

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6期

12

开启消费维权 新征程

P07 新消法六大
亮点解读

P43 互谅互让
化解消费纠纷

市消协网购户外功能性
服装比较试验结果

P54 羽绒服变轻薄
价格却见涨?
小心选购误区

图1：“消费教育社区行暨新消法宣传活动”在东直门清水苑社区正式启动，市工商局副局长黄晓文等领导出席了此次宣传活动

图2：活动现场，市消协副会长兼秘书长董青接受媒体采访

图3：市消协副秘书长屈建辉正给居民发放《画说新〈消法〉》手册

图4：市消协投诉部主任郎丹柯向居民们讲解新《消法》知识

图5：工商和消协工作人员为社区代表发放消费教育宣传手册

图6：社区居民正在阅读漫画版的《画说新〈消法〉》



市工商局、市消协共同举办—— 消费教育社区行暨新消法宣传活动

为了深入宣传新修订的《消费者权益保护法》，11月13日，市工商局、市消协共同举办的“消费教育社区行暨新消法宣传活动”在东直门清水苑社区正式启动，市工商局副局长黄晓文、市消协副会长兼秘书长董青、工商东城分局局长孙建生、工商东城分局副局长孙晓波及东直门街道办事处主任吴志辉等领导出席了此次宣传活动。活动由市工商局消保处处长陆原主持。工商和消协工作人员为社区代表发放了漫画版的《画说新〈消法〉》、《家电企业服务热线电话名录》、《洗衣知识宣传手册》。

董青秘书长在启动仪式上表示，新《消法》着重从加强社会诚信建设、充实细化消费者权益、强化经营者义务、规范网络购物等新的消费方式、进一步发挥消费者协会的作用、进一步明确行政部门的监管职责、强化虚假广告责任和加大惩罚性赔偿力度等方面，强化了对消费者权益的保护，填补了消费者保护领域的多项法律空白。新《消法》的出台，直接关系到广大消费者的合法权益，是消费者关心的问题，也是消费者迫切需求。消协作为保护消费者合法权益的社会组织，消费教育是消协的首项职能，为了广泛宣传新《消法》，让消费者能记住、能理解、会应用新《消法》知识，北京市消协印制了10万

册《画说新〈消法〉》，以通俗易懂，喜闻乐见，印象深刻的形式与消费者见面，让消费者遇到问题知道依法维权。

此外，市消协投诉部主任郎丹柯围绕“举证责任倒置、七日后悔权、关于欺诈的最低赔偿”等内容向居民们讲解了新《消法》的调整内容。居民们纷纷拍手叫好，大家针对此次新《消法》中呈现的多个亮点表示欢迎与认可。中国家电服务维修协会高级顾问郭赤兵向居民们讲解了家用电器使用保养的基本常识，还现场选取了两个家庭入户，为居民免费检测了电视机、空调、洗衣机等家用电器。

本次消费教育社区行系列主题活动除工商和消协人员参与外，还将邀请行业协会、法律专家、行业专家等社会力量共同参与授课，通过消费教育大讲堂、消费体验、发放宣传教材等多种形式，以宣讲居民日常消费常识、消费维权的法律法规、预防消费陷阱和如何维护合法权益为主要内容。该活动将覆盖全市大部分社区和乡镇，针对老年人、青少年、社区居民、公司白领等不同人群开展不同内容的宣讲。

从现在开始到今年年底，市消协将组织工商人员、法律专家、行业专家进入全市主要社区、乡村，为居民、消费者举办百场消费教育活动，切实提高广大消费者的自我保护意识。

新消法“后悔权”落地还需细化

在最近的一次消法修改中，赋予了消费者7天无理由退货的“后悔权”，除规定有不宜无理由退货的4大类商品外，还有一个前提条件，就是“消费者退货的商品应该完好”。对此，国家工商总局法规司的官方解释是“包装拆掉了，和商品完好是不违背的”。

“后悔权”写进了法律，颇为消费者提气。“举证倒置”的规定，让消费者不再为“鉴定”发愁。其实，在经济发达的国家和地区，“后悔权”早就是一种商业习惯了，只是在不同的国家有不同的称呼而已。从各国的实践来看，“后悔权”对引导理性营销与消费意义重大，并未出现商家所担忧的消费者“滥用”问题。

然而，国情不一样，消费文化也有差异，如果没有更加详细的配套政策，消费者“后悔权”的落地恐怕就不会一帆风顺了。关于瑞典的“后悔权”，有一个经典的故事：一位女士要参加一个宴会，当时自己没有合适的服装，于是就到商店购买了一套高档礼服。宴会结束后她就到商店去退货，营业员二话没说如数把钱退给了她。如果同样的故事发生在我国，结果会相同吗？实际上，在官方的解释中，也提到了纠纷的可能性。比如，有时消费者手里的商品是完好的，但在退货过程中被快递、物流弄坏了，到底是谁的责任，还需要举证。可想而知，在商家一向不喜欢消费者退换货的中国，这样的举证会不会影响到消费者“后悔权”的实现吗？修改后的消法第二十五条明确列出四类商品除外之后，还有“其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品”的规定，这会不会成为一个新的普遍“霸王条款”被商家滥用呢？“退回商品的运费由消费者承担”是否会成为消费者退货的一个不可承受之重呢？

利用规则的漏洞，虽然在不少商家中尤盛，但并非中国特有。国外之所以在将消费者“后悔权”落到实处的同时，又推进了理性消费文化和契约精神的发展，关键在于法律的细化。比如瑞典的《消费者购买法》，连对自由市场和小摊都作了详细规定，要求所有卖主必须在摊位上标明其姓名、地址和联系电话，以便消费者退货。至于网络、电视、电话、邮购等方式购物，还出台了专门的《远距离合同法》，在该法中，不仅将“后悔权”延长为14天，还规定必须在3天内先执行退款再处理纠纷。

“后悔权”作为一个舶来物，对我们建构消费法律体系，提供了足够多的成熟经验，但遗憾的是，我们的立法尚未将之真正细化以防纠纷的优点充分体现出来，也未将所有的“正常商品”都纳入到无理由退货的规定中来。显然，我们看到了新消法“后悔权”规定的巨大进步，但还希望看到消费者可以在更大范围内享有“后悔权”，令“后悔权”真正无障碍地落地。

郭文婧



热点关注
HOT CONCERN

P04 开启消费维权新征程

10月25日，十二届全国人大常委会第五次会议表决通过了关于修改消费者权益保护法的决定。在修改后的消法中，对消费者在网购等新消费方式中的保护，对消协的职能、政府的监管职责的加强，对维权难的解决方案以及加大经营者惩罚性赔偿力度等，为消费者带来了许多新权益。图为北京市工商局系统学习贯彻新《消法》培训班现场

卷首语

- 01 新消法“后悔权”落地还需细化

热点关注

- 04 开启消费维权新征程
06 新消法实施后 消费者多了哪些权益?
07 新消法六大亮点解读
10 权威解读: 专家解密新消法
14 “最美消费维权调解能手”是怎样产生的
16 “三包”落地 观念需转型

维权人物

- 18 消费者的事就是自家的事

权威发布

- 20 北京市消协网购户外功能性服装比较试验结果

消费提示

- 26 选购电热水器需“十看”
27 网店有“信用认证”也要核实真伪
28 网购团购十大消费陷阱及警示
30 警惕网购新陷阱
31 购买汽车时请留意首保凭证
31 拍照摄影等婚庆消费要谨慎
32 收藏需谨慎 上当应维权
33 装修房子要慎重签订合同

工作研究

- 34 谈新《消法》给维权工作带来的变化及相关建议
36 家用电脑销售服务消费维权状况研究

案例调解

- 42 消协帮癌症老人挽回损失17640元
42 家政公司终止服务退费难
43 经营者为出售二手车担责
43 小区售水卡难退惹业主发愁
43 互谅互让化解消费纠纷
44 食品安全问题该由谁来买单?
44 施肥不当菜农受损 消协帮调解
44 保管好“三包”凭证是维权的保障
45 消费问题纠纷多 消协为民解忧愁
45 识别商家抽奖骗局 消费者获赔偿
45 开具发票是经营者的义务

案例点评

- 46 职业中介全凭忽悠 消协出手挽回损失
46 购买家具烦恼多 消费者还须长心眼



P26 中消协举办第二届投诉调解技能大赛

11月8日，在中消协举办的第二届全国消协组织投诉调解技能大赛上，北京市消费者协会代表闫毓珊正在进行“模拟调解”环节的考题。

- 47 商品宣传用语不谨慎 顾客购买后依法索赔
- 47 洗衣店水洗冒充干洗 商家为欺诈行为买单
- 48 铂金饰品成色不足 经营者退货并补偿
- 48 精美包装月饼藏异物 食品安全别光看外表
- 49 保修期内商品两次未修好 经营者负责更换或退货
- 49 预付费消费卡过有效期 经营者应当激活或换卡

消费课堂

- 50 三问新《消法》：网购退货真方便了吗？
- 52 用发膜给头发“进补” 热蒸发膜是冬季护发首选
- 53 劣质燃气灶随时变炸弹 专家教你选购家用燃气灶
- 54 羽绒服变轻薄价格却见涨？小心选购误区
- 55 “新概念被子” 越吹越离谱 掌握技巧避免被忽悠
- 56 网购进口食品乱象丛生 专家支3招识别真假

《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。



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

2013.12 第6期 (总第32期)

京内资准字1013-L0080号

内部资料 免费交流



新《消法》通过表决，2014年3月15日起实施 开启消费维权新征程

10月25日，十二届全国人大常委会第五次会议以150票赞成、2票反对、1票弃权，表决通过了《关于修改〈中华人民共和国消费者权益保护法〉的决定》，新《消法》将于2014年3月15日施行。这是全国人大常委会对实施近20年的《消费者权益保护法》的首次大修。当日，全国人大常委会办公厅召开新闻发布会，就有关问题邀请全国人大常委会法工委、国家工商行政管理总局有关负责人回答了记者提问。

全国人大常委会法工委民法室主

任贾东明介绍说，《消法》修改启动于2011年，全国人大法制工作委员会着手研究修改工作。这些年一些全国人大代表和各方面都陆续提出了一些修改《消法》的建议和意见。“在起草当中，我们几点基本的立法理念：一是总结《消法》实施的经验，在这次修法当中切实加强对消费者权益的保护；二是针对消费领域出现的新情况、新问题，着重解决广大人民群众十分关心的突出问题，尽量把消费者权益的保护落到实处；三是适应转变经济发展方式的要

求，营造良好的法治环境，增强社会的消费信心。”

贾东明表示，修法过程中也非常重视社会各界对《消法》修改的意见。

“我们征求了国务院有关部门和各地方人大常委会的意见。初审之后和二审之后，《消法》网上公开征求意见进行了两次。此外，我们还专门听取消费者、经营者的意见以及专家、学者、律师的意见，目的是把这部法律搞得更扎实、更科学、更具有可持续性。”

贾东明介绍，这部法律经过了

审。修改的内容主要体现在以下方面，首先是就加强社会诚信建设、充实细化消费者权益（如增加了对消费者的信息保护）、强化经营者的义务（如对如何约束合同的格式条款、经营者何时应当召回产品进行了规定）方面进行了修改，对新的消费方式特别是网络购物的方式也专门作了规定，对网络交易平台的责任也进行了完善和补充；其次，在消协履行职能、政府的监管职责方面，都作了进一步的明确规定；第三，对经营者的责任方面，加大了对虚假广告责任规定；第四，还加大了惩罚性赔偿的力度。

新《消法》对消费者协会的性质、职能作出了明确规定。对此，贾东明作出解读：消费者协会由政府主导设立，没有会员，履行职责具有公益性，与《社会团体登记管理条例》规定的由会员组成的社会团体不同。因此，修改后的法律将消费者协会定性为“社会组织”。

贾东明表示，原有法律已经作出政府对消费者协会给予支持的规定，这次又特别指明要给予必要经费等支持。法律还赋予了中国消费者协会和省、自治区、直辖市设立的消费者协会可以针对侵害众多消费者合法权益的行为提起公益诉讼的职能。现实生活中，遇到不公平、不合理的格式条款，虚假广告和虚假宣传，可以由消费者协会依法向法院提起公益诉讼。

新《消法》对惩罚性赔偿作了两款规定。其中，第

五十五条第一款规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；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。

第五十五条第二款规定，经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，受害人有权要求经营者依照本法第四十九条、第五十一条等法律规定赔偿损失。

在修改后的《消法》中，对消费者在网购等新消费方式中的保护，对消协的职能、政府的监管职责的加强，对维权难的解决方案以及加大经营者惩罚性赔偿力度等，为消费者带来了许多新权益



“相对于修改前的法律条文，此次修改明显加强了惩罚性赔偿的力度。原来在《侵权责任法》中有规定，但写的是‘相应的惩罚性赔偿’，没有写倍数，这次实现了《侵权责任法》在消保领域的具体化。”贾东明表示。

国家工商总局副局长刘俊臣说：“修改后的《消费者权益保护法》明确规定，收集和使用消费者信息，必须正当，必须有必要，必须明示，必须经本人同意，必须严格保密，必须承担法律后果。”

“2010年，国家工商总局发布实施的《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》中就包括一些关于个人信息保护的规定。我们将认真做好这一办法与修改后的《消费者权益保护法》之间的衔接。”刘俊臣说，“工商系统已经建成了五级贯通的‘12315’消费者投诉举报平台。但是，尚未把个人信息保护的投诉单列出来，下一步，要对此加以改进。”

国家工商总局消费者权益保护局局长杨红灿在回答记者提问时表示，新《消法》规定，有关行政部门在各自的职责范围内，应当定期或者不定期地对于经营者提供的商品或者服务进行抽查、检验，并及时向社会公布抽查、检验的结果。有关行政部门在抽查、检验时发现并认定经营者提供的商品或者服务存在缺陷，危及消费者的人身财产安全的，应当立即采取责令经营者停止生产、销售或者服务，警示、召回并做无害化处理，以及进行销毁等措施。（任震宇）

新消法实施后—— 消费者多了哪些权益？

10月25日上午，十二届全国人大常委会第五次会议表决通过了关于修改消费者权益保护法的决定。在修改后的消法中，对消费者在网购等新消费方式中的保护，对消协的职能、政府的监管职责的加强，对维权难的解决方案以及加大经营者惩罚性赔偿力度等，为消费者带来了许多新权益。

这是自1993年全国人大常委会制定消费者权益保护法以来，对这部法律的首次大修改。

网购维权有法可依

全国人大常委会法工委民法室主任贾东明说，与20年前相比，消费方式已经发生了变化，网络销售、购物已成为重要的交易方式。

针对网上消费的规定成为新消法的亮点。按照新规定，消费者通过网络等方式购买产品可“七日内无理由退货”，且无需说明理由。贾东明表示，这一规定，是通过与淘宝网的几位店主面对面交流等调研后，经过多次修改才完善的。

尽管可以无理由退货，但是消费者也需要为“反悔”埋单，承担退货运费。淘宝网店“香优特产”店主刘先生告诉记者，他认为这一规定有利于买卖公平。“产品不是买着玩的，如果到手

了发现不喜欢就免费退，卖家岂不白白吃亏”。

针对消费者个人信息的保护，是本次修改的另一大亮点。国家工商总局副局长刘俊臣表示，新消法对于收集和使用消费者信息规定非常严格，“必须正当，必须有必要，必须明示，必须经本人同意，必须严格保密，必须承担法律后果”。

经营者义务被强化

贾东明表示，在新消法中，对于经营者的义务进行了强化。这其中包括将举证责任转移给经营者，加大惩罚性赔偿力度，对如何约束合同的格式条款进行规定，以及对经营者应何时召回产品进行规定等。

正如全国人大常委会法工委民法室副主任杜涛所言，维权难的问题历来都是消费者权益受损的“重灾区”，而在维权难中消费者反映较多的问题就是举证难。此前，按照法律的一般原则，“谁主张谁举证”，需要消费者进行举证、证明和鉴定等。

而在修改后的消法中规定，对于耐用商品或者装饰装修的服务，消费者自接受商品或者服务之日起六个月内发现瑕疵，发生争议的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任。

除此之外，对于经营者的惩罚性赔偿力度也加大了。如果商品和服务有欺诈行为，需对消费者增加赔偿的金额为消费者购买和接受服务价格的三倍；如经营者明知商品或服务有缺陷，仍提供给消费者，造成生命健康严重损害的，除需承担赔偿责任外，另外再加两倍惩罚性赔偿。

消协可提公益诉讼

新消法对于消费者协会的身份、职能等方面也进行了修改。

据介绍，中国消费者协会和在省、自治区、直辖市设立的消费者协会可对“侵害众多消费者合法权益”的行为提起公益诉讼。

之前，如果消费者权益受到损害，运用得比较多的途径有两种，消费者个人或推选的代表可以向法院提起诉讼，或者由政府有关部门主导解决和处理，对经营者进行行政处罚或提出赔偿方案等。公益诉讼则是针对“众多且不特定的消费者”受到侵害而设定的。

贾东明表示，消费者比较关注的事情，如“不公平、不合理的格式条款、格式合同”等都可以由消协提起公益诉讼。另外，一些虚假广告和虚假宣传侵害的对象也可以列入其中。

（人民日报）

新消法六大亮点解读

10月25日，十二届全国人大常委会第五次会议高票通过了《关于修改〈中华人民共和国消费者权益保护法〉的决定》，这是自1993年全国人大常委会制定消费者权益保护法以来，对该部法律的首次大修改。此次修改内容涉及面广，对网络购物、公益诉讼、惩罚性赔偿等有关消费者权益保护方面的热点问题作了明确规定，笔者试从一个法律工作者的角度，通过案例的形式对该法进行解读。

亮点一：

实行举证责任倒置

【法条】《消法》第23条第3款：经营者提供的机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务，消费者自接受商品或者服务之日起六个月内发现瑕疵，发生争议的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任。

【案例】张先生在某商场促销活动中购买了一台迷你小冰箱，可使用两个月后，小冰箱内壁便出现了裂痕。张先生拿着发票找到商场，但商场认为小冰箱系张先生人为损坏，不同意帮张先生免费修理。张先生将商场告上了法庭，但最终因拿不出证据证明所购小冰箱存在质量问题而被判决败诉。

【解读】“谁主张，谁举证”是我国《民事诉讼法》规定的一般证据规

则。消费者要想证明某个商品是否存在瑕疵就必须拿出证据来，但因为不掌握相关技术等信息，消费者举证往往非常困难。此次《消法》修改，将消费者“拿证据维权”转换为经营者“自证清白”，实行举证责任倒置，确解了消费者举证难问题。根据修改后的《消法》，上述案例中，冰箱有无质量问题，应由商家来举证。

【提醒】该规则仅适用于机动车等耐用品和装饰装修等服务，且仅限于购买或者接受服务之日起六个月内，超过六个月后，不再适用。

亮点二：

赋予消费者反悔权

【法条】《消法》第25条第1款、第2款规定：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，且无需说明理由，但下列商品除外：(一)消费者定作的；(二)鲜活易腐的；(三)在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；(四)交付的报纸、期刊。除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。

【案例】“双十一”购物节时，王小姐在某大型购物网站上看到一双高跟鞋，款式新颖，价格也很便宜，王小姐毫不犹豫点击了购买，并支付了货

款。收到货后，王小姐觉得这双高跟鞋虽然新颖，但颜色跟网页上的图片出入很大，于是便联系上网店店主，要求退货，并愿意承担来往的运费，但遭到店主的拒绝。

【解读】近几年，网络等远程购物方式逐渐成为人们购物的主流方式之一。远程购物的“非现场性”导致消费者和商家的信息极不对称，因为商家可能隐瞒了商品的负面信息，但由于无法直接接触商品，消费者可能被蒙在鼓里而遭受损失。此次修改的《消法》针对网络等远程购物方式赋予了消费者七天的反悔权，旨在促进买卖双方的平等地位。根据修改后的《消法》，上述案例中的王小姐有权要求退货。

【提醒】反悔权仅适用于网络等远程购物方式，消费者直接到商店购买的物品，不适用该条规定。另外反悔权的期限是七日内，且根据商品性质不宜退货的商品，不在此列。

亮点三：

明确个人信息保护

【法条】《消法》第29条规定：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，并经消费者同意。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、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、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、丢失的情况时，应当立即采取补救措施。

【案例】吴先生在某大酒店预订了婚宴，并留了电话。可是不久，婚庆、旅游等公司的电话便接踵而至，吴先生不堪其扰。吴先生发觉，在婚礼操办过程中，唯一留号码的就是在订酒席环节。于是他找到酒店，但酒店告诉他，打电话的婚庆公司都是酒店的合作方，这是酒店为方便新人而免费提供的一项增值服务，新人在这些公司可以享受到相应的折扣优惠。吴先生听了后非常气愤，但却“走投无门”。

【解读】个人信息被随意泄露或买卖，消费者的正常生活受到严重干扰。谁都知道是商家“出卖”了消费者的个人信息，但却没人管也没地方去投诉。修改后的《消法》首次将个人信息保护作为消费者权益确认下来，是消费者权益保护领域的一项重大突破。

【提醒】虽然《消法》将消费者个人信息保护确认下来，但这一规定目前仅停留在文件上，具体操作性不强。如果个人信息被泄露，消费者如何取证、维权？相关经营者将获得怎样的处罚，有待进一步规定。

亮点四：

消协可提公益诉讼

【法条】《消法》第37条第1款规定：消费者应履行以下公益性职责：……(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。

【案例】杜先生请朋友到某餐馆吃饭，结账时，发现餐馆多收了24元钱。杜先生询问得知，这24元系杜先生和朋友就餐时使用的一次性餐具费用，所有顾客都收了。杜先生认为餐馆这种强制性消费违法，向当地消协投诉。但经调解后，消协也表示爱莫能助，让杜先生到法院起诉。为了24元钱到法院打官司太划不来了，于是

杜先生只得作罢。

【解读】近几年来，我国不断出现侵犯消费者权益的群体性消费事件，对于消费纠纷数额较小的事件，相当多的消费者衡量维权成本后，出于各种原因不愿意维权。在诸如三鹿奶粉、问题胶囊等群体性消费事件中，消费者往往势单力薄，举证困难，消费维权常常陷入尴尬境地。修改后的《消法》明确了消协的诉讼主体地位，对于群体性消费事件，消费者可以请求消协提起公益诉讼。上述案例中，根据修改后的《消法》，杜先生可以请求当地的消协提起公益诉讼。

【提醒】公益诉讼针对的是群体性消费事件，单一消费事件，消费者只能自行提起民事诉讼。

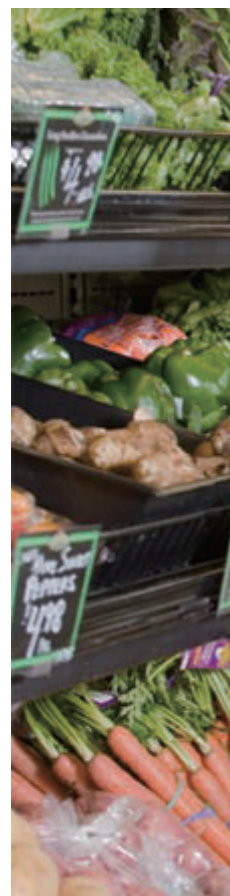
亮点五：

定位网购平台责任

【法条】《消法》第44条规定：消费者通过网络交易平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。网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿。

