

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

2014年第1期

02

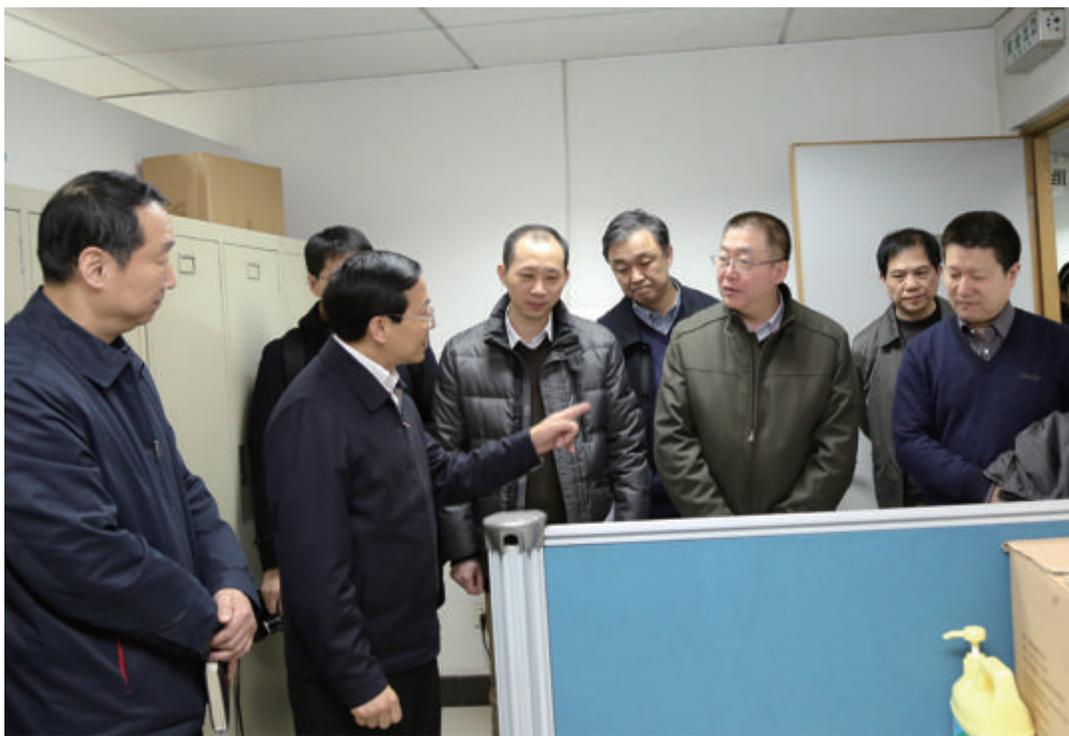
市消协盘点2013年 消费维权工作

规范监管不公平合同格式条款
是工商部门的重要职责

P24 小行动改变
大气候

P30 警惕保健品
推销陷阱

P38 网购时代
谨防售后无保障



1月24日，国家工商总局副局长马正其一行到北京市消费者协会慰问基层干部。他详细询问了北京市消费者协会系统人员组成、日常工作、面临的新问题等相关情况。马正其说，新《消费者权益保护法》赋予了消费者组织更多的职能与责任，希望北京市消费者协会学习好、宣传好、运用好《消费者权益保护法》，发挥好消费教育与比较试验的职能，为消费者构建一个良好的消费环境。



2013年12月9日，中国消费者协会秘书长姜天波在北京市工商局副局长黄晓文、北京市消协秘书长董青的陪同下，来到海淀区消协、延庆县消协调研和慰问基层干部。通过走访和听取工作汇报，姜天波秘书长对海淀区消协和延庆县消协的工作给予了肯定，并表示消协的生命力在基层，各单位要继续发扬开拓创新的精神，在维护消费者权益的路上取得更好的成绩。



1月17日，香港消费者委员会主席黄玉山一行九人到北京市消费者协会交流工作。北京市工商局副局长黄晓文代表北京市工商局及北京市消费者协会对香港消费者委员会的到来表示欢迎。北京市消费者协会副会长兼秘书长董青介绍了北京市消费者协会近年来的消费维权工作。香港消费者委员会对于北京市消费者协会开展的商品比较试验工作、老年消费者消费教育工作、消费教育教材的设计以及北京市多元化的维权工作格局纷纷表示赞同。

“护犊心切”不能漠视消费者利益

一石激起千层浪。中国烹饪协会近日发表公开信，请求国家工商总局对北京市工商局发布餐饮行业6种不公平格式条款的行为予以制止，并要北京市工商局公开道歉。消费者为工商部门发布这些条款的欢呼犹然在耳，这一公开信却让人尴尬。

此前，北京市工商局曾公开表示，餐饮行业合同格式条款普遍在开瓶费、包间费、服务费、餐具费等方面存在侵害消费者权益的内容，经专家充分论证后最终确定6种不公平格式条款。

这无疑是对当前消费者深恶痛绝的“霸王条款”的迎头痛击，受到普遍欢迎，更有不少消费者在自媒体上表达支持，呼吁其他城市尽快出台类似措施，但中国烹饪协会依然表达了“行业公愤”，列出三大罪状：“不公平表述”以偏概全，与餐饮行业实际背离；“违法定性”理由牵强，餐饮企业权益亟须保护；行政干预违背改革原则，监管决策需要客观理性。同时呼吁国家主管部门纠正和发布方道歉，一时间舆论哗然。

在是否以偏概全、违法定性等问题上，由于涉及对普通消费者来说相对陌生的法律法规领域，邱宝昌等专家已经进行分析，认为工商部门认定这些“霸王条款”的法律依据，不存在依据不足和效力不够的问题。至于“行政干预违背改革原则”，且不说对合同违法行为的监管是工商部门的法定职责，单单说改革的目的，其中之一就是全面提升社会发展质量，而规范合同行为、保障消费者权益自然涵盖其中。

在市场经济环境下，行政干预并非可有可无，基于社会需要，在法律框架下进行的市场调控、市场监管，是市场环境完善和市场经济健康发展的保障。工商部门发布这些条款有国家法律法规支撑，并以消费者利益为出发点，自然赢得普遍赞誉。

行业协会就一事发声，随后引起舆论哗然，并非第一次出现在公众视野，相信这也不是最后一次。行业协会是所在行业的利益代言人，本无可厚非，但某些行业协会，一次次用吸引眼球的方式挑战公众的承受力，在不遗余力为行业利益呐喊的同时，最广大的消费者成为被协会们遗忘的角落。

在市场发展日渐成熟的情况下，任何一个行业健康发展都离不开政府、行业协会和企业的多方合力。就餐饮业来说，当前中高端餐饮遭遇发展瓶颈，不少企业在政府引导下早早制定转型战略，顺势而为，以服务大众的理念转身，赢得消费者支持，走上新型发展道路，但还有一些企业，抱残守缺，难以适应市场变化，自然陷入困顿。

维护最广大消费者的权益是政府部门制定监管政策的出发点，是以人为本执政理念的具体表现，更是群众路线的确切要求。新修正的消费者权益保护法强调保护消费者合法权益是全社会的共同责任，“国家鼓励、支持一切组织和个人对损害消费者合法权益的行为进行社会监督”。

行业协会在引导行业有序竞争、协调发展的过程中，应自觉以维护最广大消费者权益为基本出发点来协调企业发展，规范企业经营，只有不再漠视消费者的利益，才能赢得消费者的“口碑”。只有如此，才能扩充协会的“正能量”，更好地推动行业发展。



热点 关注
HOT CONCERN

**P08 规范监管不公平
合同格式条款是工商部门
重要职责**

北京市工商局对相关行业存在的不公平合同格式条款进行规范和监督处理,是对《合同法》、《消费者权益保护法》等法律法规以及国务院“三定方案”赋予工商部门的职责的具体落实。

卷首语

- 01 “护犊心切”不能漠视消费者利益

本刊特稿

- 04 市消协盘点2013年消费维权工作

热点关注

- 06 对餐饮行业不公平格式条款认定的详细解读
08 规范监管不公平合同格式条款是工商部门的重要职责
09 不公平格式条款认定有理有据
10 不公平格式条款认定于法有据
12 反对餐饮浪费 对不文明消费说“不”
14 北京市消协系统贯彻落实“新消费法”座谈会
14 房山区消协召开中小学消费维权教育读本修订座谈会
16 消费者收货7日内可无理由退货
17 网络消费服务很闹心

权威发布

- 18 北京市消协网购户外功能性服装比较试验结果
22 北京市消费者协会羽绒服比较试验结果

消费提示

- 24 小行动改变大气候
25 免费赠送糖尿病治疗仪广告不可信
26 出境旅游购物“六注意”
27 应购买安全、健康、环保的汽车脚垫
28 长途行车 轮胎养护马虎不得
28 警惕“航班取消”短信诈骗
29 食品安全消费警示
29 网购食品注意“四要点”
30 警惕保健品推销陷阱
30 消费者要理性对待商家促销
31 当心劣质水泥隐患多

- 31 网上理财谨防钓鱼网站诈骗

工作研究

- 35 家用电脑维修格式合同专项研究
36 预付费卡消费存在的问题及表现形式

案例调解

- 38 消费者维权应理性 索赔要合理
38 网购时代 谨防售后无保障
39 邮寄贵重物品别忘了买保险
39 先行赔付化解消费纠纷
39 责任不明确 投诉解决难
40 预付费消费卡 小心被“卡”住
40 老年人买保健品小心被忽悠
41 投诉电话畅通 营造和谐春节
41 房屋中介未履行协议遭投诉



P14 市消协召开贯彻落实“新消法”座谈会

就如何学习贯彻好新的《消费者权益保护法》，使其更好为广大消费者服务。近日，市消协召开贯彻落实“新消法”座谈会。与会人员纷纷结合各自工作实际，畅谈自己的学习体会和收获。

案例点评

- 42 热水器引火灾房屋遭损毁 依法调解巨额损失得挽回
- 43 家政投诉各执一词 消协调解履行承诺
- 44 订做服装要谨慎 产生纠纷问责难
- 44 购买促销商品遇断货 消费者有权要求退款
- 45 抽奖购物中暗藏陷阱 价高未必就是好产品
- 45 格式合同要公平合理 否则规定的内容无效

消费课堂

- 46 教你挑选适合自己的冲锋衣
- 47 怎样除去久置衣物上的甲醛?
- 48 采暖季别让家具“受难”
- 49 教你8招辨识真假橄榄油
- 49 超市散装脏食物如何清洁?
- 50 巧用类比法选对称心房
- 50 给宝宝挑玩具 要以年龄细分
- 51 怎么分辨蚕丝被的真假?
- 52 家庭门窗选购的四大技巧

《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 刘博 崔国华 郝国庆 路士禹 杨立生 李华军 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

2014.02 第1期 (总第33期)

京内资准字1013-L0080号

内部资料 免费交流

全年受理各类消费投诉15452件, 解决15308件, 为消费者挽回经济损失1152万元

市消协盘点2013年消费维权工作

刚过去的2013年, 在北京市工商局的直接领导下, 市消协认真履行职责, 各项消费维权工作有序开展, 取得了明显成效。全年受理各类消费投诉15452件, 解决15308件, 为消费者挽回经济损失1152万元; 已成立各级消费纠纷人民调解委员会11个, 调解案件21件, 涉及金额466292元; 现有消费学校103所, 编印消费教育教材或发放宣传材料共计59.6万册(份), 开展消费教育“进六区”活动1903次, 发布消费提示、消费警示559条, 相关媒体采访及报导320次。

一、引导经营者承担社会责任, 倡导企业开展消费维权公益活动

一是促企业诚信度建设。继2012年组织企业开展服务消费者大型公益活动后, 再度发起家电企业为北京城区六环内消费者免费检查、保养空调等七类家用电器大型公益活动。此次活动贯穿全年, 受益者达20万人次。二是加强对消费者的正确引导。全市各级消协借助“进社区活动”平台宣传与消费维权有关的法律、法规, 提升维权意识, 引导消费者科学、理性消费。

二、针对垄断行业或公共服务企业侵害不特定多数消费者权益展开评论, 发表观点

一是点评行业或企业潜规则, 维护消费者权益。苹果产品在维修方面存

在着“强制留旧件、擅自更换好部件、维修损坏多数衍、单方判断拒维修、数据损失不负责、修理拖延时间长等十大问题。为此, 市消协与中消协等维权组织对苹果产品维修存在的侵权问题进行点评, 引起社会较大反响。中央电视台3.15晚会、新闻联播及人民日报等纷纷给予报道。随后, 苹果公司公开承诺修改iPhone 4和4S的服务政策, 维护中国消费者合法权益。一直以来, 房产评估费都由申请贷款的消费者承担。为此, 北京联合天津、重庆、大连、厦门、深圳、哈尔滨、南京、杭州、济南、武汉、广州、成都、西安等17城市消费者组织及中国消费者报社联合发表观点指出: 商业银行、公积金中心等金融信贷机构应主动承担评估费, 建议行业主管部门废除约定条款, 保障消费者公平交易权, 规范房地产信贷行业的健康发展。此外, 随着社会经济的发展, 金融消费也走进消费者生活。对此, 市消协向社会征集对理财产品销售行为中的问题和意见。并邀请专家、学者进行点评, 进一步促进理财市场的规范, 创造良好的金融市场环境, 提升理财服务的质量, 促进理财行业健康、有序发展, 进而更好地维护金融消费者的合法权益。二是针对社会热点、突发事件及时发布消协观点。年初, 国家发改委对韩国三星、LG, 台湾地区的奇美、友达、中华映管和瀚宇彩晶等六家国际大型液晶面板企业2001年至2006年的价格垄断行为进行处罚, 责令退还、没收和罚款总金额达3.53亿元。而对于处罚返还款的去向问题社会各界争论不休, 市消协

表明观点, 指出: “退还多付款”应当“取之于民、用之于民”。三是积极响应政府号召, 发表消协观点, 倡导文明消费理念。2013年初在全国提倡节俭, 反对浪费的大环境下, 市消协针对饭店设最低消费问题发表观点, 指出此举既侵害消费者权益又助长浪费奢侈之风, 同时也倡议消费者合理、适度消费, 此举引起国家相关部门的关注并提出整改措施。人民日报也就此发表评论称: 消协这个建议好。

三、强化消费风险预警, 加强消费信息指导和行业监督

一是加大商品比较试验力度。市消协全年对41个品牌的休闲服装、44个企业生产的羊绒衫、50件床垫产品、40个品牌的蚕丝被及82种网购婴童服装、19种餐具洗涤剂、18种洗手液及21种沐浴液、婴儿配方奶粉(1段)、28种地板和7种板材、41种床上用品等与消费者生活密切相关的必需品进行了商品比较试验, 引起社会关注, 起到了监督与引导的作用。中央电视台《每周质量报道》、《新闻联播》、北京电视台《北京新闻》等栏目均进行了详细的报道。针对比较试验反映出的问题, 各地行政执法机关也相继采取了措施。有效净化市场, 促经济秩序规范。二是结合消费趋势及热点, 发布消费提示和警示。春节前就文明燃放出倡议: 少放或不放烟花爆竹; 就厉行节俭, 发布了反对奢侈浪费的消费提示; 针对房屋中介出现的问题发布了“房屋中介价陷阱多”等消

费警示。此外，市消协还结合开展的比较试验工作发布了相关商品的消费提示和警示。

四、积极开拓消费教育新领域，注重消费教育平台的建设

一是升级改造北京消协网。利用新增的网上调查、视频等功能，将消费教育课堂开到网上，形式内容多样，有小品、快板、三字经等。让消费者直观感受消费教育的形式及内容。二是关注特殊消费群体消费教育。市消协与北京长寿俱乐部联合开展专门针对老年消费者的“安全消费”宣传活动，向老年消费者赠送了消费教育教材。对老年消费者在消费方面遇到的难题及疑问，进行了面对面的交流和解答。三是创新消费教育教材的形式。编发了“老年保健食品消费指南”、“美容健康”、“出国留学”、“母乳喂养”、“保险知识”等七本消费教育系列指导手册以及五种漫画口袋书。随着“新消法”即将正式出台，市消协又编印了10万本解读“新消法”的图文并茂的宣传小册子，向全市消费者发放。

五、不断深化消费者权益保护的理论研究

一是积极参与法律法规和规范性文件

的修订和实施。采取多种方式、多种渠道积极参与的“新消法”修改意见。“新消法”出台之即，组织系统人员进行了两次大范围的培训及两次针对重点工作人员的座谈。二是关注消费安全，加强理论指导。多次组织相关专家就婴儿奶粉等部分商品召开分析研讨会。三是关注民生，积极推动法制、法规的完善。与中国消费者权益保护法学研究会等机构召开“消费者组织提起公益诉讼”等大型研讨会，为消费者的维权进一步寻求法律支持。此外，年内还召开出租车调价听证会代表座谈会。组织消费者征询出租车价格调整方案的意见，配

合市发改委保障出租车价格听证工作的顺利完成。

市消协2014年工作部署

面对全新的2014年，北京市消协将进一步增强工作的全局性、主动性、前瞻性，切实提高消协工作的科学化、制度化、规范化水平。今年市消协将主要做好以下几项工作：

一、积极宣传贯彻新《消法》。有计划安排、部署在日常工作中关注新内容、新规定的实施和落实，特别是新情况、新问题、新方法的收集、汇总，形成案例成果。为新《消法》的配套实施做进一步的实质性工作，推动《北京市实施〈消法〉办法》的修改。

二、倡导维权多元化工作理念，发动社会各方力量，在主动发挥各自职能的基础上，完善协调合作机制、责任落实机制、工作保障机制，拓宽维权渠道，提高维权效能。

三、推进全市消协系统消费纠纷和解平台的建设，进一步健全投诉披露体系。强化投诉分析机制，研究消费趋势，把握维权方面，有的放矢，完善消费警示、提示发布制度。

四、强化消费风险预警机制，加大社会调查与商品比较试验力度，进一步创新商品比较试验工作思路，在深度和广度上加大研究力度，完善与商品比较试验相关的发布、案件移转等程序，强调比较试验工作的连续性

和深入性。

五、深入研究消费教育工作，动员社会各界力量，采取多种教育形式，帮助消费者提高科学消费、文明消费、依法维权的意识和能力。特别是对特殊消费群体的消费教育。

六、继续加大对垄断行业或公共服务企业侵害不特定多数消费者权益的监督力度，及时发表观点，展开评论。注重消费维权的社会责任，加强与行业组织、政府管理部门的沟通与联系，共同探讨、行业自律、政府监管等问题，寻求解决办法。

七、注意与新闻媒体的沟通协作，进一步扩大消协的公信力、影响力、亲和力。加强“一网一刊”建设，网站升级改造后要在信息公示、社会调查、消费教育等方面发挥更大作用。

八、加强队伍建设，组织干部培训，提高人员思想建设及业务素质，提升整个消协队伍的整体水平。充分发挥理事单位的作用，大力发展志愿者队伍。强化部门间及区域间的合作意识，工作中注重沟通、协调，维权联动。



就社会各界对餐饮行业不公平格式条款引发热议有关问题， 北京市工商局合同监督管理处负责人——

对条款认定作出详细解读

餐饮行业6条格式条款违法表述发布以来，受到了社会各界的广泛关注，并得到了大多数消费者和餐饮企业的理解和支持。但也有部分企业和社会组织提出了一些疑问。为更好地帮助有关方面理解相关情况，北京市工商局合同监督管理处负责人进行如下解读：

一、对合同违法行为的监管是工商部门的法定职责

依据《合同法》和国务院“三定方案”的规定，工商部门应当依法对合同违法行为进行监督。在具体的监督管理过程中，还将依据《消费者权益保护法》、《食品安全法》等专门法律法规，对是否构成不公平格式条款进行具体的认定。

在现实生活中，经营者利用合同格式条款排除消费者权利、加重消费者责任等危害社会公共利益的违法行为时有发生。对此类行为的监督，是为了保护交易的公平和安全，是为了充分保护合同双方当事人的利益，这既是工商部门的法定职责，也是社会公众对工商部门的要求。

自2010年10月国家工商总局发布《合同违法行为监督处理办法》以来，工商部门即组织开展了对各类不公平合同格式条款的清理和规范工作。几年来，市工商局先后5次向社会发布了共79条不公平合同格式条款违法表述，查处格式条款违法案件811件，得到了社会各界和相关行

业的认可与支持。如北京市洗染行业协会、北京市建筑装饰协会等行业协会都积极参与格式条款清理工作，组织行业自查自纠，推行合同示范文本，自觉引导会员企业规范服务行为，在维护行业正当利益同时，关注对消费者权益的保护。

2013年4月，工商部门开始对餐饮行业不公平合同格式条款问题进行专项研究。期间，工商部门秉承积极、审慎的工作态度，从多种途径收集了菜谱、水牌、店堂告示、就餐卡等多种形式的格式条款，整理分析后对问题较为集中的13种条款组织专家进行了论证。基于既保护企业合法权利，又保护消费者合法权益的慎重考虑，依据法律法规并考虑现实情况，工商部门从初筛的9种格式条款中选择了6种消费者反映最强烈、与法理基本观点最低抵触的违法格式条款予以公布。

二、对6种不公平格式条款认定的有关解读

从违法条款公布的反馈来看，已经有很多餐饮企业自觉纠正了有关行为，也有一些企业来电询问相关细节。为方便餐饮企业和社会公众理解和执行，现解释如下：

一、“如甲方需减少订席数，须提前十五天告知乙方，否则乙方将按原订席数全额收费。”

根据《合同法》的规定，当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担违约责任。那么消费者减少订席数量且未如约告知的，餐饮企业收取必要的违约金是合理的。

但餐饮企业收取违约金的行为不能超出合理限度。《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（二）》中的规定：“当事人约定的违约金超过造成损失的百分之三十的，一般可以认定为合同法第一百一十四条第二款规定的‘过分高于造成的损失’”。这意味着餐饮企业不区分实际损失大小，统一按照原订席数全额收费的做法，超过了受法律保障的违约金比例，也使餐饮企业的实际付出与收益不成正比。这一行为，已经构成了对消费者合法权益的侵害。

二、“请保管好自己的物品，谨防被盗，丢失本店概不负责。”或“公共场所请您携带好您的随身物品，如有丢失自负。”

消费者在餐厅应当尽到审慎义务，妥善保管自身财物。公安部门从风险防范角度进行的安全提示，对于防范违法犯罪行为具有积极的作用，工商部门非常赞同。但餐饮企业不得以此为由免除自身对消费者人身、财产安全的保障义务。《消费者权益保护法》第18条明确规定：“经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。”对于消

