的自我调侃充满了无奈。而“串串房”背后隐藏的安全隐患和消费者维权难等问题，亟待整治。

事实上，在早些年，“串串房”更多。“房贩子”给的价格很低且佣金高，中介也乐意推荐给租户。近年来，监管严了、炒房客少了、大家的意识提高了，“串串房”已没有那么猖狂了，但租房时还是不要掉以轻心。

解决“串串房”的问题，需对房屋租赁市场规范管理，查漏补缺，精准施策。在维护房屋租赁市场健康发展的同时，保护好租户的合法权益。一方面，相关部门要建立健全房屋租赁市场的监管机制，加强对房东和中介机构的资质审查，确保房源信息透明、真实。要细化有关房屋租赁装饰装修家具家电质量方面的规定，明确出租人对房屋装饰装修、空气质量等方面的责任，明确违规出租的法律责任。另一方面，各部门要加强执法力度，依据《商品房屋租赁管理办法》《住房租赁条例》等法规对“串串房”等现象进行严厉打击，并建立黑名单制度，若发现存在空气质量不达标等问题，可在房屋租赁登记备案信息系统中对涉事房东和中介机构予以注明，形成有效的震慑作用。

此外，还需要畅通租户投诉维权渠道。目前房屋租赁监管主体较多，包括城市管理、民政、市场监管等部门，容易导致被侵权方不知道去哪个部门申诉。制定合理的租赁规范与标准，逐步实现管理资源共享，提供便捷的维权途径，简化维权流程，有助于推动房屋租赁行业组织建立健全行业标准和服务规范。如有关部门可以开通维权热线，联合司法部门，提供免费法律咨询或法律援助服务，设立快速调解机制，缩短纠纷解决周期，减轻租户维权负担。

住房需求是居民的基本需求，加强承租人权益保护，坚决遏制“串串房”等不良现象，有助于推动租赁关系稳定，推动房屋租赁市场向着更加规范、健康的方向发展。只有这样，才能为广大租户提供一个安全、舒适、和谐的居住环境。（人民网）

完善租赁房屋安全标准，治理甲醛超标“串串房”

最近，“串串房”开始进入舆论视野。据《法治日报》报道，“串串房”，也被称为“陷阱房”“贩子房”——炒房客以低价收购旧房子或者毛坯房，用极度节省成本的方式对房子进行装修，之后作为精修房高价租售，因甲醛等有害物质含量极高，又被称为“白血病套房”。

“白血病套房”的说法非常刺激眼球，但也确实点出了“串串房”的危害所在：有毒、危险，对身体健康可能造成巨大伤害。这也就凸显了治理“串串房”的必要，它应当受到明确的限制，从市场上被清除出去，进而保障租客的权益。

对人们而言，“串串房”很难鉴别。比如房屋的装修时间，几乎全凭房东或中介的“一张嘴”，普通人几乎无法分辨这是不是新近装修。因此社交平台上甚至流行了一项业务——“鉴别串串房”，网民通过各种蛛丝马迹，比如网红风格、设施牌子等，来判断是不是“串串房”。

这当然很难准确进行判断，而房东也会准备一些伪装套路，比如故意放一些老旧家具家电，用来迷惑房客。因此，大多数人还是靠自己的身体来检测“串串房”的——感到不舒服了，才想起可能是房子的问题。

另一个难点则是取证困难。怀疑自己租到了“串串房”，但如何证明却很头疼。自己测量的指数不一定会被认可，而选择专业的检测和鉴定成本又非常高。

即便检测结果出来了，责任究竟由谁承担又会陷入难点：房东、中介抑或是家具商、装修公司？这些尚未有清晰规定。

根据《2023中国城市长租市场发展蓝皮书》显示，中国有近2.6亿租房人。如此巨大的群体，他们的权益不能悬空。“串串房”的存在，显然就成了房屋租赁市场规范的一个具体落点，应当得到重点的整治。

治理“串串房”不能只靠“房东良心”，需要精准施策，以尽快填补行业的空白。比如，监管部门当推动房屋租赁行业组织建立健全行业标准和服务规范；再如，要求将房屋装修时间、选材质量等作为必需事项列入合同，进而明确出租一方的信息公布义务。

当然，不排除房东或中介有说谎的可能，但一旦被发现，就属于合同欺诈，租房者维权就有了更加充足的依

据。

此外，则要进一步完善租赁房屋的安全标准。根据现行的《商品房屋租赁管理办法》，不符合安全、防灾等工程建设强制性标准的房屋不得出租。这其中并未提到空气质量，这就给出租方钻空子的可能。

因此，对于房屋的空气质量，相关方面有必要出台相应规范，将之作为合格房屋租赁的一项前提条件，在检测合格后方可挂牌，这也是赋予租房者日后追究侵权的法律基础。

同时还可以辅以简化维权程序，支持社会检测机构提供相应服务等方式，以降低维权取证门槛，方便租客在发生纠纷时快速找到求助渠道。

而从更长远看，规范家装市场、提升整体产品质量，或许才是更根本的治理之策。仔细想想，很多“串串房”也只是装修时间短、“晾晒”时长不够所致。但为什么时间短就有问题，这是否本身也说明建材市场良莠不齐？

这并非多虑。2020年南京市市场监管局通报了2019年南京市居民室内空气质量检测结果，结果显示，240户新装修家庭仅有116户室内空气质量达标，合格率仅为48.3%。

这或许也是“串串房”横行的一个大背景，在家装市场乱象频发的当下，“串串房”只是一个表征。因此加强家装市场的整体行业治理、提升产品合格率，或者如业内人士建议，将2021年出台的《人造板及其制品甲醛释放量分级》中的E0级（甲醛释放限量值为0.050mg/m³）从推荐标准转为强制标准等。这些措施都不妨深入探索其可行性，来从根本上杜绝“串串房”的出现。（新京报）





任冠青

别让演唱会退票成扫兴的“拉锯战”

从付款到申请退票仅2分钟，却要收取50%的手续费；因家人离世想退票，发现不得不在平台和主办方反复掰扯，还要不断跟进投诉进度，仿佛经历了一场持久的“退票拉锯战”；同一演唱会项目在不同城市的退票规则不一样……据《法治日报》报道，近日，对于演出门票的退票制度，消费者有诸多不满。退票流程复杂、规则不清晰、手续费高昂等问题，让不少消费者直呼闹心。

演出票退票难并非个例，据黑猫大数据中心统计，黑猫投诉平台演唱会相关投诉超2.7万条，其中退改票相关投诉超九成。《2023年中国演出消费者洞察报告》也显示，约四成消费者遭遇购票难、不能退转票等。如何在兼顾各方利益的基础上，切实减轻消费者的购票风险，让人提到退票时不再“头大”“心塞”，的确需要相应的制度和规则完善。

在演出票退票时设置一定条件，背后有着一些较为现实的考量。首先是该类门票鲜明的稀缺性和时效性，有业内人士就直言，演唱会一过，门票就是“废纸”。而且，举办演唱会通常是多家公司与平台一起合作，协调难度较大，相应的筹办和运营成本也比较高昂。再加上防止恶意竞争、“黄牛”炒票等考虑，共同导致了“退票难”现象。

