

做“3.15”的主人

每逢在“3.15”国际消费者权益日到来之际，很多人都在期待这一天的到来。因为在这一天作为消费者的我们能找到难得被重视被关注的感觉。特殊的关注在平常我们极少能享受，所以我们才会特别期待。而在315维权打假的这一天，很多不良商家在这一天都会有所收敛，而这一天被查出来的315产品问题将会受到更重的惩罚。但是离开了这一天呢？我们又该怎么办？

客观地看，居家过日子，谁都离不开购物消费。在市场法制环境还不能尽善尽美的条件下，难免产生一些消费者权益受侵犯的现象，这是不争的事实。问题的关键在于，一旦出现了诸如商品质量低下、假冒伪劣、质价不符、虚假广告、拒绝“三包”、缺斤短两、欺诈蒙骗等行为，消费者就成为了弱势一方，多数人被动地退缩忍让，最后只能个人吃亏。唯有到了“3.15”这一天，社会消费氛围为之一变，无论是销售商家，还是生产企业，他们态度谦恭，热情有加，商品过硬，服务优质，消费者确实有了当“上帝”的感觉。可好景不长，之后一些厂商依然故我，我行我素，对消费者不理不睬。为此，许多人无奈地发出“3.15”不要走的呼唤。

“3.15”能否永驻身边，相关执法部门必须履行职责，管理到位，延伸服务；同时消费者也应更新理念，转换角色，大胆维权，旗帜鲜明地和侵犯消费者权益行为据理力争，争做“3.15”的主人。首先，要依法护权。市场经济就是法制经济，目前已实施的《消费者权益保护法》、《质量法》、《反不正当竞争法》、《广告法》、《食品安全法》、《商品房销售管理办法》、《医疗事故处理条例》、《保险法》、《物权法》及产品三包条例等，几乎涵盖了衣食住行的各个领域。只要你平日学懂弄通相关法律，遇到问题驾轻就熟地运用，成为维权利器。其次，熟知投诉渠道，了解维权范围。熟知消协、工商、质检、环保、卫生、食品和药检等部门的职能，明白遇到问题该找哪些部门投诉，如何运用法律手段解决问题。除此之外，不妨学点商品知识，掌握服务规定，借鉴消费者维权成功的做法，自然会成竹在胸，胜算在握。

倘如此，“3.15”就能随时相伴，共同营造出一个清正公平的消费市场。

刘宝民



P04 北京市消协： 应彻底取消“最低消费”

当前，在全社会倡导节约，反对铺张浪费的大环境下，餐馆、饭店顽固坚持设置“最低消费”，直接引发推升过度消费，加剧助涨了铺张浪费，不仅有悖于勤俭节约的道德尺度，也不利于提倡文明健康的消费方式，助长了浪费奢靡之风，应该彻底取消。

卷首语

- 1 做“3.15”的主人

热点关注

- 04 北京市消协：应彻底取消“最低消费”
06 北京市消协：
1.72亿垄断罚金应归消费者
07 北京市消协倡议文明就餐
反对奢侈浪费
08 厉行勤俭节约 反对舌尖上的浪费
09 少放烟花爆竹 文明绿色过节
10 2012十大消费热点事件
14 礼品回收流通脱离商品本性
15 八成婴幼儿奶粉投诉与质量有关
16 建材市场免责声明经不起推敲
18 作坊食品不得进超市销售
19 节后快递收费一人一报价
21 劣质羽绒服成本几十元

权威发布

- 22 北京市消协发布休闲服装比较
试验结果
24 北京市工商局发布服装质量监
测结果
26 北京市工商局公布电源插座质
量监测结果
28 五种太阳能热水器质量不合格

消费提示

- 30 安全行车做到“八九不离十”
32 可防一氧化碳中毒的燃气热水器更
有安全保障
33 乘坐滚梯要安全 握紧扶手是关键
34 冬季注意饮食消费安全
35 购买奢侈品要提防存在风险

调解案例

- 36 吃饭期间一氧化碳中毒难索赔
36 10万元旅游押金退款遭拒
37 收到网购物品要当面验货
37 千万别信美容导购忽悠
37 不要上“小”美容院的当
38 办理预付式消费卡需谨慎
38 手机修理应提供备用机
38 ATM机买电退费真麻烦
39 5万元购房款难要回
39 老年人购买保健品纠纷多
39 房屋中介违约拒退押金
40 职业打假人买过期食品索赔
40 婚戒钻石丢失之后
40 新地板安装缝隙大可维权

案例点评

- 41 格式合同双方发生争议，
应按有利消费者作解释



P16 建材市场免责声明经不起推敲

近日，中国消费者权益保护法学研究会、中国室内装饰协会、北京市房地产法学会召开《规范格式合同 维护消费者权益》3.15案例推介会，与会专家指出

- 42 茶艺店不告知消费价格，事后却多收费涉嫌欺骗
- 42 孩子夏令营时摔伤腿，家长事后维权举证难
- 43 经营者要诚信为先，消费者要凭据为证

工作研究

- 44 浅谈如何完善我国服务消费者保护法律制度

消费课堂

- 46 空气净化器管用吗？
- 48 如何净化室内空气
- 49 装修验收把好5道关
- 49 小心装修公司给你下套
- 51 家电啥时候辐射大
- 52 食品保质期的五大疑问

《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。

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

- | | |
|--------|--|
| 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
陈凤翔 王兆泰 赵元东 吕凤梅
崔国华 郝国庆 路士禹 杨立生
孙晓南 郝广仲 胡文静 张宝林
黄振 赵宗武 关伯仲 阎大海
何文军 |
| 执行主编 | 陈音江 |
| 执行编辑 | 彭会珠 陈亮 阳光 舒畅 |
| 图片摄影 | 杨连一 |
| 美术编辑 | 张霏霏 |
| 封面题字 | 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 |
| 编辑出版 | 北京中轻热点文化传播有限公司 |
| 法律顾问 | 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 |
| 市消协地址 | 北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦 |
| 邮编 | 100055 |
| 咨询投诉电话 | 96315 |
| 邮箱 | bjxiaoxie@sina.com |
| 编辑部地址 | 北京市丰台区大成路6号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 | bjxfz315@126.com |

2013.02 第1期 (总第27期)

京内资准字1013-L0080号

内部资料 免费交流



北京市消协发布观点

应彻底取消“最低消费”

近日，消费者梁女士向市消协反映了在预订年夜饭时被告知有“最低消费”的情况。梁女士称其到某饭店订年夜饭包间的时候被告知“最低消费1200元”，“吃饭为什么也设置门槛呢？我能吃多少愿吃多少就吃多少，这简直是霸王条款，就是强制消费！”气愤的梁女士说。可以说，不单单是赶在过年过节，普通时间一样存在餐馆、饭店设置“最低消费”的现象，而且几乎每位消费者都遇到过类似事件。消费者王先生为了和朋友聚会在饭店订包间，结账的时候才被告知最低消费800元，而他只消费了670元，王先生说，服务员称反正都要交这么多钱，不如再点两个菜，实在吃不完可打包。无奈，只好又点了130元的菜品，直接打包带走。“我们实在吃不了那么多的菜，餐馆这么做，不是逼着消费者浪费嘛。”消费者张先生称，在一家主营南方小吃的餐馆最低消费却要3000元，点来点去也凑不齐，最后只能同样的鱼点了三份。甚至还有一些著名的高档会所，人均“最低消费”少则1000元，多则数千

元。这样的“最低消费”，完全背离了价值规律和人的正常需求。

近日，北京市消费者协会工作人员以普通消费者身份向本市20家中高档饭店开展订餐调查发现，其中14家明确表示包间有最低消费，金额在800元至3000元，其中有的在人均300元的基础上，再加收10%的服务费。更有甚者称“豪华包间最低消费16人，金额6000—8000元”。

最近中央领导同志明确提出：“要坚持勤俭办一切事业，坚决反对讲排场比阔气，坚决抵制享乐主义和奢靡之风。要大力弘扬中华民族勤俭节约的优秀传统，大力宣传节约光荣、浪费可耻的思想观念，努力使厉行节约、反对浪费在全社会蔚然成风。”北京市消协认为，当前，在全社会倡导节约，反对铺张浪费的大环境下，餐馆、饭店顽固坚持设置“最低消费”，直接引发推升过度消费，加剧助涨了铺张浪费，不仅有悖于勤俭节约的道德尺度，也不利于提倡文明健康的消费方式，助长了浪费奢靡之风，应该彻底取消。

同时，饭店餐厅“最低消费”的设置侵害了消费者的合法权益，属于强制性消费。《消费者权益保护法》第9条规定，消费者享有自主选择商品或者服务的权利。第10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。这意味着消费者有自主选择消费数量、消费金额的权利。依据《消法》的精神，餐厅其实是在钻法律的空子，是一种以不公平的格式条款来强制交易的行为，属于不公平条款，涉嫌侵害消费者的自主选择权和公平交易权。

在此，北京市消协呼吁政府有关部门，特别是价格主管部门干预并制止上述行为，维护消费者合法权益。同时希望餐饮行业组织、餐饮经营者能够推进自律，履行自己的社会责任，诚信经营，在获取经济效益的同时，能够为整个社会形成适度消费的良好风气发挥正能量，积极作为，彻底取消餐馆设置的“最低消费”。

北京市消协： “最低消费”涉嫌强制性消费

北京市消协近日明确表态，“最低消费”的设置涉嫌强制性消费，直接引发推升过度消费，应该彻底取消“最低消费”。

近日，媒体报道有观点认为：关于餐饮行业的“包间费和最低消费一般是指餐饮行业提供差异化服务所收取的服务费用。从收费项目来看，包间费和最低消费都是针对餐厅包间消费，二者应只收其一。”

针对此观点，北京市消协明确表态：

所谓“最低消费”与“包间费”不属于同一性质的收费。包间设置最低消费不属于差异化服务收费，不当成为所谓差异化服务收费的借口。如果“二者应只收其一”，其结果会将违背大多数消费者意愿的“最低消费”合理化，有悖于“清理和规范餐饮行业不合理收费”的要求。

“最低消费”的设置侵害了消费者的合法权益，涉嫌强制性消费。餐饮行业设置“最低消费”客观上强制消费者接受不需要的商品（菜品），强制消费者接受不合理的价格，涉嫌侵害消费者的自主选择权和公平交易权。

设置“最低消费”直接引发推升过度消费，加剧助涨了铺张浪费，不仅有悖于勤俭节约的道德尺度，也不利于提倡文明健康的消费方式，助长了浪费奢靡之风，应该彻底取消。

针对餐饮行业设置“最低消费”的现象，北京市消协从即日起向广大消费者征询意见。

中消协： 餐饮最低消费助推餐桌浪费

中消协2月19日公布的2012年全国消协组织受理投诉情况分析显示，一些餐饮经营者通过最低包间费、人均最低消费等营销手法，使得消费者的消费需求虚高，一定程度上造就了餐桌浪费。

统计显示，2012年全国消协组织受理餐饮服务投诉8,595件，其中涉及价格问题投诉1339件，占15.6%，投诉量位居服务类投诉前列。如，2012年9月10日，在天津市政府转交市消协处理的餐饮投诉中，网友反映，他在天津某食府预订的包间内消费后被告知，该食府不提供免费餐具，大厅按1元/套收取，单间按2元/套，且单间最低消费为500元。

中消协认为，餐饮业要主动规范自身经营行为，去除限制消费权利的“霸王规定”，以实际行动推动“厉行节约反对浪费”，为消费者当好合理点菜、营养配餐顾问，为节约资源、保护环境作出贡献。

（常志鹏）



最低消费剥夺消费者 真正选择权

一段时间以来，舆论抨击最低消费造成极大的餐饮浪费，认为其属于法律禁止的强制性消费。对此，有媒体和商家认为商家有价格自主权，且餐饮业已充分竞争，消费者完全可以用脚投票，因此最低消费属于你情我愿，并非“霸王条款”。

最低消费遭诟病，核心原因是其迫使消费者无奈中多点菜、点“硬菜”，每每吃不完、喝不掉，造成浪费。这一基本核心事实不能无视。最低消费看上去你情我愿，但仍然剥夺了消费者真正的选择权。

确实，餐饮企业设立包间需要增加一定的场地成本、人工成本，高峰时段还有“翻台”慢的风险，这些都需要合理定价来消化。《价格法》也明确，企业有权依照“生产经营成本和市场供求状况”制定商品、服务价格；但这不是没有条件的，《价格法》规定，经营者须明码标价，不得利用使人误解的价格手段，诱骗消费者与其进行交易。商家要消化包间使用成本，完全可以明码标价，而最低消费则是在误导消费者用多点菜、点贵菜来充抵包间费用。由于消费者很难准确预判整席菜会被浪费多少、高价菜真实成本如何，店家通过最低消费获取的“包间利润”往往高于明码标价。

另一方面，虽然餐饮业竞争比较充分，但消费者真要获取市场的充分信息后再选择，仍然要付出相当的时间成本和信息成本。商家正是利用这一点，把“最低消费”变成一种广泛的潜规则，剥夺了消费者“丰俭由人”的自由选择权，只保留了吃还是不吃的虚假选择权。

北京市消协发布观点

1.72亿垄断罚金应归消费者

近日，国家发展改革委对韩国三星、LG，我国台湾地区奇美、友达、中华映管和瀚宇彩晶等六家国际大型液晶面板企业2001年至2006年的价格垄断行为进行处罚，包括责令退还、没收和罚款总金额达3.53亿元。这是发改委首度对境外企业做出处罚决定，也是迄今为止对价格违法行为开出的最大罚单。在这一事件中，涉案企业承诺今后将严格遵守我国法律，自觉维护市场竞争秩序，保护其他经营者和消费者合法权益；承诺尽最大努力向我国彩电企业公平供货，向所有客户提供同等的高端产品、新技术产品采购机会；承诺对我国彩电企业内销电视提供的面板无偿保修服务期限由18个月延长到36个月。这次国家发展改革委对6家境外液晶面板企业价格垄断行为做出的处罚，无论就其处罚金额还是震慑违法，都是在我国反价格垄断工作中具有“里程碑”意义的，显然，此次价格执法对进一步促进相关产业合作与技术交流，有效提升我国彩电企业竞争力发挥了重要作用。因而值得拍手叫好。但尽管如此，作为与此事件有直接关系的广大消费者，更希望看到通过对违法者的制裁，有关部门的执法成果能让广大消费者不再成为垄断违法行为的受害者。

本案价格违法行为发生在2001年至2006年，在此期间，涉案企业通过晶体会议等形式交换价格信息，协商液晶面板价格，并在我国大陆境内进行具体实施，违反了《价格法》的相关规定。据此，国家发展改革委责令涉案企业退还国内彩电企业多付价款

1.72亿元。然而，近日这1.72亿多付价款的去向却成为公众的焦点。据媒体报道，这笔款项已划拨给彩电生产企业，而彩电生产企业却说被某行业组织及企业“截留、独享”。值得注意的是，在这些报道中，无论是行业组织还是相关企业，无一关注这笔1.72亿多付价款的真正买单人——广大消费者。

北京市消协认为，在此案中，涉案企业暗中协商价格，以价格联盟的形式向我国彩电企业销售液晶面板，进而推升了彩电整机的销售价格，而国内彩电生产企业最终将不公平交易又转嫁给了消费者，消费者才是这一伤害的实际承接者。在相当一段时间，广大消费者既为垄断价格买单，同时也不能公平的享受电视三包规定而维护其权益。因此，从事实上讲，退还给国内彩电企业的多付价款的真正所属权益应当是为垄断价格付出代价的广大消费者。这笔款项最终应当“取之于民、用之于民”。为此，市消协呼吁有关部门能够介入并监督这笔款项的使用。

反垄断的最终目的一是维护公平竞争的市场秩序，二是维护广大消费者的合法权益。国家发展改革委对韩国三星等6家液晶面板企业的价格垄断行为进行严格执法，势必推动液晶电视市场的良性发展。同时，希望通过此事件能够唤起全社会保护消费者权益的意识，主动承担起应有的责任，让每一位消费者都不再成为垄断行为的受害者。

相关链接

六大面板企业价格垄断被查处

2006年12月以来，国家发展改革委多次收到举报，反映从2001年起，韩国三星、LG，我国台湾地区奇美、友达等液晶面板企业，合谋操纵液晶面板价格，在中国大陆实施价格垄断行为。国家发展改革委依法对此案进行了立案调查。

在调查过程中，相关企业主动报告了合谋操纵液晶面板价格的情况。经查实，2001年至2006年六年时间里，韩国三星、LG，我国台湾地区奇美、友达、中华映管和瀚宇彩晶等六家企业，在我国台湾地区和韩国共召开53次“晶体会议”，会议轮流承办，基本每月召开一次，主要内容是交换液晶面板市场信息，协商液晶面板价格。在中国大陆境内销售液晶面板时，涉案企业依据晶体会议协商的价格或互相交换的有关信息，操纵市场价格，损害了其他经营者和消费者的合法权益。

六家企业在中国大陆境内销售涉案液晶面板数量合计514.62万片，其中三星82.65万片，LG192.70万片，奇美156.89万片，友达54.94万片，中华映管27.06万片，瀚宇彩晶0.38万片，违法所得合计2.08亿元。国家发展改革委依法责令涉案企业退还国内彩电企业多付价款1.72亿元，没收3675万元，罚款1.44亿元，经济制裁总金额3.53亿元。其中，三星1.01亿元，LG1.18亿元，奇美9441万元，友达2189万元，中华映管1620万元，瀚宇彩晶24万元。



北京市消协向广大消费者倡议

提倡文明就餐 反对奢侈浪费

每逢过年，大饭店、小餐馆、各类酒吧处处爆满，聚餐、喜宴、歌舞热闹非凡。但欣喜之余餐桌上的浪费令人触目惊心。喜筵上碟盘相扣，令人眼花缭乱。宴散人走后，大量整盘的饭菜就倒入了泔水桶，地上随处可见遗弃的瓜子、糖果等。据一些酒店管理人员反映，但凡节假日，每天泔水比平常要多出好几倍。有媒体记者报道在除夕夜到一家餐馆看到，吃年夜饭的顾客络绎不绝，能容纳两百人的大厅坐满了人。饭店推出了从688元到2688元几个级别的年夜饭，每桌有十多个菜，一般的山珍海味都包括在内。菜量比较大，很多桌有大量剩余，有的菜没夹几口，就被新上的菜压在下面。当第一拨客人渐渐离去，除少数客人打包以外，大量饭菜被遗弃在饭桌上，依然很“丰盛”。一位正在收拾残局的服务员告诉记者，这种浪费现象一年四季天天都在饭店上演，到了春节等节假日则更加突出。逢年过节吃吃喝喝非常普遍，但是餐桌上的浪费现象却往往被忽视。有学者披露仅餐饮业一项，我国每年就要倒掉约两亿多

人一年的口粮。

中国农业大学专家课题组曾对大、中、小三类城市，共2700桌不同规模的餐桌中剩余饭菜的蛋白质、脂肪等进行系统分析，保守推算，我国2007年至2008年仅餐饮浪费的食物蛋白质就达800万吨，相当于2.6亿人一年的所需；浪费脂肪300万吨，相当于1.3亿人一年所需。自家人吃饭，剩的打包带走，考虑的是节约，但是在自助餐馆，无论是否吃的了每次都拿冒尖的食物；朋友间请客，剩的就“算了”，顾忌的是面子；遇上单位请客，那干脆是山珍海味猛点一气，不管胃有多大，只要排场够大，至于剩多剩少，没有人心疼，因为是公款消费。十八大报告指出“增强全民节约意识、环保意识、生态意识，形成合理消费的社会风尚，营造爱护生态环境的良好风气”，近期，国务院领导也提出“过度的消费方式要坚决摒弃”，真正要实现这一点，需要做的工作有很多，而餐桌上的节约显然不能忽略。毋庸置疑，改革开放以来，我国社会经济发展取得了巨大成就，物品供应

丰富，居民日渐富裕。但社会的发展不仅是物质财富的增长，更需要文明进步，以及精神世界、生活方式的拓新。

目前我国仍是处于社会主义初级阶段的发展中国家，仍有几千万人尚未跨过温饱线，一边是奢侈浪费，一边还有很多地方吃不饱，或者是营养不良，因此，任何人都没有理由可以恣意浪费；即便物质丰盈，也不应该铺张浪费，也要讲究勤俭节约。“谁知盘中餐，粒粒皆辛苦”！庆祝节日热热闹闹，吃点喝点理所当然，但不能成为浪费的理由和借口。餐饮是社会共有资源。“一粥一饭，当思来之不易”一道菜成为餐桌上的佳肴，从种养到“进口”需要无数道程序，遗憾的是这些菜肴上了饭桌后竟然有不少被无情的倒弃。对餐饮的浪费是对社会共有资源的浪费，是对公共资源的侵害，任何时候的浪费都要无端地消耗社会财富。“贪污和浪费是极大的犯罪。”而且浪费资源的同时还会产生大量的垃圾，这些餐厨垃圾又需要耗费大量的人力、财力去处理，对环境的破坏和污染也是无法弥补的。

市消协倡议

一、倡导消费者文明、理性就餐。小餐桌，大文明。餐桌文明是社会文明的一部分。餐饮文化中应当包含着节俭、适度消费。节俭不仅是对资源的保护，也是中华民族的传统美德。好面子、搞攀比、扮潇洒、讲排场是导致铺张浪费的根源，危害无穷，全社会都应予以抵制和摒弃。节假日更应注重节约，坚决摒弃节日铺张浪费的陋习。倡导消费者从餐饮文化和健康养生的角度出发，在享受环境、亲朋团聚、抒发心情的同时，不可忽略文明理性消费。点餐要适量，吃多少点多少，尽量不剩。

二、呼吁经营者以实际行动抵制浪费。一是餐馆服务员有责任和义务主动提醒顾客合理、适量点菜，帮助顾客把好数量关，引导顾客适量、节约、健康消费。二是餐饮

企业可以在店堂、餐桌、菜单等显眼位置，悬挂张贴提倡节约的人性化提示牌，营造一种良好的舆论氛围，并为消费者提供周到的人性化服务，例如存放未喝完的酒水等，帮助消费者避免浪费，建设节约型餐饮经济。三是以节约为目的开展双赢的销售活动，例如有些餐馆便提出了节约奖励的优惠条件，既提倡了节约又招揽了顾客，值得鼓励和借鉴。

三、建议有关行业组织和行政主管部门加强对勤俭节约，文明用餐的宣传教育，出台鼓励勤俭节约的相关规定和措施。让文明消费、低碳、节俭、环保成为全社会的共识。

我们希望，在社会各方面的共同努力下，文明、理性消费，反对奢侈浪费成为全社会的共识，在欢欢喜喜的节日氛围中，也能体现、弘扬节约、勤俭、适度消费的中华民族传统美德。

中消协联合全国46省市消协（委员会）发出“八反对、八倡议”

厉行勤俭节约 反对舌尖上的浪费

近些年，随着物质条件的丰富和人民生活水平的提高，餐饮领域形成了一股奢侈浪费之风。外在餐厅，内在家庭，浪费现象比比皆是。成由勤俭破由奢，浪费不分公私，节约包括你我。精打细算不是抠门，大手大脚不是豪爽；勤俭节约不掉身价，奢侈炫耀不长面子。坚持节俭，不仅是对传统文化的传承，也是一种低碳、绿色、健康、积极的现代生活观念。

