



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.第5期

10

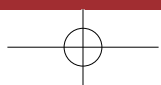


国泰民安
就是最大的喜庆

P07 市消协建议尽快完善网络购物的配套管理措施

P12 消费者应为国家发改委反垄断罚单点个“赞”

P13 央视曝阿里巴巴售假海外代购凭证





按照北京市委、市政府相关精神，北京市拟召开公共交通价格调整听证会。北京市消费者协会受市发改委委托推荐10名消费者代表。9月23日上午，北京市消费者协会专门召开了九个区县消协的负责人工作会。会上市消协强调消协系统要从大局出发，结合本市实际情况深刻认识到本次推荐工作的重要性，要求各区县对此项工作给予高度重视，认真完成推荐工作。



9月26日，市消协联合西客站工商分局、怀柔消协一起来到北京市最边远的基层组织——汤河口工商所消协分会，参观基层的工作环境，听取基层工作者的呼声，并为他们送去了新《消法》及消费知识宣传手册。





Prologue

刊首寄语

国泰民安就是最大的喜庆

今年10月1日，是中华人民共和国诞辰 65周年纪念日。65年峥嵘岁月稠，在这个普天同庆的日子，抚今追昔，感叹万端。

中国人民在这个时间段内，创造了波澜壮阔、惊天动地的历史。从填不饱肚皮，到食不厌精脍不厌细；从“一辆汽车、一架飞机、一辆坦克、一辆拖拉机都不能造”，到承载着几代人梦想的大飞机即将实现首飞；从工业基础薄弱、经济陷于停滞，到稳坐世界制造业大国的头把交椅；从“蛟龙深潜”到“嫦娥探月”，再到驰名世界的高铁名片……我们有理由自豪。一个充满生机的中国，一个充满希望的中国，已经巍然屹立在世界的东方。

美好日子来自哪里？蒸腾局面来自哪里？锦绣前程来自哪里？来自国民的勤劳，来自时代的不断开放，也来自制度优势和制度驱动力。但是，应该清醒地看到，中国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段的基本国情没有变，实现13亿多人共同富裕任重道远。坚持抓好发展这个第一要务，不断开拓生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路，为实现全体人民共同富裕而不懈努力；我们必须坚持改革创新，应历史前进的要求，坚定不移全面深化改革，推动中国始终走在时代前列。

今年是十八届三中全会提出全面深化改革的元年，要真枪真刀推进改革，为今后几年改革开好头。从1月22日下午到9月29日，8个月时间，中央全面深化改革领导小组已经召开五次次会议。除了第一次会议是建章立制，其余四次会议所涉及的改革命题宏大、有分量、关乎全局，且为公众所深切关注，从司法体制改革、财税体制改革到户籍制度改革，再到央企高管薪酬改革、农村土地承包经营权流转，莫不如此。这足以说明，全面深化改革正在蹄疾步稳的征途之中。

开弓没有回头箭，骨头再难啃也要啃。全面深化改革能否达到预期，能不能推动我国进入美好未来，能不能让民众满意，取决于改革的成色，更取决于改革行动，“凡是议定的事要分头落实，不折不扣抓出成效”，“看准了的事情，就要拿出政治勇气来，坚定不移干”。既然十八届三中全会出台的相关决定已经为全面深化改革确立了时间表和路线图，既然中央全面深化改革领导小组已经召开五次次会议更是明确了具体的方向和细节，改革就须胆子大，步子稳。有了持续改革的动力和行动，我们对未来就会更有信心。

对于国民来说，权利意识更加勃勃生机，对生活品质追求更高。公民当家作主了，生活改善了，享有的公共服务更充裕了，不断实现宪法规定的各种权利，公民才更有尊严。可以乐观判断，十八大报告所倡导的富强、民主、文明、和谐，自由、平等、公正、法治，以及爱国、敬业、诚信、友善等社会主义核心价值观理念，逐渐变得生动，国民就活得更有底气，国泰民安就是最大的喜庆。

苏秦



P07 北京市消费者协会
建议：尽快完善网络
购物的配套管理措施

为进一步加强网络购物行业的监管和规范，切实维护网络消
费者的合法权益，北京市消费者协会建议：尽快完善网络购物的
配套管理措施。

卷首语 01 国泰民安就是最大的喜庆	23 宝马召回13万辆“漏油”车 24 车险保费将更“因车而异” 26 银行卡换“芯”究竟该谁来买单？ 27 食安责任险叫好不叫座	32 孩子教育培训 投诉频发悠着点 33 羽绒服洗退色 消协调解获赔 33 莫因培训赔了“钱”又折兵 34 黄金手链戴三天断裂 维修岂能收费？ 34 结算重复刷卡 退费一波三折 35 莫让美容变“毁容” 35 皮大衣洗掉毛 消协帮忙维权
热点关注 04 关于网络购物的体验调查报告 07 市消协建议：尽快完善网络购物的 配套管理措施 08 网络购物 听听专家怎么说 11 北京市消协回应降低京津冀漫游 费建议进展 12 消费者应为国家发改委反垄断罚 单点个“赞” 13 央视曝阿里巴巴售假海外代购凭 证 14 海外代购 廉价背后有多少陷阱 16 北京市公交票制票价听证会举办 18 iPhone 6的中国式商机 21 国内游乱象频现境外游持续升温	权威发布 28 北京市工商局公布流通领域床品质 量抽查结果 30 北京市工商局公布流通领域小家电 质量抽查结果 31 北京市工商局公布流通领域自行车 质量抽查结果	消费提示 36 上门推销有陷阱 37 保健品功效宣传不靠谱 38 租车方便但须谨慎 40 慧眼识珠宝 40 选用洗发品四大注意要点 41 净水机选购安装“四注意” 42 不要盲目追求洋快餐 43 选购空气净化器避开误区： 净化和加湿不宜二合一



P12 消费者应为国家发改委 反垄断罚单点个“赞”

在汽车业内，汽车零配件价格畸高早就广受诟病，在一定程度上是汽车零配件企业的垄断行为导致，严重的侵害了消费者的合法权益。因此，北京市消费者协会为国家发改委开出的反垄断罚单叫好！广大消费者应当为这次反垄断行为的有力举措点个“赞”。

消费课堂

- 44 如何选择适合自己的牙刷
- 45 拍摄婚纱照三大“甜蜜陷阱”
- 46 这些食物不能用微波炉加热
- 46 境外用信用卡消费两点要注意
- 47 专家提醒：七招破解网络支付骗局
- 48 海外购物教你3种退税妙招
- 49 这样的金针菇不要买
- 50 你家的菜搭配错了吗？
- 51 味精与鸡精到底选哪个？
- 52 实用：一眼鉴别化妆品真假

《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	赵祖升 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	张 克	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		
采编部主任	李 君		
执行编辑	陈 亮	刘海宏	舒 畅
图片摄影	杨连一		
美术编辑	张霏霏		
封面题字	中国社会科学院院长、党组书记、 学部主席团主席 王伟光		
编辑出版	北京中轻热点文化传播有限公司		
数据支持	北京金鼎影响力市场调查中心		
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	010-52973855		
网址	http://www.bjxf315.com		
邮箱	bjxfz315@126.com		

2014.10 第5期（总第37期）
京内资准字1013-L0080号

内部资料 免费交流



关于网络购物的体验调查报告

中国消费者权益保护法学研究会 北京市消费者协会 北京金鼎影响力市场调查中心

近日，针对网络购物中存在的部分热点问题，中国消费者权益保护法学研究会、北京市消费者协会委托北京金鼎影响力市场调查中心开展了网络购物调查活动。本次调查分网络问卷和实际体验两种方式，其中问卷调查报告已于8月19日向社会发布，实际体验目前也已经结束，主要情况为：

本次体验调查选取了18家消费者比较熟悉的购物网站，分别是：京东商城、淘宝、亚马逊、天猫、苏宁易购、当当网、一号店、优购网、凡客诚品、唯品会、乐蜂网、聚美优品、麦包包、易迅网、顺丰优选、拍拍网、国美在线、银泰网。每家网站体验购物2次，体验内容主要包括：“7日无理由退货”的落实情况，第三方交易平台是否明示经营者信息，不适用“无理由退货”的商品是否明示、购物过程中是否存在“一对一”确认程序，退货过程是否遭遇阻

碍等。

本次体验调查发现，“7天无理由退货”成功率达到82.35%，签收前允许开箱验货的占97.06%，“一对一”明示是否适用无理由退货的占66.67%；但第三方网络交易平台没有明示经营者信息或明示不全的也高达72.22%，网络商品经营者没有提供有效发票的占55.88%，还有个别网站对“7天无理由退货”设置人为障碍。

一、经营者设定的“商品完好”、“不影响二次销售”等相关退货标准概念含混或界定不清，还需进一步细化和明确。

本次体验的18家购物网站，对“7天无理由退货”等退货政策规定的比较笼统，特别是“商品完好”、“不影响二次销售”等关键问题，标准认定繁多，在消费中容易引发争议。如京东商城、淘宝网、天猫、苏宁易购、易迅网、拍

拍网、国美在线等购物网站要求，退货商品需满足“商品完好”、“不影响二次销售”条件；亚马逊、1号店、唯品会、顺丰优选、银泰网等购物网站则要求，退货商品需满足“保持出售时原状且配件齐全”条件。

至于如何认定“商品完好”及“不影响二次销售”，大多购物网站的表述比较笼统或含糊不清。只有淘宝网、天猫、拍拍网、国美在线等少数购物网站在退换货政策中，按商品分类对“不影响二次销售”的定义进行了规定，而京东商城、苏宁易购、易迅网、当当网等购物网站则只在各类产品细则中对不宜退货商品作出相应提示。

调查发现，个别购物网站明示“7天无理由退货”等退货政策规定不够明显，消费者购物时不易发现。如银泰网需要点击首页的“帮助中心”，再点击“售后服务”，才找到“退换货政策”



链接。也就是说，消费者需要连续点击3次链接，才能找到银泰网的退换货政策内容。

二、电商企业随意增加“不适用七日无理由退货的特殊商品”范围及种类。

新《消法》除了规定4类商品不适用七日无理由退货以外，还规定“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。”部分电商企业都据此规定扩大“特殊商品”范围，设定不支持无理由退货的规定。如京东商城规定，钻石、黄金、手表、珠宝首饰及个人配饰类商品，食品、保健品、个人护理用品、贴身用品、化妆品、虚拟商品等不支持7天无理由退货。国美在线规定，钟表、珠宝、户外、体育、医疗、成人用品、酒水、食品、母婴、玩具等商品不支持无理由退货。麦包包则规定，活动特价商品，如无质量问题，不支持退换货。乐蜂网甚至规定，清仓专区中销售的包装破损商品、临近有效期商品、清仓甩货商品，不予退换货。

除了将更多商品列入不适用无理由退货范围，有的电商企业还对此类“特殊商品”作出“一旦签收，不予退货”的规定。如亚马逊规定，母婴商品、食品类商品、酒类商品、食品类宠物商品，美容化妆类商品、美容类宠物商品，个人护理健康类以及血糖仪类商品一旦签收后，不予接受退换货。

三、部分电商企业没有对消费者“一对一”明示是否适用无理由退货，购物中无法真正做到让消费者“一物一确认”。

在全部36次体验中，对是否适用无理由退货“一对一”明示的24次，占比66.67%；没有发现对是否适用无理由退

货“一对一”明示的12次，占比33.33%。还有近三成电商企业无法做到“一对一”明示是否适用无理由退货。有的购物网站虽然做到了“一对一”明示，但也还存在明示字体较小、颜色较浅或明示位置不明显等问题。如在顺丰优选购买某品牌葡萄酒时，网页右上角位置虽然明示了“本品不支持无理由退货”，但因其采用浅灰色较小字体，且位置与商品主要信息不在一起，消费者购物时很难发现。

新《消法》规定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。从严格意义上讲，对于不适用无理由退货的商品，没有发现一家电商企业真正做到让消费者确认。因为，“一对一”明示不能完全等同于“确认”，如电商企业仅做到了“一对一”明示，但如果消费者购物时因各种原因，没有看到明示内容，而在下单结算时又无确认环节，已涉嫌违反《消法》的相关规定，侵害到消费者合法权益。

四、部分第三方网络交易平台没能完整明示经营者信息，或明示的信息不便联系和查证。

新《消法》规定，经营者向消费者销售商品或者提供服务，应当向消费者提供经营地址、联系方式等信息。本次体验的36次网络购物中，有18次属于第三方网络交易平台购物，其中13次没有明示经营者的名称、地址和联系电话等信息或明示不全，占比72.22%；5次明示了经营者信息，占比27.78%。

体验调查发现，不少第三方网络交易平台只明示了经营者名称、地址和联系方式中一项或两项，有的甚至只明示经营者的网店名称和在线联系方式，不方便联系和查证。如在淘宝网上体验购

买某品牌T恤衫时，发现只明示了经营者网店名称和在线联系链接，没有明示其它有效信息；在当当网体验购买某品牌润肤露和理发器时，发现都只明示经营者的“专营店”名称和联系电话，而没有明示经营者的地址信息；在拍拍网体验购买某品牌篮球和汽车雨刷器时，发现都只明示经营者的网店名称和QQ号码，没有明示其它有效信息；在优购网和乐蜂网体验购物时，发现除了明示旗舰店名称，根本找不到这些旗舰店的地址和联系方式。

五、多数快递经营者同意签收前开箱验货，但却很少主动提示消费者当面验货。

本次体验的36次网络购物，除去2次中途被迫取消交易，34次收货有33次签收前可以开箱验货退货，占比97.06%。其中只有在1号店购买的儿童积木玩具，快递人员要求先签字再验货。

调查发现，尽管大多购物网站都在退换货条款中，提醒消费者签收前必须验货，但快递人员送货上门时，却很少提示消费者当面开箱验货，再加上目前大多消费者没有养成开箱验货的习惯（此前发布的问卷调查显示，有73.9%消费者不会在签收快递前开箱验货），导致签收前开箱验货仍然没有落到实处，而开箱验货这一环节恰恰正是容易引发争议地方，应该引起重视。

六、过半数网络经营者不提供发票，其中以第三方经营者为主。

新《消法》规定，经营者提供商品或者服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据；消费者索要发票等购货凭证或者服务单据的，经营者必须出具。本次体验的34次收货中，有15次经营者提供了发票，占比44.12%；19次经营



者没有提供发票，占比55.88%。在19次没有提供发票的体验中，14次属于第三方经营者行为，5次属于电商企业自营行为。

调查发现，大多电商企业自营商品都能做到主动提供发票，而第三方经营者却很少向消费者提供发票。不开发票不仅会造成国家税收流失，也给消费者维权带来证据障碍。因此，建议消费者网络购物时主动向经营者索要发票，对于拒绝提供发票的行为，可以向有关部门投诉或举报。

七、“7日无理由退货”等规定执行情况有所改进。

本次全部体验购物中，28次成功办理了无理由退货，占比82.35%；6次无理由退货不成功，占比17.65%。其中，有2次在拍拍网体验购物，因无法开通财付通账号，被拒绝退货；有2次在顺丰优选体验购买食品，因“一对一”明示了不支持无理由退货（“一对一”明示不明显），被拒绝退货；1次在亚马逊体验购买食品，因在购物网页下方提示了不支持无理由退货（提示位置容易被消费者忽略），被拒绝退货；1次在淘宝网购买女士提包，按经营者提供地址退回商品后，被拒绝退货。

体验调查显示，虽然网络购物目前仍然存在一些问题，但“7日无理由退货”等规定执行情况有了一定的改进。



体验调查发现的其它个别问题：

1 部分购物网站涉嫌宣传与实际不符。如聚美优品网站在醒目位置以加粗字体等形式宣称：“开封后可以退、使用后可以退”，“30天内无任何条件退货”。而在后面具体条款中又规定：“对于高价值商品，食品类商品、贴身衣物，售出后无质量问题恕不支持退货”，“部分高价值的商品，聚美会挂上印有‘聚美优品’字样的安全封条，若剪断后再涉及退款，将不能办理退货”，“名品特卖商品从快递签收日起7天内，商品及商品本身包装保持聚美优品出售时原状且配件赠品资料等齐全，不影响二次销售，可无理由退货”。这种一方面醒目宣传“30天内无任何条件退货”，另一方面又通过具体条款设置退货条件的做法，涉嫌对消费者进行误导。

2 部分购物网站设置最低消费额度。如：7月23日，体验人员在优购网上选中一条89元的男士短裤，准备提交订单时，页面突然弹出一个提示：“网站最低成单金额为99元，您还需要购买10元商品，请继续选购。”体验人员再选购23元商品后，才成功提交订单。经营者这种单方面设置最低消费金额的做法，明显违背了《消法》公平、自愿、诚信原则。

3 部分购物网站人为设置退货障碍。如：7月30日，体验人员通过网银支付38元，在拍拍网上购买了一个汽车雨刷器。当体验人员从网上申请退货时，网站提示“如需申请退款，请激活财付通账户”。体验人员因无法激活财付通账号，导致无法进入退货流程，给拍拍网客服打电话得到的解释是：如果不激活财付通，就没有办法办理退款，就算办理了退款，也只能退到财付通上，消费者无法收到退款。几经交涉，体验人员最后还是没有退货成功。

4 部分经营者要求先给好评再退货。如：8月1日，体验人员在淘宝网购买了一个158元的女士提包，收到商品后以不喜欢为由申请退货，没想到经营者的答复是：退货没有问题，但必须先在其网店对该商品填写好评。当体验人员填写完好评，按照经营者提供的地址退回提包后，经营者还是拒绝了退货申请。体验人员向淘宝网投诉了该网店行为，并提交了相关材料要求退款。截止9月1日，体验人员仍然没有收到退款。

综上所述，以上为本次体验调查报告内容。下一步，我们将继续关注这些网络购物问题的解决和电商行业的健康发展，并将邀请有关专家学者对当前网络购物存在的问题召开专题研讨会，进一步推动电商行业的诚信自律和法律法规细化措施的早日出台，更好的维护网络消费者的合法权益。



市消协建议：尽快完善网络购物的配套管理措施

近期，中国消费者权益保护法研究会、北京市消费者协会委托北京金鼎影响力市场调查中心开展了网络购物调查活动。调查发现，新《消法》相关规定执行情况有一定进步，但仍存在如不宜退货商品范围被随意扩大，“商品完好”缺乏统一认定标准，个别网站甚至人为设置无理由退货障碍等部分问题。

为进一步加强网络购物行业的监管和规范，切实维护网络消费者的合法权益，北京市消费者协会建议：

一、有关部门应进一步推动网络交易平台的制度建设

网络交易平台作为经营者与消费者进行交易活动的桥梁纽带，是消费者权益保护不可忽视的重要力量，其所承担的责任不应仅限于新《消法》第四十四条所规定的责任。有关部门对网络交易平台的管理和自身制度的建设应当提出更高的要求。平台提供者应当对经营者进行有效监督和管理，对经营者的主体身份、经营资质进行审查的同时，还应建立和完善配套的资信管理制度、广告发布审核制度、黑名单制度、投诉举报制度和纠纷解决机制等，努力为消费者营造一个良好的网络交易环境。

二、应尽快明确不宜退货的商品范围

新《消法》第二十五条“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”的规定为扩大不宜退货商品的范围提供了依据，但由于其缺乏具体的规定，致使网络交易平

台提供者可借此条款任意使用格式条款扩大不宜退货商品的范围，忽略消费者的确认权利，以规避其法定退货义务。条款中重要标准的缺失，使得消费者的权益难以落到实处。为此，建议相关部门对该条款中的“商品性质”作进一步细化和明确规定。对于确实不适宜退货的商品，网络交易平台除了要用合理显著的方式提示消费者，还必须保障消费者的确认权利。

三、应进一步制定与完善“商品完好”的具体认定标准

调查发现，新《消法》实施以来，对于符合无理由退货的商品，网络商品经营者常就退货标准作出不利于消费者退货的规定，人为设置退货障碍，限制消费者退货的权利，规避法定退货义务。如标签破损、掉落、外包装破损等均成为不予退货的理由。为此，建议尽快制定与完善退货“商品完好”的具体认定标准，把商品外观、使用性能和购买凭证完备的情况视为“商品完好”。宜根据不同商品的属性对“商品完好”作出认定。

四、建立电商综合管理和信息联动机制

考虑到网络交易空间分散、管辖权不够明确的现状，建议网络交易平台提供者所在地的相关部门建立综合管理和信息沟通联动的机

制。一旦发现不法经营或侵害消费者权益行为，立即启动联动机制，快速反应，分工处理。

五、加快网络购物行业相关立法进程

目前，我国没有一部全国性的专门规范网络购物的法律法规。涉及到网络购物方面的纠纷，主要依靠《消费者权益保护法》、《产品质量保护法》、《合同法》等法律调整，这些法律对规范网络购物而言存在针对性差、适用性不强的弊端，显然不能适应网络时代的要求。早日建立和完善我国网络购物方面的相关法律法规，就赔偿责任承担主体、合同模式、释明权、权利与义务、纠纷处理机制、赔付途径等作出规定，具有十分重要的意义。



网络购物 听听专家怎么说

针对网络购物中存在的部分热点问题，中国消费者权益保护法学研究会、北京市消费者协会近期委托北京金鼎影响力市场调查中心开展了网络购物调查活动，并先后发布了网络购物问卷调查报告和体验调查报告。为进一步加强网络购物行业的监管和规范，切实维护网络消费者的合法权益，我们特邀请了几位专家学者对调查中发现的问题进行——点评。

本期嘉宾：

- 中国人民大学法学院教授刘俊海
- 中国政法大学经济法学教授吴景明
- 北京市消费者协会法律顾问、北京汇佳律师事务所主任邱宝昌
- 本次调查受委托单位、北京金鼎影响力市场调查中心