对于主办方和平台的这些顾虑，消费者并非不能理解，也愿意承担相应的风险和损失。人们真正反感的，是完全不分状况就一律拒绝退款，或一概设置高昂手续费的“霸道”规定。

购票行为，实质上是买卖双方达成的一项合同。基于不同的解除合同的原因，处理方式也应有所区别。正如有律师分析的，如果消费者因亲人去世等不可抗力因素无法履行，无论是从感情还是法律上，都有理由解除合同，不用承担违约责任。退票时，对于不可抗力因素、双方均需承担风险、消费者承担主要责任的情况，应当有更明确的区分。

考虑到目前不少演唱会门票都是提前2~3个月发售，这期间人们可能计划行程有变，最终无法前往是在所难免的。若是提前申请退票还要被大幅“割肉”，显然不合理。对此，参照火车票、机票的既有规范，为演出活动设立合理的梯次退票收票标准，才能更好保障购票人的正当退票权利。如此，也就不会出现“付款到退票2分钟，却被收取50%服务费”的奇葩情况了。

另外，一些演出方所谓多方协调困难、二次销售有风险等说法，也并非不能解决。一场演出有多个筹备运营主体，为的是更好的效果呈现、给消费者提供更贴心的服务，而不是成为互相推诿的借口，让消费者来回费心“拉锯”。明确多方协调机制和权责关系，让消费者在需要时能“一键”省心退票，避免闹心拉扯，这是演出举办者理应做好的功课，不容随意推卸。

至于二次销售的风险，也不应由消费者过度埋单。事实上，通过改进门票销售机制，能够在很大程度上降低二次售票的不确定性。有专家就建议，可以在系统中设置候补购票制度，只要有人退票，那么候补人员就能依次获得该票，从而减少票方损失，相应地，也可以降低退票手续费。如此，既压减了售票“落空”风险，减少了退票者损失，也让“抢票难”的观众得偿所愿，岂不是多方共赢？

如今，文化演艺消费市场持续火热。人们的观演热情，不该因一次次令人头大的退票困境扫兴。推出行业内更完善合理的退改签机制，切实解决消费者购票前置而观演不确定的矛盾，才能让消费者放心购买，有利于行业的长远发展。（光明网）

入住酒店，让“刷脸”成为消费者的选项



柴春元

“严禁对已出示本人有效身份证件的旅客进行‘强制刷脸’核验”。

入住酒店可以不用先刷脸了？有旅客反馈，17日入住上海一家酒店，被告知不再强制要求“刷脸”，酒店已挂出了“取消强制刷脸”的提示标语。除上海之外，国内多地此项政策已开始调整，如湖北宜昌、浙江杭州等地均有网友反馈，入住酒店已不需刷脸。而在有的地方，目前住酒店仍然需要人脸识别（据4月21日“南方都市报”微信公众号）。

曾几何时，“刷脸入住”几乎成了酒店业的“行规”，而“刷脸”中隐含的过度提取和处理个人信息等风险，也越来越备受关注，甚至发生了诉讼等消费者维权事件。现在，入住酒店不再强制刷脸，这条“新行规”在公安和文旅等部门的推进下初步推开，值得点赞。为什么不能强制刷脸？根据我国网络安全法第41条规定，收集、使用人脸等个人信息，应遵循合法、正当、必要原则。何为“必要”？我国个人信息保护法第13条规定，是指“为订立、履行个人作为一方当事人的合同所必需”。很显然“刷脸”不能构成入住酒店的“必需”，因为早在这项技术出现之前，凭有效证件入住的规则已经通行了很多年。那么，“刷脸”为什么又一度成了入住酒店的“标配”？这里面或许有某些产业的推动，也有消费者从众的心理，但无论如何，今后入住酒店不得再强制刷脸，充分展现出国家在个人信息保护领域的进步。期待这项“新行规”在全国其他地方酒店领域，乃至在其他行业都能逐步合理推进，让“容易受伤”的个人信息真正得到依法、充分保护。

“为忘带身份证件的旅客提供便民核验服务的，应当明确征得旅客本人的同意。”

酒店提示标语中的这句话也让人眼前一亮：在备受“滥用”“侵权”等指责的背后，人脸识别等信息技术的正面作用也不该被忽视！这条标语的积极意义在于：第一，它为一时忘带有效身份证件的旅客提供了便捷入住的可能；第二，它严守了个人信息保护法中关于处理个人信息的条件（本人同意）；第三，它让酒店本已购置的刷脸设备有了新的用武之地——方便消费者。这条标语也在提醒人们：科技是服务人的，只要划清界限、运用得当，刷脸等新技术就能发挥出其应有的正面作用。例如，在我国几乎所有消费场合，线上支付（含刷脸支付）几乎已成势不可当的局面，而与此同时，相较于有些公共场所消费“拒收现金”，有些地方却“只收现金”。其实，无论是“拒收现金”还是“只收现金”，都可能侵犯到用户的选择权。试想，如果能把“刷脸”等技术还原为消费者的一项之一，而非唯一选项，“刷脸”等设备在拓宽服务渠道、保障消费者权益方面应能发挥出更大的效用，个人信息被侵犯的可能性也同时可以得到有效限制。

当然，让“刷脸”回归消费者的“选项”之一，有两点必须得到保障：首先，它必须是消费者的选项，而不能强加给消费者；其次，它应当仅仅是选项之一，替代方案必不可少。（检察日报）



胡欣红

警惕微短剧精准“围猎”老年人

“最近我无意间发现家中老人手机里有大量支付记录，少则几元，多则二三十元，近1个月来，老人在同一家商户的付费总额竟达644.8元。后来我才知道，大部分都是老人看微短剧扣的费用。”近日，北京市民小江反映，一些微短剧设置自动解锁下一集，然后自动扣费，老人也不知道扣了这么多钱。（4月1日《工人日报》）

在信息爆炸时代，善于抓住“碎片化”时间的微短剧，异军突起成为“新风口”。老年人时间较为充裕，剧情紧凑而且不断反转的短视频丰富了他们的生活，但由于老年消费者对网络不熟悉，部分微短剧借助算法对这一群体进行精准“围猎”，一些老年人由此陷入付费陷阱。

比如，一些小程序的充值页面上，会自动勾选“默认开启自动解锁下一集”选项，且能够自动扣款。很多老年人常常会忽略这一选项，甚至可能根本无法看清付费按钮下方的补充解释文字。因此，在受到“解锁一集只需0.9元”诱导后，很难注意到“默认下一集自动解锁”的选项。

每次9.9元、39.9元之类数额较小的订单，等到用户或者家人发现时，往往已经积累到较大的数额，动辄会花费几百元到几千元。据媒体报道，成都一位老人最近半年保持着每个月6000元的微短剧付费频率，累计充值金额竟高达4万元。微短剧的付费，简直成了“无底洞”。