消费者在餐厅丢失物品的情况，应当先对具体责任进行合理界定，如果消费者对财物丢失有责任的，要自行承担相应责任；如果是餐饮企业的故意或者重大过失造成的财产损失，餐饮企业就不能免除相应责任。那么，使用诸如“概不负责”或“责任自负”这样的绝对化用语，就构成了对消费者权益的侵害。

三、“餐厅有权接受或拒绝顾客自带酒水和食品。如果顾客不接受餐厅建议将被视为自动放弃食品卫生投诉权利。”

工商部门支持消费者选择安全、放心的餐厅享受优质的就餐服务，并不意味着提倡消费者到餐厅消费时自带食物。

需要注意的是，餐饮企业不能以消费者不听建议自带部分食品为由，免除其在全局就餐服务过程中的食品安全保障义务，更不能剥夺消费者依法投诉的权利。

《消费者权益保护法》第15条明确规定：

“消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。消费者有权检举、控告侵害消费者权益的行为。”

《食品安全法》也规定：“任何组织或者个人有权举报食品生产经营中违反本法的行为。”因此，餐饮企业不得以任何理由对消费者的投诉权利设置障碍。

四、“消毒餐具工本费一元”或“消毒餐具另收费”。

消费者到餐厅就餐，与餐饮企业间等于签订了一份就餐服务合同。服务享受者是消费者，服务提供者是餐厅。为消费者免费提供餐具，是餐厅应当履行的义务。餐具消毒企业与消费者之间没有合

同关系，更没有直接向消费者收取费用的权利。《食品安全法》第27条规定：“餐具、饮具和盛放直接入口食品的容器，使用前应当洗净、消毒。”可见向消费者提供消毒餐具，是餐饮企业的法定义务，其也应当承担消毒餐具产生的费用。至于消毒工作具体是由餐饮企业自己承担，还是外包给消毒企业完成，是餐饮企业的自身行为，餐饮企业不应当把相关费用转嫁到消费者身上。当然，如果餐饮企业在提供免费消毒餐具同时，又提供收费消毒餐具，由消费者自行选择以满足个性化要求，亦属合理市场行为。对于因公布餐饮行业格式条款违法表述引发的消毒餐具问题，市工商局已与北京市餐饮具集中消毒行业协会进行了沟通。

五、“禁止自带酒水。”

餐饮行业是充分自由竞争的行业，但这并不意味着在餐饮行业中就不存在经营者利用优势地位设定不公平条款侵害消费者权益的情况。特别是当某一行为成为行业内主要企业共同执行的潜规则甚至明规则时，处于弱势地位消费者的自主选择权和公平交易权就容易受到侵害。

《消费者权益保护法》第9条规定：

“消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。”

第10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。”消费者不仅有权选择在哪一

家餐厅就餐，在同一家餐厅也有权选择具体的商品和服务内容。以禁令形式拒绝与消费者就酒水问题协商，侵害了消费者的自主选择权和公平交易权。

六、“包间最低消费xx元。”

餐饮企业设置包间最低消费，属于侵害消费者自主选择权和公平交易权的行为。《消费者权益保护法》第9条规定：

“消费者享有自主选择商品或者服务的权利。”第10条规定：“消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。”设置最低消费的行为，排除了消费者选择消费数量、消费金额的权利，也容易产生浪费等现象。

总而言之，市工商局发布餐饮行业格式条款违法表述，是建立在公平保护餐饮企业与消费者双方合法权益基础上的，并充分尊重了餐饮企业的经营自主权，有充分的法律和现实依据。

2013年10月25日修正的《消费者权益保护法》再次强调：“保护消费者合法权益是全社会的共同责任。”，“国家鼓励、支持一切组织和个人对损害消费者合法权益的行为进行社会监督。”多年来，在规范市场秩序，促进行业健康发展方面，工商部门先后得到北京市洗染行业协会、北京留学服务行业协会等社会组织的支持。上述行业协会积极指导会员企业依法合规经营的做法，值得鼓励。工商部门欢迎社会各界对工商行政管理工作提出批评和建议，也希望社会组织能够切实承担引导行业规范、健康发展的责任，维护好企业与消费者的和谐关系。

国家工商行政管理总局新闻发言人： 规范监管不公平合同格式条款是工商部门重要职责

就中国烹饪协会关于请求国家工商行政管理总局纠正北京市工商局对“餐饮行业6种不公平格式条款”不当处理的公开信一事，国家工商行政管理总局新闻发言人近日进行回应，表示规范监管不公平合同格式条款是工商部门的重要职责。

合同行政监督管理，是《合同法》

和国务院“三定方案”赋予工商行政管理部门的法定职责。根据《合同法》、《消费者权益保护法》及其他法律法规，工商总局制定颁布了《合同违法行为监督处理办法》，对包括利用合同格式条款侵害消费者合法权益在内的合同违法行为作出了具体的监督处理规定。

由于合同格式条款具有单方拟订、

重复使用且不与对方协商的特性，不少经营者利用不公平合同格式条款将自己的意志强加给作为合同弱势方的消费者，损害了消费者的合法权益。不公平合同格式条款的大量存在，破坏了正常的消费秩序，容易引发矛盾和纠纷，涉及社会公共利益，已成为影响社会和谐稳定的公害。针对这种情况，工商总局于2012年组织全国工商系统开展了“整治利用合同格式条款侵害消费者合法权益专项行动”，针对免除经营者责任、加重消费者责任、排除消费者权利等违法行为，加大监管执法力度，集中开

展专项整治，得到社会各界和广大消费者的普遍认可。2013年以来，各地工商机关按照工商总局的部署，继续加大对各地重点行业不公平合同格式条款的监管力度，努力维护合同公平，切实保护消费者合法权益。

我们注意到，近期北京市工商局向社会公布并点评了留学服务行业、家装行业、餐饮行业常见的不公平合同格式条款，引发了社会各界的关注，各类媒体也进行了相关报道。北京市工商局对相关行业存在的不公平合同格式条款进行规范和监督处理，是对《合同法》、《消费者权益保护法》等法律法规以及国务院“三定方案”赋予工商部门的职责的具体落实。

《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》强调，要紧紧围绕“更好保障和改善民生、促进社会公平正义”深化改革；政府的职责和作用包括“加强市场监管”、“保障公平竞争”、“维护市场秩序”以及“弥补市场失灵”。保护消费者合法权益、营造公平竞争的市场环境，是工商部门的任务和使命；开展合同格式条款行政监管工作，是工商部门服务民生、维护公平的具体体现。对于利用合同格式条款侵害消费者合法权益违法行为，各级工商部门要以法律为准绳、以事实为依据，依法规范，依法查处。



北京市消费者协会： 不公平格式条款认定有理有据

近日，北京市工商局就餐饮行业中存在的6条不公平格式条款发布之后，在社会上引起了广泛热议。针对讨论的有关问题，北京市消费者协会认为：不公平格式条款认定有理有据，应当形成社会各界共识。

一、餐饮行业部分企业，设置谢绝消费者自带酒水的规定，其问题真正本质是使消费者接受餐饮企业提供的高价酒水。近日，北京市消协的工作人员以普通消费者的身份随机对全市的63家餐饮企业进行调查，涉及13个酒水品牌的34个品种，数据表明上述餐饮企业所提供的酒水往往高于市场价格的1至数倍。以茅台53度飞天为例，市场价格为1080元左右，餐饮企业提供价格为市场价格的200%至300%。五粮液52度市场价格798

元左右，餐饮企业提供的价格为市场价格的150%至200%。36度百年牛栏山市场价格为105元左右，餐饮企业提供价格为市场价格的200%（以上价格不包括市场促销及餐饮企业批发进货因素）。高额的酒水利润是餐饮业设定此类不公平合同格式条款的动因，涉嫌不公平交易。而这种普遍的加价幅度已经成为行业潜规则，在事实上限制和剥夺了消费者的选择权和公平交易权。餐饮业提供酒水与菜品等产品性质不同，不能体现凝聚了员工服务与技术含量，制定高额酒水费用不符合常理。

2007年北京市消费者协会与北京市饮食行业协会曾联合发布公告，倡导餐饮企业应树立正确的经营理念，使餐饮企业提供的酒水价格回归到合理范围，以多数消费者能够接受为先决条件，不

提倡设置“谢绝自带酒水”的规定。

虽然经营者在提供餐饮服务的过程中，拥有对所销售商品和提供服务的定价权，但企业在获取利润的同时，应当遵循公平交易、等价有偿、诚实信用的市场规则，部分餐饮企业以店堂告示的形式谢绝消费者自带酒水，使消费者被迫接受高价酒水以及对自带酒水收取不合理的费用，客观上涉嫌侵犯了消费者的自主选择权与公平交易权。

二、餐饮行业中部分企业设置“包间最低消费”，客观上剥夺了消费者的选择空间，使消费者被迫购买超出其需求的服务，既不利于消费者明明白白消费，超出消费者需求的部分，又涉嫌强制性消费，侵害了消费者公平交易、知情等合法权益。同时经营者设置“最低



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

在北京市消费者协会今年组织的两次关于餐饮行业的调查中，收取“包间最低消费”的企业从被调查总量70%降至被调查总量的26%，结果反映出在政府有关部门、行业组织、社会各界及舆论的共同推动下，现阶段餐饮行业设置包间最低消费的情况有了较为明显的改观。部分企业调整了营销模式，自行取消了最低消费的做法，应当给予充分肯定。

三、餐饮行业中部分企业向消费者收取消毒餐具费，侵犯了众多消费者的公平交易权。餐饮企业向消费者提供消毒餐具是经营者应尽的法定义务，消

费者到餐馆、酒店就餐，购买的标的既包括食物，也包括餐饮企业的服务。而餐饮企业是否提供安全卫生的用餐条件直接关系到消费目的的实现与否。另行收取消毒餐具费属于强制收费。餐具是用餐过程中的必备用品，餐饮企业向消费者提供经过消毒且达到国家卫生标准的餐具、纸巾，是餐饮过程中的配套服务项目，是消费者接受用餐的前提，同时也是经营者的法定义务和附随义务，长期以来已获社会认同，并约定俗成。该项服务产生的费用是经营成本的一部分，作为法定义务的承担方，餐饮企业理应承担该项费用，而不能因为餐具密封包装，就将消毒产生的费用转嫁到消费者身上，否则，就是在变相降低与消费者约定的服务标准，转嫁附随义务，这违背了民事合同中的诚信公平原则。为此，2010年21城市消费者曾组织联合发

布致餐饮企业的公开信：另行收取消毒餐具费侵犯消费者公平交易权。

此次调查中，我会发现，多数餐饮企业不向消费者主动提供普通餐具，而用默认摆放的方式诱使消费者使用收费消毒餐具，在一定程度上涉嫌剥夺了消费者的自主选择权。

四、餐饮行业具有市场竞争性同时因客观原因，部分餐饮经营者也存在设置不公平合同格式条款侵害消费者合法权益的现象。为此，餐饮行业在获取经济效益的同时，应推进自律，履行社会责任，加快形成企业自主经营、公平竞争，消费者自由选择、自主消费的现代餐饮业市场体系。倡导诚信经营，倡导勤俭节约，文明用餐、明明白白消费，保障消费者的各项合法权益。

北京市消费者权益保护法学会副会长邱宝昌： 不公平格式条款认定于法有据

近日，北京市工商局就餐饮行业中存在的6条不公平格式条款发布之后，在社会上引起了广泛热议。针对讨论的有关问题，北京市消费者权益保护法学会副会长邱宝昌认为不公平格式条款的认定于法有据，企业应客观理解，并对部分条款内容进行了解读。

首先，对工商部门认定不公平格式条款的法律依据，邱宝昌认为不存在依据不足和效力不够的问题。《合同

法》第三十九条、第四十条、第四十一条都对格式条款问题有明确规定，《消费者权益保护法》第二十四条也明确规定：“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。”北京市工商局适用的是国家工商总局发布的《合同违法行为监督处理办法》，而这个《办法》是依据《合同

法》和《消费者权益保护法》制定的。根据这个《办法》对格式条款问题进行清理和处罚，是有充足的法律依据的。

其次，对于这次公布的一些条款，邱宝昌认为部分企业存在着误读的情况。比如，一些餐饮企业提到“消毒餐具工本费一元”或“消毒餐具另收费”问题时，提出消毒企业是消毒餐具的提供者，餐饮企业只是使用单位，也就不是违法主体。这种观点有混淆概念之

嫌。消费者到餐厅就餐，与餐厅之间等于签订了一份餐饮服务合同，服务享受者是消费者，服务提供者是餐厅，那么为消费者免费提供餐具，是餐厅应当履行的义务，餐具消毒企业与消费者之间并没有发生合同关系。同时，根据《食品安全法》规定：“餐具、饮具和盛放直接入口食品的容器，使用前应当洗净、消毒”，这也同样明确了经营者向消费者提供消毒餐具的义务，餐饮企业应承担因消毒餐具产生的费用。至于消毒工作具体是由餐饮企业自己承担，还是外包给其他消毒企业，与消费者没有关系，餐饮企业也不应把相关费用转嫁到消费者身上。当然，餐厅可以有包装好的收费餐具，但也应该有消毒好的免费餐具，并且要告知消费者，由消费者自愿选择使用哪种餐具。

对于“如甲方需减少订席数，须提前十五天告知乙方，否则乙方将按原订席数全额收费。”这一条，邱宝昌认为其违法点是在消费者违约之后，经营者利用格式条款强行按照费用全额收取违约金。根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（二）》中的规定，“当事人约定的违约金超过造成损失的百分之三十的，一般可以认定为合同法第一百一十四条第二款规定的‘过分高于造成的损失’”。如果消费者未能提前告知经营者减少订餐席数，经营者可以依法追究消费者的违约责任，要求消费者按照一定比例支付违约金，但不加区别的按照费用全额收取违约金，就明显超过了合理范围，属于侵害了消费者的合法权益。

再比如“请保管好自己的物品，谨

防被盗，丢失本店概不负责。”或“公共场所请您携带好您的随身物品，如有丢失自负”将这两条界定为不公平格式条款，并不是说消费者在餐厅就可以对自己的物品不尽谨慎义务，只要发生财物丢失都由餐厅承担全部责任。因为保障财产安全，一般是财产所有人要注意的问题。但当消费者到餐厅就餐时，经营者负有相应的保障义务，确切的说，经营者要提供保证财产安全的服务场所和设施，对可能危及财产安全的风险，应当积极防范和警示。所以，对于消费者在餐馆丢失物品的情况，应当首先分清具体责任，如果消费者对财物丢失有责任的，要自行承担相应责任；如果是由于经营者的故意或者重大过失造成的财产损失，经营者是不能免除相应责任的。那么，经营者使用诸如“概不负责”或“责任自负”这样的绝对化用语时，则意味着经营者利用格式条款免除自身责任，就构成了对消费者权益的侵害。

对于“餐厅有权接受或拒绝顾客自带酒水和食品。如果顾客不接受餐厅建议将被视为自动放弃食品卫生投诉权

利。”这条内容，有些企业把它理解为工商部门是在鼓励消费者自带食品到餐厅就餐，邱宝昌认为这也是一种误读。此条款认定为不公平格式条款，原因是它剥夺了消费者的投诉权利。生活中，即便消费者不听建议，自带了部分食品，但不能因此免除经营者对其提供的其他餐饮服务的安全保障义务。根据《消费者权益保护法》的规定，“消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。”同时，《食品安全法》也规定了“任何组织或者个人有权举报食品生产经营中违反本法的行为”，消费者依法享有对餐厅所提供的食品和服务进行监督的权利，对于不符合食品安全的经营行为依法享有向相关部门进行投诉的权利。所以说餐厅对消费者的投诉权不能设置障碍。

工商部门在认定相关企业行为时，给予了一个月的整改期，在这一个月里，是给相关企业自查自纠的机会，这也充分体现了工商部门理性执法、柔性执法的理念，这种做法有利于规范市场，引导餐饮企业调整经营策略，营造和谐的消费关系。



反对餐饮浪费 对不文明消费说“不”

新《消法》明确规定反对浪费，倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式。近年来餐饮成为浪费“重灾区”，餐饮浪费可谓触目惊心、比比皆是。如何有效遏制“舌尖上的浪费”，倡导全社会形成理性的餐饮消费观是时代文明、进步的要求，也是餐饮行业自身良性发展的必然需求。

新《消法》旗帜鲜明反对浪费

仔细对比新、现行《消法》，不难发现，新《消法》旗帜鲜明反对浪费，倡导文明消费。新《消法》第一章总则的第五条明确规定，“国家倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，反对浪费。”对此，全国人大常委会法工委副主任信春鹰在解析《消法》修改过程和新《消法》特点时表示，“在消费转型和经济转型过程中，倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，这一点特别重要。现在某些方面的消费，其奢侈程度比发达国家更甚，大量不节约行为、攀比行为浪费了资源，逼着环境退化恶化，不仅对人类的未来和环境保护造成压力，也不利于时代的进步和文明的发展。”

“正是基于此，期盼消费者组织在这方面有所作为、大有作为。”信春鹰强调，新《消法》第五章第三十七条规定的消费者协会要履行的公益性职责中，将“向消费者提供消费信息和咨询服务，提高消费者维护自身合法权益的



能力，引导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式”列为其首要职责。

中国消费者协会副秘书长董祝礼在接受记者采访时介绍，此次新《消法》明确了消费者协会不是“社会团体”，在其组织定性上采用了内涵更为宽广的“社会组织”的提法，同时规定消费者协会履行的是“公益性”职责，重新界定了消费者协会的组织性质，为消费者协会的健康发展指明了方向。在现行《消法》赋予消费者协会七项职能的基础上，新《消法》又为其赋予了一些新职责，把引导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式列为公益性职责第一条，是赋予消协的新职责，适应了消费形势发展需要。

反对餐饮浪费正逢其时

董祝礼强调，在消协职责中增加引导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式的职责，引导社会各界反对浪

费，树立可持续消费理念，促进社会的永续发展，更好地维护消费者的长远利益，是国际消费者运动发展的新方向，也是建设美丽中国、实现经济社会可持续发展的重要举措。

“以餐饮为例，近年来餐饮浪费比比皆是，除了公款吃喝造成的浪费，属于个人掏腰包造成的浪费也触目惊心。试问有哪场婚宴没有浪费的？”董祝礼介绍，今年2月中消协联合全国46省市消费者协会（委员会）发出倡议反对餐饮消费，其中明确提出反对将婚丧嫁娶和节日消费异化成餐桌浪费。在中消协评出并公布的“3·15年度引人深思的消费事件”中，“反对餐饮浪费”被列为首位。

“过去由于餐饮业的营业收入保持高速增长态势，使得餐饮企业纷纷上马，餐馆、饭店数量急剧扩张，整体布局失衡并引发恶性竞争，成为严重的奢侈浪费的促成因素，国家政策出台和反腐力度加大给了餐饮业一个‘回归正途’的机会，餐饮业应该以消费者需求与心理支付能力为准则。”在近日由北京市商务委员会主办，北京市餐饮行业协会承办的“第二届北京餐饮文化节”闭幕式上，中国烹饪协会副会长、北京市餐饮行业协会会长汤庆顺在接受记者采访时表示。

汤庆顺分析说，近年来盲目比装修、比食材、比档次成为餐饮业发展的误区。“除治理腐败等政策和引领社会风气等原因外，转型也是餐饮业多年来一直保持两位数增长，发展到一定高位

后的自然回落，餐饮业走大众路线尽快转型，走向回归正逢其时。”

挖掘餐饮文化内涵 创新消费方式

汤庆顺介绍，去年年底到今年年初，中央相继出台了八项规定、六项禁令，得到了全社会的普遍拥护，餐饮行业广泛开展勤俭节约，反对铺张浪费的行动。在北京、上海等一线城市及大量的二线城市，中、高端餐饮企业积极适应转型，纷纷推出菜量提示、小份菜、打包等服务，为引导消费者适度消费起到了很好作用。今年以来踢破过度消费、奢侈消费的泡沫后，大众的日常饮食消费已经成为主流消费需求，大众餐饮注定成为今后行业发展主流方向。

“要清醒认识到，在短期内完成战略调整 and 经营突破并非易事。当前单纯的价格战已经不再是餐饮业竞争的主要手段，要打文化牌和服务牌，深入挖掘餐饮文化内涵，通过文化促销、优质服务等多方面的综合实力，让消费者吃出文化，吃出服务水平和健康。”汤庆顺解释，中国的餐饮文化历史悠久，博大精深。消费者就餐的感觉、体验及效果；餐饮企业员工通过传承和创新提供的精心服务和可口的美食都属于餐饮文化的范畴，餐饮文化已经深深融入消费全过程。

董祝礼认为，要多渠道倡导文明餐饮，除了倡议餐饮企业和消费者适量推荐餐食和点餐，倡议“光盘”、“净桌”行动，企业明示菜量及适用人数、设置小份菜、拼盘菜、半份菜外，还应

该在创新消费方式上努力。“要继续树立并强化消费者的浪费可耻意识，另外倡议推广自助餐、分餐制，这是遏止浪费的有效手段之一，应该在全社会大力提倡。”北京市消费者协会秘书长董青在接受记者采访时表示，“自助餐有助于在餐饮领域树立文明、健康的消费观念，引导摒弃铺张浪费、炫耀消费等不良消费行为。“尽管自助餐的消费者如果不文明就餐，也会造成一定浪费，但是总体上从消费方式而言，自助餐要比圆桌式的桌餐的消费浪费少很多。”汤庆顺强调，文明、健康、理性的餐饮消费方式要从每个人做起，消费者和经营者都有责任，更节俭、文明、新颖的消费方式和消费氛围需要全社会共同营造。

(姚敏)

相关链接

反对浪费不影响扩大餐饮消费

中国劲吹的节俭之风使高端餐饮行业遭遇寒冬。对此，商务部新闻发言人沈丹阳18日在北京举行的例行发布会上表示，反对浪费不影响扩大餐饮消费。

2012年12月，中共中央出台改进工作作风、密切联系群众的“八项规定”，并陆续推出一系列厉行节约、反对浪费的措施。受此影响，中国餐饮行业明显降温。据中国烹饪协会数据，2013年中国餐饮业收入25392亿元人民币，同比增长9%，增速跌至21年以来最低点。