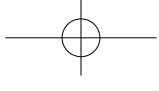
一、关于网络交易平台的监管责任与义务

● **刘俊海：**对于电商平台而言，新《消法》第四十四条是比较有利的，当消费者被电商平台上的商家侵权，电商平台只有在无法提供商家真实名称、地址、联系方式等真实信息的情况下，才需要担负赔偿责任。但电商平台应该在保障消费者合法权益方面承担应尽的责任，包括向消费者提供详细的商家信息，实行商家实名登记制度，并对无理由退货进行规范和自律等。

● **吴景明：**新《消法》第四十四条要求的是电商平台必须提供卖家的真实信息，如果提供的信息不真实，那么消费者可以向电商平台提出赔偿要求。这样一来，就要求电商平台必须承担审核商家包括名称、地址、联系方式等信息真实性的义务，而不能将核实的责任推给消费者。如果消费者通过电商平台提供的信息无法联系到经营者时，电商平台就必须承担连带责任，直接对消费者负责。这样可以促使电商平台在对经营者登记时，更加谨慎地采取新技术手段，确保经营者提供的信息准确真实。如果提供的信息不真实，电商平台就得

承担责任。

● **邱宝昌：**如果网络平台提供者不能提供经营者的真实名称和有效联系方式，就要承担责任，而不是连带责任，消费者找不到谁卖的，就是平台承担责任。平台承担责任以后可以去追偿，追偿不追偿是平台和经营者的事情，但对消费者就要承担民事赔偿责任。网络平台认为只要提供有效的联系方式和地址就不承担责任了，这也是不对的，如果它和经营者共同欺诈，或者是明知道经营者利用平台去欺诈消费者，卖一些假冒伪劣商品，而没有采取及时的措施，



就要承担相应的责任。

● **北京金鼎影响力市场调查中心：**调查发现，消费者网购后找不到经营者或找到经营者无法维权的情况时有发生。这种情况下，网络交易平台一般只负责提供经营者联系方式，而拒绝承担连带责任，比如说经营者联系方式变更了，或者说卷钱跑路了，平台立马把

务，当然也包括与服务有关的商品，如充值卡、预付卡等，商家不能随意扩大不适用范围。一些电商利用“不宜退货”这个兜底条款，无限扩大不适用无理由退货商品的范围。比如内衣裤、黄金饰品、高档奢侈品等，这样一来，可以退货的商品就很少了。

根据商品性质不应该是电商自己根

和保健品只要不是假冒伪劣商品，就不应该无理由退货。因为这4类商品直接关系到人的生命健康问题，为更多消费者的生命安全着想，网上销售这4类商品必须实行严格管理，现在在网上销售食品没有什么门槛，以后在网上销售食品是必须取得许可证的，不取得许可证是不可以销售的。

不宜退货的商品单凭提示和说明是无效的。因为提示只是单方说明，不叫确认。电商企业要利用技术手段，在网购过程中设置确认程序，消费者同意确认了，才能进行交易；不同意确认，就不支持交易，这样才叫确认。此外，经过消费者确认必须和商品性质联系起来，商品性质是前提条件，否则，就算消费者确认了也无效。

● **邱宝昌：**如果电商企业根据商品性质，规定数码、化妆品等所有商品都不得退货，那么《消法》二十五条就没有任何意义。根据商品性质不予退货的，应该达成一个共识，这个共识不仅是消费者共识，也是行业的共识，而不是商家为了考虑自身利益，单方面设定的共识。像通过网络购买使用后的牙刷。这类商品不易退货，大家能达成共识的。经营者根据商品性质设定为“不予退货的商品”，在消费者购买该商品时，一定要经消费者确认。

● **北京金鼎影响力市场调查中心：**除了新《消法》规定的4类特殊商品外，不少电商企业把食品、化妆品及景点门票、机票、礼品卡都归为不宜退货商品。而且经过消费者确认也做法不一，有的电商企业只用浅灰色较小字体

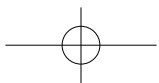
自己扮成受害者，拒绝承担赔偿责任。我认为，这种做法不合理也不合法。因为网络交易平台在为消费者和经营者提供交易平台时，存在直接或间接的盈利行为，也就是说，消费者通过网络交易平台消费过程中，平台有盈利行为，所以要承担连带责任。因此，建议消费者权益受到侵害时可以向网络交易平台或经营者中任何一方索赔。

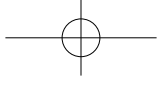
二、关于不宜退货的商品范围

● **刘俊海：**无理由退货规定的适用范围，不但包括有形的商品，也包含服

据商品性质确定，而应该由电商、消费者、相关行业人士通过听证会等方式共同确定。不能退货的商品还要经过消费者专门确认。消费者确认程序的增加是指电商应当在消费者选择某一款商品，直接进入支付程序之前，比如说要提供自己的信用卡号码，这时候要增设一个程序，说明消费者选购的这一款商品不适用无理由退货的范围，同意的按同意，继续支付；不同意的按不同意，返回上一级菜单，或者回到购物的主页。

● **吴景明：**电商企业不能随意扩大不宜退货范围。但食品、药品、化妆品





在不明显位置明示，就说经过了消费者确认。针对这种情况，建议有关部门尽快对不宜退货商品和确认过程进行细化规定，切实维护消费者合法权益。

三、关于商品完好的界定

● **刘俊海：**商品完好就是指商品本身完好，法律上已经规定得很清楚，没有说是商品包装的完好。商家要学会算大账。大部分消费者是诚实守信的，购买后反悔的毕竟是小概率事件。电商虽然要承担退货带来的财产损失，但由此得到的正面市场份额的扩大将是几十倍甚至上百倍。消费者为什么要退货，商家需要从自身找原因。比如，宣传是否名不符实，商品质量是否可靠等，应减少消费者后悔的概率，而不是故意设置障碍不让消费者后悔。这不符合新《消法》的本意，也不利于企业自身的长远发展。

● **吴景明：**只要商品本身完好，有关附件也齐全，就应该说商品是完好的。至于拆封了包装的商品，法律明确规定，数字化电子产品等4类商品，拆封后是不能退货的，其他商品拆封后，只要没影响到商品的性质改变，那就不能不予退货。因影响二次销售增加成本，也不能作为不支持无理由退货的理由，这里可以考虑让消费者承担适当的成本，但不能作为不退货的理由。当然这消费者承担的成本必须是客观的，不能任意设定成本。

● **邱宝昌：**“完好”是指退回商品时的包装能保证商品的功能等完好、不会在物流过程中引发二次损坏，商品完

好不等同包装完好。

无理由退货一定会影响经营者的二次销售。消费者使用后的商品退回给经营者，经营者再次销售这些商品时，该商品已经变为二手货了，如果经营者隐瞒该商品为消费者无理由退回的商品，涉嫌对消费者欺诈。经营者应当明确如实告知新的消费者该商品为消费者无理由退回的商品，同等条件下，新的消费者会选择没有被退回的商品。二次销售退回的商品，如果经营者不对该退回商品打折优惠，很难销售。所以，从这个方面说，无理由退货一定会影响经营者的二次销售。这就是经营者在利用这种销售方式的时候，应当承担的经营成本。经营者要考虑到场租减少了，其他的费用也都减少了，这种小概率的损失应该是匡算进成本预算当中的。换句话说，退货成本应计入经营成本加以对待。

● **北京金鼎影响力市场调查中心：**调查中，不少消费者认为，因查看商品本身而破坏包装或封条，仍应视为商品完好，不应成为拒绝退货的理由。而对于改变了商品本身，如撕毁标签、清洗过的商品，也认为不应该无理由退货，但希望商家能在扣除一定折扣后回收该商品。因此，建议将拆开甚至破坏商品包装或封条，但没有改变商品本身的商品视为完好，而改变了商品本身的，双方应协商处理。

四、关于网购的其它建议

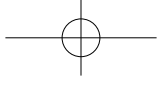
● **刘俊海：**有关部门和行业协会要组织电商对不适用无理由退货的范围作出详细规定，有关行政执法部门尽快出

台无理由退货的行为指引。不能由单个的电商去决定哪些商品不适用无理由退货。如果每个电商都自行决定哪些商品不适用无理由退货，长此以往，真想不到哪些商品还可以适用无理由退货的规定。

● **吴景明：**无理由退货制度从目前实施情况来看，并不理想。建议尽快制定一些更详细的配套制度，对双方都有一个约束，使这项好制度不必沦落到形同虚设的境地，无法实现其设计初衷。最重要的是必须要有一个普遍的社会信用体系建立，才能让这项制度真正发挥作用。很多时候，不是法律本身的问题，而是这项制度的背后有好多伦理、道德、规范方面的因素在起作用。

● **邱宝昌：**当前应该细化网络购物退货制度，明确什么样的能退，完善退货的程序，第三方网络交易平台应该监督规范网店落实责任。

● **北京金鼎影响力市场调查中心：**我们在调查中还发现，一些网络商家为了让消费者购物后给“好评”，其方法手段简直是无所不用，有的承诺好评后返代金券，有的说好评后直接给返现，有的消费者给差评后不断接到商家的骚扰电话……“用户评价”作为电子商务的一大特色，老用户的评价为新用户提供重要参考，好评率也成为商家信誉和品牌的重要体现。但一些不良商家却通过虚假好评浑水摸鱼，趁机蒙骗消费者。为此，建议网络交易平台和经营者不断加强自律的同时，有关部门及时采取措施对这一欺骗消费者的虚假好评行为加强监管和处罚力度。



针对降低京津冀漫游费建议进展情况 北京市消协负责人答记者问

7月初京、津、冀三地消费者协会公开发出《关于逐步降低并直至取消京津冀地区长途及漫游通讯费的建议函》（简称建议函）。近日，记者就该项工作的进展情况采访北京市消费者协会相关负责人。

一、记者问：7月2号三地消协公开发出建议后，截止目前该项工作有何进展？

北京消协：我会自7月2日发出建议函后，社会各方反应强烈。当日，北京电信相关负责人在接受媒体采访时透露，为顺应京津冀环首都经济圈发展趋势，北京电信已计划推出京津冀专属资费，主要针对京津冀三地用户群，采用较为优惠的漫游资费价格。7月24日，工信部相关负责人就此事公开向媒体表态，称对于京津冀消协建议降低或取消京津冀漫游和长途费一事，工信部已着手研究，近期已联合国家发改委对电信资费全面放开，企业可根据运营、成本和市场情况自行定价，降低或取消三地长途费和漫游费在政策上没有障碍。7月30号，中国联通集团公司复函北京、天津、河北三地消协，表示对消协提出的建议非常重视，“中国联通始终密切关注消费者关于下调通信资费的电信服务需求，并将结合实际情况，积极寻求解决方案，努力加以满足。”

二、记者问：中国联通对于三地消

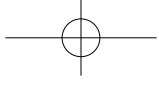


协提出的关于逐步降低并直至取消京津冀地区长途及漫游通讯费的建议有何具体意见？

北京消协：中国联通在《复函》中称对于下调或取消移动电话漫游资费的有关建议，中国联通十分理解。实施移动电话单向收费、降低漫游费、降低固定电话业务资费、长途通话费，中国联通一直在行动。并表示在促进地方经济发展，配合经济一体化战略实施，实施局域优惠资费等方面，中国联通一直在努力实践并积极推进。同时，中国联通再次强调，对于三地消协提出的相关建议，我们会进一步深入研究，借鉴目前已经开展的一些资费模式。积极探索可行性的解决方案，努力满足消费者的需求。

三、记者问：北京消协如何看待此项工作的发展？

北京消协：首先我们对工信部及中国联通等企业所作出的表态表示充分肯定和欢迎。逐步降低并直至取消京津冀地区长途及漫游通讯资费是促进京津冀一体化进程的重要举措和必然趋势，也是京津冀地区广大消费者的需求。对此，我会将密切关注此项工作进展，进一步坚定不移地反映消费者的心声，在必要时，采取多种措施不断推进电信资费的科学化、合理化。同时我也会希望其他电信运营企业能够做出积极回应，采取必要切实可行的措施，以实际行动推动京津冀三地长途及漫游资费的合理调整，为服务于国家战略，服务于广大消费者做出自己的努力。



北京消协： 消费者应为国家发改委反垄断罚单点个“赞”

近日，国家发改委认定日本住友等八家零部件企业和日本精工等四家轴承企业构成价格垄断行为，并依法对这12家日资企业开出了12.354亿元的高额罚单。同时今年以来，包括奔驰、奥迪、捷豹路虎、克莱斯勒等多个外资品牌都因涉嫌垄断，被发改委重点排查。

众所周知，市场经济下企业的垄断行为包括横向和纵向垄断，往往是企业通过串通或协同的行为排除、限制了市场竞争，最终达到影响和控制商品价格的目的，垄断行为的直接受害者是广大的消费者。

在汽车业内，汽车零配件价格畸高早就广受诟病。近几年，在汽车价格稳中有降的大势下，相关配件的价格却在一直上涨，汽车维修成本也随之提高，而配件价格的高低直接决定维修成本的高低。根据中国保险行业协会和中国汽车维修协会在今年4月发布的整车配件“零整比”系数，18个车型中系数最高为1273%，即如果消费者购买系数为1273%的车型，其更换所有配件的费用足以购买12辆新车。而这种情况的产生，在一定程度上是汽车零配件企业的垄断行为导致，严重的侵害了消费者的合法权益。

因此，北京市消费者协会为国家发



改委开出的反垄断罚单叫好！广大消费者应当为这次反垄断行为的有力举措点个“赞”。

一、国家发改委此次处罚，有力地规制了市场经济下部分企业的价格垄断行为，涉案企业均提出“立即根据中国法律对销售政策和销售行为进行整改，以及采取实际行动消除过去违法行为的后果，主动维护竞争秩序，并惠及消费者。”的整改措施。通过此项工作，有力地净化了市场环境。

二、此次的反垄断调查及处罚不仅会对违法企业本身造成压力，也在市场上为其他企业敲响警钟，使企业放弃违法侥幸心理，在市场中依法竞争，为消费者

提供更加优质的商品，创造一个放心的消费环境。

三、通过反垄断行动，势必使商品的生产 and 流通环节更加透明，相关企业在经营中能更具有活力，生产出高品质而低价格的优质商品，更好的保障消费者的知情和公平交易等合法权益。

四、北京消协希望相关部门进一步加大在不同行业的反垄断调查及查处工作，真正准确把握经济社会发展和人民生活改善的结合点，推动中国经济社会长期持续健康发展。进一步努力营造公平竞争的市场环境，让消费者能够持续享受到企业充分竞争带来的技术进步和价格优惠，享受到改革发展带来的成果。



央视曝阿里巴巴售假海外代购凭证

近来，海外代购渐热，不少网购消费对国内买不到的商品都开始求助于海外代购。不过通过海外代购的商品并非就是真品，昨日，央视曝光了海外代购的乱象：有不法商家加工假冒海外代购凭证，用假货冒充海外代购商品，而虚假购物凭证在阿里巴巴网上就能买到。法律专家对此指出，海外代购使消费者权益受到损害时，网络交易平台应承担连带责任。

海外代购市场混乱商家加工假冒海外代购凭证

近日，央视曝光了海外代购的乱象，不少号称是海外代购的商品实为假货。据央视报道，今年7月份，深圳市市场监督管理局罗湖分局就破获了一起不法分子做假表、假皮具冒充海外代购商品的案件。在执法人员查获的这些商品中，不少都具有POS机刷卡单等购物凭证。执法人员称，如果上述单据信息属

实的话，这些名包名表应该都是在国外购买的。

但是对这些单据上的信息进行了更为详细的分析以后，执法人员发现，有不少单据存在比较明显的疑点：这些商品发票上的印章不少都是打印的。“发票印章一般是水印章，是手盖上去的，而不应该是印刷上去的。”深圳市市场监管局罗湖分局知识产权科曾炜伟说道。

央视记者随后随机抽取了部分发票进行真伪核实，其中一张发票上显示商家电话和店铺名称对不上号；另一张显示新加坡的店铺发票，其二维码扫描结果确是香港一家店铺，另外，从POS结款单据来看，这款商品结算用的也是港币。

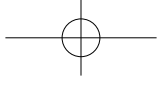
在调查中，执法人员发现，其实这些漏洞百出的海外购物凭证，是在一个简陋的库房里面加工出来的。除了做好假的所谓的购物凭证外，现场还有许多空

白的POS单，在执法人员查扣的电脑中，还有一个标着“小票”的表格文件，实际上，这是一个签购单电子版，从商务编号、金额、日期、银行卡号都是可以手动输入。

执法人员称，这根本就是一个虚假的签购单，是没有交易记录的。央视记者称，经过调查，不少消费者判断海外代购的产品是真是假的主要依据就是发票、刷卡单等购物凭证。但是深圳市执法部门在这起案件中发现，备受消费者信赖的所谓购物凭证有很多都是假的。

阿里巴巴网上有售假冒海外代购凭证

购物凭证是假的，那么这些海外代购的商品是真是假呢？深圳经执法人员请来的部分商品商标权利代理人进行了判定。上述专业人士告诉央视记者，这些商品外包装都很精致，出生纸(明确记录奢侈品型号、款式和编码等重要信



热点关注 HOT CONCERN

息的一种凭证,也叫做“出世纸”)等材料一应俱全,单凭外包装很难分辨真假。

不过上述专业人士进一步鉴定后,发现这些商品中,不少出世纸编码和商品上标识的不一致;另外,据专业人士介绍,每件商品出世纸上的编码应该是唯一的,但是深圳执法人员查扣的这些商品出世纸编码不少都是一样的。

最终,经过专业人士鉴定,深证执法人员宣布,上述商品均为假货。其中假名牌钱包2200余个,假冒手表和手表盒460件,如果按照真品计算,这些商品估值在500万元左右。

那这些假出世纸从何而来呢?央视记者发现,目前网上已经出现了购买假单据的黑市渠道,阿里巴巴网就是一个

渠道。记者在阿里巴巴网上搜索“代购小票”后,结果显示,有数百条信息,阿里巴巴网显示,这些购物单据的售价从几毛钱到几块钱不等,其中有一商家已有四千多条销售记录。该商家负责人告诉央视记者,他们的购物凭证和POS机刷卡单成套出售,销量很大。

法律专家:海外代购消费者受损电商平台应承担连带责任

据电子商务研究中心的数据显示,去年海外代购交易额为767亿元,而今年有望突破1500亿元。海外代购已经颇具规模。央视表示,虽然海外代购交易额在节节攀升,但是监管方面还处于空白区。

据了解,以代购名义销售假冒伪劣产品构成欺诈的,按照消费者权益保护法规定:退一罚三,处违法所得一倍以上十倍以下行政罚款。但是由于海外代购的特殊性,朋友圈、微博等移动互联网海外代购验货难、退货难给消费者维权带来了重重困难。

中国政法大学吴景明教授接受采访时对此说道,消费者权益保护法规定,网络交易平台如果不能提供经营者的真实名称、地址和有效联系方式的,网络平台对这种损害后果是承担连带责任的;如果网络交易平台明知道商家利用这个平台去损害消费或者者的利益,或者应该知道但是却不知道,那么网络交易平台承担直接连带责任。

海外代购 廉价背后有多少陷阱

韩国化妆品、意大利名牌包、法国香水……近来,越来越多的年轻人选择海外代购,图的是价格低、产品新潮,而卖家则赚取差价。然而,由于部分海外代购本身属于违法,游离在监管之外,不少消费者上当受骗也无处“申冤”。

廉价诱惑下海外代购真假难辨

“接受验货、专柜小票”,在价差的诱惑下,海外代购受到一些消费者的青睐。

江苏徐州的蒋小姐最近在微信朋友圈看到朋友发布的代购信息,说是有“渠

道”购买价格比国内更低的化妆品。于是,她也请朋友代购了韩国“美瞳”、泰国“DD霜”、韩国“自然乐园”芦荟胶等日用化妆品。

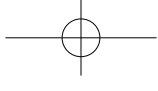
然而收到货后,她发现产品和之前的描述有很大差别,直呼上当。“像泰国DD霜,我买来后发现是三无产品。上网一查,有的消费者说产品含有重金属,我也不敢用了。”蒋小姐说,芦荟胶用手一搓,黏糊糊的胶就沾了一手,有刺鼻的香精味,根本不是宣传中说的淡淡的芦荟味,用起来感觉脸上糊了一层胶,一点都不舒服。

蒋小姐介绍,她微信朋友圈里面发布代购信息的卖家都是她的同学和朋友。

在发现自己上当受骗后,碍于关系和面子,她不好意思让卖家退款。

浙江洪桥镇的小林(化名)一直想购买一块奢侈品手表,但是由于商场价格过高一直没有买。今年1月,他查到一个“海外代购奢侈品”的微信号并加对方为好友,对方告诉他海外代购的商品都是走私不过关税的,所以只要几千元。在看中一款手表后,小林就直接通过银行卡转账付了2000元。1个月过去了,小林也没收到商品。询问卖家后,对方称物流有些问题。又过了1个月,他仍未收到货,当其再次催促卖家时,发现已被对方“拉黑”。

在北京一金融机构工作的孙女士多



次购买海外代购的商品。她说,在淘宝网和微信朋友圈卖货的代购者,往往涉嫌逃税,同时也可能售卖高仿品,并不是正品。

监管:漏洞多,难度大

记者在淘宝上输入关键词“代购”,发现检索出来的多为名牌包、服饰、化妆品代购的页面。在微信查找一栏输入“代购”两字,便出现一系列代购账号。这些微信店主要是奢侈品代购,包括各种国际大牌服装、皮包、手表。

记者添加了一个代购奢侈品包的微信号,发现其代购的古驰(Gucci)、香奈儿(Chanel)、路易威登(LV)等国际大牌包,售价在2000元左右。

据该代购卖家介绍,他所代购的名牌包“绝对正品”,已经销售了上千只,并把和买家的聊天记录截图发来。然而,截图上买家的头像和昵称均被打上马赛克,聊天的内容多为买家夸赞包是正品,表示还会介绍人来买。当问及为什么价格那么便宜,卖家表示他们有“特殊的进货渠道”。至于特殊进货渠道具体是什么,代购以商业机密为理由拒绝回答。

