

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3期

06

网购童装近四成不达标

市消协发布40个蚕丝被比较试验结果

P11 北京进一步规范
家电维修市场

P14 东城区消协
不断创新
工作方式

P38 治疗仪能治百病
是吹牛



5月13日，由中国消费者权益保护法学研究会、北京市消费者协会、无锡市消费者委员会主办的“消费者组织提起公益诉讼”研讨会在京隆重召开。北京市消协副秘书长屈建辉出席会议并讲话。

5月14日，北京市消协召开北京市出租汽车价格调整听证会代表座谈会。北京市消协副秘书长屈建辉、投诉部主任郎丹柯和由北京市消协推荐的8名代表出席了座谈会。



近日，北京市消协召开蚕丝被比较试验结果企业通报会。本次比较试验结果显示，40个测试样品有19个样品质量指标不符合国家标准要求，占总样品数的47.5%。(具体内容见P18)

5月24日，北京市消协召开服装、床品、洗涤用品比较试验结果企业通报会，分别向企业通报了上述三类产品的比较试验结果。具体比较试验结果将于近期向社会发布。



别拿实验室的传说忽悠消费者

最近，美的、奥克斯等空调厂商都在大力宣传自己的空调“一晚仅需1度电”、“1度电到天明”。但有消费者购买后发现，这种看上去很美的科技，在现实中很难实现，一台宣称“一晚1度电”的美的空调，结果足足消耗了9度电。新华社有关报道因此披露，“一晚1度电”等空调广告，涉嫌误导消费者。（《中国经济周刊》6月4日）

涉嫌误导消费者的，又何止美的、奥克斯等空调厂商？据说有厂家还推出了“八晚1度电”的空调！近年来，大部分消费者对家电的能耗都很关注，在购买时更喜爱能效高、耗电低的节能产品。为迎合社会及消费者的节能需求，为获得国家补贴，更为拉动销售量、争夺市场份额，虚标能耗等级、进行能耗误导性宣传，在家电业几乎成了一种潜规则。

这种潜规则之所以行得通，除了对企业的瞒天过海行为监管、处罚不力外，实质上是利用了消费者的专业知识匮乏。消费者购买家电虽关注能耗标签及宣传，但很少有人知道如何去判断其真实能耗水平，更不会亲自拿仪器检测，一些消费者甚至连标签、广告上的字母意义都看不懂。因此，家电贴上几级能效标识就是几级，厂家说“一晚仅需1度电”就能“1度电到天明”。

另一方面，也与家电能耗标注及宣传不规范有关。比如美的标榜的“一晚仅需1度电”，事实上，是在实验室环境下测得的数据。而实验室环境是“锁定”了工作状况和温度条件的，不等于现实能耗。将实验室里的耗电量，跟家庭实际使用过程当中的耗电量混淆并大肆宣传，无疑是对消费者的忽悠。

要让厂商不拿“实验室的传说”忽悠消费者，有关部门要有所作为，除了严格监管和追责之外，还要通过完善法律法规、规范数据使用、提高能效等级准入门槛等措施，净化家电市场。对消费者，则需加强消费指导和科技宣传，让他们知道实验室数据的真正含义，以避免被误导。

事实上，家电业类似的广告忽悠，不仅仅出现在空调领域，“零度不结冰的冰箱”、“1秒开机、10小时持续使用平板电脑”、“52天一度电的风扇”……各种打着“高科技”旗号的误导广告层出不穷，这当中，有多少真正有技术含量，又有多少是哗众取宠？各式噱头式营销何时才能终结？对此，一位网友说得好，“监管者别在‘一晚1度电’的凉爽里，酣然入睡而不醒”。

何厚海



P04 《消法》修改： 建议公益诉讼主体下探外扩

北京市消协副秘书长屈建辉认为，在《消法》修正案中，对于公益诉讼的主体资格，可以只作原则性规定，不必定哪些级别的组织才有公益诉讼的资格。

卷首语

- 1 别拿实验室的传说忽悠消费者

热点关注

- 04 《消法》修改：建议公益诉讼主体下探外扩
- 11 北京市进一步规范家电维修市场
- 12 房产评估费不应由消费者承担
- 13 “苹果”的问题究竟是什么
- 14 东城区消协不断创新工作方式，为消费者合法权益保驾护航
- 16 灾难来临 消费者应沉着应对

权威发布

- 18 市消协发布40个蚕丝被比较试验结果
- 22 市消协发布82种网购婴童服装比较试验结果

消费提示

- 28 关注儿童化妆品安全健康消费
- 29 滤芯超期服役 效果适得其反
- 30 彩色隐形眼镜良莠不齐 色素技术关乎眼睛安全
- 31 勿购假军人所售劣质望远镜等假冒“军品”
- 31 购买玩具认准3C认证
- 32 劣质手机充电器就是身边的“手雷”
- 32 谨防办卡消费陷阱
- 33 当心落入远程购物陷阱
- 33 购买上门推销商品应谨慎
- 34 夏季要注意饮食安全
- 34 购买散装食品时要“五留心”
- 35 选择家庭装修套餐四注意
- 35 签合同时需明确装修细节

调解案例

- 36 精神患者购买工艺品怎么办？
- 36 电视购物退货难

- 36 按摩器械售后难保证
- 37 酒店住宿凭登记享用免费早餐
- 37 美容卡余额为何不给退
- 37 消协帮孤寡老人退掉纪念钞
- 38 绿色通道缩短异地维权距离
- 38 治疗仪能治百病是吹牛
- 38 消协帮助拿到22万大病理赔金
- 39 手机不能装维汉词典软件遭投诉
- 39 网购药品需谨慎
- 39 手机保修期内修两次可换新机

案例点评

- 40 快递手机丢失索赔难 签订保价协议好维权
- 40 商家故意误导购买手机 涉嫌侵犯消费者知情权
- 41 花洒断裂房屋被浸泡 产品质量问题应该赔
- 41 办理预付费会员卡 消费者需谨慎
- 42 保健品不是“金丹” 切忌盲目信其效果
- 43 食品确实有问题 多倍赔偿不冤枉



P12 房产评估费不应由消费者承担

18家消费维权单位联合发表观点指出，商业银行、公积金中心等金融信贷机构应主动承担评估费，同时建议行业主管部门废除约定条款，保障消费者公平交易权，规范房地产信贷行业的健康发展。

工作研究

- 44 职业打假人与社会化管理之我见

消费课堂

- 46 新房除甲醛 您选对方法了吗
- 49 如何正确使用消毒用品?
- 51 夏日护肤从细节开始
- 52 看看哪种防晒霜最适合你
- 53 炎炎夏日你吃冰激凌了么?
- 54 冬吃萝卜夏吃姜 不用医生开药方
- 54 啥样西瓜最好吃: 瓜蒂弯、底部圆圈小
- 55 经常吃快餐易积淀毒素 3招帮你缓解亚健康

消费服务

- 56 燕京矿泉水: 以质量、服务、诚信回报社会
- 56 以质量求发展 用优质铸品牌

《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
编辑部电话	67689223
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxfz315@126.com

2013.06 第3期 (总第29期)

京内资准字1013-L0080号

内部资料 免费交流

建言《消法》修改： 公益诉讼主体应下探外扩

《消法》修正案（草案）第四十六条规定：“对侵害众多消费者合法权益的行为，中国消费者协会以及在省、自治区、直辖市设立的消费者协会，可以向人民法院提起诉讼。”这是继《民事诉讼法》之后第二部提出赋予消费者组织公益诉讼权利的法律（草案）。但有多位法律学者指出，将诉讼主体限制为“中国消费者协会以及在省、自治区、直辖市设立的消费者协会”不妥，诉讼主体应有更大灵活性。

司法实践 旗开得胜

虽然《消法》修正案尚未走完立法程序，但因消费侵权引发的由消费者组织提起公益诉讼的第一案却已在一年前结案，这一诉讼的主角是江苏省无锡市消费者委员会。

2012年2月29日，为了核实此前多位消费者投诉无锡渝味火锅店收取餐具费的情况，无锡市消委会的3位工作人员来到无锡渝味火锅店人民中路分店就餐。消委会工作人员发现，该火锅店桌上放的是用塑料膜密封的成套餐具，消费者刚刚入座，服务员就主动撕破餐具密封膜，未告知消费者餐具需要收费，对消费者提出的提供免费餐具要求，服务员表示该店只提供收费餐具。“我们觉得，这家餐馆的行为既侵犯消费者知情权，又侵犯了消费者选择权。”无锡市消委会副秘书长殷佳元告诉记者，2012年3月9日，无锡市消委会向无锡市崇安区人

民法院起诉，要求无锡渝味火锅店停止强制消费者使用收费消毒碗筷的行为，并退还被强制消费的3元钱。

2012年3月15日，此案第一次开庭审理，经过法庭调解，双方达成民事调解协议，无锡渝味火锅店自愿停止在提供餐饮服务时强制消费者使用消毒碗筷并收取费用的行为，同时退还消毒餐具费3元并负担诉讼费。负责审理此案的法官表示，法院要向辖区餐饮企业发出司法建议书规范其服务行为。

“这是我国第一起消费者组织作为原告，就侵犯消费者权益的事件提起的诉讼。”国家法官学院教授曹三明评价说，“这也是司法系统第一次承认消费者组织为原告，在我国公益诉讼历史上有标志性意义。”

向下放权 分级起诉

如果按照《消法》修正案（草案）的规定，只有“中国消费者协会以及在省、自治区、直辖市设立的消费者协会”才具备进行公益诉讼的资格，那么在上述案例中，恐怕无锡市消委会将失去起诉主体资格，因为它只是一个地级市设立的消费者组织。

中国人民大学教授刘俊海认为，《消法》修正案（草案）之所以将起诉权限制在“中国消费者协会以及在省、自治区、直辖市设立的消费者协会”中，主要出于三种考虑：多地消费者组织对同一案件提起诉讼可能会出现不同地区的不同判决；基层消费

者组织法律人才、资源不足；进一步提升公益诉讼的规模经济效益，避免同一案件多地多次审理，造成司法资源的浪费。

“将公益诉讼主体资格适度上收，确有一定道理。”刘俊海说，

“但现在的问题是，到底该将这个门槛卡在省一级的消费者组织，还是地级市一级或者更低，比如县级消协组织。我个人认为，可以将这个权限向下放，放到设有区、县的城市消费者组织，这样可以适度减轻中消协以及省一级消费者组织的压力。”

刘俊海认为，需要提起公益诉讼的消费侵权事件很多，有大有小，类似三鹿奶粉等特别重大的侵权事件，固然应该由中消协或省级消费者组织提起公益诉讼，但一些小的侵权事件，如无锡市消委会起诉火锅店的诉讼，让省级消费者组织提起公益诉讼不现实。如果将具备起诉主体资格的消费者组织的门槛定得太高，会造成具备起诉资格的消费者组织要处理的诉讼太多，压力太大，而下一级消费者组织却面临想起诉却没有资格的尴尬。

刘俊海设想，在将起诉主体的权限下放到设有区、县的城市消费者组织的同时，通过细则制定分层公益诉讼的制度，即设有区、县的城市消费者组织只负责辖区内消费侵权事件的公益诉讼，省级消费者组织也只负责省内消费侵权事件的公益诉讼，跨省的，或者全国性的重大消费侵权事件公益诉讼则交由中消协处理。

向外扩容 留有余地

相比刘俊海支持的“有限扩容”，北京政法职业学院消法研究中心教授孙智慧建议，可以将起诉主体权限扩展到消费者组织之外。

“限制只有消费者组织具备这个资格显得过于死板，我认为应该赋予其他的组织，如妇联、工会等组织在某一领域提起消费侵权公益诉讼的权利，比如妇联可以对妇女儿童消费者的合法权益被侵害的行为提起诉讼。”孙智慧说，可以规定只要提起消费公益诉讼的团体具备诉讼权利能力等一定的条件，通过诉讼保护的是不特定多数消费者的合法利益，这个团体具有一定数量的人员并合法登记注册，就可以获得公益诉讼的起诉资格。

北京市消协副秘书长屈建辉则认为，在《消法》修正案中，对于公益诉讼的主体资格，可以只作原则性规定，不必定哪些级别的组织才有公益诉讼的资格。“我国的《消法》是1993年制定的，到现在第一次修订，中间隔了20年。20年前我国还不是纯粹的市场经济，消费结构，消费形态，消费维权工作特征和今天都有天壤之别。《消法》这次修订完后是要用很多年的，也许又是一个20年，谁能预言20年后我国的消费市场是什么样子，消费维权工作发展到什么阶段？如果将公益诉讼的主体资格限制得过死，一段时间后发现自己落后于现实了，那怎么办？”屈建辉建议，《消法》修正案只对公益诉讼作一些原则性规定，然后通过实施细则、司法解释等形式，确定哪些主体具备提起公益诉讼的权利。以后随着消费维权事业发展，如果出现诉讼主体落后于现实的情况，那么修改实施细则总比修改《消法》本身要容易得多。



●相关链接

国外消费侵权公益诉讼规定

美国纽约市1969年制定的《消费者保护条例》规定，当商人等被认为多次、连续违反了本条例或基于本条例的规则时，本市的消费者维权当局可以以违法者为对象起诉，请求法院命令该违法者将违法所得上缴法院。法院设立特别会计账户，根据与违法者进行了交易的消费者所提出的申诉，支付实际损失额及请求返还时所需的费用。如果请求额超出账户总金额，将按比例支付。市政府将向违法者收取因调查案件及提起诉讼所要的经费，违法者不能支付时，将从消费者支付之前的上述基金总额中扣除。

德国1960年颁布的《德国法院法》专门确立了公益代表人制度，即由联邦最高检察官作为联邦公益的代表人，州高等检察官和地方检察官分别作为州和地方的公益代表人，并由他们以参加人的身份参与联邦最高行政法院、州高等行政法院以及地方行政法院的行政诉讼，并享有上诉权和变更权。作为公益代表人的检察官在性质上属于司法行政官，而且只受政府命令的约束。

法国1973年《罗艾依埃法》作出以下规定：在条例中明确提出保护消费者利益这一目的的团体和被认为的确具有这一性质的团体，对直接或间接损害消费者整体利益的行为，可以向所有法院附带提起私人诉讼。

日本1962年颁布的《行政案件诉讼法》第五条规定：民众诉讼，指为纠正国家或公共团体的违法行为，以选举人资格提起的诉讼，作为行政案件的一种形式。日本的公益诉讼也被称为民众诉讼。（据中消报）

修正前	修正后
<p>第五条 国家保护消费者的合法权益不受侵害。国家采取措施，保障消费者依法行使权利，维护消费者的合法权益。</p>	<p>第五条 国家保护消费者的合法权益不受侵害。国家采取措施，保障消费者依法行使权利，维护消费者的合法权益；国家倡导节约资源和保护环境的合理消费。</p>
<p>第十四条 消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利。</p>	<p>第十四条 消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利，享有姓名权、肖像权、隐私权等个人信息得到保护的权利。</p>
<p>第十八条 经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。经营者发现其提供的商品或者服务存在严重缺陷，即使正确使用商品或者接受服务仍然可能对人身、财产安全造成危害的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并采取防止危害发生的措施。</p>	<p>第十八条 经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。宾馆、商场、车站等经营场所的经营者，未尽到安全保障义务，造成消费者或者其他受害人损害的，应当承担侵权责任。</p> <p>第十九条 经营者发现其提供的商品或者服务存在缺陷，可能对人身、财产安全造成危害的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并及时采取停止生产、停止销售、警示、召回等消除危险的措施。采取召回措施的，经营者应当承担消费者因商品被召回支出的必要费用。</p>
<p>第十九条 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寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。商店提供商品应当明码标价。</p>	<p>第二十条 经营者应当向消费者提供有关商品或者服务的真实信息，不得作虚假或者引人误解的宣传。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。经营者提供商品或者服务应当明码标价。</p>
<p>第二十二條 经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限；但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵的除外。经营者以广告、产品说明、实物样品或者其他方式表明商品或者服务的质量状况的，应当保证其提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符。</p>	<p>第二十三條 经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限；但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵的除外。经营者以广告、产品说明、实物样品或者其他方式表明商品或者服务的质量状况的，应当保证其提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符。经营者提供的机动车、微型计算机、电视机、电冰箱等耐用商品或者装饰装修等服务，自消费者接受商品或者服务之日起六个月内出现瑕疵，发生纠纷的，由经营者承担相关举证责任。</p>

第二十三条 经营者提供商品或者服务，按照国家规定或者与消费者的约定，承担包修、包换、包退或者其他责任的，应当按照国家规定或者约定履行，不得故意拖延或者无理拒绝。

第二十四条 经营者提供商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定和当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务；没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货；七日后符合《中华人民共和国合同法》规定的解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合解除合同条件的，可以要求经营者履行更换、修理等义务。依照前款规定对大件商品进行退货、更换、修理的，经营者应当承担运输等必要费用。

第二十四条 经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。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。

第二十五条 经营者使用格式条款，应当以明显方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。

第二十六条 国家制定有关消费者权益的法律、法规和政策时，应当听取消费者的意见和要求。

第三十条 国家制定有关消费者权益的法律、法规和强制性标准，应当听取消费者和消费者协会等组织的意见。

第三十二条 消费者协会履行下列职能：
（一）向消费者提供消费信息和咨询服务；
（二）参与有关行政部门对商品和服务的监督、检查；
（三）就有关消费者合法权益的问题，向有关行政部门反映、查询，提出建议；
（四）受理消费者的投诉，并对投诉事项进行调查、调解；
（五）投诉事项涉及商品和服务质量问题的，可以提请鉴定部门鉴定，鉴定部门应当告知鉴定结论；
（六）就损害消费者合法权益的行为，支持受损害的消费者提起诉讼；
（七）对损害消费者合法权益的行为，通过大众传播媒介予以揭露、批评。
各级人民政府对消费者协会履行职能应当予以支持。

第三十七条 消费者协会履行下列职能：
（一）向消费者提供消费信息和咨询服务，引导节约资源和保护环境的合理消费，提高消费者维护自身权益的能力；
（二）参与制定有关消费者权益的法律、法规和强制性标准；
（三）参与有关行政部门对商品和服务的监督、检查；
（四）就有关消费者合法权益的问题，向有关部门反映、查询，提出建议；
（五）受理消费者的投诉，并对投诉事项进行调查、调解；
（六）投诉事项涉及商品和服务质量问题的，可以提请鉴定部门鉴定，鉴定部门应当告知鉴定结论；
（七）就损害消费者合法权益的行为，支持受损害的消费者提起诉讼或者依照本法提起诉讼；
（八）对损害消费者合法权益的行为，通过大众传播媒介予以揭露、批评。
各级人民政府对消费者协会履行职能应当予以支持。

第三十三条 消费者组织不得从事商品经营和营利性服务，不得以牟利为目的向社会推荐商品和服务。

第三十八条 消费者组织不得从事商品经营和营利性服务，不得以广告或者其他形式向消费者推荐商品和服务。

第三十四条 消费者和经营者发生消费者权益争议的，可以通过下列途径解决：

- (一) 与经营者协商和解；
- (二) 请求消费者协会调解；
- (三) 向有关行政部门申诉；
- (四) 根据与经营者达成的仲裁协议提请仲裁机构仲裁；
- (五) 向人民法院提起诉讼。

第三十八条 消费者在展销会、租赁柜台购买商品或者接受服务，其合法权益受到损害的，可以向销售者或者服务者要求赔偿。展销会结束或者柜台租赁期满后，也可以向展销会的举办者、柜台的出租者要求赔偿。展销会的举办者、柜台的出租者赔偿后，有权向销售者或者服务者追偿。

第三十九条 消费者因经营者利用虚假广告提供商品或者服务，其合法权益受到损害的，可以向经营者要求赔偿。广告经营者发布虚假广告的，消费者可以请求行政主管部门予以惩处。广告的经营者不能提供经营者的真实名称、地址的，应当承担赔偿责任。

第四十一条 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，造成残疾的，还应当支付残疾人生活自助具费、生活补助费、残疾赔偿金以及由其扶养的人所必需的生活费等费用；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第四十三条 经营者违反本法第二十五条规定，侵害消费者的人格尊严或者侵犯消费者人身自由的，应当停止侵害、恢复名誉、消除影响、赔礼道歉，并赔偿损失。

第四十四条 经营者提供商品或者服务，造成消费者财产损害的，应当按照消费者的要求，以修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等方式承担民事责任。消费者与经营者另有约定的，按照约定履行。

第三十九条 消费者和经营者发生消费者权益争议的，可以通过下列途径解决：

- (一) 与经营者协商和解；
- (二) 请求消费者协会或者其他调解组织调解；
- (三) 向有关行政部门申诉；
- (四) 根据与经营者达成的仲裁协议提请仲裁机构仲裁；
- (五) 向人民法院提起诉讼。

第四十三条 消费者在展销会、租赁柜台或者通过网络交易平台等购买商品或者接受服务，其合法权益受到损害的，可以向销售者或者服务者要求赔偿。展销会结束、柜台租赁期满或者网络交易平台上的销售者、服务者不再利用该平台的，也可以向展销会的举办者、柜台的出租者或者网络交易平台提供者要求赔偿。展销会的举办者、柜台的出租者或者网络交易平台提供者赔偿后，有权向销售者或者服务者追偿。

第四十四条 消费者因经营者利用虚假广告提供商品或者服务，其合法权益受到损害的，可以向经营者要求赔偿。广告经营者、发布者发布虚假广告的，消费者可以请求行政主管部门予以惩处。广告经营者、发布者不能提供经营者的真实名称、地址的，应当承担赔偿责任。广告经营者、发布者设计、制作、发布食品药品等关系消费者生命健康商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，广告经营者、发布者与提供该商品或者服务的经营者承担连带责任。

第四十八条 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，应当赔偿医疗费、护理费、交通费等为治疗和康复支出的合理费用，以及因误工减少的收入。造成残疾的，还应当赔偿残疾生活辅助具费和残疾赔偿金。造成死亡的，还应当赔偿丧葬费和死亡赔偿金。构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第四十九条 经营者侵害消费者的人格尊严、侵犯消费者人身自由或者侵害消费者姓名权、肖像权、隐私权等个人信息得到保护的权利的，应当停止侵害、恢复名誉、消除影响、赔礼道歉，并赔偿损失。

第五十一条 经营者提供商品或者服务，造成消费者财产损害的，应当依照法律规定或者当事人约定承担修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等民事责任。

第四十九条 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。

第五十条 经营者有下列情形之一，《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规对处罚机关和处罚方式有规定的，依照法律、法规的规定执行；法律、法规未作规定的，由工商行政管理部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得一倍以上五倍以下的罚款；没有违法所得的，处以下一万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照：

- （一）生产、销售的商品不符合保障人身、财产安全要求的；
- （二）在商品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好，或者以不合格商品冒充合格商品的；
- （三）生产国家明令淘汰的商品或者销售失效、变质的商品的；
- （四）伪造商品的产地，伪造或者冒用他人的厂名、厂址，伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志的；
- （五）销售的商品应当检验、检疫而未检验、检疫或者伪造检验、检疫结果的；
- （六）对商品或者服务作引人误解的虚假宣传的；
- （七）对消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，故意拖延或者无理拒绝的；
- （八）侵害消费者人格尊严或者侵犯消费者人身自由的；
- （九）法律、法规规定的对损害消费者权益应当予以处罚的其他情形。

第五十一条 经营者对行政处罚决定不服的，可以自收到处罚决定之日起十五日内向上一级机关申请复议，对复议决定不服的，可以自收到复议决定书之日起十五日内向人民法院提起诉讼；也可以直接向人民法院提起诉讼。

第五十四条 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费用的两倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。

经营者有明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供的欺诈行为，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，依法追究刑事责任；受害人有权要求所受损失两倍以下的民事赔偿。

第五十五条 经营者有下列情形之一，除承担相应的民事责任外，《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规对处罚机关和处罚方式有规定的，依照法律、法规的规定执行；法律、法规未作规定的，由工商行政管理部门或者其他有关行政部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得一倍以上十倍以下的罚款，没有违法所得的，处以下五十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照：

- （一）提供的商品或者服务不符合保障人身、财产安全要求的；
- （二）在商品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好，或者以不合格商品冒充合格商品的；
- （三）生产国家明令淘汰的商品或者销售失效、变质的商品的；
- （四）伪造商品的产地，伪造或者冒用他人的厂名、厂址，伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志的；
- （五）销售的商品应当检验、检疫而未检验、检疫或者伪造检验、检疫结果的；
- （六）对商品或者服务作虚假或者引人误解的宣传的；
- （七）拒绝或者拖延对缺陷商品采取停止生产、停止销售、警示、召回等消除危险措施的；
- （八）对消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，故意拖延或者无理拒绝的；
- （九）侵害消费者人格尊严、侵犯消费者人身自由或者侵害消费者姓名权、肖像权、隐私权等个人信息得到保护的权利的；
- （十）法律、法规规定的对损害消费者权益应当予以处罚的其他情形。

