



Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会共同的责任

北京

消费者

2014年第6期

12



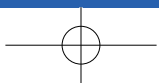
互联网渐成售假重灾区

天猫、1号店、苏宁易购等电商
售假被曝光

P11 青海春天极草被曝不含虫草素

P14 空气净化器买“对的”别买“贵的”

P27 苹果电脑出故障 维修运输费谁承担？





12月15日，北京市消协为北京一汽丰田汽车销售有限公司送去新《消法》宣传材料，并同企业员工进行了座谈。座谈会上，董青秘书长为员工们宣讲了新《消法》中的亮点内容，并重点就产品三包与召回规定、经营者应承担举证责任等方面内容进行了解读。



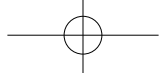
12月16日，北京市消协联合西城区莲花河社区居委会召开消费者权益保护知识讲座。讲座现场，市消协为社区居民赠送了新《消法》宣传画册，并播放新《消法》宣传视频。市消协投诉与法律事务部主任罗刚为社区居民详细解读了如何运用新《消法》维护自身合法权益，同时对居民在消费维权过程中遇到的问题进行了解答。

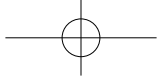


11月27日至28日，北京市消协在房山区召开了北京市消协系统2014年度工作会议。十七个区县的秘书长、投诉负责人70余人参加了会议。各区县消协投诉工作负责人学习了《消费者协会受理消费者投诉导则》、《侵害消费者权益行政处罚规定》以及全国消费者协会投诉与咨询信息系统的操作培训等，座谈会还讨论了2014年工作亮点及2015年工作思路。



11月6日，秦皇岛市工商局、秦皇岛市消协来北京市消协交流工作。交流会上，秦皇岛市工商局、秦皇岛市消协就消保工作中的消费引导、消费教育、消费指导、商品比较试验的一些实际问题与市消协进行了研讨，并就京津冀一体化大格局下，加强合作交流、信息互联互通、资源共享达成一致。





Prologue

刊首寄语

消费者权益保护工作寄语

随着中国消费者运动的推进，我们共同经过了三十载不平凡的日子。

回首往事感慨万千！从法律制度的保障到规章制度的完善；从消费者组织的壮大到全社会共同责任意识的提升；从化解消费纠纷到破解消费陷阱；从企业诚信、维护消费者权益的首项职责教育到责任消费、可持续消费的科学引导，在这辉煌的历程中，无不倾注着同志们的辛劳和汗水。一个个尖锐矛盾的化解、一个个“坚冰”的破除、一个个艰巨任务的圆满地完成，面对消费者一张张笑脸，我们的工作如此欣慰，我们的使命如此光荣。

作为全国消费者组织之一的北京市消协，和兄弟单位一样，消保维权工作取得了长足的发展。为消费者运动的壮丽画卷增添了“浓墨重彩”。

近年来，北京市消协与宾馆、酒店“十二点结账”的不合理“惯例”展开“较量”、对电信行业话费充值卡设置“有效期限”进行长期“博弈”、掀起了最后一轮与餐饮行业顽固设置“最低消费”决战的高潮……最终广大消费者成为了“赢家”。我们为消费者庆幸的同时，也深感肩上的责任重大，任重而道远，不敢有丝毫的懈怠。

展望未来，我们充满信心。在党的“十八大”精神的指引下，构建法治国家和文明和谐社会，“使消费者能消费、敢消费、愿消费”，让我们更加努力，消费者权益保护事业的明天会更加美好！



北京市消费者协会副会长兼秘书长 董青

CONTENTS

2014年12月
BEIJING CONSUMERS

目录



热点关注
HOT CONCERN

P02 网购“七天无理由退货” 成投诉难点

修订后的《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称“新消法”)“上岗”已经半年。中国消费者协会(以下简称“中消协”)的调查显示,如今,消费者对新消法重要条款的认知度已从年初的76.4%上升到了83.19%。但新消法落地过程中也出现了一些问题,如消费者网购退货难、个人信息频遭泄露等等,导致新消法的效力大打折扣。

卷首语

01 消费者权益保护工作寄语

热点关注

- 04 “7天退货”难兑现
“后悔权”亟待落到实处
- 05 网购“七天无理由退货”
成投诉难点
- 08 互联网渐成售假重灾区
违法成本低致屡打不绝
- 10 国家工商总局局长张茅:
网购新规3月15日出台
- 11 青海春天极草被曝不含虫草素
“试点产品”身份合法性遭疑
- 14 空气净化器买“对的”
别买“贵的”
- 16 网帖称速冻水饺等产品肉馅是猪
脖肉
- 18 实在郁闷又无可奈何
骚扰电话太烦人

权威发布

- 20 国家工商总局曝光天猫、1号店、
苏宁易购等电商售假货
- 22 北京市工商局公布自行车类商品质量
抽查结果
- 23 北京市工商局公布室内装饰装修材料
类商品质量抽检结果
- 24 北京市工商局公布太阳能热水系统
类商品质量抽查结果

调解案例

- 26 木门质量惹纠纷 消协介入终获赔
- 26 4S店收了定金迟迟不见车
- 26 宝马查出质量问题迟迟不解决
- 27 苹果电脑出故障
谁来承担维修运输费?
- 27 托运包裹遗失 赔偿依据各执一词

- 28 Ipad5打不开网页
苹果专卖店蛮横不退货
- 28 老人修车不满很生气
- 29 买到变质酸奶获三倍补偿
- 29 冰箱保修期内修三次 商家拒绝退换货
- 30 莫让网购“网”住了理性
- 31 购买数码产品要心中有“数”

消费提示

- 32 正确选用电暖宝
避免变成“电手雷”
- 33 北京市消协提示:
赴澳游客慎购电子产品
- 34 王府井购买玉器需谨慎
- 35 手机绑定套餐问题多
消费者办理需谨慎
- 35 网购要五看三注意
- 36 选购猴菇类饼干要货比三家
- 36 如何选购二手车



P11 青海春天极草被曝不含虫草素 “试点产品”身份合法性遭疑

青海春天工作人员称，极草既不属于食品也不属于药品，属于青海省食药监局规定的试点产品。但“试点产品”这一身份是否合法备受王海和法律界人士的质疑。

■ 工作研究

- 37 浅谈搭建老年消费维权网络的经验和做法
- 40 微信平台助力社会化管理

■ 消费课堂

- 44 二手笔记本交易常遇陷阱
- 44 4招挑出最好花生油
- 45 手机辨别常识
- 45 酒喝剩后怎么保存?
- 46 如何避免手机成“手雷”
- 47 选购刷毛细软牙刷是误区
- 48 常用加湿器会致癌?
听听专家怎么说
- 49 行家帮您挑靠谱手串
- 50 如何挑选好茶叶?
- 51 不用密码也能转走卡内存款
- 52 购买柚子要选“不倒翁”

《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。

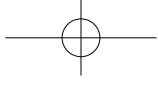
面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



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 赵伟春 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

2014.12 第6期 (总第38期)
京内资准字1014-L0080号

内部资料 免费交流



“7天退货”难兑现 “后悔权”亟待落到实处



新修订的《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起7日内退货。也就是说，消费者就算冲动消费了，也还有“后悔权”。然而，“后悔权”真能落实吗？

今年“双11”期间，北京的大学生小周接到中国移动的客服电话，对方向他推销手机。“手机价格398元，买手机，赠600元话费，还给原手机号开通4G功能。说是做活动才这么优惠，这款手机就是去营业厅，这个价格都买不来。”小周说，自己本来就想尝尝4G的鲜，“双11”期间同学们也都在抢购，他一听这么优惠，就买了。

一收到手机，小伙子就后悔了。“屏幕太小，分辨率也不高。”他上网查查配置，结果更窝心：“中关村在线报价390元，比电话推销还便宜8元。一些网友评论说，市场上购入价还不到100元。”

感觉自己被忽悠了，小周收到手机的第二天就打电话要求退货，包括4G服务、话费等一并退还。结果推销人员说：“签收就意味着交易完成，买卖成立，不是质量问题不能退货。”所谓质量问题，需要消费者去该运营商的质检中心检测，出具

该产品有质量问题的证明，才能退货。

小周承认自己是一时冲动买了手机。“可商家在促销过程中也用了不光彩的手段呀，凭什么不让我们退货？现在网购都能7天内无条件退货，电信服务商为啥这么霸道？”

就像小周所经历的，眼下网络、电视、电话购物越来越发达，促销信息也让人眼花缭乱，特别是支付手段也越来越便捷，很容易造成消费者在外界因素促发下进行事先没有计划的冲动消费。

但事实上，即使冲动消费了，消费者也是有权“后悔”的。今年3月15日起开始实施的新修订的《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十五条规定：经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但下列商品除外：消费者定作的；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。除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。可见，不能退货是要与消费者确认的。

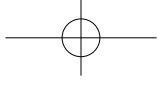
不过，在享受“后悔权”的过程中，消费者要承担一定的退货成本。《新消

法》规定：消费者退货的商品应当完好。

退回商品的运费由消费者承担；经营者和消费者另有约定的，按照约定。消费者自己承担后悔产生的运费等损失，也是公平可行的。

现实中，商家经常以“货物已签收、包装已拆掉”为由拒绝退货。可是消费者如果不签收，不打开包装，怎么能知道东西到底和想象的是否一样，有没有质量问题呢？对此，国家工商总局法规司相关负责人曾在接受中国政府网的采访时表示，商品完好指的是商品本身，消费者准备退货时的商品本身没有产生毁损，就是完好的，就可以无理由退货，“包装拆掉了，和商品完好是不违背的”。

小周致电中国移动的客服人员，强调自己受《新消法》的保护，有7天“后悔权”，但对方不予理睬，坚持无质量问题不退货。专家指出，真正落实“后悔权”，还有三方面工作亟待加强：一是加强宣传，让更多消费者知道自己这个权利；二是商家要加强自律，不要试图钻法律法规的空子；三是加强监管，畅通消费者维权渠道，降低维权成本，同时提高商家的违法成本。如此三方努力才能有一个更好的消费环境，让消费者花钱不添堵，撬动内需更给力。（据人民日报）



新《消法》上岗半年多 部分维权条款难落地 网购“七天无理由退货”成投诉难点

修订后的《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称“新消法”)“上岗”已经半年。中国消费者协会(以下简称“中消协”)的调查显示,如今,消费者对新消法重要条款的认知度已从年初的76.4%上升到了83.19%。但新消法落地过程中也出现了一些问题,如消费者网购退货难、个人信息频遭泄露等等,导致新消法的效力大打折扣。

随着问题浮现,专家建议通过配套的司法解释来保障新消法的落实,而想要真正落实消费者权益,单凭法律本身很难,执法者和市场主体都应该成为法律的助推器。

“七天网购无理由退货”成投诉难点

来自中消协的数据显示,今年上半年,全国消协组织受理销售服务投诉1.3万件,其中,“七天网购无理由退货”成为消费者投诉难点。

按照新消法第25条规定,经营者采用网络销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货,且无需说明理由,但一些特殊情况除外(如消费者定做、鲜活易腐以及交易前经消费者确认过不宜退货的商品等)。

这是我国第一次将“七天无理由退货”纳入法律规定,赋予消费者七天的“反悔权”,也是新消法最大的一个亮点。

然而,亮点变成了难点。中消协公

布了一个投诉案件,今年4月12日,内蒙古自治区消费者李女士在某网站购买衣服后不满意质量,在7天内选择退货却遭到了商家的拒绝,最后由消协出面,商家才按规定进行退货。

针对“七天无理由退货”,中消协指出了问题的关键所在:交易双方对法规的理解不同。

由于对新消法第25条“七日无理由退货”规定的适用范围和具体执行标准存在不同理解,商家不断扩大不适用无理由退货的清单,甚至制造退货障碍,给消费者依法维权带来了困扰。

中消协认为,商家在落实“七日无理由退货”有关规定上普遍存在以下问题:

首先,对不适用“无理由退货”的商品标注不明显,购物过程中缺乏“一对一”的确认程序;其次,商家的退货标准过于严苛,导致退换货投诉增多;第三,擅自扩大对“七日无理由退货”的解释。

“针对这些问题,工商行政部门随后约谈了多家电商,并提出整改要求,但我们发现商家和消费者的‘一对一’确认程序目前落实的并不好,还需要进一步整改。”国家工商总局消保局局长杨红灿强调,各家电商

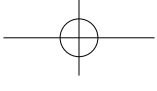
平台在扩大不适用退货范围时要慎重,不能什么都往篮子里装,否则“七日无理由退换货”的规定也就弱化了。

配套的司法解释需加快出台

“与新消法配套的司法解释需要加快出台。”北京市消费者协会法律顾问邱宝昌告诉中国青年报记者,新消法中虽然亮点很多,但因为是新增条款,一些实施细节还需确定,否则在具体运用中,很难判定赔付责任。

邱宝昌在新消法实施3个多月时,就发现了一系列问题,其中就包括网购无理由退货。





考虑到商品的种类众多，为保护经营者的利益，防止个别购买者滥用无理由退货权，新消法规定，经消费者在购买前确认不宜退货的商品，不适用于无理由退货。

邱宝昌认为，新消法在无理由退货的设计上既考虑了保障消费者的权益，也考虑到经营者的利益。但具体到不适宜退货的商品种类界定上，经营者不能以对自己有利来确定该商品是否不适宜退货。

“经营者应该根据商品的性质来确定，并保证不适宜退货的商品得到消费者的普遍认同。”邱宝昌建议，在新消法实施的过程中，行业协会、国家相关部门应根据商品的性质，发布不适宜退货的商品目录，不能让网络商品的经营者肆意而为。

除了“七天无理由退货”外，邱宝昌认为，新消法中对耐用商品的界定也需要给出进一步的司法解释。

新消法第23条规定，“经营者提供的机动车、计算机、电

视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务，消费者自接受商品或者服务之日起六个月内发现瑕疵，发生争议的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任”。

邱宝昌发现，规定中只列举了常见的几类耐用商品，但现实中的耐用商品远不止这些。“如何界定商品是不是耐用商品，手机、吸油烟机、家具是不是耐用商品？这些商品发现瑕疵后，能不能适用由经营者承担举证责任，这些都需要进一步给出解释。”

保护个人信息不被泄露难在哪儿

除了网购商品退换货的纠纷，另一个突出问题是个人信息被泄露、垃圾短信骚扰消费者。

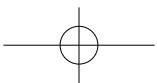
个人信息保护在许多国家都是令人头疼的难题。我国新消法里虽然明确了一系列保护个人信息的规定，但在新消法实施后，一些消费者却发现接收垃圾短信的情况有增无减，诈骗现象频现。

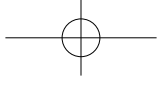
“几乎每周我都会收到3~5条垃圾短信，办证、刻章、开发票的信息最常见，有时候我所处的地理位置周边的商户也给我发即时信息。”在个人信息被泄露的一系列事件中，最让北京市民刘翹印象深刻的是今年8月份她在天猫商城一家店铺购买衣服后，第二天就接到电话，告知她发不了货，让她登录一个网址申请退款。

“起初我以为是真的，但是后来经过询问，才发现是诈骗，最让人郁闷的是我的信息从哪里被泄露出去的，根本无处可查，店家说不是他们，那最大的嫌疑就是物流了。”刘翹告诉记者。

其实，由“泄露”升级成为“诈骗”的案件近年来在全国并不鲜见，上海泛洋律师事务所律师刘春泉发现，近两年来，各地民航信息诈骗呈高发态势。“违法分子假借发生机械故障、延误、航班取消等名义向消费者诈骗，令旅客、提供订票服务的电子商务平台企业、提供票款支付结算服务的支付机构甚至银行等都成为受害者。”刘春泉说。

今年4月，上海市民雷先生在去哪儿网上通过客票代理为家人购买了一张国内机票，但在起飞的头一天，雷先生的家人就收到一条短信称航班取消，要给予其经济赔偿。由于电话里的客服人员把购票人姓名、航班和





身份证号等信息报述的十分准确，雷先生信以为真，一来二去之间银行卡上被划走了5万多元，损失惨重。

“虽然报案了，但是目前都没有进一步的消息。”雷先生表示。

“这类案件取证很难，由于订票人的所在地点、出票地点和乘机地点不一致，再加上购票网站、支付平台的所在地也不同，增加了执法难度，而消费者购票所涉及的环节太多，究竟是哪一个环节泄露了信息也不容易调查，所以许多消费者只好不了了之。”刘春泉告诉记者。

刘春泉强调，个人信息泄露的后果很严重，但许多消费者并没有意识到，收到垃圾短信也不会去举报，只有发生了实际的经济损失才报案。

国家工商总局消保局局长杨红灿也承认，目前消费者对个人信息保护的安全意识还不够，各地工商执法部门处理的相关案件也并不多，消费者不去主动投诉报案，执法人员很难逐一发现。

邱宝昌认为，对侵害个人信息的处罚力度需要加大，执法部门可以从发送商业信息入手倒查违反规定的经营者，对信息的发送者、受益者进行查处，并可以考虑建立消费者举报奖励制度。

保护消费者权益不能仅靠法律本身

新消法如何才能真正做到维护消费者权益？

在中国人民大学法学院教授刘俊海看来，新消法在保护消费者权益方面做出的努力已经有了很大的提升，现在的关键是一些条文不能落地，给新消法实施的效力打了很大的折扣。



“阻碍新消法落地的关键原因在于商家还是没有摆脱利益至上的经营思维，片面追求利润最大化。”刘俊海认为，商家不要试图利用一些中间地带来逃避自己的责任。

除此之外，刘俊海也指出了当前各行业相关部门更需要承担起的义务。

“工商行政部门理应要执法处罚，但各行业的监管部门也要积极配合，而强化第三方交易平台的自律监管也十分必要，当前许多消费集中在网络平台上，一旦出现消费问题，平台也应该承担连带责任。”刘俊海建议。

甘肃省工商局12315指挥中心主任李双林表示，新消法规定耐用商品或装饰装修等服务，半年内出现瑕疵，发生争议，由经营者承担有关瑕疵的举证责任。但在实际操作中，有的经营者就遇到了检测部门无法出具鉴定报告的情况，第三方检测机构的缺乏，使得许多商家检测无门，要落实法律中的规定，首先就是要建立完善的第三方质量检测机构。

许多法学专家认为，企业的违法成本低，消费者维权成本高，维权收益少是目前应该予以重视的问题。

“一个案子打下来，律师费就不少，再加上搜证、举证等一系列过程，许多消费者都放弃了应有的权利。”刘春泉说。

刘俊海认为，各省级消费者协会应该对各地方当前发生消费纠纷最集中的行业提起公益诉讼。

中国消费者协会秘书长常宇告诉记者，公益诉讼一直未能开展，是因为涉及赔偿类的诉讼在法律上还有很多问题没有明确，如诉讼管辖、举证责任分配以及取得的赔偿如何分配等问题需要进一步的司法解释。另外，从解决消费者投诉到帮消费者打官司，消协内部的人才储备、知识储备也需要完善。

“我们一方面在等司法解释的出台，另一方面也在找相对简单的案件来提起公益诉讼，希望通过司法案例来推动司法解释的制定。”常宇说。（据中青报）

互联网渐成售假重灾区 违法成本低致屡打不绝

近年来,我国食品药品监管体制发生了深刻变革,有效遏制了假冒伪劣食品药品的猖獗态势。然而,福喜事件、“自航牌灵芝孢子粉”频遭“李鬼”侵权等个案表明,食品药品打假形势仍不容乐观,执法领域改革还需深化。目前,行政执法与刑事司法衔接不畅,打击力度过轻等问题依然存在。

“我正筹备在肿瘤医院门口开家灵芝孢子粉专卖店,专门曝光那些假冒的灵芝保健品、药品。现在营业执照已经批下来了,欢迎被曝光的企业来起诉我!”在北京天行健商务大厦五层一间不起眼的办公室里,70多岁的中国食用菌技术开发有限公司董事长潘自航激动地向记者说。

从上世纪70年代人工种植灵芝并成功研发抑制肿瘤的保健品,到今天愈挫愈勇的个性化维权,这么多年来,潘自航已经不记得打了多少场官司,也无法统计他的“自航牌灵芝孢子粉”被假冒多少次了。“我研发的灵芝孢子粉一直面临恶性竞争和假冒伪劣产品的‘围剿’。”尽管他通过举报、诉讼等办法四处维权,但层出不穷的假冒产品仍让他头疼不已。“再不整治市场乱象,不仅我的知识产权得不到保护,患者也一再受骗。我只能通过‘下战书’这种方式来维权了”。

在食品药品领域,类似潘自航这样知识产权被大肆侵犯的受害者不在少数,药品打假刻不容缓。

制假新趋势

违法成本低,药品违法犯罪呈现跨



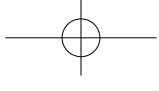
区域、集团化倾向,互联网渐成售假重灾区

今年5月,黑龙江省食品药品监督管理局联合哈尔滨市公安局查获了以任某为首的跨省产销假药团伙,在北京、哈尔滨两地端掉了生产存放销售假药的多处窝点,查获涉案货值近10亿元。这起重大案件,是如何告破的?

