

北京

消费者

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任

BEIJING CONSUMERS

2011.08



北京市消协点评

移动电话预付费业务不公平格式合同条款

市消协发布晴雨伞比较试验结果

保健品销售又有新花样

看看哪种维生素适合你

市质监局领导到市消协调研



市工商局党组副书记、副局长张永明



北京市质监局党组书记、局长赵长山



市工商局副局长、市消协会长、巡视员王建华



市工商局副局长黄晓文



市消协副会长兼秘书长董青



欢迎市质监局领导到市消协调研

7月7日，北京市质监局党组书记、局长赵长山一行6人到市消协调研。市工商局党组副书记、副局长张永明、市工商局副局长、市消协会长、巡视员王建华、市工商局副局长黄晓文到会。

市消协副会长兼秘书长董青介绍了市消协的基本情况，其中重点介绍了市消协在调动社会力量维权、改进传统工作方法和模式、关注不特定多数消费者利益等方面开展的工作，还具体介绍了市消协通过开展比较试验工作，促使知名企业召回不合格产品，以及通过发布消协观点，促‘图书限折令’等侵害消费者权益的行业规则被禁止等。董青秘书长还从维护消费者权益的角度，和支持消协工作、积极推动地方立法、标准制定、加强合作等方面向质监局领导提出了建议。

市质监局局长赵长山首先对市消协提出的建议表示赞同。他说，市消协成立二十四年来，不仅维护了消费者权益，而且维护了企业公平竞争环境，从而推动了社会经济健康发展。通过这次调研，他对市消协的工作方式和工作成绩都有了一定的了解，对于质监局的工作也有很大启发。赵长山局长表示，希望以后在标准的酝酿与制定过程中，加强与市消协的联系与合作，积极听取消协组织的意见和建议。此外，赵局长还结合市消协的比较试验工作，提出了要控制好市场准入的门槛，希望消协通力配合，建立长期合作机制，探讨维权方法，营造良好消费环境。

市工商局副局长、市消协会长王建华代表市消协和市工商局，感谢市质监局长期以来对消协工作的支持，同时希望双方加强合作，把消协作为维权阵地发挥更大的作用。市工商局党组副书记、副局长张永明讲话，认为加强市消协与市质监局的合作建议十分必要，希望双方进一步加强合作，把首都的维权工作做得更好。

服务“打三折”，收费“涨三倍”？

近日，国家有关部门发布的2011年中国信息化蓝皮书显示，我国宽带速率仅为全球平均水平的三分之一，而资费却是发达国家的三倍。

这一数据并不让人意外，因为早有报道称，如果考虑网速和收入水平，我们的宽带资费水平相当于韩国的124倍。实际上，宽带资费偏贵只是电信收费不合理的冰山一角。今年全国“两会”上，全国政协委员崔永元就曾炮轰国内手机资费“贵得离谱”。

据蓝皮书显示，截至去年年底，中国宽带网民达4.5亿，占全球网民总数的23.2%，占亚洲网民总数的55.4%。按照目前的发展势头，“十二五”末期，中国的网民数量可能增至6亿至7亿。于这样一个规模，只是全球平均水平三分之一的速率，却按发达国家的三倍收费，电信运营商简直躺着都能赚得盆满钵满。

虽然从2007年开始，移动通信资费在逐年下调，然而手机资费占到我国居民收入的比例仍高达5.43%，在年收入不到1万元的手机人口中，这一比例更达到了10.31%。而国际上，应用成本占到1%以下才比较容易实现普遍服务。由此足见，近年来所谓的下调，其实不过是从运营商那里挤牙膏似的每次挤出那么一点点而已。

电信资费与国民利益切身相关，有关部门也并非不明白许多收费项目的不合理。比如漫游费，通过十多年成本的吸收，目前基本是零成本，却照收不误。工信部因此下发文件要求电信企业从2010年1月1日起，简化移动电话拨打长途电话的资费结构，实行单一计费方式，也即取消漫游，但实际上许多资费仍有本地、长途和漫游之分。

据称，宽带“资费比较高”是“由于我国的宽带市场竞争不够充分”，更准确地说，这是垄断的必然后果。也因此，尽管有关部门一直在“鼓励”电信企业进一步降低资费水平，甚至“鼓励”运营商通过“单向收费”等手段降低资费，但如果不能形成充分的市场竞争，要想降低资费谈何容易？（钱夙伟）

北京

消费者

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任
BEIJING CONSUMERS

主管	北京市工商行政管理局
主办	北京市消费者协会
编委会主任	王建华
主编	董青
副主编	屈建辉
编委	崔倩 罗刚 郎丹柯 李蕊 陈凤祥 金俊华 赵元东 路志清 李建中 郝国庆 路士禹 杨立生 高云鹏 王连刚 王文华 张宝林 高贵民 赵宗武 关伯仲 阎大海 于文 陈音江 彭会珠 陈亮 王亚宁 舒畅 杨馥至 杨连一 宫晓伟 中国社会科学院党组副书记、副院长 中国马克思主义研究基金会理事长 (原中共中央党校副校长) 王伟光 北京中轻热点文化传播有限公司 北京中银律师事务所 葛友山 北京汇佳律师事务所 邱宝昌 北京华烨律师事务所 陈玉龙 北京市常鸿律师事务所 常卫东
编辑出版	北京市宣武区莲花池东路102号天莲大厦
法律顾问	100055 96315 bjxiao@ sina.com
市消协地址	北京市宣武区莲花池东路102号天莲大厦
邮编	100055
咨询投诉电话	96315
邮箱	bjxiao@ sina.com
编辑部地址	北京市丰台区大成路6号金隅大成时代中心公寓楼803室
邮编	100141
电话	68520118
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxf315@126.com

2011.08 第4期 (总第18期)

内部资料 免费交流

卷首语：

服务“打三折”，收费“涨三倍”？

热点关注：

北京市消协点评移动电话预付费业务不公平格式合同条款	1
消费欺诈猖狂 接警数量最多	3
“防晒服”真的防晒么	5
4S店消费欺诈案件呈持续增加态势	7
“消费养老”模式引发争议	9

比较试验：

北京市消费者协会发布 防紫外线功能晴雨伞比较试验结果	11
-------------------------------	----

消费警示：

冰箱有效容积标注有待改进	13
参加暑期补习班防止被忽悠	14
谨防家用制冷设备维修设陷阱	15
手机“空中充值”需当面验证	16
警惕红色收藏的黑色陷阱	16
当心超市收费有差错	17
网购贵重饰品需谨慎	17
请科学使用燃气热水器	18
保健品销售又有新花样	18
选择适合自己的3G手机	19
夏季选购食品应防止变质	20

案例点评：

签订了合同就要履行承诺	21
签合同不可侵犯知情权	22

《北京消费者》由北京市工商行政管理局主管、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使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。

货运应按真实价格保价	23
不按约定送货要赔误工费	24
不满意退全款承诺要兑现	25
汽车越修越坏理当要赔	26

调解案例：

新电动车骑20公里就没电 钻戒改小了怎么办？	27
落地玻璃窗被偷工减料	27
木门无故变“纸门”	28
健康讲座变相销售保健品	28
皮衣保养后颜色变深 限时抢购成功不兑现	29
花钱请月嫂却等不来服务	30
羽绒服干洗后出现划痕	30
团购餐券竟是假冒的	30
美容卡退费很困难	31
发票洗坏了怎么办？	31
游泳池装修熏走消费者	31
老人购买保健品被忽悠	32
租房押金到底怎样退？	32
健身卡退费有点难	32

法律讲堂：

洗浴时人身受损谁来承担合理限度范围内的 安全保障义务？	33
--------------------------------	----

理论研究：

加强绿色通道建设之我见	35
-------------	----

企业风采：

飞鹤乳业：以消费者为导向打造全产业链	37
--------------------	----

消费课堂：

看看哪种维生素适合你？	41
儿童食品真的要注意	43
常喝这些饮料帮你祛色斑	45
怎样做个化妆品团购达人	46
选择木地板有讲究	48
倡导科学消费 对残忍说“不”	49



热点关注】市消协点评移动电话预付费业务不公平格式合同条款

01



案例点评】签了合同就要履行承诺

21



消费课堂】怎样做个化妆品团购达人

46

北京市消协点评移动电话 预付费业务不公平格式合同条款

不公平格式合同条款举例：

(一)、不同面值的充值卡有效期不同，有效期从充值之日起开始计算。（50元面值，有效期为90天；500元面值，有效期为540天）。

预付费账户的生命周期。首次充值后，账户状态进入账户生命周期，主要包括有效期、充值期和锁定期三个时间段。（1）有效期：充值后，按充值卡面值对应的有效期，获得相应时长的有效期。用户在有效期内可自由进行通话。（2）充值期（90天）有效期满账户余额小于等于零时进入充值期。若账户内仍有余额，则可接听电话。（3）锁定期（30天）：在此期间内，无论账户是否有余额，您不能呼出和接听任何电话，且不能自行使用充值卡充值，您必须携带用户卡到我公司自有营业厅进行解锁后充值。

注意：如果您在账户锁定期仍未充值，锁定有效期过后，您的号码将会自动注销，号码注销后，账户中的余额不再返还用户。

(二)、本卡不提供申请销号以及退余额服务。

消协观点：

电信企业作为格式条款的拟定者，必须遵循“格式条款提供者利用其优势地位，随意免除应尽义务、加重对方责任、排除对方主要权利，致格式条款显失公平的，应视为无效”的法律规定原则。

消协点评：

一、手机账户余额所有权应当归属消费者

1、消费者通过充值卡向手机账户充值预付话费，实际上与电信运营商之间形成了一种事实上的

服务合同关系。消费者手中的充值卡既是合同关系的债权凭证，体现为消费者对通信运营商所享有的通信消费的权利，也是消费者对手机账户内话费享受所有权的财产证明。电信运营商为充值卡设定了一个服务有效期，实际上是为合同的履行规定了期限。在此期限内消费者享有通信服务的权利，电信运营商有提供服务的义务，有效期结束，双方权利义务关系即终止，运营商可以不再向消费者提供服务。但服务的终止与手机账户余额的归属是两个不同的概念。消费者通过购买充值卡充值，取得了手机账户话费的所有权。电信运营商提供了通信服务，应当扣除已消费手机账户预付话费，当运营商提供的通信服务终止后，如果账户内还有话费余额，根据《物权法》第二十三条规定，动产物权的设立和转让，自交付时发生效力。此时该余额并没有因运营商提供服务而被扣除，并没有发生法律规定上的转让，该余额的所有权仍然为消费者所有。消费者如果要求退还话费余额，运营商有返还余额的义务，应归还消费者，不能随意侵占。

2、“服务到期余额不退”违反了《合同法》规定的公平原则。

经营者单方制订“服务到期余额不退”条款，并将自己的观点强加给对方，加重了消费者的负担，与《合同法》的立法原则相违背。

《合同法》第三条规定：“合同当事人的法律地位平等，一方不得将自己的意志强加给另一方。”

第五条规定：“当事人应当遵循公平原则确定各方的权利和义务。”

第四十条“…提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的，该条款

无效。”

第四十一条规定：“对格式条款的理解发生争议的，应当按照通常理解予以解释。对格式条款有两种以上解释的，应当作出不利于提供格式条款一方的解释。”

“服务到期余额不退”的规定既违反了《合同法》规定的公平原则，也是对消费者合法权利的侵害，应当认定为“免除己方责任、加重对方责任、排除对方主要权利”条款，当属无效。

《消费者权益保护法》第24条也作了类似规定，经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任否则无效。“服务到期余额不退”的规定明显对电信企业有利，侵害了消费者合法支配自身权益的权利，该格式条款应属无效。

3、电信运营商与消费者之间是服务合同关系，账户充值有效期届满，服务合同即终止，如果账户内还有话费余额，那么其所有权应为消费者所有。电信运营商占有的话费余额没有合法依据，根据《民法通则》第九十二条规定：“没有合法根据，取得不当利益，造成他人损失的，应当将取得不当利益返还受损失的人。”运营商应将话费余额返还给消费者。如果拒绝返还，则构成对消费者权利的侵害。

4、“服务到期余额不退”违反了政府部门的有关规定。2004年信产部在《关于规范电信服务协议有关问题的通知》（信产部电〔2004〕381号）第6项规定：“电信业务经营者在合同外通过书面形式或大众媒体方式公开做出的服务承诺，自动成为电信服务协议的组成部分，但其中为用户设定的义务，未经用户同意的，不得成为服务协议的组成部分”。2007年，信息产业部电信管理局《关于用户手机销户要求余额退现金申诉处理的回复（信电简〔2007〕85号）》中明确指出：“手机账户余额归用户所有，当用户要求对账户内金额进行支配使用时，通信运营企业应切实履行其配合义务，向用户退还账户内余额”。

二、电信运营商应积极地保障消费者话费余额权利的实现

2011年5月23日国务院办公厅转发人民银行监

察部等部门《关于规范商业预付卡管理意见的通知》（国办发〔2011〕25号）中指出：加强预付资金管理，维护持卡人合法权益，是防范金融风险的重要手段，必须引起足够重视，进一步完善工作机制。人民银行、商务部要继续健全商业预付卡收费、投诉、保密、赎回、清退等业务管理制度，全面维护持卡人合法权益。为防止发卡人无偿占有卡内残值，方便持卡人使用，记名商业预付卡不设有效期，不记名商业预付卡有效期不得少于3年。对于超过有效期尚有资金余额的，发卡人应提供激活、换卡等配套服务。

在实际的社会生活中，手机账户余额的返还存在着许多的客观困难，有电信运营商技术、人员上的原因，也有消费者急于行使自身权利的因素。但是，手机账户余额的所有权人终究为消费者，电信运营商就应该采取积极措施以保障消费者可以自由支配手机账户话费金额。一是尽快按照有关规定取消设置话费有效期，如因需要设置有效期的应按照相关规定执行。二是设置提醒及余额退还服务，消费者手机账户话费有效期届满，运营商应履行提醒义务，通过电话等方式通知消费者及时行使权利，以避免消费者不知情或者急于行使自身权利。电信企业还应完善账户话费余额的处理方式，在服务期满后，应当设定多种返还途径，允许消费者自由选择。



消费欺诈猖狂 接警数量最多

——北京中关村电子卖场暗访记

北京市的中关村创造了中国IT产业的辉煌，然而电子一条街上的诸多卖场正经历有史以来最大的诚信危机。记者近一个月深入到这些电子卖场明察暗访发现，消费欺诈花样翻新、制假贩假日益猖獗、消费者遭遇暴打甚至尖刀威胁。这里已经成为北京接警数量最多的商业机构，被国内外消费者痛心地称为“骗子天堂”。

“打110也没用，我们都认识！”

中关村地区共有11个电子卖场，商铺总数约为7500个，从业人员50000余人。近年来，电子卖场的恶性竞争愈演愈烈、消费欺诈猖狂至极，因黑恶势力引发的刑事案件层出不穷，成为北京接警数量最多的商业机构。

记者近日在中关村海龙大厦北门暗访，看到身穿蓝色马甲的导购员像迎宾一样站成两排，记者刚走进卖场，这些人就“热情”地迎上来，“需要电脑吗？”“我们家品牌齐全，过来看看吧。”在“海龙”、“科贸”和“中关村e世界”卖场，众多黑导购把每一个消费者都当成“猎物”。

在消费者投诉最多的这四家电子卖场，记者每次都受到黑导购的尾随骚扰。一位叫“冀勇庆”的网民在互动中国社区发帖讲述被黑导购欺诈时称，“每当你走进卖场，就会有无数双眼睛虎视眈眈地盯着你，恨不得从你身上扒层皮下来”。

记者经过连续多日暗访了解到，尽管经过多次整顿与打击，黑导购强行拉客、欺骗消费者的事情仍屡禁不止。据中关村大街派出所数据显示，仅2010年，该派出所就接到三大卖场(海龙、鼎好、e世界)纠纷类报警3527件、抓获黑导购扰序人员764人次。

在一家新闻单位工作的消费者李先生向记者讲述了他被尖刀威胁的惊险一幕：去年他陪好友去“鼎好”商城购买电脑，刚停好车便被导购员劝诱至某商户购物。在谈妥价格先行付款后，店员说“货需从库房取”，让李先生与朋友等了40多分钟

后，店员竟然从对面的小屋里把电脑提了出来。李先生发现所售电脑无封条、疑似拼装机，坚持要求退货，没想到该商户4名男子一拥而上，其中一人手持尖刀相威胁，挑明了说：“想跑？没那么容易！”在李先生打电话报警后，该商户负责人竟说：“打110也没用，我们都认识！”

记者从北京市第一中级人民法院获悉，清华大学老师等四人在中关村“科贸”电子城“渊源流长”公司购买电脑时，因识破商家的“换型骗局”而遭9名销售员暴打致伤。这位老师说，我的学生在以“换型”手法忽悠下，以1650元买了一款网上销售价仅为550元的富士相机，发现上当后赶紧返回要求更换，不仅遭销售员拒绝，他们还划出一条界线，一越界就动手打人。今年4月，9名打人者以寻衅滋事罪被判处有期徒刑。

北京市海淀区有关负责人介绍，中关村地区共有11个电子卖场，商铺总数约为7500个，从业人员50000余人。近年来，电子卖场的恶性竞争愈演愈烈、消费欺诈猖狂至极，因黑恶势力引发的刑事案件层出不穷，成为北京接警数量最多的商业机构。

“不‘黑心’根本就赚不来钱”

“不‘黑心’根本赚不来钱，所以只能靠坑蒙拐骗，倒霉的都是顾客。如果软的不行，或者骗术被发现，就得来硬的。有些公司专门招身强力壮的销售员，顾客如果不接受霸王条款就威逼利诱甚至打人。”

记者明察暗访发现，中关村电子卖场毫无诚信肆意欺诈顾客的行径还有三种：

——忽悠“换型”偷梁换柱欺诈。清华大学老师等人就是因为识破了商家“换型骗局”遭受暴打的，类似这种遭遇的消费者不在少数。记者从海淀工商分局、消费者协会等部门了解到，采取“换型”忽悠把货物掉包是最常用的欺诈手段。

——暗自更换零部件以次充好欺诈。消费者刘先生在“海龙”大厦“神州红日便携式维修公

司”检修电脑后发现主板被更换。当刘先生质问该商户时，一位翟姓工作人员态度凶蛮并拒不赔偿。

——要“开箱费”敲诈。网民“glasoso”近日在天涯论坛发帖称，他在“鼎好”商城“宏基店”购买一台电脑，店家催他先付款、再取货。开箱检查后才发现电脑有故障，要求退款时该商户以“要收取开箱费”为由敲诈。

在享誉国内外的中关村，电子卖场制假贩假、消费欺诈为何如此猖獗？记者辗转找到一些了解内情的商户负责人和工作人员，这些“深喉”道出了他们的“骗子经”。

鼎好商城某电脑商户负责人小姚：“我在中关村经营了8年，商铺不到4平方米，月租金高达1万多元。房租、管理费还在涨，加上网购对实体店冲击，我们的利润空间越来越小，不‘黑心’根本赚不来钱，所以只能靠坑蒙拐骗，倒霉的都是顾客。如果软的不行，或者骗术被发现，就得来硬的。有些公司专门招身强力壮的销售员，顾客如果不接受霸王条款就威逼利诱甚至打人。”

某外号“大个”的商户经理：“‘换型’是这里最狠的一招，过程一般是报低价吸引顾客——忽悠顾客先付款——谎称这款机器有屏显不清晰、跳线、机器冒烟等缺陷——再推荐对方不熟悉的型号以高价售出。”

第二招是更换内部零件。便携式电脑、相机等电子产品专业性强，顾客很难开盖检查，商户便在里面大肆“做手脚”。“比如把高配置的电脑主板和显卡换成廉价的低配置型号、把进口镜头换成国产镜头后，再按高配置价格售出以牟取暴利。”

记者暗访发现，除了消费欺诈，中关村电子卖场制假贩假的问题也尤为突出，贩卖水货、翻新机、拼装机的商户大行其道、数量众多。北京海淀法院对近两年中关村“制假贩假”的案例分析显示，制假产品多为电子产品、光盘等；假冒伪劣产品制作、销售一条龙，而且数量庞大；制假者多为外地来京务工人员，学历较低；制假地点多在市郊出租房内。

“骗子天堂”？“欺诈之城”？

在中关村采访时，一些消费者闻知记者在调查消费欺诈情况，纷纷主动找到记者控诉被欺诈的经历。在百度搜索“中关村防骗”，有144万多个网页，各种“中关村防骗手册”、“经典中关村防骗手册”随处可见，电子卖场被网民称为“骗子的天堂”。