第五十六条 经营者对行政处罚决定不服的，可以依照《中华人民共和国行政复议法》、《中华人民共和国行政诉讼法》的规定申请行政复议或者提起行政诉讼。

修正后增加新条文

第二十七条 采用网络、电视、电话、邮购等方式提供商品或者服务的经营者，以及从事证券、保险、银行业务的经营者，应当向消费者提供经营地址、联系方式、商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、风险警示、售后服务、民事责任等真实、必要的信息。

第二十八条 经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，但根据商品性质不宜退货的除外。经营者应当自收到退回货物之日起七日内返还消费者支付的价款。

第二十九条 经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。经营者收集、使用消费者个人信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。
经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，不得泄露、篡改、毁损，不得出售或者非法向他人提供。经营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止消费者个人信息泄露、毁损、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、毁损、丢失的情况时，应当立即采取补救措施。
经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性电子信息。

第三十三条 有关行政部门在各自的职责范围内，应当对经营者提供的商品和服务进行抽查检验，并向社会及时公布抽查检验结果。
有关行政部门抽查检验发现经营者提供的商品和服务存在缺陷，可能对消费者人身、财产安全造成危害的，应当立即责令经营者采取停止生产、停止销售、警示、召回等消除危险的措施。

第四十五条 消费者向有关行政部门申诉的，该部门应当自收到申诉书之日起七日内，作出处理。

第四十六条 对侵害众多消费者合法权益的行为，中国消费者协会以及在省、自治区、直辖市设立的消费者协会，可以向人民法院提起诉讼。

第五十条 经营者有侮辱诽谤、限制人身自由等侵害消费者或者其他受害人人身权益的行为，造成严重精神损害的，受害人可以要求精神损害赔偿。

修正后删除原条文

第四十二条 经营者提供商品或者服务，造成消费者或者其他受害人死亡的，应当支付丧葬费、死亡赔偿金以及由死者生前扶养的人所必需的生活费等费用；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第四十五条 对国家规定或者经营者与消费者约定包修、包换、包退的商品，经营者应当负责修理、更换或者退货。在保修期内两次修理仍不能正常使用的，经营者应当负责更换或者退货。

对包修、包换、包退的大件商品，消费者要求经营者修理、更换、退货的，经营者应当承担运输等合理费用。

（本条内容移至新条文第二十四条并作修改）

第四十六条 经营者以邮购方式提供商品的，应当按照约定提供。未按照约定提供的，应当按照消费者的要求履行约定或者退回货款；并应当承担消费者必须支付的合理费用。

北京市进一步规范家电维修市场 上门维修家电须明示收费价格

6月4日，市工商局、市商务委联合市消协、中国家电维修维修协会、北京电子电器协会、北京联通114信息导航中心及百度公司等单位就进一步做好北京市家电维修市场规范工作进行了部署。

一是利用好北京市家电维修经营者及从业人员数据库，宣传授权维修服务网点信息，方便消费者通过多种途径查询授权维修网点店名、地址、联系电话、维修范围等信息，以及家电维修经营者等级资质、从业人员信息。二是依托北京联通公司、百度公司等信息枢纽型企业，继续清理知名家电授权维修网点，规范家电维修企业经营行为。对违法经营行为查证属实，且无明确违法相对主体的网站，根据其网站IP地址，按照京内、京外、境外等类别，交由相关部门进行关闭或屏蔽处理。三是中国家电维修维修协会、北京电子电器协会按照相关规定，继续在行业内深入推行持证上岗明码标价。向符合要求的家电维修从业者颁发统一上门服务证，统一管理发证信息。同时，要求家电维修经营者在店面显著位置悬挂明码标价公示栏（牌），要求家电维修从业人员上门服务携带并主动出示收费价格手册。公示栏（牌）和收费价格手册应在行业协会备案，并标注价格举报电话和监督电话。四是中国家电维修维修协会将继续加大力度推广家电维修服务行业维修服务部等级评定工作。五是北京电子电器协会将筹备建立北京消费电子产业联盟，吸收品牌消费

电子产品生产经营企业和第三方维修服务企业进入联盟。六是北京市工商局组织消费类电子产品行业消费者申诉行政调解工作，加大对家电维修申（投）诉转立案，以及成员单位移转的案件的处理力度。七是支持行业协会推动建立以集群式售后服务为特色的连锁服务模式。

2012年以来，市工商局、市商务委联合中国家用电器服务维修协会、北京市消费者协会、北京电子电器协会、北京联通公司、百度公司等联合开展了北京市家电维修市场规范工作，取得了显著成效。北京联通公司和百度公司清查了虚假维修网点的电话、网站。其中，北京联通公司清查172家家电维修经营者的服务电话，百度公司清理了近1500个虚假家电维修网站，驳回和下线处理214家资质不合格的家电维修经营者商业推广请求。首次向社会发布包括59家主要家电品牌在京的上千个维修网点的地址、电话、承修范围等信息，并在百度搜索结果显著位置标注正规家电维修经营者客服电话等信息。在北京率先推行家电维修人员持证上岗制度，目前持证上岗人数已达到894人。试点推行了家电维修服务明码标价制度，已有31家主要家电企业在行业协会对收费价格进行备案。

2012年下半年数据显示，规范北京市家电维修市场工作开展以来，家电维修类申诉数量显著降低，同比下降37.73%，家电维修市场环境明显改善。

家电维修小常识

1. 消费者维修家电可以通过中国家用电器服务维修协会(www.cheasa.org)、北京电子电器协会(www.dzdqxh.cn)网站上查询正规网点统一服务电话。

2. 谨慎对待网上通过搜索引擎查到的维修企业网站或电话，注意区分维修企业官方网站和其他山寨维修企业的官网页面。通过百度搜索“品牌名+维修”，在搜索结果的显著位置会显示带有绿色小电话标志的官方维修电话。山寨家电维修网站多数比较简单，有的甚至只是一个网页，无法进入二级页面。

3. 正规维修企业维修费用按不同故障情况分列费用清单。如需更换零配件，还会列出零配件费用；如果上门维修采用一价制的，消费者应要求对方列清细目。

4. 上门服务时，看清维修人员证件，一般各品牌家电企业售后服务商的维修人员会穿着带有企业品牌或名称标志的工作服并佩戴证件，消费者在接受服务前注意查验。

部分企业售后服务网点电话

大中 010-88848338
苏宁 400-836-5365
国美 400-811-3333
创维 400-866-5555、9510-5555
索尼 400-810-9000
东芝 400-818-0280
海信 400-611-1111
松下 800-810-0781、400-810-0781
TCL 400-812-3456
长虹 400-811-1666
海尔 400-699-9999

18家消费维权单位针对国内部分金融信贷机构转嫁房产评估费的问题联合发表消费观点——

房产评估费不应由消费者承担

国内部分商业银行、住房公积金贷款中心审批房贷时，一般会指定评估机构对抵押物进行评估，从而确定贷款的具体数额。相关法律法规规定，贷款抵押物评估费原则上由商业银行承担，或由贷款当事人约定承担。但目前部分商业银行、公积金中心要求贷款申请人承担评估费的现象非常普遍。针对此，北京、天津、重庆、大连、厦门、深圳、沈阳、长春、哈尔滨、南京、杭州、济南、武汉、广州、成都、西安、昆明等17城市消费者组织及中国消费者报社联合发表观点指出，商业银行、公积金中心等金融信贷机构应主动承担评估费，同时建议行业主管部门废除约定条款，保障消费者公平交易权，规范房地产信贷行业的健康发展。

18家消费维权单位认为，部分商业银行转嫁房产评估费涉嫌侵害消费者公平交易权。我国《消费者权益保护法》第十条规定：“消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。”

申请人在信贷合同中属金融消费者，其权益受《消费者权益保护法》保护。商业银行、公积金中心要求申请人只有在交纳评估费并对抵押物做评估的情况下才可继续申请贷款，其实质是利用强势地位要挟贷款申请人，剥夺了贷款申请人信贷公平的权利，严重侵害金融消费者的合法权益。

18家消费维权单位指出，部分商业银行转嫁房产评估费的做法增加了消费者负担，也妨碍扩大消费。近年来，房地产业发展迅猛，相关连带行业也随之繁荣。消费者个人购房过程中，除支付不菲的购房款外，还须支付契税、印花税、房屋产权登记费、物业维修基金、担保费等。而通过房地产中介机构购买房屋，还须交纳中介费等。如此多的费用支出已经让购房人苦不堪言。如果任由评估费这类不合理收费项目长期存在，不仅增加购房人的负担，不利于树立金融服务领域诚实守信之风，同时也制约着我国建立扩大消费需求长效机制，进一步影响我国经济社会又好又快发展。

为规范房地产信贷行业的健康发展，维护房贷申请人的合法权益，18家消费维权单位建议：

一是相关机构应坚守原则，自觉承担房产评估费。我国《商业银行法》第三十六条规定：“商业银行贷款，借款人应当提供担保。商业银行应当对保证人的偿还能力，抵押物、质物的权属和价值以及实现抵押权、质权的可行性进行严格审查。经商业银行审查、评估，确认借款人资信良好，确能偿还贷款的，可以不提供担保。”上述法条明文规定对抵押物、质物的评估为商业银行应承担的职责与义务。

2006年原建设部、中国人民银行及中国银行业监督管理委员会联合发布的《关于规范与银行信贷业务相关的房地产抵押估价管理有关问题的通

知》（以下简称《通知》）规定：

“房地产抵押估价原则上由商业银行委托，但商业银行与贷款申请人另有约定的，从其约定。估价费用由委托人承担。”该条文明确规定评估费原则上由商业银行承担。

商业银行、住房公积金贷款中心在个人购房信贷中靠赚取利差盈利，对抵押物进行评估是其降低风险的必要措施，抵押物评估费是信贷成本的一部分，理应由商业银行或公积金中心承担。

二是建议相关部门废除约定条款。《通知》规定：“房地产抵押估价原则上由商业银行委托，但商业银行与贷款申请人另有约定的，从其约定。估价费用由委托人承担。”

根据此条款，商业银行原则上对贷款申请人提供的房产抵押物进行估价并承担相关费用的义务。但在现实中，比较常见的做法是，商业银行利用其强势地位，将约定条款作为通例，刻意回避承担评估费的原则条款。由于商业银行与贷款申请人的地位并不平等，房地产抵押物估价的双方约定一般都成为商业银行和公积金贷款中心的单方约定或强制指定，贷款申请人慑于商业银行和公积金贷款中心的强势地位，丧失缔约自由被迫接受不公平的单方约定或者强制指定。由此，《通知》中的约定条款非但无助于信贷公平，反而成为商业银行滥用强势地位转嫁评估费的依据。因此，建议有关部门尽快将其废除。

“苹果”的问题究竟是什么



今年央视3.15晚会曝光苹果手机不换后盖、差别待遇等售后服务问题，美国苹果公司一直趾高气扬，甚至在西方“愚人节”的4月1日，苹果公司CEO库克在致中国消费者信中辩解：“Apple对于中国的承诺和热情与其他国家别无二致。”并说：“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态度傲慢，不在意或不重视消费者的反馈。对于由此给消费者带来的任何顾虑或误会，我们表示诚挚的歉意。”

针对美国苹果公司的非诚意，中国消费者权益保护法学研究会于5月9日就美国苹果公司违法经营问题召开座谈会，专家指出：美国苹果公司在中国的活动，不是什么维修苹果手机不换后盖、“差别待遇”之类售后服务问题，即便是事也太小，而是苹果公司存在重大违法问题，主要有：

第一，苹果手机应用下载软件存在大量淫秽色情内容。

苹果App store中提供下载的图书含有大量淫秽色情内容，有些色情图书长期在苹果排行榜中占据前十位，如《百部古今情色小说合集》、《玉房秘诀》、《情色小说教师系列》、《有声情爱经典》等。苹果手机中的这些黄色毒瘤侵蚀着我国的社会风尚，苹果公司必须删除这些淫秽内容。

第二，苹果手机中有许多侵犯著作权的内容。

苹果App Store提供的图书下载服务中有许多侵犯我国作者著作权的问

题。从诉讼上看，北京市第二中级人民法院已受理多名原告对苹果公司提起的版权诉讼，例如，中国大百科全书出版社有限公司因苹果App Store含有《中国大百科全书》大量内容的应用程序而诉求的赔偿案，中国作家维权联盟分三次起诉，涉及韩寒等14位作家86部作品的苹果公司侵权案，北京中文在线数字出版股份有限公司诉苹果公司侵犯信息网络传播权案等，这仅是苹果公司侵犯著作权的冰山一角。苹果公司与软件应用开发者存在合作关系，从中获取经济利益，苹果公司必须遵循国际版权公约，遵守中国著作权法，维护我国作者的权益，删除那些侵权盗版内容。

第三，苹果公司逃税偷税，从未向我国缴纳关税。

苹果公司总部在美国加利福尼亚州，其中国公司设在上海，在郑州航空港经济综合试验区生产苹果手机，在北京开办了苹果电子产品商贸(北京)有限公司。苹果公司搭建的销售平台设置在美国本土，且利用互联网从我国空间无线频率通道将这种交易幅射到中国用户。苹果公司有十几万个中文收费应用程序下载服务，我国用户通过苹果电子产品商贸(北京)有限公司www.apple.com.cn网站进入下一步操作购买应用程序，可用人民币付款。苹果公司在我国销售的中文应用程序数量可观，但苹果公司从未向中国海关缴纳关税。

《中华人民共和国海关法》第二条中规定：“海关依照本法和其他有关法律、行政法规，监管进出

境的运输工具、货物、行李物品、邮递物品和其他物品（以下简称进出境运输工具、货物、物品），征收关税和其他税、费，查缉走私，并编制海关统计和办理其他海关业务。”第八条规定：“进出境运输工具、货物、物品，必须通过设立海关的地点进境或者出境。在特殊情况下，需要经过未设立海关的地点临时进境或者出境的，必须经国务院或者国务院授权的机关批准，并依照本法规定办理海关手续。”软件属民法中的物，是物品的一种，苹果手机中可下载的中文应用程序也是一种物品。海关法第五十四条中规定：“进出境物品的所有人，是关税的纳税义务人。”进口物品要缴纳关税，苹果公司是关税的纳税义务人，但苹果公司利用互联网绕过中国海关直达各苹果手机用户，径行在我国境内大肆销售中文收费应用程序，明目张胆偷逃应纳税款，这是严重的走私行为。苹果公司必须向我国缴纳关税。

苹果公司利用互联网从我国空间无线频率通道将种种交易幅射到中国苹果手机用户，大肆在中国开展经营活动，其必须遵守中国法律，铲除违法行为，维护中国消费者权益。

东城区消协不断创新工作方式 为消费者的合法权益保驾护航



为了进一步提高消协组织的能力和水平，增强消协组织的影响力和公信力，更好地服务消费者，东城区消协不断创新工作方式和工作思路，强化消费维权，改善消费环境，在各项消费者权益保护工作取得了新的进展。

率先试行小金额投诉 先行赔付制度

2006年，东城区消协成立法律支持中心，宣布在全市率先试行小金额争议先行赔付办法。只要在北京东城区购买商品或接受服务的老幼病残消费者遇到300之内的小金额投诉时，东城消协可以直接为其支付赔偿金，免去了消费者辗转找商家交涉之苦。

据东城消协秘书长陈凤翔介绍，试行办法期间，由东城工商分局先期拨付五万元用于先行赔付，主要面向符合受理范围和条件的老年人、残疾

人和学生三类弱势群体。只要商品在保修期内，提供原始单据，经过核实查明分清责任，上述消费者在消协便可拿到直接赔偿，不用再找

商家，赔付款数暂定为300元以下（含300元），商家将按要求在十个工作日内将赔付款交给消协。小金额争议先行赔付办法不久，家住西城区六十岁的张玉霞大妈从东城区消协工作人员手中接过298元钱，成为先行赔付的首位受益者。她2004年在东城一家电卖场买了一台298元的桑普电暖器，没用多久一加热就流油，从此开始找商家厂家维修，近两年都没解决问题，只好投诉到东城区消协。

小金额争议先行赔付制度试行两年后，东城区消协宣布其赔付金额由原来的300元提高到500元，赔付人群也由主要针对消费者中的老弱病残者和学生，扩大到军人、教师。当遇到小金额投诉时，只要事实清楚、责任明确，东城区消协可以直接支付赔偿金，然后由被投诉商家在十个工作日内将赔付金返还给消协。”

2009年，东城工商分局和东城区消协启动“放心消费在东城，维权服务伴您行”活动，“先行赔付”规定的受益者也从原先的老年人、残疾人、学生、军人、教师五类特殊人群扩大到所有消费者。一般性消费纠纷将在24小时内解决；企业所提供商品或服务，一旦出现质量问题，500元以内的消费争议，可由东城区消协先行赔付。

现在，东城区已有100多家大中型企业与东城区消协签订履行“先行赔付”的协议。

领头成立消费纠纷 人民调解委员会

东城分局、东城区消协积极探索化解矛盾纠纷的新途径和新方法，前期对实现工商机关行政调解、消费者协会调解、人民调解的有效衔接，以及将来进一步实现诉调对接而进行了多方论证。在北京市工商局的领导下，经与东城区司法局反复协商，司法局复函正式批准东城区消费者协会设立本市首家消费纠纷人民调解委员会，此委员会是依法批准设立的调解民间因消费产生纠纷的群众性组织，承担区域内消费纠纷的人们调解工作。

2011年6月30日，随着北京市工商

行政管理局副局长黄晓文、北京市司法局基层处处长石光春共同揭牌，东城区消费纠纷人民调解委员会作为北京首家消费纠纷人民调解委员会在东城消协正式宣告成立，消费者又多了一个维护自身合法权益的重要“保护伞”。

东城区消费纠纷人民调解委员会受理以下六种调解申请：因商品或服务质量问题，造成消费者致伤、致残、致死的投诉；消费者多次投诉的；消费者群体投诉的；难点或带有倾向性的投诉；消费者到区法院起诉，区法院委托调委会调解的投诉；其它具有社会影响的重大投诉或带有普遍性的典型案例。

东城区消费纠纷人民调解委员会正式受理的第一起个案是：消费者齐女士在北京市某著名商场消费493元购买某品牌女款休闲鞋一双。穿后因感到鞋前部磨脚，于是在消费次日与商场进行交涉。后因双方对产生消费纠纷的责任不清，消费者与经营者发生口角并导致肢体冲突。虽及时拨打110报警，但问题并未得到有效解决。双方到东城区消协后，都表示愿意接受人民调解形式。经东城区消费纠纷人民调解委员会近四个小时的依法调解，最终经营者同意退还消费者购鞋款和误时费合计1493元。

东城区消费纠纷人民调解委员会成立以后，工作蓬勃发展，不断完善，化解多起社会矛盾、为构建和谐社会做出了贡献，也受到了消费者的好评，消费者彭女士就是其中的一位。去年10月12日，消费者彭女士到东城区某茶叶店购买茶叶，出门时被突然关闭的店门撞面部，造成彭女士鼻梁骨两处骨折。东城区消费纠纷人民调解委员会接到投诉后，立即派工作人员到现场进行勘查取证，多次

约见茶叶店相关负责人，在商家不承认存在过错的情况下，调解员拿出前期的调查证据后，商家表示同意接受调解意见，一次性赔偿消费者彭女士16800元。事后，消费者彭女士高度赞扬东城区消费纠纷人民调解委员会为消费者做主，并代表全家感谢调解员的辛勤工作。

成立老年人消费维权指导中心

随着北京老龄人口规模的扩大和老年化进程加快，老年消费需求在社会总需求的比重逐步上升，老年人的消费在整个社会消费中的份额也逐步加大，随之而来的是近几年老年人消费维权投诉呈现逐年上升趋势。

为进一步做好老年人消费维权工作，东城区消费者协会联合东城区老龄委联合正式成立了“东城区老年人消费维权指导中心”，共同服务老龄化时代的社会管理，为老年人充分实现自身权利，享受社会进步成果，提供消费指导和维权服务。目前，东城区老年人消费维权指导中心已在龙潭街道绿景苑社区、东直门街道清水苑社区、崇外街道崇西社区建立了三个老年人消费维权指导站。

消费维权指导站为老年人开展四项服务：一是消费跟踪服务。针对很多老人子女不在身边，在购买商品或接受服务时缺乏常识的情况，消费者协会将联合工商部门为老年人提供消费跟踪服务，为老人提供事前、事中、事后的消费跟踪服务，让社区老人放心、愉快消费。二是绿色通道服务。针对六十岁以上老年人在辖区内的消费维权问题，消协干部将在工作日内15分钟到达现场，快速为老年人解决纠纷。三是消费教育服务。每季度协同社区居委会对老年人开展一次

消费常识讲座，向老年人讲解了消费维权知识，揭示消费陷阱，提示老人提高自我保护意识，避免上当受骗。四是放心消费服务。针对社区居民需求，每月定期对社区周边超市、食杂店食品进行快检；每年组织一次名优厂家进社区活动。

喜获“规范化人民调解委员会”称号

去年11月8日，东城区消费纠纷人民调解委员会荣获“北京市规范化人民调解委员会”，这是向党的“十八大”召开最好献礼。

2012年，北京市政府确定35件直接关于群众生活方面拟办的重要实事，其中“规范人民调解委员会，提高化解矛盾纠纷能力”被列为第22项。为此，司法局制订了《关于在全市创建500个规范化人民调解委员会的工作方案》，方案中详尽实施范围、创建步骤、创建和工作要求，其意义在于以保障“十八大”安全稳定为着力点，加强人民调解组织建设规范化，树立北京人民调解的工作品牌，筑牢维护社会和谐稳定的“第一道防线”。因此，此项评选规格水平较高，动员部署、整改审查、重点攻坚、考核评价各阶段，环环相扣、严格把关，获此殊荣，含金量高且不易。

东城区消费纠纷人民调解委员会自成立以后，在东城区工商分局的正确领导下、在区司法局的悉心指导下、在社会各界广泛参与努力下，调委会工作蓬勃发展，不断完善，走入正轨，组织建设、队伍建设、制度建设、业务建设逐步规范化，大大提升东城区消费维权水平，为化解社会矛盾、维护社会和谐稳定发展做出积极贡献。（陈亮）

灾难来临 消费者应沉着应对

天有不测风云，人有旦夕祸福。我们生活的社会环境免不了会发生意想不到的灾难，自然灾害、恐怖袭击、意外事故等，灾难的降临，不可避免地给人们带来恐慌、混乱，生活用品短缺、交通出行不便，这时，任何的盲从和冲动都是无力的，作为公民和消费者，要理智冷静的面对，才能顺利度过难关。

一.信心是根本

2010年1月，海地发生地震，震后，灾区食品和交通费用飙升，暴力和抢掠事件层出不穷。灾民饿着肚子，但贩卖食品的小贩不敢经营，有的在街头露面也提心吊胆，随时提防抢劫事件的发生。

2010年“2.27”智利地震后的第二天，很多超市、药店、加油站都发生了哄抢，当地电视台拍下惊心动魄的一幕：来自四面八方的人们涌向损毁的超市，见什么抢什么，除了生活必需品，甚至连电视等家用电器都被搬走，在一个地震灾区，一群灾民哄抢并焚烧了一家超市。

日本“3.11”强震达8.8级，并引发海啸，同时发生核泄露，产生的人身和财产的损失可谓空前巨大，但是老百姓秩序井然，冷静克制，未出现恐慌状况。

我国汶川地震、芦山地震，影响的范围及造成的损失非常惨重，灾民得到妥善的救助，百姓团结一心积极

开展救助，没有出现任何抢劫事件。

灾害的降临，确实会给人们带来恐慌和混乱，如果政府指挥不及时，处理不当，老百姓对政府信心不足，灾民心理上很容易出现绝望、失控和崩溃的情况，混乱的场面上加上绝望的心理，不可避免地会产生暴力、抢劫事件。灾难当头暴力哄抢只能是雪上加霜，对救灾工作产生严重的负面影响。

这时只有信心和勇气，才是战胜困难，度过难关的法宝。四川地震，政府反映及时、处理得当，解放军、社会组织 and 各界人士积极救助，一方有难、八方支援，给灾民带来强大的信心和勇气。日本地震，老百姓冷静听从政府的安排，始终保持着高度的信任和坚强的信心。众志成城，满怀信心，灾区迅速得到重建，人民很快获得重生。

二.理性是关键

3.11地震虽然震在日本，但在我国一些城市却出现了戏剧性一幕，社会上一种传言称食盐可用来防辐射；另种一传言称日本核辐射将污染海水，导致食盐不能食用，即将产生盐荒，多地出现了抢盐的风潮，在政府多方辟谣的情况下，几天以后才平息风波，有的人甚至购买了成百斤的盐。其实早在非典期间，就有类似的抢醋事件发生，教训虽有，但是稍有事故发生，还是有人容易失去理性，