其中，高端餐饮受到的冲击尤为强烈。商务部数据显示，2013年全国限额以上餐饮收入同比下降1.8%，比上年回落了14.7个百分点；2014年春节这一传统消费旺季期间，高端餐饮销售也明显下滑，部分地区一些重点监测的高档酒店销售额同比下降20%以上。

沈丹阳表示，虽然高档餐饮企业的营业收入和相关消费有所下降，但是从促进经济社会可持续发展的大目标来看，“反对浪费不应成为影响扩大消费目标实现的理由”。

在沈丹阳看来，去除奢侈浪费因素后，2013年餐饮业收入9%的同比增速虽然低于往年，但已经是不小的增幅。

沈丹阳指出，在中国高端餐饮遇冷的同时，大众餐饮却在大幅增长，这表明餐饮消费正回归理性，“应该说是一件值得高兴的好事情”。

沈丹阳认为，提倡节约、反对浪费，使大众餐饮成为行业发展的主要方向，将推动餐饮企业提供更能满足市场需求的产品和服务，不仅不会影响餐饮消费，反而会发展和促进餐饮领域的大众消费、基本消费、便利消费和绿色消费。(李晓喻)

北京市消协召开贯彻落实“新消法”座谈会

2013年10月25日，全国人大常委会高票通过了修改后的《中华人民共和国消费者权益保护法》。新《消法》将于2014年3月15日施行，就如何学习贯彻好新的《消费者权益保护法》，使其更好为广大消费者服务，近日，北京市消协召开贯彻落实“新消法”座谈会。

座谈会上，北京市消协副会长兼秘书长董青表示，新《消法》的出台具有重大意义，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。不仅增加了消费者的权利、经营者的义务，还增加了消费者受侵害后的救济条款，为保护消费者权益提供了有力保障。董青秘书长指出，新《消法》的发布实施，对消协在消费者权益保护工作中

赋予了新的任务，提出了更高要求，希望消协工作人员通过学习和交流，要充分理解透彻新消法知识，并快速投入到新《消法》的贯彻落实工作中去，切实保护好广大消费者的合法权益，发挥好消费者协会的作用，为新《消法》的正确实施奠定了坚实的基础。

此外，北京市消协投诉部主任郎丹柯介绍了新《消法》的修订情况，以及对修改法条进行详细的解说，表述此次出台的新《消法》主要针对消费领域出现的新情况新问题，明确了网络购物“无理由退货制度”，完善了“三包”规定，加重了对违法经营的惩罚，更加体现了平等善待消费者与经营者。

对于新《消法》的新色彩、新热



点，责任主体等，各区县消协参会人员纷纷结合各自工作实际，畅谈自己的学习体会和收获，就如何理解举证责任、先行赔付、无理由退货、个人信息保密、公益诉讼等热点条款进行了讨论和交流，并提出了新《消法》实施后如何进一步开展消费维权工作。

房山区消协召开中小学消费维权教育读本修订座谈会

1月2日，房山区工商分局、区消协与区教委共同召开中小学消费维权教育读本修订座谈会。区教委副主任王华明，工商分局副局长、区消协副会长赵建海，区教委法规宣传科科长李翼明出席会议，12位消费教育学校校长，11位工商所所长及消保科、消协负责人参加了会议。会上，房山区消协秘书长杨立生为区教委领导、消费教育学校负责人，针对新《消法》的修改内容及亮点进行了解读。

房山工商分局副局长、区消协副会长赵建海表示，消费维权教育意义十分重大：一是能够让在校学生掌握消费知识、

树立消费观念，进一步培养孩子的社会责任感；二是能够加强学生社会实践，拓宽学生生活视野，引导学生文明、节约、理性消费。三是强调了本次消法修改的显著特征，对消费者合法权益的保护力度增强，对侵害消费者合法权益的违法行为打击力度加大，对消费维权执法部门要求提高。

为今后做好消费教育进课堂工作，引导学生合理消费，赵建海提出四点工作要求：一是区消协要针对各消费教育学校负责人提出的宝贵建议，有针对性的对《中、小学消费教育教材》做出修改，

进一步提高教材质量；二是在消费教育课堂内容中，还要进一步加强青少年理性消费教育、文明消费教育，让学生树立节约为荣，以浪费为耻的社会主义荣辱观，进一步推动广大青少年思想道德建设。三是区消协与各工商所要加强与消费教育学校的联系和沟通，结合《新教材》与学校共同开展适合中学生特点的消费维权活动。四是修改和完善《中、小学消费教育教材》，是适应新形势下青少年消费维权教育的有益尝试，工商、消协各部门要高度重视，为青少年健康成长、提供良好消费教育环境做出努力。

中国消费者权益保护法研究会召开“知假买假”研讨会，与会专家呼吁给予知假买假消费者法律保护



中国消费者权益保护法研究会日前举行“知假买假”研讨会，与会专家认为，知假买假维护了社会公共利益，知假买假者也是消费者，应该给予保护。最高法院最近出台的司法解释是中国法制的重大进步，并建议一般商品也应该适用。

知假买假者是伪劣商品“清洁工”

近日，最高人民法院发布《关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》，其第三条的明确：因食品、药品质量问题发生纠纷，购买者向生产者、销售者主张权利，生产者、销售者以购买者明知食品、药品存在质量问题而仍然购买为由进行抗辩的，人民法院不予支持。中国消费者权益保护法研究会会长何山认为，这个司法解释弥补了修改消法的遗空，吹响了涤荡假药假食品的号角。

何山表示，对于大多数消费者来说，是疑假买假，真正知假买假的消费者极少。主动买假的人也是消费者！而且这种人原本是消法立法宗旨所提倡的人。消费者权益保

护法第49条的立法，就是要培养像王海这样扫除社会垃圾、扫除假冒伪劣商品的“清洁工”。

司法解释也应适用其他商品

“我认为对其他一般商品也应该适用。这一司法解释等于对争议了近20年的知假买假问题给予了一个明确司法结论，就是知假买假者请求依照消法、食品安全法等法律赔偿，法院应予支持。”中国消费者权益保护法研究会副会长李学寅表示。

李学寅说，虽然对知假买假存在争议，但不仅消法第49条的规定否定掉，而且去年10月新修订的消法又强化了这一规定，把1+1退赔变为1+2倍退赔，在食品安全法中则规定为10倍赔偿。现在最高人民法院的司法解释对知假买假的消费者予以保护，

可以说是把这个争议了近20年的问号拉直了，对知假买假索赔的法律回答画上一个句号。

知假买假者是啄木鸟

中国消费者权益保护法学研究会副会长兼秘书长、中国人民大学刘俊海教授表示，这些惩罚性赔偿请求人是法治社会中睿智理性的新公民，是受害者维权的开路先锋，是侵权者的啄木鸟，法院要满腔热忱地予以鼓励与支持。

专家表示，2013年10月25日修改后的新消法第55条继承与发展了“一加一”的惩罚性赔偿制度，大幅提高了惩罚性赔偿力度。可以预言，由于惩罚性赔偿力度的加大，将来会有更多的消费者加入疑假买假打假甚至知假买假打假的行列。建议国家对惩罚性赔偿金采取免税政策，反对以敲诈勒索罪打压和封杀惩罚性赔偿请求权人。

当然，疑假买假者也要学会依法、理性、科学、文明维权，不要把维权行为变成侵权行为甚至犯罪行为，包括损害商业信誉罪。

职业打假人王海、叶光在会上表示，市场经济的核心是消费者本位，消费者导向应成为中国改革的方向，最高法院的司法解释尽管来迟了一些，但也是消费者的春天。建议立法、行政和司法部门都以消费者为导向，期盼司法解释尽快能波及到其他领域。（蔡岩红）

《网络交易管理办法》3月15日起实施 消费者收货7日内可无理由退货

又一项保护消费者权益的重要规章出台，有望全面规范网络商品交易。近日，国家工商行政管理总局发布公告称，《网络交易管理办法》已经审议通过，自2014年3月15日起施行。《办法》要求，网络商品经营者销售商品，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，鲜活易腐、定做等四类商品除外。

鲜活易腐商品不适用 7日无理由退货

《办法》要求，“从事网络商品交易及有关服务的经营者，应当依法办理工商登记。”从事网络商品交易的自然人，应当通过第三方交易平台开展经营活动，并向第三方交易平台提交其姓名、地址、有效身份证明、有效联系方式等真实身份信息。具备登记注册条件的，依法办理工商登记。

已领取营业执照的法人、其他经济组织或者个体工商户，从事网络商品交易及有关服务的，应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面醒目位置，公开营业执照登载的信息或者其营业执照的电子链接标识。

《办法》特别指出，网络商品经营者销售商品，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，但下列商品除外：消费者定做的，鲜活易腐的，

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，交付的报纸、期刊。此外，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。

消费者需注意的是，退货的商品应当完好，网络商品经营者应当自收到退回商品之日起，7日内退还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承担；网络商品经营者和消费者另有约定的，按照约定。

第三方交易平台终止服 务至少应提前3个月公示

对于双方不见面的交易，《办法》明确：“消费者索要发票等购货凭证或者服务单据的，网络商品经营者必须出具。”此外，工商部门要求，网络商品经营者销售商品或者提供服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据；征得消费者同意的，可以以电子化形式出具。电子化的购货凭证或者服务单据，可以作为处理消费投诉的依据。

此外，网络商品经营者销售商品或者提供服务，应当保证商品或者服务的完整性，不得将商品或者服务不合理拆分出售，不得确定最低消费标准或者另行收取不合理的费用。

目前，很多网络交易是通过第三方交易平台进行，工商总局要求，第三方交易平台终止服务至少要提前3个月公示。

“鼓励第三方交易平台经营者设立消费者权益保证金。”《办法》要求，消费者权益保证金应当用于对消费者权益的保障，不得挪作他用，使用情况应当定期公开。

网络“水军”行为 应如实披露

网络“水军”的行为，也被要求如实披露。《办法》规定，通过博客、微博等网络社交载体提供宣传推广服务、评论商品或者服务并因此取得酬劳的，应当如实披露其性质，避免消费者产生误解。与此同时，为网络商品交易提供信用评价服务的有关服务经营者，应当通过合法途径采集信用信息，不得任意调整用户的信用等级或者相关信息，不得将收集的信用信息用于任何非法用途。

3月15日起，工商部门将依据新办法对违规电商进行查处。而根据《办法》，工商部门可采取3万元以内的处罚，对违反法律法规规定、情节严重的，还可依照有关规定，提请网站许可或者备案地通信管理部门，依法责令暂时屏蔽或者停止该违法网站接入服务。（窦红梅）

网络消费服务很闹心

今年春节，你从网上预订的机票用上了吗？团购的各类门票能用吗？

近日，北京市工商局通报了马年春节期间首都市场秩序情况，其中网上预订机票、团购休闲娱乐服务引发的消费纠纷成为投诉热点，互联网销售服务投诉位居商品和服务类投诉的首位，占投诉总量的53.01%。

春节期间，许多消费者选择在網上预订机票、购买休闲娱乐服务，但却由于网站的原因无法正常消费。据北京市工商部门统计，春节期间，北京市工商局12315、市消协96315两条热线共接待公众来电3164件，其中投诉366件、举报64件。

网上预订机票无法乘机、团购门票难以消费

北京消费者林小姐通过某网站预订了一张飞机票，订单显示“已出票成功”。当她到机场换取登机牌时，却被航空公司告知“查询不到任何订单信息”。

春运高峰期期间，越来越多的消费者选择从网上预订机票，但这种预付费的订票方式常由于网站拖延出票、航班取消不予改签、网站疏忽将消费者的购票信息标错拖延退款等原因，导致消费者投诉不断。

消费者张女士团购了7张某温泉度假村套票，付款后网站一直拖延发送电子验证信息，导致套票无法使用。

春节长假，许多消费者选择全家短途游，通过网站团购休闲娱乐服务的方式受到追捧。然而，消费者团购的酒店住宿不能正常入住；滑雪、温泉、电影院、游

乐场、庙会等休闲娱乐场所门票春节期间限制使用；网站拖延发送团购产品确认码等问题，使得投诉集中。据北京市工商局统计，节日期间投诉热线共受理团购休闲娱乐服务投诉50件。

除了通过互联网消费，春节期间，不少在京过年的消费者选择走出家门，携全家老小外出感受浓浓的年味，很多外地游客也赴京游玩。

针对春节期间消费群体流动大的特点，北京市工商局将旅游景区、庙会及周边市场作为监管重点场所。同时，针对今年的烟花市场，北京工商部门还在节日期间对全市1174户销售网点的分布、进货和经营情况进行全面监控，确保烟花爆竹安全管理和安全燃放。

中国消费者权益保护协会律师团团长邱宝昌认为，春节期间，消费者休闲娱乐活动较多，互联网销售服务不受营业时间限制，在网上预订各类门票还能打折，确实便利了消费者，但不少商家通过不当宣传甚至技术手段来欺骗消费者，应引起有关部门重视。

针对互联网销售服务投诉集中的问题，邱宝昌认为，消费者要货比三家，谨慎选择商品和服务提供商，“天上不会掉馅饼，在网上买产品和服务，并不是价格越低越好”。

专家建议加大打击力度，实现“以网管网”

采访中，北京市工商局有关负责人介绍，从投诉问题看，经营者不履行约定、单方变更消费合同等问题172件，占投诉总量的46.99%；质量问题107件，占

投诉总量的29.23%；拖延送货等售后服务问题59件，占投诉总量的16.12%。

从商品和服务分类看，商品类投诉103件，占投诉总量的28.14%；服务类投诉263件，占投诉总量的71.86%。其中，互联网销售服务为投诉热点，位居商品和服务类投诉的首位，共194件，占投诉总量的53.01%。主要涉及的问题包括网站订购机票、团购休闲娱乐服务的网站宣传与实际不符、网站擅自取消订单等。

“互联网销售服务占投诉总量的53.01%，一方面说明我国电子商务发展迅速，另一方面也反映出电子商务这种新的交易方式所产生的新问题。”邱宝昌认为，互联网销售服务具有较强的隐蔽性，与传统交易方式不同，消费者通过互联网获悉商品和服务内容，在一定程度上，知情权和选择权受到了影响。

对此，邱宝昌建议，监管部门除了加大对网络违法违规行为的打击力度，还要着重强化技术创新，“网络经营行为主体众多，其行为具有高度隐蔽性，传统监管手段已经捉襟见肘，有必要通过提升监管技术手段，实现‘以网管网’，加强网络巡查、实名认证和举报监督”。

记者了解到，去年底，我国已经启动了电子商务立法工作。专家认为，电子商务的蓬勃发展已经与越来越多的消费者紧密相连，亟待对现有的规范指导电子商务的各种法规和部门规章进行梳理、补充、修改和完善，对网络宣传、电子支付、物流安全等环节进行立法规范，保护广大消费者的合法权益。(人民日报)

北京市消费者协会发布 纸制品比较试验结果

纸制品是消费者必备的生活用品。我国是人口大国，纸类产品消耗量惊人，纸业生产企业众多，大集团小作坊鱼龙混杂，产品质量良莠不齐。由于价值不高，许多消费者选择纸制品时经常凭经验或单纯的价格比较，对纸制品的内在质量并不了解，往往忽略其质量方面的问题。为了解市场上销售的纸制品的质量状况，保护消费者的合法权益，科学引导指导消费，北京市消协对北京市场上销售的生活用纸制品进行了比较试验。

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，从北京的物美超市、家乐福超市、沃尔玛超市、卜蜂莲花超市、永辉超市、欧尚超市、顺天府超市、屈臣氏超市、国泰超市、华润万家超市、千禧百旺超市、宜家家居、锦绣大地批发市场随机购买。样品涉及北京、上海、天津、河北、山东、吉林、江苏、浙江、湖北、湖南、四川、福建、广东等省市的企业生产或经销的纸巾纸、卫生纸产品。其中，宜家（中国）投资有限公司经销的范塔思餐巾纸（40×40cm）样品标称产地为意大利。

2 测试结果

本次比较试验委托国家纸张质量监督检验中心依据相关标准对样品的技术指标、微生物指标和产品标识进行测试，比较试验结果只对购买的样品负责。测试结果如下：

1、纸巾纸

纸巾纸是由植物纤维为原料制成原纸后，经分切、折叠加工的一次性卫生用纸，它以吸水性好、柔软、洁净、使用方便等特点深得广大消费者的喜爱。纸巾纸的产品形式主要有纸面巾（盒巾纸）、纸手帕、纸餐巾等品种，广泛用于饭店、餐桌、家庭等各种场所及个人随身携带。

比较试验中，对于2012年7月1日之前生产的样品依据GB/T 20808-2006《纸巾纸（含湿巾）》进行测试，测试项目包括定量、亮度（白度）、横向吸液高度、横向抗张指数、纵向湿抗张强度、柔软度、洞眼、尘埃度、内装量偏差和交货水分，共10项；2012年7月1日之后生产的样品依据GB/T 20808-2011《纸巾纸》进行测试，包括定量、亮度（白度）、可迁移性荧光增白剂、灰分、横向吸液高度、横向抗张指数、纵向湿抗张强度、柔软度、洞眼、尘埃度、交货水分和内装量短缺量，共12项。卫生指

标按照GB 15979-2002《一次性使用卫生用品卫生标准》进行测试，包括细菌菌落总数、真菌菌落总数、大肠菌群、金黄色葡萄球菌、溶血性链球菌和绿脓杆菌，共6项。产品标识测试5项，包括产品名称、生产单位名称和地址、生产日期和保质期或生产批号和限期使用日期、执行标准、质量等级。

经测试，有20种样品质量指标符合国家标准要求。比较试验结果表明：所有纸巾纸产品都不含可迁移性荧光增白剂，未发现使用回收废纸生产纸巾纸的情况，但制造工艺水平不高。具体如下：

（1）产品标志。产品标识是企业向消费者明示产品的正确信息及质量水平的说明，是消费者选择产品的主要信息。经测试，有5个样品未正确标识产品名称、执行标准。

（2）灰分。灰分指纸巾纸经高温炉灼烧后所剩残余物的质量百分比。灰分含量除受纤维原料影响外，主要受填料的添加量影响，因此增加灰分指标可用来限制企业在生产过程中滑石粉等填料的加入。根据生产原料的不同，标准中规定以木纤维为原料的产品灰分指标应≤1.0%，以含非木纤维（蔗渣、麦草、竹等）为原料的产品灰分应≤4.0%。经测试，有1个样品灰分超标：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	灰分%		购样地点
				标准要求	实测	
商标持有人：北京朝批商贸股份有限公司 生产商：汕头市万安纸业公司	银雅（150）盒装 200抽面巾纸	银雅	150mm×190mm×200抽 （2层）	≤1.0	1.3	家乐福超市马连道店

(3) 横向抗张指数。横向抗张指数是反映纸巾纸在干态时抗拉的强度，纸巾纸强度太低，则在使用过程中容易烂、不耐用，影响产品的正常使用效果。经测试，有2个样品横向抗张指数未达到标准要求，它们是：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	横向抗张指数N·m/g		购样地点
				标准要求	实测	
山东东顺集团有限公司	顺清柔心语抽取式面巾纸	顺清柔	195mm×135mm×200抽(二层)/包	≥2.10	1.91	物美超市华天店
保定达亿纸业有限公司	达意迷你手帕纸	达意	210mm×205mm×10片(2层)×10包	≥1.70	1.65	永辉超市双桥店

(4) 纵向湿抗张强度。纵向湿抗张强度是反映纸巾纸在湿态下抗拉的强度。若纸巾纸湿强度太低，则在使用过程中容易烂、粘附皮肤。测试结果显示，有5个样品该项目未到达标准要求。它们是：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	纵向湿抗张强度N/m		购样地点
				标准要求	实测	
山东东顺集团有限公司	顺清柔心语抽取式面巾纸	顺清柔	195mm×135mm×200抽(二层)/包	≥14.0	10.2	物美超市华天店
汕头市金平区飘合纸业有限公司	波斯猫金装抽取式面纸(中包)	波斯猫	143mm×180mm×2层×200抽	≥14.0	7.10	卜蜂莲花超市六里桥店
保定市满城成功造纸厂	小金人软抽360张(面巾纸)	小金人	180mm×135mm×360张	≥10.0	7.30	永辉超市双桥店
保定达亿纸业有限公司	达意迷你手帕纸	达意	210mm×205mm×10片(2层)×10包	≥10.0	9.63	永辉超市双桥店
生产者：宜家瑞典有限公司 进口商：宜家(中国)投资有限公司	范塔思餐巾纸	IKEA	40×40cm	≥10.0	6.42	宜家家居

(5) 内装量偏差或短缺量。内装量偏差或短缺量不符合国家标准，意味着包装内产品的实际数量比包装标识的数量要少，是对消费者权益的损害。本次比较试验有3种样品内装量不符合标准要求，分别是：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	内装量偏差或短缺量		购样地点
				标准要求	实测	
金红叶纸业集团有限公司荣誉出品 金红叶纸业(天津)有限公司制造	清风牌面巾纸	清风	206mm×195mm(2层)	≤2抽	6抽	家乐福超市马连道店
保定市东升卫生用品有限公司	小宝贝200抽(时尚元素)抽取式面巾纸	小宝贝	190mm×180mm×200抽(双层)	≥-2.0%	-7.0%	物美超市华天店
厦门市露婷纸品有限公司	羽飘1500张抽取式面纸	羽飘	152mm×190mm×2层	≤3张	12张	欧尚超市科兴店

(6) 交货水分。交货水分是反映纸巾纸产品中水分的含量，本次比较试验洁柔牌纸巾纸样品交货水分不符合GB/T 20808-2011标准要求，据企业反馈，该样品采用保湿工艺，交货水分采用Q/ZSZY 05-2012标准，标准值为≤25.0%，测试结果符合样品明示标准，为合格品，具体如下：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	交货水分%		购样地点
				标准要求	实测	
中顺洁柔纸业股份有限公司荣誉出品 生产工厂：江门中顺纸业有限公司	洁柔Lotion柔润(柔滑)迷你型纸手帕	洁柔	203mm×208mm×6片(四层)/包	GB/T 20808-2011 要求：≤9.0 Q/ZSZY 05-2012 要求：≤25.0	10.4	永辉超市双桥店