【案例】吴女士在某大型网购平台上的一家手表网店中购买了一款某知名进口品牌手表。实际收到货后，吴女士发现自己购买的手表并非正品。于是便联系卖家退货，但通过网店中所留的电话、邮件等均无法联系上。吴女士向网购平台工作人员反映，他们在核实后表示，对方当时提供验证的身份证件系假冒，目前他们做的只能是将这家网店关闭，吴女士所遭受的损失只能自己承担。

【解读】网上购物方式同普通的购物不同，对于商家是否具有经营资质、信誉等情况，买家无从查证，这就需要网络平台加强审查和监管。但另一方面，由于卖家众多，网购平台只是提供一个交易平台，买卖自由，双方自愿，要求网购平台进行直接监管也是不现实的。为此，此次修改后的《消法》对网购平台的责任进行了清晰定位，即网购平台不能提供销售者或者服务者的真





实名称、地址和有效联系方式的，承担赔偿责任。上述案例中，根据修改后的《消法》，吴女士有权要求网购平台承担赔偿责任。

【提醒】网购平台承担责任有前提。

亮点六：

加大消费欺诈赔偿

【法条】《消法》第55条规定：经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者

购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；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。

【案例】孙小姐在某超市购物时，看到一款促销的泰国大米，原价10.5元/公斤，促销价6.2元/公斤。孙小姐觉得挺便宜，便买了1公斤。后孙小姐又买了1公斤苹果，苹果原价15.5元/公斤，促销价10.1元/公斤。结账回家后，孙小姐发现超市在结账时，均是按大米和苹果的原价进行结算的，于是她找到超市要求赔偿。

【解读】修改后的《消法》不仅将

惩罚性赔偿的倍数由“退一赔二”变为“退一赔三”，而且还对赔偿的最低数额进行确定。上述案例中，超市的行为明显构成价格欺诈，根据修改后的《消法》，孙小姐可能获得3倍赔偿，由于该数额低于500元，因此孙小姐可以获得500元的赔偿。

【提醒】此赔偿原则仅针对经营者存在欺诈消费者的行为。所谓欺诈消费者的行为，是指经营者在提供商品或者服务中，采取虚假或者其他不正当手段欺骗、误导消费者，使消费者的合法权益受到损害的行为。

（张雪源 陶家平）



权威解读：专家解密新消法

修改后的消费者权益保护法近日经第十二届全国人大常委会第五次会议表决通过，将于2014年3月15日起实施。就如何理解修改后消费者权益保护法中涉及的网络购物、个人信息保护、格式条款等问题，专家们答疑释惑。

A 非现场购物，消费者如何主张反悔权和求偿权

据中国消费者协会统计，2013年上半年，全国消协组织受理网络购物投诉16408件，同比增长99.7%。在这一背景下，修改后消费者权益保护法(下称修改后消保法)新增了对网络等非现场购物形式的规定，强调消费者的反悔权和求偿权。然而，消费者在主张这些权利时会遇到不少需要厘清的细节问题。对于修改后消保法的有关规定，专家给出了具体解读。

7天后悔期，遇节假日怎么办

网络购物不同于现场购物，消费者主要通过经营者提供的图片、文字和

他人评价等信息选择商品，缺乏对所购商品的直观感受，不易辨别商品的真实性。针对这种情况，修改后消保法赋予消费者7天后悔期，规定7天内退货，且无需说明理由。

但是，“7天”是指7个工作日，还是7个自然日？刚好第7天遇上节假日怎么办？中国人民大学法学院教授杨立新接受记者采访时说，这里的“7天”应该是自然日，包括节假日和周末。如果碰上国庆节、春节这样的小长假，应按照民法规则，不管起始日是哪天，计算到第7天，如果终止日期是法定节假日，则向后延长一天，可以在这一天退货。杨立新举例说，比如，9月30日通过网络、电话等非现场形式购买商品，10月7日后悔期到期，但由于7日是节假日，即顺延至工作日的8日，消费者就可以在10月8日行使无理由退货权。

“法律规定7日内退货，无需说明理由，商家不能再提出其他任何限定条件。”中国消费者协会法律与理论研究部主任陈剑说，当然，有些商家提出1个月内退货的承诺，这就非常值得鼓励。法律往往规定的是最低标准，这样有利于鼓励竞争、激励商家提供更优质的服务。

剪吊牌、拆包装，还有权要求“无理由退货”吗

“消费者需要注意的是，在7天后悔期内，修改后消保法规定的退货‘无需说明理由’，不同于‘无条件退货’。”杨立新强调说，一些舆论混淆了概念。在无理由退货规定中，法律在明确不宜退货的4种情形和退货费用的

承担外，还规定一个条件，即“消费者退货的商品应当完好”。那么，剪去吊牌、拆除包装的商品，还能不能算作“完好”？

“因为是非现场购物，所以只有打开包装，才能确认商品品质。”全国人大常委会法工委民法室主任贾东明说，拆掉包装的商品不能说“不完好”。法律规定“无需说明理由”，是充分强调消费者享有反悔权，即不一定非有质量问题才退货，只要不满意，就可以退货。阿里巴巴集团负责人表示，商品是否完好，应该保持“线上线下一致的原则”，主要看退回货物是否影响二次销售。

记者阅读了京东商城、1号店和淘宝网的售后服务规定。其中，京东商城承诺：商品存在功能性故障或商品质量问题，运输过程中造成损坏、漏液等，以及未使用且不影响二次销售(此处特别说明：“商品原包装未拆封”)的情形下，自商品售出之日(以实际收货日期为准)起7日内可以退换货，15日内可以换货。此处的商品原包装未拆封显然不符合修改后消保法规定。

陈剑解释说，这里要求的“包装完好”同“商品完好”是两个概念。“包装完好”强调的不仅有商品本身完好，还有包装中商品附带的附件要齐全，比如赠品等。拆除包装、剪吊牌不会造成商品毁损，消费者仍可行使反悔权，要求商家无理由退货。

“需要明确的是，无理由退货时，运费需要由消费者承担。”全国人大常委会法工委民法室副主任杜涛解释说，因为退货是无需说明理由的，如果不是因为质量问题发生的退货，从利益平衡

的角度考虑，由消费者承担运费更具可操作性。

消费者权益受损，找卖家，还是找网络交易平台提供者

湖北消费者陈先生向记者反映，2011年11月，他通过网站购买了3个疗程的强力透骨膜，使用一个月后没有产生网上宣传的治疗效果，就向卖家提出退货要求。然而，直到2012年4月卖家关闭店面，网站也没有给陈先生提供卖家地址。

修改后消保法就可以解决陈先生遇到的麻烦。法律专门对淘宝、天猫等网络交易平台提供者作出规定：消费者通过网购平台购买商品或接受服务，其合法权益受到损害时，可以向销售者或者服务者要求赔偿。网购平台提供者如果不能提供销售者或服务者的真实名称、地址和有效联系方式，则要承担先行赔偿责任，之后再向销售者或者服务者追偿。

还可能会出现这样的情况，消费者权益受损时，先找卖家协商，但是卖家以种种理由不解决。消费者就向网络交易平台提供者投诉。网购平台向消费者提供卖家有效联系方式后，又把责任推给了卖家。僵持局面下，消费者该怎么办？

“可以到法院起诉卖家。”杨立新说，法律并没有限定求偿顺序，但是网络平台承担先行赔偿是有前提的，即当其不能提供卖家有效联系方式时。如果提供了这些信息，即使卖家不赔偿，也与交易平台没有关系了。这个时候，消

费者可以向法院起诉卖家。

陈剑表示，除法律规定的先行赔偿的情形之外，网购平台也有自己应尽的责任，这是作为经营者一般的经营义务。比如安全保障义务、信息保密义务、信息披露义务、支付安全等。所以，消费者找到平台，平台不能“一推了事”，应协助调解。“面对庞大的网络平台，消费者是弱勢的。从各地消协处理投诉的实际情况看，凡是网络平台加入到快速和解平台的，都得到了快速处理。”中国消费者协会秘书长姜天波指出，如何让消费者快速获得赔偿，而平台也不会为此受到太大损失？主动设立先行赔付是很好的办法。

B 拒绝霸王条款强化经营者义务

格式合同拒绝霸王条款、“三包”制度扩大适用范围、缺陷产品召回写入法律。修改后消保法内容变化表明，立法在不断强化经营者义务。

所购商品有质量问题 不经修理即可退货

北京的张先生近日购买的电动剃须刀使用时经常停转，无法正常使用。这种情况，依照现行消费者权益保护法，需要修理两次，如还不能正常使用，才能申请退货。

修改后消保法删去了“修理两次”的限定。如果张先生自收到商品之日起7日内发现产品有质量问题，就可以要求卖家退货。如果7天后才发现有质量问题，符合法定解除合同条件的，消费者

可以及时退货,不符合法定解除合同条件的,可以要求经营者履行更换、修理等义务。

那么,到底什么是“法定解除合同条件”?杜涛解释说,可以理解为商品有严重质量问题,不能够发挥其通常的效力和功能。如果没有达到这种程度,消费者不能退货,只能要求更换或者修理。杜涛说,这样规定后,“三包”原则不再局限于国家规定的23类商品,而是适用于所有商品。“过去‘三包’规定讲的是修理、更换、退货,修改后消保法规定的顺序是‘退货、更换、修理’。”陈剑说,这种情况下,消费者可以优先选择退货。

“需要说明的是,因产品质量问题进行退货、更换、修理,经营者应当承担运费。”杜涛说,经营者违约行为在先,理应承担由此产生的费用。

明知商品有缺陷仍销售,消费者可获赔3倍价款

2009年3月,东北的范先生花25万元购买了一辆品牌轿车。行驶不到5000公里时,范先生感觉轿车有轻微摆尾现象,行驶1万公里后,车辆出现严重的上下摆动。汽车专卖店称,该问题是这款轿车的通病,让范先生等待召回。然而半年过去了,还是没有等来厂家召回。这是中国消费者协会接到消费者有关缺陷产品召回的相关案例。

依照修改后消保法,经营者是履行召回程序的主体。然而实践中,经营者往往不愿意召回。当消费者发现缺陷产品,并向经营者反映情况后,经营者

仍不启动召回程序时,消费者该向谁索赔?陈剑说,经营者发现其提供的商品或者服务存在缺陷,有危及人身、财产安全危险的,应当立即向有关行政部门报告和告知消费者,并采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。如果经营者明知商品或者服务存在缺陷,仍然向消费者提供,实际上构成了欺诈行为。

这种情况下,经营者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3倍。

“除了召回以外,经营者还应该承担消费者因商品被召回支出的必要费用。”中国人民大学法学院教授刘俊海表示,要实现消费者投诉与行政部门掌握的行政处罚权之间和强制召回启动程序之间的无缝对接,建议打通消费者投诉信息与行政强制召回程序之间的绿色通道。

开瓶费、包间费等霸王条款内容无效

收取开瓶费、包间费,规定最低消费费一直为消费者所诟病,称之为“霸王条款”。但这些情况一直存在。此外,预付卡余额超期不退、房屋买卖合同权利义务不对等的规定,能否随修改后消保法的实施得以有效解决?

杜涛表示,修改后消保法并无霸王条款这一概念,而是用法律语言引导司法机关、行政执法部门,碰到具体案件时,使用法律规定的原则具体判断。这样考虑,是因为目前对何为霸王条款仍

有争议。

国家工商总局法规司副司长朱剑桥就认为,不能对某一类格式条款简单化、标签化地理解。是否为霸王条例,需由司法机关根据具体案例作出判断。

航空公司制定的打折机票“不变更、不退票、不签转”的规定也饱受质疑。北京市德润律师事务所律师刘家辉认为是“霸王条款”。2011年11月,北京市朝阳区法院一审驳回有关打折机票“不变更、不退票、不签转”系霸王条款的诉讼请求。上诉后,北京市第二中级人民法院二审判决驳回上诉,维持原判(本报2012年1月4日曾作报道)。

中国航空集团公司总法律顾问聂颖接受本报记者采访时表示,“航空公司制定格式合同的依据,一是我国民用航空法,二是根据国际公约。目的是形成国际惯例,包括定机票、退票,基本上国际都一致,航空运输业的格式合同是通过政府审批的,不能认定为是‘霸王条款’。”对此,陈剑认为,通过政府审批不一定就没有问题。而且,对国际惯例的引入,既要全面又要合法,经营者不能只引入对自己有利的国际惯例,而对消费者有利的部分弃之不用。

最后,聂颖表示,航空公司将结合修改后消保法完善相关格式合同,并就修改情况征求中国消费者协会的意见。

**制售假冒伪劣商品
企业信用档案将被公布**

修改后消保法从加重虚假广告各方主体责任、公布违法经营者信用档案等方面,加大对违法经营者的惩治力度,提高经营者违法成本,以保护消费者合

法权益。

发布虚假广告， 各方主体要连坐

尽管人大代表、政协委员和专家学者们一直在呼吁，要严厉查处虚假广告，但至今日，虚假广告仍不绝于迹。北京市律师协会消费者权益法律事务专业委员会主任邱宝昌分析认为，虚假广告难以根治的原因在于以前广告责任主体范围确定过窄，责任过于弱化。只有加大广告发布者对广告的责任，才能很好地治理虚假广告。

修改后消保法作出相应规定：“广告经营者、发布者设计、制作、发布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，应当与提供该商品或者服务的经营者承担连带责任。”全国人大常委会法工委民法室处长石宏解释说，这里并没有限定对虚假广告是明知还是应知，也就是说，广告经营者、发布者只要发布了虚假广告，就要承担法律责任。从而进一步强化广告经营者和发布者的审慎义务和责任意识。

修改后消保法加大了“明星代言广告”的风险。一旦事发，消费者不仅可以找广告经营者、发布者等主体主张权利，还可以找广告代言人。中国消费者权益保护法研究中心主任张严方说，过去法律规定对虚假广告承担连带责任的主体中没有包括个人，修改后消保法明确点出了个人，这样的惩处会更有力度。

对于消费者来说，需要明确，广告经营者、发布者与经营者承担连带责



任，是否意味着，向经营者索赔10万元后，可以再向广告发布者索赔10万元？对此，邱宝昌解释说，这是消费者对连带责任的误解，连带责任并非赔偿数额的叠加，消费者可以同时向广告经营者、发布者或商品经营者主张权利，也可以向其中一个连带责任人主张权利，但是只要一个责任主体赔偿完毕后，就不要再找其他主体索赔了，因为受损利益已经得到了赔偿。

企业违法经营， 信用档案将被公布

修改后消保法的最大一个亮点是，从明年3月15日起，凡受到处罚的违法经营者，其处罚记录将纳入企业信用档案，并向社会公布。

国家工商总局消费者权益保护局副局长黄建华说，诚信体系正在建设中。现有的经济户籍库是针对企业的，百姓可以查询到部分信息，比如法人是谁，

地点在哪儿等基本信息。以后对于是否诚信、是否有违法行为，比如是不是有过造假和不正当竞争行为等等侵害消费者权益的信息，将来一定要向公众公布。

修改后消保法还有针对性地提高了惩罚性赔偿力度。比如，对明知商品或服务存在缺陷，依然销售，最终造成消费者死亡或健康严重受损的经营者，规定在赔偿消费者损失的基础上承担2倍以下的惩罚性赔偿。

贾东明对此解释说，受害人是否有权要求经营者赔偿损失，首先，要看经营者提供缺陷产品的主观恶性；其次，要看产品是否危及人身财产安全，典型的如车辆的刹车系统在设计制造上有问题；再次，看是否造成受害人死亡或者健康严重损害。这里的损失包括人身伤害损失、财产损失、精神损害等；对于2倍以下惩罚性赔偿的幅度，具体案件中让法官进行综合判断。（检察日报）

中消协举办第二届投诉调解技能大赛

“最美消费维权调解能手”是这样产生的

消费者提前预定酒店，入住遭遇酒店涨价，消协的调解员要怎样应对才能让双方都满意？在11月5日到11月8日举办的第二届全国消协组织投诉调解技能大赛上，来自全国消协系统的参赛人员各显神通。最终，连传鹏等10名选手获得“最美消费维权调解能手”的称号。与上届大赛不同的是，本次大赛首度引入“模拟调解”环节，考验选手“实战”能力。

10分钟的“实战演习”

一位消费者准备“十一”黄金周期间带着家人前往某地旅游，于9月25日通过网络在该地的某酒店订了3个房间，并交付了全额房费。不料等他带着家人入住时，酒店服务员却表示，酒店黄金周期间的房价上调了价格，每个房间涨价50元，消费者必须补足涨价差额，才能继续住下去。酒店还表示，曾于9月26日给消费者发送了短信通知涨价事宜，消费者没有明确拒绝，因此默认消费者接受了涨价。而消费者则表示没有接到过短信，无法接受酒店临时涨价的行为。双方协商不下，到当地消费者协会接受调解。

这是第二届全国消协组织投诉调解技能大赛“模拟调解”环节的考题。与两年前的第一届投诉调解技能大赛

相比，本届的调解技能大赛除了保留原先的笔试、形象展示、案例解析、抢答等环节外，首度引入的“模拟调解”环节，由两位律师志愿者扮演消费者和经营者，参赛的选手作为调解员，要在规定的10分钟内完成这起消费纠纷的调解。“原先的笔试、案例解析、形象展示、抢答等考试科目主要考验选手的基本素质，而模拟调解既包括对选手法律知识、口才等基础素质的考验，也包括对选手随机应变，实际调解经验等综合素质素质的考验，既要能够以理服人，又要能以情感人。”中国消费者协会投诉部副主任皮小林告诉记者。

记者了解到，模拟调解的考题来自中消协真实处理过的案例，选手想要在中消协真实处理过的案例，选手想要在“模拟调解”环节取得好成绩并不容易，因为直到进入备考厅他们才能拿到考题，知道模拟调解的案例背景，又必须在很短的时间内制定好调解方案。扮演消费者和经营者的两位律师有丰富的经验和法律知识，不会轻易接受调解员提出的调解方案，会为争取自己的利益积极辩解，并提出种种要求。这些都对选手的随机应变能力和知识经验有很高要求。

“不能认死理”

为了在10分钟内完成调解工作，参

赛的选手想尽了办法，或是晓之以理，或是动之以情，时而要竭力说服经营者拿出解决方案，时而又要说服消费者接受解决方案。尽管参赛选手们竭尽所能，真正调解成功的参赛者却不多。

代表厦门市消费者委员会参赛、在“模拟调解”环节拿到总分第一的选手王宁告诉记者，这比实际调解的难度还要高。一是时间太短，实际调解不会要求在10分钟内完成，而在比赛中，如果超时就要扣分；二是在实际调解中，可以宣布调解失败，建议争议双方走其他渠道解决。但是在考试中如果调解员主动宣布调解失败，无疑会大大失分。

拿到试题后，王宁判断这起纠纷是经营者合同违约，消费者占理。但考虑到消费者来旅游，拖家带口，不可能走诉讼渠道，因此拿出一个消费者承担20%、经营者承担80%的调解方案，让经营者有个台阶可以下，又最大限度降低了因经营者违约而致使消费者所蒙受的损失，双方也接受了这个调解方案。王宁也成功地在考试的10分钟内完成了调解。“如果是两年前的我，恐怕难以调解成功。近两年我从事的就是调解工作，厦门又是旅游城市，我参与处理了不少次旅游消费纠纷，算是积累了不少经验。”王宁说。

在赛后的点评中，担任评委的中国消费者协会原副秘书长武高汉表示：

“消费纠纷的调解不同于对法律的研究探讨，有的纠纷明显是经营者违法，但调解时不能认死理。像这次比赛预设的场景，如果直接终止调解，让消费者起诉，那消费者当天住哪里去？所以要站在消费者的角度考虑问题，为消费者争取尽可能多的权益，降低消费者的维权成本。这次的模拟调解考试，很好地体现了调解工作的特点。”

中国人民大学的范瑜教授长期从事纠纷解决研究，她表示，解决纠纷更多看重一些特殊理念和技巧，像这次的比赛题目，法律上没有争议，它考验的是纠纷解决的特殊技巧，在特定环境、特定背景下，如何真正地为消费者排忧解难。不能简单地告诉消费者“你有理，可以去哪里告状”，要让消费者在困难中得到实际帮助。

“调解的理念是双赢，双赢不是一定要让一方胜一方败，而是寻求第三种更有建设性的方法”。

强化投诉调解培训

对于参赛选手在“模拟调解”环节的表现，扮演消费者的律师胡永春和扮演经营者的律师赵敏都给予了较高的评价。胡永春表示，绝大多数调解员法律基本功扎实，在调解中能准确引用《合同法》、《消法》中的相关条文，有的则能另辟蹊径，用其他方式来解决问题。

赵萍则表示：“我感觉这些调解员都特别敬业，他们都想把这件事情给调解好，不过在调解技术上应该

还有改进余地，面对那些胡搅蛮缠的经营者时可以用灵活、刁钻的方式解决问题。”

经过连续4天的综合知识笔试、形象展示、案例解析、模拟调解、快问快答、抢答等六大环节的比赛，来自山东省淄博市周村区消委会的参赛选手连传鹏利用抢答环节上演大逆转，成功夺得调解技能大赛冠军。厦门市消费者委员会的参赛选手王宁、扬州市广陵区消费者协会的参赛选手李宏泉分别夺得亚军和季军。中国消费者协会授予获得一等奖的连传鹏等10名选手“最美消费维权调解能手”的称号。其他参赛的59位选手也分别获得二等奖和三等奖。

中国消费者协会副会长兼秘书长姜天波在赛后总结时表示，受理投诉是消费者协会的立会之本，也是联系广大群众的生命之源，调解消费争议是消费者协会化解消费领域社会矛盾，维护社会和谐稳定的重要手段，是法律赋予消费者协会的重要职责。作为消协人，只有具备一定的维权法律知识，熟悉必要的投诉和解技巧，掌握一定的投诉调解技能，才能及时有效地解决消费争议，维护消费者合法权益，维护社会公平正义，维护社会和谐稳定。今后，中国消费者协会将通过多种形式，不断强化投诉业务培训，不断完善投诉调解规范，不断推进投诉和解机制，让广大消费维权工作者在学习中进步、在实践中成长，全面打造一支满足广大消费者期待和满足推动企业诚信经营需要的消费维权队伍。

第二届全国消协组织投诉调解技能大赛现场



北京市消费者协会闫毓姗获得大赛二等奖



“三包”落地 观念需转型

十月的北京已有了些许的凉意，然而并没有阻挡消费者对汽车消费教育的热情。10月17日，“卓越品质·优质服务·安心消费—2013年广汽丰田汽车消费教育大讲堂”北京站活动在北京广汽丰田奥吉通丰瑞店举行。恰逢汽车“三包”政策正式接轨市场的时间节点上，本次消费教育大讲堂自然吸引了整个汽车业界及众多消费者的积极参与。

自10月1日正式施行以来，全社会围绕汽车“三包”的讨论声音不绝于耳。尽管汽车业界对“三包”细则均作了详细解读和说明，但消费者对具体的政策内容还依然存在较多疑惑。问题车辆须满足什么条件才能进行退换？当发生纠纷时又如何对车辆进行鉴定？2013“广汽丰田汽车消费教育大讲堂”北京站活动，不仅就三包政策的具体内容和对消费者购车、用车的影响逐一进行了解读，还通过各方专家现场的介绍与交流，力图使消费者对“三包时代”下的汽车产品与服务有更深入的理解。

实施更应结合实际

“三包”规定的意义就在于明确、细化以前一些模糊的问题，并让退车、换车、修理具有一定的可操作性，从而避免各方因缺少统一标准，在争议中导致消费者权益受损。然而“三包”中的个别规定却存在着不同的理解或模糊的