“消费者代购买到假货却又得不到保护,根本原因是我们缺少海外代购的具体监管规定。尤其是对于私下的民间代购更是缺乏监管手段。”中国消费者协会律师团团长邱宝昌说。

8月1日,海关总署正式施行《关于跨境贸易电子商务进出境货物、物品有关监管事宜的公告》,规定不管是电子商务企业还是个人,都要向海关通关管理平台传送交易、支付、仓储和物流等数据。

邱宝昌说,这表明海关开始监管电商平台,以后要经营代购的企业或个人都需要在海关报备,否则一旦被查到就可能定性为走私。

还有的代购打起了“逃税”的擦边球,选择多人、多次带货物入关,之后再集合统一发货。根据海关的现行规定,进境居民旅客携带在境外获取的自用物品,总值在5000元(含5000元)以内的,海关予以免税放行,超出的部分应按海关核定的完税价格和相应税率缴税。邱宝昌说,如果超过了海关规定的免税标准而没有申报就涉嫌逃税。

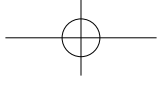
谁来清除“灰色地带”

由于海外代购还没有形成完善的监管体系,加上代购过程的不透明性、监管困难等因素,致使海外代购产品鱼龙混杂,上当受骗的人数不胜数。面对日益火爆的海外代购潮流和频发的受骗案件,填补漏洞完善监管迫在眉睫。

邱宝昌说,目前,通过非正规的渠道代购由于缺乏监管,一旦出现纠纷,消费者权益很难得到维护。

北京市消协投诉部主任郎丹柯说,根据新消法,如果网购平台明知或者应知它销售的商品是虚假的,不采取措施去屏蔽,需要承担连带责任。但是,现在对海外代购监管还是个“灰色地带”,一些官方授权的、正规的机构会受到工商部门的监管,但是更多的是没有授权的、私人的,监管难度很大。

邱宝昌建议,相关部门在制定和完善条例和规定的同时,可以建立官方代购平台,不仅价格便宜,而且可以保证正品。同时,官方的代购平台也能更好地监管。(据新华网)



北京市公交票制票价听证会举办 80%建言人提议分段计价

近日，记者从市发改委获悉，经过广泛深入的研究和讨论，目前本市公共交通票制票价改革的思路和原则已经基本确定，本市近期召开公共交通票价改革价格听证会。而在由市发改委、市交通委共同开展的“我为公共交通价格改革建言献策”活动中，共收到24079人提出的40222条意见建议，超过八成的建言人建议按乘坐里程、站数、换乘次数等方式进行分段计价。

关注一： 市民提建议超4万条

“公开征求社会意见，开门定方案”是本次公共交通票价改革定下的主基调。市发改委透露，本市公共交通票价改革建言通过网络、微信、信函、传真4种平台。有13188人在网上提出15945条意见建议，有10713人在微信上提出24099条意见建议。此外，活动还收到信函126份，传真25份，电话27个。

“这些意见和建议，我们邀请专业机构进行了全面系统的梳理，进行了认真深入的分析、研究和吸纳。”市发改委相关负责人表示，综合统计4万多条意见建议，能够看出市民的意见主要集中在：公共交通是公益性的服务，要根据政府、企业、乘客的可承受力，明确公共交通发展中三方的责任和运营成本的三方分担问题。其次北京要继续坚持公交优先发展战略，大力发展公共交通，而且发展要遵循基本发展规律，票价政

策要公平合理，票价水平要适当反映成本变化情况。

公共交通的本质要求是实现乘客安全便捷出行，票价调整要充分评估对北京整个交通系统的影响。市民的意见还集中在服务方面，要提高交通管理的精细化水平，提升公共交通的运营服务水平，促进行业可持续发展。

“总体来看，社会各方面对北京公共交通票制票价改革的必要性已形成广泛共识，一些共性意见也已充分吸纳到我们的工作中来。”市发改委相关负责人表示。

关注二： 62%建言推出多样化票种

细化来看，此次活动针对轨道交通的意见共有10433条。在有关票制的意见建议中，92%的建言人认为单一票制不合理，建议按乘坐里程、站数、换乘次数等方式进行分段计价。近80%的建言人认为现行票价水平偏低，建议适当调整票价水平。

有62%的建言人建议考虑不同人群需要，发行日票、周票、月票、季票、年票等多样化票种；42%的建言人建议实施高低峰票价政策；31%的建言人建议给予老年人、学生等特定人群一定的优惠政策；27%的建言人建议给予通勤人员一定的优惠政策，降低其出行负担。

在地面公交票制票价调整方面，此次活动共收到5512条建议。在有关票

制的意见建议中，84%的建言人认为单一票制不合理，建议按乘坐里程分段计价；13%的建言人提出本市地面公交市郊线路与市区线路计价方式不一，同城不同价，建议实行城乡统一的票制票价政策。

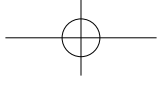
在支持理解票价改革的意见建议中，86%的建言人认为现行票价水平偏低，建议适当调整票价水平。与此同时，有53%的建言人建议考虑不同人群需要，发行日票、周票、月票、季票、年票等多样化票种；50%的建言人建议实施高低峰票价政策。此外，有21%的建言人建议给予老年人、学生、通勤等特定人群一定的优惠政策，同时建议加强对老人卡、学生卡的管理工作。

关注三： 四成人建议提高公交准点率

值得注意的是，除了针对票价政策的意见之外，大量建言人还将意见提给了公共交通服务的改进。

在轨道交通服务改进方面，23%的建言人建议增加安检服务的入口通道、提升安检速度，加装屏蔽门等安全设施；18%的建言人建议增加发车次数、缩短发车间隔、增加区间车，以缓解轨道交通的客流压力。

在乘车环境方面，有15%的建言人建议缓解车厢拥挤程度，及时调节车厢内的冷热温度、通风换气，提高乘坐舒适度；15%的建言人建议完善服务设施，



增建引导标识、电子显示屏、自动售票机、充值机、闸机等服务设施，提供车内WIFI服务功能；13%的建言人建议优化车站及周边环境，注重环境卫生，禁止在地铁里乞讨卖艺、饮食等行为；12%的建言人建议提升司乘人员服务水平，增强安全运营意识和服务意识。

在地面公交服务方面，有38%的建言人建议增加车次、缩短发车间隔、有效控制车辆间的到站时间间隔，以提高地面公交的准时准点率；26%的建言人建议优化线网布局，合理设置站点，提高地面公交之间以及地面公交和轨道交通之间的换乘接驳效率。

在乘车环境方面，30%的建言人建议提升乘坐舒适度，改善车内环境，增加空调车数量，适时开放空调，修缮车内配套设施；20%的建言人建议提高司乘人员的服务质量，增强安全运营意识和服务意识；5%的建言人建议增加公交车实时路况查询功能，实时了解公交车运行状态，提升公交运营的信息化智能化水平。

关注四： 公交企业成本将向社会公示

市民们针对公交服务提出的建议，有不少都将被吸收采纳，落到实处。市发改委相关负责人明确表示，此次公交票制票价改革与提高公交的服务水平，“这两手同时要抓”。

据介绍，结合市民突出的意见建议，在这次推进公交票价改革的同时，市政府还将全面研究制定激发企业活力、提高公交服务水平的一揽子政策措施，同步推进公共交通服务水平的提升。这些措施涵盖企业改革、补贴改革、管理改革、服务改革等方方面面。

比如推动公交运营企业改革，给予企业一定票价自主权，鼓励企业提供多元化服务，积极满足社会的不同需求；实行企业成本向社会公示，方便社会监督，推动企业加强内部管理；改革政府对运营企业考核方式，从单一考核客运量，转为全面考核客运量、运营里程、社会满意度、安全系数、管理效益和创新服务，推动企业提高运行效率；继续加强公交信息化建设，优化一卡通功能，实现科学管理，方便市民乘坐。建立价格、成本、补贴联动机制，激发企业自身活力。

此外，配合公交票制票价动态调整，市政府将同步建立财政资金的公益性资产支出保障、政府购买服务分类管理和政策性亏损补贴三个机制，根据合理的运营成本和社会承受能力，实现价格、成本、补贴联动调整，保持合理的政府支出责任和补贴规模，为在政府购买服务基础上逐步放开公交运营市场，进一步创造有利条件。

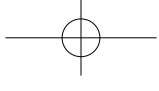


新闻链接 北京公交出行比例近五成

公共交通是大众出行的主要载体，是城市功能正常运转的重要支撑。2007年到2013年，本市公共交通发展提速，公共交通网络构建加快，累计完成投资2400多亿元，地铁运营线路由5条142公里增加到17条465公里，公交运营线路由644条1.74万公里增加到813条1.97万公里，还配合实施缩短发车间隔、增加运力保障、优化公交线网、加强综合调度等一系列管理措施。

为保障公共交通的正常运营，政府投入大量资金对公交运营进行补贴，2007年至2013年累计补贴958.6亿元，其中轨道交通182.6亿元，地面公交776亿元，年均增长19%，2013年补贴金额已占当年财政支出的5.3%。这些增投入、强管理、高补贴政策的综合实施，有效地增强了北京公共交通吸引力，北京公交出行比例由34.5%提高到46%，公共交通成为主体的出行方式。

尤其值得一提的是，轨道交通在公共交通中发挥的“骨干作用”凸显。2013年全市公共交通客流量达到80.4亿人次，其中轨道交通32亿人次，增长了3.9倍。2007年至2013年，北京常住人口净增438.8万人，机动车保有量净增230.9万辆，出行需求量增长36%。（据北京日报）



iPhone 6的中国式商机

在中国生产——运往美国——黄牛排队回收——高价卖回国内，自9月10日上市后，一部iPhone 6，沿着该链条往返于中美。

至少三个群体的中国人，附着于这个链条。他们是，那些在富士康日夜加班赶制iPhone的工人；那群在国内苹果店日夜排队的“黄牛党”，以及那些日夜期盼拿到iPhone的“果粉”。

宏观层面上说，一部由几十万内地产业工人制造的手机，却暂时无法在内地销售；内地“果粉”只能另辟蹊径，从海外拿到这部产于自家门口的iPhone 6。

从微观上看，这个链条上很多细节，让人瞠目：国人在海外抢购iPhone 6时，爆发了争执和冲突；水客为把iPhone

6带入内地，不惜穿3条内裤，藏8部手机。

为了一部手机，每个群体似乎都很累。主管稽查走私的海关，亦在微博上说，“快顶不住了”。

一部手机，演绎出了独特的中国式“黑色幽默”，也造就了一次有中国特色的“商机”。

处在产业链最末端

依靠中国廉价的劳动力组装完毕后，iPhone 6从昆山、郑州等地，通过飞机发往美国，或者辗转至苹果在全球的专卖店。

对很多“果粉”来说，今年的9月10日是个“大日子”。这一天，苹果公司在其新品发布会上，推出了新款的iPhone

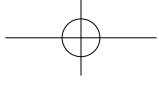
6等新产品。

通过科技网站的实时直播，熬夜守候的中国“果粉”们，第一时间知晓了iPhone 6的信息——4.7英寸和5.5英寸的显示屏、更新的处理器等。

“太帅气了”、“太赞了”……一大波溢美之词在凌晨的微博泛滥开来。另外一部分有些失望的人，也纷纷对新产品吐槽。

甚至，连中国官网上那一句“比更大还更大”的神翻译，都备受调侃。关于“bigger than bigger”有几种翻译方法，一时成了不少“果粉”和翻译达人共同探讨的课题。

全民参与的盛景，仿佛这就是一场科技界的“春晚”。自iPhone于2007年问世以来，“春晚”在每年的9月都会如约



而至。

7年间，被誉为“上帝手机”的iPhone在全球积累了越来越多的“粉丝”。而在中国这个全球最大的手机市场上，iPhone的用户数量已数以千万计。

事实上，iPhone与中国，不仅仅只是简单的产品与市场的关系——绝大多数的iPhone产品，出自中国的工人之手。

iPhone是一部全球协作的作品。它由美国人设计，最核心的芯片和显示屏由韩国、日本厂商提供，一些高端的零部件在日本制造。最终，中国的工厂完成组装和代工。

拥有百万工人的富士康，是苹果最大的代工厂之一。iPhone 6发布以后，从深圳到郑州，再到太原，年轻的产业工人们，正日复一日、加班加点地赶制着这款供不应求的手机。

“iPhone正在改变许多中国人的生活，甚至在某种程度上改变着中国的产

业格局。”小米科技的CEO雷军曾如此说。

但从价值分配上看，中国处于iPhone产业链条的最末端。最近的一份研究数据显示，一部起价649美元的iPhone 6手机，成本在200美元—247美元之间。其中，来自中国的代工厂，仅能拿到4美元至4.5美元，约合20元人民币。

依靠中国廉价的劳动力组装完毕后，iPhone 6从中国的昆山、郑州等地，通过飞机发往美国，或者辗转至苹果在全球的专卖店。

比如，总重达93吨的60万部iPhone 6，自河南富士康发往了美国芝加哥；同时，还有20吨iPhone 6，从江苏昆山的富士康，被运往香港。

中国大妈“战斗”在美国

排队的华人里，有相当数量的中国大妈，还有打工者。入夜之后，他们

或披着被子，或躺在垃圾满地的地上入睡。

外国的“果粉”，是iPhone 6的尝鲜者。美国、日本、德国等国家，可以首批购买iPhone 6。而中国的香港地区，亦在首发榜单中。

为中国大陆果粉诟病的是，目前，作为iPhone的主要生产地和居于前两位的市场，中国大陆暂时与iPhone 6“无缘”。

众所周知的原因是，没有拿到工信部的入网许可证，导致iPhone 6无法及时进入内地市场。但显而易见，政策的阻力，无法阻挡iPhone 6流入内地的脚步。

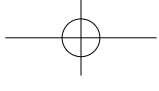
有外国的研究员曾预计，中国政府批准iPhone 6在内地销售前，将有500万部iPhone 6以走私的方式进入中国。

一个由海关统计的数据，也可以反映出目前走私iPhone 6的火热。数据称，自9月10日至9月24日，深圳海关罚没了2000多部走私的iPhone 6；9月25日，上海浦东查获了453台iPhone 6。

根据公开报道，“水客”走私iPhone 6的方式，五花八门。央视新闻就总结称，水客们“茶叶盒里没有茶叶，咖啡盒里没有咖啡”。取而代之的，他们正以“蚂蚁搬家”的方式，携带iPhone 6入境。

利用茶叶盒和咖啡盒，尚属于常规动作。又如，9月19日，深圳海关从一位入境女子装卫生巾的小包里，发现了一部iPhone 6；次日，深圳海关又从一位男旅客所穿的3条内裤里，搜获了8部iPhone 6。

同时，还有“水客”使出了“大杀器”。9月26日，香港海关在一艘快艇上截获286部用以走私的iPhone 6，总价值



热点关注 HOT CONCERN

160万港元。此外，还有水客把手机藏在货柜车的暗格里。

这些走私客手中的iPhone 6，多系收购而得。有报道称，香港一位购机者刚从专卖店买入两台手机后，出门后便以每台8200港元卖给了黄牛。

如果按照5588港元的买入价计算，购机者一倒手，便能获得接近五成的收益。而且，这似乎是个没有门槛和成本的生意。

“嗅到商机”的中国人，开始在世界各地行动起来。有报道称，9月中旬，纽约的苹果专卖店前，相当数量的排队者为华裔面孔，说着汉语，口袋上印着中文。

综合多方报道，排队的华人里，有相当数量的中国大妈，还有打工者。入夜之后，他们或披着被子，或躺在垃圾满地的地上入睡。

很少有排队的华人，承认自己买iPhone 6是用于倒卖。但在外界看来，这个明显不是电子发烧友的群体，“经验丰富”，“疑似黄牛党”。

华人海外抢购iPhone 6的过程中，时有冲突发生。9月23日的消息称，十几名中国人在纽黑文的苹果店外，因怀疑对方插队发生打斗，最终3人被捕。

相似的情形，也在日本上演。报道称，一家日本苹果专卖店前，900多人的排队者中，六成为中国人。甚至当地的流浪汉，也被“中国买家”雇来排队。

9月19日，100名中国人涌入大阪的苹果专卖店，发生肢体冲突。其间，有疑似中国人用汉语高喊，“为了买iPhone 6，从中国来日本排了48小时的队，结果竟然跟我说没货。”

水货价格跳水

9月30日，工信部官网发布信息称，为iPhone 6发放进网许可证。苹果公司同日宣布10月17日在中国内地正式上市。iPhone 6水货价格跳水。

“土豪，中国土豪。”当被媒体问及排队买到的iPhone 6卖给谁时，一位国外的“黄牛”回答。

以走私方式进入内地的iPhone 6，确实卖出了“土豪价”。9月中旬，水货iPhone 6在中关村的报价，根据配置不同，从1.3万元至2万元不等，是其正常价格的近4倍。

一边是急于获得iPhone 6的中国用户，一边是国内无法从正规渠道购买iPhone 6，两者间矛盾再次造就了一个巨大的、有中国特色的“商机”。

在微博上，一些知名企业家和明星发微博时，已经显示“来自iPhone 6”或“来自iPhone 6 Plus”。

9月18日，王思聪发出了两张iPhone 6的图片，并配合“真的好大”的文字，立刻引来了众多评论。

而一众电视剧演员或歌手，也以发照片和文字等方式，向外界透露所发内容“来自iPhone 6”。有网友调侃说，某明星发自拍照的真实目的，是让大家看到他买了iPhone 6。

一篇名为《苹果手机的消费心理及原因分析》的文章称，一些消费者购买苹果手机，主要基于“追求时尚和创新”、“彰显个性和自我”、“炫耀”等心理特征。

其中对“炫耀心理”如此描述，“他们重视的并不是商品的实用性，只要能显示自己的身份和地位，他们就会乐意购买”。

日前，易传媒发布研究报告指出，“果粉”的收入呈现两极化，即月收入超过2万元和月收入低于1500元的人群，所占的比例最高。

根据推测，月收入低于1500元的人群，主要以学生为主。

另一篇题为《基于苹果效应的武汉地区大学生消费心理调查》的论文指出，一部分大学生将苹果产品作为自己的身份象征，展现自己所想归属的社会层级，即俗称的“高富帅”和“白富美”。

近年来，也曾有学生为购买iPhone“卖肾”或“卖身”的新闻爆出。

“换句话说，果粉们是一群‘要么土豪、要么卖肾’的人群。”易传媒在其研报中称。

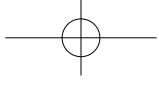
“果粉”对iPhone 6的期待和热情，给主管入网许可证审批的工信部带去了压力。

9月30日，工信部官网发布信息称，为iPhone 6发放进网许可证。苹果公司同日宣布，iPhone 6及iPhone 6 Plus将于10月17日在中国内地正式上市，起售价为5288元。10月10日起接受在线预订。

在此之前，主管稽查走私的海关曾催促工信部，“快点吧，我们要顶不住了”。

随着iPhone 6内地开售时间明朗，iPhone 6水货价格跳水。有囤货的黄牛称，一个星期赔掉10万，另有黄牛称，“一天亏一辆奔驰”。

“一群中国人没日没夜装配iPhone送到美国，再由一群中国人没日没夜排队买下送回中国，最后以这两群中国人都出不起的价钱卖给另一群中国人。”有美国媒体如此评论说。（据新京报）



国内游乱象频现 境外游持续升温

综合国家旅游局连续发布的“2014年‘十一’旅游市场信息”显示，节日期间国内旅游市场呈现稳步增长态势。但在持续增长的背后，景区“暴利”门票、低价团、黑导游等一系列乱象依然倍受消费者诟病。受多重因素影响，10月1日至5日纳入监测的全国景区门票收入呈现连续5日同比下降态势。

业内人士指出，从某种程度上看，现阶段居民出境游意愿高于境内游与国内种种旅游乱象不无关联。出入境旅游市场持续“失衡”，跨境旅游消费逆差不断扩大，也给全行业进一步治理旅游乱象敲响了警钟，政策“最后一公里”的落实仍待加强。

境内 “暴利”门票再遭质疑

今年“十一”黄金周恰逢新《旅游法》实施一周年，《经济参考报》记者从携程获得的“十一”订单数据显示，虽然出游人数大幅增加，跟团游价格较去年“十一”却稳中有降。

“新《旅游法》打破了原来‘旅行社+导游+购物店’的旅游购物生意链，对跟团游影响最大。在《旅游法》实施初期，特别是2013年国庆黄金周，旅行社成本和报价都大幅上涨，经过一年的调整和适应，今年团队游价格逐渐回归到正常水平。消费者对团队游的期望值也回归正常。”一位旅游业内人士分析称。

除了在出行方式上的变化，景区门票的网络预订也在众多在线旅游企业的大力“促销”中渐热。国庆期间旅游市场的价格战愈演愈烈，“1元门票”风生水起。继同程网宣布再垫资50亿元派发“1元门票”后，携程也卷入了价格战。

不过，有细心的消费者发现，上述在线旅游企业的活动中，热衷于参加这种活动都是门票价格低或者不以门票收入为主的景区，确实鲜有知名景区的身影。还有消费者反映，在使用过程中，常常会被告知活动逾期、不可变更甚至现场加价。

今年“十一”黄金周期间，“暴利”票价仍然饱受消费者诟病。中国社科院统计显示，内地5A级景区平均票价为109元，7.19%的景区门票价格在200元以上，5A级景区票价已进入“百元时代”。

“本来是只想爬司马台长城的，结果到了地方听当地人介绍说，现在每天只有少量仅游览长城的门票，而且必须网络预约。一般来说，只能通过购买古北水镇110元的套票才能游玩。”一位节日期间自驾去北京郊区的宋先生抱怨道，“从游览地图上看，必须穿过中青旅和乌镇旅游等公司开发的这个古北水镇才能最后去游览长城。”