权威发布

Authoritative release

(7) **微生物指标**。纸巾纸在使用过程中与人体发生直接接触，微生物指标不合格，会影响使用者的身体健康，因此卫生指标也是衡量纸巾纸质量合格与否最基本、最重要的因素。经测试，有1个样品真菌菌落总数超标：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	真菌菌落总数cfu/g		购样地点
				标准要求	实测	
汕头市金平区飘合纸业有限公司	波斯猫金装抽取式面纸(中包)	波斯猫	143mm×180mm×2层×200抽	≤100	2.6×10 ²	卜蜂莲花超市六里桥店

(7) **微生物指标**。纸巾纸在使用过程中与人体发生直接接触，微生物指标不合格，会影响使用者的身体健康，因此卫生指标也是衡量纸巾纸质量合格与否最基本、最重要的因素。经测试，有1个样品真菌菌落总数超标：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	真菌菌落总数cfu/g		购样地点
				标准要求	实测	
汕头市金平区飘合纸业有限公司	波斯猫金装抽取式面纸(中包)	波斯猫	143mm×180mm×2层×200抽	≤100	2.6×10 ²	卜蜂莲花超市六里桥店

(8) **定量、亮度(白度)、可迁移性荧光增白剂、横向吸液高度、柔软度、洞眼、尘埃度**。经测试，全部纸巾纸样品以上指标均符合标准要求。

2、卫生纸

卫生纸是指人们日常生活中使用的厕用卫生纸，一般采用木浆、草浆或废纸浆等植物纤维原料制造的一次性使用生活用纸，产品要求具有良好的柔软性、强度和吸水性，并要求卫生，以保证消费者身体健康。

本次比较试验中，依据GB 20810-

2006《卫生纸(含卫生纸原纸)》对35个卫生纸样品进行测试，测试项目包括技术指标8项：定量、亮度(白度)、横向吸液高度、抗张指数、柔软度、洞眼、尘埃度、交货水分；微生物指标4项：细菌菌落总数、大肠菌群、金黄色葡萄球菌和溶血性链球菌；产品标识5项：产品名称、生产单位名称和地址、生产日期和保质期或生产批号和限用日期、执行标准、质量等级。

经测试，有32个样品质量指标符合国家标准要求。比较试验结果表明：知

名品牌的卫生纸产品质量较好；部分使用回收废纸生产的企业卫生纸产品质量较差；产品标识不规范较为突出。具体如下：

(1) **产品标识**。经测试，卫生纸样品中有9个样品未正确标注产品名称和质量等级。

(2) **定量**。定量是面积为1m²的卫生纸的质量。标准中规定卫生纸的定量范围为(11~56)g/m²。经测试，有1个样品该指标不符合标准要求：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	定量g/m ²		购样地点
				标准要求	实测	
上海闵行朱行纸品加工厂监制 制造商：太仓长顺纸业有限公司	皱纹卫生纸	双船	170mm×240mm	52.0±4.0	61.5	卜蜂莲花超市六里桥店

(3) **柔软度**。柔软度是衡量产品对于使用者手感舒适程度的重要指标，柔软度小的产品，质感细腻、柔软，使用舒适，柔软度大的产品相对硬挺、手感粗糙。经测试，有1个样品该指标不符合标准要求：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	柔软度mN		购样地点
				标准要求	实测	
上海闵行朱行纸品加工厂监制 制造商：太仓长顺纸业有限公司	皱纹卫生纸	双船	170mm×240mm	≤450	607	卜蜂莲花超市六里桥店

(4) 洞眼。洞眼是反映面积为1m²的卫生纸上≥2mm的孔洞的数量。经测试，有1个样品该指标不符合标准要求：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	洞眼 个/m ²		购样地点
				标准要求	实测	
山东东顺集团有限公司	顺清柔柔润卫生卷纸 (宝宝纸巾)	哈里贝贝	1×10=10卷/提(三层)	总数≤6 2-5mm≤6	总数: 12 2-5mm:12	卜蜂莲花超市六里桥店

(5) 尘埃度。尘埃度是反映面积1m²纸面上具有一定面积的杂质的个数。产品尘埃度高会影响外观，严重的会影响使用。经测试，有2个样品尘埃度指标不符合标准要求，它们是：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	尘埃度 个/m ²		购样地点
				标准要求	实测	
北京中侨华信工贸有限公司授权 制造商：保定市雅姿纸业有限公司	京京牌卫生纸	京京	100mm×115mm ×100节/卷	>2.0 mm ² ≤2	>2.0 mm ² :4	家乐福超市马连道店
上海闵行朱行纸品加工厂 监制 制造商：太仓长顺纸业有限公司	皱纹卫生纸	双船	170mm×240mm	总数≤200 0.2-1.0 mm ² ≤200	总数: 1360 0.2-1.0 mm ² : : 1296	卜蜂莲花超市六里桥店

其中，上海闵行朱行纸品加工厂监制、太仓长顺纸业有限公司生产的双船牌皱纹卫生纸样品以废纸为原料生产。

(6) 微生物指标。卫生纸在使用时与皮肤直接接触，微生物指标的合格与否直接影响到消费者的身体健康，其重要性不言而喻。本次比较试验中，有2个卫生纸样品细菌菌落总数超标，它们是：

标称生产企业	产品名称	标称品牌	标称型号	细菌菌落总数cfu/g		购样地点
				标准要求	实测	
北京中侨华信工贸有限公司授权 制造商：保定市雅姿纸业有限公司	京京牌卫生纸	京京	100mm×115mm×100节/卷	≤600	7.3×10 ²	家乐福超市马连道店
上海闵行朱行纸品加工厂 监制 制造商：太仓长顺纸业有限公司	皱纹卫生纸	双船	170mm×240mm	≤600	6.4×10 ²	卜蜂莲花超市六里桥店

(7) 亮度(白度)、横向吸液高度、抗张指数、交货水分。经测试，全部卫生纸样品以上指标均符合国家标准要求。

3 提醒消费者

1、消费者购买纸制品应选择正规的销售渠道，不应贪图便宜在游商等非法经营者手中购买，且留存购物凭证，以便出现质量问题时维护自己的合法权益。

2、消费者选购生活用纸时应查看产品包装上的标识，产品标识的内容应包括：产品名称、厂名、厂址、产品的执行标准编号、生产日期、保质期、产品质量等级等。

3、消费者购买纸巾时时应仔细检查产品的包装是否封口完整，以防产品外露，受到污染。

5、纸制品不是越白越好，消费者选购纸巾、卫生纸时不要过度追求高亮度(白度)。

6、有些小餐馆为了节约成本，所购买的餐巾纸通常是一些廉价的劣质产品，消费者应慎用小餐馆提供的餐巾纸或卫生纸。

7、卫生纸仅供厕用，不建议消费者用来擦手、擦嘴、擦脸，或用作其他用途。

8、卫生纸使用之前可用手触摸卫生纸表面或取一小块卫生纸在手臂上来回摩擦几次，如感觉过度粗糙、挺硬，建议消费者不要使用。

北京市消费者协会发布 羽绒服比较试验结果

羽绒服作为服装领域的一个重要组成部分，由于保暖性好，轻盈柔软、设计时尚，深受消费者的青睐。我国羽绒服生产企业众多，销售渠道复杂，产品质量良莠不齐。2007年以来，针对羽绒服行业中普遍出现的质量问题，北京市消协连续四年对羽绒服产品质量进行测试追踪，表扬优质品牌，曝光不合格产品，经过4年持续推进，在北京市场销售的羽绒服产品质量有明显提高，批发市场、超市等以往问题频发的购物场所也加大了对羽绒服产品的检查力度，行业协会和生产企业对消协比较试验的态度也从最初的质疑抵触转变为认可与支持，对推进羽绒服行业产品质量的提高起到了积极的作用。2013年，羽绒原料的价格大幅上涨，羽绒服成品的销售价格也有明显的提高，很多消费者的购买倾向由大商场转移到服装市场及网络购物渠道。为继续追踪并了解北京市场羽绒服的质量状况，指导引导消费，维护广大消费者的权益，北京市消费者协会近期再次对北京市场上销售的部分羽绒服进行了比较试验。

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北京的西单商场、北京利生体育商厦、蓝

色港湾、王府井百货商场、新东安广场、新街口百货、新世界百货（崇文门店）、波司登西单旗舰店、新街口热风专卖店、百荣世贸商城、沃尔玛山姆会员店、迪卡侬亦庄店以及网络购物平台当当网、京东商城、快乐购、一号店、天猫随机购买，涉及北京、上海、天津、江苏、江西、浙江、广东、广西、福建等省市的企业生产或经销的羽绒服样品，比较试验结果基本反映了在北京销售的羽绒服商品的质量状况。

2 试验标准及项目

本次比较试验委托中国商业联合会纺织皮毛质量监督检验中心，依据GB 18401《国家纺织产品基本安全技术规范》、GB 5296.1《消费品使用说明 纺织品服装使用说明》、FZ/T 01053-2007《纺织品 纤维含量的标识》、GB 14272《羽绒服装》标准对羽绒服样品的标识、纤维含量、甲醛含量、pH值、色牢度（耐水、耐汗渍、耐摩擦、耐洗）、异味、可分解致癌芳香胺染料、含绒量、绒子含量、蓬松度、清洁度、耗氧量、充绒量等等指标进行了测试。比较试验结果只对购买的样品负责。

3 测试结果



色港湾、王府井百货商场、新东安广场、新街口百货、新世界百货（崇文门店）、波司登西单旗舰店、新街口热风专卖店、百荣世贸商城、沃尔玛山姆会员店、迪卡侬亦庄店以及网络购物平台当当网、京东商城、快乐购、一号店、天猫随机购买，涉及北京、上海、天津、江苏、江西、浙江、广东、广西、福建等省市的企业生产或经销的羽绒服样品，比较试验结果基本反映了在北京销售的羽绒服商品的质量状况。

经测试，本次羽绒服比较试验与往年相比质量水平明显提高，样品总体质量较好，但仍有10个样品未达到国家标准要求。比较试验结果显示：部分羽绒服产品标识标注不规范，甚至有1个样品没有任何产品说明，属于三无产品；含绒量实测与标注值不相符，或者填充劣质羽绒、粉碎毛、聚酯纤维絮片等，本次比较试验有2个样品为假冒产品；羽绒蓬松度不达标，羽绒服装的回弹性、保暖程度和舒适度差；样品填充物存在缺斤短两的现象。具体如下：

1、产品标识。产品标识可以让消费者准确了解产品的性能，引导消费者

购买和正确的维护。国家标准规定，销售的商品应标注制造者的名称、地址，产品中文名称，采用的原料的成分和含量，洗涤符号，产品编号，质量等级，中文标识，安全技术类别等内容。本次比较试验中有4个样品产品标识不规范，其中 **OIQIAN** 牌样品没有任何产品标识，属于三无产品。

2、羽绒填充物项目主要有含绒量、

绒子含量、蓬松度、充绒量。

含绒量影响羽绒服装的保暖性，是羽绒服装重要的指标之一新老国标GB/T 14272-2011标准与GB/T 14272-2002标准相比，增加了绒子含量的考核（绒子含量所占比例不少于含绒量的90%）。

蓬松度是羽毛羽绒的弹性指标，其质量影响羽绒服装的回弹性、保暖性和舒适性。而在相同环境条件下，绒子含量的多

少及质量直接影响羽绒服装的保暖性和蓬松度。

充绒量是指羽绒制品中填充羽绒的总重。可以说，充绒量的多少，直接影响羽绒服的保暖程度。

本次比较试验中，有10个样品羽绒填充物不符合国家标准要求，其中XZKAMI牌和 **OIQIAN** 牌样品为假冒产品，具体如下：

序号	标称商标	标称生产企业名称	货号	不符合标准项目	购样地点
1	BINNIB 宾尼	未标注	TB023	含绒量 绒子含量	京东商城
2	AMERICAN EAGLE OUTFITTERS	经销商：美鹰奥菲特（中国）商贸有限公司	20422408	绒子含量 蓬松度	蓝色港湾
3	CLASNA	北京科拉思纳服饰有限公司	C11D158	蓬松度 充绒量偏差	西单商场
4	艾瑞雪	北京卓赛贸易有限公司	ZS12-239	含绒量 蓬松度	百荣世贸商城
5	XZKAMI	北京世纪鸿马服装服饰有限公司	316	假冒产品，明示含绒量90%，实测填充物为粉碎毛	百荣世贸商城
6	凯慕狮	常熟市凯慕狮服饰有限公司	KB-1558	蓬松度	天猫
7	hehehei	浙江·平湖市呵呵嘿服饰有限公司	HP12777290	蓬松度	当当网
8	埃斯普利特	常州市苏星世纪服饰有限公司	YC2896R	充绒量偏差	蓝色港湾
9	VERO MODA	綾致时装（天津）有限公司	Pepper 3/4 down coat(BA)	充绒量偏差	新世界百货（崇文门店）
10	OIQIAN	未标注	未标注	假冒产品，网站宣传填充物为白鸭绒90%，实测填充物为聚酯纤维	当当网

3、经测试，除2个假冒样品外，所有样品其它测试指标均符合国家标准要求。

通过八年5次的羽绒服比较试验，我们发现：专业羽绒服生产企业的产品质量比较稳定，质量水平持续上升；休闲品牌羽绒服多采取外加工方式，质量监管水平普遍较差，质量不稳定，且价格相对较高；商场销售的羽绒服质量普遍好于服装批发市场与网络购物渠道，近3次的比较试验中，均发现以粉碎毛或其

它纤维絮片作为填充物的假冒羽绒服，而且假冒样品购自服装批发市场与网络购物渠道。

4 提醒消费者

1、消费者购买羽绒服，应根据需要选购，羽绒服并非含绒量与充绒量越高越好，要根据自身所在地区天气状况合理选购；

2、服装批发市场与网络购物渠道销

售的低价羽绒服存在以粉碎毛冒充羽绒作为填充物的现象，消费者选购时不要贪图便宜，购买明显低于同类羽绒服价格的产品尤其是童装羽绒服，以免买到伪劣产品；

3、消费者选购羽绒服应察看有无商标、厂名厂址，有没有合格证、质量等级、含绒量、充绒量等质量标识。

4、消费者购买羽绒服应留存购物凭证，以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。

小行动改变大气候

北京市消协倡议春节期间尽量不燃放或少量燃放烟花爆竹

马年春节前夕，部分消费者开始着手准备购买烟花爆竹迎接马年新春。燃放烟花爆竹是烘托节日气氛，表达喜悦心情的传统习俗，但燃放烟花爆竹时会释放大量颗粒物和硫化物，造成空气污染。特别是在春节期间，大量、集中的燃放烟花爆竹会造成污染物浓度明显升高，加重空气污染，这无疑使已不堪重负的首都空气质量状况“雪上加霜”！

近年来，雾霾天气的高发，让广大市民真切地感受到环境污染已不再是危言耸听的警告，而是切实摆在人们面前亟待解决的难题。且恶劣的天气中浮游的大量尘粒和烟粒等有害物质，造成人体免疫机能下降、对人体的呼吸道造成伤害，还会进一步引发上呼吸道感染、支气管哮喘、严重的可以导致肺癌。

在当今的形势下，防污治霾已成为广大消费者最为关切的头等大事。新《消费者权益保护法》提出“国家倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，反对浪费。”同时，北京市烟花办出台《北京市2014年元旦春节烟花爆竹安全管理工作意见》，规定春节期间出现发布红色和橙色预警的重污染天气，将采取在全市范围内禁止燃放烟花爆竹的严厉举措。

清洁空气，人人受益，人人有责。首都市民作为新时代的消费者，应当主动承担起社会责任，树立科学理性、文明适度的可持续消费观，从自身做起，小行动改变大气候，减少购买、燃放爆竹，为改善北京的生存居住环境尽一份责任。

春节前夕，北京市消费者协会

向全市广大消费者发出倡议：春节期间尽量不燃放或少量燃放烟花爆竹。

1、春节期间尽量不燃放或少量燃放烟花爆竹，减轻首都空气污染，过一个绿色、环保、文明、健康的春节！

2、鼓励消费者选择电子爆竹、鲜花等低碳环保的产品庆祝节日，或到正规销售网点购买少量环保型产品，以降低燃放行为对空气造成的污染，共筑首都蓝天！

3、消费者要养成合理消费，文明消费的消费习惯，自觉用文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式来打造和谐的消费环境。

希望全市广大消费者从我做起，以实际行动营造绿色、清新的节日氛围！





北京市消协发布消费警示

免费赠送糖尿病治疗仪广告不可信

近段时间以来，北京市消费者协会连续接到10多起关于“新型糖尿病治疗仪”的消费投诉。这些消费者普遍反映，他们从报纸上看到“免费赠送糖尿病治疗仪”的广告，但他们支付了昂贵的耗材费后才获得了“免费”治疗仪。更可气的是，使用后发现治疗效果与宣传完全不符，甚至以需要另外购买药物配合治疗或购买足额药物报销药费等为由，继续骗取消费者的巨额药费。

此类消费投诉存在的主要问题是：

一、经营者以“某糖尿病研究院”、“某糖尿病康复中心”等虚构中医药机构的名义，通过正规传播媒介上发布广告的方式获取消费者的信任。此类广告通过电视、广播、报纸等载体发布后传播范围广，受骗消费者的人数较多，但由

于被诉单位均为虚构的主体，给消费者维权带来难度。

二、经营者利用糖尿病患者有病乱投医以及贪图便宜的心理，打着免费赠送昂贵仪器的幌子，对产品及其治疗效果进行夸大宣传。如给产品披上高科技的外衣，“数百专家，多年研制”、“国外高科技现代医学”、并对产品的治疗效果进行夸大宣传“不打针、不吃药、在家轻松治疗糖尿病”、“根治糖尿病”、“成功使数十万糖尿病患者康复”、“保证治愈”，诱使消费者上当。

三、经营者在消费者收到产品后，通过定期电话回访的方式对消费者的病情表示关切，并忽悠消费者另购药品配合治疗或购足一定数额的药费给予高额报销等手段，诱使消费者支付高额费用。

四、经营者在广告中不载明真

实主体名称、地址，仅刊登销售电话。致使消费者发现上当受骗投诉时，相关行政部门及消费者组织仅凭电话无法查找到被诉单位，消费者权益得不到保护。

针对上述情况，市消协提醒广大消费者：

一、消费者要理性消费，对自身所患疾病一定要以科学、理性的态度加以认识，不要盲目相信广告宣传，对出现所谓不打针、不吃药、保证痊愈等说辞的产品广告要提高警惕！

二、消费者购买疾病辅助治疗仪器时一定要选择正规的经营主体，在认准产品批号等相关文号，仔细阅读产品说明书，全面了解产品的性能后再决定是否购买。

三、消费者购买产品后一定要索要发票等购物凭证，并妥善保存以防权益受损时作为投诉依据。

出境旅游购物“六注意”

随着人们生活水平的不断提高，越来越多的消费者加入赴海外旅游的队伍。在旅游地购买当地土特产或高档奢侈品成为一些消费者参加涉外旅游的重要内容。根据全国消协组织受理消费者境外旅游投诉情况，质量无保证、高价购物、退换货难成为涉外旅游购物的主要问题。春节临近，一些消费者已跃跃欲试，打算在参加境外旅游过程中购物消费。在此，中国消费者协会特别提醒广大消费者：

1 参团须防低价游

新《旅游法》严禁“零负团费”组团旅游。消费者在参团时切勿只考虑价格因素，还要从旅行社资质、消费者评价等多方面进行考量。在签订合同前一定要明确团费所包含的项目、具体行程安排以及购物次数、自理费用项目等内容，不要轻信旅游从业人员的低价团费宣传。

2 旅游购物需谨慎

通常，旅游地所售商品的价格并不低，有的甚至远远高出市场价。在境外旅游购物时，对于导游的劝导、商家的宣传和口头承诺，消费者要保持应有的警惕。在购买贵重物品前，消费者事先要做好功课，充分了解产品特性是否符合自

身需要，避免冲动消费。购物后，还要主动索取购物凭证，做好提前防范，以便事后维权。

3 购物超额要补关税

根据国家有关规定，消费者携带在境外获取的个人自用进境用品，总值不超过5000元人民币的，入境时海关予以免税放行。因此，



消费者在境外旅游购物时，既要遵守当地的有关规定，也要参考入境免税限额，尽量在限额内消费。如果超出限额，需要在入境时如实申报并补交相应的关税。相关信息，消费者可以在海关网或拨打海关服务热线12360查询。

4 境外消费勿忘退税

一些国家和地区为鼓励境外游客消费，对在退税定点商店购买的随身携带出境的物品实行退税政策。目前，包括欧盟主要成员国、澳大利亚、日本、韩国、新加坡等很多国家都实行了这一制度。消费者在境外标有“Global Blue Tax Free Shopping”（环球蓝联退税购物）的商店购物后，切记按照相关程序及时办理退税。

5 导游代购须谨慎

在境外旅游购物时，消费者要尽量亲自参与购物的全过程，不要轻易委托导游或他人代理购物，确需导游代购时也要主动索要购物凭证。因代购涉及环节较多，消费者一旦发现产品价不符实、质量缺陷等问题，需要导游协助办理修、退、换货时，往往费时费力。谨防个别导游通过代理购物的方式推荐质次价高的商品。

6 权益受损依法维权

境外旅游购物过程中，消费者如发现商家或导游存在强买强卖、欺诈消费等损害消费者合法权益的行为时，要及时收集权益受损的相关证据，避免正面冲突，依法主动维权。必要时，请求我国驻外机构协助，或在回国后立即向国家旅游局或中国消费者协会投诉反映。（中国消费者协会）

相关案例

近日，北京消费者温女士向消费者协会反映，她的家人参加某旅行社组团到香港旅游。期间，导游带着游客购买首饰用品。经店员和导游推荐，老人选中一款首饰，并将所需现金交付给了店员，导游主动代为交款

取货。老人回到北京后，温女士发现该款首饰品质相对较差、价格明显偏高，并对现金消费变成了刷卡支付的情况产生了疑问。于是，温女士与香港的商家协商退货。商家表示，由于购买首饰时是导游刷卡付款的，货款只能退回到导游的银行卡里。温女士电话联系导游，被告知首饰必须先寄

给他，等他下次带团到香港后再办理退货，货款回到卡里后再转给温女士的家人。之后，温女士在网上查到已有多名游客投诉过该导游带队购物的问题，不再相信导游的口头承诺，希望他出具一个书面承诺，导游拒不同意。（中国消费者协会）

应购买安全、健康、环保的汽车脚垫

汽车脚垫作为一种实用性很强的汽车用品，能够有效防水、防尘、防滑，适合在雨水多和寒冷天气使用，目前种类和品种越来越多，但随之而来的因汽车脚垫引发的交通事故也不在少数。据报道，南京就发生一起驾驶员因脚下一块脚垫移位而影响驾驶，导致失控接连撞上一名路人的案例。

