

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4期

08



房屋中介陷阱多 谨慎挑选免上当

市消协发布58种洗涤用品比较试验结果

P14 PVC保鲜膜
保鲜不保险

P17 家具建材样品
让人欢喜让人忧

P30 购买黄金相关
产品五注意



7月17日，北京市消费者协会教育系统分会、北京民办教育协会、北京城市学院联合举办了2013年北京民办高校《诚信公约》签字仪式。北京市消费者协会副会长兼秘书长董青代表消费者组织在《诚信公约》上签字。

6月13日，由北京市消费者协会、天津市消费者协会、北京建筑大学、天津南开大学主办的“促进中国城市实施可持续性消费项目研讨会”在京成功召开。北京市消费者协会副秘书长屈建辉、办公室主任崔倩参加了此次会议。



欧盟“促进中国城市可持续消费”项目中期研讨会

7月1日，中国消费者协会、中国电子商会、北京市工商局、北京市消费者协会联合召开了“规范智能手机存储容量标识 促进行业企业诚信自律”的倡议活动。北京市消费者协会副秘书长屈建辉参加了会议。



7月19日，北京市消费者协会召开了婴儿配方奶粉比较试验结果专家分析会。具体比较试验结果将于近期向社会发布。



还有多少商家在给我们喝“马桶水”？

近日，央视记者在北京市崇文门的肯德基、真功夫和麦当劳3家大型快餐店中，取回可食用冰块进行抽样检测。检测结果发现，肯德基崇文门店、真功夫崇文门店的冰块菌落数量高于国家标准，且高于马桶水数倍。（7月21日《京华时报》）

这一检测结果无疑证实了此前英国媒体称“肯德基和麦当劳的冰块比马桶水还脏”的说法。虽然英国媒体是从厕所马桶水箱水中取样的，而央视记者是从厕所蹲位的水槽里取水的，但只是对比物有所不同，检测结果却惊人的相似，冰块的菌落数量相当接近，同样超标严重。这也让很多一直在为洋快餐出现的食品安全丑闻作辩护的中国消费者傻了眼，更让那些去过肯德基和麦当劳的消费者极为难受，想想自己曾食用过比“马桶水”还脏的冰块，真是感觉异常恶心。

肯德基和麦当劳等洋快餐店所用冰块，在国内外检测中细菌含量全部严重超标，真不知道我们该为其“一视同仁”、没有给中国消费者差别待遇而高兴，还是为自己曾经中招而难过。能让全球这么多家门店的冰块保持如此一致的低卫生标准，究竟是洋快餐管理的问题，还是其所谓标准化操作流程的必然结果？相比前者，后者显然更让人担心。

当然，出问题的不只是两家洋快餐店，真功夫这家中式快餐店的可食用冰块同样脏。其他快餐店是否也存在同样问题，监管部门是不是得好好查一查？对快餐店的日常监管是否存在，以往抽查为何没能发现问题，也该给公众一个明白的交待。不能每年花着纳税人的财政拨款，却不认真干事，任由商家生产和销售问题食品，损害消费者的身体健康。更不能总让媒体去曝光食品安全问题，自己却毫无作为，只是在事后开展突击检查。如果监管得力，也不会经常曝出食品安全丑闻了。

对最近接连曝出食品安全丑闻的洋快餐，有关部门也应该有具体的处罚措施。事实上，洋快餐连曝丑闻，除了自身经营管理上的问题，与监管部门的监管不力不无关系。虚伪且毫无诚意的道歉代替不了处罚。违法成本过低，商家又岂会认真遵守食品安全法规与卫生规定？出现制冰机一直不洗；炸鸡油几天不换；销售超过保存期食品；掉在地上的牛肉饼、已经过期的鸡翅当做正常原料使用等行为，也就不足为奇了。

不管是洋快餐还是中式快餐，不管是街头小饮食店还是五星级酒店，食品安全监管都要跟上，实现全面覆盖，不能有任何盲区。只有不间断的抽查和通过视频监控等技术手段提高对商家的监管力度，严惩违法者，才能督促商家重视食品质量，保证食品安全，让消费者吃得放心。

杨国栋



热点关注
HOT CONCERN

P04 “食品安全与科学消费大家谈”活动在京举办

国家工商总局马正其副局长指出，机构改革后，工商行政管理系统仍然在食品安全领域承担着重要的职能，要充分发挥工商行政管理“五大职能”作用。大力支持消协强化食品消费教育引导工作，努力营造良好的食品消费环境

卷首语

- 1 还有多少商家在给我们喝“马桶水”？

热点关注

- 04 “食品安全与科学消费大家谈”活动在京举办
06 规范智能手机存储容量标识、促进行业企业诚信自律倡议活动举行
08 北京33所民办高校签署诚信公约
09 房屋中介陷阱多 谨慎挑选避免上当
11 新华社等多家媒体到市消协和东城区消协考察调研
12 市消协召开婴儿配方奶粉比较试验结果专家分析会
13 北京建立洗染服务消费申诉专家援助机制
14 PVC保鲜膜保鲜不保险
15 食用油“转基因”难测
16 稻香村无糖糕点蔗糖超标7倍
17 家具建材样品 让人欢喜让人忧

- 18 家电延保玩儿“票”

- 19 网购家具麻烦多！

维权人物

- 20 消费者是他最深的惦记

权威发布

- 22 北京市消协发布58种洗涤用品比较试验结果

消费提示

- 28 关注蛋糕等焙烤食品主要原料问题
29 网购食品时注意“四点”
29 选择功能饮料 不要迷信“概念”
30 谨慎选择预付费消费方式
30 购买黄金相关产品五注意
31 六招识破虚假医疗网站
32 暑期出游 要选择正规旅行社
33 谨防一条龙式“上门服务”诈骗
33 购买电视机等家电要问清安装费用

工作研究

- 34 食品安全素质教育 房山区先行先试
36 格式合同条款在电子商务消费者权益保护工作中的应用

调解案例

- 38 免费护理诱办卡 消费者获全额退卡
38 别墅未按规划实施 消协调解成功换房
39 赠品出现质量问题 消费者依法获赔偿
39 洗衣店洗涤不当 消费者获赔2000元
39 保存好购物凭证 售后维权有据可依
40 网购物品中途丢失 销售公司重新发货
40 住酒店信用卡多刷2000元 消协帮忙挽回损失
41 空调多次维修无效 消协调解完成退货
41 消协热心化纠纷 消费者致信表扬
41 网上购物直接汇款 收到货物与宣传不符



P9 屋中介陷阱多 谨慎挑选免上当

案例点评

- 42 南极旅游价高质低 依法调解终获赔偿
- 42 进口汽车涉嫌欺诈 依法维权挽回损失
- 43 鱼刺卡喉引投诉 消协公平化纠纷
- 43 消费者购买电脑缺少零部件 商家不能提供无过证据担责
- 44 卫浴产品有异味 商家上门退货还款
- 44 维修站丢失维修物品 消费者依凭证获理赔
- 45 保修商品没有保修点 商品销售者应当担责
- 45 新衣脱色染青皮肤 消协调解退款五百

消费课堂

- 46 读标签选化妆品 口服胶原蛋白无美容功效
- 47 用心呵护秀发，你做对了么？
- 49 夏季皮肤晒伤了，怎么办？
- 50 婚庆消费需要注意哪些问题？
- 52 揭开高钙奶的功效谎言 营养不如普通奶
- 53 买蜂蜜莫进误区 蜂蜜好坏与颜色结晶无关
- 53 夏日驾车勿戴太阳镜 巧用遮光板更合理
- 54 速冻食品选购、保存诀窍 别让营养偷偷溜走
- 55 勤洗空调 夏季小心呵护您的肺
- 56 几个生活小习惯让你省电省油

《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共同的责任

北京

消费者

2013.8.4期
08

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

2013.08 第4期 (总第30期)

京内资准字1013-L0080号

内部资料 免费交流



“食品安全与科学消费大家谈” 活动在京举办

——大力支持消协食品消费教育 工商系统“五大职能”监管食品

6月25日，中国消费者协会和北京市消费者协会联合主办的“食品安全与科学消费大家谈”活动在京召开。本次会议支持单位为国家工商总局消费者权益保护局和北京市工商局。国家工商总局马正其副局长到会并致辞。食品药品监督管理总局、质量监督检验检疫总局、中国质量协会、中国烹饪协会等相关机构和社会组织的代表、食品安全领域专家、食品企业、消费者代表和首都各大新闻媒体的代表共100多人参加了

活动。中国消费者协会秘书长姜天波主持了会议。

“食品安全与科学消费大家谈”主题活动，是国务院食品安全办公室等14部门联合组织开展的2013年全国食品安全宣传周活动的重要组成部分。力争通过活动搭建一个交流互动平台，畅通公众参与渠道，动员社会各方力量，促进食品安全协同联动治理，引导广大消费者科学健康消费，形成食品安全齐抓共管的工作格局。

在会上，针对社会对于食药总局成立了，工商就不管食品的误解，国家工商总局马正其副局长正面做了解答。马正其副局长指出，国家工商总局作为负责市场监管和行政执法的政府职能部门，一向高度重视食品安全工作。近年来，工商总局按照党中央、国务院的总体部署，认真履行《食品安全法》赋予的流通环节食品安全监管职能，不断强化食品安全日常监管，切实加大食品安全专项整治力度，严厉打击销售假冒伪

劣食品等违法行为，努力构建食品安全长效监管机制，积极推动食品经营者诚信自律体系建设，及时受理和妥善解决消费者诉求，大力开展食品安全消费教育引导，切实把监管执法与促进食品产业健康发展和维护消费者合法权益有机结合起来，取得了显著成效，为促进经济平稳较快发展、保障和改善民生、维护社会和谐稳定发挥了积极作用。

马正其副局长强调，机构改革后，原来由工商部门负责的流通环节食品安全监管职责已整合到新组建的国家食品药品监督管理总局。但是作为负责市场监督管理和行政执法有关工作的职能部门，工商行政管理系统仍然在食品安全领域承担着重要的职能作用。要充分发挥工商行政管理“五大职能”作用，扎实推进相关市场监管执法工作，依法维护食品市场秩序。要严格食品市场主体准入，按照《食品安全法》以及《乳品质量安全监督管理条例》等法律法规的规定，严格法定条件和程序，确保食品经营主体资格合法有效，积极配合推进食品产业兼并重组和淘汰落后，促进食品产业健康发展。要切实加强食品经营行为监管，认真执行《商标法》、《反不正当竞争法》、《广告法》等法律法规，依法加强食品商标审查、保健食品广告监管等工作，推进商标战略和广告战略实施，大力扶持食品企业创新，积极促进我国食品产业水平全面提升。要继续加大食品执法检查力度，扎实开展“双打”工作、打击傍名牌专项行动和违法广告整治工作，依法查处食品生产经营中的商标侵权、假冒仿冒、虚假宣传等违法行为，依法规范食品市场秩序。要加强与食品药品监管等部门的协调配合，强化信息通报和执法协作，对监管中发现涉及食品质量安全

的案件，及时移送食品药品监管部门，形成监管合力，提高执法效能。

在会上，马正其副局长就如何强化消费教育引导，努力营造良好的食品消费环境，就各级工商部门如何支持消费者协会，加强与新闻媒体的协作配合，不断强化消费教育引导等工作做出了明确要求。

会上，中国消费者协会秘书长姜天波发言，为了进一步加大食品消费维权工作力度，中消协将着重做好四项工作：一是畅通投诉渠道，积极受理消费者投诉。中国消费者协会和全国各地消协将一如既往地认真受理消费者的投诉，依法为消费者挽回损失；二是强化婴幼儿配方乳粉比较试验工作，为消费者提供真实信息。将婴幼儿配方乳粉比较试验作为重点工作定期开展，全面、客观地公示产品的真实质量状况，为消费者选择商品提供参考；三是创新消费教育引导，指导消费者科学合理选择。继续加强与专业机构及新闻媒体的合作，及时发布消费警示、提示，编发婴幼儿配方乳粉科学安全消费知识，帮助消费者辨别消费信息的真伪，提高消费者的科学消费意识和自我保护能力；四是加强与有关部门的沟通，及时反馈消费者关心的乳品质量安全问题。继续保持与食药监总局、工商总局、质检总局、国家卫生和计划生育委员会等各有关部委的沟通，将消协在受理投诉、消费调查、比较试验等日常工作中发现的问题及时反馈，协助政府部门及时查处违法违规的经营行为。

北京市工商局副局长张风平会上表示，食品安全领域的消费维权工作是系统工程、长期工程，首都各级工商机关将进一步增强责任感与紧迫感，切实做好食品安全领域的消费维权和宣传教育工作。加大对涉及食品的违法案件查处力度，严厉打击违法

行为，切实维护食品市场秩序；开展主题活动，广泛普及食品安全科普和法律知识；完善涉及食品的消费维权反应机制，对涉及食品的消费申（投）诉做到快查快处、重点办理、加强督办，引导食品经营企业完善消费维权绿色通道；深入推进与新闻媒体的联动协作机制；依托各类食品行业协会在食品经营单位、社区大力开展集中培训、岗位培训，切实提升从业人员专业素质以及道德水平，提高消费者食品安全辨识能力；充分发挥“食品安全示范街”、“食品安全示范店”的模范带头作用，树立诚实守信的食品企业典型；强化食品安全领域的消费维权信息发布机制，及时发布不合格食品消费警示等相关信息，增强全社会食品安全意识；借助消费者协会的力量，开展不同层次的消费教育以及食品安全领域的比较试验，增强消费者的风险防范意识，提升消费者的自我保护能力。

会上，国家食品安全风险评估中心技术顾问刘秀梅研究员、中国农业大学胡小松教授向与会人员讲解了有关食品安全的基本知识和目前存在的主要误区，也指出了由于缺乏必要的食品科学知识所导致的不必要的消费者恐慌。中国消费者协会秘书长姜天波向工商总局领导及各界人士表示，中消协系统要面向全社会深入开展针对性强、有特色的与食品相关的科普教育活动，引导消费者科学、健康消费，有效提振消费信心；大力加强经营者诚信自律体系建设，督促食品经营者认真履行《食品安全法》等法律法规确定的法律责任和义务，增强食品经营者严格守法经营意识和诚信自律意识，积极营造食品安全消费的社会氛围。

规范智能手机存储容量标识、 促进行业企业诚信自律倡议活动举行

7月1日，中国消费者协会、中国电子商会、北京市工商局、北京市消费者协会联合召开了“规范智能手机存储容量标识 促进行业企业诚信自律”的倡议活动。三星、联想移动、HTC、索尼、小米、摩托罗拉、酷派、LG、海尔、天语、海信、OPPO、康佳、LG、中兴、金立16家智能手机生产企业的负责人以及国美、苏宁、宏图三胞3家大型手机零售商的负责人纷纷表示将响应号召，积极贯彻规范建议，承诺诚信服务消费者，从官方网站、产品包装和说明书三个方面入手，逐步完善关于手机内存的标示表述及详细说明，最大限度保护消费者的合法权益。负责人们在现场签署了《规范智能手机存储容量标识 促进行业企业诚信自律倡议书》，向社会做出了“严守法规、健全制度、完善监督、规范标注、注重售后、行业自律、落实三包、诚信经营”八项承诺。

目前，部分出席企业已经在其官方网站上对手机产品内存容量问题进行了详细说明，并在新出厂的手机说明书中，对手机内存容量及可使用容量进行了详细标注。

内存是智能手机实现发挥智能作用的重要载体，其容量的大小是影响手机性能的主要因素之一。市场上智能手机的内存容量“短斤缺两”、标识不统一不规范的现象普遍，而我国对于此类情况没有建立相关的国家标准及行业标准。北京市工商局针对

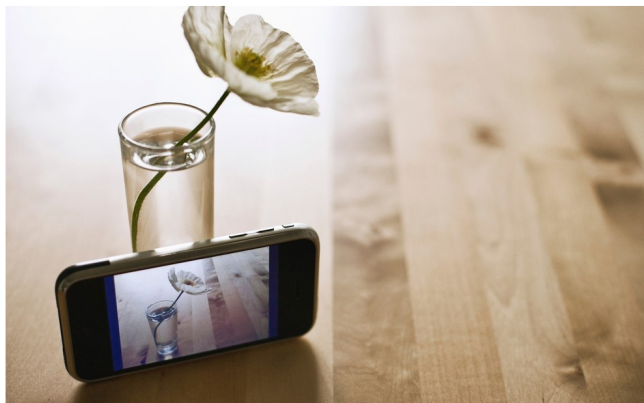
智能手机容量标注问题开展了专项调研，联合中国消费者协会、中国电子商会邀请通讯行业主管部门领导、通讯技术标准领域专家和主要智能手机生产企业召开了专题研讨会。

市工商局经济检查处薄宗林处长介绍，此次倡议活动是首都工商部门转变执法理念，参与社会管理创新，提升监管效能，积极同行业主管部门、行业协会及消费者保护组织合作，共同规范行业的又一次有益尝试。工商部门今后还将继续维护智能手机行业的公平竞争秩序，促进行业的长期发展，创建良好的市场消费环境。

中国电子商会柳玉峰秘书长倡导智能手机厂商积极履行企业社会责任，不断提高服务意识，共同携手，为打造全行业诚信自律的优秀品质做出积极贡献。

中国消费者协会姜天波秘书长在讲话中表示，手机内存容量标识问题能够体现出一个企业的诚信意识、商业道德，能够展现出智能手机行业的规范情况，能够折射出相关领域亟待完善的标准问题。群众利益无小事，消费者权益正是由一个个具体而微的利益问题汇聚而成。要提振消费信心，扩大消费需求，就要切实保护好消费者合法权益。为此，提出三点期望，一是各智能手机厂商要严格按照有关法律、法规的规定，加强自律，切实履行

经营者法定义务，消除损害和误导消费者行为。披露的产品信息要真实、准确、完整、一致，具有可验证性。对手机产品内存容量及可使用容量应给予清晰标注；二是尽快出台针对手机内存容量标识的国家标准、行业标准，为政府部门行政监管、消费者依法维权提供技术支撑。在制定标准过程中，应认真研究和听取消费者及其组织的意见，公示意见采纳情况及理由，使相关标准切实保护消费者合法权益，保证消费者的知情权、表达权、参与权和监督权；三是呼吁每一位消费者积极行动起来，加强对商品和服务的监督，敦促经营者切实履行应尽义务，有力维护自身合法权益。同时，希望企业能够树立消费者至上的观念，主动接受消费者的监督，正确对待消费者的批评建议，真正把消费者的意见当作企业提高产品质量和服务水平的前行动力。中国消费者协会将继续关注现存问题的改正情况，积极配合政府部门加强监督管理，督促企业落实法定义务，为广大消费者争取权益、做好服务。



倡议书

随着信息化技术不断深入，手机行业进入智能化时代，大容量、大屏幕、高像素成为手机产品最大亮点。智能手机产品的不断上市，一方面给消费者带来更多生活便利与乐趣，另一方面一些新的服务问题也逐步显现出来。例如：手机存储容量标识表述不一、标称容量与可使用容量不同等，会对消费者产生误导甚至引起消费纠纷，因此，迫切需要建立统一的行业标准、服务规范。

鉴于标准、规范的建立需要一个科学、严谨的论证过程，目前相关服务规范制度正处于更新过程中，根据手机行业消费者投诉热点分析，及政府监管部门、行业协会、手机生产企业的研究探讨，为加快行业标准、规范的制定，促进手机市场的健康发展，更好地维护消费者合法权益，提升企业信誉，我们向广大消费者和全体手机生产企业发出如下承诺和倡议：

1. 严格遵守国家相关法律法规，依法经营，诚实守信，保障产品质量，维护消费者合法权益。
 2. 积极参与手机行业规范经营制度建设活动，广泛接受社会监督，主动及时整改经营中产生的问题。
 3. 制定完善的手服务监督制度，为消费者提供合格、放心的商品和服务。
 4. 统一规范手机存储容量标识，正确标注手机技术数据真实信息，认真更新相关宣传资料，保障消费者的知情权及公平交易权，营造一个健康和谐的消费环境。
 5. 制订公平透明的售后服务纠纷解决机制，增强对消费者的服务意识，及时、快捷的解决消费者反映的问题，保护消费者合法权益，发挥优秀企业真诚服务的社会示范作用。
 6. 开展广泛的行业自律监督活动，加强行业内部联系沟通，不断提高行业整体服务水平和商品质量。
 7. 认真履行《中华人民共和国产品质量法》和《中华人民共和国消费者权益保护法》规定的生产者、经营者义务，严格落实国家对部分商品的“三包”规定，切实兑现对消费者的各项服务承诺。
 8. 严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》的规定，遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，开展生产经营活动，遵守公认的商业道德。
- 提高商品质量、改善行业售后服务环境，需要全体从业人员的共同努力。我们承诺：将不断提高服务意识，携手同行，为打造全行业诚信自律的优秀品质做出积极贡献。



北京33所民办高校签署诚信公约

7月17日，北京民办教育协会、北京市消费者协会教育系统分会联合举办了2013年北京民办高校《诚信公约》签字仪式。北京市消费者协会副会长兼秘书长董青代表消费者组织在《诚信公约》上签字。

北京城市学院、北京北大资源研修学院等北京市33所民办高校共同签署了诚信公约，承诺杜绝虚假宣传、诚信招生。33所民办高校向社会公开承诺：严格按照经教育主管部门备案的招生简章和广告，实事求是地公布学校名称、办学地点、办学性质、学校类型、招生类别、学习形式、学历层次、学习时限、收费项目、收费标准、退费办法、证书类别等内容，如

实介绍学校办学状况等相关信息；不得以任何形式向考生和家长发布未经备案的招生简章，不在招生活动中擅自调整、变更已备案简章的相关内容；依法开展招生活动，未经批准不以境外办学组织名义进行招生，不将招生工作承包给任何社会中介组织或个人；不做虚假就业承诺，不以保证就业为招揽生源的主要手段；学生收退费管理严格执行市教委的有关规定；学校真诚为学生提供求学服务，努力提高办学水平，共同营造良好的招生秩序；创新人才培养体制，注重品牌建设，打造学校特色，办人民满意的教育，接受全社会监督等。

今年，招生期间，北京民办教

育协会、北京市消费者协会教育系统分会开通了监督热线68987380、68987390，及网站www.edu111.cn，接受学生、家长以及社会的查证、监督与投诉。33所签约学校如果出现违规招生、虚假宣传，将受到相关主管部门的严肃处理。

共同遵守《诚信公约》，加强民办高校行业自律，规范行业行为，提高行业水平，保护公平竞争是各签约高校的愿望，也是在新形势下缓解办学方向转型压力，树立首都民办高校良好形象，携手促进首都民办教育事业健康发展，维护首都安全稳定的需要。

北京市消协发布消费警示

房屋中介陷阱多 谨慎挑选免上当

近日，随着部分租房、买卖房屋市场的活跃，部分房屋中介利用信息不透明，在居间服务过程中侵害消费者合法权益的事件时有发生。北京市消协上半年接到房地产中介投诉158件，投诉前三位的是营销合同问题55件，虚假宣传42件，交易价格29件。主要问题：

1 以看房为名骗取“看房费”

部分房地产中介公司实行免费登记，付费看房。消费者王女士反映在3家房屋中介登记了“求租一室一厅”的信息，中介均要求她交了20元“看房费”。几天后，一家中介提供了位于某街的一套房子，由于该房实际情况与中介提供的信息不符，王女士扫兴而归。随后的几天，王女士相继接到了其他几家房屋中介的电话，介绍的居然是同一套房子。王女士质问中介：为什么四五家中介公司推荐同一套房子？对方解释说，房主登记房屋信息通常是采取“遍地开花”的方式，走完这家走那家，因此，附近一带的房源都是一样的。但王女士为了看一套房子，却付了几倍的看房费。每家房屋中介都坚称看房费不能退，消费者只能吃了“哑巴亏”。

2 隐瞒信息挣“差价佣金”

部分中介总是采取种种借口不让消费者与房主见面，表面上中介借口是双方见面容易“甩单”（即买卖

双方甩开中介自行成交）。但实际上少数中介利用双方信息不对称，以“包销”的名义，隐瞒委托人的实际出卖价格和第三方进行交易，获取佣金以外的报酬或恶意将房主房屋价格炒高挣“差价佣金”。如吴先生准备购买一套二手房，中介的工作人员称有一套标价225万元的房子，几经讨价还价后，吴先生终于见到了“房主”罗某。“房主”罗某诉苦说，这套房子自己标价是200万，并留了2万元的还价空间，预想198万左右成交；中介为了赚取佣金却挂牌225万，致使房子拖了很久才卖出。更有甚者违规介入买卖房屋，将好房源以公司员工名义收购房产，再以房主身份高价出售，从而赚取更大的利润差价。