盲目跟风。

理性是建立在科学的基础上，灾难造成的混乱不仅是物质的，还有心理上的，这时要相信科学，才能保持清醒、镇定。

对街边谣言不能轻信，对官方预警也不能轻视，相信科学才是正道。

“7.21”北京暴雨造成水灾，很多人车辆被淹毁，甚至出现多起伤亡的惨剧。实际上，在大雨到来之前，气象部门已经发出五六次强降雨预警，告诉大家尽量减少出行，并且准确预告了重点地区，但是很多人无视警告，京石高速上照样车流如织，络绎不绝。

灾难面前，不理性会让人愚昧和盲从，理性则会产生智慧和力量。2012年“6.29”新疆劫机事件，面对突如其来的灾祸，乘客们临危不惧，沉着应对，挺身而出，同机组人员一起与暴徒展开了惊心动魄的殊死搏斗，成功粉碎了劫机图谋，大家共同保卫了所有乘客的生命财产安全。

三.秩序是保证

2008年冬，南方多个省份发生了特大暴雪灾害，因为发生在接近春节期间，各地的外籍打工者都希望赶回家过年，但是因为灾害的原因，造成交通不便，大多数的客车、火车都不能及时出发，火车站、客运站等都挤满了人。有的火车站几十万的外籍打工者日夜在那里等候多天，政府出动

大批的干警、工作人员维持秩序。听到火车可以出发了，本来已经安排好调整的车次，保证有票的人都能乘坐，但是很多人担心上不了车，大家你挤我推，场面异常混乱，出现了人踩人的事件，有人被踩成重伤，送院后不治。暴雪没有带来的伤亡，挤车反而带来了。这种因秩序混乱带来的伤害，中外都曾有发生，很多起因是很小的事故，但因秩序混乱失控，酿成重大的惨剧，像球场、歌舞厅、剧院造成的踩踏等。

芦山地震灾区道路狭窄，赶往灾区的车辆太多，造成严重拥堵，在生命救援通道上，很多私家车主不听劝阻驾车前往，抢占道路资源，有的车主在拥挤的路面上弃车离开，加重了拥堵，致使救援车辆无法进入，生命通道被堵，交通出现瘫痪。

日本震后秩序井然，仙台市民上街避难，全部是聚集在路边或者路中间的绿化隔离带上，主动让出车辆行驶的道路；火车、地铁停运，大家没有抱怨，都静静地排队等候，排在楼梯的队伍都是在楼梯的两侧顺序等候，中间留出应急通道；高速路发生重大拥堵，但是车辆整齐地排成一字长龙，没有人占用超车道和应急车道，更没有加塞抢行，主动把宝贵的资源让给更需要的人；避难所分发匮乏的食物，只有一点点汤，饥肠辘辘的人们没有人拥挤争抢，大家排队领取后坐在原位把分到的少得可怜的汤默默喝下去，没有喧哗没有吵闹。

良好的秩序使各项救灾工作有条不紊，是快速渡过难关的捷径，是战胜灾难的有力保证。

四.环保是责任

芦山震后最初几天，很多人随处丢弃垃圾，不论街道、路边、安置点周围，生活垃圾遍地，肮脏不堪，清理垃圾的工作成了救灾工作的重点。更加触



目惊心的是到处都是被丢弃的半瓶矿泉水，一边是边远灾区的民众严重缺水缺食物，全国人民慷慨解囊倾心捐助，另一边是一些人将捐赠宝贵的饮用水随处浪费丢弃。非常让人寒心、痛心。

很快，一些居民和志愿者加入到了清理垃圾的队伍，经过大量的工作，垃圾减少了许多。

日本震后的避难广场，人们秩序井然，上千人从避难的广场离开时，各自把自己用的包装袋等垃圾带走，地上竟然无半点纸屑和杂物，良好的素养让人肃然起敬。不管遇到多大的灾难，我们都要坚守环保的责任。

五.分享是境界

抢盐风潮中有的消费者购买了上百斤盐，贪婪的欲望让他们欲罢不能，只想尽量占有更多的资源，但我们也看到许多人在灾难面前舍己为人、友爱互助的可贵精神和社会责任感。

日本震后，一超市自动为周围民众提供饮用水，但所有人都自觉地只领

取两瓶水，想到让更多的人能分享这本身就不充裕的食品；公用电话亭前，十台电话，十条队伍，每人允许通话一分钟，可是没有人的通话用完一分钟，他们想到排在后面的人更需要给家人报平安。泰坦尼克失事，即将沉入冰冷的大海，生死攸关的时刻，船上乘客遵从妇女儿童优先的原则，把有限的救生船让给弱者。

芦山地震，县城内一些社区的房屋几乎全部受损，救援点分发各种食物，但是很多居民只领取矿泉水，大家表示自己可以想办法，食物要留给山上更严重的地区。“帮助了别人就会使自己将来更有机会得到帮助”，正是这种助人自助、互帮互救的高尚情怀，为迅速战胜灾难，注入了无穷的正能量。

面对灾难，不论作为民众还是作为消费者，都不要恐惧、慌乱、盲从，要有坚定的信心和勇气，沉着应对，坚守着品德和责任，众志成城，团结一心战胜难关。

(海淀区消协秘书长 吕凤梅)

北京市消费者协会发布 蚕丝被比较试验结果

随着生活品质的提高，消费者对被类商品的要求，不仅仅满足遮盖、保暖的功能，更多地追求舒适、安全、健康。中高端的被品中，蚕丝被以轻薄、柔软、滑爽、舒适、保暖等优点深受消费者的喜爱。目前市场上蚕丝被（包括纯蚕丝被、混合蚕丝被）品类繁多，价格差距也很大，从两三百元到数千元不等，但多数消费者从外观上无法直接判断蚕丝被的质量情况，令消费者在选购时十分困惑。为了解北京市场蚕丝被商品真实的质量状况，指导引导消费，维护消费者的合法权益，北京市消费者协会近期对北京市场上销售的部分蚕丝被商品进行了比较试验。

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，以普通消费者的身份，从北京的物美超市、家乐福超市、沃尔玛超市、城乡仓储超市、北京崇光百货、长安商场、复兴商业城、翠微大厦、城乡贸易中心、燕莎奥特莱斯购物中心、伊利诺依家居、百荣世贸商城，以及网络购物平台京东商城、1号店网上超市、苏宁易购随机购买，样品涉及北京、上海、浙江、广东、安徽、江苏六省市38家企业生产或经销的40个蚕丝被样品。

二、试验标准及项目

本次比较试验委托中国商业联合会针棉织商品质量监督检验测试中心（天津），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GB/T24252-2009《蚕丝被》、GB/T22796-2009《被、被套》标准，对样品的纤维含量、尺寸偏差率、填充物质量偏差率、填充物压缩回弹性、甲醛含量、pH值、异味、可分解致癌芳香胺染料、使用说明进行测试；部分样品还测试了耐皂洗色牢度、耐水色牢度、耐酸、碱汗渍色牢度、耐干、湿摩擦色牢度等指标。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，40个测试样品有19个样品质量指标不符合国家标准要求，占总样品数的47.5%。其中网络购物平台购买的7个样品中4个样品存在质量问题。比较试验结果表明：蚕丝被产品质量参差不齐，存在较为突出的问题。主要表现在：使用说明存在信息标注不全、不准确、不规范；面料纤维含量标注与实测不符；蚕丝以次充好，实际填充物缺斤短两，个别企业存在填充物用聚酯纤维冒充蚕丝、涉嫌蓄意造假等欺诈消费者合法权益的行为。具体如下：

1 使用说明（产品标识）。使用说明是生产者向消费者传达如何正确、安全使用产品的信息工具。通常以使用说明书、标签、标志等形式表达。如果没有使用说明，或使用说明编写不规范，或因其信息量不足甚至有误，会误导消费，影响消费者对商品的正确使用和维护保养，甚至给消

费者造成损失。国家标准规定使用说明内容应包括制造者的名称和地址、产品名称、产品号型和规格、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、安全技术要求类别等内容。此外根据蚕丝被的商品特性，GB/T24252-2009《蚕丝被》标准要求还应标注：蚕丝被种类名称（纯蚕丝被或混合蚕丝被）、填充物公定回潮率质量、填充物丝绵的蚕丝种类（桑蚕丝或柞蚕丝）和丝绵长度（长度分为长、中长、短三类），由不同长度种类丝绵混合的填充物应予以明确说明。

本次比较试验40个样品中有25个样品使用说明不符合国家标准要求，占样品总数的62.5%。比较试验结果显示，蚕丝被使用说明信息标注不全、不准确、不规范，存在较多问题，影响消费者的选购，个别产品甚至没有吊牌和包装，应引起生产企业和销售企业的高度重视。

2 纤维含量。纤维含量是反映产品面料质地好坏以及填充物品质的重要参数，它是生产企业向消费者明示产品成分的最直接的方式，是消费者选购蚕丝被的重要参考指标。本次比较试验中，40个样品中有12个样品纤维含量标注与实测值不符，占样品总数的30%。其中，6个样品面料存在问题，较严重的是：圣大保罗牌样品标称复合棉提花，实测含棉17.1%。瑞朗牌样品标称棉100%，实测含再生纤维素纤维11.3%。棉朵牌样品标称棉

70%，实测棉45.8%。8个样品填充物含量存在问题，其中填充物严重缺失、产品劣质、冒充蚕丝被的有：胜伟牌样品标注蚕丝含量51%，实测20.8%。棉朵牌样品标注蚕丝含量50%，实测24.6%。喜日来牌、丝莱得牌、FASHION HOME牌3个样品仅被子开口处有少量蚕丝，其他为聚酯纤维等化纤，属于涉嫌假冒蚕丝被。

纤维含量误差较大的样品具体内容如下：

序号	标称生产/经销企业	标称品牌	标称规格/型号	纤维含量(%)		购买地点
				标注	实测	
1	杭州羽丰居室用品有限公司	胜伟	货号：S-391 规格：150×215cm	面料：聚酯纤维100 填充物：蚕丝51 超细纤维49	面料：聚酯纤维100 填充物：桑蚕丝20.8 聚酯纤维79.2	物美超市华天店
2	浙江省桐乡市洲泉华顺被絮厂	丝莱得	规格：200×230CM 1500克	表布：棉100 填充物：蚕丝100	表布：棉100 填充物：聚酯纤维79.7 粘纤20.3 被子开口处有少量桑蚕丝	百荣世贸商城
3	优雅诗家居用品(东莞)有限公司	SANTA BARBARA POLO&RACQUET CLUB 圣大保罗	规格：152×218CM 重量：0.5kg	面料：复合棉提花 填充物：100柞蚕长纤丝	面料：棉17.1 聚酯纤维 82.9 填充物：柞蚕丝100	北京庄胜崇光百货
4	北京瑞朗纺织用品制造有限公司	瑞朗	规格：200×230cm 重量：2000g	面料：100棉 填充物：100桑蚕丝	面料：再生纤维素纤维 11.3 棉88.7 填充物：桑蚕丝100	沃尔玛超市宣武门店
5	喜日来家纺有限公司	喜日来	货号：8002-C 规格：200×230CM 重量：3市斤(耐久标) 重量：1.4kg(合格证)	合格证标注：面料：压花桃皮绒 耐久标注： 面料：○100%真丝大提花 ○压花天丝绒 ○100%纯棉大提花 ○100%纯棉小提花 ○100%60S大提花 ○100%80S大提花 填充物：○50%柞蚕丝-50%长丝 ○50%桑蚕丝-50%长丝 ○70%桑蚕丝-30%长丝 ○100%天然柞蚕丝 ○100%纯天然桑蚕丝 ○100%极品双宫桑蚕丝	面料：聚酯纤维100 填充物：聚酯纤维100 被子开口处有少量桑蚕丝	百荣世贸商城
6	海门市雪兔家居用品有限公司	花花公子 PLAYBOY	规格：200×230cm 填充物净重：500克	面料：莱赛尔 68 粘胶 32 填充物：桑蚕丝 100	面料：莱赛尔纤维 68.3 聚酯纤维 31.7 填充物：桑蚕丝 100	北京燕莎奥特莱斯购物中心
7	法國皮尔卡丹國際股份有限公司(授权) 制造商：上海宝莱家用纺织品有限公司	FASHION HOME	规格：200×230cm	面料：100全棉 填充物：蚕丝	面料：棉100 填充物：粘纤 87.9 聚酯纤维 12.1	北京城乡超市苏州桥店
8	宁波博洋控股集团有限公司	棉朵C.DODO	规格：220×240cm 充棉量：1200g	面料：提花布： 70棉 30黏胶 色布：100棉 填充物：50桑丝 50木棉	面料：提花布：棉45.8 聚酯纤维 54.2 色布：棉100 填充物：桑蚕丝24.6 粘 纤75.4 含微量其他纤维	苏宁易购
9	宁波博洋纺织有限公司 生产商：宁波博洋控股集团有限公司	艾维家纺 I WILL	规格：220×240cm 填充量：1350g桑蚕丝	面料：聚酯纤维100 填充：1350g桑蚕丝	面料：聚酯纤维100 填充物：桑蚕丝 95.6 其他纤维4.4	苏宁易购

权威发布

Authoritative release

比较试验中发现,北京迎时万佳纺织品有限公司生产的迎时YING SHI牌样品,品名为九孔蚕丝被,标称含蚕丝30%,实测含桑蚕丝22.2%,国家标准规定蚕丝被蚕丝含量应 $\geq 50\%$,该产品属于混淆概念,误导消费者。

3 填充物质量偏差率。填充物质量偏差率是蚕丝重量的指标。GB/T24252-2009《蚕丝被》规定,填充

物质量偏差率优等品、一等品标准规定值为(-2.0~+10.0)%、合格品为(-2.5~+10.0)%。GB/T22796-2009《被、被套》规定,填充物质量偏差率 $\geq -5.0\%$ 。本次比较试验40个样品中,3个样品未标注填充物重量,未考核该指标;标注重量的37个样品中有11个样品填充物质量偏差率不符合国家标准要求,占样品总数的27.5%,其中填充物质量严重不足,偏差率超



过-10%的有:红富士牌样品、华纳妮诗牌样品、天意tianyi牌样品、喜日来牌样品、棉朵牌样品、蝶雅牌样品。

填充物质量偏差率较大的有:

序号	标称生产/经销企业	标称品牌	标称规格/型号	填充物质量偏差率(%)				购买地点
				明示质量	实测质量	标准要求	偏差率	
1	上海小绵羊实业有限公司	小绵羊	货号: S0530045 规格: 200×230cm 填充料重量: 1500g 重量: 2800g	1500g	1424.4g	-2.5~+10.0	-5.0	家乐福超市马连道店
2	上海红富士家纺有限公司	红富士	规格: 200×230cm 3.0kg	3.0kg	1907.8g	-2.5~+10.0	-36.4	家乐福超市马连道店
3	上海锦佩工艺品有限公司 特许制造商: 江苏南通海门市 开发区家乐卧室制品厂	锦佩	规格: 200×230cm 填充物重量: 1.25kg	1.25kg	1179.6g	-2.5~+10.0	-5.6	家乐福超市马连道店
4	北京玛丽安娜纺织品有限公司	华纳妮诗	规格: 150*215cm 填充量: 1000g	1000g	644.8g	-2.5~+10.0	-35.5	北京城乡超市小屯店
5	江苏省海门市天意梦思卧室用品有限公司	天意 tianyi	规格: 150cm×200cm 蚕丝净重: 1000g	1000g	754.2g	-2.0~+10.0	-24.6	北京复兴商业城
6	上海润联纺织品有限公司 上海华润世纪纺织有限公司	香榭里	货号: BX152-150 规格: 200×230cm 填充料重量: 1500克	1500克	1383.5g	-2.0~+10.0	-7.8	京东商城
7	喜日来家纺有限公司	喜日来	货号: 8002-C 规格: 200×230CM 重量: 3市斤(耐久标) 重量: 1.4kg(合格证)	1.4kg(合格证) 3市斤(耐久标)	1059.6g	-2.0~+10.0	-29.4	百荣世贸商城
8	特许制造商: 上海恬梦实业有限公司 澳西奴时尚纺织(上海)有限公司	澳西奴	货号: 1341JBV70001 150×210cm 填充物净重: 980g	980g	895.0g	-2.0~+10.0	-8.7	家乐福超市马连道店内 商户
9	北京永芳蝶雅纺织品有限公司	蝶雅	规格: 150×215cm 克重: 1500克	1500g	1345.7g	-2.0~+10.0	-10.3	翠微大厦
10	宁波博洋控股集团有限公司	棉朵	规格: 220×240cm 充棉量: 1200g	1200g	860.2g	≥ -5.0	-28.3	1号店网上超市
11	杭州羽丰居室用品有限公司	胜伟	货号: S-391 规格: 150×215cm	未标注填充物重量				物美超市华天店
12	北京迎时万佳纺织品有限公司	迎时YING SHI	规格: 150×215cm	未标注填充物重量				物美超市华天店
13	法国皮尔卡丹国际股份有限公司(授权) 制造商: 上海宝莱家用纺织品有限公司	FASHION HOME	规格: 200×230cm	未标注填充物重量				北京城乡超市苏州桥店

4、尺寸偏差率。这是考核蚕丝被尺寸标注值的符合性指标。

本次比较试验只有北京玛丽安娜纺织品有限公司生产的华纳妮诗牌蚕丝被样品超出标准规定值。

5、经测试，本次比较试验样品的填充物压缩回弹性、甲醛含量、pH值、异味、可分解致癌芳香胺染料、耐皂洗色牢度、耐水色牢度、耐汗渍色牢度（酸、碱）、耐干摩擦色牢度、耐湿摩擦色牢度均符合国家标准规定，蚕丝被的安全性能指标全部达标。

此外，蚕丝被填充物品质中规定优等品、一等品填充物应是长丝绵或中长丝绵，虽然本次比较试验蚕丝被检测项目中未包括填充物的品质指标，但测试中我们发现有些标称一等品的蚕丝被，填充物主料是短丝绵，只是在被子开口处有部分长丝绵或中长丝绵，或是填充物表层为长丝绵或中长丝绵，中间夹层为短丝绵，明显以次充好。

本次蚕丝被比较试验结果表明，蚕丝被质量差强人意，特别是蚕丝被的使用说明、纤维含量、填充物的质量均存在严重问题。据了解，造成产品质量不合格的原因一是企业对产品在生产过程中所用的原材料按照标准下限进行生产，质量监控不到位，没有对出厂产品进行检验；二是企业根据面料或填充物供货方提供的数据随意标注商品的相关质量指标；三是企业为了获取检验报告以应对商场、超市及网店的进店需要，加工质量较好的样品送第三方检验，对后续的批量产品人为降低成本，质量控制不严；四是部分企业外包生产，造成产品质量监控不到位，收货验收环节存在问题。

四、提醒消费者

1 消费者应在有信誉的购物场所选购蚕丝被商品，优先选择标识全面的品牌，同时仔细查看标注的填充物是桑蚕丝还是柞蚕丝，填充物的纤维含量以及填充物质量、丝绵长度等，这些跟价格的高低有直接的关系。

2 消费者在选购蚕丝被商品时，如有条件，尽量打开拉锁链、扣子等，查看填充物的品质，尤其是被子深处蚕丝被的品质，优先选择桑蚕丝、长丝绵或中长丝绵的蚕丝被，注意选择填充物外观色泽均匀、厚薄均匀、没有明显的硬、软绵块和硬丝筋、无污损、无异味。

3 消费者要注意查看商品本身的使用说明，严格按使用说明的提示进行使用和养护。

4 消费者购买蚕丝被应留存购物凭证，以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。

小贴士

一、相关概念：

1 国家标准规定，蚕丝被是指填充物含桑蚕丝和（或）柞蚕丝50%及以上的被类产品。填充物含100%蚕丝的为纯蚕丝被，填充物含50%以上蚕丝的为混合蚕丝被。

2 蚕丝分为桑蚕丝和柞蚕丝两种，桑蚕是以桑叶为主食的家养蚕种，用桑蚕茧制成的蚕丝色泽洁白，柔软度与舒适度更好一些。而柞蚕多为野生，其蚕茧颜色接近青灰色，通过漂白制成蚕丝后颜色有些发黄，手感也不如桑蚕丝柔软。

3 蚕丝丝绵按长度可分为长丝绵、中长丝绵和短丝绵：长丝绵指以整只蚕茧为原料制成的丝绵，其中的天然蚕丝切断很少；中长丝绵蚕丝长度基本在25厘米及以上，短丝绵蚕丝长度大多在25厘米以下。

二、由于蚕丝是世界公认的最柔软、健康的天然纤维 以蚕丝特别是桑蚕丝制成的蚕丝被轻盈、滑爽、体贴，并具有很好的保暖性。因此受到广大消费者的喜爱。其使用保养应注意以下方面：

1 使用时应套上被套等外罩物，以保护蚕丝被；

2 使用一段时间后（或储藏前、长期不使用），请在通风良好的阳光下晾晒，但切勿在烈日下曝晒，以延长蚕丝被的使用寿命，保持柔软舒适感；

3 勿在被上跑跳、滚爬或重压，以保持被子的弹性与柔软。

4 按商品使用说明明示的要求进行洗涤；

5 储藏存放于通风干燥处，上面勿压重物；

6 切勿放入防虫剂等化学药剂。

北京市消费者协会发布 82种网购婴童服装比较试验结果

我国是童装生产销售大国，童装行业生产企业众多，除了传统的婴童服装销售方式外，网络模式也是一种重要的销售渠道。网络购物在带给消费者便捷生活的同时，也有着以次充好、以假乱真、虚假宣传、服务打折等侵害消费者合法权益的消费陷阱，以致于一直以来消费者对网购方式信心不足。为了解网购婴童服装商品的真实质量状况，保护消费者的合法权益，科学引导指导消费，北京市消费者协会近期对网络购物平台上销售的部分婴童服装进行了比较试验。

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，以普通消费者的身份，从京东商城、亚马逊、当当网、拍拍网、国美在线、苏宁易购、1号店、上品折扣、银泰百货集团连锁在线购物中心、淘宝网、天猫、乐友孕婴童网上商城、魅力惠、聚尚网、优购网、母婴之家官网、唯品会、凡客诚品、凡客V+、邦购网、麦考林官网、梦芭莎官网、GAP官网、佐丹奴官网、好孩子官网、红孩子官网、博士蛙365商城、绿盒子官网、优衣库官网、韩都衣舍、芬理希梦官网等31家网络购物平台随机购买，涉及北京、天津、上海、重庆、山东、福建、江苏、浙江、广东等九省市的82个样品。

经企业确认，购买于淘宝网/天使用之城童装店的无生产企业信息、货号ZARA baby牌童装长裤为仿冒产



品。

二、试验标准及项目

本次比较试验委托国家服装质量监督检验中心（天津），依据强制性国家标准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》及产品明示采用的标准，对样品的纤维含量、甲醛含量、耐洗色牢度、耐水色牢度、耐汗渍色牢度、耐干（湿）摩擦色牢度、耐光色牢度、pH值、禁用致癌芳香胺染料、产品标识等指标进行测试。比较试验结果只对购买的样品负责。

三、测试结果

本次比较试验中，82个测试样品有31个样品质量指标不符合国家标准要求，占总样品数的37.8%。比较试验结果表明：网购童装产品质量参差不齐，消费者仅凭网站介绍购买童装存在一定的风险。主要表现在：产品标识信息缺失、标注不规范；纤维含量标注与实测不符；服装掉色；个别企业羽绒服造假；甚至在测试中我们还发现了超标使用可分解芳香胺染料的现象。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，是消费者了解产品情况的重要窗口。作为童装产品标识主要有：产品名称、厂名、厂址、规格号型、纤维成分和含量、执行标准编号、产品合格证、产品质量等级、洗涤方法、婴幼儿用品标注等。本次比较试验82个样品中有12个样品产品标志不符合国家标准对服装产品标识的规定，存在信息缺失、标注不规范的现象，占样品总数的14.6%。其中，购于淘宝网的7个样品未标注生产企业信息，消费者遇到问题时无法联系上生产企业，维护自己的合法权益。

2 纤维含量。纤维含量是婴童服装的主要品质指标，是决定产品价值的重要因素。它的标注是企业向消费者传达产品原料成份最直接的方式；对于消费者而言，是了解选购服装材料和性能的依据，如果纤维含量不标注或标注不正确，就会对消费者产生误导，损害消费者的权益。经测试，82个样品中有16个样品纤维含量不符合国家标准要求，占样品总数的19.5%。其中，有3个样品未标注纤维含量，一个儿童羽绒服样品羽绒质量差。这些样品是：