概念，细则实际操作中的复杂程度远没有条款中规定的那样明晰。比如“三包”规定中对于“30天退车”时间的规定。按照实际情况，从车主提车到使用，往往要经过上牌、验车、装饰等一连串过程。而且很多第一次买车的车主由于其所购车辆尚处磨合期，在30天内往往很少用，要想发现安全隐患几乎不可能。如此硬性的规定让很多车主觉得根本不符合实际。“再比如什么情况下才属于严重安全性能故障？具体哪些零部件能够纳入到“主要零部件”的范畴？”

对此北京市消费者协会副秘书长屈建辉认为，尽管如此，“三包”还是让消费者维权行为有了依据。“有规定总比没有规定好，早出台总比晚出台好。如果是一个非常完备的规定，那“三包”的出台很可能遥遥无期。因此社会要冷静、客观地看待现行的“三包”规定，期待不应过高。”

中国消费者协会副秘书长董祝礼认



为，“三包”细则毕竟只是维护消费者权益法律其中的一个，并不能对现实发生的具体问题照顾得面面俱到。因此单凭“三包”中的规定是不足以全面保障消费者权益的，在细则实施的过程中必须要结合实际情况，并且通过《消费者权益保护法》等相关法律联合执行，才能真正确保消费者合法权益不受侵犯。

服务理念要升级

中国消费者协会最新数据显示，

今年上半年，全国消费投诉量比去年同期增加了28%。在各个行业、各类商品当中，汽车消费投诉量的增长速度是相对较快的。以北京市为例，截至目前，2013年北京市消协的汽车投诉中不仅包含有质量问题、销售合同问题，更有数量庞杂的售后服务问题。

北京市消协秘书长董青就认为，“三包”政策实际上是给整个行业都划定了一条红线和底线。而从实际来看，现在已经有很多企业实行的服务，已经远远超过了这个基准线。“比如说汽车“三包”里面规定，保修不低于3年或6万公里，类似这样的规定我们很多企业早已超过了，有的是5年，有的是10万公里，这样一来，就能够给消费者一种更可靠、更有保障的感觉。”董青表示。

“其实我们在强调“三包”的时候，我个人理解不是一年两年和三年期限的规定，而是说我们应当给消费者一个可靠的质量保证。也就是说能否担保在最低的程度，上，保证消费者安全用车、合理用车，而且在用车的时候不用支付高额的维修费用。”北京市消费者协会投诉部主任郎丹柯认为，消费者购买汽车产品，其实买的并非是“成品”本身，而是它的使用价值以及相应的售后服务，而这个“服务”就决定了消费者对该产品在一定程度上的根本性感受。“三包”的出台是倒逼经销商真正提升素质，提高服务意识。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊表示，可能有些消费者有过度维权的现象，但大部分投诉还是汽车出了问题，包括在维修过程中出现问题，也有产品本身质量问题。但无论如何，经销商都要以平和的心态善待问题，本着解决问题的这种态度，看待这

种纠纷。

由此可见，“三包”政策实际给市场、给企业提供的是一种营销思路、管理模式和行业责任，僵化在“三包”服务的实施细则上是无法适应市场需求的。而“服务”本身看似无形，但与市场对接后，便可具象为可以调控、可供操守的行业准则，因此，只有不断升级这种“服务”，才能让消费者切实看到全行业、全社会的共同努力，才能切身感受到汽车文明的进步。

对此，广汽丰田汽车有限公司市场营销部部长陈道宏表示，在“三包时代”下，汽车制造者必须转变思想，以消费者为中心来评定品质的好坏，并努力提供高品质的产品和服务，让消费者在买车、用车过程中，真正做到省心、安心、放心。

消费观念要转变

汽车消费有了“三包”政策的法律支持，无疑是中国汽车产业的一大进步，然而倘若不能从消费理念上引导消费者科学、合理地使用车辆，再完善的法律体系都将是一片“浮云”。

“我们搞汽车消费教育，无非就是要向消费者传达这样一个信号，就是要进行科学、合理的消费。”董青指出，科学消费主要有三层含义，首先就是要“安全”消费，要保证车辆的出行安全，让消费者最大限度地避免受到伤害；其次还要保证“健康”消费，在选购车辆的时候，要尽量考虑到汽车尾气对个人、城市、自然的危害，确保不会因配件的不合理使用等问题拉响“健康”警报；最后还要注意“理性”消

费，要根据经济条件、道路设施等实际问题合理选择代步车辆，而不是要盲目攀比、冲动式的消费。“科学消费”理念的提倡得到了与会者的一致认同，不少嘉宾都表示，如何从源头上，也就是从整个消费行为的全过程中提升科学消费、文明消费的用车理念，将是今后整个社会需要反思和用心的重点。

消费教育要铺开

为了加大这种消费理念的接收面和理解程度，消费教育的全面展开和社会各方面的共同努力就显得尤为重要。

“对于消费者的宣传和引导方面，首先要使消费者明晰和知晓我们的权利和义务。”董青表示，以汽车“三包”为例，要对它做到真正了解、掌握它的基本知识，就需要消费服务领域的工作者们承担起消费安全、社会责任等宣传教育的职责。特别是对汽车“三包”的一些具体规定，因其是汽车消费服务的基本标准以及化解消费纠纷的主要依据，更需要进行大力解释、宣传和普及，从而提高全民的知晓率。

对此郎丹柯也建议，汽车行业能够对消费者加大消费知识的宣传力度，让更多的消费者了解汽车的使用知识、维护知识和保养知识，使汽车就像日常的电视机、洗衣机等最普通的商品一样，耳熟能详拿起即用。

因此从这个角度上讲，只有全面开展消费教育，才能促进消费者对政策的理解，实现消费者和汽车企业的双赢，进而促进全民汽车消费理念的提升，使我国汽车行业在更安全、更健康、更和谐的平台快速上快速发展。（张鹏 郝军）

消费者的事就是自家的事

——记延庆县消费者协会投诉部主任陈义东

王亚宁/文

静静流淌着的妫河映衬着深秋缓缓升起的朝阳，从八达岭长城之巅到官厅水库之畔，从险峻的海坨山到飘荡着袅袅炊烟的平原都在回荡着“关注消费热点，倾听消费维权，欢迎走近大东说消费”的声音。

朴实的延庆乡音，简朴整洁的装束，鼻梁上驾着眼镜挂满微笑的脸，他就是延庆县消费者协会投诉部主任陈义东。在延庆县明珠商场4楼的延庆县消协这个由一间房子、两张桌子、几把椅子和档案柜构成的办公室里，本刊编辑见到了这个在消协投诉部岗位上工作了12年的陈义东。多年来他总结了很多的解决消费纠纷的经验，在去年的“全国消协组织投诉调解技能大赛”中他还代表北京市消协系统参加了比赛并获得了个人三等奖的优秀成绩。

执着调解消费纠纷 被称为消费者的当家人

“说他是消费者的娘家人一点也不夸张，他就是我们消费者的当家人！”消费者沈建如是说。沈建女士花



陈义东

费两万六千元委托一家装修公司给自己家的房子装修，等装修完沈女士发现地板砖的颜色不对，有明显的色差，就找到了装修公司的法人理论，但是装修公司态度极其恶劣的告诉她爱怎么着就怎么着，随便去告。沈女士满心委屈的找到了延庆县消协，陈主任热情的接待了她。听完沈女士的遭遇后陈主任非常同情也非常重视，他立即联系了为沈女士装修的那家公司，希望经营者能够正视问题并对沈女士合理的赔偿，但是装修公司的法人代表却对陈主任提出的赔偿问题不予理睬，“消费者在这个案例中明显没有过错，经营者也明显存在着问题，不接受调解我们就走法律途径！”陈主任的这句话毫无疑问的给了沈女士

十足的力量，他帮着沈女士联系法院、司法局等多个部门准备起诉装修公司，这时候涉事的公司迫于压力终于同意了通过消协调解。最终经过陈主任苦口婆心的对双方做工作，双方同意了由经营者向沈女士赔偿4000块钱的调解结果，沈女士对结果非常满意，对本刊编辑说：

“要是没有陈主任这么热心的人，可能我这个纠纷就得不的了了了，真不知道该怎么感谢他！”

全力解决三农投诉 把消费者放在心上

延庆县是一个农业和旅游为主的大县，相对来说农民的维权意识比较差但又对这方面有迫切的需求，往往是遭遇了消费纠纷却无从解决，而农村走街串巷的游商也非常多，他们抓住了农民的这种特点专门把一些伪劣产品销售到农村，尤其是的种子、化肥等农资，可能会给农民带来巨大的损失。延庆县永宁镇四司村的王珍先生就遭遇了两次类似的事情。

王先生祖祖辈辈生活在延庆县永宁镇四司村，家境情况不是很好，但是一直勤勤恳恳的耕种着他们生活的这片土地。一天村里来了叫卖化肥的商贩，王先生正想买点肥料就去看了看，当时小贩跟王先生以及村里其他人说他的化肥的优势就是施一次就行了，中间不用追肥，省钱又省力，王先生被吸引了就买了小商贩十袋化肥，但是后来发现并不是像小贩说的那样，当季的玉米减产非常严重，一亩地能差几百斤，由于小贩不是外地人所以王先生就找到了小贩理论，但没有结果。后来他到了延庆县消协找到了陈主任，陈主任依然是热情的接待并受理了王先生的投诉。听完王先生的讲述后，他认为这是典型的消费欺诈，但苦于王先生购买化肥时没有索取发票等凭证，只能找小商贩协商一下，这种情况下如果小商贩不承认化肥是他卖出的话，消协将束手无策，好在当陈主任找到商贩的时候说明情况商贩承认了化肥是他卖出的，同时王先生将化肥样品送到了检测机构进行了成分鉴定，鉴定完后告诉王先生化肥有效成分含量与标准有一点偏差，没有达到标准，但王先生没能拿到检测报告，陈主任得知这一情况后，又跑到商贩那里对商贩进行劝导“你以后不是还得在这边卖化肥嘛，这事要是传出去谁还敢买你的化肥啊！你不解决了这个问题要真打起官司来可能你赔偿就更多了！”小商贩最终被陈主任说服，赔偿了王先生十袋化肥，王先生对陈主任非常满意，从此他心里头知道遇到消费纠纷找陈主任了。

又是一次播种时，田间四处忙碌着，王先生听说种子买的玉米种子

可以负责播种，价格就按照当地村里的价格来计算，就买了一些种子。但播种时却发现他们播种每亩地要收15块钱，村里都是12块钱，经过交涉种子同公司同意承担多出来的3块钱。后来王先生发现他们给播的玉米都是两三个种子在一起，这样既浪费了种子又要人工鉴苗，自己交涉无果后又想到了消协的陈主任，“陈主任这次帮我解决问题可费了大劲了，种子同公司就是不承认有过失，陈主任一次次的往镇上跑，从县城到镇上也几十公里呢，就我这个事他就跑了很多次，最后种子同公司才同意给我一百块钱的赔偿，一次次的帮我解决问题我又没办法感谢，后来我想给陈主任送一面锦旗，但他说我家境本来就不好，身体又有病花那些没用的钱干什么？这样的人才真是把老百姓放在心上的，这才是好干部！他就是咱消费者的主心骨！”王先生感激的说。

《大东说消费》 创新消费教育模式

虽然陈义东主任已经成为了远近闻名的消费纠纷调解能手，但是他却一直在想一个问题，怎么能让消费者避免消费纠纷呢？“你调解能力再强，解决问题的手段再高明，也不如让消费纠纷不发生，所以强调消费教育让消费者懂得怎么选择商品或服务，知道出现问题后如何去维护自己的合法权益是我们应该做的事”陈主任告诉本刊编辑。在消费维权的这条路上的不断探索过程中，他发现虽然消协印刷了很多的宣传材料教给消费者消费知识，也起到了很好的效果，但是他还是对效果不太满意，这

时候他想到了媒体，“媒体覆盖面比较广，而且成本相对来说也比较低廉，对于扩大消费教育的影响来说肯定会有非常好的效果”他说。想到就做，这就是他雷厉风行的性格。随后他找到延庆县广播电台并获得了支持，延庆广播电台专门开辟了一档叫做《大东说消费》的栏目。

节目正式播出以来，收到了超出预期的效果，这令陈义东非常高兴，也得到了北京市工商行政管理局延庆分局的大力支持，通过村村通广播的“大喇叭”将《大东说消费》和工商部门的一些消费教育活动扩散到了延庆县的所有城乡和村落，从此“大东”成了延庆县家喻户晓的人物。延庆县旧县镇东羊坊村的周顺忠对本刊编辑说：“你说陈义东我不知道，你要是说大东我可清楚，不就是那个广播里天天给我们讲消费案例的陈主任嘛，这节目不错，咱老百姓就需要有这些最贴近老百姓的宣传方式，不管在家待着还是在地里干活都能听到，感觉消协就在咱身边。”

当本刊编辑问陈主任解决消费纠纷有什么技巧时，他告诉我们“其实啊这个消费纠纷调解工作就没有技巧，关键就在于你怎么看待他，你要是把他当成自己的事去做就有了动力和激情了，把心放的离老百姓近一些，问题基本上都能解决。”

当前正在深入开展党的群众路线教育实践活动，中央号召全体党员干部切实走好“群众路线”，我们认为，像陈义东这样时刻把老百姓放在心上，把老百姓的事当成自己的事来做，用实际行动践行党全心全意为人民服务的宗旨，这就是实实在在的“群众路线”。

北京市消费者协会网购户外功能性服装比较试验结果

近年来，随着服装市场竞争的激烈，各路商家为了迎合消费者的需求，寻求更好的商机，不断地在服装的功能性方面做文章，许多服装生产企业生产了不同类型的户外功能性服装并很快地推向市场，受到了消费者的青睐。所谓户外功能性服装就是比普通服装增加了一些特殊的功能，主要是防风、防水、保温性、防紫外线、远红外线及吸湿速干等，由于这类服装在加工过程中要有一定的技术含量，在制作成本上也会有所提高，这些方面在其销售价格上都有所体现，特别是一些品牌服装的销售价格令人咂舌。户外功能性服装除了传统的销售方

式外，网络平台营销渠道也占据了很大的份额。网络购物在带给消费者便捷生活的同时，也存在着以次充好、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。为了解经营者宣称的所谓服装的功能性究竟是否具有其真正的功能，是否符合国家相关标准的要求，保护消费者的合法权益，科学引导指导消费，北京市消协对网络购物平台上销售的户外功能性服装进行比较试验。

1 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，从一号店、当当网、好乐买、京东商城、库巴、梦芭莎、上品折扣、淘宝网、天猫、亚马逊、GAP官网、银泰网等网络购物平台随机购买，样品涉及北京、浙江、上海、福建、广东、江苏以及山东8个省市33家企业生产或经销的40件户外功能性服装样品。

2 试验标准及项目

本次比较试验委托国家纺织制品质量监督检验中心，依据GB5296.4-1998《消费品使用说明 纺织品和服装使用说明》、GB18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》，对样品的产品使用说明、纤维含量、pH值、甲醛含量指标进行测试；依据GB/T 21295《服装理化性能的技术要求》、FZ/T64010《远红外发射率》、GB/T18830《防紫外线性能》、FZ/T73023《抗菌针织品》，GB/T20944.1~2《抗菌性能》、GB/T21655.1《吸湿速干性》等标准对样品的商品明示及宣传材料标注的功能性项目进行测试。比较试验结果只对购买的样品负责。

3 测试结果

经测试，本次比较试验40个样品中22个样品有测试项目不符合国家标准要求。比较试验结果显示：半数样品功能性宣传言过其实，尤其是标榜吸湿速干的服装存在涉嫌虚假宣传问题，主要表



现在：产品使用说明信息缺失、标注不准确；纤维含量实测与标注不符；产品宣传的功能性不达标，具体如下：

1、产品使用说明。产品使用说明是消费者在使用产品时的重要媒介，也是消费者对所选商品知情权及维护自身权益的重要依据。产品使用说明是我们国家强制标准要求的内容之一。本次比较试验40个样品中有5个样品不符合国家标准要

求，占样品总数的12.5%，主要问题是没有中文标识或标注不准确。

2、纤维含量。功能性服装的特点是面料采用的纤维比较单一，以单组份化学纤维居多，不易出现问题。经测试，40个样品中有3个样品该项目实测与标注不符，占样品总数的7.5%，具体如下：

序号	标称生产企业	标称品牌	网络商品名称	商品编号	纤维含量%		销售网站
					明示	实测	
1	广州九野户外用品有限公司	Civitis希维途	Civitis希维途 户外超薄皮肤衣 防水防紫外线长袖男女款皮肤风衣	12185/12285	面料：锦纶100	面料：聚酯纤维100	天猫/希维途旗舰店
2	台湾迪卡侬有限公司制造商：上海莘威运动用品有限公司	迪卡侬	迪卡侬正品 冲锋衣男/三合一两件套/抓绒情侣冲锋衣套装	8157159	外衣：成分：聚酰胺100 内胆：成分：聚酯100	外衣：面料 锦纶100（涂层除外） 里料：聚酯纤维100 内胆：成分：聚酯纤维100	天猫/迪卡侬旗舰店
3	未明示	jack wolfskin 狼爪	正品jack wolfskin狼爪冲锋衣男两件套透气保暖登山服防水滑雪服	1101552	面料：锦纶100 里料1：锦纶100 里料2：涤纶100 面料：锦纶87 弹性纤维13	面料：锦纶100 里料1：聚酯纤维100 里料2：涤纶100 面料：聚酯纤维96.3氨纶3.7	淘宝网/川山户外

3、pH值、甲醛含量。这是服装产品的安全性指标。经测试，所有样品这两项指标均符合国家标准要求。

4、功能性项目。
功能性项目是本次比较试验的检测重点，根据样品的标示，测试范围包括抗紫外线性能、吸湿速干性、防水性能、透气性能、抑菌性能、抗静电性能、保暖性能等。经测试，40个样品中有21个样品功能性测试项目不符合国家标准要求，具体如下：

（1）抗紫外线性能。本次比较试验40个样品中有7个样品标示了防紫外线功能，经测试，只有Civitis希维途牌样品该项目不符合标准要求：



标称生产企业	标称品牌	网络商品名称	商品编号	紫外线防护系数UPF		销售网站
				标准要求	实测	
广州九野户外用品有限公司	Civitis希维途	Civitis希维途 户外超薄皮肤衣 防水防紫外线长袖男女款皮肤风衣	12185/12285	> 40	15	天猫/希维途旗舰店

(2) 吸湿速干性。吸湿速干性是指衣物把身体产生的汗水迅速吸收, 尽量排向外层并尽快挥发, 使身体尽量保持干爽的性能。本次比较试验中该指标的测试项目包括滴水扩散时间、吸水率、芯吸高度、蒸发速率、透湿。GB/T 21655.1-2008《纺织品吸湿速干性的评定第1部分: 单项组合试验法》以织物对水

的吸水率、滴水扩散时间和芯吸高度表征织物对液态汗的吸附能力; 以织物在规定空气状态下的水分蒸发速率和透湿量表征织物在液态汗状态下的速干性。

本次比较试验40个样品中, 34个样品标示具有吸湿速干性能。经测试, 16个样品吸湿速干性能不符合标准要求:

序号	生产单位	商标	商品编号	网络商品名称	吊牌商品名称	明示功能或指标	不符合项	销售网站
1	广州九野户外用品有限公司	Civitis希维途	12185/12285	Civitis希维途 户外超薄皮肤衣 防水防紫外线长袖男女款皮肤风衣	男款皮肤风衣	防紫外线、速干、排汗	滴水扩散、吸水率、芯吸高度	天猫/希维途旗舰店
2	广州九野户外用品有限公司 监制森然国际集团(香港)有限公司 授权	Civitis希维途	12703-1	Civitis/希维途 冲锋衣冬季正品 防水两件套 羽绒棉内胆滑雪服男	男款冲锋衣	透气 超强防泼水 快干	滴水扩散、吸水率、芯吸高度、透湿	天猫/希维途旗舰店
3	北京山林路户外体育用品有限公司	BOULEVARD 山林路	111314539	山林路 户外抓绒衣 防风保暖透气 冲锋衣内胆 男外套 正品特价清仓	比萨男款抓绒衣	超强保温 超强透气、超强吸汗、超强抗菌	滴水扩散	天猫/山林路户外旗舰店
4	北京山林路户外体育用品有限公司湖北亚利服饰有限公司	BOULEVARD 山林路	212444027	山林路 户外秋冬三合一冲锋衣 含抓绒两件套 防风加厚保暖 女	忠尼女式套绒冲锋衣	防水 透气 防风	透湿	天猫/山林路户外旗舰店
5	厂名: 江门市腾成制衣厂 中国总代理: 第一户外(中国)有限公司	THE FIRST OUTDOOR 第一户外	6110017	第一户外 第四代 防风防雨透气保暖 两件套女款冲锋衣 含抓绒三合一	女冲锋衣	water repellent moisture vapor	透湿	天猫/THE FIRST OUTDOOR 旗舰店
6	湛江市玛雅旅游用品有限公司	KAILAS凯乐石	20-167-4564	KAILAS凯乐石女士三合一冲锋衣(发现)KG121591 碧蓝, L号	外件: 女装三合一冲锋衣(发现)内胆: 女款抓绒衣	sweat vapor、wind proof、water repellent、water proof	透湿	银泰网
7	厦门翊安体育用品有限公司(中国总经销) UK AIRTEX GROUP LIMITED	AIR TEX亚特	0050849939	AIR TEX/亚特 防水透气潮牌厚夹克 外套男士滑雪服	男士滑雪服	waterproof 3000MM windproof breathable 3000MVP	透湿	1号商城/AIR TEX 旗舰店
8	新丽运动用品(珠海)有限公司广州分公司	NIKKO 日高	0068562356	NIKKO 日高户外休闲冲锋衣连帽外套 男装 WEA-3170011001黑L	男装专业旅游家连帽外套	高透气度、防风、防水	透湿	1号商城/NIKKO 品牌旗舰店
9	泉州市雷凯德电子商务有限公司	Laynos/雷诺斯	0066844506	Laynos/雷诺斯 秋冬新款冲锋衣女士保暖外套休闲户外冲锋衣女士户外登山服	外件: 冲锋衣内胆: 摇粒单衣	防紫外线、防泼水、防水 5000mm、透湿 4980Gr/24H、防风	透湿	1号商城/雷诺斯旗舰店
10	广州摩拉贸易有限公司	零一佰	420712461	户外探险防风防水防污保暖两色拼接女冲锋衣	户外探险防风防水防污保暖两色拼接两件套女冲锋衣	防泼水、透气、防油污、防干污、保暖	透湿	梦芭莎