3 未尽居间的义务 使消费者合法权益受损

房产中介对代理销售的房屋质量应当审查而不进行审查或审查不严就进行销售，更有些房产中介为赚取中介



费，代理销售不符合销售条件的商品房，且不向消费者如实告知相关信息，如房屋的建造时间、房屋使用缺陷、产权归属情况、配套设施的真实状况，更有甚者建议售房人采取掩盖房屋质量、瑕疵的处理措施，或指导与帮助出售人开具单身证明，伪造相关身份证明、产权证明等进行登记售房。

4 提供虚假租房信息，

骗取中介费

某些不法中介公司在租房交易中设下圈套，诱骗消费者上钩，骗取中介费。一般采取告知消费者有符合其需求的房源，然后安排消费者与所谓“房主”见面，“房主”往往主动与消费者互换联系方式，后中介以双方达成租房意向为由，要求消费者交中介费，待消费者之后联系准备交易时，房主却再也联系不上了。

5 无中介资质违规参与中介服务

部分“黑中介”在没有取得相关中介资质的前提下，违规从事着各种房屋中介活动。还有一些如小餐馆、电话亭、小卖部等小店，搭车做租房中介。这些黑中介发布的房源信息大多是从网络或广告中摘抄下来，其真实性、有效性无法核实，于是常有看房而等不着房主或联系房主，房子早已租出去的情况发生。

6 设置合同“霸王条款”减轻自身义务，侵害消费者合法权益

部分中介公司在合同中恶意不标明服务项目的要求和标准，减轻自身

责任。还有的与消费者签订单方面制定的霸王条款，如利用代收房款的优势，在合同中制定消费者如退房，设置高额违约金或无论买卖房屋是否成交，消费者均应支付中介费用等。

针对上述问题，北京市消费者协会发布消费警示：房屋中介陷阱多 谨慎挑选避免上当

1 选择正规的房屋中介公司提供服务

一是查看公司营业执照以确定该公司的营业资质，营业范围是否包括二手房中介业务；二是要挑选行业内连锁企业、品牌公司接受服务。三是看该中介公司是否拥有合法的房地产经纪人员资质的从业人员，且是否有房地产经纪人资格的业务员为您签订合同；四是查看中介公司提供的居间合同是否是标准化合同范本。

2 详细了解合同条款，重要环节反复确认

一是签订合同时仔细阅读相关条款，对于交易的重要环节仔细确认，租赁合同要注意：房屋租赁期限、房屋买卖、租赁付款方式，以及租赁期间的水、电、煤、气、有线电视、上网费用等如何分摊。买卖合同要注意：

房屋的产权是否清晰、交易中各项费用分摊、双方违约责任承担。二是签订合同注意查看是否加盖经纪机构公章，经纪合同有无注册的经纪人员签字，签字的经

纪人员是否为实际提供服务的人员。三是签约过程中注意保留收款、付款凭证等相关证据，避免日后发生不必要的纠纷。四是要查看房产证原件及卖方证件是否一致。五是租赁服务中看中介公司是否与原房东签署了“房屋租赁代理合同”，合同中是否有原房东允许中介代办房屋租赁手续、并代收房租并不得溢价出租的条款约定。六是预付定金的，注意不要书写错误为“订金”，避免法律歧义。

3 消费者事先多途径了解房屋的相关信息，保证交易安全

无论是购房或租房，建议消费者事先可通过多种途径了解相关信息，如上建委网站查询房屋产权信息，向物业公司了解房屋建造、结构和物业服务信息，还可以通过小区业主论坛了解相关情况。

4 建议相关部门加大执法力度，打击侵权行为

针对上述问题，北京消协建议相关部门加大执法力度，加强对不法房屋中介进行惩处，对于侵害消费者权益严重的黑中介行为向社会公示，加大信用管理，让消费者可以通过信用查询选择放心中介公司，为广大消费者创建一个良好的房屋交易环境。

5 倡导行业自律，引导行业健康发展

建议行业内部要加强行业自律，行业组织要引导企业，严格按照《房地产经纪管理办法》、《商品房屋租赁管理办法》的规定自觉抵制不正当的经营行为，促进行业健康发展。





新华社等多家媒体到市消协和东城区消协考察调研

随着《消法修正案》（草案）的公布以及人大官方网站征求意见的结束，新闻媒体对多年从事消费者权益保护工作的消协组织愈加关注。6月7日，新华社等多家媒体在中消协领导的陪同下，先后来到北京市消协和东城区消协开展调研活动。

6月7日上午，中消协办公室主任尚黎陪同新华社资深记者一行5人来到北京市消协考察、调研，市消协董青秘书长详细介绍了去年的消协工作亮点，调研人员观看了近两年来市消协工作短片，对北京市消费纠纷人民调解委员会和消协系统组织机构建设进行了深层次

的调研。

下午，在屈建辉副秘书长的陪同下，调研组一行又到了东城区消协开展调研活动。主管东城区消协工作的东城区工商分局副局长孙晓波携东城消协全体干部积极筹备，并代表局党组做了表态发言。东城区消协的全体同志按照三部一室所从事的工作内容，汇集了大量资料。东城区消协秘书长陈凤翔从先行赔付坚守8年；调委会再次为消费者撑起保护伞；跟踪服务是消协维权的延伸；搭建老年人维权网络以及《消法》对消协组织职能发挥的定位和拓展等五个方面，一一汇报。

东城区工商分局副局长孙晓波向媒体记者表达了东城工商分局领导对到东城考察的领导一行表示欢迎，他表示局党组高度重视消费者权益保护工作，多年来对东城消协大胆探索勇于创新全心全意为消费者服务的工作态势予以鼎力支持，希望各级领导对消协工作给予批评指正。

最后，北京市消费者协会副秘书长屈建辉，对上午在市消协、下午在东城区消协考察情况做了小结，就消协致力于消费者权益保护事业做了热情洋溢的讲话，受到与会者高度评价和赞誉。



市消协召开婴儿配方奶粉比较试验结果专家分析会

7月19日上午，北京市消协召开婴儿配方奶粉比较试验结果专家分析会。市消协副会长兼秘书长董青、市消协副秘书长屈建辉、中国疾控中心营养与食品安全研究员博士生导师杨晓光主任、国家食品安全风险评估中心标准三部副主任韩军花博士、首都儿科研究所副研究员谢晓桦、农业部乳品质量监督检验测试中心总工程师教授级高工张宗诚、农业部乳品质量监督检验测试中心教授级高工邱元亨、农业部乳品质量监督检验测试中心高级工程师孙丽新等专家参加了此次会议，市消协消费指导与社会监督部主任罗刚主持了会议。

会上，北京市消协副会长兼秘书长董青表示：“我们在去年就准备做这个试验，因为大家知道奶粉领域曾经出现过不少问题，特别是老百姓对奶粉不信任的程度。奶粉的真实情况到底怎么样？我们应该给消费者什么样的答复？作为消费者协会，我们应该站出来，做一些工作”。

董青表示，奶粉事件发展到今天，消费者是最大的受害者。由于对国内奶粉的不信任使得境外不良商家借机将产品销售到国内，在占领国内市场以后，打压民族工业的同时，他们之间还串通提价，在更大程度上侵害了消费者利益。作为消协这样的组织，出于责任和义务，应该给消费者明明白白的交代，特别是吸收各位专家的智慧，把真相告诉老百姓。

董青介绍，召开这个会议是想回答三个问题。一是大陆的消费者是否一定要到境外购买奶粉，应该给消费者一个正确的信号，有没有必要舍近求远花更多钱到香港购买奶粉；二是民族品牌是否真不如洋品牌，包括大陆进口的洋品牌与纯粹在国内生产的品牌相比是否真的存在差距；三是目前市场上的主流品牌，可信度到底是多少，是不是安全可靠的，是不是能够满足婴幼儿的营养需求。另外，通过这次比较试验还发现，国外品牌打入中国市场以后的价格

比国外市场价格高很多，这是一种明显的不正当竞争行为。

屈建辉副秘书长会上指出，这次比较试验采样的奶粉中，有4个品牌是在香港和内地重复采购的，香港买一个内地买一个，而且全部是原装进口，采样和检测的过程都遵循了公平合理的原则。经过这么多年的发展，消协已经树立了很好的公信力，整理好这次比较试验结果材料后，将以消协的名义向社会传递正确的信息，科学正确引导消费。

会上，专家们也积极发言，对本次比较试验所采用的标准、检测方式方法和项目进行了介绍。大家认为北京市消协的此次比较试验公平合理，试验结果对消费者可以起到引导消费者正确消费，促进市场的发展，给企业营造一个良好的发展环境的作用，这次比较试验作为一个突破口，通过引导消费者的科学消费理念，使整个市场形成良性循环。（王亚宁）



北京建立洗染服务消费申诉专家援助机制

为规范北京市洗染行业市场秩序，及时、有效解决消费者申诉行政调解中的洗染服务消费申诉，最大限度地节约消费者的维权成本，进一步提高行政调解工作效能。7月9日，市工商局、市司法局、市商务委、市消协、洗染协会共同举办的“北京市洗染行业规范暨洗染服务消费申诉专家援助机制启动大会”。

援助机制从2013年7月10日开始实施。同时，北京市洗染行业消费纠纷人民调解委员会挂牌。该调委会是北京首家行业性的消费纠纷人民调解委员会，调委会的成立标志着行业性消费纠纷调处的渠道被拓宽，提高了行业性消费纠纷调处的效率。

北京市工商局联合北京市洗染行业协会聘请了六位洗染行业专家参与调解工作，今后，在调解过程中，消费者或经营者可以申请专家援助，为提高洗染消费纠纷的解决效率和权威

性提供了保障。

消费者申诉行政调解洗染服务申诉专家援助是指本市工商部门在开展消费者申诉行政调解过程中，涉及洗染服务申诉的，邀请北京市洗染协会相关行业专家及专业人士，通过提供专业知识咨询或参与行政调解工作，促成消费争议有效解决。

工商部门受理消费者申诉中涉及洗染服务质量争议，因争议双方无法就相关服务质量问题达成调解协议的，经当事人双方同意，工商部门可以启动洗染服务申诉专家援助。

工商部门可以通过下列形式实施洗染服务申诉专家援助：1、由相关专家、专业人士参与消费者申诉行政调解工作，就消费者、经营者或调解人员提出的有关问题进行解答、说明，提供无偿的专业知识咨询；2由相关专家、专业人士对洗染服务申诉消费争议中涉及洗染服务质量的情况向消费

者进行解答，帮助消费者了解商品质量的有关知识；3、对于感官无法鉴定的洗染服务质量纠纷，经双方当事人认可，可由北京市洗染协会利用技术手段提供检测服务。

工商部门可以组织相关专家、专业人士参与消费教育引导等宣传活动，协助工商部门向消费者提供洗染类常识，对经营者进行教育培训。在开展行政调解工作中，根据消费者申请，工商部门可以组织有关专家、专业人士提供专家援助，提出意见或建议并作为消费者申诉行政调解的参考依据。工商部门向消费者提供洗染服务申诉专家援助不收取任何费用。

会上，北京市洗染协会发起了北京市洗染企业诚信经营的倡议，荣昌、福奈特、三洋等十多家洗染行业的龙头企业表示积极响应洗染协会发出的倡议，积极配合政府相关部门做好企业自律和行业规范。

PVC保鲜膜保鲜不保险

近日，央视每周质量报告曝光，16种PVC保鲜膜15种含有禁用的塑化剂DEHA。调查还发现，一半超市熟食包装都使用PVC保鲜膜。专家称，这种保鲜膜破坏人体内分泌系统和生殖系统，导致女性性早熟和男性不育。为此，他特别提醒消费者，最好选购使用PE保鲜膜。

危害

破坏人体内分泌系统和生殖系统，导致女性性早熟和男性不育

PVC保鲜膜 占六七成市场

作为常用的食品包装材料，保鲜膜因其方便成为都市一族家用必备品。然而，北京市民毕女士最近发现，从超市买的肉类熟食放了几天后，保鲜膜上有一层油乎乎的东西，不像肉本身的油。央视每周质量报告记者展开调查，目前PVC(聚氯乙烯)和PE(聚乙烯)保鲜膜是使用最为普遍的两类，毕女士使用的就是PVC保鲜膜。

中国包装联合会培训专家委员会专家委员杨伟民解释，PVC保鲜膜在制作过程中，会加入大量的塑化剂。增塑剂不溶于凉水，但是在60摄氏度的时候或者以上，或者是在油脂中它就会析出来，尤其在植物油中就会溶析出来。毕女士发现一些不明油脂状物质很有可能就是保鲜膜中所含的塑

化剂。

杨伟民还介绍，PVC保鲜膜的透明度高，粘性好，所以在市场的占有量比较大。记者调查发现，在各类保鲜膜中，PVC由于价格便宜，所占市场份额约六到七成。昨日，新快报记者走访了广州市区多家超市，营业员大多表示不知道使用的是何种保鲜膜。在中华广场的TASTE超市，当记者询问炒面的保鲜膜是否安全时，一营业员当场表示，“绝对安全！”至于使用的是PVC还是PE保鲜膜，他表示不清楚。而在华润万家，营业员明确表示使用的是PE保鲜膜。

禁用塑化剂 最高超标472倍

记者调查发现，在国家质检总局2005年发布的一份公告中特别强调：禁止企业用塑化剂DEHA生产食品用保鲜膜。那么，市场上销售使用的PVC保鲜膜到底用的是什么样的塑化剂呢？为此，北京凯发环保技术咨询中心分别从北京、上海、广州三地购买了市场上销售的所有品牌的PVC保鲜膜，共16个品牌，送往国家权威检测机构。

检测发现16个品牌中的15个含有国家禁用塑化剂DEHA。PVC保鲜膜行业最大的几家企业的产品几乎全部被检测出含有DEHA。其中，最低超过检出线98倍，最高超过检出线472倍，平均超出检出线两百多倍。

食品安全专家董金狮告诉记者，

其他国家允许添加的塑化剂一般在常温环境下相对稳定，但国家禁用的DEHA可在常温下从保鲜膜中释放并渗入到食物中，尤其是在包装脂肪含量较高的食物时更易释放。

“主要的危害是影响荷尔蒙，导致内分泌系统紊乱，”董金狮介绍，主要的现象就是一些雌性激素分泌会增加，雄性激素分泌会减少。“也就是导致我们经常说的女性的性早熟，男性的不育症，特别对婴幼儿的生殖器发育有很大影响。”他强调。

3招识别 PVC泛黄PE为白色

鉴于此，专家特别提醒消费者，最好选购使用PE保鲜膜。如果使用PVC保鲜膜，则最好不要直接用于包装肉食、熟食以及含油脂的食品，也不宜直接用微波炉加热。

那么，如何鉴别PVC保鲜膜和PE保鲜膜呢。专家向记者讲述了三招：一是看颜色。整卷颜色泛黄的为PVC材质，白色的为PE。

其次，手揉搓。PE保鲜膜一般黏性较差，用手揉搓后容易打开，而PVC保鲜膜则黏性较好，用手揉搓不易展开。

此外，还可以尝试烧一下。PE保鲜膜用火点燃后，迅速燃烧，离开火源也不会熄灭；而PVC保鲜膜不易点燃，离开火源后会熄灭，且有刺鼻异味。

(冯艳丹 梁月静)

食用油“转基因”难测

“采用非转基因玉米压榨而成”、“非转基因压榨葵花籽油”、“以转基因食品为原料加工生产”……不少消费者在挑选食用油时，都会特别注意一下产品外包装上的转基因或非转基因标注，希望凭借这些标注辨别出哪些转基因食品。不过，有业内人士表示，目前尚没有方法可以对转基因食用油与非转基因食用油进行检测和分辨，将转基因食用油特别标出几乎没有意义。此外，由于没有区别二者的检测方法，该业内人士表示，不排除有商家将转基因食用油标注为非转基因食用油的情况。

超市： 食用油标注全

“加工原料为转基因大豆”、“加工原料为转基因油菜籽”、“含植物甾醇，非转基因压榨”。7月22日，记者走访了位于北京市东城区的新世界超市、乐天玛特超市国瑞城店，丰台区的物美大卖场玉蜓桥店以及大兴区的物美大卖场吉星德亿店、乐购超市绿地缤纷城店等多家大型综合性超市，看到超市内的粮油专区内的食用油几乎都标注了转基因或非转基因的标识。

“这桶玉米油是用非转基因压榨的，外包装上写着‘非转基因’几个字呢。”7月22日，在物美大卖场吉星德亿店内，一位销售人员正在向一位年轻的女性消费者推荐一款售价79.7元的净含量为5升的金龙鱼牌玉米胚芽油，并在介绍中加重了对“非转基因”的介绍。记者看到，在卖场中一般采用非转基因食品为原料的食用油，都会将非转

基因四个大字印在产品外包装的正面，并位于明显的位置。而使用了转基因食品为原料的食用油都会有些“羞涩”，纷纷将“加工原料为转基因××”的字样藏在产品包装的侧后方，并且字号很小，和前者采用了非转基因食品作原料的食用油形成了鲜明的对比。此外，在售价方面，非转基因食用油的售价也是更胜一筹。同样净含量为5L的某品牌大豆油，采用转基因大豆的食用油售价为61.9元，而非转基因大豆油售价为68.5元。

消费者： 购物主要看“标”

7月22日，记者在几家超市内随机采访了几位正在选购食用油的消费者。其中大部分人表示，自己购买食用油主要是看产品品牌、食用油的种类，也有一部分消费者表示自己在购买时会关注该产品是否为转基因食用油。

“现在不是要求厂家要把使用了转基因原料的食用油标出来吗，所以我买的时候也会注意看一下，看看自己买的是不是转基因的食用油。网上流传着很多转基因食品有危害的文章，不过也有国内专家出来辟谣，我也不知道他们谁说的对。作为普通老百姓，我只能尽量挑选非转基因的食品，毕竟敬而远之要比拿自己做实验好吧。”家住北京市东城区的白领张女士在接受记者采访时表示。

此外，据东城区新世界超市和大兴区乐购超市绿地缤纷城店的销售人员介绍，虽然有一部分消费者对于转基因食

用油比较敏感，但实际上转基因食用油的销量要好过于非转基因食用油。“转基因食用油在价格上还是相比非转基因的有一定的优势的，这也是不少消费者选择它的原因。尤其是一些上了岁数的老年人，或是对于转基因食品没有那么敏感的人，转基因食用油都是他们的首选。”新世界超市内的一位工作人员告诉记者。

专家： “转”不“转”测不出

仅仅通过厂家的标识，消费者就可以轻易地分辨出转基因食品吗？其实不然。7月22日，记者采访了从事转基因工程和转基因安全研究多年的中国农业科学院油料作物研究所常务副主任吴刚。吴刚告诉记者，目前尚没有方法对转基因食用油和非转基因食用油进行检测，不排除有厂家将转基因食用油标注为非转基因的可能。

“目前，只有国内要求对转基因食用油进行标注。但其实在美国转基因大豆占总产量的95%左右，并且其中约60%在美国国内消费。此外，在美国是自愿标识转基因，禁止标识非转基因。”吴刚表示，由于食用油里面没有可检测的与转基因油的差异，所以目前无法通过检测的方法鉴别出转基因食用油和非转基因食用油。因为转基因成分是指转进去的基因和表达的蛋白，而食用油是榨出来的油脂，里面根本没有核酸和蛋白，所以无法进行检测，转基因与非转基因也就没有什么区别了，这也是国外根本不需要对食用油进行转基因标识的

原因。

吴刚认为，转基因食用油在品质和售价上都是比非转基因给食用油更具优势的。“因为进口转基因大豆的蛋白含量都比国产非转基因大豆要高，所以在品质方面占了一定优势。此外，由于进口转基因大豆的含油量也比非转基因大豆的高。据我们了解，事实上转基因食用油的销售比非转基因的好。”

对于食用油来说，无法检测出是

否使用了转基因食品为原料，那么市场上是否会存在转基因食用油标高价冒充非转基因食用油的现象呢？对此，吴刚表示不排除这个可能，不过他认为消费者对此并不要感到惊慌，“首先，因为没有可检测的区别，所以消费者购买了哪种食用油都无法检测，此外，目前国内批准上市的转基因大豆相关产品没有可证明的危险，所以消费者也不用感到恐慌。之所以标注，不过是因为消

费者有这样的知情权，其实并没有什么意义。”吴刚表示，不光转基因大豆油不能被检测出和非转基因的区别，包括玉米、亚麻籽等在内的所有食用油都是无法被检测出转基因与非转基因的区别的。据他介绍，检测油要比检测其他样品更加麻烦，且收费要在5000元，但因为检测结论，所以消费者无需自费对食用油是否为转基因进行鉴定。

（王洋）



稻香村无糖糕点蔗糖超标7倍

无糖食品是糖尿病患者的首选食品，如果含蔗糖的食品被他们当作无糖食品食用，有可能对健康产生严重影响。但有媒体日前报道称，北京稻香村出售的一些无糖糕点中蔗糖含量超出国家标准七倍。

日前，有媒体记者从北京稻香村、味多美、金凤成祥、京客隆、美廉美等专卖店和超市购买了无糖糕点，几家店的店员均表示，这些糕点是用木糖醇制作的，糖尿病患者可以食用。中国商业联合会标准化总工程师曹德胜介绍说，木糖醇是一种添加剂，本身没有糖含量，但有甜的感觉，也叫“甜味素”，一些食物如果不放糖，甜味低口感差，但糖尿病人

等特殊群体不能吃糖，所以市场上推出了木糖醇系列产品。

根据《预包装特殊膳食品标签通则》，无糖食品是指含单糖和双糖 $\leq 0.5\text{g}/100\text{g}(100\text{ml})$ 的固体或液体食品。而国家食品质量监督检验中心的检测结果显示，购自北京稻香村的样品中蔗糖含量为 $3.6\text{g}/100\text{g}$ ，高出国家标准七倍。

近日，北京稻香村给记者发来对于媒体报道的说明，称早已经将“无糖糕点”更名为“糖醇糕点”，但个别门店对原标有“无糖糕点”的纸袋停用回收没有严格管控，对营业员的产品知识培训未做到持续跟进，“对此给消费者带来的误导，我们深表歉

意。”北京稻香村方面表示，很早以来一直产销不使用任何糖类、仅添加糖醇甜味剂的“无糖糕点”。由于当时没有无糖食品的标准，故称无糖糕点。当《特殊膳食营养标签标准》发布之后，依据此标准，如声称“无糖”，该食品还原糖总量要求低于 $0.5\text{g}/100\text{g}$ 。而北京稻香村该类糕点共有30余种，经自测绝大部分达到还原糖含量低于 $0.5\text{g}/100\text{g}$ 的指标要求，“仅有极少数由于配料、特别是风味馅料的使用，造成该产品超过了标准值。故公司统一将所有该类产品改称为‘糖醇糕点’。同时更换了标签标注的名称，也更换了散售使用包装袋的名称。”（肖丹）

家具建材样品 让人欢喜让人忧

家居产品一般价格较贵，不少消费者喜欢购买样品，既便宜，味道也不太重，有些人为了追求环保还专门买样品。样品真的环保吗？其售后服务跟新品是否相同？近日，记者对此进行了调查走访。

样品“环保”不科学

准备为新房购买家居的市民李女士认为，新家具往往有一股味，不利于家人健康。而样品家具放置时间较长，其中的甲醛、苯等有害物质释放更加彻底。为此，这几天，她逛市区各大家居卖场时，专看样品家具。李女士惊喜地发现，样品价格不仅比新品便宜许多，而且并不像想象中那般破旧，不少样品家具外表几乎完好无损，稍作清洁跟新品并无太大差别。

样品家具真的比新品环保吗？为求环保买样品是否值得？中国室内装饰协会、室内环境监测工作委员会主任宋广生表示，家具是否环保，主要取决于其制作的材料和工艺，跟是否是样品无太大关系。比如木制家具分实木家具、板式家具和板木结合家具，三者中以实木家具最为环保，板式家具和板木结合家具都可能会有一定的有害物质释放，但只要符合国家标准，就不会对人体造成危害，也不会污染环境。

宋广生说，甲醛等有机挥发物释放周期为3至15年。样品家具因为摆放时间较长，也许比同样材质和工艺制作的新品家具有毒物质含量略低，但如果材料本身确实含有甲醛，则短期内根本无法散尽。消费者还是应该选择正规厂家生产的品牌产品，具备相关的检测合格报告，这样才能达到真正的环保。“样品即便有害物质含量少一点，但放置时间过久，一是外观

变旧，二是沾上了脏物，三是会有瑕疵。除非价钱较低，否则不建议消费者购买。”

价钱便宜无三包

“这款花洒标价100多元，如果你嫌贵，我可以给你便宜，50元，但是不能开发票，也不享受正常的质保和退换服务。”在市区某五金超市，销售人员向记者推荐了几款样品花洒。