编号	标称生产企业	电商/店铺名	标称货号 产品名称	标称商标	纤维含量 (%)		
					明示		实测
1	未标注	淘宝网/宝宝翻斗乐	592405 宝宝夹棉大衣外套	Combi Wini	棉: 100		面料 棉: 100里料 聚酯纤维: 100 (配料除外)
2	杭州先锐服饰有限公司	淘宝网/君伟服饰	BL701 男童夹克外套	贝勒格格	棉: 100		面料 棉: 100里料 聚酯纤维: 100
3	未标注	淘宝网/优之良品童装店	298314# 男童有里长裤	蔚未来	面料	棉: 94.3 粘纤: 4 氨纶: 1.7	棉: 98.9 氨纶: 1.1
					里布	聚酯纤维: 100	聚酯纤维: 100
4	上海浦东尼桑制衣有限公司	淘宝网/喜的屋	童装牛仔棉裤	格路易童装	棉: 70 绒: 30		面料 棉: 98.6其他纤维: 1.4里料 聚酯纤维: 100
5	佛山市菲菲服饰有限公司	拍拍网/童装七匹袋鼠专营店	2021# 袋袋酷女童套装	袋袋酷	天鹅绒		棉: 68.8聚酯纤维: 31.2
6	未标注	淘宝网(阿里巴巴)/嘀嘀哦哦七彩童颜	1140 连衣裙	嘀嘀哦哦	棉: 95 莱卡: 5		主面料棉: 94.5 氨纶: 5.5配料1 聚酯纤维: 100配料2 聚酯纤维: 100 配料3 聚酯纤维: 100
7	上海卡班迪贸易发展有限公司	母婴之家官网/母婴用品购物商城	9823 纯棉线合同套	卡班迪	棉: 92 氨纶: 8		棉: 88.1 锦纶: 11.5 氨纶: 0.4
8	未标注	淘宝网(阿里巴巴)/[ee风尚]童装小铺	CC24011 雪纺衫	出出鱼	涤: 60棉: 40		聚酯纤维: 100
9	广州安宝莱信息科技有限公司	京东商城/安宝莱旗舰店	G702 卡通猫T恤	Anboly 安宝莱	棉: 100		棉: 59.0 聚酯纤维: 41.0
10	广州淘淘乐商贸有限公司	淘宝网(阿里巴巴)童真时刻童装馆	201303080072049 印花套装13357	米奇丁当	上衣针织部分	棉: 95 氨纶: 5	棉: 93.5 氨纶: 6.5
					上衣梭织部分	棉: 95 氨纶: 5	聚酯纤维: 100
					裤子	聚酯纤维: 100	聚酯纤维: 100
11	中山市乐背尔童装有限公司	天猫/乐背尔旗舰店	1102 男童装圆领卫衣	乐背尔	棉: 95弹性纤维: 5		聚酯纤维: 51.4棉: 44.0氨纶: 4.6
12	浙江贝贝依依服饰有限公司	天猫/贝贝依依旗舰店	B11301003 女童洗水小脚牛仔褲	Bbyy 贝贝依依	棉: 71.2 聚酯纤维: 28.1氨纶: 0.7		棉: 59.9 聚酯纤维: 38.2 氨纶: 1.9
13	杭州曼雅琪服饰有限公司	天猫/爱美斯服饰	T115100 羽绒服	爱美斯	含绒量 明示90% 标准值 ±3.0% 绒子含量 标准值≥81%		含绒量 实测 52.7% 绒子含量 实测 47.4% -
14	未标注	淘宝网/百趣屋	韩版绣花可爱小兔儿童 连衣裙	BOM2 WOOL2	未标注		棉: 65.0 聚酯纤维: 25.3粘纤: 9.7 (绣线为聚酯纤维)
15	未标注	淘宝网/海边的小贝壳	Kz0361 米字旗牛仔褲	贝壳	未标注		棉: 66.2 聚酯纤维: 32.4氨纶: 1.4
16	常州泰茂纺织有限公司	苏宁易购	LLB10223 男童棉外套	LEO&LILY	面料	棉: 100	棉: 100
					里料	未标注	聚酯纤维: 100

权威发布

Authoritative release

3 色牢度。色牢度是服装染色的坚牢程度，当色牢度不佳时，染料可能会从纺织品转移到皮肤上，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，或染脏其他衣物。儿童皮肤娇嫩，抵抗力差，同时活动较多，出汗多，皮脂腺分泌多，尤其是婴幼儿经常会将衣服等咬在嘴里，易对身体健康产生不利影响。本次比较试验我们对

样品的耐洗色牢度、耐水色牢度、耐汗渍色牢度、耐干（湿）摩擦色牢度、耐光色牢度进行了测试。比较试验结果显示，14个样品色牢度不符合国家标准要求，占样品总数的17.1%，它们是：

编号	标称生产企业	电商/店铺名	标称货号 产品名称	标称商标	不符合项
1	杭州先锐服饰有限公司	淘宝网/君伟服饰	BL701 男童夹克外套	贝勒格格	耐湿摩擦色牢度
2	上海宝蒂服饰有限公司	天猫/宝蒂专卖店	女童梭织长裤	Sanrio	耐湿摩擦色牢度
3	上海巴布豆儿童用品有限公司	天猫/巴布豆官方旗舰店	9L4K025 巴布豆铺棉长裤	BOBDOG	耐唾液色牢度
4	盖璞（上海）商业有限公司	GAP官网	213151 牛仔服	GAP	耐干摩擦色牢度
5	山东韩都衣舍电子商务有限公司	韩都衣舍官网/Mini Zaru	ZT201003 MINIZARU外套	Mini Zaru	耐湿摩擦色牢度
6	福建新谊服饰有限公司	天猫/西瓜太郎	MB-A5449B6B-BL 针织上衣	西瓜太郎	耐干摩擦色牢度
7	广州摩拉贸易有限公司	梦芭莎官网/宝耶	451413160 经典英伦时尚衬衫	宝耶	耐湿摩擦色牢度
8	（中华老字号）谦祥益杭州 华盾丝绸有限公司	拍拍网/玉宝贝家园	ZW-1503B 真丝针织彩条背心	真丝十八祥	耐光色牢度
9	常州泰茂纺织有限公司	苏宁易购	LLB10223 男童棉外套	LEO&LILY	耐湿摩擦色牢度
10	美国独资上海小元羊儿童 用品发展有限公司	聚尚网	B26045 女童牛仔裤	LS	耐湿摩擦色牢度
11	深圳市棣仔服装有限公司	天猫/jojo旗舰店	1110316 吊带裙	JOJO	耐湿摩擦色牢度
12	深圳市棣仔服装有限公司	天猫/jojo旗舰店	1110333 梭织中裤	JOJO	耐湿摩擦色牢度
13	上海今童王服饰有限公司	天猫/kboy旗舰店	4101-12 长裤	今童王	耐干摩擦色牢度、 耐湿摩擦色牢度
14	浙江贝贝依依服饰有限公司	天猫/贝贝依依旗舰店	B11301003 女童洗水小脚牛仔裤	Bbyy 贝贝依依	耐干摩擦色牢度

4 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，国家标准要

求直接接触皮肤的纺织品的pH值应在4.0-7.5范围内，如果服装的pH值与人体皮肤相差太大，会破坏皮肤的平衡和抵抗能力，可能会引起皮肤过敏或

诱发感染，使皮肤易受其他病菌的侵害。本次比较试验中，有3个样品实测pH值超出国家标准要求的范围，占总样品数的3.7%，它们是：

编号	标称生产企业	电商/店铺名	标称货号、产品名称	标称商标	pH值	
					标准参数	实测
1	广州摩拉贸易有限公司	梦芭莎官网/宝耶	451413160 经典英伦时尚衬衫	宝耶	4.0 ~ 7.5	8.3
2	瑞童(上海)国际贸易有限公司	1号店/绿盒子官方旗舰店	MC30401120 梭织长裤	Mil-Boy	4.0 ~ 7.5	8.2
3	上海今童王服饰有限公司	天猫/kboy旗舰店	4101-12 长裤	今童王	4.0 ~ 9.0	3.3

5 水洗尺寸变化率。该指标主要是考核服装洗涤后尺寸的变化程度，洗涤后缩率变化大，会造成服装变形，会给穿着

者带来一些不便，甚至无法穿用。经测试，82个样品中有2个样品该项不符合国家标准要求，占样品总数的2.4%，它们是：

编号	标称生产企业	电商/店铺名	标称货号 产品名称	标称商标	水洗尺寸变化率(级)	
					标准参数 ≥	实测
1	欧开蒂(上海)商贸有限公司	魅力惠	9031221 亚卡迪连体服	Jacadi	直向: -6.0 ~ +2.0	+3.2
					横向: -7.0 ~ +2.0	-5.3
2	上海宝康婴童用品有限公司	红孩子官网	1131065011 婴幼儿连身蝴蝶装	Hello kitty Babies	-3.0	胸围: -3.6
						衣长: -4.3

6 可分解芳香胺染料。可分解致癌芳香胺染料是指由可致癌芳香胺合成的染料，即人们常说的“禁用偶氮染料”。对于人体来讲，可分解芳香胺的毒性和致癌性远强于甲醛，含有可分解芳香胺

染料的纺织品制成衣服后，不溶于水，无色无味，从纺织品外观上无法分辨，只有通过技术检验才能发现，且无法消除。这种染料在与人体长期接触的过程中，其有害成分被皮肤吸收，可分解产生20多种致癌芳香胺，形成致癌芳香胺

化合物，经过活化作用而改变人体的DNA结构，有可能引起病变和诱发恶性疾病。本次比较试验中只有从天猫购买的一个样品测试含有可分解致癌芳香胺染料且严重超标，具体如下：

标称生产企业	电商/店铺名	标称货号 产品名称	标称商标	可分解致癌芳香胺染料(mg/kg)	
				标准参数	实测
上海红孩儿电子商务有限公司	天猫/红孩儿官方旗舰店	SRQF115284 女童牛仔裤	REDKIDS	≤20	身: 联苯胺121 袋布: 联苯胺 > 1000

四、网购平台销售童装的质量状况

本次比较试验我会首次采取全部样品从网购平台购买的方式开展。在我国，网购模式正处于蓬勃的发展阶段。区别于传统的购物渠道，网店由于经营成本低，价格具有一定的优势，但网络购物时消费者并不能凭感官了解商品的性能状况，这就给一些经营者创造了机会，造成一些劣质甚至是假冒产品在网络上销售。我会对本次比较试验涉及的网络平台的质量状况进行了统计，经比较发现，相比于淘宝网、京东商城等非品牌商自营的网购平台，所谓品牌旗舰店销售的童装质量状况同样不容乐观。具体如下：



按涉及网络平台的测试结果统计情况

序号	网络平台	所属地区	样品数量(个)	涉及品牌(个)	样品比例	符合国家标准数量
1	淘宝网	浙江	13	13	15.9%	7
2	天猫	浙江	22	19	26.8%	12
3	好孩子官网	上海	1	1	1.2%	1
4	GAP官网	上海	1	1	1.2%	0
5	优衣库官网	上海	1	1	1.2%	1
6	京东商城	北京	4	3	4.9%	3
7	银泰网	浙江	3	3	3.7%	3
8	亚马逊	北京	3	3	3.7%	3
9	当当网	北京	4	4	4.9%	4
10	韩都衣舍	山东	1	1	1.2%	0
11	芬理希梦	北京	1	1	1.2%	1
12	邦购网	上海	1	1	1.2%	1
13	绿盒子官网	上海	1	1	1.2%	1
14	凡客诚品	北京	1	1	1.2%	1
15	凡客V+	北京	1	1	1.2%	1
16	佐丹奴官网	广东	1	1	1.2%	1
17	麦考林官网	上海	1	1	1.2%	1
18	梦芭莎官网	广东	1	1	1.2%	0

19	博士蛙365商城	上海	1	1	1.2%	1
20	拍拍网	广东	3	3	3.7%	0
21	上品折扣	北京	2	2	2.4%	2
22	母婴之家	上海	2	2	2.4%	1
23	唯品会	广东	2	2	2.4%	2
24	苏宁易购	江苏	2	2	2.4%	1
25	魅力惠	上海	1	1	1.2%	0
26	1号店	上海	1	1	1.2%	0
27	优购网	广东	1	1	1.2%	1
28	乐友孕婴童	北京	1	1	1.2%	1
29	国美在线	上海	1	1	2.4%	1
30	红孩子官网	江苏	2	2	2.4%	1
31	聚尚网	上海	2	2	2.4%	1
总计	——	——	82	78	——	51

按涉及网络平台分类统计情况

经营类型	网店数量	样品数量	样品比例	符合国家标准数量	符合率
品牌旗舰店	32	36	43.9%	22	61.1%
其他商户	28	46	56.1%	29	63%

五、提醒消费者

1 网购方式让消费者足不出户即可享受购物的便利，但仅凭图像和说明无法让消费者明确商品的质量情况，建议消费者购买婴童服装时首选规模大、信誉高的网店，并且留存购物凭证，以便商品出现质量问题时能有有效的维护自身的合法权益。

2 消费者应根据孩子的穿着需要选购适宜的婴童服装。按照国家标准规定，A、B、C类服装对产品质量要求不同。婴幼儿服装应为A类，儿童服装中B类可直接接触皮肤，C类不宜直接接触皮肤，消费者在购买时应查看产品的标注。

3 消费者选购婴童服装时应注意服装

的面料，贴身穿者首选是天然浅色面料，不宜选用化纤类产品，不利于儿童健康。

4 网店销售的商品质量良莠不齐，消费者购买带有印花或色彩鲜艳的童装时，应检查服装尤其是印花部位查是否有异味，而且为了去除新服装化学物质残留，应水洗后再穿着。

关注儿童化妆品安全健康消费

六一前夕，在中国消费者协会举办的“化妆品安全消费座谈会”上，与会专家就儿童化妆品的使用提出了一系列的建议，在此，中国消费者协会提醒广大消费者关注儿童化妆品的选择和使用问题，并提示如下：

提示一：如何安全选择儿童护肤品？

儿童化妆品系指供年龄在12岁以下（含12岁）儿童使用的化妆品，常见的包括洗发精、沐浴乳、润肤霜、防晒霜、爽身粉、护臀膏等。父母在购买儿童化妆品时要选择正规的商家和有信誉的品牌。儿童化妆品从原料、到包装和标签必须符合国家监管机构的监管要求，要通过一系列安全性测试评估，对产品的安全性、温和性要求更严格。

儿童皮肤尚未发育完全，皮肤不同于成人，更稚嫩敏感，特别是婴幼儿皮肤的失水速度比成人高四倍，更易受到刺激，也更需要特别呵护，因此，为了保护儿童皮肤健康，父母尽可能选择和使用适合于其年龄和皮肤特点的沐浴、洗发、清洁和润肤产品，产品应具备纯正温和、对眼睛和皮肤无刺激或较少刺激的属性。

而对于婴儿来说，皮肤更加娇嫩，为了预防尿布疹，父母可以给婴儿合理使用护臀霜。夏季炎热，皮肤容易出汗，父母给儿童合理使用爽身粉，保持皮肤干爽洁净。在夏季，暴晒容易导致皮肤过敏，防晒措施至关重要，应尽量避免儿童在烈日下活

动，防止皮肤晒伤。

提示二：如何正确认识儿童化妆品中的防腐剂？

防腐剂对于防止产品有害微生物的滋生、保持产品安全性和完整性起着重要作用。不要过于迷信宣称不添加任何防腐剂的儿童化妆品，凡是符合《化妆品卫生规范》，经监管机构批准使用的防腐剂，其安全性都是有保证的。在儿童化妆品中，合理使用防腐剂可防止有害微生物的繁殖，保证产品在保质期内不变质。由于化妆品通常在开放的环境中存放和使用，如果未经合理有效的防腐，有害微生物则容易很快滋生，产生毒素，父母给儿童使用变质的化妆品可能严重影响其皮肤健康，反而更不安全。由于儿童皮肤的特殊性，儿童化妆品防腐剂的使用既要保证产品的安全性，又要满足防止变质的最低剂量，不影响产品的温和属性。

提示三：怎样认识儿童皮肤过敏或刺激？

过敏反应是人体对外来异物的一种超出限度的生理反应。人的身体生来就有一种对“外来异物”做出反应的能力，这本来是人体的一种自我保护能力，但当这种反应如果超出了一定的限度，反而会对身体自身造成伤害。由于皮肤存在个体差异，而且还受到季节、气候、饮食、环境等各种因素的影响，所以可能有少数人群使用化妆品后会出现过敏反应。因为

儿童皮肤比成人更加娇嫩，儿童皮肤过敏的现象比成人更常见，更容易出现皮肤过敏、皮肤干燥等各种状况。

提示四：如何尽可能减少或避免因化妆品使用而引起的过敏？

父母要多了解儿童化妆品消费知识，根据儿童皮肤特点、既往过敏史和使用化妆品经验，正确选择使用儿童化妆品。在使用前，认真阅读化妆品标签。为了减少过敏现象发生，父母在第一次给孩子使用化妆品之前，应先做局部测试。在耳后或手腕内侧等敏感处皮肤涂抹少量化妆品，观察一至二天后，如果没有异常的情况，如红、痛、红疹等过敏现象，就可以放心使用。

提示五：一旦发生过敏，如何进行处理？

儿童对化妆品中的某种成分具有过敏反应并不意味着质量一定有问题。即便对于质量指标完全合格的化妆品，仍然不排除个别使用者可能会出现皮肤过敏的现象。父母如果发现孩子在使用中发生过敏等不适，首先要立即暂停使用，清水清洁皮肤。若问题持续，情况严重者，要立即到正规医院皮肤科就医。如果条件允许，做过敏源测试可查找原因，像斑贴试验等等，这有助于发现真正的致敏原，避免进一步接触。通过标注的产品成分，父母可以有选择性地购买适合儿童皮肤特点的产品。

（中国消费者协会）

滤芯超期服役 效果适得其反

水污染问题，特别是由于工业化所导致的水体中化学有毒物泄漏和重金属超标问题已经引起了消费者的关注，甚至是担心。随着有关污水偷排，打井灌污等污染水源的报道不时见诸报端，消费者也日益忧虑饮水安全问题。有关改善家庭用水质量的办法也不断出现，有小区纯水出售机、有居民选购桶（瓶）装水、有消费者开始选购使用家庭净水机。

家庭使用净水机对于滤除杂质、有毒物、细菌、病毒、余氯、化学物质（苯、有机磷、丙酮、乙醚等）、重金属（镉，铅，汞，铬，砷等）确实会发挥重要的作用。目前，净水机在不能提供自来水的地区和自来水水质不能得到公众信服地区的使用更是开始大量增长。对于城市供水而言，还能有效解决自来水出厂



后因为管道输送原因导致的“最后一公里”污染，以及因为家庭装修中使用的管道（水具）等“最后一米”污染。

净水机虽然已经得到了消费者的接受，但是因为设计原理和保养维修等原因，效果大不一样。如滤芯到期不更换，不仅净水效果难以保障，其自身还可能成为二次污染源。在此，中国消费者协会提醒广大消费者在选购使用净水机时注意以下事项：

1. 选好净水器类型。现在市场上的净水器有微滤、超滤及反渗透几种，其中反渗透净水器的过滤效果最好，可以真正滤除重金属，让饮水变得更安全。反渗透净水器，除了能滤除细菌、病毒、余氯，杂质等之外，更将铅、汞等有害重金属拒之门外，更好地解除了饮水的后顾之忧，为消费者特别是儿童消费者的健康再加了一道防护网。

2. 滤芯最为关键。最好选购“智能多级滤芯更换提示”功能的净水机。可带来更长效的优质饮水和安全保障。作为净水机最核心的部件，反渗透滤芯状态直接影响出水的品质，所以定期更换必不可少。为保证净水效果及防止二次污染，净水器要根据额定出水总净水量按时更换滤芯。以往人工计算净水量不准确，目前市场上已有 MAX3.0 长效技术类型的产品，反渗透核心滤芯寿命延长至3年，高于传统反渗透滤芯1.5倍。带有“智能多级滤芯更换提示”的产品还能按照用户的实际使用情况显示各级滤芯使用寿命，主动提示用户分级更换滤芯，既确保水质安全，又可以避免提前更换造成的浪

费。

3. 净水器水压适用范围要广。不同地区、不同楼层所产生的水压不稳定也会对机器寿命造成很大影响，消费者可以选择带有“高标准承压”性能的产品，最好是选择无筒设计的净水机，以确保水质始终安全、机器经久耐用。

4. 消费者不要轻信商家的夸大、虚假宣传。按卫生部规定，净水器不允许添加功能性材料，也不允许宣传除净水作用外的其他功能，不允许宣传有任何治疗疾病的疗效。所以消费者看到这样的宣称时不要轻信，一定要选用有国家卫生主管部门批件许可上市的净水机。

5. 货比三家重“性价”。同样过滤方式的净水器产品，由于规格、滤芯成分不同，也有相应的质量差别。消费者要认真阅读说明书，注意净水流量、额定总净水量、适用水压、主要滤除物质等参数，再结合使用寿命与销售价格，考虑更换滤芯的成本等因素，选择好品牌、性能价格比高的产品。

（中国消费者协会）

彩色隐形眼镜良莠不齐 色素技术关乎眼睛安全



彩色隐形眼镜已成为消费者扮靓自己的时尚产品。消费者配戴彩色隐形眼镜追求美丽、彰显个性本无可厚非，然而眼镜质量关系到消费者的眼睛健康。目前彩色隐形眼镜市场鱼龙混杂，由于配戴彩色隐形眼镜引发眼疾的新闻也是不绝于耳。据了解，相当一部分消费者眼睛受损是因为配戴了劣质、不合格的产品所致，这些产品大部分没有取得医疗器械证书。

彩色隐形眼镜与眼睛直接接触，作为国家III类医疗器械，它的审批、监管和生产有着非常严格的法规和生产质量体系要求。有一些不法商家无法通过国家相关机构认证，在违规情况下生产和销售彩色隐形眼镜。劣质彩色隐形眼镜的危害主要表现在：一是一些劣质彩色隐形眼镜的色素层裸露在镜片的表面，直接接触眼睛，若长期配戴这种眼镜，色素会刺激角膜和结膜，引发眼表病变，严重的甚至会导致色素沉积；二是有的彩色隐形眼镜是颜色花纹图案夸张的“放大片”，这类镜片往往透气性差，会使眼睛因缺氧而水肿，同时会影响夜间视力。由于“放大片”的周边都上了颜色，中间所留的圆孔直径是固定的，而人眼的瞳孔却需要随着光线的亮度而扩大或缩小，到了晚上，人眼的瞳孔通常会超过6毫米，长期配戴这类彩色隐形眼镜，夜间的视力范围和清晰度会受到影响。

为了让消费者了解如何正确选择优质的、合格的彩色隐形眼镜，做到

明明白白购买，安安心心配戴，中国消费者协会特别委托了国内眼科专业机构对彩色隐形眼镜的色素结构和色素粘附性进行了比较试验。试验结果显示，相同试验条件下，色素位于镜片表面的彩色隐形眼镜被棉签擦拭后易脱色；真正“三明治技术”彩色隐形眼镜的色素层包埋在镜片中心区域，没有出现脱色现象。

就如何选购彩色隐形眼镜的问题，中国消费者协会特别提示：

一、并非所有人群都适合配戴隐形眼镜。

能否配戴隐形眼镜要征求眼科医生的意见。患有角膜炎、砂眼、泪囊炎、泪道堵塞或泪液分泌减少等眼部疾病者；有糖尿病、鼻窦炎等疾病者；对眼痛极敏感者；全身抵抗力低下者及60岁以上人群等不适宜配戴隐形眼镜。做完视力纠正手术者1年内不能配戴隐形眼镜。

二、慎重选择购买渠道

建议消费者到有资质的正规眼镜店购买彩色隐形眼镜，该镜片应该具备国家食品药品监督管理总局颁发的注册证书。消费者在有资质的眼镜店购买彩色隐形眼镜时，要在专业验光师的指导下，通过规范准确的验配过程、试戴环节等确保选购适合自己的彩色隐形眼镜。

三、正确挑选彩色隐形眼镜

目前，已经开始有企业采用两

层中间将色素层锁定的技术，即“三明治技术”生产彩色隐形眼镜，这种结构可以将色素隔离起来，避免色素直接接触眼睛。这也符合越来越多眼科专家提倡的“彩色隐形眼镜需用三明治技术隔离色素，且色素距离镜片表面越远，隔离得越好，越安全”的理念。如果经济能力允许，在考虑色素隔离效果好的“三明治技术”产品的基础上，应尽量选择具有水润、透氧和抗UV特点的彩色隐形眼镜，其透氧性和防眼干能力更强，配戴时眼睛更舒适健康。如果不能做到每日精心护理，选择日抛型最佳。购买和配戴隐形眼镜应本着“越短越健康”的原则。

四、掌握简单的鉴定彩色隐形眼镜优劣的方法

判断色素粘附程度是鉴定彩色隐形眼镜优劣的简易方法，建议消费者可以通过棉签擦拭试验来快速判断。所谓“棉签擦拭试验”指用普通棉签在彩色隐形眼镜表面反复擦拭后看是否会脱色，以模拟镜片实际在眼睛中的摩擦状况。

只有采用真正“三明治技术”的彩色隐形眼镜才能在棉签擦拭实验中做到不脱色，这是因为“三明治技术”将色素层隔离在薄薄的镜片中间，这对产品的材质和生产工艺要求都较高，而采用劣质色素印染方式的产品色素裸露镜片表面，因此棉签轻轻擦拭就会脱色。