11	未明示	jack wolfskin 狼爪	1101552	正品jack wolfskin 狼爪冲锋衣男两件 套透气保暖登山服 防水滑雪服	未明示	waterproof 6000mm very breathable MVTR 9000g/ m2/24h	透湿	淘宝网/ 川山户外
12	生产商：德州瑞博服 装有限公司监制：德 国佳斯特体育用品有 限公司 亚洲事业部代 理商：上海佳斯特体 育用品有限公司	JAST佳斯特	7000566441	JAST佳斯特户外 冲锋衣 男款 防水 防风冲锋衣黑色 18010	冲锋衣	breathable 8000g/m2/24h、 impermeable waterproof 10000mm、anti- splash 4、isolation insulation 7	透湿	库巴COO8
13	上海唯游体育 用品有限公司	唯游	1006232912	唯游weveyoo 户 外冲锋衣女款 两 件套 防风防水透 气保暖登山滑雪服 红色	女士冲锋衣	保暖透气5200g/ m2/24h、防水 8630mm透气 (指标在网上)	透湿	京东商城/唯游 户外旗舰店
14	厂名：新会沛邦发展 制衣有限公司经销 商：太古资源（上 海）商贸有限公司	Columbia哥伦 比亚	16940849	Columbia 男式 防 污防水冲锋衣三合 一外套	三合一休闲服	waterproof/ Breathable	透湿	好乐买/ Columbia 品牌店
15	广州久迪贸易 有限公司	DEEKO 迪高	B00B0A2RGE	DEEKO 迪高 户外 冲锋衣 男两件套 抓绒内胆 1202	迪高男款冲锋衣 传奇	防水、防风、 透气、内胆透气、 无静电	透湿	亚马逊/DEEKO 迪高户外 旗舰店
16	厂商：江苏省阿珂姆 野营用品有限公司代 理商：上海乐为体育 用品有限公司	ACOME阿珂姆	C7161	阿珂姆 古鲁帕男 式防水透气快干两 节裤速干裤新品 AG121P1001 (岩 石灰色) 185	古鲁帕男式快干 两节裤	吸湿快干 抗紫外40+	滴水扩散、 芯吸高度	当当商城

（3）防水性能。本次比较试验测试了样品的表面抗湿性和抗渗水性，即沾水和静水压指标。40个样品中有30个样品标示了该功能，经测试，有6个样品该指标不符合国家标准要求：



序号	生产单位	商标	商品编号	网络商品名称	吊牌商品名称	销售网站	沾水（级）		静水压（mmH2O）	
							标准值≥	实测值	标准值≥	实测值
1	泉州市雷凯德电子商务有限公司	Laynos/雷诺斯	0066844506	Laynos/雷诺斯秋冬新款冲锋衣女士保暖外套休闲户外冲锋衣女士户外登山服	外件：冲锋衣 内胆：摇粒单衣	1号商城/雷诺斯旗舰店	4	2	5000	653
2	广州摩拉贸易有限公司	零一佰	420712461	户外探险防风防水防污保暖两色拼接女冲锋衣	户外探险防风防水防污保暖两色拼接两件套女冲锋衣	梦芭莎	4	2		
3	惠州市腾辉制衣有限公司中国总代理：第一户外（中国）有限公司	THE FIRST OUTDOOR 第一户外	06210018	美国第一户外 第四代防风防雨透气保暖两件套 冲锋衣	男冲锋衣	淘宝网/第一户外			20000	7613
4	未明示	Haglofs火柴棍		北欧小众 哈驴 Haglofs Lizard火柴棍户外弹力快速干超轻软壳裤 男	未明示	淘宝网/哈驴户外淘宝唯一店	4	3		
5	上海唯游体育用品有限公司	唯游	1006232912	唯游weveyoo 户外冲锋衣女款 两件套防风防水透气保暖登山滑雪服 红色	女士冲锋衣	京东商城/唯游户外旗舰店	4	3	8630	2021
6	生产商：骏宏（尚飞）制衣有限公司经销商：福建省呈威体育用品有限公司	DUNLOP	21109111	DUNLOP专柜正品2012外套	男单风衣	上品折扣	4	3		

（4）透气性能、抑菌性能、抗静电性能、保暖性能。本次比较试验中，标示有透气性能、抑菌性能、抗静电性能、保暖性能的样品全部符合国家标准要求。

此次比较试验需要特殊说明的是，购于网络购物平台“好乐买”的2件标称Columbia哥伦比亚牌的样品（一是售价为1199元，商品编号为16940849，货号为PM7759的男式防污防水冲锋衣三合一外套样品，该样品经测试透湿指标不符合国家标准要求，二是售价为1169元，商品编号为16950928，货号为PM5388的男式休闲棉服样品），品牌代理商太古资源（上海）有限公司在收到我会结果通知，参加结果通报会后曾先后两次回复我

会，第一次回函（5月23日）称：“我方是Columbia品牌在中国的唯一总代理商，所有未经我方授权在中国进行销售的Columbia商品都为非法的假冒货品或走私品”、“贵方用于测试的货品购自网购平台‘好乐买’，但我方从未与好乐买签署过供销合同，也严禁经销商与任何网购平台交易，故从我方角度，认为‘好乐买’为非法经销商，其经营的货品并非正规合法货品”、“基于上述情况及贵方对样品的测试结果，我们判断此两款被抽检的货品为假货，或者是从其他国家走私流入中国市场的非法Columbia货品”、“请贵方帮助共同打击类似‘好乐买’这样经营非法商品的销售平台，以保护消费者权益，维护

正常市场秩序”。

收到回函后，我会要求该公司向我会提供正式的鉴定材料，太古资源（上海）有限公司第二次回函（6月4日）称“经查，上述样品的外观及商品吊牌与我方经营之正品货物无显著区别，但因某些高端仿冒货品的制作工艺已达到以假乱真的程度，并且商品吊牌、货物条码电子信息等都是公开资料，极易仿冒，故不能断言上述样品的真假，或是否属于正规合法销售的货品”、“如核查结果上述样品的确来自我方销售渠道，我方将协调品牌方和生产工厂进一步完善产品品质的控制，为消费者提供

更为优良的商品品质”。

4 网购平台销售户外功能性服装的质量状况

本次比较试验我会采取全部样品从网购平台购买的方式开展。网店由于经营成本低，价格与传统的购物渠道相比具有一定的优势，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，具体如下：

表1 按涉及网络平台的检测结果统计情况

序号	网络平台	所属地区	涉及品牌 (数量)	质量符合数量
1	一号店	上海	3	2
2	当当	北京	2	0
3	好乐买	北京	2	1
4	京东	北京	3	1
5	库巴	北京	2	0
6	梦芭莎	广州	1	0
7	上品	北京	2	1
8	淘宝	浙江	5	3
9	天猫	浙江	6	4
10	亚马逊	北京	3	1
11	GAP	上海	1	1
12	银泰	浙江	3	3
总计	12		33	18



在网络购物平台购物分为品牌旗舰店和一般商户在网络平台自开的店铺。从表2可以看出品牌旗舰店与其他商户所销售的功能性服装质量都不高，合格率均在50%以下，说明在售的户外功能性服装存在着较为严重的质量问题。

5 提醒消费者

- 1、消费者购买服装时首选规模大、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效的维护自身的合法权益。
- 2、消费者选购户外功能性服装应了解什么是功能性服装及服装的特殊功能，并按照自己的实际需求选择适合自己需要的服装，不应盲目追求名牌和相信商家对所谓功能性的夸大宣传，同时，对商家的功能宣传及价格要多做比较，理性消费。

表2 网络平台店铺分类表

供货商名称	品牌数量	商品数量	质量符合数量
品牌旗舰店	16	21	9
其他商户	17	19	9

选购电热水器需“十看”

热水器已是人们家居生活中不可缺少的家用电器，电热水器作为热水器中重要的品类，一直受到消费者的青睐，有数据显示，目前电热水器的市场份额已经占到了约60%左右，高于燃气和太阳能热水器。

日前，消费者对于热水器的关注，不仅仅局限于其基本的安全性能，还会考虑到热水器的日常保养、加热效率、节能保温等问题。针对消费者上述需求，目前市场上已有品牌推出带有“智能保养提示”功能的集速热、储热为一体的速热储水式电热水器。就电热水器而言，市场上电热水器类型还有储水式电热水器、即热式电热水器供消费者选择。

为帮助消费者选到安全适用的电热水器产品，中国消费者协会提醒广大消费者注意“十看”：

1 不仅看安全，还要看定时保养。

消费者在选购电热水器时，除了要考虑热水器基本的安全性能，如生产厂家是否有3C认证标志、是否有接地保护、防干烧、防超温、防超压装置四项常规保护等；更需要考虑到电热水器长时间使用后老化与耗损可能带来的安全隐患，因此要使用具有定期保养功能的热水器。目前，市面上已推出了具有“智能保养提示功能”的热水器，它可以实现自我“保养”，以提高产品的效能和寿命。另外，当该类

型电热水器出现问题时，系统第一时间会发出保养提醒，用户只需要拨打电话，就会有专业人员上门对热水器进行全面养护。而从安全性能的角度出发，消费者还应该注意家里的用电和供水情况是否适合所选产品的使用。市面上已有产品拥有PS安全系统，机器一旦遇到故障，能够瞬间自动三极断电，以实现更彻底的安全保护。

2 不仅看除垢清洁，还要看便捷性。

为了避免热水器因缺乏保养而产生安全问题，也为了实现及时除垢，延长热水器使用寿命，市面上带有“智能保养提示”功能的产品已得到越来越多消费者的关注。由于热水器长时间在70-80摄氏度的水温状态下工作，即使是水质好的地区，电热水器内胆中的阳极棒消耗有效性也会降低，不及时保养会出现水中杂质侵蚀内胆的现象。因此，除垢功能显得尤为重要。消费者要注意日常清理和定期保养电热水器。但由于热水器的拆卸清理需要专业的工具，消费者自己并不能有效地进

行日常的维护与保养。所以刚刚提到的带有“智能保养提示”功能的产品，就可以实现热水器的“自我保养”。该产品根据用户家的水质自动设定防护强度，主动释放出防护性离子，与水中侵蚀性离子进行中和，以达到保护内胆的作用。阳极棒消耗有效性过低时，电热水器会出现“需保养”字样，向消费者预警提示采取措施该产品。新增的IMM内胆智能保养提示系统就像一名称职的安全卫士，可以根据用户家的水质自动设定防护强度，主动释放出防护性离子，与水中侵蚀性离子进行中和，以达到保护内胆的作用。同时，该系统也定期监测热



水器中的阳极棒消耗有效性，抵御热水器内胆被腐蚀的风险。另外，用户也可使用“保养自检”功能，随时对内胆被防护状态进行检测。

3 不仅看水量，还要看加热效率。

最好选择速热、储热“二合一”的产品，因为这样可以源源不断提供舒适热水，便捷洗浴。以往储水式热水器，加热速度慢，供水量大则需要机身庞大的储水箱；即热式热水器虽然加热速度快，但出水相对较少，造成的电压负荷也大。因此，为了满足消费者对舒适热水的需求，当前市面上已经推出带“快进键”的热水器，其特有速热变容、MAX增容系统。据了解，“速热变容”系统中的专利双棒分离技术，可实现半胆速热；而“MAX增容”以其特有的加热系统结构设计，能有效实现接力加热效

应，可连续提供多至4倍热水器容量的热水。

4 不仅看节能，还要看智能性。

电热水器使用频率高，节能的电热水器更省钱。选择节能电热水器可从三点入手：一是选择具有快速加热技术的产品。如市面上带“快进键”的集速热、储热为一体的电热水器就实现了加大大提速，无需提前预热或减少预热次数，避免了重复加热过程中的热量散失，从而降低耗电量。二是选择那些达到一、二级能效标识的产品。电热水器能效等级就是代表节能情况的意思，一级能效为最节能产品、五级能效为节能最差产品，二级能效等级为国家设定的节能产品，因此一般建议消费者选择二级能效以上的产品，节能效果好。三是选择可以智能节能的产品，市场上已有热

水器推出了AES自适应节能系统，该系统可以连续记忆消费者家中21天的动态用水记录，自动精确判断用水习惯，适时自动预先加热，实现享受舒适热水生活的同时也不必为高耗能烦恼。

5 不仅看外观，还要看保温效果。

挑选热水器时，在看外观的同时，更重要的是要考虑到内部保温效果对耗电量的影响。所以消费者选择产品时要看储水箱保温效果，以实现在待机状态下的减少热量损失，减少再加热次数及用电量。一般情况下，在电热水器能效等级相同情况下，保温层越厚、保温材料的密度越高则保温性能越好。现在有的产品已经使用环戊烷材质的保温层，这种材料不仅保温效果更好，而且材质更加绿色环保。（中国消费者协会）

网店有“信用认证”也要核实真伪

网上购物，如何判断商家的诚信度？“网购达人”们可能会留意到，如今不少购物网站上的网店都在首页显眼处贴出了标注为中国互联网协会信用评价中心“信”字的网络信用认证标识，这成了不少消费者判断网络商家诚信度的重要依据之一。可是，这网络信用认证标识也不一定都是真的，近日，桂林工商部门就查处了一起网店卖家使用假冒信用评价标识的案件。

近段时间，中国互联网协会信

用评价中心授权北京至诚网络信用管理公司向桂林工商部门举报，一家注册地址在桂林的淘宝网卖家在没有取得官方认证的情况下，私自复制他人的网络信用标识为自己的网店做宣传，招揽生意，误导消费者。桂林工商局双生分局生产要素所执法人员接到举报后详细了解了相关情况。经了解，北京的这家网络信用管理公司是经过中国互联网协会信用评价中心授权，主要负责对网店商家进行信用评价的一家机

构。网店信用评价的程序是，网店商家向该公司提出申请，由公司专业的评价团队通过调查了解对商家的申请予以审核，达到一定的标准方可通过认证，不达标者将退回申请。

根据举报人提供的线索，10月26日上午，工商执法人员来到位于市上海路一家酒店式公寓4楼的一间房内。走进房间才发现，这里并不是居民住房，而是一家网店的工作室。记者看到，房间的中间摆放着

数台电脑，几名客服人员正在电脑前于客户交流，旁边的桌子上摆放了几十双各式各样的样板鞋，这些皮鞋就是这家网店销售的产品。

当执法人员要求工作人员打开网店的首页，马上发现在右上角的醒目处贴有明显的由中国互联网信用评价中心的红色圆形的网络信用标识，旁边还标明网络信用评级为A，当执法人员要求该老板提供标识的证书时，老板却提供不出。执法人员询问这个标识是哪里来的时，网店的老板直言不讳——“从别的店铺里找来直接复制上去的。”这位老板承认他的店铺并没有真正

取得中国互联网协会的信用认证，之所以使用这个标识是为了更好的吸引顾客，谈生意。这位老板还交代，他曾经向该协会提交过认证申请但没有得到通过，后来就干脆想出了投机取巧的办法。据他说，标识是一个月以前在其他网店直接截图复制的，自从贴上了这个信用认证标识后，网店的生意确实好了不少，成交量也比以前高了许多。

“我原来没想过这样的行为居然也是违规的”老板说。

工商执法人员介绍说，根据国家《反不正当竞争法》的相关规定，这位网店店主的行为已经涉嫌

虚假宣传、误导消费者。目前，桂林市工商部门对网上的监管力度在逐步加强，许多网上的违法行为都可以适用现实中的法律法规。执法人员当场责令其立即改正违法行为，撤掉虚假的信用标识。目前，此案还在进一步调查处理中。工商执法人员提醒广大消费者：一般由互联网信用评价中心认证通过的网店，在该中心的官方网站上都可以查询到目录，因此消费者在网购前看到有这些“信”字标识时，可以先在官网上简单的查询一下标识的真伪后再考虑购买。(桂林市工商行政管理局)

网购团购十大消费陷阱及警示

网络购物是借助网络实现商品或服务从商家/卖家转移到个人用户（消费者）的过程，据相关统计，2011年中国网络购物市场交易规模接近8000亿，达7735.6亿元，占到社会消费品零售总额的4.3%。预计到2015年我国在线购物市场规模将超越美国，达到2万亿元人民币（约合3150亿美元），2016年则达24000亿元。

广大消费者在体验网购的便捷、实惠的同时，却也经常遭遇网购陷阱。在网购时如何防骗，在此特为广大消费者揭秘网购诸多陷阱，保护消费者合法权益。



陷阱一： 钓鱼邮件

张先生每周末都定点将支付宝上的钱转到银行卡上，有一次，当他刚操作完所有的步骤后，突然收到了一封电子邮件，提醒提现失

败，并附带文字与链接内容。张先生没多想就点了链接输入了账户与密码进行登录，然后重复操作了一次提现步骤。第二天却发现卡里的钱没有了，于是致电给淘宝网查询，方知道自己受骗了，原来那封电子邮件是骗子发过来的诱饵。

消费警示：网络上利用电子邮件进行钓鱼是一种新型的网络骗局，骗子恶意模仿支付宝提醒付款邮件信息内容，用户如果不仔细看发件人地址，极易上当受骗，消费者务必要谨慎处理。

陷阱二： 钓鱼网站

刘小姐刚打开电脑，弹出了一个窗口，上面显示：“你要的那件服装只剩样品了，你看要不换成其他款式，上线来我发你链接再挑挑如何？”刘小姐点击了卖家发给她的链接，不多久，刘小姐的账户已经无法登陆淘宝网了，提示：密码不正确，刘小姐的密码已经被窃取了。

消费警示：在购买过程中，买家和卖家充分沟通非常必要，不过，买家坚决不要从他人提供的网址链接进入购买。当不确定对方发送的付款网页是否安全时，可以先在登录框内连续多次输入错误的用户名和密码，如果此时还可以登录成功，说明该网站可能套取你的密码。

陷阱三： 故意拖延发货导致自动打款

网购的基本流程是：选货、付款、发货、确认收货、打款、评价。在卖家发货十天后，如果买家还未确认收货，系统就会自动打款。有些骗子正是利用这一点，编造各种理由来延迟发货，请买家耐心等待，10天过去后，支付宝自动将款划到卖家账上，导致骗局得逞。

消费警示：消费者付款后就要联系卖家，催促发货。如果临近10天还未收到货，就要去退款，取消交易。注意跟踪“查看物流”，避免卖家根本没有发货的情况。

陷阱四： 收到的货物货不对板

买到的商品与广告展示的商品不一样，货不对板，包括：有色差，电脑的图片有时候看起来很漂亮，拿到实物，却又不一样；二手货；尺寸不对问题等。

消费警示：学会使用搜索功能，找到需要的商品后，不要着急拍下。先多给店主留言，和店主交流，确定邮费和交易商品的一些细节问题。要充分利用留言功能。一方面，留言是你了解要买的东西最好的途径，东西的质地、号码、功能、售后服务、有没有保修；另一方面，沟通好的话不少店主还会给你一个更好的折扣。更重要的是通过回答可以知道货主的责任心、售后服务、甚至可以看出是不是骗子。

陷阱五： 商品虚假打折

有的购物网站中，东西看着便宜，但买到手时算算总账，加上运费，就不像想象中那么划算了。有些网站的标价动辄5折甚至3折，其实所标的原价都会比网下的要贵，而对大家耳熟能详、对价格比较清楚的产品标很低的价位，给人造成这个网站非常便宜的假相。其实多数其他商品并不合算，甚至还会超出实体店折后价，总账算下来，网

站的利润非常高，消费者买的可不划算。

消费警示：消费者怎么避免上当？尽量多逛，不管网上网下，要对你所要购买的东西行情有个大概了解，到实体店看看到底多少钱，然后再确定它在网上买确实便宜，而且质量过硬，再下手。

陷阱六： 商家对所售商品 不予“三包”

消费者购买的商品出现问题，联系商家，商家拒绝对所售商品实行三包服务或百般推诿责任。

消费警示：消费者注意保存有关单据。商家送货时，应注意核对货品是否与所订购商品一致，有无质量保证书、保修凭证等，同时索取购物发票或收据，以便在遇到所购商品与广告宣传不一致时要求退货。

陷阱七： 不用支付宝， 要求汇款到个人账户

有些骗子会找各种理由，不使用支付宝，比如说支付宝系统暂时坏了等理由，然后要求你直接汇款到对方账户上。另外，支付宝具备即时转账功能，如果店家给你支付宝账户，要求你直接转账，也要警惕。

消费警示：消费者应坚持使用支付宝和购物链接，万一出现交易纠纷，才能确保购物安全。

陷阱八： “秒杀”商品骗局

“秒杀”商品价格太诱人，平时几十元甚至上百元的东西，在某一时刻，仅售1元、10元，消费者疯狂刷屏，拼血抢购，大赚便宜，惊心动魄。但是，秒杀也有陷阱，比如1元抢下来的商品，却发现运费要50元，远远超标；还有秒杀商品居然不实行三包，没有质量保证。

消费警示：消费者不要激动，要淡定，想清楚。秒杀的商品是否是自己需要的；浪费时间刷屏和等待是否值得；对于秒杀的商品是否有附加条件一定要看清楚。

陷阱九：
物流霸王条款多商品损失难

赔偿

物流也越来越成为网购纠纷中突出的问题，快递变慢，甚至快递过程中造成商品丢失、损坏，但消费者难以得到合理赔偿。其表现为，商家和快递公司互相推诿责任；快递公司规定不按商品的价值，只按运输费用的几倍赔偿；快递公司自行规定消费者签字后再验收，验收发现商品缺失或损坏，又以其已签字为由拒不承担赔偿责任；快递公司在自己制定的格式合同中，限制消费者的索赔时效等。

消费警示：消费者应尽量优先选择“货到付款”的方式，在验货

后确认无误再付款。

陷阱十：
个人信息被出卖、泄露

消费者在网购时有时输入自己的住址、联系电话等，有些不良商家把消费者的电话、住址、职业等身份信息泄露或出卖，但是作为普通消费者，根本没办法获取这方面的证据，受到损失后索赔困难。

消费警示：消费者在网购时要有维权意识，注意身份信息的保护，防止不法网站泄露身份信息。等。（湖北省武汉市消协）

警惕网购新陷阱

国庆临近很多消费者因为网购的方便和实惠都选择了网络购物。殊不知网购存在隐患需要谨慎对待。近期网购的投诉成为热点问题，在此顺义消协提醒广大消费者注意警惕网购新陷阱。

第一类：团购低价物品。这类“团购”网站一般采用同一套模板，大多只留有一个手机号码或者400免费电话，此外这些网站建站时间都没超过20天，但网站却显示已经有好几百人甚至上千人购买。

第二类：出售某某高科技商品。据了解，此类钓鱼网站大多会自称是某某科技软件公司，并且编造大量的虚假广告宣传商品，在网站显眼处会显示已经帮许多用户发

货，以此激发消费者的购买欲望。此外，网站大多以“货到付款”为噱头，但往往无货可发。

第三类：假冒QQ好友骗钱。如果你在QQ聊天过程中收到陌生人留言祝福信息，让拨打某个号码来收听，或者莫名地收到QQ好友发送信息让帮忙购买某物品时，这说明你的账号和密码可能被骗子盗取。随后骗子会假冒用户的亲朋好友，以突发事故为由骗其汇款；借充值平台，以QQ好友的名义诱导用户购买充值卡，或让你拨打指定电话，以此骗取高额话费。

第四类：模仿热门知名网站。不法分子模仿市场上热门知名网站



建立仿冒网站，页面几乎可以以假乱真。

提醒，遇有网购退款事宜，应注意辨别网购退款客服电话的真实性，且应当在官方网站上寻找客服电话，勿直接搜索查找。同时保护好账户密码，提高警惕性，给自己的网购上锁。

（顺义区消协）

购买汽车时请留意首保凭证

近日，象山丹城消保委处理了几起有关消费者购买汽车使用一段时间后要求汽车4S店进行首保被拒的投诉，焦点都在于汽车的首保凭证不见了。在此，消保委提醒广大消费者在购买汽车时注意查看有无首保凭证，以避免日后不必要的麻烦。

黄先生去年12月份在象山本地的一家汽车4S店购买新车后，于今年4月初将车开到该4S店进行首保。被服务顾问要求出具首保凭证时，黄先生出示了当时买车的手续以及随车的所有资料，但被告知没有首保凭证。而没有首保凭证，就