记者看到，这些花洒外表包装完好，跟新品并无两样，有的实际上就是新品，由于挂上了“样品”的名号，不开发票，价钱至少低了一半。

“我们这是厂家多生产的，所以可以便宜卖；但你只能在这儿（指货品摆放处）付款，不能到收银台统一结账，所以没有发票。”该销售员表示，出现质量问题的话，如果是在售出后两日内，可以换新的；倘若超过这个时间段，即便是在国家规定的“三包”期限内，也无法退换和保修。顾客可以自行选择，是图便宜还是要求售后保障。

“而且，只有类似花洒这样体积小、价钱较低的产品才可以折价当样品卖。”另一位销售员补充说，体积小、价钱贵的产品上面往往都有磁，带不出去。顾客购买“样品”后，须装在包里，悄悄带出去，不能让收银台的人发现。

在海淀区某家具店，售货员也明确告知，样品不享受三包服务，没有质保，只能维修。“像衣柜柜门的拉手坏了，样品你得自己掏钱请工人修——价格已经这么便宜了，还想要质保，怎么可能？”而同款衣柜新品按照全价购买，可以享受正常的退换和保修服务。

样品也应享受“三包”

购买样品到底该不该享受“三包”服务？北京市消协投诉部主任郎丹柯表示，《中华人民共和国消费者权益保护法》规定：“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。”

“法律上没有样品、新品之分，只有商品，样品也是商品，也应享受三包服务，但消费者购买前已知道瑕疵的除外，经营者对于商品的瑕疵应该事先明示。”郎丹柯解释说，比如一张桌子，有一条桌腿裂了，其他三条完好，如果卖家在交易前明确告知消费者这一瑕疵，消费者仍然同意购买，则购买后，商家不必对有瑕疵的桌腿“三包”，但其他三条桌腿仍须承担“三包”服务。

“同样是桌子，如果商家事先告知消费者，这张桌子被水泡过，消费者仍然同意购买，则整张桌子都无需承担‘三包’。因为被水泡过，桌子可能外表完好，里面早就开始裂了。”

对于商家在买卖合同印制的“样品不享受三包服务”等字样，郎丹柯指出，这是一种格式合同和霸王条款，损害了消费者的合法权益，即便消费者被迫签了字，也不具有法律效力。

家电延保玩儿“票”

“没有协议，我给你盖个章就行”、“我们有专门的发票，拿发票找我们修就可以”、“都是看发票，不用签协议”……面对商家销售延保服务时的“百般推脱”，不少消费者都没有强求，把他们的口头承诺当成“令箭”，却不知这样会给自己带来未知的风险。有业内人士表示，消费者在购买延保服务时，务必要签订延保协议，并对具体条款进行明确约定，以免产生纠纷时消费者无据可依。

消费者： “没签过延保协议”

“当时导购和我说了半天办理延保业务的好处，每天我只需要花上两毛多钱的费用，就可以享受多一年的产品保修，我觉得挺划算，就交钱了，不过到现在我也没闹明白，这延保业务到底保什么，因为卖场并没有和我签任何的购买延保服务的协议，只给我开了一张证明我交过延保服务费的发票。”7月6日，家住北京市丰台区和义南路的华先生告诉记者，自己前不久于苏宁电器购买了一台电饭煲，在销售人员的劝说下，他购买了价值90元的一年延保服务。不过，由于当时没有签订延保协议，所以华先生对于这一年延保服务的内容也是糊里糊涂。

“当时售货员就和我讲，只要在延保期间，我的东西坏了，就可以找苏宁这边，他们会给我们免费维修。一切都是口头承诺，并没有白纸黑字的写下来。”华先生告诉记者，自

己当时在收银台支付了一年延保的费用，仅拿到了卖场开具的一份发票，就被告知延保服务已经办理完毕，并没有人给他出示书面材料，让他了解具体的维修细则。

导购： “有专用发票就行”

7月8日，记者来到了位于北京市东城区的大中电器磁器口店、苏宁电器国瑞城店以及丰台区的苏宁电器刘家窑店、国美电器木樨园店等多家家电卖场，看到各大卖场的所有在售商品基本上都在价签的右边明确标注了延保1到3年的价格，不管是电视、洗衣机这样的大家电，还是电饭煲、豆浆机这样的小家电，全被囊括在延保的范围内。此外，在苏宁电器记者看到，每款参与延保服务的产品不但将延保费用明确标出，还将办理延保的费用平均到了每天，一天几毛到一块钱的“不起眼儿”延保费用确实让人动心。

“不用签什么协议，您买的东西只要在延保期内出现了什么问题，直接联系苏宁就行。”苏宁电器刘家窑店的一位彩电导购告诉记者。当记者问到：“不签订协议，怎么能证明我购买了延保呢？”该导购表示，“有专用发票就行，发票就是证明，您都交了钱了，还怕我们不给您修吗？”

随后，记者又就“购买延保服务，是否需要签订相关书面协议”这一问题询问了多家家电卖场的销售人员，得到的答案基本一致——“不用”。

律师： “或造成维权困难”

7月9日，记者登录中国家用电器服务维修协会看到，由该协会2011年12月1日正式发布施行的《家电延保服务规范》是我国出台的首个延保服务规范，并对家电延保服务的从业要求、保修与风险管理责任、延保服务要素、服务规程、从业人员要求以及相应的服务质量测评等方面进行了规范。其中明确规定，家电延保服务是服务提供方以国家电子电器“三包”规定为基础，为消费者提供的一种延长保修时间或扩大保修范围的有偿服务，服务内容以合同形式约定。并附有一份家电延保服务合同范本。不过记者了解到，由于该《规范》并不具有强制性，所以不少消费者都没有见过其“庐山真面目”。

7月10日，北京方舟律师事务所的李小亮律师在接受记者采访时表示，商家通过开具发票的形式代替和消费者签订协议，一旦发生纠纷，消费者很难维权，所以消费者在购买延保服务时务必要要求商家提供和签订延保协议，并仔细阅读协议规定中的细则，以免日后为商家逃脱维修责任提供便利。“在签订书面协议时，消费者也应该将协议中的服务范围、期限、故障的责任界定、承保单位的名称、联系方式等内容了解清楚，并保留好购买该服务的发票和协议等，以免在与商家产生纠纷时无据可依。”李小亮表示。（王洋）

网购家具麻烦多！

质量不过关、实物差距大、物流不到位、售后维权难……尽管网购家具越来越火，但是其中存在的问题也越来越多，消费者在选择网购家具时应注意什么？如何才能最大限度地降低风险、维护自身权益？记者就此展开调查。

家具网购凭借价格低廉、种类多样博得消费者青睐，但对于网络电商而言，物流成了远程交易的一大难题。它不仅给不少消费者增加了成本花销，更让不少遇到问题的消费者在维权的道路上望而却步。

消费者变“搬运工”

不少消费者都遇到过网购大件家具“送货”难题，大多数家具类产品除了部分一二线城市外，很多地区都不负责送货上门，只是送至当地指定提货点，需要消费者自行到指定地点提货。家住北京市东城区的魏小姐表示，自己曾于数月前参与了天猫商城的家具优惠活动，在活动中魏小姐看到网店中的家具价格比实体店中要便宜不少，而且“快递费用”一栏标明的也是“商家承担运费”，可是在进一步沟通中得知，所谓的“商家承担运费”仅是发货到指定的物流配送仓库，而不是送货至消费者的家门。“如果我要送货上门，就得多加300块钱的配送费，可是那么大的东西，我自己根本没法运输，如果再请搬家公司更费事费钱，我问过，最低也要500元。”魏女士表示，有的商家甚至不支持送货上门，只把所购产品运至当地指定仓库，究竟“免运费”名不副实还是仅仅是个噱头？

组装费事费钱

“我的衣柜和电视柜都是网购的，一共花了七千多，比实体店同样的便宜多了。”家住北京市丰台区富贵园小区的王女士对记者说，网购确实很便宜，不过从运到家到搬上楼可没少麻烦朋友，“除此之外，组装也是个问题，我买的都是板材家具，运输时都是木板，没那么复杂，但是组装起来就费事了。自己一没手艺，二没工具，一两个人对着说明书根本弄不好。去建材城问，有的不是在店里买的根本不给安装，如果非要安装就漫天要价，什么交通费、人工费、材料费，说多少就得是多少，有的按小时收、有的按天收费，我自己都觉得不靠谱，最后家具在家摆了几天，我托熟人给找的家具公司的工人，不仅给工钱还得请吃饭，早知道这样我在建材城买个管安装的不就成了？”

组装行业兴起

城外诚家居建材广告亚美家具天猫线下实体店的负责人周女士在采访中表示，网购人群与日俱增，许多原来只能在实体店销售的商品也加入到了网络销售的行列，因此异地交易中安装就成了大问题，网购家具货送到交易就结束了，需要买家自己找人组装。“组装家具行业就红火起来了，之前是一些品牌家具的安装工人也在外面接一些私人的安装活儿，现在有专门的家具组装队，就是针对网购家具上门组装。”随后，记者经介绍联系到了一个可上门进行家具组装的组装队负责人，该朱姓师傅表示，工人上门安装家具目前比品牌实体店的安装费用稍高，一个衣柜、一张床的组装费大概120元，而普通的餐桌、电视柜、书柜等价格则70—90元不等。

“我们工人去安装就全都包了，不管是工具还是人工、交通，绝对不额外再收客户的钱，我们不打广告，基本上都是熟人介绍，靠的就是诚信。”朱姓师傅如是说。

易损材质 慎选择

家住北京市延庆县经营一家北京—山东大型物流公司的张经理在接受记者采访中表示，远程交易尤其是大件物品来说，运输、包装和装卸非常关键。网购家具中因为板式家具大都采用平板包装，货到之后再进行组装，相对安全度高，而成品家具包装、运输难度较大。

“其实，高质量的包装甚至比家具本身还贵，但是多数厂家做不到，多数消费者不了解。”张经理介绍，在运输过程中，装卸次数越少对家具的损坏可能越小，包车最安全，但是价格非常高，拼车就需要多次卸货拆分，价格虽低但是在多次装卸中家具容易受损。

城外诚家居建材广场家具区负责人孙先生提醒消费者，网购家具要特别注意易损材质家具的选择。“以玻璃、陶瓷等易碎物为主材的家具、建材等，如果没有外包装或外包装不能保障产品安全时，运输途中容易出现破损，不仅影响美观，可能还会影响家具的使用，而且不易追究原因。瓷砖、地板等体积大，也比较重，因此运费高，而且容易出现磕碰、损坏，地砖、地板等产品还容易出现色差、用量难以自行计算，补、退货非常麻烦，不建议网购。”孙先生表示，网络平台为家具企业提供了市场，但第三方物流的发展还有待提高，如果配送安装能妥善处理，网购家具会发展得更好。（卢岳）

消费者是他最深的惦记

——记房山区消协副秘书长刘旭

人物简介

他，曾在工商战线奋战多年，具有丰富的基层工商工作经验；他多才多艺，画得一手好画；他，性格执着，为工作原则可与同事争得面红耳赤。他，自2009年到房山区消协工作以来，不仅把多年工商工作经验融入消协工作，而且把极大的热情投入到消费者权益保护事业中。他，就是房山区消协副秘书长刘旭。

到消协工作近5年的经历，使刘旭深刻认识到普及消费知识的重要性。消协是广大消费者的娘家，作为保护消费者权益的专职人员，他迫切的想要提高广大消费者的消费能力，迫切的希望能够有效的预防消费陷阱，减少消费侵权行为的发生。秉持着这一颗公心，5年来，刘旭的消费课堂遍布全区广大社区、学校、农村、军营……他编写的书籍走进房山区千家万户。

2012年5月，房山区电视台《午后真谈》栏目专门邀请他做了时长四个小时的消保维权独家采访，博得台下很多社区、农村听过他讲课观众的阵阵掌声，节目播出后反响强烈。作为消协系统的一名普通基层党员，刘旭的心里始终深深地惦记着每一名消费者。



他把消费维权课堂送进社区

2009年，刘旭根据社区居民的消费特点，提出在社区开办“消费维权 百例解析”大讲堂，5年来，他深入到社区为居民分析、讲解消费投诉案例，先后在全区91个社区工商工作站、23所社区消费教育学校开展“消费维权，百例解析”消费课堂60余场次，参与居民、农民近6000人次。他寓教于乐，充分发挥自己善于交流和绘画的特长，将专业的消费维权知识以家常话的方式，图文并茂的表达出来，帮助他们在购买保健品、电视网络购物、电器维修等方面擦亮眼睛，告诉他们如何在旅游中购买商品。社区居民往往都是迅速进入状态，频频提问，课堂气氛十分活跃。

拱辰街道宜春里社区的王女士参加了“免费”旅游，被忽悠购买8000多元的洁净水产品，使用后产生不良反应，经医院检查诊断不适用该产品。听过刘旭的消费教育授课后，她专门将此事投诉到区消协，经多方调查、调解，成功为王大妈挽回了损失，该调解案例被北京电视台报道。60多岁的刘大妈在商场购买了一台32寸液晶电视机，后发现电视里人的头发是黄色，嘴唇是紫色，她一气之下投诉到消协。刘旭在调解过程中了解到，此前经营者已为刘大妈更换过一台，没想到这次问题更加严重，厂家客服上门测试后的结果是没有质量问题。接到投诉后，刘旭感觉问题很蹊跷，明明测试没有问题的电视机，为什么偏偏在刘大妈家就不能用。经过认真查找问题的根源，他

无意中从刘大妈的讲话中得知，厂家上门只采用DVD播放测试，根本没考虑到有线信号是否匹配电视机的问题，原来是电视机品牌的问题。经他反复调解，商场经理被他的耐心感动，为消费者更换了其他品牌的电视机。

他把消费维权课堂送进学校

为了让中、小学生从小就掌握安全消费知识，真正健康消费、绿色消费，在合法权益受到侵害时能够快速解决问题，他根据学生特点，认真组织授课教材，为学生们详细讲解消费者的权利和经营者的义务；教给他们如何认识产品3C标志、绿色食品、有机食品、无公害食品；如何选择合格的文具；如何查看食品的保质期等等……几年来，城镇地区的良乡一小、二小；农村地区的琉璃河中心校、窦店中心校、周口店中学；山区的十渡小学、张坊小学等等学校都留下了他的足迹，那里的师生都认识并喜欢上了他。在北京理工大学，学生们看到“消费维权，百例解析”消费教育讲座海报后，积极参加了此次消费教育活动，刘旭针对大学生网络购物普遍、购买电子产品多的特点，为学生们深入讲解了在网络购物、电子产品消费中如何防范被商家转型、忽悠，以及在投资、加盟、租房等经济活动中会发生的一系列问题及防御措施。课后，学生纷纷聚到讲台前，向刘旭讲述亲身经历，咨询消保维权方面的各类问题，起到了意想不到的良好效果。北京理工大学学生会主席表示：此次活动让广大师生受益匪浅，希望刘老师再次来到学校开办讲座。

他把消费维权课堂送进农村

房山区是农业大区，农业人口超过一半，为了让广大农村地区的消费者的合法权益能够得到保护，房山区消协将每月5日确定为“农村消费维权服务日”，使农民每月都能感受到3.15的福利。面对农村，刘旭投入了更加饱满的工作热情；面对农民，刘旭的投入了更多的耐心。在每月的“农村消费维权服务日”，他主动联系区消协各理事单位、企业联络站单位，开展消费者权益保护咨询宣传活动，为农民消费者解答消费疑难问题。为了给农村消费者提供更加优良的家电下乡售后服务，他认真走访家电维修企业，推荐信誉好、技术力量强的5家家电维修企业参加“农村消费维权服务日”及“送知识、送技能、送服务”下乡活动，向农村消费者传授相关技能、解答电器使用、维修等问题。至今已深入16个乡村，开展下乡活动35场次，入户服务达120户，发放宣传材料30余万份。

他把消费维权课堂送进军营

军人是最可爱的人。为引导广大部队官兵科学、合理、文明、健康消费，他深入军营，根据部队官兵现场购物少、身份特殊维权难等特点开展消费维权大课堂。在军营授课，刘旭主要围绕“非现场购物”中存在的问题、如何科学购置数码电子产品等内容进行实例解析。他贴心的提示官兵们：邮购商品要谨记验货再付款；网购前要详细了解经营者是否为合法经营主体；购买数码电子产品要仔细阅读说明书及三包规定等。每次授课都为广大官兵送去了实用的消费常识，提升了他们的维权意识，弥补了军人社会消费行为少的不足，营造了和谐的军民共建社会氛围。2012年“八一”建军节前，驻房山区北京卫戍区防化团教导队、工兵团等部队主动发出邀请，希望刘旭再次走到官兵中间。

他把消费维权知识写进书里

随着讲课次数的不断增多，刘旭积累的消费案例越来越多，他的讲课课件越来越厚，那份对消费者的责任心也越来越坚定。他意识到，全区2019平方公里94.5万人口都是消费者，仅凭消协、工商机关的授课，覆盖面还是太小，由此萌发了编写一本专为消费者排忧解难的书籍的想法，得到了领导的一致认可。《做智慧消费者》一书完成后共23万字，倾注了刘旭多年的心血，包

消协是广大消费者的娘家，作为保护消费者权益的专职人员，他的消费课堂遍布房山区广大社区、学校、农村、军营……他编写的书籍走进房山区千家万户。作为消协系统的一名普通基层党员，他的心里始终深深地惦记着每一名消费者。

含非现场购物、家用电器、农资消费等八类100多个案例，对目前消费领域存在的假冒伪劣商品和不平等格式合同条款等侵害消费者权益的行为进行了解读，成为不可多得的消费教育读本，受到广大消费者的普遍好评，现在正在进行第二次印刷。

为了搭建政府、企业间、消费者之间的交流平台，他联合房山工商分局12315消费投诉举报中心，创办了电子刊物《消费园地》。每个月都通过工作交流、消费信息、案例点评、维权指南、消费提示等栏目，将每月的消费维权热点、难点问题进行交流和平解，搭建起消协、工商、社区、企业消费维权工作交流的平台，对督促企业承担社会责任，降低消费纠纷的发生率，指导消费者科学消费起到了积极作用。（侯佳慧）



北京市消费者协会发布 58种洗涤用品比较试验结果

作为人们日常生活中的一种消费品，洗涤用品拥有巨大的市场，众多品牌逐鹿其间，市场竞争激烈。其中，餐具洗涤剂是国家实施生产许可证强制性管理的重要工业产品，在当今已成为生活中的必需品，其质量状况备受消费者的关注。洗手液和沐浴液不是生产许可证管理的产品，因此市场状况很不清晰，但就其产品质量而言，直接关系消费者的人身安全。为了解洗涤用品的真实质量状

况，保护消费者的合法权益，科学引导指导消费，北京市消协近期对北京市场上销售的部分洗涤用品进行比较试验。

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，以普通消费者的身份，从北京的物美超市、家乐福超市、沃尔玛超市、永辉超市、欧尚超市、卜蜂莲花超市、华润万家超市随

机购买，样品涉及北京、上海、浙江、江苏、湖北、广东、广西、福建、安徽九省市的企业生产或经销的19种餐具洗涤剂、18种洗手液、21种沐浴液样品。

二、试验标准及项目

本次比较试验委托国家轻工业化妆品洗涤用品质量监督检测北京站，依据GB9985-2000《手洗餐具洗涤剂》标准对餐具洗涤剂样品的

总活性物含量、pH值、去污力、荧光增白剂、甲醇、甲醛、砷、重金属(以铅计)、菌落总数、大肠菌群等10个项目;依据QB 2654-2004《洗手液》标准对洗手液样品的pH值、总活性物、甲醇、重金属(以Pb计)、汞(以Hg计)、砷(以As计)、菌落总数、粪大肠菌群等8个项目;依据QB 1994-2004《沐浴剂》标准,对沐浴剂样品的pH值、总活性物、甲醇、重金属(以Pb计)、汞(以Hg计)、砷(以As计)、菌落总数、粪大肠菌群等8个项目进行了测试。比较试验结果只对购买的样品负责。

三、测试结果

经测试,本次比较试验19种餐具洗涤液样品、18种洗手液样品、21种沐浴液样品中,伊人牌洗洁精、司黛牌抑菌洗手液、普莉诗牌玫瑰花香洗手液、元康牌抗菌洗手液、伊人牌茉莉洗手液、阿迪达斯男士活力沐浴露(能量)共6个样品未达到相关标准要求。比较试验结果显示,洗涤产品总体质量较好,存在问题有:总活性物含量不足、去污力不达标、超量添加甲醛,部分生产企业备案的企业标准某些指标低于国家标准或行业标准。具体结果如下:

1 经测试,餐具洗涤剂、洗手液、沐浴液样品外观、气味、稳定性、pH值、荧光增白剂、甲醇、砷、重金属、菌落总数、大肠菌群等指标均符合国家或行业标准要求。

2 甲醛指标。测试结果,样品中只有湖南喜尔环保科技有限公司生产的司黛牌抑菌洗手液(500ml/瓶)甲醛为844mg/kg,远高于行业标准要求。甲醛无色透明,有刺激性气味,可以用

作防腐剂,其蒸汽能强烈刺激粘膜,是目前已知的人体致癌物质,世界卫生组织认定,接触甲醛可能与白血病病因相关联。甲醛含量超过标准规定,会直接影响人体健康安全。

3 总活性物指标。本次比较试验中,北京异彩日化有限公司海淀分公司生产的伊人牌洗洁精(生姜香型)(2kg/袋)的样品、广州市艳妆化妆品有限公司生产的普莉诗牌玫瑰花香洗手液(500ml/瓶)的样品(标准要求总活性物含量 $\geq 9.0\%$,实测仅为0.6%,几乎没有去污能力)、哥鲁巴生物科技(北京)有限公司生产的元康牌抗菌洗手液(350ml/瓶)的样品、北京异彩日化有限公司海淀分公司生产的伊人牌茉莉洗手液(260ml/瓶)的样品、科蒂国际贸易(上海)有限公司(标称制造者:上海大造气雾剂有限公司)生产的adidas阿迪达斯牌男士活力沐浴露(能量)(400ml/瓶)的样品总活性物含量不符合国家和行业标准要求。总活性物含量是指洗涤用品中显示去污效果的全部表面活性剂在产品中所占的质量百分比,是决定洗涤用品去污效果的重要指标。表面活性剂的质量和含量直接影

响生产成本,一般来说,总活性物含量越高,去污效果就越好。

4 去污力指标。经测试,餐具洗涤剂样品中只有北京异彩日化有限公司海淀分公司生产的伊人牌洗洁精(生姜香型)(2kg/袋)的样品不符合国家标准要求。去污力是指餐具洗涤剂洗净的效能。去污力反映了在实际使用过程中洗涤剂对餐具的洗净能力。

四、提示消费者

1 消费者应在有信誉的购物场所选购洗涤用品商品,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。

2 消费者应根据洗涤用品的说明,结合自身需求选择洗涤用品。

3 婴幼儿不应使用成人洗涤用品,婴幼儿的皮肤和头发细嫩容易受到伤害,且普遍属于干性,因此不适于用脱脂力强的洗涤品,需要一些富脂型、润肤型、杀菌型无刺激的专用洗涤用品。