(中国消费者协会)

勿购假军人所售劣质望远镜等假冒“军品”

目前，全国各地频繁有穿着迷彩服的假冒军人在路边兜售假冒军用望远镜等军用物资，尤其是以开“辽”字头SUV车，以问路为名行骗者居多，消费者上当受骗的情况也时有发生。

假冒军人或称自己所售望远镜是从部队偷出来的望远镜，出来贩卖只为换个烟酒钱，或称是卖了望远镜给人送礼。假冒军人称他们所售的望远镜不但白天能使用，晚上还有夜视功能，不仅成像好，看得远，而且即使用手挡住望远镜镜头只露一条缝隙也能看到全景等等，属于高级军用望远镜，出售价格均在800元至1500元之间。消费者往往被假冒军人的装扮以及望远镜是军用效果好的假象所蒙骗，以为自己捡了便宜，但实际上所谓的“军用高级望远镜”不过是劣质

的价值三五十块的普通望远镜。

不只军用望远镜，其他所谓的军用物资也经常被假冒军人沿途出售，如假冒军靴、军鞋等。这样的情况不但扰乱了社会的治安，并且使消费者的财产安全受到了侵害，中国消费者协会提醒广大消费者在遇到此类情况时需注意以下几点，不要购买其兜售的所谓“军用物资”：

一、假冒军人身份可初步识别

这些假冒军人往往不敢穿制式军装，往往是穿着迷彩背心等近似的服装；看头发，男军人不准留大包头、大鬓角和胡须，蓄发不得露于帽外，帽墙下发长不得超过一点五厘米。还应留意车牌照，行骗者所驾驶车辆为地方牌照。

二、行骗者所售的望远镜等根本就不是军用产品

望远镜上的有关军队的标识或字体，是自行印制到上面去的。行骗者所售的假冒伪劣产品，有的就是大玩具，如有的望远镜成本只有几十元钱，镜片是塑料的，不仅效果差，长时间使用对视力也有损伤。行骗者所售的其他物品也多是仿制的质量低劣产品。

三、军用物资不得擅自买卖

对于各种军用物资，部队有严格的管理规定，相关人员都会定期进行检查，凡是发现军用物品丢失，会立即上报上级主管部门，进行细致追查，从部队偷拿出来的可能性小，如果贩卖被查到处罚相当严重。一旦确定购买的是军用产品，购买者也要承担法律责任。（中国消费者协会）

购买玩具认准3C认证

儿童玩具是个日趋火爆的行业，塑胶玩具、电玩具、金属玩具、娃娃玩具、弹射玩具、毛绒玩具、木制玩具等五花八门的儿童玩具销量持续走高。《国家玩具安全技术规范》按照3岁和8岁两个年龄段对儿童玩具进行了等级划分，并对一些含小零件的玩具要求贴上年龄警告图标，如“警告！内含小零件不适合3岁及以下儿童使用。”、“内有小插件，请在大人监督下使用”等标语，同时规定，没有达到新标准的儿童玩具不准出厂销售。

杭州市萧山区消保委提醒广大家长，在为孩子购买玩具时要注意几点：

一、在购买玩具时仔细阅读玩具说明书，塑胶玩具、电玩具、金属玩具、娃娃玩具、弹射玩具实行强制性认证制度，在购买玩具时，要注意包装或标识上必须有“3C”认证标志。同时要查看有无安全警示语。玩具隐含的一些危险性，生产厂会通过警示语做出提醒。如“非救生用品，只能在浅水中使用”等。

二、购买玩具时要充分考虑玩具的安全性及适用的年龄段，3岁以下儿童应避免有小零件的玩具，以免被吞食后塞住婴儿的喉咙。软体摇铃、挤捏玩具、出牙器等玩具即使是在最大压缩状态下也不能完全塞入儿童的口中，以确保安全。

三、避免购买工艺粗糙，颜色过于鲜艳的玩具，由于有的孩子喜欢用嘴啃着玩，劣质的儿童玩具很容易造成儿童慢性铅中毒。

（杭州市消费者权益保护委员会）

劣质手机充电器就是身边的“手雷”

未经过CCC认证的手机充电器存在重大安全隐患，例如，在东北地区已经发生消费者使用未经CCC安全认证的充电器给手机充电，同时接听电话时，由于不合格手机充电器发生漏电，传导到手机上，致使当事人触电死亡的恶性案件。消费者协会调查发现，目前市场上充斥着很多未经CCC安全认证的以手机充电器为代表的各种通用电源适配器，这些适配器大多安全指标不合格，可能会导致使用者触电、着火、灼伤等危险。

小小的手机充电器是人们日常使用最频繁的电器，连接危险电压，产品质量直接关系到消费者人身财产安全。安全性能不合格的手机充电器可能会带来危险有：

1. 由于正常情况下带危险电压的零部件和可触及的导电零部件间的绝缘被击穿或接触电流过大引起的触

电危险；

2. 正常工作条件下过载、元器件失效、绝缘击穿或连接松动都可能产生过高温度导致的着火危险；

3. 正常工作条件下的高温可能会导致灼热、绝缘等级下降和安全元器件性能降低或引燃可燃液体的危险。

我国对影响消费者安全的产品实施CCC认证制度。国家质检总局、国家认监委于2001年发布《第一批实施强制性产品认证的产品目录》的公告，后续经过若干次调整，目前CCC认证目录包含两类电源适配器产品：1) 音视频设备配套的电源适配器(含充/放电器)，2) 计算机内置电源及电源适配器、充电器(信息技术设备配套的电源适配器)。经过CCC认证的电源适配器在电气安全和电磁兼容性能上满足国家强制性标

准要求，安全有保障。

针对此情况，中国消费者协会特别提醒广大消费者：

1. 手机充电器属于电源适配器中的一种，电源适配器是我们日常生活中使用量最大的生活电器，其主要功能是将危险220V交流电转换为安全电压的交流或直流电供给用电电器使用。手机充电器虽小，质量好坏关乎生命财产安全，特别是边充电边使用时。

2. 请消费者在购买手机充电器等电源产品时，确认充电器(电源适配器)具有CCC标识。

3. CCC标识的真假可以到国家认监委网站查询。<http://www.cnca.gov.cn/cnca/cxzq/rzcx/114453.shtml>

(中国消费者协会)

谨防办卡消费陷阱

随着人民生活水平的不断提高，人们更加注重保健、美容、美发、健身等方面的消费，各种保健卡、美容卡、健身卡等也在这类服务行业中应运而生。但是部分行业经营者利用办卡消费优惠、办卡消费打折、免费赠卡等方式招揽顾客后，消费者在持卡消费时应得到的服务承诺却无法兑现，侵害了消费者的合法权益。因此，山东省蒙阴消协提醒广大

消费者在购买名目繁多的消费卡时，应注意以下几个问题：

1. 办卡前要详细了解卡内消费的服务项目，要做到明明白白消费，不要被不法商家的甜言蜜语和虚假宣传所蒙骗；

2. 消费者在办卡时要仔细斟酌、精打细算，确保持卡消费时得到真正的实惠；

3. 对规模较小、经营和管理状况不佳、开业时间较短或未能证明其合法资格的商家慎重选择；

4. 办卡消费最好签订书面协议，协议要对相关问题做出明确规定，如：消费卡适用范围、退卡的手续等；

5. 办卡时一定要索取发票，以备发生消费纠纷时投诉有依据。

(山东省蒙阴县消费者协会)

当心落入远程购物陷阱

今年2月22日，消费者郭先生通过辽宁卫视电视购物购买了1560元的足道泡脚药包。该广告打着北京同仁堂的旗号进行销售，并声称：“用该产品泡脚对糖尿病患者有显著疗效，并能清除病根”。郭先生喜出望外，多年的疾病终于有了盼头，全家也为之而高兴。收到产品，郭先生使用了几次后发现脚皮脱落、脸上红肿，精神恍惚。于是，母子俩连夜乘坐火车来到北京，找到东城消协幸福大街分会投诉，要求同仁堂给予退货并赔偿医药费。

消协工作人员了解情况后，立即联系同仁堂药店进行沟通，同仁堂药店认为郭先生是在沈阳购买的产品，且该产品电视广告不是同仁堂所

做、广告内容也与产品说明不符，与同仁堂没有关系，遂不同意调解。而郭先生坚持认为药品就是同仁堂的，同仁堂应该对此负有责任。

调解难度很大，经消协工作人员多次把投诉双方约到一起进行协调。最终，同仁堂本着人道主义的精神做出让步，给予郭先生经济补偿和药品回购共计6560元整，问题最终得到圆满解决。

通过此案例，东城消协幸福大街分会提醒广大消费者（尤其是异地消费者）：

1. 不要轻易通过电视或网上购物。因为目前物流行业流程有漏洞和缺陷，有些商家在邮寄单上留的地址和实际经营地址不相符，一旦出现纠

纷很难查找，不利于问题的解决。

2. 电视购物和网购一般通过邮寄方式，尤其是先付款后验货，一旦产品出现质量问题，消费者很容易陷入索赔难的境界。消费者如需购买电视上宣传的商品时，一定要看清品牌，千万不要轻信承诺，对那种付款后再验货的方法，消费者要谨慎选择。

3. 收到经销商邮寄的货物后，尽量争取先验货后付款，如果货物存在损坏等问题，应拒绝付款。同时，消费者应要求经销商随货物寄来发票等购物凭证，并将购物凭证妥善保存，一旦出现质量问题，可将其作为向消协或工商部门投诉的证据。

（东城区消协）

购买上门推销商品应谨慎

购买上门推销产品，往往存在诸多消费风险：

1. 质量难以保证。销售人员为了推销产品，常会采取五花八门的手法，通过现场演示等手段，千方百计地夸大产品的功能或质量，以吸引消费者的购买欲望，存在很大的质量风险。

2. 价格无法比对。上门推销的产品往往由推销员自己报价，消费者难以找到参考价格进行比对，而推销员又常会以高额折扣或赠送礼品等进行招揽，让消费者心动，容易落入价格陷阱。

3. 售后服务难保障。特别是异地推销的产品，生产企业和经销商不在当地，也没有明确的维修网点，产品一旦出现故障需要维修，往往非常

难以联系，售后服务存在相当大的困难。

4. 维权服务难实现。大多数推销人员身份不明，即使亮明了身价，也难以保证其真实性，且这些人员流动性大，下落不明，相关部门很难找到当事人，维权服务难度很大，要实现维权困难重重。

针对上门推销产品存在的消费风险，舟山市消保委提醒广大消费者：

1. 尽量不要购买上门推销产品。即使需要购买，切忌急于下手，应仔细核实生产企业、推销企业的资质，甄别推销人员的身份，了解清楚该产品在当地是否设有销售网络，并保留好推销企业、推销人员的资料。当地有销售网点的，要尽量到销售网点进行购买。同时，不要花大价钱购买上

门推销产品。

2. 要重视对产品质量的审验。通过察看产品标识、标志、标注等，辨别产品的真伪和优劣。不要轻信推销员宣传的功能，应通过阅读产品说明书或向他人请教等方式了解产品的真实功能，不要被推销人员的介绍所误导。

3. 要关注产品的售后服务。对保修卡或产品说明书没有明确售后服务规定的，不要光听推销人员的口头承诺，应要求推销员书面予以保证。要注意了解所购产品售后服务网点的布局情况，对当地未设售后服务网点，不提供售后服务保障的产品，切记不要轻易购买，以免给日后的维护维修带来麻烦。（浙江省舟山市消费者权益保护委员会）

夏季要注意饮食安全

夏季来临，温度、湿度增高，食物易发生腐烂变质，也是病原微生物和野生动植物引发食物中毒的高发季节，为切实防范和减少食物中毒事件的发生，确保广大人民群众的生命安全，密云县消费者协会现发布夏季食品安全预警通告：

1. 水果蔬菜尽可能浸泡、清洗后食用。夏季是植物病虫害高发季节，菜农、果农用农药杀虫在所难免。消费者应尽量到正规农贸市场或超市购买果蔬，并在食用前尽可能先用洗涤剂浸泡半小时后再清洗食用。

2. 死亡的水产品不宜食用。各种鲜活水产品因天然容易缺氧死亡，

特别是贝类、鱼类、虾蟹等水产品死亡后极易变质，一旦出现腐败，体内会产生过敏物质，食用后容易引发食物中毒，切勿食用。

3. 慎食街边售卖食品。街边流动食品摊点大都经营条件差，没有相应的降温、灭菌设施，食品在夏季高温下细菌繁殖迅速，很容易发生变质引起中毒。特别是路边烧烤，此类摊点大多未经正规审批，人员健康、原料来源、加工过程都很难保证，存在着很大的食品安全隐患。

4. 不要食用野生鲜蘑菇。夏季特别适合野生蘑菇生长，常见的毒蘑菇有白毒伞、鳞柄白毒伞等几十种，

毒性都很强烈，而且毒蘑菇中毒没有特效解毒药，极易造成食入者死亡。同时，如果有毒野生蘑菇的孢子随风吹落到无毒野生蘑菇上，也会导致无毒野生蘑菇变成有毒野生蘑菇，容易发生误食中毒。因此预防毒蘑菇中毒最有效最简单的方法是不要采摘、食用野生蘑菇。

5. 发生食物中毒要立即就医。万一因食用不洁食物引起腹痛、腹泻、呕吐、高热、乏力等食物中毒症状，应立即到正规医疗机构就诊，不要擅自自行处置，以免贻误治疗时机。

（密云县消协）

购买散装食品时要“五留心”

现在，市面上的一些散装食品以其优惠的价格受到很多消费者的欢迎。但是散装食品消费方面确实存在一些食品安全问题。主要是有的消费者自身缺乏消费知识，存在消费盲区和误区；还有部分经营者缺失诚信意识，食品安全意识差。为了保证消费者的食品消费安全，荆州市消费者委员会提醒消费者在购买散装食品时要做到“五留心”。

一要留心慎用塑料袋。目前市场、街头小店、大排档等各式各样的风味小吃吸引着众多消费者，一些经营者销售这些食品时，大多是用塑料袋套在碗上盛装，这样看似卫生，实际存在一定的安全隐患。国家规定用于盛装直接入口食品的塑料袋，原料必须符合食品级要求，且在产品最小销售单元上注明“QS”标志和“食

品用”或“食品专用”等字样。

二要留心食品级塑料袋不可盛放高温食品。经营者经常用食品袋盛装麻辣烫、热汤等高温食物，存在安全隐患。当食品达到一定温度时，塑料袋里的化学成分就有可能渗出，从而污染食物，对人体造成危害。

三要留心查看销售环境是否干净整洁。购买大包装食品拆袋销售、糕点类食品散装以及现场加工制作销售的食品时，要仔细查看经营者是否具有符合卫生要求的洗涤、消毒、储存和温度调节等设施或设备，对于生产经营环境狭小、混乱，无法保障食品安全的场所，消费者要慎重选择。

四要留心经营者操作是否规范。《食品安全法》明确规定，经营直接入口食品和不需清洗即可加工的散装食品销售人员必须持有有效健康证

明，操作时须戴口罩、手套和帽子。

消费者在购买这些食品时，如发现从业人员未佩戴口罩、手套和帽子，或在佩戴手套的时候拿杂物等致使所售食品存在被交叉污染的不当行为，要慎重选购。

五要留心查看食品标识是否完整。根据《食品安全法》的规定，食品经营者贮存、销售散装食品，应当在贮存位置和包装容器外标明食品的名称、生产日期、保质期、生产者名称及联系方式等内容。消费者在购买时，要留心查看标签标志，对于无标签的食品，或标签标志中食品名称、生产日期、保质期等重要内容不齐全的食品，要慎重选购。

（湖北省荆州市消费者委员会）

选择家庭装修套餐四注意

近年来，家庭装修市场上出现了套餐销售形式的家庭装修模式。据了解，这种装修模式主要是通过对主辅材料、家具、配饰等产品的整合，根据不同套餐额度提供相应的装修方案，同时还可以根据消费者个性化的需求进行调整。然而，个别家装公司先报出较低的装修套餐，后辅之以免费设计承诺，劝说消费者交纳定金。消费者交完定金后，装修设计人员根据上门测量结果出具的装修预算却远远高于消费者选定的套餐。此时，消费者一旦反悔，将无法要回定金。因此，山东省蒙阴消协提醒广大消费者，要提防套餐装修中的低价陷阱，

做到以下四点：

1.精挑细选装修企业，广告宣传勿轻信。消费者在装修时不要被企业广告宣传中承诺的总价款所诱惑，要选择资质过硬、市场信誉良好的装修公司。

2.详细了解套餐内容，交纳定金要谨慎。消费者在确定装修套餐时，要详细比较，选择符合家庭实际需要的套餐。一般而言，装修公司会在合同签订环节约定一定数量的定金。对于在装修设计环节要求消费者交纳定金的，消费者尤其要小心，要谨防装修公司以消费者不履约为由拒不退还定金。

3.认真确定装修方案，明明白白签合同。消费者在确定装修方案时要明确方案内容，要看清合同中各个项目是否在套餐内，特别是要注意套餐内产品和套餐外产品的差别，以及个性化需要所产生的额外费用，避免签订高额装修合同。

4.严格把好装修质量，维护权益要主动。除了装修公司要严格把好施工质量外，必要时，消费者要依照合同约定监督施工质量。如果在合同履行过程中，装修质量达不到要求，消费者要主动提请相关部门鉴定，并依法维权。

（山东省蒙阴县消费者协会）

签合同同时需明确装修细节

近日，一位消费者向市消协反映，称数月前，在某家装公司的宣传下，他向装饰公司交纳了5000元的定金装修新家。当时，家装公司向其口头宣传装修的各项内容及价格，如门是什么样的，价格是多少等等，总金额是5万元。可是等到几个月后，消费者的新房交付准备装修了，家装公司却改口说，很多项目需要加价，5万元是不够的。而消费者当时交纳定金时与经营者签订的家装协议中并没有详细列出各项装修的内容及价格，导致如今消费者维权没有证据。

为此，太原市消费者协会提醒广大消费者，在遇到装修、订做等消费需签订合同时，要注意以下几点：

1.交定金时就应当签订详细的合同。消费者若遇到不诚信的经营

者，可能在交完定金且没有签订合同之前，出现以各种理由提高价格、延长工期等情况。所以，消费者应在交定金的同时就签订合同，且在合同中明确价格、材料品种、完工期限、违约责任等重要信息。家装公司的合同一般是有固定格式的，消费者可以与家装公司补签附加条款，越详细越好。

2.根据我国《担保法》规定，给付定金的一方不履行约定的债务的，无权要求返还定金；收受定金的一方不履行约定的债务的，应当双倍返还定金。定金的数额不得超过主合同标的额的20%，超过的部分无效。所以消费者在选择经营者时应充分考虑清楚，交定金后若想更换，在经营者没有违约的情况下定金是不能退还



的。

3.消费者一旦发现经营者有违反合同的情况，应及时与经营者协商解决，或保存合同、票据等有力证据向消费者协会和有关行政部门反映，申请仲裁或向法院起诉，来维护自身的合法权益。

（山西太原市消费者协会）



电视购物退货难

4月17日，来自沈阳的郭先生带着母亲到东城区消协投诉，称其通过电视购物购买的泡脚药，使用后非但没有任何疗效，反而让身体感觉不适。

原来，郭先生通过辽宁卫视看到一款由北京同仁堂生产的“足道洗脚药包”产品广告，声称“使用该产品泡脚，对糖尿病患者有显著疗效”。于是，他通过辽宁卫视购物购买了1560元的泡脚药。郭先生使用产品泡了几次脚后，不但没有效果，反而让身体感觉严重不适，出现脚皮脱落、脸上红肿等症状。因此，郭先生联系商家要求退货，遭到商家拒绝。

无奈之下，郭先生和母亲乘火车来到北京，找到东城区消协投诉。一进消协的门，郭先生的母亲异常激动，说了许多过激的语言。消协工作人员热情接待了这对外地来京投诉的母子，并耐心安抚他们的情绪，倾听他们叙述原由。了解情况后，本着群众利益无小事，依法为消费者维权，消协工作人员立即与所管辖区分会联系，积极想办法帮助他们解决问题。

经多次与商家协商，北京同仁堂表示虽然该产品打着他们的旗号进行销售，但是考虑到郭先生的实际困难，同意给予郭先生经济补偿和药品回购，共计6560元，此次投诉得到圆满解决，母子俩愉快的踏上了回家之路。（东城区消协）

精神患者购买工艺品怎么办？

4月24日，消费者李女士到东城区消协天坛分会投诉，称其患有精神疾病的女儿在天坛工美大厦刷卡购买了5千余元的工艺品。李女士认为，求助一家三口是外地来京务工人员，收入本来就不高，要租房住，又要为女儿看病，女儿因患病没有了工作，经济条件原本就不好，现在购买这么多钱的工艺品，使得家里更是雪上加霜。为此，李女士抱着试试看的心里找到天坛消协分会求助。

天坛消协分会了解情况后，表示非常理解李女士的困境。第二天下午，消协工作人员来到天坛工美大厦，向负责人说明了相关情况，该负责人表示十分理解，马上找来相关商场经理和财务经理现场协调。

很快，协调就有了结果，商场同意为李女士办理退货。但这时李女士又发现了新问题，购物发票被遗失，没有发票商家要承担税款，李女士表示可以从购物款中扣除税款。商厦负责人当即表示，消费者李女士家庭困难，这笔税款就由他们商厦来承担。

经协调，问题顺利得到解决，消费者李女士表示万分感谢，激动的说：“感谢消协出面协调退货，感谢天坛工美大厦为消费者着想，帮助他们解决困难，感谢政府的好政策，更感谢政府培养出这么多的好同志。”（东城区消协）

按摩器械售后难保证

近日，顺义区消协接到一起医疗器械的投诉。消费者张先生在某医疗器械经销处购买了保健洗脚盆、按摩棒和按摩座椅，总价18000多元，产品说明书上承诺产品终身维修。用了一段时间后，几件产品陆续出现质量问题，当张先生找销售商维修时，发现经销处早已人去楼空。无奈之下，张先生只好联系远在沈阳的生产厂家，厂家表示属于当地经销商的责任，他们也毫无办法。

随着时间一天天过去，产品质量问题越来越严重，张先生多次与生产厂家交涉，厂家均以各种理由推脱责任，一场“马拉松”式的维权就这样陷入了僵局。张先生在万般无奈的情况下，投诉到顺义区消协，要求为其主持公道。

工作人员听完张先生的陈述后，一方面迅速向主管领导汇报，一方面安抚老人的情绪，同时表示尽全力为他解决问题。在接下来的几天里，区消协积极与生产厂家联系，依据《消费者权益保护法》的相关规定，摆事实，讲道理，明责任，强调在产品经销商不能兑现承诺的情况下，生产厂家必须按其说明书中的承诺承担相关责任。同时督促生产厂家自觉承担社会责任，主动履行承诺，尽快拿出解决办法。

经过消协工作人员不懈努力，最终促成厂家和消费者达成调解协议：由生产厂家派专业维修人员为消费者提供维修服务。为了让消费者放心，厂家还表示，以后不管什么时间，问题大小，保证随叫随到，服务上门。至此，消费者张先生的投诉圆满解决。（顺义区消协）



酒店住宿凭登记享用免费早餐

近日，来自青岛的消费者李先生等三人入住北京一家酒店，订了两个标准间，每个标准间服务人员只登记了一个人的身份证件，并告知早餐是免费的。次日一早，三人去吃早餐时，酒店服务人员只允许两人入内，称入住的时候登记几个人早餐就免费几个人，无奈之下，李先生花98元购买了一张早餐券。李先生认为经营者在登记时未告知这一情况，未履行告知义务，要求酒店退还早餐的费用。

东城区消协接到投诉后，调解人员与李先生取得联系，了解详细情况后，再与饭店负责人进行沟通，讲解了有关法规的相关规定，提示饭店应诚信经营。经调解，酒店通过银行汇款方式退还李先生早餐费用98元，李先生对调解结果表示很满意。（东城区消协）



美容卡余额为何不给退

近日，东城区消协幸福分会接到消费者王先生投诉，称他在某美容院办了一张美容卡，花费共计15000元整。到美容院接受2次服务后，王先生觉得美容院服务质量不好，且服务态度也不好，要求美容院退还美容卡内剩余金额，美容院认为王先生属于无理要求，不同意退还余额。在双方协商未果的情况下，王先生到消协投诉。

消协工作人员接到投诉后，立即约王先生和美容院负责人到消协当面调解。调解人员对商家耐心讲解《消法》等有关法律法规。最终，商家答应退还王先生剩余卡费6100元整，消费者对调解结果表示很满意。（东城区消协）

消协帮孤寡老人退掉纪念钞

3月26日，东城区消协东朝分会接到老年消费者贾先生投诉，称他在报纸广告上看到东城某大厦正在销售“中华传统节日纪念钞”，售价为4300元，有收藏价值，升值空间较大。第二天，贾先生来到销售纪念钞的大厦，购买时特意问是否可以流通，销售人员说可以流通，老人付费后，销售公司没有开具任何凭证。