为在餐饮领域树立文明、健康的消费观念，摒弃铺张浪费、炫耀消费等不良消费行为，中国消费者协会联合全国46省市消费者协会（委员会）发出如下倡议：

一、反对餐饮企业设置最低消费、包间费；倡议企业设置小份菜、拼盘菜、半份菜。

二、反对餐饮企业过量推荐

餐食；倡议企业明示菜量及适用人数。

三、反对宴请吃喝之风；倡议推广自助餐、分餐制、控制饮酒。

四、反对面子消费；倡议“光盘”、“净桌”行动，积极“打包”。

五、反对炫耀性消费、攀比性消费、奢侈性消费；倡议节约是时尚，浪费显粗俗。

六、反对节日消费、婚丧嫁娶异化成“餐桌浪费”；倡议亲朋好友礼尚往来，提升文化内涵。

七、反对当代饕餮之徒，不当“吃货”；倡议选用符合生态文明理念的食材。

八、反对酗酒暴食；倡议饮和食德，均衡营养合理膳食，树立“新中餐”消费理念。

注：

饮和食德：给人吃（喝）后感觉到自在、享受和乐，享受到先人的德泽。简单说，饮要和谐，食应道德。出处：“饮和”语出《庄子·则阳》：“故或不言而饮人以和”；“食德”语出《周易·讼》：“六三，食旧德”。



少放烟花爆竹 文明绿色过节

在经历了一月份严重雾霾污染之后，北京广大市民，诸多有识之士逐渐开始反思气候变化、空气质量与我们日常消费行为的关系；作为首都的市民如何为改善北京的生存居住环境尽一份责任，贡献一份力量；在营造节日喜庆气氛的同时，怎样处理继承几千年延续下来的传统文化习俗与科学、理性、文明消费的关系。近日，北京市政府法制办正在就《北京市大气污染防治条例》（草案）征求民意。随着北京近期空气污染严重，北京市消费者协会向全市广大消费者发出倡议：保护环境就是保护我们自己。春节期间尽量不放、少放烟花爆竹，过一个文明绿色、祥和喜庆的春节。

作为华夏民族几千年延续下来的传统文化习俗，燃放烟花爆竹是百姓表达喜庆、欢乐心情的形式，同时，烟花爆竹燃放的危害也是尽人皆知，有目共睹。一是极易引发人身伤亡。每年因燃放不当，轻者伤及手、眼，重者导致毁容甚至终身残疾，抱憾终生。二是造成公共及个人财产巨大损失。燃放期间也是火灾的高发期，每年都要动员大量社会资源严阵以待，严防死守。三是造成空气污染、噪声污染。有害气体，金属氧化物、碳颗粒等经久不散，同时巨响造成的噪声对人体健康危害极大，无病患病，有病者更重。四是燃放产生大量次生垃圾，为清除这些废物，又有多少环卫工人放弃家人团聚，度过不眠之夜。

为此，北京市消费者协会建议并呼吁，在春节期间，如再次出现空气污染的极端天气状况，建议政府有关部门在现行法规框架内采取应急措施，对燃放烟花爆竹采取适当的、更为严格的限制性措施，防止因燃放形成空气环境的进一步恶化，造成“雪上加霜”的局面。同时，市消协向广大消费者发出倡议：

春节期间尽量不放、少放烟花爆竹，过一个文明绿色、祥和喜庆的春节。任何风俗习惯既有其历史传承的合理性，也要与时俱进，因地制宜，因时制宜，随着时代的进步而演变，而发展。在极端的气候环境下，没有哪一个人能置身于外，独善其身。保护生存环境，爱护我们的家园是每一位消费者应有的责任和义务。保护环境，就是保护我们自己。作为普通公民应当坚守自己的社会责任，移风易俗，树立科学性、适度、可持续的消费观，从自身做起，从每一个人做起，通过小行动改变大气候，为改善、保护我们的生存环境做出努力，尽一份责任。

在此，市消协也提示消费者，如果购买烟花爆竹应当注意：

1.要选择有资质的经销商购买烟花爆竹。根据相关法规，从事烟花爆竹销售的单位须取得《烟花爆竹销售许可证》，因此，消费者在购买烟

花爆竹前要仔细查看经销商是否持有该证，千万不要到无证单位、摊贩购买。

2.要注意选择产品类别。现在市场上销售的烟花产品有十几类几百个品种，消费者一般应选购用药量较少的产品。

3.要注意产品外观。合格的烟花爆竹产品外观应整洁、无霉变、完整未变形，无漏药现象。

4.要注意查看产品标志和引火线。合格的烟花爆竹的引火线应是无霉变、无损坏、无藕节的安全引线。

5.在购买烟花爆竹时要注意保留销售凭证。燃放过程中万一发生事故，要注意保留事故现场图片及产品残骸，以作为维权依据。



2012十大消费热点事件



点评
1

可以说，这次螺旋藻“铅超标”风波为整个螺旋藻产业敲响了警钟。螺旋藻产业已发展20年，必须依靠全面提高产品质量，稳定、健康、可持续地发展下去。通过这次事件，企业要在以后的发展中有危机感和社会责任感。螺旋藻产业是高技术产业，但目前也存在一些小作坊，进行虚假广告宣传、以次充好，生产质量没有保证。企业若牺牲质量来获取利润的话，必然得不偿失。

回放
1 螺旋藻铅含量超标
回放：

2月29日，国家食品药品监督管理局向地方监管部门下发通知，通报检出铅、砷超标的13家螺旋藻“不合格”生产企业名单，多家保健功能食品企业旗下的螺旋藻产品被检出重金属铅含量严重超标。3月30日凌晨，国家食药监局对外公布“最新”抽检结果，原“黑名单”上的13家“不合格”螺旋藻生产企业除1家外“均合格”。4月10日，在外界质疑声四起时，国家食药监局回应，2月29日通知所涉及的13个产品是“监测”发现的“可疑产品”，而3月30日公布的则是“监督检查”的结果。

一时间，螺旋藻“铅超标”成为社会关注焦点。新公布的检测报告没有得到大众的信赖，“铅超标”让消费者心存疑虑且导致国内螺旋藻企业的信用危机。

回放
2

雅培奶粉被指“最差洋奶粉”
回放：

事件的发起方是一家在香港注册、在上海设有分支机构的专业研究公司CERresearch。3月22日，CER在其网站发布了一篇题为《雅培心美乐1段，营养不良的第一步》的调查报告，称公司从上海和香港购买了6个品牌的婴幼儿配方奶粉，送至德国一家专业监测食品安全的实验室进行成分检测和分析，结果发现6个样品无一符合中国国家标准，而“原拟作为标杆的雅培奶粉表现最差”。

点评
2

业内人士或第三方机构爆料，是欧美等国早已流行的做法，美国的食品安全管理体系里，即有关于组织、支持和鼓励食品安全方面的科研及合作的规定。出于为消费者着想的考虑，发动各

方力量参与监管，在这点上，第三方机构在我国的出现无疑值得欢迎。尤其在当前国内食品安全监管力量不足、消费者信息获取途径有限、食品安全事故频发的大环境下，业内专家或第三方机构可作为食品安全监管的有效补充力量，为消费者提供一个全面了解产品真实信息的渠道，激发消费者的维权意识。

尽管如此，仍有业内人士担忧地表示，第三方检验机构在国外需通过资质验证、检测范围限定之后，方可发放营业执照。检测若有问题，将面临复检和法律制裁等一系列负面后果。而目前国内对第三方检验机构的监管存在不足，一是专业资质是否过硬，二是能否确保中立发言，不代表各方利益。因此，不具备资质的检验机构很可能沦为商家的“传声筒”，出现“捏造”报告，攻击竞争对手的可能。

同样值得反思的还有监管部门的作为。各种质量安全事件之所以接二连三地发生，与目前我国缺乏有力监管机制和有效信息披露机制有关。若监管部门对各类产品的抽检更频繁，信息公开更充分，其他渠道的爆料自然会减少，这就是著名的“灯塔效应”。若企业要依靠第三方的爆料和消费者自发求证的热情才能自律，消费环境如何令人真正放心？



回放 3 来伊份蜜饯添加剂超标 回放:

4月份,致力于打造中国休闲食品第一品牌的上海来伊份,在预披露招股说明书不到一周时被曝蜜饯卫生安全丑闻,之后不少产品遭遇下架,IPO也被否决。证监会10月份发布公告,解释了来伊份IPO被否的原因——最终还是栽在“蜜饯风波”上。

央视《消费主张》与《今日观察》栏目曝光了山东、杭州等地部分工厂蜜饯生产加工过程中存在严重漏洞的情况,不仅生产环境污秽不堪,而且食品添加剂使用严重超标,还可以随便更改过期产品的生产日期。在沃尔玛、世纪联华超市、家乐福和上海来伊份的专卖店,记者购买了多款标称“曝光”工厂生产的蜜饯,检测结果显示,甜蜜素、糖精钠等甜味剂,胭脂红、苋菜红、亮蓝等着色剂以及用作漂白剂和防腐剂的二氧化硫都超过了国家标准要求的最大使用量,有的甚至超过国家标准要求的3倍多。

点评 3

作为食品生产企业,蜜饯加工厂对食品行业的规则显然不可能完全懵懂无知。之所以仍然敢用劣质原料并滥用防腐剂,与其说是无知者无罪,毋宁说是知法犯法。相关厂家之所以有如此胆量,固然是受到利润驱使,为了利益的最大化,把食品安全底线完全抛诸脑后。而监管乏力,标准执行疏漏甚至缺失,也在一定程度上助长了行业乱象。

从这个意义上说,本该甜蜜的蜜饯却成了令人作呕的“毒蜜饯”,无疑令人唏嘘。一颗“毒蜜饯”的背后,再次折射出千疮百孔的食品安全生态环境,只要这样的食品生态环境不改变,“蜜饯”成“毒饯”,不是第一颗,也绝不会是最后一颗。



回放 4 名酒塑化剂风波 回放:

11月19日,21世纪网发表《致命危机:酒鬼酒塑化剂超标260%》,该文披露酒鬼酒“塑化剂超标”。随后,贵州茅台、五粮液等名酒也被卷入塑化剂风波。

有业内人士担心,这一事件类似乳品行业的三聚氰胺,会给整个行业带来沉重打击。一度扩张迅速的白酒行业,很可能会停下扩张的势头。有白酒行业分析师认为,在食品安全问题严峻的今天,塑化剂肯定会影响消费者的信心,但是除了塑化剂的影响外,白酒行业也需要进行进一步整顿。

点评 4

其实酒鬼酒塑化剂超标问题一直存在,只是大家都陶醉在企业快速上涨的业绩中,很多问题都被掩盖了。现在资本市场会做出这么大的反应,其实只是行业增长乏力的表现。白酒行业不在塑化剂上出事,必然会在别的方面出事,这个行业也确实需要正本清源,需要反思。控制产能扩张、严把产品质量关是目前白酒行业需要解决的最主要问题。毫无疑问,市场开始逐渐冷静下来,变得更加理性,这才是中国白酒行业持续发展应走的道路。



回放 5 白羽鸡“速生”被曝光 回放:

12月18日,央视曝光了山东多个地方的养鸡场给白羽鸡喂食抗生素或抗病毒药物,有些地方甚至给鸡喂食国家明令禁用的激素类药物。而这些抗生素鸡、激素鸡在没有经过检验检疫的情况下,被山东六和集团收购,最终运输到百胜集团上海物流中心,并配送给旗下多家肯德基门店。

早在11月23日,就已有媒体曝光山西栗海集团养殖的一只鸡从孵出到端上餐桌,只需要45天,是用饲料和药物喂养的“速成鸡”,而栗海集团正是肯德基与麦当劳的大供货商。肯德基回应称“45天速成鸡”仅占其鸡肉采购量的1%。

一时间,“速生鸡”不仅成为媒体、业界关注的焦点,也成为居民百姓谈之色变的名词。虽然肯德基和麦当劳都已经发表声明,今年8月起停止了从六和集团采购鸡肉原料;其母公司即百胜餐饮集团在向供货商购货时,要求收验《动物检疫合格证明》和药残检验报告,但是六和集团的报告显示,对鸡肉制品所做的兽药残留(检测)主要是四大类,即磺胺类、氯霉素类、喹诺酮类以及呋喃类。而一些养鸡场所用的抗生素达到了18种,并且还喂国家禁止使用的激素类药物地塞米松。这些禁用物质在肯德基的检测报告里其实并没有出现,也就是说肯德基并不要求供应商检测这些违禁物质。

点评 5

针对“速生鸡”风波,北京、上海等地已展开排查和抽检,一些专家也开始亮相传播“科普知识”,然而坊间的担忧并未消减。这一事件再次触动了公众对食品安全高度敏感的神经。有评论

称,“速生鸡”事件的曝光是一面“明镜”,照出了一些企业毫无公德心,一味“朝钱看”的丑陋嘴脸,照出了一些所谓的“专家”滥竽充数的“原形”,更照出了相关部门监管程序沦陷,不作为不负责任的行径。

面对各种“舌尖上的风险”,公众呼吁公开更权威、更可信的行政调查和科学结论,至少在诸如“速生鸡能不能吃”的问题上,给出一个确定的回答。但从更普遍的食品安全意义上看,查出一个“速生鸡”的真相,并不代表明天就不会出现一个“速生鸭”。要让公众真正免于食品安全的恐惧,除了要彻底剔除行政、知识与利益的脐带关系,更需要严密的法治化治理,从立法上设计出细密的食品安全标准,并通过严格执法产生强大持久的监督效果,以此确保民众“舌尖上的安全”。



回放 6 假冒“美国大杏仁”回放:

据中国食品工业协会坚果炒货专业委员会有关负责人透露,2009年该协会着手制定杏仁等坚果行业标准,征求美国加州杏仁商会的意见时,被告知“美国大杏仁”不是杏仁,而是扁桃仁。据了解,上世纪70年代中期,美国扁桃仁通过进口贸易开始进入中国市场,由于社会认知的不足,将“扁桃仁”的英文“almond”误译成“杏仁”。假冒名称背后是利益作祟。据了解,在中国市场上扁桃仁的零售价格每公斤为30元~50元,而“美国大杏仁”的零售价格为每斤120元左右。据美国有关方面统计,仅2011年8月至2012年5月,自美国出口

到中国内地的“扁桃仁”(即所谓“美国大杏仁”)就达10万吨左右。今年12月,美国加州杏仁协会宣布,中国市场的“美国大杏仁”将更名为“巴旦木”继续销售。

点评 6

“美国大杏仁”销售多年已构成欺诈消费者,迟到的更正不能抹去经销商们欺诈消费者后必须承担的责任。在追究违法经营者责任的同时,相关监管部门也应提高职责意识,对商品市场采取严密有效的监管,避免类似欺诈事件再次发生。此外,消费者应该擦亮双眼,不要一味地崇洋,要改变“进口商品一定是精品”的惯性思维。

回放 7 光明乳业“道歉门”回放:

光明乳业在短短3个月中5次出现问题,先是今年6月,安徽颍上多名学生饮用光明奶后出现不适;6月26日,光明上市950ml优倍牛奶中渗入少量清洗液体;7月份,广州市工商局发布二季度乳制品及含乳食品抽样检验情况,光明奶油及减脂芝士片被查出菌落总数超标;9月又出现了“酸败事件”和“违规使用禁用的乳矿物盐事件”。

点评 7

一家原本很“新鲜”的企业,短时间内接连出现问题,原因何在?是偶然、还是必然?对于这些,光明乳业的管理层是否进行了深层次反思?在问题发生之后,光明总是第一时间向消费者道歉,并称将吸取教训加强管控。这似乎已经成了惯例。但消费者认为,光明再三道歉却没有改观,不仅暴露出公司管理漏洞百出,更凸显企业诚信的缺失。

有乳业专家分析称,近年来,蒙牛、伊利放缓了扩张步伐,光明为了抢占二者留下的市场空间,加速扩张,而高速扩张带来高成本压力,为了节约成本,加上管理没有跟上,埋下风险隐患。乳业是特别容易出现产品质量问题的行业,如果企业为了发展,将诚信和社会责任等放到一边,只会本末倒置,欲速则不达。

品牌研究方面的资深人士表示,品牌价值是企业最宝贵的价值,如果负面消息不断,肯定会对品牌造成影响,进而影响公司经营。

既然光明乳业把企业形象及品牌形象“锁定高端”,也自称有中国知识分子的良心,万一出问题就用最大的诚意主动来承担责任,那就应该让消费者看到诚意,拿出真正让消费者信得过的高端产品。希望其他企业能从光明乳业事件中吸取教训,也希望光明乳业对得起“光明”二字。



回放 8 红烧肉添加“肉宝王”回放:

5月,关于餐馆红烧肉使用复合添加剂的报道引发了消费者对餐馆就餐安全的担忧。这种名为“肉宝王”的添加剂此前被指可“让人越吃越想吃”。专家指出,由于餐馆食物属于未经包装的食品,消费者通过肉眼很难辨别其中是否添加了添加剂,因此建议在餐馆就餐时,切忌盲目贪图颜色鲜艳好看而上添加剂的当。

点评
8

有专家表示，如果一种食品添加剂是安全的，那么在食物原味的基础上使用一些以增加风味是可取的。因此，餐馆红烧肉使用的复合添加剂配料并不违规，在合理范围内使用是安全的。但是由于添加“肉宝王”并非必要，专家也不建议使用。目前很多餐馆使用食品添加剂就是为了用于食品造假，没有任何货真价实的原料，只靠香精调出牛肉味、鸡肉味来，完全是在欺骗消费者，这种做法是不可取的。

回放
9 明胶风波
回放：

4月15日，央视《每周质量报告》曝光一些不法厂商使用重金属铬超标的工业明胶冒充食用明胶，通过隐秘的销售链条，把价格相对便宜而铬含量严重超标的工业明胶买去作为原料，生产加工药用胶囊。这种被检出铬超标的药用胶囊最终流入青海格拉丹东、吉林长春海外制药、修正药业等知名企业，被做成了各种胶囊药品上市销售。

随着“毒胶囊”事件的持续发酵，进入公众视野的不仅仅有由“皮革下脚料”做成的工业明胶卖给药用胶囊生产企业的问题，还有涉及医药原材料采购、技术检测、生产、流通、招标、监管、地方政府等整个链条的问题。虽然公众并不完全清楚整个链条中各个具体环节背后的故事，但毕竟国家食药监局已对此作了“非法使用工业明胶生产药用胶囊及使用铬超标胶囊生产劣药案”的定性。

点评
9

监管流于形式，以“罚”代管也是积习已久。在企业社会责任、诚信尽

失，商业道德严重缺乏的当下，再靠行业自律、企业自律对辅料进行质量监管已是痴人说梦。从食品药品监管体制来看，“无利不跑”“脚软难跑”等现象长期存在。业内悉知的“分段监管为主、品种监管为辅”的食品药品安全监管模式，更容易造成监管“真空”，从而带来责任认定模糊、相互推责等问题。

再如，工业明胶的生产集中地河北阜城县早在2004年就被曝光，8年之后再次出现同样的问题。这表了什么？地方政府及官员对违规企业百般纵容。不难理解经济发展、财政收入等对地方政府的重要性，但当为此不惜一切手段时，政府的职能和行为难免被“扭曲”，直接后果就是影响食品药品监管，使企业更加肆无忌惮。



回放
10 金龙鱼玉米油深陷质量门
回放：

安徽省工商局抽检7家生产厂家的10组食用油样本后发现，合肥市有两个批次食用油不合格。其中，金龙鱼玉米油被检测出色泽和烟点项目不合格。相关信息显示，被检出有问题的为江苏益海(泰州)粮油有限公司生产的5升装金龙鱼玉米油，生产批次为2011年3月1日。但生产商表示，“不合格原因是流通环节运输、储存不当造成的”，而抽检的色泽和烟点，虽属质量等级项目，却不是食品安全项目。

这样的回应，显然逻辑不够严谨，经不起质疑。一方面，当事“小超市”

也有完备的销售流程，且销量不足10桶，所谓的“暴晒说”已遭到销售方的有力反驳；另一方面，国际食品包装协会常务副会长董金狮表示，因暴晒导致油的颜色和烟点发生变化，“科学依据不太充分，有些牵强”。退一步说，即便是在流通环节被暴晒导致食用油不合格，企业也需承担相关责任，起码要考虑更换包装。

点评
10

当食品领域出现问题后，有些厂家总是习惯第一时间“笔走龙蛇、舌灿莲花”，在危机公关的话筒前不是“打太极”就是“踢皮球”。这样做，看似将责任推卸得一千二净，孰不知，这种态度更容易激起与自身利益有关的公众的更强烈反应。

在经历了种种食品安全事件后，企业应当有更为清醒的认识：傲慢与偏见不仅解决不了问题，反而可能折损市场公信，最终必然反映到产品销量上。这样的趋势，随着公民维权意识与公共意识的加强，将日益加深并明显起来。具体而言，消费者最希望看到的是企业能负起责任，以公共利益为重，说实话、办实事，该致歉的就得致歉，该先行赔付的就得掏钱，然后再追究每个细节。谦抑的姿态，看似吃了点亏，但赢得的是遏止流言发酵的可能，使事件的负面影响不至于带来更大的误伤。

(据新华网)





国家工商总局相关部门负责人谈监管

礼品回收流通脱离商品本性

回收的礼品很少有假冒伪劣，多数卖给商店的高档礼品比如名烟名酒都是真货。这是因为在收受礼品的利益链条上，礼品必须物有所值甚至物超所值，才能达到送礼的目的

礼品回收乱象如何监管？国家工商总局有关部门负责人接受本报记者采访时表示，礼品回收店大都游走在法律的边缘，除了违反烟酒专卖规定外，一些专职回收、出售礼品的小店和个体工商户甚至连营业执照都没有，涉嫌无照经营。

这位负责人表示，礼品回收是一个比较复杂的社会问题。正当的“礼尚往来”并非市场行为，是不会催生礼品回收产业的。近年来礼品回收交易若隐若现，甚至愈演愈烈，其根源在于有人送礼，并可能借送礼进行钱权交易等违纪违法活动。正常商品作为礼品送出去，再回收流通，逐步脱

离了其商品本性，变身为附带利益关系的载体。

至于“回收”问题，据了解，在我国废品回收属特殊行业，行业监管涉及公安等部门，为的是避免违禁物品通过回收流失。废旧物资回收从循环经济的角度看，归商务部门管理。废品回收属企业登记注册范围内的经营项目，回收后的废旧商品经过拆解、分割等，实现对有用资源再利用。由此可见，回收的目的并不是直接再出售。而礼品回收的唯一目的是再出售，这是不符合有关“回收”的管理规定。

记者采访部分知情人了解到，

回收的礼品很少有假冒伪劣，多数卖给商店的高档礼品比如名烟名酒都是真货。这是因为在收受礼品的利益链条上，礼品必须物有所值甚至物超所值，才能达到送礼的目的。而收礼人自己常常不需要这些东西，又没资格卖掉，就低价卖给商店。这种售卖如果达到一定金额，就涉嫌销赃，应由纪检或者公安、检察机关查处。