一些微短剧的付费套路，已经涉嫌违反价格法和消费者权益保护法。收费首先要明码标价，经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得做虚假或者引人误解的宣传，不能使消费者产生误认，或者是故意误导消费者。一些微短剧在明码标价方面，并没有做到足够清晰明确，尤其是商家将“自动续费”设置成系统默认选项，限制了消费者选择，即便有提示字体也很小，老年人稍不注意就会忽略，直接掉进付费陷阱。

由于“被续费”的数额一般不是很高，且用户投诉时往往会因为申诉手续繁琐等原因，鲜有人较真。一些App、会员套餐正是瞅准了消费者的这种心理，大玩“自动续费”套路。此前，媒体曾报道过一个极端案例：南宁陈先生在电视上开通了15元包月的VIP影视会员，开通时他没留意到该套餐有“自动续费”提示，莫名其妙多扣了一笔钱后经查询才发现，订单信息显示连续包月有效期竟然持续到2099年12月31日。

消费者要敢于挺身而出维护自身合法权益，监管部门更应该主动出击，力争从源头上解决问题。值得一提的是，对于备受诟病的自动续费问题，近日公布的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》作出明确规范，规定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，以显著方式提请消费者注意；对于不能遵守规定的经营者，将进行相应处罚。严格落实“显著提醒”规定，有助于消弭付费陷阱。

据统计，2023年我国网络视频用户规模超过10亿，市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%。微短剧发展风生水起，但绝不能将商业模式建立在消费陷阱基础上。平台经营者应负起相应的监管责任，包括对微短剧的消费设置相关提醒，劝导消费者谨慎付费，同时要畅通申诉渠道，维护消费者特别是老年消费者的合法权益。（北京青年报）

预付费商家屡屡跑路 “职业闭店人” 岂能助纣为虐



欧阳晨雨

昨天换法人准备闭店，今天搞促销刺激续费，明天卷铺盖走人再不见人影……据报道，一些早教机构频繁闭店背后隐藏一群操盘手，职业闭店人通过变更法定代表人、学员分流等专业手段，帮助老板免于大额债务的同时，轻松逃避法律追责。（《北京晚报》4月14日）

预付费商家跑路，职业闭店人难辞其咎。在他们的“助攻”下，预付费商家只需交一笔相当于5%债务的费用，就可以只管拍屁股走人，把闭店的一揽子事务交给对方，而职业闭店人也使出“十八般武艺”，帮助这些商家甩掉一身债务，还不用担心将来被告上法庭。对预付费商家而言，职业闭店人是一根“救命稻草”，但对于广大消费者来说，这种无耻的抵赖操作却无异于“雪上加霜”，将自己的合法权益侵蚀殆尽。

在职业闭店人看来，自己技术高超，精心设置了足够厚度的“护盾”，该吃的蛋糕都能放心吃下肚，该绕的障碍一个也不会碰。事实也的确如此。职业闭店团队首先更换了法人，他们可以放心地对预付费商家说，“公司法定代表人、股东都不是你们了，跟你就没关系了”。看似简单的一招“金蝉脱壳”，就能帮助预付费商家遁于无形、逃之夭夭。再看职业闭店人找的“背债人”，多为名下无财产、无负债、无信用卡、无儿女的人群。就算诉上法庭，那些被推出来的所谓的“老板”也无钱可赔。

如此做法，已不是商业操作了，而是纯粹的诈骗行为。根据刑法规定，以非法占有为目的，在签订、履行合同过程中，通过虚构事实、隐瞒真相、设定陷阱等手段骗取对方财产的行为，属于合同诈骗犯罪。根据最高检、公安部关于公安机关管辖的刑事案件立案追诉标准的规定，骗取对方当事人财物的数额在二万元以上的，就属于立案追诉的范围。审视职业闭店人的作妖行径，实质是骗取公众钱财，符合合同诈骗犯罪的构成要件。

在现实中，为了“割韭菜”利益最大化，这些职业闭店团队甚至直接“下场”，连“代人”做戏的外衣都不要了。他们更换了法人，却不会急着关店，而是不动声色地大搞优惠促销，“赚完最后一波充值再消失”，将顾客玩弄于股掌之中。其所侵占的不法利益，理当依法如数返还受害的消费者。

职业闭店人的一番操作，充分预估了“市场行情”：识别恶意闭店难度大，顶着经营不善、正常转让的帽子，内外联手、暗箱操作，的确很难被外人察觉；消费者维权成本过大，选择司法维权，耗费大量的时间和精力，就算能追回来一部分预付款，也弥补不了付出的代价，所以很多消费者选择了沉默。

但正义不能沉默。职业闭店人上下其手、助纣为虐，既是对消费者权益的肆意侵犯，更扰乱了预付款消费领域。有关职能部门应加大打击力度、让不法分子承担违法成本。与此同时，也得加强源头治理，严格法定代表人登记管理审核和股权变更，避免随意拉人“背锅”，以有力整顿还预付费消费领域一片净土。（中国青年报）

乘坐游乐设施客运索道七注意

“五一”小长假临近，各大公园景区游客即将迎来客流高峰，大型游乐设施、客运索道、非公路用旅游观光车等特种设备将经受长时间、高频次、满负荷运转考验。北京市市场监管局多措并举，保障节日期间特种设备安全平稳运行。

北京市市场监管局委托国家级权威技术机构对社会关注度高、使用频次多、客流量大的大型游乐设施、客运索道开展保障检验，重点核验安全保护装置、制动装置、应急救援设备有效性和可靠性。

同时，督促公园景区加强特种设备作业人员安全、应急培训，重点抽查作业人员操作熟练度和应急处置技能，确保作业人员规范作业、稳妥处置突发事件，强化作业人员安全培训。

节前北京市市场监管部门已对重点公园景区

大型游乐设施、客运索道、观光车等特种设备开展全覆盖监督检查239家次，检查大型游乐设施、客运索道、观光车157台次，发现的隐患问题已督促整改到位。节日期间，北京市市场监管部门将持续开展监督检查，重点查处违章作业、设备“带病运行”等突出违法行为。

节日期间，北京市市场监管部门将组织监察人员、技术专家应急备勤，及时响应、稳妥处置各类突发事件。督促公园景区有针对性开展应急救援演练，每年至少对每台（套）大型游乐设施组织1次应急演练，每家客运索道使用单位每年至少组织一次应急救援演练。针对可能出现的雷电、大风、暴雨等极端天气，提示公园景区特种设备相关单位加强安全巡查，对不满足使用条件的坚决停止使用。