接受记者采访的一些北京市民、外地来京人员和台、港、澳以及国外的消费者，纷纷气愤地以亲身感受讲述遭遇消费欺诈的种种经历，他们说，中关村是以科技创新、诚信待客闻名中外的，可这些电子卖场的价格欺诈行为，不仅严重侵害了消费者权益，还严重败坏了首都声誉，给自古以诚实守信美德为荣的中国人脸上抹黑。

在中关村采访时，一些消费者闻知记者在调查消费欺诈情况，纷纷主动找到记者控诉被欺诈的经历。在百度搜索“中关村防骗”，有144万多个网页，各种“中关村防骗手册”、“经典中关村防骗手册”随处可见，电子卖场被网民称为“骗子的天堂”。记者在天涯、百度等各大网络论坛上看到，《中关村被蒙1800元受骗记》《中关村购相机的惨痛教训》等网帖转发、跟帖火爆，引发网友热议，而且每周都有各种受骗新帖出现。更有网络拍客针对中关村“换型欺诈”、“强行拉客”等不法行径自导自演拍摄DV短片，点击量居高不下。

海淀区工商部门的统计数据显示，2010年消费者对中关村电子卖场的投诉量居全区十大投诉之首。以至于连工商管理人员也感慨地对电子卖场的人员说，“你们这是龙潭虎穴，我买东西也不敢到这里来！”

海淀区消费者协会秘书长路志清说：“从2007年到2011年上半年，在全区消费者投诉量普遍下降的情况下，唯独中关村电子卖场的欺诈投诉逐年攀升，去年针对中关村电子市场及商户的投诉，占到海淀全区总投诉的31.7%。”

中关村电子卖场的种种乱象严重损害了北京乃至中国的形象。不止在国内网站，境外的消费者也纷纷在“Articlesbase”等国外知名商业网站声讨欺诈消费者的恶行，发表“中关村卖场奸商五大招数”的网帖。在题为“中关村欺诈——个人经历”的网帖里，网民SC#3509496控诉其遭遇“换型欺诈”的经历，并直言“中关村科技城是欺诈之城”。

一位香港在京就读的法律研究生遭遇欺诈后在网上痛心地发帖说：在首善之区的首都北京，在号称“中国硅谷”的中关村，如果这种恶行不能引起社会关注，以及相关法律法规的纠正，“中国硅谷”将以何种形象面对世界？中国人的诚信将受到多大的挑战？

（经济参考报记者：徐江善 张涛 周宁 熊湘怡 叶锋）

“防晒服”真的防晒么？

专家建议看清防护指数再购买

防晒霜、遮阳伞、墨镜……随着盛夏的来临，防晒产品成为当下炙手可热的商品，只要沾上“防晒”二字，都卖得特别好。

在爱美人士中，近来又流传一种防晒新品——防晒服，号称穿上这种衣服就能有效防止被太阳晒黑、晒伤。那么，防晒服真的能够防晒吗？

网上热卖防晒服

“防晒服？没听说过。衣服还分防晒和不防晒吗？”听到“防晒服”3个字，北京的消费者靳小姐的第一反应是充满疑惑。

记者登陆淘宝网站，输入“防晒服”，页面显示搜索出了近万件商品。既有长袖或短袖小外套，又有风衣、垂钓服、户外运动服等各种款式，颜色有黄、桃红、紫色等多种颜色，标价从二三十元至五六百元不等。有的号称用的是高系数抗UV布料，有的声称是CVC面料。卖家普遍表示，防晒服用的是最新面料，轻薄透气，还能阻挡紫外线，买家穿上后不用担心被晒黑、灼伤。有些卖家的交易记录显示，近一个月卖出了9000多件防晒服。买家的评价则是两极分化，有的称有效，有的则认为没什么防晒作用。靳小姐对一款售价28元的黄色薄外套的看法是：“这个也能算防晒服？那不就是一件普通的长袖小外套吗？我觉得，随便穿一件长袖衣服就能防晒。”

与这种二三十元的薄长袖外套不一样，在一些专门的户外品牌服装中，记者发现了一些售价在百元以上的防晒服。这些防晒服没有那么绚丽的色彩，主要用于强阳光照射下活动时穿着。例如，一款名为“阿玛迪斯防晒服”的商品，卖家介绍，该

产品采用“专利过滤系统，超强防晒；质地轻盈，防止并抑制自由基产生及对肌肤的伤害；该技术的研发源于对人类肌肤遇到不同光源而产生各种反应的科学研究，是肌肤学的一项崭新成果……”卖家还特别强调这款产品适合于户外垂钓时穿着，网上售价为186元。

户外休闲必备品

为了弄明白防晒服到底什么样，记者走访了北京部分户外用品专卖店。在位于海淀区马甸桥附近的三夫户外用品店，销售人员给记者介绍了几款防晒服，多是来自奥地利、英国的品牌。这些防晒服质地柔软，面料很薄很轻，穿在身上几乎感觉不出它的重量。“这衣服能有效防晒吗？”记者问。

“当然可以。这些面料都是经过特殊处理的。”记者仔细看了看，发现这些防晒服的材质多为聚酯纤维，也有的为锦纶。

销售人员说：“这些防晒服的防护指数都在20以上，如果是一般的活动，完全可以抵御紫外线照射；如果是野外的强阳光下活动，或者有皮肤过敏症状的，就需要购买防护指数在40以上的防晒服。”记者看到，这些衣服吊牌上的产品名称五花八门，有的直接写“防晒服”，有的写“蝉翼衣”，还有的写着“皮肤衣”。有的产品还附有一张卡片，上面写着“UPF40+”的字样。销售人员告诉记者，这就是防晒服的防护指数。这几款防晒服中，最便宜的为268元，最贵的一款需要850元，比网上出售的防晒服价格高出不少。

销售人员介绍，防晒服容易清洗，穿着轻松舒适，并且具备很强的吸水能力、透气性和一定的防

风性，可以让穿戴者保持最佳的运动状态，是户外休闲爱好者的必备品。

看清标示再购买

“防晒服确实能够抵挡一部分紫外线。”国家纤维质检中心高级工程师秦言华回答了记者的疑问。

“但是，这些衣服必须经过抗紫外线检测，只有指标达到一定标准的衣服才能称为防紫外线产品。”

国家纺织制品质检中心客服部的周女士介绍，2010年1月开始，我国执行了新的国家推荐性标准《纺织品防紫外线性能的评定》(GB/T 18830—2009)，标准中规定，只有当产品的UPF大于40，且UVA透过率小于5%时，才可称为防紫外线产品。其中，UPF为“紫外线防护系数”，指皮肤无防护时计算出的紫外线辐射平均效应与皮肤有织物防护时计算出的紫外线辐射平均效应的比值。标准还规定，防紫外线产品应该在标签上标有以下3个方面的内容：标准的编号，即GB/T 18830—2009；当 $40 < UPF \leq 50$ 时，标为“UPF40+”；当 $UPF > 50$ 时，标为“UPF50+”；长期使用以及在拉伸或者潮湿的情况下，该产品所提供的防护性能可能减少。

周女士同时告诉记者，该标准为推荐性标准，并非强制性标准，企业可根据自身情况选择是否生产防紫外线产品。但一旦宣称自己的产品为防紫外线产品，就必须遵循这个标准。

“衣服的紫外线防护性能与很多因素都有关系。比如，织物的组织结构、颜色、厚度等等。颜色深、织得更密的衣服防晒效果会更好一些。目前国内的绝大多数生产防晒布料的企业都是利用添加涂层的方式达到防紫外线的效果。”周女士介绍。

专家提醒消费者，其实普通衣物也能起到较好的紫外线防护作用，如没有特殊需要，一件普通的T恤衫就完全可以帮助人们减少紫外线的照射。但对于一些需要进行长时间户外活动或因皮肤问题对防晒有特殊要求的人们来说，普通的衣服满足不了其防晒的需求，特制的防晒服就有了用武之地。但是，现在一些商家把防晒的概念应用在普通服饰当中，大众又对防晒布料知之甚少，不免出现一些以假乱真的情况。因此，人们在选购防晒服时不要盲目地被各种花哨宣传所吸引。正规的防晒服，都会在衣服吊牌上标明防护指数，如果没有，建议不要购买。(杨蕾)



4S店消费欺诈案件呈持续增加态势

还能相信4S店么

近年来，汽车越来越多地走进了普通百姓家，但随着汽车的热销，有关汽车的投诉也呈现上升趋势。记者最近在采访中发现，有关消费者与4S店的纠纷事件不断发生。北京市第一中级人民法院上个月发布消息称，近年来，一些4S店消费欺诈案件呈持续增加态势，从而折射出我国汽车销售领域的混乱、相关行政管理机构的缺位以及立法的滞后。而消费者作为弱势群体，在购车中发现此类问题时，往往因举证困难或维权意识不高大多忍气吞声，很多问题得不到根本解决。因购车而屡屡发生的纠纷不禁让人对4S店产生怀疑：4S店中有多少是诚信经营的，又有多少是不可信的呢？

售前整备却不告知

经对购车欺诈案件的归类和分析，北京市一中院表示，4S店汽车销售中常见的欺诈形式之一是4S店隐瞒新车经过售前整备。

一般情况下，新车出厂后，车辆在长途运输过程中难免会发生剐蹭、碰撞、零部件生锈、老化等物流质损。针对这些情况，4S店会依据生产厂家的授权，对出现这些问题的这类汽车进行售前整备（通常是喷漆、钣金或更换零部件），以确保车辆交付时完好无损并符合出厂标准，但这种情况按规定必须在售车时告知消费者。也就是说消费者有权知道自己所购车的真实情况。但是事实上，为了使车顺利售出，新车售前的整备情节并非所有的4S店都告诉消费者。

有这么一个案例：北京的项女士在北京市亚运村汽车交易市场某4S店购买了一辆2002款新捷达前卫阿尔卑斯白普通漆轿车一辆。后其在亚运村漂亮购物中心南侧的全自动洗车行洗车时发现此车的

右前门大量漏水，继而发现全车的车窗玻璃上有大量漆雾存在。经修理厂工作人员检查发现，此车前后机盖、右侧两个车门和车壁还有雨刷器等处有明显更换、修理、喷漆等情况出现。项女士最后以该4S店未告知其此车经过售前整备为由提起了诉讼。据不完全统计，近两年，北京地区审理此类案件20余起。

以旧充新恶意隐瞒

4S店消费欺诈的另一种手段是以旧充新欺骗消费者。比如一些4S店恶意隐瞒车辆曾发生过重大事故或其他影响质量和性能的重要瑕疵，故意隐瞒对使用性能没有影响的外观轻微瑕疵或者使用记录，或者“以旧充新”等。王女士在某4S店购买的马自达轿车，提车两周后发现车辆存在重新喷漆迹象。王女士与4S店多次交涉未果后诉至法院请求双倍赔偿，一审法院判决王女士返还车辆，4S店赔偿王女士一倍购车款并赔偿损失15万元。

据法院工作人员表示，利用虚假宣传进行消费欺诈，是个别4S店欺骗消费者的常用手段。一些4S店基于扩大汽车销量的商业考虑，往往夸大事实，如非热销的车说成热销车，或扩大汽车产品的性能和参数，误导消费者做出错误选择。记者看到这么一个事例：前不久，一位广州中山市的杨先生在买车时看中了一款中级车，销售人员告诉他，这款车卖得非常火，仅剩两辆，而且其中一辆已经被订了。但是，杨先生提车时却发现还可以选择颜色，也就是说，这款车卖得并没有销售人员说得那么好，还有不少现车积压。

不过，也有专家表示，个别4S店存在的欺诈销售行为，并不能代表所有4S店都不诚实经营，在消

费者的投诉中也不乏个别消费者隐瞒事实真相。有些事件是公说公有理，婆说婆有理。

很多投诉说不清楚

记者接到中国林科院一位周先生的投诉。反映经销商有欺诈销售行为，但经销商断然否认。

周先生称，今年5月24日上午，他在北京海联力通经贸公司（天通苑店）购买了一辆速腾1.6自动挡标配车。在5月27日下午去洗车、打蜡时，被打蜡师傅发现，该车车顶的漆不一样。经过仔细检查，打蜡师傅表示，该车车顶部位好像重新喷过漆。第二天（5月28日），周先生找到海联力通经贸公司，该公司承认车顶被喷过漆，但提出让周先生去权威部门鉴定喷漆的时间。周先生多方打听根本没有鉴定喷漆的部门。随后，他只好又找到了海联力通经贸公司。据周先生说，该公司服务总监郑庆振一口否认他们的车出售时有问题。经过再次交涉，郑庆振提出可以给车重新喷漆，与出厂前一样，但前提是周先生同意走保险，他们来处理。周先生没有同意。之后，该公司就不再予以理睬。

周先生在投诉中认为：首先，车顶重新被喷漆肯定是海联力通经贸公司的责任，买车时销售顾问也没有让他详细检查和详细介绍选车注意事项；其次，周先生表示，车顶重新喷漆，一般的普通百姓是不会发现的，只有专业人员才能发现。再则，普通百姓也不可能怀疑新车会被重新喷漆，也没有这方面的知识。由于是买车才3天时间就发现了车的问题，周先生怀疑他的新车可能还存在其他安全隐患，他要求对车进行全面检查并赔偿损失。

针对周先生的诉求，记者7月21日拨通了海联力通经贸公司服务总监郑庆振的电话，针对该投诉中的车顶重新喷过漆事件，郑庆振对记者明确表示不是该公司行为，他用了“污蔑、栽赃”字眼断然否认。郑庆振说，新车售出前经过整备是正常的，如果他们售出的车辆之前曾发生过如更换车灯、维修等，在售出时他们都会明确告诉消费者。郑庆振说，周先生所购的车经过重新喷漆，是事实，但与他们公司无关，郑庆振认为周先生的车经高水平的专家一看就是路边店喷的漆。



超7成消费者对4S店不满

针对汽车销售领域的欺诈事件，近日，京城某知名网络媒体对近7000位汽车消费者进行了问卷调查，收集了大量真实数据。

调查发现，面对强大的4S店，很多消费者在吃了亏后选择了沉默，即使投诉也大多不了了之。在此次调查中，对于投诉阶段的结果显示，参与调查的消费者中，选择“投诉未果，已经放弃”的占27.43%，选择“投诉中，难度较大”的占14.81%，而认为“有望解决”的仅有6.16%；而在对4S店的满意程度一问中，3/4网友投了反对票。完全没有任何意见的消费者不足1/4，而选择“有投诉经历”和“极其不满意，绝不再到该店购车”两项的消费者合计达48.29%。

该调查还显示，在参与调查的消费者中，超过6成曾遇到过维修欺诈。有这么一个案例：北京的赵女士开的是一辆进口车，一次开车到外地时，汽车出现了问题，于是在外地进行了维修，修车师傅告诉赵女士是火花塞出了问题，还说：“这么好的车用这么差的火花塞。”赵女士很奇怪，自己的火花塞并没有更换过，怎么会“差”？于是修车师傅提醒赵女士，很可能是维修的时候高质量的原厂火花塞被更换了，修车时更换零件的不少见。赵女士的信中告诉记者，自己的车从来没有维修过，但是确实曾经多次放在4S店里保养。（张海燕）

“消费养老”模式引发争议

业内人士认为，没有政府部门担保，消费者难以放心

“返还产品利润的80%给消费者”，这个口号的确十分诱人。消费者所参与的“消费养老”计划期满时，还可以每年提取消费返利总额的12%作为“养老金”，直到身故。这种模式真的靠谱吗？

在中国老龄化现象日益严重的今天，养儿防老、土地养老、社会保险养老甚至社区养老等养老方式齐上阵，但仍然无法妥善解决我国的养老问题。在此背景下，一直饱受争议的“消费养老”模式引发了更多的关注，媒体褒贬不一，不少人也在质疑：“消费养老看起来不错，但是是否真的可行？”

是否又是一场炒作

“消费养老”的概念由上海家帝豪电子商务有限公司总经理曹建华率先提出。

登陆上海家帝豪集团网站，映入眼帘的是“中国保护消费者基金会信誉保障”、“邓小平保健医生纪本章代言”、“与曹总共创世纪伟业”等一系列宣传推广语，令人目不暇接。

按照曹建华的说法，“消费养老”是给购买其企业产品或通过其电子商务网购买其他企业产品的消费者，按4%至20%的比例，直接返款至消费者长期固定的个人养老金账号。消费者所参与的“消费养老”计划期满时，可选择将返利全部总额取出，或申领“养老金”（必须达到国家法定退休年龄），即每年提取消费返利总额的12%作为“养老金”，直到身故。

“能有这么好的事儿？只怕又是在商业炒作吧！”笔者在其加入的一个投资理财QQ群里，征求大家对“消费养老”的看法时，不少人作出了这样的表示。

其中一个名为“行者客”的网友提出，“消费养老”的概念中有一个很明显的字眼，那就是“个人养老账户”，意在强调养老个人化。然而，现实社会中，并非每一个个体都会参与到消费，比如企业消费，这又怎么计算呢？而且一旦发生退货等行

为，相关积分是否就要被扣除？

安全保障成最大疑点

一个新生事物的诞生，总要接受各种问责和考验。然而，对于注册资本只有500万元人民币、成立于2004年的上海家帝豪电子商务有限公司来说，其影响力以及“消费养老”的安全程度，是令投资者“忐忑”的重要原因。

质疑者认为，既然是“消费养老”，那么势必要做长久考虑，也就意味着当事企业至少要维持几十年的信誉。在市场竞争激烈、广大中小企业平均寿命不足5年的今天，一旦企业经营不善而倒闭或者亏损，又拿什么来支付客户的养老资金？一旦企业挤掉竞争对手，占据市场之后，擅自提价或者出现商品质量问题，没有稳定可行的国家法律法规和相关制度的监管与控制，这一切又如何保证？

2011年4月8日，上海家帝豪集团“我爱我买”网站发布的一则公告表示，该平台的“消费养老”计划实施的第一个消费年，已于2011年3月31日结束；将在2011年4月20日，把消费者账户中的积分，正式转入具有账户管理资质和养老金受托资质的第三方权威金融信托机构进行管理。

“这种做法不就是相当于商品打折吗？让客户多花一部分钱，企业扣除商品成本和利润之后，把剩下的那部分存到保险公司去。”家住北京市昌平区建安里小区10号楼的赵先生对此疑惑。

新模式推广路漫漫

无独有偶，就在曹建华推出消费养老计划不久，重庆市老年事业发展基金会、重庆消费养老发展办公室，联合工商银行、中国人保公司等金融机构，迅速实施了“积分宝消费养老”。

它的模式为：市民凭一张积分卡，在指定的商店、超市、餐馆、酒店消费后，商家退返一定积分到消费者的积分卡里，积分2分可以换1元人民币。这些积分兑换的资金，直接打到消费者的银行结算

账户，再由银行划拨到保险公司为市民缴纳养老保险和意外伤害保险金。相比之下，重庆的做法似乎更为直接可靠。

上海的“消费养老”正在努力推进，它最后会不会将消费与其他更多方面进行联系，比如消费与买房、买车、保险、旅游等各个行业，不得而知。

业内人士分析，羊毛出在羊身上。比如保险企业，本身便包含了养老保险产品，如果消费者购买保险产品之后，保险公司在承担赔付责任的同时，

还要额外让出80%的利润给消费者，太不划算。

这位人士还指出，要想使得消费养老模式在现实运行中不会成为忽悠百姓的泡影，需要政府部门出面担保才行，并且此种制度从都市到乡村，既能在横向覆盖所有消费行业，又能在纵向上普及到国内的每一个商业角落，达到同社会保险养老一样或者比社会保险养老更大规模的时候，消费养老才能起到真正的作用。（冯伟杰）

● 相关链接 ● ● ● ● ●

什么是消费养老

消费养老是最近崛起的一种养老模式，其核心是消费者在购买企业的产品后，企业应该把消费者的消费视为对企业的投资，并按一定的时间间隔，把该企业的利润按一定的比例返还给消费者，这样消费者不仅关心自己所购买商品的数量和质量，也关心购物后所带来的利益。

消费养老的理论依据

消费养老是依据现任世界新经济研究院院长、中国国际交流促进会副会长、中国国际问题研究基金会高级顾问陈瑜的消费资本化理论而来的。由于创立了消费资本化理论，而荣获“2005年度中国十大财智英才奖”；由于提出创新的经济增长方式，而荣获2006年“中国最高策划奖——感动中国十大策划创新人物奖”。该理论认为消费者在购买企业的产品后，企业应该把消费者的消费视为对企业的投资，并按一定的时间间隔，把该企业的利润按一定的比例返还给消费者，这样消费者不仅关心自己所购买商品的数量和质量，也关心购物后所带来的利益。

