

北京

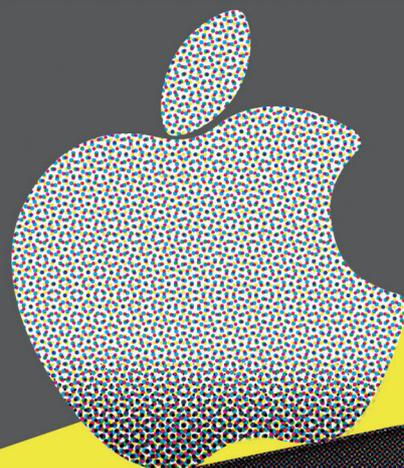
消费者

2013. 第2期

04



SAFEGUARD
LEGAL
RIGHTS



让消费者更有力量

努力开创消费者权益保护工作新局面

P16 苹果产品维修
十大问题

P22 市消协发布
床垫产品比较
试验结果

P34 选购婴幼儿
配方奶粉
三项注意



央视《新闻联播》等权威媒体报道 北京市消协发布床垫比较试验报告



4月14日，央视《新闻联播》和《每周质量报告》分别报道了北京市消协针对床垫发布了比较试验结果，检测的50件样品不合格率高达50%，其中有8件样品甲醛释放量超标。检测还发现6件从网上商城购买的样品中有5件存在掺假劣质问题。

由于床垫产品的生产门槛较低，且市场竞争日益加剧，导致床垫生产企业的生产规模及工艺水平差异较大，床垫产品质量良莠不齐。北京市消协已将检测不合格的样品移交工商部门进行处理。

人民日报、中央人民广播电台、北京电视台、北京日报、北京晚报、京华时报、新京报等媒体均对该比较试验结果进行了报道。（比较试验结果见P22）



苹果道歉有多少诚意？

经过一番意志的较量，苹果公司最终还是扛不住。4月1日晚，苹果中国官网发布落款为苹果CEO库克的致消费者信，算是向中国消费者正式认错道歉。

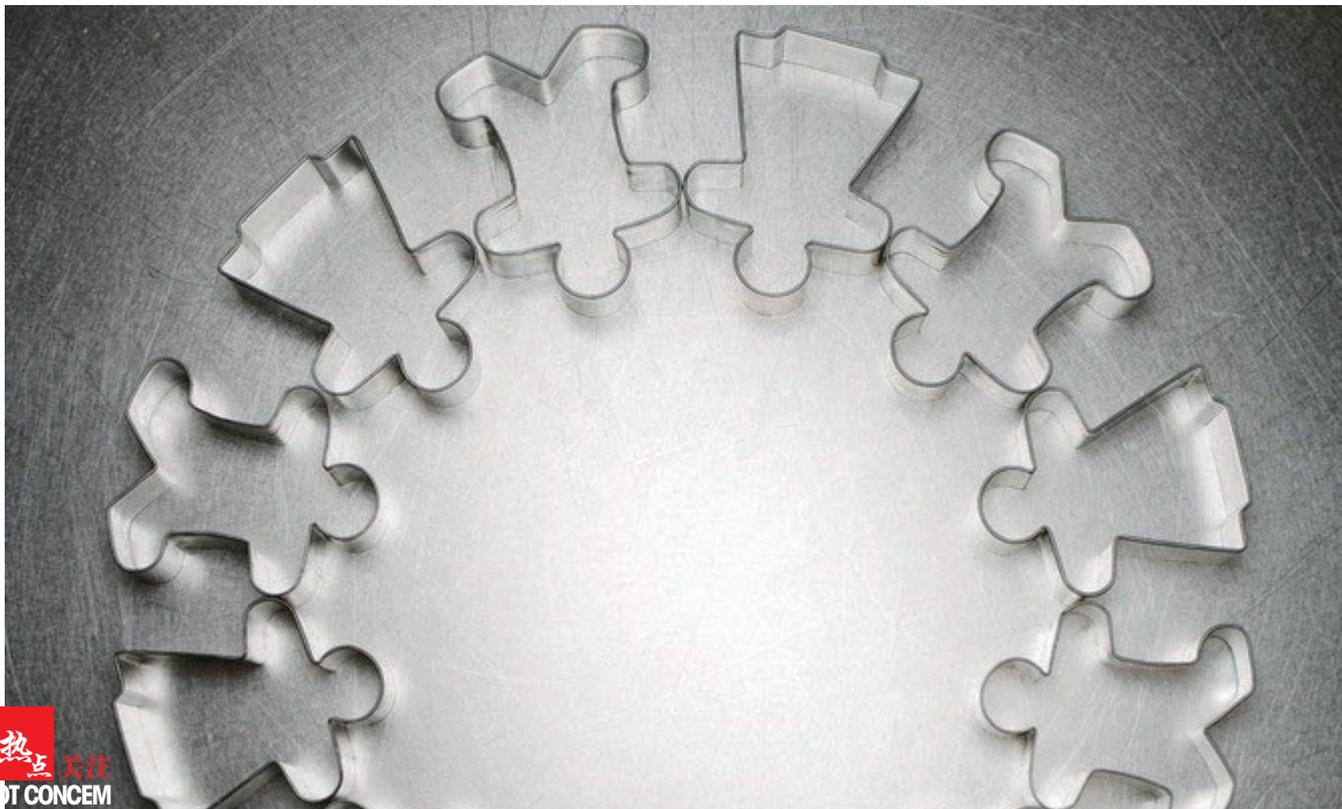
从央视3.15晚会曝光以来的两周时间内，苹果公司的态度基本上是冷漠的。面对中国消费者的投诉不满，苹果公司不是视而不见就是充耳不闻，直至舆论扣住不放、穷究猛打，中国主流媒体连续刊文加入“申讨”之列，这才正面做出回应。如此应对之策，与同为国际知名品牌的德国大众公司相比，可谓相差甚远。后者在央视3·15晚会当天就承诺会给消费者答复，并在5天后宣布了召回计划。

其实，中国消费者并非有意与苹果公司过意不去。实事求是而言，苹果产品质量总体而言还算可以，在中国也拥有为数不少的“果粉”。苹果公司之所以激怒中国消费者，主要是因为其在产品维修和保修政策上，做得实在有点太过分。比如，同样是一款苹果手机，保修期内出现故障需换机时，在美、英、韩等国家连后盖一起更换，而在中国却变成“换机不换盖”，哪有这么欺负人的？

不仅如此，苹果诸多产品售后还明显违反中国法律。我国《微型计算机商品修理更换退货责任规定》：电脑整机保修1年，主要部件包括主板、驱动器、显示卡、CPU、硬盘、电源、内存保修2年。而苹果电脑无论是整机还是主要部件，都是保修1年，产品“三包”有效期严重缩水。在中国大把销售、大笔挣钱，却不遵守中国的法规法律，哪有这么好的事，中国消费者当然不同意。

对于苹果产品在中国售后存在的这些问题，苹果CEO库克在致歉信中特意做了一番说明，称“我们意识到，由于在此过程中对外沟通不足而导致外界认为 Apple 态度傲慢，不在意或不重视消费者的反馈。”对中国消费者的诉求不理不问，果真是因“沟通”出了问题，还是苹果“傲慢”所致，中国消费者现在懒得去关心。眼下而言，他们最关心的是，苹果道歉认错，诚意究竟几何？苹果公司能否兑现承诺，认真解决中国消费者反馈的诸多问题，并确保从此之后，严格遵守中国法律，不搞“双重标准”，真正拿中国消费者当回事。(相关报道见P16)

吴明洋



P04 努力开创消费者权益保护工作新局面

党的十八大对当前我国经济社会形势做了深入分析判断，提出了五位一体的总布局和全面建成小康社会的总目标。我们要认真学习和贯彻好党的十八大精神，在认识上有新提高，在实践上有新成果

卷首语

- 1 苹果道歉有多少诚意？

热点关注

- 04 努力开创消费者权益保护工作新局面
08 北京举行3.15网络诚信倡议活动
10 市消协向商务部提交不在《餐饮业管理办法》中允许餐饮业设置最低消费的建议
12 倡导诚信经营 推动行业自律
14 市消协再次发起家电免费保养公益活动
15 让消费者更有力量
15 大栅栏工商所加强禽类市场监管
16 苹果产品维修十大问题
19 消协组织点评苹果不公平格式条款历程

权威发布

- 22 市消协发布床垫产品比较试验结果
28 市消协发布羊绒衫比较试验结果
32 29家消费维权单位联合发布轮胎企业售后服务政策调查报告

消费提示

- 34 选购婴幼儿配方奶粉三项注意
34 投资收藏品谨防欺诈
35 老年代步车存在严重安全隐患
37 采摘野菜需谨防食后中毒
38 “扫一扫”二维码背后暗藏安全风险
39 熟悉快递新规 依法维护权益
40 选择房产中介有“诀窍”
41 团购理财产品风险大

调解案例

- 42 春节调解跨省消费纠纷
42 家具与“约定”不符应退货
42 网上买到三无产品难退货
43 购买贵重物品需保存好凭证
43 购买汽车需签订详细合同
43 买到过期蜂蜜退货遭抵赖
44 家装质量不过关应返工
44 免费美容体验后却要收费
44 金饰品以旧换新有“猫腻”
45 宽带服务不稳定按照合约退费
45 手机出了问题找“三包”
45 订购汽车无法履约应退费

案例点评

- 46 产品缺陷伤人身，商家厂家共理赔
46 服装质量纠纷多，一试二问三索取
47 商家真实身份不明，消费者维权陷困境



■ P16 苹果产品维修十大问题

据不完全统计，2012年各地消协组织共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。

- 47 高额会员费易交难退，预付费消费亟待立法
- 48 签订婚宴未举办违约，经营者退押金促和谐
- 48 问题产品维权先检测，经营者应主动让步
- 49 宣传促销莫轻信，商家忽悠没商量

■ 消费课堂

- 50 17个要点防禽流感
- 52 有些“洋习惯”未必适合咱
- 53 5类食物半夜再饿也不能吃
- 54 盘点三大牙齿美白误区
- 55 选调料要“察颜观色”

■ 服务消费

- 56 三叶散热器的售后服务秘诀

《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 王亚宁 |
| 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 |

2013.04 第2期 (总第28期)

京内资准字1013-L0080号

内部资料 免费交流



凝心聚力 坚定信心 努力开创消费者权益保护工作新局面

北京市工商局副局长 黄晓文

这次工作会的主要任务是：认真贯彻市委、市政府和国家工商总局的有关要求，深化落实全市工商行政管理工作会议的工作意见，全面总结2012年工作成效，全面部署2013年合同消保信用等专业工作，努力开创工作新局面。根据全市工商行政管理工作会议提出的要求，合同、消保、商品、信用、12315中心等部门经过专题研究，提出了具体的部门工作意见，并经市局办公会审定。各部门负责人将专门进行部署，请与会同志认真领会，结合区域实际，抓好落实。

下面，我就2012年工作回顾和2013年工作部署，谈几点意见。

1 认真履职，扎实工作，积极推动首都经济社会发展

2012年，全系统认真贯彻落实市

局党组的部署，以“促发展、强监管、重服务、保安全”为重点，加强协作配合，提高监管效能，为首都的经济社会发展和十八大的胜利召开营造了安全稳定的消费环境。主要工作成效体现在以下四个方面。

（一）加强信用监管，推进企业信用体系建设工作取得实质性进展。

市委常委会审议通过了《关于进一步加强企业信用监管推进企业信用体系建设的意见》，明确了加强企业信用体系建设的指导思想、基本原则、建设目标、工作任务和保障措施，明确把北京市企业信用信息网作为市政府信用监管平台，明确把行政处罚信息的归集列入市政府依法行政绩效考核，为推进企业信用体系建设

提供了坚实的制度保障。截至2012年底，企业信用网累计归集信息2381.59万条，向各委办局提供信息228.9万条，推动全市46家执法单位对企业行政处罚信息进行全面归集，目前已有37个单位向我局提供了信息或开展了信息交换，推进了失信惩戒和守信激励机制的建立。

（二）创新维权机制，构建多元参与的消费纠纷解决格局。

一是大力推广小额消费纠纷快速解决机制。近两年来，共有9个分局推广了小额消费纠纷解决机制，其中海淀区在工商部门的积极推动下，确立了在政府领导下，各相关部门共同推进的社会化工作模式。全市推广消费纠纷快速解决机制一年来，相关

经营单位即时和解消费纠纷13万多件，涉及金额8833万余元。

二是着力推进绿色通道机制建设。吸收行业协会加入绿色通道，成立绿色通道企业联盟，目前全市绿色通道成员单位数量达到4479家，成员单位覆盖了30多个行业。2012年，成员单位自接并解决消费者投诉与工商部门接收量比例达10.68:1；和解工商部门转办申诉与工商部门调解量比例达8.76:1，绿色通道成员单位与消费者投诉的和解率为92.62%。回访显示，消费者满意率上升了24.24个百分点。

三是建立消费纠纷人民调解委员会。积极推进在市、区两级建立了8个消费纠纷人民调解委员会，西城、丰台分别在商业聚集区建立区域性的调解组织，丰台区在沐浴行业协会建立了消费纠纷人民调解委员会。一年来，各类人民调解委员会成功调解了疑难消费纠纷29起，为消费者挽回及经济损失33.3万元。

四是试点建立诉调对接机制。组织诉调对接机制专家论证会，指导丰台、石景山、房山、平谷试点建立行政调解与诉前调解相衔接的工作机制。其中，丰台区法院在丰台分局设立法院巡回审判点，平谷、房山分局成立合同争议、消费纠纷行政调解中心。

(三) 丰富消费教育引导形式，大力倡导科学理性消费。

以工商工作站为依托，深入开展消费教育引导工作，共开展各类活动6141次，网上工作站点点击率近47万次，发放各类宣传材料40万份。各分局不断创新消费教育的形式和内容，

提升了消费教育的社会效果。朝阳分局两年来坚持开展“消费教育宣讲团”的活动，得到了总局王东峰副局长的肯定。平谷分局围绕建设“幸福平谷”、延庆分局依托“村村通广播”，开展特色消费教育活动，均取得显著的社会效果。

(四) 强化日常监管，全力服务区域和谐稳定发展。

一是积极推动合同监管体系化。认真落实总局要求，扎实开展利用合同格式条款侵害消费者合法权益专项执法行动的集中整治。强化源头治理和系统规范，发布40条典型不公平格式条款，推行规范化合同文本，指导行业协会发出规范格式条款倡议，积极探索行政监管与行业自律有机结合的综合治理模式。

二是流通领域商品质量监管和服务领域消费维权水平显著提高。大力开展商品比较试验和质量检测工作，商品监测数量共计2840组，其中不合格商品912组。商品市场秩序进一步规范，市场控制能力进一步提升。西城分局适用《消费者权益保护法》查办了“耐克”篮球鞋一案，取得了良好的效果。在东、西、朝、海、丰、石6个分局试点推广了《服务领域预付费监管台帐》，实现对预付费经营者的动态监管。会同市商务委、中国国家电服务维修协会等单位开展规范家电维修市场专项治理工作，有效净化消费环境。

2 凝心聚力，坚定信心，努力开创合同信用消保工作新局面

2013年，全系统要认真贯彻党的十八大精神，紧密围绕总局和市局系统工作会的工作要求，认真分析研究

当前工作面临的形势和任务，以“服务促监管、创新增效能”为工作的着力点，全面推进消费维权工作效能建设，在创新消费维权理念、方式方法、制度机制和能力建设上下功夫，不断优化消费环境，持续营造安全和谐的消费环境。

(一) 牢牢把握工作出发点和落脚点，合同信用消保工作职责要有新定位。

党的十八大对当前我国经济社会形势做了深入分析判断，提出了五位一体的总布局和全面建成小康社会的总目标。我们要认真学习和贯彻好党的十八大精神，在认识上有新提高，在实践上有新成果。我们要清醒地认识到消费维权工作事关群众的切身利益，是我们工商部门的重要使命，我们要清醒地认识到新形势下消费维权工作的艰巨性和复杂性，充分履行消费者权益“守护人”职责，在消费纠纷维权中当好公共利益代表者。“进一步更新维权理念，坚持事后调处与事前防范并重，更加重视事前防范；坚持消费维权和行业规范并举，更加重视行业规范”。要牢牢把握扩大内需这一战略基点，不断畅通消费维权渠道，提振消费信心，

优化消费环境，努力营造安全放心的消费环境。要高度重视群众的诉求，切实维护群众的利益，把解决好消费者最关心、最直接、最现实的利益问题作为工作的出发点和落脚点，大力推进制度创新，进一步健全长效机制，努力降低消费者维权成本，努力提高经营者守法经营的自律意识，努力提高消费维权工作的公信力和社会影响力。

(二) 统筹社会资源，推进多元消费争议解决机制方面要有新成效。

《消费者权益保护法》规定了五种解决途径，包括协商和解、第三方调解、司法诉讼等三类消费纠纷解决方式，不同类别的解决方式，互相支撑，是一个有机联系的系统。但由于历史的原因，消费纠纷的化解在各个途径之间分布不平衡，行政调解量在其中所占比例过大，法律所提供的资源需要更好地加以运用。多元机制既是落实《消费者权益保护法》的基本要求，也是有效化解消费纠纷的根本措施。在去年的基础上，要加大力度，突出重点，进一步建立健全多元消费纠纷解决机制。一是普遍建立小额争议快速解决机制，鼓励分局积极争取辖区政府支持，协调辖区相关部门，推进协商性消费争议快速解决机制建设。二是支持社会组

织和行业组织建立人民调解机构积极参与人民调解工作，尤其是消协系统的人民调解工作，要加大社会宣传力度，提高公众知晓效率，在解决消费纠纷方面要取得实效。三是把绿色通道建设作为推进企业信用建设的重要内容，打造精品绿色通道，提高企业自行化解矛盾能力，强化企业的社会责任意识，提升绿色通道品牌服务效应。四是积极推进诉调对接机制建设工作，积极探索，加强指导，积累经验，畅通消费者从行政调解途径向司法途径解决的渠道，实现行政调解结果与审判结果的统一，提高行政调解的公信力。

（三）夯实归集基础，推动全市企业信用体系建设要上新台阶。

要加强和各有关部门的联系，进一步加大组织协调力度，推动企业信用信息归集彻底到位，按时完成市政府绩效管理依法行政专项考核确定的任务。要加强企业信用信息共享交换

和信息披露，不断提升政府综合监管和公共服务水平，建立健全守信激励和失信惩戒机制。加强与行业协会、商会的沟通与合作，充分发挥枢纽型社会组织的桥梁和纽带作用，引导行业自律。借鉴其他省市经验，把握首都诚信体系建设规律，充分依托北京市企业信用网，探索开展“守合同重信用企业”公示活动。不断完善“事前预防、事中控制、事后处理”相结合的规制机制，规范签约履约行为，促进市场环境的公平有序。

（四）防范消费风险，健全商品质量检测制度要有新手段。

贯彻落实好总局146号文件（《流通领域商品质量监测办法》），结合北京流通领域商品质量状况的实际情况，准确把握商品质量监管工作规律，加快形成一套适合首都工作实际的制度及办法，提高商品质量监测规范化水平，提升控制风险能力、服务发展能力和消费者权益保障能力。探索GB/T28863-2012等相关标准在商品质量监测工作中的应用，研究抽样检验程序在商品质量监测中的作用，结合各类商品监管特点掌握抽样检验规律，通过完善行政处罚行为、科学运用信息公示、强制不合格商品退出本市流通领域市场等多种手段，形成有效的流通领域商品质量监管措施。要加强网络交易商品质量的监管工作。商品质量监管应当为化解消费风险促进企业自律提供更为有力的保障，网络商品交易应当成为商品质量监管的必要内容。在过去的几年里，网络商品交易获得了快速的发展，网络零售总额占社会零售总额的比例已经接近5%，与此同时，涉及网络交易的投诉也快速增长。2012年有关网上商店的申（投）诉总计28245件，占比

52.9%，同比增长166.8%。要针对网络消费热点问题，切实推进商品质量的监管工作，不断丰富监管经验，逐步健全规范，形成长效机制。

（五）动员社会力量，开展消费教育引导工作要有新特色。

要更加注重消费教育引导政治效果和社会效果，增强消费教育引导的针对性和有效性。要推进落实与六个行业协会签署的协议，引导行业协会推进行业诚信自律。要多听取相关部门的意见和建议，针对不同人群需求特点，明确消费教育要点，切实提高消费教育引导的社会效果，不断提升消费者的消费信心，增强消费者的安全感和满意度。东城分局针对老年人的消费特点，开展了服务老年人的消费教育引导工作，做法值得借鉴。要充分发挥工商工作站联系群众服务基层的优势，把工商工作站建设成积极推进消费教育引导工作的重要平台。例如：燕山分局依托工商联络站，提升了消费教育引导的社会效果，其经验值得学习。

（六）塑造服务品牌，建设合同监管体系化要有新创新。

继续深入开展利用合同格式条款侵害消费者合法权益专项执法行动，指导分局围绕辖区经济社会发展的重点、消费者投诉的焦点和社会关注的热点问题，制定发布区域性推荐合同文本，促进区域经济发展，完善行业合同管理制度，推动行业自律规范。通过借助律师协会、专家论证机制等多种方式，提高示范文本质量，汇集更多社会力量参与“京版合同”的推广，提升“京版合同”服务品牌的影响力。要不断总结对健身、美容美

发、沐浴和洗染行业的合同行政指导工作经验，深化参与式监督与互动式合作，推进合同行政监管与行业合同自律的有机结合。

（七）有效化解风险，破解消保监管难题要有新突破。

多年来，消保维权工作有序推进，取得了很好的成绩，积累了丰富的经验，但是随着形势的发展，消保工作也面临诸多新的挑战。针对近年来基层工作反映的问题，我们要有攻坚克难的勇气，要有破解难题的决心，上下同心，认真研究，逐步加以解决。一是要规范处理非常规类申诉问题。非常规类的申诉，约占申诉总量的1%，虽然所占的比例很小，但是引发行政复议和诉讼的比例较高。实践中，非常规申诉人利用不同区域处理同一事件的差异，提起行政申诉、复议或诉讼的现象有增长的趋势。针对此类事件，市局消保处要尽快建立信息资源库和出台相关指导意见，明确处置同类事件的基本原则，提高基层应对相应难题的能力。去年，昌平分局出台6项措施，积极应对此类申诉，建立了事前介入、事中跟踪、事后移转的机制，值得大家学习。二是要提高查办侵害消费者合法权益案件的能力。2012年全系统适用《消费者权益保护法》查处的案件仅57件。案件查办的情况和公众对当前消费环境的感受有明显的差距。形成这种情况的原因是多样的，有客观因素的制约，也有主观认识的问题。要转变执法观念，更加注重执法的政治效果、法律效果和社会效果的统一，努力维护社会的公平正义。要敢于牵头、善于配合，敢于监管、善于执法，讲究

谋略、规范程序、确保安全，办好示范案件，办出精品案件。要更加注重综合采取行政处罚和行政指导的监管措施，破除行业潜规则，积极推进监管执法与规范发展的良性循环。三是要积极推进服务领域消费维权工作。要总结家电市场规范的经验，积极发挥服务领域行业协会的作用，深入开展服务行业的监管，加大信用约束，探索建立重点服务行业预付费监管台账与市场主体网格监管工作相结合的路径，进一步规范行业经营行为。