之后，贾先生从银行得知，这些纪念钞是不可以流通的，立即找销售公司要求退货，但遭到销售公司拒绝。

为了退掉这些纪念钞，贾先生花了近两个月的周折，问题还是没有解决，于是找到东城区消协东朝分会投诉寻求帮助解决。消协工作人员了解到，贾先生是一个孤寡老人，没有任何亲人，身体又不好，本以为此钞是可以流通的，可是没想到不能流通。听了老人的叙述，消协工作人员立即联系商家说明情况，孤寡老人属于弱势群体，需要全社会的关心和帮助。

通过与商家交流沟通，商家也比较配合，同意将老人购买纪念钞的4300元钱全部退还。贾先生非常感动，一再表示感谢。至此，困扰老人两个月的问题终于解决。（东城区消协）



绿色通道缩短异地维权距离

今年3月中旬，消费者孙女士在河北省香河家具城花3200元购买了一个仿制欧式的沙发，沙发送到家没几天，孙女士发现沙发散发出一股强烈刺鼻香味，于是找到商家要求解决，商家则以孙女士拿不出沙发散发刺鼻香味的鉴定依据为由，不予解决问题。

按照商家的要求，孙女士又花500元到北京市环境鉴定中心给沙发做鉴定，鉴定结果显示：该家具芳香醛超标。孙女士拿到鉴定结果后，再联系商家要求解决问题，商家却一直拖延时间迟迟不予解决。由于两地相距甚远，万般无奈下，孙女士来到东城区消协寻求帮助解决。

消协工作人员详细了解问题后，立即启动京津冀“三地四区市”消协解决消费纠纷绿色通道，将消费者投诉问题转发给河北省廊坊市消协，由廊坊市消协安排香河县消协联系商家进行调解，敦促经营者尽快处理投诉。

在两地消协多部门的协调下，拖延了近一个月的问题，投诉当天就得到了解决。香河家具厂商到北京孙女士家中拉走沙发，并办理退货手续。（东城区消协）

治疗仪能治百病是吹牛

今年初，70多岁的消费者李先生路过石景山区某街道时，被一个医疗器械公司的促销人员拉到店里做免费体验。在体验的过程中，促销人员不断向李先生吹嘘其公司的治疗仪，能医治多种老年人疾病，包括李先生身上的所有疾病，该治疗仪都能够治好。在推销员的强烈推荐下，李先生最终花28500元购买了一台治疗仪。

5月8日，中央电视台二套报道李先生购买的治疗仪根本就不能治病，产品夸大宣传误导消费者。第二天，李先生的儿子来到石景山区消协八角分会进行投诉，要求该治疗仪销售公司给予退货。

接到投诉后，消协工作人员立即联系商家，把双方当事人约到消协分会进行调解。开始商家以产品没有质量问题，坚持不同意退货，经消协工作人员耐心的调解，并加以《消法》等法律法规宣传，最终双方达成协议，由商家为消费者退货，扣除使用中的磨损，退还消费者货款27500元。（石景山区消协）



消协帮助拿到22万大病理赔金

近日，顺义消协接到一起关于保险公司投保的投诉。消费者权女士于2009年通过太平洋保险公司业务员王某购买了一家三口的大病险和一份分红险，但当权女士的爱人金先生（被保险人）突发脑梗住院治疗，找太平洋保险公司理赔时却困难重重，迟迟拿不到保险公司的理赔金。于是，权女士找到顺义区消协寻求帮助。

由于涉及金额高达22万余元，投保时间比较长，需要调查取证的地方比较多，顺义区消协迅速组建调解小组，调解员分别到投保人权女士家和太平洋保险公司核实情况，认真对待这起不寻常的调解工作。

经过调查取证，权女士于2009年购买了太平洋的大病险和分红险，一年所缴纳的实际保险金额合计46641元。由于业务员的操作疏忽，把主险和附加险弄错了，以致交给权女士的保险单上，分红险是主险，大病险是附加险。权女士全家向调解员表示，买保险就是要买一个平安，买一个保障，买了保险心里更踏实些，希望通过投保把大病造成的伤害和损失降到最低。由于业务员的疏忽把分红险做成了主险，大病险成了附加险，有悖于他们全家人投保的初衷。

2012年10月28日，权女士的爱人金先生（被保险人）突然脑梗发病，病情严重理应属于重大疾病，保险公司应该进行理赔。之后，调解员来到顺义区太平洋保险公司总部，把投保人的实际情况和诉求与保险公司负责人做了多次协商。最终太平洋保险公司给出答复，于大病期满6个月内支付被保险人金先生理赔金22万余元。

消费者权女士对调解结果表示非常满意，在拿到理赔金的那一刻，她拉住消协工作人员的手，留下了两行热泪，“我代表全家感谢您，感谢顺义区消费者协会，没有消协的帮助，我们就得不到应有的保障，是你们让我的心里最踏实！”（顺义区消协）

手机不能装维汉词典软件遭投诉

4月25日，房山区消协接到三名维吾尔族消费者投诉，称他们在苏宁电器购买了一款价值2699元的NOKIA智能手机，由于该手机不能安装维汉词典软件，消费者表示这样使用起来很不方便，要求店方销售人员给予解决问题，却遭到店方拒绝。

经了解，三名消费者均是首都师范大学在职培训的维族教师，在工作中经常要用到维汉翻译工具，因此翻译软件的使用显得特别重要。苏宁电器良乡店作为绿色通道企业，设立了投诉快速解决机制，在接到工商、消协转来投诉信息时，由店商场客服专人负责客诉的处理，两天之内必须给出处理方案。

消协工作人员联系苏宁客服沟通后，很快，苏宁电器良乡店为消费者办理了退机，消费者对消协的调解结果表示非常满意。（房山区消协）



手机保修期内 修两次可换新机

近日，一位消费者找到顺义区消协投诉，称其于5月1日在顺义区某电信运营商以预存话费送手机的形式购买了一部手机。使用期间，手机多次出现死机、信号不好，通话经常断线，在运营商维修部修了3次，先后更换了手机的电池、主板，手机还是出现故障，消费者要求更换新机，运营商也同意，但要其等一个多月。

为此，消费者来到顺义区消协投诉，要求运营商及时更换新机。接到投诉后，消协工作人员迅速找到电信运营商了解情况，运营商的答复是需要向上级申报，通过厂家才能更换新机，所以需要等待一个月的时间。消协工作人员表示，按照《消法》和三包有关规定，当消费者购买的手机在一年保修期内坏了两次仍不能正常使用，应该向消费者更换新机。最终，运营商答应在3个工作日内为消费者更换新机，对此消费者对消协的调解工作非常的满意。（顺义区消协）



网购药品需谨慎

日前，西城区消协接到消费者齐女士投诉，称她于今年4月初，在报刊上看到某中医医院刊登有治疗哮喘病的特效药，并承诺服用后无效均可退货。齐女士信以为真，随即汇款1180元购买了2个疗程的药品。

4月9日，齐女士于收到所谓能治疗哮喘病的特效药，服用一段时间后，感觉并没有任何效果。4月16日，齐女士与该中医医院联系，要求其按承诺给予退货，但遭到该中医医院拒绝。无奈之下，齐女士来到西城区消协投诉。

接到投诉后，消协工作人员立即进行调查，证实齐女士反映的情况属实。依据《消法》第三章第十六条“经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务”的有关规定，确认该中医医院的行为侵犯了消费者的合法权益。经消协工作人员沟通协调，该中医医院退还齐女士的购药款1180元整。

在此，消协提醒广大消费者有病一定要到正规医院治疗。在网购药品时，谨防商家夸大宣传，还要特别注意以下事项：尽量不要通过邮递渠道购买药品，购买药品要到正规的医药公司、药店等处购买；异地购买时要核对销售企业的有关信息，选择正规的邮购公司；要保留好有关的凭证，一旦发现上当受骗，及时向相关部门反映。（西城区消协）

快递手机丢失索赔难 签订保价协议好维权

【案情简介】

今年3月，贾女士用特快专递给在外地上大学的女儿邮寄一部价值998元的手机。一个星期后，贾女士的女儿还未收到手机，到邮政局查询得知手机在邮寄途中丢失。贾女士要求邮政局按手机价值全额赔偿，邮政局以贾女士未办理保价业务为由，坚持只给予50元的赔偿金，双方意见不能达成一致，贾女士便投诉到顺义区消费者协会。

【调解结果】

消协工作人员经过调查取证，在依据国家相关规定明确了赔偿责任的同时，为尽量减少消费者损失，多次与邮政局有关负责人进行沟通协商，向其详细宣讲中消协发布的《良好企业保护消费者利益社会责任导则》，劝导其作为全国性的知名企业应作落实社会责任的模范，在提供优质的服务的同时，全力

保护消费者利益。最终，邮政局采纳了消协工作人员的建议，本着保护弱势群体的原则，同意除按规定赔偿2倍邮资，即50元的赔偿外，另给予贾女士部分损失补偿360元。

【案例点评】

《邮政法》第三十三条规定：“非保价邮包，按照邮包实际损失价值赔偿，但是最高不超过国务院邮政主管部门规定的限额”，《国内邮件处理规则》第349条规定：“未保价邮件发生丢失、损毁、短少时，应按实际损失赔偿，但最高赔偿金额不超过所付邮费的二倍”。因贾女士在邮寄时未办理保价业务，故只能获得所付邮费的2倍即50元的赔偿。故此顺义区消费者协会提醒广大消费者在邮寄时，要根据物品实际价值签订“等额保价”合同，保管好发票和收据等邮寄凭证，以便出现问题时得到合理赔偿。（顺义区消协）

商家故意误导购买手机 涉嫌侵犯消费者知情权

【案情简介】

5月9日，消费者吴女士到房山区消协投诉，称她本来想花2699元买一个双卡版GT i9082（联通定制机），但销售人员一再说双卡是联通定制机，不能用移动的号，而且说移动版i9128比双卡版贵，是因为i9128较i9082的屏显高端，质量更好，最后在经营者误导下，她花2999元购买了一个单卡三星GT i9128手机。

回家后，吴女士了解到双卡手机也能用移动号码，只需花2499元还能赠送流量包，而且两款手机的屏幕也是一样的。因此，她认为销售人员一直有意诱导其购买单卡版手机，是为了得到更高的销售提成。

【调解结果】

消协工作人员接到投诉后，表示尽最大努力帮助消费者

维权，调解难度一是销售人员都是口说，找到真凭实据的证明很难；二是手机不存在质量问题，出具不了存在质量问题的检测报告，经营者拒绝退换货理由充分。经联系经营者负责人，最终经营者从经营诚信出发，为消费者更换了双卡版手机。

【案例点评】

《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条规定，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。第十九条规定，经营者应当向消费者提供有关商品或者服务的真实信息，不得作引人误解的虚假宣传。经营者的销售人员在推销产品时有意隐瞒性价比高的产品参数，或故意夸大冷门产品性能的，应视其存在不告知真实情况的问题，侵犯了消费者的合法权益。（房山区消协）

花洒断裂房屋被浸泡 产品质量问题应该赔

【案情简介】

1月25日，消费者李先生在石景山某建材城购买了一套价值500元的金雁牌花洒，商家免费上门安装。安装后第三天，李先生回家看到屋内一片狼藉，新安装的花洒出现了严重漏水，致使房屋新装修的门、地面和墙体被水浸泡，地面损坏严重。李先生立即找到商家要求赔偿，商家以各种理由拒绝。随后，李先生来到苹果园消协分会投诉，要求商家赔偿各种损失共计5000元。

【调解结果】

消协工作人员立即与商家负责人联系，进行调解。首次调解因证据不足和双方就赔偿数额争议较大，没有达成协议。商家认为安装金雁牌大花洒时，安装工人试水调试后，未发现任何异常才离开李先生家，是由于李先生使用不当，人为造成的，所以不予赔偿。随后，李先生又提供了家中泡水是因花洒

断裂造成的证据，工作人员又进行了二次调解，调解中明确指出商家负有全部责任。经过耐心细致讲解，最终商家同意为消费者退货，退还货款500元，并赔偿李先生1000元现金。同时赠送消费者李先生“特陶牌”花洒1个，价值1200元，消费者李先生表示满意。

【案例点评】

依据《消费者权益保护法》第十一条：“消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利”，第四十四条：“经营者提供商品或者服务，造成消费者财产损害的，应当按照消费者的要求，以修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等方式承担民事责任”的规定，商家刚出售的花洒就断裂属于质量问题，故应向消费者赔偿相关损失。

(石景山区消协)

办理预付费会员卡 消费者需谨慎

【案情简介】

消费者王女士2012年6月在某美容中心办理了一张2000元的会员卡。用了几次之后，王女士认为该店的服务项目与原约定的不一致，且有敷衍了事之嫌，随即向美容中心提出要求退卡，但遭到美容中心拒绝。王女士感受到了欺骗，非常气愤，故向消协北下关分会投诉，请求帮助解决。

【调解结果】

经调解，经营者给予消费者2000元的退款，消费者表示满意并接受。

【案例点评】

为争夺消费者的钱包，一些商家不惜违规操作，甚至欺诈消费者，大肆发行消费卡后并不注重服务质量，有些商家甚至在提供服务的过程中，边服务边忽悠消费者继续为会员卡充值，如果消费者拒绝了经营者的暗示，服务人员就会将消费者晾在一边，并在稍后的服务中偷工减料、冷言冷语，消费者如

果好面子，就会违心续卡，这就是一种比较典型的侵权行为。本案例中，经营者以优惠条件吸引消费者购卡后，擅自将服务项目变更，且在消费者知情后前去交涉过程中，不予妥善处理。这类投诉在预付费消费中常有发生。经营者在提供会员卡、充值卡等服务产品时，应详细告知商品和服务的内容，对告知的内容要明示，并应该与消费者签订相关协议。消费者在接受服务前也要仔细了解具体规定，对不合理的内容要拒绝，如事前不能协商成功的消费者应该理性，要回避和拒绝这些商品和服务，不要贪图一些优惠而盲目消费，避免日后的麻烦。

在此提醒广大消费者，在目前法律法规及社会诚信体系建设尚不完善的情况下，办理会员卡等预付费卡，究竟谁会最后得益，令人十分担心。消费者切记要三思而后行。

(海淀区消协)



保健品不是“金丹” 切忌盲目信其效果

【案情简介】

家住德胜门的周女士投诉，称其近日接到电话，说是在某地举办老年人的健康讲座，讲座结束后在销售人员的推销下买了“保健品”欧米伽3一箱，共计人民币8000元。事后家人发现这种保健品没有任何与之宣传的特点，随即要求退货，不料对方再也不接听电话了。无奈之下，消费者求助海淀区消协北下关分会帮助寻找商家，同时消费者周女士向消协工作人员出示了购买凭证。

【调解结果】

在掌握了充分证据材料后，消协北下关分会的工作人员核对了商家销售该产品的真实情况。对方负责人称该产品只是保健食品，产品有生产许可，并非三无产品。当被问及为什么宣传讲座时称其有对降血压、血脂、血糖有显著作用的功效，商家负责人这时表示不知有此宣传。

此外，由于当时的促销员已联系不上，该商家表示分销商并非本公司员工，只是从自己处批发该产品然后以加倍的零售价出售给消费者。因此，即使给消费者办理退货也只能打对折。当我们拿出盖着对方商家公司印章的收据质疑对方的回答时，对方表示愿意作出退让，退款90%。经过调解，经营者为消费者周女士办理了退货，挽回损失6980元。

【案例点评】

近些年来，保健品市场一支新品来势凶猛，那就是一“欧米伽3”。上网搜寻，输入“欧米伽3”，各类抗衰



老、促生长的一瓶瓶、一袋袋产品映入眼帘。而千篇一律的是，这些产品都源自于最新科学研究成果，大多声称细胞液与人体液相容，为人体细胞快速吸收、补充营养，促进新陈代谢、增强细胞活力，具有抗菌、修复作用，对降血压、血脂、血糖有显著作用。

这起投诉明显属于普通保健食品夸大宣传保健功能的案例。根据消费者提供的证据，该产品有降血压、血脂、血糖的作用、加强神经传导，增进睡眠质量等效果。在以上功能中，不乏保健功能甚至治疗功能。根据《食品安全法》的规定：声称具有特定保健功能的食品不得对人体产生急性、亚急性或者慢性危害，其标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能，内容必须真实，应当载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等；产品的功能和成分必须与标签、说明书相一致。

消协北下关分会通过近几年对于保健产品的投诉，进行了深入了解，我们发现，这类产品多表现为以下特征，几乎就是针对蒙蔽老年人所设计的，其主要表现为：

一是进口食品（主要来源美国），但往往没有中文标签与说明书，商品真实来源成谜；部分国产食品，包装粗糙，有假冒进口食品之嫌。

二是由于其主要原料归属于生物科学高端领域，一些甚至为原子能科学家发明，曾经的国家保密营养品，后才被个别用作民间急救药物。种种迹象凸显其神秘性与有效性，其实这都是夸大宣传的手段，经营者几乎全是讲座时。

三是销售针对的全面性以及功能范围的多样性。几乎适用于所有身体机能欠缺者和各类病患者，让消费者误以为可以花小钱治大病。

因此，消协建议广大消费者，对于保健品切勿抱着“神药”、“灵丹”“圣水”的幻想，应理性看待每一件可能对你身体有益的产品。对于陌生科学领域基础上研制的产品，在缺乏国家有关权威部门与国内知名学者专家的公开确证下，不要轻易尝试。所谓“保健品”，若只是由盐、醋淀粉等普通食品组成，虽受骗，然则万幸；若含有违禁药物或有害有毒成分，则悔之晚矣。

（海淀区消协）

我国食品安全法规定“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。”

食品确实有问题 多倍赔偿不冤枉

【案情简介】

近日，职业打假人刘先生在某超市花费299元购买了13瓶190克装“森源”牌蘑菇酱，当即发现该食品无营养成分表。要求商家退货并加倍赔偿，双方协商未果，申诉人将其诉至消协北下关分会。

【调解结果】

经过调解，经营者为申诉人办理退货并给予多倍赔偿，退货款299元、赔偿款2000元，退款合计2299元。

【案例点评】

通过这起投诉我们认为，法律已明确规定的条款不容置疑，其目的是在于制约生产者、经营者损害消费者身体健康和人身安全的非法行为，以达到净化市场的目的，更加荒唐的是，被诉商品190克装“森源”牌蘑菇酱为2013年1月生产，而《预包装食品营养标签通则》则是2013年1月1日起实施，根据该法规第十四条的规定：“关于每日食用量≤10g或10mL的预包装食品；指食用量少、对机体营养素的摄入贡献较小，或者单一成分调味品的食品，具体包括：

- 1.调味品：味精、醋等；
- 2.甜味料：食糖、淀粉糖、花粉、餐桌甜味料、调味糖浆等；
- 3.香辛料：花椒、大料、辣椒、五香粉等；
- 4.可食用比例较小的食品：茶叶、胶基糖果、咖啡豆等；
- 5.其他：酵母，食用淀粉等。

但是，对于单项营养素含量较高、对营养素日摄入量影响较大的食品，如腐乳类、酱腌菜（咸菜）、酱油、酱类（黄酱、肉酱、辣酱、豆瓣酱等）以及复合调味料等，应当标示营养标签。”也就是说职业打假人是在法规刚刚颁布并实施阶段利用法规讨得说法，但经营者超市方面对于法规的了解等于零，包括生产厂家对此也是一无所知。

首先，我国食品安全法规定“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。”《食品安全法》第四十二条还规定了

“预包装食品的包装上应当有标签。标签应当标明下列事项：

- （一）名称、规格、净含量、生产日期；
- （二）成分或者配料表；
- （三）生产者的名称、地址、联系方式；
- （四）保质期；
- （五）产品标准代号；
- （六）贮存条件；
- （七）所使用的食品添加剂在国家标准中的通用名称；
- （八）生产许可证编号；

（九）法律、法规或者食品安全标准规定必须标明的其他事项。专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品，其标签还应当标明主要营养成分及其含量。”

值得注意的是，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的食品违反了多部法律规定，并且完全可以避免被诉食品上架。由于经营者对于法律法规缺乏认识，该食品标识问题虽不是主观故意行为，但已造成了既定事实，而申诉人（职业打假人）的要求也适用于相关的法律规定。（海淀区消协）



职业打假人与社会化管理之我见

杨祎

近年来，社会化管理日渐成为政府各部门重点研究的课题，既要主动将职能融入社会中去，又要鼓励社会各方参与到大监管体系中来。

职业打假人作为一个特殊的群体，其存在有一定的必然性和积极作用。往深层次说，职业打假人也是社会化管理的其中一环，某种意义上讲，它的存在可以延伸工商行政管理的触角和手臂，监督依法行政的有序推进，但是同时也给我们的日常工作带来了不小的麻烦，成为令人触霉头和闻之变色的“重灾区”。

从工商开展工作的角度，职业打假人具有五重身份：

一是非典型的消费者。职业打假人能不能算作消费者，学术界一直没有形成过定论。当前，比较权威的海淀区复议委员会组成人员（人大法学院教授）认为职业打假人应视为消费者。职业打假人具备提出申诉的三要素：必须是生活消费所需为目的的消费者、存在交易行为以及能够证实自身权益受到侵害。即是说，职业打假人一旦提请申诉，工商部门应当按照法定职权予以接待，并严格按照工作流程与时限回复职业打假人。

二是违法线索的提供者。任何公民无论是否存在交易行为均可对经营者的违法行为举报，意味着举报不需要举报人提供证据，核实举报线索是工商机关应尽义务。在实际操作中，职



业打假人为了确保自己反映的问题能够引起工商部门的重视，促使后者积极介入和处理，往往采用“申诉+举报”的形式，且大体上举报的内容属实度较高，商家也确实存在或轻或重的违法行为。从这一点上看，职业打假人侧面为我们的执法工作提供了线索和案源。

三是依法行政的监督者。职业打假人熟知工商行政部门的职责权限、法律依据、工作流程、答复时限，如果一旦程序上出现问题，职业打假人一定会咬住不放，进而提请行政复议或行政诉讼，来曝光和放大工商部门工作中的瑕疵，甚至追究具体承办干部的渎职、失职等法律责任。因此，职业打假人是工商工作（主要涉及消保维权、案件查办）背后一只时刻等待纠错的眼睛。

四是过度维权的卫道者。职业打假人之所以是非典型的消费者，首先在于其利用丰富的专业知识识别问题商

品后有意购入的做法，其次在于其远远大于经营者承受限度的诉求（例如问题食品均要求按照《食品安全法》十倍赔偿），再者其会在明知正常情况下工商部门无法成功居间调解、甚至不予受理的前提下向后者提起申诉（同时外加举报）。

五是公权力的劫持者。一旦调解失败，职业打假人会通过寻找工商部门消保维权、执法办案中的程序漏洞提起复议和诉讼，尔后以撤销复议或诉讼为手段提要求、谈条件，暗示工商部门向商家施压，实现其获取商家经济赔偿的丑恶目的。

那么，既然职业打假人具有以上多维度的特点，我们应当如何发挥其积极作用、遏制其消极作用？笔者在此尝试给出三点参考意见：

一是转变认识，认清“打铁还需自身硬”的道理。一直以来，基层在进行消费者维权调解、申诉转立案时，容易步入“重结果轻流程”的误区，往往事情圆满解决了、消费者满

意就好，缺少对风险的防范意识，毕竟职业打假人不是普通的消费者，知识是其武器、打假是其职业，因此，调解不成功他一定会死盯着工商部门工作中的瑕疵借题发挥、无限放大，甚至于即便调解成功了也有可能遭到职业打假人的暗算黑手。如果我们能停下关于“是否应将职业打假人与消费者区别对待”的争论，而将注意力转向“能否把对典型消费者的工作流程严格遵照法律规定做到像对职业打假人一样不出纰漏”，全面实现高标准严要求，或许当前严峻的形势会得以好转。此外，统一操作程序十分重要，对于职业打假人的申诉如何进行受理、居间调解、调解不成终止调解（建议其通过司法途径获取民事赔偿），而对于其举报问题如何立案调查、移转或处罚，值得深入研究后进行统一。这样一来，可以将难缠的职业打假人部分地转化为社会化管理中的群众参与，有效延展了监管手臂，丰富了案源，扩充了情报体系。

二是牢固树立“把权力关进制度的笼子里”观念。我们应当正视职业打假人对工商事业的监督，随着政府职能转变的深化，公权力必然要在阳光下运行，接受群众和媒体的监督，依法行政、照章办事是每一个政府部门应当遵循的原则，出了纰漏一定是自身的顽疾，而非监督体系出了问题。因此，我们不但不应该害怕、顾虑、抵触乃至仇视职业打假人这个特殊群体，还应当换一个心态，鼓励和欢迎以职业打假人为代表的民众为我们纠错，有则改正、无则加勉，推进排毒和复健进程，保持健康的肌体。