在这些事故中，质量差、做工粗糙的汽车脚垫成为了事故源头。针对上述情况，中国消费者协会提醒广大消费者，选购与使用汽车脚垫应注意以下事项：

1 带定位扣防滑的脚垫更安全

汽车脚垫铺置于汽车底部，与刹车、离合器以及油门等汽车部件最为接近，汽车脚垫滑动的危害非常高。在选购脚垫时除了看形状、尺码、厚度是否与车内空间匹配以外，还应尽量选择带定位扣的防滑脚垫。一般来说，汽车脚垫如果发生滑动，可能因脚垫尺寸、防滑度不强所致。建议消

费者选择安装防滑定位扣的脚垫，可增加防滑度和稳定性，若选用原装专车专用脚垫则更为安全。劣质低廉的塑料脚垫使用一段时间就会产生滑脱现象，如果车主稍不注意，还可能将脚垫踢到离合器或刹车板附近，影响驾驶安全。另外，无论挑选哪种汽车脚垫，消费者都应尽量在安装后亲自体验，如不适应尽快更换与车型匹配的款式，以免影响驾驶安全。

2 由阻燃材料制成的脚垫更保险

汽车自燃事件不时见诸报端，泡沫、塑胶等易燃物品制成的汽车脚垫，很有可能成为汽车自燃的源头或助燃物。因此，在购买汽车脚垫时，选择由阻燃材料制成的汽车脚垫，安全性能将大大提高。

3、有正规环保检测报告的更健康

在各种脚垫中，有部分脚垫生产商为了降低成本，使

用了劣质材料，这些材料会散发比较浓的异味，特别是在高温环境下更为严重。长期吸入这些有害气体，会对人们的健康造成严重损害，而且还容易造成晕车，给身体和驾驶安全带来隐患。为避免二次污染，消费者应选购环保脚垫，并关注脚垫是否有环保检测项目合格的正规检测报告。（中国消费者协会）



长途行车 轮胎养护马虎不得

据统计，我国高速公路交通事故中多数与汽车轮胎有关。中国消费者协会提醒广大消费者：“长途行车轮胎养护马虎不得”。

1、根据气温路况选择轮胎。出发前，要详细了解目的地气温和长途路况。打算去北方寒冷地区的消费者，最好选用冬季胎；而对于去南方相对温暖地区的消费者，可以选用全天候轮胎。路况差的尽量选用花纹块间距较大的粗花如越野花纹。如需更换轮胎，尽量一次性更换所有轮胎。

2、随时检查掌握轮胎状况。出行期间，要随时检查轮胎是否有刮

痕，并定期清理胎纹内的夹杂物。行车时，要让车胎保持整车说明书上注明的标准胎压，胎压过高行车容易爆胎，过低容易损伤轮胎，严重影响长途行车安全。如果车内没有装备胎压监测系统，出行前、路途中最好用胎压表或到轮胎店去测量，做到心中有数。

3、冰雪路面行车，轮胎更需呵护。在启动车辆前，应当先清除轮胎和地面之间的结冰或者积雪，防止轮胎撕裂或爆胎。车辆发动后，要慢速行驶2-3公里进行暖胎，再正常行驶。行驶时，要尽量保持直行，不要随意并线超车，更不要急加速、急刹

车、猛打方向盘，避免车辆打滑侧翻。尽量绕开冰层边缘，以免锋利的冰面伤及轮胎。如需长时间冰雪行车，建议更换雪地轮胎。

4、严格控制车速，切勿疲劳驾驶。长途行车容易产生疲劳感和急躁情绪。行车前，要保证充足的睡眠和良好的身体状态。高速公路行车中，注意力要高度集中，随时注意路面情况，并严格控制车速，不可超速行驶。同时，连续驾车超过四小时的，要将车停靠在安全地带稍事休息，及时补充精力恢复体力后再出发。（中国消费者协会）

警惕“航班取消”短信诈骗

近期，各地频繁出现以“航班取消”短信为噱头的新型骗局，骗子会发短信到消费者手机里，谎称消费者乘坐的航班因故取消，需要在限定的时间内致电指定电话进行机票改签或退票。因骗局设计专业，短信中消费者的身份证号、航班信息都准确无误，不少消费者因此“中招”，按对方提示操作、转账而受骗。

据不完全统计，10月以来，通过互联网等渠道反馈的收到“航班取消”诈骗短信的消费者案例多达100余起，涉及国内多家航空公司及部分购票网站。航空业内人士分析称，航空公司及品牌购票网站往往拥有严密的信息保密体系，不会泄露消费者信息，但不排除信息会从其他环节泄

露。目前公安机关已经介入部分案件进行调查。

中国消费者协会提醒广大消费者，在购票渠道的选择和购票后售后服务的环节，都务必提高警惕，谨防诈骗。

一、在购票时，应选择正规的航空公司网站、在线旅游网站或代理商网站，查看其是否有中国航空运输协会（CATA）资质认证，并牢记这些网站的域名，或者将其放入收藏夹，尽量避免使用通用搜索引擎打开陌生的票务网站。目前，已经有一批网站通过对代理商资质认证、交易流程监管等措施提高了网络购票的安全性。

二、购票后，要注意防范虚假

短信、虚假电话等诈骗。应牢记购票网站和航空公司的官方客服电话，如果收到航班变动、机票退改签、发票行程单等内容的短信，务必先联系购票网站或航空公司核实确认信息，切勿轻信来路不明的信息，更不要拨打短信中提供的陌生号码，因其极有可能是诈骗电话。如需调整行程，应通过正确的渠道联系购票网站，如果无法记住网站的客服电话，在搜索时务必仔细甄别。

三、如果不慎落入骗局，应及时报警，切勿再拨打诈骗电话，应保留短信、电话、资金交易相关的凭证，寻求警方帮助以追回损失。（中国消费者协会）

食品安全消费警示

为预防食物中毒，避免各类食品安全问题的发生，密云县消费者协会提醒消费者养成良好的消费食品行为。

1 食品采购

要在持有《食品卫生许可证》的单位选购食品。一要看清标识：选购食品时要查看标识，不买不符合标识要求的食品（定型包装食品的外包装和散装食品的销售区域都应标注品名、配料表、生产者和地址、生产日期、保质期、保存条件等内容）。二要查明证明：选购肉品、熟食、豆制品和保健食品可分别查验检疫合格证、熟食送货单、豆制品送货单和保健食品批准证书。三要辨别质量：不要购买感官性状异常的可疑食品。

2 外出就餐不吃无证食品

外出就餐应选择持有《食品卫生许可证》的饭店，尽量不选择客流量较平时大量增加，可能导致超负荷供应的饭店。一是查看卫生状况：必要时可事先实地查看饭店的卫生状况，餐前洗手、使用公筷。二是辨别食品：用餐时应注意分辨食品是否变质、是否有异物。不要暴饮暴食。三是不吃违禁食品：少吃或不吃生食水产品，切勿超过保质期、腐败变质的违禁食品。

3 居家饮食生熟分开

一须加工和盛放食品时，应避免生熟食品交叉污染。使用冰箱冷藏食品时，生熟食品应分层放置（熟上生下），且存放在容器中或用保鲜膜包好。二须烧熟煮透：

食品应当烧熟煮透，食品中心温度70℃以上。三须生食要谨慎：不生食淡水水产品。四须清洗消毒：生吃瓜果蔬菜一定要洗净消毒。五须隔夜食品要回烧：冷藏或过夜的熟食、剩饭菜食用前须彻底加热。

4 投诉举报收集证据

一是消费者发生食品卫生问题，应保存好购物、消费发票等有关凭证。就餐时保护好认为存在食品卫生问题的饭菜原状，并立即与饭店负责人交涉。造成健康损害的，及时就诊并保存病历卡、化验报告等相关证据。二是要及时投诉：任何有关食品卫生问题，特别是外出就餐发生食物中毒，均应及时向当地食品安全监管相关部门投诉，以便及时得到调查。（密云县消协）

网购食品注意“四要点”

随着生活质量的不断提升，人们对美食有着越来越强烈的渴望。而受地域、选购时间等因素的影响，越来越多的人选择在网络上购买各类食品。目前，仅淘宝网的食品店铺就已接近50万家。

网购食品交易量快速增长的背后，存在进货渠道不明、广告宣传不实、售后维权难等问题。广大“吃货”们该如何在尽享网购乐趣的同时保护好自己权益？密云县消费者协会特提醒需注意以下四要点：

一是要尽量选择信誉度高的卖家，在官方网站或经过交易平台认证过的网店购物更有保障。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。

二是要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了商品名称、QS标识、配料表、净含量、生产日期、保质期和产品标准号等内容。

三是有的网站自身就是一个

“大卖场”，直接销售商品，而有的则是只提供一个交易平台，让众多卖家开店销售，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。

四是选择有信誉的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主动些，有利于问题及时有效地解决。（密云县消协）

警惕保健品推销陷阱



保健食品的基本属性是食品，而食品不同于药品的主要区别是前者更具有安全性。我国目前只允许生产有下列保健功能的产品，既免疫调节、调节血脂、调节血糖、延缓衰老、改善记忆、改善视力、促进排铅、清

咽润喉、调节血压、改善睡眠、促进泌乳、抗突变、抗疲劳、耐缺氧、抗辐射、减肥、促进生长发育、改善骨质疏松、改善营养性贫血、对化学性肝损伤有辅助保护作用、美容、改善胃肠道功能等共有22种保健功能。因此选购产品时，要按照自身

机体特定条件和要求，选购适宜自身保健食品功能的食品，千万不要听信那些夸大或虚假宣传具有多种功能的产品。密云县消费者协会特别提醒购买保健品的消费者，不法商家采取欺骗手段的五大招数：

一是以“免费体验”、“义诊”等活动为名进行推销。

二是借“国家机构”之名，夸大疗效。

三是利用“托儿”做虚假广告，并以打折优惠等幌子，蛊惑消费者现场购买。

四是傍上“高科技”，以获多种奖项、国际认证或国外进口高科技产品等吸引消费者尤其是老年人花高价消费。

五是利用消费者尤其是老年消费者渴望亲情心理，嘘寒问暖、给予小恩小惠，诱使消费者放松警惕。（密云县消协）

消费者要理性对待商家促销

如今各商家经常开展大规模促销活动，像打折、降价、铺天盖地的广告等，其中也孳生了不实宣传，虚假打折、有奖销售、定值返券等不法手段。个别商家的各种不正当竞争行为的发生，严重的影响了正常的市场经济秩序，也侵害了广大消费者的合法权益。为了维护正常的经济秩序，保护消费者的合法权益，把诚实信用原则落实到经营管理活动中，平谷区消费者协会协同有关部门加强对企业的整顿规范和监督管理，同时提醒广大消费者：

1、充分利用消法赋予消费者的九项权利，保护自身的合法利益。

2、当您选购商品时，要多了解

商品知识，不能只图便宜，不能被商家的广告所迷惑，要认准商标，批准文号等防止上当受骗。



3、在购买商品后，一定要和经营者索要票据防止日后发生纠纷，不好取证，难以解决。

4、加强对经营者经营行为的监督，如发现经营者有违法经营行为，要立即举报（举报电话12315）同时呼吁行政执法部门加大执法力度，严厉打击，坚决取缔，净化市场环境。

5、呼吁全社会和广大消费者，要不断增强自身的法律意识，商品意识、科学消费知识，当您的合法权益受到侵害时，不要忍气吞声，要保留好相关的凭证，依法向经营者索取赔偿，保护好自身的合法权益。（平谷区消协）

当心劣质水泥隐患多

延庆县消费者协会对所在辖区内水泥市场进行调查发现，当前延庆县建材市场销售的大部分水泥是来自河北省唐山市，很多水泥是由唐山小水泥厂生产，水泥价格低、质量次、分量少，存在很大安全隐患。调查发现，造成水泥投诉解决难的症结在于：一 市场乱。质次价廉的水泥充斥市场，分量不符合国家规定的水泥比比皆是。二施工懒。经营者没有如实向消费者介绍不同规格的水泥使用用途和存在的隐患。消费者认为水泥不会有问题，没有按照施工操作规程

做砌块实验。施工人员为赶工期没有严格把关。三贪便宜。个别消费者购买时水泥时贪图便宜。四是检测难。水泥在没使用前检测花钱就能做到，一旦成为混凝土再想检测难上难。一般检测机构不能检测混凝土。很多消费者为了省钱不做检测。很多消费者没有留存样品，没有实物可检测。

针对以上问题，延庆消协提醒广大消费者。一要提高维权意识，购买水泥的时候应该选择证照齐全、信誉度好的经营者或是企业，选择国内知

名品牌的水泥店。二要使用前一定要做砌块实验一旦发现问题应立即投诉，必须预存部分样品，以待维权时请专业机构做检测。很多投诉虽然水泥质量有问题但消费者没有同批次的水泥做检测，没有检测报告难以维权。三要了解水泥使用时的注意事项，严格按照325和425相关说明操作使用，不得用325替代425。四要求施工人员把关，发现问题立即停工，千万不能勉强施工。五要请专业监理人员定期验收。（延庆县消协）

网上理财谨防钓鱼网站诈骗

手里有部分闲钱，觉得存银行利息太低，很多网民便开始尝试网上理财。但360互联网安全中心最新发布的安全风险提示称，近期，利用钓鱼网站卖理财产品成骗子敛财新手段，广大网民在投资理财产品时应提高警惕，牢记四要点。

贵州董女士今年7月初，她在网上搜索投资信息时，看见一个高收益理财项目的广告，并承诺天天分红。心动的董女士当即投入了2.48万元，果然前几天每天都有分红。欣喜的董女士便把这个理财项目告诉她的多个朋友，几天后，她和朋友们共投入了23.7万元左右。可是几天之后，董女士忽然发现这个投资项目的网络平台不再分红，网站也打不开。

360互联网安全中心表示，骗子们能够诈骗得手，就是利用了一些网民贪图高额利息、高回报的心理。他们发布的《网络投资理财诈骗现状及防范措施报告》显示，2013年第三季度，网上虚假投资理财人均损失高达4403元，其中单个用户最高被骗金额达30万元。

360安全专家建议广大网民，切勿盲目轻信网上关于高回报、高返利、高分红的广告信息，对提供这类高回报的理财网站，需要注意通过以下四点去甄别，以免上当受骗。

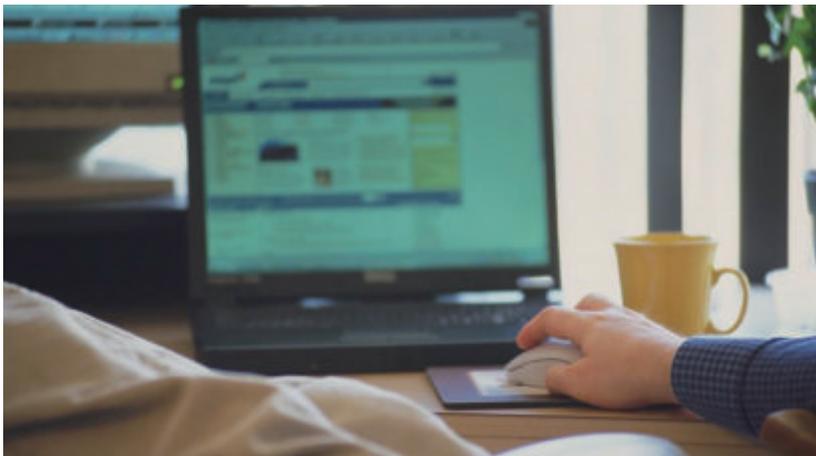
一是确认该网站的合法证件，包括证券期货投资咨询从业专职人员证件、监管部门发布的许可，甚至具有法律效应的开户证明、协议

文件等。

二是目前各大银行发行的理财产品收益率最高在5%左右，凡是收益率远超银行理财产品的投资都具有极大的风险性，而那些宣称“保本保收益”、且短期分红在100%、200%以上的理财，基本都是骗局。

三是要详细了解理财项目的资金支配、投资方向、收益状况等信息，并索取相关的纸质资料 and 文件，最好到投资理财公司进行实地考察再做决定。

四是查验这些理财投资网站的ICP备案、增值电信业务经营许可证等是否完备，凡是无备案、无证信息的网站一定要提高警惕。（摘自经济参考报）



家用电脑维修格式合同专项研究

海淀区消费者协会

合同能够以契约的形式将交易项目、责任等事项缔结合约，保证交易的安全。在电脑维修服务中，由于信息的不对称，消费者难以掌握维修的技术细节，因而签订合同有利于对消费者的保护。本文收集了联想、华硕、三星、DELL、惠普等品牌电脑的三包凭证或维修协议进行点评，并提出了《家用电脑维修格式合同示范文本》的建议稿。

一、三包凭证、维修协议中的不公平条款点评

通过手机品牌电脑的三包凭证或维修协议，可以发现存在若干不公平条款，这些条款也就是在家用电脑维修格式条款不应出现的条款。

（一）限定赔偿责任条款

【例1】“但**的赔偿责任仅限于您的实际直接经济损失。”

【例2】“除本保修提供以及在法律允许的最大范围内，**公司对违反保

修条例或其它法律所造成的直接、特殊、偶发、间接损失概不负责”。

【点评】上述两个条款属于免除企业责任条款，违反合同法第39条、消法第24条、国家工商行政管理总局第51号《合同违法行为监督处理办法》第九条：“经营者与消费者采用格式条款订立合同的，经营者不得在格式条款中免除自己的（一）造成消费者人身伤害的责任；（二）因故意或者重大过失造成消费者财产损失的责任；（三）对提供的商品或者服务依法应当承担的保证责任”。

（二）保修期缩水

【例3】“产品及部件的相应保修期按相关《产品保修信息》执行。保修期自产品首次购买日（“购买日”）起算，购买日以购买产品的发票日期为准。如无有效发票，则保修期将自产品出厂日起算。产品发票日期晚于产品实际交付日的，保修期自产品实际交付日起算。但无论如何，**产品的保修期起

算日，最迟不应晚于出厂日后四十五（45）天。就保修期起算联想另有通知的按**通知执行。

【点评】《部分商品修理更换退货责任规定》即国家“三包”规定指出“三包有效期自开具发票之日起计算，扣除因修理占用和无零配件待修的时间”，而此三包起算日，却限定了保修起算日，最迟不晚于出厂日后四十五天，如果消费者买了超过生产日期45天的产品，则由消费者承担了产品在45天没有卖出的损失。属于加重消费者责任条款，违反合同法第39条、消法第24条、国家工商行政管理总局第51号《合同违法行为监督处理办法》第十条：“经营者与消费者采用格式条款订立合同的，经营者不得在格式条款中加重消费者的责任。”第二款“承担应当由格式条款提供方承担的经营风险责任”。

（三）免除维修不当责任条款

【例4】由于送修机器均属于故障机器，存在不稳定因素，维修过程中可

能出现其他故障（如：送修时能开机，但是维修出现不能开机的加剧故障或者新生故障现象），我们将不承担任何责任。

【点评】此条款免除了维修商维修不当而造成电脑不能正常工作的责任。上述两个条款属于免除企业责任条款，违反合同法第39条、消法第24条、国家工商行政管理总局第51号《合同违法行为监督处理办法》第九条：“经营者与消费者采用格式条款订立合同的，经营者不得在格式条款中免除自己的因故意或者重大过失造成消费者财产损失的责任”。

（四）免除附随义务条款

【例5】**不负责恢复工厂模式外的服务。如果用户要求安装软件，**可提供有偿服务，需用户提供所需的软件且**不承担任何责任；

电脑只有安装了操作系统和应用程序后，才能实现相应的工作、娱乐、信息服务等功能。指导消费者安装应用程序应是合同法中附随义务的范畴，如果因操作不当而导致故障，应该承担相应的责任。本条款属于免除企业责任条款，违反合同法第39条、消法第24条、国家工商行政管理总局第51号《合同违法行为监督处理办法》第九条：“经营者与消费者采用格式条款订立合同的，经营者不得在格式条款中免除自己的（一）造成消费者人身伤害的责任；（二）因故意或者重大过失造成消费者财产损失的责任；（三）对提供的商品或者服务依法应当承担的保证责任”。

（五）减轻三包责任条款

【例6】**原厂预装操作系统、原厂附赠软件以及原厂附赠的赠品，遵照国家相关规定实施保修。非**原厂搭配销售的赠品，以活动规定保修方式进行保修。

《微型计算机商品修理更换退货责任规定》第五条规定的销售者应当承担的责任和义务中明确规定：“随销售的微型计算机商品一起赠送的微型计算机商品，应当负责三包”，而此条款，只是说明可以“保修”，而且此条款对非原厂搭售赠品，又进行了特别说明，即“非**原厂搭配销售的赠品，以活动规定保修方式进行保修”，而《微型计算机商品修理更换退货责任规定》并没有排除对非原厂赠品的三包责任。本条款属于免除企业责任条款，违反合同法第39条、消法第24条、国家工商行政管理总局第51号《合同违法行为监督处理办法》第九条：“经营者与消费者采用格式条款订立合同的，经营者不得在格式条款中免除自己的对提供的商品或者服务依法应当承担的保证责任”。

（六）侵犯配件所有权条款

【例7】**提供售后维修服务时，所有更换的主机、零件、配件等归**公司所有。

根据《民法通则》规定，消费者对所购买的电脑拥有所有权，对其中的零件也拥有所有权，即使换下后也有权索回。维修公司回收，应征得消费者的同意，否则侵犯了消费者的财产所有权。但对于三包期内，免费更换的零部件，维修商拥有所有权，但应做好记录，回

收的零部件，应有专人检验，以防维修商家以旧换新

（七）减轻数据域隐私保护责任条款

【例8】在将产品交由**工程师进行维修/维护前，请用户务必将存储设备（如硬盘、光驱中的光盘等）中的重要/机密资料取出或进行备份，**仅负责产品的维修与检测，恕不提供任何数据备份与恢复服务，对于维修/维护过程中因任何原因造成资料损坏或丢失的，本公司恕难负责。