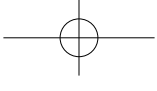
统计显示，近十年来，A股市场的7家景点类上市公司中，峨眉山A、黄山旅



游、丽江旅游均调价两次，调价后，几家主要的景点类上市公司营业收入、净利润率都有所增长，部分景点类公司的毛利率超过60%，甚至高于房地产等其他暴利行业。

业内人士指出，景区门票逢节必涨的根源在于患上“门票依赖症”，目前国内景区发展产业比较单一，对门票的依赖性过高。建议制定合理透明的景区定价听证机制“倒逼”门票经济向综合经济转型升级，实现景区旅游的可持续发展。

中国旅游研究院院长戴斌在接受《经济参考报》记者采访时指出，应该对景区门票实行分类分级管理，对那些利用公共资源，包括公共自然资源、历史文化资源以及红色旅游资源发展起来



的景区，要严格控制价格上涨。对迪士尼等市场化运营的景区，定价权应留给市场，政府只对其价格进行监管。在景区分类分级管理还未完善的情况下，应对景区门票的收支情况进行公示，才能真正让游客信服。

境外 跨境旅游消费快速增长

相较于频遭“吐槽”的国内游，“十一”期间的出境游市场则更受追捧，跨境消费快速增长。

来自携程的统计显示，受到国家发展旅游政策、出境便利免签增多、航班增加等多重利好消息影响，今年国内游客走出国境度“黄金周”的意愿非常强烈，出游人数占到“十一”总出行人数一半。

如火如荼的出境游带来的持续攀升的跨境消费金额，也令国内旅游消费市场“艳羡”。据中国旅游研究院预测，国庆节黄金周旅游接待人数、旅游收入有望创下4.8亿人次、2700亿元人民币历史新高，出境游增幅将大幅领跑入境游增长。来自中国银联信息中心数据显示，遍布全球200多个国家的境外刷卡消费中，吃住类消费和去年同期相比增幅达到52.2%，游玩类同比增幅达到56.6%，购物类同比增幅达30.4%。

值得注意的是，出境游目的地消费结构在今年假期也出现了一些变化，游玩类、吃住类交易量增速明显高于购物类。“一方面团队游向个人游转变，另一方面国人出境游更加注重旅游体验和旅游品质。”银联数据分析师陈汉说。

据世界旅游组织数据，2013年我国以近1亿人次出境旅游，成为世界第一大

出境客源市场。同时我国也以境外旅游消费1020亿美元，超过美国和德国成为世界第一。10年前，我国在全球出境游消费市场的份额为1%，这一数字2023年将增长至20%。未来10年，我国出境旅游人次将再翻一番。数据显示，去年全年我国居民出境旅游人均花费1368美元，相当于我国入境旅游者人均消费的3倍左右。刚刚发布的《中国公民出境(城市)旅游消费市场调查报告》也显示，目前我国游客境外用于购物支出比例约占57.8%。

相比于境外消费的快速增长，据国家旅游局统计，我国旅游购物占旅游总收入不到30%，旅游购物不振仍是制约中国旅游业发展的一个软肋，而我国旅游贸易逆差年内将突破1000亿美元。

整治 政策“最后一公里”有待打通

自去年10月1日《旅游法》正式施行至今已整一周年，尽管国内旅游市场在国家旅游局等监管部门密集整治下有所好转，但是巨大市场和暴利驱动下，部分地区诸如低价团、黑导游、过度购物等一系列乱象仍时有发生，旅客投诉抱怨不断。

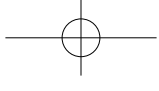
一项公开数据统计显示，从2012年10月到2014年10月发生的168起旅游纠纷，强制游客消费、未经旅客同意带入购物点比例最大，共有60起，占比达35.7%。在统计的168起投诉中，发生在云南、海南、四川、香港等旅游大省、旅游热点城市的投诉居多。云南省为24起，占比为14.3%；海南、四川投诉均为11起，占比为6.5%。

就在“十一”前夕，国务院办公厅下发了《关于做好2014年国庆期间旅游

工作的通知》，明确要求“严厉打击哄抬价格、以次充好、强迫或变相强迫消费、不履行合同约定义务等违法违规行为”。

“十一”期间，各地频频曝光“黑导游”事件。公开报道显示，北京“黑导游”不仅上车重复收费、途中引导购物，还虚假宣传旅游地，将游客带到居庸关谎称八达岭；在山东，游客小张没有进自费景点被黑导游“甩客”，但由于出行前未签订合同陷入维权困境；上海的徐先生也有类似遭遇，他在深圳某旅行社以1000元报名参加的一个港珠澳旅游团，也“被要求购物”，他同样因为未与旅行社签订旅游合同而陷入维权困境；安徽省九华山风景区，也有三三两两的本地小巴车停靠在游客集散中心附近，当看见有外地牌照车驶入，便有人凑近询问是否需要住宿及超低价导游，但这些人很少持有导游证，多是景区发放的“讲解证”，有的甚至没有任何证件，他们往往只带游客进指定购物店买东西以谋取回扣，比如一盒十元的香卖六七十元。根据《旅游法》第五十七条，旅行社组织和安排旅游活动，应当与旅游者订立合同。

业内专家认为，各地应结合实际，出台包含监管机制、处罚方法、旅游行业信用机制等在内的详细实施细则，打通政策落实“最后一公里”。戴斌则强调，对于旅游行业的综合整治是一个渐进的过程，当前一定要把软环境的建设提高到更加重要的位置上来，现在的旅游业的竞争已经不仅仅是单一的景区景点，旅行社、酒店等单一要素的竞争，是对旅游目的地整体环境的竞争。（据经参）



宝马召回13万辆“漏油”车

此前一直广受关注的宝马轿车“漏油”事件终于迎来了结果。宝马承认了质量问题，并向国家质检总局备案召回。闹得沸沸扬扬宝马轿车漏油事件终于以消费者维权有果暂告一个段落。

日前，宝马（中国）汽车贸易有限公司、华晨宝马汽车有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》的要求，向国家质检总局备案了召回计划，决定自2014年10月30日起，召回以下部分汽车，共计134,180辆：

（一）宝马（中国）汽车贸易有限公司进口的2007年3月至2011年6月生产的部分5系（标准轴距版、GT）、6系、X5、X6汽车，共计68,090辆。

（二）华晨宝马汽车有限公司2010年3月至2011年10月生产的国产5系长轴距版汽车，共计66,090辆。

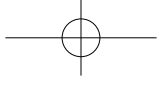
本次召回范围内的部分车辆由于供应商制造原因，车辆燃油泵供电线插头可能产生故障。导致燃油泵上盖破损，有燃油泄漏的潜在风险，存在安全隐患。宝马（中国）汽车贸易有限公

司、华晨宝马汽车有限公司将为召回范围内的车辆进行检查，并免费更换合格的燃油泵，以消除安全隐患。

本次召回活动是在国家质检总局缺陷调查影响下开展的。一段时间以来，国家质检总局缺陷产品管理中心收到部分消费者反映宝马汽车出现燃油泄漏问题的投诉。收到投诉后，国家质检总局立刻组织专家对上述问题进行了缺陷调查和风险评估。经过调查发现，燃油泵供应商在燃油泵生产制造过程中出现了问题。同时专家分析认为，燃油泵上盖破损，会导致燃油泄漏，甚至引发车辆起火。宝马（中国）汽车贸易有限公司、华晨宝马汽车有限公司决定采取召回措施消除故障隐患。同时，国家质检总局将组织对本次召回活动进行监督，如发现召回范围外的车辆仍存在类似安全隐患，或召回措施无法有效消除缺陷，将要求生产者重新召回，或采取其他强制措施。

宝马（中国）汽车贸易有限公司、华晨宝马汽车有限公司将通过授权经销商主动联系相关车主，安排维修事宜。用户可以拨打宝马客户服务热线400-800-6666进行咨询。





费率改革定调 车险保费将更“因车而异”

近日，保监会向各财险公司发布了《关于深化商业车险条款费率管理制度改革的指导意见(征求意见稿)》，拟将商业车险费率分为基准纯风险保费、基准附加费用、费率调整系数三个部分计算。

接受记者采访的险企人士表示，现行的费率结构存在不公平不合理问题，低风险客户费率偏高，保费与其风险状况不相匹配。车险费率改革后，费率将与风险挂钩，出险理赔和违章记录将成为重要指标。车险费率将打破现行70%折扣限制“三高”车型费率上涨，低风险客户的保费将有望降下来，费率将更加公平合理。

机制性问题解决或 增车险盈利能力

对于车险改革《征求意见稿》表示，以行业示范条款为主体，创新型条款为补充，建立标准化、个性化并存的商业车险条款体系。以大数法则为基础，市场化为导向，赋予并逐步扩大财产保险公司商业车险费率厘定自主权。保险监管机构将根据保险市场发展情况和保险市场成熟程度，逐步扩大财产保险

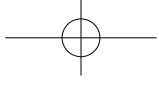
公司商业车险费率厘定自主权，最终形成高度市场化的商业车险费率形成机制。

“只有进行车险费率的市场化改革，才能解决车险市场长期存在的一些体制性、机制性问题。”一名保险精算专家表示，未来保险公司自主定价权的范围将根据市场发展情况和保险市场成熟程度不断扩大，而各家保险公司也应主动寻求应对数据质量差、定价能力弱等问题的解决途径，提高自身的精算定价能力和风险识别能力。

事实上，从盈利水平看，车险亏损近几年来一直是财险公司比较棘手的问题。此前公布2013年度车险承保利润的49家保险公司中，除人保财险、平安财险、太保财险三家上市险企实现承保获利外，其余46家公司全线亏损。

多位财险人士表示，费改将对车险业务形成利好。此轮车险费率改革不是简单地放开费率，而是通过费率和条款的相互配合，让市场主体有更多的选择权。不同于2003年车险费率市场化的完全放开，此次监管层希望可以避免重蹈价格战覆辙。

不过，对于车险改革对财险公司的业绩影响，也有分析师持负面态度。穆迪保险业分析师严溢敏表示，费率改革之后可



能使得费率降低，对财险公司趋于疲弱的车险市场承保业绩将进一步构成压力“对小型财险公司来说，费率市场化后可能更加不利，因为小型财险公司缺少规模以及历史赔付数据，在市场放开时难以和大型财险公司展开竞争。”严溢敏预计，保监会将分阶段实施商业车险费率改革，以确保平稳过渡，未来12-18个月内保监会有可能开始实施这一计划。

车险保费将更显公平

可以确定的是，车险费率改革后，保费必将更加“因车而异”。按照现在研究的方案，未来商业车险费率将分为三个层次来计算，由基准纯风险保费、基准附加费用、费率调整系数组成。

目前，车险费率的厘定是以新车购置价作为重要定价因素，仅与座位数，车龄等相关，保费与风险程度的相关度不高。从相关渠道获得的信息看，此次车险费率改革将充分考虑车型因素，将零配件价格、出险率、赔付率作为定价的风险因子，并根据零配件价格、出险率及赔付率的差异，保费标准将有所不同，更能体现公平合理的原则。

业内人士表示，基准纯风险保费将采取车型定价方式，引入车系系数，车型不同，车系的系数就不同。在参考基准纯风险保费的基础上，各家公司可以自行测算商业车险基准保费的附加费用率，自主决定附加费用。而基准附加费用由公司主动控制和掌握，有利于促进行业内竞争。

据了解，人保财险、国寿财险、平安财险和太平洋财险等多家财险公司都在研发基于车联网的车险产品，寻求降低费率同时扩大理赔责任，借助车联网进行的车险产品创新。这其实也是一种倒逼机制，促使各家保险公司主动寻求应对数据质量差、定价能力弱等问题的解决途径，提高自身的精算定价能力和风险识别能力。

“三高”车型保险费率将涨

对于车主而言，在现行车险条款下，频繁出险的车辆与长期不出险车辆间的保险费率差异不大，但在费率改革落地后，这一状况或将被改变。

记者了解到，按照规定，目前各保险公司大都执行一年不出险，保费降至81%，三年不出险降至70%的规定，即70%是保险公司可以给客户的最高优惠。如果车险费率实现市场化定价后，

“

“只有进行车险费率的市场化改革，才能解决车险市场长期存在的一些体制性、机制性问题。”一名保险精算专家表示，未来保险公司自主定价权的范围将根据市场发展情况和保险市场成熟程度不断扩大

”

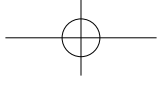


不同车型的零整比就会影响到车损险的定价，零整比系数越高，赔付成本越高，相应保费就可能越高。

“零整比”是指汽车所有零配件价格之和与其售价之比。中国保险行业协会四月发布的“零整比”报告中，系数最高的是北京奔驰C级某车型，高达1273%(这意味着更换这款车的全部零配件所花费用可以购买12辆新车)；系数最低的是271%，高低相差四倍多。

除了“零整比”之外，不同车型的出险率、赔付率差别同样很大。人保财险一位负责人告诉记者，如雷克萨斯某系车型出险率超过80%，而精灵SMART出险率不到35%，出险率相差超过一倍。北京奔驰C级赔付率高达近150%，而长安奔奔赔付率仅为60%左右，相差两倍多。

“同样车价、同样损失程度情况下，‘三高’车型获得了比其他车型多得多的赔付。”上述负责人表示，事实上，“三高”车型往往是高价豪华车型，按照现行车险定价方式，他们并没有支付更多的保费，而那些多出的赔款，来自于那些低“零整比”、低出险率和低赔付率车型，存在明显的“劫贫济富”现象。有数据显示，近80%不出险的低风险客户的保费，用于支付赔偿了20%左右的常常出险的高风险客户。他认为，通过此次车险改革有望使“零整比”、出险率、赔付率高的“三高”车型费率上涨。(经济参考报)



银行卡换“芯”究竟该谁来买单？



你钱包里的银行卡是磁条卡还是芯片卡、用卡是刷卡还是插卡？很多人忽略的这些细节，其实关系到资金安全。本月底，我国芯片银行卡的使用将告别“刷”卡转向“插”卡，明年将逐步停止新发磁条银行卡。银行卡换“芯”正在加速，然而全国银联磁条标准卡存量达34.42亿张，如此浩大的换“芯”工作，谁买单呢？

磁条卡易复制，芯片卡较安全——这是银行卡“鸟枪换炮”的主要原因。

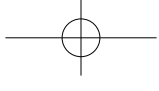
有数据显示，全国公安机关每年破获的银行卡犯罪案件数以万计，银行卡犯罪每年造成的经济损失数以亿元计。中国银行业协会数据显示，伪卡已成为信用卡欺诈排名第一的原因，譬如在去年上海市检察机关审查起诉的金融犯罪案件中，信用卡诈骗案占近九成。另有央行数据显示，目前全国POS和ATM终端支持芯片卡的改造率分别达到99.6%和99.5%，芯片卡已经成为新发银行卡的主流。问题是，目前芯片卡的成本每张8到10元，是磁条卡的10倍。全国近34亿张磁条卡要换成芯片卡，成本将数以百亿元计。这笔钱，不是小数目。

对此，商业银行一般采取三种做法：一是统一对换“芯”的卡片收取3至20元不等的工本费；二是区别对待，大客户免单，小客户自己掏钱；而由于担心成本扯皮、标准不清，更多银行没有对换卡工作作出消费提示或风险警示，指望把这个矛盾交给“自然淘汰”来解决。换言之，就是不声不响地对新卡用户收费，让时间来完成卡片升级换代的进程。

只是，明知磁条卡风险大，仅仅因为不愿承担成

本而疏于推进换卡工作，银行的企业社会责任到哪里去了？对此，有两点是值得注意的：第一，英国银行家杂志最近公布的调查显示，去年全球1000家大型银行利润为创纪录的9200亿美元，其中，中国银行业税前利润总额为2920亿美元，占银行业全球利润的32%。中国工商银行、中国建设银行、中国农业银行和中国银行是国内最大的四家银行。能力多大，责任多重，何况这些利润中很大一部分来自“卡式消费”。那么，从经济伦理来看，掏钱（或部分掏钱）为换卡工作买单，天经地义。第二，从法律逻辑来看，换卡的受益方有消费者，当然也有银行。那么，即便按照谁受益谁出钱的原则来看，恐怕银行也不能将换卡的成本都统算到消费者头上。这些年，商业银行金融服务中莫名其妙的收费很多，恪尽职守的履职义务很少。须知口碑不是一天堆成的，一到收费的时候就想办法规避责任，监管者也不能摊手耸肩、置之不理。

为金融安全计，银行卡换“芯”要提速了。34亿张磁条卡的换卡成本，也该摆到桌面上公平博弈，总不能因为一笔糊涂账，继续让消费者当冤大头。（新华网）



食安责任险叫好不叫座

“民以食为天，食以安为先”，食品安全问题一直都是百姓关注的热点。近日《食品安全法》修订草案送审稿中，出现了“建立食品安全责任强制保险制度”的内容，食安责任险或将成为交强险后的又一种强制险。记者调查发现，由于规定尚不明确，政府，企业及保险公司认识未能协调等问题，食安责任险在一些地方遭遇“叫好不叫座”的现象。

投保成本高可操作性引争议

记者调查显示，上海市自2012年底以来，就相继开展了多个食责险险种的推广，但截止2013年底，参保的食品企业、餐饮饭店等仅300余家，投保率依然很低。在山东，77万餐饮企业，购买食品安全险的不足1千家。

究其原因，企业缺乏风险意识是主要方面，很多企业在投保时惯于从自身成本核算角度出发，投入成本对其产出比率来讲微乎其微。特别是一些小企业利薄，觉得“出现食品风险的几率小，不用那么多保费”。

当然也与顾客对食品安全责任险没有一定思想认识相关。“保没保对顾客是否消费这个餐饮业没有一定的影响力。”吉林省人保总公司责任险部的刘宇处长在接受采访时提到。

另也有企业表示：“投保成本并不是主要问题。但是，相反，产品一旦出现了质量安全问题，那远远不是保险公司能解决的了的。”多数企业主也纷纷表示，食安险在责任认定上，操作性上，还有诸多需要完善的地方。“细则

上有待量化。”

在漯河市食品安全委员会主任拘占成看来，食品安全险的参保费一旦由企业承担，势必会加重企业负担，按照“羊毛出在羊身上”的道理，这笔费用最后还是由消费者自己买单。

强制推广各方反应不一

2013年10月，在国务院法制办公室公开征求意见的《中华人民共和国食品安全法(修订草案送审稿)》中，新增加了国家建立食品安全责任强制保险制度的规定。

这条消息对多数保险公司无疑是利好，虽他们仍面临着投保率不高的重重困难，但纷纷充满了期待，积极同相关部门推动合作，“一旦食责险被列为强制险，则将成为我国未来几年发展空间最为广阔的险种之一”。

“对保险的消费者，对市场的供应方都是一个市场风险的转移。对政府来讲也可以把责任及时认定，首先维护了市场、社会的稳定。”青岛市保监会工作人员说到。

与保险公司乐观的态度不同，采访中，记者发现，一些食品企业对于食品安全责任险大多报着观望的态度。特别是部分大企业认为，如果政府推动食品安全强制险，那么“被强制”的也可能是大企业，那些问题频出又没有赔付能力的小作坊、小摊贩很难“被强制”。作为食品企业，更加希望的是能规范运作。是否设置强制险，出发点和落脚点都应该是公共利益。

政府监管仍有担忧

将食品安全责任险列为强制险呼声日高的同时，不乏有一些对监管忧虑的声音，在食品企业中推广食品安全险，会不会使食品安全企业将责任转嫁，放松对食品安全的警惕值得关注。

“不排除有些惟利是图的业主，可能他认为我参加了食品安全责任险，食品安全责任就是你保险公司的责任了，我出了事不承担任何责任，可能会放松对食品安全管理。”

据国际相关经验，目前一些发达国家的食品安全责任保险制度，已经纳入产品责任法的调整范围。加拿大、美国的食品安全保险制度成功地将第三方、纯民间机构的监管带进来，赋予了他们相应的权利。在美国，投保产品安全责任保险的企业高达95%以上。

观察员评论： 操作难度大应普及观念

观察员张天蔚对此表示，与交强险类似，食品安全责任险可以增强赔付能力，最大限度保护被损害人利益。但从核算方面考虑，索赔非常困难，法律方面也主持不够，罚额太小。另外他也提出，“在中国，公众普遍对整个食品安全生产和监管，包括事后处理都抱有一种完全不信任的态度。”因此，健全制度和普及观念都是日后该努力的方向，“在食品安全这个领域不能完全听市场的”。

观察员钱彤则着重强调了食品行业主体复杂，保险程序难走等操作性因素。

北京市工商局公布 流通领域床品质量抽查结果

近期，北京市工商局对市场上销售的床品类商品进行了质量抽检，主要抽检商品为床品多件套。抽检结果显示市场上部分床品类商品质量存在问题，涉及的主要问题为床品的使用说明、纤维含量、染色牢度、规格尺寸偏差率等项目不符合相关标准要求。

北京市工商局已按照有关法律法规对本次抽检中销售不合格商品的经销单位进行处理。本次公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应按照相关法律法规的要求主动采取措施，保护消费者合法权益。