北京市消费者协会沐浴液比较试验结果汇总表

编号	标称 商标	标称样品名称	规格	标称生产/经销企业	标称生产或限期使用日期	外 观	气 味	pH[25℃,液体或膏体1:5(质量浓度)的水溶液(4.0~10.0) a	(4.0~10.0)
1	adidas阿迪达斯	阿迪达斯男士活力沐浴露——能量	400ml/瓶	科蒂国际贸易(上海)有限公司	20150323	合格	合格	4.7	
2	孩儿面	儿童清凉沐浴露	270ml/瓶	苏州博克企业集团有限公司	20150916	合格	合格	5.0	
3	NIVEA妮维雅	妮维雅深润滋养沐浴乳	250ml/瓶	妮维雅(上海)有限公司	20150524	合格	合格	4.9	
4	Dove	多芬清爽水润沐浴乳	1升/瓶	联合利华(中国)有限公司	20151105	合格	合格	7.5	
5	如新	如新洁肤霸沐浴乳	250ml/瓶	如新(中国)日用保健品有限公司	20150921	合格	合格	7.0	
6	高夫	高夫No.2活力沐浴露 体部护肤系列 男士专用	400ml/瓶	上海家化联合股份有限公司	20150305	合格	合格	9.6	
7	曼秀雷敦	曼秀雷敦清爽沐浴露——海洋精华	200ml/瓶	曼秀雷敦(中国)药业有限公司	201602	合格	合格	9.7	
8	强生	强生美肌天生嫩白沐浴乳	720克/瓶	强生(中国)有限公司	20140706	合格	合格	5.8	
9	力士	力士娇肤沐浴乳	1升/瓶	联合利华(中国)有限公司	20151010	合格	合格	6.1	
10	Olay	美肌滋润沐浴乳(美白滋润 珍珠精华+椰油)	720毫升/瓶	广州宝洁有限公司	20151013	合格	合格	5.9	
11	屈臣氏	Watsons滋润沐浴乳(玫瑰花香)	1L/瓶	澳宝化妆品(惠州)有限公司	2015/08/16	合格	合格	6.2	
12	夏士莲	夏士莲健肤沐浴露	400毫升/瓶	联合利华(中国)有限公司	20151031	合格	合格	9.8	
13	卡玫尔	卡玫尔神秘迷情香氛沐浴露	400ml/瓶	广州宝洁有限公司	20151005	合格	合格	6.2	
14	LYNX	凌仕LYNX契合男士醒体沐浴露	400ml/瓶	联合利华(中国)有限公司	20150808	合格	合格	6.3	
15	六神	清新滋润沐浴露	450ml/瓶	上海家化联合股份有限公司	20150806	合格	合格	5.9	
16	美加净	美加净滋润沐浴露	400ml/瓶	上海家化联合股份有限公司	20151022	合格	合格	5.8	
17	大宝	大宝清爽沐浴露	300ml/瓶	强生(中国)有限公司	20140408	合格	合格	6.6	
18	依风	SPA水润香薰沐浴露	720克/瓶	北京罗兰化妆品厂	2015/09/12	合格	合格	6.4	
19	舒肤佳	舒肤佳纯白清香沐浴露	400毫升/瓶	广州宝洁有限公司	20151012	合格	合格	6.1	
20	Walch十八本草	十八本草按摩精油沐浴露	650ml/瓶	威莱(广州)日用品有限公司	20150727	合格	合格	5.5	
21	舒蕾	舒蕾清衡晶莹型沐浴凝露	400毫升/瓶	丝宝精细化工(武汉)有限公司	20130409	合格	合格	5.7	

膏体产品用水溶液测试] (4.0~8.5)b	稳定性(液体或膏状产品)	总活性物(%) (≥12)a (≥9)b		甲醇(mg/kg) (≤2000)		重金属 (以Pb计) (≤40)		汞 (以Hg计) (≤1)		砷 (以As计) (≤10)		菌落总数 (CFU/g) (≤1000)a (≤500)b		粪大肠菌群(/g) (不得检出)	
+	合格	9	-	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	9	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	14	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	12	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	25	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	24	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	26	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	13	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	15	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	15	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	12	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	22	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	12	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	12	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	15	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	14	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	14	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	13	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	12	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	17	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
+	合格	15	+	<100	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+

注：1、比较试验结果只对购买的样品负责，本表中排名不分先后；2、本次比较试验测试标准：QB 1994-2004《沐浴剂》；3、总活性物指标中“a”表示成人型；“b”表示儿童型；4、“+”表示合格；“-”表示不合格。

北京市消费者协会餐具洗涤剂比较试验结果汇总表

编号	商标	样品名称	规格	标称生产/经销企业	生产或限期 使用日期	外观	气味	pH(25℃, 1%溶液) (4.0 ~ 10.5)		稳定性 (液体产品)	总活性 量(%)
1	鹏锦	速力超浓缩洗洁精	600g/瓶	广东鹏锦实业有限公司	20150302	符合	符合	6.9	+	符合	25
2	妈妈壹选	天然玉米糖高效餐具净	1kg/瓶	威莱（广州）日用品有限公司	20151103	符合	符合	7.2	+	符合	16
3	奇强	盐洁清新洗洁精	500克/瓶	南风化工集团股份有限公司	20141012	符合	符合	8.5	+	符合	17
4	奥奇丽	田七草本抑菌洗洁精	500g/瓶	广西奥奇丽股份有限公司	20150925	符合	符合	7.4	+	符合	16
5	贝贝熊	柠檬香型洗涤灵	500g/瓶	北京市大宝日用化学制品厂	20151008	符合	符合	7.8	+	符合	15
6	超能	离子去油洗洁精	500克/瓶	纳爱斯集团有限公司	20141103	符合	符合	7.0	+	符合	19
7	洛娃	洛娃洗洁精	500g/瓶	北京洛娃日化有限公司	20120625	符合	符合	7.1	+	符合	15
8	绿伞	绿伞蔬果洗洁精	500g/瓶	北京绿伞化学股份有限公司	2015.04.29	符合	符合	7.9	+	符合	15
9	雕	雕牌生姜洗洁精	500克/瓶	纳爱斯集团有限公司	20141107	符合	符合	7.3	+	符合	16
10	京白	超效加浓洗洁精	2kg/桶	安徽琪嘉日化有限责任公司	20140927	符合	符合	7.7	+	符合	18
11	榄菊	生姜去腥洗洁精	500g/瓶	中山雅黛日用化工有限公司	20140817	符合	符合	8.0	+	符合	16
12	开米	开米蔬果清洗剂	400g/瓶	西安开米股份有限公司	20151107	符合	符合	7.1	+	符合	17
13	金鱼	金鱼生姜洗涤灵	500g/瓶	北京金鱼科技有限责任公司	20150821	符合	符合	6.9	+	符合	16
14	立白	立白生姜洗洁精	500克/瓶	广州立白企业集团有限公司	20140923	符合	符合	7.5	+	符合	15
15	优颂	高效洗洁精	600克/瓶	福建宝泰日用化工有限公司	20150723	符合	符合	8.4	+	符合	17
16	蓝月亮	蓝月亮茶清天然绿茶洗洁精	500g/瓶	广州蓝月亮实业有限公司	20140907	符合	符合	8.3	+	符合	18
17	白猫	白猫去油+抑菌洗洁精	500g/瓶	上海和黄白猫有限公司	20150509	符合	符合	7.1	+	符合	19
18	伊人	伊人洗洁精（生姜香型）	2kg/袋	北京昇彩日化有限公司海淀分公司	20151121	符合	符合	7.0	+	符合	10
19	威猛先生	威猛先生多用途洗洁精	490克/瓶	南京和黄佳和日化有限公司	20140907	符合	符合	6.7	+	符合	17

北京市消费者协会洗手液比较试验结果汇总表

编号	商标	样品名称	规格	标称生产/经销企业	生产或限期 使用日期	外 观	气味	pH(25℃ (质量浓度 液) (4.0
1	安洁	anzeel安洁抑菌呵护洗手液（儿童泡沫型）	255g/瓶	石家庄蒴莉亚日用化工有限公司	20140418	符合	符合	6.6
2	O'fresh沃芙蕾	樱花润白洗手液	270ml/瓶	厦门莱恩迪贸易发展有限公司	20150525	符合	符合	7.1
3	蓝月亮	蓝月亮芦荟抑菌洗手液	500g/瓶	广州蓝月亮生物工程有限公司	20141015	符合	符合	6.6
4	开米	开米贝芬洗手液	500g/袋	西安开米股份有限公司	20141205	符合	符合	7.3
5	舒肤佳	舒肤佳柠檬清新型健康抑菌洗手液	450毫升/瓶	广州宝洁有限公司	20141012	符合	符合	5.1
6	司黛	司黛抑菌洗手液	500ml/瓶	湖南喜尔环保科技有限公司	20140505	符合	符合	7.4
7	滴露	滴露健康抑菌洗手液	500g/瓶	利洁时家化（中国）有限公司	2015/08/30	符合	符合	4.2
8	卜蜂莲花	卜蜂莲花洗手液（芦荟滋润型）	500ml/瓶	上海意达洗涤剂有限公司	20121101	符合	符合	7.6
9	龙安	柯林龙安滋润呵护健康洗手液	500g/瓶	北京日光旭升精细化工技术研究所	20150814	符合	符合	9.2
10	家安	家安艾叶抗菌洗手液（滋润型）	450ml/瓶	上海家化联合股份有限公司	20141018	符合	符合	9.5
11	简约组合	简约组合橄榄滋润洗手液	500ml/瓶	肇庆市尚进化妆品有限公司	20121012	符合	符合	6.5
12	普莉诗	普莉诗玫瑰花香洗手液	500ml/瓶	广州市艳妆化妆品有限公司	2014/01/04	符合	符合	7.6
13	元康	元康抗菌洗手液	350ml/瓶	哥鲁巴生物科技（北京）有限公司	20120409	符合	符合	7.3
14	威露士	威露士泡沫洗手液	300ml/瓶	威莱（广州）日用品有限公司	20151015	符合	符合	6.1
15	优颂	优颂绿茶清爽健康洗手液	380ml/瓶	厦门恩恺工贸有限公司	2015/05/11	符合	符合	7.0
16	伊人	伊人茉莉洗手液	260g/瓶	北京昇彩日化有限公司海淀分公司	20151029	符合	符合	7.2
17	雅特	雅特芦荟抑菌洗手液	500g/瓶	北京雅斯特工贸有限公司	2015/09/19	符合	符合	9.5
18	欧尚	海洋馨风洗手液	500ml/瓶	杭州心悦化妆品有限公司	20120820	符合	符合	6.1

注：1、比较试验结果只对购买的样品负责，本表中排名不分先后；2、本次比较试验测试标准：GB9985-2000《手洗餐具洗涤剂》；3、“+”表示符合标准要求；“-”表示不符合标准要求。

活性物含 (%) (≥15)		甲醇(mg/g) (≤1)		荧光增白剂 (不得检出)		甲醛(mg/g) (≤0.1)		砷(1%溶液 中以砷计) (mg/kg) (≤0.05)		重金属(1%溶液中以铅 计) (mg/kg) (≤1)		菌落总 数(个/g) (≤1000)		大肠菌群 (个/100g) (≤3)		去污力 (不小于标准餐具洗涤剂)	
5	+	0.3	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
6	+	<0.1	+	未检出	+	0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
7	+	<0.1	+	未检出	+	0.04	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
6	+	<0.1	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
5	+	<0.1	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
9	+	<0.1	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
5	+	<0.1	+	未检出	+	0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
5	+	<0.1	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
6	+	<0.1	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	等于标准餐具洗涤剂	+
8	+	<0.1	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
6	+	<0.1	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	等于标准餐具洗涤剂	+
7	+	<0.1	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
6	+	<0.1	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
5	+	<0.1	+	未检出	+	<0.01	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
7	+	<0.1	+	未检出	+	0.02	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
8	+	<0.1	+	未检出	+	0.02	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
9	+	<0.1	+	未检出	+	0.02	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+
0	-	<0.1	+	未检出	+	0.02	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	小于标准餐具洗涤剂	-
7	+	<0.1	+	未检出	+	0.03	+	<0.01	+	<1	+	<10	+	<3	+	大于标准餐具洗涤剂	+

注：1、比较试验结果只对购买的样品负责，本表中排名不分先后；2、本次比较试验测试标准：QB 2654-2004《洗手液》；3、“+”表示符合标准要求；“-”表示不符合标准要求。

25℃, 1:10 量浓度)水溶 (4.0 ~ 10.0)		稳定性	总活性物 含量(%) (≥9.0)		甲醇 (mg/kg) (≤2000)		甲醛(mg/kg) (< 500)		重金属 (以 Pb计) (≤40)		汞 (以Hg计) (≤1)		砷 (以As计) (≤10)		菌落总数 (CFU/g) (≤1000)		粪大肠菌群(/g) (不得检出)	
6	+	符合	9.5	+	<100	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
1	+	符合	12.1	+	120	+	320	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
6	+	符合	9.4	+	<100	+	171	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
3	+	符合	13.7	+	<100	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
1	+	符合	9.8	+	<100	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
4	+	符合	11.6	+	<100	+	844	-	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
2	+	符合	11.1	+	<100	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
6	+	符合	11.4	+	210	+	152	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
2	+	符合	9.1	+	<100	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
5	+	符合	19.8	+	<100	+	215	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
5	+	符合	11.5	+	<100	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
6	+	符合	0.6	-	<100	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
3	+	符合	7.6	-	<100	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
1	+	符合	9.7	+	<100	+	332	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
0	+	符合	9.8	+	278	+	157	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
2	+	符合	8.0	-	<100	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
5	+	符合	9.0	+	<100	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+
1	+	符合	9.8	+	265	+	<50	+	<5.0	+	<0.1	+	<0.5	+	<10	+	未检出	+

关注蛋糕等焙烤食品主要原料问题

都叫奶油蛋糕，但是我们订购的蛋糕不标注成分，你能分出自己购买的生日蛋糕用的是“人造奶油”还是“天然奶油”吗？恐怕大多数消费者都做不到。

“人造奶油”和“天然奶油”都有“奶油”二字，但是成分却大不相同。我国的国家标准里的“奶油”，国际也叫黄油（butter）或牛油，成分是从新鲜牛奶中提炼出来的油脂。天然奶油中大约含有80%的乳脂肪，剩下的是水及其他牛奶成分，拥有天然的浓郁乳香。植物奶油（margarine）又叫：人造奶油、人造黄油、玛琪琳、麦琪林等，它是将植物油部分氢化以后，加入人工香料、防腐剂、色素及其他添加剂等模仿黄油的味道制成。不同的植物奶油，熔点差别很大。

我们市场上通称的“奶油”指的是淡奶油或植脂奶油，比如生日蛋糕上涂抹的那种。但实际上，专业书籍中，配方里的“奶油”二字，指的都是天然奶油，香味和口感较好。人工香料虽然也是国家允许使用的食品原料，但是它没有天然奶油的特有香味，口感也较差，并且人造奶油是植物油经过氢化后制作而成，会产生反式脂肪酸。反式脂肪酸在人体内是完全不被接受的，所以会导致体内生理功能出现多重障碍，长期超量积累会诱发肿瘤（乳腺癌等）、哮喘、2型糖尿病、过敏等疾病，怀孕期妇女过多食用，也会影响到胎儿的体重等发育指标。

人造奶油与天然奶油相比，具有明显的价格优势。以8寸生日蛋糕为例，使用100%天然奶油原材料制作的蛋糕价格在160元左右；使用50%天然奶油的（50%的天然奶油和50%的人造奶油混合在一起）价格为130元左右；同样大小的蛋糕如果完全使用人造奶油原材料，价格只有70元左右。人造奶油冷冻条件下可以保存12个月，而天然奶油在冷藏条件下一般只能保存4-7个月。

如何让消费者明明白白消费，知道自己所购买的产品是天然奶油还是植物奶油？在此，中国消费者呼吁提示如下：

1.产品的生产者有义务提供所用原料的真实信息，焙烤食品加工者（如蛋糕房）有义务清楚明确的标注所用“奶油”是“人造奶油”还是“天然奶油”。

2.成分说明上，天然奶油一般用“鲜奶油”“Cream”标注。而人造奶油则用“棕榈油”或其它植物油成分或含糖量标注。

3.从颜色和口感上判断。颜色上，人造奶油颜色特别白，天然奶油颜色偏淡黄色；口感上，人造奶油甜度高，天然奶油甜度很低。

4.从挺立度上区分。人造奶油做出的造型挺立度高，在室温条件下能维持1-2天；天然奶油挺立度差，在室温条件下只能维持2-3小时，但在冷藏条件下可维持1-2天。建议在食用前冷藏保存，不仅能够保持良好的口感，而且造型完整。

背景知识： 人造奶油：

人造奶油（margarine），又叫植物奶油、人造黄油、玛琪琳、麦琪林、人造鲜奶油。主要成分为棕榈油、玉米糖浆及其它氢化物，人造奶油通常是已经加糖的，甜度较天然奶油高。

特点：口感有氢化味，一般具有很高的甜度，良好的稳定性等；油脂经过氢化后，会产生反式脂肪酸。

天然奶油：

国际也叫黄油（butter）或牛油，是以牛乳为原料，经离心分离后富含乳脂肪的部分。

特点：良好的口感，奶香浓郁，入口即化；和人造奶油相比稳定性差。（中国消费者协会）



网购食品时注意“四点”

随着人民生活质量的提升，消费者对美食有着越来越强烈的渴望，而受地域限制、选择时间等因素的影响，越来越多的消费者选择在网上购买各类食品。越来越多的网站也开始在网上售卖食品，以满足各种食品需求的消费者。例如，纪录片《舌尖上的中国》首播5天内，淘宝零食特产的搜索量已近500万次，584万人在网络上寻觅美食，进一步引爆了网络美食消费。据调查，截止2013年5月，仅淘宝网食品店铺已接近50万家。

目前，网购食品交易量仍然在快速增长，然而网络销售食品的安全质量监管与传统商业相比一样难度较大，食品进货渠道不明、食品宣传不实、储存运输不规范、食品安全事件追溯难、售后维权难等原因而产生的消费纠纷案例屡屡出

现。

网购食品有其便捷性、选择面广等传统商业模式没有的优点。消费者如何做一个聪明的消费者，在尽享网购乐趣的同时保护好自己权益？如何在选择食品、支付货款、验收货物到售后维权各个环节维护自己的权益？在此，中国消费者协会提醒网络食品的消费者注意以下事项：

1. 尽量选择信誉度高的卖家。消费者应养成从各购物官网登陆及操作的习惯，选购官方网站或经过交易平台认证过的网店更有保障。购物浏览时务必看清网站域名，拒绝点击卖家发过来的其他链接。

2. 注意看经营者是否有营业执照，其主体资格是否合法。网购食品到货后注意看食品包装标识是否齐全，注意食品外包装是否标明

商品名称、QS标识、配料表、净含量、厂名、厂址、电话、生产日期、保质期、产品标准号等内容。同时要看食品的生产日期或失效日期，注意食品是否超过保质期。

3. 有的网站自身就是一个“大卖家”直接销售商品，如我买网，而有的则是只提供一个交易平台，交易平台让众多卖家开店销售，对网站只承担一定范围内的监督和保障责任。消费者在交易平台网购食品，在选择卖家时，不要单纯看其信誉度，还要注意每条来自买家的评价是否真实有效，是否达成了真实交易。

4. 选择“支付宝”等第三方支付平台付款，这样出现产品质量等争议时，消费者采取拒绝付款等措施，相对会主动些，有利于问题及时有效解决。（中国消费者协会）

选择功能饮料 不要迷信“概念”

随着生活水平的提高，人们对饮品的要求也越来越讲究，饮料不仅要口味独特，还要营养丰富。功能饮料作为新兴起的饮料品种，是夏季饮料市场的一个亮点，尤其受到众多年轻消费者的喜爱。但是，功能饮料被生产厂家宣传的有些过火，凭借概念热炒功能饮料，什么运动饮料、营养素水、平衡饮料、电解质补充饮料、益生饮料等等新鲜“概念”，让消费者一头雾水，

不知如何分辨，有些厂家在对功能饮料进行炒作的同时，大大超出了饮料的功能，存在拔高产品功效、误导消费者之嫌。对此，东城区北新桥消协分会提醒广大消费者：

1. 饮料中的糖分能抑制人体的摄食中枢，使人产生饱感，容易造成脱水，因而喝饮料只能解一时之渴，不能代替饮水。

2. 消费者应在正规销售单位购买功能饮料，尤其注意路边摊贩

兜售的饮料，以免买到假冒伪劣产品。

3. 消费者购买功能饮料时要注意查看产品说明，功能饮料一般适合于特定人群：一些功能饮料含有钠元素，钠会增加机体负担，引起心脏负荷加大、血压升高。因此，患有高血压和心脏疾病的人应当注意选择，普通人长期饮用也对健康不利。

（东城区消协）

谨慎选择预付费消费方式

现在美容美发的商家经常实行预付款办卡的方式，先付款后服务，钱都交了以后，服务当中遇到消费纠纷，就很难挽回经济损失。

海淀区消协近日接到一起预付款的投诉，任女士今年八十一岁了，路经美容院门口被工作人员拉进店里做了消费体验。针对老人时常腿疼的毛病，美容师向老人推荐疏通经络、按摩等服务项目能缓解老人的疼痛，如能长期坚持做下去，不但根治腰腿疼痛的毛病，还能增强人体各部位新陈代谢，在美容师的忽悠下任老太太办了一张价值7000元按摩卡。经过数次按摩后老人发现无任何效果，与美容院协商退款遭到拒绝。

海淀消协与美容院沟通，被告

知7000元按摩卡含一套3800元和两套1200元的精油，三套精油共计6200元，卡是按打折价办的。按美容院的算法如果要退款三套已开封的精油要折钱，任老太太不找不回损失，还要给美容院钱。最后在工商所的沟通配合下，美容院退给任老太太1800元。

此类投诉消协受理很多，成功率却很低，其主要原因是预付费消费的主动权攥在经营者手中，没有合同约定，出现纠纷举证很难，再次提醒消费者办卡要谨慎。

1.要根据自己的实际需要和承受能力来办理预付卡。不要听商家宣传，多付折扣就低，套餐更优惠等等。如果自己确实需要这方面的服务，比如最近两年时间自己需要在这

方面花多少钱，而且要了解商家是否有营业执照，房子的租赁期限，来确定自己办卡的金额。

2.要明确美容美发并不是医疗机构，对商家宣传的对头皮和皮肤及内分泌有什么样的治疗效果请不要相信，美容美发肯定不会具有治疗效果的。只报着你需要这样的服务，愉悦身心，让自己看上去更具魅力就可以了。

3.要明确在自己接受服务间都享有什么样的权利，最好落到纸上。不过一般商家都没有提供纸制合同，顶多给一张卡片，告知卡里有多少钱而已。自己要记清楚享有几折的优惠，存了多少钱，还剩多少钱。

(海淀区消协)

购买黄金相关产品五注意

近期，黄金价格暴跌，黄金消费随之增多，同时黄金投诉也较以往明显增多。如何购买黄金，平谷区消协提醒广大消费者，购买黄金需注意五点：

1.购买黄金饰品学会辨识。首先确认所购饰品是黄金首饰还是镀金、包金。确认是黄金饰品后要色泽深浅：足金为深黄色发红，K金有黄、红、白等多色，而仿金制品多为铜合金，颜色较浅。其次确认硬度，纯金柔软、硬度低，用指甲能划出浅痕，牙咬能留下牙印，成色高的黄金饰品比成色低的柔软，含铜越多越硬。

2.购买黄金饰品学会查看标记。贵金属相关标准规定，首饰印记内容应包括：厂家代号、纯度、材料以及镶钻首饰主钻石(0.10克拉以上)的质量。据此可以来辨别是足金还是千足金。另据了解，国家标准中并没有“万足金”的提法。

3.购买黄金饰品尽量选择到信誉度高的大型专业黄金卖场购买，并留存相关凭证。

4.购买黄金首饰不等于投资黄金。投资黄金属于投资行为，现行投资黄金中有现货黄金、黄金T+D、纸黄金、黄金期货等，黄金投资都是

风险比较大的，但相对的利益也比较大，但是无论哪一种，都是不包含购买金首饰的。

5.消费者购买黄金用于保值的，请注意从不同经营者手中购买的黄金，会有不同的结果。如金矿的价位最便宜，但是往往密度差强人意；黄金交易所比较便宜，个人购买，要办一些手续后方可购买相对便宜的黄金；银行的黄金价位相对较高，而且没有回收功能；很多品牌金店的价位普遍偏高，但是有回收功能，往往适合数十载以上的保值投资者。

(平谷区消协)

六招识破虚假医疗网站

随着家庭宽带的普及，互联网已经成为人们获取信息资源的重要途径，人们的生活习惯也随之发生了变化。尤其是家庭医药保健方面，足不出户就可以获取相应信息，什么药治什么病、哪家医院看哪种病好，每位专家有何专场、预约挂号等信息一目了然。正因为看到了医疗机构网站的无限前景和广泛的认知度，一些不法分子开始利用网络进行诈骗活动。

作为患者不解的是，一个医院的网站含金量如此之高怎么几个骗子就能轻易办到呢？其实很简单，一个网站、一部电话、一个信箱，只需这三个条件就可以开办一家网上医院了，至于网站的数据，也只需要用专业的网站下载软件就可以全盘复制，然后加以修改，一个全新的医院网站就这样诞生了，有些甚至逼真的网站还专业，让人难分真假。下面给大家介绍六种防范方法。

1. 通过正规途径链接网站

对于网络新手来说，如果不知道要访问的医院网址就要在搜索引擎中查找，无数的信息会让你难以分辨，最保险的方法是先访问卫生部和各地卫生局的官网，通过网站导航链接过去，从而避免遭遇虚假网站。

2. 通过ICP辨别

当我们打开一个医疗机构网站时，首先要查看这个网站首页最下方是否有ICP备案标识。

ICP备：在电信管理机构办理的非经营性网站备案ICP证：中华人民

共和国电信与信息服务经营许可证，是在当地通信管理局办理的盈利性网站备案。

3. 检查该网站是否公布详细的经营地址和电话号码

在正规网站中，均出现详细的、明确的医疗机构地址，如“××大街××号”等。地址一般出现在网页的底部，或者点开标明“联系我们”，“联系方式”等链接之后有独立的网页显示其详细地址及联系方式。一般正规医疗机构网站上显示的地址都表述明确，并很容易查证。如“地址：北京市东直门内北新仓18号”。