维修中发生隐私泄露经常见诸报端，消费者电脑送修之前没有将硬盘里的隐私数据删除、重要文件备份，而一些电脑维修店对维修人员的素质把关不严，有个别维修人员在送修的笔记本电脑中获取重要财务数据、银行卡密码、私人秘密照片等数据而想歪泄露，将危害到消费者的隐私利益，甚至带来严重的经济损失，而这些问题很难找到证据。因此对消费者进行提示，是维修商的附随义务。“对于维修/维护过程中因任何原因造成资料损坏或丢失的，本公司恕难负责”，减轻了维修商责任，如果因维修商操作不当或主管故意而致使电脑数据丢失或泄露，维修商应该承担相应的责任。用户在送修电脑时维修人员即便未提醒用户是否备份了数据，也有义务保护用户的电脑数据，这属于合同法上的附随义务的范畴。本条款违反合同法第39条、消法第24条、国家工商行政管理总局第51号《合同违法行为监督处理办法》第九条：“经营者与消费者采用格式条款订立合同的，经营者

不得在格式条款中免除自己的对提供的商品或者服务依法应当承担的保证责任”。

二、电脑维修合同必备条款

根据调查，厂商的三包凭证很少有销售商填写，而成为“摆设”，而且三包凭证一般设计尺寸较小，难以将维修细节进行描述，目前维修依据一般以发票为准，因此建议以维修合同代替三包凭证。

《合同法》第十二条：合同的内容由当事人约定，一般包括以下条款：

- (1) 当事人的名称或者姓名和住所；
- (2) 标的；(3) 数量；(4) 质量；
- (5) 价款或者报酬；(6) 履行期限、地点和方式；(7) 违约责任；(8) 解决争议的方法。

微型计算机商品“三包”规定，指出三包凭证应当包括下列内容，并

由销售者负责填写：(1) 微型计算机商品名称、商标、型号；(2) 微型计算机商品出厂编号或批号；(3) 商品产地；(4) 销售单位名称、地址、邮政编码、联系电话；(5) 销售者印章；(6) 发货票号码；(7) 销售日期；(8) 安装调试日期；(9) 消费者姓名、地址、邮政编码、联系电话；(10) 修理单位名称、地址、电话及邮政编码；(11) 维修记录。维修记录项目：送修日期、送修次数、送修故障情况、故障原因、故障处理情况、交验日期、维修人员签字。

消费者将电脑送到维修商处维修，双方就建立了承揽合同的法律关系。因此电脑维修合同必备的条款，应包括：

- (一) 消费者姓名、联系电话、电子邮箱、邮寄地址；维修商名称、联系电话、地址；
- (二) 维修电脑名称、型号、出厂

编号或序列号、发票号码；

(三) 附随提示义务：保修条款，包括保修期起算、过保说明、剩余保修期计算、保修限定条款、个人信息数据保护提示、行使留置权说明；维修保修期限；

(四) 标的：客户故障描述、维修商检测结果；

(五) 履行期限、地点和方式：故障原因及解决方案描述；送修时间、检测时间、联系用户时间、维修完成时间及执行人签字；

(六) 维修描述：故障或故障件名称、费用；

(七) 价款：收费金额；

(八) 数据保密保护协议：强调保护消费者个人隐私，未经许可维修方不得复制或泄露消费者硬盘中的信息；

(九) 违约责任；

(十) 解决争议的方法。

维修服务说明

一、维修可能会导致数据丢失、损坏，因此维修前请将数据备份、保存，所有受法律保护的个人删除。

二、产品经修理或更换的，您应妥善保管维修记录。保修卡、保修证书、三包凭证、维修记录等文件统称为保修凭证，这些文件是您有权获得保修服务的证明。如您不能提供有效的上述文件，则在我们可确认产品或部件属于保

修范围的情况下，也可为您提供保修，但这不作为我们的义务。

三、电脑故障分为硬件故障和软件故障。硬件故障属于质量问题，须更换部件才能修好。软件故障属于人为操作错误引起的问题，可以不用更换零件修好。在三包期外维修，硬件故障更换后的部件保障*个月，软件保障*个月。

四、电脑应保证常用软件office、winrar、QQ、迅雷、电影播放器、音乐播放器、五笔与拼音输入法的正常运行。其它软件都属于非常用软件，工程师有权拒绝安装。

五、三包说明：**依据《微型计算机商品修理更换退货责任规定》提供三包服务。

(一) 三包期起算日说明：三包起

算日自产品首次交付日起算，一般以购买产品的发票日期为准，若产品发票与产品实际交付日不同，以实际交付日为准。如无有效发票，并无可证明实际交付时间的，则保修期以产品出厂日起算。

（二）剩余三包期说明：在保修范围内修理或更换后的产品或部件，在剩余保修期内继续享有保修，剩余保修期不足三个月的按三个月计算，但对初始保修期在一年以下的产品和/或部件，在上述情况下，剩余保修期不足三十天的按三十天计算。

（三）赠品三包期说明：原厂配件赠品，由本公司负责三包责任；代理商或经销商自行承诺的额外服务与附加的非原厂配件及非原厂赠品，由原代理商或经销商负责服务、保修及技术支持。

（四）更换和退货：除非另有指示，否则产品更换或退货时，您应将全部产品（包括但不限于全部附件、部件、包装材料、促销品等，下同）一并退还。三包期内更换下来的产品、部件及其它物料均归**所有。

（五）三包例外说明：

1、无法提供有效的三包凭证，或者三包凭证无法识别的；

2、产品发生故障的部件已超过免费保修期限；或者产品已属于报废；

3、因天灾（水灾、火灾、地震、雷击、台风等），或遇动物、宠物、昆虫灾害等不可抗拒外力或意外事件造成的故障或损坏；

4、错误或不适当使用、维护或保管导致的故障或损坏，如：不当搬运；非按产品合理预期用途使用；不当插拔外接设备；跌落或不当外力挤压；接触或暴露于

不适当温度、溶剂、酸碱、水浸或潮湿环境；及虫噬鼠咬或异物侵入等导致的产品或部件（如外壳、LCD屏、接口、元器件、线路等）碎裂、锈蚀、损坏等；

5、自行拆装、修理；或将单独的零部件送修至**授权的服务中心；或将产品送至非**授权认证的维修点进行检测维修。

6、擅自或请第三人修改、修复、变更产品规格，以及安装、添加、扩展非**公司原厂销售、授权或认可的配件所引起的故障与损坏。

7、因用户自行安装软件及设定不当所造成的使用问题与故障。

8、非**原厂附赠软件的安装及故障排除，或密码清除服务。

9、计算机病毒所造成的问题及故障。

10、产品的保修识别标签被撕毁或破损导致无法辨识、涂改保修服务卡或与保修卡与产品不符；或者产品零部件的条码、序号被撕毁破坏等。

11、由于产品的外观改变（意外或其它）所造成的损坏、但对产品的操作过程及性能无影响，如生锈、更改颜色、纹理装饰、自然磨损及产品的逐步老化等其他非因产品本身质量问题导致的故障或损坏。因非在保修期或保修范围内的部件、附件或软件导致产品不能正常使用的，不是保修范围内的故障，此类问题应按相关保修规定通过更新修复这些部件、附件和软件解决。

12、产品电池与一般电池相同，为易损耗产品、其性能会随着使用时间增长而降低，为正常现象，不在保修范围之内。

六、超过免费保修范围之笔记本电脑，**将收取维修材料费、服务费或检测费。

七、保密协议：如您依据本文件申请保修服务，**将保存、使用并处理您提供的保修问题和联系信息，包括姓名、电话号码、地址和电子邮件地址。**将使用这些信息提供与本文件规定的相关服务，但不对外泄露。未经您的许可，**不得复制或泄漏消费者硬盘中的信息。

八、行使留置权：当您的产品维修完成后或您不同意维修，**公司将通过维修服务流程通知（例如电话通知、短信息通知等）您取回您的产品。如果您未取回您的产品，或按照您提供的地址无法送达，**公司将根据您申请维修服务时所提供的联络资料再次通知您取件。如您仍未前来取回您的产品，**公司保留包括向您索赔保管费用、按照适用的法律法规处理产品以及任何对于未支付费用的法律留置权等权利。

九、违约责任：未尽到通知、协助、保密义务造成消费者损失，以及虽然告知，但是在履行中瑕疵履行，造成数据丢失以及个人信息泄露；以及因维修处置不当，导致电脑损坏等情况，**承担违约责任。

十、争议解决方式：发生争议时，应当协商解决或向消费者协会或有关行业为协会申请调解解决，或向有关行政部门申诉，也可以直接向人民法院提起诉讼或向约定的仲裁机构申请仲裁。

预付费卡消费存在的问题及表现形式

顺义区消费者协会 胡文静

4月18日，顺义区消费者协会接到通过电子邮件、网上投诉、特快专递以及电话投诉等多达20余起投诉案件，被投诉单位是位于本区的某旅游度假村。消费者反应在顺义区某旅游度假村办理的游泳消费卡还没有消费完，这个度假村就关闭了，所有的工作人员也都不在了，原有的游泳馆桑拿房也都取消了。前来投诉的消费者办理的这种预付费消费卡有的卡里还有几百元，有的则高达几千元。无独有偶，5月7日，在本区的另一家美发店也突然关门歇业，多名消费者会员卡得不到妥善处理。预付费卡消费纠纷再次引起社会关注。

预付费卡消费是指消费者为了特定的商品或服务向经营者预先交付一定的费用，从经营者处获取会员卡，并依会员资格按次或按期享受商品或服务的一种新型消费方式。它以便捷、优惠和迅速回笼资金而受到广大消费者和经营者的喜爱，然而预付费卡消费引起的纠纷却屡见不鲜，消费者的合法权益得不到有效保护。

我会通过受理的投诉分析，预付费卡消费纠纷主要体现在以下几方面：

一、办卡容易退卡难。在办理会员卡时，经营者往往事先设置了一些不合理条款，如“一经售出，概不退还”、“会员卡不挂失、不补办、不退钱”，有的还限制了使用期限，过期不能使用等。经营者大量发卡吸引众多消费者，接待能力不足而导致服务质量下降，消费者因商家不能兑现服务承诺而要求退卡的往往得不到实现，而消费者因工作变动、迁居而退卡的，经营者更是以店堂告示、协议或会员卡上面的备注中的“不退”条款为由予以拒绝，给很多消费者带来了经济损失。2013年4月，赵女士在某美容店办理了会员卡，后由于迁居关系办理了暂停使用手续，后继续使用时被告知已过期限，不能使用，卡内余额也不予退还。

二、持卡消费服务缩水，商家承诺不能兑现。经营者在向消费者推销会员卡时不仅打出价低质优的幌子还随意做出各种承诺，如全国连锁通用、所有项目通用、不用随时退钱、买一年就成为终身会员等，诱使消费者购买会员卡，一旦购卡成功，消费者持卡消费往往不被重视，甚至有不公平待遇，经营者或随意更改服务内容，限制会员卡消费，不断推荐充值套餐，消费者钱越掏越多；或是经常对店面、产品服务升级，一升级，不是产品服务价格提高，就是原先的会员卡





不能使用，必须再次充值后才能正常使用，商家承诺无法兑现。

三、经营者大量发卡圈钱，经营不善一走了之。部分经营者看到发售会员卡可以迅速积聚大量的资金，也开始经营美容美发、健身会所、咖啡店、茶楼等，一旦经营不善，经营者携款潜逃可能性很大，不仅消费者无法找到经营者，就是相关行政部门也很难帮助维权，消费者的钱财也就打了水漂。

预付式消费为何愈演愈烈，消费者权益为何难以得到有效保护，主要原因还是预付卡市场准入门槛太低，缺乏有效监管，具体有：

一、经营者缺乏诚信，预付费卡发放准入门槛低。目前，我国发放预付费卡的主体大多是中小型的加盟店、连锁店，且随意发售，无需任何手续，属纯企业行为。消费者购买了优惠卡，现金转移到经营者手中后，消费者所享受的服务能否兑现，消费质量能否得到保证，完全取决于经营者是否信守承诺。然而，目前我国诚信体系尚未完全建立，企业的实力良莠不齐，经营理念也

千差万别，真正期望借助预付费募集的资金服务于消费者、创造企业品牌效应的企业较少，急于圈钱的企业则较多。

二、预付费式消费处于监管的真空地带。《消法》虽已出台多年，面对纷繁复杂的经营模式，尽管踌躇满志，但早已力不从心。由于缺乏针对性较强的法律法规为依据，不论是相关行政部门还是行业组织在处理这类问题难度较大，只能套用《消法》和《合同法》的普遍性原则进行调解，但这种处理方式无法从根本上保护消费者合法权益。预付费式消费监管的真空地带使得经营者违法违规成本过低，诱使这种侵害消费者权益的行为肆无忌惮。

三、部分消费者缺乏自我保护意识。有些消费者不具备正确的消费理念，容易被经营者的宣传所吸引，或经不住经营者的“忽悠”，加上经营者和消费者获得的信息不对称，消费者缺乏专业的知识，办卡前，消费者对经营者的资质、规模、经营管理等状况一般未作深入了解，办卡时过于草率，等问题

产生时，许多消费者只能自认倒霉。

针对目前市场上层出不穷的预付费卡消费陷阱，顺义消协随时发布消费警示提醒广大消费者在办卡时一定要谨慎，首先要确定自己是否真的长期需要此类服务，不要贪图某一次消费的高折扣，办卡前尽量了解企业的资质、口碑情况，特别是加盟店，由于加盟模式的不同，加盟店与总部的法律关系也不同，进而加盟店承担法律责任的能力和态度也不同；其次，办理会员卡时一是尽量选择一些存在历史较长，品牌过硬、口碑较好的大型企业，二是选择使用周期较短的卡种，减少时间过长带来的不可预知的风险，三是尽量签订服务协议，将预付式消费卡的适用范围、期限、功能、退卡条件予以明确，切记不要轻信销售人员的口头承诺；办卡后，要经常关注该企业，发现有不正常的经营活动的，要及时向有关部门反映，防止损失扩大。

同时，顺义消协也积极建议有关部门及行业主管部门规范预付费式消费市场，遏制目前肆无忌惮的发卡捞钱行为，从根本上保护消费者的合法权益。

消费者维权应理性 索赔要合理

2013年10月18日，延庆县消协接到赵某投诉，称其在延庆县石河营建材城以每块19元购买的地板砖有腥味，以致铺好地板砖的房间都充满腥味，造成房子没法居住，要求经营者赔偿装修、精神损失等各项费用共计35000元。

接到投诉后，延庆县消协工作人员立即联系经营者，从经营方了解到，经营方与赵某之间是熟人关系，赵某购买的地板砖实为每块9元，总共购买了1600元的地板砖。当得知赵某要求35000元赔偿后，经营者认为赵某这是讹诈行为，拒绝赔偿并表示愿意走司法途径。

为了化解这起消费纠纷，延庆县消协工作人员又找到石河营建材城负责人，让建材城的工作人员再做经营者的思想工作，如此之下，经营者答应赔偿赵某2000元。10月23日，延庆县消协把投诉双方叫到一起调解，由于对赔偿金额的意见不一，经过半天的争议，在消协的主持下，最终双方达成协议，由经营者赔偿赵某3000元。

投诉问题得到成功解决，具体问题具体分析，成功化解此起投诉的原因有四，一是消费者与经营者双方是熟人，不想因为这事把关系闹得太僵；二是建材城的负责人协助消协的工作，对经营者进行了思想开导；三是消协明确告诉消费者诉求过高，按照《消法》最多一倍赔偿，赵某可以重新考虑诉求或者直接起诉；四是对于诉求过高的消费者，在调解投诉时一定要理清法律条文，不要急于处理投诉，让消费者诉求有重新认识。（延庆县消协）

网购时代 谨防售后无保障

网络的每一个细胞已渗透进我们生活的点点滴滴，网络购物更是成为了当今流行的一大购物方式。然近来，顺义区消协者协会却接到了多起因网络购物售后服务引发的消费纠纷：

案例一：2013年10月，刘先生在某网店购买了一部手机，网店商家声称该手机虽然不是在本本地购买，但是同样享受全国联保服务。同年11月，刘先生到该手机的实体专卖店贴膜后，手机触摸屏出现了问题，实体专卖店表示由于手机是网上购机，不属于全国联保范围，手机出现故障后，消费者只能自己寄回厂家维修。然而，刘先生多次拨打手机厂家客服热线，却始终无法接通。

案例二：2013年11月，王小姐在某网店上购买了一双皮靴，仅穿过一次后，鞋头部位起到连接作用的蝴蝶结就脱落了，以至于王小姐自己找了条绳子替代蝴蝶结，鞋子方能正常使用。之后，王小姐与网店商家联系后得知，该鞋子本身就存在设计缺陷，在使用之前还要先用针线将蝴蝶结进行固定。经协商，网店商家为王小姐免费更换了一双新鞋。

为此，顺义区消费者协会提醒广大消费者，在享受网购的便利与乐趣的同时，应注意以下几点：

第一、详查卖家信誉。消费者在网上购物之前首先应尽量选择知名度较高的网站，其首页下方必定有工商部门的红盾标志。其次，根据该网店的销售记录、消费者的评价信息等对卖家及欲购商品进行综合评价。如果商家有加入到淘宝网网上的“消保联盟”签署消费者保障协议，并交纳了保证金，消费者的权益将会得到更好地保护。

第二、明确售后服务。售后服务一直都是网购的软肋，消费者在网购时，一定要问清售后服务的具体细节，例如是否参与全国联保；参与全国联保的商家是否可以同城联保，还是必须寄回总厂维修；维修的费用如何计算；寄回总厂的费用该由谁来承担等一系列问题。

第三、保留网络证据。例如消费者与商家的网络聊天记录、网络交易记录等，这些都可以作为日后消费者维护自身合法权益的重要信息。

第四、索要相关凭证。多数商家都以正规发票作为提供售后服务的凭证，所以消费者在网上购物时，一定要索要正规发票，以便在日后作为消费凭证，其在发生消费纠纷时也是极为重要的维权凭证。（顺义区消协）

邮寄贵重物品别忘了买保险

2013年12月份，闫先生通过圆通快递公司邮寄一台价值2600元的等离子电视，邮寄费用80元。当电视邮寄到目的地后，闫先生发现电视屏幕有明显的裂痕，找到圆通公司交涉，圆通公司表示电视屏幕是由于自身压力从内部向外损坏，与快递公司没有任何关系，不应承担责任。闫先生无奈，投诉到延庆县消协。

县消协接到投诉后，调解人员立即介入调解当中，在第一次调解过程中，圆通公司只答应赔偿闫先生5倍的邮寄费400元，闫先生当即表示不同意。由于双方赔偿金额未能达成一致，调解也一度陷入困境。调解人员告知消费者，在快递前没有购买保险所以应该承担相应的责任。虽然此起投诉不能明确快递公司的责任，但是快递公司也应加强注意查验收发物品和保障物品的配送安全。经过多次调解，12月25日，最终圆通公司答应赔偿闫先生1100元，投诉得到圆满解决。（延庆县消协）

先行赔付化解消费纠纷

在群众路线教育活动中，平谷区消费者协会积极学习领会文件精神，狠抓贯彻落实，把维护消费者合法权益，为消费者排忧解难，提高消费者满意度，作为自身工作的目标。

2013年10月31日，消费者董某在某超市购买一袋“稻香村”牌杏仁瓦片糕，价格为12.8元，生产日期上标着2013年9月27日，保质期8个月。11月15日，董某在食用杏仁瓦片糕时发现有味哈喇味，董某认为这种情况属于食品保质期内变质所致，要求超市给予退货，超市拒绝了董某的要求。于是，消费者拨打96315进行投诉，要求帮忙调解退货。

投诉转至消协，消协工作人员立即与该超市取得联系并了解清楚情况，超市当即同意消费者董某的投诉诉求，全额退还董某购买食品的货款。由于经营者为消协“先行赔付”签约单位，经协商，经营者同意由消费者协会进行先期垫付退货款，并在10个工作日内将退货款交回消协。

先行赔付垫付款项由北京市工商行政管理局平谷分局出资建立的。这是“先行赔付”活动开展以来，平谷区消协处理的第一件履行“先行赔付”协议的投诉。消费者对消协此举大加赞赏，表示十分满意。（平谷区消协）

责任不明确 消费纠纷调解难

2013年10月31日，消费者梁先生购买一台家用的“好机汇”牌豆腐机，商品价格21000元，说明书标注“使用方法：200伏电压，50赫兹，采用单项三线制，用6平方毫米铜芯线为电源进线，配备50安漏电开关”。梁先生按照说明书上的使用方法操作，却发现现在使用时家里的电源总是跳闸，于是更换为10平方毫米的铜芯线，配备100安的漏电开关，仍然出现跳闸现象。梁先生表示找国家电网工作人员到家中检查过电源，也没有任何的问题。对此，梁先生怀疑豆腐机是不合格产品，于是要求退货，遭到商家的拒绝。无奈之下，梁先生投诉到消协请求帮忙调解。

在调解过程中，由于没有证据能够表明商家的产品存在质量问题，同时，消费者反映的问题又确实存在。经调解人员耐心调解，最终消费者和商家双方达成一致意见，商家退还消费者梁先生货款18000元（原价21000元，扣除折旧费3000元），消费者对调解结果也表示满意。（西城区消协）





预付费消费卡 小心被“卡”住

近日，东城区消协幸福分会接到一起预付费消费卡的投诉。

去年4月份，消费者张先生（老年人）在一家健身中心办理了一张健身卡，办卡金额为1000元整。不久，在没有告知张先生的情况下，商家迁址到其他地方营业，由于搬迁前商家也未张贴告示，以致张先生无法查找到商家变迁后的营业地址。于是，张先生找到幸福消协分会投诉，希望消协帮忙找到商家，帮忙退还健身卡上剩余的金额。

东城区消协幸福分会消协干部段永利同志接到投诉后非常重视，立即上网站查找企业信息资料并核实企业信息。找到商家后，起初商家只同意继续提供服务，不同意给老人办理退卡业务。消协工作人员指明商家在营业地点迁址前没有告知消费者在先，同时消费者属于老年弱势消费群体，更应该得到社会各界的关爱。经过耐心调解，商家同意退还张先生卡内剩余金额800元整，老人也为消协能及时快速解决投诉表示称赞。

在这起投诉当中，由于商家夸大企业宣传，忽悠消费者办卡，造成消费者上当购买其健身卡，更不可理解的是商家迁址，没有通知购卡的消费者如何换卡或退卡等事宜，造成消费者投诉无门，商家门前也未张贴告示从而导致消费者的合法权益受到损害成为事实。在此，消协提示广大消费者：对有些商家恶意迁址，门前也未张贴告示，造成消费者的合法权益受到很大的损失的事实，通过大众媒介曝光，行政执法部门通过不良警示录入不诚信的黑名单。（东城区消协）