如果消费者遇到被调包的假冒礼品，发现其质量得不到保证，应向当地消协组织投诉举报。也可向工商部门举报，工商部门在查处时，若发现确属造假，须加大打击力度。

(富子梅)

八成婴幼儿奶粉投诉与质量有关

航空服务投诉量同比增长51.4%、每5件白酒投诉中就有1件涉及假冒问题、苹果公司售后服务投诉率高于家电行业平均水平7个百分点……昨日，中国消费者协会发布2012年全国消协组织受理投诉情况分析，全国消协组织2012年共受理消费者投诉逾54万件。

焦点一：餐饮最低消费助推餐桌浪费

数据：2012年，全国消协组织受理餐饮服务投诉8595件，其中涉及价格问题投诉1339件，占15.6%，投诉量位居服务类投诉的前列。

中消协认为，一些餐饮经营者通过最低包间费、人均最低消费等营销手法，使得消费者的消费需求虚高，一定程度上造就了餐桌浪费。中消协举例说，2012年9月10日，在天津市政府转交市消协处理的餐饮投诉中，网友反映，他在天津某食府预订的包间内消费后被告知，该食府不提供免费餐具，大厅按1元/套，单间接2元/套收取，且单间最低消费为500元。中消协表示，餐饮业要主动规范自身经营行为，去除限制消费者权利的“霸王规定”，以实际行动积极推动“厉行节约反对浪费”，为消费者当好合理点菜、营养配餐顾问，为节约资源、保护环境做出贡献。

焦点二：苹果售后服务投诉率高于平均值

数据：2012年，全国消协组织受理涉及家电售后服务问题的投诉23436件，占家电投诉总量的18.6%，仅次于对质量问题的投诉。

中消协表示，家电售后服务水平参差不齐。近年来，各级消协组织针对部分家电行业售后服务中存在的平等格式合同条款进行了调查点评，引起高度关注，特别是2012年点评苹果公司服务条款的活动更是得到消费者的强烈认同。据不完全统计，全国消协组织2012年受理苹果公司产品投诉2170件，其中涉及售后服务的投诉占25.6%，高出家电全行业平均水平7个百分点。

焦点三：近八成婴幼儿奶粉投诉与质量有关

数据：2012年，全国消协组织受理儿童用品投诉4038件，同比略有增长。其中，涉及质量问题的投诉占69.8%，特别是在婴幼儿奶粉投诉中，78.2%的投诉与质量问题有关，远高于对其他类别商品的投诉比例。在质量问题中，消费者反映的奶粉中含异物、变质、结块等情况相对较多。

中消协指出，在受理的426件儿童玩具投诉及197件儿童车投诉中，超过一成的投诉涉及安全问题，出现安全问题或存在安全隐患的比例也远高于对其他类别商品的投诉比例，防范儿童用品的质量安全风险需要全社会的共同努力。

（肖丹）



近日，中国消费者权益保护法学研究会、中国室内装饰协会、北京市房地产法学会召开《规范格式合同 维护消费者权益》3·15案例推介会，与会专家指出

建材市场免责告示经不起推敲

目前北京建材市场、家具市场绝大多数的店堂告示、格式合同，都有“购物定货单须加盖本市场售后服务专业章方可生效，否则本市场不承担售后责任”的条款。这样的内容是否有效？没有加盖售后服务章建材市场就不承担责任了吗？没有加盖售后服务章能成为市场免责的挡箭牌吗？

近日，中国消费者权益保护法学研究会、中国室内装饰协会、北京市房地产法学会召开《规范格式合同 维护消费者权益》3·15案例推介会，与会专家指出，该店堂告示、格式合同违反法律，定货单是否生效不以是否加盖本市场售后服务专业章来判断，也不能以有没有加盖售后服务章来确定建材市场是否承担责任，企业应当修改这一告示。

法院判无效

近日，北京市朝阳区人民法院审理了一起消费者诉北京市民乐建材中心案。

北京一消费者在北京民乐建材中心十里河民乐橱柜世界的万和厨电商铺购买一套水槽，预付了250元。随后万和厨电商铺撤柜并卷走这笔钱款。该消费者向民乐建材中心索赔，对方却称，定货单中和店堂告示都写明：

“您在本市场购物时，须要求商家开具民乐橱柜世界装饰材料专用销售定货单，并于当日到服务台加盖本市场售后服务专用章方可生效，否则本市场无法承担售后事宜。”由于该消费者的定货单没有加盖售后服务专用章，不符合定货单的规定，因此民乐建材中心无法赔付。

消费者认为，合同是否生效与加盖市场售后服务专用章无关。消费者在租赁柜台购买商品合法权益受到损害，承租者与出租者承担连带责任。柜台租赁期满撤摊后，可以向柜台的出租者要求赔偿。民乐建材中心是柜台出租方，应当按照法律规定承担赔偿责任。

2011年8月4日，该消费者将北京民乐建材中心诉至北京市朝阳区人民法院，请求法院确认订货单中的相关无效条款，并退还预付款250元，赔偿其为解决此事花费的交通费10元、手机话费1元。

朝阳区法院审理认为，根据法律规定，消费者在租赁柜台购买商品，其合法权益受到损害的，可以向销售者要求赔偿。柜台租赁期满后，也可以向柜台的出租者要求赔偿。提供格式条款的一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的，该条款无效；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承担的民事责任，格式合同、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。消费者签订的定货单是民乐建材中心事先拟定并重复使用的制式定货单，属于格式条款。现顾客须知中关于定货单须当日加盖市场售后服务专用章方可生效内容，明显与前述法律规定市场应当承担法律责任的条件不相符，该条款以是否加盖市场售后服务章来确定是否承担售后事宜，属于不当地排除了经营者的主要责任，排除了消费者的主要权利，该条款无效。最后，法院支持消费者的诉讼请求。

免责告示常见

记者调查北京多家家居建材市场发现，“未盖售后服务章即不承担售后责任”的条款在许多市场的店堂告示中都存在。

在玉泉营东方家园建材市场北厅，记者看到入口大门上贴了一张告示，上面写着“请您购物后到市场总服务台加盖市场认证、售后服务章。否则，市场将不承担任何售后服务责任”。



在与之相邻的东方家园玉美家居建材市场，其入口处放了一块告示牌，告示牌上写明橱柜购销合同是该市场的售货凭证，消费者在购物时需要主动向商家索取，订完货后在当日内要由商家在合同单上盖展位章，再到市场服务台盖售后服务章。合同只有在供需双方以及主办单位共同盖章后才生效。未加盖主办单位售后章的，售后问题由商家顾客自负。记者以顾客的身份询问该市场的一商户得知，如果是购买商品，要与商户签订由玉美建材市场拟定的橱柜购销合同，需要盖章。至于售后问题，不管盖不盖章，都由商户以及产品的生产厂家负责。“你也可以找市场，但市场不会负责售后，还是会让商户负责。”该商户说。

记者在采访中发现，家居建材市场的合同大致可分为两类：一是消费者与市场中的商户签订由商户自己提供的合同，签订完后再去市场服务台盖该建材市场的售后服务章和确认章；一是统一使用建材市场的专用买卖合同，合同上本身带有该建材市场的相关印章，但在交款时往往也要求由服务台盖售后服务章。

在集美家居建材城定慧桥店，记者在商场内的墙上贴的温馨提示上看到：请您在购买产品时与厂家签订北京市家具、建材正规买卖合同，并到收银台加盖集美家居定慧桥店卖场售后专用章，如不办理以上手续，您的合法权益将无法得到保障，发生一切产品售后问题，后果自负。

与之类似的是蓝景丽家丽泽桥店。一家销售箭牌卫浴的商户告诉记者，家具、家装使用北京市统一的合同文本，建材使用该商场的统一销售订货单。记者在商场入口处的告示上看到，消费者在与商户签订完合同后，还必须在当日在商场服务台加盖售后服务章，未经认

证的合同或者订货单，商场不予承认，也不承担售后服务责任。

在丽泽桥附近的欧华尚美建材市场是仓储式超市销售方式。现场服务台工作人员告诉记者，一些消费者可以直接带走的建材商品，只要有收银小票就可以证明在该市场购物，可以要求市场提供售后服务。而对于一些必须送货上门安装的大件家具建材，则需要签订合同。市场内多处告示牌上也写明，店内统一收银，购物需要使用欧华尚美标准《商品销售合同》，并到服务台加盖售后服务章，否则消费者将无法享受到售后保障。

售后章不是托词

中国消费者权益保护法学研究会会长何山告诉记者，建材市场要求在合同或者订货单上加盖市场的售后服务章，本意是为了杜绝商户与消费者的私下交易，确认该交易是在本市场内产生的，具有保护消费者权益的作用。但在店堂告示或者合同上同时规定没有售后服务章即不提供售后服务，则是错误。“这里有一个逻辑关系，即在合同上加盖的售后服务章是证明该交易在本建材市场内发生的条件，但并不等于证明该交易

在本市场内发生的唯一条件就是加盖售后服务章，更不等于加盖售后服务章是决定消费者能否享受售后服务的先决条件。”何山说，“售后服务是生产者和销售者所要承担的义务，也是交易市场提供者所应承担的义务，只要消费者能证实确实在这里买了东西，经营者就要承担售后责任。消费者要证明确实在某家建材超市发生交易，方法有很多，比如使用了该市场的专用销售合同，或者有该市场的统一收银小票、发票等等。如果消费者能证明该交易确实在某建材市场内发生，那该建材市场就应该承担售后责任，而不能用有没有加盖售后服务章来作为是否提供售后服务的条件。”

中国人民大学法学院商法研究所所长刘俊海表示，在类似事件中，经营者经常以“相关格式条款已经明示告知消费者，消费者也同意”为由进行搪塞，认为这符合契约自由的精神。但这只是浅层次的自由，也不是对契约精神的正确理解。契约精神不仅仅包括契约自由，更重要的是契约正义，即合同条款要符合公平合理的原则，不符合这一原则的条款，谈不上符合真正的契约精神。

(任震宇)

4月1日施行的《北京市食品安全条例》规定

作坊食品不得进超市销售

《北京市食品安全条例》将于4月1日施行，北京市质监局近日起草了4个配套条例，向社会征求意见。配套条例规定，食品生产企业严重违法将被公示。

企业食品安检员至少10人

《北京市食品生产许可管理办法》规定，企业取得食品生产许可，除符合食品安全标准外，还应符合规模化生产的要求，例如应具备食品原料处理和食品加工、包装、贮存等生产场所；应有相应的消毒、更衣、盥洗、采光、照明、通风、防腐、防尘、防蝇、防鼠、防虫、洗涤及处理废水、存放垃圾和废弃物的设备或设施；应具备食品安全专业技术人员、管理人员、检验人员和生产操作人员等专职人员，上述人员总数不得少于10名。

该《办法》还列举了六项情形，相关部门应吊销企业的食品生产许可证书，包括：故意使用卫生部开出的食品添加剂“黑名单”中的物质；故意生产经营病死、毒死或者死因不明的禽、畜、兽、水产动物肉类；故意生产经营腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、感官性状异常的食品及地沟油；故意在食品生产中掺杂、掺假，以假充真，以次充好的，如掺假食用植物油脂、牛羊肉、蜂蜜、绿豆糕、藕粉、芝麻酱、调味品等食品；故意将超过保质期的食品再加工生产的；利用新的食品原料从事食品生产或者从事食品添加剂新品种、食品相关产品新品种

生产，未经过安全性评估的。

另外，在《北京市委托加工食品备案管理办法》中规定，食品生产经营者禁止委托或被委托生产乳粉、婴幼儿配方乳粉、食品添加剂。

食品作坊须保留传统工艺

作坊生产，自古有之，是具有中国特色的一种生产方式。《北京市关于加强食品生产加工工作场监督管理的指导意见》中，对作坊生产进行了详细的规定。

《意见》首先明确了食品生产加工作坊的定义，即依照相关法律、法规从事食品生产，有固定加工场所，从业人员较少，生产加工规模小，无预包装或者简易包装，具有地方特色，采用传统工艺，从事食品生产加工（不含现制现售）的个体工商户。仅对食品进行分装或简单包装的，生产工艺不属于传统工艺的食品摊贩均不属于食品作坊。

《意见》还提出，为便于监管工作，区、县政府应根据本区域实际情况，编制本区域内作坊准许产品目录。编制准许产品目录时，应充分考虑当地实际情况和地方特色食品、传统工艺的发展需要，把传统、低风险食品纳入准许产品目录范围，严格控制高风险食品。对于涉及国家产业政策严格控制的食物如白酒、乳制品、葡萄酒等禁止列入准许产品目录。准许产品目录可根据实际情况实施动态管理，并向社会公示。

《意见》一方面保护传统工艺，另

一方面，为了保证整体食品安全，也对作坊做出了诸多限制，例如作坊不得接受其他企业的委托加工；禁止向食堂、连锁经营的集中交易市场、超市销售生产加工的食品；作坊禁止生产国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品等。

农药残留超标将被公示

《北京市食品生产企业违法惩戒戒现场公示工作规程》规定，要对食品生产企业的严重违法行为进行公示。严重违法行为包括：涉嫌构成刑事犯罪，移交公安机关的；发生食品安全事故的；违反食品安全法相关法条的，例如生产经营致病性微生物、农药残留、兽药残留、重金属、污染物质以及其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准限量的食品，生产经营营养成分不符合食品安全标准的专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品等。

公示内容一律以“公示书”形式进行公示，公示的内容包括生产企业名称、违法事项和行政处理决定等。“公示书”应张贴在企业生产场所的明显位置，确保公示内容的真实、准确，并安排专人负责，妥善保管和维护相关材料，存档备查。对于拒不公示、不主动停产整改，以及擅自拆除、撕毁、遮挡、污损公示书的企业，质监部门应在行政案件办理中从严从重处罚，并在本部门网站曝光，记入食品生产企业诚信记录。



节后快递收费一人一报价

快递行业覆盖范围广，政府部门对快递价格的监管存在较大难度，解决价格管理混乱的根本举措应该是出台相关规定，要求快递企业按照公司公示的价格来收费，避免快递员有定价权

正月十五都过完了，快递再也没有因为人手不足而涨价的理由，但节后的快递价格不仅没有降下来，反而还在往上蹿——中通、申通等快递公司的首重均贵了几块。

针对多位市民反映的快递价格上涨一事，快递公司称并未进行调价。记者随后调查发现，因快递网点多数是加盟性质，拥有自主定价权，部分快递收件员在上门收件时报高首重价格。

发现

节后发快递 最高涨7元

“过个年回来，发快递就涨了3块钱。”节后，家住管庄的陈女士第一次发快递便发现，中通公司的跨省首重价格从12元涨到了15元。

市民梅小姐在节后发同城快件，也被申通和顺丰先后告知单件15元、20元，但梅小姐记得，节前叫这两家公司发同城快递时报价才10元、13元。

和普通市民有相似经历的，还有网店卖家。

中通、圆通、韵达、宅急送等多家快递公司均称，并未在春节后上调快递价格。“春节期间部分网点执行了春节价格，但是已经恢复了。”申通公司负

责人说。

调查

快递员乱报价 高低不一

记者走访并调查发现，之所以出现快递涨价，是部分收件员为谋取提成而虚报价格导致。

梅小姐在发件时发现，节后两次在同一地点叫同一家快递，第一名收件员给她的报价是“首重15元”，第二名快递员的报价则是“首重20元”。对于她的质疑，第二名快递员仅称“前几天不是我上班”。

对此，多家快递公司侧面证实，部分网点拥有自主定价权。

北京韵达等多家快递公司的工作人员都表示，公司给出的价格都是参考价，具体价格要咨询网点。

记者体验发快递的流程发现，收件员在收件环节给出的报价与公司基准定价有较大差异（详见后表）。

在通州区怡乐中街的申通快递网点，记者表示有大宗快件需要发时，接待人员表示可以在公告价格的基础上有优惠，“发件前要给我们打个电话，不然每个收件员过去肯定给你价格都高。”

另外，在韵达快递及宅急送的网点，收件员均表示，达到一定的件数之后可以给出更便宜的首重价格，有的甚至能便宜一半多。

■ 揭秘

快递网店多为加盟 难有统一标准

对于收件员报价不一致的问题，部分快递公司表示，如果出现投诉，公司将调查多收费问题，若属实将要求网点退回。

而多收费的标准是什么？大部分公司称是“多的离谱，并没有具体标准”。同时，这些公司也表示，在一定范围内，网点或快递员自主定价，公司是允许的。

“现在很多快递公司都是加盟制，公司负责管理，经营均是网点自己想办法。”快递业内人士冷先生说，很多公司给出的参考价只是一个均价，网点大多会根据自己的运行情况，给不同的客户不同的价格。

冷先生说，快递网点的利润来源于快递单的数量，如果是固定的大客户，为了保证数量会降低价格，就好像是“批发”，对于散户的“零售价”就由快递员说了算，不同的收件员，报价就会有差异。

■ 薪酬提成制 成乱收费主要原因

中国快递物流咨询网首席咨询师徐勇认为，价格管理混乱是整个快递行业普遍存在的问题。快递属于竞争性业务，其价格遵循市场定价原则，国家在这方面没有定价权，尤其是在大量民营企业采用加盟制之后，快递员的自主定价权就变得更为明显，并逐渐变成行业内的潜规则。

为了避免快递员将多收的部分纳入自己的腰包，记者了解到，很多公司也有相应的要求，比如在单上注明收件价格，发现中饱私囊将十倍处罚等。

而造成快递员报价不一致的主要原因是快递员的薪酬提成制。如记者采访的某快递公司站点给收件员的提成是成交价的12%左右，快递员报价高，得到的提成相应也会变多。

徐勇认为，快递行业覆盖范围广，政府部门对快递价格的监管存在较大难度，解决价格管理混乱的根本举措应该是出台相关规定，要求快递企业按照公司公示的价格来收费，避免快递员有定价权。

■ 部分快递公司基准价及收件员报价

公司	范围	基准价	快递员报价
顺丰	北京同城	首重13元，续重2元	首重15-20元
	北京到周边	首重14-15元，续重2-3元	首重20-30元
	跨省一线城市	首重22元，续重8-14元	首重25-30元
圆通	北京同城	首重7-10元，续重3-5元	首重10-15元
	跨省一线城市	首重12元，续重8元	首重15-18元
汇通	北京同城城区	首重6元，续重2元	首重10-12元
	跨省一线城市	首重10元，续重6元	首重12-20元
申通	北京同城	首重8元，续重3元	首重10-15元
	跨省一线城市	首重12-15元，续重8元	首重15-20元
韵达	北京同城	首重8元，续重3元	首重10-15元

注：记者采访了朝阳、通州等区的10余家快递公司网点，多数网点电话收件不会主动报价，部分快递公司的官网会提供基础价（据法晚）



劣质羽绒服成本几十元

面料质量差、含绒量不达标、翻新时以次充好，是定制翻新行业三大潜规则

2012年12月中旬，北京寒冷异常，退休职工王大妈去位于北京市西三环六里桥附近的一个服装市场，买了一件两百多元的长款羽绒服。这件羽绒服看上去很厚实，可穿在身上却并不保暖。于是，王大妈把羽绒服送到一家商场的羽绒服专柜鉴定。没想到，羽绒服剖开后，内胆里装的竟然多是羽毛和丝绒，很难找到真正的羽绒。

羽绒服轻便、保暖、蓬松又柔软，素来是北方人御寒的首选。然而，市场上的羽绒服质量良莠不齐，存在以次充好现象。有些服装厂商为了牟利，以鸡毛冒充鸭绒、以粉碎的腈纶棉冒充羽绒，严重损害了消费者利益。

成本竟不足100元

位于北京市南三环外的木樨园京温服装批发市场，是京南有名的羽绒制品集散地之一，每天都有来自全国各地的服装商贩来此批发羽绒制品。2013年春节前夕，《生命时报》记者来到这个市场展开了调查。一名销售商告诉记者，2012年冬天全国普遍气温低，这里的羽绒制品日批发量可达3万件以上。

走进市场，里面熙熙攘攘，很多商家以销售羽绒服为主。记者观察发现，市场里的羽绒服价格落差比较大，价格高的近千元，中间档的在350—450元，价格低的仅售一百多元。一名销售商说，来批发中低档价格羽绒服的人最多。在一楼一处摊位，销售人员向记者推荐了一件长款羽绒服，批发价格200

元。当记者问及为什么这么便宜时，店主陈先生坦言：“里面的羽绒稍微差点！”

一位不愿意透露姓名的业内知情人士告诉记者，羽绒服好坏关键在羽绒。一般来说，批发价格在300元以下的羽绒服，里面的羽绒很少，都掺杂了其他东西，“根本称不上是羽绒服”。他告诉记者，制作一件长款羽绒服需要5两羽绒，好一点的羽绒80—100元/两，差一点的也要50—60元/两，还有面料、拉链、扣子等其他配件，再加上人工费、厂家利润等，300块钱连成本都不够。他说：“你说的那件批发价200元的羽绒服，估计成本价不到100元。”他说，即使一件短款的中档羽绒服，成本也要400元，商家一般会加价40%销售，“550—600元才是一件中档羽绒服的合理销售价格”。

粉碎绒以次充好

周先生曾经在丰台区六营门南街经营一家羽绒服加工作坊，但现在已经不做了。他的作坊不但可以定做羽绒服，还生产和批发低档羽绒服，每件250—300元，填充的多是假羽绒。周先生说，他家过去销售的假羽绒多达7种，价格最便宜的4元/两，最贵的是掺杂了70%化纤棉的“羽绒棉”，10元/两。这些“羽绒”全部来自浙江乐清，那里有专门加工生产假羽绒的小作坊。他还告诉记者，购买假羽绒的多是在服装市场加工制作羽绒服的小作坊，很多小作坊主都有摊位，自产自销。“价格在200元以下的羽绒服，里面装的都是‘飞丝’，根本没有绒，保暖性很差，由于价格便宜，销路也很不错。”

假羽绒又被称作“飞丝”，是行业

内对劣质假冒羽绒的普遍称呼，其实就是粉碎绒。粉碎绒是由提绒后的鸭、鹅等禽毛粉碎而成。周先生说，“飞丝”颜色与真羽绒非常相似，但手感粗糙，比较硬，由于缺乏高温消毒等工艺，加工成“羽绒服”后还可能产生异味。

就在2012年11月26日，中消协发布调查结果显示，羽绒服面料质量差、含绒量难达国家标准、翻新时把好羽绒换成差羽绒等情况，已成为羽绒服定制翻新行业的三大潜规则。

摸不到梗的质量好

羽绒是鸭或鹅等水禽动物毛根部的小绒朵。据了解，目前我国现行的羽绒制品标准规定：普通羽绒服含绒量的标准不得低于50%，而正规羽绒制品企业加工生产的品牌羽绒服，含绒量一般都在90%左右。