三是切勿形成“公权力被绑架”的不良局面。政府的作用之一便是推进整个社会的公平正义，不应成为任何人谋取私利的工具。工商部门所发挥的作用是居中调停，就意味着不能给打假人的维权行为设置障碍，同时也不能硬压着商家给打假人赔偿。当面对职业打假人行政复议和行政诉讼形式的裹挟时，更应当恪守原则、秉公办理。商家对职业打假人的赔偿是他们之间的民事关系，绝不能跌入职业打假人绑架政府部门、政府部门施压商家、商家赔偿职业打假人的“维权陷阱”。前文提到，职业打假人以获取赔偿为目的和职业，一旦如其所愿，极可能在其圈子内助长此类以不法手段要挟政府的不正之风，难免会呈愈演愈烈之势。

职业打假人被判刑的双重反思

当一桩敲诈勒索案被贴上职业打假的身份标签时，值得反思的就不仅限于被告人一己之哀乐。该案引发的带有普遍性的反思至少有二：职业打假人索赔缘何屡试不爽？游走在法律边缘的职业打假人何去何从？

备受关注的成都职业打假人涉嫌敲诈勒索一案近日一审宣判，黄某及他的“雇佣军”因跨省向300多家电视台索要241万余元，被法院一审判决犯敲诈勒索罪，判处有期徒刑7年。

从法院认定的事实看，黄某名为“为正义打假”，实为非法敛财。在他多年举报电视台播发虚假广告的实践中，甚至还总结出了一套所谓的“索赔模式”，从搜集证据到违法认定，从实名举报到以消费者名义索赔，在近乎合法正当的名目下，让那些违法电视台就范。这种握着别人的“把柄”相要挟的打假，无疑偏离了正义的归途。

当一桩敲诈勒索案被贴上职业打假的身份标签时，值得反思的就不仅限于被告人一己之哀乐。一审判决或许并非定论，不过无论最终结果如何，该案引发的带有普遍性的反思至少有二：

其一，职业打假人索赔缘何屡试不爽？任何一种犯罪都有客观的环境原因，黄某之所以一步步发展成拥有11名员工的“雇佣军”，不可或缺的原因是违法现象的普遍存在。他自称从1996年开始索赔收入达到2000多万元，在全国1000余家电视台“干过这事”，这说明我国电视台播发虚假广告现象之普遍，正是对大量违法行为缺乏足够的打击，才造就了职业打假人的“生意场”。如今，职业打假人被判刑了，那些依旧播发虚假广告的电台会不会暗自高兴呢？那些执法部门又该作何感想？

其二，游走在法律边缘的职业打假人何去何从？由于市场秩序的不严整，使打假成为职业，这原本就是一种令人不安的社会现象。对许多职业打假人来说，常在河边走哪有不湿鞋，即便当初是为了正义而较真，时间久了也容易在金钱利益的引诱下走向违法犯罪的深渊。本案中，被告人并非明目张胆地进行敲诈勒索，而是口衔律法，以“消费者有权要求索赔”为其张目。

虽然在法无明文禁止的规则体系中，职业打假人只要不采取非法的手段，通过正当的打假行为获取合法利益无可厚非，但是，对于那些将打假作为职业的人而言，要兼顾正义与利益，合法与违法、罪与非罪的界限远不是那么清晰。长久游弋在法律的边缘，何以解忧？唯有执法利剑出鞘肃清市场秩序，才能挽职业打假人于危险境地。（傅达林）

新房除甲醛 您选对方法了吗

随着人们环保意识的增强，对健康越来越重视。新房的甲醛污染成了每个喜迁新居业主最头疼的问题。网上充斥着大量除甲醛方法及产品，让人看得眼花缭乱，还有一些是商家为了宣传而刻意编纂的方法，故意误导消费者。针对目前的情况，我们采访了北京化工大学化学工程学院张立先博士生导师，就甲醛的危害、来源及清除方法，张教授从科学的角度给我们做了详细的解答。

甲醛是如何危害我们的身体呢？

张教授说：“甲醛多做成37%—50%浓度的水溶液，其中40%的水溶液也叫福尔马林，就是大家所知道的用于保存尸体标本、杀菌消毒的溶液。而甲醛对人体的伤害跟福尔马林保存尸体的原理一样。”

张教授介绍说，甲醛具有较高的反应活性，可以和带有羟基、巯基、氨基基团的分子发生亲核加成反应，最终甲醛作为亚甲基的提供者，与上述基团中的两个基团反应，使自由的分子链被甲醛交联起来，失去原有的生理功能。而人体的细胞和酶系统存在着大量的羟基、巯基、氨基，接触甲醛后会



Focus

除甲醛方法多，实际效果差异大，如何除甲醛和选购除甲醛产品？专家就甲醛的危害、来源及清除方法，从科学的角度给我们做了详细的解答。

发生反应，产生细胞毒性，使蛋白质变性。换句话说，甲醛会阻止人体内的细胞核蛋白的合成，抑制细胞分裂及抑制细胞核和细胞浆的合成，福尔马林溶液就是利用了甲醛的这种功能，有效地杀死细菌繁殖体，让尸体不会腐烂。

价格阻碍了替代甲醛的环保原料

那么，甲醛又怎么会和家装扯上关系呢？原来甲醛可以和廉价的尿素制成脲醛树脂，

这种树脂胶能把纸屑、木屑、刨花碎屑等下脚料甚至是垃圾碎末黏合起来，制成刨花板、密度板、细木工板、纤维板、复合木地板等人造板即胶合板。这种胶成本低，黏合强度高，所以使用非常广泛，可以说，目前市面上90%以上的各种木质人造板材就是由这种胶粘合而成的。

只要板材存在一天，甲醛就会源源不断地“供应”。“不过这种板材，也有它的好处，那就是不用担心生虫，因为甲醛的毒性，虫卵早就被杀死了。”张教授调侃着说。

“我国已经研制出了不含甲醛的环保型脲醛树脂，然而时至今日也没有被大量投产，主要原因就是价钱昂贵，阻碍了甲醛的替代进程。”张教授说。

不含甲醛的实木家具几乎也不存在

“不少消费者认为，实木家具是真正的环保产品，因此只要经济条件许可，大多会选择购买实木家具。”但是，南京家具行业协会秘书长徐长林指出，“实木家具并非就是无甲醛，同时，实木家具更不能和环保画等号。”

徐长林告诉记者，根据中国家具协会的定义，实木家具是以榫框架结构为主，主体采用实木制造的家具。也就是说，

只要家具的主体结构使用了实木，即便门板和侧板不使用实木，同样可以称为实木家具，这样的家具由于使用了合成板材，必定存在一定含量的甲醛。他进一步解释说，不含甲醛的家具几乎是不存在的，就是纯实木家具，它的油漆里还有甲醛呢，关键看其含量是否在国家规定的标准范围内。

“其实，不仅家装材料，日常生活中，很多物品如衣服、塑料制品都有甲醛，可以说，甲醛无处不在。”徐长林说。

除甲醛方法多，实际效果差异大

在网上随便输入除甲醛或除甲醛方法等关键词，会看到许多除甲醛方法，笔记将各种方法做了统计，有些方法的确有效，有些方法完全是昏招，张教授给我们详细解答了各种方法的原理及利弊，让大家知其然知其所以然，选择时不再盲目。

1、通风法

通风法不必过于解释，就是通过空气的流动，将有害气体排到室外，这是一种简单有效的方法，唯一不足之处是甲醛释放周期长，一般要三年到十五年，装修后将新房空闲三年以上显然不现实。因此单靠通风法还达不到要求。

2、甲醛清除剂或甲醛溶解酶

张教授认为，甲醛清除剂是靠化学反应的方法“除掉”甲醛，这种方法的实质是将目标物质降低毒性或转化为无毒物质。甲醛，可以被氧化成甲酸，也可以被还原为甲醇，这两种物质的毒性和刺激性虽较甲醛降低，但是，它们的毒性依然存在。例如某些强氧化性的甲醛清除剂，可以氧化甲醛，但它本身容易分解，喷在木板

上会损害木材不说，而且数小时之内就失去效能，不可能实现“一喷永逸”。况且高浓度的清除剂喷在空气中，会对人产生新的污染危害。其他的氧化剂、还原剂也均不能有效清除甲醛，而且会引入类似的新的污染。

对于某些商家宣传的，甲醛溶解酶通过渗入到板材之中，将有害气体清除的原理，很多板材生产过程中都是经过高温高压，而且往往表面还贴膜，甲醛清除剂不能渗透到内部。

3、活性炭吸附

南开大学专门研究活性炭的李老师告诉记者，活性炭的使用初期确实有效果，因为孔隙具有吸附势，是靠碳分子与被吸附分子的引力而形成的，孔径越小，吸附势越强。李老师否定了市场上宣称的活性炭使用一段时间后晒一晒可接着使用的说法。他认为。“阳光最高温度才50摄氏度左右，只能蒸发水分等。吸附在活性炭中的污染物不可能完全挥发掉，炭的吸附功能也不能完全恢复。”

许多产品宣传可以快速高效去除甲醛，如某品牌活性炭可“6小时甲醛清除率92.9%……”等，李老师认为存在严重夸大，“这是根本不可能的事情。活性炭是靠孔隙被动吸附，其吸附空气中有害物质必须依靠空气作为媒介，但室内的空气流动性较差，活性炭在短时间内难以吸附距离较远空气中的有害物质，而且家装中的甲醛释放3到15年才可能干净，它怎可能有这么大的清除效果呢？”

此外，按照商家宣传的在可以重复使用的前提下，活性炭的保质期能达到5-8个月，也值得商榷，“三个月了不得了，而且是在每10平方米放置1斤活性炭的前提下，一个月以后，活性炭的吸附能力就越来越弱了。”

4、用水、醋、红茶泡水来去除甲醛

网上很多人介绍说，由于甲醛溶于水，可以在家里多放几个水盆用来吸收甲醛，或者用醋或红茶泡水等方法。

甲醛易溶于水、水、醇和醚这是事实，空气中的游离甲醛运动过程中遇到水后会溶入其中，这与活性炭的吸附原理基本相同。一盆水与空气的接触面积只有水盆的大小，而1克活性炭内部孔隙的比表面积可以达到一个足球场那么大。即使在房间内放一百盆水，其实吸附效果不会比一小包活性炭强多少。因此利用水、红茶、醋等方法来吸附甲醛，显然是不现实的。

甲醛的释放与室内的温度和湿度密切相关，空气中湿度增加，甲醛的释放量会大大增加。实验结果表明，空气中相对湿度增加10%，室内甲醛释放量会增加5%左右。

事实上，使用水、醋、红茶泡水来吸附甲醛，会让您的家里甲醛含量更高。

5、光触媒去除甲醛

光触媒在光的照射下，会产生类似光合作用的光催化反应，产生出氧化能力极强的自由氢氧基和活性氧，具有很强的光氧化还原功能，可氧化分解各种有机化合物和部分无机物，能破坏细菌的细胞膜和固化病毒的蛋白质，可杀灭细菌和分解有机污染物，把有机污染物分解成无污染的水(H₂O)、二氧化碳(CO₂)和其它无害物质，因而具有极强的杀菌、除臭、防霉、防污自洁、净化空气功能。

理论上讲，光触媒是一种最优质的除甲醛产品，而事实上光触媒要发挥作用，要有紫外线光来激发，而房间内不可能一直存在紫外线光，尤其是一些抽屉里，柜子背面等甲醛释放最严重的地方，更是见不到光线。这就限制了光触媒的作用。

6、橘子、菠萝等水果吸附甲醛

这是过去很多人喜欢用的一个方法，可以说是一个民间土方法。很多民间土方法是长期以来生活经验的总结，是经过时间与实践检测的真理。但这个方法却是一个完全荒谬的做法。中央电视台财经频道《是真的吗？》栏目刚刚播出一期节目，柚子皮，菠萝去除甲醛？是真的吗？节目中特意做了实验，实验结果表明，在相同的密封仓中，放置柚子皮的实验仓甲醛含量是空白仓的十倍。因为放入柚子皮后，实验仓的温度增大，甲醛释放量大大增加。柚子皮，菠萝等不但无法去除甲醛，还会使室内的甲醛含量增加。

过去很多人之所以觉得使用柚子皮，菠萝后，室内的装修味道小了，那是因为水果的味道把甲醛的味道掩盖住了。

7、空气清新剂

空气清新剂与柚子皮，菠萝等的原理一样，只是用一种气味把有害气体的味道掩盖了，根本起不到任何去除效果。而且空气清新剂本身也是一种化学用品，对身体健康还会有一定危害。

8、植物吸收甲醛

植物能够通过光合作用吸入部分有害物质，但这类方法的作用极为有限。原因如下：

一、植物进行的是光合作用，一般在白天吸入部分有害物质，而在夜晚不具备这个功能。人的生活规律一般都是白天室外，夜晚在室内，在人最需要空气净化时，植物没有办法起到相应的作用。

二、植物吸收的有害物质极为有限。国家标准对甲醛的释放值要求低于0.08毫克/立方米，绝大部分刚装修完的房子，甲醛不低于0.2毫克/立方米，而吸收甲醛效率较高的绿萝，每小时吸收的甲醛仅为20微克。以一个100平米，房高3米，甲醛值为0.2毫克/立方米的房



间来讲，同时需要1800盆绿萝，几乎要把整个房子空间添满，才能将甲醛降为0.08毫克，这还是在白天光线充足的情况下进行的、并且要保证在进行吸收的过程中不再有甲醛的释放。而事实上装修后的家具中甲醛还在一直不断释放。因此，植物仅能对甲醛、苯等有害物质起到辅助的治理作用。

9、食醋熏蒸

食醋属于酸性物质，有微弱中和空气中氨气的作用，但不会和甲醛等其他有害成分发生反应。

10、玛雅蓝除甲醛

玛雅蓝实际上是以稀土为原料的一种吸附剂，稀土有“工业维生素”的美称。是我国的一种战略性物资，目前已严格限制出口，是制作各种高科技产品的必备原材料。玛雅蓝是将稀土原料经过高温提纯、超声波分散等工艺制作而成，具有独特的微观晶体结构、天然纳米级晶格间隙、高比表面积(孔隙数量多)、高渗透性、以及孔隙表面带有极性等特点，其内部孔隙的孔径在0.27-0.98纳米之间，呈晶体排列。同时具有

弱电性，甲醛、氨、苯、甲苯、二甲苯的分子直径都在0.4-0.62纳米之间，且都是极性分子，因此具有优先吸附甲醛、苯、TVOC等有害气体的特点，达到净化室内空气的效果，而其纯天然的特性又不会造成二次污染。

但由于其原材料的价格昂贵，因此限制了它的广泛使用。

11、空气净化器除甲醛

空气净化器的所有净化效率计算都是在实验室内完成的，是在排除持续污染源的情况下测量所得，也就是说，这些数据都是在满足特定条件下获得的，因此在实际使用中，净化效率会比厂商们宣称的低一些。从本质上来说，空气净化器只是起到一种辅助和补救的作用，比如在室内空气已经出现污染的情况下，使用空气净化器可以在一定程度上减轻污染程度，但并不意味着能从根本上消除空气污染。

以上是目前所有的十一种除甲醛方法，从结果来看可分为以下四类

一、根本没有效果的方法或者说是误区的有：柚子皮、菠萝等水果吸附法；空气清新剂；用水、醋、红茶泡水来去除甲醛；食醋熏蒸法。以上方法不但无法去除甲醛，甚至还会使室内甲醛含量增加，有害无益。

二、对除甲醛有效果但容易出现二次污染的方法有：甲醛清除剂或甲醛溶解酶；光触媒去除甲醛。

三、对去除甲醛有一定效果的方法有：活性炭、绿色植物。

四、除甲醛效果最好的方法有：通风法；玛雅蓝；空气净化器。

单独靠一种方法很难去除装修后的有害气体，最好能结合实际情况选择几种方法。做到尽可能减少室内有害气体。以上方法都是在装修后的补救措施，其实最有效的方法就是在装修前就充分考虑到甲醛的危害，在装修过程中尽可能选用环保材料，做到未雨绸缪。

(叶倩)

如何正确使用消毒用品？

随着消费者健康意识的增强，卖场里，洗手液、消毒水、消毒碗柜等各种清洁、消毒产品销售火爆，“抑菌”、“杀菌”字样随处可见，专家提醒消费者：目前在公众的日常生活中，消毒产品种类繁多且使用非常广泛，由于专业信息不对称等因素，消费者难免因对消毒用品了解不足，容易导致消费误区。

什么是消毒用品？

区分消毒用品之前，大家必须先搞清“卫妆准字”、“国药准字”、“卫消证字”和“卫消准字”四个不同的概念。

“卫妆准字”是行政部门针对国产化妆品颁发的批准文号，持有此批号的产品属于化妆品。

“国药准字”是国家食品药品监督管理局针对药品颁发的生产批准文号，获得此批准文号的产品属于药品。

“卫消证字”是省级卫生行政部门颁发的消毒产品生产企业卫生许可证，只有获得生产企业卫生许可证的企业才有权生产消毒产品。

“卫消准字”是卫生部颁发的消毒产品的卫生许可批件，获得消毒产品卫生许可批件的消毒产品可以生产、经营和使用。但是有些消毒产品只经过卫生安全性评价，不需要取得卫生许可批件，例如，75%的乙醇消毒液、2%戊二醛消毒液、紫外线杀菌灯、食具消毒



Focus

目前在公众的日常生活中，消毒产品种类繁多且使用非常广泛，由于专业信息不对称等因素，消费者难免因对消毒用品了解不足，容易导致消费误区。

柜等。

根据卫生部《消毒管理办法》及卫生部公告2003年第24号文件规定，消毒产品分为消毒剂类、消毒器械类、卫生用品类三大类，其中卫生用品包括卫生巾、卫生护垫等妇女经期卫生用品，以及皮肤、粘膜抗(抑)菌洗剂等品种。

卫生部《消毒管理办法》对消毒产品上市实施分类管理，首先，消毒产品生产企业必须取得省级卫生行政部门颁发的消毒产品生产企业卫生许可证，编号格式为：(省、自治区、直辖市简称)卫消证字(发证年

份)第××××号。其二，消毒剂类、消毒器械类产品，应取得卫生部颁发的消毒剂、消毒器械卫生许可批件，批准文号格式为：卫消字(年份)第××××号。其三，卫生用品类产品现在不需要取得卫生许可批件，只需取得省级卫生行政部门发给的备案凭证就可以了，备案文号格式为：(省、自治区、直辖市简称)卫消毒字(发证年份)第××××号。

洗手液

大部分是“卫妆准字”，属于日化用品

目前市面上销售的洗手液主要分为两种，一种是清洁、去污作用的洗手液，属于日化用品；一种是有抗菌作用的洗手液，属于消毒用品范畴，但不需要申领卫生部卫生许可证和卫生许可批件。中国疾控中心环境所消毒检测中心主任张流波表示：抗菌洗手液，实际上就是在洗手液里加了抗菌的成分，实际上在卫生部、医院出台的很多卫生标准里面，在选择洗手液的时候，并没有强调一定要用抗菌的洗手液，原因就是抗菌的洗手液本身抗菌的意义不大，洗手最关键就是要把手洗干净。

抗(抑)菌洗剂

“卫消证字”、“国药准字”功效各不同

市场上抗(抑)菌洗液(俗称“女性洗液”)产品种类繁多，

按法规分为两类：“国药准字”和“卫消证字”。“国药准字”产品属于药品，具有抗菌、杀菌、消炎等功效，主要适用于非健康人群；“卫消证字”产品属于消毒产品中的卫生用品，是抗(抑)菌洗液，具有抑(抗)菌功能，主要适用于“预防为主”的亚健康人群。

“通俗地理解，需要治疗疾病时，就选用‘国药准字’的药品，只需要日常护理保健时，就选用‘卫消证字’的产品，”药剂专家介绍。“消”字号女性洗液属于消毒产品中抗(抑)菌制剂类，主要用于女性私处抗抑菌，尤其是对于亚健康人群及在女性生理期等自身抵抗力较薄弱的时候选用“消”字号女性洗液可以有效达到抑菌消毒的目的；“药”字号洗液则属于药品类，是在女性感染了各种阴道炎症时使用，需详细注明主要成分、功效、用途、使用方法等，应在医院和药房销售，应在医生的指导下使用。

消毒液

使用时要严格区分杀菌种类和消毒适用对象

消毒液属于消毒产品中的消毒剂类，一般情况下只有消毒功能，在生产、经营和使用时即要取得“卫消证字”，大多数种类的产品还要取得消毒产品卫生许可批件、少数种类产品需要取得卫生安全评价报告。

目前市场上消毒液产品种类繁多，在日常生活中，消费者不可能像专家一样了解所有产品的属性。中国疾控中心环境所消毒检测中心副主任李新武提醒消费者：卫生部早有文件，要求市场上销售的所有消毒产品必须在标签和说明书中明确表述产品的杀灭的微生物类别、消毒适用范围和详细的使用方法及注意事项等内容等信息。消费者在购买产品前应认真阅读标签、说明书，正确选择和使用。

消费误区：抗(抑)菌洗剂、抗菌洗手液划等号

目前市面上确实有部分洗手液产品取得了“卫消字号”认证，即添加了一些抗菌成分，成为“抗菌洗手液”。但因为洗手液的“卫消字号”并非国家硬性规定的生产准入标准，且抗(抑)菌洗剂用于皮肤黏膜，洗手液则是用于手部皮肤清洁，两者不仅执行的技术标准完全不同，所针对的菌种更是有着天壤之别，因此抗菌洗手液产品与抗(抑)菌洗剂是完全不同的两种产品。

抗(抑)菌洗剂主要针对白色念珠菌、金黄色葡萄球菌、大肠杆菌等；而抗菌洗手液主要针对金黄色葡萄球菌、大肠杆菌。张流波说：抗(抑)菌洗剂强调的是抑菌、杀菌作用，用到皮肤粘膜比较多一些。而抗菌洗手液是一个普通的日化产品，它的关注点是沐浴、洗手，它附加有一定的抗菌的功能，但抗菌不是重点，最关键就是要把手洗干净。没有哪一个标准要求洗手液抗什么菌。如果要关注手部消毒，那就是手消毒剂。这个具有相关的杀菌要求的。（摘自中新网）



相关链接

消毒液注意安全存放

近日，消费者郭女士在某超市购买了两瓶84消毒液，用购物袋装好后放在汽车副驾驶座位上，回家后发现消毒液漏液，将汽车副驾驶座位上的坐垫染了颜色。于是，郭女士找到超市要求赔偿坐垫被染色而产生的损失，超市方认为消费者已经离开超市，在携带过程中存在很多因素会导致消毒液瓶身或瓶口漏液，因此不能断定是产品本身存在质量问题。经消协工作人员调解，最终超市方为消费者承担了部分损失。

在此，房山工商分局、房山区消协提示广大消费者，购买消毒液产品时应注意：

1、84消毒液是一种以次氯酸钠为主的高效消毒剂，主要成分为次氯酸钠（NaClO），具有一定的刺激性与腐蚀性，消费者在购买后一定要将该物品与其他贵重商品分开放置；

2、在挑选消毒液时，应当先观察产品的说明标签。根据规定，标签说明应当包含产品名称、产品卫生许可证号、生产企业、生产企业卫生许可证号、生产日期和限期使用日期等。同时，要观察消毒液的有效氯含量是否在4.00%至7.00%之间。

3、选购好商品之后，务必要仔细查看产品包装及瓶口是否有破损、漏液状况，发现问题及时与经营者反馈，避免出现产品漏液而造成不必要的损失。一旦发生经济损失情况，消费者应依据事实情况，合理要求赔偿。

4、购买消毒液产品应选择正规商店，同时保存好购买产品的有效票据凭证。（房山区消协）

夏日护肤从细节开始

夏日炎炎，紫外线增强，昆虫和细菌大量繁殖，恼人的皮肤病随之而来，这看似不起眼的皮肤病，却让人痛苦难耐。专家提醒广大消费者，夏季皮肤病的发病原因主要有三大类：真菌、虫咬、紫外线，要从细节上多多防范。

细菌感染 日常护肤防复发

由于夏季高温炎热，细菌真菌容易繁殖，加上汗液浸渍皮肤，皮肤屏障遭到破坏，给致病微生物造成了生长温床，因而容易招致葡萄球菌、链球菌和真菌的感染，易形成毛囊炎、脓疱疮、疖子、花斑癣、手足癣与体股癣等。

对于真菌性皮肤病的防治，可以使用特比奈芬或联苯苄唑软膏等外擦。但面积大、病程长的就需去正规医院皮肤科治疗，在医生指导下服用抗真菌药物。如果是细菌感染的毛囊炎、脓疱疮、疖子和脓肿等，更应该去医院治疗，以免因皮肤感染而引起的并发症。而皮肤病患者日常使用护肤品，必须在具有皮肤科专业知识人员的指导下，根据皮肤不同的病理生理特点来选用不同的护肤品，并且根据不同的皮肤问题选用不同的药物配合治疗，才能达