北京市市场监管部门提示广大游客在乘坐大型游乐设施、客运索道时注意以下事项：

- 1、乘坐前查看是否有特种设备使用标志，设备是否在检验有效期内，坚决拒绝乘坐不在有效期内的设备。
- 2、乘坐前要认真阅读乘客安全须知，特别要重点关注身高、体重、年龄及自身身体状况是否符合乘坐要求。
- 3、要按照作业人员引导，有序排队乘坐，设备运行期间不要闯入封闭运行区域。
- 4、乘坐过程中不能自行打开安全带、安全压杠。不要嬉戏打闹，不要将手和头伸出设备外。
- 5、乘坐结束后，按照指引离开设备运行区域，不在运行区域逗留。
- 6、当发生设备急停等紧急故障时，要保持冷静，不要擅自打开安全带、安全压杠试图自救，要在原地耐心等待，等待专业人员救援。
- 7、如遇大风、暴雨等天气或设备停运检修时，不要私自进入设备区域。（北京市市场监管局）



殡葬服务机构价格行为合规提示

为进一步规范殡葬服务市场价格行为，维护良好价格秩序，确保人民群众清明祭扫活动有序进行，根据价格法律法规以及本市殡葬服务价格管理政策，结合相关处罚案例，北京市市场监管局现就殡葬服务机构的价格行为进行如下提示：

一、殡葬服务收费项目和殡葬用品要按规定明码标价，由祭扫人员自愿选择。不得在标价之外加价出售商品或者提供服务，不得收取任何未予标明的费用，不得对殡葬商品或服务进行选择性价。

二、明码标价不能仅标示价格，还要标示与价格密切相关的其他信息，尽可能减少信息不对称，使祭扫人员对价格所对应的殡葬商品或者服务价值有更为清晰的认识。

三、提供墓碑清理等有偿殡葬服务时，要在服务场所显著位置公布服务项目、服务内容、收费标准（价格或者计价方法）、举报电话、服务规范等内容，广泛接受社会监督。

四、销售（含出租）花圈、花篮等祭扫用品时，要标示品名、价格和计价单位。同一品牌或者种类的殡葬商品，因颜色、形状、规格、产地、等级等特征不同而实行不同价格的，要针对不同的价格分别标示品名，以示区别。

五、可以根据实际经营情况，自行增加标示与价格有关的质地、服务标准、结算方法等其他信息。自行增加标示的信息，如殡葬商品的产地、规格、等级、材质等信息，应当真实、准确。不得对殡葬商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传。不得利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗祭扫人员购买殡葬商品或服务。

六、明码标价的方式要显著，明确标示价格所对应的殡葬商品或者服务。根据不同交易条件实行不同价格的，要标明交易条件以及与其对应的价

格。明码标价要做到真实准确、货签对位、标识醒目。殡葬商品或服务的价格发生变动时，要及时调整相应标价。

七、对实行政府定价管理（含行政事业性收费）和实行市场调节价管理的殡葬服务项目，要分别明码标价。不得将政府定价项目公示（或宣传）为市场调节价，不得将市场调节价项目公示（或宣传）为政府定价，不得将已作废的定价文件作为收费依据进行公示，不得自行变更公示政府定价项目名称、服务内容、收费标准等信息。

八、殡葬服务实行先消费后结算的，除进行明码标价外，还要在结算前出具结算清单，列明相应的服务项目、价格以及总收费金额等信息。结算清单上列明的项目名称、收费标准等信息要与明码标价内容保持一致。

九、通过网络等方式销售殡葬商品或提供有关服务的，要通过网络页面，以文字、图像等方式进行明码标价。

十、销售殡葬商品时，有附加条件的，要显著标明条件。开展限时减价、折价等价格活动的，要显著标明期限，标明或者表明折价、减价的基准。（北京市市场监管局）



清明节期间殡葬类广告应注意哪些

清明节是人们缅怀逝者、追思先祖、寄托哀思的传统节日，表达了人们对逝去亲人的怀念和尊重，展示了中华民族的传统文化和道德观念。清明节临近，即将迎来祭扫高峰，为倡导文明祭扫新风尚，规范殡葬类广告宣传，有效维护广告市场秩序，保护消费者合法权益，现就殡葬类广告中应注意的几点重要事项做出以下提示：

一、不得妨碍社会公序良俗或者违背社会良好风尚

《广告法》第九条第（七）项规定“不得妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚。”殡葬服务广告、祭扫商品广告不得含有宣扬讲排场、比阔气、铺张浪费、大操大办、天价墓地、天价骨灰盒，蹭节日热度、挑战道德底线、传播恶俗烂梗等内容，不得出现有悖于“理性追思、文明祭扫”的内容，要弘扬文明向上的祭扫新风尚。

二、不得含有迷信的内容

《广告法》第九条第（八）项规定“不得含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容。”如在某陵园墓地广告中宣传“皇家风水、稀世宝地”等涉及迷信风水的内容，涉嫌违法。

三、不得将英雄烈士的姓名、肖像用于或者变相用于商业广告，损害英雄烈士的名誉、荣誉

清明节期间，各地都会开展清明纪念英烈的活动，英雄烈士是我们共同的历史记忆和弥足珍贵的精神财富，英雄烈士不容亵渎！《中华人民共和国英雄烈士保护法》第二十二条规定“禁止歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神。英雄烈士的姓名、肖像、名誉、荣誉受法律保护。任何组织和个人不得将英雄烈士的姓名、肖像用于或者变相用于商标、商业广告，损害英雄烈士的名誉、荣誉。”

四、不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者

《广告法》第四条规定“广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。广告主应当对广告内容的真实性负责。”殡葬服务广告、祭扫商品广告应当真实、合法、不引人误解，不得隐瞒实情、刻意夸大、虚假宣传，不得欺骗、误导消费者。广告经营者、广告发布者落实广告审查责任，依法依规发布殡葬服务类广告。（北京市市场监管局）

预付式消费五大问题需看清

日常生活中，预付式消费深受热捧，背后是“双赢”的商业逻辑。但现实中，因预付式消费引发的纠纷在不断上升，消费者维权难度较大。大兴区消费者协会提醒消费者，预付式消费五大问题需看清。

1.霸王条款。在预付式消费过程中，经营者一般不会与消费者就商品或者服务内容进行协商，消费者只能就经营者提供的内容选择全部接受或不接受，双方权利义务明显不对等，限制消费者权益条款繁多，诸如“本店有最终解释权”“有效期过，

概不退款”“购物卡遗失不补”等。

2. 诱骗消费。在预付式消费模式中，大幅折扣和免费体验是诱骗消费的两大“杀手锏”。一些商家利用口头夸大或虚假宣传，给消费者制造一种“机不可失，失不再来”的假象，诱导消费者购买预付卡。

3. 店铺转让消费难。预付卡消费中，经营者因自身发展需要进行合并、分立、转让，经营主体变更即合同主体的变更，会发生合同权利义务的转移，移转给新的债权人或债务人。然而，经常出现新的经营主体拒绝消费者继续按原来条件使用预付消费卡的情况。

4. 停业关门追偿难。部分发行预付消费卡的商家不讲诚信，在不发布任何清偿通知的情况下关门走人，严重侵害持卡消费者的合法权益。特别是部分商家出售消费卡的目的并不是从事经营活动，而是利用预付卡消费模式，吸收大量消费者办卡资金，然后携款逃逸。