“这起案件是目前黑龙江省药监部门破获的大型跨地区假药案件,在前期

信息共享和保密的基础上,此案顺利告破。”在国家食品药品监督管理局稽查局和法制日报社主办的一次食品药品安全执法与案例研讨会上,黑龙江省食品药品监督管理局副局长李光伟介绍,去年黑龙江省食品药品监督管理局与哈尔滨市公安局建立了定期联席会议机制,联手破获了多起假药团伙。

尽管我国药品安全形势总体向好,然而药品违法犯罪仍易发、高发。食品药



品监督管理总局稽查局局长毛振宾认为：“目前，制售假药每瓶成本只有几块钱，而非法售卖的利润以十倍甚至数十倍计算。高额利润使违法犯罪分子甚至正规企业不惜铤而走险。”

随着互联网的普及，假药销售渠道转向网络。据国家食品药品监管总局数据显示，2012年，我国网上药品销售额已达16亿元，而近年来，公安部侦破制售假药犯罪案件2.8万起。由于网络本身具有开放性、辐射性、虚拟性的特点，对消费者迷惑性更强。

记者为朋友购买某保健食品时，连续访问了五六家保健品公司官网，询问产品情况，对方均不提供产品说明书，只是一味介绍产品效果。有的网站也没有把相关产品批号公示，销售人员有意模糊产品信息，让消费者搞不懂到底是保健品还是药品。

查处新难点

网络售假隐匿深，当售假行为尚没有证据证明达到犯罪标准时，公安机关难介入

令“潘自航们”发愁的并不是找不到侵权单位，而是假冒侵权行为总是通过网络游击作战，让人防不胜防。

据国家食品药品监督管理总局有关负责人介绍，制假售假的“黑窝点”与部分有证企业主观故意违法并存，违法主体隐匿深、取证查处难，通过网络违法犯罪行为更加复杂、隐蔽。由于网络销假和夸大宣传，涉及IP地址所在地、违法经营地、药品交付地等多个场所，而且各个违法环节相分离，打击难度非常大。

目前食药监部门的主要查处权限都

是针对实体部门，对于网络背后的违法主体，尚欠缺有效的查处办法。比如，只有在查处监控违法主体通讯记录、物流情况的基础上，才能有效地固定证据。然而，当网络出售假药行为尚没有证据证明达到犯罪标准时，公安机关不介入，那么食药监部门搜集、固定证据都存在困难。潘自航就遇到这样的尴尬，他曾经多次向公安机关举报北京某公司在网上销售假冒“自航牌灵芝孢子粉”，但一直因为证据不足难以立案。

河北省公安厅食品药品保卫总队政委田广清介绍：“食品药品犯罪一般具有较高的技术门槛，多数专业鉴定需要行政执法机关作出，如果行政执法机关和刑事司法机关能够共享专业技术资源，可以节约一些无谓的重复工作，保证数据的完整性。”

据一线执法人员透露，行政执法和刑事司法衔接的原则性规定多，但可操作的规定较少。目前缺乏公安、检察部门提前介入程序，案件移送标准模糊，证据转换和互认程序尚未建立，案件信息共享机制不健全，检验鉴定时限难以协调。

“证据转换问题的背后是行政执法和刑事司法的衔接问题。”中国人民大学教授吴鹏指出，行政执法的证据能否作为刑事诉讼的证据，要尊重刑事司法机关的意见，不能对行政执法阶段的证据提出过高要求。然而对于重大的食品药品案件，可以考虑建立健全刑事司法机关提前介入制度，“但必须依法衔接、依法配合，既要防止以罚代刑的查处不严，又要警惕刑事司法权力的越位干预。”

打击新途径

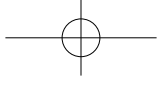
修订中的《药品管理法》将加大对假药劣药的打击力度，有关部门将建立完善“食品药品黑名单管理制度”

在查处食品药品违法犯罪案件的过程中，尤其在行政执法方面，有些领域的法律法规已经不能适应新情况。

据记者了解，修订中的《药品管理法》，将强调对假药劣药的打击力度，以法律的形式明确对药品的全过程监管，合理设置处罚的种类和幅度，提高药品领域执法的可操作性。而新修订的《食品安全法》草案也将加大处罚力度，进一步完善消费者在法定情形下可以要求十倍价款乃至三倍损失的惩罚性赔偿金等制度。

生产企业是食品药品安全的第一道防线。如何推动企业成为第一责任人？有专家建议，要加强对食品药品安全行政处罚信息的公开，让市场发挥优胜劣汰的作用。而国家食药监总局相关负责人也表示，未来将建立完善“食品药品黑名单管理制度”，对列入黑名单的企业及时曝光，并将黑名单作为企业评审和贷款的前置条件和依据。

食品药品违法行为的发现，更离不开消费者的配合。畅通消费者投诉举报渠道，第一时间查处违法分子，尤为重要。经常在网上购买保健品的小陈坦言：“有时候也会遇到假冒产品，可是就这么一点东西，拿到有关部门检查或者举报，成本太高了。”“别说消费者，我作为研发人有大量证据证明有人公然生产假灵芝孢子粉，但不法分子仍逍遥法外，就是源于有关部门的不作为。对此，应该加大问责力度。打击假药是一场持久战，需要全社会的共同努力。”潘自航说。（据新华网）



国家工商总局局长张茅——

网购新规3月15日出台 新网购指日可待



1月4日，中央电视台《每周质量报告》栏目播出了一期“新举措看网购”节目。国家工商总局局长张茅在节目中表示，为保护消费者权益，新的网购监管办法《侵害消费者权益行为处罚办法》将于3月15日出台。新办法对经营者侵害消费者权益的行为及相应的处罚办法做出了具体规定。

新办法规定，侵害消费者权益违法行为涉嫌犯罪的，工商行政管理部门应当按照有关规定，移送司法机关追究其刑事责任。工商行政管理部门依法对经营者予以行政处罚的，应当记入经营者的信用档案，并通过企业信用信息公示系统等及时向社会公布。这相当于有了公示经营者信用污点的依据。

办法对消费者7天无理由退货权的行使作出了规定，将拖延、无理由拒绝进行类型化，以负面清单的方式明确了具体的执行标准和方式。

对于个人信息的保护，新办法规定，经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。

据张茅介绍，近年来，我国网购市场增

长迅速，成交增幅保持在40%—75%之间。但网购投诉的增长速度远远超过了网购成交的增长速度，平均来看，网购投诉增长速度是网购成交增长速度的2倍还多。2014年1—11月，已经接受和处理的网络消费者投诉超过5万件。

而消费者投诉的问题主要集中在虚假宣传、假冒伪劣、侵犯知识产权、售后服务不及时等多方面，此外，个人信息泄露、快递不及时或货物有损坏等也是投诉的主要方面。

张茅认为，网络交易不同于实体交易，具有开放性、虚拟性、跨地域性等特点，违法问题比较隐蔽。网络监管也存在发现难、取证难、处理难等客观实际，单纯的行政监管往往显得力不从心，需要充分发挥企业自治、行业自律、社会监督等多方面作用。

2014年国家工商总局在网购监管方面做了大量工作，包括制定新的《消费者权益保护法》、新的《网络交易监管办法》，开展红盾网剑专项活动，双十一前夕约谈10家大型电商网站等。

张茅称，2015年消费者的网购体验将会进一步改善，让信用真正起到创造财富的作用，随着新办法的实行，新网购指日可待。

相关链接

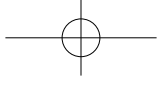
《消费者权益保护法》中有关“七日无理由退货”的相关规定：

第二十五条 经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但下列商品除外：

- (一)消费者定作的；
- (二)鲜活易腐的；
- (三)在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；
- (四)交付的报纸、期刊。

除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。

消费者退货的商品应当完好。经营者应当自收到退回商品之日起七日内返还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承担；经营者和消费者另有约定的，按照约定。（据央视）



青海春天极草被曝不含虫草素

“试点产品”身份合法性遭疑

一场由王海发起的、针对青海春天极草产品的“打假运动”正在持续发酵。虫草素风波背后，对极草身份的质疑也随之而来。据青海春天工作人员称，极草既不属于食品也不属于药品，属于青海省食药监局规定的试点产品。但“试点产品”这一身份是否合法备受王海和法律界人士的质疑。而专家表示，对其身份的界定，还影响着王海以“极草为不安全食品”为由诉青海春天一案的进展。



“我们关注极草已经有很长时间了。我们选择送检最初的目的就是为了了解极草产品是否含有虫草素，是否存在虚假宣传行为。”12月11日，在北京市大望路某咖啡厅刚一落座，具有“打假第一人”之称的王海就对记者表示。

王海口中的“极草产品”指的是由青海春天药用资源科技利用有限公司(以下简称“青海春天”)生产的极草·5X冬虫夏草系列产品。

虫草素在西医医理中被认为具有抗肿瘤、抗衰老等多种药理作用。

就在不久前，王海在北京市朝阳区大悦城极草专卖店购买了青海春天生产的极草至尊含片一盒(规格为0.35克/片，81片/瓶)，价格为29888元。

“打开包装后发现该产品并无相关的保健品、药品批号，也没有普通食品生产许可的标志。于是我们另外购买了一盒价值6483元且没有开封的极草经典含片(规格为0.25克/片，30片/瓶)，在相关媒体

朋友的见证下，送到北京市理化分析测试中心进行了检测。”王海说。

青海春天的工作人员告诉记者，王海购买的这两款不同价位的极草产品成分相同，均由100%冬虫夏草制成。

王海提供给记者的北京市理化分析测试中心的检测报告显示，送检样本(即6483元且没有开封的极草产品)并未检测出含有虫草素。

自此一场由王海发起的针对极草产品的“打假运动”拉开帷幕，而随着事件的持续发酵，极草产品的身份也越发遭到质疑。

极草有无虫草素成谜

“为什么要单独针对极草产品检测‘虫草素’一项？”记者向王海问道。

“相关专家的研究报告已经证明冬虫夏草菌并不含有产生虫草素的相关RNA基因。但青海春天在宣传中则表示含有虫草素，检测虫草素的目的是为了

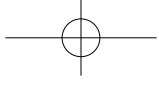
证明极草产品存在虚假宣传。”王海从怀里掏出一本随身带来的购买极草产品时获得的宣传册，指着其中一页显示有“虫草素快速超倍溶出”字样的图表道。

据相关媒体报道，中科院上海生科院植物生理生态研究所研究员王成树曾发表关于蛹虫草基因组的研究成果；2013年，其课题组又发表了关于冬虫夏草菌基因组的研究论文。其研究表明：冬虫夏草菌的基因组并没有合成虫草素的基因，所以是不能合成虫草素的。

为此，记者致电中科院上海生科院植物生理生态研究所，意图联系王成树求证相关情况，但该单位工作人员称其已出差。截至发稿前，记者未得到任何回复。

记者还试图就检测的相关问题，联系了在海所提供的那份报告上签字的审核人员胡光辉，对方以“未经单位允许不能私下接受采访”委婉拒绝了答复。

针对此事，青海春天近期在其官方网站发表声明称：“我公司极草牌冬虫夏



草纯粉片产品均为100%纯冬虫夏草，如有不实，愿承担消费者购买产品价格的百倍赔偿。”

声明中并未提及虫草素一事。

“我们的目的并不是要去证明‘产品不是百分百冬虫夏草制成’。”王海表示。

“极草产品肯定是含有虫草素的，我们也没有虚假宣传，王海的检测报告并不具有说服力。”当记者致电青海春天时，工号为“7004”的工作人员这样表示。

当记者问及上述青海春天工作人员“肯定是含有虫草素的”依据是什么时，该工作人员提供了青海春天媒介部门联系方式。

“因企业目前处于上市前的缄默期，需遵守国家和相关主管部门的法律法规，严格自律，因此无法回复媒体朋友的采访。在缄默期结束后，我公司将按规定，将您所关心的问题以公告的形式进行统一完整的回复。”青海春天媒介部负责人陈经理答复记者。

北京极草苑商贸有限公司(以下简称北京极草苑)负责人徐先生日前也公开表示，王海送检的极草产品没测出虫草素是因为人为设定的虫草素检测值为5.63微克(1微克是百万分之一克)，而此设定检测值太高，检测结果为“未测出”并不能说明虫草素含量为零。

“并非刻意将标准设为5.63微克的，只是这是送检机构的方法检出限，这一数值相当于20万分之一克，值已相当低。”王海向记者解释道。

“如果极草产品不含有虫草素，而青海春天在宣传中宣称有虫草素以达到诱使消费者购买的目的，那么其就涉嫌虚假

宣传行为，购买其产品的消费者则有权索赔。但前提是必须证明其产品没有虫草素。在诉讼中，双方须共同委托或法院指定有资质的检测机构作出权威的检测报告加以认定。”北京律师协会消费者专业委员会主任葛友山告诉记者。

极草的身份究竟是什么

“青海省食品药品监督管理局(以下简称青海食药监局)明知极草没有食品生产许可、不是保健食品、药品，仍然放任其大肆生产、销售。”在质疑极草是否含有虫草素时，王海也将“矛头”指向了青海食药监局。

那么，极草的身份究竟是什么？

青海食药监局官网资料显示，“极草”曾持有“食”字号卫生许可证(2009年食品安全法施行之前是卫生许可证，此后变为生产许可证)。然而2010年12月7日，国家质检总局发布了《关于冬虫夏草不得作为普通食品原料的通知》后，该文件严禁使用冬虫夏草作为食品原料生产普通食品。

“之所以作此规定是考虑到其安全性存在不确定因素。”一位不愿具名的山东省食药监局工作人员向记者透露。

不过，在该文件发布的同一天，青海省食药监局发布了《青海省冬虫夏草中药饮片炮制规范》。

该文件将“冬虫夏草纯粉片”纳入其中，于是极草身份被定性为“中药饮片”。身份的转变也让青海春天抓住了机遇，在短短几年中的发展中，其从最初的无名小卒成为了一家经营业绩高达50亿元的冬虫夏草行业的龙头企业。

好景不长，由于国家食品药品监督管理局总局办公厅2013年6月发布了《关于

严格中药饮片炮制规范及中药配方颗粒试点研究管理等事宜的通知》，其中规定不得将片剂、颗粒剂等常规按制剂管理的产品作为中药饮片管理，并不得为其制定中药饮片炮制规范。

2014年7月18日，青海药监局撤销了《青海省冬虫夏草中药饮片炮制规范》。

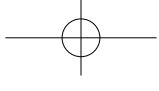
“巧合”的是，青海食药监局在同一天发布了《青海省食品药品监督管理局关于冬虫夏草纯粉片相关事宜的通知(青食药监办[2014]53号)》。记者在青海食药监局网站上看到了该通知，其中称经批准认定青海春天的“冬虫夏草纯粉片是我省出产的冬虫夏草经加工制成的产品，作为我省综合开发利用优势资源的试点产品。基于青海春天研发的冬虫夏草纯粉片的创新属性，不归属于既有监管体系中的药品，也不归属于既有监管体系中的食品或保健食品，其产品作为滋补类特殊产品进行管理”。

前述工号为7004的青海春天的工作人员也明确告诉记者：“极草不是普通食品，不是保健食品，不是药品，是试点产品。”

“极草之所以面临几年内数次更换身份的尴尬，问题出在相关部门面对一个从未有过的创新技术产品难以给出一个正当的法律上的身份，这也是极草面临的很尴尬的一件事。”销售冬虫夏草的电商西藏商城的创始人窦联庆告诉记者。

而对于青海食药监局给出的“试点产品”的身份，王海并不认可。

“青海食药监局的职权范围是监督管理‘食品、药品、医疗器械、化妆品’，并无创设和管理其他产品的权力，因此这种做法超越其职权范围，没有法律依据。”王海表示。



食品安全律师刘新武也认为青海食药监局无权创设该身份。

“依据食品安全法相关规定，按照传统既是食品又是中药材的物质的目录由国务院卫生行政部门制定、公布。国家对声称具有特定保健功能的食品实行严格监管，具体管理办法由国务院规定。据此，没有国务院或者国务院卫生行政部门的委托授权，青海食药监局将极草规定为‘试点产品’、为滋补类特殊产品明显于法无据。”刘新武表示。

“这也会造成极草产品在法律法规上得不到相应的监管。从该企业及整个冬虫夏草产业的角度看，他们可以即刻申请有权力的机关即国务院及其卫生部门依法予以制定相关管理办法及试点产品滋补类产品的具体规定，以获得法律法规监管。”刘新武补充道。

王海诉青海春天要求赔偿

在持续对极草表示质疑的同时，王海还向法院起诉了青海春天。

“北京市朝阳区人民法院已经立案受理。”2014年12月12日，王海告诉记者。

起诉书显示，12月11日，王海将青海春天及北京极草苑一并起诉，要求“判令被告一(北京极草苑)返还货款29888元；判令二被告(青海春天)承担连带赔偿责任，10倍赔偿原告298880元。

王海在起诉书中陈述的理由是，极草含片宣称和标示的原料为100%冬虫夏草，却不是药品也不是保健食品，其属于用非食品原料生产的食品，属于不安全食品。

“不安全食品属于食品的范畴，王海的诉求需要以‘极草产品为食品’为前提，而这需要相关的权限部门给予明确的认定才行，法院没有该权限。”刘新武表示。

对于王海的起诉，12月12日下午，记者联系青海春天媒介部负责人陈经理，其未给予回应。

(据经参网)

极草产品被质疑背后：有多少保健品是真的

最近的媒体报道上，又一则王海打假的消息被传得沸沸扬扬，说的是极草产品被质疑不含“虫草素”。而让人感慨的是，这家被质疑的企业，正在积极筹备借壳上市，以至于在那家被借壳公司的股吧中，有网友这样调侃：“卖得贵又想上市，假如真的根本没有虫草素，这玩笑也开得太大了。”

王海所指控的是一款价值29888元的“极草”含片，这么贵的价格，如果以“一分价格一分货”的老话来衡量，这含片应该是货真价实了，但王海拿去送检后，检验结果显示该含片未检出“虫草素”。

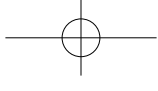
《新京报》报道的消息称，王海所指控的这家叫做青海春天的公司成立于2004年，为青海省重点高科技及产业化龙头企业。公司主营业务为“青藏高原天然珍稀资源的精致利用与可持续发展”，拥有冬虫夏草产品的全国推广销售网络。

而我们可以查一下资料，发现从青海春天目前的营收构成来看，“极草”几乎是其唯一命脉。2014年上半年，极草给青海春天带去的收入高达10.2亿元，占去公司上半年总营收的95%以上。作为公司唯一“王牌”，极草自问世以来一直屡受质疑，在之前的几年中，屡屡遭到多项对其“三无产品”、“违法宣传”等问题的指控。

如果王海的指控成立，青海春天以往的辉煌，实际上是建立在海市蜃楼之中，虽然在对极草的宣传中，其以“调节免疫”“降低疾病发生风险”及对恶性肿瘤、糖尿病有“辅助医疗作用”等“神奇功效”著称。

值得一提的是，作为近几年创造了销售奇迹的奢侈品，极草的身份却一直处于灰色地带，在“食品”“保健品”“中药饮片”之间，它始终没有一个确定的名称。

保健品的是与非，在这一打假事件中被演绎得淋漓尽致，说到底，还是一个老话题：保健品如何监管？这真的考验相关部门的智慧，一个无假可打的市场才是消费者真正想要的。(李郁葱)



空气净化器 买“对的”别买“贵的”

近年来，空气污染成为社会各界极为关注的热点问题，推动了空气净化器市场快速发展。

目前，空气净化器行业标准正在完善，行业准入门槛较低，一些品牌存在价格虚高、虚假宣传等问题。消费者应理性、科学地选购适合自己的产品。

销售

消费者“为健康买单”，空气净化器销售呈“高歌猛进”态势

北京市朝阳区呼家楼中心小学二年级2班的家长们，最近集资买了一台空气净化器送到班里。刚开始，有的家长担心大家想法不一，结果“给孩子们买台空净”的倡议在微信群里发出后，35个孩子的家长全都踊跃支持。家长们经过一番讨论，确定了品牌和型号，几天后，一台6000多元的空气净化器就送到了教室。

这个班不少孩子的家里已经买了空气净化器，家长们希望孩子在学校里，也能呼吸到更清洁的空气。在其他班级，有的已经用上了家长集资买的空气净化器，有的正准备选购。

近几年来，雾霾、甲醛等室内外空气污染成为社会各界关注的热点问题，推动了我国空气净化器市场快速发展。有人甚至认为，空气净化器已成为中国家庭新的“刚需家电”。

中国建筑科学研究院建筑环境与节能研究院检测室主任邓高峰对记者表示，应对居民住宅PM2.5等空气污染最有效的办法，是加装带净化装置的小型住宅新风

系统。在门窗密闭、使用得当的情况下，空气净化器对改善室内环境也有效果。

阿里巴巴天猫电器城工作人员木旗介绍，在天猫平台上，“让孩子能呼吸干净的空气，喝到干净的水”成为不少品牌商的卖点。带有环保健康功能的家电一路热销，截至今年10月，天猫平台上空气净化器销量同比增长达335%。飞利浦、大金、布鲁雅尔、松下等国际一线品牌快速增长，远大、亚都等国内一线品牌也发展迅猛。今年“双十一”，空气净化器和净水器销售火热。

根据奥维咨询公司对健康类电器市场状况的研究，消费者“为健康买单”的意识快速上升，2013年27%的消费者有购买健康电器的意向，2014年，这一比例增加到69%。

国家室内车内环境及环保产品质量监督检验中心主任宋广生表示：“解决空气污染问题不可能一蹴而就，可能需要十几年甚至几十年。现在人们的环保、健康意识不断增强，空气净化器存在巨大的市场需求。”

实际上，近几年来，空气净化器销售一直呈现“高歌猛进”的快速发展态势。根据中怡康公司的推总数据，2014年1—8月，空气净化器销售量、销售额分别达到318万台、77亿元，同比分别增长66.9%和65.2%。

