

# 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

2015.第4期

08

总第42期

## 市消协发布上半年 食品投诉统计分析

Packaging Size  
Batch code Conformity  
Production Date  
Testing center  
Specifications  
Testing results

Packaging Size  
Batch code Conformity  
Production Date  
Testing center  
Specifications  
Testing results Sensory



### P06

在线旅游投诉多  
消费者维权难在何处?

Packaging Size  
Batch code Conformity  
Production Date  
Testing center  
Specifications  
Testing results Sensory

### P41

警惕航班取消短信诈骗

Packaging Size  
Batch code Conformity  
Production Date  
Testing center  
Specifications  
Testing results Sensory

### P22

市工商局发布  
儿童家具抽检结果

Packaging Size  
Batch code Conformity  
Production Date

## 作家六六维权，为何遭“看身份下菜碟”？

一个公平充溢的社会，权利会得到充分尊重。这里的“权利”，不是专指大V的，而是指所有人的；这里的“尊重”，主体也不单指公权力，还有企业、个人。

作家六六这几天成了新闻人物，不是因其作品，而是因网购维权经历，她将其写成长文《我要的只是公平》，微博微信上阅读量达到了数百万甚至千万，其遭遇也引发网民的强势围观。

六六称，自己在网店买山竹，图片上看个大肉白非常诱人，价格很贵，立刻下单买了八斤。谁知送到家个头小不说，打开又黄又烂，于是按习惯下了退单，却遭遇各种扯皮。她于是将整个扯皮过程发布到微博，没过5分钟就接到涉事网店致歉电话，半小时后相关电商也打来客服电话。为此六六撰文感慨“做一介草民好难”。

买东西时被笑迎，想要“售后服务”时则吃闭门羹，申诉结果常是“没卵用”。不少网民网购时都有类似体验。而作家六六的购物遭遇与据理维权，将该问题推入舆论视野，引发了广泛共鸣。而涉事电商、网店前后态度的180°逆转，为坊间共鸣增了“辛酸”意味：维权者只不过是使用了不同的身份，效果就判若云泥。

六六没有接受和解而选择曝光维权过程，以揭示电商“看人下菜碟儿”的面目，让人解气。解气的同时又不免悲哀：现实中我们都可能遇到维权纠纷，可不是每个人都有网络大V一呼百应的号召力。同样的案例，我们按照六六同样的维权路径，能引起卖方重视吗？这也是为什么，六六感慨的“我只是想要老百姓的公平”能一语切中很多人的心声。

毋庸置疑，一直以来，公平社会是人心所向。而公平的内蕴含义，就是每个人都在既定的规则内行事，不靠面子、人脉、身份，既定的规则应是一道标尺，也成为每个人的“护身符”。可若我们对身份的敬畏超过对权利的普遍尊重，那就构成了潜规则。现实中，这类潜规则在电商服务领域存在，在线下世界也存在。

六六维权的故事，便是这一潜规则下的光影。颇具反讽意味的是，“平等”一直是互联网精神倡导的关键词之一，当下人们也常常感念于新技术下的生活方式让人离公平越来越近。而建基于互联网技术的电商，本更应把“平等”根植于自身发展与服务的过程中。然而，六六和涉事电商、网店的这一场撕扯，却让人看到了涉事卖方的“势利”：它并非对每位消费者公平以待，而是因身份差别选择性优待或歧视。

这显然有违公平本义：一个公平充溢的社会，权利会得到充分尊重。这里的“权利”，不是专指名人大V的，而是指所有人的；这里的“尊重”，主体也不单指公权力，还有企业、个人。有时作为社会细胞的企业、个人，能否珍视公平，重要性未必低于公权对权利的敬畏。而今六六维权遭遇的“看身份下菜碟”，道出了社会权利地势的坑洼不平，也理应触发社会共同的反思。