无法享受首保服务。黄先生认为是4S店在其购车时未提供首保凭证，而4S店则认为是黄先生自己将首保凭证弄丢。在消保委的介入下，4月中旬该4S店为黄先生免费做了保养。

无独有偶，周先生在象山某品牌汽车销售商处购买了汽车后，开到宁波的汽车服务站进行首保时同样被告知没有首保凭证，最后在象山经销商处补办了首保凭证才得以享受首保服务。

据业内人士透露，汽车厂家在消费者购买汽车时都会附带赠送首保凭证，而只要有首保凭证，消费

者就可以在厂家指定的任意一家服务站进行保养服务。而在汽车销售中，有些经销商会未经消费者允许私自扣留其车辆的首保凭证，有些意在于强制消费者固定在其处进行保养，以赚取厂家的首保补贴；有些意在于可以要求消费者补办首保凭证，更能赚取一笔补办费。

因为大多数消费者是第一次买车，对买车时应当注意的事项不够了解，所以常处于被动地位。在此，消保委提醒广大消费者，希望您买车的时候一定要仔细查阅随车文件是否齐全，特别是您的首保凭证。（浙江省宁波市消委会）

拍照摄影等婚庆消费要谨慎

日前，吴兴区消保委接到周女士和陈先生关于婚纱照拍摄和婚礼拍摄的投诉。据周女士反映今年5月，女儿俞小姐在市区某婚纱摄影店拍摄婚纱照，尔后俞小姐在挑选婚纱照时发现照片不是很理想，俞小姐认为拍摄时照明灯经常出现故障，影响拍摄情绪，且摄影师的水平不是很高，要求终止婚照拍摄合同。但摄影店认为，摄影师水平没问题，针对照明灯故障影响拍摄效果可以补拍，希望继续履行合同义务。但最终俞小姐还是选择终止婚照拍摄约定，并拿回了定金100元。

据陈先生反映，今年5月他拿到



婚纱摄影店为他婚礼现场拍摄录制光盘，但录像主要内容只有一半，另一半成了空白，于是与摄影店交涉，并要求退还其全部婚庆摄影费用。但摄影店认为，陈先生结婚当天的光盘只是婚庆主持节目中少数图像的剪辑存在瑕疵，整个过程是好的，不应承担赔偿责任，后经消保委调解，婚纱摄影店补偿消费者2300元。

临近年底，正值结婚旺季，拍婚纱照、婚礼摄影等婚庆消费属特殊消费，一旦出现质量问题在赔偿额度上也没有标准，所以消费者在进行婚纱照或婚庆消费时要仔细慎重。

一是要了解商家，确认其资

格。首先是要了解其有无营业执照，是否合法经营，除此之外，作为消费者还需确认其有关技术人员（如摄影师、摄像师等）有无有关部门颁发的资格证书。

二是要认清真相，慎对广告。有些摄影小店虽只有一间小小门面，广告中却写着“引领婚纱摄影行业的前沿”、“集婚纱摄影、艺术写真、婚庆广告策划服务为一身”等等“豪言壮语”，此类店面实际经营能力一般与广告相差很大。面对华丽诱人的广告，新人们需要擦亮眼睛，谨慎对待，不可轻信。

三是要做足功课，精心选择。目前，有一部分婚纱摄影楼承接业务

主要是通过电话、QQ等方式进行，而单纯通过上述非接触性渠道了解，新人难以对摄影室达成全面的认识。正确的做法应是在选择店家之前做好上门了解、货比三家的硬功课，或向有经验的朋友咨询，精心挑选口碑较好的摄影工作室。

四是要签订合同，注意维权。新人们最应该注意的是，在摄影之前要先与工作室签订书面合同，把之前彼此协商好的条款一一列明，而且签约时要慎交定金，按照法律规定，定金最多不能超过总价的20%，另外，要妥善保管合同及正规票据，发现问题及时向工商部门反映，把握好维权时机。（浙江省湖州市消委会）

收藏需谨慎 上当应维权

近日，金华市武义县消保委、县工商局工作人员成功调解一起金表收藏纠纷大案，为消费者挽回经济损失15200元。

爱收藏买进“假金表”

2013年6月17日，爱好收藏的王某通过电视购物方式订购了号称“北京中金收藏有限公司”的“很有纪念意义的、财富中国、中国收藏第一品牌的”收藏品——金表3只，包括“中华神舟金钻对表1对（2只）”和“中国载人航天十周年纪念龙表”1只；2013年6月19日，专递人员小张送货上门，龙表4980

元，对表9980元，共计14960元。

有中国十位航天员头像的《中国航天员授权证书》、“中国航天博物馆”的《监制证书》、“中国航天员科研训练中心”的《授权证书》以及《材料证书》、中国保护消费者基金会企业产品跟踪防伪查询系统，精美的包装，环环相扣，几乎完美地证明了王某是已经成了那只发行50枚的龙表和2013套对表的幸运收藏者之一了。

一检验，真伪立判

也许是对自己的幸运感觉不太踏实，也许是上当受骗的事听说的



太多，王某还是决定将自己的收藏

品送到相关部门检验一下，化点小钱，买个放心。

《贵金属饰品检验证书》很快出来了，结论是“对手表黄色部分进行检验，经检验为非金非银”。

可那《收藏证书》里明明白白地有“以航天材料钛合金为主体原料，表面镀纯金”、“表外壳由18K玫瑰纯金整体铸造”等等表述啊，王某当时就感觉是上当了，被骗了。

投诉，成功调解

王某想立即向相关部门投诉，可是，投诉谁呀，电视购物频道几乎天天在播放，类似的事情还时常

发生着，再说了，纪念表，这又不是国家定价商品，从价格上找问题也难，就算是投诉了，又叫受理的工作人员找谁去呀？都是问题，可不投诉又太憋屈。巧了，2013年6月21日，那位专递人员小张又携带着“翡翠金钻表”、“佰万钞王”、“宝玺”等收藏纪念品上门来了，王某立即向工商部门投诉，16点40分，工商人员依法检查了小张携带的商品，并请王某与小张一道到工商部门，请小张联系上述金表的卖家，协商解决纠纷。

经近8个小时的询问、政策宣传及说服教育，一直到次日凌晨，事情终于有了结论，卖家退还货款及

支付检验费用，共15200元。

消协提醒：不要轻易相信收藏信息，谨防上当

电视购物打的就是噱头，吸引消费者前来购买，其中销售的东西，有的涉嫌虚假宣传，什么全球限量、绝世珍藏、升值空间无限等以骗取消费者，大家在出手购买此类产品时，一定要到相关部门进行咨询，在确定真实的情况下再行购买，不要轻易相信收藏信息，谨防本案中的王某轻信电视购物频道虚假宣传而上当受骗。（浙江省金华市消协）

装修房子要慎重签订合同

半年前，山东省苍山县杨先生与京东饰家装饰公司签订装修合同，并支付1.8万元预付款，约定两个月完成。但是装饰公司没有完全履行协议，到期装修工作只完成一半，杨先生多次催促，到后来直接找不到人。他于是向苍山县工商局提出申诉，工商人员进行调查，发现该公司并未注册，经营者无法查找。

工商、消协部门在此提醒消费者，在装修房屋时要重视合同签订，注意以下几个方面：

一是要注重与装饰公司的洽谈。多找几家装饰公司进行接触，为提高效率，可以让几家公司根据自己的价位进行设计，从中选择自己感觉性价比更高的装修方案，

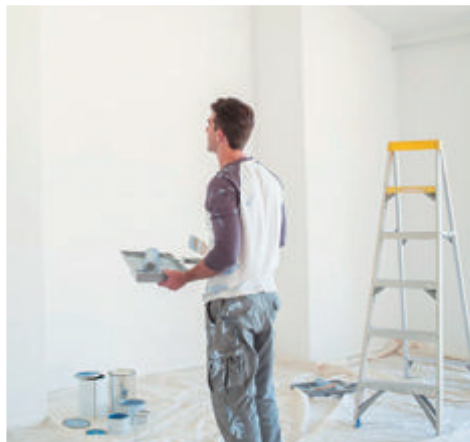
对装修使用的材料和工艺要加以约定，可以将自己的要求及方案以书面的形式提供给经营者。

二是严格审核装饰公司的资质。要认真检查装饰公司的手续是否齐全，看其营业执照及资质证明，对于别人介绍的装修队也不能掉以轻心，千万不能委托无资质的所谓装修公司施工。

三是要对装修合同的内容进行审查。在签订合同时，应详细审查施工方案、施工工期、监理及验收程序的说明、甲乙双方各自提供的材料的明细表和日期等，同时还应约定好保修期及违约金的赔付比例。

四是签订合同的程序要合法有效。装修合同应由装饰公司法定代

表人或授权委托人签订，要查阅并保存相关证明资料以及联系电话。预算项目变更时，双方应该重新签订合同或者签订补充协议。建议消费者对装修合同进行认证，使合同内容更加保险。（山东省苍山县消协）



谈新《消法》给维权工作带来的变化及相关建议

房山区消协 郑寒冬

2013年10月25日,《中华人民共和国消费者权益保护法》第二次修正,并将于2014年3月15日起实施,我作为一名在基层消费者协会从事消费维权的工作人员,也会为之兴奋、为之翘首以待。

2009年12月,我作为一名基层消费者协会工作人员,参与了人大法工委、中消协组织的《消法》修改消费者代表意见征集会议,对中消协先期撰写的《消法修订征求意见稿》提出过相应的修改建议。针对新《消法》中的新增或修改的条款,在“官方”详细法律释义还没有出台前,作为一名基层消费维权工作人员应当认真学习,需要对其在实际工作运用中可能会出现的情况有所认识。

一、经营者举证倒置,须掌握运用范围及运用时机,合理引导消费者维权

按照我国《民法通则》规定的一般证据规则,即“谁主张、谁举证”的原则,举证的责任在于消费者。而绝大多数的消费者,一是不具备相关商品知识,二是不掌握相关技术信息,加之许多消费纠纷问题需要昂贵的鉴定费用,导致消费者的举证成本很高。另外,目前还有很多商品“检测”本身就难,如:汽车、大件家电,这样就会造成许

多消费者在“检测”等举证面前,不得不放弃维权。

新《消法》二十三条规定,经营者提供的机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务,消费者自接受商品或者服务之日起六个月内发现瑕疵,发生争议的,由经营者承担有关瑕疵的举证责任。

新《消法》在此重拳出击,列举了部分耐用商品的举证责任由经营者承担,很大程度上加大了经营者对其产品质量问题要付出的成本,如消费者购买标的额较高的大件家用电器、计算机等电子产品,在六个月内发生质量问题,经营者如果拒绝退换货,就须要提供商品的无质量问题质量报告。

当然,我想在经营者履行举证倒置责任的同时,也可能会衍生出其他问题,一是如经营者举证产品无质量问题,例如计算机、手机等常见的电子产品,经营者举证可由生产厂家的售后服务站出具,而生产厂家出于考虑自身“品牌”形象等诸多问题,是否能够出具完全公正的质检报告,将是消费者担心的内容之一,当然这一问题在举证倒置责任实施前也一直存在。二是由以上问题得出,如果消费者不认可生产厂家出具的检测报告,经营者是否一定要出

具“具备检测资质”的国家质检部门的检测报告。到质检部门检测,费用问题一直是消费者所难以面对的,但由经营者支付检测费用,经营者与检测单位之间必然会产生或有或无的利益关系,最终检测结果真的能公正吗?三是经咨询有关家电检测部门了解,检测部门一般都会强调检测的家电产品必须是未经使用的产品,由此看出检测部门可能就不会接受消费者使用过的“问题”产品,此时即使经营者出具了该款产品的检测报告,消费者很可能会更加不认可。四是消费者可能会在购买商品的六个月内,凡是有一点小问题,就会要求经营者出具质检报告,在加重经营者经营成本的同时,维权部门也会面临因各消费者强制要求经营者出具检测报告、或经营者认为不必出具检测报告而产生的纠纷,新《消法》实施初期一定会有不少此类问题,很多消费者会认为,既然不是由自己举证,那就一切问题就由经营者来承担吧。

举证倒置责任维权举措建议:一是在维权工作中,消协工作人员要合理引导消费者在适当时机做出由经营者举证的要求,但不要一味强调任何问题都由经营者去举证,倡导消费者从事实求是出发合理维权,尽量降低消费纠纷解决成本;二是依法借助举证倒置权利,

要求经营者尽量避免检测途径，快速解决因商品和服务瑕疵问题产生的消费纠纷。

二、欺诈增加三倍及500元底线赔偿，在调解工作中，是否会带来压力？

新《消法》第五十五条规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；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。

消费者买到假冒商品或接受服务受到欺诈，通常消费者都知道提出双倍赔偿，但消协工作人员在调解过程当中，面对出现消费者要求经营者双倍赔偿的情况，实际工作赔偿案例相对较少。比如，如果经营者在欺诈消费者行为确实发生，且在调解中不予履行双倍赔偿责任或干脆不接受维权部门的调解，结果就等于消费者无法用法律来伸张争议。

举例说明，消费者马某购买一款14万元汽车，购车过程中发现该车已被销售过，且是税务部门告知消费者该车正在办理退税后发现，可以说完全可以掌握经营者欺诈行为的实际证据。在调解过程当中，消费者如果坚持要求经营者双倍赔偿，双方很可能会无法达成一致。以上案例虽然有其特殊性，但在实际当中，标的额较小的商品或服务的欺诈行为，多以行政处罚方式才能对具有欺诈行为的经营者起到震慑作用，如果赔偿金额过高，结合新《消法》的500



元底线赔偿及增加三倍赔偿，在调解当中确实会给消协或工商等维权工作人员带来压力。

监督经营者履行惩罚性民事赔偿建议：随着新《消法》的实施，更多的消费者会关注到欺诈行为的惩罚性赔偿的变化。每个消费者都希望经营者要对自身欺诈行为付出更重的违法代价，但如果经营者在调解或行政处罚中，未履行其应当承担的赔偿责任，我们还是希望在新《消法》实施细则中，更加注重消协或工商部门在调解过程中，经营者不履行500元赔偿或三倍赔偿责任时，应当将经营者不履行赔偿行为提交相关企业信用信息征集部门，从市场机制上予以经营者更为严厉的信用失信记录。

三、网购商品七天无条件退货，可能会给维权工作带来新的问题

新《消法》第二十五条规定，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，且无需说明理由。排除法律规定的不宜退货的商品范围外，新《消法》还规定了一个重要前提，就是消费者退货的商品应当完好。

由此产生两方面问题，一是对于商品完好的定义，消费者、经营者产生诸多理解，中国消费者协会律师团团长邱宝昌律师解释商品完好，不能理解为商品的包装都要完好，因为消费者不拆开包装，也就无法试用、无法了解产品的实际情况，因此，对产品完好的理解应为产品品质的完好，但是否应为不影响二次销售没有做具体解释。

二是即使商品完好，如果在消费者退回过程中商品出现碰损或经营者不认可退回货品的品质完好，依然会给消费者无条件退货带来一定困难。

三是少数消费者对网络销售的贵重服装等易退货商品，会萌生出穿着几日、试用几日就退回的想法，这样也会市场经济秩序产生负面影响。

当然，大多数消费者、经营者都会诚信行事，但考虑到法律实施过程可能

会遇到的少数不诚信行为，作为消费维权部门又应该去怎样解决相应的问题和纠纷呢。

针对网购七日退货，产生相应问题和纠纷的对策：

（一）商品完好，但经营者恶意出具同款产品瑕疵证据不予退货。

由于网络购物消费者与经营者大多处于距离较远的异地，消费者面对这样的问题无法鉴别，在此考虑到网络所购买的商品，是否需要安排特定商品编

号，如手机产品的IMEI串号，有唯一识别码，虽然会加大生产者成本，但随着网购的发展，更加需要的商品唯一的识别码，由此也可促进维权部门、网络平台对商家销售商品的进一步监管，避免不良商家以同款产品的瑕疵为由，拒绝退货。

（二）商品有瑕疵且已被消费者退过，经营将其又销售给其他消费者。

此问题解决方案，也和上一问题类似，建立商品唯一编号、或唯一识别二

维码，并于要求经营者在网络平台销售时，填写商品编号记录，重复销售会被销售系统自动识别。

（三）消费者依据网络无条件退货，反复无偿使用贵重商品。

建议针对此类消费者的不诚信行为，也应当制定相应个人征信法规依据，进行不诚信行为记录，以惩戒此类不诚信行为。

家用电脑销售服务消费维权状况研究

海淀区消费者协会

随着科学技术的发展和信息的不断深化，电子产品特别是电脑呈现出使用的普及化趋势。电脑的普遍使用在给人们带来方便的同时，也因为在销售环节等存在诸多方面问题导致侵害消费者权益的现象时有发生。本调研通过走访企业、案例调查、电子市场走访以及文献查阅，以期在电脑销售领域，求得加强消费者权益保护、促进行业规范发展的良策。

一、当前家用电脑消费领域存在的涉及消费者权益保护的主要问题及原因分析

（一）家用电脑产品型号“雾里看花”

根据英特尔（Intel）创始人之一戈登·摩尔提出的摩尔定律，当价格不变时，集成电路上可容纳的晶体管数目，约每隔18个月便会增加一倍，性能也将提升一倍。从英特尔在1971年11月15日向全球市场推出第一款微处理器，到如今英特尔芯片已经发展了24代产品，自1997年以来，每年芯片会更新一代。笔者在京东网上商城搜索，仅笔记本电脑就有880多款。

电脑的配置，主要看CPU、显卡、主板、内存、硬盘、显示器、声卡、网卡等。而电脑型号的



命名没有国家标准，各电脑厂商自行设定规则，因而电脑型号千差万别。

例如联想IdeaPad U310ITH(T)：U代表系列U系列为时尚超薄系列；3代表13英寸屏幕；1代表第1代；0：代表intel芯片组，如果是5代表AMD芯片组；ITH：中TH是three的缩写，代表CPU是i3处理器；T代表操作系统。

例如惠普HP ENVY DV45302 TX：DV代表系列名；4代表14英寸屏幕；5：代表第5代；3：代表此代的第3个产品；T代表intel芯片；X代表独立显卡，如果是U代表非独立显卡。

例如三星：350U2BA01：35代表系列；0代表处理器为intel，如果是5代表是AMD处理器；U：代表产品定位为超轻薄，若是X是高尖端，若是V代表性价比高；2：屏幕尺寸12.5英寸；B：操作系统是windows；A：集成显卡；01：出厂顺序。

可见电脑型号目前命名规则各自为政，特别是联想和三星都存在“0：代表intel芯片组，而5代表AMD芯片组”，数字小以0为代表的intel芯片组比数字5代表的AMD芯片组性能反而要高，很容易让消费者产生误解，一些不良销售商利用这种误解，可能会推销型号“看起来”会更好的AMD芯片组，标榜价格更高，但实际价格反而应该更为便宜，而使消费者上当。

（二）家用电脑销售商资质“乱象丛生”

中关村电子市场坐落于海淀区，是海淀区的特色标志，近八千户商户聚

集于此。面对商铺如林，作为消费者不知孰真孰假，很难在众多的经销商中找到有售后保障的销售商。几大品牌销售商，仅联想在官网上可以查询授权经销商名录，并且标明了电子市场的摊位号。在走访电子市场中我们发现很多所谓的品牌专卖店并没有电脑厂商的授权书，很多授权书过期，或者几个摊位共用一个授权书。走访电脑厂商得知，电脑销售出现问题经常发生在非授权经销商，这些公司以集团购买价格购买后，加价转卖。

（三）电脑销售骗术“防不胜防”

由于电子市场同质化竞争不断加剧、网购侵占市场份额、利润空间不断缩小，一些不法商家不惜以各种骗术赚取利润，使消费者防不胜防。

1、低价陷阱

通过在电子卖场或在网上的报低价或报负价，或以促销等噱头，或以赠送鼠标、笔记本清洁套装、耳麦、鼠标垫、液晶屏贴膜、笔记本背包，笔记本锁等方式，吸引消费者购买。购买时再忽悠转型、偷梁换柱，赚取高额利润，被转型的产品要么是商家代理的利润丰厚的产品，要么是质次价高，要么就是水货，要么就是二手机或翻新机或者零部件进行了偷梁换柱。

2、引诱转型

【案例】小刘本想购买联想某款笔记本，交钱后，商家提货许久不归，等

候中，工程师称小刘所卖机型是32位操作系统，不支持盗版软件，如果要下载正版软件，每年要交1000多元，小刘思量确实不划算，购买了推荐的机型，结果比中关村价格指数网贵了1000多元。

【案例分析】本案中，奸商利用了用户对产品型号不熟悉，对自己选取的产品信心不足而且心急购买的弱点，编造出消费者挑选的产品有质量缺陷或者缺货等谎言，有些商家反复将工程师已做了手脚的电脑给消费者演示，屏幕出现雪花，开机启动慢，一台不成再换一台，反复之后消费者失去了自信心，之后将原本已经停产或者利润高的产品推荐给消费者，或以高配置低价格赠送配件，如电池、三脚架、名牌摄影包等诱使消费者步入陷阱。

3、偷梁换柱

【案例】小萌是一位刚刚上大一的新生，在这个十一决定购买一款适合自己的笔记本电脑。经过精心的挑选，最终选择了某品牌。于是他就来到了中关村某卖场，在走访了一连串的商家后，商户均报价5800元并开发票，但却有一家以十一促销的理由打出了5600元的价格，小萌决定在这家购买此款产品。对笔记本并不了解的小萌在匆匆验机后就提机回家了，回家后经朋友指点才发现此笔记本并非自己所挑选的产品而是外观相同使用集成显卡的低端产品。小萌立刻赶回卖场与销售人员进行争论，但销售人员却死不认账一口咬定小萌要的是集成显卡的产品。无奈之下小萌拿出购买

笔记本时开具的发票找到市场管理部门，才发现发票上仅仅只有“某品牌笔记本一台”的字样，对于这样的情况下市场也无法予以协调。最终，小萌多交了700元才换回了独立显卡的产品。

【案例分析】本案中，奸商利用了消费者贪便宜的特点，在验机时只是匆匆的对屏幕进行测试，并且在验机时尽量转移消费者的注意力。而消费者对产品配置的不熟悉也使得奸商有机可乘，发票本来是整个事件中最好的证明，但对型号的模糊标注，却反而为奸商开脱罪责提供了方便。建议消费者购买前将所选电脑配置单打印出来，用鲁大师等验机软件进行检测。当验机全部完成之后一定要在开具发票的同时签订好购机合同。

4、变旧为新

【案例】鹏鹏在十一购买了一款某品牌刚刚降价的热销笔记本电脑。据他描述，当时，整个卖场只剩下这一台产品了。而且销售还为他便宜了100元，并赠送了大量赠品，他自觉非常幸运。可是，在将笔记本买回家后他发现还未打开外膜的笔记本屏幕上有明显的手指印，而且硬盘中存有部分音乐和照片。经过测试，该机的硬盘工作时间已经达到了300多小时，很明显是一台开箱机，而且很可能是一台摆放很久的样机。再回卖场协商时，销售无论如何也不承认这是样机，说这是鹏鹏自己使用造成的。

【案例分析】本案例中，奸商利用

了消费者验机不细致，急于购买一款热销产品的心理。同时100元的降价与赠品，麻痹了用户对主机的细致检测。这样的骗局经常出现在一款笔记本大规模降价或新品上市导致的全卖场缺货时。

5、强买强卖

【案例】力力在经销商处谈好了一款笔记本，销售提出要先交钱后提机，力力答应了他的要求。可是在交款后提机过程中经销商称该机缺货，力力便提出了退款的要求，可是销售说退款不可能，只能换机。于是力力提出更换另一机型，但是经销商说他家只经营两个品牌的机型，只能在这两个品牌中选择，万般无奈之下，力力打算找到卖场办公室解决，然而这时出现了两个彪形大汉挡住了力力的去路，情急之下，力力拨打了110报警，销售这才答应了退款的要求。