消费者购买羽绒服时应如何挑选？北京广安门外大街华联商场羽绒服专柜的售货员陈先生提醒，购买羽绒服要“看、摸、拍、闻”。

看羽绒服是否有商标，是否钻绒跑毛，这是检查面料质量和缝制质量的标准；用手仔细摸，看手感如何，摸不到羽毛梗，说明含绒量达到了70%，质量比较好，如果摸到梗状的东西或粉末状的东西，说明含绒量很低，或者是假羽绒；用手怕打羽绒服，如果针脚处有粉末喷出，说明羽绒内含有灰粉，质量差，还可以用手抓一把再迅速松开，如果很快鼓起来，说明含绒量高；质量好的羽绒服，里面的羽绒都经过清洗、高温消毒，闻不到异味，如果有腥臭味或其他异味，说明羽绒没有经过清洗和消毒处理，质量有问题。

(徐焱)

北京市消协发布 41种休闲服装比较试验结果

本次比较试验中，41个测试样品有26个样品所有测试项目均符合国家标准要求，占总样品数的63.4%；有13个样品质量存在瑕疵，2个样品标识不全，不达标的样品占36.6%。比较试验结果显示：部分知名品牌服装存在色牢度、纰裂、耐磨等质量指标达不到国家标准要求的问题，质量、价格与消费者的期望值有较大落差

随着社会经济的发展，消费者对穿衣着装追求的提高和物质水平的上升使得我国的服装行业蓬勃发展，而近些年国外知名的服装品牌也纷纷进入中国，使得市场上服装品种得到进一步丰富。与此同时，服装的质量安全问题也一直是消费者关注的焦点。为了解休闲服装质量的真实状况，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休闲服装进行了比较试验。

一 试验样品及来源

比较试验的样品由市消协工作人员以普通消费者身份，从北京的大型购物场所及网购渠道随机购买，涉及北京、天津、上海、山东、福建、江苏、广东等七省市41家企业生产或经销的休闲服装，大部分品牌具有较高的知名度，其中产地标注国外的有8个样品。

二 试验标准及项目

比较试验样品委托国家服装质量监督检验中心（天津），依据GB18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规

范》和GB5296.4-1998《消费品使用说明 纺织品和服装使用说明》以及样品明示的标准，对样品的纤维含量、pH值、甲醛含量、耐皂洗色牢度、耐水色牢度、耐酸（碱）汗渍色牢度、耐干（湿）摩擦色牢度、耐光色牢度、耐干洗色牢度、异味、禁用偶氮染料、产品标识以及根据企业明示的标准对部分样品的强力、纰裂、剥离强度、耐磨性能等项目进行了测试。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，41个测试样品有26个样品所有测试项目均符合国家标准要求，占总样品数的63.4%；有13个样品质量存在瑕疵，2个样品标识不全，不达标的样品占36.6%。比较试验结果显示：部分知名品牌服装存在色牢度、纰裂、耐磨等质量指标达不到国家标准要求的问题，质量、价格与消费者的期望值有较大落差，具体如下：

1 产品标识。产品标识是服装使用说明的一种重要表现形式，作为服装产

品标识主要有：商品名称、厂名厂址、规格号型、纤维成分含量、执行标准、产品合格证、质量等级、洗涤方法等，经测试，41个样品中有2个样品有信息缺失的现象，占样品总数的4.9%。

2 纤维含量。纤维含量即某种纤维质量占纤维总质量的百分比，是反映产品质地优劣的重要指标。错标或乱标纤维含量会对消费者产生误导。经测试，本次比较试验的41个样品中北京嘉信欣隆商贸有限公司生产或销售的翠贝卡TR/BECA牌款号为T13B319A29的长袖上衣该指标不符合国家标准要求。

3 PH值。pH值是纺织产品中的安全性能指标。人体皮肤正常pH值应在5.5至7.0之间，呈弱酸性，如果纺织品的pH值与人体皮肤相差太大，会对皮肤产生刺激，可能会引发皮炎、皮肤瘙痒等症状。本次比较试验的41个样品中珠海市凯丽有限公司生产的a02牌款号为D1N5B1061SC的女装毛衫该指标不符合国家标准要求。

4 色牢度。色牢度是指纺织品的颜色对在加工和使用过程中对各种作用的抵抗力。色牢度差的纺织品，染料分子和重金属离子等都可能通过皮肤被人体吸收而危害人体健康，此外还会沾染穿在身上的其它服饰，或者与其他衣物洗涤时染脏其他衣物。本次比较试验对样品的耐皂洗色牢度、耐水色牢度、耐酸（碱）汗渍色牢度、耐干（湿）摩擦色牢度、耐光色牢度、耐干洗色牢度指标进行了测试，测试结果显示：41个样品中有9个样品色牢度指标不符合国家标准要求，占样品总数的22%，它们是：上海同瑞服饰有限公司生产的圣大保罗牌款号为PW12WP103K984的休闲裤、雨果博斯（上海）商贸有限公司生产的雨果博斯HUGO BOSS牌款号为4021420636736的休闲裤、三利国际服装有限公司生产的MEXX牌款号为10-H5RE2837-0019M021的休闲裤、琳玛（上海）贸易有限公司生产的MAX&Co牌款号为7041020的上衣、广东利威制衣有限公司生产的JEEP牌款号为JW10WP106Z982的休闲裤、深圳市海马服饰有限公司生产的G·HAIMA牌款号为GGCXK55C01的休闲裤、麦西姆社特商业（北京）有限公司生产的MASSIMO DUTTI牌款号为0006/306/717的裤子、福建石狮市恒远服装制造有限公司生产的腾狼牌款号为7716-1#的休闲裤、凡客诚品（北京）科技有限公司生产的VANCL牌款号为032526的灯芯绒水洗裤子。

5 服装的物理性能。本次比较试验我们对样品的扯裂、撕破强力、断裂强力、顶破强力、裤子产品的裤后裆缝接缝强力、覆粘合衬部位剥离强度、起球等指标进行了测试，具体如下：

（1）扯裂。扯裂即通常所说织物“滑移”或织物“排丝”，扯裂程度达

不到标准规定的指标，反映该件服装接缝强力不够，容易引起肩缝、袖缝、侧缝等处的缝口脱开而无法穿着。经测试，41个样品中琳玛（上海）贸易有限公司生产的MAX&Co牌款号为7041020的上衣扯裂指标不符合国家标准要求。

（2）撕破强力。在服装穿着过程中织物上的纱线会被异物钩住而发生断裂，或是织物局部被夹持受拉而被撕成两半。织物的这种损坏现象称为撕裂或撕破。撕破强力的好坏直接影响服装的使用寿命。本次比较试验的41个样品中深圳市海马服饰有限公司生产的G·HAIMA牌款号为GGCXK55C01的休闲裤撕破强力指标不符合国家标准要求。

（3）覆粘合衬部位剥离强度。粘合衬是一种非常重要的服装辅料，与服装相应的部位结合在一起，从而达到一定的造型效果。覆粘合衬部位剥离强度不够，会造成粘合衬部位表面脱胶、起皱、变形，严重影响服装的外观和穿着。测试结果显示，41个样品中有2个样品该指标不符合国家标准要求，占样品总数的4.9%，它们是：绫致时装（天津）有限公司生产的VERO MODA牌款号为312327006010380的大衣、广州尚岑服饰有限公司生产的ochirly牌一套连衣裙+披肩样品中款号为N1124080171的披肩。

（4）耐磨性能。服装在穿着和使用过程中会受到各种磨损而引起织物损坏，将织物抵抗磨损的特性称为耐磨性能。经测试，41个样品中广东利威制衣有限公司生产的JEEP牌款号为JW10WP106Z982的休闲裤耐磨性能不符



合国家标准要求。

其他样品物理性能均达到国家标准要求。

6 异味、甲醛含量、可分解致癌芳香胺染料。异味指纺织品散发出的挥发性特殊气味；甲醛含量、可分解致癌芳香胺染料是纺织产品中的安全性能指标，直接关系到人体的健康。经测试所有样品异味、甲醛含量、可分解致癌芳香胺染料均符合国家标准要求。

相关链接

提醒消费者

1 消费者购买服装应选择有信誉的购物场所选购并留存购物凭证，以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。

2 消费者选购服装应注意查看产品的标识，如成分、厂名厂址等，且按照国家标准规定，B类服装可直接接触皮肤，C类服装不宜直接接触皮肤，消费者可根据穿着需要选购适宜的服装。

3 消费者购买服装不应盲目迷信品牌，应从实际出发，选择适合自己的服装。

4 建议消费者对新购买的服装应洗涤后再穿着。

北京市工商局发布服装质量监测结果

近期，北京市工商局对本市市场上销售的服装类商品进行了质量监测。监测结果显示，本市服装类商品整体质量状况良好，但仍有部分商品质量存在问题，涉及的主要问题为服装的标识、纤维含量、染色牢度、PH值及甲醛等项目不符合相关标准要求。

商品名称	标称生产单位	标称商标	型号规格	标称生产日期或批号	不合格项目
女装	"武汉猫人服饰股份有限公司 (授权) 制造商: 上海湘轩服饰有限公司	猫人	"L XXI 4XL"	999	纤维含量
裙子	北京梅安特服装服饰有限公司	别出心裁	"L × 2 XL"	211313589	PH值、耐水色牢度、耐汗渍色牢度、耐湿摩擦色牢度
精品毛衫	中国总代理: 上海路 易斯特服饰有限公司 商标持有人: 美国花花公子亚太控 股集团有限公司	玉兔公子	"165/84A 170/88A 175/92A"	T8862	纤维含量
男装休闲上衣	泉州市乐登袋鼠体育用品有限公司 授权: 美国骆驼国际投资公司	骆驼	"175/92A 180/96A 185/100A"	J-3039	纤维含量、耐湿摩擦色牢度
女装	"武汉猫人服饰股份有限公司 (授权) 制造商: 上海湘轩服饰有限公司"	猫人	"M L XXL"	1213	纤维含量、PH值
五分裤	经销商: 北京吉普顿服饰有限公司 生产商: 福建石狮367服饰有限公司	Jeeplunokhod	"30 32 40"	80308	耐洗色牢度、耐湿摩擦色牢度
男装圆领短T	东莞战地服饰有限公司	战地	"L S M"	MTX22017	纤维含量
短上衣	北京梅安特服装服饰有限公司	别出心裁	"L XL"	211213545	标识、耐水色牢度、耐汗渍色牢度、耐洗色牢度、耐干摩擦色牢度、耐湿摩擦色牢度
短袖T恤	北京润泰发服饰有限公司	CSK	"50 54 180/96A"	1770225832	标识、纤维含量
茄克	北京田川制衣中心	圣吉卡丹	"170/88A 175/92A 180/96A"	JKA1142-73	纤维含量
女上衣	北京利尚联合服装服饰有限公司	赛瑞娜	"165/84A 170/88A 175/92A"	SEM11-A179	纤维含量
牛仔裤(水洗 产品)	盖璞(上海)商业有限公司	GAP	"160/62A 164/62A 166/62A"	695209	pH值、耐水色牢度、耐汗渍色牢度
长裤	杭州瑞仪服饰有限公司	林语	170/72 175/78A	LSS12D111	纤维含量、耐干洗色牢度
中长上衣	北京梅安特服装服饰有限公司	别出心裁	"L XXL"	212313216	耐干摩擦色牢度、耐湿摩擦色牢度
针织衫	"出品: 北京牛士服饰有限公司 总体策划推广: 法国乡奴国际时装 有限公司"	乡奴	"165/92A 165/96A 170/104A"	A5379	纤维含量
女装高级轻型羽绒背心	迅销(中国)商贸有限公司	UNIQLO	165/92A × 3	072572	充绒量
女裤	北京卓莱服装服饰有限公司	卓莱	160/66A 170/78B 155/62A	J102442K-N-M	纤维含量、耐干洗色牢度

T恤	制造商：桐乡市博时服饰有限公司 商标持有人：深市红服饰贸易有限公司	红	"105 110 120"	8809	纤维含量
男装衬衣	广州卓杨服装有限公司	YY CCLLECTON	"170/96A × 2 180/104A 175/100A"	Y-10B-04-5095	耐水色牢度、耐汗渍色牢度
女式长裤	永远二十一商业（上海）有限公司	Forever 21	"160/64A × 2 165/71A"	11408256	耐碱汗渍色牢度
T恤	广州卓杨服装有限公司	YY CCLLECTON	"175/100A 180/104A 185/108A × 2"	1121018748	纤维含量
男装休闲裤	上海同瑞服饰有限公司	圣大保罗	"180/92B 185/96B 180/88B"	PS11WP103K992	耐湿摩擦色牢度
偏门襟连衣裙	北京鸿羽兴利华经贸有限公司	ILLATION	"165/88A 170/92A 160/84A"	ID1205	纤维含量
女式长裤	永远二十一商业（上海）有限公司	Forever 21	"160/64A 160/66A 165/71A"	86807067	耐湿摩擦色牢度
裤子	广州市黛绮时装有限公司		"165/72A 175/80A 160/68A"	228436-1	纤维含量
裤子	"经销商：上海乐购物流有限公司 委托加工方：绮丽集团有限责任公司 制造商：青岛绮丽佳美制衣有限公司"	F&F	"175/80A 165/70A 155/60A"	LSS121EPP	pH值
女式套头衫	永远二十一商业（上海）有限公司	Forever 21	"160/84A 165/92A 170/98A"	02929642	纤维含量
牛仔裤	"经销商：上海乐购物流有限公司 委托加工方： 东阳市牡丹经济贸易有限公司 生产商：河南新亚服装有限公司"	F&F	"175/80A 175/84A 180/96A"	MSS121	耐洗色牢度
半身裙	"经销商：上海乐购物流有限公司 制造商： 宁波东方宏业针织有限公司"	F&F	"165/70A 170/74A"	LSS122	纤维含量
巴布豆平织六分裤	巴布豆（中国）儿童用品有限公司	BOB DOG	"110/53 140/55 150/61"	BC2K433	耐洗色牢度
北欧之旅系列 -棉布长裤	上海博越服饰有限公司	M · TT	"110/53 140/61 150/63"	6157701	纤维含量、耐湿摩擦色牢度
长裤	广州市今生宝贝服装实业有限公司	今生宝贝 · 上品婴	"90/47 100/50 × 2 110/53"	301031226	纤维含量
连体衣	制造商：佛山市禅城区顶尖制衣厂 监制： 香港顶尖国际妇婴用品有限公司	婴派	"52/40 59/44 × 3"	E1801	纤维含量
童装	小财神制衣有限公司	米米果	12、14、16、18	XZSZY	标识
T恤	湖州喜多郎服饰有限公司	漂亮	"110/52 120/56 × 2 130/60"	01x12y245	纤维含量、PH值

选购提示

消费者在选择服装等纺织类商品时，除了关注商品的品牌、款式、颜色等要素的同时，也需要关注以下问题：

1

看外观，查标签

产品是否具有完整的标识，包括产品使用说明（外挂牌）、耐久性标签（水洗唛），是否明确地标注了制造者名称、地址、电话、产品名称、产品号型、规格、款号，采用原料的成分和含量、洗涤方法、产品标准编号、产品质量等级、产品质量检验合格证明及安全技术类别等必须标注的内容。同时查看产品的做工是否良好并试穿查验服装是否适合及舒适程度。

2

摸手感，闻气味

可以近距离闻一下衣服是否存在刺激性的气味，尤其是折叠带包装的产品。如果存在刺激性的气味，则要提高警惕，该产品可能存在甲醛超标、有异味等质量问题。

3

留凭证，善维权

在商品购买后的一段时间内，尽量保存好有关该商品的所有凭证，包括：购买票据、服装吊牌等，其不仅可用于指导产品维护，还可以在出现质量纠纷时作为的重要凭据。

北京市工商局公布 电源插座质量监测结果

近期,北京市工商局对本市市场上销售的移动式电源插座(转换器)类商品进行了质量监测。本次监测结果显示,我市移动式电源插座(转换器)类商品整体质量状况良好,但仍有部分商品质量存在问题,涉及的主要问题为标志、额定值、尺寸、移动式电器附件的结构、耐热、软缆及其连接、端子、拔出插头所需的力、绝缘材料的耐非正常热、耐燃和耐电痕化、防触电保护等项目不符合相关标准要求。

商品名称	标称生产单位	标称商标	型号规格	标称生产日期或批号	不合格项目
高级移动式多位插座(包装)	汕头市海之星电器实业有限公司	美星日电	MX-212(包装)	无	标志、尺寸的检查、防触电保护、端子、移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接、耐热、绝缘材料的耐非正常热、耐燃和耐电痕化
吉顺插座(包装)	普宁市吉顺电器有限公司	吉顺	JS-K10	0908	标志、尺寸的检查、端子、移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接、绝缘材料的耐非正常热和耐燃
电源转换器	深圳市吉顺康科技有限公司	吉顺	JSW-3101	201007	尺寸的检查
高级电源转换器	绵阳市宏剑电器配件厂	宏剑	RS-881B-5	2011.03	额定值、尺寸的检查、软缆及其连接、耐热
转换器(包装)	广东普宁市新强电器配件厂	新雅明	XYM-338	无	额定值、标志、尺寸的检查、端子、移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接、耐热、绝缘材料的耐非正常热、耐燃和耐电痕化
新世纪高级电瓷插座	普宁市军埠吉日电器配件厂	吉日	547	无	额定值、标志、尺寸的检查、端子、移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接
驰伟转换器(包装)	普宁市军埠吉日电器配件厂	驰伟	551	无	额定值、标志、尺寸的检查、移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接
华马插座/转换器	普宁市吉恒电器有限公司	华马	HM-A24	201106	尺寸的检查、移动式电器附件的结构
高级大功率地拖插座	石家庄新冀光电器厂	新冀光	无	无	额定值、标志、尺寸的检查、移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接
四位电源转换器(包装)	宜高(中国)专业电气技术有限公司 制造商:浙江恒达高电器有限公司	GAO	1300117(货号)	11.09	标志、耐热
飞利浦电源转换器	飞利浦(中国)投资有限公司(包装), 制造商:惠州市和宏电线电缆有限公司(包装)	PHILIPS	SPS14*0A/93	2011年8月3日	移动式电器附件的结构
转换器(包装)	慈溪市三叶电器有限公司(包装)	兴叶	RS-880A-6	2011.03	软缆及其连接、耐热
插座/转换器	慈溪市牛人电器有限公司	鸿意电器	HY-608	无	软缆及其连接、耐热
无线插座(价签)	汕头市南帆电器有限公司	南帆电工	SL-8909K(货号)	无	尺寸的检查、耐热、绝缘材料的耐非正常热、耐燃和耐电痕化

高级多功能转换器	广东美的照明电气 制造有限公司	美的	M8C05L3-A1	20100326	移动式电器附件的结构、耐热
家家乐插座(包装)	慈溪市观海卫镇佳佳电子厂	家家乐	DH-606A	2009年	端子、移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、 软缆及其连接
拳王插座(包装)	宁波拳王电器有限公司	拳王	QW-B002	2011年01	尺寸的检查、移动式电器附件的结构、软缆及其连接
转换器(包装)	深圳市格田电器有限公司 (包装)	福喜多	FXD-315	201102	尺寸的检查、绝缘材料的耐非正常热、 耐燃和耐电痕化
安全插座(包装)	泰力实业有限公司	泰力	RH-418	20120331	尺寸的检查、移动式电器附件的结构
插座	长通电器厂	长通	CT-810(包装)	无	标志、尺寸的检查、防触电保护、端子、移动式电器 附件的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接
转换器(包装)	慈溪市劳特电器有限公司	劳特	RT-907A	10.09	额定值、尺寸的检查、软缆及其连接
强化安全转换器 (包装)	北京科海世纪科技有限公司	科海	KH-305	无	尺寸的检查、端子
电源转换器/插座	北京清能创新科技有限公司	同福	TF-306	2010.10	尺寸的检查、移动式电器附件的结构
单相移动插座	慈溪市光泽电子有限公司 (包装)	金泽	JZ-109	无	标志、尺寸的检查、端子、移动式电器附件的结构、 拔出插头所需的力、软缆及其连接、耐热
移动式多位插座 转换器	慈溪市光泽电子有限公司	金泽	JZ-2044	无	额定值、标志、尺寸的检查、防触电保护、端子、移 动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、 软缆及其连接
转换器(包装)	慈溪正猫电器有限公司	正猫	ZM-105	无	尺寸的检查、软缆及其连接、耐热
转换器(包装)	宁波坦克王电器有限公司 (包装)	坦克王	TKW-628	201203	额定值、尺寸的检查、移动式电器附件的结构、耐热
转换器(包装)	宁波正蓝电器有限公司 (包装)	正蓝	ZL-366	2010/04/18	标志、端子、移动式电器附件的结构
高级移动式插座	深圳市秋叶原实业有限公司	秋叶原	YF-1418	20100504	尺寸的检查、移动式电器附件的结构、耐热
转换器	泰力实业有限公司	泰力	RA-230	20111214	尺寸的检查
转换器(包装)	广东省普宁市军埠吉日 电器配件厂	驰伟	CW-402	201008	尺寸的检查、移动式电器附件的结构、 软缆及其连接、耐热
转换器(包装)	普宁市吉恒电器有限公司	华马	HM-108	201010	尺寸的检查、移动式电器附件的结构、软缆及其连 接、绝缘材料的耐非正常热、耐燃和耐电痕化
多位转换器<插座>	慈溪市长通电器厂	长通	CT-212	无	尺寸的检查、防触电保护、端子、移动式电器附件的 结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接
手提式插座	丹阳市金松电器有限公司	金松	JS-605	无	尺寸的检查、软缆及其连接、耐热
电源转换器(包装)	江苏酷博睿电器有限公司	coobery	CA-0330T01	10.12	端子、移动式电器附件的结构、耐热
高级工程电磁炉地 拖插座	普宁市占陇潮胜电器配件厂	绣龙	026	无	额定值、标志、尺寸的检查、端子、移动式电器附件 的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接
电源转换器(包装)	汕头市海之星电器实业 有限公司	MESEN	MX-125	无	标志、端子、移动式电器附件的结构、软缆及其连接
电源转换器(包装)	汕头市海之星电器实业有 限公司	MESEN	MX-134	无	标志、端子、移动式电器附件的结构、软缆及其连接
转换器(包装)	宁波拳王电器有限公司	拳王	QW-D01	2010年02月	移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、耐热