流通领域商品质量抽检不合格商品名单						
序号	商品名称	标称生产单位	标称商标	型号规格	标称生产日期或批号	不合格项目
1	婚庆四件套	江苏名禾国际贸易有限公司	艾瑞拉	"被套：200cm*230cm 床单：245cm*245cm 枕套：48cm*74cm+5cm"	LVMH-0028	纤维含量、面料pH值
2	蚕宝双丝夏凉被	东莞市雅路家用纺织品有限公司	"YAROO HOME TEXTILE 雅路家纺"	200*230cm	/	产品使用说明、纤维含量、填充物质量偏差率、胎套pH值
3	内标：生态竹纺毛巾被 /标签： 竹纤维经编毛巾被	山东竹之锦家纺科技有限公司	竹之锦	150*200cm	"货号：B-0902 生产日期：2013-01"	产品使用说明、纤维含量
4	斯莱特雅钻石绒平纹四件套	北京易博合盛贸易有限责任公司	"斯莱特雅"	"230*250±3cm 200*230±3cm 45*70±3cm"	款号：佩利花园-活性印染	产品使用说明、规格尺寸偏差率、断裂强力
5	"吊牌：被罩 内标：纯棉被罩 标签：高密素色被罩"	北京启华兴业针纺织品有限公司	QIHUA启华	"吊牌：150x216cm、 200x230cm、 220x240cm 内标：200x230cm"	/	产品使用说明、pH值、耐汗渍色牢度
6	提花四件套	北京启华兴业针纺织品有限公司	QIHUA启华	"被套：200x230cm 床单：245x245cm 枕套：48x74+6cm"	LF 爱有灵犀 Y3085-大红	纤维含量、水洗尺寸变化率、面/里料pH值
7	仿活性印花四件套	北京永芳蝶雅纺织品有限公司	"蝶雅家纺"	"被套：200x230cmx1 床单：250x245cmx1 枕套：48x74cmx2"	10440-缕缕幽香	规格尺寸偏差率、枕套耐干洗色牢度
8	桑蚕丝舒眠夏被	"上海小绵羊卧室制品有限公司 上海小绵羊实业有限公司"	"小绵羊 SHEEP"	200X230cm	"2014年3月11日 货号：S0520185"	纤维含量
9	玫瑰提花四件套	"上海小绵羊卧室制品有限公司 上海小绵羊实业有限公司"	"小绵羊 SHEEP"	"被套：200x230cm 床单：内标250x250cm 外标245x250cm 枕套：48x74cm"	"生产日期： 2012年12月3日 货号：S0240845"	产品使用说明、规格尺寸偏差率
10	笛舒雅斜纹四件套	"制造商：中国瑞丰纺织有限公司 厂名：石家庄市瑞丰纺织有限公司"	"DISHUYA 笛舒雅"	"床单：230X245cm 被罩：200X230cm 枕套：50X80cmX2"	生产日期： 2014年2月20日	产品使用说明、水洗尺寸变化率、枕套耐干洗色牢度及耐摩擦色牢度（湿摩）



11	四件套	北京道进基业商贸有限公司	"阳洁SUN SHINE LIFE"	"枕套：48X74X2 床单：250X250 被套：200X230"	货号：13372HQ001	产品使用说明、纤维含量、素色部分pH值
12	印花夏被	北京道进基业商贸有限公司	"阳洁SUN SHINE LIFE"	150X200cm	货号：12868XL001	产品使用说明
13	蚕丝夏被	"北京巴黎春天纺织品有限公司（监制）南通巴黎春天生态纺织品有限公司（制造）"	"PARIS SPRING巴黎春天"	200X230cm	/	填充物纤维含量、填充物质量偏差率
14	"/（实为床单）"	标称地址：南通海门三星工业区	水轮车	/	/	产品使用说明、耐摩擦色牢度（干摩）
15	斜纹双人床单	杭州羽丰居室用品有限公司	/	200x230cm	货号：S-519	产品使用说明、水洗尺寸变化率、断裂强力及耐摩擦色牢度（湿摩）
16	双人柔丝夏被	北京思宇迪安商贸有限公司	"棉太太 mian taitai"	200X230cm	货号：0827	纤维含量、水洗尺寸变化率、耐水色牢度、耐汗渍色牢度
17	/（实为家纺四件套）	坊云轩精品家纺	坊云轩	枕套：48x74 ± 2cm*2	JL-13045 爱情花开 喷气斜纹活性系列	产品使用说明
18	透气性彩棉四件套	北京三人居家居用品有限公司	三水依梦	"被套：200x230cm 床单：250x250cm 枕套：48x74cm"	"6925751100011 JIADE-花香苑景（1053/浅雪青）"	纤维含量、规格尺寸偏差率、断裂强力、水洗尺寸变化率、pH值
19	靠垫（DQD）	紫罗兰家纺科技股份有限公司	"紫罗兰 Violet"	65x85cm	款号： VDJOZPC1059 金婚 欧枕	面料耐皂洗色牢度、面料耐水色牢度、耐汗渍色牢度
20	活性印花四件套-传奇	安徽鸿润（集团）股份有限公司	鸿润	"被套：200X230cm 床单：250X245cm 枕套：48X74cmX2"	"货号： JT4HY1401-6 生产批次： HR20131129"	耐摩擦色牢度（湿摩）
21	粗布三件套（小）	山西襄子老粗布有限公司	"襄子 xiangzi"	"床单：200cm*230cm 枕套：75cm*50cm"	货号：02-HT-01319-T	产品使用说明

消费提示

消费者在选择纺织类商品时，除了关注商品的品牌、款式、颜色等要素的同时，也需要关注以下问题：

1. 看外观，查标签

产品是否具有完整的标识，包括产品使用说明（外挂牌）、耐久性标签（水洗唛），是否明确地标注了制造者名称、地址、电话、产品名称、

产品号型、规格、款号，采用原料的成分和含量、洗涤方法、产品标准编号、产品质量等级、产品质量检验合格证明及安全技术类别等必须标注的内容。同时查看产品的做工是否良好并试穿查验服装是否适合及舒适程度。

2. 摸手感，闻气味

可以近距离闻一下衣服是否存在刺激性的气味，尤其是折叠带包装

的产品。如果存在刺激性的气味，则要提高警惕，该产品可能存在甲醛超标、有异味等质量问题。

3. 留凭证、善维权

在商品购买后的一段时间内，尽量保存好有关该商品的所有凭证，包括：购买票据、服装吊牌等，其不仅可用于指导产品维护，还可以在出现质量纠纷时作为的重要凭据。

北京市工商局公布 流通领域小家电质量抽查结果

近期,北京市工商局对市场上销售的小家电类商品进行了质量抽查检验。抽查检验结果显示市场上部分小家电类商品质量存在问题,发现的主要问题为电源连接和外部软线、标志和说明等项目不符合相关标准要求。

序号	样品名称	标称生产企业	标称商标	规格	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题
1	台扇	河南新飞太阳能科技有限公司	图形	FT-40	2012年5月	电源连接和外部软线。
2	电热壶	廉江市炜之裕电器有限公司	半球	FEB-200B	2013年3月14日	标志和说明、电源连接和外部软线、接地措施
3	多功能煎烤机	佛山市顺德区干泽电器有限公司(制造)	半球	QZ-32机械式	2013年5月	电源连接和外部软线
4	台扇	佛山市豪风五金电器厂	新城	FT-40	2013年5月	电源连接和外部软线。
5	电吹风	揭阳试验区长荣塑料模具有限公司	艺卓	8928	无	标志和说明、输入功率和电流、电源连接和外部软线
6	防干烧电热杯	潮安县彩塘镇豪兴五金电器厂	豪兴	HX-0033	无	电源连接和外部软线、接地措施
7	多功能电热锅	中国扬子集团·滁州市金扬子电器有限公司	JINYANGZI	CCFG-2100	无	电源连接和外部软线、接地措施
8	多功能电热锅	山东邹平澳美电器有限公司	玉星王	YB-28A型(包装)	无	标志和说明、电源连接和外部软线、接地措施
9	离子烫发器(包装)	温岭市光明电器有限公司(包装)	光明(包装)	RCT-1080(包装)	无	标志和说明、电源连接和外部软线
10	快速电热水壶	中山市新立客电器有限公司(样品)北京喜来敦电器有限公司(包装)	立客	LK-15	2012年3月16日	标志和说明
11	电热锅	北京喜来敦电器有限公司(包装) 制造商: 中山市新海成生活小家电有限公司(包装)	立客	K622	2013年12月05日	电源连接和外部软线、接地措施
12	电风扇	慈溪市长河恒茂电器厂	芊羽	FSJ-180C	无	结构、电源连接和外部软线
13	加湿器	中山市好运达电器有限公司	志高	JSQ110	2012年10月28日	标志和说明
14	热浪足浴器	宁波健康之家电器有限公司	好福气	JM-803	140302	输入功率和电流。
15	大众电热锅	潮安县彩塘镇强胜五金厂	强必盛	QBS-14	无	标志和说明、工作温度下的泄漏电流和电气强度、结构
16	防干烧电水壶	潮安县金石永诺家用电器厂	凯帝斯	5L	无	电源连接和外部软线



北京市工商局公布 流通领域自行车质量 抽查结果

近期，北京市工商局对市场上销售的自行车类商品进行了质量监测。监测结果显示市场上部分自行车类商品质量存在问题，涉及的主要问题为辐条挡盘、反射器、把立管等几个项目不符合相关标准要求。

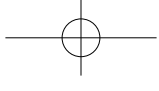
北京市工商局已按照有关法律法规对本次监测中销售不合格商品的4户经营主体立案调查处理，案件正在办理当中。本次公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应按照相关法律法规的要求主动采取召回、下架、退市等措施，保护消费者合法权益。

消费提示：

购买自行车时通常采用“一看、二摸、三试”。一看：看欲购的自行车的造型，是否符合你的需要；看自行车的外观，如油漆件、镀铬件的新旧成色及平整光亮的程度等情况；看自行车整体的对称状况。二摸：自行车车架、衣架及容易被人体碰擦的部位是否有锐边或不该有的突出物，油漆件、镀铬件表面是否有缺陷，如沙粒集结、流疤或露底、露黄等。三试：若对“一看、二摸”都满意，重要的还要试，先试车闸，车闸是否到位及是否能迅速复位，左右闸皮是否安装牢固和安装对称；再试前叉回转是否灵活，在左右摆动时是否有僵呆现象；然后试前后轮在转动时的偏摆情况，一般偏摆不可太明显；最后试前轴、中轴、后轴三道轴的转动是否灵活。

流通领域商品质量抽查检验不合格商品名单

序号	样品名称	标称生产企业	标称商标	规格	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题
1	未标注（实为自行车）	天津富士达自行车有限公司	图形商标+ BATTLE	14	未标注	侧反射器、前反射器不合格
2	欧美达自行车	欧美达自行车有限公司	欧美达	24	未标注	把立管、前反射器、 鸣号装置不合格
3	欧美达自行车	欧美达自行车有限公司	欧美达	26	未标注	把立管不合格
4	自行车	天津市蓝伟自行车厂	图形商标+ 津豪	24	未标注	突出物、侧反射器、 前反射器、说明书不合格
5	自行车	天津市斯波之星电动自行车有限公司	图形商标	26	未标注	辐条挡盘不合格
6	未标注（实为自行车）	天津市赛驰自行车有限公司	HONGQI	26	未标注	辐条挡盘不合格
7	仿活性印花四件套	北京永芳蝶雅纺织品有限公司	"蝶雅家纺"	"被套：200x230cmx1 床单：250x245cmx1 枕套：48x74cmx2"	10440-缕缕幽香	规格尺寸偏差率、 枕套耐干洗色牢度
8	桑蚕丝舒眠夏被	"上海小绵羊卧室制品有限公司 上海小绵羊实业有限公司"	"小绵羊 SHEEP"	200X230cm	"2014年3月11日 货号：S0520185"	纤维含量
9	玫瑰提花四件套	"上海小绵羊卧室制品有限公司 上海小绵羊实业有限公司"	"小绵羊 SHEEP"	"被套：200x230cm 床单：内标250x250cm 外标245x250cm 枕套：48x74cm"	"生产日期： 2012年12月3日 货号：S0240845"	产品使用说明、 规格尺寸偏差率
10	笛舒雅斜纹四件套	"制造商：中国瑞丰 纺织有限公司 厂名：石家庄市瑞丰 纺织有限公司"	"DISHUYA 笛舒雅"	"床单：230X245cm 被罩：200X230cm 枕套：50X80cmX2"	生产日期： 2014年2月20日	产品使用说明、 水洗尺寸变化率、 枕套耐干洗色牢度及 耐摩擦色牢度（湿摩）



老人订购寿桃 取货无果获赔

85岁的潘老先生本想高高兴兴给80岁的老伴祝寿，没想到因预订寿桃被稻香村店职工拿走而破坏了心情。虽然当天稻香村店已退款108元，并送点心一盒，但潘老先生和老伴仍郁闷不已，投诉到石景山区消协。

潘老先生于今年1月份在稻香村古城分店定购一份寿桃，价格108元，准备为老伴庆祝生日。潘老先生年轻时为革命受过伤，这辈子没有子女。生日当天，老伴的外甥和爱人高高兴兴去取寿桃，商家却告知没有寿桃。经查，潘老先生预定的寿桃被本店也预定同样寿桃的职工拿走了，现做已来不及了，工作人员只好向消费者道歉，并退款108元，为表歉意，还另送稻香村点心一盒。

没有寿桃也没有蛋糕怎么过生日，潘老先生立即出门买蛋糕。此时已是傍晚，跑了几家店都不给做，最后潘老先生多加100元加急费，终于买到了一个450元生日蛋糕。回到家本就有15年心脑血管病的老伴，听说遭遇后当场就犯病了。潘老先生立即拨打120，没想到生日宴却变成了一场生命的救护。

区消协接到投诉后，立即与商家联系，并进行调查了解，潘老先生反映的情况属实，商家应负全部责任。经过耐心调解，最终双方达成一致意见：1、由商家负责人当面向潘老先生赔礼道歉，并对相关工作人员进行处理；2、双倍赔偿潘



老先生交的寿桃款216元，并赔偿其加急购买的蛋糕款、救护车、交通费共计1600元；3、因老人年龄已大，今后凡购买本店食品可打电话预定，由店里免费送货上门。潘老先生对调解结果表示非常满意。

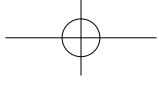
本案中，消费者已交定金，双方即形成了一种消费合同关系。经营者应全面履行合同义务，确保在规定的时间内取到食品，《中华人民共和国合同法》第一百一十二条规定，当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，在履行义务或者采取补救措施，对方还有其他损失的，应当赔偿损失。更何况本案中涉及的是知名企业，明明知道由于自身原因给消费者造成损失，就应当积极主动承担责任，减少消费者损失，维护好消费者的合法权益。（石景山区消协）

孩子教育培训 投诉频发悠着点

消费者刘女士近日向东城区消协投诉，称其孩子在接受“中国教育”出国留学培训时，因其孩子分数不够而无法出国留学，便要求该培训机构退还剩余的2万元课时费和4万元中介费，但该培训机构一直拖延不予退费，希望消协能够给予帮助。

接到投诉后，消协工作人员一边安抚消费者情绪，一边迅速联系培训机构核实相关情况，并向培训机构说明了刘女士的诉求。但该培训机构坚持不同意退费。消协工作人员耐心向该培训机构宣讲新《消法》，希望他们能从消费者的角度考虑，理解家长的心情，并为孩子的未来着想。通过多次调解工作，最后培训机构同意为消费者退还剩余的课时费和中介费，投诉圆满解决。

东城区消协提醒消费者，上述案例只是众多的教学培训机构投诉中的一种情况。对于每个家庭来说，为了让孩子将来能够出类拔萃，不惜花费大量金钱为孩子报名校外的各种补习班、培训班，希望能够通过补习、培训提高孩子的学习成绩，以期达到考入重点学校或出国留学的目的。家长们这种望子成龙的愿望虽然很美好，但也要视孩子的情况量力而为，一旦合法权益受到侵害时，一定要学会及时维权。（东城区消协）



羽绒服洗退色 消协调解获赔

近日，东城区消协接到消费者刘女士投诉，称其委托某洗衣店湿洗了一件羽绒服时，因洗衣店洗涤不当，导致羽绒服染色且衣边破损，但她要求洗衣店赔偿直接损失，却遭到对方拒绝，无奈只好投诉到消协。

接到刘女士投诉后，消协工作人员很快把消费者和洗衣店负责人约到一起，核实事情的经过，以及听取双方的处理意见。经过调查了解，消协工作人员发现，该洗衣店对消费者所送衣物未认真检查，在服务单据上未注明服装的面料、颜色、衣物的破损、褪色程度等内容，在消费者送洗衣服时没有说明细节，因此，洗衣店应当承担相应责任。

经消协调解，该洗衣店一次性赔偿消费者刘女士直接损失300元。刘女士对调解结果非常满意。（东城区消协）

莫因培训赔了“钱”又折兵

小陈与某公司签署了研究生培训协议，缴费过万元；协议内容为“保过参加2011年全国硕士研究生考试；定向考取人民大学国际关系专业硕士研究生；目标未能实现，培训方退还全部费用。”而后，知道考试日期，两门专业课没有提供任何课程培训；英语、政治两门公共课也只有几张光盘而已。小陈参加当年的硕士研究生入学考试初试即被淘汰，而当与经营者交涉退费时，对方以各种理由推辞，直至拒绝电话，这保过班，非但没有保过，反而带来了诸多的“难过”。经多次调解，小陈拿到了全额退款。

解读：

就业压力让许多大学生成为“考证族”，许多大学生认为多考一张证，毕业时就多一张就业通行证，同时大学生还面对考研和考博的竞争。因此各种培训班广告充斥大学校园，然而当前培训机构鱼龙混杂。相关投诉主要集中于退费难、格式合同显失公平、教育质量与宣传不符、随意调换师资或授课地点等，甚至一些只有教育咨询经营范围，不具备培训资质、师资力量不达标、不符合办学条件的经营性咨询机构纷纷上马，进行各种各样的课程培训，利用虚假宣传、诱骗报名参加培训班，预收了培训费后卷款逃跑，严重侵害消费者权益。

消协提示：

1、退费承诺不足信，参加培训班需理性；部分教育培训机构，事前信誓旦旦地承诺“无条件退费”、“无理由退

班”等，但事后用各种理由搪塞、拖延践诺，甚至于矢口否认当初的承诺，必须扣除相关学杂费后再退还部分款项。对此，应该理性选择培训班，不要看到承诺无条件退费、退班就冲动报名，避免“报班容易退班难”的尴尬。

2、师资名不副实，资质还需看清；为了招揽业务，部分教育培训机构以“考试包过”、“包你说流利英语”、“名师授课”等等做广告词，甚至自称是国外教育机构的分支。在选择教育培训班时，消费者对于教学场地、师资力量等一定要先实地查看、了解。同时，还可采取网络搜索的办法来查询网友对相关机构的评价，以考察核实商家的相关资质情况。

3、“霸王条款”有猫腻，看清内容再签约；部分培训机构预先在《培训合同X学员手册》等中加入“学员报名交费后，不办理退费手续”或增加退费门槛等“霸王条款”，并且在签订合同不依法提醒消费者注意，也不进行相关说明。而部分消费者在签订合同时不留意，甚至于根本不看合同内容，致使事后维权的难度大大增加。对此，消费者在签订培训合同时要看清内容，特别是退费条款，并注意将广告承诺的内容写入合同条款。如果遇到不公平、不合理的格式条款，可以予以拒绝接受并要求培训机构修改。

4、留存证据，以备维权之需。注意保管好培训班广告、收费凭证、合同等相关证据，遇到纠纷，及时向有关部门投诉。（海淀区消协）

黄金手链戴三天断裂 维修岂能收费？

近日，家住密云县城某小区的消费者任女士在某商场黄金饰品柜台看中了一条黄金手链，没想到花了一万五千多元购买的手链，买回去佩戴不到三天手链就断裂了。任女士第一时间找到商家反映手链存在质量问题。

商家对手链认真检验后，对任女士反映的问题表示认可，并确认该问题不属人为造成。但商家认为，手链断裂确实不属人为造成，但这种情况既不能退货也不给予换货，只能提供维修处理，且维修所产生的费用由消费者承担。任女士对商家的解释很不满，于是打电话到密云县消协请求帮助。

消协接到任女士的投诉电话，详细了解事情经过后，立即与事发商场取得联系，向相关负责人反映了消费者遇到的情况，指出消费者所购黄金手链出现的问题既然不是消费者人为造成，商家让消费者承担维修所产生的费用不合理也不合法，建议商场本着对消费者负责和对企业本身负责的角度，认真妥善解决好消费者这一投诉。商场工作人员表示，对消协指出的问题和提出建议，商场会高度重视，在核实具体情况后，一定会给消费者一个满意的结果。

当天，任女士就打电话到消协说问题已经得到解决，商家为她更换了一个同品牌、同型号的金手链，特别感谢消协第一时间为消费者调解并解决问题。（密云县消协）

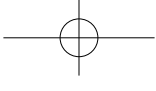


结算重复刷卡 退费一波三折

近日，东城区消协接到消费者余女士投诉，称其在辖区内某服装市场刷卡购买了1800元衣服，因商家POS机出现故障，导致她在结算时重复刷卡，银行卡上被扣金额3600元。余女士向商家提出退货并退还货款1800，遭到商家拒绝后，只好向消协投诉。

经调查了解，因信号问题，在余女士一次刷卡结算后，POS机出现了故障，商家没有收到银行返回成功消费记录信息，因而要求余女士再次进行刷卡，两次刷卡结算只收到银行的一笔刷卡成功信息。经消协调解，商家同意扣除余女士20元银行手续费后，退还她衣服货款1780元，并表示会积极与银行协调，待对账完毕后立即退还余女士多刷的1800元费用，余女士对消协的工作表示认可和感谢。

现在越来越多消费者在购物过程中习惯了刷卡结算。在此，消协提醒消费者在刷卡消费时应注意几点：一是刷卡后立即查看手机收到的银行刷卡记录信息，并核对金额是否正确；二是遇到重复被刷卡时不要急躁，一定及时与商家协商解决，并同时在银行的服务热线查询个人消费信息，发现问题及时与银行联系；三是要保留刷卡单据，遇退货时避免商家以此拒绝退货。（东城区消协）



莫让美容变“毁容”