【案例分析】这种强买强卖的案例并不多见，但交款后验机时产品出现大于3个坏点不予退换或者硬件问题概不负责的事情却屡屡发生。在验机完成之前便付款是一种不可取的方式，此时消费者与经销商并未达成任何书面的协议，在交款之后即使出现经销商翻脸不认人的情况并且也不受任何约束。如果经销商不同意先验机再付款方式，那么就可以考虑更换其它店铺购买。

6、暗度陈仓

商家刻制假公章，所出具的票据公章与商家企业名称不一致，或者开票和

取货是不同商家，消费者投诉时公章企业和实际卖家，开票商家和取货商家相互推诿推脱责任，常因无法认定商家而维权不能。

分析这些骗术能够施展的根基，一是商家诚信缺失，面对利益的绑架，丧失诚信的坚守；二是电脑参数复杂，型号众多，信息不对称严重，使得消费者陷于被动；三是消费者防护欠缺，电脑参数繁多，但却很少签订购买合同，在发票上难以标明所有的参数，使得消费者维权面临证据缺失的困难。

（四）缺陷产品“召回无门”

2009年“400用户声讨华硕电脑”、2010年的“惠普质量门”事件，近年来出现了多起因电脑设计缺陷而爆发的群体性事件引人关注，但结果均因电脑产品没有召回制度而未进行召回。以“惠普质量门”为例，2010年3.15晚会对惠普DV2000、V3000笔记本质量问题进行了曝光，而厂家最终采取的措施仅仅是延长两年保修期，并对符合条件的曾支付过主板维修费的用户补偿最高不高于笔记本电脑购价的15%，对于曾在惠普笔记本服务中心发生过的维修费用，惠普给予全额退款。目前，在中国由于没有实施缺陷电脑召回制度，导致部分厂商降低生产标准，电脑质量存在隐忧。

从以上可以看出，在家用电脑销售环节，消费者的知情权、自主选择权、安全保障权都受到了不同程度的侵害。

二、海淀区消费者协会 电子市场整治经验

为了维护消费者权益，海淀区消费者协会联合相关部门，对症下药、重拳出击、一一击破，对中关村四大电子市场进行了联合整治。总结电子市场治理经验，可以概括为“导、督、警、联、教”这“五字经”。

一是“导”：首先强化诚信经营引导，举办诚信演讲比赛、开展中关村电子市场“规范经营示范店”评选、明码标价诚信兴商活动、品牌认养活动、十大诚信经销商评选等活动，2010年首次评选了36家海淀区首度年度“诚信服务”示范单位和100多家中关村电子市场“规范经营示范店”，正面引导商户诚信经营。其次加强消费者权益保护联络站的指导，区消协接到电子市场的投诉，首先与联络站直接沟通并进行指导；并定期召开联络站会议，与发改委12358热线联合在电子市场举办座谈会、与电子贸易商会举办电子市场发展座谈会，教育商户代表表示要加强自律、规范经营行为、提升诚信经营水平，为净化电子市场秩序尽力。

二是“督”：组织大学生志愿者对四大电子市场进行不定期的明察暗访，对商品转型、价格欺诈、不公平格式条款等进行检查，发挥消费者的监督作用，对有问题的商家及时报有关部门给予提示和纠正。积极督促电子市场主办单位加大落实先行赔付工作的力度，最

大程度的解决消费投诉，使一些不配合的经营者，以及一些难解决的问题，通过小额先行赔付强行给予解决。

三是“警”：对投诉三次以上的商户，在显著位置悬挂黄牌予以警告，黄牌内容为“该店已有消费投诉，不能很好保障消费者权益，请慎重选择”，目前已实施“黄牌警告”10次。

四是“联”：第一，加强纵向联合，发挥市场绿色通道联络站的作用。



在市场内一些核心商户成立联络站，每月向区消协汇报投诉受理情况，对投诉中的难点热点共同研究分析，定期召开投诉分析会，加强交流和协调，有投诉纠纷积极配合给予解决；第二，加强横向联合，注重信息沟通，实行密切协调、配合联动，动员社会力量，及时研究问题，解决纠纷。即加强与工商所、市场科、商标科、西区办、公安分局、电子商会等的合作，形成各部门之间的配合联动。做到“四个及时”即及时了解掌握市场动态，及时进行信息沟通，及时研究新的问题，及时采取有效措施。真正建立起由政府部门牵头、行业协会具体组织，电子市场主办单位具体

实施的配合联动协调机制。

五是“教”：加强消费教育，强化消费提示。主动占领市场内的有利空间，在市场入口明显处统一建立触摸式电子查询屏，查询内容包括商品价格、经营者基本信息、信用度、政府部门的消费提示等。利用广播系统、电梯间的视频系统及大型文字标语，及时宣传政策法规和政府规定、发布电子产品指导价格和消费提示，在市场通道、滚梯出

入口摆放粘贴315宣传品，加强消费维权和规范经营的宣传。为使消费教育更加形象、生动、通俗易懂，设计制作了漫画形式的宣传海报，在各电子市场发放张贴。

通过“五字经”措施的实施，几年来的投诉量连年下降：2009年电子市场投诉为600余件，2010年、2011年受理电子市场投诉平均为500多件，2012年骤降为200多件。

三、家用电脑销售环节 加强消费者保护对策

（一）行政监管方面

一是建议国家出台电脑型号命名标准，研究规范电脑型号编写，在型号中应该对CPU、显示器大小、是否是独立显卡等有明确标识，并对编号数字进行规范，数字越高对应性能越高。以方便消费者通过型号，就能方便地辨识电脑性能。并且通过型号的标准化，减少偷换配置可能性。

二是建议对私刻公章、假发票等行



和风险。

三是建议严格资质管理、推行电脑销售示范合同。合同能够以契约的形式保护消费者合法权益。在购机合同中应详细的标出产品的价格、型号、配置、发票号以及赠品与服务，并加盖公司公章，应列出消费者打算购买的机型，为判定转型提供依据。前述小萌买到了外观一样，却是集成显卡而非独立显卡的笔记本电脑，但是发票上却没有标明是否是独立显卡，而只能多花700元换成了独立显卡的电脑。如果小萌在购买时签订了合同，这样在发生问题时，合同就能成为维权证据。

（二）法规规制方面

一是建议出台相关法规严惩价格欺诈。消费者协会在处理价格问题上举步唯艰，往往因此类情况于法无据，消费者举证困难，商家没有明显的违法行为，投诉价格高的问题只能依靠调解来挽回消费者损失；而法律上赋予价格执法权限的物价部门即发改委，以市场价格放开为由也无法受理价格高的投诉；工商部门没有规范市场价格的权限，并且工商部门虽然负有对流通领域的监管职责，但随着《打击投机倒把条例》的废止，新的法律法规没有出台，工商部门查处走私货物（水货）的行为无法可依、无章可循，使得一些不法商贩利用相关法律法规的缺失、漏洞，走私、贩私（水货）的行为比较严重。

二是出台电脑召回及回收相关法规。使得质量有瑕疵的电脑能够及时召回，避免消费者生命安全和健康受到威胁。对于电脑回收也应出台相应的政策，特别是当今全社会正在倡导合理消费、绿色消费、科学消费，崇尚生态文明，应该鼓励绿色回收，将回收电脑进行无害化处理，避免残旧元器件流入市场。



（三）行业自律方面

法律法规的不断健全在一定程度上确实可以规制家用电脑销售过程中出现的法律性问题，但是法律自身的滞后性和被动性缺陷就需要用行业自律手段来加强对整个销售过程的监管。因此，加强家用电脑行业的自律体制有着重要的意义。

一是建议提高官网的指导性作用。建议设置授权经销商、直营店的公示栏，方便消费者选择授权经销商进行交易；建议设置电脑查询功能，通过电脑的序列号，能够查出电脑的配置，以防非授权经销商擅自改变配置；建议官网能提供更多电脑选购常识，避免网路搜索不实信息误导消费者。

二是建议商家对电脑建立电子档案。传统的质保或三包均是纸质卡，消费者一旦丢失，其合法权益很难得到保障。建议在纸质卡的基础上，由电脑厂商建立电脑电子档案，或各电子市场负责建立一套完整的质保在线服务平台。如联想电脑通过输入主机编号，配置维修等都能通过数据库查到。如海龙电子城推行的“大久宝”服务平台（<http://www.dajubao.com>），消费者初次购买时只需到电子市场的售后服务部门，由客服人员根据消费者的信息帮忙开通网络质保服务，将消费者购买产品的日期、地点、名称、性能参数、配置及商家信息、售后服务承诺等一系列信息录入其中。消费者只需记住自己的帐号和密码。若产品遇到问题时，消费者可直接到电子市场的售后服务部门，现场输入账号和密码，打开质保在线服务页面，服务人员确认无误后，消费者即可

享受商家承诺的相关服务。

三是建议加强行业自治。电子商会等行业组织应严格准入和退出机制，建立奖惩机制，规范家用电脑销售行为，净化家用电脑销售市场。

四是建议加强自主创新，推行差异化战略。要增强自身研发实力，摆脱产品同质化竞争，积极研究新技术，新发明、充分发挥科学技术资源，开拓市场。实行差异化策略，产品差异化以满足不同层次的客户需求，区域差异化以满足不同地区客户的消费偏好。

（四）社会监督方面

家电销售企业在提升自身素质、实现自我加压、自我发展的过程中，建立健全社会评议制度，接受社会监督，能直接听取社会各界和市民群众的呼声，有利于企业的进步和发展。

第一，自觉接受消费者的监督，不单单是被动的接受投诉，还应该有主动的自觉接受，利用新媒体等优势，建立评价机制和投诉快速解决机制。

第二，自觉接受舆论监督。重视新闻舆论作用，认真调查、核实新闻媒体反映的问题并及时做出处理。

第三，自觉接受社会监督。一是拓宽监督渠道，完善监督机制，有条件的邀请第三方开展社会公众满意度测评；二是拓宽评议渠道，建立健全市民群众评议行风建设机制；三是完善群众举报制度，努力提高全行业的产品质量和服务水平。

（五）消费者自我保护方面

在购买电脑时，消费者也应加强自

我保护。

一是购买前要做好功课。消法第十三条指出：“消费应当努力掌握所需商品或者服务的知识和使用技能，正确使用商品，提高自我保护意识”，在购买前，要根据自己的实际需求选择配置，通过网络、书籍、朋友等渠道，多方了解电脑性能，选定购买电脑的型号，了解注意事项，在电脑品牌的官方网站或大型购物网站询价，包括配件的价格也要心里有数。

二是在购买时要坚定初衷。消费者要牢记，不要轻易听信销售员的建议，改变自己最初看中的型号，也不要贪图“小便宜”，如售价相对较低廉，有赠品等，而落入商家设置的陷阱中。改变型号，不要当场购买，要回去再对欲购置的电脑进行了解。

三是先验货后付款。先付款后验货或缴纳一定的定金是电脑销售商采取的惯有做法，但往往会置消费者于不利处境。因此要注意最好先验货后付款，如果要先交款可以放弃购买，会要先交钱再验机。这时候要对方先把发票打出来，一定要等商家先把发票打出来。

四是验货要仔细。验货时要确认包装完整，防伪验证完整，确保不是二手或者是别人验过又退掉的机器，开机验货检查外观后，还要运用鲁大师等软件对电脑参数进行注意验证，赠品也应逐一验货。

无论是生产企业、销售商、消费者，在市场烈火的熔炼中，留下的是“真金”，我们也期待着更多的真金熔铸出一种“诚信”的力量，驱散电脑销售市场的“迷雾”。

消协帮癌症老人 挽回损失17640元

近日，东城区消协王府井分会接到72岁并患有左肺小细胞肺癌的消费者梁先生投诉，称某某大药房向他推销不对症药物，收取23520元医药费，不光病情没有得到遏制或好转，还饱受大额度的经济损失。

今年3月份，梁先生在北京协和医院检查室候诊，看见一位身穿白大褂的人在发放宣传材料，梁先生误以为此人是北京协和医院的工作人员，于是在做完气管镜的检查后，按照宣传材料上的信息指引来到某某大药房。当梁先生进入该大药房后，一位自称是坐堂医生的李某某教授将他请到二楼，看完梁先生的CT片后说：“据我多年的行医经验看，你这肿瘤99%是恶性的，你赶紧服用‘安体舒’，这是靶向治疗的抗癌新药，你早服用一天就早好一天，早用一小时就早好一小时，而且您还真来巧了，我们正在搞促销，您一次购买12盒‘安体舒’，我们赠送40盒‘金刺参九正合剂’。”梁先生问需要多少钱，对方称需要23520元。由于年岁高，求医心切，梁先生当即购买了12盒“安体舒”。服用一周后，梁先生再到北京协和医院检查，医生告知梁先生服用的这些药不对症，再一看“安体舒”的适应症为：用于治疗乳腺癌和非小细胞肺癌的治疗。此时，梁先生方知上当受骗了，无奈之下找到了消协王府井分会请求帮助解决。

王府井消协分会接到投诉后，立即约见被投诉大药房的负责人，但是商家辩解表示药品售出是不退不换的，而且他们所卖的药品没有任何质量问题，国家批准生产的。王府井消协分会的工作人员认为商家卖药应该凭医院的处方售卖，并且对于癌症患者的用药，无论是否是处方药，药店均无权对病人作出诊断并开具处方售药，还有商家在无医院诊断证明的情况下随意推荐不能针对病情的药品给消费者带来经济损失，甚至有可能带来更加严重的身体危害，其后果无法想象，应该为消费者退货。

最终，在消协工作人员不懈的调解下，商家听了消协的意见后，决定退还梁先生所购剩余药品费用17640元。（东城区消协）



家政公司终止服务退费难

近日，东城区消协幸福大街分会接到消费者塞女士投诉，称她到一家家政服务公司雇用保姆，双方签订了服务合同，合同中规定保姆每月工资是3000元整，一年的服务费用为1680元整。雇佣来的保姆在塞女士家干了一个月后要求涨工资，在塞女士没有同意的情形下，保姆便离职了。之后家政服务公司也一直未给塞女士提供任何服务，塞女士认为家政公司不讲信誉并违约在先，要求家政公司退还剩余服务费用，但多次协商都没有结果。于是，塞女士打12315电话进行投诉。

东城区消协接到投诉后，转由幸福大街分会干部段永利同志调解，经核实情况和耐心调解，最终家政服务公司和塞女士双方协商一致，由家政服务公司退还塞女士服务费用1000元整，使这一纠纷得到圆满解决。

消协工作人员用自己的行动为消费者办实事，得到了很多消费者的认可。就在投诉调解完不久，塞女士就给幸福大街消协分会送来了一封热情洋溢的表扬信。虽然内容不多，但却表达了消费者对消协干部的信任和工作认可，字里行间透露着感激之情。（东城区消协）

经营者为出售二手车担责

近日，消费者马先生来到房山区消协投诉，称其购买了一辆大众新朗逸1.4T豪华版汽车，购车当天交付全款。之后在他办理牌照交纳税时，从税务部门处得知该车正在办理退税手续。自己购买的汽车并非新车，而是一辆二手车，且该车此前已被销售过，马先生认为经营者有意隐瞒汽车已被销售的真实情况，并质疑此车之前肯定存在一定质量问题。于是马先生找到经营者进行协商，要求经营者换车并赔偿其他损失，经营者同意换车，但不同意其他的赔偿要求，于是马先生投诉到消协请求调解。

由于正值《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》实施之际，加之消费者获得购车资格实属不易，房山区消协接到该投诉后非常重视，第一时间对消费者提供的文字材料、证据进行了分析，接着约见了经营者负责人，了解该起投诉发生的原因，以及经营者对消费者要求持什么意见。经营者负责人表示，公司销售人员在领导不知情且未批准的情况下就将车辆销售给客户，在公司管理上确实存在一定问题，现已对相关责任人做出处理。消协认为，经营者销售已售出的车辆，应该主动承担相应的责任，并建议经营者要加强公司销售管理，要为消费者提供质量合格的产品和优质服务。

经调解，经营者对汽车销售问题给消费者造成的不便表示歉意，同时答应为消费者更换新车，退还消费者2万元购车款，并为新车免费加装原厂导航。消费者对调解结果表示很满意。（房山区消协）



小区售水卡难退惹业主发愁

近日，家住伟业嘉园小区的王先生和另外两位老年人来到房山区消协投诉，称由于小区自动售水机断电停机，很多业主手中的水卡还有余额却不能用了，售水机公司未能及时为业主办理退卡，侵害了众多业主的合法权益。

据王先生反映，今年9月初，伟业嘉园小区物业张贴告示通知业主，物业与售水机公司合同到期，水卡还剩余余额的须由业主自行电话联系售水公司办理退卡。业主们多次联系售水机公司，售水机公司均表示将会主动联系业主办理退卡事宜。时间一天天过去，一个多月了，售水机公司也没有人联系业主办理退卡。王先生称子女为其一办理了三张水卡，目前卡中的余额累积一起还有500多元。如今像他这样等待办理退卡的业主还有很多，如果不能及时解决退卡事宜很可能造成群体投诉。

房山区消协接到投诉后，及时到物业公司查询了该售水机公司与物业签订的协议情况，并通过小区物业联系到售水机公司在辖区的售后负责人，强调投诉涉及到小区稳定和谐。最终就退卡事宜与物业公司、售水机公司达成协议，由售水机公司利用两个周末时间在小区内集中办理退卡，物业公司将退卡通知以告示形式通知到小区每个楼门单元。（房山区消协）

互谅互让化解消费纠纷

9月19日下午，家住密云县城车站路小区的消费者许女士姐妹俩人来到密云县消费者协会投诉，反映妹妹之前在车站路附近一家美容美发店办理了美容卡，并于8月底在该美容美发店花了185元烫发。妹妹烫发后不到一个月的时间，发现所烫的发型又恢复了原形，于是要求美容美发店对发型进行修补，或者退还烫发的费用。美容美发店认为她们给消费者烫的发型没有问题，是消费者的头发太软所致，所以不同意消费者的要求。

投诉当天，正值密云县消协秘书长赵宗武值班，他详细的听完许女士姐妹二人反映的情况后，一方面耐心地安抚了姐妹二人的情绪，一方面与消费者提供的商家负责人进行联系，并让商家到密云县消协同消费者一起协商解决问题。

本着对双方负责的态度，赵宗武秘书长耐心的听取了双方诉说的情况，对双方都做了劝导工作，让双方本着互谅互让的态度，认真的解决好这一投诉。最终，双方达成了和解，美容美发店退还了消费者烫发费用100元，消费者许女士姐妹也表示满意，并向密云县消协真诚为消费者解决消费问题表示致谢。（密云县消协）



食品安全问题该由谁来买单？

10月4日，家住密云县城宾阳西里小区的消费者王女士打电话到县消协咨询，称其于9月27日在密云县鼓楼物美商场花11.9元购买了二斤“北方绿人”牌饼干，生产企业为河北省涿州市北方绿色巨人农业发展有限公司。9月28日食用饼干时，王女士的一颗槽牙被铬坏，血顺势而流，赶忙到医院就诊。

经检查，王女士是被饼干中的铁丝渣所致，在未食用的饼干里面，发现还有一根残留的铁丝。于是，王女士找到鼓楼物美商场反映所发生的事情，鼓楼物美商场的工作人员对王女士提供的饼干物证没有提出任何异议，并立即与河北涿州的生产厂家取得联系告知情况。之后，厂家先后三次派专人来北京协商解决此问题，虽然对王女士所反映的情况和提供的饼干物证没有提出异议，也承认其生产的产品确实存在问题，但就是在提出的赔偿问题上一直未能达成一致，厂家甚至表示支持消费者走法律程序。在与经销商和生产厂家和解无望的情况下，王女士才打电话到密云县消协咨询如何维护自己的合法权益。

密云县消协秘书长赵宗武在详细了解了消费者王女士的情况后，一方面对消费者所遇情况进行安慰，一方面及时与密云鼓楼物美商场的负责同志取得了联系，了解了消费者的具体诉求，以及与生产厂家双方未能达成和解的原因。之后，密云县消协多次同河北涿州生产厂家的负责同志联系，就消费者王女士所遇到的问题与其交换了看法，就如何解决好这一问题取得了共识。

最终，就王女士吃饼干铬坏牙投诉问题，经过消协多次耐心调解，生产厂家一次性赔偿消费者王女士治疗等费用共计人民币2000元，王女士也对密云县消协为消费者分忧解难致谢，也表示对调解结果很满意。（密云县消协）

施肥不当菜农受损 消协帮调解

近日，北京市延庆县消费者协会成功处理一起农资投诉。经过调解，商家为消费者免费提供了价值1.7万元的种苗。

延庆县大榆树镇消费者徐女士等5人投诉称，其购买的西红柿种苗不纯，导致结出的果实形状不好看，影响销售，最终造成19个大棚共计19万元的损失。接到投诉后，延庆县消协当即到大棚了解情况。

在延庆县种子管理站和海淀区种子管理站的帮助下，延庆县消协联系到销售商。销售商回复称西红柿种苗没问题，是农民后期管理不到位造成西红柿脐腐病。随后，延庆县消协又向当地农业专家求助，得知西红柿病因主要为农民施肥不当。经延庆县消协多次调解，经销商同意为消费者免费提供种苗。

延庆县消协投诉部主任陈义东提醒农民消费者，切不可因追求产量而盲目为农作物施肥。（延庆县消协）

保管好“三包”凭证是 维权的保障

7月25日，家住顺义城区的张女士在顺义区某家电购物广场购买了一台洗衣机，价值2326元，使用不到一个月就出现洗衣机滚筒脱落问题，多次找经营者协商处理，但经营者以种种借口推脱，拒绝维修。张女士无奈之下，来到顺义区消费者协会投诉。

消协受理投诉后，立即对消费者所投诉情况进行了调查，经过对买卖手续及“三包”凭证的查验，确定张女士投诉情况属实。于是，顺义区消协调解员立即来到该家电购物广场，并找到经营者和商场负责人，经过耐心说服教育，在事实情况面前，经营者认识到了自己的错误，并表示将派维修人员上门维修洗衣机。经家电维修人员确认，洗衣机内部传动皮带腐化导致洗衣机滚筒经常脱落，免费更换传动皮带后，洗衣机恢复正常工作。张女士表示对消协调解工作和调解结果都很满意。（顺义区消协）

消费问题纠纷多 消协为民解忧愁

1、消费者王女士经不住商家的忽悠，家中购买安装了“蓝钻”牌的家用净水器。使用中王女士发现出水率在1:4左右，浪费水较严重，因此就不想使用了，但自己已安装使用了将近一个月时间。针对王女士的具体情况，调解人员经过同商家的多次协商，最后终于达成协议，商家在收取了相应的费用后为王女士办理了拆除退货手续，王女士对调解结果非常满意。

2、消费者师先生在某旅游咨询公司听完讲座后，交了600元的注册费，参加优惠度假旅游活动。然而一个月过去了对方也没组织成相关活动，可是以个人名义收钱的姓连的员工还离职了。调解人员了解清楚情况后，找公司的负责人谈话，做耐心、细致的调解工作，经过几次协商，最终达成协议，该公司全额退还了师先生600元的注册费，师先生也从中汲取了经验教训。

3、消费者管老先生在陆琴脚艺办理了足疗预付费卡，交了1000元。但管老先生消费了两次后觉得不适合自己的脚部的情况，要求退还卡内的余额884元。由于办卡时老先生没有考虑周全，所以退卡遇到困难。工商人员考虑到老先生年事已高的特殊情况，同商家反复协商做工作，最后得到解决，扣除两次消费的116元，余款884元全额退还。管老先生对工商调解人员的认真负责的精神表示非常感谢。