而虚假医疗网站上的地址大致分为四类：

- 1)捏造的非常偏僻的地址，查证困难。
- 2)捏造的比较响亮的地址
- 3)表述模糊的地址
- 4)掩人耳目的地址。这类地址虽然可笑，不过有时候较难分别。比如“网站地址：××街道××医院”，显示的为“网站地址”而非实际地址。

正规医疗单位的网站均留为座机号码，可以查询确认，而不会留手机或是小灵通号码，更不会仅仅留下QQ号等联系方式。

4. 谨防移花接木、张冠李戴

正规的网站通常都在明显的地方标明了所属医疗机构的明确名称，这个名称可以查证方便。而一些虚假

网站会使用一些和正规医疗机构相似的，表述模糊的名称，比如：“中国中医科学院”在更名前为“中国中医研究院”，一些虚假网站即使用“中国中医科学研究院”等为名称，迷惑性较大，患者应注意分辨。

5. 不要通过银行转账汇款

虚假医疗机构网站的一大特点就是诈骗，他们以各种手段鼓动患者汇款和转账，正规医疗机构网站都是有实体经营的，他们不怕患者来访，更不会让你转账或汇款。

6. 谨记部队医院的特殊性

如今网络已经成为了假冒军队医院的重灾区，受骗者不计其数，但我们仅需知道《中国人民解放军实施<药品管理法>办法》中规定的“部队严谨做广告宣传”这一条就够了，凡事做广告宣传的，都是虚假部队医院。

综上所述，我们对各种消费骗术要有一定的了解，虽然虚假网站属于相关机构监管不力，但是在生活中稍加注意就会避免上当受骗。随着互联网技术的不断发展，诈骗的手段也在不断更新，这就要求我们时时刻刻保持清醒的头脑和敏锐的分析，理性消费。（通州区消协）





暑期出游 要选择正规旅行社

暑假来临，很多家长选择这个时候带孩子出游，一年中的旅游旺季又拉开帷幕，旅游消费纠纷也呈上升趋势，为了让您度过一个美好的出游时光，避免旅游中发生不愉快的纠纷。北京市顺义区消协提醒广大消费者，外出旅游要注意以下七点：

1. 旅行社“资质”要查看。选择旅行社时，要注意查看旅行社是否有旅游行政管理部门和工商行政管理机关颁发的《旅行社业务经营许可证》和《企业法人营业执照》。在选择出境游（不含台湾地区）时，除查看上述证、照外，还应查看旅行社是否具有出境旅游业务经营权；赴台湾地区旅游时，还要查看旅行社是否具有组织大陆居民赴台湾地区旅游业务的资格。消费者如在旅行社的营业网点参团报名，应查看旅行社营业网点的备案登记证，了解是否由接受报名的旅行社直接组团还是代理其他旅行社的旅游产品。建议消费者不要采用电话或接受上门服务的方式报名。

2. 旅游合同要签订。消费者决

定报名旅游时，要与旅行社签订旅游合同，约定住宿、景点、交通工具、行程安排等需要另行付费的项目和价格。对合同中责任不清、条款不明的地方，应要求旅行社在合同中加以说明及填写补充条款。要向旅行社索取旅游发票、双方共同确认的《旅游行程表》和《旅游合同》等文件资料。

3. 团费构成要清楚。消费者报名时，一定要了解清楚团费价格的构成。旅游团费构成

的一般原则是：交通、餐饮、住宿、游览景点大门票等。如果旅行社故意将这几项费用拆分为所谓的“直观价”，消费者就要注意团费价格外是否还有其他隐性收费的陷阱。

4. 网售、上门要警惕。通过网络购买旅游产品，应记录相关信息并保留；如需上门服务，应要求工作人员携带旅行社相关经营资质的证明材料，消费者可登录旅游行政管理部门的官方网站或向旅游行政管理部门查询旅行社的资质，然后到旅行社的服务网点与旅行社签订规范、完备的旅

游合同，并要求旅行社开具发票。

5. 购物勿忘要发票。跟随旅行社旅游购物时，尽量不要在旅游地购买价格昂贵的金、银、珠宝、玉器商品。若购买时应要求商家开具发票，标明购买商品的名称、数量、单价，并加盖商家发票专用章或财务章，拿到发票后要仔细核实清楚并妥善保存。

6. 受到侵害要维权。根据法律规定，处理旅游纠纷主要有协商、调解、申诉、仲裁和诉讼五种方式。发生违反合同约定的服务质量问题，消费者一般可向被投诉人所在地的旅游质量监督管理部门或消协组织投诉；也可向旅游合同签订地的旅游质量监督管理部门或消协组织投诉。

保存证据看时效。消费者的合法权益受到侵害后，无论寻求何种途径维权，均要妥善保存好合同、发票、行程安排等相关证据。消费者进行旅游投诉时要注意时效，旅游投诉的期限为旅游合同结束之日起90天内。（顺义区消协）

谨防一条龙式“上门服务”诈骗

近来，通州消协连续接到多起老年人消费者投诉，反映有冒充灶具厂家的人员上门安装煤气灶、抽油烟机、安装后发现产品质劣价高，再联系安装人员电话打不通，方知道上当。这些老年人消费者都反映了相似的经历：

1. 清洗人员检查后称零件老化，需厂家维修。

消费者遇到走街串巷清洗灶具的人员，为图方便就让清洁人员上门清洗煤气灶、抽油烟机。在清洗过程中，清洗人员自称机器部分零件老化，即使清洗完后也不能再使用，甚至会出现安全问题。机器被清洗人员拆了，洗后又有隐患，消费者权衡利弊后，就按照清洗人员提供的厂家电话联系维修。电话中“厂家工作人

员”称正巧送货途径消费者所在小区，答应马上上门维修。

2. “厂家维修人员”称无匹配零件，需更换新机。

厂家维修人员主动免费更换老化零件，但安装时告诉消费者新旧零件型号不匹配，旧灶具无法安装。维修人员又主动推荐更换其他品牌的灶具，消费者一看送货上门的工作人员很热情就同意更换了，送货人员便迅速更换新机。

3. 新机被报高价，且无发票。

新机安装完后要价4000余元，消费者才知道这组灶具价格很高，由于安装完毕也只好付款。而维修人员不给开具正规发票，只有普通收据。收据也未注明产品品牌及型号，没有

加盖公章。收据上联系电话是手机号码，消费者时候明白过来再拨打电话发现已经无法拨通了。

因消费者投诉时无法提供被诉方真实信息和有效证件，区消协无法为消费者调解维权。区消协建议消费者谨慎对待游商上门服务、推销产品等商业形式。不要图一时方便、便宜，轻易相信上门服务人员的承诺。消费者在购买商品时应道有合法主体资质的大型商场，特别是老年消费者需要上门服务维修商品时，应该与家人商量，最好有家人的陪伴，提高自身安全和财产保护意识。又遇到此类问题的消费者应该及时向公安、工商等行政单位举报，或者向消费者协会反映问题。（通州区消协）

购买电视机等家电要问清安装费用

日前，消费者陈女士到德清县消保委投诉，年初她在家电商场购买了三台液晶电视，购买时商场表示提供免费安装服务，未告知电视机的挂架需另行收费。在安装时，陈女士又花了350元购买了3个挂架，因不能提供正规发票，陈女士要求安装人员手写了一张收费证明。几天后，陈女士得知她购买的挂架高于统一价，于是致电该商场服务热线，得知她所购买的挂架应该有3类价格可供选择，但

安装人员并未说明，且按商场规定，安装人员应提供商场统一票据。

无独有偶，消费者王先生也碰到了类似的情况，他在购买某品牌液晶电视机，销售人员并不提挂架费用，而等到王先生付完款问起安装事项时，才被告知挂架需另行付费。

据了解，目前国内许多平板电视机是不带底座或者挂架的，消费者购买时往往要分两次付费，才能买到一台完整的电视机。业内人士表示，

现在家电厂商之间的竞争日趋激烈，价格战此起彼伏，彩电的销售利润被压低，以往属于附赠的挂架或者底座，也变成了收费的项目。为此，湖州市消保委联合德清县消保委提醒消费者：购买电视机等家电时要问清安装费用，谨防被单纯的电视价格优惠忽悠。（浙江省湖州市消费者权益保护委员会）



食品安全素质教育 房山区先行先试

房山工商分局副局长 李力君

在2013年全国食品安全宣传周上，国务院副总理汪洋强调要“加大宣传、培训、教育的力度。将食品安全纳入公共宣传的范围，列入国民素质教育，成为中小学的相关课程。”2007年起，房山工商分局将校园列为消费教育的重点，并以此为平台，主动推进食品安全素质教育走进中小学课堂的活动，并不断拓宽食品安全教育的渠道，让小手拉起大手，在先行先试的探索中取得了一定的成效。

1. 完善体系建设，对接消费教育平台

2007年11月12日，房山工商分局、区消协主动协调区教委，共同成立了辖区首批10所中、小学消费教育学校。几年来，在坚持不懈的示范推广中，“消费维权教育课堂”系列活动已在全区全部58所中小学铺开。这成

为北京市的第一家。而食品安全素质教育作为消费教育的主要组成部分，已成为校园消费教育的优先重点环节。

教育活动年年办。在现有校园消费教育平台上，分局逐年提升食品安全教育的比重。连续六年开展每届为期一个月的“健康消费、快乐生活”校园绿色消费节活动中，食品安全教育根据教育层次的递进每年设立不同宣传年主题，先后开设“食品安全心中记”、“食品安全在身边”、“手牵手，食品安全靠大家”等主题活动。活动以食品安全知识宣传、教育、普及和学习为核心，并通过专题展、小班会、文艺创作、小论文等形式，一年一个台阶，拓展教育深度。每年举办的消费节活动，丰富了学生们的受教内容，提高了学习兴致，成为校园食品安全教育的重要着力点。

保障机制跟得上。2008年，三部门联合印发了《关于在房山区中、小学

开展消费维权教育工作的意见》，为消费教育提供了教学上的保障。以良乡第二小学为例，从四年级开始，每周一下午第三节课，专门开设了消费教育维权课，对学生们开展涵盖食品安全常识在内的消费教育辅导。伴随学生的成长，不断深化、调整教育内容，形成了充实学生食品知识安全体系、增强自我保护能力的长效引导机制。

折子工程为抓手。“工商所所长六个一”折子工程是分局2009起服务地方发展的创新举措。为真正落实好学校消费教育工作，分局将抓好一所消费教育学校列为所长年终述职工作的六个工程之一，即“标准化消费教育学校”的建设。其具体内容包括：组织学生开展食品安全消费教育，参观真假食品、劣质食品实物展，现场讲解鉴别真假食品等实用方法，让学生们积累更多的食品安全消费知识，及时有效保护自身权益。

以此项工作为抓手，11个工商所每年在辖区内均确定一所消费教育学校，按照标准重点建设，带动其它学校消费教育活动的开展。从房山中心城镇良乡到偏远山区大安山、霞云岭，消费教育进校园活动覆盖了全区所有中小学，目前达到15家，为立足工商职能，落实均等化、普及化、高质量的食品安全素质教育找到了融合点。

2. 增强认知兴趣，丰富教育载体

教育读本要先行。不同地区开展教育活动的水平不均衡，用什么统一教育标准、规范学习内容？房山工商分局的回答是，让学生们拥有自己的消费教育教材。

2008年，在分局牵头下，与区消协、区教委三部门共同编写了《科学消费伴我成长—中、小学教育读本》，读本内容包括食品安全、科学消费、维权常识三部分，以卡通、动漫的形式，开展了系统的食品安全知识教育。

2009年起，针对认知水平的差异，将读本分为中、小学两个版本进行了重新编写。小学食品安全教育以基础知识为主，如怎么辨别三无产品、如何识别保质期与生产日期等，中学食品安全教育则包括食品质量市场准入制度、无公害有机绿色食品识别及良好饮食习惯养成等，以更好地区分教育的深度与范围，指导不同年龄学生食品消费行为。目前，已为全区的中小学校发放教育读本20000余册。

互动参与渠道多。绿色消费节活动中，各个学校拿出了多姿多彩的文娱活动方案。“生活百姓食为先，三无食品拒门外。健康常识多学习，文明节约记心里。绿色消费大家事，共同健康要坚

持。”这是良乡二小四年级二班张晴同学创作的一首消费儿歌。这只是活动内容的一角。上网收集有关绿色消费的资料，开展课堂辩论；撰写“3·15”晚会观后感，开展征文比赛；设立“小小消费宣传员”论坛；召开主题班会，进行做文明小主人讨论。同学们还通过食品消费教育小论文、相声小品、绘画作品等自编自创的新颖形式，来展现他们自己对食品安全的认识。

分局充分挖掘自身资源来丰富教育活动，与区消协共同开办了食品安全教育课堂。在“食品安全百例解析”系列讲座中，讲解如何选购饮料火腿等食品、误食有毒事物怎么办等生活常识；与学生们开展互动提问，根据青少年的知识需求，优化改进内容，通过反复宣讲，增强学生们的食品安全综合素质。并多批次组织学校师生参观了食品安全检测中心，详细介绍各检测设备的功能，演示抽样、检测、分析的过程，解答现场师生提出的蔬菜水果简易检测等方面疑惑，让孩子们直观感受食品安全的重要性。

3. 突出学以致用，展现教育引导成效

食品安全植心间。几年来，学校食品安全教育坚持推进。2008年至今，分局、区消协分别在11个中小学消费教育学校开展食品安全教育大讲堂30余次，6000余名中小學生参与了食品安全大讲堂和相关宣传活动。

潜移默化的教育引导中，更多的孩子掌握了最常用的食品鉴别方法，学到了一些简单的食品消费常识、依法维权知识，尤其在要去正规超市而不要在小摊小贩买零食、索要购物发票等方面有了很大的进步；更多的同学开始关注身

边的食品安全，注重自身的行为，有的学校还发出了食品安全消费倡议，食品安全意识和层次不断得到提升。

对于这个活动的开展，6年来坚持推动此项工作的琉璃河中学校长薛文玉有着自己的见解：“消费教育进校园是对传统学校教育的有益补充，特别是现在社会普遍关注的食品安全教育，这对孩子们健康成长有着实际的意义。他特别强调：这里学生们的食品消费观念已经悄悄地发生了变化：从随意消费转向健康消费，由盲目消费转向理性消费，指导自觉远离“三无”食品，这成为了学生素质教育的一个新成果。

小手托起大能量。用学生的手牵起社会的手。全区58所中小学成立“保卫食品安全小分队”，参与进每月的工商消费教育宣传日活动，集体到街道、社区发放宣传资料，向大人们宣传食品的相关法律法规，打开社会食品安全互动的新窗口。

用学生的手拉起家庭的手。一个孩子带动一个家庭，分局组织学生和家长代表共同参加工商开放日、消费体验活动，并引导学生做法律宣传员、与父母同看“3·15”晚会，建立起素质教育新理念；更让教育从学校延伸至家庭和社会，放大了食品安全素质教育的效果。

每年，学校评选出“食品安全消费家庭”、“食品安全优秀辅导员”。获奖的食品安全消费家庭代表曾在发言中讲到，“这几年食品安全教育进校园的活动中，孩子们耳濡目染，不仅提高了他们的自我保护能力，把我们忽视的一课给补上了，更是唤醒了家长们的食品安全意识。食品安全人人有责，我们有责任和孩子一起共建安全和谐的食品消费环境。”



格式合同条款在电子商务消费权益保护工作中的应用

西城区消协大栅栏分会 琮婧

面对实际工作中出现的大量电子商务消费合同纠纷,工商行政管理部门积极探索并创新消费者保护措施。从保护消费者权益的角度对网络消费者合同中的格式条款问题进行规制,于树立消费者对电子商务的信心,促进电子商务的发展具有重要意义。

作为经济全球化背景下的一种全新的商业机制,电子商务获得了空前的发展,并对传统零售商业模式产生了巨大冲击。电子商务的兴起极大地拓宽了消费市场,增加了消费者获得信息的途径,提供了更加方便快捷的消费方式,降低了消费成本,同时商品的信息量以及市场透明度也显著增大,从而使消费者整体受益。但是,由于网络的虚拟性和相关法律法规的滞后性,使消费者权益在这一新型交易模式中受到了损害,严重挫伤了消费者的积极性,制约了电子商务的发展,同时也给现行消费者权益保护机制带来严重挑战。如何保护电子商务中的消费者合法权益,以促进我国网

络经济的健康发展,成为工商行政管理部门面临的迫切问题。

1. 电子商务背景下消费者权益保护面临的问题

(一) 电子商务的现状与发展趋势
电子商务不断普及和深化。电子商务在我国工业、农业、商贸流通、交通运输、金融、旅游和城乡消费等各个领域的应用不断得到拓展,应用水平不断提高,正在形成与实体经济深度融合的发展态势。跨境电子商务活动日益频繁,移动电子商务成为发展亮点。大型企业网上采购和销售的比重逐年上升,部分企业的电子商务正在向与研发设计、生产制造和经营管理等业务集成协同的方向发展。可以预言,电子商务服务将带动全球电子商务发展,成为新时期国际电子商务发展的焦点问题,这也预示着电子商务服务的全球化时代即将到来。

(二) 电子商务中消费者权益保护面临的问题

可以说,电子商务代表了未来贸易的发展方向,将会给世界经济带来崭新的契机。但电子商务的飞速发展非但没有扭转传统商务中消费者的弱势地位。相反,它使经营者与消费者之间的力量对比更加悬殊。网络消费欺诈问题、网络交易安全问题、网络消费者隐私权保护问题和网络消费合同中的格式条款问题给消费者权益保护工作带来了巨大挑战。

2. 格式合同条款在电子商务消费者权益保护工作中的应用

面对实际工作中出现的大量电子商务消费合同纠纷,工商行政管理部门积极探索并创新消费者保护措施,从保护消费者权益的角度对网络消费者合同中的格式条款问题进行规制,于树立消

费者对电子商务的信心,促进电子商务的发展具有重要意义。

(一) 格式合同条款含义及其现状

格式条款,亦称定式条款、定型化合同条款,是指合同由一方当事人与不特定的多数人订立合同重复使用而预先拟定的,以待不特定的第三人接受而不能与其协商的合同条款。目前,网络消费合同中存在着大量以格式条款的形式侵犯消费者合法权益的问题。常见的对消费者不公平的格式条款主要有:(1)电子商务经营者减轻或免除自己的责任;(2)加重消费者的责任;(3)限制或剥夺消费者的权利,如规定消费者在所购买的商品存在瑕疵时,只能要求更换,不得解除合同或减少价款,也不得要求赔偿损失;(4)不合理地分配风险,如规定系统故障、第三人行为等因素产生的风险由消费者负担;(5)缩短法定的瑕疵担保期限;(6)转移法定的举证责任;(7)约定有利于自己的纠纷解决条款。总之,这些格式条款的使用剥夺或限制了消费者的合同自由,使消费者面临不利的境地。

(二) 利用格式合同条款促进电子商务消费者权益保护

1. 将电子商务活动中消费者的知情权纳入格式条款

某种商品或服务能否真正满足消费者的生活需求,即消费目的,必须对其进行适当了解才能得知真实情况,这是消费者做出正确判断选择和实施正确消费行为的前提。但是,网络交易的一个显著特点就是在消费者切实接触到已经购买的商品或者服务之前,只能通过网络广告获取商品或者服务的有关信息,而不能像传统的消费活动中那样在购买之前进行实际观察、挑选和检验。在实践中,电子商务中的经营者利用网络交易的这一特点以虚假不实的广告诱使消费者购买质次价高商品或者交付与其宣传

资料不符的商品或服务等形式时有发生。在这种情况下,消费者无法主动行使知情权,知情权的实现与否完全取决于经营者是否基于诚实信用原则提供商品或服务的真实信息。将消费者要求退货的权利纳入格式合同文本,法律应予以支持。

2. 对电子商务消费者安全权的保护应纳入合同文本

消费者在购买、使用商品和服务时享有人身、财产不受损害的权利。消费者有权要求经营者提供的商品和服务符合保障人身、财产安全的要求。因此对网络消费者来说,其享有的安全权的内容同样包括人身安全和财产安全。电子商务交易中的商品也可能存在质量问题并对消费者的人身造成损害,此外,对于网络消费者的财产安全权,电子商务所依托的开放性网络环境增加了消费者财产可能遭受侵害的风险,而这在电子商务流程中主要存在于货款在线支付阶段。目前对于电子货币尚没有成熟的立法,因此,将电子商务中消费者安全权的保护应纳入格式合同文本。

3. 网络消费者的自由选择权

我国《消费者权益保护法》第9条规定,消费者有自主选择商品或者服务的权利。据此,消费者有权自主选择经营者,自主选择商品品种或者服务方式,自主选择购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一种服务。对电子商务消费而言,消费者的自由选择权更能够得到充分体现,网上购物就是消费者主导权的体现。但是由于互联网开放性的特点,一些电子商务经营者通过电子邮件擅自发送商业性广告进入消费者的邮箱,这些邮件广告涉及商业信息虽然广泛,却很少能给消费者带来实际利益,很难与病毒邮件区分,而消费者自己却无法阻止垃圾邮件进入,消费者的自由选择权此时也无法行使,因此,

格式合同文本中也不应忽视自由选择权的条款规定。

4. 网络消费者的隐私权

目前,国际社会对电子商务环境下应当加强对隐私权的保护已经达成共识,但对采用何种方式加以保护却存在很大分歧,突出表现在以欧洲各国为代表的法律规制模式和以美国为代表的行业自律模式。造成两种对隐私权的不同保护方式的根源在于各国政府对于两种利益(产业利益和个人利益)的权衡取舍不同。如果注重对产业的发展以及对电子商务的呵护,自然主张行业自律;如果注重对于个人隐私权益的充分保护和尊重,主张法律规制。

(三) 建立电子商务合同争议解决机制

对网络消费者权益的保护除了从制度和立法上对消费者的合法权益给予事前保障,还应当赋予消费者在争议发生后诉求救济的途径和权利。

1. 形成电子商务格式合同争议解决联盟,统一协调解决合同争议

由各行业协组织的电子商务格式合同争议解决联盟,作为统一协调解决合同争议的主导组织。该组织在工商行政管理部门的指导下起拟格式合同条款,加入该组织的电子商务经营者应统一应用该格式合同条款文本,而该组织会依据各商家交易的信誉度给予排名,方便消费者比较选择;发生格式合同争议后,消费者可首先向该组织提起争议调查。

2. 建立权威的在线投诉网站

工商部门应建立在线投诉网站,当消费者在网站投诉时,投诉资料就会被自动转发到被投诉电子商务经营者所在地的工商行政管理部门,此种纠纷解决方式使消费者不必再费力查找电子商务经营者的所在地,而只需要在网站上进行投诉即可。

免费护理诱办卡 消费者获全额退卡

近日，消费者王女士向海淀区消协北下关分会投诉，其母亲被一位销售人员拉进一家美容院，对方宣称免费为消费者作护理，开始老人表示反对，但在美容院工作人员的花言巧语下，最终做了护理。在护理过程中，美容院工作人员要求消费者办理美容卡，王女士母亲不想办理，但对方强行要求消费者付费，并声称消费者作的护理已加入了付费项目，消费者已进行了消费必须付费，否则便不让她离开。在无奈的情况下，王女士母亲花了2000元办理了一张美容消费卡，随后王女士陪伴母亲向消协求助要求退卡。

接到投诉后，消协工作人员与这家美容店取得了联系，向对方询问了相关情况。对方负责人坚持是消费者自愿办理消费者卡。当问及经营者是否强制拉客进店时，对方却含糊其辞，始终不予回答。随后工作人员又问及免费护理的宣传时，对方又表示收费的护理都是在消费者认可的前提下做的，并强硬的表示不予退款。消协工作人员指出在美容院在经营过程中的诸多行为已违法，并侵害了消费者的合法权益，经调解，美容院最终退还消费者2000元。

根据《消法》规定：消费者享有公平交易的权利。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。此投诉中美容院强制消费者消费的行为已侵害了消费者的合法权益，同时该美容院在推销过程中承诺免费护理也有明显的欺骗性，是一种虚假的欺骗行为。

在此，消协提醒广大的消费者要时刻警惕不法商家，切莫轻信商家的花言巧语，使自身权益受损。同时，消协要求经营者在经营过程中加强行为自律，杜绝此类事件的发生，切实保护消费者的合法权益。（海淀区消协）

别墅未按规划实施 消协调解成功换房

近日，密云县消协接到消费者王女士投诉，称其于2011年10月20日花476万多在密云某房地产开发公司购买了一栋别墅，2012年11月30日办理入住手续时，在未告知业主的情况下，开发商不但擅自改变了房屋外立面颜色，还在业主门前安装了两个配电柜，严重影响房屋周边的整体环境。王女士表示自己无法接受，多次找开发商协商换房等诉求，但就换房以及换房后补交房款等问题一直未能达成一致，之后又找过其他部门，也未能解决问题。最后王女士找到密云县消协请求帮助。