欧美空气净化器普及率达30%，日韩达60%，中国普及率远低于这些国家或地区，前景看好。

产业

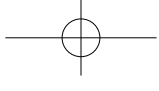
快速增长的市场和较高的利润率，吸引企业、创业者和资本涌入

“空气净化器成本不是很高，高档的一般不超过2000元，低档的几百元，利润空间很大。”宋广生对记者说。奥维咨询公司的调查数据显示，目前健康类电器行业利润率可观，空气净化器利润率达50%以上，净水设备利润率达30%—50%。形成鲜明对比的是，目前电视机利润率只有5%，冰箱、洗衣机利润率约8%。

几年前，空气净化器还是比较冷门的产品，产品种类少，买的人也不多。但近两年，空气净化器已经成为处于“风口”的热门产业。快速增长的市场和较高的利润率，吸引企业、创业者和资本纷纷进入。2010年，我国空气净化器生产厂家不到50家，2011年超过100家，2012年超过200家，2013年超过300家。

海尔、美的等大的家电企业，把空气净化器作为一个重要产品，甚至成立专门的部门来力推。一些互联网企业和创业者，也看中了这个市场的巨大潜力。宋广生表示：“现在空气净化器行业迎来新的一波投资热。很多人在关注这个产业，想做大这个产业。”

戴赛鹰、陈海滨、宋亚南，这三位有孩子的创业者，以“给孩子做台空气净化器”的想法打动投资人，获得高榕资本1000万美元A轮投资。今年8月，“三个爸爸”儿童专用空气净化器面世。关键的CADR值（洁净空气量），达到了高标



准的550立方米/小时。10月21日，“三个爸爸”空气净化器，在京东众筹平台上线的第二十九天，众筹金额突破1000万元，刷新中国众筹金额最高纪录。

新的竞争者还在不断加入，各路好汉都想挤入这个前景广阔的市场。11月25日，果壳网CEO、科学松鼠会创始人姬十三发表长微博，宣布推出小蛋智能空气净化器，并在京东众筹和预售。姬十三表示，这款净化器定价1984元，性能胜过市价1.4万元的IQAir。截至12月1日，7天时间，小蛋空气净化器众筹预售214万多元，是预期资金的71倍，6100多人支持这个项目。

“空气净化器市场上，欧美、日本等国外品牌目前占主导地位。现在国内想加入这个行业的人层次比较高，在寻找突破点，‘三个爸爸’等国内自主品牌起步势头很好。”宋广生表示，“中国空气净化器是一个很大的市场，如果国内自主品牌企业针对中国消费者的需求，推出有特色、效果好的产品，就能有所作为，做大做强。”

选购

CADR值（洁净空气量）是核心指标，净化器不是贵的就好、洋的就强

目前，空气净化器行业标准正在完善，行业准入门槛较低，产品鱼龙混杂，一些品牌存在价格虚高、虚假宣传等问题。

国家标准委正在开展《空气净化器》国家标准的修订工作，11月21日向社会公布了征求意见稿，将于2015年上半年完成标准的审定与发布。

新版标准进一步完善了评价空气净化器的两类基本技术指标：一是常态性指标，即“洁净空气量”（CADR），

指空气净化器针对目标污染物（颗粒物和气态污染物）的净化能力。二是长效性指标，即“累计净化量”，指空气净化器连续工作过程中，“洁净空气量”衰减至初始值的一半时，累计去除的目标污染物的总量。此外，新版标准进一步规范了产品标注方法，便于消费者选购。

面对众多的国内外品牌，从几百元、几千元到几万元的价格，如何选择？这是很多准备购买空气净化器的人遇到的困扰。

宋广生表示，选购空气净化器，关键还是要看“洁净空气量”CADR值，这是表征净化器净化能力的参数。空气净化器对可去除的每一种污染物，都有一个对应的CADR值，数值越大净化能力越强，能够直接反映出空气净化器的真实净化能力，为比较和评价不同品牌、型号的产品提供了科学依据。

CADR是国际权威机构评价空气净化能力的核心指标，是Clean Air Delivery Rate的缩写，单位为立方米/小时。CADR值可以理解为每小时能产生多少立方米的“洁净空气”。利用CADR值，可以评估空气净化器在运行一定时间后，去除室内空气污染物的效果。

宋广生说，买空气净化器，并非CADR值越高越好，应根据室内污染物、房间面积来选购产品。利用以下公式，可以估算出适用面积：每分钟输出的洁净空气量 $\times 9$ 。例如，一台空气净化器的“洁净空气量”（CADR）是500立方米/小时，其每分钟输出的洁净空气量8.3，乘以9，得出其适用面积大约是74.7

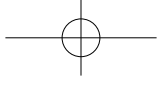


平方米。一般而言，按照这一方式选购的空气净化器，在室内运行一小时，目标污染物的浓度可降低90%左右。

一些消费者在选购空气净化器时，无所适从，有的抱着“一分钱一分货”的心理，选择价格贵的产品或“洋品牌”。对这一现象，宋广生认为，应理性、科学选购空气净化器，不要走入价格贵的就比价格低的好、国外产品就一定比国产产品好的误区，不能片面追求买贵的、买国外品牌。高端、净化效果好的产品，将以亲民价格进入普通家庭。

宋广生介绍，今年7、8月份，国家室内车内环境及环保产品质量监督检验中心，对苏宁电器电子销售平台销量前十名的空气净化器进行了一个月的性能测评，其中国外品牌7台、国内品牌3台。测评结果让人有些意外：价格最高的品牌，PM2.5的CADR值排名第四，性价比排名倒数第一。3个中国品牌净化器中，有两台性价比排名第二和第三。CADR值最高的国外品牌的净化器，性价比只排名第四。

这次测评结果还显示，解决室内环境中的化学性污染，仍然是空气净化器的一大难题。测评的10台净化器中有7台标称有净化甲醛功能，但检测结果表明，这7台净化器去除甲醛没有显著效果。（据人民日报）



网帖称速冻水饺等产品肉馅是猪脖肉

“有没有想过，一包水饺100个也不过100元左右，扣除运费、机器厂房折旧费、营销费等，每个水饺的原料能剩多少钱去买？所以通常水饺的肉馅是用猪脖肉包的。”最近，一组关于猪脖肉的帖子流传甚广。这些文章认为，“现在的猪没有不吃抗生长大的，猪农怕猪生病，就把抗生素加在猪饲料里，而动物的脖子是淋巴最多的地方，病毒都会在那儿。吃多了猪脖肉，人的免疫系统就会受到破坏，所以请少吃用猪脖肉包成的速冻水饺。”

猪脖肉能吃吗？包子、速冻水饺等食品，有些价格低廉，是否是因为使用了猪脖肉？国家对此有哪些规定和管理措施？就此，记者进行了调查采访。

猪脖肉是猪颈肉吗？

猪脖肉不是猪颈肉，民间也称血脖肉，其淋巴结多，聚集体内“毒废料”，按国家规定必须剔除

在很多饭店，猪颈肉经常作为“招牌菜”被推荐给顾客，“椒盐猪颈肉”“芝士猪颈肉”等更是由于肉质鲜嫩而深受食客青睐。那么，饭店的猪颈肉和血脖肉是一回事吗？

“作为一道名菜，猪颈肉的取肉部位是猪的肩颈，即猪的后颈，位置上更靠近肩胛骨，这个部位肉质好，广东和香港一带的叉烧一般就是取这一部位的肉。”四川大学营养与食品卫生学教授李云告诉记者，菜品中的猪颈肉实际上应该叫“肩颈肉”，和猪脖肉完全不同。“猪颈肉取自猪后颈到肩胛骨的

那一块，而猪脖肉是脖子两侧到下巴的肉。”李云说，猪颈肉因为肉质更鲜嫩，通常比普通猪肉贵。

猪脖肉与通常所称的猪颈肉不同，是猪脖子下部含甲状腺的部分，由于生猪屠宰时会从此部位放血，民间也称血脖肉。

采访中，专家们都认可猪脖肉不能吃的说法。四川大学华西医院营养科主任胡雯说，哺乳动物体内都有大量淋巴结，而猪脖肉是淋巴结最多的部位。猪脖肉上的淋巴结就是一个“有毒废料聚集处”，不容易剔除干净，所以最好不要吃。

“国家标准《生猪屠宰操作规范》GB/T17236规定，猪肉在分割时应去除淋巴结、伤斑、出血点等，合格的猪肉不应含有淋巴结或其他异常组织。”福建医科大学食品安全系主任林文庭教授也认为，病变异常的淋巴结可能含有较多病毒和毒素，是不能食用的。

李云表示：“淋巴腺感染病菌的几率较大，包括各类病毒、原虫和立克次体。”因为淋巴结中含有链球菌、结核菌等常见有害病菌，且猪脖靠近甲状腺，会有一定含量的甲状腺素，误食后会影响人的内分泌系统，常吃则可能引起头晕、恶心、呕吐等症状。

成都市金凤街一家肉铺的负责人唐武告诉记者，猪脖肉上面有不规则的颗粒、血包等，是淋巴结和脂肪瘤，按国家规定必须剔除，正规市场是不卖猪脖肉的。

商家会为控制成本使用猪脖肉吗？

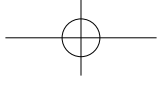
包子铺多通过添加素菜、混合淀粉等方法，降低猪肉馅食品的成本；速冻食品若使用猪脖肉会面临严厉处罚

在成都市金凤街的几家包子铺里，稍大的包子每个1.5元。通过称重、按市场猪肉价格计算，如果馅儿为纯猪肉，其物料成本便接近1.2元，若扣除人工成本等，几无盈利。那么，商家会如网帖怀疑的那样为降低成本使用猪脖肉等不好的肉吗？

一位店主告诉记者，猪脖肉在肉贩那里已经被剔除了，按国家规定是不能卖的。“往肉馅儿里多加一些素菜，混合一些淀粉来压重量，馅儿的成本就降下来了。”这位店主说，猪脖肉只能从无证的黑肉贩那里买到，价格低，但不知道会不会是病死猪肉，“万一把人吃倒了，责任担不起”，正规肉店绝不敢用猪脖肉。

“如果有人把猪脖肉混进好肉里卖，也吃得出来。”唐武说，如果吃包子时发现肉馅儿呈血色且含有血管、肉疙瘩之类的物质，没有正常猪肉的香味口感，细嚼时颗粒感强，就很有可能是猪脖肉。

对于“速冻食品由于成本低而使用猪脖肉等不好的肉”的说法，国内最大的速冻食品企业之一、福建一家食品公司的工作人员梁晨表示，所谓速冻食品成本低，得益于食品科技进步、生产过程机械化水平提高、集约化规模化生产等综合优势，并非通过采用不符合食品



“

“国家标准《生猪屠宰操作规范》GB/T17236规定，猪肉在分割时应去除淋巴结、伤斑、出血点等，合格的猪肉不应含有淋巴结或其他异常组织。”福建医科大学食品安全系主任林文庭教授也认为，病变异常的淋巴结可能含有较多病毒和毒素，是不能食用的。

”



安全的原料来实现。

梁晨介绍，食品企业所用的猪肉必须符合《鲜（冻）畜肉卫生标准》GB2707—2005及国家相关法律法规的标准要求。不仅要求原料是来自非疫区的健康牲畜、持有产地兽医检疫证明，更对农药、兽药残留及生产加工过程、包装、运输等做了详细规定。“如果使用不合格原料，不但大大损害企业形象，更会受到行政处罚甚至触犯刑法，对企业而言得不偿失。”

政府如何管理猪肉安全？

依规定，屠宰环节应摘除“三腺”，回收处理被剔除的猪脖肉，上市猪肉须检疫合格；工商卫生执法人员会到市场上检查

为加强生猪屠宰管理，保证生猪产品质量，我国对猪肉安全的管理规定十

分详细。2008年8月1日新修改的《生猪屠宰管理条例》施行，对屠宰地点、监督管理、法律责任进行了限制和说明，我国《动物防疫法》也有专章对动物和动物产品检疫作出规定。

成都市青羊区工商执法大队市场执法人员孙冬梅告诉记者，依规定，猪肉在屠宰环节必须摘除“三腺”，即甲状腺、肾上腺、病变淋巴结，经检验检疫合格后才能上市销售。

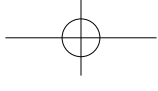
“光天化日卖猪脖肉的很少，一旦被发现就会面临卫生行政处罚。”孙冬梅告诉记者，但一些无证商贩、“黑渠道”可能有猪脖肉流出。采访中，执法人员和专家也提醒，消费者应到正规场所购买盖有蓝色检疫验讫印章的合格猪肉。

“各省还有各自的实施细则。”福建省食品药品监督管理局相关负责人表

示，以福建省为例，《福建省牲畜屠宰管理条例》中明确指出，屠宰牲畜须由农业行政部门的牲畜检疫机构派驻屠宰场的兽医卫生检验人员在场内依法实施宰前检疫和宰后检验，经检验不合格的肉类产品不得流入市场，应按规定进行无害化处理。

同时，对未经定点擅自屠宰牲畜的，对经肉品品质检验不合格的牲畜产品未按国家有关规定处理的，以及销售的牲畜产品未经肉品品质检验或者经肉品品质检验不合格的等情况，均会被罚款甚至取消其定点屠宰资格。

该负责人说：“在流通环节中，我们主要检查生猪定点屠宰场加盖的肉品品质检验合格验章与肉品品质检验合格证，以及动物卫生监督机构加盖动物产品检疫合格章与动物产品检疫合格证。”（据人民日报）



实在郁闷又无可奈何 骚扰电话太烦人

骚扰电话包括“响一声”电话、电信诈骗和电话营销

在北京从事媒体工作的白先生说，自己平均每天能接到10个左右的营销电话。“许多电话不分时间打进来，常常打断工作思路，影响休息。”

在中信银行上班的张女士则抱怨，“家里装修时接到了装修公司的电话；生孩子时接到了推销奶粉、孕妇培训的电话；买车时接到了各保险公司的车险推销电话。什么事情人家都清清楚楚，时间也比我算得准确，有一种被人监视的感觉！”

360互联网安全中心发布的报告显示，2014年前三季度，共收录用户新标记的各类骚扰电话号码（包括自动检出的响一声电话）约2.05亿个。三季度收录新标记骚扰电话号码约1.22亿个，平均每天新收录132万个。其中，“响一声”电话以41.8%的比例位居首位；其次为广告推销类（14%）、诈骗类（12.2%）、房产中介类（5.9%）。

从统计数据可以看出，骚扰电话主要包括“响一声”电话、电信诈骗和电话营销。现在大多数智能手机能自动过滤“响一声”电话，从而有效减少其骚扰。有关电信诈骗，法律对此有明确的规定，发送诈骗信息5000条以上的、拨打诈骗电

话500人次以上的行为，即使诈骗未遂，也应当以诈骗罪定罪处罚。最让人苦恼的则是电话营销，如果营销电话没完没了，就变成了骚扰。

国内并无具体法律条文对骚扰电话现象进行直接的认定约束

记者从多位律师处获悉，虽然《宪法》和《民法通则》中都有关于保障公民人身权益的条文，骚扰电话侵害了公民的健康权，干扰了公民的正常生活，属于违法行为，但目前国内并无具体法律条文对骚扰电话现象进行直接的认定约束，只有《治安管理处罚法》《侵权责任法》有相关的规定。

《治安管理处罚法》第四十二条指出，“干扰他人正常生活的”可处以行政拘留及罚款。《侵权责任法》第二条指出，民事权益包括生命权和健康权。公民有不受他人影响的权利，在保证了自由权、宁居权与休息权的基础上才是真正保障了公民的身体权、生命权与健康权。然而，虽然骚扰电话对公民的健康权、休息权造成了损害，但在实际操作中却面临很多困难，如被骚扰者往往很难取证、掌握骚扰者的真实身份等。

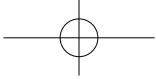
从监管层面看，工信部与当地的通信管理局、无线电管理委员会和公安局网

警支队是信息管理的三支主要力量。由于通信管理局只设到省、自治区、直辖市一级，地方监管部门的缺失导致了监管空白。从公安部门的角度看，骚扰电话必须达到治安处罚条例所规定的数量才能进行治安处罚，而一般一个商家对某个人的推销行为也就是一次两次，不大可能反复、频繁地推销，但大家都这么推销，就会对公众的生活造成困扰。

借鉴国外“别打我电话”项目或可减少骚扰电话

为了治理骚扰电话，2003年美国联邦贸易委员会启动了“别打我电话”项目。只要用户申请了“别打我电话”的注册服务，推销公司每违规拨打一个“别打我电话”列表中的电话，就将被罚款1.1万美元，同时还可能面临消费者诉讼。“别打我电话”项目为消费者是否接听营销电话提供了选择自主权。

在国内，2012年北京保险行业协会推出了类似项目，开通了人身保险方面电话营销禁拨号码登记平台。北京地区消费者如果不愿接受保险电话销售，可以通过北京保险行业协会网站登陆禁拨平台，登记个人号码申请禁止拨打。消费者在所选择的禁拨期限内，将不会接到所选择人身保险公司的营销电话。



骚扰电话侵害了公民的健康权，干扰了公民的正常生活，属于违法行为，但目前国内并无具体法律条文对骚扰电话现象进行直接的认定约束，只有《治安管理处罚法》《侵权责任法》有相关规定



北京保险行业协会负责人介绍说，除消费者申请外，保险公司定期上传的投诉电话营销骚扰的消费者电话号码等也包括在禁拨平台内。2014年1月，在人身保险的基础上，将车险也加入禁拨平台。“以前一天不知道要接多少个卖保险电

话，自从加入禁拨平台后，耳根清净了不少”，在北京一家国企上班的常大姐说。

保险业禁拨平台的推广为避免营销电话骚扰提供了很好的借鉴。此外，电话实名制的持续推行将有利于监管部门进行追踪、取证，从源头上威慑、预防和打击

电话骚扰。

专家认为，从根本上说，应通过立法规定什么样的电话是骚扰电话、骚扰者应该承担什么样的责任等，这才有利于根治骚扰电话问题。

相关链接

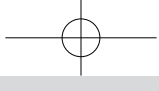
北京成为国内骚扰电话和诈骗电话号码数最多城市

据中国之声《央广新闻》报道，360互联网安全中心最新发布的《2014年一季度手机安全状况报告》指出，根据用户最新的标记情况，北京成为国内骚扰电话号码数和诈骗电话号码数最多城市。

2014年一季度360互联网安全中心一共收录用户新标记的各类骚扰电话号码达到了1186万个，平均每天新收录骚扰电话号码12.2万个。根据用户最新的标记情况，这一份报告列出了当前中国骚扰电话号码数最多的十个城市，北京、上海、广州、深圳、济南、成都、武汉、杭州、西安和郑州。这份报告还列出了诈骗电话号码数最多的十个城市，分别是北京、上海、深圳、广州、西安、杭州、武汉、成都、济南和苏州。数据显示，诈骗电话虽

然在数量上少于那种“响一声”和广告推销以及房产中介等等骚扰电话，但是它会给用户造成非常大的危害。

一旦遭遇到诈骗电话，报告建议，首先要多问几个为什么，尤其是面对楞充熟人的骗子，这个方法能够让对方知难而退。另外，护紧钱包非常重要。无论骗子使用什么样的手段，电信诈骗最终目的都是为了“钱”。所以人们只要紧紧守住最后一关，甚至不用去明白诈骗局当中的一些机关，就可以保证不会中招。不要盲从，小心地去求证。在面对像银行、法院、航空公司等等部门打来电话的时候，不要只听对方的一面之词，尽快拨打该机构的官方电话，确认真伪，以免落入骗子的陷阱。



权威发布

Authoritative release

国家工商总局抽检结果显示 天猫、1号店、苏宁易购等电商平台仍售假

今年“双十一”前，国家工商总局约谈了10家国内知名第三方网络交易平台，在充分肯定网络交易平台对促进网络经济发展的积极作用的同时，也指出了目前存在的一些严重违法经营问题，提醒平台所有者履行法定义务自查、自纠，明示监管部门将采取后续措施。随后，国家工商总局网监司实施了相应的抽检行动，针对天猫、京东商城、1号店、亚马逊、苏宁易购、聚美优品、唯品会及旗下的乐蜂网，委托第三方检测机构对上述B2C类电商平台11月11日当天促销的商品进行了抽检。

抽检结果表明，行政约谈发挥了积极的作用，在207批次的样品中，大部分为合格真品。同时，也发现了6个电商平台上的15个批次的样品属于假冒商品或高度疑似假冒商品，7个批次的样品质量不合格或标签不符合法律规定。检出问题样品涉及鞋、箱包、配饰、礼品、化妆品、数码配件六个品类，检出率为10.6%。涉及的品牌有新百伦（NEW BALANCE）、阿迪达斯（ADIDAS）、博柏利（BURBERRY）、芝宝（ZIPPO）、雅诗兰黛（Estee Lauder）、伊丽莎白雅顿（Elizabeth Arden）、金士顿（Kingston）、蔻驰（COACH）、万宝龙（MONTBLANC）、希格（SIGG）等国际知名品牌。

已确证8个批次的样品为假冒商品，占问题样品的36.4%。其中，天猫3个，占确证样品的37.5%，分别来自天猫上的“迅动运动户外专营店”、“容谷运动专营店”和“玖佰度户外专营店”；1号店2个，占确证样品的25.0%，分别来自“Amumu专营店”和“仪品雅乐汇专营店”；乐蜂网、苏宁易购、亚马逊1个，各占确证样品的12.5%，分别