驰伟牌插座(包装)	广东省普宁军埠吉日电器配件厂	驰伟	CW-407W	200811	标志、尺寸的检查、端子、移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接
转换器(包装)	深圳市格田电器有限公司	福喜多	FXD-306D	201008	额定值、尺寸的检查、移动式电器附件的结构、拔出插头所需的力、软缆及其连接、耐热、绝缘材料的耐非正常热、耐燃和耐电痕化
电源转换器	慈溪卓益电器有限公司	卓乐	D11K	2011年3月	尺寸的检查、移动式电器附件的结构
电源转换器	慈溪卓益电器有限公司	卓乐	208KG	2011年3	尺寸的检查、移动式电器附件的结构
插座/转换器	慈溪市牛人电器有限公司	鸿意	HY-802	无	尺寸的检查、耐热
锦雕电源转换器	宁波锦雕电器有限公司	图形	JD-B30	2009.05	移动式电器附件的结构、耐热
电源转换器	中山市欧普照明股份有限公司	OPPLE	R11001	2012年3月24日	移动式电器附件的结构、软缆及其连接
组合插座/转换器(包装)	慈溪市安亿居电器有限公司	宁	YN10-408	无	标志、尺寸的检查、端子、移动式电器附件的结构、软缆及其连接
转换器(包装)	慈溪市三叶电器有限公司(包装)	兴叶	RS-887B-8	2011.12	标志、移动式电器附件的结构、软缆及其连接
高级电源转换器(包装)	深圳市家必备电器制造有限公司	家必备	JBB-201	无	标志、耐热
乐凯转换器(包装)	宁波开发区智慧金卡设备有限公司	乐凯	ZH202825	无	额定值、标志、尺寸的检查、防触电保护、端子、移动式电器附件的结构、软缆及其连接
乐凯转换器(包装)	宁波开发区智慧金卡设备有限公司	乐凯	ZH202826	无	额定值、标志、尺寸的检查、防触电保护、端子、移动式电器附件的结构、软缆及其连接、耐热
电源转换器	深圳市秋叶原实业有限公司	秋叶原	YF-248	09030501A	移动式电器附件的结构、耐热
电源转换器	深圳市航嘉驰源电气股份有限公司	航嘉	SSF300	120322	移动式电器附件的结构
电源转换器	深圳市航嘉驰源电气股份有限公司	航嘉	SSB401	120316	移动式电器附件的结构

选购提示

消费者在选择插座(转换器)类商品时需要关注以下几点:

1

眼观和手感

一般好的产品外观平整,材料采用优质PC料,阻燃性能良好;好的电源插座产品有一定的质感,拿在手里有一定的份量。有的产品表面虽光洁,似乎涂了一层油,但重量很轻,此类材料阻燃性不好,会给家居用电埋下火灾隐患。

2

看结构

目前市场上的电源插座结构有两种——可拆卸式和不可拆卸式,其区别在于是否能用普通螺丝刀拆卸。对于普通消费者,尽量选择不可拆卸式的转换器。另外,在选购时您也可把自带插头插在插座上,以试验其插拔力,过紧或过松都会影响正常使用。

3

注意额定电流。

市场上常见的电源插座额定电流有10A与16A两种规格,按国家强制标准要求,转换器产品必须用“MAX或最大”标识其所能承受的最大功率、电流及电压,电源插座的额定电流值应大于所接家用电器负荷电流值,消费者根据实际需要选购。特别提醒消费者的是,有个别插座插头部分的额定电流为10A,而转换器本身的额定电流是16A,这是明显的小马拉大车。使用这种转换器会使线路发热、发烫、加速老化,从而引发短路与火灾。

4

看标识

要注意开关/插座的底座上的标识,如国家强制性产品认证CCC标志、企业代码、额定电流电压值、产品型号等等。产品要包装完整,上面应该有清晰的厂家地址、电话,附有使用说明和合格证。

5

认品牌

名牌产品经时间、市场的严格考验,无论是材质、品质均严格把关。建议消费者到正规大型商场、超市购买电源插座(转换器)。

五种太阳能热水器质量不合格

近期，北京市工商局对本市市场上销售的太阳能热水器类商品进行了质量监测。监测结果显示，我市太阳能热水器类商品整体质量状况良好，但仍有部分商品质量存在问题，涉及的主要问题为家用太阳热水系统热性能、轮廓采光面积、容水量等指标不符合相关标准要求。

商品名称	标称生产单位	标称商标	型号规格	标称生产日期或批号	不合格项目
家用太阳能热水器	北京之光太阳能热水器工贸有限公司	豪轩阳光	H×Φ47×1500×15支	2012年6月	外观
家用太阳能热水器	北京君创亿家人太阳能设备有限公司	清华天雨	Φ58×1800×15	2012年6月	外观
家用太阳能热水器	北京腾辉虹雨太阳能科技有限公司	清大皇普	Φ58×1800×18	2012年6月	外观
家用太阳能热水器	北京佳诺阳光科技发展有限公司	京京	Φ47×1500×18	未标注	外观、热性能(日有用得热量)
家用太阳能热水器	北京初仁伟业太阳能科技有限公司	英豪新生活	Φ58×1800×16	2012年6月	外观

选购提示

目前，市场上销售的家用太阳能热水器种类繁多，按照太阳集热器种类来区分，可分为真空管式和平板式；按照结构区分，可分为一体式和分体式；按照制作工艺区分，可分为承压式和非承压式。其中，最常见的是非承压真空管式家用太阳热水器和分体平板热水器，在选购太阳热水器商品应注意以下几点：

- 1

家用太阳热水器的关键部件就是全玻璃真空太阳集热管（简称真空管）或平板集热器（简称平板），真空管或平板质量的好坏直接影响到整个家用太阳热水器的性能。仔细观察真空管内玻璃管上的涂层或平板上的涂层，这层涂层叫太阳选择性吸收涂层，由于各厂家制作工艺不同，涂层颜色会有所区别，但一般都是黑色、深蓝色或深灰色，质量好的涂层颜色均匀，膜层无划痕、无起皮或脱落现象，玻璃上也没有结石或节瘤现象，支撑内玻璃管的支撑件放置端正、不松动。
- 2

应注意真空管之间的管间距，配置外径为Φ47mm全玻璃真空太阳集热管时，通常两管的中心距在70 mm左右为宜。配置外径为

- Φ58mm全玻璃真空太阳集热管，通常两管的中心距在80mm左右为宜。

3

家用太阳热水器的支架设计应合理，应有足够的强度和刚度才能确保有足够的承重能力。在一些日常风力较大的地区，尤其是沿海地区，家用太阳热水器还应注意该商品在设计上是否有抗风能力。

4

应考虑到家中常住人口数量，以确定所购买家用太阳热水器容量的大小。一般以每人40升水的标准为宜。需要配置电加热装置，应选择具有电气安全设计的商品。其他相关配件，如自动上水装置、水温水位显示仪、电磁阀等，对于这些装置的选择时一定要问清楚使用寿命和保修期限。
- 5

家用太阳热水器在安装过程中应注意支架安装是否牢固，所有螺丝及接头是否上紧，上下水管安装位置是否合理，热水器本身是否有加固措施等等。另外，在上水管路中一定要安装止回装置，以防止热水回流，倒灌入冷水管道路。

6

家用太阳热水器的售后服务也非常重要。最好选择知名品牌商品和售后服务好的经销商。因为家用太阳热水器是耐用消费品，而且通常是安装在楼顶，一旦出了故障，用户很难自己解决，所以售后服务一定要有保障。目前，市场上整机免费保修期一般为3~5年不等。
- 权威发布 | 29 |

安全行车做到 “八九不离十”

为了提醒广大消费者安全驾车出行，中消协汽车办公室联合中国道路交通安全协会、清华大学汽车碰撞实验室共同发布“春节驾车出行消费警示”。

一、行车安全“八提醒”

1. 不要戴不具有防滑功能的手套驾车。冬季天气寒冷，汽车刚开动时车内温度较低，驾驶员可能会选择不摘手套的情况下驾驶车辆。手套如果不具备防滑功能对驾驶安全非常不利，可能会导致方向盘滑脱。

2. 不要穿厚底鞋驾驶车辆。虽然冬季气温较低，但驾驶时仍应避免穿厚底鞋。可以在车内备一双薄底鞋，以备驾驶时用。

3. 不使用过滑的坐垫。冬季天气寒冷，车主会喜欢用比较厚而暖和的汽车坐垫，购买时注意不要选用太滑的坐垫，否则发生碰撞时会致驾驶员发生“下潜”，造成腿部伤害。

4. 不应在行李箱尤其是汽车后座乱放物品。存放行李或年货应尽量用网兜等固定，否则发生事故时杂乱摆放的物品有可能变成“重磅炸弹”，给乘员带来伤害。

5. 携带儿童出行时记得给儿童使用安全座椅。12岁以下的儿童乘车均建议使用与其年龄适用的安全座椅。

6. 不要长时间存放易燃、易爆物品。打火机、香水瓶、加气饮料等不要长期存放。

7. 不要在人多地生地方随意开启后备箱取放物品。由于节假日车内存放的物品较多，特别是女性司机应尽量避免在人多地方开启后备箱或从车上下移动物品。尤其是在车库、路边、行人稀少路段停车时一定要观察周边环境，发现可疑情况应锁好车门打电话给家人或亲朋来接送。

8. 不要在不正规的停车场所停放车辆。去往外地的车辆夜间停放时，尽量找正规停车场、或有监控设施的地段存放，防止车牌、车辆被盗。

二、车辆保养“九必查”

1. 检查机油。春节期间正值冬季，对汽车发动机的润滑要求较高，如果使用的仍是夏季机油，必须更换。对使用时间较长，颜色发黑，附着力变差的机油都应及时更换，以保证发动机启动顺畅。

2. 检查防冻液。防冻液的量一定要合适，应根据不同地区和不同车型选用相应的冰点度及型号防冻液。使用2年以上的防冻液应予更换，混合防冻液一年必须更换。不同品牌不同型号的产品不要混用。

3. 检查电瓶。电瓶内电解液不能亏缺，保持将极板淹没10毫米为好，并检查电解液比重，保持充电量，如果电瓶充电不足，极易在严寒中裂损。

4. 检查制动。注意制动液是否够量，品质是否变差，需要时应及时添注或更换。注意制动有无变弱、跑偏，必要时清理整个制动系统的管路部分。

5. 检查四轮轮距。冬季路面易出现冰雪，同时橡胶、金属、塑料等材料在低温下变硬，操控系统也相应变沉，行驶路感减弱，四轮定位不正确极易影响行车安全。

6. 检查轮胎。冬季橡胶变硬而相对脆，不但摩擦系数会降低，也较其他季节易于漏气、扎胎。冬季经常清理胎纹内夹杂物，尽量避免使用补过一次以上的轮胎，应及时更换掉损较大和不同品牌不同花纹的轮胎。



7. 检查暖风。检查暖风管线及风扇，特别是要注意风挡玻璃下的除霜出风口送风是否正常，热量是否够。当除霜出风口有问题，在冬季驾车会带来许多麻烦和不安全因素。

8. 检查玻璃清洗液。玻璃清洗液在冬季的使用量明显会少于其他季节，但也不能忽视，温度在冰点以下时，不要用清水和洗涤水代替，要换上不怕冻的玻璃清洗液。

9. 检查空调。入冬前一定要检查一下空调系统是否清洁，有没有堵塞积水现象。

三、操作车辆“十细心”

1. 预热。冬季气温低，润滑油粘滞度增加不易流动，启动发动机后让发动机保持1100转/分左右，让车预热后再起步，此间不可猛踩油门也不要让发动机转速过高。预热不必等发动机温度上升到最佳温度再起步，只要温度表的指针开始上升就可以了。

2. 起步。冬季起步，一定要十分柔和缓慢，这样一方面是为了发动机在未到达正常运转温度时负载尽量小，另一方面也让轮胎在没热起来还处于较硬的状态下有一个渐热的过程，对发动机、轮胎及行车安全都有好处。在雪地，车辆起步变得困难，为了能够顺利进入车道，最好稍微前后移动一下车，或者用雪铲清除车辆的积雪。点火后轻踩油门，不要使车轮空转，否则车辆会越陷越深。

3. 换档。冬季驾车换档要勤，要像驾驶磨合期的车一样驾驶，一定要注意挡位的选择和油离配合，挡位过低

过高都易使车失控，这一点在冰雪路面上行驶尤为重要。在雪地行驶中，上下坡时都要使用低

挡平稳通过，中途不宜换挡。上坡防熄火，下坡绝对禁止空挡滑行。

4. 行驶。冬季行车，特别刚上路时，一定要尽量让车匀速行驶，切忌猛加油猛减速，在有冰雪的路面上更是如此。行驶中，要时刻注意周围的车辆及行人，并注意与前车保持足够的距离，要时刻准备着提前刹车，当发现和前车的距离在缩短，不管什么原因马上收油减速并将脚放在刹车踏板上准备刹车。应当说，轻柔加油、遇情况及早缓慢减速是冬季行车的原则。

5. 会车。在一般情况下冬季上路会车如同其他季节一样，但在有冰雪时，会车应及早减速，特别是在道路不很宽的情况下，会车要尽量在直道和稍宽一点的路段。

6. 超车。冬季枝枯叶落，视野略好于其他季节，但由于空旷无遮拦，风也较大，所以前车不易听到后车的喇叭声。因此，超车时应运用喇叭和前大灯提示，待前车做出让道动作时再超。在有冰雪的天气，超车很危险，确有必要超车时，要选择宽直的、对面有足够安全距离的路段进行，而且超过前车后千万不要急于向回并线，要尽量给被超车留出安全距离。

7. 转弯。冬季驾车转弯要特别注

意避开弯道内的积雪结冰。冰雪路无法避开时，一定要提早减挡减速、缓慢通过。车速降下来后，应采取转大弯、走缓弯的办法，不可急转方向，更不可在弯道中制动或挂空挡。

8. 制动。冬季行车制动突出一个“早”字和一个“柔”字，即便是在无冰雪的路面上行驶，冬季制动的效果也与其他季节不尽相同，往往略有些“硬”，所以冬季驾车制动应早一些轻踩，与减挡制动结合起来更好。在冰雪路上则尽量不踩制动，必要时还可运用手动制动，但应按住手制动的放松钮，不要让手动卡死。特别提醒：车辆每次启动上路前或停车休息再上路时，一定要试踩几脚刹车，以免结冰导致制动失效。

9. 停车。冬季停车要注意选择地点，尽量避开坑洼潮湿处，以免积水成冰冻住车轮。另外，有冰雪时要选择平地，不宜在坡地停车，以免起步困难。避开有枯草落叶处，装有三元催化装置的车更要注意，以防高温的三元催化器外壳将枯草引燃。尽量避免在雪地上泊车，要保证有足够的空间驶离泊车位，避免使移动车位变得困难。

10. 雪天行驶时要经常注意油表，长时间低速行车和起步停车耗油量，要及时加油，以免车辆抛锚，造成交通堵塞。（中消协）

可防一氧化碳中毒的燃气热水器 更有安全保障

热水器已经成为大多数家庭的必备用品，燃气热水器因为供热快，即开即用，水量大、体积小优点，受到广大消费者的喜爱。随着技术的进步，燃气热水器在舒适度、节能指标和安全性等方面也不断提高，目前新一代超静音燃气热水器的智能超静音系统运行起来，声音最低小于40分贝，远低于国家规定的 ≤ 65 分贝；而高效换热的冷凝式燃气热水器可充分吸收高温烟气的热量，采用二次换热方式，能效达到国家1级，不仅节约能源，也降低了消费者的使用成本。

燃气热水器尽管有诸多优点，但是涉及燃气热水器的人员死伤案件仍有发生，特别是2013年2月份，北京市5名医院实习生身亡的更令人痛心。在此之前，2008年北京市曾发生过一起9名女青年洗浴时一氧化碳中毒身亡的惨局。经过调查分析，导致这些恶性案件的直接原因有四个方面：1、基本是没有防护性能的低端、老旧机型，甚至使用停产、禁售已达13年的直排式燃气热水器；2、安装不规范导致有毒气体排不出、倒灌，甚至在浴室中同室安装（明确禁止）；3、保养不及时，不规范，山寨维修队维修质量没有保障，造成防熄火装置（防止不安全燃烧装置）失灵等问题；4、出租房燃气安全隐患突出。

为确保家中热水器的安全，中

国消费者协会提醒广大消费者注意以下事项：

1 务必淘汰家中存在隐患的老旧燃气热水器。1、直排式热水器是家中的安全隐患，必须更换；2、《家用燃气燃烧器具安全管理规程》规定，燃气热水器的判废年限为8年，燃气热水器到达8年的使用年限后应当更换。如果到期不更换，热水器元件老化，会导致性能衰退、安全保护装置失效、热水器效率下降，出现一氧化碳泄漏、中途熄火或燃烧不完全等问题，严重的还可能导致爆炸；3、使用未满8年的热水器维修后仍存在燃烧状况严重恶化、漏水、漏气等故障的也要予以更换。

2 尽量选购带有一氧化碳防护系统的燃气热水器。虽然国家仍允许销售烟道式燃气热水器，但是其安全性能远远低于强排式。目前，市场上的高端燃气热水器的“一氧化碳安全防护系统”已经可以24小时不间断监测空气中（不局限于热水器本身，还适用于厨房及可监测到的环境）的一氧化碳浓度，并与热水器实时联动，一旦一氧化碳超标马上报警并采取断气、（关气阀）、清扫、排废气保护措施，主动确保安全。同时，通过提高能效等措施，在燃气热水器全寿命周期内，其使用费用也会相应降低。

3 安装规范至关重要。从事燃气具安装维修的企业必须持有《燃气燃烧器具安装维修企业资质证书》，其施工人员须持有燃气具安装维修《国家职业资格证书》。消费者不得自行安装、拆除、改装或随便请人安装、维修。燃气热水器严禁安装在浴室或直通浴室的地方，要安装在厨房等空气流通的环境中。安装对安全的影响至关重要，即使是带有“一氧化碳安全防护系统”的主动防护型燃气热水器，其安装也必须满足“分离安装”与“高位监测”的特点。特别是采用分离监测技术、报警模块分离式高位安装，可以全面监测可能带来的隐患，主动确保安全。

四、保养要及时规范。用户使用燃气热水器时要注意观察使用状况，热水器如果出现断水后火焰不灭、漏水、漏气等非正常现象应立即停用，并及时请热水器厂家进行检修。要特别注意选择生产销售企业的正规维修队伍，避免山寨维修队。

（中消协）

乘坐滚梯要安全 握紧扶手是关键

滚梯是商场、超市、地铁站等人员密集场所的重要基础设施。而乘坐滚梯，对于大部分人来说，几乎是每天必做的事情。可是随着滚梯的日益普及，滚梯事故频频发生，甚至造成人员伤亡。2011年4月，北京消费者王女士在推着购物车搭乘某超市滚梯从地下一层至地上一层过程中，乘梯人员突然发生拥挤，致使其上衣被卷入滚梯皮带缝内，造成其受重伤；2011年7月，北京地铁四号线动物园站A出口上行滚梯突然改为下行，导致正在搭乘滚梯的部分乘客出现摔倒情况，并造成了挤压，一名男孩死亡；2012年6月，成都一7岁男童在扶梯上玩耍时，不慎从1楼和2楼之间离地4米左右的自动扶梯上坠下，造成耻骨骨折和皮外挫伤。

这些事故的发生与乘客们搭乘滚梯时不扶扶手，安全意识薄弱不无关系。究其原因，一是部分乘客认为扶手脏，出于卫生考虑不愿扶；二是在火车站、商场等地区，乘客因携带物品较多，双手往往被行李或商品占据，没有办法扶住扶手；三是部分乘客带小孩外出，乘梯时注意力全放在小孩身上，无暇关注扶手问题；四是没有养成扶扶手的习惯，认为滚梯速度较慢，即使不扶也不会对自己的安全造成隐患。实际上，搭乘滚梯时不扶滚梯扶手，与乘车时不系安全带

的危险系数大体相当。当搭乘超长电梯时，此危险系数将以几何倍数递增。原因在于当乘客乘坐滚梯时，滚梯运行的梯级与侧面不动的裙板、梯级出入口的梳齿之间存在间隙，扶手带与滑轨、扶手带出入口间也有间隙，若是使用或管理不当，都很容易造成伤害。当手扶梯因故障、超载等急停时，如果人们没有抓紧扶手，很容易倒地摔伤。一旦滚梯乘客密集，极易导致踩踏事件发生。

目前正值春节前夕，各大火车站及商场、超市人流量大，中国消费者协会特别提醒乘客，为保障自身和其他乘客能够安全，在乘坐滚梯时应特别注意以下事项：

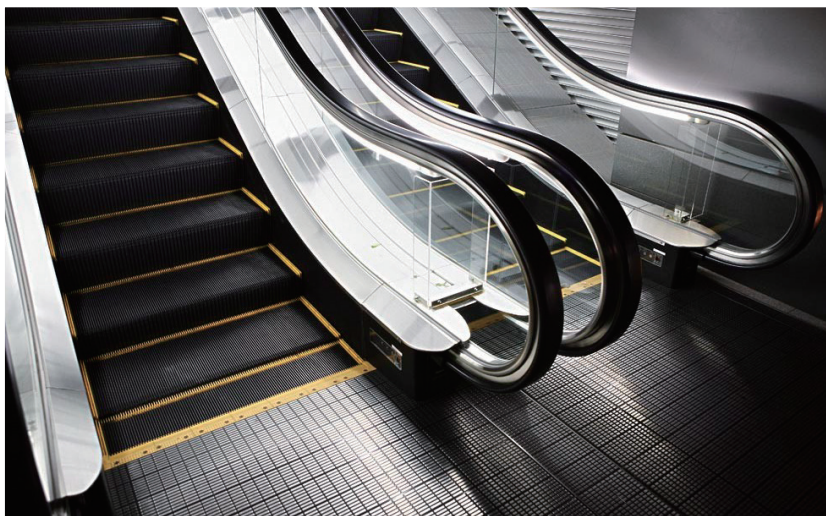
1 站稳并握紧手扶带，不要凭栏斜靠扶手。

2 与儿童、老人同行的乘客请尽量乘坐垂直电梯。如必须乘坐滚梯时，儿童或老人应由有行为能力的成年人一手拉紧或搀扶搭乘，婴幼儿应由上述成年人抱住搭乘。同时乘客另一只手请务必抓好扶手。

3 携带大件行李或依靠拐杖、助行架、轮椅等辅助器械行走的乘客以及使用手推车、婴儿车的乘客，请尽量乘坐垂直电梯。

此外，由于部分滚梯过长且缺乏外侧挡板等防护措施，易发生坠落事故。希望滚梯相关运营管理部门能加强管理，在滚梯外侧加装挡板。

（中消协）



冬季注意饮食消费安全

消费者在购买定型包装食品时要注意食品外包装上是否有“QS”标识、生产日期、保质期等信息；购买散装食品要选择标签标注的种类；购买熟食应避免到不符合卫生条件的食品流动摊点去购买，不买未经动检部门检疫的肉类制品和死因不明的畜、禽、水产动物及制品

冬季是各种食源性疾病的高发季节，密云县消费者协会发布冬季食品安全警示信息，提醒广大消费者增强食品安全意识，确保饮食消费安全。

消费者在购买定型包装食品时要注意食品外包装上是否有“QS”标识、生产日期、保质期等信息；购买散装食品要选择标签标注的种类；购买熟食应避免到不符合卫生条件的食品流动摊点去购买，不买未经动检部门检疫的肉类制品和死因不明的畜、禽、水产动物及制品。同时，购买食品时要索要发票等购物凭证，出现问题后可作为申诉、举报、维权的依据。

市民外出聚餐也应选择卫生状况较好、具有有效餐饮服务许可证、食品安全信誉等级达标的餐饮单位。用餐时应注意分辨食品是否变质、是否有异味；尽量少吃或不生食水产品。发现食品有问题，要及时与餐饮单位负责人交涉，一旦发生食物中毒，应及时就医并向当地卫生监督部门投诉。