（八）加强基层基础建设，提高消费纠纷调处整体水平要上新台阶。

消费纠纷调处工作是我们肩负的一项重要任务，做好调解工作，关键要把规范调解程序贯穿始终，要把文明化解矛盾贯穿始终。要尽快制定相关调解规范，不断优化消费申（投）诉行政调解程序，为公众提供便捷、有效的行政调解服务。要重视人员培训，加强业务学习，更新维权知识，不断提高对争议的化解能力、预判与管控能力及应急处理能力，打造一支政治素质硬、业务能力强、善于做群众工作的专业的调解队伍。

3 加强统筹，形成合力，确保工作部署得到有效落实

消费服务保障工作，涉及多个部门的职责，需要内部的上下协调和外部的横向协作。市局消保处、商品处等有关部门，要认真落实市局党组对市局处室工作定位的要求，着力加强政策研究、规则制定、工作指导、服务基层和优化内外部工作环境等职能。要注重及时解决基层工作中遇到的疑难问题，大力推广基层好的做法

和典型经验，促进整体监管水平的提升。要建立健全协调协作机制，注重消费风险的化解要为监管风险的防范提供必要的参考，努力实现消费风险和监管风险的同步化解，切实形成工作合力，构建统一协调的消费服务保障体系。

区县分局职能科室要注重加强与工商所的沟通协调，及时传达有关消保工作的要求，准确把握辖区消费环境现状，有效指导工商所防控消费风险。西城分局树立“事前防范是关键，事中惩戒是手段，事后惩戒是目的”的思路，由分局局长牵头，建立消费信息“5-5-1-N”分析模式，强化对投诉风险较高行业和企业的辨识与处置，较好地控制了区域风险，得到了区政府的高度认可。朝阳和丰台分局在加强和工商所的协调联动方面，也积累了宝贵的经验。此次会议，印发了关于消费申（投）诉风险行业和分析报告，这份报告简要分析了所涉行业和企业申（投）诉、举报的数量、主要事由和地域分布。各分局要以此为参考，要加大对高风险行业和企业监测力度和工作力度，认真摸排所在区域风险行业和企业的情况，做到情况明、底数清、措施实，实现对各类风险源跟踪管控、关口前移的超前防范。

2013年是贯彻落实党的十八大精神的开局之年，是全面实施十二五规划承上启下的一年，我们要继续在国家工商总局和市局党组的领导下，进一步落实责任，加强协作，提高效能，为首都消费服务保障工作做出新的贡献。

（注：此文为黄晓文副局长在2013年消保商品合同信用工作会的讲话）



共铸网络诚信 共创繁荣发展

北京举行3·15网络诚信倡议活动

近年来，网络购物越来越为广大消费者认可，成为人们生活的一个重要组成部分。统计局的数据表明，2012年北京市网络购物零售交易额达到了596.8亿元，占全市社会消费品零售额的7.7%，比去年增长近一倍，明显高于全国网络购物零售额增加的比率（66.2%）。

今年3·15期间，北京市工商局、北京市消协和北京市电子商务协会联合举办了“共铸网络诚信、共创繁荣发展”主题纪念活动。市工商局通报了北京市网络消费环境建设情况。京东、凡客、当当、小米、乐蜂等多家电商企业与北京电子商务协会签订了倡议书，向全市网络零售企业发起畅通消费者投诉渠道，妥善处理消费纠纷，提升客户服务能力的倡议，共同营造安全放心的网络消费环境。

据市工商局介绍，近年来，政

府部门、行业协会、企业加强协调配合，努力构建了企业自行和解、政府与企业联动调解、政府支持社会组织调解、政府行政调解和司法诉前调解“五位一体”相互依托、相互衔接的多元消费纠纷解决机制。

在优化网络消费环境的过程中，越来越多的企业开始关注自行解决消费纠纷的重要性。拉手网建立了小额消费纠纷快速解决的工作流程。凡客网、乐蜂网作出了30天无条件退换货的承诺。小米公司除热线电话人工服务外，同时提供微博、邮件、在线、留言等多方式咨询，保证在收到消费者的咨询或投诉后在第一时间内响应。京东商城设立了500万元的先行赔付基金，并承诺诉求金额不超过1000元的可以先行赔付，成立了专门的绿色通道受理小组，为消费者解决消费争议提速，自行和解的消费申诉数量

同比增加了四倍。2012年企业自接和解的消费纠纷与工商部门接收量比例达10:1。

消费纠纷快速解决绿色通道是企业 and 政府部门联动调解消费纠纷的重要载体，全市包括京东、当当、亚马逊中国、小米等100多家电商企业加入了消费纠纷解决的绿色通道，这些企业在推动绿色通道品牌建设方面发挥了积极的作用。2012年，北京市工商局12315系统共登记涉及网络购物申（投）诉28245件，为消费者挽回经济损失950.96万元，通过绿色通道网上工作平台分转成员单位自行和解17403件，占办结量的61.61%。一方面绿通企业自行和解量大幅度提升，同比增长了5.52倍，另一方面工商部门行政调解量占投诉总量比重明显下降，同比下降了36%，极大的提高了消费纠纷解决的效率。

当前网络购物市场竞争激烈，不公平竞争的现象还在一定范围内存在，企业在网络营销的过程中，物流配送不及时、单方面取消订单、虚假宣传等问题相对突出。工商部门希望电商企业在快速发展中要积极做好四方面工作。一是维护公平有序的市场秩序。避免虚构原价、虚假打折、违规促销等不公平竞争现象，切实杜绝恶性竞争、低层次竞争。依靠服务和便捷打动消费者，共同营造公平有序的市场秩序，维护好消费者的合法权益，从而获得消费者认可和长期拥护。二是电商企业规范自身的履约行为，完善内部管理制度，规范经营行为，加强技术保障。尤其是在重大节假日等促销活动前做好消费风险提示，做好应急预案，保证商品供应，积极防范消费风险。三是重视商品质量。从消费投诉的情况看，商品质量是消费者集中反映的主要问题之一，由于网络购物只能通过图像和文字传达商品信息，这需要企业更加重视商品质量，完善质量控制体系，严把商品质量关，自觉抵制假冒伪劣商品，为广大消费者提供优质的商品。四是要完善售后服务体系。部分电商售后服务体系的建设落后于企业扩张发展的速度，消费纠纷解决不及时。希望各个企业能够不断完善售后服务网络建设，在网站显著位置明示售后服务、消费维权的制度和流程，增加客服坐席数量，畅通客户投诉渠道，缩短客户投诉响应时间，优化纠纷处理流程。鼓励企业探索建立小额消费纠纷快速解决机制，加快推进行业服务标准建设。

工商部门鼓励更多的网络购物经营电商加入绿色通道，畅通申诉举报途径，促进消费纠纷在第一时间、

第一地点得到妥善解决。创新方式方法，更好的服务企业，通过加强指导提高企业自行化解消费矛盾的效率，帮助企业加强客户投诉接待人员的指导和培训，提升企业客户投诉处理的能力和水平。切实加强网络购物环境监测，加大对严重侵害消费者合法权益案件的查处力度，推行网络购物合同示范文本，加强企业信用信息的公示和披露，维护网络交易的公平，创造安全和谐的网络购物环境。

活动现场，京东、凡客、当当、小米、乐蜂等多家电商企业与北京电子商务协会签订了《网络零售业提升客户服务能力倡议书》，向全市网络零售企业发出八项倡议。

一是按照《中华人民共和国消费者权益保护法》及网站公示的服务条款提供商品或服务并承担相关商品或服务的包修、包换、包退等责任，不故意拖延或无理拒绝客户投诉；

二是依照《中华人民共和国产品质量法》等相关法律、法规，注重商品或服务的质量管理，保证消费者在购买商品或接受服务时能获得相应品质保障、价格合理、计量准确等公平交易条件；不销售假冒伪劣和与页面公布的图片信息不符的商品或服务；主动向消费者出具相应消费凭证或单据；

三是遵守《中华人民共和国广告法》等相关法律、法规，保证网站商品或服务的信息真实性、价格准确性及营销活动时效性；不作引人误解的虚假宣传，不做虚假促销。

四是诚信经营、尊重知识产权、支持并配合政府及行业组织的管理，公平竞争、主动承担起完善中国网络零售行业规则的历史责任；

五是企业是保护消费者合法权益

的第一责任人，客服投诉处理部门应解决好消费者的相关投诉；企业须建立客户服务信息公示和互动机制，指定专人负责协调解决12315或第三方服务机构转来的客户投诉及相关事务，主动降低网络消费及服务的投诉率、有效提高和解率；

六是明示预收款规则并按照承诺时间返还因未能实现消费或服务的顾客预付款；明示网站与退货、退服务等相关的退款流程及时间；

七是各企业对消费者提出的有关商品或者服务的质量及使用方法等询问，4小时内作出回复；企业客服邮箱7*24小时、人工客服及即时通讯在线客服至少7*8小时接受消费者投诉；企业工作时间的客户投诉响应时间不超过2小时、非工作时间的客户投诉响应时间不超过12小时；

八是企业实施大型促销、店庆活动前应向当地工商部门提请备案，并须制定完备的客户服务应急事件处理方案，严防群体性及恶性投诉事件发生。

北京市副市长程红出席座谈会，并充分肯定了社会各界在促进电子商务健康有序发展方面所做出的努力和取得的成绩。希望大家在市委、市政府的领导下，坚定信心、奋发有为，同心协力，共同推动电子商务发展迈出新步伐，网络消费环境实现新提升，消费维权工作开创新局面。以优化网络消费环境为抓手，努力实现在重点工作上再突破、难点工作上再攻坚、薄弱环节上再强化，确保优化网络消费环境工作开创新局面。共铸网络诚信、共创繁荣发展，为首都经济持续健康发展和社会和谐稳定保驾护航。

关于“不应在《餐饮业管理办法》中允许餐饮业设置最低消费，使之变身为差异化服务收费项目”的建议

4月12日，北京市消协向中华人民共和国商务部正式提交了《关于“不应在<餐饮业管理办法>中允许餐饮业设置最低消费，使之变身为差异化服务收费项目”的建议》

商务部：

近日，北京市消费者协会工作人员再次以普通消费者身份就餐厅设置包间“最低消费”问题，向本市50家餐厅进行了调查。结果显示：其中仍有13家餐厅设置包间“最低消费”，占被调查总量的26%。今年年初，北京市消协工作人员曾以普通消费者身份向本市20家中高档饭店开展订餐调查，其中14家明确表示包间有最低消费，占被调查总量70%。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%服务费。最高豪华包间达到最低消费16人，金额6000至8000元。

两次调查结果反映出在政府有关部门、行业组织、社会各界及舆论的共同推动下，现阶段餐饮行业设置包间最低消费的情况有了较为明显的改观。部分企业调整了营销模式，自行取消了最低消费的做法，应当给予充分肯定。

前不久，有媒体报道商务部相关人士曾表示：“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，二者应只收其一，一些餐饮企业借机乱收费确实需要规范。即将出台的《餐饮业管理办法》将对包间费和最低消费作出更明确的规定。”针对这一情况，北京市消费者协会在消协网站对消费者开展了为期一周的“餐馆（饭店）设置最低消费问卷调查”。结果显示92.06%的消费者在餐饮消费服务中遇到过餐馆（饭店）设置最低消费的情况；97.22%的消费者认为餐馆（饭店）设置最低消费不合理。在此期间，北京市消费者协会也与北京市餐饮行业协会领导进行了坦诚的沟通，双方对餐厅设置“最低消费”问题的认识和解决，原则上形成了共识。

由于《餐饮业管理办法》出台在即，北京市消费者协会认为有必要对餐厅包间设置最低消费问题再次阐

明观点并提出建议：

一、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，不应当成为所谓差异化服务收费的借口。如果“二者应只收其一”，其结果将会使违背大多数消费者意愿的“最低消费”合法化，有悖于“清理和规范餐饮行业不合理收费”的初衷。

二、“最低消费”的设置不利于消费者明明白白消费。在餐厅所设置的最低消费中，超出消费者需求的部分，涉嫌强制性消费，侵害了消费者公平交易、知情等合法权益。

三、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，应当彻底取消。

四、最低消费涉嫌经营者单方面设置的不合理“霸王条款”，不应将其归属为“差异化服务收费项目”而掩盖其强制消费且推升过度消费，给饮食消费带来负能量的一面。

五、希望主管部门加强文明消费、理性消费的宣传引导，加强对经营者的诚信教育和自律要求，倡导勤俭节约，文明用餐、明明白白消费，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。

综上所述，我会建议并希望在即将出台的《餐饮业管理办法》中对餐厅设置所谓“最低消费”的做法，做出明确的禁止性规定，从长远着眼，这将有利于促进餐饮行业健康的、可持续发展。



1、在外就餐时，您是否遇到过餐馆（饭店）设置最低消费？



A 是(票数:7119) 92.06%
B 否(票数:614) 7.94%

2、您认为餐馆（饭店）设置最低消费是否合理？



A 合理(票数:215) 2.78%
B 不合理(票数:7518) 97.22%

(注：以上为北京市消费者协会网2013-02-21至2013-02-28的调查数据)

倡导诚信经营 推动行业自律

北京市消协授予109家企业(门店)为2012年度“诚信服务示范单位”

依据《中华人民共和国消费者权益保护法》赋予的职责，为加强对商品和服务的监督，推动行业自律，提高经营者社会责任意识，倡导诚信经营、规范服务，促进社会信用体系建设，营造良好市场消费环境，北京市消协在本市商业、服务等行业范围内开展创建诚信服务示范单位活动。在本次活动中，涌现出一批遵纪守法，诚实守信，不断完善服务的企事业单位。经企业自愿申请或相关部门、行业组织推荐，向社会公示征求意见，北京市消协决定授予北京王府井百货（集团）股份有限公司百货大楼等109家(门店)为2012年度“诚信服务示范单位”。有效期一年。

希望“诚信服务示范单位”继续强化社会责任意识，健全服务保障体系，不断完善消费争议解决机制，规范质量管理体系，诚信经营，为消费者权益保护事业做出更大的贡献。

诚信服务示范单位名单(排名不分先后)

1. 北京王府井百货(集团)股份有限公司百货大楼
2. 北京高仕力国际灯具市场有限公司
3. 北京市博亮木业有限公司
4. 北京菜市口百货股份有限公司
5. 北京世纪金豹图书有限公司
6. 中泉翰林(北京)文化有限公司
7. 北京市月坛家具有限责任公司
8. 北京百悦新野贸易有限公司
9. 红星美凯龙环球(北京)家具建材广场有限公司
10. 北京圣象木业有限公司
11. 北京紫城世纪文化传媒有限公司
12. 北京迪信通电子通信技术有限公司北京通州旗舰店
13. 北京迪信通电子通信技术有限公司北京总店
14. 北京迪信通电子通信技术有限公司北京金源燕莎店
15. 北京迪信通电子通信技术有限公司北京十里堡精品店
16. 北京迪信通电子通信技术有限公司北京西直门通信大厦店
17. 北京苏宁电器有限公司朝阳路店
18. 北京苏宁电器有限公司广外店
19. 北京苏宁电器有限公司华威桥店
20. 北京苏宁电器有限公司安贞桥店
21. 北京苏宁电器有限公司三元西桥店
22. 北京红星美凯龙国际家具建材广场有限公司
23. 京兰床具有限公司
24. 中国移动朝阳区分公司朝外营业厅
25. 中国移动北京公司公主坟营业厅
26. 中国移动北京公司西单营业厅
27. 中国移动北京公司广渠门营业厅
28. 中国移动北京分公司角门营业厅
29. 中国移动北京分公司新桥大街营业厅
30. 中国移动北京分公司鲁谷大街营业厅
31. 中国移动北京分公司黄村营业厅
32. 中国移动北京分公司怀柔营业厅
33. 中国移动北京分公司昌平营业厅
34. 中国移动北京分公司平谷营业厅
35. 中国移动北京分公司房山良乡营业厅
36. 中国移动北京分公司延庆营业厅
37. 中国移动北京分公司通州营业厅
38. 中国移动北京分公司顺义中山东街营业厅
39. 北京王府井百货集团股份有限公司东安市场
40. 北京金偶天坛家具有限公司
41. 北京长京行汽车销售服务有限公司

42. 北京广汽长瑞销售有限公司
43. 北京长怡汽车销售服务有限公司
44. 北京翠微大厦股份有限公司
45. 六福珠宝(北京)有限公司
46. 国美电器有限公司北京国美南三环店
47. 国美电器有限公司北京国美西坝河店
48. 国美电器有限公司北京国美马甸鹏润店
49. 国美电器有限公司北京国美北太店
50. 国美电器有限公司北京国美双井店
51. 强力家具集团有限公司
52. 北京城乡贸易中心股份有限公司
53. 北京爱义行汽车服务有限责任公司珠市口店
54. 北京爱义行汽车服务有限责任公司万柳桥店
55. 北京爱义行汽车服务有限责任公司酒仙桥店
56. 北京爱义行汽车服务有限责任公司四季青店
57. 北京爱义行汽车服务有限责任公司窑洼湖店
58. 北京天木汽车修理有限公司
59. 北京喜庆堂文化传播中心
60. 朗姿股份有限公司
61. 北京市公交汽车驾驶学校有限公司
62. 曲美家具集团股份有限公司
63. 北京首商集团股份有限公司西单商场
64. 北京明英佳诚热能科技有限公司
65. 北京华远西单购物中心有限公司
66. 北京市复兴商业城有限公司
67. 北京李宁体育用品销售有限公司
68. 北京新中国儿童用品商店
69. 北京大明眼镜股份有限公司
70. 北京顺义隆华购物中心
71. 北京怡生园国际会议中心
72. 北京市平谷大华山农业技术推广站
73. 永丰余家纸(北京)有限公司
74. 北京华阳服装厂
75. 北京燕莎友谊商城有限公司(燕莎店)
76. 北京赛特百货有限公司
77. 北京星光盛典越市有限公司
78. 北京鑫德利盛商贸有限公司
79. 北京温彻斯工贸有限公司
80. 北京丽家婴童用品有限公司第六便利店(金源新燕MALL)
81. 北京丽家婴童用品有限公司第四十七便利店(大钟寺现代商城)

82. 北京新兴雪松电器有限公司
83. 北京日伟国际服装有限公司
84. 北京怀柔百货大楼股份有限公司
85. 北京科泰兴达高新技术有限公司
86. 北京新发盛家具有限公司
87. 北京拒马娱乐有限公司
88. 北京星座新桥商厦有限责任公司
89. 北京市门头沟区王平村邮政局
90. 中国联合网络通信有限公司北京市分公司密云鼓楼营业厅
91. 中国移动通信集团北京有限公司密云分公司
92. 北京奥克斯特服饰有限公司
93. 中国联合网络通信有限公司北京市延庆分公司
94. 北京甘家口大厦有限公司
95. 北京超市发连锁股份有限公司学院路店
96. 北京超市发连锁股份有限公司双榆树店
97. 北京当代商城有限责任公司
98. 北京昌平阳光商厦有限公司
99. 北京华联商厦股份有限公司回龙观分公司
100. 北京翠微大厦股份有限公司天通苑龙德店
101. 北京小护士纺织科技有限公司
102. 北京非同家具有限公司
103. 北京燕鑫华冠商贸有限公司燕山生活购物广场
104. 北京市八大处旅游服务公司
105. 北京国服信奥兴汽车有限公司
106. 北京花乡花木集团有限公司
107. 北京花乡花卉市场有限公司
108. 北京万隆汇洋家居建材市场有限公司
109. 北京澄怀科技有限公司



征稿启事

本刊将特辟《诚信服务示范单位》专版,对部分诚信服务示范单位在做好诚信服务和保证产品质量方面的好做法、好经验集中报道,望有关企业踊跃投稿,我们将按来稿先后择优刊登。来稿邮箱:bjxfz315@126.com
联系电话:68581336

北京市消协再次发起 家电免费保养公益活动

在北京市消协的大力倡导下，北京苏宁2013年再次启动一年一度的家电免费清洗保养活动，此次活动持续时间8个月、获益人群预计达到20万户

2012年由北京市消协发起，苏宁作为支持单位开展的10万户家电免费检查保养大行动得到了众多消费者的赞赏与肯定，同时也提高了市民家电使用的安全意识，降低了家电使用中常见的安全隐患。

在市消协的倡导下，苏宁2013年将作为支持单位，继续推进北京市家电免费检查保养活动，与去年不同的是，2013年家电免费检查保养活动除去5、6、7、8月四个月份将贯穿全年，此次活动受益群体有望达到20万户。

据北京苏宁提供的资料显示，2012年为期三个月的清洗保养活动，苏宁为92132万户消费者提供了家电免费检查清洗保养服务，耗资约276万，服务满意度达到98.6%；在活动过程中有如下家电使用问题令人堪忧，主要集中在五个方面：一、长时间未清洗保养，内部污垢细菌较多严重影响家庭空气环境；二、空调外机长时间不保养，连接管线严重老化；三、部分家电超出使用寿命高负荷运转；四、部分消费者家中电源无地线；五、电器长时间不使用未将电源插头拔掉，插座混用情况较多。

基于目前市场上存在的各种隐患，在市消协大力倡导下，北京苏宁2013年再次启动一年一度的家电免费

清洗保养活动。较去年不同的是，随着苏宁在京销售规模的拓展和客户群的扩大，此次家电清洗保养活动持续时间8个月、获益人群也预计达到20万户。

此次活动将从3月8日持续到12月31日（5、6、7、8月除外），苏宁准备了近500人的专业售后队伍，均需按照规范、技能要求进行考核上岗。

由于家电维修市场“路边店”、“小作坊式网点”随处可见，其服务质量参差不齐、维修材料低劣、价格不透明等弊端层出不穷。为避免不良商家冒充苏宁电器上门服务，损害消费者权益，北京苏宁郑重提醒：消费者在接受服务前可通过以下形式验明身份，即凡是北京苏宁上门工作人员均持有工作证、着苏宁全套工装、持有苏宁服务手册。同时，上门服务结束后，苏宁工作人员还将向消费者提供一式两联

《家用保养健康检测报告》，工作人员会注明家用电器的检测结果和后期使用注意事项，并对有需要涉及零部件更换的问题及价格进行明示。为保证此次活动的公益性，苏宁第一次上门服务不涉及任何收费

项目，也为消费者预留了解市场价格和服务标准的时间，在消费者选择由苏宁服务人员进行配件维修更换，苏宁二次上门维修服务享8折优惠。

有需求的消费者可于3月4日起通过苏宁电器24小时客服热线（4008—365—365）、近80家北京苏宁连锁店现场客服处、北京苏宁官方微博、北京苏宁易购官方微博等多种途径进行服务预约，3月8日活动已正式启动。

3·15期间，在市消协和有关部门的支持下，北京苏宁在全城苏宁门店推出400元小额赔付制度。即日起，消费者在苏宁所购商品如果出现质量问题或因产品质量问题导致消费者财物受到损失，且符合法律规定应当退换和赔付的情况，针对商品价格和消费者应赔付损失额度在400元（含）及以下，苏宁将先行给予消费者退换和赔付处理。



让消费者更有力量

中消协发布2013年消费维权年主题

经广泛征求消费者和社会各方面意见,结合消费维权的实际情况,中国消费者协会在今年央视3·15晚会上发布2013年消费维权年主题——让消费者更有力量。

中国消费者协会有关负责人对2013年消费维权年主题、确定依据、目的和今年要开展的工作等进行了解释。

年主题含义:一是立法部门要加强对保护消费者权益法律体系的完善提升,打牢消费维权基础,各级人民政府要加强对消费维权工作的领导和支持,行政部门要加强执法和监督力度,树立维护消费者权益的权威。二是经营者要诚实守信、规范经营、勇于担当,自觉履行保护消费者权益的社会责任,为消费者提供高质量的产品和服务。三是新闻媒体、社会各界要共同努力,为消费者增添信心和正