来自乐蜂网自营、苏宁易购上的“东方风尚专营店”和亚马逊上的“九品堂电子商务”。商品质量不合格或标签不符合的7个批次样品，涉及1号店上的“天天网官方旗舰店”、“GYMBOREE金宝贝专营店”、“上海凡家贸易有限公司”；乐蜂网上的“Seasheep官方旗舰店”；天猫上的“广州汉网贸易有限公司”；以及亚马逊上的“Seasheep清河县合润麟羊绒制品有限公司”。另有7个批次的样品涉嫌假冒商品，包括4个批次的礼品、2个批次的化妆品、1个批次的箱包，目前正在进行进一步分析、确证。

对此，国家工商总局已部署相关地方局依法从严查处相关违法经营者和第三方网络交易平台经营者，并将及时向社会公布结果。



表-1：抽检行动中发现的假冒商品

	平台	网 店	样 品	品 类
1	天猫	迅动运动户外专营店	新百伦公司男女鞋中性运动鞋复古鞋U420BKW/GKW	运动户外/鞋
2	天猫	容谷运动专营店	阿迪达斯ADIDAS男包女包运动书包正品情侣双肩背包W63523M34064	运动户外/包
3	天猫	玖佰度户外专营店	美国正品ZIPPO防风打火机220拉丝纤巧天使之翼天使翅膀窄机女士	礼品
4	1号店	Amumu专营店	NEW BALANCE男/女鞋 复古鞋 休闲鞋 跑步鞋 运动鞋 580系列情侣鞋黑色/薄荷绿/粉色35	运动户外/鞋
5	1号店	仪品雅乐汇专营店	BURBERRY巴宝莉 中性经典格子羊绒围巾168*30YP3711606	配饰
6	乐蜂网	乐蜂	Elizabeth Arden伊丽莎白雅顿保湿植物面膜100ml	化妆品
7	苏宁易购	东方风尚专营店	雅诗兰黛即时修护眼部精华霜15ml	化妆品
8	亚马逊	九品堂电子商务	Kingston金士顿KVR1333 2G 笔记本内存（DDR3 1333 2G）	数码配件

表-2：抽检行动中找到的不合格商品

	平台	网 店	样 品	品类	结果
1	1号店	天天网官方旗舰店	Estee Lauder/雅诗兰黛即时修护眼部精华霜15ml	化妆品	标签不符
2	1号店	GYMBOREE金宝贝专营店	GYMBOREE金美国宝贝 童装 女童 波点压花 棉被 棉服 140132855 红色 4T-5T（4-5岁）	童装	标签不符
3	1号店	上海凡家贸易有限公司 （乐扣乐扣系列）	希格 瑞士进口运动系列SIGG 水壶 铝制户外旅行 水杯运动水壶750ML8363.80 磨砂经典黑 全新运动活力盖750ML	运动水壶	标签不符
4	乐蜂网	乐蜂Seasheep官方旗舰店	Seasheep欧洲大牌 100%纯山羊绒围巾 奢侈品格子围巾专柜正品	配饰	成分、标签不合格 实测87.5%
5	乐蜂网	乐蜂Seasheep官方旗舰店	BEILONG/贝龙 时尚韩版新款正品女士长款圆领斑 马纹羊绒衫打底衫毛衣93464	男女装	成分、标签不合格 实测68%
6	天猫	广州汉网贸易有限公司	瑞士希格儿童 水壶 SIGG 多款样式 0.3L 水瓶 儿童系列	运动水壶	标签不符
7	亚马逊	Seasheep（清河县合润麟 羊绒制品有限公司）	Seasheep 2014 秋冬新款男羊绒衫商务休闲 男士羊绒衫高端羊毛衫英伦套头衫581242	男女装	成分、标签、耐汗渍、 色牢度不合格

北京市工商局公布 自行车类商品质量抽查结果

在2014年商品质量抽检中，北京市工商局对我市市场上销售的自行车类商品进行了质量抽检。抽检结果显示市场上销售的跑狼、蓝岛、华祥等自行车存在质量问题，涉及的主要问题为反射器、车把、鸣号装置、突出物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抽检中销售

不合格商品的3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。今后，北京市工商局将不断加强流通领域商品质量监督工作，充分发挥流通领域商品质量抽检和不合格商品强制退出机制的作用，净化首都市场消费环境

流通领域商品质量抽查检验不合格商品名单

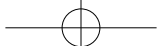
序号	样品名称	标称生产企业	标称商标	规格	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题
1	跑狼自行车	天津跑狼自行车有限公司	图形商标+WOLF	20	未标注	前反射器不合格
2	跑狼自行车	天津跑狼自行车有限公司	图形商标+WOLF	24	未标注	侧反射器、前反射器不合格
3	跑狼自行车	天津跑狼自行车有限公司	图形商标+WOLF	26	未标注	前反射器不合格
4	蓝岛自行车	天津市颜事达自行车有限公司	蓝岛	20	未标注	前反射器、说明书不合格
5	蓝岛自行车	天津市颜事达自行车有限公司	蓝岛	26	未标注	前反射器不合格
6	蓝岛自行车	天津市颜事达自行车有限公司	蓝岛	24	未标注	侧反射器、前反射器不合格
7	飞鸽自行车	天津飞鸽车业发展有限公司	图形商标 +FLYINGPIGEON+飛鴿	24	未标注	鸣号装置不合格
8	华祥自行车	天津市华祥自行车厂	路之娇	20	未标注	突出物不合格（螺钉外露 突出部分>螺钉的大径）、 前反射器、鸣号装置、 说明书不合格
9	自行车	天津市斯波之星电动自行车有限公司	图形商标 +SHSBC+SPORTSTAR	26	未标注	前反射器不合格
10	欧北特价折叠车	天津远志自行车有限公司	图形商标+鳳鵠	20	未标注	把立管不合格
11	鳳凰自行车	上海鳳凰自行车有限公司	图形商标+鳳凰	16	未标注	把立管、前反射器不合格

北京市工商局公布 室内装饰装修材料类商品质量抽检结果

在2014年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对我市市场上销售的室内装饰装修材料类商品进行了抽检。发现星德、威汉等品牌不合格，不合格项目为地板的表面耐磨，墙漆涂料的耐洗刷性、对比度、低温稳定性和耐碱性，PP-R管静液压试验等项目不符合相关标准要求。

北京市工商局将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，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。

2014年室内装饰装修材料商品质量抽检不合格名单									
序号	样品名称	经销单位	标称生产企业	产地	标称商标	规格	生产日期或批号	等级	主要不合格项目或主要问题
1	PP-R管	北京市好家居建材装饰市场有限责任公司 一通道32号 北京华港泉五金机电销售中心	浙江诸暨康星管业有限公司	浙江省	星德	dn20×en2.8mm	2014/3/19	合格品	静液压实验
2	强化复合地板	北京市好家居建材装饰市场有限责任公司 二通道27号 刘元秀	北京林盾木业有限公司	北京市	威汉地板	810×130×12mm	2011/12/20	合格品	表面耐磨
3	墙面漆	北京市好家居建材装饰市场有限责任公司 三通道01号 姚凤玲	北京优乐家涂料有限公司	北京市	优乐家	20Kg/桶	2014/3/11	合格品	耐洗刷性
4	荣乐漆内墙乳胶漆	北京市好家居建材装饰市场有限责任公司 一通道06号 北京明信凯源建材经营部	北京红霞乐家涂料科技有限公司	北京市	荣乐	20kg/桶	2014/2/25	合格品	低温稳定性、对比率、耐洗刷性、游离甲醛
5	特白环保内墙漆	北京市好家居建材装饰市场有限责任公司 四通道05号 北京祥和详达建材经营部	北京绥缘化工涂料有限公司	北京市	语辰	25kg/桶	2014/2/19	合格品	耐洗刷性
6	高级环保乳胶漆	北京京昌回龙观国际家具建材市场 3区8号 北京回龙观宏雅化工经营部	北京万隆发科技发展有限公司	北京市	世纪名流		2014/3/2	合格品	低温稳定性、对比率、耐洗刷性、耐碱性
7	内墙乳胶漆	北京京昌回龙观国际家具建材市场 3区8号 北京回龙观宏雅化工经营部	天津市金凤凰涂料厂	天津市	梦德佳		2014/3/28	合格品	对比率、耐洗刷性



权威发布

Authoritative release

8	强化复合地板	北京八里桥农产品中心批发市场有限公司 10厅1号 张凯	北京天地双赢装饰材料有限公司	北京市	欧彩	1218×167×12mm	2014/2/7	合格品	表面耐磨
9	强化复合地板	北京八里桥农产品中心批发市场有限公司 10厅4号 黄迁安	北京韩大洲国商贸有限公司	北京市	韩高	1216×190×12mm 9003	/	合格品	表面耐磨
10	强化复合地板	北京八里桥农产品中心批发市场有限公司 10厅15号 许玉敏	北京林盾木业有限公司	北京市	红科	812×200×12mm 9326	2014/3/16	合格品	静曲强度



消费提示：消费者要索要凭据

装修是一个漫长的过程，最少历时2个月完工，往往不能及时发现问题，所以留存好消费凭证，一旦出现问题，方便解决。

更新装修理念，项目尽量简洁。

选取合格的装修材料是一方面，装修项目也尽量简单，再好的材料也怕标准中允许限量的物质累积。

装修后，空置一段时间再入住。有利于置换室内空气，使有害的气体尽量挥发，减少伤害。

北京市工商局公布 太阳能热水系统类商品质量抽查结果

在2014年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商行政管理局对我市市场上销售的太阳能热水系统类商品进行了抽检。发现清华浴佳能等10组太阳能热水系统存在问题，不合格项目包括：热性能、耐压、外观、贮热水箱、能源效率标识标注。

北京市工商行政管理局将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，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。

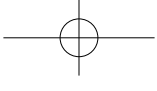
今后，北京市工商局将不断加强流通领域商品质量监督工作，充分发挥流通领域商品质量抽检和不合格商品强制退出机制的作用，净化首都市场消费环境。





2014 年家用太阳能热水系统商品质量抽查检验不合格商品名单

序号	样品名称	经销单位	标称生产企业	产地	标称商标	规格	生产日期或批号	等级	主要不合格项目或主要问题
1	阳光岛太阳能	北京牛山意兴商店	北京阳光岛太阳能热水器厂	北京市	阳光岛	47-15	未标注	合格品	热性能、外观、贮热水箱、能源效率标识标注
2	清华浴佳能	北京鸿运和顺发铝塑门窗加工部	北京大兴庄华强太阳能设备加工部	北京市	清华浴佳能	未标注	未标注	合格品	热性能、外观、贮热水箱、能源效率标识标注
3	太阳能热水器	昌平区北七家镇东沙各庄村东北京格莱特北七家建材批发市场北京恒兴永泰建材销售中心	北京福达高科新能源科技有限公司	北京市		未标注	未标注	合格品	热性能、外观、贮热水箱、能源效率标识标注
4	未标注（太阳能热水器）	北京金诚科建材商店	天津赛奥设备制造厂	天津市	红双喜	未标注	未标注	合格品	热性能、耐压、外观、贮热水箱、能源效率标识标注
5	太阳热水器	北京莱雅尚居窗帘店	北京四季春太阳能科技有限公司	北京市	四季春	58-15	未标注	合格品	热性能、外观、贮热水箱、能源效率标识标注
6	太阳能热水器	北京亚超旭建材商店	未标注（经销单位确认：北京长乐太阳能设备厂）	北京市	清华世纪阳光	未标注	未标注	未标注	热性能、外观、贮热水箱、能源效率标识标注
以下生产企业拒收不合格送达材料									
7	乐万家太阳能	北京牛山小康建材商店	北京市乐万家太阳能设备厂	北京市	乐万家	未标注	未标注	合格品	热性能、外观、贮热水箱、能源效率标识标注
以下生产企业无人签收不合格送达材料									
8	北大科技阳光太阳能	北京兴青凤江建材商店	北大科技阳光太阳能中国有限公司	香港	未标注	未标注	未标注	合格品	热性能、外观、贮热水箱、能源效率标识标注
9	辉煌阳光科技太阳能	北京窦浩洋五金店	北京辉煌阳光科技有限公司	北京市	辉煌阳光	未标注	未标注	合格品	外观、贮热水箱、能源效率标识标注
以下生产企业已经被吊销营业执照									
10	北大四季阳光太阳能	通州区京东运乔建材城12号个体商户	北京爱特阳光科技有限公司	北京市	BDXYG	未标注	未标注	合格品	外观、贮热水箱、能源效率标识标注



木门质量惹纠纷 消协介入终获赔

今年5月7日，消费者王女士从某木门经营者处购买三套木门，并签订了购门合同，共计金额9000元整。木门送到家后，王女士发现门板上的花纹与约定样式不符。经营者承认工作疏忽所致，同意重新为王女士生产门板。第二次送货时，王女士又发现新木门的门框有多处破损，门板也有两处小面积划伤。

通过两次送货和实物样品的比较，王女士认为前后两次送货的门板重量相差太大，怀疑第二次生产的门板质量有问题，且木门的质量与市场摆放的实物样品相差太大。因此，王女士不同意交付合同尾款2800元，要求经营者重做或退货。双方协商未果，王女士投诉到消协。

经消协工作人员实地调查，经营者所生产木门组合门套（门框）的质量问题，大多源自门框木材本身破损所致。按维修意见处理，组合门套（门框）边缘结合处不平问题难以解决，若要彻底解决问题，只能按重做处理。由于经营者所生产的木门存在质量问题，且6个多月未能给王女士提供合格产品，不仅耽误了王女士家装修工程进度，也延迟了入住时间。

经消协调解，经营者赔偿王女士因木门质量问题产生的维修、租房等费用损失共计7000元整，木门的后续维修或重做由王女士自行处理，王女士对调解结果表示非常满意。（房山区消协）



4S店收了定金迟迟不见车

8月28日，消费者清先生从某汽车4S店订购了一辆“天籁”牌家用小轿车，当时交定金5000元整，4S店向消费者承诺9月25日之前到货。但消费者9月25日到4S店提车时，发现该款小汽车根本没有到货。此后，清先生多次联系4S店都没有结果。清先生要求4S店退还定金，却遭到4S店的百般推脱。

无奈之下，清先生只好打电话到消协投诉，请求帮忙调解。接到投诉后，消协工作人员及时了解投诉情况，并约谈了商家。经过消协工作人员耐心调解，最终4S店退还了清先生交付的定金5000元整。事后，清先生特意给消协寄来表扬信，称赞消协工作人员的热情服务和敬业精神。（东城区消协）

宝马查出质量问题迟迟不解决

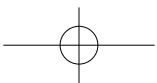
今年9月中旬，消费者黄先生向消协投诉，称其从北京力德翼宝汽车销售服务有限公司购买的宝马汽车存在质量问题，请求消协帮忙调解。

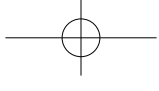
据黄先生反映，他从汽车经销商处购买宝马车后，有一天早上启动汽车时发现车辆抖动严重，并伴有噪音及排气管冒烟现象，他立即将宝马车开到指定的维修部维修，并支付了维修费用。但取车当天，黄先生发现汽车存在的问题根本没有解决。经维修人员再次检测，确定汽车问题系车辆质量问题。于是，黄先生找到汽车经销商北京力德翼宝汽车销售服务有限公司要求解决问题，没想到经销商以上级销售代理

商未给回复、高层主管出差、换人等为由推脱。

在多次与汽车经销商协调无果的情况下，黄先生投诉到东城区消协，要求汽车经销商更换合格车辆或及时维修车辆并延长合理的保修期，同时退还汽车因维修发生的维修费，以及因汽车维修期间影响使用而付出的打车费等。

接到投诉后，消协工作人员立即进行调查了解，不厌其烦的约谈汽车经销商和上级代理商主管人员，向其宣讲《消法》和各种有关的法律法规，汽车经销商终于同意为黄先生维修汽车并给予合理的补偿。历经一个多月，这起数额较大的汽车投诉得到圆满解决。（东城区消协）





苹果电脑出故障 谁来承担维修运输费？

9月1日，消费者唐女士购买了一台价值5500元的苹果笔记本电脑，在保修期内（自购买之日起1年）该电脑发生闪屏问题，由于本地没有苹果售后维修店，唐女士只能将电脑邮寄到苹果公司指定的维修店维修。电脑修好后，维修方告知唐女士：该笔记本电脑在维修中产生的相关运输费用应由消费者自行承担。

唐女士认为，苹果维修方的说法有悖于新《消法》中第二十四条第二款的规定，即依照规定进行退货、更换、修理的，经营者应当承担运输等必要费用。她再次询问苹果维修方，得到的答复是：苹果维修方执行国家《部分商品修理更换退货责任规定》第十五条内容，“对应当进行三包的大件商品，修理者应当提供合理的运输费用，然后依法向生产者或者销售者追偿，或者按合同办理”，而笔记本电脑不属于“大件”商品，故维修方不承担运输费用，消费者自行支付该电脑的快递费用。唐女士认为，苹果维修方的这种做法不符合新《消法》的规定，于是找到消协投诉。

在此次事件的调解过程中，由于苹果公司在中国没有售后服务机构，售后服务备受诟病，此类投诉在王府井地区存在逐步增长的态势。经了解发现，苹果公司在其他地区（如日本、澳大利亚、英国等）有一些特别条款，是按照当地的法律规定做出了妥协和调整，而在中国没有任何修改和调整。消协工作人员多次联系苹果公司中方销售代表，反复斡旋，并积极履行工商、消协职能，向王府井苹果直营店下达了《行政提示书》，对苹果产品维修条款中的相关内容提出质疑，内容严谨、法律法规引用合理。苹果中国销售方最终允诺将此类问题作为重点情况向苹果总部进行法律咨询和情况反应，并及早给出答复。

历时一月，苹果公司终于给了消费者一个满意的答复：
1、苹果公司承担消费者唐女士电脑在维修过程中产生的所有运输费用；
2、苹果公司接受王府井工商所行政提示书内的相关建议，更改维修服务合同条款，在维修服务中明确执行新《消法》中的法律条款；
3、积极配合工商部门，进一步加强对消费者的保护力度。（东城区消协）

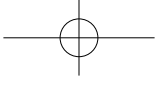
托运包裹遗失 赔偿依据各执一词

今年10月底，消费者朱先生通过某托运公司从美国托运一个包裹到黑龙江省哈尔滨市，包裹包含价值4000余元的生活用品和衣物、项链等，托运费为286.29元。由于托运公司的失误，包裹不慎丢失。朱先生要求托运公司给予全额赔偿，但托运公司以朱先生托运物品时未做保值，行业中有相关规定为由，只同意赔偿朱先生货物1000元和退还托运费。朱先生无法接受托运公司的方案。

多次协商未果后，朱先生电话投诉到消协，请求维护消费者权益。消协接到投诉后，立即展开调查，核实相关情况。经过多次与托运公司协调，说明行业规定与法律法规有冲突时，应以法律法规为准，并宣讲新《消法》知识。最终，托运公司全额赔偿朱先生货款和运费，共计人民币4750元。

该案例应引起我们重视，有些行业制定一些行业规定，对少数消费者无理的要求起到一定的制约，同时可以起到一定的保护商家利益的作用，但也应考虑到大多数消费者的权益因行规而受到侵害，并且有些行规条款违背了《消法》精神。在处理这样的问题时，行规与法律法规相抵触时，首先应遵循法律法规。（东城区消协）





Ipad5打不开网页 苹果专卖店蛮横不退货

前段时间，消费者付女士来西城消协投诉，称其在华联阜成门店花4176元购买了一款苹果IPAD5，回家使用时发现无法打开单位网页，找到苹果IPAD5要求退货，遭到店方拒绝。

接到投诉后，消协工作人员迅速与该苹果IPAD5取得联系，请店方派人来解决投诉。没想到，该苹果IPAD5店负责人一到消协，就虚张声势的嚷起来：“新消法我学了，这种情况应是不退不换的。”面对商家如此嚣张行为，消协工作人员耐心同双方人员共同学习了新《消法》，将新《消法》的条款向他们一一讲解。

通过学习，该苹果IPAD5店负责人嚣张气焰没了，但还是百般抵赖，认为消协工作人员和消费者都是外行，对产品性能知之甚少，并信誓旦旦地说此机无问题，是能够上消费者单位网的，如果非说不能上单位网，可以到苹果IPAD5鉴定中心去鉴定，傲慢地将去苹果IPAD5鉴定手续交给了消费者。

几天后，消费者来电话说鉴定结果出来了，鉴定上说该机不具备上单位网的功能。消协工作人员再次约双方来消协调解，该苹果IPAD5店负责人又以没有时间为由，拒绝到消协调解。

问题出现了僵局，怎么办？消协工作人员只好同消费者一起来到华联阜成门店，找该店的客服经理解决问题。该经理也很无奈，说苹果IPAD5是租赁单位，他们说了也没用。最后，该客服经理给华联商场负责人打电话，请商场领导来处理。

商场负责人来后，大家一起在商场客服办公室解决投诉，该苹果IPAD5负责人仍然花样百出，百般抵赖，最后就是一句话：该机没问题不能退！问题到此，华联商场负责人只好单方面向消费者承诺：保证给与解决，让消费者满意。

几天后，商场客服经理打来电话，通知消费者将苹果IPAD5送到商场客服部，因为是刷卡消费，还要将银行卡号告知商场。至此，这件关于苹果IPAD5的投诉终于得到了解决。西城区消协认为，该案的焦点是商家无视消费者的合法权益，利用新《消法》刚出台不久，消费者还没有深入了解新《消法》的内容，对消费者连蒙带骗，在蒙骗不成时，又百般抵赖。（西城区消协）