5. 维权举证难。预付式消费是一种合同消费，但大多数预付式消费都不签订合同，双方权利义务多采取口头形式约定，商家很少提供书面合同，一旦发生消费纠纷，消费者往往因缺乏有力证据而处于维权难的境地。

大兴区消费者协会提醒广大消费者，在进行预付式消费时，要注意以下五点：

1. 预付卡储值宜少不宜多。消费者应按照实际需要量来购买预付消费卡。预付式消费一般预存的金额越多优惠力度越大，消费者往往轻易相信、冲动消费。请不要贪图便宜大量购买或充值额度过大，尽量选择时限较短的月卡、季度卡，避免承担过大风险。对在短时间内大量发放预付卡、商品或服务的价格明显低于市场价格时，更要提高警惕。

2. 充分了解商家相关信息。在选择预付式消费时，要仔细考察经营者的证照，了解企业市场信誉和经营状况，并尽量选择规模大、连锁式的经营者，要充分综合考量所有情况后再进行预付式消费，也可以通过国家企业信用信息公示系统查询经营者信息，降低遇到商家跑路的风险。不要一味轻信广告宣传和销售人员花言巧语，不要贪图便宜，

以免上当受骗。

3. 签订书面协议。不少消费者办理预付消费卡时只听信商家口头承诺并没有签订合同、服务协议，遇到商家跑路等情况，口说无凭、欲哭无泪。请对预付式消费的使用范围、期限、功能、限制和退款条件等信息了解清楚，并与经营者签订书面合同，不要轻信商家的口头承诺。

4. 细化约定内容。在办理预付式消费时，消费者要仔细了解和阅读有关说明，不要图方便或轻信商家的口头承诺，最好与商家签订书面合同或协议，在合同或协议中详细约定预付卡或服务的使用范围、有效期限、服务项目、退款条件、违约责任等，同时要特别注意终止服务、转让等限制性约定，以免日后发生纠纷无据，给维权带来困难。

5. 妥善保留凭证，及时维权。消费者选择了预付式消费后，一定要注意妥善保存好预付凭证、合同或协议、宣传单、发票等证据，且在预付式付款时尽量以电子方式转账。每次消费时，要核实消费记录、服务次数、账户余额等信息，并拍照截图留存记录。

预付卡消费发生纠纷时，消费者可联系相关行政部门或消费者组织进行投诉；一旦发现商家有骗取预付款或携款逃匿情况，应立即向公安机关报案，并通过法律诉讼方式维护自身合法权益。（大兴区消协）



关注日本小林制药有关产品风险

近日，根据媒体报道，服用日本小林制药公司（以下简称小林制药）生产的红曲胆固醇颗粒、纳豆激酶颗粒以及降胆固醇健康辅助颗粒等产品可能导致肾脏疾病，截至3月29日，上述产品已导致5名日本消费者死亡。

经与小林制药（中国）有限公司客服中心电话沟通核实，中国消费者除通过跨境平台、境外实体店或者海外代购等渠道购买外，上述产品未在中国大陆市场上销售。为切实保护好中国消费者的合法权益，中国消费者协会提醒广大消费者：

一、立即停止服用有关产品，积极配合召回

消费者如购买了有关产品，请立即停止服用，并联系小林制药（中国）有限公司客服中心。在跨境电商平台进行购买的，可通过平台申请退货退款。据了解，小林制药已对3款产品主动进行召

回，小林制药（中国）有限公司将积极协助中国消费者做好召回事宜。

二、服用后如有身体不适，请及时就医

消费者已经服用有关产品的，请密切关注自身身体状况及小林制药发布的有关动态信息，如感觉身体不适请及时就医，并联系小林制药（中国）有限公司客服中心维护自身合法权益（联系电话：400-800-0730，021-64333635）。

三、保健食品不能替代药品

消费者特别是中老年人、疾病患者，要理性选购保健食品，切勿听信对保健食品的虚假广告和夸大宣传，更不要将保健食品用于疾病治疗，以免贻误病情。同时，也提醒广大消费者，在我国购买保健食品要选择正规渠道，并认准“蓝帽子”标志。（中国消费者协会）

保健食品消费要“三看一牢记”

东城区市场监督管理部门提醒广大消费者，坚持“三看一牢记”，理性消费、安全食用保健食品。

看保健食品标志。保健食品标志，俗称“蓝帽子”，用于帮助消费者区分保健食品与普通食品、药品。依法经注册或备案的保健食品，其最小销售包装主要展示版面的左上方应有清晰易识别的该标志。

看注册或备案文号。在我国，进口保健食品和国产保健食品，均应当经食品安全监管部门注册或备案。每种保健食品都有批准文号或备案号，消费

者可通过国家市场监督管理总局特殊食品信息查询平台查询产品信息。

看标签说明书。保健食品适用于特定人群食用。请消费者选购时，注意查看标签说明书上载明的保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用量及食用方法、警示用语等信息。孕妇、儿童、青少年及老年人等特殊人群应格外慎重，尽量在家人的帮助下选购和食用。

牢记保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病。保健食品是声称并具有保健功能或者以补充维生素、矿物质等营养物质为目的的食品。请消费者

牢记：保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病，切勿听信关于保健食品可以治疗疾病的虚假宣传，以免延误诊治。

消费者对所购买的保健食品质量安全存有疑问

的，或发现利用包括会议、讲座、健康咨询在内的任何方式对保健食品进行虚假宣传情形的，可拨打12345、12315投诉举报。（东城区市场监管局）

科学食用青团 这样吃更健康

清明节是由清明节气、寒食节、上巳节融合而成，是中华民族的传统重大春祭节日。悠久的祭祖文化与饮食密不可分，在清明节吃冷食习俗一直保留至今，特别是南方地区有吃青团的习惯。为科学食用青团，特作出如下消费提示。

清明期间吃青团，种类丰富口味佳

青团一般是由糯米粉与青汁等混合制成外皮，经包馅、蒸制等工序制成的可直接食用的米粉制品。传统青团是用清明节前后生长的嫩艾叶榨汁着色。现在市面上卖的青团，也有用麦青汁或青菜、菠菜等绿色植物的汁液着色。外皮包裹各种馅料，做成青团生坯，最后熟制成青绿色的糕团。除了传统的甜、咸馅之外，还有水果、乳酸菌等新风味，为消费者提供了更多选择。青团具有糯韧绵软，甘甜细腻，清香爽口等特点。

传统美食标准化，选购要点要牢记

科技进步让手工制作青团转变为标准化生产，随时随地享用青团美食成为可能。消费者选购时，要注意以下几点。

一是选择超市、商场等正规经营渠道。不在无证单位购买。

二是查看产品信息。检查标签、配料表和生产厂家、食品生产许可证编号（“SC”标识）和产品标准代号等信息是否齐全。不购买信息不全、不清晰或有篡改迹象的产品。常温即食青团不应有漏气、破袋等现象。