火锅是冬季受欢迎的餐饮方式，火锅食品较多，其中以海鲜、畜禽肉为多，但火锅原料若未经妥善处理 and 彻底煮熟，各种致病源便

会引致疾病。因此，提醒市民，无论在外或在家吃火锅，应注意以下几点：生熟食品要分开处理，要分开使用两套筷子和餐具；避免在桌上摆放过多食物，防止交叉污染；食品原料应彻底洗净、煮食前应确保已完全解冻，蔬菜洗后应再浸于清水中半小时以上，鱼类应除去其内脏；每次加添水或汤汁后，应待锅水再次煮沸后才继续煮食；必须彻底煮熟食物，水产品应放在沸水中烹煮最少五分钟；畜禽肉中心温度须达70℃，并持续烹煮最少两分钟，待肉质颜色变白；注意均衡饮食，不宜过量进食胆固醇含量较高的动物内脏。

要把好购买关，可从源头上掐断污染源，要从正规渠道购买食品，不在无证流动摊贩处购买食品；购买食品时，要进行色、香、味感官检查，不买已变质或可疑变质食品；不买国家禁止供应的食品；购买食品时，尽量索取并保留相关单据。

购买的食品要按照食品包装标签或根据食品特点妥善保存，食用、加工前要仔细检查食品质量；外购的熟食要及时食用，剩余熟食



要冷藏，食用前再加热处理；冰箱不是“保险箱”，要经常清除冰霜，保持冷藏温度；防止生与熟、水产品、畜禽与植物性食品的交叉污染。

此外，一旦在外就餐发生食物卫生问题，应注意按照以下要求妥善处理：保留剩余食品，使其维持原状；收集消费单据、发票等有关证据，如已造成健康问题，应及时就诊，并保存病历卡、检验报告等相关证据；如发生疑似食物中毒事件，为避免因时间拖延而导致食物中毒无法认定，应立即向辖区卫生监督部门投诉，以便得到及时调查。(密云县消协)

购买奢侈品要提防存在风险

消费者对待奢侈品的态度要保持适度的理性，在购买时要注意以下几个方面：一是要合理确定是否购买奢侈品；二是要尽量从品牌店直接购买奢侈品；三是从网上购买奢侈品时要小心警惕

近年来，奢侈品在我国消费品市场份额不断上升，因奢侈品引发的纠纷不断增多。

山东省苍山县消协在此提醒消费者，购买奢侈品时要小心谨慎，购买到假冒奢侈品可能存在以下风险。一是消费者的利益受到极大的侵害。国内假冒奢侈品存在着暴利行为，不知情的消费者购买后会遭受极大的经济损失，一些奢侈品会为消费者提供终身维修，购买假冒奢侈品后无法享受这样的售后服务。

近年来，普通消费者更多地涉猎奢侈品，其目的不是为了炫富，而是将奢侈品作为一项投资进行收藏，消费者一旦买到赝品可能血本无归。二是知假买假会让消费者自寻烦恼。多年来，不少的奢侈品经营者主打“饥饿营销”，为了保持品牌形象对产量进行严格限制，消费者有钱也不一定轻易就能买到奢侈品。这种营销策略催生了高仿产业的出现，其质量、仿造程度都比较高。这些高仿品虽然满足了一部分人的虚荣心，但它无法保值更无法增值。尤其是具有一定身份的人，使用假冒奢侈品可能会碰到被揭穿的尴尬，甚至被网络曝光后难以解释。三是消费者可能受到意料不到的制裁。我国现有法律法规仅对生产、销售假冒奢侈品行为规定

相应的处罚措施，而不少国家知识产权保护壁垒森严，一旦发现使用假冒奢侈品的人，轻则假冒品被没收，重则锒铛入狱。因此消费者穿戴假冒名牌服装、手表的旅客出境时，可能被外国海关查扣，被处以罚款或限制人身自由。

消费者对待奢侈品的态度要保持适度的理性，在购买时要注意以下几个方面。一是要合理确定是否购买奢侈品。消费者应该根据自己的收入状况，确定是否购买奢侈品。不要受虚荣心蛊惑，购买高仿奢侈品，以致到头来得得不偿失。如果将奢侈品作为投资，一定要对投资风险进行全面分析，因为即使购买的奢侈品是真品也不一定增值。二是要尽量从品牌店直接购买奢侈品。消费者应对奢侈品的销售渠道

有清楚的了解，明白有些奢侈品只在专卖店销售，从别的渠道无法购买到正品。即使奢侈品同时在网上销售，貌似正规的假网站很容易让消费者上当受骗，因此从专卖店购买更让人放心，其提供的售后服务能够让消费者更为放心。三是从网上购买奢侈品时要小心警惕。网上销售奢侈品价格相对低廉，让消费者对其更为青睐。在对网站的各类信息进行严格审核，查验经销商的授权资格，提防碰到“钓鱼”网站。从网络上购买奢侈品，要选择奢侈品能够提供退货和终生维修服务的商家，同时可以要求厂家进行验货，虽然需要花掉一定的费用，但毕竟会杜绝假冒品。

（山东省苍山县消协）



吃饭期间一氧化碳中毒难索赔

中科院11名科研人员在某小吃店吃烤鱼造成煤气中毒，其中6人进行了高压氧舱治疗，经营者百般抵赖拒赔医药费，这是海淀区消费者协会近日受理的一起群访群诉纠纷。此案因经营者不配合被迫终止，但餐厅内一氧化碳危险隐患引人深思。

2012年9月26日，中科院王某等11人在某小吃店单间内就餐，单间面积约12平米，他们先后要了4锅烤鱼。就餐过程中，11人均出现不同程度的恶心、头晕、呕吐症状，被救护车送往医院救治。经医院诊断为一氧化碳中毒，其中6人进行了高压氧治疗。王某等人认为，小吃店应对他们的一氧化碳中毒承担全部责任，赔偿治疗所需的医药费、误工费、营养费和后续治疗费。为了尽快达成调解协议，王某等人作出让步，只主张医药费和误工费这两样有明确证据的费用。

但小吃店一再辩解：曾经告知王某等人单间为8人间，11人最好在大厅用餐，同时告知了吃饭时要开门保持通风，并声称小吃店的设施均符合国家要求，因此连医药费也不愿赔偿。

海淀区消协接到投诉后，立即到实地进行了调查。该单间约12平米，没有窗户，天花板上有一个小换气扇。屋内由两个方桌拼成一个长条桌，设8人位，事发当天因有11个人，于是又添加了一个桌子，屋子就更加拥挤。他们共点了4锅烤鱼，烤鱼使用的长方形铁炉，炉内敞开放置炭火，炭火上面架一个长方形铁盘进行烤鱼，炭火暴露在外。屋小、人多、炭火多、通风不好，于是就出现了集体一氧化碳中毒的现象。

一氧化碳是无色无味气体，在不经意间侵害人体，当有感觉时经常为时已晚，轻则恶心、呕吐，重则有生命危险，这事件中就有几个人出现了短时昏迷现象。据相关报道，近年，火锅店、烧烤店中一氧化碳中毒事件在很多地方都发生过，由于餐饮店人流密集，一旦中毒就是一桌人甚至一屋人。烧烤店中一氧化碳中毒事件已经不是个案，存在很大隐患，一旦发生，影响面广，后果严重。

消协在调解该纠纷时，曾经向一些行政部门了解情况，查阅了一些相关文件，目前尚未查到现行对餐饮店内一氧化碳排放的行之有效的监管措施。虽然餐饮业在大气污染防治、油烟排放、防火、燃气使用等方面有明确的要求和具体管理措施，对卡式炉、煤火等方面有限制要求，且基本上已纳入前置审批和日常监管中，但是对一氧化碳排放、通风的管理没有明确的监管要求。卫生部颁布的《中华人民共和国国家标准 GB 16153—1996》规定了饭馆（餐厅）一氧化碳标准为 $\leq 10 \text{ mg/m}^3$ ，但是实际可操作性较之防火、油烟排放、燃气等方面缺失较多，如何防范、控制、日常监测、违约如处罚等都需要明

确规范。

管理部门一般比较关注民用一氧化碳中毒管理，每年入冬前都会进行宣传、防控，但是对非民用（如餐饮业）的一氧化碳中毒的管理，还不够重视。因此，海淀区消协建议，餐饮店内一氧化碳排放事关消费者的身体健康和生命安全，应制定行之有效的措施，有明确的监管部门严格进行防控；针对就餐区使用炭火的烧烤店、火锅店等制定明确的一氧化碳排放监管制度，对房屋、设施（含排风机、烟道）、炭火的质量等都有明确的要求和具体的监管措施，纳入日常监管的工作中，消除此类隐患；3、对火锅店、烧烤店进行专项监督检查，主要针对通风状况进行检查和监测，以便及时发现事故隐患，督促餐饮单位整改。（海淀区消协）



10万元旅游押金退款遭拒

旅游之前交了10万元押金，旅游后退取押金时，却遭到旅游公司的借口推辞。这是东城区消协幸福分会日前接到的一起旅游消费投诉。

近日，消费者宋先生委托一家旅行社去韩国旅游，双方签订合同后，宋先生支付了旅行社10万元押金。合同约定旅游完毕后，7日之内为宋先生办理退押金手续。当宋先生按照约定时间到旅行社办理退款事宜时，对方认为宋先生是急于返乡的外地人，就以各种借口进行推辞。宋先生多次找旅行社协商无果，万般无奈之下，他找到东城区消协幸福分会投诉，希望通过消协帮他解决问题。

接到投诉后，立即对商家耐心的开展思想工作，并向其宣传《消法》等有关法律法规。最后，商家退还了宋先生10万元押金。

千万别信美容导购忽悠

1月25日，王小姐在顺义区某大型商场购物时，被一家美容院的导购邀请进店参加“免费体验”活动。体验之后，王小姐在该美容院购买了1000元美容卡。王小姐再次来到该美容院做美容时，却被告知店里人手不够，并将王小姐带到该美容院的其它分店做美容。分店的环境和服务质量明显都不及之前办卡的店，王小姐还是在分店做了美容。在分店美容师的大力鼓吹之下，王小姐又购买了一套价值1800元的胸部护理服务卡。做完护理之后，王小姐感觉胸部有明显的痛感，并伴有红斑等现象出现。于是，王小姐找到美容院要求更换服务内容，没有得到美容院的同意。再要求美容院退款时，又遭到美容院的拒绝。万般无奈之下，王小姐到顺义区消协投诉。

接到投诉后，顺义区消协立即派了两名调解员前往王小姐办卡的美容院进行调查核实，美容院表示，她们的产品质量没有问题，对于王小姐投诉的行为，美容院辩称王小姐办卡时也未指定某一店铺，王小姐到分店接受美容服务，也表示王小姐默认接受了换店，并认为王小姐提出的退款行为，属于无理要求。

为协调好双方的问题，顺义区消协工作人员把投诉双方约到一起进行当面调解，虽然开始投诉双方各执一词，但经过工作人员耐心调解，最终美容院同意当场退还2000元。王小姐对此次调解结果，也感到十分满意（顺义区消协）



收到网购物品要当面验货

由于网购方便又实惠，很多消费者都选择了网络购物。但网络购物也存在风险，消费者收货验货都要谨慎对待。

1月13日，顺义区何先生准备给女友买一双靴子，于是在淘宝网某品牌官方旗舰店上选购了一双女款牛皮兔毛短靴，打完折后500多元。发货前，何先生特意让商家给他手机发了发货订单和快递编号。第二天，货物就送到了何先生女友的单位，恰巧当天何先生的女友休息，快件只能由同事代收。1月15日，何先生女友满心欢喜地收到快件时，发现包裹很轻不太对劲，打开一看，盒子里除了一张发货单，什么也没有。听说过快件被掉包的情况，但没想过快件会变成空单子，这让何先生的女友很是不解，弄得何先生也哭笑不得。

因为不知道到底是应该找商家索赔，还是应该找快递公司索赔，于是何先生找到了顺义区消协寻求帮助。接到求助后，顺义区消协调解员立即联系上了淘宝网的有关工作人员，对方表示，将启动先行赔付计划，先将货款打给消费者，然后再由淘宝客服出面调查这件事。

顺义区消协提醒消费者在收到快件后，一定要当面打开，验货后签收，否则遇到掉包或者空盒的情况，维权会比较麻烦。（顺义区消协）

不要上“小”美容院的当

2012年3月6日，消费者曹女士花费15000元在新世界太华公寓某美容中心做隆鼻手术，由于手术失败，鼻部出现斑痕。同年11月份，曹女士再到武警总医院就医时，医生告诉她如不及时手术，填充物就会顶破皮肤，于是曹女士当天在武警总医院做手术将填充物取出，花费5348元。

之后，曹女士要求美容院退费15000元，并赔偿4000元，但遭到美容中心的拒绝。无奈之下，曹女士便投诉到东城区消协前门分会。

接到投诉后，消协工作人员对该美容中心进行调查得知，该美容中心并没有手术项目，不可能给消费者做隆鼻。对于15000元的消费项目，美容中心的负责人解释是美容基本护理，并已将剩余6000多元退还了消费者。

在调解的过程中，工作人员发现，商家不能提供消费者消费记录和退费证明，消费者也提供不了做手术的证据，美容中心是否为曹女士做了手术，也不能达成一致，最后只能终止调解。

针对这起美容纠纷，东城区消协提醒爱美人士，美容手术一定选择正规的大医院，不要轻信没有资质的美容院，否则后患无穷。

（东城区消协）

办理预付式消费卡需谨慎

近日，顺义区消费者协会接到一起关于预付费卡消费的投诉。张先生在某餐厅就餐时，服务员多次劝说其购买现金消费卡，说持卡消费可以打7折优惠，于是张先生就购买了2000元消费卡。一个月后，张先生再次来到这家餐厅消费时，经营者已经关门停业，无奈之下来到顺义消协投诉。消协经多次调解，终于为张先生拿回所交的全部款项。

时下，越来越多的企业积极说服消费者办理各种消费卡，包括商场、药店、饭店，甚至美容美发店……但这些消费卡存在较大风险。特别是不少中老年消费者经常购买保健品，也同样受到经营者的诱导而办理预付费卡。办卡后就出现各种各样的消费纠纷，特别是所购买的保健品容易出现质量问题。导致经营者消失无法理赔的现象比较普遍。

顺义区消协提醒消费者，通过预付费方式购买商品或服务存在一定风险，一旦经营者终止经营或离开本地，权益很难获得保障，购买前请慎重考虑。

（顺义区消协）

手机修理应提供备用机

去年5月，老年消费者唐先生在通州区人民商场诺基亚手机专柜花950元购买了一款手机。买完手机后常出现问题，先后一共修了六七次。去年9月，老人发现手机没有任何反应，开不了机，他找到商家后，让他将手机放在诺基亚维修专柜修理。

手机维修期间，唐先生去催促了好几次。结果修了3个多月，还是没有修好。唐先生年岁已大，为手机来回跑实在苦不堪言，想起手机老出问题，心里就着急上火。2013年1月4日，唐先生来到通州区消协，希望消协能帮助解决问题，尽快拿到手机。

消协了解情况后，立即找商家调查此事。根据《手机三包规定》，经营者不能及时修理好手机交付消费者使用时，应向消费者提供备用手机。区消协认为经营者不能没有解释、没有理由地拖延维修时间，经营者应尽快解决问题。并应及时与消费者沟通维修情况，让消费者知情，取得消费者的谅解。经调解，唐先生很快拿到了修好的手机。

（通州区消协）

ATM 机买电退费真麻烦

近日，平谷区消协接到消费者陈某投诉，称他花1440元在某银行ATM机上购买家用电表所用电字，事后发现因自家不是智能电表，而ATM在出售电字时，自动按阶梯电价出售，而陈某在该用电年度根本用不到二档三档（每加一档电费加收0.1-0.2元钱/度不等）电费，陈某觉得自己多花了不必要的冤枉钱。于是找到银行要求退费，银行答复是给供电局代收代缴业务，没被授权退费。陈某在ATM机出具的凭证上发现，备注说可以到购买电字的供电局进行退款，于是找到平谷区供电局要求退费。但平谷区供电局答复，区内电脑没有此程序，无法退款，让陈某自行拨打热线电话95588解决。陈某多次拨打供电系统热线电话95598无果，无奈投诉到平谷区消协。

平谷区消协非常重视，当即跟平谷区供电局联系。经区供电局办公室确认，区供电局确实尚未安装此类程序。考虑到消费者的实际情况，消费者要么退费重新购买，要么只能自认倒霉，将高价电费的电一并输到电表里，消协提示区供电局进行特殊情况，特殊处理，该工作人员表示记录并逐级反映，随后将联系消费者，但消费者仍然有必要自己拨打热线电话。

消费者对拨打热线电话十分抵触，认为供电局就是推脱责任，热线电话根本打不进去，消协代消费者拨打该热线电话近2个小时，共计拨打40余次，终于拨通该热线，反映了消费者的情况及诉求。接线员表示，情况已记录，随后会和消费者联系，但退款问题要在2个月内依据相应审批程序处理完毕。

消协根据消费者出具的买电凭据，认为消费者购买电凭据上，已经注明可以退款，没有涉及时限，在无法明确责任归属的情况下，根据《消法》有关规定，应向有利于消费者方向解释，消协认为应该即时退款，希望电力部门考虑消费者的实际情况，至于供电部门的所谓程序，应该由其内部协调，而不能让消费者为此付出代价。接线员还是表示，会向上级领导反映此事，尽快解决。经过调解，区供电局在消费者投诉的第二天为消费者退款，消费者重新购买了平价电。

（平谷区消协）

5万元购房款难要回

近期，消费者李女士打算购买清水湾小区的房子，预付购房款人民币5万元整，后因为其本人是外地户口，不符合购房条件，只好找到售楼处退回5万元预付款。她出示了售楼处的交款协议书，协议书上注有凭协议书可退5万元。她将协议书交还售楼处，售楼处并没有退她5万元，她拿出5万收据一张，想与售楼处理论，但对方称爱去哪告去哪告。

消费者李女士拨打了消协的咨询电话。通过了解，李女士手里的确有一张5万元的收据，并盖有清水湾销售的公章。但未注明是什么钱款，上面只写：收现金5万元。5万元到底是预付款、定金，还是借款、还款，无法说清楚，李女士说有付款协议可以证明，但遗憾的是，协议原件让她糊涂地交还给了售楼处，手里也没留复印件，证据不完全，没有任何证据证明5万元是用于购买楼房的预付款，要求售楼处退款十分困难。

外地来京人员可以买北京的商品房，但首先要符合购房资格。由于对政策不够了解。外地来京人员盲目购房，造成了损失。消协提示消费者买房时，先了解国家和地方出台的商品房买卖的有关政策。还有家庭成员共同协商，确实符合实际需求。确定购买时，要在购房票据上注明用途、金额数额（大写）、楼房现时单价，面积和交款收款人全名等重要信息。相关材料要妥善保存和备份。

（平谷区消协）

老年人购买保健品纠纷多

河南消费者杨女士听广播介绍一种叫降脂灵的药品，而且还能参加该公司组织的一些娱乐活动。于是邮寄2470元购买了该公司的药品。当杨女士收到药品后，发现不但是保健品，其中还有含糖成份，因为杨女士患有糖尿病不能服用此保健品，询问时工作人员也未告之，且在这期间该公司也没有邀请其参加任何活动。

杨女士感到被骗了，于是找到商家提出退货。商家以各种理由推托，并声称下次活动一定邀请杨女士参加。多次交涉无果后，杨女士把商家告到东城区消协北新桥分会。

接到杨女士的投诉，工作人员非常重视。经查询情况属实，但商家态度比较强硬，杨女士也坚持退货，一度调解工作难以往下进行。虽然工作不好做，但消协工作人员没有放弃，杨女士家在外地，工作人员每次电话沟通都要1-2个小时，经过工作人员反复与双方沟通，最后商家终于同意全额退费。当杨女士拿到2470元后，立即来打电话，对消协工作人员认真负责的精神，再三表示感谢。

在此，消协进一步提醒广大老年消费者，千万不要被个别商家的花言巧语所迷惑，不要轻易参加一些公司组织的所谓免费活动，而中了商家精心设计的圈套。（东城区消协）



房屋中介违约拒退押金

2012年3月11日，消费者隋先生通过北京爱家营企业管理有限公司（中介公司）租赁房屋。依据合同约定，2013年3月10日到期，并交押金4660元。正在合同期内，房东突然要收回房屋，隋先生要求中介公司退还押金，但对方一直拒绝退还押金。

无奈之下，隋先生只好向西城区消协投诉。经过调查，消协工作人员了解到，中介公司违约在先，还拒绝退还消费者押金，其行为非常恶劣。消协工作人员在告知其行为违反合同法的同时，耐心调解，最后中介公司认识到自己的违约行为，为消费者退还押金4660元。消费者隋先生表示十分满意。（西城区消协）

职业打假人买过期食品索赔

近日，周某在某超市花费187元购买了24袋1000克装“乐之选”牌醪糟，随后却发现该食品过期。双方协商未果，周某到海淀区消协北下关分会，要求多倍赔偿。

消协工作人员调解时，超市方面解释称，被诉商品为两种包装，即500克/袋和1000克/袋，而两种包装的保质期分别为500克/三个月、1000克/1个月，由于工作人员的疏忽，误以为1000克的商品也是三个月的保质期，经营者是完全过错方，这一点，经营者的负责人表示认可。

消协工作人员认为：法律规定了惩罚性条款，立法目的是在于制约生产者、经营者侵犯消费者身体健康和人身安全的非法行为。经过调解，超市赔偿周某561元，并为其办理退货，退款合计748元。

我国食品安全法规定禁止生产经营超过保质期的食品，违反法律规定，“造成人身、财产或者其他损害的，依法承担赔偿责任，销售明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失外，还可以向销售者要求支付价款十倍的赔偿金。”

法律规定经营者承担惩罚性赔偿责任的前提是具有主观过错。本起投诉超市对于销售过期食品的违法性和危害性心知肚明，并且有义务避免过期食品上架。对于食品过期问题是很普遍的，一般经营者也是明知故犯，而职业打假人要求惩罚性赔偿也是符合法律规定的。而因为未造成人身、财产或者其他损害的，故而调解进行适当赔偿。

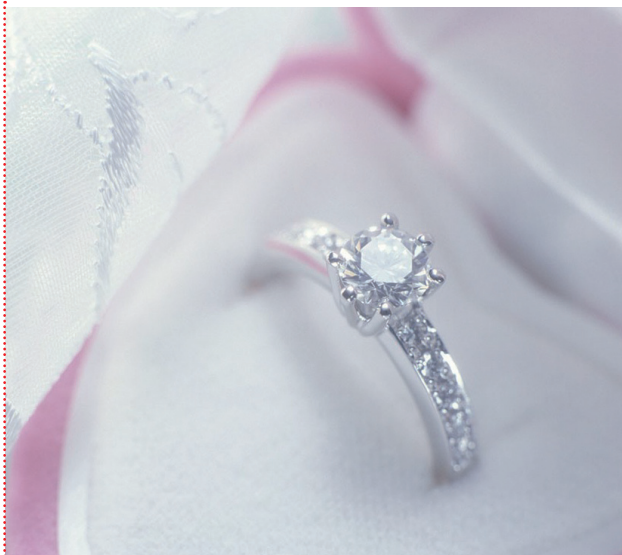
（海淀区消协）

新地板安装缝隙大可维权

近日，消费者张某在某建材超市选购了一款某品牌的实木地板。地板材质为龙脑香漆板，俗称克隆木，数量为100平方米。地板安装好20多天后，张某发现主卧的收尾处、客厅会客处及部分走道上安装的地板缝隙过大，有的甚至出现裂缝。张某与卖场协商无果后找到顺义区消协，希望卖场更换全部产品或者全额退款。