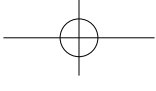
老人修车不满很生气 消协先行赔付暖人心

11月初，一位80多岁的老年消费者拿着两个小三轮车的车胎，怒气冲冲地来到东城区消协北新桥分会投诉。消协工作人员看到这种情景，赶紧让老人坐下，并倒上热水，让他慢慢讲述投诉事由。

原来，老人前一天在某修车摊位处购买了两个小三轮车的车胎，付款后老人对车胎质量感觉不满意，遂要求修车师傅给予退换，遭到修车师傅拒绝，于是带着满肚子怒气来到消协投诉。

了解情况后，工作人员立即打电话联系修车摊位师傅进行调解，但当时没能联系到当事人，于是劝慰老人先回家等，老人很固执，又怕不能解决，不同意回家等消息。消协工作人员在劝导不通、符合先行赔付的情况下，启动消协“先行赔付”手续，赔付老人25元损失，老人愉快离开。事后，商家也支付了赔付款。

消协自实行“先行赔付”办法以来，在调解消费纠纷过程中给广大消费者带来了很大便捷的同时，也受到了很多消费者的称赞与认可。但该投诉事例也提示消费者，购买商品前，一定要先验看商品再付款，避免发生不必要的纠纷。（东城区消协）



买到变质酸奶获三倍补偿

近日，密云县消协接到消费者吴先生电话咨询，称其在密云县城某商场购买了一箱某品牌的酸奶，开启准备食用时，发现有一杯可能因封闭不严，变质致使不能食用。对此，消费者不知如何是好，便打电话向消协咨询，并请求消协派人前往其所购酸奶这家商场帮助其解决自己所遇问题。

接到咨询电话后，消协工作人员认真了解消费者反映的情况后，耐心地解释了解决消费纠纷的几条途径，以及如何依法维护自身合法权益的法律依据，引导其一定要理性维权、依法维权，并告知消费者可先与该商场联系协商解决。

与此同时，消协工作人员与这家商场负责人取得了联系，认真反馈了消费者所遇到的问题，并建议妥善解决这一

问题，该商场负责人非常重视，并当即承诺在了解具体情况后，一定会给消费者一个满意的解决结果。

事后，消费者吴先生给县消协打来电话，表示自己没有想到所遇到的这么一点小事，在县消协的真诚帮助下，问题在很短的时间内就得到了圆满解决，商场的工作人员不但认真的接待了自己，而且还耐心地向自己解释了产生酸奶变质是因封闭不严所至，随后该商场还为自己补偿了三杯新的酸奶。他还表示，自己通过这件事情，不但自身的权益得到了保护，而且还学到了很多维权知识，真是受益匪浅。同时，他也对县消协真诚服务消费者的做法，表示了由衷的感谢。（密云县消协）

冰箱保修期内修三次 商家拒绝退换货

今年5月8日，消费者苏女士到西城区消协投诉，称其于2010年8月14日，在马甸大中店购买了一台海尔卡萨帝BCD-356W冰箱（价值9899元），同时又根据销售人员的推荐，购买了该冰箱的延保（延保费220元）。冰箱在使用到2013年12月的时候，突然出现不制冷的现象，其立即与大中延保人员取得联系，该店派维修人员上门进行维修，声称已修好，但冰箱第二天又不制冷，该店再次派人员来修理，并再次声称冰箱修好。

没想到，今年4月22日，冰箱又出现不制冷现象，其在该店延保人员联系，延保人员称冰箱修不了了，也不给出解决的方案。当天，苏女士到大中店要求解决问题，但该店给出的答复是只能维修。因为冰箱修了三次，苏女士不再接受维修方案，遂投诉到消协要求退货或换货，同时赔偿因冰箱不制冷而坏

了的食品，价值2000余元。

受理投诉后，消协工作人员立即与大中马甸店取得联系。第二天，该店派客服主管及冰箱销售人员到消协解决投诉。双方在认定投诉事实时，店方认可消费者所述属实无疑义，可是在解决方案上双方分歧较大。消费者一方称，已不再信任该店的维修的技术，希望在海尔北京专修店修理，但店家不同意，双方一直在该问题扯皮，未达成协议。

在此期间，消协工作人员与该店客服主管多次取得联系，要求该店到消协解决问题，该客服主管总是说没时间，将问题拖着不解决，此事一直拖到了9月，店方还是不来消协解决。眼看投诉就要搁浅了，消协工作人员立即与消费者取得联系，约好一起到大中马甸店找其负责人解决。该店店长同意延长冰箱二年保修，赔偿消费者人民币1000元，并继续对冰箱给予修理。



消费者同意1000元的赔偿和延长冰箱二年保修，但不同意店家继续修理，理由是不再信任修理人员的技能，冰箱修不好老得请假，折腾不起。面对调解中出现的新问题，消协工作人员继续耐心做双方工作，最后双方达成协议：一是根据《三包》规定，由消费者自己找修理单位对冰箱进行维修，店方根据维修发票上的金额给予报销维修费；二是依照《消法》第十一条规定，商家赔偿消费者冰箱内损害食品的费用1000元整；3、延长冰箱保修期二年。至此，问题得到了圆满解决。（西城区消协）

莫让网购“网”住了理性



网络购物真方便，不见货品却心慌，
以次充好色差大，不合身形更常见。
无因退货解烦忧，除外商品要记全，
退货商品要完好，退货运费要自担。
送递拍照留证据，物流受损免争议，
网店信息平台亮，联系不上责任担。
相关记录要截屏，核准资质再交易，
三方支付来付款，理性消费心儿安。

【案例】小林在某网购交易平台的网店上购买了一款皮包，网页上为靓丽的蓝绿色，货品到手，却是暗淡的蓝绿色，而且拉链拉环金属配件都很粗糙，到处是线头。小林马上提出退货，网店老板说这不属于质量问题，只属于细微瑕疵，无法给予任何处理。而且过后网店老板就再也联系不上了。

【解读】网络购物以其方便快捷，成为许多大学生首选的购物方式。然而网络购物由于不能与商品和销售者进行现场接触，消费者主要通过经营者提供的图片、文字、别人评价等选择商品，不易辨别商品的真实性，因而为消费者带

来便利的同时，也带来了一系列问题：一是宣传与实物差距大；二是商品质量良莠不齐；三是格式合同有待规范；四是物流配送问题频出；五是货款支付存在风险；六是售后服务争议突出；七是欺诈行为屡禁不止；八是信息安全亟需加强；九是评价搜索玄机重重。

为秉持公平理念，平衡消费者和经营者之间信息不对称问题，保护消费者的权益，新修订的《消费者权益保护法》对消费者给予了三项保护：消费者七日无因退货、网购经营者信息披露义务、规范网购平台责任。

本案例中小林可以主张七天内无因退货，如果网店无法联系，可以向网购交易平台寻求帮助，如果交易平台无法找到商家，可以向网络交易平台索赔。

【海淀工商、消协提示】

1、除外商品要记牢。四类商品（定做类、鲜活易腐类、数字化商品、即时性消费品）及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七天无因退货。

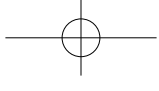
2、七日期限要明确。七日内：从收到商品的第二天开始起算，七天的最后一天是法定节假日的，以节假日的次日为期间的最后一天。期间的最后一天截止时间为二十四点，有业务时间的，到停止业务活动的时间截止。

3、承担运费是法定。无因退货法定需要消费者承担运费。

4、退货商品完好留证据。退货商品应当完好，是指在消费者手中完好，为了避免物流环节的纠纷，建议所退商品在交付物流前，要注意通过拍照或者取得商家承诺的方式留存证据。

5、网络宣传莫轻信。提示消费者在进行网购时谨慎交易，勿为虚假宣传迷惑。尽量选择大型购物网站，交易前核查经营者资质，并使用第三方支付方式进行交易，汇款方式慎用。

6、理性消费，按需网购。不要因价格便宜，囤积不需要的商品。（海淀区消协）



购买数码产品要心中有“数”



数码产品真时尚，产品更新多花样，
要买产品看仔细，考虑周全不上当。
买家证照要记清，货比三家权利享，
遇见拉客不要理，强买强卖难商量。
想好所需心有成，忽悠转型不发慌，
水货前卫不可取，山寨便宜无保障。
配件繁多查仔细，验好货品再付账，
购物票据索要齐，解决纠纷好通畅。

【案例1】小刘本想买联想笔记本Y470，交钱等提货等了很久，在这个过程中，工程师告诉消费者Y470是32位操作系统，不支持盗版软件下载，如果要下载正版软件，一年要交1000多。小刘觉得不划算，买了推荐的机型，回来查，比中关村价格指数网贵了1000多元。

【案例2】高女士看到网上广告决定购买某款数码相机，推销员却说这款相机性能不好，推荐另外的品牌相机，机子的型号是2002，新出的，网上查不到。高女士用手机上网查，果真查不到，于是就相信了。推销员报价1500元，但如果不要发票，可以1000元。高女士认为发票没有用，于是以1000元成交。消费者买完后，到附近的电器商城看到了同款相机，型号并不是推销员所说2002，标价也不到1000元，又到别的电子卖场询价是600多。

【解读】开学报到，智能手机、笔记本、ipad等“入学装备”成为大学学生的标配，催热了“开学经济”。然而在

数码产品购买上，大学生还存在很多盲区，导致较多投诉。另外，有专家调查发现，不少年轻人追求高端电子产品目的不是为了实用，而是为了炫耀攀比，一些新生提出数码装备非得是苹果、三星等进口名牌，甚至因购买电子产品时与父母意见不合而“雷语”相向。

【消协提示】

1、转型售卖莫上当：一些商家以低报价吸引消费者购买。消费者决定购买后，销售人员却称现场缺货，需要到仓库去看货拿货，而且得先交钱。到了仓库所在地，商家在给消费者装系统的过程就采取“障眼”等手段，如堵住散热孔说机器散热不好、不能装正版软件、速度慢等，然后推荐配置高的另一款商品。这种商品往往反而是低配置的或不知名的品牌，买的价钱比外面市场平均价格反而高了许多。因此购买前，要提前做好功课，网络查询充分了解想买的品牌、型号和价位区间，杜绝卖场外或私下交易。

2、当场验货莫嫌烦：数码电子产品购买时一定要先验货，确保商品型号与发票一致，可以正常使用，无破损等问题再付款，以免与商家发生不必要的纠纷。

3、商品价低莫轻信：以手机为例，“山寨”、“水货”、“合约机”低价诱惑需理性。山寨手机价格低廉、外观上与品牌手机高度相似，然而，无检测标准，未进行电磁波辐射等国家标准检验，无“三包”，以及隐藏有手机自动上网、内设软件自动扣款等变相收费“吸金”陷阱，隐患重重；水货手机售后维修困难，还会碰上将翻新机冒充水货，并且购买水货不受法律保护；“合约机”以“买话费送手机”形式售卖，一机一卡，身份证开通后无法退货，而且送的手机还没有话费贵。因此购买手机，最好到正规商店、专卖店购买，不要只被低价所吸引。

4、索要凭据维权安：要向商家索要保修卡和发票，并保留好所有的购物和录音凭证，维护自己的合法权益。因消协不受理企业非消费者与企业间的消费纠纷，一些商家诱导消费者开具单位抬头的发票，造成消费者维权受阻，请注意查看发票内容，标明商品详细型号。（海淀区消协）

正确选用电暖宝 避免变成“电手雷”

经实验证明，人体皮肤接触70℃的温度持续一分钟，皮肤就可能会被烫伤；而当皮肤接触近60℃的温度持续五分钟以上时，也有可能造成烫伤，这种烫伤就叫做“低温烫伤”



冬季来临，全国各地天气将更加寒冷，为给自己的身体取暖、保暖，部分消费者开始选用电暖宝。电暖宝分为两种：电极式和铠装发热元件式。前者因安全性较低已被国家禁止生产销售，目前允许继续销售的是安全性高的铠装发热元件式电暖宝。从外观上看，目前市面上流行的主要是储液的软袋式电暖宝，少部分是固体电热饼。

从2010年11月1日起，《家用和类似用途电器的安全储热式电热暖手器的特殊要求》正式实施，对电热暖手器包括承重能力、温度升高情况、断电情况、密封程度都作了相关具体规定。但是，据中消协投诉与咨询信息系统统计分析，消费者在使用电暖宝的过程中，发生的伤人事件已不在少数。因此，中国消费者协会特别提醒广大消费者，在选购和使用电暖宝时一定要注意防范安全隐患，避免发生内液泄露、烫伤皮肤等危险事件。

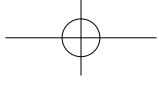
一、尽量到正规商场挑选、购买。消费者应购买有CQC自愿认证证书、合格证明、使用说明等相关证明齐全的电暖宝品牌，切勿在路边摊贪图便宜购买“三无”产品。购买时不仅要注意通电储热安全，也要观察表面材料是否有颜色迁移现象，避免引发皮肤受损。

二、严格按照产品说明使用。消费者在使用前应仔细阅读产品说明书，严格按照产品要求进行使用。特别注意不要将储液软袋式电暖宝跟尖锐物品及明火接触，以防损坏，发生内液泄露；切忌将电暖宝抱在怀中一边充电一边取暖，以防发生触电危险；注意电暖宝输入插口部分是否有变黑，打火现象，如出现此现象，应立即停止使用，送到维修部进行检修。

三、切记不要长时间连续使用。虽然电暖宝基础温度不高，但皮肤长时间接触高于体温的低热物体也会造成“低温烫伤”。经实验证明，人体皮肤接触70℃的温度持续一分钟，皮肤就可能会被烫伤；而当皮肤接触近60℃的温度持续五分钟以上时，也有可能造成烫伤，这种烫伤就叫做“低温烫伤”。所以消费者一定要注意使用时间的长短，不要贪图“温暖”。对于特殊人群，尤其是婴幼儿、热感觉迟钝者或生活不能自理者尽量不用或少用，如果使用也要做好监护工作，以确保安全。

四、注意电暖宝的使用寿命。电暖宝说明书中应有建议安全使用寿命，一般是1年到3年不等，因此，消费者不要长期使用同一个电暖宝，避免电暖宝“超期服役”。每次使用储液软袋式电暖宝前，一定要全面检查电暖宝的密封性，如果有线头开裂现象，应停止充电使用，避免发生内液泄露，引发触电危险。对使用中的电暖宝，应定期检查，防范内液泄漏，当储液软袋式电暖宝不正常膨胀时，应立即停止使用，送到维修部进行检修。

此外，对于固体电热饼式电暖宝，由于其无法自动彻底切断电路，因此必须注意充电时间，及时停止充电；而且，这种类型的电暖宝刚充完电时表面温度较高，消费者在使用时最好套上布袋，以免烫伤。（中消协）



储液软袋式电暖宝伤人案例

1、电暖宝爆炸伤人 消协帮助维权和解

2013年12月底，江西省消费者温某购买储液软袋式电暖宝一只，2014年2月12日热水袋在充电时突然爆炸，热水袋内的物质溅在消费者女儿（年龄5岁）的脸部，并被烫伤，经医院诊断：右侧颜面部I度烫伤，面积约3%，可见少许水泡。至2014年2月28日，消费者带女儿就诊花去医药费1100元。消费者于2014年3月3日向江西省铜鼓县消费者协会投诉，要求赔偿医药费及相关损失。

经消协人员调解，依据《消费者权益保护法》第十一条、第三十五条规定，投诉方和被诉方达成如下协议，经营者赔偿消费者现金2300元。

（案例提供：江西省宜春市铜鼓县消费者协会）

2、电暖宝爆炸伤人 消费者获赔医药费

2014年1月14日，贵州省毕节市大方县消费者杨某购买牌电暖宝一个，2月26日凌晨1点，杨某在按照使用说明书要求正常充电后，夜读时抱着电暖宝暖手过程中发生爆炸，液体喷出造成左手掌、右臂、腹部严重烫伤。经消协工作人员调解，双方和解，消费者获得30000元赔偿。

（案件提供：贵州省毕节市大方县消费者协会）

3、电暖宝爆炸伤腿 消协调解消费者获赔

2014年2月2日，消费者李某购买储液软袋式电暖宝一个，2月14日发生爆炸，消费者腿部被炸伤，与经营者协商无果，希望消协给予解决。经消协人员调解，经营者赔偿消费者医药费、误工费等合理费用3000元。

（案例提供：山西省运城市永济市消费者协会）

北京市消协提示： 赴澳游客慎购电子产品

澳门一直是深受内地游客喜爱的旅游目的地之一。澳门不仅以其独特的地理位置和中西方文化交融的历史背景吸引了大量内地游客，作为发达的电子通讯产品销售热门地区更使游客增加了购物乐趣。

为了保障赴澳旅游消费者能享受一个愉快的假期，北京市消协与澳门消委会联合向赴澳门旅游的消费者发出消费提示，提醒游客在购买电子通讯产品时应注意的事项：

消费者在出发前，有消费意向的最好先通过互联网对计划购买的电子产品进行了解。通过官方网站对商品的型号、规格、功能、零售价、评测报告、配件与售后服务等信息做初步了解后，实际购买就可以心中有数。

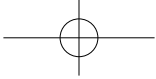
消费者在购买商品前请尽量“货比三家”，对不同商家出售的价格进行比较，切勿在没有了解任何产品信息的情况下盲目购买。

消费者在选定心仪商品后，切勿轻信商号职员对其他产品的游说，个别不法商家通过夸大甚至虚假宣传推销消费者不了解的商品，侵害了消费者权益。因此，消费者购买时，对计划外的没有了解的产品不要轻信商家的推销，以避免购买到夸大甚至虚假宣传的产品。

在澳门当地出售的手机、平板计算机、相机等电子通讯产品目前不适用内地“三包”的规定，遇到问题澳门消委会将依据当地相关规定处理解决。

为了最大限度地保障消费者权益，消费者可考虑在具有澳门消委会颁发的“诚信店”优质标志的商号购买产品。消费者可以通过澳门消委会网站(<http://www.consumer.gov.mo>)，了解更多“诚信店”信息及相关消费提示。





王府井购买玉器需谨慎

近一段时间，东城区消协陆续接到多起消费者投诉，反映王府井地区的玉石林店、玉石音店两家玉器专卖店存在以销售中奖为诱饵，欺骗消费者购买其玉器产品。从2014年1月至6月，区消协共受理关于玉器抽奖方面的投诉18件。经消协工作人员调查，发现存在问题的这两家玉器专卖店存在以下问题：

一、雇佣一些外地妇女在商店门前发放宣传单，宣传单上有被遮盖的获奖信息，消费者把宣传单的遮盖获奖信息一刮掉，特等奖以及一、二、三等赫然醒目，原价25800元的包金翡翠玉器，特等奖只交4500元税金，一等奖只交5200元税金，二等奖只交5800元税金，三等奖只交6400元税金。

二、这两家玉器专卖商店认为到王府井购物的大多数消费者是来自全国各地的外地人，一般购物后都会匆匆离开北京，回到家乡发现玉器是假冒伪劣产品，再想退换货，维护自身的合法权益，已经是杯水车薪、难上加难了。

三、这些商家利用目前社会上宝石收藏、玉器收藏、金银产品价格飞涨，从2001年翡翠a货产品为例，当时一个吊

坠，每个1800元，而2012年的价格是每个15000元，翡翠包金的产品价格更是天价的现实，这些商家大肆在专卖店内外通过高音喇叭宣传玉器产品、北京特产吸引消费者的眼球。使消费者产生购物的愿望。

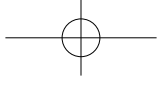
四、他们销售的玉器产品，我们经过北京宝石玉石鉴定中心的玉器专家鉴定；他们销售的所称的a货玉器产品，均为非天然玉器系合成材料，市场价格为每个几十元不等，存在挂羊头卖狗肉的现象。

针对上述存在的销售问题和侵害消费者合法权益的现象，消协建议如下：

一、政府有关部门针对王府井地区销售的宝石玉器的经营商户进行一次彻底的清理整顿、规范经营企业合法经营、守法经营。

二、加大各种形式宣传，尤其对经营商户企业涉嫌侵害消费者合法权益的行为，通过大众媒介予以曝光。

三、提高消费者自我保护意识。（东城区消协）



手机绑定套餐问题多 消费者办理需谨慎

三年前，消费者陈先生在德清某通讯运营商一营业点办理了固定电话绑定手机的套餐，合约期两年。按照合约规定，陈先生在24个月内都必须使用该运营商的套餐业务，不得随意更换服务商。两年到期后，该运营商没有以任何形式通知消费者是否续用或者变更。

直到今年8月底，因电话欠费，陈先生去营业厅缴费，要求查看清单，发现原有套餐的基础上多了“彩铃”和“虚拟网包月”两项收费业务，虽然费用不高，但已收了一年多，且陈先生从未办理过虚拟网之类的业务。陈先生认为该运营商在手机欠费提醒缴费的情况下却对套餐只字不提，未尽到合理告知的义务，侵犯了消费者的合法权益。

面对陈先生的质疑，该运营商的解释是系统自动生成新套餐。在陈先生的据理力争下，多收的费用得到了退还。



目前，通讯运营商以固定电话绑定手机的促销活动层出不穷，为此，消保委提醒广大消费者对此类消费一定要慎重选择，以免造成损失。绑定套餐计费的优惠大多有很多限制条款，在办理相关业务之前，要向营业员详细了解计费方法、承诺使用期限、最低消费金额等等约定信息。定期查询话费账单明细，发现内容包含不明消费项目的及时与运营商联系，有不合理收费可以要求相应赔偿；签订使用协议后要保留好原始单据，以便维权。（浙江省湖州市消保委）