三是留意产品保质期和贮存条件。根据个人需求，选择适合产品类型，不要购买或食用过期青

团。挑选青团以清香味浓郁、颜色自然油绿为好。发青、发黑或颜色过于艳丽的，不建议购买。

家庭自制应适量，合理储存莫大意

一是制作面皮时，除了糯米粉外，可添加适量的澄粉（小麦淀粉）或者大米粉。既便于青团成型，又可以提高青团咀嚼时的韧性。

二是馅料应现做现用，不要存放时间过长。很多创新风味的馅料保质期较短，存放时间长，就容易滋生霉菌或发生腐败变质。

三是尽量即做即食，避免大量、长期储藏。短时间贮存，需放入保鲜袋，并扎紧袋口再放入冰箱冷藏。较长时间贮存，可以冷冻保存，最好1个月内吃完。

四是低温贮存的青团，用蒸锅加热后食用。要注意控制好加热时间。如采用微波炉加热，宜中高火、短时间加热。若加热时间过长，青团容易塌陷、表皮破裂、馅料流出，影响食用品质。

食用青团莫贪多，特殊人群需注意

青团虽然好吃，但老人、小孩以及消化功能不佳的人群食用要适量。青团馅料往往高糖、高脂、高热量，质地黏腻，应小口慢吞，谨防噎食。儿童要在成人监护下食用。对某些食物过敏的消费者，购买时需查看标签上的配料表和致敏物质提示，选择合适的品种，防止致敏物质摄入。消费者在食用青团时，可以搭配一些蔬菜、水果、汤羹、茶等，有助于消化、解腻、均衡营养。（东城区市场监管局）

电动自行车引发的火灾，责任该如何划分？

电动自行车在违规停放、充电或改装、更换锂电池等不当使用情况下，极易发生起火和爆炸。电动自行车为何不能“进楼入户”“人车同屋”？电动自行车引发的火灾，责任该如何划分？

物业未盡管理义务应担责

调查显示，电动自行车火灾致人员伤亡的，90%是因为停放在门厅、过道等部位。

北京市西城区消防救援支队火调技术处副处长耿军龙介绍，电动自行车火灾多在充电过程中发生，起火后燃烧迅速，难以扑救。一旦发生在室内，会严重威胁人身安全。电动自行车部件起火也会产生大量有毒烟气，导致窒息死亡。无论是电动自行车还是电池，都不可进楼入户。

公安部《关于规范电动车停放充电加强火灾防范的通告》规定，物业服务企业、主管单位和村民委员会、居民委员会，对检查发现电动车违规停放、充电的，应当制止并组织清理；对拒不清理的，要向公安机关消防机构或者公安派出所报告。而在现实中，部分物业公司并未及时制止违规停放和充电行为，或未向相关部门及时报告、协助处理；一些社区和消防人员也面临“举证难、罚不动”的窘境。

北京市朝阳区人民法院法官陈曦介绍，物业公司作为小区消防责任人，应当对管理区域内的疏散通道、安全出口、建筑消



防设施和消防车通道进行维护管理，提供消防安全防范服务。

陈曦说，生活中，许多居民长期将电动自行车停放在公共楼梯间内，甚至私接弱电箱内电源充电。此时，物业公司应采取相应措施，如制止将电池带入电梯、将电动自行车停进楼道等违规停放、充电行为，并对管理区域内的疏散通道、安全出口、建筑消防设施和消防车通道进行日常维护管理。同时，对于电动自行车车棚等易产生火灾的地点须安装灭火器等消防设施，对弱电箱进行上锁，尽到消防安全防范义务。否则，在火灾事故发生时，物业公司应对损害结果承担相应的赔偿责任。

电池起火引发火灾责任要厘清

2月22日，北京市通州区一高层住宅小区27楼起火。经查，火灾为该层住户私自将电动自行车电池拎回家中客厅充电时突发故障所致。因过失引起火灾，当事人被行政拘留。

很多火灾案件中查明的起火点为电动自行车的电池箱。那么，由电池起火引发火灾造成人

员受伤的，责任应该由谁承担？

陈曦介绍，电池生产商和销售商的生产销售行为是面向公众且以营利为目的的，如果不能确保产品质量的安全可靠和经营行为的规范严谨，将带来重大安全隐患。我国民法典规定，因产品存在缺陷造成他人损害的，生产者应当承担侵权责任；因产品存在缺陷造成他人损害的，被侵权人可以向产品的生产者请求赔偿，也可以向产品的销售者请求赔偿。产品缺陷由生产者造成的，销售者赔偿后，有权向生产者追偿。因销售者的过错使产品存在缺陷的，生产者赔偿后，有权向销售者追偿。因此，如果涉案电池的生产商和销售商不能证明自身生产或销售的电池属于合法合规合格的产品，则应承担火灾损害的赔偿责任。

那么，室内放置电动自行车造成失火，行为人也要担责吗？陈曦告诉记者，根据我国消防法，电动自行车失火引起火灾，尚不构成犯罪的，处十日以上十五日以下行政拘留，可以并处500元以下罚款；情节较轻的，处警告或者500元以下罚款。此处失火中的过失一般是指行为人应当负注意义务，但因为疏忽大意或者过于自信而未尽到相应的注意义务。

值得注意的是，违规充电的行为人需承担相应责任，而违规停放电动自行车导致引起助燃、加大火势的，视过错程度也可能承担相应责任。即使是将电动自

行车停放在公共充电棚的电动自行车所有人，也应对自己的电动自行车安全情况尽到注意义务，及时发现并排除车辆故障及安全隐患，否则导致火灾发生，致使他人人身财物受损，也需视过错程度承担相应责任。

改装车辆引发严重火灾恐担刑责

造成火灾的原因多种多样，不仅包括违规停放、违规充电，违规改装也可能使电动自行车不符合安全标准从而引发火灾，上述行为均有可能承担刑事责任。

陈曦介绍，在朝阳法院以往审理的案件中，有行为人购买明知违规改装的电动自行车，最

后引发火灾事故，以失火罪被判处有期徒刑三年六个月。

我国刑法第一百一十五条规定，放火或者以其他危险方法致人重伤、死亡或者使公私财产遭受重大损失的，处十年以上有期徒刑、无期徒刑或者死刑；过失犯前款罪的，处三年以上七年以下有期徒刑；情节较轻的，处三年以下有期徒刑或者拘役。

陈曦告诉记者，过失致使电动自行车引发火灾造成较大社会危害的，行为人可能承担拘役、有期徒刑等刑事责任。如果行为被认定为故意放火，还可能承担无期徒刑乃至死刑。因此，除对停放和充电尽到合理注意义务之外，电动自行车经营者、所

有者和使用者不得对电动自行车进行非法改装，如改装或者改动电动机，使其超过原车出厂设置的额定功率；改动或者拆除限速装置、脚踏骑行设备；加装蓄电池或者更换不符合原车出厂设置额定电压的蓄电池等。否则，可能会导致电动自行车安全性不符合国家标准或者行业标准，从而引发火灾。

此外，陈曦介绍，销售违规改装的电动自行车，可能会被追究罚款、吊销营业执照等行政责任；构成犯罪的，还会被追究刑事责任。消费者也不可购买明知违规改装的电动自行车，否则如果引发火灾，亦需承担责任。（北京市市场监管局）