密云县消协工作人员同王女士一起到购买别墅的实地进行勘查，在当地工商所的协助下调查了解到，王女士所反映的情况属实，但开发商就如何解决消费者问题的办法上不够积极，使得问题一度遇到瓶颈。

密云县消协和当地工商所一起约谈开发商，明确指出开发商在建房过程中存在与消费者沟通不足，没有及时告知消费者相关情况，从而引发消费者对房屋的不满投诉，消费者所提诉求合情合理并无不当。另外，还就《消费者权益保护法》等法律法规，对开发商进行了面对面的宣传教育。据此，密云县消协向开发商提出解决参考意见，在双方同意的基础上换房，原房和所换房面积相抵，购房价格以原购房价格为准，所换房超出原面积部分按现价由消费者支付。

最终，开发商同意为王女士将原来所购的344.39平米别墅换成357.96平米别墅，王女士支付超出面积的购房款共计249657元，比原来开发商让她再付64万多元少了近40万元。6月20日，在消协和工商所的主持下，开发商和王女士双方签订了和解协议，使得这一问题得到了圆满解决。（密云县消协）



赠品出现质量问题 消费者依法获赔偿

购买商品送“赠品”是商家常用的促销手段。消费者在使用商品却因赠品而使商品出现问题时，消费者找到商家要求赔偿时，却遭到商家的拒绝。

近日，石景山区消协接到消费者王女士的投诉，称在她60岁大寿之日，孩子在某商城购买一部价格8700元照相机的相机送给她，随机还赠送了照相机包。有一天，在王女士乘坐公交车去公园照相的路上，下车时相机包带断了，将照相机摔坏，王女士到维修部花了450元修理相机，从维修时工作人员那里得知所赠送的相机包是仿品。于是，王女士找到商家要求赔偿，商家以赠品为由表示拒绝赔偿，双方发生争议，王女士找到石景山区消协投诉。

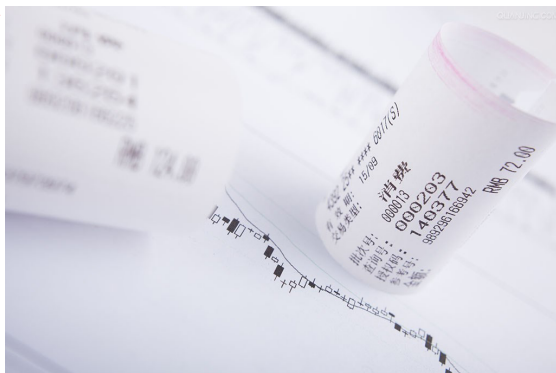
经调查了解，所赠送照相机包存在质量问题无误。消协认为，根据《消法》的有关规定，赠品促销的实质是买卖关系，赠品也是商品，商场把赠品作为促销的手段与其他商品一起卖出，赠品的利润实际上已包含在消费者购买的商品利润中，商家对赠品的质量问题应承担赔偿责任，赠品同商品一样应有“三包”规定。经消协调解，商家最后同意赔偿消费者王女士维修费450元，并再赠送原装照相机包一个。（石景山区消协）

洗衣店洗涤不当 消费者获赔2000元

日前，东城区消协幸福分会接到一起洗衣纠纷投诉。消费者高女士在一家洗衣店洗外套（西装上衣），价格25元整。取衣后高女士发现衣服磨损，而且有缩水的痕迹，便要求洗衣店给予赔偿。洗衣店予以否认，拒绝赔偿。在双方协商未果的情况下，高女士找到幸福分会投诉，要求讨个说法。

接到投诉后，消协工作人员把洗衣店负责人和消费者高女士约到消协调解纠纷，洗衣店负责人表示，衣服是按照洗涤标识进行洗涤的，不存在瑕疵，并提出到有关部门去作鉴定。对于洗衣店负责人的提议，高女士不知所措，很是为难。消协认为，棉麻织物或粗纺纤维在洗涤时，遇水温过高或强碱性洗涤剂易发生缩水现象。凭着多年的调解经验和洗衣常识，工作人员推断衣服是洗涤不当造成的，并对洗衣店进行了《消法》的宣传。

经调解，洗衣店同意给高女士洗衣卡内充值2000元整，此起投诉调解圆满成功。（东城区消协）



保存好购物凭证 售后维权有据可依

近日，消费者刘先生在北京某农副产品市场有限公司购买了一台洗衣机，安装时发现随机附带的上水管过短，安装工人便帮忙在该市场的另一摊位处花20元买了一根长点的上水管，当时也未索取购物发票、购物小票等任何有效凭证。再次安装时又发现换来的上水管又过长，刘先生担心水管卷着用久了会漏水，便自己找到摊主希望更换上水管。摊主承认是从他摊位购买的上水管，但不同意给予更换，声称保证水管不会漏水。没过多久，刘先生家的洗衣机上水管真的出现了漏水现象，找到商家说明情况要求退货时，商家根本不承认说过“保证不会漏水”的话，而且态度恶劣，出言不逊，一口拒绝退货退款。刘先生找到市场管理人员，问题没有得到解决，遂找到牛街消协分会请求协助解决。

接到投诉后，消协工作人员先向刘先生说明，无任何购物凭证的投诉，消协一般是不予受理的。对于此起投诉，消费者找到消协，信任消协，消协会尽力协助调解。随后，工作人员联系市场管理方了解情况，对其耐心劝导：不管消费者花费多少钱购买商品，商家首先要保证其商品质量，更要讲诚信，不应出尔反尔，恶语中伤消费者。作为市场管理人员，也理应协调解决好消费纠纷。

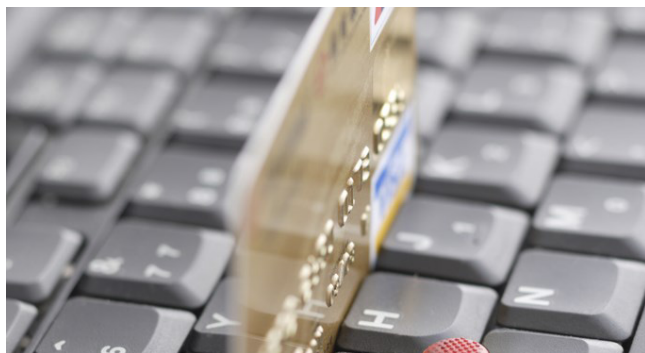
在消协工作人员的细心调解下，商家终于同意退还消费者20元货款，投诉圆满解决，消费者刘先生深表满意。（西城区消协）

网购物品中途丢失 销售公司重新发货

4月26日，东城区消协北新桥分会接到消费者杜先生投诉，称其于3月26日从网上购买了某科技有限公司生产的鲜肤莱漫妮化妆品一套，价值3880元，截止到投诉当天，一直未收到货物，多次与销售公司联系要求退款或重新发货，一直未果。

北新桥分会接到投诉后，立即先与杜先生取得联系，了解杜先生购买化妆品情况后，再联系销售公司，告知其消费者投诉情况并了解该企业此次销售过程及发货时间。经了解，销售公司在杜先生购买化妆品的当天就已经发货，从网上查询物流跟踪记录显示，货物于4月中旬就被收货人签收。后经调查，该货物被物流公司员工私吞，该送件员工已离开物流公司，物流公司态度蛮横，称不对此事负责。

面对消费者的经济损失，消协工作人员再次找到销售公司，告知其应当按照《中华人民共和国消费者权益保护法》的相关规定，“提供商品或服务按照与消费者的约定，承担包修、包换、包退或者其他责任的，应当按照约定履行，不得故意拖延或者无理拒绝”。而且按照法律规定销售公司应先行退还消费者全部货款或重新发货。经与双方调解，销售公司同意给杜先生重新发送一份同样的货物，并将货物直接发往杜先生住址。（东城区消协）



住酒店信用卡多刷2000元 消协帮忙挽回损失

近日，东城区消协天坛分会接到湖北消费者曾先生投诉，称其6月初在北京某酒店住宿结账时，收银员多收了他2000元。因为是刷卡消费，当时他自己并不知道被多收费，后来查看对账单时才发现，之后酒店方也一直未给他退还多收的2000元。6月23日，曾先生再次入住该酒店并找到酒店负责人，要求退还2000元现金，并免除其4间/天酒店房间住宿费作为赔偿，没有得到酒店方的同意。由于曾先生当天下午13点的飞机，他希望消协能够尽快帮忙调解，以免误了航班。

天坛消协分会工作人员接到投诉后，立即赶到消费者投诉的酒店并找到相关负责人，再通知消费者曾先生一起进行调解。据了解，因为酒店新开业，新招的服务人员对业务不够熟练，误把曾先生刷卡的押金当做收入刷到了酒店的账目里。酒店相关负责人表示，当日结账时虽然发现多出了2000元，但是只有卡号没有卡主的其他信息。询问银行卡主姓名时，被告知银行规定不能透露客户信息。因此，找不到消费者曾先生也就无法核实退款。当曾先生再次回到酒店并要求酒店退还2000元现金时，被酒店以不符合银行刷卡退款要退回卡内的规定拒绝，当时曾先生情绪十分激动并要找媒体曝光，与酒店负责人发生争吵后，随即投诉至天坛消协。

消协工作人员晓之以理对双方进行劝解，最后双方达成和解协议，酒店同意在两日内将误收的2000元退还到消费者的信用卡里，并免除消费者的一间房2天的住宿费用。

由于问题得到快速调解成功，曾先生还能及时赶上航班，临走前曾先生握住消协工作人员的手真切的说：“首都消协就是不一般”。（东城区消协）



空调多次维修无效 消协调解完成退货

近日，顺义区消协受理了一起因购买空调实际性能与说明书不符，多次检查维修后空调仍然不能正常使用的投诉案件，为消费者挽回了经济损失2140元。

今年4月份，消费者李女士在某商场购买了一台某品牌大一匹的冷暖空调机，价格为2600元，安装在18平方米的房间内。6月份，李女士在使用空调时发现，空调机制冷和制热功能不理想，冬天预设温度30摄氏度，只能升到25度，夏天只能降到27度。她先后多次向商场和售后服务部反映情况，售后服务部的技术人员也先后五次上门检修，五次检修都没有解决问题。眼看空调机买回来已经三个月了，却一直没有派上用场，李女士要求经营方给予换机或退货，双方一直协商未果。于是，李女士找到顺义区消协反映情况，请求帮助调解。

顺义区消协接到投诉后，立即与产品售后服务部相关负责人取得联系，通过调解员的耐心调解，经营方与李女士最终达成退货协议，经营方扣除相应的折旧费后，退还李女士2140元购物款。（顺义区消协）

消协热心化纠纷 消费者致信表扬

近日，消费者王女士和陈女士分别通过快递公司和邮政将2封表扬信递交到东城区消协幸福分会领导办公室，表扬段永利同志热情耐心处理消费纠纷和大公无私、助人为乐、不求回报的思想品质。

去年4月21日，消费者王女士在一家中介公司租赁房屋一套，双方签订协议后，王女士共交押金1500元整。今年4月房屋到期，中介公司验收合格后，该公司以王女士与房主私签为由，拒绝退还押金。王女士认为中介公司故意刁难，双方多次协商毫无结果。接到投诉后，消协工作人员段永利亲临现场进行核实，经过耐心调解，最后中介公司退还王女士押金1500元整。

另一消费者陈女士的女儿在某幼儿园入托，期间曾2次受到严重外伤，园方和老师表示对所有情况毫不知情并否认事实。陈女士要求园方退还剩余托费和赔偿医药费，多次协商无果。段永利接到该起投诉后，通过认真的调查、取证，并多次把投诉双方约到一起调解，最终园方退还陈女士剩余托费和赔偿医药费共计9200元整。陈女士拿到退款后，多次要求当面感谢，都被段永利婉言谢绝了。陈女士在表扬信中写道：“红盾形象的深入人心，深得民意，离不开工商干部这样的一线工作者兢兢业业，工商干部辛苦了。”

（东城区消协）

网上购物直接汇款 收到货物与宣传不符

消费者卓小姐从网上无意中看到一款汽车喷凉剂，广告中声称该款汽车喷凉剂获得国家认证，具有五大功效，使用后能使车内温度降低。卓小姐信以为真，按照商家提供的帐户号汇去了800元的购物款。一个星期后卓小姐收到了货物，按照使用说明使用产品后，发现该产品并无广告上宣称效果，卓小姐联系商家要求退货，遭到商家的拒绝。于是，卓小姐通过电话投诉到12315中心。

该投诉转到北新桥消协分会后，消协工作人员对投诉商家生产的产品和消费者投诉情况做了进一步了解，得知

商家生产的产品并未获得国家认证。之后，消协的工作人员联系上商家负责人，要求商家在产品未获得国家认证前不要在网络夸大宣传，切实维护消费者的合法权益不受侵害，促进辖区经济健康、平稳的发展，并对商家进行消法宣传和教育。最后商家同意退还卓小姐800元的购物款。

在此，消协提示消费者选择网上购物要谨慎，尽量选择具有中间支付平台的购物模式（如支付宝等），不要轻易将购物款项直接汇到对方帐户。（东城区消协）

南极旅游价高质低 依法调解终获赔偿

【案情简介】

消费者金先生夫妇二人于去年7月与北京目标行动俱乐部（以下简称经营者）签定旅游活动协议，其中明确了旅游景点及日程安排，总计交费45万元整。但在实际活动中，旅游景点严重缩水，尤其主要景点中国南极长城站与阿根廷复活节岛未能成行。消费者认为经营者违约，个人受到了欺骗，要求赔偿精神损失费及违约金总计25万元整。经营者认为由于不可抗力因素导致主要景点未能成行，拒绝赔偿。双方就解决方案多次协商未果，故消费者向朝阳区消协投诉。

【调解结果】

朝阳消协受理投诉后，及时召集双方核实情况，公开调解。根据双方陈述的事实，消协认为，消费者高档消费，目的明确（经营者提供的《目标南极及南美四国出行手册》及日程安排表为据），旅游景点缩水侵犯了消费者合法权益，属于经

营者违约，应承担相关责任。最终，在消协调解下，双方达成一致协议：经营者同意赔礼道歉前提下，给予消费者经济赔偿总计金额伍万元整。

【案例点评】

本案例中，事实明确，旅游景点缩水，侵犯了消费者的公平交易权与赔偿权，经营者违约，应承担相关责任。作为消费者，高档消费，目的明确，由于经营者违约侵犯了消费者合法权益，理应得到赔偿。作为经营者，首先应在诚信前提下强化经营操作运行，履行协议规定。作为消协在调解中，首先要明确事由，分清责任，同时在实际调解中，要力求化解矛盾、解决问题。尤其针对解决方案在量化上没有依据的情况下，应运用“模糊理论”的原则寻找突破口，解决问题。同时要运用情、理、法交融的原则力求纠纷得到及时有效的解决。（朝阳区消协）

进口汽车涉嫌欺诈 依法维权挽回损失

【案情简介】

消费者陈先生称去年10月17日购买盈之宝公司（以下简称经销商）销售的原装进口轿车一部(车型:宝马328i,单价:42.66万元)，经得到经销商承诺“宝马轿车是德国原装进口，不存在任何质量问题”后，于次日晚5时(因提车处天色黑暗,未能仔细验车)提车。一周后清洗车辆时，发现刹车盘及座椅等多处生锈。消费者认为经销商侵犯了自己的知情权与选择权，涉嫌欺诈，要求退车。经销商以不影响安全行驶为由拒绝退车。就此事宜，双方多次协商未果，故消费者向朝阳区消协投诉。

【调解结果】

朝阳消协受理投诉后，在核实事由与消费者陈述基本相符的前提下，及时召集消费者、经销商、宝马（中国）进行公开调解。

调解中，消协针对经销商侵犯消费者合法权益，涉嫌欺诈的事实，要求提高认识，以实际行动解决问题。经销商逐渐提高认识，同意给予消费者更换配件并以代金券方式赔偿叁万元

整。消费者表示不同意，要求以现金方式赔偿。对此，消协明确表态：赔偿金额确定的前提下，消费者具有选择权。最终，在消协调解下，双方达成一致协议：一、经销商同意给予汽车座椅换件及对其他绣轴部件进行除、防锈处理。二、经销商同意针对以上质量问题及解决期间为消费者带来的相关损失给予现金方式的经济赔偿总计金额叁万元整。

【案例点评】

本案例中，进口轿车出现质量问题，经销商应负全责。作为消费者，自己的知情权与选择权受到侵犯，依据《消法》第四十八条规定，要求退、换车合情、合理、合法。作为经销商，明知汽车存在质量问题，却隐瞒事实（经查宝马（中国）于2012年9月曾公开声明因宝马汽车座椅生锈公布解决方案，但经销商10月仍在隐情销售。），涉嫌欺诈。先在销售时，侵犯了消费者的知情权与选择权，后在调解中又侵犯了消费者的公平交易权与选择权。因此，必须正确认识，拿出实际行动，依法给予消费者公道，为自己的过错买单。（朝阳区消协）

鱼刺卡喉引投诉 消协公平化纠纷

【案情简介】

近日，消费者黄先生带5岁男孩在朝阳区酒仙桥肯德基店消费时，男孩被食品中的鱼刺卡喉，经医院确诊后取出完毕。就此问题，店方在承认加工操作失误的前提下，同意赔礼道歉并给予报销医药费及适当经济赔偿。消费者认为男孩因此问题受到惊吓，要求店方给予精神损失及赔偿费总计2万元整。双方就解决方案多次协商未果，故双方同意共同到朝阳区消协调解。

【调解结果】

朝阳区消协受理投诉后，在核实事由与双方陈述基本相符的前提下，首先对店方操作失误引发投诉提出批评，要求高度重视、以此为戒。随后，对消费者给予安慰的同时，引导消费者在合法权益受到侵害时，要科学理性，适度维权。最终，双方同意在消协的建议调解下，由店方向消费者赔礼道歉并给予

一次性经济赔偿（含：医疗、精神损失、赔偿费），总计金额1500元整。

【案例点评】

本案例过错在经营方，应负全责，依据《消法》规定经营者的十项义务中的赔偿义务，理应向消费者给予赔偿。作为经营者，尤其是从事食品安全行业，要高度重视，严格工艺操作，精益求精。出现问题时，要正确认识，承担责任，给予消费公平、合理、全面的解决方案。然而，作为消费者虽然无过错，但在实际解决问题时，应具备科学、理性、适度维权意识，以确保合法权益得到及时有效、公平合理的保护。

作为消协组织，针对目前这类属于解决方案在量化上没有依据的情况下，应运用“模糊理论”的方法，摆事实，讲道理，寻求化解矛盾，解决问题。总之，要发挥消协在解决这类纠纷中的重要作用。（朝阳区消协）

消费者购买电脑缺少零部件 商家不能提供无过证据担责

【案情简介】

近日，王先生在城区某电脑城花8000元购买了一台某品牌电脑，使用8天后第一次接移动硬盘时发现，电脑右边的接口不能正常使用。于是向经销商反映情况，厂家售后服务部的检测结果是：右边的USB少了一块接口，无法判断是人为的还是出厂时就这样。这样的检测结果让王先生哭笑不得，先是要求经销商退货，但经销商以售出8天为由拒绝退货，只同意提供维修服务。双方无法达成协议，王先生让步要求经销商给予更换整机，同样遭到经销商严词拒绝。无奈之下，王先生只好投诉到顺义区消协寻求帮助。

【调解结果】

经顺义区消协调解员的耐心调解，经销商同意退还消费者

王先生全额货款，王先生也表示对调解结果很满意，并感谢顺义区消协调解员为其分忧解难。

【案例点评】

《微型计算机商品修理更换退货责任规定》中规定，计算机自售出后7天内出现性能故障，消费者可以选择退货；第8天至第15天内出现性能故障时，消费者可选择换货或者修理。通过细致的调查核实工作，顺义区消协调解员认为王先生的电脑缺少零部件是第8天前就客观存在的事实，只不过是到第8天才被发现；再者《中华人民共和国消费者权益保护法》中规定，对于难以检测、鉴定的，经营者应当提供证明自己无过错的证据，不能提供无过错证据的，应当承担责任。

（顺义区消协）

卫浴产品有异味 商家上门退货退款

【案情简介】

消费者王先生从某建材市场购买的亚克力材质浴缸，购买时发现异味，经销商表示产品没有问题，一个月以后异味就会消失，王先生便相信了。两个月后，王先生发现浴缸的气味依旧如初，而且自己爱人已经有孕在身，在多次与经销商协商未果的情况下，找到房山区消协反映问题。

【调解结果】

接到投诉后，消协工作人员对经销商所在的建材市场进行了实地走访，并联系上相关负责人，针对存在气味的家具和建材产品进行了分析和了解。经调

解，经销商同意上门为王先生家拆除浴缸并退还货款。

【案例点评】

针对家具或建材存在气味问题，消费者反映的问题大多是气味难以散尽，面对此类投诉，由于检测大件商品往往不是很方便，很多时候消费者都只能忍气吞声。在调解此类问题时，消协一般主张尽量避免检测途径，要求商家出具合格检测报告为主。同时，消协建

议：存在气味较重的商品，大多也是商家打出优惠较多、价格较低的产品，建议消费者在选购过程中，一定要注重比较同类产品，谨慎购买。（房山区消协）



维修站丢失维修物品 消费者依凭证获理赔

【案情简介】

去年11月1日消费者赵先生在某商场购买一个“新秀丽”（译名）牌皮箱，价格为5800元。同年12月10日该皮箱提手处出现开裂问题，消费者与经营者协商修复问题，经营者称可以修复，但需付费，消费者表示认可付费维修。赵先生按照约定的取货日期去取时，对方告知皮箱丢了，双方交涉未果，消费者随即向市局12315中心投诉，要求经营者提供皮箱或者合理赔偿。

【调解结果】

海淀区消协北下关分会接到投诉后与双方联系沟通时，工作人员了解到消费者反映的问题属实，而商家则认为，

皮箱是送到维修部门去修理，物品的丢失与己无关；现在矛盾的焦点是：消费者说“我的确没有取过皮箱，手上还有经营者收取商品的证据，而且在他们的台账上也有我的签字记录，所以一定要求经营者做赔偿处理或提供皮箱。”而经营者坚持认为消费者应找维修点索要或索赔。经过我们协商和沟通，经营者表示愿意接受调解，消费者同时也愿意做出适当让步。经过调解，经营者赔付消费者一个同等价位的行李箱。

【案例点评】

根据《消法》第11条规定：消费者因购买、使用商品或接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿

的权力。按照《民法通则》所规定的原则，民事责任主要是财产责任，强调以补偿财产损失为原则，使受害人的全部经济损失都能得到赔偿，以恢复到未受损害之前的状况。

在此海淀区北下关分会提醒消费者需要维修商品时应到正规、有信誉的维修店，索要维修凭据是双方服务与接受服务的唯一凭证，同时双方应当面认定商品品牌、价值，并在收据上写明修复的具体约定；取货时一定要对照收据，仔细检查所被维修商品，如有异议应当面提出，并保存好相关证据。同时也提醒广大经营者要加强、做好收、发货管理工作，诚信经营来维护消费者权益。

保修商品没有保修点 商品销售者应当担责

【案情简介】

去年4月，消费者程先生在某网络公司网购了一部“现代”牌手机，今年3月，还在保修期内的手机出现了无法拨打电话、发送短信的问题，但消费者按照保修单提供的维修部门与之联系，全部无人接听，与商家交涉，商家称商品售出15日后如遇质量问题只能找维修部门维修，消费者实在是找不到维修店，又苦于没有这方面的专业知识，最终还是决定向市局12315中心投诉，以期得到帮助。

【调解结果】

海淀区消协北下关分会受理投诉后，工作人员马上与商家进行交涉，指出发生此类问题理应按“三包”规定妥善处理，消费者联系不到维修点，应按照北京市实施《中华人民共和国消费者权益保护法》办法第七条规定即“实行保修的商品，在

保修期内没有保修点或者保修点已经撤销的，商品的销售者应当按照消费者的要求负责修理、更换或者退货。”经调解，商家最终同意消费者将手机送回商家由商家负责维修，消费者表示满意。

【案例点评】

根据北京市实施《中华人民共和国消费者权益保护法》办法第七条的规定。此案例中，一、消费者所购买的手机确实存在问题；二、消费者确实联系不到维修部门；三、商家则抱着侥幸心理，以为消费者不知道“三包”的具体规定，故推脱责任。好在消费者最终选择了寻求消费者协会的帮助。同时也提醒商家一定要诚信经营，千万不要采用忽悠或蒙蔽消费者的方式来逃避自身义务，否则最终受损的只能是自己。