到辅助治疗及减少复发的治疗目的。

此外，“由于夏季多雨水，很多人喜欢光脚趟雨水，这时就要注意了，趟过雨水后要用清水洗脚，避免脚气感染。”

蚊虫叮咬 及时处理很重要

夏季蚊虫活动及繁殖旺盛，虫咬性皮炎呈多发趋势，儿童对叮咬反应较为强烈，通常表现为大片肿胀的红斑。但由于搔抓，不少患者并发脓疱疮，从而引起发热、疼痛等不适。

一旦发生虫咬性皮炎，咬伤后的及时处理显得特别重要。如果患上虫咬性皮炎千万不要用手搔抓，可自行做些简单的治疗，比如用冷水冷敷。如发现虫咬处疼痛，伤口先用肥皂水冲洗，因为除臭虫分泌碱性毒液外，绝大多数昆虫的体液都是酸性的，碱性的肥皂水可以中和酸性的昆虫毒液，减轻症状。

更应该注意的是，这个季节少去郊外或公园活动，如果外出旅游时应带好驱蚊用品，比如蚊香、驱蚊剂和蚊帐等，不要在河边、湖边、溪边等靠近水源的地方驻留，尽量避免

在草丛中行走。平时要注意个人及环境卫生，勤换衣被。凉席在使用前记得一定要用开水烫过应洗清晒干后再用，可以减少隐藏在草席中的螨虫。

护肤防晒 选择合适的方式

很多女性非常重视自己肌肤的保养，选择高档的护肤品，定期去美容院做护理，但是自身却往往存在许多的误区。现在市面上在售的护肤品种类繁多，什么样的都有，但女性要合理挑选护肤品，尽量选择无任何添加的纯天然药妆。

女性高发的雀斑，正是因为很多女性日常疏于皮肤护理而导致。如果日常在医生指导下，正确使用护肤品，并且避免接触不良诱因便可避免雀斑的发生。随着天气渐热，女性首先要做好防晒工作，选择防晒指数在30左右的防晒霜，并且还要做好肌肤的保湿。而对于敏感性皮肤，选用防晒品时更要注意，使用某一新产品前，最好先在手背或耳根处试涂一下，待24小时后没有出现过敏反应才可使用。

皮肤病患者应该注意休息，保持合理的、营养均衡的饮食习惯，多食用含维生素的新鲜水果和蔬菜，少吃辛辣刺激的食物。同时，应加强锻炼，提高自身免疫力。若要选用防晒品，最好是在医生指导下使用，以免使用不当加重病情。（陈亮）

看看哪种防晒霜最适合你

夏天来了，我们的防晒工作也要开始进行准备了，夏天的紫外线对人体的伤害那是不用多说的，大家都知道有多么的严重，外出工作或有事出门的人要必备一款防晒产品，那么怎么选择适合自己的有效帮助防晒的呢？招远市消协提醒广大消费者应从以下几个方面来选择。

1、要了解防晒霜的基本知识。

大家都知道防晒的护肤品不仅具有防晒的功能，还有美白、抗皱、保湿、补水等功能。在购买防晒霜时我们都会看到这样一个字母：SPF。SPF指数即防晒指数。SPF越高说明这个产品的防晒指数越强。而我们黄种人的皮肤一般可以抵挡15分钟而不被紫外线伤害。

例如，大家如果看到SPF15的防晒护肤品，就说明如果我们使用这一款防晒护肤品的话就可以获得225分钟的防晒时间。通常我们还会看到PA的字母，PA代表的是防晒霜延缓皮肤晒黑的等级。而一般的防晒霜分为PA+、PA++和PA+++三个等级。一个“+”表示护肤品可延缓肌肤晒黑时间的2~4倍，我们在购买的时候可以自己计算一下。

2、选用适合自己的防晒霜。

根据接触太阳时间的长短。如果只是在上下班路上



接触阳光，那么可以选用SPF15、PA+的防晒霜，主要涂于面部和手臂等暴露部位的皮肤。像办公室一族的，白领之类的人就比较适合了。

如果需要长时间在户外活动，那么建议选用SPF20、PA++的防晒品，这样才能更好的保护好我们的皮肤。像业务员啊，促销员之类的人建议选用。

如果是在户外游泳的人则建议使用SPF30、PA+++的防晒品。要不然等游泳结束了，也许就变成了黑MM了。经常呆在户外的人可能比较少，像一些从事户外工作的，还有一些户外的健身教练就要多注意了。

根据自己的皮肤选择。对于油性肤质的人来说，则建议使用渗透性较强的水性防晒品。对于干性肤质的人来说，则建议选择霜状防晒品。乳液则适用于各种肤质。如果您的皮肤非常敏感或容易发炎，最好在皮肤科医生的指导下选择防晒霜。

3、要学会如何正确使用防晒霜。

外出时，要先涂抹防晒霜10分钟后再外出。因为防晒霜涂抹后需要经过一些时间，才会被皮肤吸收和发挥作用。外出时间长的话，可以每隔3~5小时涂一次防晒霜。出汗或游泳时，可每隔2~3小时涂一次。

当然了，如果是在在阳光很强时外出，那您最好还要戴上帽子、太阳镜或打遮阳伞。这样才能做到“万无一失”。（山东省招远市消费者协会）

相关链接：10种食物能防晒

1、西兰花。西兰花、卷心菜及球茎甘蓝等食物中所含的异硫氰酸盐具有抗癌作用。这种物质还可促进保护酶的产生，保护细胞免受紫外线侵害。

2、西红柿。西红柿中的抗氧化剂番茄红素具有多种防晒功效。

3、椰子油。椰子油含中的饱和脂肪也可预防皮肤受到阳光紫外线的损害。

4、枸杞。多项动物实验发现，枸杞有助于阻止紫外线导致的氧化，缓解晒伤引发的皮炎和浮肿。

5、咖喱。咖喱内的姜黄素是一种多酚类物质，能防止紫外线导致的细胞受损和细胞凋亡，从而达到护肤的效果。

6、绿茶。绿茶富含抗氧化剂，常喝绿茶可使因日晒而导致皮肤损伤、松弛和粗糙的危险降低1/3。

7、橙子。维生素C是“永远的美肤佳品”。橙子等柑橘属水果富含维生素C，有助于防止紫外线，减少晒伤导致的皮炎。多摄入维生素C还有助于增强皮肤角质，保持皮肤弹性。

8、蘑菇。蘑菇中含有丰富的β葡聚糖，该物质具有光防护功效，可降低紫外线导致的氧化。

9、黑巧克力。巧克力内富含多种抗氧化物，如可可多酚和类黄酮等，适量摄入可减少有害紫外线伤害，预防皮肤癌。

10、羽衣甘蓝。羽衣甘蓝含有大量的β胡萝卜素，有助于防晒抗氧化，增强皮肤抵抗力。

炎炎夏日你吃冰激凌了么？

炎炎夏日，吃上一口美味的冰激凌是一件非常美妙的事情，清新爽口，回味无穷。冰激凌虽然美味，但是却不可贪多，下面我们来说说吃冰激凌注意事项吧。

吃冰激凌四大注意

1、一次不可吃太多。一次进食过多，也会出现不良反应。小儿易引起腹痛，中老年人易引起心绞痛，一般人易引起胃肠炎、喉痉挛及营养缺乏症，并且有可能损坏牙齿。

2、不可吃太快。如进食过快，则易刺激内脏血管收缩，并使局部出现贫血状态，减弱胃肠道的消化功能和杀菌能力，促使胃肠炎、胆囊炎甚至肝炎的发生，有的人则会因三叉神经突然受到不良刺激而发生头痛。因此，平时有胃肠疾病、胆囊炎不可进食过快，以免刺激内脏血管，造成局部贫血，胃肠道的消化功能和杀菌能力减弱，导致胃肠炎，胆囊炎甚至肝炎的发生。

3、不要在饭前后吃。饭前饭后吃影响食欲，由于冰激凌温度低，会造成胃肠道血管收缩，从而影响其消化吸收能力，影响各类营养素的吸收。如果要吃，建议放在两餐之间。

4、已融化冰淇淋不可



重放回冰箱。已经融化的冰激凌切勿放冰箱冷冻后食用，重结晶过程会破坏冰激凌原有的品质和营养成分。

哪些人不宜吃冰激凌

1、欲控制体重的人群。市场上大多数的冰淇淋含糖量和脂肪含量都很高，正是这种高糖、高脂的特点促使人变胖，另外某些冰激凌含有的反式脂肪酸也能促使人变胖。有调查显示，反式脂肪酸引起肥胖的能力是饱和脂肪酸的3~4倍，而且主要堆积腹部脂肪。

2、孕妇。其实冰激凌中的水、乳、脂、糖及食品添加剂在一定量内都不会对胎儿成长造成不利影响。所谓孕妇不宜吃冰激凌，主要是因为孕妇消化液和消化酶分泌减少，胃肠功能减弱，冰激凌温度太低，过量食用的话会使胃肠血管突然收缩，出现腹痛、腹泻等症状。另外现代医学研究表明，胎儿对冷的刺激十分敏感，当孕妇过量食入冷食后，胎儿有躁动不安的反应

3、孩子。冰激凌属于高糖、高脂食品，易引起青少年肥胖，另外孩子对冰激凌中添加的各种食品添加剂更敏感些。饭前吃冰激凌还会影响孩子食欲，从而影响正餐，如果经常吃冰激凌则会造成孩子脾胃虚弱，导致孩子不好好吃饭。

4、糖尿病人。冰激凌是高糖食品，能短时间内让糖尿

病患者的血糖升高，从而加剧其病情，因此不建议糖尿病人吃。

5、肠胃功能不好。低温刺激会加重其病情，吃冰激凌要慎重。

6、体制弱者。因为冰激凌会影响食欲，体制弱的人再吃，食欲不好，体制会更弱。

7、患慢性胰腺炎、胆囊炎者。有慢性胰腺炎、胆囊炎的不宜吃，因其是高脂食物。

如何选购冰激凌

1、冰淇淋的原料和工艺有时差别很大，消费者在选购时首先要看包装上是否标注生产厂家。

2、冰淇淋是否完好地储放在-18℃以下的冷冻柜中。

3、外包装是否完好，有无渗透或缺损，否则会造成微生物等的二次污染。

4、产品的有效期是否在预计食用的日期之内等。

5、选购冷饮莫贪“色”。花花绿绿的冰糕色泽越鲜艳，意味着添加的色素越多，选购时应尽可能敬而远之。

6、最后要看一看产品的形状是否有变化，若变了形，则有可能是产品在运输或贮存过程中，由于温度过高致使产品溶化后再次冷冻所致，这也极可能造成微生物的繁殖而超标，且口感也会变差。

7、建议消费者在选购时首先选择名牌大企业的产品，因其质量有保证。(薛姚)

冬吃萝卜夏吃姜 不用医生开药方

民间流传着“生姜治百病”之说。因为姜中含有姜醇、姜烯、水芹烯、柠檬醛等油性的挥发油，还有姜辣素、树脂、淀粉和纤维等。所以，姜在炎热时节有兴奋提神、排汗降温等作用，可缓解疲劳乏力、厌食失眠、腹胀腹痛等症。但是夏季吃姜也有五大禁忌。

姜的作用很多：喝姜汤，吃姜粥，炒菜热油时放点姜丝，炖肉、煎鱼加姜片，制扁食、水饺馅时加点姜末，既能使味道鲜美，又有助于醒胃开脾，提神，促进食欲，帮助消化和有助胃肠对营养成分的吸收。不过，姜既然有药理作用，就应该注意它的一些用法和禁忌，以下几个问题是应该注



意的：

- 1、不要吃腐烂的生姜。腐烂的生姜会产生一种毒性很强的物质，可使肝细胞变性坏死，诱发肝癌、食道癌等。那种“烂姜不烂味”的说法是不科学的。
- 2、不要去皮。有些人吃姜喜欢削皮，这样做不能发挥姜的整体功效。鲜姜洗净后即可切丝分片。
- 3、吃生姜并非多多益善。夏季天气炎热，人们容易口干、烦渴、咽痛、汗多，生姜性辛温，属热性食物，根据“热者寒之”原则，不宜多吃。在做菜或做汤的时候放几片生姜即可。
- 4、凡属阴虚火旺、目赤内热者，或患有痈肿疮疖、肺炎、肺脓肿、肺结核、胃溃疡、胆囊炎、肾盂肾炎、糖尿病、痔疮者，都不宜长期食用生姜。

5、从治病的角度看，生姜红糖水只适用于风寒感冒或淋雨后有胃寒、发热的患者，不能用于暑热感冒或风热感冒患者，也不能用于治疗中暑。服用鲜姜汁可治因受寒引起的呕吐，对其他类型的呕吐则不宜使用。

那么如何挑选生姜呢？

- 1、挑选带泥土的：生姜在窖藏时是埋在沙土里的，所以要想买到放心的生姜，最好是选择上面沾点泥的，别挑外表太过干净的，表面平整就可以了。
- 2、看颜色：正常的生姜颜色发暗；用硫磺熏制的则颜色发亮，而且皮很薄容易掉。
- 3、用手捏：要买肉质坚挺、不酥软、姜芽鲜嫩的。
- 4、闻气味：“问题生姜”因为用硫磺熏制过，所以会有淡淡的硫磺味。（彭慧）

啥样西瓜最好吃：瓜蒂弯、底部圆圈小

又到西瓜大量上市的季节了，西瓜含有大量水分及对身体有益的营养成分，且性寒味甘，具有清热解暑、除烦止渴、利小便等功效，因此是夏季的最佳水果。到底怎样挑到营养好吃的西瓜呢？下面的方法或许会帮到你。

对于没有切开的整个的西瓜来说，可从如下四个方面入手。

第一要看，对于花皮瓜

类，要选纹路整齐清楚，深浅分明的。黑皮瓜类，要挑皮色乌黑，带有光泽的。无论何种瓜，西瓜头，就是所谓的蒂头，粗壮青绿的为最好，并且要选弯曲卷起来的，这样的瓜会甜。西瓜底部的圆圈要越小越好，相反，底部圆圈越大，皮越厚，越难吃。另外瓜头凹进去的，皮肯定厚，瓜头鼓出来的，多为薄皮。

第二要摸，瓜皮光滑、手感结实的是好瓜，瓜皮黏或发软则为次瓜。

第三可以掂一掂，成熟度越高的西瓜，分量越轻，所以同一品种、体积差不多大的西瓜，越轻的越好，过重的就是生瓜。

第四是听，将西瓜托在手中，用手指轻轻弹拍，发出“咚、咚”清脆声，托瓜的手感觉有些颤动的为好，发出“噗、噗”声，则是过熟的瓜了，而要是发出“嗒、嗒”

声的则是生瓜。

而对于切开出售的西瓜，可以看切面的西瓜子，如果西瓜子大小均匀，且普遍比较饱满、颜色较深，没有或很少有白色的瓜子，肯定是好瓜，应优先选择。

最后，想提醒大家的是，西瓜最好是现买现吃。如果买回的西瓜温度较高，需要冷处理一下的话，可以将西瓜放入冰箱降温，但时间最好不要超过两小时。这样才既可防暑降温，又不伤脾胃，还能品尝西瓜的甜沙味。（摘自生命时报）

经常吃快餐易积淀毒素

3招帮你缓解亚健康

现代人越来越忙碌，一日三餐总在外面吃快餐的人口比例明显上升，尤其是白领一族。如果你或你的家人也是这样的快餐族，那就要小心了。快餐中的食物多含有相当多导致身体老化的毒素，若不做好防御，毒素沉积将给身体带来不少负担。像皮肤黯淡、黑眼圈、色斑、痤疮、口臭、头疼、失眠、发胖等，严重的还会引发癌症。利用以下三招，可以帮你轻松排出体内毒素，缓解亚健康体质。

第一招：膳食纤维排毒快

膳食纤维对于肠道健康的贡献是无可取代的。它具有较强的排毒作用，可以帮助粪便变软，排便畅通，减少毒素在体内的停留时间，也会吸附毒素。同时，它还可以促进肠内益菌生长，减少坏菌生长空间。

膳食纤维分为可溶性与不可溶性纤维两类，其中可溶性纤维常被忽略，但却是帮助排便的重要角色。水溶性纤维中的果胶可以增进粪便体积与含水量，有黏性的海藻、昆布、燕麦、秋葵、茼蒿、



木耳都很丰富，其他包括牛蒡、胡萝卜、熟香蕉、南瓜、柑橘类水果、西兰花、甘蓝菜、甜菜、地瓜、马铃薯、豆类、爱玉、仙草都有丰富的可溶性纤维，可以安排在日常的饮食内容，交替食用，可帮助体内废物由肠道排出。

此外，可选帮助刺激肠蠕动的奇异果、木瓜、蜜枣、水梨、苹果等水果，有改善便秘的效果。

第二招：鲜活酵素助代谢

人体内有超过上万种的酵素，身体的所有功能都需要酵素来帮助运作。据了解，酵素可分为消化酵素与代谢酵素等两大类，酵素与排除废物、毒素的关联在于，人体自身可以制造的酵素量是固定的，当身体再进行消化、吸收、代谢、修复等活动都会消耗酵素，如果其中一样活动特别费力，体内会自动减少提供其他活动的酵素量。

若是多食用肉类蛋白质的人，酵素消化量极大。因为肉类本身既不含酵素也难消化，消化食物时就需要耗掉大量的酵素，导致代谢的酵素就会被减少，代谢能力降低，不但体内废物、毒素较难排除，也容易发胖。

专家指出，现代人多半消化酵素不足，建议选用天然蔬果酵素制成的消化酵素补充品，适时减轻身体负担。除了适当补充酵素外，还应多吃当地、当季盛产的鲜活食品，其所含酵素相对较多。

第三招：以鱼代肉清血液

任何饮食的调整最好是循序渐进，想要排出体内毒素，如何合理摄取动物性食品是第一步，可把菜单中的肉类以鱼类取代。

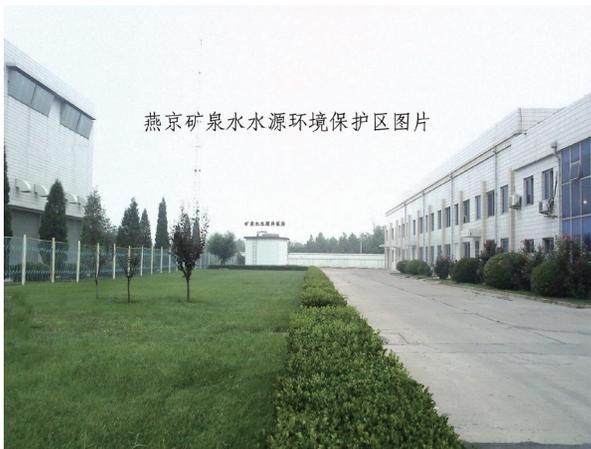
肉类中含有的胆固醇、油脂容易造成心血管问题，经常吃肉的人也都知道，如此经常食用还会让粪便变得坚硬，便秘的几率自然大增。但同样是动物性食品，鱼类却要好得多，尤其是其中含有的油脂与肉类油脂不同。肉类的油脂会让血液混浊，而鱼油则会让血液清澈。

需要提醒的是，食用鱼类要注意深海大型鱼类的污染问题，可以改吃能够整尾吃下肚的小鱼干，或是秋刀鱼、青花鱼等蓝身鱼类。(鲁婧)

燕京矿泉水厂区全貌



燕京矿泉水水源环境保护区图片



燕京矿泉水：以质量、服务、诚信回报社会

燕京矿泉水厂座落于顺义区美丽的潮白河畔，隶属北京燕京啤酒集团公司。目前，已有瓶装线和桶装线共5条生产线，年生产力达20万千升，固定资产投资过亿元。目前，燕京矿泉水厂生产的产品主要有燕京牌饮用天然矿泉水、饮用纯净水、饮用天然水。

燕京矿泉水厂引进世界先进设备，采用无菌灌装生产技术，检验设备精良齐全，采取全员质量管理，严格执

行工艺，并采用一流的检测仪器，随机监控、随机抽检，确保产品出厂合格率百分之百。燕京矿泉水的水源取自地下318米承压深井，富含锶、偏硅酸，经国土资源部鉴定是纯天然优质矿泉水。

2006年，燕京矿泉水厂在饮用水行业中首家通过国家级“HACCP”体系认证和“安全饮品”认证。多年来，燕京矿泉水在国家技术监督管理局和质检总局历次抽检中，产品质量全部合格，先

后被中国矿业质量协会评为“中国信得过产品”，被北京市政府“放心工程”评为“放心产品”，并被全国“两会”和“国庆60周年”指定为专用饮用水。

本着为消费者提供优质产品的承诺，燕京矿泉水始终恪守“以情做人、以诚做事、以信经商”的经营理念，以全优的质量和诚挚的服务为根本，用“质量、服务、诚信”创造出更加辉煌的业绩回报社会！

以质量求发展 用优质铸品牌 ——北京雪莲羊绒股份有限公司

从1964年中国第一件羊绒衫在雪莲诞生以来，北京雪莲羊绒股份有限公司始终严把产品质量关，并严格执行国际标准，使雪莲发展成为我国羊绒纺织行业的代表品牌。

2005年，雪莲股份有限公司顺利通过ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、OHSMS18001职业健康安全管理体系三标整合认证，主动接受美国、欧洲、日本客户的监督和审核，接受并顺利通过BV、STR(CSCC)、ITS、

SGS等多家国际第三方验证公司的严格审核。2008年，雪莲股份有限公司获得美国环球服装生产社会责任组织的WRAP认证证书；2009年通过欧洲对外贸易协会的BSCI认证，雪莲产品得到国内外广泛认可和好评。

雪莲始终坚持以技术力量雄厚、设备领先、管理科学、质量优良、信誉卓著处于同行业的领先地位。“雪莲”羊绒衫也以其高贵、自然、典



雅、时尚的魅力，赢得了“经典永恒、朋友永远”的赞誉，并赢得了国家质量金奖、中国名牌产品、中国驰名商标、国宾礼品等诸多荣誉。



图1：大学生志愿者消费维权小品比赛评委演员合影

图2：评委对小品表演及内容进行点评

图3：中央民族大学表演小品——给力315 维权真幸福

图4：中国人民大学表演小品——旺仔的一天

图5：北京师范大学表演小品——肯思尼风波

图6：北京林业大学表演小品——大话西游之美容篇



青春点亮消费维权 诙谐彰显消费智慧

海淀区消协开展大学生志愿者消费维权小品比赛

为迎接五四青年节，创新消费教育形式，提高大学生消费维权意识，深入开展消费教育，5月3日，海淀区消协主办了大学生志愿者消费维权小品比赛。中央民族大学、北京林业大学、北京师范大学、中国人民大学创作的四个小品以精巧的构思、诙谐的语言，幽默的表演，生动地体现了日常消费中的尴尬事、麻烦事以及消费陷阱，贴近生活、贴近时代，以幽默风趣的方式倡导科学消费、理性消费、文明消费。

北京市消协投诉部主任郎丹柯、海淀志愿者联合会办公室主任韩鹭、海淀区消协秘书长吕凤梅对小品表演及内容进行了详细、风趣、深入的点评和指导。学校领导、居民代表、大学生代表观看了表演，小品演出得到了评委及观众的一致好评，在笑声中上了一堂生动的消费教育课。



市消协系统投诉工作经验交流会现场



市消协副会长兼秘书长董青会上讲话



市消协副秘书长屈建辉做会议总结



市消协投诉与法律事务部主任郎丹柯主持会议



东城区消协秘书长陈凤翔发言



安贞消协分会会长高岩松发言



海淀区消协投诉部主任戴长旺发言



朝阳区消协投诉部主任韩卫林发言

北京市消协召开系统投诉工作经验交流会

6月5日，北京市消协召开“市消协系统投诉工作经验交流会”。北京市消协副会长兼秘书长董青、副秘书长屈建辉到会并讲话，东城、海淀等区县消协及部分消协分会就新时期下如何做好投诉工作，及在以往工作中一些经验和做法作了典型发言，在全市消协系统进行了交流。

董青在会上指出，新形势下做好化解消费纠纷工作具有重要意义，新情况、新问题要求消协组织要充分发挥好“五位一体”的消费纠纷多元调解机制。研究与之相适应的工作规范和方法。要坚持对经营者的诚信教育和消费者的消费教育工作，普及消费知识，提升社会整体消费维权工作水平。他强调，受理、化解消费纠纷是消费者组织依法履行职能的重要手段，消费者协会的工作人员要正确处理、引导消费者科学消费、理性维权，要加大总结分析力度，强化风险防控于自我保护相结合的理念。同时他对此次会议寄予希望，提出消协的工作人员要珍惜此次经验交流的机会，以此为契机提升消协系统投诉工作的水平。

本次会议由市消协投诉与法律事务部主任郎丹柯主持。各区县消协负责投诉工作的人员及分会干部共计200余人参加了会议。