网购要五看三注意

今年以来，市消保委收到多起因网购引发的消费纠纷。安徽消费者赵先生在湖州吴兴区新华路某生发宝店的网站上买了两盒生发宝，收到货后发现产品跟网上叙述严重不符，没有卖家承诺的外包装上和产品本身的两项防伪，于是致电卖家要求退货，卖家承诺退货退款，但等货物退回后卖家却消失，经消保委多次调查也无法联系到经营者。上海王先生通过网购购买湖州某电器有限公司销售的格兰仕微波炉一台，到货后发现不能使用，无产品三包卡，要求退货商家不同意，于是向市消保委投诉，经调解商家已同意退货。

互联网的快速发展，使网购变的轻松快捷，但随着交易量快速增长，网购消费纠纷也随之增加。为此湖州市消保委提醒广大消费者：网购要五看三注意。

一看网站，尽量选择专业性强、信誉度高的网站购物。这些网站都会公示自身的真实身份，包括营业执照的登记注册信息和网站的备案信息。

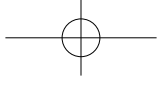
二看价格，网上价格与实体店价格过于悬殊的商品，特别是名牌商品，要谨慎购买，不要盲从轻信。

三看信誉，要仔细查看购物网站的商家和商品信誉评级，并浏览其他买家对该商家和商品的评价，作为购物的参考。

四看详情，要看清该商品的详细信息，包括文字和图片，有无产品说明，还有售后服务的内容，避免因误解产生不必要的纠纷。

五看合同，要注意合同中是否有霸王条款，如“一经售出概不退换”、“商家拥有最终解释权”等条款。

同时，消费者还要注意，一是尽量使用网站所提供的聊天工具并保存聊天记录。二是尽量索要购物发票作为购物凭证。三是尽量选择第三方支付或者货到当场验货付款的方式付费。（浙江省湖州市消保委）



选购猴菇类饼干要货比三家

近日，重庆市万州区消保委针对市场上猴菇类饼干品种繁杂的现状，在做好前期市场调查的基础上，模拟普通消费者，从万州区内的五家超市随机购买了8个品种的猴菇类饼干作为样本，通过“三比一看”对万州销售的猴菇类饼干进行了一次消费调查。

一比价格。本次消费调查样本分别有盒装和散装，购买价格因重量不同无法比较，万州区消保委通过计算得出每个样本的每500g猴菇饼干的均价在9.8元到81.84元不等，价差悬殊8倍以上。

二比猴头菇含量。猴菇类饼干的主要卖点是饼干中含有猴头菇，比较发现，8个样本中有6个样本标注了猴头菇的具体含量，平均每100g饼干中猴头菇净含量从15g到3g不等，其中有2个样本只标注含有“猴头菇”或“猴头菇粉”，未标注具体含量。

三综合比较猴头菇含量与价格。比较发现，价格最贵的是福建省正鸿富食品有限公司生产的“江中猴姑”饼干，其

每500g猴菇饼干均价为81.84元；猴头菇含量最高的是武汉市吉人食品工业有限责任公司生产的“A加加”猴头菇饼干，平均每100g饼干中猴头菇净含量是15g；猴头菇含量（不含未标注具体含量的2个样本除外）与价格最低的是慈溪市周巷镇汇丰食品厂生产的“长天”猴菇饼干，每500g猴菇饼干均价为9.8元，平均每100g饼干中猴头菇净含量为 $\geq 3g$ 。

四看广告宣传。市场上大部分猴菇类饼干打着“养胃”的功能，但有专家表示猴头菇有助于增强人体免疫系统抵抗力，但是在饼干中加入这种成分，能否达到所宣称的功效存在很多不确定性，并且猴菇类饼干除去配料表中的猴头菇成分外，其余成分与普通饼干相差无几，产品本身中也包含一些油类及脂肪，并不建议天天食用。

为此，消保委提醒广大消费者，市场上猴头菇类饼干较多，价格相差较大，消费者在购买时要货比三家，认准商品的品种，仔细查看商品的标志、生产厂商名称、厂址、生产日期与保质期、猴头菇含量等。（重庆市万州区消委会）



如何选购二手车

汽车行业的一句话“新车落地打八折”，凸显了二手车的高性价比。随着汽车的普及，越来越多的消费者也开始选择购买二手车。但由于汽车本身具有一定专业性，再加上二手车本身难以捉摸的性状，由此引起的消费纠纷投诉也日益增多。投诉的问题主要有车辆故障频出、订金不退、出过碰撞事故、里程数不符等。

对此，消保委提醒二手车行业要加强自律、诚信经营，同时提醒消费者在选购二手车时要注意以下事项：

一是要关注车辆手续是否齐全。二手车交易时，卖家必须提供完

整的手续材料，包括车辆登记证或购车原始发票、车辆行驶证、车辆购置税完税凭证、交强险凭证等。此外，消费者还要查看汽车发动机编号、车架号是否与车辆行驶证等相关证书上是否一致等。

二是仔细查验车辆情况。与懂车的朋友一起验车，仔细检查发动机部分、车门焊接点、车身漆面等情况，通过试车来了解真实车况。如果是车龄3年以内的车辆，最好直接到汽车4S店查看该车情况（比如行驶里程数、历次保养维修等情况），做到明明白白消费。

三是认真签订交易合同。消费者购买二手车时不可只听经营者单方的口头介绍，二是要把经营者将车辆的描述还有对车辆质量的承诺（比如提供质保期、承诺不是事故车泡水车、车辆里程数真实性）等以及违约责任在合同上予以一一载明。

四是保存好车辆交易相关凭证。在产生消费纠纷时，消费者可以凭借手中的关键性证据以及合同约定的条款要求经营者赔偿，协商不成的可以要求消保委介入调解，也可直接向法院提起诉讼维护自身权益。（温州市瓯海区消保委）

浅谈搭建老年消费维权网络的经验和做法

东城区消协 李永图

东城区消费者协会自成立以来,以保护消费者合法权益为己任,以促进经济发展和社会进步为目标,认真履行法定职能,为密切党和政府与人民群众的关系,化解社会矛盾,维护市场稳定和发展做出了积极贡献。赢得了广大消费者的信赖,赢得了社会各界的拥护和支持。

1 加强调研工作,创新消费维权的新思路。

2012年中国社科院发布《中国老龄事业发展报告》中公布“2013年,我国老龄人口数量将突破两亿大关,达到2.02亿。老龄化水平达到14.8%”。我国社会已经进入加速老龄化的发展阶段,老年人口正在迅速增加。北京市户籍老年人口已达226.6万人,占户籍人口的18.2%,北京已进入中度老龄化社会。截止到2012年6月30日,我们从东城区老龄委得到数字,东城区现有老年人21.6707万人,占全区人口的22.5%。东城区提前进入了老龄社会。养老问题、老年人消费等问题,也成为我区日益关注的社会问题。

党的十八大做出了“积极应对人口老龄化,大力发展老龄服务事业和产业”的战略部署。随着北京老龄人口规模的扩大和老年化进程加快,老年消费需求在社会总需求的比重逐步上升,老年人的消费在整个社会消费中的份额也逐步加大,随之而来的是近几年老年人消费维权投诉率每年增长10%,呈现逐年上升趋势。做好老年人消费品市场维权调研工作,建立新的快速解决老年人消费投诉通道。是东城区消费者协会以人为本、关注民生、科学发展、落实十八大报告精神的具体实践。对于这个特殊群体的消费权益保护,东城区消费者协会始终是立足自身职能,力求发挥更大作用。针对近年来消费维权的新形势、新问题,在维权思路及方式方法上进行探索和创新,改变协会受理和处理消费者投诉的传统工作模式,有针对性的开展加强对老年消费投诉的调研,维护老年人弱势群体的权益。

2012年东城区消协共接到60岁以上老年消费者投诉817起,其中,已经解决307件。老年人投诉量占全年的30%,针对老年



人消费者投诉上升,老年人在消费领域的特点及维权的路径亟待研究。

东城区消协2012年、2013年在东城区开展了老年人问卷调查活动,分别发放老年人问卷600份,按要求问卷回收率达到了90%,从调查问卷中发现问题和需求并完成《东城区消费者协会2012年消费跟踪服务调查问卷分析报告》和《浅谈老年人的消费维权问题》调研文章两篇。东城区消费者协会在近两年来针对老年工作和调研中发现的问题有针对性的开展了老年人的消费维权保护工作,进行有益的探索尝试并有一定收效。

2 创建老年人消费维权中心、搭建老年维权网络,撑起老年人维权保护伞。

东城区消费者协会制定方案,联合东城区老龄委,根据各自职能决定成立“东城区老年人消费维权指导中心”共同服务老龄化时代的社会管理,为老年人充分实现自身权利,享受社会进步成果,提供消费指导和维权服务。2012年10月18日“东城区老年人消费维权指导中心”正式挂牌成立。同年底东城区消



协提出在社区中建立“老年消费维权指导站，搭建老年人消费维权网络。

2013年初，东城区人民政府将东城区消费者协会和东城区老龄委联合打造的“社区老年人消费维权指导站”建设工作定为2013年东城区政府第19项直接关系群众生活方面拟办的重要实事工作。充分说明了消费者协会的工作得到了东城区政府的支持、重视和认可。

2013年10月19日、10月23日，东城区消费者协会和东城区老龄委以及幸福大街工商所、东直门工商所、前门工商所分别在辖区街道，三个社区即绿景苑社区、清水苑社区、崇西社区建立老年人消费维权指导站。

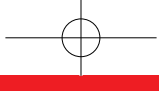
截止到2014年8月东城区消费者协会、东城区老龄委、东城分局12个工商所在东城区的17个街道办事处26个社区建立了“老年人消费维权指导站”。在东城区地域从南到北、从东到西的25个点的全覆盖，方便了老年人的消费咨询、投诉、学

习。受到老年人的欢迎。

3 完善老年人消费维权指导站的制度建设，充分发挥其职能作用。

老年人消费维权指导站建站的目的是：基本构建集政策法规宣传、消费教育、消费维权知识及消费指导、受理投诉、化解矛盾纠纷、共同营造和谐环境于一体的消费维权体系。近2年老年人消费维权指导站共受理消费者咨询1300件、申诉（举报）120件，自行调处纠纷56起，为消费者挽回经济损失11万元。

构建纵横交叉的投诉受理站，解决投诉难，实现老年人维权渠道便民化。老年人岁数大，腿脚不利索，维权意识淡薄、维权知识匮乏是制约维权工作的主要瓶颈，投诉渠道狭窄、额外的维权成本（时间、路程、通讯等）是影响老年人自觉维权的客观因素。在启动老年人消费维权指导站建设过程中，消费者协会认识到，老年人维权工作的深入开展，必须树立“老年



人利益无小事”的认识，关键在于维权渠道的畅通，多角度降低老年人消费者的维权成本，实现维权“零距离”。今年初东城区消费者协会和东城工商分局一道设计制作老年人服务卡。附带邮资集“送法入户”“跟踪服务”“我想咨询”“我要投诉”四位一体的“一卡通”全方位为社区老年人服务。

近两年来，东城区消费者协会以“建设一个老年人消费维权指导站点、方便一方老年群众”为指导思想，大力实施老年人维权指导站“网格化”工程，坚持立足自身，联合东城区老龄委、东城区的街道办事处，挤出有限办公经费，先后投入资金2万元，用于维权老年人指导站的创建。建立了东城区消费者协会、东城区老龄委、工商所、社区居委会四位一体的指挥调度服务体系，为老年人维权提供便利的硬件条件。

树立典型重示范。按照“抓试点、树品牌、强示范”的工作方针，选取基层老年人消费维权站建设较好的龙潭街道办事处的6个老年消费维权站，为示范“老年人消费维权指导站”示范站通过现场会交流、典型示范的形式，比差距、学经验。东城区龙潭街道办事处是实现全部建站，最快、覆盖全办事处的建设最好的老年消费维权社区。龙潭街道办事处工作经验和做法在全区推广，促进了东城区的老年人维权网络布局的形成。

完善制度促规范。在全面铺开的基础上，将已建老年人消费维权指导站的规范和完善工作纳入目标管理，责任到社区、分解到人，采取逐户上门督导等方式，帮助老年人消费维权指导站建立完整的工作、责任和考评制度，要求其普遍建立“三栏”，即政策法规宣传栏、消费警示栏、维权公示栏，为老百姓的依法维权提供直观的宣传平台；老城区消费者协会、东城区老龄委要求成立的老年人消费维权指导站机构设置要有标识、人员配置有班子、办公场所有桌子、工作制度有牌子、维权实绩有册子。

4 构建宣教结合的老年人消费维权指导站，解决普法难，实现维权教育常态化。

维权工作重基础建设更重预防。老年消费维权指导站能否发挥应有的作用，既取决于维权人员的政治素质、政策水平、业务能力是否与维权实际相适应，更取决于老年消费者的自我保护能力和意识。

利用老年人消费维权指导站，开办教育学校的模式，开展《消法》等法律、法规、消费者投诉渠道及程序的宣传，2014年初东城区消费者协会自行编印消费教育教材。传授辨假识假知识，帮助老年消费者识破“消费陷阱”。到目前，累计开办消费教育67次，培训460人次，消费者的自我保护能力得到明显加强。

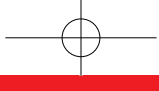
发挥老年人消费维权指导站建在社区优势，做好“普及性宣传”。利用维权站的地理优势，通过制作宣传牌、横幅、发放宣传材料和维权手册的形式，开展送法到社区，向群众和管理对象宣传工商法规，提高消费者的维权法律意识，将商品选购使用保管常识和维权途径系统地予以明示，提高消费者的维权常识。并通过宣传牌公示典型维权案例，使群众从案件中获取经验教训，预防类似事件再度发生。

提高老年人消费维权指导站工作人员能力为重点，做好“针对性宣传”。针对维权工作人员业务不精、职责不明、运转不灵的问题，制定专门培训计划，分批次、按地域每季度组织老年人消费维权指导站工作人员的业务技能培训，定向培训老年人消费维权指导站工作人员；每季召开一次讲评会议通报工作情况，并针对老年人消费维权指导站运行中的主要问题进行讲评。

老年人消费维权指导站建立后工作重心在为社区老年人开展法律宣传、商品知识、消费警示等内容的消费教育，利用分会秘书和志愿者开展消费跟踪服务。同时加大和完善为社区老年人的投诉解决机制和程序，提供快捷维权服务，加强对经营者的监督检查，净化市场环境，为老年人提供消费维权保障。

2014年3月15日东城区消费者协会与东城区老龄委一道在和平里七区为试点开展消费维权“一对一”帮扶活动，把社区志愿者、东城区消协维权志愿者相结合统一培训，对该社区老年人实行“一对一”消费维权工作，目前已正式拉开帷幕。

东城区消费者协会将以建立社区老年人消费维权服务站为契机，在消协队伍中牢固树立求真务实的工作作风、开拓创新的工作锐气、注重实效的工作方法和清正廉洁的自律精神。全心全意为广大老年消费者服务，并呼吁社会各界共同关注老年消费群体的切身利益，为老年消费者营造安全、放心、温馨和谐的消费环境。



微信平台助力社会化管理

东城分局景山工商所微信平台调研报告

社会化管理作为工商行政管理工作的战略方向,对工商所行政管理工作提出了新的命题和进一步思考。景山工商所结合微信这一新兴媒体工具建立的“景山地区工商——社区”微信交流平台,为工商所和社区协作共管搭建工作渠道,针对社会化管理命题进行了有益的探索和实践。

一、景山工商所微信平台的建立背景

(一) 社会化管理——工商行政管理的新路径

“社会化”一词源于政府管理体制变革,其实质是对管理主体和客体的重新定位和根本调整,便利了协同管理模式和治理方式,为公共服务型政府的建设与完善提供了新的途径与可能。

工商行政管理机关作为政府市场监管和行政执法的重要职能部门,其工作本身就是社会化管理的重要组成部分。2012年8月,北京市工商局发布了《关于参与推动社会管理创新全面提升工商履职效能建设首都良好市场生态环境的工作意见》,确立了要以社会管理创新为抓手,建设良好的市场生态环境目标。同时,北京市工商局与东城区政府率先签署了合作协议,由此开始了市级职能部门与地方政府共同创新社会管理的新探索。东城工商分局的工商管理网格,与东城区各个社区及社区管理网格,实现了全面对接。景山工商所的4个工商管理网格,与辖区内的8个社区、27个社区管理网格实现了对接。

(二) 景山工商所传统社会化管理工作状况

在过去的社区工作实践中,工商所主要采取进社区讲课、摆设展台的工作方式对工商法律法规进行面对面宣传,该工作方式增强了群众对工商行政管理工作和工商法规的理解,取得了一定成效,但受客观条件限制,这种方式存在成本较高、针对性不强、时效性较弱等劣势。

另外,在社区工商监管工作中,主要采取工商、社区管理网格形式,该方式实现了社会化管理工作的有效对接,提高了社会化管理效能。但另一方面,由于网格监管干部有限,监管

任务较为繁重,监管压力较大等问题普遍存在,降低了工商执法的效率。

(三) 微信在社会化管理中的特点和优势

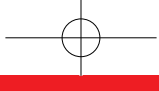
微信作为新媒体发展的新兴产品,因其便捷、快速、互动等功能吸引了最广泛的受众。一方面,微信可以提供多样性的应用服务。通过文字、图片、语音、视频等多样化的表现形式,微信承载了富媒体化的分享与服务功能。另一方面,微信在提供应用服务方面具有天然的便利性、及时性、互动性。微信借助移动终端,面向最广泛的受众,持续性强,既能实现随时随地的服务功能,又能实现与对象的快速互动。另外,微信的低成本运营,极大节省了政府开支,节约了公共财政资源、人力资源,以最低廉的成本实现了最便利的公共服务功能。

通过微信这一载体,工商管理部门既可以直接向社区进行工商法律法规宣传,又可以快速回答社区人员提出的相关工商业务问题,实现了社区和工商所的实时对接、无障碍交流。而如何有效利用微信平台的特点和优势实现工商所的社会化管理服务,也是当前工商工作创新的可行路径。

二、景山工商所微信平台的设计思路

景山地区工商-社区微信交流平台是景山所为强化工商所“两维护一参与”的工作定位而搭建,是工商所与社区、社区与百姓之间便捷的沟通渠道。在目的宗旨上,通过微信平台建立起工商所与社区及百姓之间良好的沟通渠道,为社区和百姓提供便捷的工商服务。在工作内容上,微信平台肩负三大职能:一是宣传职能,将工商政策法规、消费小常识和典型案例等宣传给社区网格管理员,并通过社区网格管理员向社区百姓进行宣传;二是服务职能,回复和解释有关登记注册、消费维权等工商业务问题;三是受理职能,及时接收并处理社区通过照片、语音或文字形式等反应的问题、意见等。

(一) 以微信平台为核心载体,打造联系社区、重点突出的和谐工作环境。



一是在形式上,通过微信平台加强工商所与社区的联系。微信平台的成员组成为工商所领导和负责联系社区的工商干部、社区领导、网格管理员和网格助理员,管理员由工商所干部担任,使工商所与社区之间信息传递方式更加直接。

二是在内容上,结合辖区经济特色和工商所业务重点进行宣传。及时掌握社区百姓日常生活关注,社会热点及工商所业务重点,通过微信平台将相关法律法规、常识案例推送给社区百姓,并对宣传材料存档以备后续工作参考。

三是在程序上,科学规划,细化微信平台运营准则,确保有序运行。用制度对微信平台的参与人员、组织程序、交流内容等方面做出规范,如微信平台上交流必须遵守国家法律法规及相关网络信息管理规定,禁止出现不良政治倾向、宗教、色情暴力等内容,成员在微信平台中的发言均为公共信息,不得谈论私人话题。

（二）以问题反馈和互动沟通为主要方式,为提升公众服务找准切入点。

在微信平台交流形式上,首先,工商所通过微信平台向社区网格管理员发送工商政策法规、消费小常识和典型案例等信息,通过网格管理员和网格助理员口口相传的形式向百姓宣传

消保维权知识和消费小常识,以提高百姓消费维权的意识和基本常识,通过典型案例的宣传,使百姓避免掉入消费陷阱等。其次,通过与网格管理员和网格助理员沟通,及时了解和解答辖区百姓对涉及工商业务的各种问题,特别是重点解答办理个体工商户营业执照的相关问题。

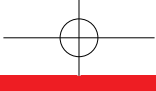
（三）以拓展信息接收为着力点,形成高效及时的工作服务机制体系。

根据微信平台接受的社区反应问题及时解决社区需求,将相关情况告知反应者,确保微信平台反映的问题处理工作落实到位。

一是将问题举报及处理情况形成工作纪要,成为开展检查工作的重要依据。相关工商干部按照完成时限在所务会上汇报进展,防止出现处理不力、缺乏回复的问题。

二是通过工商所会议对微信平台社区反映情况、举报查处情况、工商所工作重点进行记录公示,为后续微信平台研究分析辖区情况和开展下一步工作提供客观、准确的数据支撑。

三是以落实执行为重点,对微信平台举报情况有力查处,安排人员对举报的问题及时进行跟踪检查,并将查处情况尽早告知相关举报人。



三、微信平台的初步运行效果

目前该工商-社区交流平台共有44位成员,其中景山工商所13人,社区31人,实现了对辖区八个社区网格的全覆盖。

从实际效果上看,目前微信平台运转较为顺畅,总体上符合设计的要求。特别是在法规宣传、业务回复、诉求处理等方面发挥了积极的作用。

(一) 主动宣传法律法规 及时回复业务咨询

5月30日,微信平台开通当日,景山工商所便创建了《老年人应注意的消费陷阱》和《话说新消法》两个专题,将工商政策法规、消费小常识和典型案例等宣传给社区网格管理员和社区百姓。此后,该平台陆续为社区群众传递了工商登记注册、如何有效识别传销、如何鉴别商品质量等相关知识。2014年5月至8月,工商所共计发送文字信息42条,图片31张。其中,涉及到传销知识介绍2条,新消法知识介绍8条,消费维权案例介绍8个,消费知识介绍12篇。