金饰以旧换新 当心套路！

近段时间，金价持续飙升，多个品牌的黄金饰品卖出价已突破每克700元大关。相比起直接购买来说，不少市民更倾向于选择以旧换新。记者在线上线下多方调查发现，不同品牌黄金饰品以旧换新规则差异较大，门槛套路繁多，部分消费者在换购时落入“一口价”陷阱。

线下 规则差异大折旧名目多

“孩子过生日，想送一个足金的生肖吊坠，可最近金价高得离谱，直接买太贵了。”在菜百首饰三层，程阿姨决定用之前的金项链以旧换新，“折价

以后打到一张卡里，买新的时候直接抵。”

根据店内规则，足金凭本店发票或销售凭证，加工费每克18元。如果没有本店发票，但验金合格，加工费每克28元，并且有8%的损耗。以4月12日的以旧换新折价标准为例，足金饰品每克696元，足金999饰品每克699元，与当日店内售出金价一致。

在菜百首饰附近的一家珠宝店，以旧换新规则并不相同。“不分品牌，验金合格就行。”据店员介绍，旧金有8%的折旧，每克按675元折价，补差价买新金。如果不想换那么大，多

出来部分也可以变现，不过那就只能按每克500多元来算。

相比之下，诗普琳西单大悦城店主打以旧换新“零折旧”“零损耗”。不过，要求新金重量不低于旧金的1.2倍，也就是说，旧金如果是10克，至少要换12克新金，多出来的部分按照当天金价来算，工费另计。

“换同等重量的话，每克折旧费30元，大于原来重量1.2倍的话，没有折旧费，一克抵一克。如果不是本品牌的，也是按每克折旧费30元。”老凤祥西单大悦城店的店员称，以当日金价每克728元为例，减去30元，

就是按每克698元来算，工费另计。

在六福珠宝西单大悦城店，以旧换新规则更为复杂。

“按4月12日的价格来说，足金卖出价是每克736元，换购价是每克648元。”店员称，周三会员日，旧金可以按卖出价来计算，换新需要达到旧金换购金额的1.3倍以上。其他时间的话，按换购价乘以重量来算，新金重量不得低于旧金。“如果不是本品牌，周六福、周生生、谢瑞麟等品牌按2%的损耗，其他品牌是4%的损耗。”

同样是六福珠宝，西单商场店又有另一套规则。“本品牌的话，4月13日足金卖出价是每克726元，换购价是每克639元，重量不低于原来就行，工费另计。如果是其他品牌，一般要扣4%到6%的损耗。”

当天，周生生西单商场店也挂出了以旧换新的价格。“足金饰品卖出价是每克723元，换金价是630元，新金重量不低于旧金，工费另计。本品牌不扣损耗，如果是在可收范围内的其他品牌，需要扣5%的损耗。”据店员介绍，现在直接购买，可以享受每克减30元的活动，以旧换新则不享受。“新金重量要超出旧金100%，才能享受这个活动。”

线上

寄出难看管担心动手脚

“支持旧换，超清晰流程，陈旧过时的款式都可以来兑换……”在电商平台直播间，也

有商家推出线上黄金饰品以旧换新业务。按照规则，旧金纯度达到足金999以上，兑换9999软金、3D硬金、古法黄金、金表，每克折旧费15元，兑换5G黄金、点钻黄金，每克折旧费35元，新品工费依照不同款式另计。旧换不参与直播间秒杀活动以及克减活动。

“如果新金和旧金克数一样多，补的就是旧金的折旧费和新品的工费。如果新金克数大于旧金，还需要补多出新金的金价，按结算日金价补。如果旧金克数大于新金，多余的旧金可以随新品邮回。”客服称，以旧换新需要拍一个100元定金链接，24小时内把旧金邮寄过去。

“我们收到后进行验料，按照出货结算当天的金价进行核算。”值得注意的是，旧金一旦过火、检测、复秤结算后将直接结算入库回炉熔炼，无法恢复原样。

“选好货品后全额支付旧换工费，我们将为您保留货品，旧换工费每克60元。本店收到您寄来的旧换或回收货品后，将于2个工作日内完成过火并寄出新货。”在另一家开展黄金饰品以旧换新业务的线上门店，商家也有着自己的一套规则，“如果旧金克数小于新货，则按发货当日金价，每克减60元补齐差价安排发货。一定要注意，是按发货当日金价结算，而不是下单当日。如果旧金克数大于新货，可买卖双方自主协商存料或回收。”

客服称，黄金提纯高温熔化进行破坏性处理，一旦送提纯，货品无法恢复。尤其是旧换

货品内有镶嵌或者珐琅等。至于重量，收到旧换货品后会称重核对一次，送工厂提纯后，以工厂发单重量为准。寄出前最好自行称重留底。“旧换订单付款后请于3个自然日内寄出旧料，超出5天未寄出或取消旧换订单，下单货品将进行回库再销售处理，旧换工费不予退款。”

对于这样的交易方式，柳女士还是心存疑虑。“现场验金都还可能有猫儿腻，寄过去更是难说，万一对方收到货以后动什么手脚，也实在说不清楚。”更令柳女士担心的是，旧金到了对方手上，自己就失去了主动权，“对方把旧金烧完以后，要是故意说成色不达标，那就被动了，毕竟东西已经没办法恢复，只能任由对方压价。”

套路

换新“一口价”足金不足“两”

除了以克换克外，还有商家诱导消费者在以黄金饰品旧换新时选择“一口价”商品。

前不久，方女士在商场购买一款黄金饰品。“商品价格3180元，3.93克旧金按以旧换新抵了2330元，最后还需要支付差价850元。”选购期间，方女士并没有在标牌上看到这款饰品的克数，商家也没有明确告知标价与克数的关系。回到家后，方女士对饰品进行称量，发现只有2.9克，“少了1克黄金，反倒需要多补那么多钱，相当于每克黄金高达1096元。”于是，她向商家提出调换货品的要求，但对方回应称无法按照克数兑换，

只能兑换“一口价”黄金饰品。

提起“一口价”，蔡女士也气愤不已。“当时店员诱导消费，并没有告知商品是‘一口价’还是按克数算，试完两个耳环，就领着我去了。”蔡女士带着4克旧金到店里参加以旧换新活动，稀里糊涂补了446元后，回家才发现新金只有2.5克。“换的过程中没有告知克数，发票上也没标明，这不是忽悠人吗？”后来，蔡女士又去店里询问，店员才说这是“一口价”，“还不允许称重，说只有经理才有限权。”

对于这样的说法，蔡女士

并不认可。按照《中华人民共和国价格法》第十三条规定，经营者销售、收购商品和提供服务，应当按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。“这个‘一口价’黄金在价签上只写明价格，却不标明克数。按理说，克数属于规格，也是明码标价的一部分，只标价格不标克数，相当于‘标价’但未‘明码’。”