消费养老的优势

这种新型的消费和社会保障模式具有很多优势，具体表现为：

1. 企业会拥有大量来自消费者的返利而成为资本市场的强者，并且会为养老保险提供一个广阔的巨大资金来源，能在不增加消费者负担的情况下

下，逐步为消费者积攒一笔可观的养老资金，从而解决许多与养老有关的难题。

2. 这种模式会促进消费者采取正规的消费形式而获得能进入自己养老金账号的范例，从而有利于规范税收，防止部分企业和商家偷税漏税。

3. 通过这种消费模式，每个人都有了一个固定的养老保险账号，非常有利于个人各种保险的延续和累计，有利于保险的流动管理。

消费养老的难点

因为企业承诺的养老计划历时较长，信用是一个必须解决的问题，并且返利应该进入消费者的“个人帐户”，并交给社会保险经办机构或者商业保险公司来运营，以确保安全性。对此，消费资本化理论的创始者陈瑜教授也表示赞同：由于是新兴模式，因此需要各方面政策的支持，特别是需要保险机构能设立适合“消费养老”这种具有零星、间断和存款数额时大时小特征的新型养老保险。

消费养老的实践

目前有不少企业已将消费养老模式付诸实践。上海家帝豪电子商务有限公司总经理曹建华谈了企业在实践消费资本论方面一些创新的做法：给购买其企业产品或通过其电子商务网我爱我购买其他企业产品的消费者按4%至20%的比例直接返款，并给消费者设立长期固定的养老金账号，将所返之款全部进入其养老金账号。

北京市消费者协会发布 防紫外线功能晴雨伞比较试验结果

伞是人们在日常生活中必不可少的一种消费品，随着生活水平的提高，消费者购买伞具已不仅仅满足于单一的防雨功能，具有遮阳功能和防雨功能的晴雨伞日益受到消费者的青睐，其质量的好坏自然成为消费者关注的焦点。为了解北京市场上销售的具有防紫外线功能的晴雨伞的质量状况，促进行业健康发展，指导引导消费，维护广大消费者的合法权益，北京市消费者协会近期对北京市场上销售的部分标称具有防紫外线功能的晴雨伞进行了比较试验。

一、试验样品及来源

本次比较试验的样品由北京市消费者协会工作人员以普通消费者的身份从北京市的商场、超市、市场随机购买。购买的样品全部标称具有防紫外线功能，标注的执行标准为GB/T 23147-2008《晴雨伞》或QB/T 1099-2005《晴雨伞》，个别样品标注的是企业标准。样品标价从二十元至五百元不等，涉及北京、上海、广东、福建、浙江5省市24家企业生产的25个品牌的晴雨伞。

二、检验标准及项目

本次比较试验委托北京市轻工产品质量监督检验一站，依据GB/T 23147-2008《晴雨伞》或QB/T 1099-2005《晴雨伞》标准对样品的标识、规格尺寸、耐腐蚀性能、无故障连续开关次数、抗风强度、伞面防紫外线（原状态防紫外线、洗涤后防紫外线、淋雨后防紫外线）等6项指标进行测试。比较试验结果只对购买的样品负责。

三、测试结果

本次比较试验中，25个测试样品有17个样品

主要质量指标均符合国家标准要求，占总样品数的68%，有8个样品不符合国家标准要求，占样品总数的32%。比较试验结果表明：部分制伞企业用普通雨伞冒充防紫外线产品，涉嫌虚假宣传，侵害消费者权益。具体结果如下：

1、产品标志。产品标志是生产企业向消费者明示本产品的信息及安全使用本产品的说明，用于识别产品及其质量、体现产品特征、反映产品特殊性能和使用方法。本次比较试验25个样品中只有杭州萧山河庄鑫叶制伞厂生产的鑫叶牌276505型的样品的产品标志未按国家标准要求进行标注。

2、规格尺寸。为指导消费者选购尺寸大小合适的伞具，伞的尺寸应明示在产品上，国家标准规定其误差为明示尺寸的±8mm。经测试，有4种晴雨伞规格尺寸不符合国家标准要求，占样品总数的16%，其中上海沪丽工贸发展有限公司生产的沪丽牌货号为377的样品和杭州萧山河庄天云伞厂生产的罗密欧牌货号为303的样品实测尺寸误差超过8mm，杭州萧山河庄鑫叶制伞厂生产的鑫叶牌276505型的样品和广州市屈臣氏个人用品商店有限公司经销的MIINE无型号样品未标注规格尺寸。

3、耐腐蚀性能。为了解伞的防锈等耐腐蚀能力，本次比较试验对伞具的耐腐蚀性能进行了测试，即对伞骨等金属电镀件进行中性盐雾试验，且在国家标准规定的盐雾试验时间4小时基础上增加到8小时。经测试，本次比较试验所有样品耐腐蚀性能均未发现问题。

4、抗风强度。抗风强度是反映晴雨伞的防风能力的指标，即使用抗风强度测试仪，模拟大风中伞的使用，伞不应有明显的弯曲、变形和影响使用的损坏。经测试，本次比较试验中所有样品抗风强度均符合国家标准要求。

5、无故障连续开关次数。无故障连续开关次数是模仿人正常使用400次的状态，考核晴雨伞开关使用寿命的试验。本次比较试验中，只有厦门宏达洋伞工业有限公司生产的宏达牌货号为8191的样品在开关128次时中马鞍缝眼脱线。

6、伞面防紫外线。户外强紫外线辐射会对人体造成很大的伤害，使用防紫外线性能的伞具是保护人体的重要方法。本次比较试验中所有样品均明示具有防紫外线功能，GB/T 23147-2008《晴雨伞》标准中规定，防紫外线产品的 $UPF > 40$ 且 $T(UVA)AV < 5\%$ （ UPF 是指紫外线防护系数，数值越高防紫外线效果越好； $T(UVA)$ 是波长在315nm-400nm日光紫外线辐射的透过率，数值越小防紫外线效果越好），QB/T 1099-2005《晴雨伞》标准中规定，防紫外线产品的 $UPF > 30$ 且 $T(UVA)AV < 5\%$ ， UPF 和 $T(UVA)$ 全部达到标准要求，才能称为防紫外线产品。本次比较试验中，模拟消费者的正常使用，分别对伞面原状态防紫外线、洗涤20分钟后防紫外线、淋雨20分钟后防紫外线进行了测试，有8个样品该指标不符合国家标准要求，占总样品数的32%，它们是：厦门宏达洋伞工业有限公司生产的宏达牌货号为8191的样品， UPF 为6.5， $T(UVA)AV$ 为78.54%；深圳市海德曼机电设备有限公司生产的Happy rain牌货号为M05102的样品， UPF 为10.4， $T(UVA)AV$ 为73.24%；上海瑞冠服饰有限公司生产的ELLE牌货号为10SEP-22-003-2500的样品， UPF 为12.3， $T(UVA)AV$ 为70.46%；上海郁柏服饰有限公司生产的拉贝尔La Belle de nuit牌货号为ASYL-22-406-5500的样品 UPF 为7.0， $T(UVA)AV$ 为87.05%，北京博润商贸公司经销的V.FRAAS牌货号为2442021-14的样品， UPF 为11.1， $T(UVA)AV$ 为75.72%；杭州萧山河庄天云伞厂生产的罗密欧牌货号为303的样品， UPF 为11.0， $T(UVA)AV$ 为75.62%；广州市屈臣氏个人用品商店有限公司经销的MIINE无型号样品， UPF 为21.0， $T(UVA)AV$ 为47.88%；上海沪丽工贸发展有限公司生产的沪丽牌货号为377的样品， UPF 为7.7， $T(UVA)AV$ 为78.34%。

本次比较试验出现的问题集中在伞面防紫外

线，所有样品均明示自己为防紫外线产品，但实测有近三分之一的样品不具备该功能，而且其中不乏售价较高的产品，涉嫌虚假宣传。据专家介绍，造成该结果的原因一是为了降低检测成本，在原材料进货时不进行质量把关；二是生产企业对防紫外线产品概念不清，对标准的相关要求不了解，如罗密欧牌的样品其吊牌明示为防紫外线产品且“ $5 < UPF < 30$ ”；三是个别企业以假充真，使用不具备防紫外线功能涂层的面料甚至普通雨伞面料冒充防紫外线面料，欺骗消费者。

四、提醒消费者

1、消费者不应盲目购买昂贵的晴雨伞产品，晴雨伞的价格和产品质量并不成正比，消费者可根据本次比较试验的结果选购。

2、根据本次比较试验结果，晴雨伞洗涤或淋雨后防紫外性能并没有明显的下降，消费者可放心使用。

3、目前，防紫外线面料分为涂层和非涂层两种，并非涂层的伞面防紫外线效果比非涂层的伞面好，且同品牌同货号、面料的产品，深色的比浅色的面料防紫外线性能好，消费者可根据自身需要选购。

4、消费者购买晴雨伞时注意检查产品是否明示具有防紫外线功能，并留存产品吊牌、包装和购物凭证，以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。



冰箱有效容积标注有待改进

近期，中国消费者协会对北京市场上的主流冰箱企业产品进行了比较试验。被抽取的海尔、美菱、东芝等17个品牌的产品整体质量可靠，但是检测结果表明冰箱有效容积实测值偏离额定值现象明显，虽然偏差尚在国家允许的范围内，但是仍然反映出冰箱企业在产品设计、定型、生产方面有需要改进的地方。

根据国家统计局统计的数字，我国2009年电冰箱产量已经达到6063.6万台，国内生产企业正从技术研发、新品推出、高端挺进等多个方位积极努力，不断加强在技术研发方面的投入力度，争取保住已有的优势，国家开展家电下乡工作后，冰箱产品在农村的市场更是得到迅速开拓。

为了帮助消费者选购适合自己的冰箱，了解冰箱产品的市场现状，2009年、2010年中国消费者协会委托国家家用电器质量监督检验中心对17家企业生产的共计17个型号的电冰箱产品进行了比较试验。检测项目主要包括总有效容积、耗电量、能源效率等级。检测依据的标准为《家用电冰箱耗电量限定值及能源效率等级》(GB12021.2-2008)、《家用制冷器具冷藏冷冻箱》(GB/T 8059.2-1995)。

耗电量标准规定：冷藏冷冻箱和冷藏箱的耗电量限值是额定耗电量的115%，当实测耗电量高于限值，所测产品耗电量不合格。能源效率等级：能效指数是由实测总有效容积和耗电量代入能效标准的计算公式得出的计算值，如果计算得到的能效指数高于明示的能源效率等级所规定的能效指数，则能源效率等级不合格。从目前的情况看，市场上被抽取的主流品牌冰箱实际情况与标注基本相符。

标准规定总有效容积限值为额定容积的97%，

当总有效容积的实测值小于限值，所测产品总有效容积为不合格。本次检测的17种型号的电冰箱产品均符合标准要求。只有一家产品有效容积的额定值与实测值相符，有9家产品是实测值高于额定值，最多超出4.6%，仍有7家产品实测值低于额定值，偏差最大的一家总有效容积限值正好为额定容积的97%。

冰箱有效容积问题一直是消费者关注的问题，曾经出现过多起消费者因为有效容积虚高标注进行投诉的案件。本次比较试验发现的有效容积实测值低于额定值的问题同样也要引起企业的重视。冰箱有效容积的准确性，从设计、定型、模具制造、生产、标称等环节看，控制误差的难度并不大。

中国消费者协会呼吁冰箱企业关注有效容积实测值低于额定值的问题。希望各相关企业能够认真解读标准，真实合理地标称产品的有效容积值，以维护消费者的权益。同时，也希望国家有关部门在今年后修改标准时严格冰箱有效容积额定值和实测值之间的误差率。（中消协）



参加暑期补习班防止被忽悠

暑期到了，大大小小的各类补习班招生也开始 了，很多家长都希望自己的孩子能在暑假参加一些 补习班，培养特长，提高成绩。可是名目繁多的 补习班信息除了让家长眼花缭乱外，还有一部分质量 不高或不正规的“补习班”让家长误入陷阱，耽误 时间，损失钱财。

消费者张女士近日在北京某公司给孩子报名参 加小学英语暑期培训班，当时参加了该公司组织的 试听课，课堂效果很好，教师能积极调动孩子的学 习积极性，故与该公司签订合同，交纳35600元钱 的英语培训费。但进入正式培训课程后，发现教师 出现不负责任的情况，一堂课中大部分时间都在判 作业，也不进行教学课程，而且教师对学生的课堂 纪律不管不问，不能保证孩子在课堂上的正常学 习，张女士认为该培训课程教学与试听课的质量相 差甚远，教学存在诸多问题，要求退费，但公司寻 找各种理由拖延退费。近期，类似课外教育培训机 构服务问题引发的消费纠纷有所抬头。6月份，市 消协96315、市工商局12315投诉热线已接到课外 教育培训服务类纠纷投诉79件。反映的主要问题 是：经营者提供的教育培训服务质量差，单方面变 更合同条款、更换教师、变更授课时间或地点，不 履行合同约定擅自涨价、拖延退费、教育培训机构 无照经营或超范围经营等。

为了避免类似情况出现，北京市消协提醒各位 家长在为自己的孩子报名参加暑假各类补习班时， 要注意辨别，防止被忽悠。

一、不要完全听信补习班招生广告宣传。如确 实需要送孩子参加补习班学习，首先要了解清楚该 补习班是否经政府部门批准，特别要看清楚许可证 上规定的办学地点、办学范围等内容是否与实际相 符合，同时应对办学方的教学方式、师资力量等综

合情况进行全面了解。

二、注意查实和分辨广告信息的内容。有些补 习班喜欢打着名校、名师、纯外教的名义来进行宣 传，消费者应注意核实情况，家长最好到授课地点 实际查看一番，除了考察资质、师资、收费等事项 外，对场地过于简陋、教具不齐全的补习机构更应 多留心，如果发现补习班存在虚假宣传，教学、师 资与广告宣传不符，随意缩短课时以及乱收费的， 要及时向有关部门投诉，维护自己的合法权益。

三、要谨防试听噱头。一些补习班声称可以先 试听再交费，可是一旦交了全费，因对教学质量不 满意或孩子因故不能继续参加学习的，办学方往往 以已经试听为由拒绝退费。

四、注意签订协议。家长在为孩子办理补习班 前应对补习班的教学时间、报名费、课时费、资料 费以及退费等内容了解清楚，并签订协议。协议内 容要仔细研读，特别是有关消费者权益方面及退费 条款要格外留意。

五、要理性对待机构“保分”承诺。有些课 外辅导机构打出了“签约保分”宣传策略，对 此，家长和学生尤其要慎重对待。因为此类辅导 班的效果要等到升学考试结束后才能检验出来， 那时即使未达到“保证分数”，培训机构也仅仅 是赔钱，而家长和学生的损失则无法弥补，故不 能一味轻信补习班的承诺，而要多了解以往成绩 和实际师资力量。即使签约，也要咨询专业人 士，实事求是，理性对待。

六、注意索要和查实消费凭证，保留证据。家 长和学生在交费时应注意索要发票凭证，并注意查 看拿到的收费单据是否为有效凭证，凭证上收费单 位与实际办学单位是否相符，防止黑补习班。（北 京市消协）

谨防家用制冷设备维修设陷阱

炎炎夏日，许多家庭制冷设备维修需求增加，每年此时，我会接到有关空调、冰箱服务等方面投诉也呈上升趋势。仅今年6月份的前三周，市消协96315和市工商局12315已受理涉及空调方面的咨询226件，投诉82件，主要问题有：拖延送货安装、安装质量不达标、空调出现不制冷、漏水等质量问题、经营者拖延或拒绝提供“三包”服务、商家不按照承诺提供免费移机服务等。这其中以借维修为名，实则实施欺骗行为，侵害消费者权益的投诉比较典型，值得有关部门关注及广大消费者的警惕。

消费者杨女士反映，家中的XX牌冰箱密封条出现了故障，于是就在网上找了一家XX品牌冰箱的售后维修部，并拨打了网站公示的400电话进行报修。维修人员很快就上门更换了冰箱的密封条，并收取了杨女士400元费用。维修人员还特意在密封条上贴上了一层透明胶带，并告知杨女士第二天再把胶带揭下来，这样密封条才牢固。可第二天杨女士揭下胶带后发现，因边角处的密封条安装的不好，导致门体无法正常打开。于是，杨女士便拨打了当时报修的电话以及上门维修人员的电话，要求再上门修理一下，对方刚开始还答应会上门解决，后来干脆就不接听电话了。无奈之下，杨女士又拨打了该网站公示的另外几个电话，却发现电话根本没有人接听，这才觉得自己是上当受骗了。杨女士称，当时维修人员要收取400元费用就觉得挺贵的，但是想想能修好也就不计较了，没想到现在连冰箱都打不开了。近期，96315、12315两条热线共受理上述XX维修部投诉3件，三位消费者均反映通过互联网查找到该处的电话，不但维修费用高，并且修理后故障未排除或是造成商品损坏，该维修部均拒绝再次上门服务。有关部门按照消费者提供

的企业信息进行了投诉登记，经公司注册辖区工商所核实，企业未在注册地址经营，并且无法与企业取得联系。

北京市消费者协会提醒广大消费者，维修家电时多留个心眼：

一是不要轻易相信网络上的家电维修信息，维修家电首选品牌售后服务部门，这些家电维修网点可以通过家电的售后维修手册查询到，也可以登陆该品牌家电企业官方网站查询。还可以登陆中国家用电器维修协会网站www.cheasa.org查询。

二是如果需要通过互联网查找维修企业，应提前询问企业名称及收费标准。企业相关信息可登陆北京市工商局网站的企业信用栏目进行查询核对。

三是维修人员上门时，消费者可要求查看维修人员胸卡等证件，从明码标价、统一着装、实行“三包”等方面对维修公司的服务进行比较鉴别。

四是支付维修费后主动要求开具正规发票并妥善保存，发现经营者拒不解决维修服务质量问题，及时投诉反映。（北京市消协）



手机“空中充值”需当面验证

手机“空中充值”是电信运营商推出的一种新的充值方式，用户可以在指定的充值商处通过付费的方式直接给自己的手机充值话费。所谓“空中充值系统”是一种新的电子预付费下载服务，它依赖一种全新的手机SIM卡；只要手机的拥有者输入相关密码，并发送短信至移动公司的充值中心，就可为指定的手机号码充值。这种“空中充值”的方式对电信运营商、充值代理商和消费者来说，充值方式较原先的纸质充值卡快捷、便利，充值面额灵活、且比较环保。

近期，有消费者反映在某些报亭、摊铺等充值点进行了“空中充值”，回到家后发现手机充值未

成功，于是投诉到消协。经调查，当地电信运营公司反映该消费者所用“空中充值”代理渠道并不是在本辖区办理，要详细查询还要到外区运营公司方可查询。目前，“空中充值”代理渠道较为繁杂，很多报亭、摊点的充值代理渠道可能不是在当地运营公司办理，消费者一旦遇到此类问题，需要花费大量时间来查询及办理。在此，北京市消协、房山区消协提示广大消费者：当经销商为消费者“空中充值”后，如充值成功应能够收到运营商充值成功的告之短信，如未收到短信，消费者一定要马上拨打运营商客服电话进行查询，在确认手机话费余额正确后方可离开。（北京市消协）

警惕红色收藏的黑色陷阱

近日，海淀区消协接到吉林张先生的来信投诉：张先生是一位有40年党龄的老党员，出于对党和领袖的热爱，收藏了被收藏界称之为“红色收藏”的毛泽东、邓小平等革命领袖的纪念藏品。今年年初，接到北京国粹收藏协会的电话，以“收藏2万元以上，年末可获1万元现金补贴”为诱饵，邀请入会，之后便以藏品估价80万，可以代理拍卖为由，多次向张先生索要场地费，经反复谈价，张先生共交了三次，共计18600元的场地费，对方以低廉的藏品作为抵押。但4月中旬，协会告知拍卖的人数太多，只能安排到明年，张先生才醒悟上当，欲退款却遭拒。经与民政部门核实，并没有北京国粹收藏协会注册。

今年，区消协陆续收到打着“高科技”、“艺术名人”、“收藏拍卖”等幌子实施诈骗的投诉，但都因查无主体，区消协无法调解而建议到公安部门报案。据此，海淀消协提示消费者：

一是交易主体要辨清：首先要对交易方验明正

身，确定为合法主体，再进行交易，否则合法权益将难以保障。如果是经营主体，必须到工商局登记注册才为合法的经营主体，在北京市工商局登记注册的经营主体可以到其官方网站查询到企业的信用信息；如果是协会类社会组织，需到民政局登记注册才为合法的社会组织，北京市民政局官方网站可以查询社会组织是否正式注册。

二是莫被“馅饼”诱惑踏入“陷阱”。本案例中“收藏2万元以上，年末可获1万元现金补贴”“藏品估价80万”，都是诱人的诱饵，面对财富的诱惑，消费者一定要冷静判断，别被虚幻的“馅饼”套进了“陷阱”。