通过微信平台,社区网格管理员和工商所实现了实时对接、无障碍交流。对于社区人员提出的有关登记注册、消费维权等相关工商业务问题,景山工商所工作人员及时对问题进行了解答。同时,针对社区人员对新的工商法律法规政策的疑惑和问题,工商所人员给予认真解释。遇到涉及到其他业务的问题,工商所并没有直接拒绝回复或模糊回复,而是迅速与相关局科室联络,确保对百姓咨询的问题提供针对性的解答。

(二) 回应社区诉求 及时反馈处理结果

1、及时掌握社区一手资料

通过微信平台,社区网格管理员可以直接利用照片、语音或文字形式将相关问题向工商所反映。在收到情况反映之后,景山工商所则快速主动对问题进行调查,并且快速反馈。借助于微信平台,工商所不仅增强了监管效能,更是加大了工作力度。

例如,6月4日,景山地区钟鼓社区网格管理员通过工商所-社区微信平台反映辖区内东板桥29号一餐馆可能存在无证经营。工商所高度重视,网格监管干部迅速与社区沟通了解情况,实地检查该经营主体后,确定其属于有照无证超范围经营的无证经营行为,并将其迅速录入无证经营台帐,同时移转食药监

管部门。7月中旬,社区网格通过微信平台反映联丰35号可能存在无证经营。收到信息后,景山工商所迅速展开调查,经调查该地址没有经营行为,不属于无证经营,并及时将调查结果通过微信平台反馈给社区网格。

2、及时发现违法违规 预防违规行为发生

6月6日,黄花门社区网格管理员通过景山工商所-社区微信平台反映三眼井胡同91号内设置一块带有“东城景山社区服务部 经营项目:室内装修、土建等”字样的牌匾,社区提出需工商所核查是否有营业执照。

工商所网格监管干部迅速出动进行了实地检查,在与社区沟通了解情况后得知:该处牌匾为个人以“社区服务部”名义擅自设立,准备进行经营活动。工商所网格监管人员与该牌匾设立当事人进行了联系,告知此处不具备办理营业执照的条件,如果经营属于无证经营行为,且宣传广告为虚假广告。当事人当即表示既然办不了营业执照,就不租这的房子了,并及时自行拆除牌匾。之后,景山所将相关情况通过微信平台及时反馈给了社区网格管理员。

通过微信平台工商所与社区及时沟通,及时消除了一起虚假广告并杜绝了一起无证经营的发生。

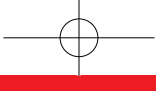
3、及时组织力量开展专项整治活动

利用微信平台,景山工商所不仅提前预防违规经营、及时制止违规行为,更是发挥主动作用,对微信中反映的问题扩大调查范围,主动发起专项整治,增强了工作力度。

例如,在通过微信平台发现美术馆后街某花店存在一照多摊经营行为之后,景山工商所迅速发起“一照多摊”专项整治,对辖区内一照多摊的商户进行了全面摸底调查,并对相关问题进行了行政指导。社区网格反映某洗衣店存在用电安全隐患后,景山所对该商户进行安全隐患排查和教育的同时,发现洗衣店存在超范围经营现象,经了解,这是共性的经营现象。因此,借此发起了“洗衣行业”专项整治工作,对景山所辖区内经营洗衣业务的商户进行了排查,并对超范围经营(需经环保局审批)洗衣业务的商户录入无证经营台帐。

(三) 密切社区联系 信息共享更加快捷

作为社会化管理的宣传参与手段,微信在传递信息、共享信息等方面更加快捷。通过微信平台,社区相关会议活动与工



商所相关会议活动可以实现即时在线传播。

工商-社区交流平台的44位成员在自己在场的会议活动中，往往主动将会议现场图片在第一时间发送在微信平台，与大家共享内容。例如，黄化门社区民商促进会成立大会、汪芝麻社区党员志愿服务日、皇北社区人大代表与选民见面会等现场内容都实现了微信的在线传递。

更值得一提的是景山地区每两周一次的大城管会。在大城管会议上，社区、街道办事处工商、城管、公安等各部门共同交流意见、反应问题。但在以往的形式上，每位网格负责人只能参加一个社区的会议。微信交流平台开通后，任何一个社区的会议内容都可以将文字和图片在第一时间通过微信平台发布，实现八个社区的会议共享。

四、景山工商所微信平台的下一步工作

（一）注重与社区的协同互动，实现网上微信事务处理

目前，微信平台大多以信息公开和信息宣传为主，而与社区的双向互动不足。工商所在公共服务建设中应该明确其服务功能，要从宣传性向功能性、服务性进行转型，在转型中要注重与社区的协同互动，可以在微信平台中主动设置网上调查、交流论坛、工商信箱、政务互动等功能，并对社区和群众提出的问题意见进行及时处理与回复。

在微信平台的运行中，发现有相当一部分干部和群众没有使用微信接受公共服务的习惯或能力。因此，工商所在设置微信公共服务内容时应用户的需求进行调研和论证，努力为用户提供切实需要的服务，同时对社区干部和群众进行微信等网络应用的普及与教育。

（二）加强微信平台运营的资源支撑

微信运营平台，不仅仅是工商部门创新工作模式的重要内容，更是实现政府协同工作模式的新型工作路径。但是，在实际工作中，微信平台的良好运营离不开各项资源的有效整合。特别是人力资源、信息资源等。

首先，微信平台的运营对工商所的人力资源也提出了更高的要求，不仅需要熟练掌握网络技术，更需要具备具备社会化管理实战经验。其次，信息资源在微信工作中尤为重要，信息资源包括法律法规、政策制度、公众意见、热点新闻等资

源。在微信政务中，各信息资源应该及时更新与共享，信息的聚合与协同使社区和群众可以接受统一的、全面性的信息。

（三）继续拓宽微信平台职能与范围

“工商所——社区”微信交流互动平台是景山工商所社会化管理创新方式的第一步。下一步，基于“夯实基础、抓住重点、突出特色”的指导思想，在下一步的微信平台工作中，景山工商所将继续结合工商履职与社会化管理工作，走出工商所社会化管理的特色之路。

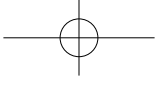
一方面，工商所将与景山地区重点帮扶的企业园区合作，打造工商所与企业园区连接的“工商所-企业园区”第二微信平台。另一方面，加强与所监管的媒介单位的联系，打造工商所与媒体连接的“工商所-媒介单位”第三微信平台。



五、小结

当前时代，政府社会化管理的重要特征是信息化、网络化。信息技术、通讯技术、网络技术等技术的发展顺应了政府公共服务改革与发展的趋势，而微信这一社会化媒体的诞生和发展，使公共管理的距离和难度进一步缩小，使“一站式的、打破时间、空间以及部门分割等制约性因素的社会化管理成为可能。

基于微信交流平台，景山工商所在社会化管理、公共服务等方面又跨出了坚实的一步，不仅实现了工商业务的拓展提升，更加实现了与社区关系的进一步密切互动，在主动参与推动社会管理创新方面提供了有益的探索。



二手笔记本交易常遇陷阱

电池使用时间过短

笔记本电池是笔记本电脑中老化速度最快的配件，二手笔记本中至少有80%存在电池使用时间缩水的问题，在底价低配置笔记本中更为严重。现在笔记本电脑大多采用锂电池，锂电池标称寿命为1000次，但是实际使用到300次以后，使用时间就会大幅度缩减。一般正常使用两年以上的笔记本通常只有60%的标准待机时间，三年以上的笔记本电脑最多也就可以使用一个小时左右。这样的笔记本电池充其量也就当个UPS电源来使用。二手笔记本电脑，如果只测试几分钟来看电量下降的速度，根本无法准确的测试电池使用时间，买到家后才发现问题。不可相信商家所谓更换电芯的说法，更换电池组电芯确实可以延长电池使用时间，但是电池组内部相当复杂，对每一节电芯的充放电曲线要求相当严格，所以更换过的电池往往用不了多长时间就不行了。

遇到拼装货

目前市场上出售的二手笔记本电脑来历很复杂，其中维修机和拼装机占了相当大一部分。维修机还好一些，充其量是给以后留下一些隐患，要是遇到拼装机那则要欲哭无泪了，这种机器的稳定性和耐用性很难得到保证。但只要仔细观察机器螺丝是否有痕迹，很容易就可以看出那些拆过机的笔记本，这些笔记本的螺丝大多出现轻微磨损，甚至同一个



笔记本的螺丝颜色都不同。所以选购二手笔记本时，尽量避开螺丝有痕迹的机器，如果实在没有选择不妨把这个作为与商家砍价的条件，并且一定要和商家约定好保修一段时间。

注意查看外设接口是否损坏

电脑总少不了很多接口，对于扩展性几乎为0的笔记本电脑来说，这些外设接口更为重要，而不少消费者却在验机的时候忽视了这些问题。因为笔记本电脑的接口经常带电插拔，所以二手笔记本外设接口的故障率相当高。笔记本的维修费用是相当高的，这种接口故障维修费用至少要300以上，所以在验机的时候尽量把全部的接口都实验一遍，以防不法商家钻了空子。（海淀区消协）

用手揉搓可辨花生油优劣 4招挑出最好花生油

市场上的花生油品牌众多，质量参差不齐，对于消费者来说，光从外观来看难以准确地判断是不是纯正。本周我们就请专家来支招，教你轻松选购优质的花生油。

一“看”：看油品颜色。优质花生油淡黄透明，色泽清亮，没有沉淀物质，而色泽深暗、浑浊的为劣质花生油。

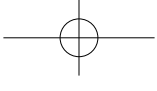
二“闻”：闻油品气味。优质花生

油气味清香、滋味纯正；香味浓郁而花生味不足，或有异味的为劣质油。也可以滴一到两滴花生油到手心，搓至手心发热，拿到鼻前闻，纯正花生油就可以闻出浓郁的花生油香味，掺入香精的花生油开始有微微的花生油香味，再次揉搓，纯正花生油依然保持较浓郁的花生油香味，而掺假花生油香味越来越淡，且在这过程中可能会产生异味。

三“冻”：冷藏花生油。把冰箱

冷藏室调至10℃，将油放进去10分钟左右，纯正花生油一半已开始凝固，掺有大量大豆油的花生油只有底部微微一点凝固，掺入棕榈油的花生油大部分或全部凝结，而且结晶处是白色的晶体。

四“炒”：优质的花生油，不溢锅、不起沫、无油烟，香味芬芳宜人；而加热易溢锅、起泡沫、油烟大，甚至颜色变深、变黑的为劣质花生油。（据京华时报）



手机辨别常识

1、看外包装和使用说明书：正规新手机的包装和说明书印刷规整，多为铜版纸印刷，字体和图像十分清晰，而假冒的包装盒却多为简单的单面纸张仿造，字体和图像都很粗糙、字迹模糊，甚至有些说明书是复印的。

2、闻手机内部气味：新机翻开盖后能闻到一股新机特有的香味。若是翻新机，一般要对机身进行处理，翻开盖或卸下电池后有橡皮味、塑料味、或化学剂的气味。

3、检查SIM卡芯片触点：这两个触点一般是没法更换的。如果是翻新机，SIM卡芯片触点上一定会留下清晰的摩擦使用痕迹，这是摩擦过多和使用频繁所致。如果是新机未用过的芯片，则触点表层应是没有任何痕迹的。

4、测试通话质量：购买时自带SIM卡试机，打电话最好是固定电话进行测试，问问对方通话质量如何，通话

声音是否清晰、有无杂音、电流音、音量大小有无骤然下降的现象。

5、查 兑 手 机 I M E I 码：
IMEI(International Mobile Equipment Identity)是国际移动设备身份码的缩写，国际移动装备辨识码，是由15位数字组成的“电子串号”，它是每台手机的“身份证”，该码是全世界唯一的。每一部手机在生产完成后都将被赋予一个全球唯一的IMEI码，这个号码从生产到交付使用都将被制造生产的厂商所记录。核对手机IMEI码，应先输入*#06#，查看这个IMEI码和手机背后的IMEI码是否一致，如果这个号码与手机背贴、外包装盒上的IMEI码一致，且型号核准号码与手机型号一致，就证明是原厂货。如果不一致或指令不被执行，则证明该手机要么是水货，要么是翻新机。

6、检查入网许可证：真的人网许

可证上有水印，表面的颜色不均匀，有深有浅，有粗有细；而假的多为复印，表面颜色没有变化。如果你看不出的话，还可以用验钞机照一下入网许可证，真的里面有很清晰的防伪图案，而假的图案则模糊不清。真的人网证一般都是用针式打印机打印的，数字清晰，仔细看有针打的凹痕；而假的人网许可证是普通打印机打印的，数字不十分清晰，没有凹痕。一般而言，入网许可证是比较难造假的。

7、查看保修：向经销商询问机子的保修期并索要正规的发票。翻新手机无法享受正规手机“三包”规定的所有权益，因此一般没有保修期或保修期相对较短。如果销售商说他们自己负责保修也不能答应，因为正规手机一般都是全国联保的。如果销售商无法做到这些，那么手机肯定存在问题。（海淀区消协）

酒喝剩后怎么保存？

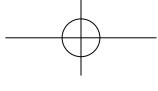
“适量喝红酒，心血管病不上身”，喝红酒的好处被越来越多人知晓。上海读者李阿姨近期写信给《生命时报》说：“看了贵报，我养成了每天喝一小杯红酒的习惯。但红酒都是大瓶装的，往往要喝很久，有时会感觉味道越来越酸。这是变质了吗？应该怎样保存呢？”

红酒客网站CEO杨波告诉《生命时报》记者，红酒味道越来越酸，说明在慢慢变质，确实与储存方式不当有关。

一般，红酒开瓶后，放置于阴凉通风处，最多能保存2—3天。若要延长保存时间，开瓶后，应该先用抽气筒，抽走瓶中的空气，再塞回木塞子，将瓶身直立，置于阴凉通风处。也可以将大瓶酒倒入小瓶中，尽量倒满，然后用软木塞堵住瓶口。这样都能减少瓶中的氧气，延缓葡萄酒的氧化时间。建议把没喝完的红酒分装成小瓶，每瓶尽快喝完。

储存红酒的最佳温度是10℃—15℃。若保存在超过25℃的环境下，红酒会失去细腻的口感，更有甚者，喝上去像被煮过一样。若温度过低，葡萄酒也会膨胀，出现酒液外溢、软木塞被推出瓶口等现象，造成葡萄酒被氧化、细菌滋生。最后，过期的红酒也不用丢弃，用来做凉拌菜、糖醋菜等也都很不错。（据生命时报）





真假WiFi难辨别 如何避免手机成“手雷”

“这也太可怕了！”11月26日上午，中央财经大学大三学生孔晓希在北京首届国家网络安全宣传周公共体验展的奇虎360展台前，连上了体验用的“钓鱼WiFi”，又登录了百度贴吧，不到10秒钟，她的账号和密码就显示在了大屏幕上，“到底怎么才能辨别真假WiFi？”孔晓希充满疑问。

现实生活中，像孔晓希这样的普通用户还提出了许多问题：“我的手机装了安全软件，是不是就没问题了？”“听说苹果手机没病毒，所以不用担心了吗？”……带着这些问题，记者采访了各大互联网企业 and 安全厂商的专家，请他们为公众“看好”自己的“手机钱包”出谋划策。

专家普遍认为，用户名和密码安全在移动互联网安全中首当其冲。北京市公安局网安总队六大队副大队长高媛说，“注册账号不能只靠一个‘包打天下’，至少要有两套账号和密码。账户密码要根据用途设定，谨慎授权。位数、字母、数字、特殊字符一个都不能少。”支付宝安全专家子玄则提示说，对于涉及支付的网购和网银密码的设定更要谨慎。

“尽量避免选择用生日、身



份证号码、手机号码等易于破解的数字作为密码。而且，用户不要把账户与密码记录下来，保存在可以联网的电脑中，易造成木马窃取。平时上网时，对不熟悉的网站填写信息要谨慎，如涉及相关网络支付账户，尽量不要填写。”

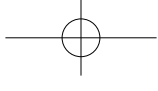
其次，要有自我保护意识，遇事莫慌。腾讯移动安全实验室高级研究员陆兆华说，“现在形形色色的诈骗有一套很成熟的路数，会让你来不及思考。一般骗子会说‘你不相信我没关系，可以去114查询打给你的号码’。你一查电话是公安局，就慌了。其实，骗子可能用的是改号软件。”他建议，凡是需要确认来电号码，用户一定要拨打“110”查询。

“很多参展者的安全意识还停留在PC时代的水平，觉得只要自己用的是苹果手机，或者安卓手机安装了安全软件，就可以高枕无忧。但终端安全并不等于使用安

全。”网络安全厂商瑞星安全专家唐威用了一个形象的比喻，“比如你开车走在路上，桥突然塌了，再安全的车都不能幸免。”这个桥就是移动网络，其中既包括“钓鱼WiFi”，还有一些黑客直接利用公共WiFi进行攻击。“所以，大家访问无线网络时，如去餐厅、咖啡馆，一定要找到服务商确认WiFi名称，一般的‘黑网’都是模拟官方WiFi的名字来‘以假乱真’的。此外，在使用WiFi时，尽量不要进行需要输入关键隐私信息的上网动作，比如网银、网购甚至进入邮箱。”

一旦发现被骗，手机用户该怎么办？“这是一场和时间的竞赛，第一时间一定要报案。”陆兆华告诉本报记者，

“比如在深圳，深圳公安局已和8大银行达成协议，一旦判断你的报案信息属实，就会通知银行即时冻结涉嫌诈骗的账户。此前有一个案例，用户被骗了1000万元，骗子将这笔钱转走只花了2个小时，因此早一分钟报案，就多一分挽回损失的机会。”高媛也认为，“报案时要提供涉及违法犯罪人员的所有网络信息，包括支付信息、聊天记录、网站截图等。在网上举报不等于报案，一定要去派出所立案。”（据经济日报）



儿童牙刷不是越软越好 选购刷毛细软牙刷是误区

近日，儿童牙刷有了新的国家标准，不仅对有害元素进行了限量，还对刷毛的长、宽及顶端轮廓都有明确的要求。近日，有儿童牙科医学专家对此指出，孩子使用的牙刷并非越软越好，养成早晚刷牙的习惯才是关键。

在日常生活中，不少家长常常面对如何给孩子选购牙刷的难题，牙刷的优劣总是回避不了的话题。儿童牙刷指的是供14岁以下儿童使用的牙刷，新国标中明确，儿童牙刷的毛面长度应该小于等于29毫米，毛面宽度要小于等于11毫米，牙刷的全长范围在110毫米到180毫米之间。

就市场上琳琅满目的儿童牙刷，记者做了一番走访。在南京市区两家大型超市内看到，柜台上摆放着五花八门的儿童牙刷，足足有二、三十种，价格也从5元到20多元不等。在大多数儿童牙刷的外包装上，都明显地标注着“柔软超细毛”或者“特软”等字样。

记者以顾客的身份，询问超市工作人员，儿童选择哪种牙刷比较好。工作人员说：“小孩用软一点的好啊，肯定软一点好，硬的话，小孩牙龈本身就比较



▼ Focus

儿童牙刷指的是供14岁以下儿童使用的牙刷，新国标中明确，儿童牙刷的毛面长度应该小于等于29毫米，毛面宽度要小于等于11毫米，牙刷的全长范围在110毫米到180毫米之间。

嫩。”

在随机采访中，不少家长们也表示，会选择刷毛软的牙刷。家长徐先生说：“软一点的话，不会伤到牙齿啊，或者不会伤到牙龈啊什么的。”另一名家长杨女士说：“小孩子用力掌握得不是很好，软一点的话，可以避免伤害牙齿和牙龈吧，倒不会考虑牙刷有什么特别的功效。”

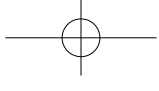
对不少家长热衷选择又软又细的牙刷，从事儿童牙科预防工作多年的张晓旻医生认为这完全是一种误区。江苏省口腔医院儿童牙科预防牙科副主

任张晓旻表示：“不论是儿童还是成人，它的刷毛要求都是叫软硬适中。太硬的话，可能会损伤到他们的牙龈，但是太软的话，也会造成牙面清洁度不够。”她表示，一个八、九岁的孩子，比较适用刷头较小巧、刷毛不是很软的牙刷。

张晓旻表示，孩子使用的牙刷有别于成人，应该有针对性地去选购。“儿童牙刷的刷头大小和这个刷柄的大小是不一样的，它的刷头比成人的要小一些，因为儿童的口腔比较小，同时它的刷柄的长度也要短小些，便于他操作。家长在带孩子选购的时候，希望给孩子做一个正确的引导。”

她同时提醒，孩子要想拥有一口健康的牙齿，应该坚持每天早晚刷牙，确保口腔清洁、卫生。“孩子由于他乳牙的特殊结构，所以导致它容易龋坏，平时预防来说，刷牙是最基本的，一天至少两次，早一次和晚一次，尤其是晚上那次刷牙，第一是确保刷干净，第二就是刷完牙以后，除了白开水，不可以进食任何食物。”