4、消费者李女士向大栅栏消协分会投诉，称她在莱斯特商社修理一双价值4300元港币的女士皮鞋，取鞋时发现不但后跟的颜色变了，后帮的颜色同前脸也不一样了，而且无法弥补了，李女士表示当时约定是修理后跟后，后跟的颜色可以改变，但商家否认这一说法。通过李女士提供的单价，消协分会工作人员发现上面只写明了后跟颜色可以改变没有注明其他地方颜色会有变化，针对这一情况消协分会认为商家应当承担赔偿责任，经过反复调解最后达成了一致，由商家一次性补偿消费者2000元，李女士对工商部门的认真负责表示满意和感谢。（西城区消协大栅栏分会）

识别商家抽奖骗局 消费者获赔偿

8月26日，河北消费者孙女士在前门大街亨达利购物时，该商场的服务员劝她参加抽奖活动，孙女士参加抽奖并抽取了一等奖，购买了三个吊坠，共计733元。回到老家后从网上评论发现，参加抽奖并中奖购物原来是个骗局，本来打算买回去准备送礼用的吊坠也没法拿出手了。于是，孙女士找到前门消协分会投诉，要求商家退一赔一。

前门消协分会接到投诉后，把消费者和商家双方邀请到分会进行调解，商家提出让消费者去做质检报告，消费者孙女士表示不能接受商家的要求，为此双方意见不一。

针对这一情况，消协分会的工作人员分别给商家和消费者做工作，希望双方都拿出诚意各退一步解决问题。经消协分会工作人员的耐心调解，双方最终达成一致，商家退货并补偿给消费者1000元。对此，孙女士对最终调解比较满意，并对消协工作人员表示感谢。（东城区消协）

开具发票是经营者的义务

10月6日，东城区消协北新桥分会接到消费者刘先生投诉，称其在簋街某餐厅就餐时要求经营者提供发票遭到无理由拒绝。

接到投诉后，消协北新桥分会郭秘书立即与消费者和经营者取得联系并了解情况。经了解得知，消费者刘先生在簋街某餐厅就餐时，要求经营者开具个人发票，但该餐厅经营者毫无理由的拒绝，消费者投诉情况属实。为此，消协工作人员对经营者进行了耐心调解，并向其宣讲《消法》知识，告知经营者应该依法诚信经营，尤其是当消费者索要发票时，经营者必须出具。

经过调解，经营者认识到了自己的错误，立即为消费者开具了发票。消费者对调解结果表示满意，并对工作人员热情的的工作态度表示感谢。（东城区消协）

职业中介全凭忽悠 消协出手挽回损失

【案情简介】

近日，消费者张先生与某职业中介公司订立服务合同，合同列明服务项目和收费金额为1000元，合同约定由中介公司为消费者提供一份群众演员的工作，月薪为5000元。当张先生到达用人单位后，用人单位不但不签订用人合同，还要求张先生交付2000元的各项费用，张先生忍气吞声在该地干了一周，不但未领到工钱，连吃住都是个问题，张先生感到事情不对味，随后来到消协北下关分会，将事情经过讲述给了消协工作人员。

【调解结果】

工作人员首先查询了中介公司、用人单位的资质，结果发现中介公司属于合法经营企业，而用人单位无任何经营资质。工作人员决定为消费者张先生提供帮助，经与中介公司联系协商，经营者表示，并不知用人单位的具体情况，如张先生不认可中介的服务，可为其办理退费。经过调解，经营者为消费者全额办理了退费，退还服务费1000元，消费者张先生对调解结果表示满意。



【案例点评】

首先，选择职介公司要了解公司营业执照是否有劳动部门的许可，交费前要了解用人单位的资质。其次，一定要先签合同，明确各自的权利、义务，尽量详细，避免概念的模糊，比如用人单位的资质要真实、合法；要将承诺内容等标于合同内，比如月薪等。由于职业中介涉及的用人单位繁杂，一旦服务内容有所变更，应单独约定增减服务项目的内容和价格，如此案，1000元的服务费是一次性的还是多次选择，以免出现张先生这样的纠纷。（海淀区消协）

购买家具烦恼多 消费者还须长心眼

【案情简介】

近日，消费者郑女士在某国际家居城购买了一套德国家具，消费7798元，经营者坚持称该家具为原装德国进口，当送货人员将家具送到家后，郑女士觉得异味极大，让人不堪忍受，就连送货人员也心存疑窦。通过查询，消费者郑女士得知该产品为德国授权品牌，国内制造。随后郑女士要求退货，对方同意，但不巧的是，经营者以消费者丢失购买协议为由不予办理。消费者坚决要求退货，经营者不同意，故消费者投诉消协北下关分会，请求调解。

【调解结果】

接到投诉后，北下关分会工作人员立即与家具城联系，商家客服回复消费者投诉内容属实，但因丢失协议办理退货

颇为复杂。消协工作人员当即指出，协议丢失只是借口，消费者的发票还在且家具无损，经营者要想真心为消费者办理退货，完全可以当场签订退货协议为其办理。经营者接受了消协的建议，当场为消费者办理了各项退货手续，消费者于次日拿到了退货款。

【案例点评】

购买家具特别是进口家具一定要小心，不要被低价忽悠，也不要全额付款，货到验收后再全额付清全款也不迟。也建议消费者看清购买协议，最后将商家的“忽悠”内容写进补充条款中，免得日后引起麻烦。（海淀区消协）

商品宣传用语不谨慎 顾客购买后依法索赔



【案情简介】

近日，消协北下关分会接到沈先生反映，在某超市购买的“西部人葵花籽油”其商品外包装吊牌上使用了“最佳”二字，沈先生认为商家的行为违反了《广告法》的规定，要求退货并加倍赔偿。

【调解结果】

接诉后，工作人员与商家取得了联系，指出产品销售应当遵守国家的法律法规，被诉商品在其外包装上出现的相关用语明显不妥，虽然并不是商家有意为之，但商家有不可推卸的责任。经过调解，经营者为申诉人办理退货并给予多倍赔偿，挽回损失834.40元。对此申诉人表示接受调解结果。

【案例点评】

《中华人民共和国广告法》第七条：“广告不得有下列情形”中第三款明确规定“使用国家级、最高级、最佳等用语”，其中“最佳”被列入绝对禁止用语。如今少数经营者不在产品质量上做文章，反而想方设法玩文字游戏，肆意夸大商品功能，希望有关部门能依照有关法律法规进行规范，使虚假宣传无可乘之机。（海淀区消协）

洗衣店水洗冒充干洗 商家为欺诈行为买单

【案情简介】

近日，顺义区消协成功调解了一起洗衣纠纷，经营者以“水洗”冒充“干洗”，造成被洗衣服缩水。经调解，消费者获得300元赔偿金。

据消费者刘女士投诉描述，她把羊毛衫拿到洗衣店干洗，洗衣店没有按照她的要求擅自将羊毛衫水洗了，造成羊毛衫缩水，事后找洗衣店经营者理论，经营者态度蛮横不讲理。刘女士表示，衣服是今年3月份购买的，价值1100元，无奈之下找到顺义区消协投诉，请求帮助。

【调解结果】

经消协调解人员耐心调解，投诉双方最终协商达成一致：考虑到衣服缩水不是很严重，经营者向消费者当面道歉，并一次性赔偿消费者300元，双方对调解结果均都表示满意。

【案例点评】

接到投诉后，顺义区消协的调解人员立即对刘女士反映的情况进行调查了解。调查得知，刘女士送衣服去洗衣店时有明确要求“干洗”，不能“水洗”。经营者依然“水洗”衣服并造成衣服缩水的情况属实。消协调解人员指出，经营者在未预先告知并征得消费者同意的情况下，擅自将本该“干洗”的衣服给予了“水洗”，不仅未达到洗衣质量标准，也不符合与消费者事先约定的承诺，而且此行为还违反了《洗染服务业管理办法》第十二条之规定：经营者在经营过程中应遵循诚实信用原则，对消费者提出或询问的有关问题，做出真实明确的答复，不得欺骗和误导消费者，不得从事下列欺诈行为：以“水洗”、“熨烫”冒充干洗等欺骗行为。（顺义区消协）

铂金饰品成色不足 经营者退货并补偿

【案情简介】

10月6日，消费者张先生在顺义区某黄金珠宝销售公司购买价值5888元铂金戒指。之后，张先生将所购买的铂金戒指送到产品质量监督检验所检测，结果显示铂金戒指实际成色达不到标识的成色。张先生认为戒指成色不足，要求销售企业退货并赔偿。该销售企业称张先生出具的《贵金属咨询单》不具有法律效力，不予认可。在多次交涉未果的情况下，张先生向顺义区消费者协会投诉。

【调解结果】

依据检测结果，顺义区消费者协会调解员协调双方坐在一起进行当面调解。经过3次调解，双方达成调解协议：该黄金珠宝销售企业退还张先生铂金戒指货款5888元，并赔偿包括交通、检测等费用600元。



【案例点评】

本案中，该黄金珠宝销售企业销售给消费者的铂金戒指应当按照产品说明书和标识、收据上标注含量提供实物，但该企业实际提供的铂金戒指，经过法定检验机构的检测，铂金的含量没有达到标识所标注的含量，违反了《合同法》和《消法》的相关规定，该企业应该承担退货、补偿合理费用的法律责任。（顺义区消协）

精美包装月饼藏异物 食品安全别光看外表

【案情简介】

中秋节前夕，月饼销售进入高峰期，有关购买月饼的投诉也成为当月的热点。刘女士就是其中的一位，她提着一盒包装精美的月饼找到顺义区消协投诉，称她于9月12日在某蛋糕店购买了一盒水果月饼，回到家中打月饼盒子，拿出月饼掰开一块正要准备食用时，发现月饼中有个类似纽扣状的异物。刘女士感到非常气愤，这么精美包装的月饼竟然出现这种情况，实在让人无法接受。于是次日来到顺义区消费者协会投诉，要求商家按照“退一赔十”的标准赔偿500元。

【调解结果】

消协调解员接到投诉后，立刻联系月饼销售商家，并约请双方现场调解。最终，由被诉方一次性赔偿消费者300元。



【案例点评】

《食品安全法》的颁布实施后，令食品消费者的合法权益有所保障。该案例中的被诉方对消费者保留的证据及陈述的事实基本认可，仅对赔偿标准有异议。顺义区消费者协会秉承着公平、公正的原则，既维护消费者的合法权益，也不损害企业的正当权益，按照“一赔十”的标准认定了赔偿底线，最终确定了赔偿标准。（顺义区消协）

保修期内商品两次未修好 经营者负责更换或退货

【案情简介】

近日，东城区消协幸福大街分会接到消费者张先生的投诉，称其于2011年5月在国美电器购买了一台伊莱克斯牌空调，价格为3200元。空调还在保修期内就出现漏水问题，经过3次维修也未能把空调修好，不能正常使用的空调该怎么办？于是张先生找到商家要求退货，但商家只同意继续维修不同意退货。张先生无奈只好找到幸福大街消协分会投诉，寻求帮助解决。

【调解结果】

消协分会接到张先生投诉后，

先了解清楚情况，立即与商家取得联系，并约请商家负责人到消协分会协商解决消费纠纷。经调解，商家最终同意退还张先生空调全款，张先生也表示对消协的调解工作非常满意。

【案例点评】

依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第45条的有关规定：“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退货”。（东城区消协）

预付费消费卡过有效期 经营者应当激活或换卡

【案情简介】

近日，东城区消协幸福大街分会接到一起关于预付费消费卡的投诉。

去年8月3日，消费者李先生在一家会所办理了一张游泳卡，3000元钱可游泳100次，有效期为一年。截止今年8月份，李先生的游泳卡只用了20次，卡内还剩余不少金额，但商家却告知游泳卡过期作废，不能继续使用。李先生和商家多次协商未果，只好拨打12315进行投诉，希望帮忙解决问题。

【调解结果】

东城区消协幸福分会工作人员接到投诉后，立即联系消费者和商家双方到消协调解纠纷。在听取双方描述的情况后，消协工作人员对商家进行了有关法律法规和消法的宣传，并建议商家为消费者激活或延长游泳卡有效期。经调解，商家最终同意为李先生将游泳卡激活并延长有效期一年，李先生对调解结果也表示非常满意，感谢消协为消费者排忧解难。

【案例点评】

根据《关于规范商业预付卡管理的有关规定》的相关规定，为防止经营者无偿占有卡内残值，规定指出：“经营者不得为记名储值性或计次（时）性预付费服务设定有效期限。不记名储值性或计次（时）性预付费服务的有效期限不得少于3年。对于超过有效期尚有资金余额的，经营者应提供激活、换卡等配套服务。”（东城区消协）

三问新《消法》：网购退货真方便了吗？

新修订的《消费者权益保护法》将于明年3月15日起实施。修改后，消法在网购等新型消费方式、个人信息保护、格式条款、欺诈赔偿等方面都有新规定：比如，网购7日内可以“反悔”、单格式条款无效、耐用消费品由经营者举证、加大消费欺诈赔偿等。新《消法》对消费者维权带来哪些便利？消费者对落实新《消法》有哪些期盼？几位普通消费者对我们袒露了心声。

一问：网购退货真方便了吗？

新《消法》规定：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7日内退货，且无需说明理由。为防止权利滥用，有关条款也列明不宜退货的情形。如根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。

“网上商品很全，小到几元钱的手工艺品，大到几千元的白家电，足不出户就能送货到家。”自2007年加入网购大军以来，在北京一家媒体工作的赵慧已经在网上花费了数万元，网购给她带来的实惠便利可真不少。

但由于网购时不能“眼见为实”，买回来的东西常常货不对版，退货更成了麻



Focus

新修订的《消法》将于明年3月15日起实施。修改后，消法在网购等新型消费方式、个人信息保护、格式条款、欺诈赔偿等方面都有新规定。新《消法》给消费者维权带来哪些便利？我们来听听专家的解答

烦事。赵慧回忆起自己的网购退货经历，可谓是“一波三折，麻烦不断”。

前不久，她在网上看中一条裙子，拿到手之后傻眼了。“图片上模特穿着很修身，我就选了同样的号码，买回来之后穿了像孕妇装一样。”赵慧申请退货，却被店家以“由于代购的特殊性没有办法退换货”的理由拒绝，只能吃哑巴亏。

此次新《消法》明确了网络等非现场购物7天无理由退货，赵慧在高兴之余心里也犯起了嘀咕：以后网购退货真的会方便吗？

赵慧注意到，新《消法》虽然赋予了消费者网购7天无理由退货的权利，但也列明了不宜退货的情形。“根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品该怎么界定呢？”赵慧很疑惑，目前，做代购生意的网店不少，有些网店还能代购海外品牌，但这些代购商品大多数标明不退不换，是否属于根据商品性

质不宜退货的商品呢？

另外，7天无理由退货的前提条件是“退货的商品应当完好”，赵慧对此表示不解：

“衣服和一般商品可以看出商品好坏，是否与预期有差异，像食品和药品等商品，必须要开封品尝后才能辨别优劣，怎么保证商品完好呢？还适用于7天无理由退货吗？”

“对于符合7天无理由退货条件的商品，如果新《消法》实施后，向网店申请退货，卖家不同意怎么办？”对于网上购物7天无理由退货能否执行，赵慧打上了问号。

专家回应

中国人民大学法学院教授杨立新：根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，在实践中主要由商家和消费者约定，发生争议时由人民法院做出判定。如果消费者事先没有放弃7天无理由退货的权利，代购国内常见商品适用于7天无理由退货，而海外代购类似于“消费者定作的”商品，不适用7天无理由退货；在实体交易中，食品和药品售出后一般不能无理由退换，从商品性质来说，食品、药品不适用7天无理由退货的规定，如果开封后确实有质量问题，适用于“三包”规定，可以申请退换；如果消费者主张7天无理由退货，且符合相关条件，经营者又不同意的，消费者可向第三方交易平台提出申诉，或者可以向消费者协

会、工商部门等投诉，如果调解不能解决，可以向法院提起诉讼。

二问：“格式条款”还能当“霸王”吗？

新《消法》规定：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益、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。此外，新《消法》规定，经营者使用格式条款的，应当以显著方式提醒消费者注意与自身有重大利益关系的内容，如安全注意事项、风险警示、售后服务、民事责任等。

王灿在重庆市渝北区上学时，在学校附近的某理发店办了一张会员卡。理发店规定每次充值只能充100元，这让王灿很苦恼：“打完折后，每次剪发大概是七八十元，卡里剩下二三十元不够再剪一次，只能再充100元，这样反复充值，卡里总剩下几十元钱，而且不够1次消费。”

研究生毕业后，王灿工作的地方离渝北区较远，希望把会员卡里的余额退了，但理发店老板坚持不退余额，说要消费就再充值，还说当时办理会员卡时已经说明余额不退。

王灿觉得老板的规定有些霸道：当初办理会员卡时，理发店和自己只有口头约定，而且理发店在保护消费者权益方面的很多规定都语焉不详。

和老板理论了很久，钱也没退成。“老板觉得我为这个事情去诉讼的时间和精力成本高，不会折腾，所以她一点也不妥协。”

在重庆某高校读书的张晓杰也遇到过一件让人气恼的事情：“我去某理发店理发，结账时被告知加收1元钱毛巾使用费，而以前并无此项费用，也未提前告知。尽管心里不痛快，但我还是多交了1元钱。一方面多加的1元钱并不多，另一方面不知道碰到这种事情应该向哪个部门反映，也担心

即使反映了可能也没有效果。”

王灿告诉记者，新《消法》出台后，自己很关注，但对于“不合理格式条款”的认定，她心里的疑惑不少，如何区分格式条款是否合理呢？

专家回应

西南政法大学民商法学院教授侯国跃：限制格式条款，立法很重要，但更重要的是对法律的正确理解与妥当适用。关于饭店收取包间最低消费、开瓶费以及预付卡超期余额不退等规定，属于经营者单方面拟定的格式条款。一般而言，类似条款应当属于无效的格式条款。但不是没有例外，比如，专营酒水的酒吧，设置禁止自带酒水或收取开瓶费的条款是否有效，实践中就有不同意见。在判定商家是否使用不合理格式条款时，要适当区别其经营特点、是否恶意利用格式条款限制消费者权利等因素。

三问：消费者权益受损怎么赔偿？

新《消法》规定：经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务费用的3倍；增加赔偿的金额不足500元的，为500元。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。

刘敏是朋友眼中的淘宝达人。前不久她在某网店代购了一双品牌女鞋，价格比专卖店便宜了近一半。购买时，店家明确强调鞋子是正品，但收到鞋后刘敏才发现上当了：鞋子明显是假货，还有一只鞋是歪的，只能申请退货，但是卖家并没有给予赔偿。“网上售卖的假货不少，不可能每个假的商品都会赔偿，淘宝上假一罚十的宣传我觉得真实度也不高。”

对于惩罚性赔偿，刘敏存在一些疑问：“要怎样做才能申请惩罚性赔偿呢？如果是确定商品有问题要求经营者赔偿，而经营者不予理睬或者没有达到赔偿金额，消费者又应该怎样解决呢？”

刘敏说，如果是几十、几百元的商品可能会去申请惩罚性赔偿，但如果买的商品价钱不是很高，比如十几元钱，那就可能不想费时间申请了。

此次《消法》修改还首次增加了精神损害赔偿的规定，对此，消费者鲁维也有点疑惑。

鲁维就读于辽宁某高校雕塑系，前段时间从网上购买了一些雕塑要用的黏土。“当时店家打出宣传是买八送一还包邮，价格相对便宜，评价也不错，于是我买了8包。”收到黏土后他马上开始雕塑制作，但新买的黏土放了一天还是软的，工作进度因此耽搁了。

找到店家理论时，对方一口咬定鲁维蓄意欺诈，甚至是口出恶言，侮辱鲁维的人格。“像我这样，不仅商品质量不过关影响工作进度，还被污蔑蓄意欺诈，算不算精神损害呢？严重的精神损害赔偿又怎么去界定呢？”

专家回应

中国消费者协会副会长、中国人民大学法学教授刘俊海：大量纠纷可由商家与消费者协商解决，解决不了可以请求行政主管部门、社会组织调解。如果都无效可以请仲裁机构进行仲裁，解决不了再移交给法院。根据新《消法》，只要商家有欺诈行为，消费者都可以主张惩罚性赔偿，而且赔偿金额不能少于500元；如果经营者严重侵害了消费者的人格尊严，导致消费者精神严重受损，可以要求精神损害赔偿。这方面，应以医院出具的精神损害证明为准。（成 慧 李坚 刘扬）

用发膜给头发“进补” 热蒸发膜是冬季护发首选

秋冬季节，干燥的气候不仅损伤皮肤，也同样会损伤你的秀发，这个时候，营养丰富的发膜产品就可以派上用场了。发膜可以迅速补充头发水分，让秀发摆脱干燥受损等问题的困扰，恢复活力丰盈的质感，同时深层滋养发质，让头发好好“进补”，健康润泽。

头发的“晚霜”与“面膜”

发膜是一种滋润营养秀发的膏体物质，它能透过头发的毛鳞片进入发丝，帮助修复纤维组织，从而帮助头发恢复生命力，更加光泽柔顺。

发膜类似于护肤用的“晚霜”或者“面膜”，重在深层养护。发膜中含有的营养物质和水分能够透过头发上的毛鳞片进入发丝中，帮助修复纤维组织，尤其适合干枯和受损发质。如果坚持使用两三个月，就能从根本上改变发质，解决头发枯黄、干燥分叉等等顽固性发质问题。

有人以为发膜就等于是护发素的“升级版”或“加强版”，但其实并非如此。护发素的专业名称叫做“漂洗护发剂”，一般为乳化膏状物质，细腻润滑有一定的粘稠度，主要由表面活性剂、增脂剂、防腐剂、色素等组成，可以是头发变得柔软、抗静电，只能对秀发的表面起到柔顺修护的作用，而不能从根本上达到改善发质的效果。



发膜和焗油也是两种截然不同的概念。简单地说，焗油有点像彩妆，能让人立竿见影地看到秀发的改善，就像彩妆能够迅速营造出容光焕发的面孔，然而这种改善效果却是暂时的、表面的，随着洗发、日晒、污染等因素的持续影响，头发很快又会恢复到原来的样子。而发膜则不同，发膜提供的是晚霜一般的深层养护，让营养物质和水分缓慢渗入到发丝中，需要坚持使用一段时间之后才能看见效果，但却能从根本上改善发质。

“热蒸发膜”是冬季护发首选

由于发膜产品的独性质，虽然它效果显著，但却并不是对所有发质都具有广泛适用性，需要消费者根据自己的发质特点来用心选择。

如果本来头发就少，而且是油性发质，头发总是贴在头皮上，这种发质如果还使用发膜的话就更要令头发往头皮上贴了，因为发膜本身就是一种比较厚重的产品。而对于那种重度损伤、干燥纷乱的头，发膜则是最佳的“救星”，深度滋养和平复因受损而难于打理的发质，令其回复健康润泽的状态。

在选择发膜产品时，也有一些简单的规则可供遵循。如果是粗发质且经过多次染烫，发质受损，发色干黄，发质干粗，适用于“深层滋润”型的产品。如果是细发质，本身就容易扁塌，则应选择强调“恢复弹性”的发膜产品。如果是经过多此染烫受损的细发质，则适