能量。四是消费者要提高科学消费观念,增强依法维权的意识,主动参与社会监督,努力争取自身权益,让自己更有力量。

年主题确定依据:第一,消费者决定消费,消费促进发展。消费者更有力量,发展才能更有动力。第二,有利于进一步提升消费维权在国家政策、法制架构中的整体地位,促进构建诚信、公平、和谐的消费环境,提高消费维权服务能力,让消费者更好地享有公共服务。第三,符合科学发展观的要求,有利于更好地保护消费者最现实、最直接、最根本的权益。第四,符合《消法》关于保护消费者合法权益是全社会共同责任的规定,有利于引导全社会更好地维护消费者合法权益。

年主题目的:一是更好地服务消费者,改善民生,提升消费幸福指

数。二是更好地服务和谐社会,促进构建和谐消费环境。三是更好地服务经济发展,增强消费意愿,释放消费需求,实现经济社会可持续发展。

消费者协会要开展的工作:中国消协将与全国消协组织一道,围绕“让消费者更有力量”年主题,全心全意为消费者服务:一是采取多种形式,对年主题进行广泛宣传,进一步引导和凝聚社会力量。二是参与消费政策、有关消费维权的立法立标工作,积极推动法制完善。三是畅通投诉渠道,受理消费者投诉,搭建和解平台,及时化解消费纠纷。四是发挥社会力量,深入开展消费教育,发布消费警示,帮助消费者提高科学消费、依法维权的意识和能力。五是配合行政保护,敦促行业企业自律,争取社会支持,共同促进消费维权工作。

大栅栏工商所加强禽类市场监管

针对目前我国出现的H7N9禽流感情况,为保护人民群众身体健康和生命安全,维护市场秩序稳定,大栅栏工商所积极采取应对措施,做好禽流感的防控工作。

4月11日,大栅栏工商所对辖区内的北京天陶广大农副产品市场和北京华大椿树园菜市场销售分割鸡、禽蛋的商户逐户进行了专项检查。两个市场销售分割鸡的商户2户,销售禽蛋的商户3户。大栅栏工商所对禽类产品经营者进行了索证索票检查,被检查的5户经营者证照齐全,并已建立完善的食物进货

台账,进货商的资质票证、来源证明、检疫证明和检疫标志都齐全,没有发现问题。截至目前,大栅栏工商所辖区两家农贸市场尚未接到禽流感相关疫情报告。大栅栏工商所在加强对市场内禽类巡查力度方面严把上市禽类的市场准入关,落实索证索票制度和禽类产品挂牌经营管理制度,要求禽类产品经营者做好产品销售台帐记录并挂牌经营,无合法票证、进货渠道不明、病死和死因不明的禽类及制品,一律禁止进入市场交易。

大栅栏工商所要求市场和超市对经

销的禽类及其相关产品一律实行“挂牌经营”,公示禽类产品产地、来源、动物检验检疫证明等内容。同时,督促检查市场主办单位要按有关规定做好禽类产品的经营台账,记录产品来源、检疫证明编号,保存产品进、销凭证,以便追根溯源。此外,工商所干部将进一步加大对农副产品市场巡查频率和禽蛋类市场质量监测密度,发挥基层工商所监管一线的职能作用。同时对辖区超市家禽及其制品专柜进行大检查,坚决清除各种可能导致禽流感发生的市场隐患。

(王妍 供稿)

中消协联合全国副省级以上消协（消委会）共同点评

苹果产品维修十大问题

据不完全统计，2012年各地消协组织共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。从各地消协（委员会，下同）受理的投诉情况看，售后维修服务方面的投诉，突出体现为部分经销商或维修点存在更换强制留旧件、擅自更换好部件、维修损坏多敷衍、单方判断拒维修、数据损失不负责、维修换新争议大、履行义务不充分、换件诈骗客户、检测维修不出据、修理拖延时间长等十类问题。



一 更换强制留旧件

白先生在当地苹果维修点付费修理手机屏幕，同时更换了屏幕主板、手机电池，修理完成后，要求商家退还更换下的旧件，被对方拒绝。

分析：

消费者购买苹果产品后，对于所购产品及其零配件、部件拥有所有权，并有权对其占有、使用、收益、处分。苹果公司不能借提供维修服务之机，强制将消费者的财产据为己有。维修更换下来的旧件可以作为加工翻新件的原材料，具有一定的使用价值，苹果公司如果需要旧件，可以与消费者协商，折价回购。

《苹果维修条款和条件》第四条关于“苹果将保留被更换的零件或产品作为其财产”的规定，违反了我国《物权法》、《消费者权益保护法》的规定，侵犯了消费者的所有权、选择权和公平交易权。

二 擅自更换好部件

消费者万先生于2012年3月购买了一部苹果手机，使用2个月左右出现手机扬声器没有声音的情况，万先生6月到当地苹果服务商处进行维修，通过40天左右的维修，不但没把手机修好，一些原有的好零件反而被换了。

分析：

《消费者权益保护法》规定，消费者

享有知情权和自主选择权。《家电维修服务业管理办法》第7条规定，家电维修经营者在提供维修服务前应当向消费者明确告知维修方案及需注意和配合的事项，尊重消费者选择和配合的事项，尊重消费者选择。第9条第3项规定，家电维修经营者不得“虚报故障部件，故意更换性能正常的部件”。据此，苹果维修商在维修前应当明确告知消费者维修内容、维修方式、维修价格、使用零部件情况等真实信息，由消费者自主选择是否进行维修。如需更换消费者原有产品的部件，应事先告知并征得消费者的同意。更换后的产品质量应不低于原有水平。如果维修中并无必要进行部件更换，或者消费者不同意更换，经营者不得进行欺骗或擅自更换性能正

常的部件以图牟利。《苹果维修条款和条件》第四条关于保修期外“可使用新的零件或产品，或者使用在可靠性和性能方面合格的零件或产品”的规定，模糊了维修中使用零部件的具体情况，使苹果公司可以随意处置，从中渔利。

三 维修损坏多敷衍

吴先生反映，他购买的iPhone手机出现了质量问题，在苹果授权维修商处多次更换了主板套件，他发现更换后的手机按键松动，会发出响声，还出现了换来的主板套件SIM卡槽变形的情况。

分析：

经营者在维修过程中，负有妥善保管产品、保证维修质量的义务。对于因维修、保管不当造成的侵权和违约，经营者应当依法承担民事责任。包括但不限于重新维修、采取补救措施、赔偿损失等。《苹果维修条款和条件》第六条关于“苹果的责任仅限于受损产品的维修或更换费用”的规定，为经营者免除、减轻自身责任提供了可能，实践中也引发了一系列消费纠纷。

四 单方判断拒维修

林女士反映，她于2011年10月购买了一部iPhone4手机，使用后出现了无法开机的的问题，12月送到当地苹果检测点检测后，对方称是“程序未经授权改装”不予保修，但是消费者表示自己从未安装过任何软件，要求给予保修。

分析：

《苹果维修条款和条件》第二条规定，如果因为“非原装零件故障或因滥用、误用或其他外因”导致产

品损害而需要维修，苹果公司有权不予维修并退还产品。但是，对于何为“滥用、误用或其他外因”，公司并未给出确定的范围或条件，因而，经营者具体操作时可能任意扩大使用。在上述案例中，对于产品故障原因的判断是由苹果维修商单方做出的，消费者举证困难。对于产品质量，苹果公司及其授权维修商负有维修义务，如果由于所谓的“滥用、误用或其他原因”拒绝维修，应举证加以证明，否则，单方的主张无效。此外，如果经营者没有告知消费者商品或者服务的真实信息、使用方法等，没有履行应尽的告知、说明、警示义务，因此造成消费者误用产品并致产品损害的，经营者也应承担相应责任。

五 数据损失不负责

赵女士的苹果手机屏幕摔坏后，到苹果指定的当地售后服务机构进行维修，在维修过程中维修人员不慎将手机内的全部资料丢失，无法找回。消费者要求将资料找回，但是经营者只同意给消费者免费更换全新外壳。后消费者自行联系了数据恢复机构，费用为5000元，但苹果售后不肯承担这笔费用。

分析：

经营者在维修过程中，负有妥善保管产品、保证维修质量的义务。根据《合同法》第60条规定，当事人应当遵循诚实信用原则，根据合同的性质、目的和交易习惯履行通知、协助、保密等义务。因此，对于维修可能导致程序或数据损失的问题，经营者应向消费者进行明确有效的告知，同时，在经营中要尽到谨慎注意义务，并采取措施协助消费者移转、储存和保护数据，防止造成损失和泄露。《苹果维修条款和条件》第六条

关于“如果任何产品在苹果保管期间损坏或丢失，或者因维修而导致任何其他损害或损失，在法律允许的范围内，苹果的责任仅限于受损产品的维修或更换费用”的规定，以格式条款方式减轻、免除了经营者因自身过错而应承担的民事责任，排除了消费者的主要权利，违反了我国有关法律规定。如果由于维修、保管不当、未有效告知或者未尽到通知、协助、保密义务，导致侵权或违约造成受害者损失的，经营者应当依法承担相应的民事责任，赔偿范围包括但不限于被损坏产品的价值、已支付的修理费、其他直接或者间接损失等。

六 维修换新争议大

一位姓王的消费者发现苹果4手机按键不灵。2012年6月去苹果服务商处进行修理。被告知要保修的话除后盖外其他要整个换掉，且换的是翻新手机。若要单修按键就不属于保修范围，要收费260元。

分析：

苹果公司售后维修整体换新的做法，在实践中引发很多纠纷。一是整体换新使消费者在三包期外多掏了许多本不应承担的维修费用；二是一些维修商在承诺换新时未告知消费者所换部件、产品的真实情况，侵犯了消费者的知情权和自主选择权，而且，在三包期内如果确需更换整机，依法必须是新机，而不应该是翻新机，否则是严重违法行为，应承担相应法律责任。三是消费者对自己的手机及其零部件享有财产所有权，以更换作为维修方式的，更换下来的整机或者零部件应返还给消费者，不应归苹果公司所有。

此外，一些消费者反映，三包期内，维修苹果产品时，服务商大多

采用除后盖外整体换新的做法，这种做法模糊了整体换新与换货的区别，而根据苹果公司的规定，维修后的产品只能享有原产品剩余的保修期或自更换、修理之日起90天的保证期（以两者中较长的期限为准）。消费者认为整体换新的做法涉嫌有意绕过三包有效期内换货要重新计算三包有效期的规定，减轻了经营者的相应责任，有损消费者权益。

七 履行义务不充分

一消费者购买MacBook Air笔记本电脑，到苹果服务商处维修时被告知，主板只保修一年。而根据我国《微型计算机商品修理更换退货责任规定》，笔记本微型机的主板属于主要部件，三包有效期为两年。

分析：

根据《微型计算机商品修理更换退货责任规定》附一列《实施三包的微型计算机商品名录》，笔记本微型机的主板属于主要部件，三包有效期为两年。只保修一年的规定属于擅自缩短三包期限，损害了消费者合法权益。

八 换件欺诈骗客户

2012年7月，宁先生因手机屏幕出现裂缝到当地苹果服务商处进行维修，支付原装屏幕价格更换屏幕，更换后发现屏幕效果差，维修人员称不保证是原装屏。消费者要求换回自己原来的屏，但换回后无显示，无法使用。

分析：

《消费者权益保护法》第49条规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额

为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的一倍。据此，如果维修者有欺诈行为，消费者可以向其要求加倍赔偿。

九 检测维修不出据

一消费者购买苹果手机后，在15日内发现手机出现质量问题，找到当地苹果服务商，对方检测后认为确有故障，但不予出具检测报告，妨碍了消费者行使换新的权利。

分析：

《消费者权益保护法》第8条规定，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。第19条规定，经营者应当向消费者提供有关商品和服务的真实信息，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寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。第21条规定，经营者提供商品或者服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具购货凭证或者服务单据；消费者索要购货凭证或者服务单据的，经营者必须出具。《移动电话机商品修理更换退货责任规定》第6条规定，修理者应当承担以下责任和义务：（六）向消费者当面交验修理好的移动电话机商品并如实完整地在三包凭证上填写修理者名称、地址、邮政编码、电话及维修记录。《家电维修服务业管理办法》第7条规定，家电维修经营者在提供维修服务前应当向消费者明确告知维修方案及需注意和配合的事项，尊重消费者选择。家电维修经营者在提供维修服务时应当向消费者提供维修服务凭证和收费发票。维修服务凭证应如实填写维修服务项目、维修详细情况、维修服务质量责任及注意事项等内容。

根据上述规定，在维修服务中，经营者负有告知消费者送修产品是否存在质量问题、将如何进行修理等真实信息的义务，检测报告就是其中的重要内容，消费者有权查阅、复印。经营者提供维修服务时还应当按规定提供维修凭证、维修记录、服务单据等。销售者、修理者、生产者未按规定承担三包责任的，消费者可以向有关行政部门申诉，由有关行政部门责令改正。

十 修理拖延时间长

吴先生反映，其于2012年6月所购的苹果手机使用半个月后出现短信和游戏无声音的问题，报修后当地电信运营商称20天后修好，8月去取机时，维修方称尚未修好，需返厂修理，还要一个月时间。

分析：

《移动电话机商品修理更换退货责任规定》第16条规定，因生产者未按合同或者协议提供零配件，使维修者延误了维修时间，并自送修之日起超过60日未修好的，凭发货票和三包凭证中修理者提供的修理记录，由销售者负责免费为消费者更换同型号同规格的移动电话机主机。第17条规定，因修理者自身原因，使修理时间超过30日未修好的，凭发货票和三包凭证中修理者提供的修理记录由销售者负责免费为消费者更换同型号同规格的移动电话机主机。第27条第2款规定，销售者、修理者、生产者对消费者提出的修理、更换、退货的要求故意拖延或者无理拒绝的，由工商行政管理部门、产品质量监督部门、信息产业部门依据有关法律法规的规定予以处罚，并向社会公布。消费者可以依据上述规定，向拖延维修时间的经营者主张权利。

消协组织点评苹果不公平格式条款历程

一、问题缘起

2012年初，我会接到部分地方消协反映，称他们陆续接到消费者投诉，反映使用的苹果iPhone、iPad、iPod等产品，在出现质量问题送修时，发现苹果公司制定的《Apple维修条款》及《iPhone维修报告》中存在不公平、不合理合同格式条款，造成消费纠纷难以解决，侵害了消费者的合法权益。一些新闻媒体对此也极为关注，希望我会能够表明态度。而苹果公司作为跨国企业，其售后服务体系很不完善，地方消协在解决投诉方面感到十分费力。希望我会能够给予关注，推动问题得到解决。

二、两次交锋

1.初次较量——点评苹果维修条款五大问题

鉴于针对苹果公司不公平格式条款的投诉涉及面广，分布于全国各地，且带有一定的普遍性，中国消费者协会高度重视，于2012年6月联合北京、天津、上海、重庆、江苏、山东等六省市消协发布《苹果维修合同不公平格式条款点评意见》，指出苹果维修条款五大问题，包括“维修可

用翻新件旧件归属自己定”、“维修造成产品损坏仅赔维修款”、“运输损坏不能免费维修”、“逾期未取机视为消费者放弃所有权”、“代替消费者做选择自行限定责任范围”等。点评发出3天，就约有1200篇相关新闻媒体报道，2000多条微博，400多篇论坛帖子以及80余篇博文，媒体和网友的关注度很高。

其间，我会与苹果公司进行了沟通并向其递交了劝谕函，明确表明我会立场和观点，希望其能够高度重视消费者保护工作，尽快修改涉评条款，畅通渠道，妥善解决消费者投诉问题，对消费者给予公开回应。

2.再次较量——点评苹果维修条款十问题

经我会反复劝说和沟通，苹果公司将修改后的《苹果维修条款和条件》在其官网公示。我会特邀请有关专家、法律界人士及政府代表组织召开了“苹果产品维修条款及三包适用问题研讨会”，就苹果公司修改后的“苹果维修条款和条件”问题进行讨论。经过充分论证，我会发现，苹果公司虽对第一次点评的部分内容进行了修改，但对点评涉及的大部分问题并未正视和进行有效改正，且修改后

的《苹果维修条款和条件》仍存在两方面问题，一是部分条款内容违反法律规定，二是一些规定不明可能损害消费者权益。

2012年8月，我会联合全国副省级以上消费者协会共同发布《再评苹果维修合同不公平格式条款》，就“更换旧件归公司 财产不容自处分”、“零件90天无缺陷责任承担公司定”、“送修产品受损害只赔维修、更换费”、“公司有权来维修数据保密无能力”、“号称适用中国法冲突法条被排除”、“收集信息你同意使用范围少制约”、“拒绝维修退产品理由宽泛可扩大”、“三包期外要维修 零件新旧不清楚”、“具体情况不区分维修运费全自付”、“留置产品可出售应退余额无规定”等十大问题发布点评意见。

截至目前，距第二次点评的发布已过去了半年有余，遗憾的是，苹果公司对消费者及其组织的意见没有正式回应，涉评的大部分问题没有得到改正，损害消费者权益的情况仍在持续。

为推动问题得到解决，我会特就苹果产品投诉及点评情况向有关立法机关和行政部门反映，受到他们的高度关注。

政府行动——处罚苹果维修商

2012年，国家工商总局部署全国开展了整治利用合同格式条款侵害消费者合法权益专项行动，依法集中整治了一批违法行为。针对“苹果”电子产品售后维修服务消费投诉居高不下的情况，江苏省工商局对全省范围内570家电子产

品维修商中的435家进行了检查，下发了整改通知书105份，查处手机类电子产品维修服务格式条款案件20件，其中包括对15家苹果维修商进行了罚款等处罚，涉及南通、无锡、扬州、宿迁等地，有效保护了消费者合法权益。

社会反响——民众心声

一、专家声音

对外经济贸易大学法学院苏号朋教授认为：苹果公司提供的格式条款中存在诸多不公平、不合理之处，已经侵犯了消费者的正当权益。消费者是企业的“衣食父母”，尊重、爱护消费者既是经营者的法定义务，也是经营者的社会责任。经营者应当向消费者提供高品质的产品和服务，不要利用自己在市场中的优势地位损害消费者利益。另外，当自己的权益受到损害时，消费者应通过各种合法途径维权。

中国政法大学民商经济法学院胡安潮教授认为：卓越的品牌产品，其不仅仅在于产品本身的人性化的使用功能，还应当有良好的服务配套。从中消协对苹果维修存在十大问题的点评事件的过程看，作为一个品牌产品的生产及销售企业不能沉醉于别人对自己产品褒扬中而忘乎所以，服务上的不谦虚的态度将会给自己及产品

带来负面的评价。同时，在此次事件中，我们也看到保护消费者权益需要我国社会各方面的关注及支持，这是建立我国良好消费环境的基础。

北京市盈科律师事务所蒋苏华律师认为：针对苹果的维修难题，我们看到消费者保护组织已经做出种种努力，但是，在现行的诉讼法律制度下，群体性的苹果消费者难以进行集体抱团维权，而单个消费者又受限于维权所需的法律技能与成本，同时一旦强势企业不予配合，消费者保护组织也很容易陷入虽有心但却无力解决的困境；从长远来看，解决此类问题的根本途径则是，通过修订法律在赋予消费者更便捷、更容易、更经济维权途径的同时，加重违法者的违法责任与成本。

北京市华联律师事务所王惠娟律师认为：法律是行为准则，是救济手段，是威慑和惩罚利器。经营者应当严格履行法律规定，遵循法律规定公平合理地制定维修合同条款。消费者

在合法权益受到侵害时，应当积极通过法律途径进行维权，用我们自己的力量推动消费环境的改善。现有法律体系中，关于家电维修违法行为行政处罚的最高限额仅为三万，不足以起到威慑和惩罚的作用，建议提高处罚力度。

二、报道评论

中央及部分重点省市新闻媒体都对中消协点评苹果维修合同不公平格式条款进行了深度报道，组织了专题访谈。央视、新华社、人民日报、中央广播电台等权威媒体也纷纷对苹果问题进行了深度追踪报道，把苹果问题报道推向高潮。

在这之前，央视新闻频道播出中消协点评苹果公司维修合同违法的专题新闻，人民日报刊发“苹果维修合同存霸王条款，消协称没有理由例外”；新华网发表“产品维修合同霸气不减，中消协第三次向苹果开

炮”；中国之声《央广新闻》播发题为“苹果修改霸气维修条款，新条款仍难让果粉满意”文章等。

京华时报评论认为，苹果公司设置霸王条款的底气如沙，目前这个沙之所以能支撑苹果的垄断性地位，只因消费者的偏好如胶，暂时把这些沙凝聚成塔罢了。一旦消费者的偏好发生变化，或者有感被霸王条款所欺，或者有更好的选择，凝聚沙的胶消失，塔即还原成沙，令其支撑物一溃不起。

三、网民心声

中消协关于苹果不公平格式条款的点评意见在网友中也产生了强烈反响。网友评论认为，中国的广大消费者将苹果公司捧上顶峰，但苹果一定要记住水能载舟亦能覆舟，苹果持续霸道之日或许就是苹果被中国消费者抛弃之时。还有网友认为，苹果的霸气完全是众多果粉惯出来的。果粉们热衷苹果，没几个会考虑其售后服务，完全是为了拥有苹果的时尚和新鲜。对于这种霸气，消费者只有通过

法律途径解决。

舆论和广大网友期望，一是具有行政执法权的部门对苹果的侵权行为能够有所行动，使用有效的行政监管手段纠正苹果的不良做法；二是完善法律、法规和相关制度，提高立法层级。目前，有关部门的执法依据是部门规章，法律层级较低，处罚力度不足，面对苹果公司这样的跨国企业，难以达到应有的震慑力度，应当通过立法，赋予行政部门更大的查处权、更高的处罚额；三是赋予消费者组织更多职能，改变消费者个体力量单薄的被动局面。



苹果道歉——未必是结束？

3月15日，中央电视台“3·15”晚会曝光苹果在中国维修服务政策与国外不一致，涉嫌歧视中国消费者。此后，人民日报亦连续发文质疑苹果。中国媒体的密集发声，让苹果陷入进入中国以来最大的舆论危机。

4月1日，苹果公司总裁蒂姆·库克在苹果中国官方网站发布向中国消费者的致歉信，并承诺改进维修政策。有人认为，此次苹果公司以库克的名义来给中国消费者写信，这是苹果重视中国消费者和重视中国市场的真正开始。也有人认为，苹果从最初的沉默、回避、强硬回应，再到今天的公开道歉，这一系列态度上的转变，媒体连续的曝光起到了重要的催化作用，而最终让苹果态度软化的仍然是中国巨大的市场。

听其言，观其行。中国消费者不差这一点忍耐。



北京市消协发布50件床垫产品比较试验结果—— 半数床垫产品不合格

床垫是人们生活必备用品之一，人生中的三分之一时间是在床上度过的，其质量好坏对人体健康有直接影响。目前市场上销售的床垫常见的主要有弹簧床垫、棕床垫等品类，随着人民生活水平的提高，人们不仅对床垫的需求量在不断的增加，而且对床垫的品种、功能的要求也在不断的提高。由于床垫产品的生产门槛较低，且市场竞争日益加剧，导致床垫生产企业的生产规模及工艺水平差异较大，床垫产品质量良莠不齐。为了解北京市场床垫类产品的真实质量状况，引导指导消费，保护消费者的合法权益，北京市消费者协会对北京市场销售的床垫产品进行了比较试验。