老年人买保健品小心被忽悠

今年1月初，东城区消协接到74岁老年人褚女士的投诉。称其于去年12月26日经人介绍，在永定门外某饭店听信商家大肆宣传，购买了康复中科公司生产的一种“生命一号”的保健品，共交费用9660元。该公司声称此保健品可防治“心脑血管”疾病，褚女士服用一周后，非但未见效，反而感觉身体不适。于是打电话到东城区消协投诉，要求康复中科公司退还购买保健品的款项。

考虑到老人家住永定门，年龄大，路途比较远，行动不是很方便，投诉部赵主任便主动登门了解投诉情况。在了解情况后，赵主任及时与康复中科公司联系，一开始该公司找各种理由推辞，不同意退款，赵主任不厌其烦，多次与康复中科公司联系，做耐心细致的工作，希望该公司能站在消费者的立场考虑，拿出积极的态度解决此事。在赵主任不懈努力下，经过多次与康复中科公司和消费者的协调，最终双方达成一致，扣除褚女士已服用的保健品费用，康复中科公司退给褚女士8855元，此次投诉得到圆满解决。

收到退款后褚女士再次打电话到东城区消协，对调解人员认真负责的工作作风表示感谢和赞许。（东城区消协）





春节理性消费 欢欢喜喜过年

春节期间，通州区消协接到3个电话投诉，投诉集中在服务类，没有涉及商品的质量问题，投诉情况如下：

1、消费者投诉郭林通州店包间规定每人有最低消费150元的情况。消协接到投诉后，咨询了工商部门，建议消费者投诉12315举报中心。

2、消费者投诉梨园附近的波司登羽绒服专卖店，称其购买的羽绒服号小，换货又没有，商家不能及时退货，要等第二天店长来才可以协商。消费者认为只要售货员当时给店长电话沟通就能马上解决问题，为何非要让消费者再花时间跑一趟？同时，消费者还发现该店没有悬挂营业执照，找店里的工作人员要电话也不给。消费者认为商家的服务不像专卖店的模式，怀疑是假冒专卖店。消协工作人员通过数据中心查询发现，商家为北京某某商贸中心，系个体经营，并建议消费者向梨园工商所举报反映情况。

3、春节期间，通州物美潞苑店开展活动，凡购买金额满88元即可换购10元商品活动，消费者发现换购价格与商品的实际价格一致，换购优惠没有体现出来，消费者认为商家的换购活动存在欺骗行为。商家解释换购的商品可以和货架同类商品是一样的价格，并把活动海报撕下，消费者不能认可商家的解释。虽然消费者没有参加换购活动，但消费者有权利举报商家涉嫌欺骗消费者的行为。消协建议消费者可以节后来消协投诉，也可以当时投诉到梨园工商所，并建议消费者保存好凭证。（通州区消协）

房屋中介未履行协议遭投诉

2013年10月，消费者张先生与某房屋中介公司签订房屋租赁合同，合同约定取暖费、物业费由中介公司承担。到了供暖期，由于中介公司没有缴纳取暖费，导致所租房屋一直未能供暖，张先生多次找到中介公司要求尽快供暖，但都没有结果。于是张先生投诉到朝阳消协双桥分会。

经调查了解，张先生通过中介公司租赁房屋，签订合同并交纳租金和押金共计8660元。入住后，中介公司并没有按照合同约定提供供暖，张先生从物业得知，物业不给提供供暖是由于中介公司没有交供暖费，多次找中介公司协商，都没有结果。

依据《合同违法行为监督处理办法》第十条，经营者与消费者采用格式条款订立合同的，经营者不得在格式条款中加重消费者下列责任：……（三）其他依照法律法规不应由消费者承担的责任。经消协调解，中介公司同意退还张先生交纳的租金和押金8660元，张先生对调解结果表示很满意，还送来锦旗“依法维权、为民解忧”表示感谢。同时，消协对中介公司进行栏相关法律法规的宣传，强调中介公司应该诚实履行合同协议，作好售后服务，维护好消费者合法权益，避免类似事件发生。（朝阳区消协）



热水器引火灾房屋遭损毁 依法调解巨额损失得挽回



【案情简介】

2013年8月1日刘女士向海淀区消费纠纷人民调解委员会申诉，因家中热水器引发火灾，就赔偿问题双方僵持不下。

2013年5月16日下午14时许，当事人刘女士家中浴室发生火灾，浴房及热水器被烧毁，烟雾殃及客厅卧室厨房及卫生间，墙壁、电视。空调被熏黑，木质地板被消防用水水浸泡，整体损失严重。

因此，消费者向热水器生产厂家提出赔偿经济损失人民币80万元。

由于此投诉涉及诉求金额较大，调查取证是解决问题的关键。先是人民调解委员会调解员到火灾现场调查取证，再将申诉人和被申诉人约至人民调解委员会进行调解，并认真做好双方当事人调查笔录。

《消费者权益保护法》第7条：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。

《消费者权益保护法》第18条：经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。

《消费者权益保护法》第35条：消费者在购买、使用商品时，其合法权益受到损害的，可以向销售者要求赔偿。

【调解结果】

依据北京市海淀区公安消防支队火灾事故认定书（海公消火字〔2013〕第0017号）结论：“不排除线路、及电气引发火灾的因素”。消费纠纷人民调解委员会以消防队勘查报告为依据，不能认定起火源为热水器生产厂家的直接责任。热水器安装时，因热水器插头与墙面插座不匹配，安装人员没有明确告知应更换墙面插座，安装时临时用插线板进行了调试。因此热水器厂家有一定的责任，并考虑消费者是弱势群体，建议在以人为本的情况下做出适当让步。

经过反复做工作，最终热水器生产厂家同意以帮助性给予消费者38万元作为抚慰金，双方表示以海淀区消费纠纷人民调解委员会的调解为最终结果，不再以任何形式进行包括诉讼在内的任何主张。

【案例点评】

近年来因热水器引发火灾的事件屡屡发生，财产损失和造成人身伤害的案例备受社会关注，从海淀区消费者协会了解到，今年接到关于热水器引发火灾的投诉就有三起。综合刘女士的申诉，消费纠纷人民调解委员会分析起火原因有以下三点：一是热水器违规安装，不符合安装条件的，安装队未尽到告知义务，为了交差根本不考虑安全因素；二是热水器老化已超出使用年限的仍在继续使用；三是群租房多家使用的热水器无人管理，发现问题不及时报修。

据此，海淀区消费者协会、海淀区消费纠纷人民调解委员会呼吁生产经营者和消费者同时肩负起社会责任。一个产品出了问题会直接影响到企业的声誉和经济效益，一个人出了问题会影响整个家庭和社会的稳定。因此，社会的责任感由大家来培育，就事论事只能满足一时，长久的安全保障必须要牢固树立安全意识，严格落实安全责任，采取有效安全措施。（海淀区消协）

家政投诉各执一词 消协调解履行承诺

【案情简介】

眼下，选聘家政服务员提供居家服务成为了许多人的头疼的选择。随着人们生活质量提高，对家政服务员的要求也越来越高，不但要求家政服务员能做饭、清洁房间，还要求家政服务员能够洗涤熨烫、植物养护、烘培，甚至能做中西式料理等。近日，海淀消协北下关分会接到消费者郑女士的投诉，诉求说：消费者接受某家政公司服务，并签有合同，合同有效期为一年，在合同期内经营者拒绝提供服务，消费者要求对方履行承诺。

2013年12月9日，家政公司负责人陪同家政服务员至郑女士家中，由郑女士对其进行了面试。面试后，三方签订了《母婴/家政服务协议(中介)》。《协议》约定：服务的主要内容为卫生保洁、洗涤熨烫、日常采购等；每天服务时间为每周二、四、六，每次三小时；甲方一次性交付中介咨询费1000元、家政服务员服务费提前15天预付至中介公司代收代发等条款。

岂料签约后的次日，郑女士即电告家政公司称，到岗的家政服务员不会从事一般的电器、燃气操作，要求经营方调换家政服务员。经协商，家政公司为其调换，家政公司先后派去5名家政服务员，郑女士认为都不符合要求，遂提出该家政公司推荐符合要求的家政服务员，否则要求退款，两个诉求均遭该家政公司的拒绝。

【调解结果】

家政公司接到海淀消协北下关分会的情况核实电话后，自知理亏，第二天便重新派遣了新的家政服务员到郑女士家服务，郑女士对于新服务员的工作表示认可。

【案例点评】

尽管通过家政公司花钱雇家政服务员或月嫂，能保障雇主利益及家庭财产的安全，减少马路“游击队”式的选聘家政服务员，是市民家庭的选择。但面对良莠不齐的家政公司，不是雇主埋怨家政服务员技能不高，就是家政公司指责雇主太挑剔，由此引出的纠纷不断，屡屡出现纠纷。

这起投诉，合同签订时，正值春节前后，家政市场一雇难求，新上岗的服务员服务水平难以保障，消费者对于经营者提出质疑，应该表示理解，以后几次消费者多次提出问

题，经营者便产生逆反心态，对于服务员的能力，经营者是心知肚明，所派遣的服务员的服务质量不言而喻，消协调解之后，家政公司派去的服务员，消费者当即认可，便足以说明了问题所在。

为减少此类纠纷，海淀消协建议：

第一、建议家政服务应建立技能规范化评价体系，按技能等级收费，明码标价。家政服务员应持证上岗，除了家政服务员的身份证明和健康证明外，涉及家政服务员的技能熟练程度应通过技能考试，持不同等级的上岗证书供雇主选聘，如双语服务、种植花草、中西式料理和烘培技能，应标注语言证书等级、厨师等级，并在《协议》中明确记载，供雇主选择并按技能等级付酬，以杜绝类似案例中这种“打闷包”的选送家政服务员上门的方式。

第二、建议家政中介服务费用分期交付。以避免家政公司一次性收取了中介费后，随意推荐服务人员，使得消费者无法选择，而陷于被动。

第三、建议家政服务公司对服务人员动态评估。鉴于家政公司与家政服务员系松散型的管理关系，家政公司应定期对登记在公司名下候选家政服务员，定期予以培训和服务技能的评估，定期听取雇主对家政服务员的服务态度和技能的反馈意见。（海淀区消协）



订做服装要谨慎 产生纠纷问责难

【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】

因加工订做服装没有具体规格标准，消费者和商家产生纠纷后，责任难以认定。本案例经消协多次调解，商家才同意给消费者办理退款。



【案例点评】

消费者加工订做服装时应注意以下几点：一是要货比三家之后选择正规的店铺加工；二是度量尺寸时一定要准确，不能抱着差不多的心态，并且要把双方确认好的量体尺寸以书面形式约定，同时还要尽量详细地注明加工要求，违约赔偿等条款，以免双方发生争议时可以有据可依。（东城区消协）

购买促销商品遇断货 消费者有权要求退款

【案情简介】

消费者郭女士从网上购买了一台打折促销的特价电视机，价格为1999元，约定一周后送货上门。事后，郭女士接到商家通知，被告知所选购电视机型号已经断货，商家提出让郭女士重新另选一台电视机。郭女士表示自己不喜欢其它型号的电视机，便提出要求希望商家给予退还购买电视机款。商家当即不同意退款，声称郭女士购买的电视机属于特价商品，只能与生产厂家联系后再予答复。此后，郭女士多次与商家联系，每次得到的答复都是生产厂家会直接联系郭女士。在联系商家无果，又等不到生产厂家答复的情况下，郭女士主动联系生产厂家催促其赶紧解决问题，生产厂家又以时间太长，公司早已结账为由不同意给郭女士退款，还是让郭女士选购其它型号电视机。无奈之下，郭女士通过电话投诉到消协。

【调解结果】

接到投诉后，东城区消协北新桥分会进行了调查，并联系

消费者和商家双方一起到消协分会进行调解。经调解，商家同意退还郭女士购物款1999元，并就自身存在的过错向郭女士表示道歉，消费者郭女士对消协的调解工作表示非常满意。

【案例点评】

本案中，郭女士向消协分会出具了购物发票，上面明确注明7日内上门送货。商家也承认郭女士投诉情况属实。但是商家与生产厂家相互推诿置消费者利益而不顾，一拖就是三个月，这种行为严重侵害了消费者合法权益。经营者提供商品或服务，按照国家规定或者与消费者的约定，承担包修、包换、包退或者其他责任的，不得故意拖延或者无理拒绝，消费者有权要求商家退还货款。为此，消协在指出商家存在过错的同时，并提出了消协的意见和调解结果。（东城区消协）

抽奖购物中暗藏陷阱 价高未必就是好产品

【案情简介】

春节前，刘先生在某商场购买商品后，参加该商场玉石柜台的抽奖活动，竟然很意外的抽到了“一等奖”，获得以一折价格购买玉器资格。正当刘先生兴奋之时，销售人员建议刘先生最好购买价格较低的玉器，不要购买价格太高的玉石，否则商家是在做亏本生意。刘先生认为自己中奖不易，遂决定购买了一款标价为46900的玉吊坠。销售人员得知后，又以某位经理“没有在场”为由假装很难办，经过一番电话请示之后，消费者如愿以偿的购买了该款玉坠。

事后，刘先生从懂行的人那里发

现，这款标价为46900的玉吊坠，市场价格也就1000元左右。突然感觉自己被骗，刘先生连过节的心情都没了，一怒之下投诉到消协。

【调解结果】

由于正值春节期间，房山区消协接到投诉后，非常理解消费者的心情，但玉石、翡翠等没有非常明确的标价，价格完全是由商家来定，无法直接认定为价格欺诈行为，考虑到商家在销售过程中可能存在虚标原价、利用中奖手段诱导消费者消费行为。

经与商家沟通调解，最终商家同意为消费者全额退货。

【案例点评】

该商场销售玉石的柜台搞抽奖活动，无非是为了吸引消费者前来购物的一种变相促销手段。业内人士更是透露，虚标价格已经成为玉石行业的潜规则。在此提醒广大消费者，对于商家标出的玉石产品价格则要理性对待，千万不要认为标价高就一定是顶级产品。（房山区消协）

格式合同要公平合理 否则规定的内容无效

【案情简介】

近日，房山区消协接到消费者李先生反映，称某滑雪场餐厅外休息区的座椅上有文字明示：最低消费35元。消费者如果要在该休息区的座椅上休息，就必须在该餐厅至少消费35元。李先生认为滑雪场本身就应为消费者提供休息场所，且餐厅外休息区的座椅为滑雪场设立，应属于公共休息场所，但是被餐厅加以利用，感觉很不合理，于是反映到消协。

【调解结果】

消协接到投诉后及时赶赴现场处理，告知滑雪场餐厅的负责人，餐厅最低消费行为虽提前通知，但利用室外座椅收费实属不合理，应尽快摘除，以便为消费者提供便利。目前，滑雪场餐厅已将座椅最低消费通知摘除，负责人表示今后一定会依法经营，为消费者提供满意服务。

【案例点评】

《消费者权益保护法》规定，经营者不得以格式合同、通知、声明和店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，否则规定的内容无效。《合同法》更是对格式条款进行了细化规定：提供格式条款的一方应遵循公平原则确定权利义务，采取合理方式提请对方注意免除或限制其责。（房山区消协）

教你挑选适合自己的冲锋衣

随着经济水平的发展和人们的生活水平的不断提高，走到户外拥抱自然似乎成了越来越多城市人的选择。户外活动不但可以锻炼、陶冶情操，而且可以缓解工作的压力、增进团队配合的默契程度。有户外活动就需要一些户外装备，冲锋衣裤在这时候显得就非常重要了。这号称功能性服装的冲锋衣到底有什么功能呢？其实说白了冲锋衣就是用防水性和透气性兼具的面料加工而成，并且在接缝处用压胶的方法杜绝漏水。当前很多厂商将冲锋衣又赋予了更多新功能，比如不沾油、抗菌等，这些冲锋衣的品质如何呢？前一段时间北京市消协的一次网购户外服装的比较试验则能说明一些问题，40件户外服装竟然有22件未达到国家标准要求，其中不合格的名单中不乏一些价格不菲的大品牌。既然如此我们普通消费者怎么选择适合自己的冲锋衣呢？

认准有授权书的正规商户

现在很多户外用品商店都在经营著名品牌，它的价位是在正规商场里的几分之一。这些店里的东西，基本上都是国内加工厂的出来的，走的都是一个地下渠道。这也是构成两者价位相差几倍的因素。对普通消费



Focus

前不久，市消协发布网购户外服装比较试验结果，40个样品中22个样品有测试项目不符合国家标准要求，其中不合格名单中不乏一些价格不菲的大品牌。那么，我们日常生活中选购适合自己的冲锋衣，小编就此走访了KingCamp品牌。

者来说未尝不是一个福音。以前有人把这种产品分为甩货与假甩货，但自从前年或去年国外厂家加强对余料的管理之后，真正的甩货已经不多见了。可以这么说，现在市面上的冲锋衣真正的甩货是没有的，都是一些假甩货，更谈不上什么真品了。

甩货与假甩货的意义是什么？甩货是指厂家给国外公司加工之后剩余的那些产品，一般数量都不会很大，从品质上说与赛特的东西没有本质的区别。而假甩货是指国内工厂利用剩余的面料、附件加工而成的。这里面涉及的问题是，工厂在加工这些产品的时候，是不是用的都是该款衣服本身的材料。如果是，那么品质上与甩货的区别仅仅是做工方面的问题，不会有太大的

出入，市面上所谓真的冲锋衣基本上都是这种。也有的厂家为了追求利润，会把一些材料给替换了，比如把非GORE-TEX的面料打上GORE-TEX的绣花。因此，在买冲锋衣的时候，一定要找那些信誉比较好的地，比如旗云，三夫等，他们的货源都比较好，而且商家自己的鉴定水平较高，从某种程度上有了保障。

查看冲锋衣使用的面料

到处都在讲GORE-TEX，而GORE-TEX的好处已经是经过多方的论证的。无论从哪方面讲，它都是户外材料里的佼佼者。但国内一些人对GORE-TEX已经达到了迷信的程度，其实还有很多其他品牌的面料也可以有防水透气的功能，有些做的好的已经完全可以达到GORE-TEX的性能了。现在市面上能见到的面料，除了GORE-TEX外，还有CONDUIT、OMNITECH、MEMO-TEX、POWER-TEX、HYDRO-DRY、WEATHERTITE等等，这些面料总的特点是防水透气，不谈枯燥的性能数据，在使用方面，它们的性能没有很大的差异。

冲锋衣的另外一个关键是压胶条，也就是接缝处压在上面防止漏水的胶条，真货在出工厂的时候都经过严格

的防水测试，压胶处一般不会漏水。但现在我们穿的冲锋衣，前面已讲过，一般都是假甩货，没有严格的检验程序，所以有存在漏水的情况，但一般不多，这是一个工艺的问题。好的胶条都是透气的，但不透气的胶条对整体透气性影响不是很大。冲锋衣的里衬采用的也是透气材料，一般是COOLMAX，主要是为了加强导汗性与保暖性。轻型冲锋衣采用网状纤维，不粘身。也有不用里衬的，即是所谓的三层压胶与两层半压胶之类，三层压胶是在防水透气膜的里面直接压上一层透气的材料，保护透气膜不被磨损。两层半压胶主要是指戈尔公司的GORE-TEX PAC原理与三层压胶类似，从里面看起来是网点状的。这类衣服的特点是整衣重量有所减轻，透气性更好，缺点是价格较贵。

还有一些辅料，包括拉链、卡口、魔术贴等等。冲锋衣的拉链一般都采用YKK拉链，用假的YKK拉链的冲锋衣肯定是有问题的，千万不要买。现在国内就能买到YKK的拉链，因此辅料已经不是很重要的问题了。

分辨防水透气性能

一般材料如果做到了防水往往就不透气，比如塑料、橡胶等。而透气性比较好的材料，比如棉制品，又做不到防水。制作冲锋衣的材料同时兼顾了防水和透气的性能，但这种兼顾的代价就是防水和透气性能都是有限的，大家千万不要有过高的期望。一般在连续爬坡的时候多少都会觉得闷，在连续的大雨中，里面也总会湿一些，下面就是分辨防水透气功能的小实验。

防水:冲锋衣的面料是在确保一定透气性的基础上尽量防水，但防水性远不如塑料、橡胶等材料，在冲锋衣上倒上一点水观察是否渗漏到里面。

透气:蒸汽法，在杯子中倒上热水，把冲锋衣的面料蒙在杯口上，在面料上再压一块玻璃，如果看见热气透过面料冒出来，或玻璃上凝结了水气，那就说明面料是透气的。但要注意，不同材料的透气率是不同的，有高有底，上面试验只能定性的证明材料不是完全不透气，但透气性能的好坏还

是不知道。(KINGCAMP)

小贴士

冲锋衣的清洗建议

· 用40度以下的清水加适量洗衣液或者中性洗涤剂手洗，GORE-TEX面料经测试显示可以机洗，但机洗时需单独洗涤，手洗用软毛刷轻轻刷洗，不可用硬毛刷大力刷洗以免刺透防水透气膜，不得用力搓揉服装以免使防水透气膜与保护层脱离；

· 请勿用漂白剂及柔顺剂；

· 偶尔干洗能彻底清洁服装，但需提醒干洗店不能用针刺穿衣服，导致漏水；

· 设定温度为55度将服装烘干有助恢复服装表面的防泼水功能；

· 低温蒸汽熨烫也会达到类似烘干的效果

怎样除去久置衣物上的甲醛？

衣物久置衣柜易吸游离甲醛，有可能会引发气管炎和多种过敏症。当换上冬衣，拿出棉被时，很多人会忽略了经过长时间储存的棉被毛毯及衣服等可能已经吸附了大量的游离甲醛。当穿上的那一刻，可能伤害也随之而来。如何除去衣柜暗毒呢？

衣物久置衣柜易吸游离甲醛

游离甲醛，通俗来说就是在板材、家具、涂料、胶黏剂生产过程



中，需要大量的甲醛作为载体。但甲醛在高温的生产线中，大部分的甲醛已经生成了胶，不再是甲醛，这类已经反应掉的甲醛对人体没有危害。在生产的过程中，有一小部分的甲醛没有参加反应，就变成了游离甲醛。