三是异地交易，更需谨慎。目前这类诈骗普遍实行异地诈骗，因为一旦被识破，异地投诉、报案等很不方便，因而当事人会放弃维权，所以遇上异地交易，更要谨慎，一定要到交易方当地的相关政府网站核实注册信息。（海淀区消协）

当心超市收费有差错

近日，石景山区消协受理了消费者霍先生的投诉，反映在美廉美超市鲁谷店消费时，收款员多收了50元钱。原来，霍先生在美廉美超市鲁谷店购买了多种商品，共计交款140余元。回到家后发现了问题，在袋装馒头（东坡主食系列）的价签上标注的单价是4元，而收费票据上却打印的是54元。霍先生立即带者票、物返回店里，但店家未予解决，所以，直接来到消协投诉。

消协工作人员了解情况后，立即联系到该店负责人。该店负责人称确有其事，原因是一名新员工因业务不熟练，操作有误造成的。经核实情况后，消协工作人员首先批评了店方的错误，同时，也教育消费者在发生消费纠纷后，不应该在店里大吵大闹。依照《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定，消协提出由经营者向消费者退还多收的钱款，并给予30元的补偿金，作为消费者的交通费用等补偿，双方听后，均表示同意。

通过这起投诉，消协提出以下警示：

一、对于消费者：

1、在购物的时候最好在现场核验票据和货物，遇到问题可以当场解决。

2、保存好票据，以便在事后发现问题时作为解决问题的凭证。

3、在发现问题或出现纠纷时，要冷静、理智地处理问题，否则，即影响商场的经营秩序，也有害于个人的身心健康。

二、对于经营者：

1、要加强对企业员工思想道德和业务技术的培训，提高团队整体素质，以避免上述问题的发生。

2、要努力打造和谐的消费环境，在遇到纠纷时要以维护消费者的利益为出发点，公平、公正地解决问题，防止事态扩大化，影响企业形象。

（石景山区消协）

网购贵重饰品需谨慎

近期，房山区消协接到一退休老人反映在网上购买玉器饰品过程中发生的问题，消费者王女士在某网上交易平台花费1500元购买了一件圆形玉器吊坠，后在大商场用专业器具称重后发现，重量与其质检证书质量不一致，咨询出具该证书的质检站后得知，所称重量如果不能精确到证书所示的0.001，则可认为该证书为经营者非法冒用。消费者要求经营者退货后遭到拒绝，经营者认为该偏差是合理误差。经消协人员帮助消费者与经营者沟通，经营者最终为消费者退掉了货款。

消费者在网购中对商品真实信息的了解，大多

来自于实物照片或经营者描述，很容易产生信息不对称的现象，消协在此提示广大消费者，请消费者慎重选择网上购买价值较高的首饰饰品等贵重物，一是饰品类商品表面细微瑕疵不易发现，消费者收取货物后再发现问题，存在举证质量问题难的情况；二是即使经营者承诺七天无条件退货，在其不主动接受消费提出的退货申请时，消费者还须邀请交易平台介入协商，等待进一步处理。因此，消费者如需购买自己心怡的首饰饰品，应首选有信誉的实体商家购买，做到精细挑选、放心购物。（房山区消协）

请科学使用燃气热水器

时值夏季，炎热的天气让人难以忍耐，洗澡成为人们消夏解暑的直接选择。消费者李先生用了不到3年的热水器突然工作异常，经维修人员上门检查结果为人为使用不当致热水器受热部件损坏，维修费用高达500余元。李先生认为自己设定的温度值明明是厂家定的，火力再大也不会人为将部件烧坏啊？在不理解的情况下投诉到消协。

经调查，该热水器厂家的技术人员将李先生使用不当的情况做了如下解释：消费者在洗浴时感觉水温较热，于是便用洗浴端混水器阀门注入部分凉水以便使水温合适，殊不知这个操作会让热水器端的注水量瞬时减少，而火力温度此时却没有及时降低，如此长期操作便会导致热水器的受热部件使用寿命大大缩短。经调解，厂家为照顾李先生最终为消费者减免了维修费用。

在此，房山区消协提示广大消费者，在使用燃气热水器时，一定要将洗浴端出水混水阀门开到热水最大，以便保证热水器按正常入水量工作，如需

调节温度或水量，则需要提前设定好热水器端的温度值及进水口的进水量。（房山区消协）



保健品销售又有新花样

近日，东城区消协建国门分会接到多起消费者对某公司以收取高额服务费的方式销售保健品的投诉。投诉者多是糖尿病患者，经电话推销与某公司签订“停药调理服务”协议书，消费者一般缴纳几千元至万元的服务费，该公司为糖尿病患者提供专业饮食方案并赠送保健食品，同时，承诺经过“停药调理服务”可以停止服用降糖药物或停止注射胰岛素。

消费者按照饮食方案进食后，血糖不但不能控制，而且认为该公司提供的饮食方案和赠送的保健食品不值那么多钱，消费者要求退费但遭拒绝。该公司不退款的理由是与消费者签订的协议中有“消

费者自动放弃调理服务不得要求退还服务费”，及“如果发生争议，双方协商解决，协商未果，可以向仲裁机构申请仲裁，也可向人民法院起诉”。经建国门工作人员的耐心调解，该公司已为这几名投诉的糖尿病患者部分退款。同时，建国门工商所执法人员检查中发现该公司涉嫌虚假宣传，公司的网页中明显有与实际不相符的广告用语，为减少消费者合法权益，净化消费市场，对这种违法行为正调查处理中。

消协提示糖尿病患者，目前糖尿病属于终身治疗之病，应到正规医院治疗、控制，不可能通过膳食调理治愈。（东城区消协）

选择适合自己的3G手机

3G手机离我们的生活会越来越近，高速上网、在线播放、视频通话是3G手机最为明显的特征。消费者曹女士为自己精心挑选了一款手机，使用后才发现该手机为联通公司的3G定制机，可自己的号码运营商是中国移动，曹女士认为经营者没有为其介绍相关3G知识，要求更换手机。经调解，经营者认为曹女士购买手机时，未提出3G上网需求，使用中也未出现质量问题，因此拒绝更换。

目前，移动、联通两家公司的一般信号模式都是GSM，可以通用，两者只有在3G模式下才不通用，因此，曹女士在日常使用过程中不会存在任何质量问题，依据手机三包规定，经营者实则无法为消费者退换。区消协也曾处理过2起类似投诉，经

营者都为消费者更换了手机，商家承担退换货责任更多取决于他们对顾客负责的态度及诚信经营的理念。在此房山工商分局、房山区消协提示广大消费者购买手机、特别是3G手机时，要弄清自己用的号码属于哪家运营公司再购买。

我国3G领域三大网络并存，分别是TD-SCDMA、WCDMA和CDMA2000，分别属于中国移动、中国联通、中国电信三家公司，3种模式不能互相通用，所以消费者在购买3G手机时，一定要知悉自己的手机号码属于哪家公司，尤其是大部分使用中国移动公司号码的消费者，选择3G手机时，一定要选择支持TD模式的3G手机，如果选择支持联通公司3G模式的手机，则无法实现3G上网。（房山区消协）



夏季选购食品应防止变质

随着气温的不断升高，湿度加大，高温高湿的天气环境为细菌、霉菌、病毒的孳生繁衍提供了条件，也给食品安全带来了一定的隐患。近期，青岛市消保委通过“10109315”消费投诉中心的统计数据表明，二季度涉及食品类的投诉与一季度相比有了较明显的上升，共受理食品投诉163件，比一季度增长19.8%，食品质量问题仍是消费者投诉的热点。其中涉及牛奶、香肠、面包、大米、方便面、猪头肉、烧鸡等食品因出现食物发霉、变质甚至产生腹泻的投诉有30件，占二季度食品投诉总量的18.4%。分析上述投诉出现食品发霉、变质的主要原因是：食品出厂后因运输、周转周期过长以及气温升高商家对食品贮存、保管不善以及消费者未按食品说明书存放、未及时食用等。

对此，青岛市消保委特向社会发出消费提示：随着岛城夏季气温的逐渐升高，食品容易发霉、变质，提醒广大消费者在购买、食用以及保存食品方面应引起注意：

一、注意选择食品的购买、消费场所。不要贪图便宜购买价低质次的食品，消费者购买食品应尽量到大型商场或超市购买正规企业生产的食品。购买食品时注意检查产品外包装标识，看标识内容是否齐全，是否超出保质期。不要到没有《食品流通许可证》和《营业执照》的商店以及流动摊贩处购买食品。不要到没有《餐饮服务许可证》和《营业执照》的餐饮摊位就餐。不购买无生产厂家、无生产日期、无保质期的“三无”食品。

二、注意查看食品的生产或保质日期。购买食品时要认真查看商品的生产日期和保质日期，对临近保质日期的食品建议消费者不宜过多购买，以防保质期内食用不完造成浪费或超过保质期继续食用危害身体健康。特别值得提醒的是，对附赠食品也

要仔细把关。商家为促销盈利，多采用卖物赠物、卖大赠小的促销形式，但多数商家附赠的商品往往是临近保质期的产品，消费者尤其要注意附赠食品的保质期限和食品质量。

三、注意查看食品保存条件。消费者购买食品时要看清保质时限和保存条件，即使是在保质期内的食品也要仔细观察食品保鲜状态，如在购买食品时发现变质迹象应及时要求退换。另外，对购买的即食食品应按照商品的保存说明作相应的保存或保鲜处理。购买现场加工的即食食品，如：凉拌菜、熟食应及时食用，以免保存不当使食品变质，在食用中产生腹泻对身体造成伤害。

四、注意提高食品消费安全防范意识。在商场购买食品以及在餐饮场所消费时要主动索要、妥善保管购物凭据，如出现问题可作为投诉和申诉的重要依据。在商场发现购买到假冒伪劣食品，要及时向市工商局“12315”进行举报，在保护自身利益的同时，便于行政部门及时查处。在餐饮场所消费或在商场购买、食用问题食品后一旦发生恶心、呕吐、腹痛和腹泻等食物中毒典型症状，要及时到医院就诊，并保留好消费凭证、病历卡、检验报告、剩余食品等相关证据，避免因错过最佳的调查时机和无证据而导致因食物中毒无法认定。同时向市消保委“10109315”投诉或向市食品药品监督管理局“9600111”和市工商局“12315”进行申诉。（青岛市消保委）



签订了合同就要履行承诺

[案情简介]

2010年8月6日，消费者李女士在东方家园管庄店签订合同，购买北京欧派集团有限公司北京分公司生产的两套橱柜及抽油烟机等商品，价格为60000多元。合同约定2011年1月28日进行安装。后来安装时，李女士发现橱柜顶部有划伤、色差等问题，且试机时橱柜内的抽油烟机零件也坏了。商家虽然同意修理，但一直拖着没有给消费者修理。双方多次协商未果后，李女士于是到消协部门投诉。

[调解结果]

朝阳区消协双桥分会接投诉后，经核实情况得知，消费者李女士2010年8月6日与该公司签订合同购买两套橱柜，且抽油烟机应安装在橱柜上面。结果安装第一套橱柜抽油烟机时零件坏了，安装第二套时消费者又发现橱柜顶部有划伤，其中有一组柜子有色差问题，而且订购前告知消费者柜子配有电磁炉，而安装时却告知消费者没有电磁炉。双方协商过程中，商家承诺退款，消费者要求更换抽油烟机和尽快退还电磁炉费用。就这样过了两个月直到李女士正式住进新房，橱柜的质量问题也未得到彻底解决。

为了能够让消费者更加满意最终解决结果，消协负责调解人员决定亲自到现场察看，发现第一套橱柜抽油烟机内零件已进行更换修理，只有第二套橱柜顶部划伤和其中一组柜子底部的色差问题没有解决。双方现场沟通后，消协负责调解人员当场做了即时调解书，保证其作为解决问题的法律依据，在消协的调解下，东方家园与厂家终于认识到了问题的严重性，并很快采取补救措施，最终双方达成和解。

[案例点评]

《中华人民共和国合同法》第一百一十二条规定，当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，在履行义务或者采取补救措施，对方还有其他损失的，应当赔偿损失。更何况本案中涉及的商家都是知名企业，明知道由于自身原因给消费者造成损失，就应当积极主动承担责任，履行合同承诺，做好售后服务，减少消费者损失，维护好消费者的合法权益，切不可采取拖延和对消费者置之不理的不正当做法。



签合同不可侵犯知情权

[案情简介]

消费者高女士2010年11月19日在朝阳区的国旅联合股份有限公司签订了一份分时度假旅游合同，并预付了2000元订金。高女士付完款后，发现有些条款不是很满意，甚至有一种上当受骗的感觉。于是找到该公司负责人要求退还订金，该公司负责人不同意退款。经几次协商，商家仍然坚持不退，高女士只得来到朝阳区消协酒仙桥分会投诉，希望消协出面调解。

[调解结果]

朝阳区消协酒仙桥分会接到投诉后，立即核实双方当事人，确定情况属实后对此投诉进行了调解。消协工作人员两次将公司负责人请到消协进行调解。并根据《消法》第八条“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受服务的真实情况的权利”的规定，对该公司负责人进行了教育。在消协工作人员的耐心教育下，被投诉公司的负责人认识到了自己的错误，最终为消费者退还了2000元订金。事后消费者对消协的工作非常满意，并送来锦旗表示感谢。

[案例点评]

合理合法地组织分时度假旅游活动，方便消费者出行旅游，对广大消费者来说是一件好事。但分时度假旅游公司一定要向报名的消费者说明其经营范围和权限，比如那些国家的景点可以去，那些地方的酒店可以住，收费标准是如何规定的等。

总之，消费者通过分时度假旅游公司办理分时度假旅游时，签合同前要实事求是地把每一条款告

知消费者，让消费者做到心知肚明，如有不合适的地方应尽量满足消费者。而不应在消费者不知情的情况下签订合同，否则就违反了《消法》第八条消费者享有知情权的规定。本案中在消协的帮助下，公司负责人能够认识到错误，并及时改正了错误从而挽回了公司的形象，也为公司今后的发展奠定了基础。



货运应按真实价格保价

[案情简介]

2010年12月19日，消费者王先生与北京德邦货运代理有限公司黑庄户分公司鉴定合同，委托该公司从北京运往温州6张大理石餐桌等物件。但该公司在运往温州过程中，不甚将大理石餐桌损坏，消费者要求赔偿损失，该公司也同意赔偿，但对于消费者提出赔偿金额不能接受，多次协商未果，消费者于是投诉到朝阳区消协双桥分会。

[调解结果]

朝阳区消协双桥分会接到投诉后，立即与该公司负责人取得联系。经调查，消费者与该公司签定委托合同书时，其中一项保价声明价值消费者填写700元，保价服务费190元，实际大理石餐桌价格为3200元，但该公司运输合同是根据保价声明价值来交纳服务费用，消费者为了少交纳服务费用，在合同中少写保价声明价值，减少交纳了服务费用。但货到家后消费者发现大理石餐桌损坏，立刻与该货运公司取得联系，并要求按实际餐桌3200元价格给予赔偿，该货运公司同意赔偿，但只能按保价声明价值消费者填写700元进行赔偿，根据合同单中货运毁损或灭失按声明价值和损失费用比例赔偿。经过消协进行调解，该公司赔偿消费者直接损失费用699元，免去消费者包装费用300元。

[案例点评]

货运公司在为消费者服务时，要向消费者讲清楚协议条款内容及所交纳的费用，并做好消费者的售后服务。消费者在鉴定运输委托合同书时，也要把真实的价格填写进去，防止物品损坏后得不到应

有的赔偿，避免自己受到更大的损失，维护好自己的合法权益。



不按约定送货要赔误工费

[案情简介]

2011年2月21日，消费者赵建新与苏宁电器有限公司三间房店签订合同，购买一台佳源DSF1-55B热水器。苏宁电器送货时，消费者发现热水器型号不对，于是拒绝安装。商家当天回去后没有回复。随后消费者投诉到12315投诉举报中心，要求尽快送货并赔偿损失。

[调解结果]

朝阳区消协双桥分会接到投诉后，立即与北京苏宁电器有限公司三间房店负责人取得联系。经调查，消费者购买的是佳源DSF1-55B热水器，对方提供的热水器型号为佳源DSF1-65B。消费者认为与签订合同中的型号不符，拒绝接收，安装厂家认为消费者所反映的情况有误，而且送货时发现型号不符，要求消费者先使用，然后再更换消费者所订购的佳源DSF1-55B热水器，但消费者未同意。消协认为，这个方法可解决消费者当务之急，于是再一次通过电话与消费者取得联系，得到同意后，厂家立即提供佳源DSF1-65B热水器。使用几天后消费者认为购买佳源DSF1-55B热水器比型号为佳源DSF1-65B热水器要好，要求履行合同约定并更换佳源DSF1-55B热水器。经过消协调解，厂家为消费者安装了佳源DSF1-55B热水器，并赔偿误工费120元。

[案例点评]

《合同违法行为监督处理办法》第九条规定，经营者与消费者采用格式条款订立合同的，经营者不得在格式条款中免除自己的下列责任：本纠纷中消费者购买该店商品，该店提供给消费者的商品型

号与消费者签订的合同及票据中注明商品型号不符，所以该店违背了《合同违法行为监督处理办法》第九条中第三项：对提供的商品或者服务依法应当承担的保证责任。

作为商家在履行合同时，要有责任感，分清责任后，不要拖延解决问题，要积极主动承担责任，为消费者服务好，做好售后服务，争当消费者满意单位，避免消费者受损失。维护好消费者合法权益，构建和谐消费环境。



不满意退全款承诺要兑现

[案情简介]

2011年3月15日，消费者刘女士通过优购物公司在网上购买了五盒左旋肉碱减肥咖啡。广告写得十分诱人，并且承诺如不满意可无条件全额退款。刘女士收到咖啡后，发现产品与广告宣传的出入很大。刘女士决定找商家退货。但刘女士再次拨通优购物公司的电话时，优购物公司与购买时的态度截然不同，总是找各种理由推脱，就是不为刘女士退货。无论怎么说都无济于事，刘女士只好拨打了朝阳区消协酒仙桥分会的投诉电话，希望消协出面调解。

[调解结果]

酒仙桥消协分会接到投诉后，立即核实双方当事人，确定情况属实后对该投诉做了调解。消协人员通过电话对优购物公司负责人进行了教育。在消协人员的教育下，优购物公司最终按其承诺，为消费者退掉了860元左旋肉碱减肥咖啡款。消费者非常满意，并对消协的工作表示感谢。

[案例点评]

《消法》第八条明确规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者在网上购买优购物公司产品，该公司应按事先的承诺为消费者服务，而且应实事求是的为消费者介绍自己的产品。既然对消费者作出了承诺，就应该主动履行承诺。

商家在为消费者提供服务时，应该认真负责，如出现类似的问题应主动履行承诺，积极为消费者解决问题，提高公司在消费者心目中的可信

度。力求做到虽然消费者对自己的某一产品不满意，但对公司的服务却满意放心，从而有让消费者选购公司其他产品的机会。



汽车越修越坏理当要赔

[案情简介]

日前，消费者白先生到北京润发机电设备安装维修有限公司姚家园汽车服务分公司进行汽车划痕处理，在维修过程中不但旧的划痕没有修复好，而且出现了新的划痕，白先生认为，这是汽车服务公司员工由于技术不过关和工作失误造成的，要求经营者赔偿。汽车服务公司不答应。无奈，白先生只得向消协投诉，请求帮助调解解决。

[调解结果]

朝阳区消协六里屯分会接到投诉后，立即对消费者投诉情况进行调查，发现白先生反应的情况基本属实，对消费者提出的赔偿要求也表示可以理解。于是，消协工作人员根据了解的事实和相关规定对经营者进行了批评教育，并对双方进行了调解。经营者当即表示，虚心接受消协调解人员的批评，诚恳向白先生道歉，同意向白先生一次性赔偿1000元。双方对此调解结果表示接受，双方无异议，该纠纷圆满解决。

[案例点评]

《中华人民共和国消费者权益保护法》第十条规定，消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。该法第十六条规定，经营者向消费者提供商品或者服务，应当按照《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规的规定履行义务。经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务……”

本案发生纠纷的原因是，由于经营者未履行承

诺，技术不过硬以及店内员工工作失误造成，经营者应接受教训，不断学习和提高专业技术水平，提升诚信守法的意识，更好地为消费者提供优质满意的服务。



新电动车骑20公里就沒电

家住朝阳区东坝乡的康先生，近日在东坝乡某市场购买了一辆崭新的电动自行车。使用了几天后，康先生发现电池的使用时间非常短，只能维持运行20公里左右。康先生找到该市场的负责人要求更换，但市场只同意维修不同意更换。双方交涉了很多次，始终没能达成一致。于是康先生拨打了12315投诉电话，希望消协能够出面调解。