接到反映后，消协工作人员先是到消费者家里查看实际情况，然后找到卖场售后服务部进行协调。最终卖场同意：按照国家《木地板铺设面层验收规范》，缝隙过大超出国家规定部分进行维修或局部更换，对于给消费者造成的不便，已经督促厂家尽快给予适当经济补偿，需要双方协商解决。

（顺义区消协）



婚戒钻石丢失之后

近日，海淀区消协北下关分会接到消费者蒋先生的投诉。称他今年1月8日在某商场购买了一对情侣钻戒，佩戴时由于不小心造成戒托断裂，导致钻石丢失。蒋先生认为是商品质量问题，要求经营者修复并补镶钻石。经营者认为修复可以，但免费补镶钻石不行，对方婉转拒绝了消费者蒋先生的要求，双方交涉未果。

接诉后，消协工作人员经了解得知，此款情侣戒是蒋先生的新婚纪念物，虽然价值不高，但在蒋先生心中占有重要的位置，钻石丢失已给自己造成了不小的遗憾，希望商家予以理解，其次，蒋先生自己购买时非常喜欢该款式，爱人也视为钟情之物。

商家表示，修复没有问题，但不情愿白送钻石，经营者出于对消费者的理解，商家提出了折中的办法，即钻石价值为850元，消费者、经营者各出一半的价钱，也就是说各自承担50%的责任，蒋先生认可商家的解决办法。经过调解，经营者为消费者修复钻戒，并为消费者补偿425元的钻戒款，钻戒丢失起风波，商家真情圆梦情侣，不仅对戒得以修复，商家更收获了一份感动，一份承诺，一份信任。

（海淀区消协）

按照格式合同的相关规定，消费者就格式合同的含义与格式条款提供者发生争议，应当按照有利于消费者的原则或者合同自由的原则作出解释。

格式合同双方发生争议 应按有利消费者作解释

【案情简介】

2012年10月4日，消费者杨先生在某出国留学培训机构为孩子办理了出国留学培训英语辅导服务，交费29800元。根据合同约定，开课时间为当年11月10日，直至已到开课日期，商家仍无法提供服务，消费者杨先生与商家协商退款一事，经营者同意退款，但迟迟不予办理。杨先生随后将其投诉至海淀区消协北下关分会。

消协工作人员与消费者和经营者取得了联系，核实投诉内容后得知，消费者杨先生要求经营者赔礼道歉，并赔偿由此造成的部分损失，后来由于消费者已经找到其他机构接受服务，就想要与被告方解除该合同。但是双方对退款有争议，要求消协调解。

消协工作人员接到投诉后马上与该公司负责人联系，通过多次电话沟通后约定进行现场调解。在调解过程中，消费者指出按照双方签订《协议书》的退费规定中约定：“交全费的学员最晚于所报班级开课前一天办理退款，已发教材者，扣除教材费后退还余额”。消费者认为自己的课程还没有开始，而且原因是经营者所至，因此应当按照此规定退还29800元。经营者则认为已经为消费者提供了相关信息，因此要收取消费者的相关费用。双方因此争执不下。

对此，消协工作人员指出，《协议书》中关于退款方面存在前后矛盾的情况，在《协议书》的违约责任中明确规定：“本合同生效后，若乙方未经甲方同意单方面提出终止本合同，应当按照本合同约定的应支付的服务费的总额的20%向甲方支付违约金。”即消费者在经营者提供服务阶段，即使单方面违约也仅仅支付公司7000元违约金即可。对此相互矛盾的约定，工作人员建议商家按照有利于消费者的条款进行退款。

【调解结果】

经过调解，经营者同意退还消费者29800元服务费，并给予消费者杨先生一套价值为270元的出国人员英语口语培训书籍，消费者对调解结果表示满意。

【案例点评】

在该投诉中，商家与消费者就合同条款有争议，并且合同条款中关于退款方面的规定存在争议的情况。按照格式合同的相关规定，消费者就格式合同的含义与格式条款提供者发生争议，应当按照有利于消费者的原则或者合同自由的原则作出解释。

由于格式合同往往是由经济上处于强势或者垄断地位的企业或单位制定的，并且不能对其修改。因此，这些格式条款的提供者有可能把不公平、不合理的条款强加给对方当事人，其根本是扩大自己的免责范围，规定对方须放弃某些权利等。因此消费者在接受和履行格式条款中，应当注重保护自己的合法权益。

（海淀区消协）



茶艺店不告知消费价格 事后却多收费涉嫌欺骗

【案情简介】

消费者黄先生于2012年9月2日邀朋友在某茶艺店消费，当时点了一壶茶、一个果盘及一盘茶点。黄先生结账时，茶艺店开出的单据是1740元。由于是陪客人，黄先生当时没提出异议，次日，黄先生找到茶艺店，以对方收费离谱为由，要求退还部分费用，但茶艺店不予同意。

海淀区消协北下关分会接到消费者的诉求后，即刻联系消费者得知，当时消费时商家既不提供菜单，也不告知消费项目的价格，而对方明知有被邀客人羞于还价，不明不白地收取了服务费，经营者毫不讲理，构成欺骗消费者的行为。

消协工作人员同时联系被诉方法人代表，其答复是，经营者并不知情客人的身份，由于刚刚开张，菜单正在制作当中，但消费者是在询问价格后选择的服务项目，茶叶的品质不同，其价格也不一样，

茶点也同样如此，客人的选择不是最贵的，也不是最便宜的，关键是明知价格后自行选择的，经营方不存在欺诈。

【调解结果】

经过消协耐心调解，经营者退还消费者人民币850元，消费者接受了调解结果。

【案例点评】

消费者在该店消费是事实，而茶艺也包含可观的服务费，但1740元的高价消费还是令人消费者难以承受。经营者声称消费者当时并没有提出异议，是对价格和服务的认可，经营过程中既不是强制对方消费，也不存在价格欺诈，退还费用属无理要求。

但《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。经营者不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用。”同样，《消法》第十九条也规定了相应内容，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的办法等问题提出的询问，应当作为真实、明确的答复。商店提供商品应当明码标价。

值得一提的是，消费者黄先生曾私下向工作人员表示，与其一起消费的女士是从网上结交的网友，一度怀疑是经营者的托，但苦无证据，消协提醒消费者交友要慎重，结交网友消费时最好AA制，并妥善保管好消费凭据。（海淀区消协）

孩子夏令营时摔伤腿 家长事后维权举证难

无民事行为能力人在幼儿园、学校或者其他教育机构学习、生活期间受到人身损害的，幼儿园、学校或者其他教育机构应当承担侵权责任，但能够证明尽到教育、管理职责的，不承担责任

【案情简介】

2012年8月份，李女士的孩子参加了某公司举办的夏令营，活动结束后1个半小时，李女士向主办方反映孩子腿部骨折，且伴有高烧现象。随后，李女士带着孩子先后到海淀医院、积水潭医院就诊，

诊断结果是：髌骨骨折，打石膏固定处理。

次日，李女士多次与夏令营主办方沟通，要求主办方对所产生的医药费用给出合理的说法。多次沟通无果后，李女士来到了海淀区消协北下关分会投诉。消协工

作人员看完李女士的陈述材料后发现，孩子摔伤时间是问题的关键，工作人员经过询问李女士后得知，李女士坚持认为，就诊时间确实是孩子接走后一个半小时的行为，但造成孩子骨折的时间是在夏令营期间；工作人员随即与经营者联系，经营者

负责人表示，经营者已尽到监管、教育的职责，对于李女士所反映的问题不理解，也不清楚。

【调解结果】

接到投诉后，消协工作人员多次与经营者沟通，最终做通了经营者的工作。经过调解，经营者给予李女士人民币4000元的补偿，李女士对调解结果表示满意。

【案例点评】

《侵权责任法》第三十八条规定：“无民事行为能力人在幼儿园、学校或者其他教育机构学习、生活期间受到人身损

害的，幼儿园、学校或者其他教育机构应当承担赔偿责任，但能够证明尽到教育、管理职责的，不承担责任。”

本投诉的焦点是孩子造成摔伤的时间无法确定，所以，责任无法认定。《侵权责任法》第三十八条在这件事情当中也起不到作用，按照目前的双方态度分析，可能出现两个调解结果，一是终止调解，消费者依法向人民法院提起诉讼；二是做好

经营者的工作，给予消费者适当补偿。消协工作人员多次耐心沟通，最终做通了经营者的工作，有效化解了消费纠纷。

（海淀区消协）



经营者要诚信为先 消费者要凭据为证

【案情简介】

近日，消费者刘女士向海淀区消协北下关分会反映，她通过中介公司租赁了一套两居室，在租期结束后，刘女士按时交接了房屋，但中介公司不予退还押金，消费者刘女士即向消协投诉。

海淀区消协北下关分会接诉后，即刻展开情况核实工作。核实过程中，工作人员了解到，消费者在交接房屋时，分别将屋内大小（单人、双人各一个）席梦思床垫搬走占为己有；且房屋卫生极差，并且迟交房屋钥匙2天。消协介入调查后，中介公司改变了以前的解决问题态度，其负责人表示，原3600元的押金，可以退还3000元，消费者刘女士不予认可。

【调解结果】

在电话沟通双方无法达成一致的情况

下，消协工作人员约定经营者、消费者来到消协进行当面调解。调解中，消费者对经营者关于房屋卫生差、迟交房屋钥匙、拿走床垫的三项指责均认可。经过调解：消费者将两个床垫交还给经营者后，经营者退还押金3300元，双方对调解结果都表示满意。消费者于当日已拿到退款。

【案例点评】

随着市场需求的不断扩大，租赁房屋已成为城市蚁族的消费方式。房屋租赁纠纷也随之凸显。本案中，消费者在诚信方面有两硬伤，一是服务交接时应保持房屋内设施、物品完整，这是合同的约定，也是房屋租赁人起码的道德准则和应尽的责任；二是消费者投诉时隐瞒其实情的真相，做了掩耳盗铃的蠢事，殊不知，既然投诉，就必须接受调解，而调解是双方的

事，事情的真相犹如纸里包火，其隐瞒行为迟早暴露。

诚信，不只是一个人说话算不算数，这么简单的话题。诚信是个人素质的一部分。一个有素质的人，会注意自己的言行举止，处世待人的方法，但有素质的人也不能就这在诚信这方面就做得也很好。没有素质的人，就不必说了，毫无羞愧之心的人，心中不会有“诚信”二字。每一个人、每一个企业都必须讲诚信，它很像身份证号，伴随人的一生，没有了身份证，你的身份就很难让别人得到信任。一个真正心灵道德健康的人，才是一个真正的人。大仲马说：当信用消失的时候，肉体就没有生命。

（海淀区消协）



浅谈如何完善我国服务消费者保护法律制度

随着市场经济大的发展，消费市场的结构已经发生了巨大的变化，服务消费在消费场所占比例越来越大。服务消费具有不同于商品消费的基本特点。这些特点对消费者权益必然产生影响，使消费者诸如安全权、知情权、公平交易权、人格尊严受尊重权、索赔权等权利的实现在服务中面临着更大的困难。因此基本理念和具体制度两方面完善我国服务消费者保护法律制度迫在眉睫。

《消费者权益保护法》颁布于20世纪90年代初期。当时，我国的经济虽然已经取得了很大发展，但从消费市场结构来看，商品消费仍占有绝对地位。在消费者保护法所调整的社会关系中，消费者与经营者之间的有形商品交易关系显然是一种典型的社会关系形态。立法者是基于这种典型的交易形态的假设，

构建了现行的消费者保护制度。也就不可避免的围绕有形商品交易所涉及的方方面面展开。但是，随着消费市场结构的重大变化，服务消费所占比例愈加提高，服务消费中的侵权现象越来越多。从而是《消法》的局限性逐渐暴露出来。这就要求我们根据服务消费特点，完善我国消费者保护制度。

我们认为服务消费者保护法律制度的完善应该从以下几个方面体现：

一是以人为中心的服务市场的管理理念。服务消费从本质上看是对服务行为的消费，消费者权益满足的程度与服务人员的行为存在紧密联系。要使消费者利益得到充分的法律保护，必须建立以人为中心的服务市场管理制度。要从服务消费特点出发，强化对经营者及

其服务人员的约束，通过法律、标准和行业管理规范，选择合格的服务经营者及服务人员，使服务经营者及服务人员具备与其所提供的服务相适应的必要的经营能力和技术、技能；通过法律、标准和行业管理及内部规章制度的建立，确保服务经营者及服务人员严格遵守职业道德规范，诚信、尽职地利用其服务设施和技术、技能提供优质的服务。

二是分类规范的理念：服务消费根据服务项目的不同而有重大差异。对服务消费市场，很难找到普遍适用的、对各个行业均行之有效的管理规则。因此，根据不同服务行业的特点，在分类的基础上建立服务市场管理规则体系就显得尤为重要。我们应当根据各种服务市场的特点，就医疗、旅游、运输、通讯、

培训、餐饮、旅馆、咨询、中介、居间等服务市场制度制定相应的规则。

三是综合规范的理念：在服务消费领域，理想的法律制度应当能够实现双重的目标；一方面通过法律制度的引导、调节和执行，预防侵害消费者权益的行为的发生，实现有效的宏观控制，是服务消费领域中侵害消费者权益的事件在总体上控制在尽可能的低水平上；另一方面，通过法律制度的遵守、执行和适用，在微观上实现个案救济的高效率和公正性，使每一个已经受到侵害的消费者能够获得及时、公正的补偿。这就需要从保护消费者权益的角度出发，运用各种法律手段实施综合的法律控制。在法律制度设计上，必须坚持管理规则和交易规则并举，预防性和救济性规则并重。

具体的办法应从如下方面入手：

1 建立服务标准化的法律制度：由于服务相对有有形商品而言，具有不确定性。服务的不确定性带来的问题很难得到解决。通过服务标准化工作，可以使得服务的不确定性得到一定程度上的缓解。具体讲就是通过制定服务标准，将某种服务应当具备的内容固化，接受服务的消费者就就可以对照服务标准对提供的服务作出合理的判断。为了有效的保护消费者的权益，国家有关部门应当高度重视服务业标准化工作。只有这样，才能使我国服务业真正实现与国际接轨，从而提高我国服务业的总体水平。

2 服务人员专业培训与资格证书制度：服务质量在很大程度上取决于服务人员的素质和专业技术、技

能。要提高服务质量，就要全面推行专业人员的培训制度，通过培训提高服务人员的专业水平。只有在这个前提下，才能普遍提高服务业的质量水平。

3 消费者评价制度：鉴于服务消费人员的主观努力对消费者消费目的的实现有着重大的影响。有必要在服务业普遍建立消费者评价制度。由消费者直接为其提供服务的人员所提供的服务作出评价，并落实服务报酬和相关待遇及奖惩机制，才能使服务人员发挥其技术和技能为消费者服务。

4 服务企业评级、质量评级和质量通告制度：鉴于服务消费中服务与消费的同性特点，服务质量在消费者接受服务之前难以进行准确评价，因此，应通过其他方式对消费者选择服务提供充分信息，以合理引导消费者选择服务经营者。而质量评级制度是通过专门机构对服务经营者的物质条件、管理水平以及服务质量状况等进行综合评估、审查，确定其服务达到登记层次的制度。服务企业评价制度是对经营者提高服务质量的综合评价，对服务经营者的声誉将产生重要影响，对消费者选择接受服务具有重要的指导意义。通过评价制度，使市场优胜劣汰的机制在服务业中充分发挥作用。

5 分类基础上的消费者安全保障制度：服务消费中，威胁消费者安全的因素在不同的行业有较大的差异。必须根据不同服务业的特点，在分类的基础上，建立不同的安全保障制度。对有安全隐患的行业针

对性的建立安全审核制度，对其服务设施、设备和制度等建立安全信息告知制度和紧急事件处理制度，对其技术服务、服务方式和人员的资格和用料的安全建立检验制度和货源控制制度。

6 高度透明的服务内容公开与收费制度：由于服务的不确定性，服务过程中服务内容可能因为服务人员的主观因素而发生缩减或改变。为了解决问题，我们认为对服务业应普遍推行高度民主透明的服务内容公开制度。服务经营者应当向消费者提供详尽的介绍服务内容的书面材料，或在服务场所的醒目位置公开所经营项目的详细过程及服务用料等方面的情况，以便消费者能够根据自己的需要做出选择，并使消费者可以理解其在服务过程中是否接受了应当获得的服务，防止了经营者在服务中的偷工减料偷工减料，欺骗消费者。通过行业协会，建立统一的收费环节管理制度，可防止服务环节细分化，变相的增加收费。

总之，我国消费者权益保护的工作还很艰巨，只有认真的、牢固的树立起全新的理念，并在实际工作中严格遵守各项制度，才能真正的为广大消费者提供一个良好的消费环境，我们要做好本职工作、更好的服务于首都经济建设的健康快速发展，为加快国际化步伐、打造更多的在全球具有竞争优势的跨国企业、打造引领世界消费潮流和趋势的世界消费中心，拉动内需、促进经济增长和加大动力而努力奋斗！

（工商海淀分局海淀工商所 高巍）

空气净化器管用吗？

今年1月，几乎覆盖全国的阴霾天，让人们对空气质量的担忧再次升级。从前普及度并不高的空气净化器，也因此变成了抢手货。滤网技术、纳米技术、光触媒，除菌率99%、清除PM2.5……市场上的净化器产品功能繁杂、价格悬殊，令人眼花缭乱。该如何选购，怎么使用？我们邀请权威专家为您解答疑惑。

受访专家：

国家家用电器质量监督检验
中心综合检验部部长
鲁建国
国家家用电器质量监督检验
中心工程师 宋力强
国家室内环境与室内环保产
品质量监督检验中心主任
宋广生

好用吗 ▼

光听宣传不靠谱

随着人们对家居环境的关注度提高，空气净化器受到追捧。这种新型家电宣称能吸附、分解或转化各种空气污染物，包括甲醛、异味、粉尘等，提高空气清洁度，成为不少人的居家首选电器。然而市场上净化器的种类之多，令人眼花缭乱。如何“雾里看花”？对此，记者进行了调查采访。

2月20日下午，记者来到位于北京市朝阳区大望路附近的大中电器商城，刚走近二楼一家以销售空气净化器产品为主的店铺，销售人员就热情地上前询问：“你家面积是多大？是刚装修完吗？”紧接着就滔滔不绝地介绍起价格从几百到几千元不等的净化器功能：“你看这个，标着‘PM’，主要是清除PM2.5的，有效面积是60平方米；还有这个，不仅



Focus

目前的空气净化技术相对成熟，只要设备够好，确实可以起到除菌功效。消费者在购买空气净化器时，应向商家索要产品的检测报告，并上网查询其检测机构的合法性、真实性。

能清除PM2.5，还能除甲醛、除苯、去异味，有效面积是100平方米。它采用了我们的专利技术，就是几十块钱的过滤网滤芯，需要定期更换，最贵的铂金块部件寿命可达15年，只要定期清理、暴晒就行，特别经济实惠。”

记者翻看了一款售价约3000元的空气净化器的说明书，上面写道：产品由于采用了高效空气微粒过滤器（简称HEPA），可有效净化颗粒径小至0.3微米，对同等大小颗粒及各种菌团的净化效率达到99.9%以上。当记者对此净化效果提出质疑时，销售人员毫不迟疑地拍着胸脯保证“没问题”。“我们还能乱说吗？现在消费者都知道找检测公司，万一买回去了，检测净化效果不合格，还不得跟我们打官

司啊，那可就是几十万的赔偿了。”

面对这样的推荐，大概不少人都会动心。事实真的如此吗？

家电专家宋力强告诉记者，按照现行的国家标准，就是以颗粒径为0.3微米的颗粒物进行测试的，所以，如商家宣传其可有效过滤0.3微米以上的颗粒物，甚至做到百分之百滤掉这样大小的颗粒物，也是有可能的。

家电专家鲁建国表示，目前的空气净化技术相对成熟，只要设备够好，确实可以起到除菌功效。但他强调：“提到净化效率多少，要有前提条件。比如，商家宣传自己的净化效率高达99%，甚至99.99%，就应该同时说明是在什么条件下，多大空间中，运行多长时间达到的。”若不能说明，就可能受到消费者质疑，甚至可能是虚假宣传。鲁建国建议，消费者在购买空气净化器时，应向商家索要产品的检测报告，并上网查询其检测机构的合法性、真实性。

怎么用 ▼

尽量远离人和墙

1. 不同大小的房间如何选择空

空气净化器？

家电专家宋力强：现在的国标要求，所有产品都必须标注“洁净空气量”是多少。洁净空气量=2.3×房间容积/时间。也就是说，一台洁净空气量为100的空气净化器，如要在1小时内净化90%的可吸入颗粒物，它只能在42立方米容积的房间内使用。假设房间高度是3米，使用面积就是14平方米。不过，现在也有很多产品直接标明了覆盖面积，由于净化器很容易在各个房间搬动，所以，只要选择符合家中最大房间面积的产品即可。

2. 使用净化器还要不要开窗通风？

室内环境专家宋广生：在大气污染严重或室内环境污染的情况下使用空气净化器，最好关闭门窗，可以保证很好的净化效果。如果大气空气质量很好，就没有必要长时间开启空气净化器，应以通风为最先选择。夏季和冬季可以联合使用净化器和加湿器，效果更好。

3. 空气净化器应该如何放置？

室内环境专家宋广生：空气净化器尽量不要靠墙壁或家具摆放，最好放在房屋中间，或在使用时离开墙壁1米以上的距离。由于净化器周围有害气体比较多，一般不要将其放在离人体太近的地方。不过，用于清除香烟烟雾的净化器可以离吸烟人近一些。

4. 车内是否应该使用空气净化器？

家电专家宋力强和室内环境专家宋广生：目前市场上，车载空气净化器产品较少见，效果尚待检测。建议从以下5个方面维持车内环境：不要开空调抽烟、空调少用内循环、不要经常使用空气清新剂、不要长时间关闭车窗、保证车内卫生。

哪里用？

四类空间最需要

在家电专家鲁建国看来，使用空气

净化器是一个意识和习惯问题。比如，生活在空气质量相差不太大的欧洲和美国的人，就有着不同的选择：欧洲人基本不用，美国人70%都在用。不过，宋力强指出，就目前我们周围的空气质量而言，家里有几个空间确实很需要使用空气净化器。

刚装修的房子。装修材料或多或少都会产生一些污染，导致室内甲醛、苯等有害物质增加，此时，就需要一台能除甲醛等有害气体的空气净化器来帮忙了。不过，要提醒的是，再好的净化器也不如多开窗散味，不要舍本逐末。