成品衣柜是否会释放游离的甲醛？答案是肯定的。据了解，我国目前家具和室内装修使用的绝大部分人造板是用游离甲醛释放量最大的脲醛胶制造的。虽然，这些家具释放的游离甲醛在人们使用之前已经挥发掉了一部分，但是余下的游离甲醛散发是一个长期的过程。

游离甲醛几乎遍及生活中的每一个角落，无处不在，清除难度大，通常需要数月甚至数年时间才能释放完

毕。一些家庭将刚买的新家具搬进家后，就急于将衣服和被子等衣物放进家具里，刚买的家具中甲醛含量比较高，一旦将衣物放进刚买的家具，衣物就可能吸附游离的甲醛。而人造板内的甲醛释放期为3年—15年，一些已经使用一段时间的衣柜也可能会释放出污染衣物的甲醛。

衣柜中的衣物怎么办？

据悉，除了吸入一定量的甲醛会引起癌症外，甲醛还是一种过敏源，当从纤维上游离到皮肤的甲醛量超过一定限度时，就会使人产生反应皮炎，轻者会发生皮肤过敏、红肿、发

痒等症状，重者会连续咳嗽，继而引发气管炎和多种过敏症。

新买的衣柜应至少除去异味20天至3个月后再使用。使用人造板制作的衣柜时，尽量不要把内衣、睡衣和儿童服装放在里面。如果家里有儿童、孕妇和年老体弱者更要注意，放置在衣柜，特别是人造板衣柜里的衣物应该加以包装密封存放。

长时间放在衣柜和床屉里的被子、毛毯，一定要充分晾晒后再用。甲醛极易溶于水，对于衣物中含有少量甲醛的情况，常用的去除方法就是用盐水浸泡。用大约一勺盐加两升水，将衣物充分浸泡15分钟后用清水漂净，放在阴凉通风处晾干。

（陈亮）

采暖季别让家具“受难”

随着冬季的来临，气温走低，空气变得干燥，木质家具在这时候特别容易出现各种问题，如果您不想家具“衰老”，快来看看如何细心呵护。

采暖季木质家具最易出现干裂，原因是由于室内湿度很低。常见的方法是选购一台加湿器放在室内，另外也可以放置一盆水或者多放置一些利于室内保湿的如绿萝、富贵竹等植物。不过也要注意，避免过度加湿，尽量把加湿器放在通风、光照适中的地方，要防止直接将加湿器直接放置在家具上，或者家具长时间离加湿器太近。一般采暖季使用加湿器保持房间的湿度在40%—60%之间比较适宜。



不少采暖较好的家庭，由于室内的温度过高，每天都会长时间地通风，不少人错误地认为冬季开窗通风，室内温度下降，木制家具裂缝现象自然减弱。其实，空气温度越高，饱和状态含水越多，也就是说冬季屋内湿度相对室外还要高。家居出现裂缝的真正原因来自湿度，而非温度，这个时候开窗通风只会将外面的冷空气换进

来，使室内更加干燥。

由于冬天气候干燥的特点，木材更加脆弱，再加上暖气的烘烤，木材中的水分大量散失，质地变得疏松，平时坚固的家具很可能在清洁时被轻易划伤。所以，在打扫卫生时，尽量不要使用尖利的清洁工具触及木材表面。平时要注意家具的保养，不要让坚硬的金属制品或其他利器碰撞家具，以保护其表面不出现硬伤。

比较名贵的实木家具在清洁时，不能用湿漉漉的抹布简单地擦拭，而是应该选用专业的家具蜡或护理精油。这样可锁住木质中的水分，防止木质干裂变形，同时滋养木质，延长家具的使用寿命。（王亚宁）

教你8招辨识真假橄榄油

目前市面上的橄榄油种类繁多，即使是完全进口的橄榄油也有真伪之分。这里介绍一些识别橄榄油的简单方法，以供参考。

1 看品名和分类

橄榄油的名称按其等级由高至低可分为特级原生橄榄油(或特级初榨橄榄油)、原生橄榄油(或初榨橄榄油)、普通原生橄榄油(或普通初榨橄榄油)、油橄榄果渣油等。果渣油在任何情况下都不能称作橄榄油。

2 看加工工艺

相比较精练法而言，冷榨法也就是将油橄榄果通过物理机械直接压榨出，更天然纯正，营养没有受到任何破坏。按照中国新的食用油管理办法，加工方法必须在标签上注明。

3 看产地

产地对于价格和质量的



影响很大。目前，橄榄油主产国中，西班牙的产量占世界总量的1/3，意大利1/4，希腊1/5，其它产油国包括土耳其，叙利亚，葡萄牙，法国，埃及等。

4 看瓶装地

目前，中国市场销售的绝大多数橄榄油依赖进口。进口的橄榄油主要有原装和分装两种。

5 看包装

由于橄榄油对光敏感，光照如果持续或强烈，橄榄油易被氧化，建议购买橄榄油时选择深色玻璃瓶包装，或不易透光的器皿包装。橄榄油的国际标准包装为：250毫升，500毫升，750毫升，1升，3升，5升等。

6 看证书

中国合法进口的橄榄油应该有一系列的出口国官方

证书，品质证明文件和在中国官方证书和品质证明文件等，其中包括进口食品标签审核证书，出口国官方检验报告，出口国实验室报告，国外厂商的质量认证证书，卫生证书，品质证书，中国实验室检验报告及卫生证书等。

7 品尝

不好的橄榄油有以下特点：油体混，颜色浅，有陈腐味，霉潮味，泥腥味，酒酸味，金属味，哈喇味等异味。

8 如何保存橄榄油

橄榄油如果放置在阴凉避光处保存(最佳保存温度：为5~15℃)，保质期通常有24个月。橄榄油的保存要注意四个方面：①要避免强光照射，特别是太阳光线直射。②要避免高温。③使用后一定要盖好瓶盖，以免氧化。④勿放入一般的金属器皿保存，否则，随着时间的推移，橄榄油会与金属发生反应，影响油质。

超市散装脏食物如何清洁?

很多人会认为超市的东西很干净、很新鲜，所以很愿意去超市买东西。不可否认，超市的有些东西确实比小摊上上的要可靠一些，但是超市的东西并不全都是健康的、新鲜的。超市的东西也不可能保证全部健康卫生。那么，大家唯有多学习一些健康生活的知识，尽量买健康卫生的食品，即便买了不健康不卫生的食品，

也要知道如何处理。

肉馅

我们包饺子、捏丸子的时候需要用到不少的肉馅。以前需要我们挥动双刀不停的对着一块肉进行宰宰，现在超市里为我们节省了很多的力气，直接提供已经剁好的——精肉馅。

我们以为精肉馅就是上好的肉制

作成的，其实它是各种各样的碎肉通过混合绞制而成的。先不说它的成分都是以脂肪为主，单是卫生条件就会让你觉得脏。因为碎肉在绞制的过程中不仅混杂有加工厂里的灰尘，还有猪毛等等，但是当它们混在一起后打碎后，我们在购买的时候根本无法分辨。

应对方法：最好的办法当然是少

买超市的肉馅，自己买回整块肉，洗赶紧再剁成肉馅是相对安全的。如果偶尔买回一些肉馅，也一定记得要多清洗几遍，并用筛子过滤。

冰冻鲜虾

你以为你真的买到的是鲜虾？其实你都不知道它已经放在冰柜快半年了，只不过在冰冻前经过了各种药水、抗生素的处理后导致它根本就不会腐败，就像是制作的标本，就算是放上一一年，它还是老样子不会变。而检疫部门更是在冰冻鲜虾身上发现了

农药残留，这让它彻底不干净了。

应对方法：尽量别买冰冻的虾，活虾一般相对安全。

冷藏的水果

也许冷藏的水果跟新鲜水果没有什么两样，但是它的抽检调查情况却很糟糕，原因就是发霉！别以为放在低温下它就不会坏，其实它已经滋生了不少的病菌。如果人们在不知情的情况下食用，很容易造成食物中毒。

应对方法：最好去水果市场买新到的水果，而不要去超市买冷藏的水

果。超市有些水果包装上有日期，也可以参阅一下。

总之，虽然因为一些不法商家的行为，导致一部分超市食品不健康不卫生，但并不是说超市的所有食品都不能买，不能吃。主要是提醒大家买食品的时候多多留意，尽量买更卫生更新鲜更安全的食品。毕竟病从口入，或许吃一天两天看不出来问题，但是时间长了，难免会因为一些不健康不卫生的食品而引发一些疾病。防微杜渐，才能吃得健康。（黄小龙）

巧用类比法选对称心房

面对如何选房这一人生“重大命题”，很多人如同择偶般谨慎。只是现代社会信息量大，购房者获取的房地产信息不计其数，信息的来源有网络，有数据统计，有行业交流，有国家政策，更有道听途说。到底哪些信息是有价值的，购房者很难分辨。

一般人们在选房过程中会参照这样的思路：先了解自身预算圈定区域验明交通、配套找出楼盘。实际上，这样从宏观到微观的选房思路，并非唯一合理的方案。这种选房思路只能进展到“同区域内的楼盘”这一层面，无法细化到相邻两个项目的深度对比。

一名置业顾问分享了她的选房“心经”——类比法。俗话说，货比三家，没有比较就没有发言权，选房时，类比很重要。

首先，了解自身的购房预算，假如预算为100万元，按照这个费用除以住房需求面积，便可得出单价标准。这时候，可以通过网络、报纸等渠道，把这个单价水平的楼盘列出。



第二步，将符合单价标准的楼盘列出后，对新房和二手房的价格差异、同等价位的新房和二手房品质差异进行比较、权衡，进而确定自己要购房的时候新房还是二手房，或者两者均可接受。

第三步，就区域问题进行类比。比如，工作地点、父母的住址、到市中心的便捷程度、自己的生活圈，等

等。通过区域类比，确定将来购房的大致区域。

第四步，对各个楼盘的性价比进行类比。这里说的性价比并不一定要仔细研究各个区域的规划，而是对楼盘“已经拥有的配套(或交通)和将会拥有的配套(或交通)”这一指标进行比较。例如，已经有学校建成15000元单价的楼盘，和规划5年内建设学校10000元单价的楼盘，这5年的时间和每平方米5000元的价差进行比较，这样可以确定自身对于配套、交通所能承受的心理价位。

第五步，就需求的紧迫程度进行比较。还是拿学校举例，对于有小孩子的家庭和单身的人，学校对于他们的重要性是不同的。这样，可以确定在配套选择上孰轻孰重的取舍，并剔除几个难以取舍的项目。

经过以上几步，一般就只剩下三个左右的楼盘了，接下来才是关于“户型、外立面、层高、物业费”等产品内部因素的分析。而产品内部分析是需要购房者实地去考察的。（钟新）

给宝宝挑玩具 要以年龄细分

家有小宝宝，性急的年轻家长，除了给孩子备足奶粉、尿片、衣物外，也会置办一堆玩具。专家表示，不同月龄的宝宝，需要不同的玩具。只有买对了玩具，孩子才乐意玩，才能真正起到开发智力的作用。

0—6个月：色彩鲜艳，声音清晰的玩具

婴儿的听觉和视觉开始集中，能短时间地注视彩色的玩具。这时候家长不要急于把那些色彩丰富，声音复杂的玩具展示给孩子看。此时，只需在婴儿小床上悬挂大彩球、摇铃、红色气球等，悬挂在宝宝脑上方40—70厘米处，吸引宝宝从各个方向注视玩具，听玩具的声音。宝宝稍大一点，就会用小手主动触摸玩具，实现人生的首度探索。

温馨提醒：发声玩具的声音不能太大，太杂，让小宝宝产生烦躁、不安的感觉。另外，4—6个月，宝宝经常喜欢把东西放嘴里，也是宝宝的出牙期，所以家长准备的玩具要便于婴儿学习抓握及不易咬坏且无毒的。

7—12个月：可敲打，可移动的大个玩具

这时候的宝宝已经进入一个积极探索的时期。他们的语言能力和行为能力大大长进，所以对玩具的需求也有更高的要求。一般的宝宝，从7个月开始，已经能够独坐，并学会



爬，能眼手协调地用手抓物、取物、摇晃和敲打玩具，特别喜欢将玩具扔在地上，再拾起来玩。

等到10个月之后，宝宝已能熟练地爬行自如，会站立及学走路。手的动作已能用拇指和食指捡小玩具。印云说，这时期婴儿能玩的玩具很多，如响铃棒、积木、小鼓、小铃和小钢琴、小推车玩具等。

温馨提醒：这个月龄阶段的宝宝，玩的玩具功能也不要太繁琐。选择的标准要做到有声有色、结实耐玩、无毒卫生，又便于婴儿玩耍。

13—18个月：多色彩，多形状，多功能的玩具

到了这个月龄，大多数宝宝都学会了独立行走，所以专家推荐了大型推动玩具，让宝宝可以随意推动，以增强行走能力，增强行走的乐趣。这时候，宝宝渐渐有颜色和形状的概念了，虽然不能表达出来，但是已有所感知。家长可以有意识地强化，这是红色的苹果，这是绿色的青菜。

一些可以说话、讲故事的电子玩具，也可以尝试着让宝宝去触碰。一摁什么键，就冒出什么声音，或者出现什么图案，让他(她)有一种因果关系的概念。

也可以让宝宝尝试做一些精细的小动作，比如将这个碗里的水，倒入那一个小碗，把茶杯垫一个个搭高。“这些碗，茶杯垫，在孩子眼里，也属于玩具的范畴。”

温馨提醒：这个月龄宝宝的玩具，首先也要确保安全、可靠，经久耐用。如果用碗、茶杯当玩具倒水之类的游戏，家长要监护左右。

19—24个月：可以涂写，可以拆卸的玩具

这个阶段，可以充分发挥宝宝的想象力和动手能力。家长不要担心和厌烦孩子会把家里搞脏、搞乱。比如买一些彩笔和纸，让孩子随意涂抹；买些橡皮泥，让孩子随便捏东西；买一些可以拆卸的玩具，让孩子自行拆装。

与此同时，家长要经常有意识地给孩子灌输一些高、

矮，大、小，湿、干等等的概念。家长可以以做游戏的方式，向孩子传达。

温馨提醒：注意不要买小零件的玩具，以防宝宝误食。在玩橡皮泥，画画时，家长要在身旁监护。用完要及时清洗，以防病从口入。

25—30个月：有助宝宝手眼身体协调的益智玩具

益智类玩具有镶嵌板、拼图、套盒、套塔、图片、图书等。这个阶段的宝宝，在平时的生活中，对物体形状、颜色和大小有了一定的知觉，慢慢领悟到一个物体的大小或形状与另一物体的关系。

家长可以有意识地买一些益智类玩具，有助宝宝手眼和身体动作协调，行为动作的准确性和反应能力增强，以促进各种感知觉的发展。

这个阶段的孩子可以通过各种玩具，来做各种如过家家，购物等游戏。与之相配套的，有小苗圃，娃娃餐厅、娃娃卧室等仿真玩具。宝宝可以学着给娃娃穿衣服，戴不同头饰、帽子等等，在这个过程中，宝宝有了思考，自然就会有进步。

温馨提醒：家长应培养宝宝对益智类玩具的兴趣，并给予启发和建议，但不能代替宝宝去做，要让宝宝自己去操作和思考。

(张庆萍)

看看专家怎么说 家庭门窗选购的四大技巧

家庭装修，窗户可是一大笔开支，但多数消费者都对窗户材料和性能不甚了解，买回的窗户有的华而不实，有的图便宜买回劣质产品。究竟怎样选择合适的窗户呢？先听听专家怎么说。

街边店产品问题多

目前北京市场上的窗户种类基本上以塑钢和铝合金材质为主。按照开启方式分，则以推拉和平开两种为主。在价格上，一般的塑钢窗价格在300多元。而铝合金材质的窗户价格则相对昂贵一些。

在几家正规建材市场看到，窗框扇都很规整，表面上没有明显的划痕和裂缝，拉手和五金配件都很牢固。而在街边几家小的门面看到，这里出售的窗户大多加工粗糙，没有正规的质量安全标识。特别是塑钢窗的颜色是黄白色(正常的塑钢窗颜色为青白色)。专家提醒，这种白中带黄的塑钢窗是一些厂家为了降低成本加入了一些添加剂，产品在强度和使用寿命上都大打折扣。

消费者多选国产窗

同样材质的窗户，国产品牌和进口品牌的窗户价格竟然相差几百元之多。一位进口窗户品牌的销售人员表示，他们的窗户的原材料都是从德国进口的，仅窗户上的五金件价格就在300元至



400元。在一旁选购窗户的消费者也纷纷摇头表示自己不会选择这样的窗户。“同样材质、款式的窗户，还是国产的价格比较便宜，我可以接受。进口的太贵了，我觉得没有必要。”不少消费者都这样认为。

专家建议

七层以上住宅别选外开窗

北京建筑五金门窗行业协会的副秘书长汪挚表示，首先要选择正规品牌的产品，要注意查验产品的生产厂家有无合法生产许可证资质，其产品有无“QS”标识和环保标识。

在安装前，要注意检查窗框扇是否规整，接缝是否牢固、玻璃是否完整有无明显波纹、拉手及金属配件是否牢固、五金件的表面应细腻不粗糙、双玻之间距离不应小于8mm排水孔是否堵塞、密封胶条有无刺鼻子的气味。

安装后应注意检查整窗有无变形、窗扇开启是否灵活、窗子与墙面接合是否牢固有无缝隙，还要及时揭掉窗料表面贴的保护贴膜。

他还建议住七层以上楼房的住户，不可安装窗扇向外开启的窗户，以免大风将窗扇刮落。

专家支招

家用窗户必须节能

在选购窗户上，汪副秘书长建议消费者选择节能保温性能好的窗户。通俗讲，节能保温窗的作用就是夏天将室外的热能阻隔在室外以节省空调所消耗的电能，也就是节省了电费；冬天将室内的热能留在室内以节省因供暖所消耗的能源及费用。

据专家测定，使用节能保温窗在供暖季可使室温提高3℃左右。这种既节约能源，又保温的窗户舒适度高，还可以给消费者带来很大的实惠。

浮法玻璃性能更好

同时，消费者在选择窗户时，也应选择好的玻璃。现在正规厂家生产的外窗主要采用浮法玻璃和低辐射镀膜玻璃。据专家介绍，浮法玻璃在隔热、保温、透光和避免视觉变形方面都大大优于平板玻璃；低辐射镀膜玻璃则在隔热、保温、透光、滤除紫外线方面品质更优。所以在更换外窗时，消费者要尽量考虑采用浮法玻璃和低辐射镀膜玻璃。

消费提示

选择窗户应货比三家

同一品牌的窗户价格在各个建材市场并不完全相同，所以消费者在选择窗户时，到正规的建材市场上挑选时，也应在价格上多做比较，以免花冤枉钱。



远东正大检验
ECT TESTING AND INSPECTION

简介

中商联远东正大商品检验鉴定机构是中国消费品检测领域权威的第三方实验室，具有“进出口商品检验鉴定机构资质”。长期承担政府流通领域监督检验任务，也是众多国际知名企业首选的合作伙伴之一。本机构在北京上海等地设有五千多平米的实验室，拥有专业技术团队二百余人。检测领域涵盖：纺织、服装、鞋、皮革制品、羽绒制品、食品、茶叶、消防等，是《儿童鞋安全技术规范》、《电子商务运营规范》等多项国家强制性标准的起草单位。

中商联远东正大商品检验鉴定机构是全球实验室合作组织（ILAC）与美国消费品安全委员会（CPSC）认可的实验室，经一次检测，全球认可。

资质

- 北京市消费者协会 商品检测指定实验室
- 北京经济技术开发区 消费品质量安全标准化与检测技术服务公共平台
- 中国进出口商品检验鉴定机构（CIQ）
- 全国工商系统流通领域 商品质量监测委托检测实验室
- CMA、CNAS实验室、CMA-F食品检验机构
- 美国消费产品安全委员会（CPSC）认可实验室



气相色谱质谱联用仪

服务内容



高效液相色谱串联质谱仪

消费品检测服务:

包括：纺织品实验室（服装、鞋帽、纺织配饰），轻工实验室（皮革服装、毛皮服装、鞋类用品、箱包产品及体育球类用品），食品实验室（食品，微生物）、电商品控（商家入驻、团购、促销活动）等各种消费品进行检验检测。

咨询服务：

为商场提供质量管理方面的技术服务，监督检查卖场中商品的标签与质量，并提供专业的咨询；

社会责任

远东正大践行“秉德公信，创造价值”的企业理念，历年来承接政府和企业检验达到几十万批次，输出技术支持与服务、开展商场及企业巡讲培训达到上千次。

她是中国第三方检验机构中公益事业的先行者。2008年始，联合爱心企业分别在甘肃会宁、乌蒙山老区、甘南藏区、河北卢龙等偏远、贫穷地区开展扶贫助学公益活动，共计捐赠善款善物达900余万人民币。2013年与北京市妇女儿童发展基金会合作成立“远东正大社会公益基金”。



中国商业联合会消费品质量安全监督检验中心(北京)
北京远东正大商品检验有限公司

地址：北京市经济技术开发区景园街10号D座3层
电话：+86-10 67803567 67803367
传真：+86-10 67803778
电邮：ect6001@126.com

地址：上海市浦东新区新金桥路1888号金领之都43号楼5层
电话：+86-21 60751893 60751894
传真：+86-21 60751895
电邮：ect6001@126.com

地址：重庆市上海城嘉德中心二号29层
电话：+86-10 67803567-372
传真：+86-10 67803778
电邮：ect6001@126.com



门头沟区消协 完善消费维权联络站



图1



图2



图3

2013年12月3日，门头沟区消协组织召开完善消费维权联络站工作会。会上，门头沟区消协为新建的17家联络站正式授牌。区消协要求联络站达到“八个一”标准：即一名在岗工作、一部联络电话、一个工作胸卡、一本工作簿、一块机构牌匾、一套工作制度、一块宣传栏和一个固定的办公场所。

这些消费投诉联络站的建立，将使消费纠纷调解工作呈现多元化格局，增强了企业的自律意识和守法经营的理念，树立了良好的自身形象，促进了消费纠纷能在第一时间解决的需求，共同维护辖区和谐稳定的消费环境。

门头沟区消协负责人表示，各联络站要切实做好消费者权益保护工作，维护消费者的合法权益，加强辖区消费场所消费投诉调解工作，提高企业的自律意识。

图1：门头沟区消协组织召开完善消费维权联络站工作会
图2：门头沟区消协秘书长路士禹走访消费维权联络站
图3：门头沟区消协为新建的消费维权联络站授牌