酒仙桥消协分会接到投诉，首先向双方了解了情况，确定情况属实后，对该投诉进行了调解。消协分会工作人员通过电话与该公司负责人联系，并向其说明：该市场售出的自行车在保修期内出现质量问题，市场理应负责，同时根据实际情况为消费者解决问题。此次事件中电池使用时间没有达到承诺的距离，商家应为康先生更换。《消法》第二十三条规定，经营者提供商品或者服务，按照国家规定或者与消费者的约定，承担包修、包换、包退或者其他责任的，应当按照国家规定或者约定履行，不得故意拖延或者无理拒绝。消协依据该规定对该市场的负责人进行了教育。最后该市场负责人给康先生更换了一辆新电动自行车。

落地玻璃窗被偷工减料

前段时间，消费者朴小姐在酒仙桥建材市场某门市部购买了一扇落地塑钢玻璃门窗。安装后不到两个月，就被家人不小心把玻璃撞碎了。朴小姐在检查玻璃破损情况时，无意中发现这块玻璃的厚度很薄，她用尺子一量才知道只有3厘米厚。朴小姐想起当初签合同时，还特意要求安装厚玻璃。但商家为了省钱不仅没有按要求用厚玻璃，而且事先完全没有告知实情，这让她感到非常生气。

朴小姐找到商家理论了一番，并要求商家给予赔偿。但该建材市场门市部负责人完全置之不理，而且态度极其恶劣。无奈之下，朴小姐只好来到朝阳区消协酒仙桥分会投诉，寻求帮助。消协工作人员接到投诉后，及时与被诉方门市部联系。

消协工作人员经调查发现，朴小姐反映的情况属实。《消法》第八条的规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受服务的真实情况的权利。消协工作人员认为，该门市部为消费者安装落地门窗，理应按照合同的约定安装，不应擅自偷工减料欺骗消费者，给消费者带来不必要的损失。在消协工作人员的调解下，该门市部负责人最后同意将朴小姐家的落地窗全部更换上5厘米厚的玻璃，并一次性赔偿其医药费400元。朴小姐对调解结果表示满意。

钻戒改小了怎么办？

消费者杨女士，在某商场购买了两个钻戒，回到家后佩戴起来感觉有点大，于是找到商场希望调换一下，商场表示可以截下一部分，并承诺将截下来的部分补到戒指后面，总重量不会损失，对此杨女士表示了认可。但钻戒加工完成后，杨女士却发现每个戒指少了0.4克，她随即找到商场要求给予解释，商场不仅没有给出任何解释，还拒绝了杨女士要求退还差价的要求。无奈之下，杨女士只好请求消协帮助调解。

朝阳区消协屯消协分会接到杨女士的投诉后，立即调查了事情的经过。《消法》第十一条规定，消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利。第十六条规定，经营者向消费者提供商品或者服务，

应当按照《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规的规定履行义务。经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务……。根据以上规定，消协工作人员对杨女士要求退还差价的意见表示支持。经过消协人员的协调，商场最后同意向消费者一次性补差价400元，双方均对表示接受。

本案纠纷发生的原因是十分明确，因经营者没有按照承诺去做，使得出现重量减少问题，经营者应接受教训，并且学习和提高专业技术水平，更好的为消费者服务。此纠纷责任完全在经营者，因经营者的法律意识不强导致纠纷的发生。同时也提醒消费者，购买贵重物品时，一定要向商家咨询情况，保留好有效凭证，并确认其售后服务。

木门无故变“纸门”★

近日，消费者刘先生与北京某木业有限公司签定合同，购买了4套木纹木门，并交纳了5300元预付款。公司在上门安装过程中，刘先生发现木门的外包装竟为纸质木纹，随即与该公司销售人员进行协商。经商讨，销售人员只答应赔偿损失，不同意退货或更换。于是，刘先生来到了朝阳区消协双桥分会进行投诉。

消协工作人员接到投诉后，向双方分别了解了事情经过。经调查，该经销商与刘先生签订合同后，未就商品的细节进行说明，造成商品没有达到刘先生的合同要求。安装过程中如果不是刘先生无意间发现，还不知商品的表面是纸质材料。调解中，双方分歧较大，商家认定刘先生订的货没有错，坚决不同意退货，而刘先生认为，是商家没有描述清楚商品的细节，一定要退货。经过消协两次调解，商家同意更换木质木纹门，但是由于商家的这次不诚实销售，刘先生坚决要求退货。

依据《中华人民共和国合同法》第一百一十二条规定：当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，在履行义务或者采取补救措施，对方还有其他损失的，应当赔偿损失。后经数次调解，双方最终达成协议，商家退还给刘先生9300元。

从这起投诉中看出，经营者的经营行为存在一定的问题，经营者在经营自己的商品时，要认真仔细介绍商品，应当保证其提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符，不得隐瞒商品细节。同时提醒消费者在签订合同时，仔细阅读合同要求和附加条款，维护好消费者的合法权益，提高自身法律意识。



健康讲座变相销售保健品

近日，老年消费者朱某同老伴（70多岁）一起到在通州区某宾馆二楼听健康知识讲座。讲完课后，主讲的医生给朱某把脉，说：朱某身体不太好，开点药吃吃就好了。朱某说没带钱，没法买药。医生表示没关系，他们可以给朱某送回家，然后再给钱。讲座结束后，相关工作人员开车将朱某和老伴送回家，并将两盒药品（共两种，每一种10盒共20盒）交给朱某，当时朱某东拼西凑付了共计12610元的药费。司机走后，朱某打开包装一看，发现自己所购买的竟然是保健品，感觉很受骗。于是，朱某在次日到朝阳区消协望京分会进行投诉，请求消协工作人员帮助解决问题。

消协分会工作人员接到投诉后，及时与被诉方联系，经过与双方调查核实情况，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第十九条规定，经营者应当向消费者提供有关商品或者服务的真实信息，不得作引人误解的虚假宣传。经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用方法等问题提出的询问，应当做出真实、明确的答复。消协工作人员与经销商约定到朱某家办理退款，因朱某已经将两种保健品各拆一盒，因此朱某同意扣除被拆开的两盒保健品的费用，最终退还货款11349元。

引起本案纠纷的主要原因是经销商以健康知识讲座为由，将老年人召集在一起，极力推销保健品，而不向这些老年人说明真实情况，保健品的价格又很昂贵，当时老人被经销商的推销所迷惑，等明白后才想起投诉，从而导致纠纷发生。此纠纷责任明确，有具体的法律法规依据，在此提醒经销商要强化自律意识，规范各项管理制度，诚信守法经营，以避免此类纠纷的发生，切实维护消费者的合法权益。

皮衣保养后颜色变深

近日，消费者刘女士将一件浅棕色皮衣送到某洗衣店进行清理和保养。几天后，她去洗衣店取衣服时，发现衣服的颜色竟然变深了。刘女士当即与洗衣店经营者进行沟通，并要求赔偿。但经营者只同意退160元洗衣费，不另外进行任何赔偿。刘女士对此表示不能接受，随即投诉到消协，要求经营者道歉并进行赔偿。

消协接到投诉后，立即与刘女士进行联系，了解了具体的情况。刘女士表示，如果经营者态度较好，自己可以接受较少的赔偿。消协工作人员遂与经营者联系，将双方约到消协进行现场调节。

《中华人民共和国消费者权益保护法》第七条规定，消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。根据上述规定，洗衣店对刘女士的皮衣在保养时出现工作失误，改变了衣服的原有颜色，所以理应对刘女士进行赔偿。消协开始调解时，由于经营者态度不好，刘女士决定去做质检，然后起诉经营者，走法律程序解决此事。后经消协工作人员再三调解，并向经营者讲解了《消法》有关规定，经营者最终对刘女士进行了道歉，并赔偿她500元损失费。刘女士对道歉和赔偿均表示接受，纠纷成功解决。



限时抢购成功不兑现

近日，消费者钟先生在某公司网站参加了限时抢购耳机的活动，成功签下订单几日后，该公司却以无货为由，取消了钟先生的订单，钟先生对此很不理解，上网查询后，发现该公司依然在销售自己所订购的商品种类。于是，钟先生与该公司取得联系，坚持要求其履行承诺，给予提供商品。钟先生认为，该产品还在网上销售，根本不是没有货了，该公司的做法是不诚信的行为。协商无果后，钟先生向消协部门进行了投诉。

高碑店消协分会接到钟先生投诉后，及时与双方取得联系。经营者强调，因网上显示的是限时抢购耳机活动，虽然钟先生是在规定时间段内订购的，订单也成功了，但是产品数量是有限的，不是订单成功了，合同就一定能成立的。消协对经营者所说理由给予了批评，因为这样的经营方式，消费者并不知情，应该事先在网站上给予提示，提前告知消费者。该公司既然没有提示，属于经营者的过错，根据《消法》第十六条规定，经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务，但双方的约定不得违背法律、法规的规定。消协工作人员对此纠纷进行了调解，经营者按照订单履行承诺，给予钟先生所订购商品。

本案中，消费者参加该公司网站限时抢购耳机活动，由于经营者不在网站上清楚告知抢购规则，涉嫌误导了消费者，对于消费者提出的问题也没有及时的解决，所以导致了纠纷的发生。

花钱请月嫂却等不来服务*

近日，消费者于先生与北京某月嫂公司签订了月嫂服务合同，同时交了500元押金。合同签完后，于先生却迟迟等不到月嫂上门服务。由于他爱人已接近生产期，他心里十分着急，只好找到月嫂公司要回押金，再雇别的家政公司服务人员。但该公司一直以各种理由拖延，一直没有把押金退给于先生。无奈之下，于先生只得向消协投诉，请求帮助解决问题。

六里屯消协分会接到于先生投诉后，与双方及时进行了沟通。《中华人民共和国消费者权益保护法》第四条规定，经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则；第十六条规定经营者向消费者提供商品或者服务，应当依照《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规的规定履行义务。经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务，但双方的约定不得违背法律、法规的规定。消协工作人员认为，经营者没有按照签订合同的条款约定履行，收取消费者定金后，未按期安排月嫂为消费者提供服务，经营者存在主要责任，所以对经营者进行了批评教育。经营者表示接受调解意见，返还于先生500元押金。

羽绒服干洗后出现划痕

近日，贾先生到某洗衣店干洗3件羽绒服。等他到店取衣服时，发现其中一件衣服前襟右下角有一条约10cm的划痕。由于当时负责人不在洗衣店，所以店员建议贾先生先把其他两件没有问题的衣服取走，等负责人回来后再处理有划痕的衣服。经过贾先生同意，店员将洗衣票据收回，并开具了一张“羽绒服一件，在店里”的洗衣单。

过了几天，贾先生再到店里找其负责人进行协商时，该负责人要求贾先生提供洗衣票据，贾先生说之前取其他两件衣服的时候，店员已经将票据收回了。但该负责人以贾先生无法提供洗衣原票据为由，拒绝处理此事。双方发生口角后报警，公安人员了解情况后，建议双方到消协进行解决。

团购餐券竟是~~假~~的

消费者李女士从某网站团购了“北京梧桐餐厅”的餐券，但到该餐厅就餐时却发现，餐券即使在有效期内也无法使用，属于假冒餐券。因此，李女士要求该网站退款，并赔偿由此引起的利息损失，但该网站对李女士的要求没有给予回应。李女士无奈只得向消协投诉。

接到李女士投诉后，六里屯消协分会工作人员指出，《中华人民共和国消费者权益保护法》第十一条规定，消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利；第十六条规定，经营者向消费者提供商品或者服务，应当按照《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规的规定履行义务，经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务……及时调查了事情的经过。消协工作人员依法进行了调解。最终，经营者诚恳地向李女士道歉，一次性补偿李女士150元。

消协提醒消费者在参加团购活动时，一定要睁大眼睛，加强风险意识，还要保留好消费记录和凭证，如果发现权益受到侵害要主动理性维权，在与对方协调无果的情况下，及时向工商、消协部门投诉。

贾先生与经营者来到消协分会进行现场调解。贾先生认为，经营者在洗衣过程中出现了问题，在双方合同关系没有完全终止的情况下，不应该单方面撕毁相关的单据证明，因此应对整件事情负全责，并进行赔偿。而经营者却不同意贾先生的观点，双方意见难以达成一致。

消协工作人员表示，按照《洗染行业规定》第26条规定，衣服在购买三个月内，应按原价的95%赔偿。最后，经营者同意赔偿贾先生665元，退洗衣费48元，共计713元。消协也提醒消费者，在洗衣时如发生问题，应保留或复印洗衣原始票据，证明消费者的权益受到了伤害，以此来保障消费者的合法权益。



美容卡退费很困难：

近日，消费者孙女士来到昌平区消协投诉，称其2009年10月在昌平一家美容院预付了20000元，准备做一项名为“冰电波”的美容项目。之后，孙女士虽然一直在该美容院做其他护理项目，但所有消费都有另外付款，冰电波的项目根本没有进行，预付款项也一直没动过。

2011年初，该美容院更名并更换了负责人，孙女士遂要求退还预付款，但却遭到美容院负责人的拒绝。孙女士与其多次协商，都没有得到满意的结果。无奈之下，孙女士找到消协寻求帮助。消协工作人员接到投诉后，详细了解了情况，并留下了相应的票据。消协工作人员联系到该美容院负责人，该负责人表示不接受孙女士的要求，只同意孙女士转做其他项目。对此，消协工作人员向该负责人讲解了《消法》有关规定，消费者享有自主选择权和知情权等，而且从经营角度与其探讨了如何争取更多的客户。最终，该负责人同意退还10000元现金，另外的款项让孙女士选做其他项目，也可让其购买等价产品。在征得孙女士同意后，这起预付费纠纷得以解决。

发票洗坏了怎么办？

近日，消费者孙先生在某电器城购买了一台价值3999元的海尔冰箱。第二天洗衣服的时候，孙先生不小心将购物小票和发票洗坏了。由于担心将来没有购物小票和发票，冰箱坏了就没办法保修，孙先生找到该电器城要求退货。但电器城却以孙先生洗坏小票和发票，是孙先生个人责任为由，拒绝退货。随后，孙先生来到消协牛街分会，找消协的工作人员请求帮助解决。

工作人员经过调查，认为此次事件确实与商家无关，但如果孙先生继续使用该冰箱，将来因为没

游泳池装修熏走消费者

近日，消费者夏女士和朋友一起到蟹岛游泳，正巧赶上蟹岛的蟹泉池在装修，有非常浓的油漆味。夏女士进入泳池大约20分钟后，感觉气味太浓了，简直到了无法忍受的程度，就不准备再游了。但在刷卡结账的时候，夏女士与工作人员发生了意见分歧，夏女士没有刷卡，也没有取鞋就离开了。随后的几日，夏女士多次和经营者协商这件事，都没有得到满意的结果。于是，夏女士向消协进行了投诉。

崔各庄消协分会接到投诉后，立即和蟹岛度假村联系，在进行实地调查后指出，蟹岛度假村应以服务为宗旨，游泳池在营业时间进行装修，气味较浓，应该在比较明显的位置，摆放一个提醒的标牌，度假村虽然做了一个提醒标牌，但是摆放的位置不是很明显，消费者根本注意不到，因此导致消费者在消费时感觉不适而进行投诉。

经过消协多次调解，最终双方达成一致意见，蟹岛度假村将皮鞋退还给夏女士，而夏女士也承诺不再追究其他责任，双方和解。消协提醒商家在施工过程中，一定将警示标志摆放好，同时口头提醒消费者，以确保消费者在消费过程中，与商家保持愉快的合作。



有购物小票和发票，肯定得不到三包的保障，他的合法权益很可能受到侵害。鉴于这一点，工作人员本着对消费者负责的原则，找到商家协商，消费者属于弱势群体，如果购买的产品出现质量问题，而得不到三包保障，对他个人来说显失公平，也不符合构建和谐社会的要求。希望商家在不影响二次销售的情况下，为消费者利益着想，尽量给他退掉冰箱。最后商家同意为孙先生退货，目前已经办理了退货手续。

老人购买保健品被忽悠

消费者梁女士系离退休干部，今年80岁，曾在某公司购买35盒保健品，共计29000元。当时，该公司承诺梁女士购买商品后，会带她外出旅游。但梁女士购买后，服用了一段时间没有任何效果，商家也没有兑现外出旅游承诺。梁女士觉得不对劲，就找到商家要求全额退货。商家认为梁女士年事已高、头脑简单，就以各种借口作为敷衍，只退还给梁女士12000元。

回到家后，梁女士再仔细一算，还是觉得不对劲，于是又去找商家讨要说法。梁女士万万没想到的是，此时商家已是人去楼空。梁女士苦苦寻找了将近一年，也没有任何的结果。万般无奈之下，梁女士抱着一线希望来到幸福大街分会进行投诉，寻求帮助。

幸福大街分会接到投诉后，分会工作人员经过多方打探和寻访，终于在一座居民楼里找到了这家企业。消协让双方当事人碰面进一步解决纠纷，在分清责任的情况下，对商家进行了《消法》等法律法规的宣传，由于梁女士已服用了一部分保健品，不能进行全额退款。最终经过调解，商家又退给梁女士9000元，总计退回21000元。

租房押金到底怎样退？

近日，东城区消协北新桥分会受理了一起由于房屋租赁中介服务引发的纠纷。消费者陆女士反映，她曾和某房屋中介公司签订租房合同，在合同期满后双方进行了交接手续。但陆女士到中介公司领取6000元押金时，该中介公司却以物品损坏为由，提出要扣除2000元押金，只退给陆女士4000元。陆女士认为交接时双方都在场，交接单上也注明：以上物品及设施经甲方验收完好无损，水电除外，各项费用已结清，所以应该将全部押金退还给自己。但中介还是拒绝退还全部押金。于是，陆女士到东城区消协投诉寻求帮助。

消协接到投诉后，立即与商家取得联系。经了解，中介公司承认，由于公司员工在工作时出现了疏漏，没有及时发现损毁的物品，但物品的确是损坏了，必须扣除押金。消协在现场调解时，陆女士也认可物品有不同程度的损坏。对此，消协工作人员指出，陆女士如果损坏了物品，则应当进行相应的赔偿，而中介公司在自己工作上也存在着疏漏，双方都存在一定的责任。经调解，双方各退让一步，商家将扣除后的预付租金5450元退还给陆女士。对于此结果，双方都表示可以接受。

健身卡退费有点难

近日，消费者司女士来到东城区消协幸福大街分会投诉，反映她去年曾在某健身公司办了2张健身年卡，共计1600元整。后来该健身店闭门停业，改由他人接手经营。由于司女士住的地方离健身公司比较远，不太方便健身，便找到该店的负责人要求退还剩余卡费1380元整，当时该店负责人同意了退还卡费，并书面承诺给予办理退款手续。但具体退费手续拖延了一个月，也没有得到任何解决。司女士多次上门要求得到解决，健身店总以各种理由拒绝。

消协工作人员接到投诉后，立即联系双方到分会了解情况，并妥善解决纠纷。司女士向消协分会出具了发票和退款证明，该店责任人看到后没有再进行辩解。消协工作人员对商家解释了和《消法》等有关规定，并对商家进行了说服教育。最后，商家同意立即退还司女士卡费1380元整，投诉得以圆满解决。



洗浴时人身受损谁来承担合理 限度范围内的安全保障义务？

案情介绍：

2010年3月的某一天原告李某（女，30岁）到被告某商务洗浴中心洗浴，在进入女宾部的时候看到该洗浴中心在装修收尾，当时原告本想返回，但是女宾部的服务员告知她装修已经完毕，已经正常对外接待，不影响其洗浴，而且原告发现里面确实有几个人在洗浴，里面秩序如常，于是原告就进入消费。期间原告去搓澡房搓澡，在服务员清洁完搓澡床之后原告刚刚躺下的一瞬间，该床上方屋顶的灯管突然炸裂，灯管的碎片猛落在原告的胸部、脖子、胳膊等处，造成原告上述部位严重灼伤。事发后，该洗浴中心的员工及时将李女士送到附近的医院进行治疗，并支付了近一万元的医药费，因灼伤严重，医院建议原告进行为期三个月的后期美容修复，在征得被告同意的前提下，原告自己垫付了美容修复的费用近两万元，半年后，原告身体受损部位的修复效果并不理想，尤其是其胸部及胳膊多处留下了难以去除的疤痕印记，因原告还未结婚，这种身体上的损害给原告造成了极大的精神伤害。事后，原告多次和被告协商赔偿事宜，被告仅同意报销其美容修复的费用，对于原告所提出的精神损失等其他费用不予接受。协商未果后，原告向北京市某区人民法院提起诉讼，要求被告承担其美容修复的费用、交通费、误工费等共计人民币约4万元，并提出10万元的精神损失赔偿费用。