一、试验样品及来源

比较试验样品由市消协工作人员以普通消费者的身份，从北京城区、郊区家具市场以及网络平台随机购买，涉及北京、天津、河北、山东、贵州、广东、浙江等7省市50家企业生产的床垫，其中棕纤维弹性床垫（以下称棕床垫）样品13件、弹簧软床垫（以下称弹簧床垫）样品37件。50件样品中有6件为网络交易平台购买。

二、检测标准及项目

比较试验样品委托国家家具及室

内环境质量监督检验中心，按照QB/T 1952.2-2011《软体家具 弹簧软床垫》对弹簧床垫的面料物理性能、铺垫料物理性能、卫生安全、弹簧、耐久性、产品标志进行测试；按照GB/T 26706-2011《软体家具 棕纤维弹性床垫》对棕床垫的面料及复合面料物理性能、芯料外观（质量）、芯料物理性能、安全卫生要求、阻燃性要求、耐久性要求、产品标志、使用说明等项目进行了测试。其中因GB/T 26706-2011《软体家具 棕纤维弹性床垫》标准中甲醛释放量未明确试验方法，因此棕床垫甲醛释放量指标参照QB/T 1952.2-2011《软体家具 弹簧软床垫》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50件样品中，有25件样品质量存在问题，占样品总数的50%。其中：37个弹簧床垫样品中有16件样品质量存在问题，占弹簧床垫样品数的43.2%。13个棕床垫样品中有9件样品存在质量问题，占棕床垫样品数的69.2%。37个样品产品标志及使用说明不符合国家标准要求，占样品总数的74%。在网络交易平台购买的6件床垫中有5件存在掺假、劣质等质量问题。多数样品的产品标志存在不同程度的缺失和错误。

比较试验结果表明：床垫生产企业对国家相关标准不重视、不了解；多数企业内部对产品质量的监控不到位；少数企业的产品粗制滥造，使用价格低廉甚至劣质的原材料进行生产，甚至个别企业掺假售假，严重侵害了消费者的合法权益。具体如下：

1 产品标志及使用说明

产品标志及使用说明是产品本身特性的一种表现方式，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等。产品标志尽管不涉及产品的质量，但对消费者正确了解产品的性能有一定影响。本次比较试验多数样品标志和使用说明未达到国家标准要求，存在问题的主要原因一是少数企业忽视产品标志、使用说明的重要作用，在产品包装中没有放产品标志和使用说明书，二是由于床垫执行新标准，部分企业没有及时对市场销售的产品标志进行替换，造成多数产品标识不符合国家标准要求。目前，部分企业已进行整改，产品标志、使用说明书符合标准要求。

2 弹簧床垫的面料物理性能、棕床垫面料及复合面料物理性能

弹簧床垫的面料物理性能是考核面料的耐于摩擦色牢度指标，棕床垫

面料及复合面料物理性能除考核面料的耐干摩擦色牢度、还考核面料克重及复合面料中的泡沫塑料密度指标。其中：

耐干摩擦色牢度指标。色牢度是指纺织品的颜色对在加工和使用过程中各

种作用的抵抗力，是用来评定产品是否掉色的一项质量指标。色牢度差会导致床垫的表面色彩及图案褪色、沾染浅色衣物或被褥。国家标准规定床垫面料的耐干摩擦色牢度 ≥ 3 级。经测试，50件

样品中共有7件样品该项指标不符合国家标准要求，其中包括4件弹簧床垫样品和3件棕床垫样品。它们是：

序号	标称生产企业	品牌	型号	产品类型	销售地点
1	山东凤阳集团股份有限公司	凤阳	凤阳超薄型 1000×1900	弹簧床垫	大红门集美家居大世界/山东凤阳集团
2	北京雷宏利家具厂	建春	1500×1900	弹簧床垫	大兴区东方美地亚家具大世界/ 北京俊达京华家具有限公司
3	北京九州世纪兴家具有限公司	金凤	1500×1900	弹簧床垫	房山天龙家具城
4	北京全棕床具工贸中心	金梦	1500×1900	弹簧床垫	北京城外城家居广场/主楼二层东区3通道38号 /北京市春秋沙发床垫厂
5	北京顺义南法信友谊发家具厂	佳艺肯特	1200×1900	棕床垫	顺义五里仓家具城/宏达家具（西厅） /北京仁和通盛家具经营部
6	北京市雅思丽家具厂	澳莱雅泰	1200×1900	棕床垫	通州通顺明珠建材市场/4厅/顺达
7	未标注	惠宝	1200×1900	棕床垫	通州通顺明珠建材市场/7厅中央/惠宝床垫专卖

面料克重指标。面料克重是指纺织品单位面积的质量，反应了面料纱线的实密程度，是棕纤维弹性床垫面料质量的重要指标之一。克重小的面料很容易磨损破裂。国家标准规定面料克重 $\geq 60\text{g}/\text{m}^2$ 。本次比较试验的13件棕床垫中有3件样品面料克重指标不符合国家标准，它们是：

序号	标称生产企业	品牌	型号	产品类型	销售地点
1	京南春起家具厂	未标注	1200×1900	棕床垫	北京佳美盛商品交易市场有限公司 /宏福源家具
2	北京顺义南法信 友谊发家具厂	佳艺肯特	1200×1900	棕床垫	顺义五里仓家具城/宏达家具（西厅） /北京仁和通盛家具经营部
3	北京市雅思丽家具厂	澳莱雅泰	1200×1900	棕床垫	通州通顺明珠建材市场/4厅/顺达

复合面料中泡沫密度指标。复合面料中泡沫密度是影响棕纤维弹性床垫舒适性的指标。国家标准规定棕纤维弹性床垫的复合面料泡沫塑料密度 $\geq 15\text{kg}/\text{m}^3$ 。本次比较试验的13件棕床垫中有9件样品该项不符合国家标准要求，它们是：

序号	标称生产企业	品牌	型号	产品类型	销售地点
1	北京鸿达美迪床垫 有限公司	豪雅达	1000×1900	棕床垫	大红门集美家居大世界/广东佛山圣吉家具公司北京分销处 /大红门集美家具城3号厅二层家有儿女
2	未标注	贝恩诺	1500×1900	棕床垫	大红门集美家居大世界/黑龙江伊春飞龙木业有限责任公司 /新集美家具城2厅21002号
3	北京雷宏利家具厂	建春	1200×1900	棕床垫	大兴区东方美地亚家具大世界/北京俊达京华家具有限公司
4	京南春起家具厂	未标注	1200×1900	棕床垫	北京佳美盛商品交易市场有限公司/宏福源家具

5	北京九州世纪兴家具有限公司	金凤	1500×1900	棕床垫	房山天龙家具城
6	北京顺义南法信友谊发家具厂	佳艺肯特	1200×1900	棕床垫	顺义五里仓家具城/宏达家具(西厅)/北京仁和通盛家具经营部
7	北京市雅思丽家具厂	澳莱雅泰	1200×1900	棕床垫	通州通顺明珠建材市场/4厅/顺达
8	未标注	惠宝	1200×1900	棕床垫	通州通顺明珠建材市场/7厅中央/惠宝床垫专卖
9	未标注	千意爱	椰棕床垫 2000×1800	棕床垫	京东商城/千意爱家具旗舰店

3 安全卫生要求

安全卫生要求是对床垫内部用料的要求,规定了用料不应该有影响人身体健康、安全的材料。经测试,50件样品中有4件样品该指标不符合国家标准要求,其中包括1件弹簧床垫样品和3件棕床垫样品。它们是:

序号	标称生产企业	品牌	型号	产品类型	测试结果	销售地点
1	北京海之蓝家具有限公司	海澜之家	1900×1500×200	弹簧床垫	内部用料夹杂编织物、石粉	淘宝网
2	未标注	贝恩诺	1500×1900	棕床垫	内部用料有砂石	大红门集美家居大世界/ 黑龙江伊春飞龙木业有限责任公司/ 新集美家具城2厅21002号
3	北京雷宏利家具厂	建春	1200×1900	棕床垫	内部用料有秸秆	大兴区东方美地亚家具大世界/ 北京俊达京华家具有限公司
4	京南春起家具厂	未标注	1200×1900	棕床垫	内部用稻草假冒棕丝	北京佳美盛商品交易市场有限公司/ 宏福源家具

4 甲醛

甲醛含量过高的床垫产品,在使用过程中会逐渐释放出游离甲醛,通过人体的皮肤和呼吸,对人体产生危害。长期接触甲醛,可引起呼吸道的刺激和水肿、头疼,软弱无力,皮炎,湿疹,红肿胀痛等症状,且甲醛具有强烈的致癌和促癌作用。因而,国家标准对甲醛含量有严格的限制:床垫的甲醛释放量 $\leq 0.050\text{mg}/\text{m}^2 \cdot \text{h}$ 。经测试,50件样品中有8件样品甲醛释放量超标,其中包括2件弹簧床垫样品和6件棕床垫样品。它们是:

序号	标称生产企业	品牌	型号	产品类型	销售地点
1	北京欧亚丽家具	强力至尊	依丽棕簧两用 1500×1900	弹簧床垫	大红门集美家居大世界/ 北京世纪大明家具有限公司
2	穗龙家具有限公司	蕾舒	白色紫花 120×190×20cm	弹簧床垫	亚马逊/蕾舒 丘比特
3	北京鸿达美迪床垫有限公司	豪雅达	1000×1900	棕床垫	大红门集美家居大世界/ 广东佛山圣吉家具公司北京分销处/ 大红门集美家具城3号厅二层家有儿女
4	未标注	贝恩诺	1500×1900	棕床垫	大红门集美家居大世界/ 黑龙江伊春飞龙木业有限责任公司/ 新集美家具城2厅21002号
5	北京顺义南法信友谊发家具厂	佳艺肯特	1200×1900	棕床垫	顺义五里仓家具城/宏达家具(西厅)/ 北京仁和通盛家具经营部

6	北京市雅思丽家具厂	澳莱雅泰	1200 × 1900	棕床垫	通州通顺明珠建材市场/4厅/顺达
7	未标注	惠宝	1200 × 1900	棕床垫	通州通顺明珠建材市场/7厅中央/惠宝床垫专卖
8	未标注	千意爱	椰棕床垫 2000 × 1800	棕床垫	京东商城/千意爱家具旗舰店

5 耐久性

耐久性是衡量床垫产品使用性能的重要指标，耐久性是模拟人在长时间正常使用中，考核床垫是否有破损变形等情况。耐久性是反应床垫使用寿命的指标。经测试，50件样品中有17件样品耐久性指标不符合国家标准要求，其中包括9件弹簧床垫样品和8件棕床垫样品。它们是：

序号	标称生产企业	品牌	型号	产品类型	销售地点
1	北京雷宏利家具厂	建春	1500 × 1900	弹簧床垫	大兴区东方美地亚家具大世界/ 北京俊达京华家具有限公司
2	北京吉威家具厂	吉利来	1500 × 1900	弹簧床垫	大兴区东方美地亚家具大世界/ 北京吉威家具厂
3	北京九州世纪兴家具有限公司	金凤	1500 × 1900	弹簧床垫	房山天龙家具城
4	未标注	富丽肯特	1200 × 1900	弹簧床垫	顺义五里仓家具城/京顺龙达（东厅）
5	未标注	惠宝	1200 × 1900	弹簧床垫	通州通顺明珠建材市场/ 7厅中央/惠宝床垫专卖
6	北京和鑫源家具有限公司	和鑫源	1200 × 1900	弹簧床垫	通州通顺明珠建材市场/ 2厅/伊思蕾斯床垫
7	北京潞城腾发家具	温柔梦香	1200 × 1900	弹簧床垫	通州通顺明珠建材市场/ 2厅/伊思蕾斯床垫
8	北京通州床垫厂	九州华星	1900 × 1500	弹簧床垫	淘宝网站
9	未标注	世纪星辰	M201床垫 1200 × 2000	弹簧床垫	北京城外城家居广场/ 北京世纪星辰家具制造有限公司
10	北京鸿达美迪床垫有限公司	豪雅达	1000 × 1900	棕床垫	大红门集美家居大世界/ 广东佛山圣吉家具公司北京分销处/ 大红门集美家具城3号厅二层家有儿女
11	北京雷宏利家具厂	建春	1200 × 1900	棕床垫	大兴区东方美地亚家具大世界/ 北京俊达京华家具有限公司
12	京南春起家具厂	未标注	1200 × 1900	棕床垫	北京佳美盛商品交易市场有限公司/ 宏福源家具
13	北京九州世纪兴家具有限公司	金凤	1500 × 1900	棕床垫	房山天龙家具城
14	北京顺义南法信友谊发家具厂	佳艺肯特	1200 × 1900	棕床垫	顺义五里仓家具城/宏达家具 （西厅）/北京仁和通盛家具经营部

15	北京市雅思丽家具厂	澳莱雅泰	1200 × 1900	棕床垫	通州通顺明珠建材市场/4厅/顺达
16	未标注	惠宝	1200 × 1900	棕床垫	通州通顺明珠建材市场/ 7厅中央/惠宝床垫专卖
17	未标注	千意爱	椰棕床垫 2000 × 1800	棕床垫	京东商城/千意爱家具旗舰店

6 铺垫料物理性能（毡垫强度）

铺垫料是弹簧软床垫中覆盖在弹簧表面的一层化纤或棕纤维材料，起着隔离弹簧和面料的作用。如果铺垫料的拉伸强度不够，使用中会出现破裂，影响弹簧软床垫的舒适性，甚至弹簧会刺出床垫表面伤害到使用者。国家标准规定铺垫料物理性能中：棕纤维垫、椰丝垫强度 $\geq 16\text{N/cm}$ 、化纤（棉）毡强度 $\geq 10\text{N/cm}$ 。经测试，37件弹簧床垫样品中有2件样品毡垫强度不符合国家标准要求，它们是：

序号	标称生产企业	品牌	型号	产品类型	销售地点
1	北京海之蓝家具有限公司	海澜之家	1900 × 1500 × 200	弹簧床垫	淘宝网
2	北京全棕床具工贸中心	金梦	1500 × 1900	弹簧床垫	北京城外城家居广场/主楼二层东区 3通道38号/北京市春秋沙发床垫厂

7 弹簧

由于弹簧起支撑和弹性的作用，因此在使用弹簧床垫时比较舒适。但如果弹簧生锈或锈蚀则会影响弹簧软床垫的使用寿命。国家标准规定弹簧床垫的弹簧不应有锈迹、锈蚀和弹簧摩擦声，经测试，37件弹簧软床垫样品中有3件样品弹簧有锈迹，它们是：

序号	标称生产企业	品牌	型号	产品类型	销售地点
1	广州市番禺区沙湾镇 三善百富家具厂	百富	168# 1200 × 1900	弹簧床垫	大红门集美家居大世界/ 北京金星雅诗家具厂
2	北京通州床垫厂	九州华星	1900 × 1500	弹簧床垫	淘宝网站
3	未标注	HOUSEHOLD/豪斯	1900 × 1500	弹簧床垫	1号店（网上超市）

8 芯料性能

棕床垫的芯料是棕纤维，国家标准对棕纤维的要求分外观和物理性能要求。外观要求：表面应无杂物，无长度60mm，直径6mm的棕梗或未分解开的棕绳；物理性能要求：压缩永久变形率： $\leq 12\%$ 。经测试，13件棕床垫中有4件样品芯料要求不符合国家标准要求。它们是：

序号	标称生产企业	品牌	型号	产品类型	测试结果	销售地点
1	未标注	贝恩诺	1500×1900	棕床垫	有未分解棕梗	大红门集美家居大世界/ 黑龙江伊春飞龙木业有限责任公司/ 新集美家具城2厅21002号
2	北京雷宏利家具厂	建春	1200×1900	棕床垫	有秸秆	大兴区东方美地亚家具大世界/ 北京俊达京华家具有限公司
3	北京市雅思丽家具厂	澳莱雅泰	1200×1900	棕床垫	压缩永久变形13.3%	通州通顺明珠建材市场/4厅/顺达
4	未标注	千意爱	椰棕床垫 2000×1800	棕床垫	有未分解棕绳	京东商城/千意爱家具旗舰店

9 棕床垫的阻燃性要求所有样品均符合国家标准要求。

四.提醒消费者

1、消费者在选购床垫时应查看产品标志、执行标准和使用说明，了解产品的质量信息。

2、消费者在购买床垫时要观察产品外观，并用手摸产品，初步的对产品外观质量进行感官试验。棕床垫和弹簧床垫都有比较美观漂亮的床垫面料。优质面料缝合松紧一致，没有明显褶皱，没有浮线、跳线；缝边、四角圆弧匀称，没有露毛边现象，牙线平直。用手重压床垫时，内部无摩擦声，且手感挺括、舒适。劣

质床垫往往缝合松紧不一致，有浮线、跳线，缝边、四角圆弧欠匀称，牙线不平直。

3、消费者购买床垫时应闻一下床垫是否有刺激气味，如果床垫侧边有拉链应尽量拉开仔细查看内部用料情况。

4、弹簧床垫用簧数量的多少和钢丝直径的大小决定弹簧床垫的软、硬和适中。消费者选购时应徒手重压弹簧床垫表面，如果簧响，就说明弹簧有质量问题。

5、消费者选购有颜色或花纹的

床垫，可以用白纸在面料表面稍用力摩擦十几下，看是否有掉色现象。

6、消费者买回床垫后，尽量把外包装拆除，晾几天后再使用。

7、消费者应到有信誉的购物场所选购有一定知名度的床垫产品，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。

8、网购床垫质量良莠不齐，应选择知名品牌，并在有信誉的网络销售渠道谨慎购买。

北京市消协发布48件羊绒衫比较试验结果—— 部分羊绒衫根本不含羊绒

羊绒衫是以优质天然山羊绒纤维为原料制成的毛针织产品，它以其“柔、软、轻、滑、暖、爽”的特性，成为消费者追求的高档次、高品位的时尚产品。由于羊绒衫生产厂家多，品牌杂，而且企业在生产能力、设备水平、质量控制能力等方面存在较大差异，其质量状况成为消费者关注的热点。为了解羊绒衫商品真实的质量状况，维护广大消费者的合法权益，科学引导指导消费，北京市消协近期对北京市场上销售的部分羊绒衫进行比较试验。

一、试验样品及来源

本次比较试验样品由北京市消费者协会工作人员以普通消费者身份从北京各大中型商场及网络平台随机购买。样品涉及北京、上海、江苏、浙江、福建、广东、内蒙古、新疆等八个省市44家企业生产或经销的羊绒衫，其中，网购羊绒衫3件。

二、检测标准及项目

本次比较试验委托北京市毛麻丝织品质量监督检验站，依据GB18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》、GB5296.4-1998《消费品使用说明 纺织品和服装使用说明》及FZ/T73009-2007《羊绒针织品》标准对样品的产品标识、纤维含量、甲醛含量、pH值、耐水色牢度、耐酸（碱）汗渍色牢度、耐洗（干洗）色牢度、耐光色牢度、可分解致癌芳香胺染料、顶破强度、起球、松弛尺寸变化率、二氯甲烷可溶性物质等13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48件样品中，有32件样品所有测试项目均符合国家标准要求，占总样品数的66.7%。比较试验结果表明：北京市场知名品牌羊绒衫整体质量较好，部分样品标注羊绒成分名不符实，人为添加其他纤维成分，以次充好，个别样品无羊绒成分，冒充羊绒制品，涉嫌欺诈，严重侵害了

消费者的合法权益。具体如下：

1 产品标识

产品标识是企业向消费者如实告知产品质量、标准、规格、洗涤等的标志，通常以使用说明书、标签、标志等形式表达。本次比较试验的48件样品中有12件样品产品标识不符合国家标准要求，占样品总数的25%。

2 纤维含量

纤维含量是指样品中每种纤维的质量占样品总质量的百分比，是羊绒衫的主要品质指标，是决定产品价值的重要因素之一，也起着引导消费者购买的重要作用。国家标准规定，纯羊绒针织品应含有100%的山羊绒纤维，考虑到山羊绒纤维存在形态变异及非人为混入羊毛的因素，疑似羊毛含量不得超过5%，即成品中山羊绒纤维含量达95%及以上时，可视为100%羊绒，并可标为“100%山羊绒”或“纯山羊绒”；羊绒混纺针织品优等品和一等品中的羊绒纤维含量百分比允许偏差为-5%，就是羊绒纤维的减少不高于5%。本次比较试验48件样品中，有37件样品纤维含量达到国家标准要求，占总样品数的77.1%；11件样品纤维含量标注与实测值不符，占总样品数的22.9%。这11件样品是：



序号	标称生产/经销企业	标称商标	批号/货号	纤维含量 (%)	
				标注	实测
1	上海兆君羊绒服饰有限公司	兆君 ZHAOJUN	ZJE543C4401	山羊绒: 100	山羊绒: 90羊毛: 8 山羊毛: 2
2	上海金榜羊绒制品有限公司	开斯咪雅CASMERE	8021/咖啡	山羊绒: 100	山羊绒: 42羊毛: 58
3	上海皮皮狗毛纺织有限公司 (亚马逊网购)	吊牌: 千路Rovad 内标: 千路Road	5248091534753/753藏青	山羊绒: 100	山羊绒: 91羊毛: 9
4	上海圣雪绒羊绒服饰 贸易有限公司	圣雪绒	11199815/深藏蓝1662	山羊绒: 100 (装饰 物, 金银线除外)	山羊绒: 84羊毛: 16
5	上海一统服饰 (集团)有限公司	FRANCK NAMANI	222FN12433/妃橙0252	山羊绒: 100	山羊绒: 72羊毛: 28
6	授权商: 上海波司登 国际服饰有限公司 制造商: 上海立志羊绒企 业发展有限公司	波司登 BOSIDENG	AB-01/蓝色	山羊绒: 100	山羊绒: 50羊毛: 28再生纤维素纤维 (粘纤、莱赛尔): 22
7	新疆天山毛纺织股份 有限公司	GTS	MT14C077G/528上青	山羊绒: 100 (弹性纤维除外)	山羊绒: 89羊毛: 11
8	嘉兴市兔皇羊绒有限公司	兔皇 TUHUANG	5239/1002黑	山羊绒: 100 (辅料及装饰物除 外)	山羊绒: 90羊毛: 10
9	金龙针织有限公司	帅奴SHUAINU	---	羊绒: 30±5 羊毛: 70±5	聚酯纤维: 41羊毛: 25 腈纶: 18锦纶: 16
10	上海雪貔针织有限公司	雪貔	Y302	羊绒: 80±5 羊毛: 20±5	聚酯纤维: 68腈纶: 26 其它纤维: 3羊毛: 2 锦纶: 1
11	鄂尔多斯市鄂绒皇绒业 有限责任公司	鄂绒皇	6006 5210	山羊绒: 100	羊毛: 58锦纶: 23 莱赛尔: 12兔毛: 7