小周是个白净漂亮的女孩，但觉得胳膊、肚子和腿部需要局部减肥。听朋友说，打瘦身针见效快，就到网上搜了一家美容院。花了一万元办了张卡，在肚子、胳膊、大腿部位做了“溶脂瘦身针”减肥。术后40天出现了左上臂两处脓包溃烂，相继在腹部、胳膊处又出现了多处硬节，周围红肿继而溃烂，流出黄色分泌物，而且不能愈合。致使小周每天都要到医院清创，忍受着清创时不能打麻药的痛苦，而且非但没能减肥，反而身体比原来还胖了不少。据医院诊断，小周的创口需要做植皮手术。对于一个人到北京打拼的小周，又是一笔不小的负担，无奈之下，小周投诉到海淀消协，经查该美容院未在注册地经营，并且没有医疗美容的资质。经调解，商家退还手术费10000元，赔偿消费者医药费25000元，治疗费40000元，共计65000元。

解读：

爱美之心，无可厚非。往往一些大学生也会选择做美容手术。但一些商家利用消费者减肥心切、爱美急切的心理，不断套取消费者钱财，甚至于无证做美容手术，导致“美

容”变“毁容”。

消协提示：

1、选择有资质的美容机构。要区分生活美容和医学美容。生活美容是非创伤性和非侵入性的皮肤清洁、护理、保养、修饰等服务。医疗美容，是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑。“创伤性”是生活美容和医疗美容的区分要点。割双眼皮、打耳洞、注射瘦脸针、洗牙等常见的美容方式均属医学美容范畴。持有《公共场所卫生许可证》为生活美容院，持有《医疗机构执业许可证》为医疗美容机构，两者均无的则属于未经卫生行政部门批准的无证违法经营行为，在此类美容机构消费无任何保证且存在危险。做医疗美容的医生需要有医师执业证书。消费者应根据自己的消费需求，选择美容机构。

2、签订协议避免纷争。如果决定要做美容，做什么项目、要交多少款、要达到什么效果，最好双方签个协议，交款时要注意索取收据，并要求盖上公章。（海淀区消协）

皮大衣洗掉毛 消协帮忙维权

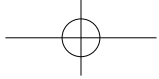
近日，消费者孟女士到一家洗衣店干洗皮毛大衣，价格为30元。但当她去取衣服时，发现衣服袖口有白点，而且有掉毛的痕迹。于是，孟女士找到洗衣店要求赔偿。洗衣店表示大衣是按照洗衣标识进行清洗的，掉毛属质量问题，因此，店方不承担责任。在多次协商未果的情况下，孟女士拨打12315电话进行投诉，要求讨个说法。

虽然当时正是节假日，但消协工作人员接到投诉后，仍然第一时间联系洗衣店了解情况。洗衣店当即提出要到相关部门去做鉴定，确认责任。此时，消费者感到非常无奈。

凭着多年的调解经验，消协工作人员当即指出大衣干洗，洗涤时间不能过长，烘干程度不能高于50度，皮衣掉毛应该是由于洗涤不当所致。洗衣店也觉得工作人员分析得有道理，态度明显发生了转变。

经消协工作人员调解，并结合新《消法》有关法规对商家进行说服教育，最后洗衣店给孟女士的洗衣卡内充值服务费800元整。事后，孟女士激动地说：“开始对这起投诉真的没报什么希望，没想到投诉能引起消协干部如此高度重视，感谢消费者协会为我们消费者撑腰。”（东城区消协）





上门推销有陷阱 购买商品须谨慎

近日，家住西城区的谭女士向消协投诉，称其被骗了，一下子买了180瓶，近9000元的清洁剂。

原来，8月3日，有人敲谭女士家门，开门一看，是个穿着整齐的女青年。自称是厂家直销多功能清洁剂，说着就拿出一个瓶子和海绵，在谭女士家中的墙面和地板上做起演示，而且擦出来的效果还不错。她对谭女士称，这款清洁剂是公司新产品，不光能擦油烟机，沙发、瓷砖、地板都管用。而且说，清洗剂零售价是69元，整件买50元一瓶。买得多还能赠送全房间的清洁服务，厂家可以上门用价值百万元的德国机器，给谭女士家做清洁。面对如此优厚的条件，谭女士在不停的劝说中，购买了三箱180瓶的产品，花费近9000余元，经营者也相应赠送12次上门免费清洁。为了让她打消疑虑，女青年还郑重地给她留下售后服务联系人李某的电话，并且承诺说，上门清洁时，如果发现洗涤剂过期了还可以现场更换。等女

青年走后，谭女士感觉不对，拨打留下的售后服务李某的手机，发现已关机。拨打400的热线，接线人员也不告诉其企业真实的名称地址，更别提什么上门服务了。

根据谭女士的反应，我会工作人员数次拨打服务人员手机号码，但一直关机。据了解，在深圳、烟台、包头等地也发生过类似侵害消费者权益的事件发生。基本上是以年轻的女子入户推销为主，称产品促销并赠送清洁服务等来推销商品。商品包装上印有制造商为“安徽省宿州市灵璧逸洁日用品商贸有限公司”，电话号码为“0557-6880522”。拨打该电话，也始终无人接听。销售人员既不向消费者提供发票等购物凭证，也不留真实的电话和地址，导致消费者受到了侵害，但因无法提供被诉方真实信息，而无法维权。

为此，我会发布消费警示：上门推销有陷阱，购买商品须谨慎。

一是消费者对于上门推销的商

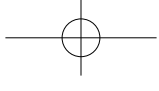
消费者即使对推销的商品有购买需求，也要保持一份理性与清醒，适量购买，最好是少量购买，先行试用，不要盲目听信推销人员的口头承诺，一旦出现问题，也使损失降至最低

品，要谨慎选择，认真核对上门推销人员的身份，必要时要求其出示相应的身份证明，要求其提供企业的真实名称及地址，并向相关部门进行核实。对于身份不明上门进行推销或提供“免费服务”的，应拒绝其进入，以免发生不必要的麻烦。

二是消费者对于上门推销的商品，要检查商品是否具有厂名、厂址、生产日期，必要时拨打厂家的服务热线核实产品的真实性、价格等相关信息。

三是消费者即使对推销的商品有购买需求，也要保持一份理性与清醒，适量购买，最好是少量购买，先行试用，不要盲目听信推销人员的口头承诺，一旦出现问题，也使损失降至最低。

四是消费者如需要购买上门推销的产品，在确认其身份后妥善保留相应的购物凭证和服务单据，作为出现纠纷后维权的证据。(北京市消协)



保健品功效宣传不靠谱

随着我国逐步进入老龄化社会，“银发经济”带动了旺盛的消费需求，但目前老年人的消费环境、消费者权益保护状况不容乐观，尤其在保健品（包括保健食品和保健用品）等消费领域，老年消费者的合法权益容易受到损害。根据近年来全国消协组织受理投诉情况，涉及老年人投诉保健品质量问题及虚假宣传问题较为突出。重阳节将至，保健品市场也在针对老年人酝酿新的宣传推销攻势。为此，中国消费者协会特别提醒广大老年消费者：

一、不要轻信保健品功效宣传

一些保健品经营者打着健康知识讲座、培训班等旗号，或假借政府、公益组织的名义，或以赠品为诱惑，吸引老年人到现场听课，实际是为了宣传和推销保健品；还有一些保健品经营者通过赠品换取老年人的联系方式以及是否独居的信息，为展开“亲情”推销做铺垫。这些保健品经营者通常会夸大保健品的功效，大多数甚至会声称其具有治疗效果。需要提醒的是，保健品说到底不是药品，不是医疗器械，千万不要轻信、不要购买那些宣称具有治疗或者辅助治疗作用的保健品。

二、身体健康出现状况应及时就医

对于有老年人的家庭，家人要时刻关注老年人的身体状况和心理状态，让老年人保持身心愉悦，安享晚年幸福生活。对于患有疾病或身体健康出现状况的老年人，应当在家人的陪伴下到正规医院进行检查与治疗。不要听信保健品经营者的“免费体检”结果，依赖其推销的保健品，以免贻误时机、耽误治疗。

三、选购保健品务必注意维权

保健品市场鱼龙混杂，那些打着保健品旗号流动推销的产品，多数没有取得国家正式批准文号，服用或使用后，不仅起不到应有的保健效果，而且还可能存在安全隐患。购买保健品时，要注意查看产品保健批号、生产厂家，现场索取并保留好相关票据和凭证，防止出现维权无据的情况。

四、做出购买决定前尽量征求家人意见

从全国消协组织受理投诉情况来看，老年人对于社会上各种保健品骗销手法识别力相对较弱，容易相信推销员对保健品的夸大虚假宣传。因此，子女和晚辈应当关心爱护老人，多了解有关老年保健和健康知识，帮助老人科学理解和把握。老年人在做出购买决定前，尽量征求子女或晚辈的意见和建议，最终选择适合自己的保健品。（中消协）

保健品市场鱼龙混杂，那些打着保健品旗号流动推销的产品，多数没有取得国家正式批准文号，服用或使用后，不仅起不到应有的保健效果，而且还可能存在安全隐患





租车方便但须谨慎

每逢节假日，很多消费者计划出游、探亲，由于出行时间段集中，公共交通工具往往一票难求，加之灵活舒适度等方面的考虑，很多消费者开始选择租车自驾行。租车涉及人身和财产安全，消费者如何保护自己的权益，中国消费者协会通过汇总分析受理的租车投诉案件，提醒广大消费者关注如下问题：

一、消费者一定要选择正规、合法的租车公司

目前市场上汽车租赁公司很多，消费者要提前了解租赁公司可提供的车型、车况，然后比较各家的租赁形式、租金额度及所需的证件、押金等具体情况再做出决定。

二、谨慎签订租车合同，了解相关条款

消费者在签订合同时，要关注以下几点：

1. 日限公里数和超出限数后的计费标准，比如，超出里程怎么计算费用、超时怎么计算等。
2. 突发情况应该怎样处理，第一联系人及联系电话等。
3. 仔细了解租赁公司的承诺，以充分享受各项应得的权利。
4. 了解违章及事故处理规定。有个别租车者开着租来的

的汽车随意违章，以为汽车租赁公司会为他们的违章行为埋单，实际情况是，在租车期间的违章经核实后，直接转到租车人身上。

三、车辆交接验收必不可少

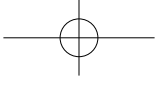
消费者对共同认定车况的过程一定要认真对待：

1. 要从外观上对车辆进行检查，例如车体有无划痕，车灯是否完整、车锁是否正常等，最好相机拍照留证。
2. 打开车盖，查看冷冻液、机油、电瓶的状况。
3. 进入驾驶室内，检查油表、刹车、空调的运行状况，并进行试驾，判断车辆的基本状况。
4. 对于一些车型的特殊功能及用法，应向租赁公司咨询清楚，如车辆的儿童锁功能等，以利于更加方便的使用。

四、审核车辆保险等法律文件。

消费者有权力审核所租车辆的必要证件和保险范围。保险是转移偿付风险的主要保障，租车的消费者在验车时一定要确认保险有没有到期，保险范围等。

此外，消费者也可以通过网络等途径了解一些租车争议案例，提高自我保护的意识和维权能力。（中消协）



相关链接：////////////////////

【案例1】公司出租未年检的车 消费者理赔受损失

海南省三亚市消费者在上海某租车公司三亚分公司租车，该公司将没有年检的车租给消费者，消费者在使用过程中出现违章行为，因为没有年检无法办理保险理赔，租车公司冻结消费者信用卡近十倍罚款额。消费者觉得租车公司有过错在先，冻结信用卡资金的做法不合理，将租车公司投诉到当地消费者协会。当地消协工作人员接到投诉后，联系租车公司了解情况，认为租车公司不应将未年检的车租给消费者，租车公司确实有过错在先，经过调解，被诉方与消费者进行了和解，事情得到圆满解决。

【案例2】违章须告知 不能偷扣款

2014年4月16日，江苏一名消费者在当地公司租车，4月18日消费者将车归还给租车公司。2014年8月13日，租车公司在没有任何告知消费者的情况下，单方面扣除了消费者信用卡里面的1700元。消费者打电话去询问，租车公司答复说由于消费者在4月16日使用车辆时有违章行为，而且后来也没有进行处理，所以公司扣除了消费者的违约金。但实际上，在归还车辆后的三个月里，租车公司没有通知消费者去处理违章，消费者不知道存在违章行为。租车公司没有尽到告知的义务，消费者要求退换1700元。消协工作人员认为，租车公司有义务告知消费者是否存在违

章行为，如有违章，尽快告知消费者去处理，而不是在消费者不知情的情况下，扣抵消费者的金额。经当地消协调解，投诉得到解决。

【案例3】预订已成功 临时变卦需补偿

2014年7月22日某消费者通过在租车公司的网站上预订出租车辆服务，经过消费者邮件确认，预订单号为：114293xxxx。8月1日出行当天到了当地机场，消费者突然被短信告知没有预订出租的车辆，也没有办法给予安排其他车辆，消费者不得已只能通过其他租车公司进行租车，由于是临时租车，消费者多花了1300元左右的费用，现要求租车公司予补偿其差价。消费者协会工作人员认为，消费者在网上已经预定，租车公司未尽到合同应有的义务，应当承担违约责任，对消费者因此造成的损失给予赔偿。虽然经过当地消协多次协调，双方仍然无法达成一致，投诉人表示会通过法律途径解决此事。

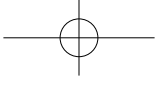
【案例4】租车会员权利变更须告知

某消费者2012年在某租车公司消费充值了3000元，当时公司规定充值3000可以成为该公司橙卡会员，消费者选择该租车公司的理由是其在金桥有服务网点，橙卡会员享受两个免费提车地点，消费者可以免费在金桥服务网点提车，非常便利。但是，2013年某天该租车公司客服来电话告知由于公司政策调整，免费的两个提车点权利取

消，并给予200虚拟金币作为补偿，消费者表示接受。最近，消费者在网上查询，发现200金币已过期作废，当时客服并没有说明这200金币有使用期限。后来，消费者上网租车，发现该公司的金桥服务网点也被取消，客服说网站有通知！由于金桥服务网点取消，消费者提车非常不方便，要求退换卡内余额。当地消协工作人员接到投诉后，立即与该租车公司联系了解情况，经过协商调解，租车公司给予消费者延期200金币的使用时间，消费者表示接受。

【案例5】租车合同条款侵犯消费者权益

2013年9月，消费者投诉称，与某租车公司签订了一份租车合同，租车费用规定，一天120元(包含租车费、保险费、手续费)，并且，在合同上写明，如果租车期间出现交通事故，2000元以下的赔偿由租车人承担，2000元以上由保险公司买单。后来，消费者在驾驶过程中出现交通事故，花费汽车维修费用820元，租车公司要求租车人支付，但是保险公司也将820元赔付给了租车公司，消费者认为这不合理，属于霸王条款，与对方多次交涉未果，投诉到当地消协，要求不支付汽车维修费用820元。当地消协接到投诉后，请消费者提供当初的租车合同，消费者无法提供。此赔偿条款确实不合理，但由于消费者无法提供相应证据，维权困难。为此，消协工作人员提醒租车的消费者，一定要保留好相关租车合同，以便日后维权。



慧眼识珠宝

随着人们消费水平的不断提高，珠宝消费也渐成热点。2014年上半年全国消协组织受理投诉情况显示，涉及珠宝首饰的投诉量同比上升4.7%，其中，反映珠宝销售中以假充真、以次充好、虚标等级含量的情况较多。如，一些商家标识笼统含糊，只标“玉”或“宝石”，未按要求标识具体宝玉石名称；一些商家将人工宝石或者经处理的宝石当做天然宝石出售；还有一些商家以低档宝石假冒高档宝石，比如用锆石冒充钻石、用石榴石假冒翡翠，致使消费者合法权益受到严重损害。在此，中国消费者协会提醒广大消费者：

一、不要轻信商家的口头承诺，向商家索取权威珠宝鉴定证书。

珠宝鉴定证书的机构资质认证有CMA计量认证、CAL授权认可、CNAS实验室认可等三种形式。其中，CMA认证是国家根据《计量法》对鉴定机构

的计量认证，是所有珠宝鉴定证书中必须具备的，只有经过计量认证的机构方可对外出具证书数据。珠宝鉴定证书还应当标明鉴定机构的联系信息，以便消费者查验证书真伪。当然，珠宝鉴定证书只是珠宝首饰品种质量等情况的证明，并不代表珠宝首饰定价是否合理。为了买到物有所值的珠宝首饰，消费者还应该多了解相关知识，并且货比三家。

二、仔细查看珠宝首饰上的印记，掌握识别材质和纯度的基本常识。

根据贵金属相关国家标准，贵金属珠宝首饰要求印记齐全，内容包括厂家代号、材料、纯度以及镶钻首饰主钻石的质量。以黄金首饰为例，一般黄金纯度有足金、千足金、K金等几种，印记也各有不同。每种印记都有不同形式的表现，仅足金印记目前就有“足金”、“金990”或者“AU990”等标

注方式。消费者在选购金银等贵金属首饰之前，先了解相关的印记鉴别知识也是必要的。

三、尽量选择更有保障的大型综合性商场或珠宝玉石专卖店购买。

根据消费者投诉的有关情况，旅游景点经营者以各种方式向消费者兜售假冒伪劣珠宝首饰、欺诈消费者的情况并不少见。消费者要特别警惕那些打着高标低折的幌子，甚至常年超低折扣推销珠宝首饰的经营行为。同时，要理性对待售卖珠宝首饰的电视购物广告，尽量选择更有保障的大型综合性商场或珠宝玉石专卖店购买。

四、购物索取正规票证，方便日后消费维权和接受售后服务。

应当注意的是，正规票证的内容应当与珠宝首饰的标识一致，最好也将质量、材质等关键信息一一列明。国内市场珠宝首饰名称应当用中文表示，而不能是字母或者符号。（中消协）

选用洗发品四大注意要点

日前，温州市鹿城区市场监督管理局开展洗护发产品等化妆品专项整治活动，发现温州市区部分美容美发店等场所存在使用过期洗护发产品现象，严重侵害了消费者的合法权益。为此，鹿城区市场监督管理局、鹿城区消保委联合发布2014年第九号消费警示——选用洗发产品 注意四大要点，提醒广大消费者在选购或使用洗护发产品时，应注意四个方面：

一是消费者应尽量选择使用知名

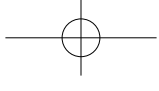
度较高、信誉较好、质量可靠的洗护发产品。

二是消费者选用洗护发产品前，应检查其包装上的标签内容是否齐全，包括产品名称、制造者的名称和地址、净含量（净容量）、生产日期和保质期或者生产批号和限期使用日期；国内企业生产的美容美发产品应标注生产许可证号、卫生许可证号和产品标准号，进口美容美发产品应中文标明进口化妆品卫生许可证批准文号及经销代理商名

称、地址等信息。

三是消费者美容美发时，要选择具备经营资质、信誉良好、知名度较高的美容美发场所进行消费，最好能自带洗护发产品使用。

四是如果消费者遇到商家有销售或使用“三无”、过期等洗护发产品时，可拨打“12315”电话向市场监督管理部门举报投诉。（温州市鹿城区消保委）



净水机选购安装“四注意”

近日，多位消费者反映，安装净水机或更换滤芯后发生漏水，造成家中地板被浸泡等财产损失，有的甚至殃及四邻。

对于以上情况，中国消费者协会调查分析发现，发生问题的主要原因有三：一是有的厨房设计时没有预留净水机安装位置，也没有水路和电路的预留，后期安装时强行安装入位，导致水路、电路出险；二是有的安装工作人员没有相应资质，进行违规操作；三是个别企业提供的滤芯卡口和净水机匹配精度不够。

近年，随着健康意识的增强和水污染现象不时见诸报道，净水机开始迅速进入消费者家庭。净水机产品涉水涉电，如果出现问题，轻则漏水造成财产损失，重则因电气安全造成人身伤亡。在此，中国消费者协会特别提醒广大的消费者在选购、安装净水机时，重点关注以下问题：

一、注意考虑是否留有足够安装位置。净水机是与家庭装修密切相关的产品，主要装于厨房内。选购时亦需要考虑机身高度、厚度、宽度以及厨房壁橱的高度等问题。如果消费者选购了储水桶式净水机，还存在水电连接等问题。因此，消费者在家居装修时，应提前考虑水电连接的安全性，保证净水机安装到位后不会发生漏水、跑电危险。目前也有一些品牌的产品做到了创新无桶设计，有效解决了安装时空间不够的问题，有些品牌做到了超大流量设计，能够保障多人口家庭的安全饮水需求。

二、注意选择有卫生许可批件的产品。净水机属于涉水产品，每款产品上市前应经过技术监督部门鉴定，确保出水水质及相关质量符合国家标准规范、获得省级卫生部门核发的卫生许可批件才可上市销售。目前，由于净水行业还不规范，一些小企业为了节约成本，在没有获得卫生许可批件，或多款产品套用一个卫生批件的情况下即违规销售。为此，消费者在选购净水机时应该注意查验产品是否具有卫生许可批件，消费者也可通过国家卫计委网站，进行卫生许可批件查询。

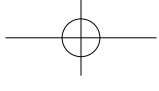
三、注意选择售后服务好的品牌。净水机的安装比较复杂，并且是涉水产品，自己安装或更换滤芯存在安全隐患，不适合用户自己安装。消费者在选购净水机时，还应考虑厂家、商家是否具有上门安装的服务能力。同

时，净水机在使用一段时间后需要更换滤芯，是一种需要长期售后服务的产品，购买时应该考虑厂家、商家是否在当地具有稳定、高质量的售后服务。

四、注意考虑滤芯保养费用和安装的便捷性。因品牌众多，附加功能不同，过滤精度不同，净水机的价格差别也较大，低至四五百元，高至八九千元。消费者选购时要注意预测使用成本，综合考虑产品和后期使用的性价比，选择质量可靠、性价比较高的产品。同时，消费者也要考虑滤芯更换时的便捷性、安全性，防止发生滤芯与净水机不匹配、或卡口精度不准导致的漏水情况。（中消协）