在案件审理过程中，被告对伤害的事实认可，但是辩称，该损害的造成应该由这期间负责装修洗浴中心的装修单位来承担，因为他们是将该洗浴中心的装修整体承包给装修单位，事故的发生也

是因为装修单位购买了不合格的灯具而导致，因此原告应该向装修单位索赔。后该案经过审理，法院判决支持了原告的部分请求，由被告承担原告美容修复的费用、交通费、误工费共计人民币37700元整，并承担10000元的精神损害赔偿金，判决后双方均未上诉。

案例点评：

根据《消费者权益保护法》第7条规定，经营者对于消费者的人身、财产负有安全保障义务；最高人民法院《关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》第6条规定：“从事住宿、餐饮、娱乐等经营活动或者其他社会活动的自然人、法人、其他组织，未尽合理限度范围内的安全保障义务致使他人遭受人身伤害、赔偿权利人请求其承担相应赔偿责任的，人民法院应予以支持。”《侵权责任法》第16条规定，侵害他人造成人身损害的，应当赔偿医疗费、护理费、交通费等为治疗和康复支出的合理费用，以及因误工减少的收入。第22条，侵害他人人身权益，造成他人严重精神损害的，被侵权人可以请求精神损害赔偿。第37条规定，宾馆、商场、银行、车站、娱乐场所等公共场所的管理人或者群众性活动的组织者，未尽到安全保障义务，造成他人损害的，应当承担侵权责任。因第三人的行为造成他人损害的，由第三人承担侵权责任；管理人或者组织者未尽到安全保障义务的，承担相应的补充责任。

“合理限度范围内的安全保障义务”，是对被侵权人的一种保护。《关于审理人身损害赔偿案

件适用法律若干问题的解释》第6条规定：《侵权责任法》第37条的规定等均明确了无论是经营者还是其他一切从事社会活动的公共场所，均有合理限度范围内的安全保障义务。安全保障义务有的在当事人双方的合同中存在，有的则依据合同法中的诚实信用原则来认定。

关于侵权责任的认定，《中华人民共和国侵权责任法》第2条规定，侵害民事权益，应当依照本法承担侵权责任。本法所称的民事权益，包括生命权、健康权、姓名权、名誉权、荣誉权、肖像权、隐私权、婚姻自主权、监护权、所有权、用益物权、担保物权、著作权、专利权、商标专用权、发现权、股权、继承权等人身、财产权益。第6条规定，行为人因过错侵害他人民事权益，应当承担侵权责任。根据法律规定推定行为人有过错，行为人不能证明自己没有过错的，应当承担侵权责任。

本案中，原告在被告处消费，双方即形成了一种服务合同关系。被告应全面履行合同义务，保证原告在接受服务时不受损害，这种损害当然应包括原告在被告场所接受正常服务时由被告的服务设施或者服务行为对原告人身、财产造成的损害，原告受伤的事实是由被告未尽到安全保障义务而导致，与原告受到损害的后果之间存在因果。虽然本案被告辩称该损害结果的造成并非其直接导致，而是因承包装修的公司采购不合格的灯具而造成，但是被告做为盈利经营的公共场所的管理人，对于前来接受服务的消费者没有尽到合理必要的安全保障义务，给消费者造成损害，应当承担侵权责任。至于

该损害的直接责任人装修公司是否应当承担责任，是承担何种民事责任，并不是本案审理的法律关系，可于本案结束后由被告和负责装修的装修公司另行协商处理或诉讼解决。因此，本案法院最终没有采纳被告的辩驳意见，判决被告承担对原告的侵权责任，支持了原告诉求的美容修复的费用、交通费、误工费等共计人民币37700元整。至于原告提出的人身损害精神赔偿金，在现实中对于此类赔偿损失的范围法律并没有具体的指导标准，虽然最高院发布的《关于确定民事侵权精神损害赔偿责任若干问题的解释》以及《中华人民共和国侵权责任法》中均肯定了其必要性，但是在具体赔偿的数额方面目前一般还是法院根据具体的伤害程度来自由裁量，本案中，法院依法并综合原告的伤情及考虑对原告精神的影响给予了酌情判决，支持了原告10000元人身损害精神赔偿金。

律师提醒：

在宾馆、商场、银行、车站、娱乐场所等公共场所进行消费或接受服务的消费者，如果遇到因为上述场所的设备不完善、人员服务有误等种种原因导致人身或财产受到侵害或损害的，应及时并尽量完整的保留证据，情急之下用手机录音录像，记下周围见证的证人的联系方式等，以便后期维权时证明损害发生的事与因果关系。另外，因为本事件发生所产生的所有相关费用，一定要保留原始的付款凭证及支付证据，以便索赔时有据可依。

本栏目由北京市律师协会消费者权益法律专业委员会协办



本期主持:薛利娟律师

薛利娟：北京市君泰律师事务所合伙人律师，中国政法大学法律硕士，第八届北京市律师协会消费者权益法律专业委员会委员，北京市消费者权益保护法学会常务理事。

专职从事律师业务以来，曾经承办过诸多民事、经济诉讼案件，并成功代理了多起强制执行案件，具有丰富的诉讼实践经验；近年来潜心致力于公司、消费权益保护法律事务的专研和探索，尤其在中小型企业、公司的治理及规范运作方面具有丰富的经验和把握能力。担任了多家企业的法律顾问。

在多年的律师执业过程中始终以诚信、专业、敬业、勤勉、负责的精神为客户服务，最大化争取并维护了客户的合法权益。

加强绿色通道建设之我见

——密云县消费者协会秘书长赵宗武

绿色通道建设，是各地消费维权工作近几年推出的一个重要举措，他不但有效的维护了消费者合法权益，打造了企业品牌，树立了企业良好形象，构筑了社会和谐，促进了社会稳定，而却更有效的降低了行政管理部门的行政成本，替各级党和政府分了忧，人们称之为是“消费维权的快车”一点也不为过。那么，密云工商分局和消协是如何加强绿色通道建设的呢？

一、密云县绿色通道建设的基本情况

截止到2011年5月底，密云县的“绿色通道企业”已经发展到了40家，应该说这些“绿色通道企业”的建立，无论是在消费维权、依法保护消费者合法权益方面、还是构建和谐社会、促进社会稳定方面，以及树立企业形象、增强企业社会效益和经济效益等方面，都发挥了积极的和其他部门不可替代的作用，有的企业为了维护消费者的合法权益，坚持做到了“百姓利益”至上，一切为了百姓、一切服务于百姓，有的企业实行了先行赔付制度、有的企业做到了解决消费者的投诉不出本企业、有的企业对待消费者的投诉提出了限时解决的办法、有的企业提出了终身保修制度等等，这些维权举措的推出，确实为广大消费者做了好事、实事，也确实得到了广大消费者的一致认可和好评。据不完全统计，近三年来，仅密云县绿色通道成员单位自行解决的消费者投诉案件就有1200余件，为消费者挽回经济损失达80万多元。

绿色通道的建立，不仅方便了百姓维权，而且，更加有效地减少了行政成本。

与此同时，我们密云县消费者协会和密云工商分局、密云县种子执法监督站一起，还针对密云是农业大县的特点，为了让农民消费者使用上安全、放心的种子，在全县102家种子经营单位中，开展了“密云县种子经营示范单位”创建活动，自2008年以来已为9家单位授了牌匾。这一创建活动的开展，确实为密云县营造安全、放心的消费环

境，发挥了典型引路的示范作用，密云县农民使用种子也连续3年实现了“零投诉”。

二、绿色通道建设存在的问题和不足

在充分肯定这些做法和已取得成效的同时，也必须清醒地看到，个别“绿色通道企业”也确实还存在着一些不足和亟待解决的一些问题，这些问题，在我们日常受理的消费者的咨询和投诉中，以至深入“绿色通道企业”走访中所掌握的问题和不足，主要反映以下几个方面：

(一) 有的个别“绿色通道企业”的领导，对待快速解决消费者的投诉重视程度还不够，“绿色通道”没有真正发挥应有的作用，存在着“组织不够健全，分工不够明确，人员不够落实，电话无人接听”等问题，从而导致了消费者的不满意。

(二) 有的个别“绿色通道企业”只注重企业的经济效益，而忽略了对出租柜台的管理，甚至说只出租不管理，出现了消费纠纷互相推拖，致使问题不能得到妥善解决。比如：消费者购买的新手机，有的里面却有旧信息和旧电话号码，有的还有黄色图片，这对广大消费者特别是未成年孩子以及老人都造成了极大伤害，有的售出的是翻新的旧手机。因此造成消费者投诉。

(三) 有的个别“绿色通道企业”在开展各种促销活动时，缺乏深入细致的研究，促销活动出台后，各种细则跟不上，兑现说法不一，答复消费者口径不一致，给消费者造成一定的误解，尤其是兑现细则不明确，没有明确可以在哪个楼层、哪个柜台可以兑现哪些商品。这样做不但造成了消费者不满意，而且给企业自身也造成了不必要的麻烦。

(四) 有的个别“绿色通道企业”在管理上缺乏人性化，特别是对待个别消费者购物时因一时疏忽忘记了付款，而且不分事情原委，一切按偷窃行为对待，进行强行搜身、强行罚款，从而导致了消费者的不满而拨打110报警，这一做法无形中给企业也造成了极不好的负面影响。

(五)有的个别“绿色通道企业”不能认真履行本企业承诺。比如，售出的家用电器，销售人员告知消费者24小时到货安装，可是消费者两天都没有见到送货的，好不容易货到了可安装的人员又迟迟不到，造成消费者投诉。感觉销售和售后服务有脱节现象。

(六)有的个别“绿色通道企业”液晶电视和等离子电视底座等配件另行收费，引发消费者不满而投诉，再就是经销商钻家用电器三包规定的缺失空子，消费者购买液晶电视和等离子电视后，一旦电视主板坏了，而告之消费者不在三包规定之内等，让消费者支付维修费用，造成消费者不满。

(七)有的个别“绿色通道企业”的办卡消费，尤其是美容美发、餐饮企业，一旦更换负责人或承包人之后，消费卡继续使用问题缺乏有效的衔接，是造成消费者投诉的直接原因。

三、加强绿色通道建设的几点建设性意见

为了切实加强绿色通道建设，充分发挥其应有的作用。笔者认为：各绿色通道成员单位应该做到以下几点：

(一)要切实加强绿色通道企业的领导，努力确保四个到位。

一是组织机构要落实到位。各绿色通道企业，一定要按照绿色通道企业建设的标准和要求，建立和健全组织机构，明确组织领导，做到绿色通道工作有序的开展；

二是工作人员要落实到位。各绿色通道企业，一定要安排专门工作人员，负责本企业消费者权益的保护工作，做到绿色通道工作有人抓、有人管、有人负责；

三是各项制度要落实到位。各绿色通道企业，一定要按照绿色通道建设的要求，建立和健全各项管理制度，加强对绿色通道建设工作的考核，促进绿色通道的建设和工作的开展；

四是工作开展要落实到位。各绿色通道企业一定要认真履行企业对外的承诺，认真受理和解决消费者的咨询和投诉，确实做到消费维权不出店组、不出本企业。

(二)要切实珍惜绿色通道企业的称号，努力增强四个意识。

一是要增强换位意识。各绿色通道企业一定要牢固树立我就是消费者的换位意识，增强为消费者服务的思想，开展一切工作要围绕消费者利益不受损害而进行，要让消费者永远成为本企业忠实的消费者；

二是要增强责任意识。各绿色通道企业要时刻教育企业员工牢固树立“企业兴我荣，企业衰我耻”的思想，一切工作为了企业、一切工作为了上帝，要让消费者高兴而来，满意而归；

三是要增强品牌意识。各绿色通道企业一定要有品牌意识，打造企业的服务品牌和信用品牌，要诚信经营、守法经营，要用一流的服务、一流的品牌赢得八方来客，要向品牌要效益；

四是要增强竞争意识。各绿色通道企业都要永远树立别的企业无我有、别的企业有我先的竞争思想，只有竞争，企业才能生存、才能发展、才能壮大。

(三)要切实履行绿色通道企业的责任，努力把好四个关口。

一是要把好商品的进货关口。各绿色通道企业一定要严格把好商品的进货关，一定要从正当渠道进货，切不可贪图便宜而致消费者利益和企业自身利益于不顾，不能从无照的送货车和手续不全的经营者中进货，避免上当受骗；

二是要把好商品的质量关口。各绿色通道企业一定要严格坚持厂场挂钩、场地挂钩，严格坚持索证索票，严格检查产品的产地、厂址、商标、生产日期、使用日期、保质期等，以确保产品的质量；

三是要把好日常的检查关口。各绿色通道企业一定要严格坚持企业自身的商品质量检查，落实本企业自检工作人员，确保商品的质量，该下架的商品一定要及时下架，该销毁的商品一定要及时销毁；

四是要把好售后的服务关口。各绿色通道企业一定要加强对绿色通道工作的领导，落实绿色通道的各项制度，强化绿色通道的售后服务，履行企业的对外承诺，切实将售后服务工作做实、做细。

(四)要切实关注绿色通道企业的经营，努力做到四个深入。

一是各级工商行政管理部门和各级消协组织一定要经常深入绿色通道企业，了解和掌握企业的经营情况；

二是各级工商行政管理部门和各级消协组织一定要经常深入绿色通道企业，宣传和普及相关的法律法规知识；

三是各级工商行政管理部门和各级消协组织一定要经常深入绿色通道企业，沟通和交流企业之间的好经验、好做法；

四是各级工商行政管理部门和各级消协组织一定要经常深入绿色通道企业，指导和帮助企业认真做好消费维权工作。

飞鹤： 以消费者为导向打造全产业链

近年来，乳粉安全事件让消费者在产品选择上非常谨慎。专家表示，消费者选择奶粉时不仅要了解奶粉奶源来自哪里，还要知道奶粉加工工艺等信息。而对乳品企业来说，从奶源建设抓起，建造全产业链模式是未来乳业发展的健康之路。

飞鹤乳业董事长冷友斌认为，全产业链是最适合乳粉产品生产规模化、品质化的模式。乳品全产业链是以消费者为导向，从源头到消费者终端的每一个环节进行资源整合，组建产业链利益共同体，形成安全、营养、健康的乳品全产业链。而在这样的布局中，好奶源、好产品、好配方、好服务缺一不可。

优质的乳品是怎样锻造出来的？让我们一起走进飞鹤，了解全产业链模式锻造出来的优质产品。

牧场先行

好的产品从奶源开始，是乳品行业达成的共识。

和日本北海道牧场、美国威斯康星州牧场等世界顶级牧场一样，飞鹤乳业位于黑龙江省的原生态牧场定位在北纬47°，一条国际公认的奶牛饲养黄金带。

从地理上看，北纬47°区域降水适宜，日照充沛，土壤肥沃，拥有丰富优质的牧草资源。同时，在东北

肥沃的黑土地上，种植在牧场周围的有机牧草和非转基因玉米等饲料，增强了奶牛适口性和消化率，保证了新鲜奶源的优质和营养。

从气候上看，北纬47°属于北



温带大陆性季风气候，四季鲜明，凉爽适宜的温度，最适合奶牛的生长。

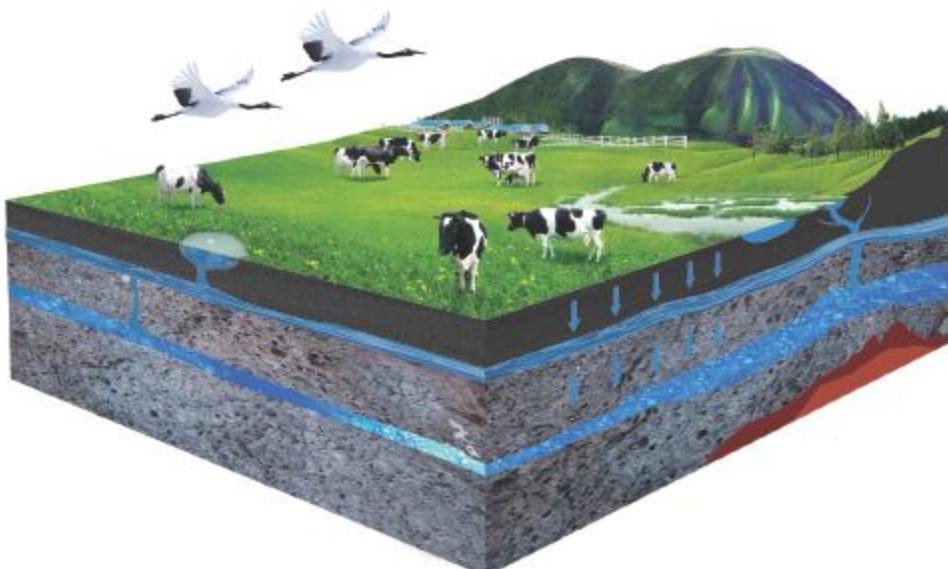
飞鹤牧场毗邻黑龙江省二克山——老黑山克洛新生代火山活动带，地下出产大量天然苏打水，牧场中的奶牛全部饮用弱碱性苏打水。此外，飞鹤牧场紧邻扎龙湿地自然保护区，植被丰茂、水资源丰

富，为飞鹤牧场制造了一个清洁的小气候环境。

绝佳的纬度、养料丰富的黑土地、温良舒适的气候、充足的天然苏打水，这一切形成了养育奶牛、生产纯净牛奶的天然生态牧场，飞鹤正是从这里起航。

在飞鹤看来，优越的自然条件是生态牧场的条件之一，管理更是决定奶源品质的关键。

飞鹤对牧场依据荷兰、美国、加拿大等欧美乳业发达国家先进的理念进行建设和管理——牧场采用恒温恒湿设计，即使冬季室外温度降到-20℃，牧场内也会温暖如春。管理人员介绍说，为了让奶牛有一个轻松的环境，牛舍内采用散栏式自由采食和自锁式牛颈枷，奶牛既不固定床位，又不固定颈枷，一天24小时内，奶牛均能自由采食、自由饮水、自由躺卧、自由运动。目前，飞鹤拥有的3个万头规模牧场，总计存栏进口奶牛22000余头，其中



产奶牛近5000头。

牛要健康，奶才安全。这个理念在牧场里体现得淋漓尽致。在牧场周边，飞鹤建立了专门的牧草种植基地，成立饲料种植公司和精饲料加工公司，将上游饲料种植和精饲料加工业纳入整个生产链中。依据东北肥沃黑土地得天独厚的自然条件，形成绿色有机生产体系——把自有有机农场所种植的天然非转基因玉米加工为饲料原料；从国外采购优质苜蓿，给奶牛补充高蛋白营养。据了解，飞鹤牧场组建了一支具备20年专业奶牛养殖和牧场管理经验的专家团队，根据荷斯坦奶牛的体质，将饲料科学配比，采用国际先进的TMR饲养法，将各种维生素及微量元素混合进饲料中，为奶牛配置营养均衡的“有机大餐”。

同时，为了保证奶源安全，飞鹤牧场引进瑞典、德国的先进挤乳系统，实现了自动赶牛、自动挤乳、自动收集、自动制冷、自动清洗、自动隔离的全自动管理。据介绍，从瑞典进口的自动挤奶设备，实现了全封闭无接触挤奶，新鲜的牛奶在10分钟内降低到4℃暂存，然后装上低温安全运输车。从挤奶到运至工厂加工，全程封闭，不与外界接触，杜绝任何污染鲜奶的风险。

坚持科技管理的同时，飞鹤倡导对奶牛的人性化管理，为奶牛提供舒适的生活环境，并耐心呵护，使挤奶成为了奶牛一天中最幸福的时光。据介绍，为了保证奶牛产出好奶，挤奶大厅会播放音乐，让奶牛心情愉悦。

牧场的每一头奶牛的颈部都挂有一个蓝色标牌。牧场管理人员介绍，这是奶牛唯一的电子身份证，在奶牛进入挤奶厅入口时，门口扫描器即可自动扫描，通过REID（射频识别）在线监控牛群中的每一个

个体，对每一头牛的身体状况、进食情况、产奶量等数据进行收集和分析，工作人员随时关注奶牛身体变化数据，及时发现挤乳过程中存在的问题，从根本上确保奶牛的健康、原奶的安全与高品质。

先进的管理带来丰硕的成果，飞鹤牧场奶牛日产奶量平均为30kg/头，年均单产达到8833kg，创造了黑龙江乳业新的单产记录。

优厚的自然条件，科学的日常管理，舒适的生活环境，成就了健康绿色的飞鹤原生态牧场，同时也成就了飞鹤一“贯”好奶粉的目标理念。



正是由于奶源的自主掌控，使得飞鹤产品始终保持高品质，在历次国家监督抽查中全部合格。正如飞鹤乳业董事长冷友斌开建牧场时说的那句话：“奶粉安全，奶源是最根本保证。”