用于“强化修复”型的发膜产品。

目前市面上的发膜大体分两种：热蒸型发膜和免蒸型发膜。一般发膜比焗油膏贵，热蒸型发膜比免蒸型发膜更贵。“热蒸型”或“美发店专用”发膜产品须配合热蒸仪器使用。免蒸型发膜的功效不会很显著，因此属于比较安全的选择，但需要耐心坚持并等待一段时间的使用之后才看出效果。

在寒冷的冬季，“热蒸发膜”无疑是人们首选的发膜产品之一。它采取热蒸的原理，通过给头部皮肤升温，让毛孔得到深层缓释，不仅可以温和导入精纯营养精华，深度养护受损发丝，还能够达到放松身心、舒缓压力的效果。如果配合“冰晶发膜”冷热交替使用，效果会更加令人惊喜。

发膜使用技巧小贴士

在洗发后用毛巾吸干湿发上的多余水分，取适量发膜涂抹于发尾及发中，然后包上热毛巾，戴上浴帽，等待15-20分钟，同时可辅以均匀按摩，如果条件允许戴上电热帽加热后效果更佳，可使头发毛鳞片充分张开以吸收发膜中的营养成分。完成一次养护后，用温水将头发冲洗干净即可。由于发膜产品的营养十分丰富，因此建议每周做一次就够了，否则可能反而导致头发营养过剩，头皮粘腻。（叶文）

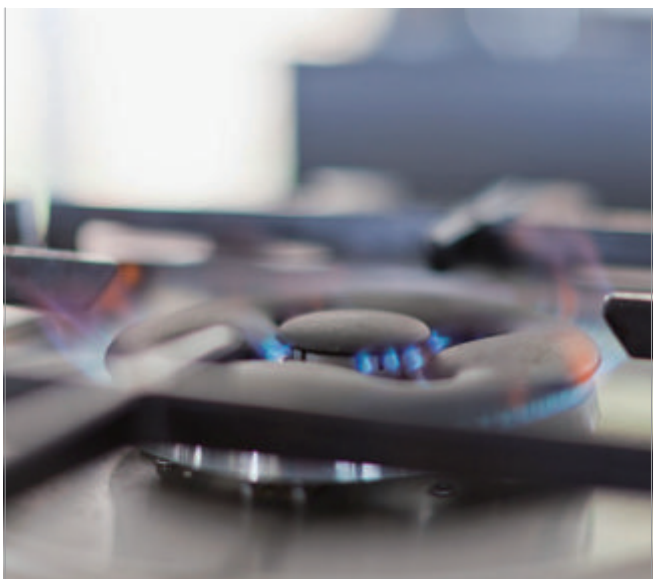
劣质燃气灶随时变炸弹 专家教你选购家用燃气灶

在国家质检总局召开10月例行新闻发布会上，国家燃气用具质量监督检验中心胡宇副主任结合2013年家用燃气灶产品质量国家监督专项抽查结果，就家用燃气灶产品的测试项目、项目不合格可能导致的危害以及选购和使用过程中消费者比较关心的问题回答记者的提问。

抽查结果显示：八项目存隐患消费者需留心

就2013年家用燃气灶产品质量国家监督专项抽查结果来看，胡宇表示，此次检查不合格项目有气密性、操作时手必须接触的部位温升、熄火保护装置结构要求、熄火保护装置闭阀时间、燃气导管、热负荷偏差、主火实测折算热负荷和热效率等8个项目。“结合历次监督抽查的情况，我们发现家用燃气灶主要不合格项目包括：气密性、热负荷偏差、干烟气中一氧化碳浓度、热效率、熄火保护装置要求、操作时手必须接触的部位温升、燃气导管等项目，应引起广泛注意。”他补充道。

“检查中不合格的项目，可能会对使用者的生命财产安全造成严重威胁。”胡宇说道。“举例来说，气密性是燃气用具产品最重要的安全指标，这个项目如



果不合格，会出现燃气泄漏现象，导致中毒、着火和爆炸等恶性事故发生，一般出现这类问题的主要原因是燃气管路系统零部件质量差、产品装配工艺水平低所造成的。”他解释道。另外，热负荷、干烟气中一氧化碳的浓度、热效率、熄火保护装置、操作时手必须接触的部位温升、燃气导管的合格与否，也是衡量燃气灶质量的重要指标。

其中，胡宇解释，热负荷是表示燃气用具释放热量高低的重要指标，抽查中发现的热负荷偏差不合格多为负偏差，属于典型的以小充大现象，无法满足用户需求，燃气喷嘴加工精度差和故意欺骗消费者是造成热负荷项目检测不合格的主要原因。同时，干烟气中一氧化碳浓度也是判定产品燃烧工况好坏的重要指标。燃气燃烧会产生一定浓度的一氧化碳有害气体，人体吸收过量的一氧化碳会导致昏迷甚至死亡。因此，对产品的一氧化碳排放浓度有严格的限定。此外，胡宇还介绍了包括熄火保护装置、燃气管道等出现的质量问题。

“总结来说，这几项不合格的项目，与商家选用劣质材质、偷工减料有一定联系。”胡宇补充道。

质监专家教你选购家用燃气灶

对于如何选购家用燃气灶的问题，胡宇表示，应结合安装和自身实际需求，选购台式或嵌入式产品；也可根据日常使用习惯，选择单眼、双眼或多眼等不同火眼

数的产品。从面板材料来看，各个材料的优势各异：不锈钢面板耐用性好、钢板喷涂和钢化玻璃面板容易清洁，陶瓷面板颜色丰富强度略低等，“建议消费者可根据不同需求进行选择。”他补充道。值得注意的是，消费者在选购时要特别关注灶具是否有熄火保护装置，不要因为价格便宜而忽视安全性。

在使用和维护燃气灶方面。胡宇表示，在使用前一定要仔细阅读说明书，重点了解使用安全注意事项，“花几分钟了解重要的安全内容很有必要。”他说道。

同时，他建议消费者掌握产品调风板的使用方法，使燃烧的火焰保持清晰且接近淡蓝色状态，“这样做不仅有利于减少一氧化碳排放量，还可以提高热效率，降低燃气消耗量。这对老百姓来说，是最关心的地方。”他解释道。

注意定期清洁火盖，使灶具保持最佳的燃烧状态，“需要提醒大家的是，在清理后要恢复正确的安装状态，装配错误会导致危险的发生。”他补充道。另外，消费者应定期检查燃气导管接头连接处是否稳固、定期更换与灶具连接使用的胶管。最值得消费者注意的是，家用燃气灶产品的判废年限为8年，对于超期使用的产品要注意安全性，应由专业人员及时检查或进行更换。（刘佳宁）

羽绒服变轻薄价格却见涨？ 小心选购误区

今年一入冬，已经有传闻羽绒原料涨价，今年的羽绒服是否也跟着涨价了呢？据记者实地调查，羽绒服价格确实有上涨，但上涨原因却不一定因为原料，跟品牌定位、面料以及配饰都有关系。

款式：主打轻薄简单

记者走访了王府井百货、广百百货河、摩登百货等城中几家百货商场，发现今年中长款羽绒服占了大多数，颜色鲜艳多彩，都会以轻便简单的设计为主。市面上所见羽绒服的设计，与以往蓬松臃肿的形象截然不同，款式简洁，不同专柜的销售员都会以轻便为卖点向消费者作介绍。轻型羽绒系列一向是优衣库的招牌之一，它在上海旗舰店开业之时，就推出了12种不同款式、超过150种不同款型和图案的轻型羽绒服，就算最重的羽绒外套，M码都只有123克重，相当于两颗鸡蛋的重量，而且所有款型均配以收纳袋，更加方便携带。

价格：与定位、面料有关

羽绒服款式普遍变得轻薄，那价格是否会比较实惠？在入秋之前，广东省服装服饰行业协会方面透露，羽绒原料占羽绒服成本30%



左右，受禽流感、夏季天气炎热的影响，今年各类羽绒制品产量明显走低，原料成本、人工成本都在刚性上涨，必然向零售环节传递。

记者在商场巡场，发现羽绒服的普遍价格比去年上涨了20%至30%，不过却未必与羽绒原材料有关，更多是与品牌的定位、羽绒的面料有关。记者在广百北京路店看到，波司登、恒源祥、雅鹿等品牌羽绒服中长款起价大多在千元以上，销售人员解释说，因原材料上涨，今年羽绒服零售价与去年相比上涨20%~30%。而在广州友谊正佳店里，一些款式比较轻便的羽绒服，价格也要2000元至3000元之间。看这些羽绒服的吊牌所示，大部分含绒量在70%以上。不过，在同一个品牌里的不同款式的羽绒服，价格相差也是很大的。在王府井百货女装专区中，ES的羽绒服都是七成含绒量，主要用的是白鸭绒，但有的款只要799元，有的款要1399元。Vero Mode专柜有多款的羽绒服，含绒量70%或者80%，没有皮草装饰的一千元左右，有皮草装饰的则要1599元。据专柜销售员介绍，这大多是因为较贵的款式衣领上用了皮草做装饰，价位自然就拉开了。

小心！选购羽绒服误区

进入冬天，几乎每人都备一件羽绒服。商场服饰专区的管理人员介绍，消费者经常对羽绒服有一些误解。

误解1：白鸭绒比灰鸭绒更好

很多消费者在情感上认为洁白颜色的，总比灰色的品质要好，其实并不然。两者的保暖能力、抗菌能力等所有指标均差不多，只要工艺得当，几乎没有区别。

羽绒分为绒和毛片，绒主要指鹅(鸭)肚皮下的那片毛绒，毛片则会带一些梗。以前吊牌上的标识统称羽绒，没有细分，现在市面上会把羽绒细分成白鹅绒、白鸭绒、灰鸭绒和黑鸭绒四种。如果要分等级，鹅绒要优

于鸭绒，最好的白鹅绒(wgd)，其次是灰鹅绒(ggd)，再次是白鸭绒(wdd)和灰鸭绒(gdd)。白鹅绒由于是白色，可广泛用于淡色的面料，不透色；纤维组织细、软、长，纤维长的鹅绒蓬松度更好，保温性更佳。鸭绒由于纤维短，相对于容易板结，影响保温性。白鸭绒与灰鸭绒之间主要的区别就是颜色，浅色面料为主的服装填充物用白鸭绒，深色面料为主的羽绒服会选择灰鸭绒。

误解2：含绒量越高就越好

其实不是。中国服装协会秘书长王茁在接受媒体采访时介绍，含绒量70%至80%的羽绒服保暖度已经很高，保暖效果跟90%以上的差异并不大，而羽绒服的价格会由于含绒量高低有很大差异。消费者常常把“含绒量”和“充绒量”这两个有本质区别的概念混淆。“含绒量”是指绒子和绒丝在羽毛羽绒中的含量百分比，表现着羽绒服装填充物的质量好坏，在国家规定中是个强制性的规定。而“充绒量”是指羽绒服填充的羽绒重量。在保证含绒量的条件下，南方成人羽绒服的充绒量应该达到100克以上，北方的羽绒服一般要有200克以上，才能起到比较好的保暖效果。充绒量的多少，直接影响羽绒服的保暖程度。在我国国家标准规定，充绒量不得少于标注值的5%。(曾敏妍)

“新概念被子” 越吹越离谱 掌握技巧避免被忽悠

随着天气变冷，冬被也迎来了销售旺季。今天冬天，市场上已经很难看到大家熟悉的棉被，取而代之的是七孔被、九孔被、蚕丝被、羊毛被、大豆纤维被、牛奶纤维被……专家提醒，市面上目前在售的冬被看似花样、名称很多，但填充物的差别却并不大。而厂商之所以给同一类填充物的产品起各种名字，是为了制造卖点和炒作概念，吸引消费者。

“概念被” 功效不太靠谱

天气渐冷，消费者王小姐打算添置一床新被子，可到几家商场转下来，看到有蚕丝被、羽绒被、羊毛被，还有牛奶润肤被、大豆蛋白被，王小姐直呼“挑不来”。

如今冬被的品种越来越多，各种“新概念被子”充斥消费者眼球。由于品种和所标榜概念的不同，这些被子的价格相差悬殊，有的几百元，有的甚至要几千元、上万元。对于备受部分消费者追捧的牛奶润肤被、大豆蛋白被，业内人士指出，牛奶被、大豆被其实只是一种概念炒作，至于是否含有这种成分，以及成分有多少，消费者是很难判断的，这更多的是商家的一种促销方式。

纤维研究领域专家傅磊在接受媒体采访时表示，牛奶纤维、玉米纤维、大豆纤维等确实存在，如大豆纤维，它就是从大豆中提取出豆粕中的球蛋



白，通过添加功能性助剂，改变蛋白质空间结构纺丝而成。从某种角度而言，大豆纤维中所含的大豆蛋白确实都有护肤的功效，只是功效的大小并不一定像商家鼓吹的一般神奇。

此外，有些商家在销售羊毛被时只说是羊毛被，不讲清楚其含量，部分消费者误以为羊毛被就是纯羊毛被。但实际上，羊毛被有纯羊毛被和普通羊毛被之分，普通羊毛被又有羊毛含量不同之分。纯羊毛被要求羊毛含量要达到100%。

而蚕丝含量在50%以上的，都可以叫蚕丝被，但100%含量和50%含量的蚕丝被，价格相差悬殊。蚕丝被又分为桑蚕丝和柞蚕丝两种，桑蚕丝的价格要比柞蚕丝贵。按照标准，用桑蚕丝做成的蚕丝被会标注100%桑蚕丝或100%柞蚕丝。市面上，不少低价蚕丝被中的蚕丝含量仅20%—30%，甚至只有10%，其他部分多为棉、羊毛等其他人造类纤维。那些宣传30%蚕丝+70%牛奶丝或者50%蚕丝+50%棉的蚕丝被，严格意义上都不能被冠以“蚕丝被”的称号。

掌握技巧避免被忽悠

除了要避免被一些概念忽悠，消费者还得掌握一些选购冬被的技巧和常识，以防买到劣质棉被或不适合自己的棉被。比如，虽然羽绒比较流行，但敏感体质的人，如哮喘病患者就不适合使用。

购买羊毛被时，尽量选择外层布不带涂层的，因为带涂层的羊毛被，填充的羊毛油脂率、杂质去除可能不过关。需要注意的是，羊毛并不是越白越好，太过雪白的话说明羊毛原本品质不是很好，去污去杂的程序比较多。

针对多孔纤维被“孔越吹越多”的现象，专家提醒，从实用角度来讲，四孔被、七孔被就足够了，而由100%

九孔纤维填充料制成的九孔被也因纤维较短、连接性差，实用性方面反而会有很大的局限，九孔被的概念炒作效果远大于其实用价值。此外，多孔纤维被主要看面料是不是纯棉的，是否紧密，以免被子里的纤维填充物外溢。其次要关注填充物的含量，应选购涤纶纤维含量较高的。

购买蚕丝被则首先要看标识，同样都叫蚕丝被，但不等于含蚕丝量都是100%；其次看丝质，好的蚕丝被，拉开被套拉链就能看到蚕丝，有光泽、无杂质、丝路整齐的才好。如果使用的是经过漂白的蚕丝，就会显得“苍白”，无光泽，而且弹性差。

而选购羽绒被时，可按照“七字诀”挑选，即看、按、摸、拍、揉、闻、掂。看：看标识，目前最好含绒量为95%，含绒量越高越好；按：将羽绒被平铺，用手向下按下，如果三分钟以后羽绒被能够鼓起来恢复到原状，说明羽绒中没有夹杂其他填充物；摸：检验羽绒的软硬程度，有毛管的、大毛片的不好，如果短小的毛梗较多，可能使用了“粉碎毛”；拍：猛拍几下被子，看有无粉尘飞出；揉：看看接缝的地方有无羽毛出来，以鉴别被子的好坏；闻：好的羽绒无异味；掂：体积大而轻的比较好。（赵兵辉）

网购进口食品乱象丛生 专家支3招识别真假

近年来，食品安全事故的曝光使诸多国内消费者对国产食品产生顾虑。放弃国产食品，转向进口食品，成为了不少消费者的选择。过去，进口食品这一舶来品在消费者心中价格昂贵身份特殊，办公桌上摆上几包进口食品，彰显着“识得食玩喝”的小资生活情调。如今，进口食品几乎已成“家常小品”。这其中一来是出于消费者对进口食品的信赖，二是消费者生活水平提高，荷包鼓起，自然有更充裕的资金来“入货”。

敏锐而快速发展的电子商务将网购的触角伸及消费市场的各个领域，进口食品网上销售是国内新兴的行业，网上购买进口食品已然成为一种新时尚。随着竞争的加剧，预计高企的进口食品价格也将趋于走低。

网上进口食品乱象丛生难辨真假

大部分消费者认为可以在网上购买进口食品，但一定要积累“战斗经验”，

“吃多两次亏自然就知道哪些能买哪些不能买”。另外也有消费者则表示“会在网上购买其他品类的商品，唯独食品以外，无论是国产还是进口的”。他们都有过这样的经历——同一款进口食品，从网上买来的味道口感均与在高端超市中所买的不

同。

消费者敏儿告诉记者，她曾在某知名食品购物网站上下单买下一款款500g的阿联酋椰枣，一般网站上会将产品的细节图全部呈现出来，包括正反面和侧面等，以方便消费者判断。但到货后，她发现这款椰枣只有全外文的“正面信息”，整个包装都没有中文标签。众所周知，正规渠道进货的进口食品进入流通环节前一定要贴上“中文标签”。“这种不知打哪儿来的食品，真是不敢吃，万一吃出事来不划算”。

另外，也有消费者反映部分标榜进口的食品实际上产地在中国。比如网上一款英国进口的柠檬绿茶，50g售价32.5元，仔细一看，产地是上海。而国产的立顿绿茶同是50g在网上也就卖10.4元；有效期将过的“临界食品”更是不在少数。

价低源于直接采购和准入门槛低

从事食品行业十年有余的刘先生在接受记者采访时表示，之所以网上的进口食品零售价远远低于超市，得益于直接采购的模式。网上的准入门槛低，不似超市有高昂的进场费，这其实大大降低了成本，方便于网店让利于消费者。至于其可信度，据他所接触，具有规模的购物网站在进口食品的可信度方面还是很高的。

在进口食品的商超和电商渠道都非常成熟的一家公司，其负责电商渠道方面的盛小姐告诉记者，他们公司就会将进口食品直送诸如亚马逊和京东等正规的电商网站，并进行全程质控。

专家3招识别进口食品真假面目

目前网络上销售的进口食品大致可以归为三类：第一类是产地在国外，由国内经销商粘贴中文标识并在国内销售，外包装没有国内的卫生许可证号。第二类是原料由国外厂家生产，国内厂商进行包装和经销，包装上对产品的成分、配料等有较详细的标注，有国内的卫生许可证号。第三类是包装上以外文为主，由国内的厂家进行分装，没有国内的卫生许可证号。某广州本土食品集团郭总介绍，只有第一类才是真正意义上的进口食



品。专家支招，3招辨真假。

一要看包装上是否有中文标签。根据国家《进出口食品标签管理办法》的规定，标签的内容不仅要与外文内容完全相同，还必须包括以下几项内容：食品名称、配料成分、净含量和固体物含量，原产国家或地区，商品生产日期、保质期、贮藏指南、制造、包装、分装或经销单位的名称和地址。

二看包装上的经销商信息。对于进口食品来说，其在中国国内的总经销商的名称和地址等信息非常重要，因为一旦出现产品质量问题，需要投诉或赔偿，消费者很难去找到国外的生产商，只能去找经销商，因此，产品包装上的经销商企业名称、地址、电话等信息一定要看清楚。

三看是否贴有激光防伪的“CIQ”标志。如无“CIQ”标志，消费者有权向经销商索要查看“进口食品卫生证书”。该证书是检验检疫部门对进口食品检验检疫合格后签发的，证书上注明进口食品包括生产批号在内的详细信息。（曾繁莹 高珊）



居然之家 居然之道

——— 以服务为根本 以消费者为中心 ———

居然之家是一个以开办大型家居建材卖场为主要业务的商业连锁企业，创建于1999年。自创业之初，居然之家就确定了“服务为本、诚信为本”的经营理念，一直以来居然之家始终坚持服务创新，及时解决消费者在消费过程中各个环节的“痛点”问题，千方百计解除消费者的后顾之忧，树立了企业良好口碑。

2000年，针对当时市场秩序较为混乱的现象，居然之家率先推出了“先行赔付”的承诺，主动承担商户经营的连带责任，即当消费者在居然之家的消费出现质量或服务问题时，居然之家可以为消费者“先行赔付”，免去了消费者投诉无门，商家扯皮的烦恼。此后，居然之家又先后推出了“绿色环保”、

“一个月无理由退换货”、“同一商品同一价格”、“统一收银、统一退货”、“送货安装零延迟”、“零增项家装”、“百分百纯进口”、“红木全保真”、“明码实价”、“以旧换新”、“三包服务期由一年延长至三年”等一系列服务承诺，不仅成为居然之家服务和管理的亮点，而且也不断刷新了家居建材流通行业的服务标准，逐步成为整个行业的规范，赢得了广大消费者以及社会各方面的信任和好评。

目前，居然之家在全国大中城市已开办近80家分店，年销售额超过300亿元，经营规模超过500万平米，并连续8年蝉联“北京十大商业品牌”称号，2011年被评定为“中国驰名商标”称号。



倡导文明消费 共创文明城区

海淀区消协等单位 联合开展动漫宣传活动



图片说明

图1：海淀区“倡导文明消费 共创文明城区”动漫宣传启动仪式

图2：北京市消协秘书长董青等领导
发放文明消费光盘

图3：启动仪式上，集体观看动漫片

10月31日，工商海淀区分局、海淀区消协及海淀区创建全国文明城市总指挥部办公室共同举行了海淀区“倡导文明消费 共创文明城区”动漫宣传启动仪式。市消协副会长兼秘书长董青，市工商局消保处处长陆原、12315中心主任任亚娜，海淀区社会组织联合会总干事孟令迪，海淀区工商分局副局长刘春梅等领导出席了此次宣传活动。海淀区社会办、商联会、旅游委、文委等部门，以及消费者代表、大学生志愿者代表等参加了启动仪式。

启动仪式上，董青、陆原、任亚娜、孟令迪4位领导共同启动动漫宣传启动仪式，并集体观看了动漫片，举行了文明消费光盘发放仪式。该动漫以消费教育快板为脚本，配以鲜活的动漫人物，将消费者在购物、旅游、就餐、出行、观看演出等多种消费活动中的不文明行为以及消费文明规范进行展示。该主题系列动漫将教育性与娱乐观赏性相结合，号召消费者摒弃消费中的陋习，从我做起，自觉文明消费，做一名文明礼貌、秩序礼让、保护环境、健康理性以及依法维权的消费者。

活动现场，董青秘书长首先对海淀区工商分局和区消协以动漫形式开展文明消费动漫宣传活动，在消费教育中更关注未来、更关注少年儿童、更重视消费者的责任表示称赞。再从国际到国内、从传统到现代、从宏观到微观、从长远到当前、从正面到反面、从现象到本质深入剖析了文明消费、理性消费、科学消费、可持续消费的重大意义，赞赏海淀区工商分局和海淀区消费者协会做了有益的探索，希望海淀区要在文明消费教育方面走在北京市的前列，北京市要走在全国前列。

“倡导文明消费 共创文明城区”动漫片共分为文明购物、文明旅游、文明就餐、文明出行、文明观众五个部分。该片是海淀工商分局、海淀区消费者协会及海淀区创建全国文明城市总指挥部办公室以广泛传播讲文明树新风的正能量为目的，以消费者喜闻乐见的动漫形式倡导文明消费风尚。