3 色牢度

色牢度是指羊绒衫中染料或颜料在各种外界因素影响下保持原有色泽的能力。色牢度的好与差直接涉及人体的健康安全,色牢度差的产品在穿着过程中,碰到外界作用就会造成面料上的染料脱落褪色,其中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,另一方面还会影响服装洗涤褪色后的穿用效果,或穿着、洗涤时沾染其他衣物。本次比较试验中,我对羊绒衫的耐水色牢度、耐酸(碱)汗渍色牢度、耐洗(干洗)色牢度、耐光色牢度进行了测试,测试结果显示:48件样品中有2件样品耐碱汗渍色牢度不符合国家标准要求,它们是:

序号	标称生产/经销企业	标称商标	批号/货号
1	宁夏同心恒通绒业有限公司	DAWSON SCARLET东昇嘉俐	120058/1087枣红
2	深圳日神羊绒纺织有限公司	日神	212152 2121520160/1010咖啡

4 起球

羊绒衫的起球是指在毛纱的加工过程和毛衫的穿着过程中，受摩擦力、拉力等各种外力的作用，毛纱中毛纤维易勾出形成环状或单头脱离状，经反复摩擦后，毛纤维纠结在一起，形成球状的现象，羊绒衫起球，会使产品外观质量恶化，影响消费者的穿着效果。经测试，48件样品中有4件样品起球性能不符合国家标准要求，它们是：

序号	标称生产/经销企业	标称商标	批号/货号
1	上海皮皮狗毛纺织有限公司（亚马逊网购）	吊牌：千路Rovad内标：千路Road	5248091534753/753藏青
2	上海一统服饰（集团）有限公司	FRANCK NAMANI	222FN12433/妃橙0252
3	深圳日神羊绒纺织有限公司	日神	2121522121520160/10105 咖啡
4	深圳市贝加尔时装有限公司	贝加尔 Baykal	9127/09060新花紫

5 松弛尺寸变化率

松弛尺寸变化率是指羊绒衫经洗涤并进行缩水后，在无张力条件下平置干燥后达到的松弛状态时的尺寸变化率。该指标直接影响消费者的二次穿用。经测试，48件样品中只有波司登 BOSIDENG牌的样品该指标不符合国家标准要求。

6 二氯甲烷可溶性物质

二氯甲烷可溶性物质是指用二氯甲烷作为萃取溶剂测定羊绒衫中油脂等可溶性物质的含量，它包括天然羊毛油脂，生产过程中加上的油剂、洗涤剂、特殊处理方法所用的整理剂如柔软剂等。二氯甲烷可溶性物质超过国家标准要求说明该羊绒衫含油脂过高或后整理时添加了过多的整理剂，会使皮肤敏感的消费者造成嗅觉或体感上的不适。经测试，本次比较试验的48件样品中有6件样品该指标不符合国家标准要求，它们是：

序号	标称生产/经销企业	标称商标	批号/货号
1	上海金榜羊绒制品有限公司	开斯咪雅 CASMERE	8021/咖啡
2	浙江积派服饰有限公司	积派	CS12819
3	宁夏同心恒通绒业有限公司	DAWSON SCARLET东昇嘉俐	120058/1087枣红
4	深圳日神羊绒纺织有限公司	日神	2121522121520160/10105 咖啡
5	上海一统服饰(集团)有限公司	Pierre cardin 皮尔·卡丹	221PC12012/夹花中烟灰A6
6	上海雪豹针织有限公司	雪豹	Y302

7 pH值、甲醛含量、可分解致癌芳香胺染料、顶破强度

pH值、甲醛含量、可分解致癌芳香胺染料指标不符合国家标准要求会对人体造成伤害；顶破强度反映了羊绒衫的坚牢程度，顶破强度越大，表明产品使用寿命越长。经测试，本次比较试验所有样品的pH值、甲醛含量、可分解致癌芳香胺染料、顶破强度指标均符合国家标准要求。

四.提醒消费者

1、羊绒衫的种类多，价值高，消费者购买时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、消费者选购羊绒衫时应注意查看产品的标识，了解产品的基本情况，除产品名称、厂名厂址、规格号型、纤维成分及含量、洗涤方法等内容之外，特别要了解产品的基本安全类别：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、羊绒纤维纤细柔和，极易受损伤，对穿着环境及条件也有较高的要求：内穿时与其配套的外衣里子最好是光滑的，不能太粗糙、坚硬，内袋勿装硬物，以免局部摩擦起球；外穿时尽量减少与硬物的摩擦和强拉硬钩。

4、羊绒衫穿着时间不易太长，要注意间歇、交替穿着，使其恢复弹力，以免纤维疲劳损伤。

5、消费者应按羊绒衫标识上注明的洗涤方法进行洗涤。一般来说，只有经过防缩处理的羊绒衫可以用洗衣机洗涤外，普通羊绒衫可手洗或干洗，且羊绒衫应平铺阴干，切忌悬挂曝晒。

羊绒纤维是一种动物蛋白质，很容易被虫蛀，加上轻薄易变形，所以收藏前必须洗净晾干，叠好平放，切忌挂放，以免悬垂变形，不要与其它类产品同袋混装，存放避光、通风、干燥处，存放时注意防蛀，防蛀剂不能羊绒衫直接接触。

29家消费维权单位联合发布《轮胎企业售后服务政策调查报告》—— 轮胎售后政策参差不齐

北京市消协等28家省市消协（消保委）与中国消费者报社日前联合发布的《轮胎企业售后服务政策调查报告》显示，质保期长短不一，且从何时计算有争议；理赔标准相差大，沿用行业惯例的企业多；一些企业服务政策不公开，消费教育不到位。

此次调查活动针对的是乘用车（不包括轻卡）轮胎生产企业的售后服务政策，主要涉及到占据这一市场90%以上份额的米其林、普利司通、固特异、锦湖、邓禄普、韩泰、优科豪马、马牌、倍耐力、固铂、佳通、东洋等12个独资或合资轮胎品牌。

在针对服务政策透明度的调查中发现，一些轮胎生产企业并没有将本应公开透明的售后服务政策认真传递给经销企业和消费者，如米其林等个别轮胎生产企业对质保期和理赔标准等和消费者息息相关的问题遮遮掩掩，讳莫如深。信息传递的不畅、消费教育的缺失凸显了一些企业社会责任的缺

失，导致消费者合法权益难以得到保障。

在针对轮胎质保期的调查中发现，除了米其林不予说明以外，其他11家企业中有9家的理赔期限起始日期是按照生产日期计算，2家企业按照售出日期计算。

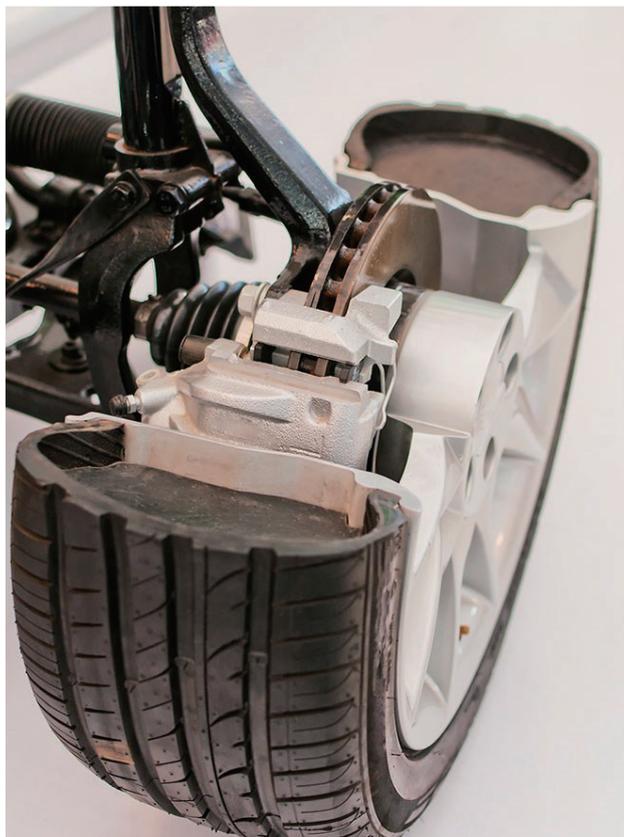
在针对轮胎理赔标准的调查中发现，部分轮胎企业采用的所谓“国家标准”，实际上是行业内部制定的《汽车轮胎理赔工作管理办法》，这是一个低于《理赔要求》的行业惯例，而邓禄普、马牌、锦湖、韩泰和固铂等5个轮胎品牌则执行的是高于行规、且更有利于消费者的企业标准或商务部颁标准。

针对轮胎企业非质量问题补偿政策的调查，发现一些企业仍将“使用不当”作为规避责任的挡箭牌。而一些企业则转变观念，创新服务举措，对于一些难以界定究竟是质量问题还是使用不当的情形，采取了向消费者倾斜的补偿政策，其中，锦湖对轮胎因道路问题导致的损伤实行1年内可免费更换、对因撞击导致的轮胎鼓包可在5年内予以免费更换的补偿政策。另有韩泰等个别企业表示，将会根据新品上市或产品促销等情况，理赔政策适当向消费者倾斜；其他多数企业则无此类补偿政策。

针对调查情况，28省市消协（消委会、消保委）与中国消费者报社认为，理赔期限起始日期计算方式的不同会给消费者带来不同的消费感受和不同的权利保障，因此，建议轮胎质保期限不得低于汽车三包规定。

同时，28省市消协（消委会、消保委）与中国消费者报社建议，轮胎行业应打破行业惯例，提高三包期限和理赔标准，并不断创新服务举措，勇担社会责任，适当放宽理赔政策，为消费者提供更加人性化的优质服务。

此外，轮胎的质保期、理赔标准、使用注意事项等信息和消费者息息相关，这些售后服务政策及信息本应公开透明，及时传递给消费者，如果企业对此遮遮掩掩，讳莫如深，怎能将其落到实处？既然汽车三包规定明确，“易损耗零部件的质量保证期由生产者明示在三包凭证上”，那么，在三包凭证上，除了应注明三包有效期外，还应注明三包有效期的起始计算时间，同时也应将理赔标准、使用注意事项等和消费者息息相关的售后服务政策、信息明示给消费者，只有这样，才能有效维护消费者合法权益。



轮胎生产企业售后服务政策一览表

品牌	质保期		理赔标准	非质量问题补偿政策	
	期限	起始日期		撞击鼓包	外伤
锦湖	5年	生产日期	2012年及以前产品：1、剩余花纹深度 > 1.6mm，全赔；2、剩余花纹深度 ≤ 1.6mm，不予理赔。 2013年以后产品：1、磨损 ≤ 2mm，全赔；2、磨损 > 2mm，按剩余花纹深度基准理赔；3、剩余花纹深度 ≤ 1.6mm，不予理赔。	1、VIP保障政策-指定4款花纹：剩余花纹深度 ≥ 50%花纹深度，免费更换；2、特别保障政策-指定14款花纹：剩余花纹深度 ≥ 6mm，免费更换。	VIP保障政策-指定4款花纹：剩余花纹深度 ≥ 6mm，免费更换。
普利司通	5年	生产日期	1、磨损 ≤ 1.6mm，全赔；2、磨损 > 1.6mm，按剩余花纹深度基准理赔；3、剩余花纹深度 ≤ 1.6mm，不予理赔。	无	无
固铂	5年	生产日期	1、磨损 ≤ 2mm，全赔；2、磨损 > 2mm，按剩余花纹深度基准理赔；3、剩余花纹深度 ≤ 1.6mm，不予理赔。	无	无
倍耐力	4年	生产日期	胎面任何一点剩余花纹深度低于2毫米，不予理赔。	无	无
马牌	3年	售出日期	1、剩余花纹深度 > 1.6mm，全赔；2、剩余花纹深度 ≤ 1.6mm，不予理赔。	无	无
优科豪马	3年（国产） 4年（进口）	生产日期	按照轮胎剩余花纹的百分比，进行理赔。	无	无
韩泰	3年	生产日期	1、磨损 ≤ 2mm，全赔 2、磨损 > 2mm，按剩余花纹深度基准理赔 3、剩余花纹深度 ≤ 1.6mm，不予理赔	根据新品上市或产品促销等情况制定相应的补偿政策	无
邓禄普	3年	生产日期	1、剩余花纹深度 > 1.6mm，全赔 2、剩余花纹深度 ≤ 1.6mm，不予理赔	无	无
东洋	3年	生产日期	1、磨损 ≤ 50%花纹深度，按剩余花纹深度基准理赔 2、磨损 > 50%花纹深度，不予理赔	无	无
佳通	3年	生产日期	1、规格215（含）以下剩余花纹深度 ≥ 3.5mm，规格215以上剩余花纹深度 ≥ 4.5mm，全赔 2、剩余花纹深度低于以上标准，不予理赔	无	无
固特异	1年	售出日期	所有产品花纹磨损不超过50%，且剩余花纹深度 > 1.6mm，按比例来赔	无	无
米其林	不予说明		不予说明	不予说明	不予说明

选购婴幼儿配方奶粉三项注意



近日，媒体报道了国外某品牌奶粉通过走私渠道进入国内市场后，通过改换包装、重涂标识、伪造生产日期等手段，摇身一变，以原装进口的身分销售给国内消费者，报道一经播出，在国内消费者中引发了对洋品牌产品可靠性的担心。在此之前，有关代购奶粉质量缺乏监管，境内企业境外注册商标给产品“镀金”再回销，以及境外“傍名牌”、“山寨”品牌奶粉产品销往中国市场的消息也不时见诸报道。

据了解，一些本土企业的产品为便于营销，通常通过中介公司在海外注册包装，之后变成所谓美国、新西兰、日本、意大利或英国

企业出品；有些企业租赁医学院的场地，产品就成了医学院科技成果。对此，专家将目前销售的“进口食品”大致归为三类：

第一类是产地在国外，由国内经销商粘贴中文标识并在国内销售，外包装没有国内的卫生许可证号；第二类是原料由国外厂家生产，国内厂商进行包装和经销，包装上对产品的成分、配料等有较详细的标注，有国内的卫生许可证号；第三类是包装上以外文为主，由国内的厂家进行分装，没有国内的卫生许可证号。“只有第一类是真正意义上的进口食品，第二类属于国产食品，第三类则不确定，可能是进口食品也有可能是冒牌货。”

而近日的事实表明，一个“洋”字也不是质量的保障，如何选购市场上包括洋品牌在内的众多婴幼儿配方奶粉成为消费者关注的重要问题。在此，中国消费者协会提醒消费者注意以下几点。

1 选购婴幼儿配方奶粉，品牌至关重要。消费者要尽量选择有信誉的商家和市场认知度高的品牌产品。对于在欧美等发达地区市场占有率很低，甚至没有市场的洋品牌婴幼儿配方奶粉要格外小

心，婴幼儿配方奶粉产品是大众商品，不是奢侈品，此类产品市场整合度很高，基本没有什么“贵族”品牌、“少更精”的概念。

2 优质品牌产品也必须有可靠的渠道。国内婴幼儿配方奶粉质量监管是严格的。在国内建厂的国际主流品牌、国内大品牌的产品生产、运输、保管、销售都有一整套的管理体系，质量控制环节是不间断的。目前，为了防止假货、涂改保质期等侵害消费者和企业合法权益的行为，有的企业已经在每桶（袋、盒）的婴幼儿配方奶粉上都设置了防伪密码，提供有奖防伪查询服务（事实证明，该方法简单而有效）。

3 代购产品的质量风险在加大。奶粉生产企业对于不同国家和地区的供货都有市场配置，能够外调（代购等方式出境）的产品数量有限，所以有些国家和地区开始对离境携带或者市场购买数量都做出了限制，那种宣传能够大量代购的网店产品可靠性难以保障。

此外，根据世界卫生组织和联合国儿童基金会推荐，0—6个月婴儿应进行纯母乳喂养，6个月后继续进行母乳喂养直到两岁，同时进行适宜的辅食添加能够保证儿童此后的良好身体及智力发育，也可以降低一生中罹患慢性病的风险。

（中消协）

投资收藏品谨防欺

3月25日，60多岁的杜先生夫妻找到东城区消协前门分会投诉，称2012年经电话推销人员介绍，到位于东城区磁器口新文化大厦北京某文化发展有限公司购买邮票、钱币等收藏品共计3万元，2012年12月30日双方签定收藏品收购协议，协议第二条约定：协议签订16日后，经双方协商回收朝鲜整版币藏品，价格高于原价78%，杜先生按约定到该公司办理收购时发现已人去楼空，报警后又到我会投诉。经工商所查询，并未查到北京某文化发展有限公司注册信息，投诉人提供的地址为空屋，未发现有人经营，消协工作人员建议杜先生向有关部门报案。

东城区消协提示老年朋友：投

资收藏品，小心遭欺诈，特别注意以下几点：

一是购买前查验商家的营业执照等相关资质及由权威部门颁发的藏品鉴定证书，必要时可向工商部门询问商家的注册信息和信用等具体情况。

二是遇绝对便宜货要警惕，市场上有相当多的古玩是“二手货”。若为上品，价位一般不会太低，便宜的货色，总会有些问题，或是赝品，或是残损品。

三是无法判断真品还是赝品的不可买，对于经过多方鉴定仍无法证实真伪的藏品，就不必去买。



四是对古玩藏品应多看多思所谓多看多思多加揣摩，切忌在商家的绘声绘色的“故事”中不理智的购买藏品。

五是不急于下结论，对看中的古玩藏品不要急于洽购，既要看该物品是否值得收藏，又要看它的价格是否适中。

六是保存好消费票据、合同等所有凭证，以便消费纠纷发生时作为证据保护自己的合法权益。

(东城消协)

老年代步车存在严重安全隐患

目前，包括北京在内的很多城市的市区公路上出现了电动或燃油动力的三轮或四轮的“老年代步车”，并且数量有激增的趋势。这些车虽然挂着代步车的牌子，但内部刹车、油门、挡位却一应俱全，俨然是机动车的配置，40—50公里

/小时的速度与机动车也没什么区别。

真正的老年代步车是一种医疗器械，速度基本控制在5—10公里/小时以下，以速度低、刹车灵、安全可靠、方便为标准，而且是不能在机动车道上行驶的。现在公路上

行驶的所谓“老年代步车”主要是指以蓄电池或者燃油驱动的非正规组装、拼装的三轮或者四轮车辆，严格来讲并不是规范的名称，而是销售商或厂家的一种商业叫法，是其为满足所谓老年消费者需要而自行延伸出来的产品。

随着老年代步车的不断出现，其带来的道路交通安全隐患也随之凸现，其扰乱的不仅仅是正常的道路交通秩序，也给老年消费者的合法权益造成了一定的侵害。其危害主要表现在：

1 是安全隐患大。“老年代步车”最低离地间隙大多在16至20厘米，起步猛、底盘轻，特别容易发生倾斜。刹车构件多采用抱刹设计，比较单薄，零件容易损坏，故障率高，且需要很大的力量踩到底才能刹住，这对于反应较慢的老年人来说非常危险。同时，这些车辆生产出厂后，没有进行碰撞测试，也没有任何安全防护措施，对老年人来说不仅不是“福音”，反而危险系数极高，根本不适合老年人驾驶。有的老年人还用代步车接送孩子上下学，使儿童也处于危险当中。

2 是无牌无证上路行驶。目前市场销售的“老年代步车”不符合办理车辆注册登记的法规要求，按照规定不准上路行驶，也无法取得汽车牌照。然而，部分经销商在销售时往往故意向消费者隐瞒此类事实，宣称车辆不需要上牌，不需要驾照，也不需要购买保险，随买随走，交管部门也不会查处，消费者因此陷入认识误区，对驾驶老年代步车是严重的交通违法行为的认识不足。

3 是违章行驶。“老年代步车”的使用者很多没有经过驾驶培训，他们对基本的交通法律、法规的规定不熟悉，对基本的

通行规则缺乏了解，导致老年人在驾驶过程中经常发生闯红灯、占用快车道不避让、乱掉头、越线停车、违法乱停放、逆向行驶、在非机动车道内行驶等违法行为。同时老年代步车由于动力不足，在城市道路行驶时，速度较慢，使本就拥堵的道路雪上加霜。

4 是非法营运，影响正常的交通管理秩序。个别“老年代步车”以营利为目的，在车站、医院、商场、超市等地区周边从事非法营运活动，扰乱交通管理秩序，给客运市场造成混乱。车辆驾驶者没有机动车驾驶证，车辆属非法拼（组）装的非法产品，没有合法的登记手续，没有牌照和保险，也没有营运资格，危险性可想而知。更为严重的是，老年代步车信息没有纳入公安交通管理系统，一旦发生交通事故或者酒后驾驶等行为，乘车人的权益没有任何保障，难以获得赔偿。有的车主在事故发生后，甚至会舍弃价值低廉的代步车逃逸藏匿，给事故的处理带来极大困难。

为保障消费者的出行安全，中国消费者协会特别提示：

1 不要盲目选择和购买老年代步车，选择合法交通工具出



行。希望老年消费者勿轻信老年代步车“不用挂牌照、不用考驾照”的虚假宣传，提高安全意识，自觉遵守交通法规，选择合法交通工具出行，做到不购买、不驾驶、不改装、不乘坐老年代步车。

2 子女不要把“老年代步车”当作礼物送给老人。部分消费者对老年代步车的危害、非法性认识不够，认为老年代步车能方便老人出行而将其作为礼物送给父母，不知这看似孝顺的举动实则会把父母置于危险的境地。

3 没有使用就没有市场，消费者不要乘坐非法运营的“老年代步车”，以避免损害的发生。

同时，希望有关部门能够加强监管，以打击非法“残摩”的方式打击所谓的“老年代步车”，并从源头上加强对其生产、销售和改装的控制。加大城市微循环公交建设。尽快出台有关老年代步车的技术标准等法律法规，明确老年代步车的定义及生产标准、国家技术标准，严格使用范围。（中消协）



采摘野菜需谨慎防食后中毒

每年4月至5月，春暖花开，气候宜人，这个时间也恰是野菜生长的季节。野菜被很多人认为是天然的绿色食品，一些消费者不满足于仅在市场上购买野菜，常借着户外踏青的机会，挎上篮子，带上工具，到深山、旷野、荒地、田埂等自然环境中寻找野菜，甚至有的消费者到路边绿化带或公园里采摘野菜（含柳芽、香椿等）。

野菜虽好，但是不是哪里的野菜都能采，在此，中国消费者协会提醒广大的消费者，路边、公园的野菜不要采。

1 路边绿地生长的野菜有害物质含量高。路边野菜易吸收汽车所排废气里的有害物质，汞、铅等重金属含量及其他有害物质含量较高，这些有害物质一旦积累在野菜上便不可能被完全清除，食用对健康有害无益。此外，还有猫狗等宠物频繁活动造的寄生虫等污染隐患。

2 路边绿地、公园里的野菜可能含有除草剂或农药。每到春天，花草树木的虫害较多，园林部门经常会对灌木科和乔木科植被施药防病虫害，这种农药的喷洒不同于农业生产的管理，所施的农药有可能渗透到周边野菜中，因此路边、公园生长的野菜上难免会有药物残留。有的园林部门为了景观维护需要也会使用除草剂，消费者如果食用了含有除草剂或农药残留量高的野菜，会有较大的人身健康危险。

3 路边绿地公园里的野菜是景观的一部分。消费者在采挖野菜过程中，难免会踩踏破坏景区植被。采挖野菜后，也会影响其他植物的正常生长和景观的自然美。为了更多的人观赏，消费者也不要擅自采挖。对于擅自采挖、采摘的行为，很多管理部门都明示禁止。