（海淀区消协）

新衣脱色染青皮肤 消协调解退款五百

【案情简介】

近日，消费者朱先生为到朋友家做客特意买了一件新款的T恤穿上，高高兴兴的来到了朋友家中。进屋后，朱先生的朋友发现朱先生的双手、脸颊青紫，以为其身体不适就跟朱太太说了一下。但是朱先生自己并无感觉身体有任何不适，经检查各项机能也一切正常。这时候大家就怀疑是T恤衫脱色，并提议朱先生洗手看能不能洗掉，结果真的洗了一盆污水出来，证实了大家的猜想。

一千多元购买的衣服怎么刚刚穿上就出现这么严重的脱色现象呢？朱先生越想越感觉不对，于是朱先生来到顺义消协反映情况。

为免于朱先生反复奔波，区消协立即与商家取得联系，经多次协商，商家终于在事实面前同意了赔偿。但是后来商家又提出需要消费者提供商品质量鉴定的证明，朱先生认为衣服褪色已经是事实，足够证明产品质量存在问题。

【调解结果】

最终，通过消协调解员的认真耐心调解工作，商家同意给朱先生退款500元，朱先生自行通过干洗店做色牢度处理，双方达成一致。

【案例点评】

洗衣店作为专业从事衣物洗护服务的经营性组织，应当依据衣物的材质及其特定的洗熨要求，给予足够的谨慎和注意义务，以保证提供服务的质量。对于衣物褪色、缩小等不符合服务质量要求的行为，经营者通过店堂告示的形式，试图免除其应当承担的责任时，消费者可以根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第十条规定：“消费者享有公平交易的权利。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。”第十一条规定：“消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利。”要求经营者赔偿。（顺义区消协）

读标签选化妆品 口服胶原蛋白无美容功效

爱美之心，人皆有之。随着人们生活水平的不断提高，各类化妆品已经成为生活中的必需品。但是消费者对化妆品的质量安全了解几何？又存在着怎样的误区呢？空军总医院皮肤科刘玮教授就口服胶原蛋白、海娜粉染发剂等一系列热点问题表示了自己的看法。了解一些有关化妆品的基本知识，有助于消费者挑选到更适合自己，也更利于健康的产品。

纯天然不等于安全 消费者需理性认识

在高科技迅猛发展的当今，很多人却反而趋向于纯天然的化妆品，比如用皂角、啤酒洗头发。对此，解放军空军总医院皮肤科主任医师刘玮教授称，用皂角等纯天然的东西洗发、护肤，也需要添加防腐剂类物质，否则产品容易被微生物污染。天然的和人工添加的成分并不是相互排斥的，而是共同使用的。

刘玮表示，使用一些植物提取物、天然的提取成分，是化妆品行业里面的趋势。但大多数添加植物提取物等天然成分的产品，生产时其实还是加入了化学物



Focus

随着人们生活水平的不断提高，各类化妆品已经成为生活中的必需品。消费者在选择化妆品时，不能只看包装、价位，也不能只听宣传，而需要理性的认识，选择比较适合自己的产品

质，所以“纯天然”很大一部分属于商业概念。消费品的“安全”是相对的，即使是纯天然物质也可能导致一部分人群产生过敏，所以消费者对化妆品不要抱持绝对“零容忍”的态度，而需要理性的认识。

读标签选择化妆品 要了解自己的皮肤

对于日常如何选择化妆

品，刘玮称，首先对产品要有所了解。消费者选择一款产品，不能只看包装、价位，也不能只听宣传。要读一读标签，因为根据国家规定，化妆品的所有产品成分都要写在标签上。刘玮建议消费者看一看这些标签，看得多了，对化妆品原料就有了认识，会有助于选择比较适合自己的产品。

第二，要了解自己的皮肤。比如芒果皮炎、蔬菜皮炎，说明对植物里面的成分敏感。选择化妆品的时候就要避开含有这些植物提取物的产品。刘玮称，消费者要了解自己的皮肤是什么类型，比如比较容易出现刺激性反应的敏感皮肤，又称问题皮肤，这类皮肤受到刺激后容易出现发红、起疙瘩等情况。这样的人选择化妆品就要严格筛选，尽量选择不加香料、香精、防腐剂的

口服胶原是营养品 没有皮肤美容功效

日前，北京积水潭医院烧伤科主治医师“烧伤超人阿宝”发微博称：“所有口服的胶原保健品全部是骗人的”，立即引爆舆论，且持续发酵。对此，刘玮表示，口服胶原作为保健食品，说它无任何功效，这句话本身不够严谨。刘

玮称，口服胶原蛋白中含有氨基酸，所以它有一定的营养功能，对人体的运动系统是有好处的。

但刘玮同时表示，口服胶原蛋白没有皮肤美容的功效，这句话是成立的，“我做了一个很严谨的试验，给一组老鼠吃常规的饲料，另外一组老鼠的饲料里面加进去一些浓度很高的胶原。一个月后把皮肤取下来，分析这两组老鼠皮肤里面胶原纤维和羟五氨酸的含量，结果表明口服胶原蛋白对皮肤胶原纤维和羟五氨酸含量没有影响。”

海娜粉为禁用物质 切勿随意用其染发

最近一段时间，很多人热追用天然海娜粉染发，很多人买了海娜粉专门找刘玮来看看是否能用，刘玮说“赶快别用”。刘玮称，“据我了解，目前来自新疆、云南、广东很多产品使用海娜原料在染发，而且很多人还宝贝似的托亲戚、朋友买回来这个产品来找我，据说染了不过敏，我

一看就是海娜花。”

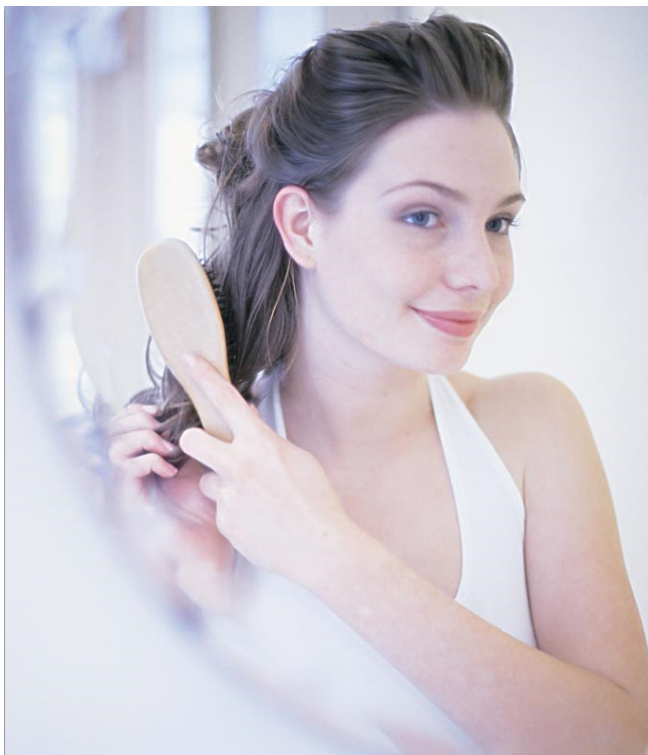
刘玮提醒，海娜粉也叫印度海娜花，又名指甲花、散墨花等等，海娜是其英文名字“HENA”的音译。海娜是一种植物性的成分，能够缓慢的上色。刘玮表示，“欧盟对这个原料进行了安全性评估，发现它不安全，禁止使用了。之后我们国家也禁止使用指甲花、海娜花这样的东西。”对于市面上各式各样的海娜花染发产品，刘玮不建议消费者随意使用。(摘自中新网)

用心呵护秀发你做对了么？

俗话说，“三千烦恼丝，一丝胜一丝。”很多女性原本秀美的头发，经过一次次的卷烫、漂染，被折腾得不成样子，似乱草一堆。专家提醒，女人要爱惜自己的头发，就应该像小鸟爱惜羽毛一样，在日常生活中细心呵护。

头发失去健康从干燥开始

你的头发是否健康，从外观就能加以判断。中国医科大学附属第一医院皮肤科主任李远宏认为，一般来说，要从以下几个标准来衡量。头发具有光泽且色泽均一是健康头发最明显的特征。此外，健康头发的特征还包括：头发柔软、顺滑；整洁、没有头皮屑；滋润、



有弹性；不油腻、轻盈蓬松；疏密适中、分布均匀。

现在很多女性的头发都经过烫染，经常染发烫发，以至于头发受到一定损伤，容易折断或变得干燥而缺乏光泽。李远宏表示，在日常生活中，头发的损伤也是一

步步进展的。

第一阶段：由于日光暴晒、高温烫染、干燥等因素使头发变得脆弱，表面的保护性结构毛小皮开始翘起、脱落。

第二阶段：进一步的损伤、染烫等的伤害和缺少护理使毛小皮一层层消失，头发内部毫无抵抗力的毛皮质暴露在外。

第三阶段：毛皮质崩解，头发发生分叉甚至断裂；破损的毛皮质无法恢复。此时，唯一的办法就是把头发剪掉。

打理头发，洗吹都得温柔

拥有一头柔顺靓丽秀发的大S对其头发的爱护达到了极致，比如说，洗完头吹发时，用凉风吹，这样不伤害发质；湿的时候先用宽齿梳梳头发，差不多吹干时用专门按摩头皮的按

摩梳按摩头皮和发根……总之，打理头发，洗吹都得温柔。

洗发：

洗发过程看似简单，但一次次重复不好的洗发习惯就会损害头发。李远宏指出，以下是正确的洗发方法：

- 1 洗发时，让头发自然下垂，用温水完全冲湿头发。
- 2 将适量洗发液在手上搓出足够量的泡沫涂抹于头发上，用手指指腹由发根向发梢轻轻按摩。
- 3 在用温水冲淋头发的时候，继续按摩。此时，潮湿的头发很容易因摩擦而受损，所以不能用力过度。
- 4 冲净泡沫后轻轻挤去头发上的水分，再使用护发素。

错误做法：

在洗发时把所有的头发都推到头顶上，用力搔抓、摩擦；把头发弄成乱糟糟的一团；挤去水分时像拧毛巾一样拧头发。

护发：

- 1 将适量护发素挤在手上，部分涂抹在发梢、发干，部分涂在头发的其余部分(去屑护发素应同时应用于头发和头皮)；
- 2 用手指从发根处向发梢梳理，感觉头发瞬间变得顺滑，如感觉不够顺滑，可增加护发素的用量。随后用清水洗净即可。

错误做法：

- 1 只用少量护发素；
- 2 仅将护发素涂抹于发根和头皮，而忽略发干和发梢；
- 3 用护发素按摩头皮(尤其是油性头发者，这样会使头发越来越油)；

4 认为护发素一定要在头发上长时间停留，再冲洗。

吹发：

- 1 用吸水毛巾把头发水分吸干80%。记住，不要胡乱用毛巾搓来搓去，这样极伤头发，因为潮湿的头发，其毛鳞片是打开的，一揉搓，头发就变得毛糙，正确的做法是用毛巾包住头发一点点地按干。
- 2 把头发分区吹会更加容易干透，在美发店里，美发师常常是先把头顶的头发束起来，把四周的头发吹干。然后把头顶的湿发放下后，再依次吹干。在家吹头发的时候，也可以这么做，否则你会发现表面的头发已经非常干燥了，但是里面的发根仍然湿答答的。
- 3 吹发先从发根开始，再吹发梢，顺着头发从上往下吹，这样吹头发不会把头发吹毛糙，可以将风筒对头发的伤害减至最低。

错误做法：

为了让头发尽快干，不少人会把风筒和头皮靠得很近，实际上，这是错误的做法。应该把吹风筒远离头发15cm左右，太近会导致头发热损伤。
(张华)



小贴士：

三个常见的头发问题

问题一：头皮屑多

解答：一般情况下，油性皮肤的人更容易出现头皮屑，建议坚持使用去屑洗发水，至少连续使用4周至6周。

在使用去屑洗护发产品时，如果只是洗一洗就冲掉是很难达到良好的去屑效果的。最好一边洗一边用指腹在头皮上轻轻按摩3分钟，再冲掉。切忌用指甲用力搔抓头皮。

问题二：头发油腻

解答：有些人的头发一天不洗就油乎乎，这种情况常常是因为头皮皮脂腺分泌的油性物质堆积而产生。皮脂的产生主要由人的遗传基因所决定，在一定程度上也受到饮食和其他人为因素影响。拥有油性头发的人最好减少吃油腻食品，尽量多吃一些水果和蔬菜，多饮水，这样会有助于减少皮脂腺分泌，减轻头发的油腻状况。

油性头发者可以通过经常洗发来去除多余的油脂，让头发和头皮保持良好的状态。

问题三：脱发

解答：一天掉70-100根头发是正常现象，同时也有等量的头发再生。头发的自然脱落常发生在洗头发或梳理时，对于几天洗一次头发的人来说，洗发后可能感觉到自己一下掉了几百根头发，其实，没必要因为洗发后头发掉得比较多而惊慌。如果头发成片成片地脱落，则应该到皮肤科就诊。

夏季皮肤晒伤了，怎么办？

炎炎夏日，如果晒伤了怎么办？请立即移动到阴凉的地方，喝大量的水，在皮肤完全愈合之前，不要再被阳光直接照射。皮肤修复可能需要几天的时间，如果皮肤严重起泡，或者出现发烧、发冷的情况，请及时就医。

如果你只是需要减轻炎症，并尽量降低对皮肤深层的伤害，让晒伤后的刺痛得到缓解，可以尝试在你的厨房里寻找一下，许多食物中含有的成分，是晒后修复最天然的替代品，有助于清凉和舒缓晒伤，譬如，芦荟、燕麦、黄瓜就是其中最知名的，如果你已经有所了解，不妨再看看以下七种，可能会让你倍感惊讶哦。

苹果醋

很多人都知道，醋有助于缓解晒伤，醋里含有的醋酸等成分，如同阿司匹林，可以缓解疼痛、瘙痒和炎症。对修复皮肤来说，更适合的是苹果醋，它的酸碱平衡因子，有助于平衡皮肤的pH值，在冷水或者温水沐浴后使用，效果更佳。

土豆

土豆含有天然淀粉，有助于吸收晒伤皮肤中的多余热量。可以将土豆直接敷在皮肤上，也可以将土豆和少许的水混合，直到看起来像乳液一样，然后涂抹到皮肤上，每隔几个



Focus

许多食物中含有的成分，是晒后修复最天然的替代品，有助于清凉和舒缓晒伤，减轻炎症，降低对皮肤深层的伤害，让晒伤后的刺痛得到缓解

小时涂抹一次，直到疼痛有所减弱。

蜂蜜

蜂蜜不仅对熊有着重要的意义。粘稠的蜂蜜，有愈合伤口的特性，可以帮助晒伤的肿胀消退。作为一种已知的抗菌剂，对新的皮肤细胞生长有促进作用。将蜂蜜敷到晒伤部位，并轻柔的按摩，再用冷水冲洗干净，然后拍干。

酸奶

大量的益生菌和活性酶，有助于皮肤愈合，所以酸奶可以帮助晒伤尽快恢复。将酸奶敷在晒伤部位5分钟，然后用清水冲洗。必要的时候可以重复使用。

小苏打

纯净、多功能、安全，无负担，小苏打频繁的被各种晒后修复产品所使用，和苹果醋、酸奶一样，小苏打也有助于平衡皮肤的pH值。被晒伤后，将小苏打洒进温热的洗澡水，而不是用毛巾来擦拭。这同时也是皮肤科医生建议，针对皮肤干燥的解决方案。

冻牛奶

牛奶的脂肪，蛋白质和酸碱度有舒缓皮肤、消炎的作用。此外，低温可以让血管收缩，减少肿胀。试着做一个冻牛奶敷布，将一块干净的布，用等量的牛奶、水和冰块，浸泡在碗里，将布敷到晒伤的地方5分钟，重复几次。

茶

茶是另一种天然的、多用途的补救措施，含有一种重要的修复晒伤的成分：鞣酸。将茶包在冷水中浸透，可以减少肿胀和帮助减轻疼痛，其中，红茶和薄荷茶的效果最佳。（易慧）

婚庆消费需要注意哪些问题？

从5月开始便迎来了结婚的热潮，这股热潮将一直延续到10月底。而婚博会也在这几年间热了起来，并且一年比一年的场次多，“一站式”服务，大幅度优惠等都是卖点，使得婚博会成为各对准夫妻的首选之地，也是各个商家大赚一笔的好时机。

结婚的重头戏主要包括这样几个方面：一是婚纱照、二是首饰、三是酒店、四是婚庆。那么我们就来看看在过程中，我们都要面临哪些问题吧。

拍婚纱照的潜规则

婚纱摄影商家多的让人头晕眼花，拿出来的相册样本也都让人眼前一亮，当商家亮出优惠的底牌时候，消费者更是难以招架。

“您定这套4000多的，我们可以让您享受到这套6000多的服务”、“我找我们经理来跟您说，他能给您更大的优惠，我们的权限就到这”……

小李的婚纱照是4月底的时候照完的，小李有点纠结地说：“各种暗示，各种隐性消费啊，我们在婚博会上定的是4000多元，最后整体下来以后花了将近9000块！”那么这钱到底都花到哪里了呢？小李告诉我们，



当初他跟女朋友去逛的时候，女朋友一眼就看中了施华洛的婚纱照，被商家亮闪闪的婚纱所吸引，当时他觉得一辈子就这一次，有钱难买女朋友喜欢嘛！所以就很快爽快的定了，但是苦于没有经验，定的时候只选了35张照片和15p的相册。“但是后来他们给我们照了300多张照片，我们选的时候都是舍不得删，所以只好又加了一本相册和多要了一些底片，这就又多花了3000多元”小李无奈的说，最终是得到了85张底片，精修了70多张。

“并且化妆时候也多花了好多钱，一瓶定妆液大概是400多块，得用个两瓶、三瓶的。”小李继续说道。难道当初定婚纱照的时候这些东西都是不送的吗？小李苦笑地说：“送，但后来照的时候，化妆的跟我们说送的都是最次的。”最后小李有点后悔的说，就是当初我们要的相片太少了，当时觉得没必要，可是等到底片出来了发现哪张都喜欢。

选定酒店有妙招

于去年结婚的小宋在婚事的准备方面，给大家提了许多宝贵建议。小宋跟老公都是85后，算是结婚比较早的，当初面对结婚事宜也都不是很了解，而父母辈提出的建议，他们又觉得太老套点，但是流程规矩还是得按着老一辈的来。

首先，小宋建议大家找酒店之前要先找好婚庆公

司，小宋表示，他们就吃了这个亏，当初他跟老公两个人都不懂，所以先找了酒店，但是在酒店那块就做了诸多让步。

“好的日子一些酒店根本订不上，如果不想改日子，只能换酒店！”小宋如今想起来还是有点不甘，后来我们去找了婚庆以后才发现，很多婚庆公司跟酒店都是有关系的，通过婚庆订酒店有时候还能有不少的优惠的，但是当时我们都已经订完酒店了。

据记者调查了解，如今四星级、五星级酒店婚宴的价格基本都是每桌3000元起，有些“火”的日子也根本订不上，并且3000元的价格都已经很不好找了，往往要偏一点的地方才能谈下来，说菜品时，也不过就是一些婚宴的常菜，并没有什么特别，然后还要费心费力的谈谈菜量。并且这些酒店不同于一般的食府、饭店，这些酒店往往要收几千元场地费。而整个婚宴定下来，除了每桌的钱、场地费等，还有不少的服务费，这些都是不得不考虑的，而且这些价钱里并没有考虑酒水钱。

婚庆合同要签好

寻找婚庆公司，也是同样是一个费心又费力的活，如今一场婚庆下来基本都要2万元以上，婚庆公司给消费者看的录像并不一定是自己家承办的、一个好主持挂在好几家婚庆公司这些事，消费者心里都已经

是心照不宣的了。那么在婚庆公司这里，我们又该警惕哪些事情呢？

首先让我们从婚车说起，在找婚车的时候，一定要定好什么车、什么颜色的车、新旧程度，最重要的还是公里数，首先自己要算好，否则可能会遇到糟心的事。什么糟心的事呢？有的婚车司机发现路程到了定好的公里数后，就把车停路边，要求加钱，否则就是不走，很多人怕误了吉时，也不会多做争论，只求息事宁人；但是也有愤愤不平的，最后在大喜的日子还会闹一肚子的不开心。所以小宋

提醒大家，在公里数上要考虑的全面一些，留有余地。不要相信商家说的“放心吧差几公里没事”这种话，要明确的写在合同上，并且路线也考虑好，到时候找自己人带路就更万无一失了！

其次就是一些现场的细节，小宋告诉我们婚庆公司在婚车还有主持上并没有赚到什么钱，这些钱基本都是进了司机和主持的腰包，他们主要赚的就是灯光、鲜花等道具上的钱，现在越来越多的年轻人追求做“暗场”，那么灯光就显得格外的重要，

一个灯基本都是几百块钱，有时候追光灯等大一点的还要将近1000多元，也就是说选择几个灯后钱就要上万了。用鲜花来布置现场，光鲜花的价钱基本就要在5000元以上，还是没有用特别多的鲜花，基本就是一个花门还有主桌的花。小宋的婚礼并没有选择鲜花，而是用一些可爱的玩具熊作为布置，过后来参加婚礼的宾客都可以拿走，在小宋的眼中这样既有意义，又没有浪费，宾客的评价也都不错！

（李思潼）

小贴士：如何挑选合适的婚戒？

“钻石恒久远，一颗永留存，一句耳熟能详的广告语，道出了钻石已成为永恒之爱的象征。在欧洲，早在十五世纪开始，交换钻戒已经成为订婚时的一种礼仪，它象征永恒的爱和不变的承诺。直到今天，这项传统仍然深深地吸引着每一对新人。

挑选注意事项

1 选择婚戒的时间要在婚前三个月。时间充裕，可以多几家。

2 心目中要有个预算的价钱，否则容易破坏其他的开支预算。

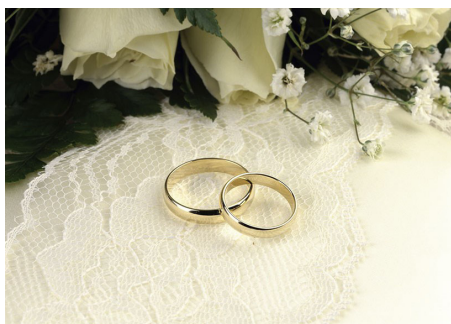
3 新人要一起前去选购，以保证双方都满意。

4 钻石的大小非考虑的因素，因为钻石重量的大小不是判断它的价值的唯一因素，所以，应选择自己经济能力范围内最好的钻石。

婚戒材质细看

材质方面，足黄金的硬度比较低，易于变形，且长期佩戴容易变色，但足白金就比其他金属坚固，不易变色，是理想的婚戒材质；也可以用足黄金与足白金互相间色，既可弥补黄金易变形的缺点，又不会呆板，是不错的选择。而近年来甚流行的18K和铂白金，以其坚硬度高及易于配衬钻石、珠宝、宝石取胜。磨砂及半磨砂的设计显得更有品味，深受年轻人的欢迎。

近年珠宝有年轻化的趋势，在婚戒上镶嵌红宝石、绿宝石、蓝宝石等宝石，色彩鲜艳夺目，显得高贵迷人，受到一些新人的欢迎。



如何挑选婚戒

钻石婚戒，应选择配合手形的钻石形状。一颗钻石的款式取决于切割后所呈的形状，传统上有五种切割形状。圆形、椭圆形、梨形、方形、心形，而在切割的同时，也决定了它的镶嵌方式。

手指短小：最好配梨形或椭圆形的钻石，这样会让你的手指显得修长，切忌方形钻；

手指不够丰满：可选择圆形钻石镶在两行金环之间的款式，让手指显得圆润一点；

小巧纤细的手指：适宜配心形的钻石；

手指粗壮：忌用心形的钻石，宜用越简单越好。

若是买男女款式相同的婚戒，就要同时考虑到双方都适合的款式。要以平实、简单、持久耐看，可配衬日常衣着为主，简单而典雅的设计是最佳的选择，设计过分花巧和孩子气，或过于女性化的类型，就不适合了。

（庄粟）

揭开高钙奶的功效谎言 营养不如普通奶

牛奶补钙众人皆知，众多奶制品中，高钙奶成了不少人的首选，不少消费者为了健康特意选择“高钙奶”这类产品。但它真比普通牛奶有更明显的补钙效果吗？实际上，“高钙奶”产品与普通牛奶相比并无明显优势。

何谓高钙奶？

所谓高钙奶，顾名思义就是钙含量更高的牛奶。很多人可能会想，同样是牛奶，为什么高钙奶的钙就多一些呢？其实，高钙奶的原料也是普通牛奶，只是在生产的时候，人为地额外添加一些钙，也就使得高钙奶中的钙含量高一些了。