净水机的安装比较复杂，并且是涉水产品，自己安装或更换滤芯存在安全隐患，不适合用户自己安装。消费者在选购净水机时，还应考虑厂家、商家是否具有上门安装的服务能力





不要盲目追求洋快餐

近期，麦当劳、肯德基等连锁快餐店原材料供应商上海福喜食品有限公司被曝出使用过期劣质肉的事件引起了舆论哗然。这些洋快餐由于其烹饪的风味、明快的店面风格吸引的食客多为年轻一代，有些店面中的儿童游玩设施更是为年幼的儿童所喜爱。佛山市消费者委员会认为：企业销售过期肉、变质肉的违法行为，严重侵害了消费者的合法权益，对广大消费者特别是对这些未成年少年儿童的身心健康造成了极为严重的影响。为此，提醒广大消费者注意以下问题：

第一、消费者不要盲目追求洋快餐。很多消费者会认为知名品牌、驰名商标就是食品质量的最佳保证，消费者盲目地追求洋快餐，造成了这些国际知名品牌，滥用消费者的信任，忽视了食品安全的质量问题，最终受害的是消费者。

第二、未成年儿童应尽量远离洋快餐。洋快餐食物多为油炸食品，所含热量、脂肪都较高。相当部分消费群体为身体发育成长中的少年儿童，发育过程中需要大量均衡营养，洋快餐的配餐从营养学角度并不利于儿童的健康成长。家长要给予孩子指引，让孩子正确认识洋快餐，从小培养均衡饮食的习惯，理性消费。

第三、未成年儿童要在家长的指引下食用洋快餐。由于未成年儿童对食物的口味、健康和安全等常识并无太多概念，加上孩子的自我抑制能力不强，面对口感香味浓郁的洋快餐，孩子们根本无法分辨食物是否存在质量问题，所以，在食用洋快餐前家长要确保食物安

全的情况下才允许孩子食用。

第四、要索取有效的消费凭证。很多消费者因为喜欢方便快捷而没有索取发票或消费凭证的习惯。有效的消费凭证是消费维权举证的关键，消费者一旦遭遇餐饮消费纠纷，要注意保存证据及相关实物，及时向当地消委会投诉，以有效地保障自己的合法权益。（佛山市消委会）

佛山市消委会律师顾问团杜鸣欣



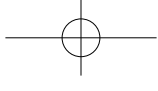
律师点评：

《消费者权益保护法》第十八条规定：“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”。麦当劳、肯德基等作为经营快餐的连锁店，应建立并执行严格的进货检查验收制度，确保肉类及其他原材料的质量，并进而保证提供给消费者的快餐符合质量要求。否则，如果消费者因食用麦当劳、肯德基等提供的以过

期肉、变质肉为原料的快餐而得病，造成人身伤害的，消费者有权要求有关快餐连锁店予以赔偿，包括医疗费、护理费、交通费等为治疗和康复支出的合理费用，以及因误工减少的收入等。

同时，根据《消费者权益保护法》第三十三条、《食品安全法》第八十五条等有关规定，对于销售食品的经营者（包括但不限于麦当劳、肯德基），有关行政部门应在各自的职责范

围内依法切实加强监管，保障食品的安全及消费者的健康，包括定期或者不定期对经营者提供的食品进行抽查检验，及时向社会公布抽查检验结果；在发现并认定经营者提供的食品存在缺陷有危及人身安全危险时，应当立即责令经营者采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施；对违法经营者处以罚款或吊销许可证等。



选购空气净化器避开误区： 净化和加湿不宜二合一

进入秋冬季节，严重雾霾频繁来袭。空气净化器市场，再度火爆。面对厂家营造的各种概念，消费者看了眼花缭乱。消费者在选购时，要尽量避开几个误区。

“净化率99.9%”不必多信

消费者对于空气净化器的最大误区，可能就要数现在各大厂商都在吹嘘的“99.9%”了。其实，对于“甲醛净化率达到99.9%”“PM2.5净化率达到99.9%”这样的宣传，无需多信。首先，由于国内行业标准的缺失，所谓的空气净化率，尚无一个完整统一的算法。其次，产品的净化率，并未考虑到风量、工作时间、房间面积等多种因素，意义不大。

判定一款空气净化器性能的关键指标，主要是CADR值、1小时净化率、HEPA滤网以及其他滤网质量、更换滤网的成本等等。尤其是CADR值（洁净空气输出率），它是由美国家电制造商协会（AHAM）按照一定的测试标准，进行测试得出的空气净化器输出洁净空气的比率，用来衡量一台空气净化器每分钟每立方米所清除室内烟雾、灰尘和花粉的能力。简单来说CADR值越高，空气净化器的净化率就越高。一些进口品牌，其CADR值使用的单位，是用“立方英尺/分钟”，换算成“立方米/分钟”，则要再乘以1.7。

配备HEPA滤网要看等级

采用HEPA技术的就是好净化器？HEPA滤网有严格的等级之分，不同等级的HEPA网，过滤效果天壤之别。HEPA网等级越高，能过滤的颗粒物直径越小，过滤效果越好。

目前市面上普通的空气净化器，采用的是H10H9级别的HEPA网，部分高端的空气净化器品牌，采用的是H12级别的HEPA网，极少数高端的空气净化器采用H13级别的HEPA网，其PM2.5一次性净化效率达到99.9%以上，而且对体积更小的0.3μm以上颗粒的一次性净化效率，也能达到99.97%，过滤效果极好。所以说，采用了HEPA网技术，不能说

就是好空气净化器，而要看配用的是什么级别的HEPA网。

加湿功能影响净化效果

秋冬季节，空气干燥。一些厂家为了增加卖点，推出了带有加湿功能的空气净化器，“花一份钱买两个功能”，受到一些消费者青睐。

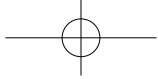
其实，加湿后，会影响净化器里面的活性炭性能。活性炭在潮湿的环境中会吸收很多水分，吸收水以后就会占据里面的空间，从而吸附甲醛等有害气体的空间就没有了。而且，活性炭一旦受潮就很容易产生异味，不仅使功效打折，还可能引起二次污染。因为空气中的水蒸气，可以把甲醛从活性炭中置换出来。

另外，在潮湿的环境下，空气净化机内的HEPA滤网会大量吸收空气中的水汽，滤网内部变得潮湿，这样就会给细菌滋生提供环境，从而造成二次污染。这就是为什么带活性炭的专业空气净化器，都是不带加湿功能的主要原因。

“可清洗滤网” 难以清除PM2.5

有的厂商声称，使用的是可清洗的滤网，可降低更换滤网的成本。实际上，这种说法很有迷惑性，因为可清洗的滤网，是属于初效过滤网，过滤的是花粉、灰尘较大颗粒物，而能真正有效去除对人体危害更大的PM2.5、甲醛、病菌等污染物的，是HEPA滤网和活性炭网。这些过滤网，都是需要定期更换的。视具体使用环境空气污染的严重程度，一般更换的时间为6-12月。

还有一些空气净化器，不用换滤网，是因为采用了静电除尘技术，但这种技术可能会产生一些臭氧，有可能带来二次污染。虽然一定的臭氧能杀灭细菌、病毒，分解气态性污染物，但是如有大量的臭氧，则会危害肺部，导致哮喘。因此，购买采用静电除尘过滤技术的空气净化器时，要尽量选用通过“零臭氧排放”认证的产品。（解放日报）



如何选择适合自己的牙刷

按摩型、旋风型、前驱型……面对超市货架上琳琅满目的牙刷，很多人都有这样的疑问：每种牙刷都说自己功效独特，究竟哪种牙刷最适合自己？小编这就给你普及下牙刷的知识，看你牙刷选对了吗？

根据使用对象购买牙刷

根据成年人、少儿、幼儿口腔大小的不同，我国牙刷标准规定了刷头尺寸。成人牙刷较大，少儿牙刷较小，幼儿牙刷最小。刷毛毛面长度最大不超过42毫米，刷毛高度不超过13毫米，刷丝的直径在0.2~0.3毫米之间，这些在牙刷包装上一般都有注明，买牙刷时只要注意看，就能买到大小合适的牙刷。

刷头大小

不同类型的牙刷有不同规格。刷头均有大小之分，要想让刷头能刷到口腔的每一个部位，一般宜用小头牙刷。

磨毛处理

除齿状形牙刷外，使用磨毛牙刷可有效达到口腔保健目的。它的外包装一般标注有“磨毛”二字，用手触摸刷毛端面，没有锋利、毛刺等感觉。

刷毛软硬

刷毛要选择软硬适中，



Focus

每种牙刷都说自己功效独特，究竟哪种牙刷最适合自己？我国牙刷标准规定了刷头尺寸，这些在牙刷包装上一般都有注明，买牙刷时只要注意看，就能买到大小合适的牙刷

或稍软的。但要注意，太软的毛易刷不干净。以前的刷毛都用猪鬃毛制成，十分硬，容易伤害牙齿和牙龈，现已基本淘汰；目前的刷毛多用尼龙丝制成。具体来说，可分为两种——普通丝和杜邦丝。杜邦丝弹性较好，不容易倒。

特殊人群要选专用牙刷

主要用于一些特殊人群，如问隙刷(牙缝刷)，主要用于刷除牙缝间的污物和菌斑，多用于老年人群，作为辅助刷具；凹型

刷，主要用于戴固定矫治器的正畸人群，也可作为辅助刷具。

电动牙刷的优势

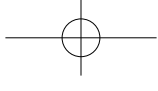
电动牙刷不需要任何手部动作的配合就可清洁口腔的效果，就可以最好的角度全方位地清洁我们的牙齿，所以我们可以考虑给孩子优先选择使用它。当然，任何年龄段的人均可以把这种牙刷作为刷牙的主要工具。电动牙刷有它自己的优势，与传统的手动的牙刷相比，它可以用较短的时间，更加有效地清除牙菌斑，减轻牙龈炎，控制牙石形成和色素的沉积，减少牙龈萎缩和牙颈部牙体组织的磨损。还有某些电动牙刷有定时的功能可以有效地提醒刷牙需要的时间，对儿童的帮助尤为明显。

要注意外观和价格

从外观看牙刷洁净、刷毛平整、包装严密的产品，质量比较可靠。对于那些没有产地、没有质量认证的牙刷，不宜购买使用。从价格上看，买3~6元一支的牙刷就可以了。

使用超过3个月的牙刷应尽快更换

按口腔卫生要求，一把牙刷使用时间最好不超过3个月。也许牙刷用了3个月其外表没有什么损坏，但刷毛内已隐藏了一定数量的细菌，对口腔卫生保健不利。（据中新网）



拍摄婚纱照三大“甜蜜陷阱”

1陷阱

打折促销 小心遇到“替身”

打折促销作为商家的惯用伎俩，消费者早已见怪不怪，但真能抵住“大幅度优惠”诱惑的消费者又有多少？答案是着实不多。

市民李先生告诉记者，在他与妻子选择婚纱影楼的过程中，一家店的打折促销吸引了他妻子，上面写着“店庆期间，原价8999元的套餐只需要3999元就可以拍摄”，最终选定了这间影楼。“我们进去交定金的时候人挺多的，我看了给客户拍的照片也觉得还可以。”李先生说，本以为以自己的“专业嗅觉”应该出不了大问题，结果却超出了他的意料。

李先生回忆说，由于都定在差不多日期拍照，所以人比较多，他们被影楼安排跟其他一对新人一起拍照。“我媳妇当场就不太乐意了，但我就劝她因为大家都选了一个时段，将就一下。”李先生说这些小问题他都觉得没什么，但当他发现一组照片拍下来，摄影师都只是让他们摆好“规定动作”，并不会指导他们做一些“自选动作”时，有了一些不好的感觉。

“我当时意识到这些摄影师不是太专业，但已经在拍了，也没什么办法。”李先生说，即使意

识到了问题，但当时他还是抱着“大事化小、小事化了，只要照片拍出来还行就算了”的观念，想要“息事宁人”。但真正让他气愤的是成片出来的时候，

“当时看到照片我火就大了，拍的真是太差了，最后闹大了，才告诉我们，由于打折价格低、人也多，所以给我们拍照的那些是摄影助理。”最后，由于影楼怕“坏事传千里”，又帮李先生夫妻重新拍了一次，“后来那个‘真身’上阵，说实话拍的还不错，但我们又浪费了精力、又浪费了时间，还生一肚子气，挺窝火的。”李先生说。

2陷阱

隐性消费 附加产品特别贵

小马和小司是一对“90后”新人，为了拍摄效果较好，他们最终选择了一款价格为5888元的精品套餐。小马回忆说，那天两个人本来高高兴兴去拍照，结果开始化妆时化妆师开始向他们推销一种“高档定妆安瓶精华液”，再三表示只有用这种产品妆容才会更服贴、拍出来效果才好。“刚开始她说的时候我还仔细问这是什么，有什么效果，以为人家是好心向我推荐，后来那意思就是我们必须得买，而且还是一买就是两瓶套装，600元。”小马说，当时想着怕不买化妆师就不给好好画了，只得“服软”。后来，化妆师又向她推荐了30元一副的假睫毛，她也被迫收入囊中，最后，彻底惹怒她的是选不同分区的礼服还要加钱。“我们的套餐里本来就包括了5套礼服、5个造型，结果选礼服的时候才告诉我，我上看的一套礼服需要单独加钱，因为是‘VIP区’的。”至今说起来，小马都颇为恼火，最终她们又添了将近2600元钱，才勉强拍完。

随后，记者咨询了婚纱摄影行业的业内人士，了解到所谓的“高档定妆安瓶精华液”进价不过在20元左右，而假睫毛的成本更是几毛钱就可以搞定，这些不过是商家的附加产品，是增加单笔订单收入的手段。不过他也告诉记者，随着行业内规范出台，目前也有不少摄影机构基本取消了隐性消费，把赠送的产品和是否有产品需要顾客另付费明确标明，为顾客提供了一定程度的“透明价格”。

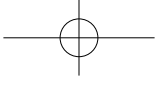
3陷阱

精修照片成新人 “自愿追加”

自我国首部规范婚庆服务行业服务质量的国家标准《婚姻庆典服务》实施以来，标准中明确规定“婚庆公司制作的包括照片、录像带、光盘等在内的婚礼音像制品应保证质量，并在规定时间内交付顾客，而且要一并交出录制过程中的所有原始资料(包括底片、录像带及数码资料等)。”使以往“客户需要再花钱买底片”的被动局面有所改善，但这种情况真的完全“取缔”了吗？现实显然也并不乐观。

市民张女士由于“不舍得放弃自己的照片”而又“心甘情愿”以每张30元的价格买回了自己照片的“版权”：“如果是花钱修片我就不加了，但拍了那么多，最后只给我30张，其余都删了，实在是舍不得，只能再买回来。”

虽然，随着行业内竞争加剧与日趋规范，大部分婚纱影楼开始提供“底片全送”服务，这时新的“招式”也出现了。因为精修照片数量是有限的，婚纱影楼首先会在新人拍摄时为新人“用心”拍摄大量照片，让新人无法取舍，之后也会“贴心”赠送许多摆件，让新人以重复的照片放在摆件中。市民陈小姐就被此伎俩坑了一把：“我的婚纱套系送的摆件很多，但精修照片只有30张，后来发现相册里都是重复的照片，只能再加钱增加精修照片数量，最后又多花了不到2000元。”



这些食物不能用微波炉加热

微波炉已经成为人们日常生活中常用的电器，使用微波炉加热，或者做菜都很方便快捷。但是有的食物是不能放进微波炉加热的，一起来了解一下吧。

你知道吗?这些食物不能用微波炉加热：

芦笋

新鲜芦笋富含包括维生素C在内的多种抗氧化营养素。微波炉加热会导致芦笋中维生素流失，因为维生素C和B族维生素属于水溶性维生素，稳定性更差，遇水、遇热、遇光容易遭到破坏。

母乳

很多妈妈将母乳挤入奶瓶存入冰箱，使用时再用微波炉加热，这容易



导致其中重要营养素减少。微波炉加热的母乳中含大肠杆菌的危险比其他方式加热高18倍。

西兰花

西兰花是最常见的微波食物。用微波炉烹饪西兰花会导致其中抗氧化成分减少97%，而用燃气灶烹饪西兰花只会导致其中抗氧化物减少11%。

干辣椒

干辣椒中的辣椒素具有挥发性和

不稳定性，微波加热很容易着火。微波加热过程中，干辣椒散发出的化学物质会刺激眼睛和嗓子。

冷冻水果

用微波炉解冻冷冻水果容易导致有益健康的葡萄糖苷和半乳糖苷转变为致癌物质，冷冻水果的最好解冻方法是常温下自然解冻。

大蒜

微波炉加热1分钟就会摧毁大蒜中的活性硫烯丙基化合物，使之失去应有的抗癌作用。大部分的蔬菜尤其是绿叶菜如果用微波炉加热，都有可能存在营养素流失过多的问题，因为蔬菜中维生素C等营养素对光热较为敏感。而肉类、蛋类、主食类用微波加热，营养损失较小。（人民网）

境外用信用卡消费两点要注意

如今，境外消费越来越流行，无论是购物休闲，还是餐饮娱乐，信用卡的使用已非常普遍。但很多消费者并不知道，在境外刷信用卡消费时，即使同等价位、同时间消费的商品，用不同的信用卡消费折合人民币竟然会有数十元到数百元的差异。

那么，使用什么样的信用卡，才能最大限度地节省货币兑换费呢?业内人士表示，首先要分清信用卡在境外的受理范围。信用卡根据批准发行的卡组织不同，可区分为中国银联、VISA、MasterCard等不同品牌。相比较而言，银联品牌卡的受理商户范围相对有所限制，但在东南亚地区使用相当方便;而VISA和MasterCard是历史比

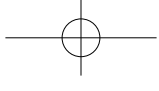


较久的发卡组织，其网络覆盖了全球150余个国家和地区，在欧美等地占据

绝对市场优势。

其次，到了境外，不同的刷卡渠道会有不同的汇率标准。据了解，目前国际卡组织收取的货币转换费从1%到2%不等，大部分在1.5%左右，走不同的通道收取费用不同;如果卡片上只有银联的标志，那么在境外刷卡只走银联通道，没有任何货币兑换费，会直接按照银联的汇率来进行换算。

值得注意的是，为推进跨境业务的发展，不少银行也推出了免收货币兑换费的VISA/MasterCard信用卡。比如有的银行的信用卡，持卡人无论在世界何地消费或取现，均可享受人民币自动购汇入账的特权，同时免收货币兑换手续费。



专家提醒：七招破解网络支付骗局

每逢节假日，人们纷纷上网订酒店、买机票，挑出行装备，为自己假期出游作好充分准备。然而，网络支付在为生活带来巨大便利的同时，也容易给个人银行账户的安全带来威胁。为降低大众网络支付风险，营造安全、高效、便捷的支付环境，广发银行专家揭示网络支付常见七大骗局，帮助消费者提高警惕，快速识别。

慎扫二维码，降低盗用风险

近日，经常网上购物的王小姐发现一家网店，卖家承诺购物能返100元的红包，于是她挑选了一件500元的毛衣，并询问卖家如何获得红包。卖家向王小姐发送了一个二维码并称只要扫描该二维码，就可以获得红包。王小姐扫描后发现，红包界面并未出现。于是急忙联系卖家，可卖家已下线。不久之后，王小姐发现自己的银行卡被盗刷，并立即报警。警方经调查后证实，当时卖家发送的二维码中含有木马病毒，盗取了王小姐的银行卡信息。

针对这类情况，广发银行财富管理顾问表示，不法分子提供的二维码其实是一个木马病毒的下载地址，病毒被下载后，可以自行安装，并不会在桌面上显示任何图标，而是潜伏在移动终端后台中运行，悄无声息地被盗取持卡人的信息。



Focus

网络支付在为生活带来巨大便利的同时，也容易给个人银行账户的安全带来威胁。为降低大众网络支付风险，营造安全、高效、便捷的支付环境，专家揭示网络支付常见七大骗局，帮助消费者提高警惕，快速识别

提防虚假客服，切勿泄漏动态码

一些不法分子通过非法渠道获取客户网购信息后，以“退款”或“退货”为由假扮客服，电话联系客户要求与客户网上聊天，并要求客户点击其提供的“钓鱼网站”的链接，以此盗取用户银行卡密码及动态验证码。提醒大家注意的是，实际上，在退货及退款环节不需要校验动态码或交易密码。

关注支付安全，慎设账户密码

由于目前某些中小网站的安全防护能力较弱，容易遭到黑客攻击，不少注册用户用户名和密码便因此泄露。而如果用户的支付账户设置了相同的用户名和密码，则极易发生盗用。

网络社交陷阱多，身份验证防诈骗

有些不法分子盗用持卡人亲友的社交网络工具如QQ、微

信等，与持卡人聊天，令其放松警惕。随后索要持卡人信用卡正反面照片，以此获取足以进行网络支付的三项重要信息——信用卡的卡号、有效期和卡片背面末三位数字，从而盗刷信用卡。

慎用公用WiFi，保护账户安全

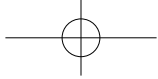
公共场所的免费WiFi账号也有可能成为犯罪的工具。持卡人使用WiFi后，被植入木马病毒，从而盗取移动终端内的银行卡信息。除此之外，不法分子会把正规网站的网址“绑架”到自己的非法网站上，当持卡人使用其WiFi网络并输入正确网址时，会跳转到一个高度仿真的假网站，如进行网络支付，便导致卡片信息泄露。

警惕低价陷阱，拒绝“钓鱼网站”

有些打着“低价”、“优惠”等旗号的“钓鱼网站”链接，通过互联网、短信、聊天工具、社交媒体等渠道被传播，持卡人一旦输入个人信息就会被不法分子窃取盗用。

关注手机安全，谨防木马病毒

许多不法分子利用伪基站冒充10086，向用户发送短信链接并要求用户下载客户端。而这些该链接其实是“钓鱼网站”，所下载的客户端实际上是木马病毒。不法分子利用木马病毒窃取卡片信息并进行网络购物，同时将发送到用户手机上的短信验证码转移到了自己的手机上，从而完成支付。（据人民网）