（中消协）

小知识

采摘野菜要有相应的知识，要能鉴别野菜的种类，尽量选择日常食用的野菜，谨防食物中毒。一般来说，摸上去有刺的野菜不可食用，口尝根茎部感觉到麻辣的也不可食用。一旦误食了有毒的野菜，如野芹菜、野胡萝卜、野蘑菇等，会引起腹泻、头晕，甚至有生命危险。因此，如果食用后出现胃痛、恶心、呕吐、腹泻等疑似食物中毒症状，要立即停止食用，尽快就医，并且保留样本以便对症下药。

野菜并非人人适合。野菜多为寒凉性，孕妇、幼儿、老人、长期脾胃虚弱、虚寒的人群不要轻易食用。一些野菜的纤维比较粗，肠胃功能较弱或患有慢性肠胃炎的市民食用要适量。另外，部分野菜含有可致过敏的物质，容易在某些特殊体质的人身上，引起过敏反应，这类人群也不宜食用野菜。

一些不法分子会将有毒或带插件的网址生成一个二维码，对外宣称优惠券、软件或视频等，以诱导用户进行扫描。而这种专门针对手机上网用户的诈骗手段，多是采用强制下载、安装应用软件等方式，达到获取推广费用或恶意扣费的目的

“扫一扫” 二维码背后暗藏安全风险

随着移动互联网和智能手机的快速普及，二维码应用逐渐走进大众的生活。如今，二维码不只应用在查询促销信息、团购消费、在线视频等传统领域，电视媒体也开始利用二维码方式提升与用户的交互程度，甚至街头小广告也用上了二维码。但在当前二维码全面崛起的背景下，借助二维码传播恶意网址、发布手机病毒等不法活动也开始逐渐增多。如天津市民刘女士在扫描二维码参加团购时，由于二维码中含有手机病毒，导致手机被扣除了百元话费。这也让如何确保扫码安全，避免上当受骗受到消费者的关注。

二维码之所以会发生恶意吸费、诈骗等行为，主要有以下原因：一是生成方式简单，内容无人监管。目前网络上有大量的二维码软件、在线生成器方便人们制作二维码，几乎不存在制作门槛。同时也为手机木马或恶意软件制造者打开了方便之门，通过此种途径他们可瞬间完成恶意下载链接到二维码的转制。二是暗藏木马等病毒。一些不法分子会将有毒或带插件的网址生成一个二维码，对外宣称优惠券、软件或视频等，以诱导用户进行扫描。而这种专门针对手机上网用户的诈骗手段，多是采用强制

下载、安装应用软件等方式，达到获取推广费用或恶意扣费的目的。三是消费者防范意识不足。部分消费者出于好奇，看到二维码后，往往马上拿起手机拍一拍、扫一扫，却忽视了安全问题。殊不知，一旦消费者通过手机扫描二维码直接下载的应用中染有病毒，那么安装到手机中就会遭遇麻烦；如果扫描的内容是被挂上木马的网址，则有窃取消费者手机通讯录、银行卡号等隐私信息的风险，甚至被乱扣话费、消耗上网流量。

为使消费者在畅享二维码便利的同时降低安全风险，中国消费者协会特别提示：

1 安装二维码检测工具

目前部分手机安全软件或与二维码扫描软件合作，或独立推出了带安全检测功能的二维码扫描工具。消费者扫描二维码后，会自动检测二维码中是否包含恶意网站、手机木马或恶意软件的下载链接等安全威胁。如果有将会提醒消费者谨慎下载和安装，从而为消费者规避上当或者感染恶意软件的风险，保障用码安全。

2 养成良好的二维码使用习惯，不盲目扫描来历不明的二维码

消费者自身良好的使用习惯，是其维护自身利益的重要环节，也是降低染毒概率的另一重要手段。建议消费者选择来自安全可靠渠道的二维码进行读取，一般通过知名公司生码平台所生成的二维码优惠券、公开发布的广告中的二维码，不易被篡改替换。而对于来历不明的二维码，特别是路边广告、电梯内广告、广告宣传单、不明网站的二维码，消费者不要盲目扫描，如果扫码确有必要，则要提前检测。

3 手机二维码在线购物、支付更要谨慎

目前，部分网站上线了二维码支付通道，扫拍媒体广告上的二维码，就可以实现购物和支付。但消费者在使用手机支付功能时，一是要保持警惕，看清网站域名，不要轻易点击反复自动弹出的小窗口页面；二是保护好自己的身份信息，不要轻易向他人透露；三是如果用手机和银行卡绑定，不要在银行卡内储存过大数额的资金，避免发生连锁反应。（中消协）

熟悉快递新规 依法维护权益

2013年3月1日，新的《快递市场管理办法》（以下简称《办法》）正式施行。《办法》对快递业务的个人信息保护、签字验收程序、丢失物品如何索赔等热点问题都作出了明确规定。消协部门第一时间为您解读快递新规，帮您更好地运用新《办法》，最大限度维护自身权益。

1 易碎品、外包装明显破损的快件应先验收再签字

收到快件后，到底应该先签收再开箱验货，还是应该先开箱验货再签收？针对此问题，一直是网购诞生后，消费者和快递公司争论的焦点，新《办法》明确规范了这个问题。新《办法》规定，派件员应当主动告知收件人当面验收快件。一般情况下，快件外包装完好，收件人要先签字确认。如果快件注明为易碎品及外包装出现明显破损的，企业应主动告知收件人先验收内件再签收。同时，对于网络购物、代收货款的快件，企业应当与寄件人在合同中明确投递验收的权利义务，并提供符合约定的验收服务，验收无异议后，由收件人签字确认。可见，先验收后签字是制度性的要求，无疑为消费者维护自身权益提供了保障。

2 快件丢失索赔不再以三倍邮资为限

花20元快递一部手机中途丢失，因为事先没有保价，快递公司

只赔60元；网上购买花瓶，收到一盒玻璃碴，最多也只能赔偿邮资的三倍等等，相信不少消费者都经历过这种烦心事。随着新《办法》的施行，这种不合理的规定被废除，即在赔偿方面，没有保价的快件丢失不再以3倍邮资作为赔偿上限，而是适用《民法通则》、《合同法》等民事法律关于损失赔偿的规定，即货物的毁损、灭失的赔偿额，当事人有约定的，按照其约定；没有约定或约定不明确的，按照交付或应当交付时货物到达地的市场价格计算。

3 快递公司私自泄露用户个人信息将受严惩

快递单作为记录客户详细信息的介质，属于个人隐私，受法律的保护。然而，近年来，它却不断被人为泄露，严重侵犯了消费者的隐私权。被泄露的快递单信息，除了被用来在购物网站“刷钻”，还可能被用于制造假包裹进行网络诈骗，更严重的是，因快递单信息泄露而引发的刑事案件也不时见诸报端。新《办法》加大了对违法提供用户信息行为的处罚力度，除行政处罚外，构成犯罪的，依法追究刑事责任。作为消费者，应提高个人信息安全保护意识，载有个人信息的快件包装盒和包装袋丢弃前，应先把快递单撕掉，免得被别有用心的人捡到而造成信息外漏。

4 “无着邮件”的保存期限不得低于半年

快递人员或者寄件人由于种种原因，使得运单信息有误或者模糊不清，快件无法投递到收件人，同时又无法退回寄件人，变成了“无着邮件”。新《办法》对此作出了明确规定：经营快递业务的企业对无法投递的快件，应当退回寄件人。如无法退回，企业应当登记，超过六个月仍无人认领的，由快递企业在邮政管理部门的监督下进行开拆处理。消费者在邮递物品时，要尽量确保填写的信息准确，并保存好快递企业提供的运单号，万一出现信息有误的情况，可以通过运单号到网站查询，以防物品丢失。

有关新《办法》的其他详细规定，消费者可通过查阅国家邮政局网站：<http://www.spb.gov.cn>颁布的《快递市场管理办法》全文。新《办法》实施后，消费者在快递消费中权益受到损害，可以及时向邮政管理部门和消保委咨询、投诉。

（青岛市消保委）





选择房产中介有“诀窍”

调控房地产“国五条”的颁布后，二手房屋交易量交易量剧增，也带动了房地产中介服务行业的快速发展。但同时，大量的房产交易，也导致了各种与利益相关的矛盾，消费纠纷明显增多。当前房产中介服务消费纠纷，主要存在三种情况：一是房地产中介服务机构未严把手续审查关，居间介绍手续不齐全的房产，导致买方无法过户；二是房地产中介服务机构存在隐瞒真实价格，擅自抬高房价，赚取差价的现象；三是由于买卖双方与中介服务机构未明确服务内容、服务标准、违约责任等，交易失败导致争议。

因此，招远市消协呼吁房地产中介服务机构应加强自律，诚实、守信、合法经营。同时，提醒广大消费者在接受中介服务时，一定要注意以下事项：

1 要选择正规的、信誉较好的中介服务机构。注意实地查看中介机构的经营状况，认真

核对该中介机构的营业执照和房产经纪人资格证书。

2 消费者在签订中介服务合同前，应当向中介服务机构了解以下事项：（一）执行该业务的房地产经纪人员姓名、注册号以及是否与房地产交易另一方当事人有利害关系；（二）应由委托人协助的工作、提供的必要资料 and 文件；（三）房地产交易的一般程序；（四）交易过程中涉及到的税费缴纳情况；（五）交易标的相关情况以及可能引发的风险和后果；（六）房地产交易参考价格；（七）经纪服务的内容及完成标准；（八）服务收费标准和支付时间；（九）定金的收取及违约事项的约定。

3 买卖双方应分别与中介服务机构签订详细、具体的书面中介服务合同，将各自的权利与义务、中介服务机构作出的口头承诺等予以明确表述。

4 认真核实相关信息。注意查看房产证原件，必要时还可到房管局核实房东的房产证、身份证、户口本等证件。同时，在房产买卖交易过程中，双方一定要见面，相互了解真实意愿和价格信息，如属委托交易，则必须要求提供具有法律效力的委托书，杜绝不法分子可乘之机。

5 仔细阅读房产买卖或租赁合同条款，发现违规之处要及时提出，如有特别约定的，可以通过书面形式提供补充说明，明确双方责任，避免出现纠纷。

6 消费者在提交中介服务费时，应索取有效服务凭证，并加盖中介服务机构公章。在合法权益受到损害时，应及时向有关部门申诉、投诉或反映、举报，依法维护自身的合法权益。

（山东省招远市消协）



《信托公司集合资金信托计划管理办法》规定，“委托人应当以自己合法所有的资金认购信托单位，不得非法汇集他人资金参与信托计划。”对于普通百姓来说，必须了解理财产品的有关规定，避免因与有关规定抵触而发生法律风险

团购理财产品风险大

看电影、买手机可以团购，专业的理财产品也能团购？答案竟然是“OK”，某商业银行日前推出“理财一起团”计划，新客户可以和老客户一起组团，共同享受折扣。而在此之前，已有不少理财网站推出过基金、信托等理财产品的团购活动。理财产品团购是否靠谱？对此，专家指出，“抱团”购买理财产品，实际操作上有很大风险。

目前，理财产品团购主要分为两类：

1 是降低投资门槛。现在很多理财产品都有准入门槛，投资者手头的资金不足，就无

法购买适合自己的理财产品。团购能很好地解决这个问题。

2 是减少交易手续费。单独进行投资，交易成本往往会吞噬一定的投资收益。但以“团”的方式进入资本市场、期货市场、购买基金，都可以得到手续费的优惠。

虽然通过团购，“小本经营”的个人投资者也能购买门槛和收益更高的理财产品，但正所谓天下没有免费的午餐，团购理财其中隐藏着的风险也不小，团购中的法律风险更值得关注。以信托产品为例，虽然团购中每个人都出资，但碍于相关规定，团购投资者只能将全部

资金登记在其中一个人或者机构的名下，由其享有受益权。一旦发生意外情况或纠纷，其他出资人的利益很可能得不到保障。

《信托公司集合资金信托计划管理办法》规定，“委托人应当以自己合法所有的资金认购信托单位，不得非法汇集他人资金参与信托计划。”对于普通百姓来说，必须了解理财产品的有关规定，避免因与有关规定抵触而发生法律风险。理财专家指出，在诚信意识普遍缺乏的大环境下，普通人还是不要轻易尝试“团购理财”，与可能遭遇的投资风险相比，省下来的这点蝇头小利，实在不值一提。

（中消报）

春节调解跨省消费纠纷

2月15日，刚好正月初六，密云县消协接到消费者高女士电话反映，称其于春节前在山西省汾阳市办事时，在一家超市花460元购买了两箱当地特产“平遥牛肉”，准备春节期间招待客人之用。2月9日（正月初一）在家招待客人，用刀切“平遥牛肉”时切出一个长约3厘米、粗4毫米的螺丝钉，而且金属表面都生满锈迹。高女士认为大过年的遇到这种情况很添堵，而且在客人面前也让自己很没面子。当时正值过年，自己又是在外省购的物，真不知道如何维护自己的权益。在这种情况下，高女士电话咨询消协，如何才能维护自己的合法权益。

由于还处在春节放假期间，消协值班的工作人员接到电话后，先对消费者高女士进行安抚，表示一定会尽全力帮她依法维权，同时立即将情况汇报给领导，之后工作人员又通过各种渠道与山西省平遥牛肉的生产厂家取得联系，并及时将消费者高女士所遇到的情况反馈给产品的生产厂家。厂家接到问题反馈后表示高度重视，当即表示对此事负责。虽然之前从未发生过这种事情，但事情发生后，一定会安排专人认真妥善处理好问题，直到消费者满意为止。

2月17日，山西省平遥牛肉的生产厂家委派北京的总代理来到密云消协，全权受理解决消费者高女士所遇到的问题。据其介绍，该产品的生产企业是一家知名企业，发生这一情况绝非企业故意，实属一次意外。针对消费者高女士所遇的情况，北京总代理在查看了消费者所发现的实物后，立即与生产厂家进行沟通商量。最后，一次性赔偿消费者高女士各种经济损失600元。

事后，调解双方都表示感谢消协在新春佳节期间，仍然不忘维护消费者的合法权益。此次调解，不仅维护了消费者的合法权益，同时也维护了生产企业的信誉。

（密云县消协）

家具与“约定”不符应退货

3月12日上午，密云县消协接到消费者郑女士夫妇反映，称他们订购的一组木质家具，与经销商送来的家具型号不一样，双方协商不成便投诉到消协。

1月26日，消费者郑女士夫妇在密云县云光家具商场某家具经销处订购了一组木质家具。3月6日，经销商送货上门时，郑女士发现送来的家具与自己之前订购的家具不是一个型号，于是便立即联系经销商，经销商承认失误是自己造成，与消费者没有任何关系，但就是不愿意解决问题，而且态度非常的不好，始终与郑女士围绕着合同扯皮，并表示郑女士爱找哪找哪投诉去。无奈之下，郑女士找到消协求助。

接到投诉后，消协工作人员详细的了解消费者反映的情况，又认真的查看了消费者的购买合同，认为送错型号的家具系经销商自身失误所致，且在处理这一问题上存在态度不当。工作人员与密云县云光家具商城的相关负责人取得联系，并建议商场本着对消费者负责任的态度，认真稳妥的解决这一问题。商场方也表示了解情况后，尽快会给消费者一个答复。

不到一个小时，消费者郑女士夫妇便给消协打来电话，感谢在消协帮忙调解之下，经销商一次性给他们退还已经交付的2100元货款，并赔偿400元其它经济损失，问题得到了圆满解决。

（密云县消协）

网上买到三无产品难退货

2012年12月31日，消费者张先生在舍得网上购买了一个移动电源，价格89元。收货后发现产品及包装上均未标注产品名称、厂名、厂址，张先生怀疑是三无产品，遂要求商家退货，商家一直拖延不予解决，张先生投诉到消协请求调解。

东城消协分会接到投诉后，及时与被诉商家取得联系并核实情况，证实消费者反映的情况属实。商家负责人表示，消费者购买的移动电源是从厂家直接给消费者发的货，他们也没有看到产品本身，既然存在这种情况，他们同意给消费者办理退货，并让消费者先将产品寄回去，收到产品后他们将退还给消费者货款及快递费，之后他们会再与生产厂家交涉此问题。

产品寄出去几天后，张先生收到了商家为其办理的89元退款，并表示对这个调解结果很满意。（东城区消协）

购买贵重物品需保存好凭证

近日，东城消协北新桥分会接到消费者苗先生投诉，称其在某网站购买的一款“海鸥”手表，7天内出现走时不准，要求经销商更换产品遭到拒绝，而经销商只同意为苗先生提供维修服务。

消协工作人员接到投诉后，及时与手表经销商取得联系，并让经销商自行观察手表是否存在问题，最终经销商认可手表属质量问题。经过协商，经销商同意给苗先生更换一块手表，但由于暂时无货，让苗先生一周后再取货。三天后，经销商主动联系苗先生更换手表，问题得到了解决，苗先生也表示非常的满意。

通过此案例，提醒广大消费者在购买贵重物品及电子产品时，一定要保存好购物凭证；其次是在7天内认真观察商品的质量问题，如果发现商品存在质量问题，及时检测后找经销商尽快解决问题，切莫错过最佳申诉的时间。

（东城区消协）

买到过期蜂蜜退货遭抵赖

1月14日，消费者隋先生在某超市花12.85元购买了一瓶“百花牌”儿童蜂蜜。几天后，隋先生发现所购买的蜂蜜已经过了保质期，于是找到超市理论，超市的售货员不承认该蜂蜜为超市所售。之后隋先生的爱人又找到超市，超市还是不承认该蜂蜜是超市所售，并声称查过商品进货记录多次，并没有该批次商品。隋先生认为该记录不可信，争论无果。而后，隋先生将此事投诉到西城消协。

西城消协接到投诉后进行了相关调查，发现隋先生的购物小票与所购商品一致，而且隋先生购买的蜂蜜在购买时确实已经过了保质期。消协认为超市方虽然声称有商品进货记录，但不足以证明该过期商品就不是超市所售，超市应负有主要责任。同时，消费者在购买商品时没有查看商品保质期，以致没有及时发现过期商品，以后也要多留心注意。

经过消协两次调解，超市与隋先生最终达成和解，事件圆满解决。

（西城区消协）

购买汽车需签订详细合同

今年1月份，消费者刘先生在顺义区某品牌汽车4S店购买了一辆汽车，取车后发现导航系统与购买前所看样车的资料不同，刘先生怀疑不是原厂配置，刘先生多次找4S店交涉均无果，于是投诉到顺义区消协。

顺义区消协接到投诉后，成立专门调解小组进行调查核实，发现刘先生购买汽车的导航系统是原车身配置的普通版本，之前刘先生看到样车资料的导航配置是升级板式。经过调解员的调解，4S店同意无偿为刘先生重新安装原厂配置升级板式的导航仪。

目前，由于汽车类投诉无专门法规可依，一些商家利用国家暂时未出台汽车“三包”规定，随心所欲地解释卖车时的承诺，想方设法逃避责任。同时，在维修价格上也没有统一规定和制约，部分维修商的定价存在欺诈消费者的现象。对此，消协提醒广大消费者，在购车时应多了解有关法律法规，不要轻信经营者的口头承诺，要把口头承诺书面化；注意合同中关于产品质量及售后服务的条款，注意各种凭证（主要有购车发票、车辆合格证、三包服务卡、车辆使用说明书、其他文件或附件）是否齐全，以免将来出现问题无据可依，有问题时可及时向当地12315投诉。

近年来，北京市汽车消费投诉反映主要体现在：一是维修时间过长，不按时交车，而且从业人员的素质良莠不齐，在技术解答时，无法及时打消客户的疑虑，也导致部分咨询升级为投诉；二是经营者利用消费者对车的知识缺乏的弱点，在维修保养的过程，对维修的部位、更换的零件以及价格费用等，采取“无说有、小说大、少说多”，欺骗消费者；三是当汽车出现质量问题时，应由经营者负责的，经营者经常以消费者使用不当为由，不予负责。

（顺义区消协）



家装质量不过关应返工

消费者李女士与某家装公司签订了一款价格为28800元的家庭装修套餐合同。在装修过程中，李女士多次发现装修工程出现质量问题，如灶具变形、门框变形、电线漏电等等，甚至还存在家装公司不按合同约定增加其他收费项目。为此，李女士多次找到装修公司协商解决，但是家装公司不是搪塞就是推脱，李女士感到很不满意便投诉到消协。

消协受理投诉后，就李女士投诉的情况进行调查了解，发现李女士反映的装修工程质量问题确实存在。但家装公司不承认他们的装修工程存在任何质量问题，还对李女士反映的问题进行辩解。之后，经消协、消费者、监理公司、家装公司一起实地勘查后，家装公司不得不承认了施工中存在质量问题。

最终，家装公司承诺对李女士反映的质量问题逐一进行返工，直至消费者满意为止，并一次性退还李女士2800元，李女士对投诉的调解表示非常的满意。同时，消协也对家装公司不负责任的态度，以及监理公司把关不严的做法进行了批评。

(西城区消协)

金饰品以旧换新有“猫腻”

去年五一期间，陈女士得知某商场黄金专柜正在搞金饰品以旧换新活动，于是拿出自己96年购买的一枚黄铂金戒指，准备换一条新项链。在换购的过程中，陈女士被告知她的戒指只能按18k金饰品的价值换购，可陈女士当初买的戒指是黄铂金，按行业规则最低也应该按千足金换购，并且陈女士还有在这家商场购买戒指的发票证明。陈女士觉得这种换购方式不合理便投诉到消协。

接到投诉后，西城消协与商场售后服务部门取得了联系，反馈了消费者反映的问题，并要求商场进行核实情况并给出合理解释。商场售后负责人表示黄金柜台确实出现这种情况，是因为个别售货人员没有执行换购标准操作失误所致。

最后，商场黄金专柜以千足金的价格加上合理的手续费给陈女士换购了一条称心的项链。(西城区消协)

免费美容体验后却要收费

近日，房山区消协接到消费者赵女士投诉，称她2005年在良乡某美容院购买了预付费消费卡，并一直在那里接受美容服务，2012年8月在该美容院接受玻尿酸面膜美容免费体验后，美容院要求支付美容费用，她认为既然事先宣传免费体验，然后收费不合理，所以就拒绝支付。

从那以后，她预约美容服务就不断遇到麻烦，美容院甚至给她提供过期化妆品。在对美容院失去信心后，她便要求退还预付费卡余额1.2万元。由于她在该美容院消费时间较长，购买产品及服务种类繁多，预付费卡中部分余额由多年积分兑换。双方多次协商，一直没有结果。

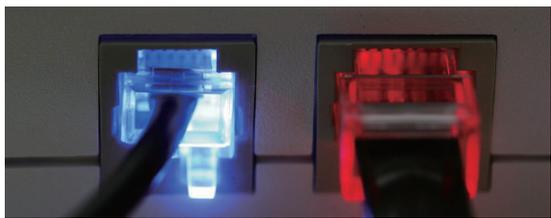
今年3月初，赵女士无奈之下来到房山区消协投诉。接到投诉后，消协工作人员多次到美容院调查了解情况，约见经营者协调解决问题。最终，经营者同意退还预付费9000元，并更换过期化妆品。消费者赵女士对调解结果表示满意，并专门给区消协寄来感谢信。(房山区消协)



宽带服务不稳定 按照合约退费

近日，消费者郑先生电话投诉，称在使用北京电信通信工程公司提供的宽带服务时，发现网络不稳定。依照合同约定：如果网络不稳定可以给顾客退费。因此，郑先生要求宽带公司退还当初支付的1740元服务费，宽带公司不承认合同约定并拒绝退费。