目前，有家长还会让孩子使用电动牙刷，为此，儿童牙科医生提醒，出于锻炼儿童手和大脑的角度考虑，5岁以下的孩子最好不要使用。（据中新网）



常用加湿器会致癌？ 听听专家怎么说



1.网友：

天外飞仙 25岁 职员

每天都用加湿器，感觉皮肤都变好了。

我觉得使用加湿器不会致癌，反而对身体有益处。北京的天气特别干燥，自从进入冬天我一直在使用加湿器。一个月下来感觉皮肤水润不少，脸上过敏现象也减少了。而且整个人的精神状态明显都变好了，加湿器真是美容神器！

2.网友：

Sun 29岁 策划 专员

老使用加湿器让我浑身不舒服。

大家都说空气干燥该使用加湿器，我确不这么认为。以前我就经常使用，但在此期间总是感觉呼吸不畅，浑身都堵得慌，也不知道是什么原因。

专家解答

1、加湿器如果不定期清理，抵抗力较弱的人就容易引发呼吸道感染，甚至导致肺癌。

中国环境科学研究院环境污染与健康研究室副教授聂静曾指出，“市面上的加湿器没有自动清洗功能，如果得不到定期清理，暗藏在内的霉菌等微生物会随着喷出的气雾进入室内。”抵抗力较弱的人就容易引发肺癌或呼吸道感染。最好坚持每天换水，每两周彻底清洗一

次，尤其是刚启用的加湿器，一定要保证清洁。清洗时，尽量少使用杀菌消毒剂，可用流水反复冲洗，然后用软布拭去水箱周边的水垢。自来水中一般都含有氯，最好不要将自来水直接加入到加湿器中，可以使用凉白开水、纯净水或含有杂质较少的蒸馏水。如果家里条件有限，可以在加入加湿器前，将自来水放置几天。

2、在使用加湿器时，不能随意添加消毒杀菌剂、醋、香水、精油等，否则会引起不同程度的疾病。

因为消毒杀菌剂通过雾化进入空气，被吸入人体后，其中的化学试剂对肺部和支气管的上皮细胞会产生刺激，长期使用细胞会遭受损伤，引起不同程度的疾病。很多人认为，在加湿器里加几滴醋，能杀菌防流感，同时也不存在化学制剂的危害。其实，这个做法同样欠妥。用醋消毒，熏蒸房间时人最好离开，杀完菌通风后再进入室内。水中也不宜加入鱼腥草注射液或抗病毒口服液等，这些药物是用来口服的，千万不能乱加。香水和精油多含有芳香剂、防腐剂，同样不宜添加在加湿器中。

3、加湿器使用时间不要过长，一般用几个小时就可以关掉，过于潮湿则会引发肺炎等疾病。冬季最适宜的空气湿度是40%~60%，过于干燥会造成咽干、口燥等，而过于潮湿则会引发肺炎等疾病。使用时，最好每隔一段时间测定并调节合适的湿度。另外，关节炎、糖尿病患者不宜使用加湿器。

4、盘点三大类型加湿器的危害。

超声波加湿器：

超声波加湿器工作原理：它是利用高频震荡，将水打散成直径细小的颗粒，再利用风动装置将这些颗粒吹到室内空气中，形成蒙蒙的水雾，超声波加湿器可以说是现今运用最为广泛的加湿器，受到各个阶层的喜欢，其危害主要表现在四个方面：

第一、超声波加湿器喷出的是肉眼可见的小颗粒，里面还有大量的水垢、细菌等，人一旦吸入会对身体造成一定的伤害。

第二、空气中原有的尘埃和细菌等，会通过依附这些小颗粒进而产生二次污染，这也是为什么一些卫生要求较高的地方禁止使用加湿器的原因。

第三、辐射伤害，我们都知道，超声波会对人体的细胞造成一定的杀伤力，自然也就会造成一定的辐射伤害，

这一点在孕妇身上尤其明显。

第四、长期使用会对关节炎、糖尿病等的出现和加重影响很大。

热蒸发型加湿器：

热蒸发型加湿器的工作原理非常简单，只是将水加热至100度，产生蒸气，用电机将蒸气送出，虽然简单，但是其缺点也有不少：

第一、能耗较大，影响保持空气的湿润，必要长时间的作业，其所耗费的能源过大。

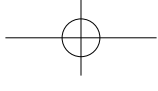
第二、空气中原有的尘埃和细菌等，会通过依附这些小颗粒进而产生二次污染，这也是为什么一些卫生要求较高的地方禁止使用加湿器的原因。

第三、辐射伤害，我们都知，超声波会对人体的细胞造成一定的杀伤力，自然也就会造成一定的辐射伤害，这一点在孕妇身上尤其明显。

第四、长期使用会对关节炎、糖尿病等的出现和加重影响很大。

纯净型加湿器：

纯净型加湿技术是一种新型的加湿技术，它可以通过分子筛选蒸发技术，将水中的钙镁离子除去，不会出现超声波加湿器的“白粉”现象，且能够净化空气，特别适合家里有儿童和老人的家庭使用，相对于其他两种常用的加湿器，它并没有特别的缺点。



看品相、闻气味 行家帮您挑靠谱手串

不同的手串,有的几元钱,有的上万,决定价格悬殊的不仅在于材质还在于品相。业界行家和检测专家均表示,手串的真假优劣要从多个角度综合鉴别。

小叶紫檀:不要简单以重量、颜色为标准

“当前手串市场上最主流的是木头类和种子类。”文玩店“大藏阁”老板老贺介绍,木头类收藏价值高的当数海南黄花梨和小叶紫檀,二者均属于红木。

老贺说,挑选小叶紫檀手串主要看密度、油性、纹路、金星等,这些因素要综合考虑,在选择时也要看个人喜好。

“很多顾客喜欢把两串手串放到专业克秤上称重,认为重的密度就大,其实这是一个误区。”老贺分析:首先,两串手串用的绳子可能不同;其次,它们用的可能不是一个钻头,孔眼有粗有细;再者,手串以陈木为佳,放了好多年的木头,水分会蒸发很多。以上因素都会影响重量,因此称重不能纯粹当做比较标准。

“颜色深浅也不是影响价格的因素,颜色深的也可能是新料,不一定好。”老贺说,有些顾客误认为颜色深即为老料。其实新珠子在普通环境下氧化一两天后,外表的颜色就会变深,打开内里还是鸡血红。

山东省质检局红木检测

中心主任赵松南介绍,有一种在宏观上鉴定小叶紫檀的方法是从制品上取一些木屑燃烧,真正的小叶紫檀会燃烧得比较完全,灰烬为白色。而非洲的几种与小叶紫檀接近的紫檀属木头,燃烧后有黑色灰烬留存。

海南黄花梨:纹路、气味、密度综合考察

老贺说,海南黄花梨一般上百年才能成材。“海南黄花梨主要看纹路。”老贺指着一串海南黄花梨手串上的黑色纹路说,有交叉纹的海南黄花梨是最贵的。在结疤的地方会形成像眼睛一样的纹路,俗称“鬼眼”,开料的师傅会特意找这种纹路开料,保证纹路的对称。

“当前市面上假货居多,最流行的是用紫檀柳冒充,它与海南黄花梨外形很像,外行很容易上当。”老贺说,二者最大的区别就是纹路。紫檀柳的结疤很大很广,纹路基本是直的,很生硬。而海南黄花梨纹路自然多变,很漂亮。

除了看纹路,赵松南指出,还可以借助气味和密度来鉴别真假。越南黄花梨和海南黄花梨在同一纬度上,有的很难区分,即使检测也不能完全区分开。现在比较公认的方法是闻气味,海南黄花梨如果表层不做蜡,有比较清淡的辛香味,而越南黄花梨的辛香味中夹杂着酸味,但这种方法并不绝对。

“黄花梨大多数不沉于水,而紫檀柳密度很大,基本放到水里就下沉了。”赵松南强调,在鉴别时要几种方法综合用,如果拿到手里感觉很重,又没有香味,就要提高警惕。因为海南黄花梨原材料的价格很高,购买时不要贪便宜。

金刚菩提:纹路、瓣数、大小都要考虑

种子类手串主要是菩提手串,其中以金刚菩提、星月菩提等最为常见。

老贺介绍,金刚菩提在纹路上有肉纹、刺纹、乳突纹。此外,蟠龙纹是近一两年新兴的品种,纹路连起来的地方较多。“刺纹突出的地方扎手,很少有人喜欢,一般最便宜。而肉纹像个小球,摸起来疙疙瘩瘩很舒服,很多人喜欢。蟠龙纹今年也比较贵。”

此外,影响金刚菩提价格的因素还有瓣数和大小。老贺说,最常见的是五瓣、六瓣,在此基础上,瓣数越多越贵。在五瓣以下瓣数越少,也会稍微贵些,但不会贵得很离谱。同样纹路的情况下,直径大一毫米可能要贵几百。但如果大一毫米,瓣数少了,可能价格会比小一点但瓣数多的便宜。

“一粒金刚的直径一般在15到20毫米,21、22毫米的价格比较中肯,超过23毫米,越大越贵。”老贺说道。



老贺提醒,挑选金刚菩提要根据自己的经济实力和喜好。五瓣六瓣最适合大众。有些人会刻意选择价格更高的十瓣、十一瓣金刚,但这种金刚产量少,可供选择的余地就小。不一定能选择出一条像五瓣六瓣那样精品的手串。

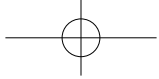
星月菩提:要挑星均匀且不塌陷的

“星月菩提主要分为三种,摩尼子、金蟾子和元宝子。元宝子的外观很像元宝,颜色白一些,盘出来的效果较好一些。”老贺说,挑选星月菩提,主要看密度。

星月菩提子上,中间白色的胚芽是月,周围的小黑点是星。正所谓“月朗星稀”,月周围都会有块很小的空白。老贺指出,很多人认为星越多密度就越大,其实是误区。密度是指珠子本来质地的密度,而不是星的密集程度。要挑星比较均匀的,不要挑连星的。

“挑星月时还要挑星是平的而不是塌陷的。”老贺说,有的珠子密度很低,星就会塌下去。虽然盘完一两年也会塌,但没盘之前,星是平的,珠子密度一般较高。

老贺提醒,星月手串制作中又分干磨和水磨,水磨是不可取的。区分的方法很简单,水磨的珠子表面凹陷,颜色不正常。(据中新网)



如何挑选好茶叶？

喝茶是很多消费者的日常习惯，而面对市场上林林种种的茶叶，如何挑选出性价比高的茶叶，也成了一门学问。专业人士介绍，笼统的讲主要从五个方面来看，即嫩度、条索、色泽、整碎和净度。

1.嫩度 嫩度是决定品质的基本因素，所谓“干看外形，湿看叶底”，就是指嫩度。一般嫩度好的茶叶，容易符合该茶类的外形要求(如龙井之“光、扁、平、直”)。此外，还可以从茶叶有无锋苗去鉴别。锋苗好，白毫显露，表示嫩度好，做工也好。

如果原料嫩度差，做工再好，茶条也无锋苗和白毫。但是不能仅从茸毛多少来判别嫩度，因各种茶的具体要求不一样，如极好的狮峰龙井是体表无茸毛的。再者，茸毛容易假冒，人工做上去的很多。芽叶嫩度以多茸毛做判断依据，只适合于毛峰、毛尖、银针等“茸毛类”茶。这里需要提到的是，最嫩的鲜叶，也得一芽一叶初展，片面采摘芽心的做法是不恰当的。因为芽心是生长不完善的部分，内含成份不全面，特别是叶绿素含量很低。所以不应单纯为了追求嫩度而只用芽心制茶。

2.条索 条索是各类茶具有的一定外形规格，如炒青条形、珠茶圆形、龙井



扁形、红碎茶颗粒形等等。一般长条形茶，看松紧、弯直、壮瘦、圆扁、轻重;圆形茶看颗粒的松紧、匀正、轻重、空实;扁形茶看平整光滑程度和是否符合规格。

一般来说，条索紧、身骨重、圆(扁形茶除外)而挺直，说明原料嫩，做工好，品质优;如果外形松、扁(扁形茶除外)、碎，并有烟、焦味，说明原料老，做工差，品质劣。以杭州地区绿茶条索标准为例：一级、二级、三级、四级、五级、六级。

3.色泽 茶叶色泽与原料嫩度、加工技术有密切关系。各种茶均有一定的色泽要求，如红茶乌黑油润、绿茶翠绿、乌龙茶青褐色、黑茶黑油色等。但是无论何种茶类，好茶均要求色泽一致，光泽明亮，油润鲜活，如果色泽不一，深浅不同，暗而无光，说明原料老嫩不一，做工差，品质劣。

茶叶的色泽还和茶树的产地以及季节有很大关系。如高山绿茶，色泽绿而略带黄，鲜活明亮;低山茶或平地茶色泽深绿有光。制茶过程中，由于技术不当，也往往使色泽劣变。

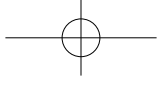
购茶时，应根据具体购买的茶类来判断。比如龙井，最好的狮峰龙井，其明前茶并非翠绿，而是有天然的糙米色，呈嫩黄。这是狮峰龙井的一大特色，在色泽上明显区别于其它龙井。因狮峰龙井卖价奇高，茶农会

制造出这种色泽以冒充狮峰龙井。方法是在炒制茶叶过程中稍稍炒过头而使叶色变黄。

真假之间的区别是，真狮峰匀称光洁、淡黄嫩绿、茶香中带有清香;假狮峰则角松而空，毛糙，偏黄色，茶香带炒黄豆香。不经多次比较，确实不太容易判断出来。但是一经冲泡，区别就非常明显了。炒制过火的假狮峰，完全没有龙井应有的馥郁鲜嫩的香味。

4.整碎 整碎就是茶叶的外形和断碎程度，以匀整为好，断碎为次。比较标准的茶叶审评，是将茶叶放在盘中(一般为木质)，使茶叶在旋转力的作用下，依形状大小、轻重、粗细、整碎形成有次序的分层。其中粗壮的在最上层，紧细重实的集中于中层，断碎细小的沉积在最下层。各茶类，都以中层茶多为好。上层一般是粗老叶子多，滋味较淡，水色较浅;下层碎茶多，冲泡后往往滋味过浓，汤色较深。

5.净度 主要看茶叶中是否混有茶片、茶梗、茶末、茶籽和制作过程中混入的竹屑、木片、石灰、泥沙等夹杂物的多少。净度好的茶，不含任何夹杂物。此外，还可以通过茶的干香来鉴别。无论哪种茶都不能有异味。每种茶都有特定的香气，干香和湿香也有不同，需根据具体情况来定，青气、烟焦味和熟闷味均不可取。最易判别茶叶质量的，是冲泡之后的口感滋味、香气以及叶片茶汤色泽。所以如果允许，购茶时尽量冲泡后尝试一下。(据消费日报)



不用密码也能转走卡内存款 12种情况需严防

不知道银行卡密码，骗子能不能转走钱？今年5月，一伙湖南籍的犯罪嫌疑人，在得知事主身份证号、银行卡号，并用自己提供的手机号码绑定事主银行卡后，成功从支付宝里盗走7万元存款。

1、以代办信用卡为名 广发短信圈定受骗对象

30多岁的袁道春(化名)，家住巫山城区。做生意的他，难免会出现资金紧缺的情况。

今年5月28日，袁道春的手机接收到一个陌生手机号码发来的短信，对方声称能代办高额度透支信用卡。恰好最近资金比较紧张，信以为真的袁道春回拨了电话。对方自称是国内一家正规信用卡代办机构，能免费代办20万元额度的信用卡，无需担保。

2、让去银行开卡 并存入7万元现金

袁道春表示有代办意愿后，对方随即表示，需本人到银行开卡并存入7万元现金。

信用卡都没办下来，反而要重新办张卡并存入7万元现金，袁道春心存怀疑。对此，对方解释，存钱只为证明有偿还能力，而且他们并不知道银行卡密码，怎么可能出问题。袁道春想想也有道理，就径直去到了银行。

3、填银行卡信息时 留提供手机号

来到柜台，袁道春将身份证和7万元现金，交给了营业员。就在这时，袁道春的电话响了起来。对方要求，在填写银行卡信息时，留下他们提供的手机号码，理由是便于银行回访并确认相关资料。

袁道春按照对方的要求，用自己的身份证和对方的手机号码办理了银行卡，并将7万元现金存入了卡内。

此外，袁道春还将自己的身份证号码与银行卡账户信息等资料，告诉了对

4、利用支付宝 将卡内钱转走

“您的资料我们已受理，3天内便可办理，到时请查看短信通知。”听着对方流利且标准的普通话，袁道春更加相信对方是一家正规的信用卡代办机构。挂了电话，他便开始筹划资金用途。

但3天过去了，袁道春的电话没有收到短信，也没有接到代办机构的电话，他开始怀疑，再次拨打了对方手机，手机那边却提示“暂时无法接通”。连续几次拨打，都是一样的结果。

袁道春慌了，立即去到银行查看，发现卡内的7万元存款已经没了。后经咨询，银行工作人员告诉他，卡内的钱是被人用支付宝多次转账到了另外一张银行卡。

在得知自己遭遇骗局后，袁道春赶紧报了警，巫山县公安局网安大队随即立案并成立了专案组。案件很快被侦破，5名犯罪嫌疑人均已被检察机关提起公诉。

释疑

钱是怎么被转走的？

办案民警介绍，骗子用支付宝账户绑定一个银行账户，只需身份证号、银行卡号、与银行卡绑定的手机号，以及实时发送到手机上的校验码。进而在进行支付时，只需输入支付宝的支付密码，无需银行卡密码。

“在众多类似利用支付宝盗取银行存款诈骗案件中，骗子首先要用套取到的事主资料，开一个支付宝账

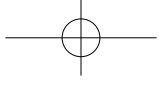
户。”办案民警表示，袁道春办理银行卡时，留的是骗子的手机号码，骗子正是利用这个号码，误导支付宝确认为事主本人在操作，通过校验码的验证后，骗子便畅通无阻取走了事主钱财。（据重庆商报）

提醒

遇这12种情况谨防被骗

警方提醒：电信诈骗案件有一个共同的规律，无论诈骗犯怎么说，最后都要落到一个点上，就是犯罪分子要受害人的银行卡、密码和账号，所以市民一定要保护好这些信息。与此同时，警方还介绍了当前“流行”的12种电信诈骗，并提醒市民遇到这些情况小心。

- 1.电话冒充熟人诈骗。
- 2.购车退税诈骗。
- 3.短信直接汇款诈骗。
- 4.以法院的名义，电话通知市民出庭应诉。
- 5.“免费提供长期贷款，无担保，立等可办。电话××。”
- 6.盗QQ号诈骗：冒充QQ好友借钱。
- 7.“恭喜您获得××公司十周年庆典抽奖活动×等奖，公司电话××。”
- 8.“电脑预测彩票中奖号码，推荐代炒股票保证盈利，不赚不收费。”
- 9.让你分不清真假的钓鱼网站。
- 10.“我是黑社会的，受人之托，要你身体的某个部位，要想消灾，汇笔钱到××账号上。”
- 11.以打电话谎称孩子被绑架或在外受意外伤害、突发急病要求汇款为名进行诈骗。
- 12.网上和电话交友诈骗。



柚子秋冬养生效果好 购买要选“不倒翁”

秋冬季节，柚子上市，无论超市还是水果店，到处都有柚子的身影。柚子是人们最爱购买的一种水果，也是秋冬季节的最佳食用水果。它具有健胃消食、化痰止咳等功效，经常食用，对高血压、糖尿病等有辅助治疗作用。



市场上的柚子，果肉有红色和白色之分。白色的多为传统琯溪蜜柚，而红肉蜜柚是琯溪蜜柚变株选育而成的。红肉蜜柚不仅含有琯溪蜜柚中所有的营养成分，而且其所含的天然色素对人体的保健作用更强。其中的黄酮类化合物对预防心血管疾病有益处，而 β 胡萝卜素和番茄红素是世界上公认的强抗氧化剂，能起到提高免疫力、延缓衰老的作用。另外，红肉蜜柚还有助于保护视力。



柚子的功效与作用有哪些？

柚子中含有高血压患者必须的天然微量元素钾，几乎不含钠，因此是患有心脑血管病及肾脏病患者(如果肾功能不全伴有高钾血症，则严禁食用)最佳的食物水果。

柚中含有大量的维生素C，能降低血液中的胆固醇。



柚子的果胶不仅可降低低密度脂蛋白水平，而且可以减少动脉壁的损坏程度。

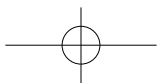
柚子还有增强体质的功效，它帮助身体更容易吸收入钙及铁质，所含的天然叶酸，对于怀孕中的妇女们，有预防贫血发生和促进胎儿发育的功效。

新鲜的柚子肉中含有作用类似于胰岛素的成分铬，能降低血糖。



挑柚子要选“不倒翁”

如何挑到称心如意的柚子呢?首先，要选“不倒翁”，即上尖下宽，颈短的柚子最好，底部如果是平面的更佳。其次，还可从眼观、比重、手感等方面筛选优质柚子。如果柚子皮细腻光洁，表面油细胞呈半透明状态，颜色呈现淡黄或橙黄的，说明柚子的成熟度高，汁多味甜。如果想放段时间再吃，最好选择颜色黄绿的柚子，在通风处可放1个月左右。同样大小的柚子，要挑分量重的。用力按时，不易按下的，说明果实紧密，质量更好。(据中国网)





BEIJING CON- SUMERS

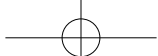
保护合法权益
引导科学合理消费



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