虽然我们平时都叫它高钙奶，不过，它其实有一个更专业的名字：“钙强化奶”。

所谓强化，在营养学中就是对某种食物中的某种营养素进行补充，而这样的食品就称为“营养强化食品”。生活中这样的“营养强化食品”其实还有很多，如加碘盐、加铁酱油等。

高钙奶就是对牛奶中的钙进行了“强化”，其实也是给牛奶“补钙”。

很多含钙的物质都是可以作为钙剂加入到高钙奶中的，如碳酸钙、乳酸钙、磷酸钙、乳钙、柠檬酸钙等。目前，用得比较多的是碳酸钙和乳钙。

高钙奶，高得有限制

高钙奶添加钙也是有限制的，向牛奶里添加大量的钙，实际上是一件很有技术难度的事，很容易破坏蛋白质体系的稳定，影响口感和杀菌稳定性。

牛奶本身已经是高钙食品，其中的蛋白质和钙之间有着微妙的平衡，就像

坐一辆车，每个位置对应一个钙离子，他们安稳有序的坐在各自的位置上，如果这个时候来了一群其他的钙，势必会打破这种平衡，有的人就没位子坐了。

而牛奶中富含的酪蛋白对钙离子非常敏感，加入钙剂会引起在牛奶乳状界面的酪蛋白之间产生桥连接絮凝，进而导致沉淀和乳析等问题。

有研究发现，使用碳酸钙时，当碳酸钙的添加量在0.5‰-2.0‰或者乳钙的添加量在0.5‰-1.5‰时，高钙奶中的沉淀逐渐增加，而且，随着保存时间的延长，这种沉淀还会进一步增多。所以，高钙奶的“钙”不是想加多少就能加多少的。

高钙奶有多少钙？

一般来说，每100毫升普通牛奶中的钙含量大约在90毫克-120毫克之间。那么什么样的牛奶才能称之为“高钙奶”呢？

根据我国最新的营养标签标准中规定，比普通牛奶的钙含量高25%以上，才能称之为“高钙奶”。也就是说，高钙奶的钙含量理论上应该比普通牛奶高25%以上。也就是说，理论上每100毫升高钙奶的钙含量应该为112毫克至150毫克。

有研究人员曾对市售几种常见品牌的高钙奶和普通纯牛奶的钙含量进行过调查，结果发现，高钙奶的钙含量只比纯牛奶高一点而已。

比如，每100毫升牛奶中，品牌1纯牛奶的钙含量为79.2毫克，而其高钙奶的钙含量为81.2毫克；品牌2纯牛奶中钙含量为97.3毫克，其高钙奶含钙量为107.4毫克。

可见，很多号称高钙奶的产品，其

钙含量和普通全脂牛奶的差距，都不一定能达到25%以上，与普通脱脂奶相比，更没有那么大的差距。因此，从钙含量来讲，“高钙奶”并没有想象中那样“与众不同”，多花的钱并不一定能带来更多的钙。

牛奶高钙， 无需“补钙”

有人认为，高钙奶的钙含量始终还是比其他牛奶多一点，喝同样量的牛奶，高钙奶获得的钙就更多，补钙会更好。其实，牛奶本身就是一种高钙食物，而且牛奶中的钙吸收率也很好，人为给牛奶“补”的钙量不大，吸收也不理想。

牛奶可谓是食物中的补钙冠军。一方面，它含钙量高，每100毫升牛奶的含钙量通常在100毫克/100毫升左右，喝一杯250克的牛奶大约可以获得250毫克左右的钙，相当于一天所需的1/3，另外，牛奶中的钙非常容易被人体吸收，牛奶中的钙1/3以游离态存在，直接就可以被吸收，另外2/3的钙结合在酪蛋白上，这部分钙会随着酪蛋白的消化而被释放出来，也很容易被吸收。

而人为添加的钙吸收率很低。受成本的影响，现在大部分高钙奶中添加的都是碳酸钙，这种钙在人体内的吸收效果并不理想。

高钙奶的“高钙”很大程度上只是是一些商家的卖点，其与普通牛奶的钙含量差别并不大。牛奶本身含钙量就很丰富，成人在正常饮食之外，每天半斤普通牛奶，再加上绿叶蔬菜或豆腐等高钙食物，就可以满足每天的钙需求，没有必要刻意去买高钙奶。（刘丽）

买蜂蜜莫进误区 蜂蜜好坏与颜色结晶无关

蜂蜜是老少皆宜的营养品。不少消费者在选购蜂蜜时，认为蜂蜜颜色越深越好，或蜂蜜有结晶就是好蜜。专家提示，人们在购买蜂蜜时，应走出一些误区。

颜色越深越好？

蜂蜜的颜色与蜜源有关系，与蜂蜜优劣无关。不同植物花粉酿成的蜂蜜，在颜色上有明显差异。龙眼蜜、枣花蜜的颜色较深，洋槐蜜、椴树蜜的颜色较浅。夏天适合喝浅色蜜，有清肺火、解肝毒的作用。

有结晶的蜂蜜是好蜜？

蜂蜜结晶与否，与其质量好坏无关。几乎所有的蜂蜜在较低的温度下

放置一段时间，其中的葡萄糖就会逐渐结晶。可以挑一块结晶，用手指捻一下，融化的是真蜂蜜，捻不碎的可能是白糖。

气泡多的是好蜜？

如果蜂蜜表面有很多大大的气泡，可能是蜂蜜不成熟，水分含量高，发酵了。可以打开盖子闻一闻，发酵的蜂蜜会产生一股啤酒味。一些放置时间较长的陈旧蜜，也会产生气泡。质量好的蜂蜜气泡少而小。

蜂巢蜜营养价值高？

有些消费者在街边购买蜂蜜时，发现蜂蜜瓶里泡着一块蜂巢，认为这样的蜂巢蜜营养价值高。蜂巢是蜜

蜂的生产工具，不可能轻易破坏。真正的蜂巢蜜价格很高，而且里面的蜂巢完全成熟，封上蜡盖，带有满巢的蜜。价格与普通蜂蜜差不多，甚至更便宜的蜂巢蜜，肯定不是真的。

选择好蜂蜜应注意以下几点：最好到正规场所购买蜂蜜，看包装上的标签、配料表，如果配料表中除了蜂蜜外含有任何其他成分，都不是纯蜂蜜；质量好的蜂蜜带有一股自然的花香，没有刺鼻异味；纯蜂蜜口味醇厚，芳香甜润，入口后回味长，不纯蜂蜜甜味单一，没有芳香味，有一股糖水味；质量好的蜂蜜有像玉一样的透光性，对着光线时会对光线产生折射，但不会有强光点。（刘波）

夏日驾车勿戴太阳镜 巧用遮光板更合理

随着夏天的阳光强度增加，戴太阳眼镜驾车能在一定程度降低阳光对视线的影 响，同时也给车主增加不少魅力，成为时下年轻车主追求时尚的一种选择。某品牌专营店售后服务部经理表示，如果车主平时养成戴太阳眼镜行走或工作的习惯，驾车时千万别再单独使用。佩戴深颜色的太阳眼镜，会给眼睛营造很暗的环境，容易导致瞳孔放大，长期佩戴会对眼睛造成一定的损害，从而带来交通隐患。

巧用遮光板更合理

太阳眼镜能在一定程度降低阳光对视线的影 响，但由于当前太阳眼镜的质量良莠不齐，加上车主驾车行为

本身就存在一定危险性，因此，车主选购太阳眼镜应谨慎，最好到专业的眼镜门店选购。如果随便在街边购一副眼镜戴着驾车，可能会给驾车埋下安全隐患。如果使用驾驶座位上方的遮光板能解决阳光刺眼的问题，一般不建议使用太阳眼镜。

驾车作为一个存在高风险的行为，对环境的误判容易酿成事故。如果确实要在驾车时使用太阳眼镜，建议最好能在日常行走时，养成佩戴太阳眼镜行走或工作的习惯。需要提醒的是，如果车主平时没有戴太阳眼镜的习惯，千万别把太阳眼镜放在车内单独使用。

慎购“蓝色光”的太阳眼镜

消费者千万不要选购“蓝色光”的太阳眼镜，这种眼镜无法过滤紫外线。在太阳镜的选择上，尽量选择茶色或者灰色。

开车时佩戴的太阳镜，不宜选择粉红、紫色、浅蓝等装饰扮靓效果明显的太阳镜，这些颜色眼镜基本起不到眼睛防护作用，此外，还可能会改变颜色而产生色差。一般而言，开车宜佩戴茶色和灰色眼镜。茶色镜片能滤除大量蓝光，能有效改善视觉对比度和清晰度；而灰色镜片能均衡吸收任意色谱，戴上后不会产生明显色差。（潘斌、于涛）

速冻食品选购、保存诀窍 别让营养偷偷溜走

提起速冻食品，你会想到什么？风味十足的饺子、馄饨，青翠可人的豌豆，还是那些躺在碎冰块里好像随时要跳起来的墨鱼？精心挑选把这些速冻食品装进购物篮后，是否心里也要思量再三：我拿回家后该怎么存放、怎么解冻，才不影响它们的营养价值呢？下面来看看速冻产品的选购和保存常识吧。

购买速冻食品三注意

消费者购买速冻食品时应对储藏条件、定型包装、包装完好度等三方面内容予以关注。

首先，注意销售商店的储藏条件。速冻面食等食品要求在零下18摄氏度以下的冷冻条件保存。如果销售商店无冷冻柜或冷冻柜的冷冻温度达不到零下18摄氏度，则食品产品储藏条件得不到保证，容易变质，不宜购买。

其次，注意购买定型包装的速冻食品。已包装的食品不容易受到污染，符合销售速冻食品的卫生要求，建议尽可能不购买散装速冻食品。

最后，注意产品包装是否完好。应选择包装密封完好无破损、包装内的食品无变软变形等现象的产品。同时注意包装袋上标示的生产日期和保质期，不要购买过期食品。

由于生活节奏加快，加上季节原因，当前速冻类食品已成旺销产品，如果消费者发现商店销售的产品已经过期，应及时向工商等部门反映。

因此，日常购买速冻产品时应该注意：



1、到有良好冷藏设备的商场或超市购买。

2、注意生产日期，尽量买离生产日期不到1个月的品牌食品，以保证安全和营养。

3、选择包装袋无破损、冻品形态完整没有变软或粘连，包装内无霜或少霜，色泽自然、无变色、不灰暗的产品。

保存速冻食品有讲究

有些朋友会说，还用买速冻食品？我把新鲜食物放进家里冰箱冷冻室就可以了。其实，这和真正的速冻食品还是有差别的。所谓速冻食品，是将那些经过预先加工处理的食物，在30分钟内通过 $-1^{\circ}\text{C} \sim -5^{\circ}\text{C}$ ，迅速降温冷却，然后在低于 $-1 \sim 8^{\circ}\text{C}$ 的环境下保藏和运输。

这种条件只有相对专业的设备才能达到，而大部分百姓家里的普通冰箱是无法胜任的。其实，想要让食品

长期储藏，专业速冻是最重要的方法之一，能最大限度保持天然食品原有的色泽、风味和营养成分。

但是速冻食品子啊现实中可能存在于以下问题：

1、相当部分超市的速冻食品采用开柜经营，冷藏柜无温度显示器，很难达到要求的温度。当天没有销售完的食品不入冷库储存，而是留在开放式的冷藏柜中。若温度高于 -10°C ，会使保质期缩短。

2、有些企业为节约成本，在运输过程中不使用专用冷藏车，有的手工作坊甚至用棉被包裹食品，致使部分食品在运输过程中解冻粘连，让营养成分大大流失。

好不容易从超市选了一堆速冻食物，当你心满意足地把战利品抱回家时，应该注意哪些问题才不让营养素溜走呢？

首先，自然是“传好手中的接力棒”，立刻把速冻食品放入冰箱的冷冻室。虽然家里的普通冰箱不一定能达到迅速降温至 -18°C 的条件，但毕竟是一个低温状态，对营养成分的保存是有好处的。

其次，速冻食品要尽快吃完，离生产日期越近越好。速冻食品如果短期储存，营养成分保持得非常好。可是在低温下，食物中的维生素和其他营养素会随着时间增长而缓慢分解。所以，不要让食物老老实实地待在冰箱里。如果是肉类食品，可以适当延长存储时间，但要密切观察脂肪有没有变成黄色，这是肉类开始变质的信号。此外还要注意避免食品混放。比如蔬菜和禽肉不要混放，防止串味变质。（陈丽）

勤洗空调

夏季小心呵护您的肺

夏季，炎热多雨，无疑是汽车空调使用最为频繁的季节。但汽车空调也是容易被车主忽视的部分，而且比较容易在这一时节发生问题。因此，车主不仅要适当对汽车空调进行保养，而且使用时也要多加小心。这样才能让汽车空调顺畅运转，给车内一个凉爽宜人的空间。

防止怪味清洗空调最重要

进入夏季以后，连续高温，车主纷纷打开汽车空调。不少人发现，第一次打开空调时，出风口吹出来的风总带着一股怪味。实际上，这是空调系统长期不通风，空调滤清器及空调蒸发器上细菌繁殖造成的，容易给身体带来危害。因此，在每年入夏之前，对空调系统各部件进行检查与清洁是必须的。

清洁汽车空调，车主可以用空调清洗剂。当喷完空调清洗剂后，关上车门，让空调继续运行15分钟。空调清洗剂被鼓风机吹进空调蒸发器后，会把空调蒸发器里面的细菌清除掉，剩余的液体会通过空调排水管排出车外。

除了异味之外，空调进风口吸入的大量灰尘、脏物以及滋生的细菌等，都容易



影响人的健康。因此，还要重点清洗汽车冷凝器。不过，冷凝器通常与车头和水箱安装在一起，清洗时要注意防止散热叶片被树叶等堵塞，影响散热效果。

自己动手保养 空调压缩机

一般来说，汽车空调系统工作五年左右就会逐步老化，制冷效率下降，出风不强劲。有些车主会在车内添制冷剂，但当天气过热，制冷剂过多可能会引起高压超限，发动机会发出雷鸣一样的震动，有时还出现开锅现象。

据汽车维修专家王义介绍，这主要因为发动机功率较小且部分设备老化，如果此时继续强迫使用空调，汽车损耗会加剧，甚至可能造成汽车自燃。因此，遇此种情况，最好到4S店进行汽车空调的检测和保养。

其实，车主也可自己动手，到市面上购买一些汽车空调修复（保养）添加剂，这些产品能增强压缩机密封度、减少磨损、降低噪声、提高压缩机的工作效率，从而大幅

度降低空调内部的摩擦力和增加密封性，增强制冷的效果，使空调以及汽车内部各功能部件发挥较高的工作效率，以达到延长汽车空调使用寿命的目的。

停车最好先关掉空调

当然，车主也要学会正确使用汽车空调。在打开汽车空调时，必须选择合适的温度。正常情况下，车厢内温度与外界温度应相差5℃至10℃，其最佳温度为18℃至25℃。把温度调得过低，不仅会影响身体健康，也不利于机器的运作。

同时，根据冷空气下沉、热空气上升的原理，开冷气时应该将出风口向上，这样的效果会比较好。风向也最好选择吹面挡，不要选择吹挡风玻璃，因为挡风玻璃的温度很高，会抵消一部分制冷效果。

尤其需要注意的是，停车时，要先关空调再熄火，这样能保证车辆在下次启动时，发动机能顺利启动。否则，没有完全关掉的空调会随着发动机一起启动，其高负荷运转可能会损伤发动机，并缩短发动机和空调压缩机的使用寿命。

最后，长时间在烈日下停放的车辆，车厢内温度很高，车辆启动后不要立刻使用空调，应先把所有车窗都打开进行通风，把热气排出去，等车厢内温度下降后，再关闭车窗开启空调。（王敏成）

几个生活小习惯让你节电省油

你知道煮饭先淘米浸泡10分钟能省电10%吗？你知道开车时速80公里以上，开空调比开窗省油吗？下面来看看这些生活节能小常识，你注意到了吗？

煮饭 淘米先泡10分钟 节电10%

提前淘米浸泡10分钟，再用电饭锅煮，能节约电10%，每户每年可省电4.5度，相应减排二氧化碳排放4.3千克。

电饭煲煮同量的米饭，700瓦的电饭煲比500瓦的电饭煲更省时省电。

原理：提前淘米和是否浸泡对做好米饭所用的时间量有一定程度影响。提前淘米浸泡再煮，可让米煮得更快，缩短了米熟的时间，从而节电。用开水煮饭也会比较省电。

为何700瓦的电饭煲更省电？煮相同量的米饭，用电是一样的，功率小的时间长，功率大的时间短更省时。煮相同的米饭，需要吸收相同热量，时间长的散热快，需要补充更多的能量，因此更耗电。反之则更省电。



Focus

**低碳生活，
是一种态度，
而不是能力。我们
应该积极提倡
并去实践低碳生
活，注意节电、
节油、节气，从
点滴生活做起**

开车 时速80公里以上 开空调比开窗省 油

高速开空调，低速开窗。通常，车速超过80公里/小时，开空调比开窗省油。夏天长时间在烈日下停放的车辆，开空调前，应先打开车窗排出热气降温。

原理：时速80公里以上，开空调是流线型行驶，所受阻力更小。而开窗所受阻力大，汽车带动的牵引力也就随之增

加，因此更耗油。

装备 放50公斤物品 每千公里多耗4升 油

汽车后备厢放50公斤物品行驶每千公里多耗4升油。因此，车上尽量避免放无用的东西。

原理：这是能量守恒定律。车内物体越重，增加了机械能。这也意味着，车子必须耗更多油才能带动这个车与车厢重量。

冰箱 水分多的果蔬 套袋再放冰箱省电

水果蔬菜等水分较多的食品，用塑料袋包好再放入冰箱，更省电。及时给冰箱除霜，每年节电184度，相应减排二氧化碳177千克。盛夏时节，冷藏室调到5摄氏度、冰冻室调到零下14摄氏度最适宜。

原理：水分较多的蔬菜瓜果，如果不包装好，就会对外吸热达到冷冻效果。此时冰箱必须补充更多的能量，才能降低瓜果的温度。

简单说来，这和水转化成水蒸气的汽化现象一样，是个吸热过程。（弋静）



1 妇幼营养分会主任委员苏宜香教授主持
2 中国营养学会副理事长杨晓光教授
3 中华医学会围产分会主任委员北京大学第一医院产科主任杨慧霞教授发言
4 雀巢（中国）有限公司大中华区医务总监李文军发言

雀巢全力支持母乳喂养 持续关注剖宫产宝宝母乳喂养

正值“2013年国际母乳喂养周”期间，雀巢营养科学院与中国营养学会妇幼营养分会共同组织召开了“让每一位宝宝获得母乳的保护——母乳喂养最新进展”研讨会。中国营养学会副理事长杨晓光教授、妇幼营养分会主任委员苏宜香教授、中华医学会围产分会主任委员北京大学第一医院产科主任杨慧霞教授、北京大学公共卫生学院王培玉教授等专家出席了会议，分别就“母乳喂养重要性及其最新进展”、“中国母乳成分分析报告”等话题与与会人员进行了研讨和交流。

生命早期良好的营养是确保婴儿体格生长、智力发育和免疫功能的基础。近年的研究发现，完全母乳喂养对许多婴儿期疾病有良好的预防作用，特别是过敏性疾病，如特异性皮炎等。目前我国剖宫产的发生率逐年攀升，现已处于全球较高的水平。研究显示：剖宫产婴儿出生后第一年内致敏或过敏的发病率比自然分娩的婴儿相比要高；与自然分娩比较，剖宫产还延迟新生儿肠道益生菌的定植；另有研究显示，母乳喂养对婴儿肠道益生菌的尽早定植有明显的优势，因为母乳不仅提供最佳质量和数量的营养素，而且研究显示母乳亦含有益生菌。完全母乳喂养的婴儿，其肠道有益菌如双歧杆菌等占整个结肠细菌总数的90%以上。双歧杆菌对于新生儿免疫系统的发育及保护其免受肠道感染和过敏的侵袭具有重要作用。因此鼓励、支持和保护母乳喂养是确保儿童健康的首要措施，剖宫产婴儿更应首选母乳喂养，在母乳不足或无母乳时，应该遵守医务人员的专业指导。

母乳是母亲给予孩子最天然、最理想的食物，它不但维护了食物与营养的均衡，增强了宝宝的抵抗力，而且母乳喂养还是母婴情感的纽带，它让宝宝感受到了妈妈的爱心、关心和用

心。现代医学证实：不同时期母乳中的蛋白质、脂肪、矿物质含量不同，可以满足各时期婴儿的需要。母乳中的营养成分与婴儿的消化道发育相适应，达到最佳吸收率；母乳中各种营养素的利用率也很高。

为了对中国母乳成分进行全面的研究，在雀巢研发中心、雀巢营养科学院的支持下，北京大学公共卫生学院开展了对3城市健康母亲不同时期母乳营养成分的分析，报告显示：中国健康母亲乳汁中的营养成分随泌乳时间和婴儿生长发育的变化而变化，如蛋白质乳糖和脂肪的供能比逐渐变化，母乳中各矿物质的含量也随之改变。各种食物、营养素的摄入及乳母的健康状态等对乳汁营养成分存在近、远期影响。此研究成果将对今后孕产妇营养和婴儿喂养的指导以及婴儿食品发展具有借鉴意义。

雀巢（中国）有限公司大中华区医务总监李文军先生说：“雀巢一贯鼓励并全力支持母乳喂养，支持和遵守《国际母乳代用品销售守则》以及《中国母乳代用品销售管理办法》。母乳是婴儿头6个月最好的营养来源，也是确保婴儿体格生长、智力发育和免疫功能健全的最好营养来源。为了鼓励产假结束后的妈妈坚持母乳喂养，雀巢公司特别在公司内部以及全国25家医院合作设立了‘母乳喂养室’，既为新妈妈提供了私密及舒适的母乳喂养场所，也为孕妇或新妈妈准备了母乳喂养的教育材料。面对当今国内母婴营养健康挑战的复杂性，保护和促进母乳喂养需要全社会多层面强有力的合作。雀巢营养专注于孕妇、婴儿和儿童营养健康事业的发展。将以‘致力科学研究，改善人类发展’为宗旨，尽自己最大的努力为保护和促进母乳喂养做出自己的贡献！”



中消协秘书长姜天波一行 到密云就农村消费维权工作进行调研

为了认真贯彻落实党的十八大精神,深入开展好党的群众路线教育实践活动,扎实做好新形势下的消费维权工作。7月11日、12日,中国消费者协会秘书长姜天波、副秘书长董祝礼和栗元广一行50余人到密云县新城子镇曹家路村就农村消费维权工作进行了调研。密云县工商分局副局长、消协会长王稳水和消协秘书长赵宗武等陪同参加了调研。

调研期间,中消协领导先后听取了曹家路村和密云县消协会关于民俗村、旅游景区以及密云县消费维权组织建设等情况汇报,观看了曹家路村消费投诉联络站、消费维权绿色通道建设有关宣传资料和宣传公示展示。

曹家路村党支部书记李桂英,今年66岁,是该村第19任村党支部书记,也是村里唯一一位女支部书记,系全国劳动模范。她在汇报情况时说,曹家路村位于北京市密云县最东北部,与河北省承德市的滦平县、承德县、兴隆县三县相邻,全村700多户2400多口人,远近闻名的“雾灵山”旅游风景区就坐落在该村。村里的主要经济来源是依靠旅游和民俗接待。因此,做好旅游景区和民俗旅游的消费维权工作尤为重要,既是打造全村品牌的需要,又是经济发展的需要,更是构建和谐的需要。在密云县工商分局、密云县消协等部门的帮助和指导下,村里的消费维权组织建设不断得到了发展和壮大,企业的自律意识和消费者的维权意识越来越强,消费者投诉越来越少,民俗旅游接待方面已连续两年为“零”投诉。

之后,密云县消协秘书长赵宗武就密云县的青少年维权岗建设、消费者投诉联络站建设、消费争议快速解决绿色通道的建设、工商工作站等建设情况以及其所发挥的作用,向中消协各位领导进行了汇报。同时,赵宗武秘书长还针对辖区近几年消费维权取得的总体成效,以及开展农村消费维权工作中如何做到百姓利益无小事的工作经验,向中消协领导进行了相关介绍。

在观看曹家路村消费维权的基础工作建设和听取密云县消协、曹家路村的整体情况汇报后,中消协秘书长姜天波对密云县工商分局、消协以及曹家路村在消费维权工作当中所取得的成效,给与了高度评价。他认为此次密云之行感触颇深,认为密云的作法对全面做好农村乃至最基层的消费维权工作有很多值得借鉴的经验和做法,这对做好新形势下的消费维权工作一定是个促进。

通过这次调研,中消协决定将密云县消协、太师屯消协分会和曹家路村作为其开展党的群众路线教育实践活动的联系单位,结成对子,实现优势互补,开展共建活动。