消协分会接到郑先生投诉后，及时与宽带公司取得联系，宽带公司表示，会尽快查阅合同条款，核实消费者投诉的情况，如果情况属实，将与消费者沟通协商解决问题。经核实，宽带公司承认合同中有对网络不稳定给消费者退费的约定，同意退还郑先生1580元宽带服务费，郑先生对调解结果表示很满意。（东城区消协）



订购汽车无法履约应退费

近日，消费者李女士来到房山区消协投诉，称她在北京某汽车销售服务有限公司签订汽车购买协议，当场支付定金5000元，并约定订购车颜色为翡丽灰。但随后该销售公司却说，厂家不再生产翡丽灰色汽车，让她将汽车颜色变为银色。李女士表示不同意，要求销售公司退还定金。多次与销售公司协商，一直没有结果，于是向消协投诉。

房山区消协青龙湖分会受理投诉后，迅速联系汽车销售服务有限公司和消费者李女士进行当面调解。经过消协调解，最终双方达成一致意见，汽车销售服务有限公司退还李女士购车定金4000元，双方对调解结果均表示满意。



手机出了问题找“三包”

2013年1月22日，消费者阮某在苏宁电器购买了一部摩托罗拉XT532手机，价格1899元。1月26日，阮某发现手机出现黑屏现象，于是找到商家要求退机，商家要求消费者先到公主坟摩托罗拉手机维修部咨询，阮某又拿着手机送到维修部，维修部的工作人员表示手机只需要系统升级，系统升级后手机便恢复正常使用。3月25日，阮某又发现手机出现黑屏，再次维修后，4月5日阮某的手机继续出现黑屏现象。

自购手机之日起的2个多月时间里，阮某的手机频繁的出现黑屏现象，期间多次与苏宁电器协商要求退货都没有得到同意。就这样，阮某一次次奔波于商场和维修部之间，不仅影响了平时日常的通信，在给生活上添加了很多麻烦，而且问题还是迟迟得不到解决。于是，阮某不满商场的处理意见，将事情投诉到西城消协。

消协受理投诉后，调查发现，在摩托罗拉维修部的四次手机维修记录，证实阮某所购的摩托罗拉XT532型号手机确实有黑屏问题，而且经过多次修理仍然不能正常使用。同时，电器商场的负责人也承认阮某所反映的情况属实。

消协认为，阮某所购手机确实有质量问题，而且在商家“三包”责任范围之内，商家应当积极履行《移动电话商品修理更换退货责任规定》中的“三包”责任，即规定第十一条：自售出之日起7天内，移动电话主机出现附表3《移动电话商品性能故障表》所列性能故障时的，消费者可以选择退货、换货或者修理。消费者要求换货时，销售者应当免费为消费者更换同型号同规格的移动电话。消费者要求退货要求时，销售者应当免费为消费者退货，并按发票价格一次性退清货款。阮某提出退机要求符合上述规定，问题是商家没有站在消费者的角度为消费者着想，而是一再要求消费者进行维修。消协对商家这种不负责任的行为进行了批评，商家也承认自己的过失并向消费者赔礼道歉，并返还购机款1998元，投诉得到圆满解决。

（西城区消协）

产品缺陷伤人身 商家厂家共理赔

【案情简介】

2012年9月20日，消费者耿女士在怀柔某商户处购买了一个某品牌的暖手宝，价格27元。同年12月25日，耿女士第一次给暖手宝充电加热时，暖手宝突然发生爆炸，致使耿女士两脚和左臀部被暖手宝内的液体烫伤。经怀柔区66329部队医院诊断后，被定为2度烫伤。耿女士的家人随即找到怀柔区消协投诉，接到投诉后，怀柔区消协迅速与属地的龙山消协分会联合开展调查取证工作。

【调解结果】

经调查了解，该投诉事实清楚、责任明确。怀柔区消协和龙山消协分会责成商户将暖手宝爆裂致人烫伤一事反映给代理商和生产厂家。另外，耿女士自退休后一直做兼职工作，每月有2500元的收入，给她造成了严重的经济损失。在调解期间，耿女士在家人的陪护下进行了住院治疗。依据《消法》

和《民法通则》有关规定，怀柔区消协和龙山消协分会对当事人双方进行调解，最终达成一致意见：由店主、代理商和厂家三方一次性共同赔偿耿女士医疗费、护理费及误工费共计16000元。

【案例点评】

《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十一条规定：“经营者提供商品或者服务，造成消费者或者其他受害人人身伤害的，应当支付医疗费、治疗期间的护理费、因误工减少的收入等费用。”《中华人民共和国产品质量法》第四十四条规定：“因产品缺陷造成受害人人身伤害的，侵害人应当赔偿医疗费、治疗期间的护理费、因误工减少的收入等费用。”《中华人民共和国民法通则》第一百二十二条规定：“因产品质量不合格造成他人财产、人身损害的，产品制造者、销售者应当依法承担民事责任。”（怀柔区消协）

服装质量纠纷多 一试二问三索取

【案情简介】

消费者王小姐在顺义区某服装店购买了一件针织衫，用清水洗涤后发现褪色严重，于是投诉到区消协。在消协调解员组织调解过程中，店方坚称褪色是消费者洗涤不当造成的，除非经权威部门鉴定是服装质量问题，否则拒绝退换。无独有偶，消费者张先生在某品牌服装店购买了一套运动服，也是因为褪色问题向区消协提起申诉。

【调解结果】

经消协工作人员调解，店方最后同意以“感谢消费者对产品的关心”为由，为消费者更换了同品牌不同款运动服。

【案例点评】

据顺义消协2012年度受理消费者投诉情况分析显

示，服装质量问题在日用百货类消费申诉中排名第二，主要问题是：褪色、缩水、开线、开裂等现象。由于我国除了鞋类有相关的“三包”规定之外，服装等商品并未纳入“三包”目录，没有可以依据的法律依据，一旦产生纠纷，调解就会陷入无法可依的困境。因此，顺义消协提醒广大消费者，在购买服装时应做到“一试二问三索取”：首先应当试穿，并检查是否有破损、染色、开裂、漏针或其他剪裁、缝纫不当的瑕疵，以及面料是否容易引起过敏等健康问题；其次应详细了解服装的成分、保养洗涤方式、产地以及售后服务等要点；第三，消费者一定要向店方索取消费凭证，看清上面是否填写货物种类、购买时间、地点、价格等信息，当发现自己合法权益受侵害时，应积极向申诉机关提供相关证据，才能有效维护自己的合法权益。

（顺义区消协）

商家真实身份不明 消费者维权陷困境

【案情简介】

肖先生从电视上看到一款减肥产品的广告，广告上声称每天只要坚持使用15分钟，就能减肥18—24斤。于是肖先生花了538元购买减肥产品，坚持使用一个月后，发现没有任何效果，多次电话联系销售方要求给予退货，销售方总是以使用方法不当为由拒绝退货。肖先生在屡次协商失败后，找到消协投诉。

【调解结果】

接到投诉后，消协工作人员拨打减肥产品的销售热线，销售方自称为北京某某有限公司，经查询核实北京并无此公司名

称，在消协工作人员的再三追问下，销售方也一直不予说明。经多次沟通，销售方最终答应给消费者退货。3天后，销售方通过送货人员将538元货款退还消费者。

【案例点评】

在只有经营者电话号码，无法查询到经营者公司名称和具体经营地址的情况下，很多消费者的投诉都无法受理，只有少数投诉能够给予解决。在此，消协提醒广大消费者选择网络购物时，要先了解经营性网站相关知识，掌握辨别违法经营性网站的技能，提高对网络销售商品、药品、保健品等的认识能力，不给违法者可乘之机。（房山区消协）

高额会员费易交难退 预付费消费亟待立法

【案情简介】

2012年3月14日，长阳消协分会接到消费者薛先生、肖女士投诉，称他们在2008年与某高尔夫球管理公司签订了会员协议，缴纳了5万元会员费，便可接受高尔夫球管理公司提供的会员服务，该服务协议有效期为三年，三年后消费者若不同意升级为终身会员，可要求退还会员费。薛先生、肖女士于2011年就准备不再接受高尔夫球管理公司服务，并要求退还各自的5万元会员费，经营者虽口头承诺退费，但一直没有任何实际行动，消费者最终投诉到长阳消协分会。

【调解结果】

经调解，4月10日，经营者退还薛先生、肖女士会员费共计10万元，消费

者对长阳消协分会的调解结果表示很满意。

【案例点评】

近几年，不少商家为了招揽顾客纷纷推出会员服务，而且多为“预付费消费”。美容卡、剪发卡、健身卡等预付消费少则充值几百，多则几万。不少消费者感叹，如果不办卡，单次消费价格真是贵得超出想象；办卡又担心商家关门停业、携款外逃。目前，预付费消费问题是一个法律盲区，必

须通过立法的方式，加强对发卡行为的规范和管理。因此，消费者在签订大额预付费消费协议时，一定要注重合同细节，保护自身合法权益。

（房山区消协）



签订婚宴未举办违约 经营者退押金促和谐

【案情简介】

陈女士为给儿子举办婚礼，于2011年9月与某酒店签订了婚庆服务协议，并缴纳押金3000元，只可惜孩子最终未能成婚，陈女士无奈中找到酒店请求退还婚宴押金。双方交涉中，酒店有关负责人表示押金收据中明确表明“押金不退”，但最终同意消费者可以用此押金在酒店用餐使用。2012年11月20日，陈女士向消协求助，表示自身经济能力有限，本想好好举办的婚礼未能成行，已经对其造成了很大心理压力，希望消协

同志能为她减少一些损失以作安慰。

【调解结果】

经青龙湖消协分会调解，酒店同意为消费者退还2000元婚宴押金，扣除1000元作为消费者未能履行婚庆协议的违约金，消费者表示同意，并对青龙湖消协分会工作人员能够急消费者之所急，表示真诚的感谢！

【案例点评】

陈女士在签订协议时，已被告知押

金不退，在婚宴未能举办的情况下，却已存在违约行为。《中华人民共和国合同法》第一百零七条规定，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，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。考虑到消费者经济情况，在调解过程中，经营者同意将部分押金退还消费者，一定程度挽回了消费者的经济损失，同时也维护了社会和谐。

（房山区消协）

问题产品维权先检测 经营者应主动让步

【案情简介】

消费者张先生于2011年8月7日从经营者处花费3300元购买了50平米某品牌8FT006型地砖，2011年10月底装修结束，开始瓷砖效果很好，消费者很满意。自2012年4月开始，张先生发现位于行走区域的瓷砖出现发白、磨损现象，经双方协商，经营者同意为消费者补偿同数量的问题瓷砖，但不保证不再发生此类问题，消费者表示如果再出现问题，自己家里将成为工地，遂投诉到消协。

【调解结果】

经调解，经营者表示其所销售的同类瓷砖没有出现过张先生家里的情况，至今库房中该类瓷砖也仅所剩几十块，若按消费者的要求更换瓷砖并安装，须消费者出具该瓷砖检测不合格的证明。由于检测途径对消费者维权成本较高，区消协本着避免检测和解原则，多次努力协调双方意见，最终经营者同意为消费者补偿1000元，由消费者自行处理瓷砖变色问题，消费者表示非常满意。

【案例点评】

现在，检测成为一些商家卡住消费者维权的“绊脚石”。不少消费者反映，商家往往以需出具质量检测申报为由，让消费者维权堕入两难。因此，消协工作人员在调解过程中，面对商品质量问题难以判断或消费者检测难的情况，大多本着以消费者为本的原则，要求经营者主动让步，从而达到避免消费者检测，挽回消费者损失的目的。

（房山区消协）

租个场地，以“送赠品”、“免费体验”、“打折促销”等手段千方百计吸引消费者参加，之后肆意夸大产品价格或者功效，欺骗消费者，这是一些不法经营者敛财的惯用手段。不难发现，他们的消费群体大多为老年人，老年人由于信息不灵，缺乏判断能力，而且喜贪图小便宜，糊里糊涂就上当了

宣传促销莫轻信 商家忽悠没商量

【案情简介】

去年9月21日接到消费者顾先生投诉，电话里他称与七十多名消费者遭遇了骗局：9月3日赵巷镇不少居民收到一份宣传单页，让他们参加在恒元楼饭店内的某品牌保温锅的销售活动，9月4日包括顾先生在内的多人凭宣传单到恒元楼饭店内听课，课上对方给每人赠送了一个钢盆，还搞了买10元钱的水壶返10元现金的促销活动，第二天上午他们又到饭店内听课，并参加了当天搞的买价值60元炒锅返50元现金的活动，在这之后经营者开始推销一款“菲尼迪6代畅销储热保温锅”，称此款锅子市场价值为1280元，现场以最低价600元出售，并声称“敢买就敢送”等说法，不少消费者纷纷解囊购买，之后才发现所谓的送是再送一个保温锅，而且有消费者使用锅子后发现没有现场宣传的效果好，还存在着不同程度的质量问题。事后他们想找促销方退货却已不知去向，消费者们只能找到恒元楼的负责人夏老板，但夏老板拒绝对此事负责，双方产生了不小的冲突。

【调解结果】

接到投诉后，青浦区消保委会同当地工商部门和派出所，并约请了三名消费者代表以及恒元楼负责人对事件进行沟通协调。消费者代表们对自身权益如何受损提出了三点：一是主办方以“敢买就敢送”误导消费者；二是当天管理混乱，部分消费者购买保温锅却没有拿到赠品；三是保温锅没有现场宣传的那么好，他们还称，东西是在恒元楼饭店内卖出的，现在找不到主办方，恒元楼负责人必须承担责任。对此恒元楼负责人则表态称：9月初促销方负责人胡立清到店要求租借饭店底楼大厅，用于产品宣传和销售，双方进行了口头约定，每天租借费500元。我店只出租地方，但未参与胡立清的经营行为，故我店不同意消费者的退货和赔偿要求。双方都坚持自己的意见，调解工作陷入僵持状态，针对这种情况，调解人员一方面做消费者的安抚工作，另一方面，要求恒元楼夏老板积极配合，提供销售者的详细信息，以尽快能够找到负责人胡立清。事后由于始终无法找销售方，恒元楼负责人坚持认为自己没有任何责任不作出任何处理，最后只能建议消费者通过其他途径解决。

【案例点评】

本案中，促销方在销售保温锅前搞了一系列买东西返现金的促销活动，而在销售保温锅时又以“敢买就敢送”的噱头，对方的这种说法很容易使消费者误解以为销售者继续在搞买东西返现金的促销，其实所谓的“敢买就敢送”即现在常见的“买一赠一”销售方式，消保委认为这种销售行为涉嫌虚假宣传来误导消费者。根据《消法》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。

租个场地，以“送赠品”、“免费体验”、“打折促销”等手段千方百计吸引消费者参加，之后肆意夸大产品价格或者功效，欺骗消费者，这是一些不法经营者敛财的惯用手段。不难发现，他们的消费群体大多为老年人，老年人由于信息不灵，缺乏判断能力，而且喜贪图小便宜，糊里糊涂就上当了。消保委在此提醒广大老年消费者莫当“虚假宣传”下的“消费勇士”，谨慎参加此类没有消费保障的促销活动，更不要轻信这些主办方的忽悠，避免自身权益受损；同时也希望全社会共同督促经营者诚信经营，依法经营，尽量杜绝此类侵害消费者事件发生。

（上海市消委会）

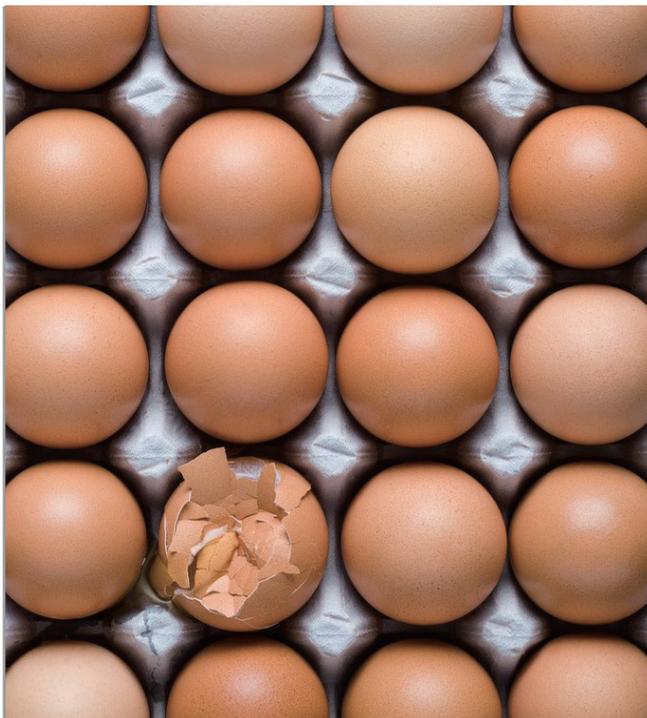


17个要点防禽流感： 鸡蛋买回家洗洗 不带病运动

禽流感的卷土重来，让人们再次开始审视自己的生活习惯。作为普通百姓，如何才能在生活各个方面预防H7N9禽流感？给家里消毒、提前吃药预防到底管用吗？饮食和外出上又该注意什么？为了弄清这些问题，《生命时报》记者采访了卫生部中日友好医院中医呼吸科教授晁恩祥，中国农业大学食品学院副教授范志红，西安体育学院运动医学教研室副教授苟波，首都医科大学附属北京地坛医院感染性疾病诊疗中心教授李兴旺、感染科教授蔡皓东，解放军总医院呼吸科教授刘又宁，以及天津药物研究院李红珠副研究员，并综合世界卫生组织和中国疾病预防控制中心给出的指导意见，为您提供详细的预防办法。

起居

1. 六步搓洗法洗手40秒。晁恩祥教授表示，生活中的病毒和细菌种类繁多，任何抑菌洗手液都只能起到一定的抑菌作用，不能单独预防某种疾病。从保证个人卫生方面考虑，抑菌洗手液或肥皂可以加强清洁效果。世卫组织建议，在准备食物



Focus

目前H7N9禽流感的感染源及传播模式尚不能确定，如何才能在生活中各个方面预防H7N9禽流感？专家针对起居、餐饮、运动、出行几项，为您提供详细的预防办法

前、中、后，吃东西前，使用卫生间后，处理动物或其排泄物后，手脏时，照顾家中病人时要洗手。洗手时应对指尖、指缝、拇指进行搓洗，使用六步搓洗法，洗手40秒或以上。第一步，掌心相对，手指并拢，互相摩擦；第二步，手心对手背，沿指缝互相搓洗；第三步，掌心相对，双手交叉沿指缝互相摩擦；第四步，两手互握，互相摩擦；第五步，一手握另一手拇指，在掌心旋转摩擦；第六步，指尖摩擦掌心。

2. 一周给家里做一次扫除。李红珠博士认为，目前H7N9禽流感未达到流行态势，如果不是从事接触家禽的工作，就没必要对家里进行消毒。过多使用消毒液，对环境也会造成污染。但随着气温的升高，病菌和病毒开始活跃，需要定期对家里进行大扫除，比如一周一次等。平时可以在家备上一瓶84消毒液，以备不时之需。

3. 上午10点到下午3点间通风半小时。虽然很多城市的空气质量不佳，但可以选择车流量较小且阳光充沛的时间开窗。李红珠建议，最好能在每天上午10点到下午3点之间，选择阳光好的时段开窗通风半小时；如果不能，也可选择在晚上下班后、车流量变小后通风半小时。

4. 回家后换衣换鞋。李红珠说，这是一种好的生活习惯，对预防禽流感作用不大。但养成进门换鞋换衣服的习惯，可以减少灰尘与致病菌的带入，有助于保持家居环境的清洁。

5. 出现早期流感症状就可去就诊。不论是中药板蓝根，

还是西药达菲都无法起到预防禽流感的作用。李兴旺教授指出，达菲是一种治疗性药物，可在流感发病两天内迅速控制病情，但没有预防作用。大家不需要吃药预防流感。一旦出现流感早期症状，如咳嗽、发烧、全身肌肉酸痛等，可去医院就诊。只要在发展为肺炎之前采取正确的治疗举措，就没什么可怕的。

餐饮

1. 吃肉一定要煮熟。世界卫生组织建议，吃煮熟的食物不会传播流感病毒。蔡皓东表示，禽流感病毒对外界环境的抵抗力不强，在100摄氏度的高温中，病毒1分钟内即可被消灭；70摄氏度时，几分钟便可被杀死。一些喜欢吃半生肉质的人最好改吃全熟的，烹调时保证肉质没有粉色的半生部分。

2. 鸡蛋买回家洗洗。范志红指出，最好选择经过表面消毒的干净蛋，这些蛋外表经过消毒，不容易传染病毒细菌。如果选择菜市场的普通鸡蛋，挑选时不要用手直接抓，套个塑料袋再接触。无论蛋壳上有没有粪便和羽毛，接触后都要洗手；剥下的蛋壳要立刻丢进垃圾桶。另外，建议存放鸡蛋前先清洗一下，最好放到密封的盒子里单独存放。鸡蛋也要烹饪成全熟再吃，暂时不吃开水冲蛋或蛋黄不熟的鸡蛋。

3. 养成良好的厨房卫生习惯。入厨之前要认真洗手，厨房里面的生熟食物分开存放，生肉和熟食要分别使用不同的案板刀具，接触过生肉、生鱼、生蛋之后要洗手、刷水池。厨房里的抹布、筷子笼等要定期高温消毒。

4. 饮食多样化，均衡营养。在日常饮食中要注意保证充足的蛋白质摄入，注意鱼虾、蛋、奶、及豆类的摄入；多吃富含维生素A的食物，如深色蔬菜和水果；注意锌和铁的摄入，吃一些动物肝脏、黑木耳、干果等。多吃清淡少盐的食物，多喝水。

运动

1. 坚持有氧运动。苟波说，适当的体育锻炼能增强身体抵抗力，推荐的运动是快走、慢跑和游泳。一些人喜欢跳舞，最好选择在公园或广场等比较开阔的地方，少去密闭的室内，如果舞伴中有感冒者最好远离。

2. 运动强度中等适中。苟波指出，春天早晚温差大，运动强度不要太大，中等温和的强度最合适，即在运动后感觉稍累、气喘。也可以计算心率来测量强度，一般运动后心率最好不要超过170减去年龄的数值。

3. 不要带病运动。有人觉得感冒后一身大汗可以缓解症状，其实不然。即便是轻度感冒后，也应避免强度大的运动。因为高强度锻炼，虽然可以暂时缓解症状，但由于运动后免疫细胞会进入休息状态，不利于抵御感冒病毒，可能令原症状出现反弹，甚至引发其他疾病。

出行

目前H7N9禽流感的感染源及传播模式尚不能确定，为了防止感染，可以在生活中选择一些更安全和卫生的出行方式。

1. 外出时远离有禽类的区域。刘又宁建议，到菜市场时，应避免接触活动物，少去有生禽宰杀的集市。

城市中有些广场可以喂鸽子，一些公园养有孔雀。外出游玩时，最好远离这些地点，特别是抵抗力较低的老人、小孩、孕妇等。

2. 外出就餐少吃路边摊。范志红提醒，尽量不在路边摊或卫生条件差的餐馆就餐。餐具可以用开水烫一下再用。

3. 出行戴口罩，骑车最好再戴上帽子。外出戴口罩是一种预防普通流感的方式，如果你已经患上感冒，这更是尊重别人的一种表现。为了降低疾病传染的可能，在咳嗽或打喷嚏时，最好用医用口罩、纸巾、袖子、肘部遮盖口鼻，用过的纸巾在使用后尽快扔入有盖垃圾箱，在接触到呼吸道分泌物后，及时洗手。为了保护自己，在别人打喷嚏时，最好能转头避一下。灰尘中也能携带一些病菌，因此需要长时间处在室外的人，或者骑车在外的人，除戴口罩外，最好还能戴上帽子，以防头发上聚集灰尘和病菌。