严抓品质

生产，是产品品质的最重要环节。

近年来，为保证乳粉安全，国家制定和颁布了一系列严格的乳粉政策和标准。2010年12月，工信部、发改委、国家质检总局联合下发《关于在乳品行业开展项目企业审核清理工作的通知》，要求严格按照《乳制品工业产业政策（2009年修订）》的

要求，对乳制品企业进行全面清理，已建、拟建乳品项目企业必须重新审核生产许可证。

乳业生产许可证的审核是国家规范乳业生产的战略性行动。2011年3月，飞鹤乳业4个分公司先后通过生产许可证的审核，成为国家首批审批合格的乳品企业，飞鹤乳业廊坊分公司成为河北省首家获得婴幼儿奶粉生产许可证企业。国家质检总局蒲长城副局长还亲临飞鹤廊坊分公司视察，并肯定了飞鹤在许可证重新审核工作中的成绩。

“对于乳制品企业而言，生产许可重新审核是企业在新一轮发展机遇中实现平稳健康发展的重要起点。”冷友斌说。

近年来，飞鹤乳业依托自控奶源、完善的电子追溯系统、先进的生产工艺等，将上游原料供应到成品检验都纳入到整个质量管理体系里，从奶源源头、原料控制、生产过程、流通销售等方面严格监控，使产品质量指标完全符合国家标准要求。据介绍，2003年，飞鹤通过ISO9001：2000质量管理体系和HACCP国际食品卫生安全体系双认证。2006年，完成ISO9001、ISO14000、ISO22000三位一体的整合，婴幼儿配方奶粉工厂在乳制品行业内率先取得了GMP证书，建立



■ BeiJing Consumers.企业风采

了一整套完善、规范的产品质量保证体系。

在飞鹤，“两小时生态圈”是飞鹤人引以为傲的生产模式——奶粉加工基地全部建在自有牧场周边地区，挤下来的鲜奶经过低温运输车在两小时内运到加工基地，最大限度地保留了优质奶源的新鲜和营养。

通过先进的湿法工艺，保证各种营养元素的混合均匀，营养成分不流失。据介绍，飞鹤采用的“湿法”工艺，即鲜奶在喷雾干燥成粉的同时加入营养成分，奶粉颗粒与营养元素结合紧密，锁住新鲜营养成分，充分保证产品的营养健康。此外，飞鹤特有的闪溶技术，能使产品颗粒饱满，确保奶粉的充分溶解、营养吸收更好。

在净化度达300000级的奶粉生产车间，记者看到，只有几名工人在操控台前工作。据飞鹤乳业负责人介绍，飞鹤是以制药的标准进行生产，鲜奶在线检测、配方计算、标准化精细配料、自动包装等全部采用丹麦GEA原装进口设备，同时配备自动化控制系统，实现生产过程全程监控。在“两小时生态圈”和湿法工艺的保证下，飞鹤奶粉从挤奶到成品仅需7天，奶粉更加新鲜和营养。

为了给消费者提供最优质的产品，飞鹤质检中心103名拥有中高级证书的检验员对鲜奶、原材料、半成品、成品进行24小时全程跟踪检验，产品经过25道检验程序、203项次检验合格才出厂。做到了“不符合原材坚决不投产，不合格产品坚决不出厂”。

记者还了解到，目前飞鹤乳业达到了对食品添加剂等64项指标进行自检、具备三聚氰胺检验项目的检验设备及能力，为奶粉安全又增添了一道安全屏障。

多元细分

中国乳制品工业协会副理事长

牟静君曾经给企业算过一笔账：中国每年大约有1700万婴儿，即使80%能够得到母乳喂养，还有340万婴儿需要用奶粉来喂养，可见奶粉市场空间广阔。

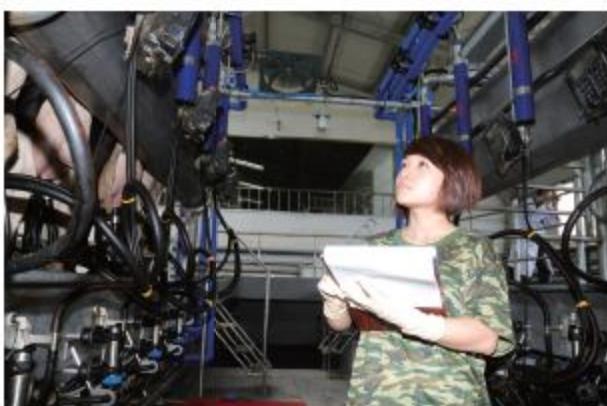
但是，由于市场上的3段配方品种单一、可选择余地很小。因此，婴幼儿体质的不同、消化能力的差异性也令奶粉配方的多元化细分成为奶粉全产业链中一个重大问题。上海交通大学医学院附属上海儿童医学中心金星明教授表示，人

差异，会导致对宝宝健康完全不同的影响。因此，产品细分是市场的发展趋势。

为了提供更适合婴幼儿的奶粉，飞鹤乳业在乳品配方上潜心研究。目前，刚刚推出的飞鹤3段幼儿配方奶粉即是针对不同幼儿身体的不同变化和特殊需求推出的4款新产品：均衡配方、高效吸收配方、增强抵抗力配方、益智营养群配方。

飞鹤营养专家介绍，对于吃得少、吃得慢、偏食的3段宝宝来说，均衡配方产品更加适合，配方涵盖坚果精华、肉制品类、鱼制品类、蛋制品类、谷物类、蔬菜类、水果

类中的多种营养成分，强化维生素类（VC、VD、VE、叶酸）、矿物质类（钙、铁、锌）促进矿物质吸收的CPP等8种重要营养素，支持宝宝体格、骨骼、智力发育，让偏食宝宝不会缺少营养；肠胃不好的宝宝则需要高效吸收营养群，富含可溶性膳食纤维、乳白蛋白等助吸收营养成分能帮助宝宝肠胃蠕动，将诸多营养轻松吸收；容易生病的宝宝则需要增强抵抗力的配方，需要调配核苷酸来调节免疫系统、增强身体抵抗力，摄取益生元来增强肠道抵抗力、抑制有害菌生长、令肠道菌群朝着有利于健康的方向转化，补充叶黄素来增强眼睛抵抗力、保护视网膜免受光线伤害；此外，益智营养群配方中的核桃油、藻油



工喂养目标应该着重在评估喂养的表现，随着对配方奶粉

临床研究数据的不断累积，人们逐渐清楚，尽管所有现代的配方都符合营养需求，但由于配方、配方成分来源以及生产工艺等方面

DHA、ARA/核苷酸等成分有助于宝宝智力发育，让宝宝聪明成长。

飞鹤负责人介绍，此次推出的新品，是从消费者的实际需求出发，而飞鹤3段新品的“细分化、针对性”特点，也恰恰填补了目前奶粉市场的一大空白。

此外，飞鹤积极与国际合作。2010年1月，飞鹤乳业联手丹麦Arla food、荷兰DOMO、美国Martek、荷兰DSM等全球战略合作伙伴，共同研发高科技含量的优质婴幼儿产品，致力于为中国宝宝提供高品质的健康营养食品和完善的服务。

记者了解到，采用“五星优护”系统配方的星飞帆，其高品质的原料均来自飞鹤母婴健康营养研究中心的供应商合作伙伴——马来西亚IOI集团的OPO结构脂肪，比普通脂肪更易于吸收，可增进钙的吸收，软化婴儿粪便，减少便秘；来自全球最大有机乳制品供应商丹麦阿拉食品公司的 α -乳白蛋白，富含多种必需氨基酸，有助睡眠，能降低婴幼儿对奶粉不耐受的几率。此外，星飞帆还采用了美国马泰克公司的藻油DHA、荷兰帝斯曼集团的“罗维力”品牌维生素及矿物质原料、荷兰皇家菲仕兰集团的低聚半乳糖等配方原料。

飞鹤乳业相关负责人表示，与世界顶尖乳品原料及设备供应商合作，能够在产品配方、生产技术等方面与国际同步，将全球顶级供应商纳入产业链条中来，将奶粉品质的保障从“安全”升级为“优质”，为婴幼儿提供最好的产品。

普及科学育儿理念

然而，仅仅生产好产品是不够的。飞鹤认为，关注婴幼儿的成长状况及父母的喂养需求，普及科学的育儿理念是企业的责任

和使命。

为此，飞鹤乳业资助了国家妇幼保健中心与中国早教网开展的“中国城市婴幼儿营养与喂养干预研究项目”。飞鹤乳业表示，乳粉企业应将母婴健康放在首位，有责任和义务对妈妈进行引导和教育，提高母乳喂养意识和科学营养观念。飞鹤营养研究中心根据调研结果，有针对性地在全国妇幼保健机构开展医务培训，制作家长手册在全国范围内派发，同时开展孕婴大讲堂，传授正确的孕婴经验，提高中国婴幼儿喂养水平。

2010年，飞鹤乳业“中国妈妈宝宝健康营养研究中心”正式成立，中心整合了国际六大乳业巨头、国内外一流高校及科研机构、权威早教专家等多方资源力量，为中国母婴健康“全程护航”。据介绍，自成立以来中心开展了中国妇幼保健中心营养跟踪研究、中国早教宝宝成长专业指导系统、百位宝宝专家跟踪指导项目，从调查研究、宣传普及、育儿辅导、亲子互动等方面为母婴提供“全程护航”服务。此外，飞鹤的营养教育部拥

有200多位营养咨询人员与营养师，共同在全国开展了百城千场孕婴讲座，涵盖了孕期护理、婴幼儿营养等孕产妇和宝宝成长方面的内容。

同时，飞鹤妈妈宝宝营养研究中心根据美国哈佛大学教育系教授霍华德·加德纳提出的“多元智能理论”，与首都儿研所、中国疾病控制中心等专业机构及新浪亲子中心、中国早教网、妈妈说网络社区、《父母必读》、《妈妈宝宝》、《母子健康》等6家专业母婴媒体开展合作，为准父母提供专业的育儿健康知识和资讯；特别设立关爱热线400-710-2768，随时随地对育儿问题进行一对一解答；同时邀请专家，在全国陆续开展涵盖孕期护理、婴幼儿营养等孕产妇和宝宝成长等方面的百城千场孕婴讲座；邀请知名医学专家开展“飞鹤孕婴专家 在线妈妈课堂”视频讲座活动，传授科学育儿知识，每天定时分享专业培训，即时交流，科学合理地关爱自己和宝宝。

飞鹤，正以其一贯的品质追求与爱心奉献，为中国的妈妈、宝宝们源源不断地提供着优秀产品与服务。



看看哪种维生素适合你？

长期工作压力大、饮食不节、缺少运动使身体容易患上亚健康，针对不同类型的亚健康，适当补充维生素能有效改善机体状态。但维生素种类繁多，要根据不同的症状“对号入座”吃对才有效。

维生素A

补充信号：对黑暗环境适应能力差、角膜干燥、毛发干枯，或是婴儿频繁呛奶、抗感染能力下降及反复出现呼吸道感染和腹泻。

适用人群：电脑族、业务员及摄入母乳不足的婴儿。

专家解析：坐办公室的人多离不开电脑，但长时间盯着电脑屏幕，或是精神压力过大都容易造成维生素A缺乏。此外，婴儿也会出现维生素A缺乏的表现，因为在婴儿即将断奶，逐渐开始添加辅食时，从食物摄入的维生素A往往跟不上要求。当婴儿缺乏维生素A时，位于喉头前部的会厌上皮细胞会萎缩角化，导致会厌不能充分闭合盖住气管而发生呛奶。通常补充维生素A2~3天后，呛奶症状有所缓解，4~7天后（平均6天）可消失。

过量信号：皮疹、瘙痒、厌食、骨痛、头痛、呕吐等。

维生素B

补充信号：经常性的唇、舌、口腔溃疡，视物模糊，脂溢性皮炎，皮肤粗糙等。另外，观察舌头的颜色能发现到底缺乏哪种维生素B。如果舌头是紫红色，表示缺乏维生素B2；舌头颜色如果是草莓般红色，表示缺乏维生素B12。

适用人群：工作量大的白领及运动较多的人。

专家解析：这类人需特别补充维生素B，因为

维生素B是让脂肪转为热能的重要物质。所有的维生素B必须同时发挥作用，这种现象称为B族维生素的融合作用。如果某种维生素B缺乏，会影响到其他维生素B发挥作用。因此出现某一种维生素B缺乏的征兆时，就是身体发出的一种警告，提示患者需及时补充，否则情况将会继续恶化。

过量信号：所有的维生素B都溶于水，无法存于身体。为了健康，应该摄取充足的维生素B，即便过量也会随着尿液排出体外。因此，维生素B通常不会有过量的表现。

维生素C

补充信号：乏力、食欲差、体重减轻、性情暴躁、关节疼痛，牙龈肿胀、发红、疼痛和出血等。

适用人群：烟民、经常熬夜者、推销员等。

专家解析：吸烟会消耗体内大量的维生素C，所以烟民应注意经常补充维C。而熬夜时肾上腺素分泌增加，肾上腺素的合成也需要维生素C。推销员经常在外奔波，水溶性维生素C会随着汗液从体内大量流失，因此上述人群都应尽可能多补充维生素C。

过量信号：大剂量维生素C可导致肠蠕动增加，引起腹痛与腹泻。维生素C与含有维生素B12的食物同时摄入，可破坏维生素B12的功效，导致贫血发生。

维生素D

补充信号：成年人很少缺乏维生素D，缺乏者多为儿童和老年人。儿童维生素D不足易致钙吸收障碍，引起鸡胸和漏斗胸；老年人缺乏维生素D易致肌肉力量和平衡能力下降，很容易摔跤。

适用人群：儿童和老年人。

专家解析：儿童正处于发育阶段，维生素D摄入不足会引起钙、磷代谢障碍，不但骨骼生长出现问题，肌肉和神经系统也会受到影响。老年人室内活动时间长、晒太阳的时间少，机体合成维生素D的效率不高，因此容易出现维生素D缺乏。人体皮肤受到阳光照射后，可自行合成维生素D，因此老年人平均每天花20分钟晒太阳还是有必要的。为了防止紫外线灼伤，可选在早晨或黄昏、阳光不强的时候进行。或者口服维生素补充剂，因身体能够储存维生素D，隔几个月服用一次即可。

过量信号：维生素D过量可引起低热、呕吐、腹泻、厌食，甚至软组织异位骨化、蛋白尿、肾脏损害等。

维生素E

补充信号：躁动不安、水肿、不育症，头发分叉、色斑。

适用人群：心脑血管患者、女性。

专家解析：维生素E具有软化血管、增强血管弹性等功效，是心脑血管病患者或是有心脑血管病家族史人的“好保安”。因为，维生素E对氧气很敏感，极易被氧化，因此可保护身体其他易被氧化的重要物质。正是由于它的抗氧化作用，可保护心脑血管免受自由基侵害，另外还可降低血脂，减少

心脑血管粥样硬化的形成，在一定程度上能预防冠心病、脑出血和脑梗塞等疾病发生。即便有些患者已确诊患有此病，长期服用维生素E的人在病变程度上也较其他人轻。

另外，维生素E还可渗入到皮肤中，抵抗自由基对皮肤的侵害，起到除角质、养颜护肤的功效。正是由于维生素E有养颜功能，很多女性把维生素E当成美容产品服用。

事实上，维生素E属脂溶性物质，吃多了会累积在体内。每天摄入量不得超过100毫克，若每天超过800毫克可出现中毒症状，每天服用300毫克（半年以上），也可产生头痛、头晕、恶心、口炎等不良反应。此外，大量长期服用维生素E还会造成维生素A缺乏。

过量信号：头痛、头晕、恶心、疲倦、荨麻疹、皮炎、口炎、口唇皲裂、肌肉无力及胃肠症状。

复合维生素

补充信号：长期偏食，肠胃吸收欠佳者。

适用人群：偏食者、老年人。

专家解析：维生素缺乏多因食物摄入不足，与其一次吃多种维生素，还不如吃一片复合维生素。老年人肠胃的吸收不比年轻人好，加上许多营养素容易流失，因此有必要每天补充一片复合维生素。



儿童食品 真的要注意

如今生活质量提高了，孩子的饮食质量也大大提高，但是由于很多家长缺乏儿童食品安全知识，盲目购买食物，不知不觉中损害了孩子的身心健康。针对这种普遍存在的情况，专家提醒家长，日常生活中一些儿童食品安全常识需要了解。

白开水是儿童的最佳饮品

饮白开水不光能满足儿童对水的生理需要，还能为他们提供一部分矿物质和微量元素，不管是碳酸饮料、营养保健型饮料，还是当前许多家庭热衷的纯净水和矿泉水，都不宜代替自来水作为人的主要饮用水。

儿童，因为代谢快，对水的需求量相对比成人多，因此，对水和矿物质、微量元素缺乏或过多，都会影响身体健康。有喝饮料不喝水习惯的孩子，常常食欲不振、多动，脾气乖张，身高体重不足。

长期过量吃冷饮有损健康

一次让孩子吃4、5个冰淇凌，或喝掉2、3瓶汽水，这对儿童健康非常不利。过食冷饮会引起儿童胃肠道内温度骤然下降，局部血液循环减缓等症状，影响对食物中营养物质的吸收和消化，甚至可能导致儿童消化功能紊乱、营养缺乏和经常性腹痛。

另外，冷饮市场有一些产品的卫生状况很差，不少产品不符合卫生标准。在这种情况下，过食冷饮会增加儿童患消化系统疾病的机会。

易拉罐饮料对儿童有危害

倍受孩子们喜欢的易拉罐是以铝(Al)合金为材料制成的。为避免铝合金与饮料接触，其内层

涂以有机涂料以作隔离。有些厂家在生产过程中，保护涂料未全涂满罐壁，或者在封盖、灌装和运输途中出现涂层破损，都会导致饮料与铝合金直接接触，而使铝离子溶于饮料中。

有调查显示，易拉罐装饮料比瓶装饮料铝的含量高出3~6倍。若常饮易拉罐饮料，必然造成铝摄入过多。铝过多可能导致儿童智力下降、行为异常，不利于儿童骨骼及牙齿发育。

长期饮用纯净水会染疾病

矿泉水与自来水主要区别在于其中某种矿物质或微量元素的含量高，对特定人群有保健作用。例如，有缺锌症的儿童饮用高锌矿泉水就会有益处。反之，如果不缺锌，饮食中的锌供给又很充足，就没有必要饮用这种矿泉水。矿物质和微量元素长期过多地沉积在人体，可能会引发某种疾病，最常见的就是肾结石。

而蒸馏水、纯净水、太空水等，多数产品在除去水中工业污染物时，也将水中的矿物质和微量元素去除一大部分。长期饮用，必然使人体某些矿物质或微量元素摄入不足，对身体造成不良影响，对正处于生长发育期的儿童影响更大。

彩色汽水会影响体格发育

五颜六色汽水的主要成分是人工合成甜味剂、人工合成香精、人工合成色素、碳酸水，经加充二氧化碳气体制成的。这些物质不被人体吸收利用，不是人体的营养素，对人体无益，多用还对健康有害。

那些色泽特别鲜艳的汽水里面含有大量的人工合成色素和香精会给孩子带来潜在伤害，过量色素和香精进入儿童体内后，容易沉着在他们未发育

成熟的消化道黏膜上，引起食欲下降和消化不良，干扰体内多种酶的功能，对新陈代谢和体格发育造成不良影响。

膨化食品尽量少吃或不吃

油炸薯条、雪饼、薯片、虾条、虾片、鸡圈、鸡条、玉米棒……是孩子们最喜欢的膨化食品。检测显示，膨化食品虽然口味鲜美，但从成分结构看，属于高油脂、高热量、低粗纤维的食品。

从饮食结构分析有其一定的缺陷，只能偶尔食之。长期大量食用膨化食品会造成油脂、热量吸入高，粗纤维吸入不足，会造成人体脂肪积累，出现肥胖。

儿童经常食用膨化食品，会影响正常饮食，导致多种营养素得不到保障和供给，易出现营养不良。膨化食品中普遍高盐、高味精，将使孩子成年后易导致高血压和心血管病。这些对于孩子的茁壮成长都是不利的。

营养补品千万不能随意吃

家长们认为，给孩子吃补品会促进生长发育，更希望通过它提高孩子的智力，因此会选购各种营养滋补剂，如含有人参、鹿茸、阿胶、冬虫夏草，花粉等营养品。

熟不知，这些补品对成人可能有益而无大碍，但对儿童却经常会引发很多不利的后果，如食欲下降和性早熟。因为这些补品中含有激素和微量活性物质，对儿童正常的生理代谢有影响。