针对近期消费者对黄金饰品以旧换新及“一口价”黄金饰品的投诉，山西省消费者协会和

山西省黄金珠宝首饰行业商会发布消费警示。提醒消费者买黄金饰品时，谨慎对待标明“一口价”的黄金饰品，选购时仔细询问、查看黄金饰品的品名、重量、单价、纯度等详细信息；核实重量时，要查看电子秤等计量器具是否经过相关部门检定合格；购买黄金饰品付款时，需要求商家出具发票等购物凭证，并详细载明所购饰品的编号、纯度和含量、品名规格、数量、重量、单价、工费、折扣、总金额等信息，以备维权使用。（北京日报）

一文教你如何选购老人鞋

近日，老人鞋市场的首部国家标准发布，并将于7月1日正式实施。老人鞋国标规定了老人鞋的术语和定义、技术要求、试验方法、结果判定、检验规则、包装、运输、贮存，全方位守护老人鞋品质与性能。除了规定了老人鞋的耐穿用要求外，国标还结合老年人的足部变化和行动特点，对老人鞋的款式设计（有效跟高、鞋带、反光条、鞋头）和特殊的舒适卫生性能的技术指标（微孔底压缩变形性、防滑性能、整鞋缓震性能、粘扣带抗疲劳性能、保温性能、抗菌性能）进行了相关规定。通州区消费者协会提醒广大消费者，在选购老人鞋时，要注意以下几点。

1.勿完全听信广告宣传。防滑、减震等特殊性功能均无国家强制标准要求。选择有宣称特殊功能的产品时可要求商家出具相关测试报告作为佐证。

2.勿过度追求最软或最防滑的鞋子。防滑系数太高，人在行走过程中鞋底容易卡滞，进而易使人因惯性和脚底缺乏灵活性而摔倒；鞋底太软不能很好地支撑足弓，容易造成脚弓塌陷，起不到应有的支撑和防护作用。

避坑3步骤

1.一看。注意查看鞋子标识信息是否齐全，尽量选择标识齐全的商品。鞋类产品标识应包括：产品名称、执行标准、鞋号、货号、颜色、质量等级、产

地、企业名称及联系方式、材质等信息。

2.二测。先弯折一下鞋底，感觉弯折时的软硬度，看对折处是否有开胶等异常；然后再按一按鞋子内部，感觉鞋子前掌部位是否太薄，后跟部位是否够软且回弹及时；最后就是闻一闻鞋子有无刺鼻的气味。

3.三试。尽可能左右脚同时试穿，走几步感受穿着舒适性，脚趾前至少留一厘米，尽量选择帮面材质柔软、透气性好的鞋，尽量避免塑料等不透气材质。最好选择粘扣等固定方式，因为鞋带不仅容易松开，还会增加老人被绊倒的风险。（通州区消协）

安全使用防晒“喷雾”化妆品

随着天气渐热，防晒化妆品成为消费者日常高频使用的产品。防晒“喷雾”化妆品因其形式新颖，使用方便，日益受到消费者青睐。那么，使用防晒“喷雾”化妆品应当注意什么，使用不当是否有安全风险？这里，提醒广大消费者关注以下三点：

一、什么是防晒“喷雾”化妆品

根据《化妆品分类规则和分类目录》，按照产品剂型分类，化妆品可以分为膏霜乳、液体、粉剂、喷雾剂、气雾剂等剂型。市场上常见的防晒“喷雾”化妆品，一般可分为喷雾剂型和气雾剂型两类，不同之处在于是否含推进剂。喷雾剂型化妆品不含推进剂，主要依赖机械压力泵产生的压力差喷出喷雾，喷出的“雾”一般液滴（颗粒）较大。气雾剂型化妆品含有推进剂，主要依赖推进剂喷出时由液态变为气态产生的推动力喷出喷雾，喷出的“雾”一般液滴（颗粒）更小，这类产品包装多采用金属罐。

二、防晒“喷雾”化妆品不当使用有风险

防晒“喷雾”化妆品不当使用主要有两方面的安全风险：一是吸入风险。消费者在皮肤上使用防晒“喷雾”化妆品时，可能会无意中吸入喷出的液滴，这些液滴可能包含防晒剂、挥发性有机化合物、香料、防腐剂等各类化妆品原料，在狭小密闭空间



中密集使用时，比如：在车窗关闭的汽车内，可能造成短时间内大量吸入，从而可能引发健康风险，尤其是对气道敏感度较高的过敏体质儿童，容易诱发剧烈咳嗽或喘息发作。与喷雾剂型化妆品相比，气雾剂型化妆品由于喷出的液滴相对更小，因此在使用时吸入风险相对更大。二是易燃易爆风险。由于气雾剂型产品中使用的推进剂可能是丁烷、丙烷等易燃物质，且处于液化的高压状态，遇火源易发生爆燃事故。因此，防晒“喷雾”化妆品在使用和存放时需要关注防火防爆的问题。

三、如何正确使用防晒“喷雾”化妆品

正确使用防晒“喷雾”化妆品，特别是含有推进剂的气雾剂型化妆品，要注意以下三点：第一，要尽量避免吸入“喷雾”。要在空气流通的场所使用防晒“喷雾”化妆品，不在车内、卫生间等狭小密闭的空间内使用。喷洒时要注意避开鼻子、嘴部、眼睛，尽量避免吸入。如

果出现大量吸入“喷雾”化妆品引起鼻腔痛痒、咽部不适、咳嗽、喘息、胸闷等，首先应及时到空气流通的空间，并将化妆品清洗干净，避免再次接触。如果出现发热症状，或者咳嗽、喘息、胸闷等症状加重，应立即就医。第二，注意将防晒“喷雾”化妆品存放在阴凉干燥通风环境中，避免阳光直晒；使用时应远离火源、热源、静电、撞击等，避免将产品或使用完的空罐刺穿或投入火中。第三，避免在伤口、红肿或湿疹等皮肤有异常的部位使用防晒“喷雾”化妆品。

根据2023年8月31日中国食品药品检定研究院发布的《儿童化妆品技术指导原则》规定，“不建议儿童使用喷雾型防晒化妆品，如必须使用时，应当充分考虑吸入风险，在使用方法中标注‘请勿直接喷于面部’‘避免吸入’等类似警示用语”。在此，还要特别提醒广大家长朋友们注意：不建议儿童使用防晒“喷雾”化妆品，尤其是小年龄儿童、过敏体质儿童，这类化妆品要放在儿童接触不到的地方。由于儿童各方面发育尚未完全，呼吸控制能力较弱，再加上儿童心智尚未健全，在使用防晒“喷雾”化妆品过程中更易出现不慎入鼻、入口、入眼等现象，引发健康风险；如必须使用时，家长可以将该产品喷于手掌后，再涂抹于儿童皮肤表面。（国家药品监督管理局）

倡导科学健康消费理念 提供权威实用消费资讯



北京消协在您身边

www.bj315.org/



北京消协
微信公众号
二维码



北京消协
头条号
二维码



北京市消费者协会
BEIJING CONSUMERS ASSOCIATION