4. 备两双薄手套，每天出门戴一双。公共场所的扶手、门拉手、电梯按钮等都是病菌的聚集地，可以准备两双薄手套作为替换，每天出门戴一双，当晚回家清洗。

5. 鸟粪沾身，最好用消毒液清洗。城市活禽少，但鸟却不少。除需要避免接触死禽外，如果外出时有鸟粪落到身上，应在回家后，在落有鸟粪处喷上消毒液，然后将这个部位放在滴入消毒液的水中浸泡一下，再戴上塑胶手套进行清洗。如果有鸟粪落在车上，也应及时清理，并洒上一点消毒液，以防万一。

(生命时报)

主食吃面包、喝牛奶 有些“洋习惯”未必适合咱



中西方有许多不同的习惯。接触得西方影视剧多了，很多人接触到很多时尚的“洋习惯”，也有不少人认为这些外国的生活习惯都是好习惯，因而不顾自身的状况盲目模仿。实际上，中西方体质不同，一些“洋习惯”未必适合亚洲人。

西方人流行洗肠排毒 我们该尝试自然排毒法

在欧美，排毒一直十分流行。但肠道健康专家却说，除非有医学上的特别需要，否则通过洗肠方式来排毒只会将女人的肠道健康推向危险的边缘，因为它不仅扰乱肠内神经系统和肌肉的功能、损伤肠壁，还会杀死肠道内的有益菌群，降低免疫力。

对亚洲女性而言，我们的肠道系统并不如西方人那样强大。人体的肠道内寄居了多达500至1000种细菌，它们组成了庞大的生态系统。细菌与细菌间的复杂关系远远超出我们的想象。而且，经常洗肠会减慢我们的新陈代谢速率，让人更易长胖。就算西方女性十分青睐洗肠排毒法，但更适合东方人的仍是传统的自然排毒法。多食用富含膳食纤维的食物，可以很好地促进肠道蠕动和消化，从而达到排毒效果。

西方人每天喝牛奶 我们该早豆浆晚牛奶

尽管牛奶是最好的钙源，但不可忽视的是，接近四成亚洲人有“乳糖不耐症”。对乳糖不耐高发的亚洲人的肠道来说，豆浆或许更为适宜，它不会导致肠道不适，还含有丰富的蛋白质和不饱和脂肪酸。豆浆还不含胆固醇，对心血管健康也非常有益。

早餐空腹喝牛奶，会使胃黏膜受刺激，产生腹泻或肠鸣，因此对于东方女性来说，晚上喝常温牛奶是不错的选择。

西方人喜欢享受日光浴 我们却该小心地晒太阳

西方人无论年龄大小，都喜欢到海滩暴晒，拥有古铜色的皮肤，在西方审美来看是健康的，但代价是皮肤癌发病率越来越高。

其实，适当地接受日光浴能帮女人改善情绪、振奋精神，还能增强细胞免疫力，但因为日光本身是一种电磁波，过多来自红外线的“热效应”会让我们相对娇嫩的黄色皮肤形成过敏反应，在变黑、暴皮的同时，还会破坏真皮细胞的活性，加快皮肤衰老速度。所以在晒太阳时，应当尽量避免正午阳光的暴晒，必要时抹防晒霜防止皮肤老化。

西方爱吃面包 我们吃米饭也挺好

在西餐里人们的主食是面包。面包中磷和灰质含量较高，对于蔬菜的摄入量远不如亚洲人的西方人来说，常吃面包可补充体内缺乏的维生素。不过，越来越多的亚洲健康专家指出，米饭中的膳食纤维组成结构更符合亚洲人的营养构成和消化习惯，因为大米性味甘平，有健脾养胃的作用，对胃肠道相对薄弱的东方人尤其合适。

西方人饭后爱吃甜品 我们吃饱正餐刚好

吃完正餐，再来一小块奶酪蛋糕？事实是，一块100克奶酪蛋糕的热量是550卡，相当于10小碗米饭、7片黑面包或一块牛排的热量！美国女人的超重比率是60%，很大一部分原因是高热量的饭后甜点。而事实是，亚洲女性的新陈代谢速度

比西方人低12%左右，吃太多的甜食，会让黄种人更易发胖！要知道，甜点中含有大量脂肪和糖分，比起正餐中的米饭和肉类，胃肠道需要花比平常多3倍的时间把它代谢干净。

西方人喜欢睡软床 我们睡硬一点更健康

美国华裔女星刘玉玲曾向好友发出感叹：“只有躺在一张中国式的硬床上，我才会感到，原来自己还是个中国人。”

西方国家的床垫较软，这是由于西方人的腰骨比亚洲人坚硬，软床能更好地适应他们脊背的生理弯曲度。亚洲女性最好还是选择一张中等偏硬的床，它能有效地帮你缓解痛经和脊柱压力。

西方人爱用抗菌品 我们更适合普通香皂

西方人日常惯用各种抗菌洗衣液、洗手液、沐浴液甚至抗菌漱口水，但生物医学专家说，大多数微生物对于维持人体健康非常必要，频繁在日常生活中使用抗菌产品会导致有益菌群难以生存，反而不利于人体健康。而且，亚洲女性的皮肤敏感性比白种人的高，抗菌清洁品很可能加快我们真皮层的衰老速度。

其实，用热水和普通肥皂完全能够洗净双手，只要充分搓洗30秒就行了。

(宗禾)

吃宵夜有禁忌

5类食物半夜再饿也不能吃

有传说称“晚上八点以后不宜进食”，但现实是，对于不少加班族、应酬族来说，晚上八点以后不吃东西几乎是一件不可能的事情。根据调查，发现晚上九点以后进食的人群中，20-30岁的女性占20%以上、男性占30%以上，30-40岁的女性占10%以上、男性占35%以上。

虽然明知晚上太晚吃饭不仅不利于保持身材，对于胃也不好，但很多人不得不一边叹息着“没办法啊”一边在深夜进食。那么，有没有什么方法能让深夜进食的人吃得更健康一些呢？在深夜进食的时候，能不能有选择性地挑选一些健康的食品或者避开不健康的食品呢？

首先，深夜进食要注意避开五种食物

1、重口味的食品

重口味的食品大多数指含食盐量丰富的食物，晚上进食一定要注意控制盐分的摄入。因为深夜进食时间距离睡觉不久，如果摄入过多盐分，容易导致血液中钠的浓度升高，进而导致细胞失水，尿量增加，出现与临睡前大量喝水同样的效果。这样有可能导致睡眠过程中被尿憋醒跑厕所，影响睡眠质量。

2、大量牛奶或药草茶

大多数的研究报告都认为，牛奶中含有的钙质和色氨酸具有安眠的效果，药草茶也有一定的



助眠效果，可是一旦心理上过分依赖这些助眠食物，就有可能导致摄入量过多。一旦喝了太多的牛奶或药草茶，不仅会让你半夜跑厕所导致影响睡眠，同时也有可能让你在睡之前对自己会不会半夜跑厕所产生一定的忧虑情绪，反而会影响睡眠质量。

3、甜食

晚上吃甜食可谓是减肥大忌，如果在睡前吃甜食，那么原本可以被消耗的能量会因为人体转入睡眠无法消耗进而变为脂肪储存起来。另外，睡前吃甜食血糖值会升高，若一直保持高血糖的状态会对肾脏乃至神经末梢产生损伤。同时，吃甜食还会影响生长激素的分泌，而生长激素能够促进肌肉与骨骼生长，促进脂肪的分解，一旦该激素分泌受到阻碍，不但脂肪更易储存，人体的生长发育也会受到阻碍。

4、油腻的食物

油腻的食物含有大量的脂肪和能量，摄入后会花费相当长的时间去消化，因此可能保持长时间的高血糖状态。因此睡前吃了油腻的食

物，第二天起床后可能会有烧心的不适感，因此睡前应当控制油腻食物的摄入量。

5、酒精

众所周知，喝了酒以后睡觉容易浅眠，这是由于酒精对中枢神经的抑制作用造成的。喝了酒以后人容易感到亢奋，但实际上神经系统却处于关闭状态，因此喝了酒以后很容易让人觉得困倦。但酒精毕竟不同于麻醉药，这种抑制作用会在短时间内解除，接下来的时间里人都会处于一种兴奋状态，进而影响睡眠导致浅眠。

那么，深夜进食都应该注意什么呢？主要要注意两个方面。

一、进食时注意细嚼慢咽，吃东西的时候多咀嚼几下，容易让人产生饱腹感，进而减少食物和能量的摄入。想要增加咀嚼次数不妨选择一些弹力大的食物如魔芋、墨鱼、章鱼等食物，或选择一些膳食纤维含量丰富的食物如笋、菌类、海藻类食物等。晚上进食以煮食为好。

二、选择利于消化的食物

如果在睡前选择容易消化的食物，一般血糖值不易出现急剧的升降，同时也不会带来消化不良的困扰，一般情况下选择粥或者煮得绵软的面食较好。

(王宁)

洁牙粉不美白反伤牙？ 盘点三大牙齿美白误区

有调查显示我国近八成的人对自己的牙齿不满意，其中认为牙齿需要美白的占了大多数。从流行洗牙到如今众多的牙齿美白项目，如冷光美白、光氟化美白、美容冠等，可见人们对牙齿美白的逐步重视。下面是目前流行的三种牙齿美白方式，其中存在一些危害你得认清。

误区一：洁牙粉不美白反伤牙

其实洁牙粉与日常刷牙、洗牙等清洁牙齿去渍去垢的方法一样，只是对牙齿表层污垢污渍进行清洁，并不能改变牙齿颜色，它最多只是还原了牙齿原本的颜色，算不上是美白牙齿。

提醒：很多人因为盼望着洁牙粉能美白牙齿，以致长期使用，其实这样洗掉的是你的牙釉质，对牙齿伤害是极大的。

误区二：牙齿贴片需认清材料

牙齿美白贴片是在牙齿表面粘上一层贴面，对已经变色的牙齿起到遮挡作用。现在流行的牙齿贴面材料有很多种，如硬质贴面、瓷贴面、纳米树脂贴面等。树脂贴面是在磨去部分牙齿后在牙齿表面贴上树脂，可以保持牙齿的形状和原来一样。而瓷贴面则是汇集了烤瓷牙和树脂贴面的优点，既美观又逼真，用特殊活性接口材质将贴片紧密镶嵌在牙齿上，相比树脂保持的时间也要长。它本来是针对牙齿本身有裂纹、残缺等使用的美化方式，对牙齿本身没有美白效果。

提醒：贴片都是使用坚固的材质塑形然后粘贴在牙齿上的，这里存在粘合剂毒性强、金属成分超标、老化脱落等问题，都是对牙齿乃至身体有危害的，所以在选择材料的质量上要仔细。其次，如果为避免贴片之间出现碍眼的黑线，而把贴片相互紧贴并紧压牙龈，这样很可能导致牙龈肿痛，甚至伤害牙根，美白不成反让牙齿遭罪。

误区三：冷光美白前先治牙病

美白贴片属于化妆美白，只有装饰效果，感觉极其不自然。真正能美白牙齿的方法本质上只有靠医疗美白了。最常用的牙齿美白疗程便是冷光美白。它是通过蓝光传导技术将美白剂(过氧化氢为主)，透过牙小管，在牙齿表层和深层作氧化还原反应，从而达到去渍美白的效果。

提醒：冷光美白属于化学漂白的一种，漂白剂对于牙齿釉质的伤害极大，容易令牙本质失去必要保护而出现冷热过敏的痛苦，如果你牙齿本身敏感的话就会使病情加重，所以应该先把牙病治好，再进行冷光美白。另外，对于平常抽烟，喝浓茶、咖啡频繁的人，一般不建议做冷光美白，牙齿美白后经常吸烟喝浓茶这些习惯，美白后的牙齿很容易被再次着色。

相关链接

1：不是牙齿越白越好。牙齿外层是釉质，具有半透明特性，釉质内层的牙本质颜色并不是白色的，而是偏黄色，它的颜色会部分透过釉质，从而使牙齿颜色有一定的浅黄色。所以，牙齿并不是越白越好，看起来自然，与自身肤色、性格协调的牙齿颜色才是最好的选择。

2：拔牙再镶论。尽管牙齿美容的技术、材料不断更新，但是目前尚没有哪种方法能够确保治疗后的牙齿超越正常天然牙的功能。所以，只要歪牙能够矫正，只要牙根能够利用，医生都会尽量保留天然牙齿。

3：不必崇尚“明星牙”。由于性别、年龄、脸型、肤色、个性等诸多因素各不相同，每个人适合的牙齿外形也是不同的，医生在做美容设计时，需要根据患者的具体情况综合考虑，只有适合自己的牙齿美容，才能达到最好的效果。

4：摆脱唯“烤瓷牙论”。烤瓷牙只是牙齿美容的治疗方法之一，在一些情况下并不是最佳的选择。例如，牙齿排列不齐的患者，正畸往往是首选的治疗方法。如果牙齿颜色、形态存在缺陷，则可采用全瓷贴面、全瓷冠的方法来获得美观的效果。

5：美容牙齿不可能一劳永逸。一劳永逸的事情往往是可望而不可及的。第一，牙齿美容后也要注意细心维护，还要定期复查。

(刘丽)

选调料要“察颜观色” 芝麻黑又亮的慎买

很多家常做菜的辅料，我们都习惯去菜市场买散装的，便宜又方便。但是选择的时候却经常让人犯难，同是辣椒面，分浅红、橘红、大红好几种颜色，究竟哪种是“本色”？让人防不胜防。现在就教大家几种简单好用的家常调味料，包括芝麻及辣料、辛香料的辨别方法。

芝麻黑又亮 要谨慎购买

芝麻是不会掉色的，除非是染过色。据业内人士介绍，目前因为芝麻染色的程序还处在“原始”阶段，染色的原料也只是一些对人体伤害不大的食用色素或者黑颜料，只覆盖了表面，所以辨别起来并不难。真正的黑芝麻是不会掉色的，颜色是深灰色的，不至于会黑得发亮，所以遇到黑得异常的芝麻就要慎重购买了。买的时候用一点水放在手心，将芝麻搓揉一下，手上留下异样的颜色就要小心购买了。买回家后，去一小部分浸泡一段时间，如果清洗后的水为褐红色，也基本可断定是染过色的芝麻。



辣椒面 不要鲜红要橘红

正常的辣椒面应该干燥、松散，粉末为油性，不霉变，不含杂质，无结块，无染手的红色，口感辛辣；而掺有一些染色剂、麦麸的等辣椒面则色泽鲜艳微红，或带艳黄色，辛辣味不强烈。

挑选辣椒面很简单，记住一句顺口溜，“不要鲜红要橘红，不要只见辣椒皮而不见籽”。所以，看见那些颜色红得扎眼的，还是不要购买为妙。另外，还可以把瓶装花椒面用力摇几下识别，优质花椒面摇动后，其粉末松软如尘土，劣质花椒面摇动后，粉末可变成小块状。

桂皮小茴香质地干形饱满

桂皮乍一看像树皮，它还有一些贵气的名字，肉桂或者香桂。辨别桂皮最重要是看它干的程度，好的桂皮比较干比较脆，表皮呈灰褐色，肉质呈赤色。闻一闻，有些许树木和土味，香味比较浓郁，还有一点淡淡的甜味儿。

很多人炖肉时都喜欢用点儿小茴香，只是如何挑选小茴香呢？质量好的小茴香，颜色偏土黄色或者黄绿色，形状很像稻谷，粒大而长，质地饱满。购买时选择散装的比较好，这样才能更好地分辨它的干湿度。

花椒大料 饱满味浓为优

至于花椒的鉴别，记住七个字即可：泡水、手捏、掂分量。优质花椒泡出的水为浅褐色；劣质花椒泡出的水为红色。优质花椒用手抓时，有刺手的干爽之感，用手拨弄时，会有“沙沙”的响声，轻轻一捏花椒就会破碎；劣质花椒用力捏也捏不碎。用手掂一下分量，同体积的优质花椒分量很轻；劣质花椒则重一些，有时还会掺杂花椒籽及树梗。

至于大料(八角)的挑选法则，“看外形、辨香气”。优质大料呈红棕色且有光泽；而劣质大料的外表呈绿褐色或棕褐色，略粗糙，有少数圆点状突起的小油点，颜色深浅不一、无光泽。至于外形，优质大料瓣角整齐，一般为八个角，瓣纯厚，荚边开裂缝较大；劣质大料瓣角不完整，碎粒多，瓣瘦长干瘪，外表极皱缩且覆有灰尘等杂质。优质大料闻上去有股甘草香味儿，而劣质大料香气淡薄。

总结起来便是，买的时候尽量挑个大、整齐、气味浓烈、色泽呈红棕色的。散装的大料，要选择干爽且手抓有刺感的。这样的大料保质期较长，便于存放，不易变质或发霉。

(陈亮)

三叶散热器的售后服务秘诀

有一家散热器企业在加大科技创新、提升产品质量的同时，以消费者为中心不断完善售后服务，在市场上有享有良好的口碑，最近几年连续被北京市消协评选为“诚信服务示范单位”。这家企业就是北京三叶散热器厂。

自上世纪70年代研制第一代钢制散热器至今，北京三叶散热器厂已有30多年的历史，不仅填补了我国没有钢制散热器的空白，而且为我国散热器用户提供了优质的售后服务。几十年来，三叶散热器厂从未与消费者闹过不愉快，就算因为一些特殊情况发生了漏水问题，也会积极妥善解决问题而得到消费者的认可。

三叶散热器厂制定了比别的厂家更宽松的“无条件退货”期限，保障消费者心满意足，三叶散热器厂有关负责人说“消费者花钱是买舒适，而不是买‘气’受”。三叶郑重对消费者承诺：“售出产品不满意，本市24小时无条件更换；产品质量不符时，无条件退货；从2012年起，产品质保期为5年。

一旦出现漏水事故，只要暖气在质保期内，“什么都不说，造成财物损失的，按标准全部赔偿，然后更换散热器产品。我们的产品



全部投了保险。没有造成财物损失的，全部更换暖气。这是我们对消费者的承诺。”即使客户正在使用中的产品过了质保期，三叶也不将事故推向市场，企业自己就处理了，给客户出厂价买新产品，价格比市场低30%左右，帮助他们换暖气。

三叶散热器厂有关负责人表示，如果客户家发生暖气漏水事故，企业首先要有正确的指导思想。作为企业

领导，不能把心思全放在考虑企业的经济利益得失上，而要站在受到伤害的客户角度想问题，要心甘情愿地承担社会责任。

平日，三叶每天安排三四个客服担任售后服务工作，24小时接听电话，倾听客户打来的漏水事故报告，登记顾客信息，遇到需要安排工人上门服务的情况，这几位售后服务人员有权直接安排工人去指定地点。如遇意外情况，需向领导请示的，售后服务人员及时向有关领导逐级汇报。

此外，每年采暖期三叶售后服务部积极主动电话回访，不管一万家还是二万家或者更多，必须一个一个回访，不得遗漏。回访发现问题立即上门处理，来不及派车，打车也要去。三叶的工作积极主动，加上他们产品质量的可靠性，投诉一直很少。这不仅没让他们松口气，反而时时提醒自己不要麻痹大意。

三叶散热器厂有关负责人认为，售后服务是一门艺术，如何处理漏水事故，不仅要有专业的技能，还要有情商，要升华到感情层次，虽然企业付出了更高的成本，但是，这些金钱、实物，无形中转化为了感情投资，得到的回报也有意无意地体现在感情当中。感情投资是人性社会最有效的投资策略。正是这样一种负责任的态度和这样一种奉献精神，才使三叶深入消费者的心理。



图1：北京市消协副会长兼秘书长董青授予长寿俱乐部2012年度的“诚信服务示范单位”

图2：北京市消协社会监督与消费指导部主任罗刚现场解答消费者问题

图3：北京市消协组宣部主任李蕊在活动现场赠送消费教育教材

争做诚信示范单位 倡导安全科学消费 市消协开展“安全消费”教育活动

3月15日，北京市消协副会长兼秘书长董青、社会监督与消费指导部主任罗刚、组织与宣传部主任李蕊到长寿俱乐部开展了专门针对老年消费者为主题的“安全消费”教育活动。市消协向到场的百余位老年消费者赠送了成套的消费教育教材。

活动现场，北京市消协副会长兼秘书长董青就科学消费、安全消费进行了深入的讲解。董青秘书长说，近年来，市消协很注意为老年、婴幼儿等弱势群体争取权益，通过实行“先行赔付”、开辟维权“绿色通道”等方式，在消费者权益保护工作上取得了很大进步，但消费维权毕竟是消费过后的补救行为，如果消费者能够建立科学的消费观念，做到安全消费、理性消费、文明消

费，就可以在消费过程中省去很多不必要的麻烦。针对当前老年消费者自我保护意识薄弱，容易听信虚假宣传，董青秘书长表示，消协将对老年消费者加大消费安全方面的宣传，同时也号召企业为消费者提供更多的消费知识，营造一个和谐的消费环境。

针对老年消费者如何选购保健食品问题，市消协联合长寿俱乐部一起编写了《老年保健食品消费指南》消费教育教材，加上健康、保险、美容、出国留学、母乳喂养配套教材，向到场的百余位老年消费者赠送了成套的消费教育教材。罗刚主任表示，为维护广大消费者的合法权益，科学引导指导消费，消协多年来一直坚持做各种商品比较试验，包括羊绒衫、羽绒服、蚕丝被、防晒

伞、蚊香、水龙头等众多商品，每期比较试验数据结果，消费者可登陆消协门户网站查看。

李蕊主任对老年消费者在消费方面遇到的难题及疑问，进行了面对面的交流和解答，并强调老年消费者在消费过程中要注意两点，一是不要轻信虚假宣传，先了解产品知识再消费。二是了解消费维权途径，保存好消费证据。同时建议大家就近维权，一旦发生消费纠纷事件，到离家较近的消协分会或工商部门进行投诉。

长寿俱乐部董事长梁祥云、总经理周丽娜出席此次活动，俱乐部呼吁社会加强对老年朋友的重视和关爱，让更多的老人能够安全消费、放心消费、快乐消费。



欧盟“促进中国城市可持续消费项目” 专家到市消协考察

3月28日，来自荷兰的“促进中国城市可持续消费项目”专家杨达伟（Jan Douwei）先生一行到北京市消协考察，就市消协在引导科学消费，提倡低碳环保、促进可持续消费等方面的问题进行了座谈。会上，北京市消协副会长兼秘书长董青对近年来开展的促进可持续消费系列活动进行了介绍。与会专家对北京市消协开展的“消费教育进六区”、“商品比较试验”以及“促企业、行业自律”等保护消费者权益工作表示了极大的兴趣并给予了高度的评价。

会后，与会专家先后到北京市高力国际灯具港绿色照明消费教育示范基地和京客隆超市双龙店等地参观，了解北京宣传可持续消费以及在实际消费过程中消费者对于节能、环保、绿色等相关产品的认知及消费状况。