常吃果冻会阻碍营养吸收

市场上销售的果冻，绝大多数并不是用水果制成的，而是采用海藻酸钠、琼脂、明胶、卡拉胶等增稠剂，加入少量人工合成的香精、人工着色剂、

甜味剂、酸味剂等配制而成。

其中的海藻酸钠、琼脂等虽属膳食纤维类，但吸收过多会影响脂肪、蛋白质的吸收，尤其是会使铁、锌等无机盐结合成可溶性或不可溶性混合物，从而影响机体对这些微量元素的吸收和利用。

可乐、咖啡儿童不宜多喝

大量研究发现，常饮咖啡和含咖啡因的饮料，对儿童身体健康不利。咖啡因实际上是一种兴奋剂，它主要对中枢神经系统产生作用，会刺激心脏肌肉收缩，加速心跳及呼吸。

儿童如果饮用了过多的咖啡因则会出现头疼、头晕、烦躁、心律加快、呼吸急促等症状，严重的还会导致肌肉震颤，写字时手发抖。

咖啡因有刺激性，能刺激胃部蠕动和胃酸分泌，引起肠痉挛，常饮咖啡的儿童容易发生不明原因的腹痛，长期过量摄入咖啡因则会导致慢性胃炎。咖啡因能使胃肠壁上的毛细血管扩张，儿童的骨骼发育也会因此受到影响。

洋快餐营养单一不可多吃

据农北农业大学食品工程学院霍教授介绍：洋快餐以油炸煎烤为主。经测算，一份洋快餐套餐脂肪提供的能量占总能量的50%，而维生素的含量不足脂肪量的10%。

而科学的营养标准是：食物热量的58%来自碳水化合物，30%来自脂肪，12%来自蛋白质。按照这个标准，以汉堡包为主的洋快餐则正好与之相反，具有“三高”；高热量、高脂肪、高蛋白；“三低”，低矿物质、低维生素、低纤维的特点。高热量、高脂肪会导致肥胖。对于儿童来说，洋快餐的影响会更加明显，若儿童长期食用洋快餐，久而久之还会对身体发育产生不良影响。



常喝这些饮料帮你祛色斑

已经到了成熟女的年龄，不但气质升华了，连脸上的斑点也开始“升华”，变得多了也深了。其实只要注意保养，脸上轻度的斑点是有可能缓解或者消失的。下面我们给你介绍5种水帮你“喝”去色斑。

● 每日喝1杯西红柿汁 防治雀斑

每日喝1杯西红柿汁或经常吃西红柿，对防治雀斑有较好的作用。因为西红柿中含丰富的维生素c，被誉为“维生素c的仓库”。维生素c可抑制皮肤内酪氨酸酶的活性，有效减少黑色素的形成，从而使皮肤白嫩，黑斑消退。

● 大米黄瓜粥 滋润祛斑

取大米100克，鲜嫩黄瓜300克，精盐2克，生姜10克。将黄瓜洗净，去皮去心切成薄片。大米淘洗干净，生姜洗净拍碎。锅内加水约1000毫升，置火上，下大米、生姜，武火烧开后，改用文火慢慢煮至米烂时下入黄瓜片，再煮至汤稠，入精盐调味即可。一日二次温服，可以润泽皮肤、祛斑、减肥。

● 常饮柠檬汁 皮肤更白嫩

将柠檬搅汁，加冰糖适量饮用。柠檬中含有丰富的维生素c，100克柠檬汁中含维生素c可高达50毫克。此外还含有钙、磷、铁和b族维生素等。常饮柠檬汁，不仅可以白嫩皮肤，防止皮肤血管老化，消除面部色素斑，而且还具有防治动脉硬化的作用。

● 黑木耳汁 驻颜祛斑

取黑木耳30克，红枣20枚。将黑木耳洗净，红枣去核，加水适量，煮半个小时左右。每日早、晚餐后各一次。经常服食，可以驻颜祛斑、健美丰

肌，并用于治疗面部黑斑、形瘦。本食谱中的黑木耳，《本草纲目》中记载其可去面上黑斑。黑木耳可润肤，防止皮肤老化，大枣和中益气，健脾润肤，有助黑木耳祛除黑斑。

● 鲜胡萝卜汁拍脸 美白祛斑

将鲜胡萝卜研碎挤汁，取10—30毫升，每日早晚洗完脸后，以鲜汁拍脸，待干后用涂有植物油的手轻拍面部。此外，每日喝1杯胡萝卜汁也有祛斑作用。因为胡萝卜含有丰富的维生素a原。维生素a原在体内可转化为维生素a。维生素a具有滑润、强健皮肤的作用，并可防治皮肤粗糙及雀斑。

● 早晨喝姜汤能有效预防空调病

早晨是喝姜汤的最好时机，因为经过一个晚上，空调房内的寒气使体内寒凉加重，喝些姜汤可以驱散体内的寒气，帮助身体出汗，有效排毒。

另外，夏季由于人的胃酸和消化液的分泌减少，抵抗细菌的能力减弱，在空调房内外的冷热刺激下易引起胃肠功能的紊乱，导致病菌的入侵，出现呕吐、腹痛、腹泻等胃肠系统疾病。

中医认为，春夏养阳，指的就是春夏之时，自然界阳气升发，养生者须护养体内阳气，使之保持充沛，阳气畅达。而现在都市人群白天晚上呆在空调房内，虽然能享受到空调的清凉，但却导致阳气压制，阳气发散受阻，阴阳失衡，而最终影响正气，导致免疫力下降。

生姜具有发汗解表、温胃止呕、解毒三大功效。处在空调环境中的人们经常喝点姜汤，可有效防治空调病。生姜还具有解毒杀菌的作用，日常我们在吃松花蛋或鱼蟹等水产时，通常会放上一些姜末、姜汁。

怎样做个化妆品团购达人

导语：“今天你团了吗？”是当下不少年轻人的流行语，有的人甚至是团购上了瘾，每天一打开电脑就开始逐个浏览团购网站，紧贴着团购的新消息，生怕出手晚了就错过了好东西。团购在短短的两年多时间内，就成为了网民中最流行的一种新消费方式。

尽管网络上化妆品团购被吹得天花乱坠，但同时也伴随着对团购网站“便宜赚吆喝”中真假与否的质疑声。现在我们就从团购化妆品的来源、真假等方面来探究这个打着“最顶级的品牌，最低级的价格”的团购网站背后我们不知道的行情，一起分享团购经验，做个精明的女人。

◆ 第1招 识别团购化妆品的来源

团购化妆品打出的价格都是专柜价的1—7折不等，花上二十、三十块钱就能买数百元的兰蔻，团购网站上的低价实在是有点让人惊奇。如此低价，货源从哪来？他们如何实现盈利？

1、化妆品经销商的样品

某热门团购网站的销售人员告诉我们，他们的产品全部来自代购和经销商，而且多数产品为样品，直接从厂家拿货的人几乎没有。曾做过化妆品代购的向先生表示，代购的进货渠道是国外厂家在中国地区的经销商，拿货价格低至专柜价格的五折，甚至更低。至于为什么能如此便宜，网站销售人员则强调，他们更多销售的是化妆品小样，即赠品或试用装，因此成本很低。对于这个疑问，另一团购网站的客服人员也称，他们网站销售的大多是化妆品样品，是经销商通过一定的渠道拿到的。

2、专柜营业员私卖小样

向先生还说，有的专柜营业员自己有直接渠道给出团购买网站，有的是出给黄牛，黄牛收来再到网

上发。很多营业员被开掉，都是因为被发现私自卖小样。

“专柜常常都要做活动的，最多的就是满多少送套包（小样）。”向先生说，这种活动有的是专柜做，有的是商场做，但是不管是谁做，量肯定都是上千，通常团购网会直接找做活动的人低价购小样。

此外，导购们也会向团购网提供小样，位于一大型商场的兰蔻专柜导购祁小姐告诉记者，她们工作人员平时会发到很多兰蔻的产品，自己根本用不完。有一些人会向她们低价回收这些产品，回收价格可能低至2—5折。

3、买大批正品搭售小样

由于商场出售赠品是有风险的，并不是所有人都能直接买到小样。一些代购商会一次性砸几万到十几万元给柜台，正价买大件产品。但是和柜台协商好，一定要给出多少多少套的中样、小样。这种做法在柜台很受欢迎，因为一下子整个班组的业绩就冲上去了。如果这个月有一两个这样的代购商来，那么整个柜台能控制到的中小样要留足给他。之后代购商将正品以7折左右的价格出售，然后以几十元的价格出售免费的样品。向先生说，他曾帮代购商牵过线，那个人当时没多少钱，只有2万，和娇兰的专柜联系了，然后他以2万额度配给小样，卖掉后一次赚了3000多元。

◆ 第2招 辨别团购化妆品的真假

1、香港货真假不明

“不过，网上价格特别低的货通常都是香港来的，要不然一点利润都没有。”当了妈妈之后打算渐渐放弃做代购的毛小姐给记者爆料说。她解释称，专柜产品大多是从海关渠道引进的，所以价格高，有中文标签。但是香港不收税，所以代购拿货

■ BeiJing Consumers. 消费课堂

便宜，一般现在商家都是拿香港的货，网上80%的卖家，货也从香港过来的。毛小姐说：“至于香港的货从哪里来，我也向经销商打听过，但他们口风很紧，我只是个小卖家，他们对低于10万一单的卖家，都不会交实底的。”

当问及如何证明是真品时，毛小姐说：“护肤品就像是婴儿奶粉，打个比方，像雅培的产地就有5个，您能说哪个产地的产品是假的吗？像兰蔻产地包括日本、法国等，但我们的货都是来自香港，所以跟内地的在包装和批号上会有差别。”

2、低价回收难防以次充好

上面说到团购小样的来源，虽然是来自专柜的正品，可是兰蔻的导购祁小姐就告诉我们，这些化妆品是否还在保质期内是得不到保证的，网站售卖者很可能拿过期产品以次充好，而消费者根本看不出来。祁小姐说，因为国外产品的生产日期都在外包装上，而内瓶上是看不到年月日这样明确的标示的。而记者也注意到，团购网站上售出的化妆品很多都是没有外包装的。此外，资生堂和碧欧泉专柜的导购小姐也表示，尽管她们对于团购化妆品的猫腻不知情，但是“如果价格低到三四折，那必定是假货。”

◆ 第3招 分享团购达人的团购心得

1、懂得鉴别正牌化妆品

目前很多化妆品小样都没有标明生产日期，致使很多过了期的化妆品被当做正品销售。如何看小样的时间？兰蔻专柜的导购祁小姐教了一招。她说，以兰蔻为例，在内瓶底部有一个5位的生产批号，由两个字母和三个数字组成，第一个字母代表产地，其中f代表印尼原装，F代表美国生产，K代表法国原装。第二个字母代表年份，兰蔻以A代表2004年，B代表2005年，以此类推。后三个数字代表一年当中的第几天。比如生产批号是KE300就代表是2008年10月份左右法国原装的产品。此外，欧莱雅、碧欧泉、理肤泉、薇姿、植村秀等都可以这么鉴别。

2、价格过低一定要小心

不过祁小姐提醒说，市面上兰蔻的假冒产品也

很多，如果价格过低的话就要警惕是不是假货了。祁小姐说，这可能就有“旧瓶装新水”的，也有纯粹的从里到外全部仿冒的。纯仿冒的产品在外包装上仔细分辨，还是可以看出真假的，可以拿正品对比一下包装上的字体粗细和生产批号的差异。

◆ 第4招 管好“内心小魔鬼”理性消费

看到这么明显的省钱商品，你的第一反应是不是很想下单？慢！为避免冲动消费，先来看看有丰富团购经验的编辑为你支的几招：

第一，尽量选择实力强、口碑好的团购网站，购买团购商品前先考察商家资质，切记要对团购物品的种种限制性条款看仔细。

第二，看清团购网站的退货规定，必要的话，与客服详细沟通后再出手秒杀。

第三，做好在线团购的电子信息备份，如果收到的产品出现问题的话，这些备份就是与网站、商家退货的证据。

第四，小心遇到“克隆”网站。编辑曾经团购失败过，那是团购信息与之前“团”过的知名团购网一模一样的“克隆”网页，后来才发现该克隆页面显示的学苑地址是在广州，而电话号码却是北京的。所以在这里再次提醒大家在团购时要仔细辨别，审查细节，避免上当受骗。

第五，管好“内心小魔鬼”，提倡理性消费，不跟风抢购不必要的商品等等，加入团粉也要睁大眼睛哦。



选择木地板有讲究

眼下建材市场上木地板种类繁多，实木地板、复合地板、强化地板、多层实木地板、竹地板……各种名目让人目不暇接，各个厂家对地板种类的划分也不尽相同。这么多的名堂难免让消费者犯迷糊。下面，我们给您做了个木地板品种细分，看看您最适合哪一种？

● 实木地板

名片：天然木材经烘干、加工后形成的地面装饰材料。它呈现出的天然原木纹理和色彩图案，给人以自然、柔和的质感。

优点：天然环保，冬暖夏凉，脚感舒适，调节湿度，品质高贵。

缺陷：铺装要求高，难保养，要经常打蜡、上油。

● 复合地板

名片：很多商家也称之为强化地板。一般由四层材料复合组成：底层、基材层、装饰层和耐磨层。其中耐磨层的转数决定了复合地板的寿命。

优点：耐磨、美观、稳定，尤其适用于地暖系统的房间。此外，还有抗冲击、抗静电、耐污染、耐光照、安装方便、保养简单、性价比高等。

缺陷：视觉效果逊于天然实木，水泡损坏后不可修复。

● 多层实木地板

名片：多层实木地板是以纵横交错排列的多层板为基材，选择优质珍贵木材为面板，经涂树

脂胶后在热压机中通过高温高压制作而成。

优点：保留了天然实木地板的优点，既有实木地板的自然纹理与弹性，又克服了天然实木地板易胀缩变形的通病，同时具有强化地板抗变形、耐磨、耐腐蚀和易清理的特点。

缺陷：与天然单层实木相比，脚感偏硬。

● 竹地板

名片：竹板拼接采用粘胶剂，施以高温高压而成。地板无毒，牢固稳定，不开胶，不变形。地板表面光洁柔和，几何尺寸好，品质稳定。是住宅、宾馆和写字间等的高级装潢材料。

优点：色泽美观，富有韧性、可防潮、不发霉、冬暖夏凉。

缺陷：造价高；易受温度、湿度变化影响，扭曲、变形；防火性能差；运用范围有限。



倡导科学消费 对残忍说“不”

您有没有因为眼睛发炎，嗓子肿痛随意走入一家药店，热情的店员发现您急于看到疗效又不在乎花费，马上向您推荐熊胆类药品？

当您走进大卖场为挑选礼品而发愁时，有没有导购迎过来推荐您购买熊胆酒或者熊胆礼盒送给亲人朋友？

◆ 熊胆究竟从何而来

当您把一小盒熊胆类药品，一个熊胆礼盒买回家的时候，有没有想过它们从何而来？在黑龙江、吉林、辽宁、陕西、四川、云南、广西、广东、福建、浙江以及海南有近百个养熊场，养殖着上万头取胆熊。这些熊从很小的时候就被关进只可容身的铁笼，有的腹部插着长达七英寸的钢管进行取胆，为了不让它们因疼痛而反抗，很多养熊场剁掉了取胆熊的前半截手掌甚至整个手掌（删除此行），锯掉了它们牙齿的上半部分，因为承受不了胆囊中有异物和天天抽胆的痛苦，有些熊选择扒开自己的腹部自杀。为了防止它们这么做，有些养殖场甚至给它们穿上铁马甲，腹部的一扇铁门永远的剥夺了它们选择死亡的权利。由于常年没有运动，吃不到任何有营养的食品，身体机能不断退化，胆部红肿发炎然后慢慢癌变，为了能保证取胆熊的利益最大化，养殖场不断给每只熊打抗生素，延缓它们死亡的时间。

◆ 熊胆的功效有多大

四川龙桥黑熊救护中心一直从事取胆熊的救助，它们的救助工作也给我们这些消费者敲响了警钟。在救出的277头黑熊中，已经有99头因为胆部造成的病变死亡，其中百分之四十死于肝癌。从养

熊场中得到的胆汁，混着病变的污血和脓液，我们不禁怀疑这样的胆汁真的能治病养生还是反而会给我们的健康带来潜在的威胁？曾经因为食用果子狸而引发的非典已经给我们带来了深刻的教训。

再者，据很多中医专家介绍，古代正规的医学典籍很少记载熊胆治病的功效，只在一些偏门左道的药学文章中才看到过相关介绍。许多中医专家经过多年研究，已经确证了四五十种草药与熊胆有着同样的功效，而且远比熊胆更为健康，价格也更为低廉。我们可以轻而易举的在百度上搜索出这些中药的名字。

◆ 科学消费从我做起

作为消费者，我们都未曾想到我们无心购买的这些熊胆眼药水、熊胆痔疮膏、熊胆咽喉片、熊胆胶囊、熊胆牙膏、熊胆面膜等各种各样的熊胆药品、保健品和化妆品把上万头黑熊推向了万劫不复的深渊，它们本来应该自由在蓝天绿草溪水边嬉戏，现在却因为人类的需要在人间地狱中煎熬。

古语云“衣食足而知荣辱”，随着中国经济文化的不断发展，越来越多的人开始关心动物的福利。今年二三月份，数十万公众、网友公开反对某活熊取胆企业的上市计划。在这些人中，有著名中医，有令人尊敬的法学家，有热心的媒体人，有两会代表和委员，有无数默默无闻的支持者，其中很多是曾经不知情而购买过熊胆制品的消费者。物质的极大丰富和文化的多元化，带给了我们更多的选择。作为消费者，我们都渐渐体会到只有与自然和谐相处，与我们身边的动物和谐相处，才会拥有快乐无忧的生活。让我们一起选择健康，选择对残忍说不！



6月23日，北京市消协召开上半年工作总结会，市消协领导及各区县消协分会负责人参加了总结会。



4月19日下午，市消协召开U盘比较试验结果企业通报会，北京市电子产品质检中心有关专家向参会企业负责人介绍了测试结果。



6月30日，东城区消费纠纷人民调解委员会揭牌仪式在东城工商分局正式举行。这是北京市首家消费纠纷人民调解委员会。



6月18—19日，全国首部以展现消协基层干部为广大消费者维权真实形象的电视电影在朝阳工商分局、朝阳区消费者协会所在地正式开拍。



6月13日，丰台工商分局、丰台区消费者协会共同举行“六里桥地区消费维权联盟”成立仪式。图为参会领导向自愿参加联盟的企业发牌。



6月22日下午，石景山区工商分局、区商务委、区消协在当代商城召开现场会，推进消费者购物无碍退货制度。

晴雨伞价格与质量未必成正比

——市消协发布晴雨伞比较试验结果



北京市消协消费指导部主任罗刚在发布会上讲话



现场演示晴雨伞质量状况



中央电视台和北京电视台等媒体在发布会现场拍摄



专家在给媒体记者讲解晴雨伞检测情况

7月26日上午，北京市消协发布防紫外线功能晴雨伞比较试验结果。本次比较试验的25个样品均从北京市的商场、超市、市场随机购买，并全部声称具有防紫外线功能。比较试验结果显示，25个测试样品中只有17个样品主要质量指标符合国家标准要求，占总样品数的68%，有8个样品不符合国家标准要求，占样品总数的32%。

北京市消协消费指导部主任罗刚表示，在8个不合格样品中，长安商场出售的一款价格在316元的Happy rain牌晴雨伞样品，被查出防辐射指数远远小于标准，不能称为“防紫外线产品”。据悉，该产品由深圳市海德曼机电设备有限公司生产。此外，北京王府井（600859）百货大楼出售的上海瑞冠服饰有限公司生产的ELLE牌晴雨伞样品、庄胜崇光百货出售的拉贝尔牌晴雨伞样品、屈臣氏出售的Miine牌晴雨伞样品均被查出防辐射指数不符合标准。市消协方面表示，这些商品因实测发现不具备表明功能，所以已经涉嫌虚假宣传。

北京市轻工产品质量监督检验一站魏小英介绍，不合格晴雨伞出现问题的原因，主要是商家为了降低检测成本，在原材料进货时不进行质量把关，另外生产企业对防紫外线产品概念不清，对标准的相关要求不了解。还有个别企业甚至以假充真，使用不具备防紫外线功能涂层的面料甚至普通雨伞面料冒充防紫外线面料，欺骗消费者。

市消协提醒消费者，消费者购买晴雨伞时注意检查产品是否明示具有防紫外线功能，并留存产品吊牌、包装和购物凭证，以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。（具体内容见P11-12页）