卧室。对很多上班族而言，卧室是一天中，在家里所待时间最长的房间。如果白天没有足够的时间或条件通风，屋里的空气质量可想而知。所以，最好能在卧室放一台空气净化器，尽量给家人提供一个空气清新的睡眠环境。

儿童、孕妇、老人或有呼吸系统疾病患者的房间。以上四类人是PM2.5污染危害的高危人群，对他们所处的房间，必须做好污染防控工作。

地毯、布艺多的房间。地毯、布艺等都容易吸附尘埃，在人们走动时，容易产生扬尘；有些质量较差的布艺产品，还易释放有害物质。因此，建议使用空气净化器防范污染。

选哪种？

什么类型效果好

净化空气的方式很多，净化效果会因此产生差异，不同类型的空气净化器在选购和使用过程中的注意事项也略有不同。

过滤型。此类空气净化器是利用多孔性过滤材料，把悬浮在空气中的微粒截留并收集起来。它一般使用HEPA滤网或活性炭滤网，可以起到过滤微小颗粒，吸附甲醛、苯、氨气等有害气体的作用。如果室内空气不是特别污浊的话，按照平均一天使用6—8小时计算，活性炭的使用寿命仅有6个月左右，就必须更换滤芯。现在多数净化器上也有

更换滤芯的指示灯，若不及时更换，净化器就起不到应有作用了。另外，这类净化器一般都有多层过滤，注意在维护保养后不要将过滤网安反，否则会影响净化效果，减少使用寿命。

静电型。静电式空气净化器内部带有上千伏特的高压，可通过电离使颗粒物带电，而后被吸附。所以，购买此类产品时，一定要查看该产品的认证证书或者国家家用电器质量监督检验中心出具的合格检验报告，避免因产品质量不合格而产生危险。一般情况下，此类空气净化器的集尘板都是比较锋利的金属片，清理时易划伤人，不建议老人使用。

光触媒型。由于光触媒只能起到催化剂作用，本身不参与化学反应，所以光触媒空气净化器的作用效果比较持久。此类产品清理维护起来比较方便，中老年人可以选用。由于光触媒必须经光照催化才能产生反应，使用时，切忌将光触媒材料或设计用来照射该材料的光源遮住。

负离子型。负离子装置在产生负离子的同时，会产生一定量的臭氧。如果臭氧浓度过高，可能危害健康。所以消费者购买带有负离子功能的空气净化器时，要注意机器产生的臭氧浓度不应过高。一是用鼻子闻，如果刺激性气味很重，意味着臭氧浓度可能超标；二是查看检验报告是否合格。有过敏史的消费者，应尽量避免选用此类产品。

紫外线型。过量的紫外线会引起光化学反应，可使人体机能发生一系列变化，尤其是对皮肤、眼睛及免疫系统造成危害。所以购买和使用此类产品时，要注意不应有紫外光泄漏，即不能看到灯管裸露，以免带来伤害。

总的来说，过滤式空气净化器对可吸入颗粒物的净化效果较好；其他净化器的杀菌和消毒效果较好。现阶段，复合式空气净化器在市场上的占有率也很大，消费者可以根据自己的需求选购带有相应功能的产品。（张芳）

如何净化室内空气

滤网净化器 多开油烟机 勤用加湿器

雾霾天反复“发作”，室内空气跟着遭殃，空气净化产品市场也火了。目前，市场上空气净化产品种类繁多，质量参差不齐，不少消费者都在盲目购买，无法起到预想的防护作用。其实，净化室内空气还有很多实用的方法。

美国《国际财经时报》1月18日报道，空气污染物一般包括污染气体和悬浮物，例如细菌、病毒、灰尘、花粉、霉菌孢子，还有臭气、有毒化学品和有毒气体。除了室外来源，室内吸烟、家装家具释放的有害气体、厨房油烟、人体活动等都是室内空气污染的重要来源。在西方国家，医院或家庭购买空气净化装置的目的是保护过敏病人。与之不同的是，我国环境、居室空气污染治理刚刚起步，消费者购买空气净化装置，多数以去除PM2.5、装修污染等为目的，因此在选购产品时必须首先明确需求。

目前最成熟的空气净化技术有两种：一种是采用HEPA滤网（高效微粒空气过滤器）的物理技术，这也是当前国际主流技术。采用一般滤网的空气净化器，过滤0.3微米以上悬浮微粒的效率可达到99.97%，对化学烟雾、细菌、尘埃微粒及花粉都有良好的过滤效果，但是无法滤除有害气体。孔径较大的过滤网虽不能滤除细微



Focus

冬天常关闭门窗不利于净化室内空气，最好的办法就是给窗户蒙上一层专用滤网，阻挡室外大部分污染物，可根据室外环境确定过滤网的孔隙大小。搭配使用空调和加湿器，室内过于干燥会加重扬尘现象，此时可以利用加湿器调节

颗粒，但是能很好地去除大颗粒的植物纤维、种子、灰尘、霉菌、动物毛发等。滤网型净化器的缺点是需要更换滤网，且价格较高。另一种是静电集尘技术，这种技术的净化器不用更换滤网，但易产生粉尘二次污染和臭氧等副产物。

美国《纽约时报》指出，购买空气净化装置要弄清三个方面，“美国空气净化器”网

站主管瓦伯格·李在接受采访中指出，首先是过滤性能，滤除细微颗粒物要选择采用HEPA滤网技术的产品；第二，要考虑房屋面积，净化装置的适用面积应结合实际情况详细对照说明书，空气净化器应尽量放在每天常待着的地方，如办公室或者卧室；第三，档位越高，风扇噪音越大，如果净化器档位很多，购买时应根据需求选择合适的档位。

美国“网络医学博士”网站刊文称，净化室内空气有很多方法，纽约市呼吸道护理专家尼尔·斯科特介绍说：蒙上过滤网后常开窗。冬天常关闭门窗不利于净化室内空气，最好的办法就是给窗户蒙上一层专用滤网，阻挡室外大部分污染物，可根据室外环境确定过滤网的孔隙大小。搭配使用空调和加湿器，室内过于干燥会加重扬尘现象，此时可以利用加湿器调节；湿度过大，空气容易附着病菌、PM2.5等进入人的呼吸道，此时空调可以起到干燥作用，将PM2.5、花粉等吸走。每年都定期请技术人员检查燃气阀门松紧度是否合适，避免气体泄漏。厨房保持良好通风，做完饭多开一会吸油烟机，避免污染气体累积。另外，尽量少用空气清新剂或清洁产品，其中多含醛类、苯类等污染物。(冯国川)

装修验收把好5道关

为把新房装修好，跑断腿，磨破嘴，终于到了验收环节，却不知该如何验，验哪些项目，参照什么标准，您在装修时是否遇到过这样的烦心事？由北京市住建委牵头起草的《家庭居室装饰装修质量验收标准2013》将于近日出台。据介绍，该标准为地方（北京）推荐标准，以北京市家居装修水平为基准，在施工技术和细节上要求更高，超过了国标。本期我们邀请业内权威专家轻舟装饰北京公司技术总监孙培都，为您详细介绍自家装修验收要把住5道细节关。

摸：墙面漆是否平整。刷漆不均匀，除了影响美观，还会造成墙面裂缝。验收墙面最好在晚上进行，打开照明灯，仔细观察墙面是否有阴影，以



此判断墙面漆的平整度和均匀度。

敲：瓷砖地板是否空鼓。用小锤轻敲墙砖和地砖，仔细听是否有空鼓的声音，如果铺贴瓷砖的水泥分布不均匀，则会空鼓、脱落。地板安装后三天内就可以验收，仔细观察表面是否光滑平整，无胶痕、鼓包、污斑、掉角、划痕等外观质量问题，踩踏上去观察，应牢固、不松动、无异响。

闻：环保质量非验不可。环保质量最好用专业仪器检测，还可以仔细闻是否有刺鼻气味，在室内待时间长了是否头晕恶心。还可以购买快速甲醛测试剂，进行初步检测。

试：24小时测防水层。为避免防水层漏水，验收时要在通知楼下后，做24小时闭水实验。用水泥

砂浆做一个槛，堵住卫生间门口，再用袋子封住地漏排污口处，然后在卫生间放水，高度约2厘米。请楼下业主查看其卫生间天花板是否漏水。一般来讲，楼板可能渗漏，管道与地板接触处也有可能。如果24小时后没有漏水现象，说明自家防水质量合格。

烧：烟道畅通报警灵敏。厨房烟道是重要的排烟通道，如果装修中被堵住会很麻烦。将冒烟的纸卷放在厨房烟道口下方10厘米处，看烟是否能上升至烟道内并被吸走。厨房报警装置关乎生命安全。如果装置不灵敏，装完橱柜再维修的成本就会加大，也可用冒烟的纸卷放到报警装置附近，看其是否灵敏，报警声光提示的同时关闭进气电磁阀，如果不能，要及时修复。（李 歆）

小心装修公司给你下套

增项费用不得超预算8%，还应配合空气检测

“开工前承诺28800元搞定装修，中间不断增加费用，最后全部完工一算，竟花了六七万元！”刚装修完新房的河北白女士最近很郁闷。实际上，装修中遭遇类似这样恶意增项的业主不在少数。到底如何终结这一市场乱象？2012年7月起，国家商务部开始着手起草《家居行业经营服务规范》，虽然标准尚处在制订过程中，但依然给纷乱的家装市场带来了希望。

这项规范将明文禁止家装公司恶意

增项，且要求家居装饰服务增项费用不得超过事先约定的工程合同报价的8%，超过部分将由企业承担（消费者主动要求增加的项目除外）。此外，装修后的室内环保状况也将得到保障。规范还将规定，家装公司有义务配合消费者进行家装完成后的室内环境检测，检测项目包括甲醛、苯、氨、甲苯、二甲苯、TVOC等，检测结果应符合国家标准并得到消费者签字确认。那么，在规范实施前后，消费者该如何据此维护权益？

本报邀请中国建筑装饰协会住宅装饰装修委员会秘书长张仁和北京阔达建筑装饰工程公司主任设计师娄庆树，为您解答装修中、施工后该注意啥。

开工前仔细量 避免增项

不少人在装修过程中都会遇到“不断被增加项目、增加开支”的现象，施工人员多数会自圆其说，为其披上合

理的外衣，致使消费者蒙受损失。

受装修公司验房效果和设计师业务水平的影响，装修过程中难免需要增加一些项目，多数消费者对此可以理解。比如，房间吊顶不平，在最初验房时很难用肉眼看出来，只有在装修中有参照物的情况下，施工人员才能发现，此时便需要增加吊顶找平项目，否则会对装修效果产生很大影响；再如，装修过程中经常需要安装一些物品，如储水式热水器要安装在承重墙上，如果业主家的墙面为非承重墙，则需要进行加固处理，若事先没进行此项预算，施工中便会产生增项。这些都是根据实际情况进行的合理增项，其目的是为保证施工质量和装修效果，而非恶意增加不必要的花销，消费者也能理解，但有一些增项则是装修施工人员前期故意隐瞒或装修中恶意增加不必要的项目。

专家支招：据业内统计，目前对于恶意增项的投诉大多是不规范的装修公司或游击队，因此选择一家正规的装修公司是前提；最重要的是，在开工前，请设计师和施工队等各方面人员到场，对房子仔细做一次“体检”，检查屋内质量隐患、房屋结构缺陷及施工中可能产生的增项，并在预算中标示清楚，这样便可尽量避免施工人员进行增项。

其实，鉴别增项是否合理可依据如下两个标准：所增加项目施工前是否征得客户同意以及是否具备完善的手续；按照即将出台的新标准，增项所



产生的费用变动要控制在预算的8%以内。

装修时 多留意水电项目

做好了前期的准备工作，装修施工中也要多加留意。一般来讲，恶意增项主要表现为三种：低价陷阱诱惑签单，预算报价时瞒报、漏报项目或装修面积，用不合理的低价诱惑业主签单，后期再逐项增加，因此，报价过低的，业主一定要询问清楚；水电路路“绕着走”是最常见的增项伎俩，施工人员故意增加不必要的电线、水管长度，达到多收费的目的；人为增加不必要的工艺，如验房时，明明地面平整、无需找平，但有些施工人员却假借地面不平，擅自增加找平项目，若业主没有仔细核算便会掉入陷阱。

专家支招：如果必须要在装修中期进行增项，一定要请设计师和施工方到场解释清楚，征得业主同意才能施工，坚决不接受“先斩后奏”的增项，在新标准中这些恶意增项则可能由装修公司埋单。对于恶意增项大户——水电改造，业主要先在签合同前先讲清楚水电核算方式，在设计师、监理和施工方都在场时，在房屋内划出水电改造的线路，业主确认并核算价格、签字后再开始施工，以此避免施工人员“水电绕着走”、恶意增加费用的问题。

装修后巧养护 擅用保修

装修同普通商品一样，也有保修期，需要施工方

承担装修后保修的责任，这是其提供家装服务的一项重要。不过，对于消费者自身使用不当造成的损坏，就不便维权了，消费者一定注意避免这些情况的出现。

北京李女士担心装修污染，2012年10月装修完就一直没去住，平时也很少去新房。眼看春节了，李女士想去新房看看。可拿着钥匙鼓捣了半天都打不开房门。“是不是被盗了？”李女士赶紧拨打110，警察破门而入后发现，原来是门边一块空鼓翘起的瓷砖抵住了房门。李女士走进房间一看，地砖多处空鼓翘起、木门开裂、墙面多处出现裂纹。

装饰公司的维修人员详细了解情况后，认为是冬季供暖期，室内无人居住造成湿度不够，进而出现一系列问题，属于业主养护不当，装修公司对此不负责。

此外，还有一些事项业主要格外留意：由于使用不当造成装修材料损坏，如重物坠落在地板或瓷砖上造成其破损；业主的其他合作方造成的损坏，如业主购买大件家电，工人送货搬运过程中对地板、墙面等造成损坏；业主自行找其他施工队维修房屋，却造成更严重的损坏，这些状况都不属于保修范围。

专家支招：装修后的房子，业主要细心养护，既能延长屋内建材、部件的使用寿命，也能避免因维修带来的麻烦和纠纷。如果装修后暂时不住，也要定期去看看，维持合适的温度和湿度。在保修期内正常使用却出现问题的，业主可以找原装修公司进行维修，合理维护自身的权益。

(李 歆)

家电啥时候辐射大

2月4日,《北京晚报》邀请中冶建筑研究总院有限公司环境检测中心高级工程师袁玉明,测量了常用家电的辐射值,结果显示,吹风机、手机、路由器等电器在不同工作状态下的辐射量存在很大差异,用不对会给身体造成一定伤害。对此,《生命时报》特邀国际无线电科学联盟电磁噪声与干扰委员会中国分会会长高攸刚教授,为大家解析什么样的家电辐射大,并教您如何避免辐射伤害。

手机接通时

实验数据显示,被测手机黑屏时辐射值在 $10\mu\text{W}/\text{cm}^2$ 上下浮动,按亮时在 $100\mu\text{W}/\text{cm}^2$ 左右,拨打时辐射值在 $200\text{—}300\mu\text{W}/\text{cm}^2$ 。虽然还没有证据能够证明手机会威胁健康,但国家对手机辐射峰值已做出相关规定。高攸刚告诉记者,正规厂家生产的手机都是经国家检测合格的产品,辐射量在标准范围内。而一些山寨手机,由于未经国家测试,往往辐射超标,成为埋伏在身边的辐射源。他提醒,手机在接通时会发射信号,因此拨号时最好远离大脑;接通后最好稍候一会,不要马上贴近耳朵;通话时最好使用原装耳机,因为随意配一个普通耳机所产生的辐射,甚至可能比不用耳机还大;电磁辐射有累积效应,所以通话时间不要太长。



Focus

吹风机、手机、路由器等电器在不同工作状态下的辐射量存在很大差异,用不对会给身体造成一定伤害

电吹风离得近

实验数据显示,随着电吹风档位的升高,辐射值也逐渐增加,当调至最高档时,辐射值为 $17.3\mu\text{T}$,不到国家标准的 $1/5$ 。辐射值还受到距离的影响,当调至中档时,紧贴电吹风处的辐射值为 $8.6\text{—}8.9\mu\text{T}$,距离20厘米处为 $0.963\mu\text{T}$,距离30厘米处为 $0.2\mu\text{T}$ 。高攸刚说,距离越近,功率越大,产生的电磁辐射就越大,因此,在使用电吹风时尽量离头部远些,保持在20—30厘米即可,开启和关闭电源时也尽量离身体远一些。

发射信号强的路由器

实验中,唯一没有达到国

家标准的就是路由器,数据显示,在紧贴路由器处辐射值为 $127.6\mu\text{W}/\text{cm}^2$,在距离30厘米处为 $10\text{—}55\mu\text{W}/\text{cm}^2$,当距离半米时辐射为 $1\mu\text{W}/\text{cm}^2$ 。路由器最好不要放在靠近头部和心脏的地方,更不要摆在电脑旁。一些信号强的“穿墙路由”产生的辐射更大,一般家庭尽量别用。

显像管电视机

有数据显示,传统的显像管电视正面半米处,开机瞬间辐射值是 $0.12\mu\text{T}$,正常观看时为 $0.30\mu\text{T}$,换台时为 $0.27\mu\text{T}$,待机状态则是 $0.11\mu\text{T}$ 。看电视时要正对电视,保持至少1米远;电视周围不要摆放其他电器;最好选购液晶电视或等离子电视,它们相对于显像管电视更环保,辐射也更小。

老化的微波炉

高攸刚建议,打开开关时及使用过程中都要离微波炉至少半米远,眼睛不要直视,平时还要注意保持炉内卫生。微波炉上不要摆放杂物,避免重压导致微波炉门变形。一些用得久的微波炉可能出现老化,致使门关不严,微波辐射就会在加热时泄露,因此如果微波炉出现外壳老化、门密封不严等情况就应立刻停止使用。

(马荟)

食品保质期的五大疑问

看“生产日期”和“保质期”是很多人挑选食品时最基本的原则。2011年5月，卫生部发布《预包装食品标签通则》，对“保质期”进行了重新定义：预包装食品在标签指明的贮存条件下，保持品质的期限。在此期限内，产品完全适于销售，并保持标签中不必说明或已经说明的特有品质。简而言之，在保质期内的食品除了必须食用安全外，还要尽可能地保持风味不变和营养成分尽量少的流失。定义读起来通俗易懂，但却不能打消老百姓对“保质期”的种种疑问。为此，《生命时报》记者采访有关专家，对老百姓关于食品保质期的常见疑问进行了解答。

食品保质期是怎么确定的，是厂家说了算吗？国家食物与营养咨询委员会副主任、中国农业大学食品科学与营养工程学院教授李里特告诉记者，在遵守国家各类食品安全标准的前提下，食品的保质期是厂家根据产品的情况制定的，但前提是厂家已做了相关保质期实验，确保在这段时间内，该食品是安全可以食用的。从法律意义上来说，保质期就是厂家给消费者的一个承诺：在保质期内，食品的质量有所保证，如果出现问题，厂家就要负责。

过了保质期，食品就不能食用了吗？大连市中心医院营养科主任王兴国表示，



无论是口感还是安全性，保质期内的食品当然是最好的，但在食品贮存条件达标、包装完好、色香味没有发生变化的前提下，过期食品也能食用。比如过期面包没有发霉，也没有变硬，颜色、味道、口感正常，就可以放心食用；同样，果酱、蜂蜜没有发霉，也没有酒味，看上去、闻起来、摸上去都正常，也不用扔进垃圾桶。但由于厂家不会担保过期食品的安全，因此，建议消费者要慎吃过期食品。

保质期越长的食品防腐剂就越多吗？中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授范志红指出，延长食品保质期的方法很多，不一定靠大量添加防腐剂，有些食品在生产加工过程中，完全不需要添加防腐剂。比如方便面经过油炸并干燥后，能被腐败微生物利用的水分已经不复存在，即使不加防腐剂也不会坏掉；罐头食品经灭菌后立即进行无菌密封包装，罐内细菌已被杀死，也不需要添加防腐剂，也就是说水分含量少和高温灭菌的食物中往往不含防腐剂。糖果、蜂蜜、糖分很高的固体饮料都是保质期很长的食品，因为太干了，微生物没法繁殖。

快到保质期的食品还能买吗？范志红告诉记者，保质期快到了，并不意味着食品不能食用或安全性下降，但某些品质可能会变差。比如冷冻食品存放时间太长，味道会不新鲜，维生素含量也会略有下降，脂肪可能发生轻微氧化；酸奶、乳酸菌饮料存放时间太长，其中活性乳酸菌数量会变少。买快过期的食品时，一定要及时吃掉。如果实在吃不了，不妨放进冻箱里冷冻，比如说面包和馒头搞“买一袋送一袋”的活动时，其中一袋可能快要过期，而自己家里人口少，不可能在三天之内把两袋都吃完。这时候，最好的办法就是把它分装成一天能吃完的小包，扎好口，分别放进冻箱里冷冻起来。在冷冻室里不会长霉，也不会变干，放两周都没问题。吃的时候取出来，用

微波炉的化冻档转1分钟就好了，能保证新鲜如初。不过，即便如此，也不要让馒头之类在冷冻室里一住就是几个月，既浪费电，吃起来又不新鲜。因此还是建议消费者尽量购买新鲜出厂的食品。

保质期内的食品就一定安全吗？“食品的保质期和贮存条件息息相关。”李里特举例说，应该冷藏的食品，如果在常温下保存或销售，保质期一定会大打折扣，比如酸奶；如果食品包装破损，空气进入发生氧化，即使没到保质期，食品也有可能变质，比如一些密封包装的食品。此外，超市中冰柜往往是开口的，直接与室温空气接触，再加上不时有消费者翻动挑选，导致冷藏和冷冻食品往往不能按照包装上标注的冷藏温度储藏和销售，直接后果就是提前过期。因此，购买这类食品时，最好买最新出厂的，同时也要留意食品包装上的最佳储藏条件。

常见食品的保质期

罐头、糖果、饼干：1年或更长。

方便面、无菌包装的牛奶果汁：6个月至1年。

真空包装并冷藏的熟食品、速食米饭：90天至半年。

灭菌包装的肉食品、鲜鸡蛋：30天至90天。

酸奶、点心：16天至30天。

牛奶、主食、未灭菌熟食、未灭菌盒装豆制品：少于15天。

（范志红）



1月8日，中消协副秘书长董祝礼（左三）、投诉部主任邱建国（左二）、副主任皮小林（右二）一行到北京市消协围绕北京市消协受理消费者投诉工作进行调研。



1月11日，北京市消协召开羊绒衫比较试验企业通报会。



1月29日，北京市消协召开2012年度工作总结会。

BEIJING CON- SUMERS

保护合法权益
引导科学合理消费



北京消协在您身边

www.bj315.org/



3.15

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

2013.第1期

02



做“3.15”的主人

2012十大消费热点事件

P22 北京市消协发布
休闲服装比较试
验结果

P37 不要上“小”
美容院的当

P38 ATM 机买电
退费真麻烦