不会退税亏大了 海外购物教你3种退税妙招

现在正值暑期旅游旺季，不少游客到海外旅游时，免不了“血拼”一番。但由于对境外购物退税不清楚、语言沟通不畅、流程不明等原因，中国出境消费者每年有近30亿欧元的退税款项无人认领。30亿！摊在每个游客头上都有不少。了解如何退税，再去海外购物是不是更靠谱一点？

名表的税能省出个名包

“购物退税”是指欧盟主要成员国等对境外游客在退税定点商店购买的随身携带出境的退税物品，按规定退还增值税的政策。有人说退税多麻烦啊，不在乎这点小钱。对于大多数一年攒钱出国一趟的工薪族来说，麻雀虽小，也是肉啊。

不信我给您算笔账。以国人常去购物的欧洲为例，法国在机场拿到的实际退税额约10.8%至12%，也就是买1000欧元退108至120欧元左右。意大利拿到的退税额约12%，也就是买1000欧元退120欧元左右。丹麦、瑞典的退税率更是高达20%左右。这就意味着买一块价值5万元人民币的手表，光退税所得又能血拼一个名包了。

记者了解到，目前国际上大部分旅游国家都可以购物退税。比如亚洲国家的泰国、韩国、日本、新加坡等。欧洲国家如奥



▼ Focus

由于对境外购物退税不清楚、语言沟通不畅、流程不明等原因，中国出境消费者每年有近30亿欧元的退税款项无人认领。了解如何退税，再去海外购物是不是更靠谱一点？

地利、比利时、丹麦、芬兰、法国、德国、英国、希腊、荷兰、冰岛、爱尔兰、意大利、卢森堡、挪威、葡萄牙、西班牙、瑞典、瑞士、捷克等。澳洲和美洲也都有完善的退税系统。首先要弄清楚所在的旅游地是否有针对国外消费者的退税服务。确认之后，再寻找挂有“TaxRefund(退税)”、“TaxFree(免税)”或是“EuroFreeTax(欧洲免税)”等标示的商家，由他们来为你打理退税业务。

别忘了可以拼单退税

首先你要在当地找到能够退税的专门商店，一般有着蓝白灰三色退税购物(TAX FREE SHOPPING)专用标志的商家可以退税。另外，要注意商店规模以及商品种类，购物时要咨询商家退税金额百分比和最低退税金额。比如，商店规定消费120欧以

上才可以退税。如果你的金额不够，办法是可以和同行的小伙伴一起拼单，毕竟钱多退税高。

最重要的是，在该商店完成购物之后，一定要填好退税单。可以凭消费单据和护照向店员索要退税单，注意姓名、护照号码、购物金额、退税金额等项目不要出错，不然很可能无法退税。

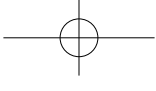
以欧洲为例，要顺利退税，还必须在离开购物国或最后一个欧盟国家时，向海关官员出示你所购买的未经使用的商品、商店收据和护照，海关官员核准后将在退税单上盖章。如果没有这枚海关印章，退税将半途而废。

退税妙招一：海外机场退税

最常见的海外退税方式是在机场。如果是自由行，你就需要对离境机场提前了解一下，比如退税所在区域和办理手续的区域。

如果你所购买的商品放在了托运行李内，那么在到达机场后，需先到海关柜台加盖海关印章，再办理行李托运手续。需要注意的是，在海关盖章之前，必须保证退税商品是完好无损的，没有使用或者开封过。

办好手续，最后一关是完成退税，在机场完成这一手续时很可能需要排队，所以必须留足时间。每次黄金周，欧洲机场中国人排大队退税都成为当地一景。要想不耽误飞机，



还得早点到机场。

据介绍，目前退税主要有两种方法，现金退税和信用卡退税。现金退税需要排队等候，且是以当地货币进行结算，但好处是钱立刻拿到踏实。信用卡退税也很常见，退税机构会把税款直接打入登记账户中，不过这样做要损失一定的手续费，以法国为例，每单收取3欧手续费。也有可能操作失误，收不到退税。

退税妙招二：回国免费办理退税

没来得及在国外的机场退税，您也别着急。您只要在拿着退税单要在海关盖章后就可以托运回国了，回国后直接人民币结算退税，而且还是免费的。有这好事？还真有。

前不久，海航集团的天津渤海通汇货币兑换公司开通了国内退税“快速通道”。从今年7月开始，您只要递交有

效退税单据，就坐在家里等着退税打到信用卡上。

具体操作也很简单，拿着盖章的退税单据，选择凯撒旅游等多家旅行社门市递交单据，或者直接与退税公司联系，由顺丰快递免费上门收取退税单。相较于在境外耗时15至40个工作日的退税流程。国内的退税人提供自收到有效单据3至5个工作日即可收到全额退税。您还可以全程跟踪退税进度。最重要的是，全部流程服务都是免费的。

现在，这项国内免费退税制度覆盖全球50多个国家、30余万家商户，退税合作占有全球境外购物退税市场份额的90%以上。如今全球六大退税集团如Global Blue（环球蓝联）、InnovaTaxfree都包括在内。

退税妙招三：支付宝退税

对于用惯了支付宝的年轻人来说，

现在用这个工具进行退税也不是难事。近期随着支付宝宣布支持退税，游客只需在退税单上(印有“Alipay”选项标识)填好绑定支付宝的手机、护照号和中文名拼音等必要信息，离境前把退税单交给海关检查盖章，并投递到机场指定的信箱，最快10个工作日后，退税金就会自动兑换为人民币到账消费者的支付宝账户上。

要提醒的是，在您离开旅游目的国时，必须向该国海关官员出示你购买的未经使用的商品、发票和护照，如合格，海关将在你的全球退税支票上加盖验放章。

支付宝退税优点是比信用卡退税更快，给消费者提供的一个新选择，但这种方式还有一定局限性。目前支持支付宝退税的国家只有法国、德国、意大利、英国和韩国这五个国家。

这样的金针菇不要买

中国疾病预防控制中心营养与食品安全所研究员 何 丽

金针菇对健康的好处多多，但鲜金针菇不好储存，做起来口感容易变老，很多人更愿意购买储存方便、口感更好的金针菇罐头，不过还是建议尽量少买这样的金针菇吃。

把金针菇做成罐头，关键的一个步骤是将金针菇煮熟，这样处理的结果就是：金针菇不再呈现好看的白色，而是颜色发暗，外观受到很大影响，一些不法商家就可能在这方面动手脚。

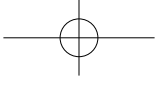
有些不法商家可能会用硫磺熏制等方法先处理一下金针菇，然后再煮熟，让金针菇美容增白。但如果使用了工业硫磺(有致癌作用)、连二亚硫酸钠(有强烈刺激作用，会损伤人的眼睛和皮肤黏膜)等非法添加剂，对健康的

损害就很大。而且，为了延长金针菇的保质期，浸泡金针菇的“营养水”也可能被不法商贩做手脚。如果是正常加工生产的金针菇罐头，浸泡汤汁很清亮，如果汤汁浑浊，杂质也多，建议大家不要购买，很可能添加了不该添加的东西。

金针菇菌盖嫩滑、营养丰富，要吃就得吃新鲜的。新鲜金针菇分黄色和白色两种，黄色金针菇应该是淡黄色或黄褐色的，顶端的“菇帽”中间颜色较深，菇柄颜色上浅下深，而白色金针菇是淡白或乳白色的。需要注意的是：不管是哪种金针菇，颜色都不会特别鲜亮。如果偶尔买罐装的，注意三点：包装上须有QS标注，是正规厂家出产的；如果汤汁要清亮；如



果菇帽完全长开或开裂，说明金针菇已经老了或不新鲜了。



你家的菜搭配错了吗？

菜的搭配不当会影响我们的健康，牛肉、鸡蛋、鸭肉、芹菜、萝卜黄瓜这些看似平常的家常菜，如果搭配不当，再长期食用，就会成为健康杀手，在不知不觉中影响到你的健康，那么哪些菜不能配在一起食用呢？下面我们就来看一看。

你家的菜搭配错了吗？别让美食坏了你的健康



1、红枣带鱼粥(红枣+鱼+葱):

红枣性平，能滋补脾胃，益气养血，与鱼葱同食会导致消化不良。

2、麻辣四季豆(大蒜+大葱):

大蒜大葱都是强烈刺激肠道的食物，一起食用后易出现腹痛、腹泻等症状。

3、小葱皮蛋拌豆腐(豆腐+小葱):

豆腐含丰富的钙，葱中含有大量草酸。当豆腐与葱合在一起时，豆腐中的钙与葱中的草酸结合形成白色沉淀物草酸钙，使豆腐中的钙质遭到破坏。草酸钙是人体中难以吸收的，如果长期食用小葱拌豆腐、葱炒豆腐之类的菜，就会造成人体钙质的缺乏。

4、香蕉酸奶(香蕉+酸奶):

酸牛奶能降低胆固醇。空腹喝酸奶会因胃内的酸度太强，乳酸菌在胃液里很难存活，降低酸奶的保健作用。与香蕉同食则对身体健康无益。

5、葱菇鸡块(鸡肉+芝麻):

芝麻能滋补肝肾，养血生津，润肠通便，乌发。但与鸡肉同食会中毒，严重的中毒者会死亡。用甘草水

煎服可治疗。

6、五香茶叶蛋(茶叶+鸡蛋):

浓茶中含有较多的单宁酸，单宁酸能使物质中的蛋白质变成不易消化的凝固物质，影响人体对蛋白质的吸收利用。

7、黄豆炖猪蹄(猪蹄+黄豆):

黄豆膳食纤维中的醛糖酸残基可与猪蹄中的矿物质合成螯合物而干扰或降低人体对这些元素的吸收。

8、青椒牛肝(牛肝+含维C的食物):

因为蔬果中的维生素C有很强的还原性，很容易被牛肝中的铜离子氧化，而失去生理活性。

9、萝卜炖牛腩(胡萝卜+白萝卜):

胡萝卜含有抗坏血酸酶，会破坏白萝卜的维生素C，使两种萝卜的营养价值都大为降低。

10、红白萝卜木耳汤(白萝卜+木耳):

萝卜性平微寒，具有清热解毒、健胃消食、化痰止咳、顺气利便、生津止渴、补中安脏等功效。需注意萝卜与木耳同食可能会得皮炎。

11、田螺酿肉(猪肉+田螺):

猪肉酸冷寒腻，田螺大寒，二物同属凉性，易伤肠胃，因此不宜同食。

12、菠菜豆腐羹(菠菜+豆腐):

豆腐里含有氯化镁、硫酸钙这两种物质，而菠菜中则含有草酸，两种食物遇到一起可生成草酸镁和草酸钙，不能被人体吸收。

13、黑糯米鸡(糯米+鸡):

糯米的主要功能是温补脾胃，所以一些脾胃亏虚，常常腹泻的人吃了，能起到很好的治疗效果。但与鸡肉同食会引起身体不适。

14、红豆冬瓜鲫鱼汤(鲫鱼+冬瓜):

鲫鱼性温味甘，和胃补虚，消肿去毒，利水通乳，但若与冬瓜同食会使身体脱水。

15、红黄沙拉(黄瓜+西红柿):

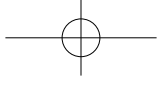
西红柿含大量维生素C，有增强机体抵抗力、防治坏血病、抗感染等作用。而黄瓜中含有维生素C分解酶，同食可使其中的维生素C遭到破坏。

16、酸辣黄瓜拌凉粉(黄瓜+辣椒):

黄瓜含维生素C分解酶，会使辣椒中的维生素C遭到破坏，降低其营养价值。

17、西红柿烩平鱼(西红柿+鱼肉):

西红柿中的维生素C会对鱼肉中的铜元素的析放产生抑制作用。



味精与鸡精到底选哪个？

一、生产原料的比较：

味精是以小麦、大豆等含蛋白质较多的原料经水解或以淀粉为原料，经发酵法加工而成的一种粉末状或结晶状的调味品。其主要成分为谷氨酸钠，还含少量食盐、水分、脂肪、糖、铁、磷等物质。

鸡精主要由谷氨酸钠、呈味核苷酸二钠、食用盐、鸡肉、鸡骨粉或浓缩抽提物为基本原料，添加(或不添加)香精、赋型剂，经混合、制粒、干燥而成的一种复合调味料。

其实，鸡精中含40%的味精。大部分鸡精的包装上都形象地画着一只肥鸡，或者写着“用上等肥鸡制成”、“真正上等鸡肉制成”。其实，它并不像我们想像的那样，主要是由鸡肉、鸡骨或其浓缩抽提物做成的天然调味品，它的主要成分就是味精(谷氨酸钠)和盐。其中，味精占到总成分的40%左右，盐占到10%以上。另外还有糖、鸡肉或鸡骨粉、香辛料、肌苷酸、鸟苷酸、鸡味香精、淀粉等物质复合而成。

味精和鸡精中的呈味核苷酸具有一种鲜味“相乘”效应，具有强烈的增鲜作用，其鲜度比同样浓度的味精高得多，是味精的换代产品。也就是说，鸡精的味道之所以鲜，仍然离不开味精的作用。只不过，有了肌苷酸、鸟苷酸的帮助，可以用较少的味精达到较高的鲜味水平。

二、营养价值的比较：

味精对人体没有直接的营养价值，但它能增加食品的鲜味，引起人们食欲，有助于提高人体对食物的消化率。味精中的主要成分谷氨酸钠还具有治疗慢性肝炎、肝昏迷、神经衰弱、癫痫病、胃酸缺乏等病的作用。

鸡精虽然鲜美但少有营养。鸡的营养物质大部分为蛋白质和脂肪，吃

多了会导致身体肥胖。鸡精中欠缺钙、铁、胡萝卜素、硫胺素、核黄素、尼克酸以及各种维生素和粗纤维，长期食用易导致身体亚健康。

选鸡精还是味精？

在实际生活中，作为增鲜和调味，选择味精还是选择鸡精，这主要看烹饪对象和每个人的口味要求。

如果您的烹饪对象、食物特征、风味比较突出，如肉、鱼等可以选择单一味精，只起到增鲜效果，特别是瘦肉的食品，肌苷酸含量比一般食品高，只需加一点单一鲜味的味精就可达到增鲜效果，这时如果加复合调味料可能有损本身食物的特殊风味。

对酸性菜肴，如：糖醋、醋溜、醋椒菜类等，不宜使用味精。因为味精在酸性物质中不易溶解，酸性越大溶解度越低，鲜味的效果越差。

两者在烹饪当中使用时的注意事项

一、使用味精要注意：

1.不要在滚烫的锅中加入，而要在菜肴快出锅时加入。因为谷氨酸钠在温度高于120℃时，会变为焦点谷氨酸钠，食后对人体有害，且难以排出体外。

2.不宜在酸性食物中添加味精，如糖醋鱼、糖醋里脊等。味精呈碱性，在酸性食物中添加会引起化学反应，使菜肴走味。

3.在含有碱性的原料中不宜使用味精，味精遇碱会化合成谷氨酸二钠，会产生氨水臭味，使鲜味降低，甚至失去其鲜味。

4.注意咸淡程度。如果太咸，味精就可能吃不出鲜味，食盐与味精的比例在3：1或4：1范围内，即可达到圆润柔和的口味，作凉拌菜时宜先溶解后再加入。因为味精的溶解温度为85℃，低于此温度，味精难以分解。

5.高汤、鸡肉、鸡蛋、水产制出的菜肴中不用再放味精。

6.孕妇及婴幼儿不宜吃味精，因为味精可能会引起胎儿缺陷；老人和儿童也不宜多食。

二、使用鸡精要注意：

1.鸡精中含有10%左右的盐，所以食物在加鸡精前加盐要适量。

2.鸡精含核苷酸，它的代谢产物就是尿酸，所以患痛风者应适量减少对其的摄入。

3.鸡精溶解性较味精差，如在汤水中使用时，应先经溶解后再使用，只有这样才能被味觉细胞更好地感知。

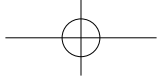
哪些人群不宜多吃味精与鸡精？

孕妇不宜吃味精。味精的主要成分是谷氨酸钠，血液中的锌与之结合后从尿中排出。味精食入过多会消耗大量的锌，导致体内缺锌。锌是胎儿生长发育的重要微量元素。过多食用味精可能会引起胎儿缺陷。

患有高血压的人不宜食用味精鸡精。患有高血压的人如果食用味精过多，会使血压更高。所以，高血压患者不但要限制食盐的摄入量，而且还要严格控制味精的摄入。

婴幼儿不宜食用味精鸡精。谷氨酸可以与血液中的锌结合，生成不能被利用的谷氨酸锌被排出体外，导致人体缺锌。锌是婴幼儿身体和智力发育的重要营养素。过多食用味精，会造成婴幼儿身体和智力发育缓慢，严重者会严重影响婴幼儿的智力痴呆！

老年人不宜食用味精鸡精。味精，鸡精吃多了，常常会感到口渴，这是因为味精和鸡精中含有钠，过多摄入可导致高血压。60岁以上的人对钠的摄入尤为敏感，缺少钠，老年人患上高血压、肾病、水肿等疾病的几率更高。



实用：一眼鉴别化妆品真假

现在的护肤、彩妆产品经常会有一些奇怪的成分添加，大家不一定能一眼识别出来，但是，我们可以本着对自己肌肤负责的精神，用科学严谨又简单的办法来检测一下哦。

洁面乳质量鉴定：

1.好的洁面乳有淡淡的清香，挤在手上应该是水融，没有油腻感的。

2.用火烧，把洗面奶放入勺内，用火烧，如果溅油，就不是好的洗面奶，如果越烧越像牛奶一样，说明是好的洗面奶。

3.拿PH试纸来试试就知道了，直接把它挤到试纸上，温和的PH值才不会伤害你心爱的肌肤哟。

化妆水质量鉴定：

1.用力摇，摇完之后看泡泡。

a 泡泡很少，说明营养成分少。

b 泡泡多但是大，说明含有水杨酸。水杨酸洁肤的效果较好，但刺激性大易过敏。

c 泡泡很多很细，而且很快就消失了，说明含酒精。不要长期的使用，容易伤害皮肤的保护膜。

d 泡泡细腻丰富，有厚厚的一层，而且经久不消，那就是好的水。

2.质量好的无酒精味。不好的使用时有清凉感，闻起来有些酒精味。

3.一般化妆水都有颜色，如果储存地点不当，经



常受阳光的照射或是存放时间过久，颜色会变淡。

4.爽肤水的瓶子是非透明的，绝对不要买。因为无法鉴别。

乳液质量鉴定：

1.闻味道。好的产品成分纯净，不需要浓重的香料来压抑产品异味。

2.拿一杯清水，把乳液倒进水里一点点，如果浮在水上边，证明里边含油石酯(这是现在化妆品不推荐用的)，晃一晃，水变成了乳白色，证明了里边含乳化剂，这样的化妆品是不好的。如果倒在水里，乳液下沉到底部，证明不含油石酯，这样的是可以用的。油石酯会伤害皮肤，造成皮肤干燥缺水，因为他是堵塞毛孔的主要原因，久而久之，毛孔会越来越大。

膏霜质量鉴定：

1.放一点在普通勺里，拿火烧，直到完全烧尽，如果有黑色残渣，那是各种添加剂，越多证明添加剂越多。

2.面霜装罐时，如果是填装技术良好、质地细致的成品，它的表层会呈现均匀光洁的形态，不会有大小孔出现。

精华质量鉴定素：

对于液态精华素，购买时一定要仔细观察精华素的色泽和形态，如果发现浑浊、沉淀或变色等现象，这样的精华素已经不能使用。油性、痤疮等易感染性皮肤的消费者在购买和使用精华素时一定要慎重，选择具有消炎、杀菌作用的精华素才好。

粉底质量鉴定：

取适量放入水中，然后观察其反应。一般都三种情况会发生：粘在杯边，飘在水面上，沉在杯底。这三种情况即说明了其所含的成分。好的产品是不粘杯边，不漂浮，不沉杯底的。

a 粘在杯边的是动物油。

b 飘在水面上的是矿物油。

c 沉在杯底的是重金属，铅，汞等。

彩妆质量鉴定：

找个银饰物，把化妆品或者彩妆抹上去，银饰物变黑就说明化妆品里有铅和汞。

卸妆乳质量鉴定：

1.建议挑选时先擦点油质粉底或防水口红。睫毛膏之类的产品在手背上，然后倒点卸妆乳抹匀，看看是否很容易和彩妆品融为一体，并且可以用面巾纸擦掉。商店里摆放过久的卸妆乳会像豆花或是咸豆浆一样，有块状物出现。

2.建议保湿的产品，很多都是矿物油制成的(这样的是不好的)，你把他们涂到纸上，过一会把多余的擦掉，如果保湿的话纸就会起皱的，如果是矿物油所制的话你就会发现那是透明的！

3.也可以拿产品挤放到铁制的调羹上，然后下面有火来加热，如果含有矿物油的话那油就会冒出来的！

小编提示：现在有很多网上售卖的化妆品都为假货，希望各位在购买的时候，严格地鉴别，这样才能保证不对自身的身体产生伤害哦！（据中新网）



BEIJING CON- SUMERS

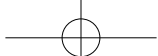
保护合法权益
引导科学合理消费



北京消协在您身边

www.bj315.org/





关注“北京消费者” 做聪明消费者



“北京消费者”公众微信开通啦!

“北京消费者”公众微信平台以宣传《消法》、引导消费为目的,以向消费者介绍选择和鉴别商品的实用知识和方法为主要内容,致力打造专业新媒体消费教育平台,更好地保护消费者的合法权益。

这里有精彩的案例点评,专业的消费提示,实用的消费技巧。关注“北京消费者”,做聪明消费者!欢迎关注订阅,共筑消保平台!消费者可以通过微信号关注,也可通过扫描二维码关注。



- 1、“北京消费者”微信账号: [bjxfz315](#)
- 2、“北京消费者”微信账号二维码