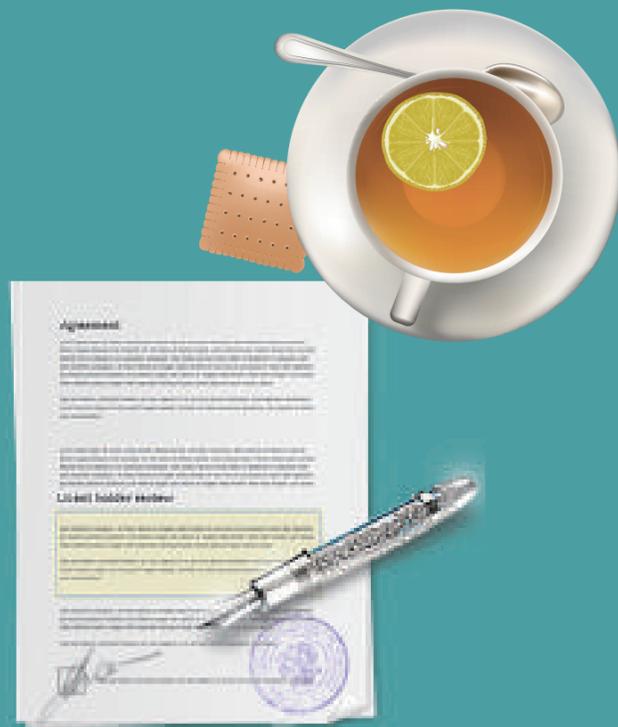
陈方

## 市消协开展新《食品安全法》问卷调查

随着依法治国的全面推进,相关法律法规的不断完善,尤其是《食品安全法》的修改实施,必将进一步提升我国食品安全的整体水平。长期以来,北京市消协一直非常关注食品消费维权状况,前不久刚对上半年全市消协系统的食品类投诉进行汇总分析,并及时向社会发布,引起各方重视和广泛关注。

新修订的《食品安全法》将于10月1日正式实施。这部被称为史上最严的《食品安全法》,将给消费者带来什么福音?消费者最关心什么?经营者怎么看?消费者和经营者是否都做好了准备?针对这些问题,北京市消协委托消费者网、北京金鼎影响力市场调查中心自即日起开展新《食品安全法》问卷调查。

本次调查截止至8月26日24时。调查分消费者和经营者两种问卷,请广大消费者和经营者登陆消费者网(www.bjxf315.com)或关注“北京消费者”微信(订阅号:bjxf315),点击“新《食品安全法》问卷调查”或“最新调查”,选择各自对应的问卷答题。调查结束后,北京市消协将在新《食品安全法》正式实施前向社会公开发布调查结果。



摄影：佟恩范

## 市消协积极支持 区县消协队伍建设

近期,市工商局对区县消协新招录人员初任培训正式开始,市消协领导高度重视,并给予大力支持。

长期以来,市消协十分关注区县消协基层组织发展,积极支持队伍建设,更把这批新招录人员视为消协组织的新生力量,注入消协维权队伍新的活力,对其发挥维权生力军作用给予厚望。尤其对于当前深入贯彻落实市局半年工作会精神,努力做好新常态下消保维权工作,提供有力保障。为此,市消协特别组织、抽调专业人员和一线干部,从不同角度,参与培训和交流活动。

8月6日下午,市消协投诉部主任陈凤翔到市局干校为50多名学员授课。陈主任以“如何做好消保维权工作”为主题,从六个方面较为全面地为学员进行讲述,课程将理论与实践相结合,生动活泼;8月10日下午,市消协选派消协优秀青年干部代表到干校与学员进行座谈,将自身工作经历和感悟与学员分享。

下一步市消协将结合市局统一安排,为区县消协新招录人员迅速进入角色,顺利开展提供有力支持和指导。



热点  
HOT CONCERN

## P24 市工商局发布 电动自行车质量 抽检结果

在2014年商品质量抽检工作中，北京市工商局对本市销售的电动自行车商品进行了质量抽检。抽检结果显示，爱玛牌TDR302Z，绿源牌TDR1007Z等23个型号总体判定为不合格，主要为反射器和鸣号装置、最高车速、整车质量等项目不符合国家标准要求。

### 卷首语

01 作家六六维权，为何遭  
“看身份下菜碟”？

### 热点关注

- 04 市消协发布上半年食品投诉  
统计分析情况
- 06 在线旅游投诉多  
消费者维权难在何处？
- 08 暑期在线旅游投诉大幅上升
- 09 揭秘“北京一日游”骗局
- 10 消费者向今麦郎索赔450万被刑拘
- 13 刷屏营销成朋友圈病毒
- 15 成本几分的“神药”卖到600元
- 17 谁让康师傅一下损失30多亿？

### 权威发布

19 市工商局发布成人服装抽检结果

- 20 市工商局发布空气净化器抽检结果
- 21 市工商局发布电冰箱抽检结果
- 22 市工商局发布儿童家具抽检结果
- 22 市工商局发布纸制品抽检结果
- 23 市工商局发布洗衣机抽检结果
- 24 市工商局发布电动自行车质量抽检  
结果

### 消费时评

- 25 第三方支付监管莫伤害互联网创新
- 26 提速降费，运营商该让用户早  
“获得”
- 27 沃尔玛的调查组，能查出什么

### 工作研究

- 28 关于做好新常态下食品消费  
维权工作的思考
- 31 加强落实经营者首问责任制  
拓展便捷解决消费纠纷的新思路

### 案例点评

- 33 标称最大洗衣量为6kg  
为何实际只能装3.6kg
- 34 房屋装修出现质量问题  
消协调解助其挽回损失
- 35 搜藏整版钞不按承诺返款  
消费者飘洋过海回国维权
- 36 消费者怒告网店欺诈  
法院判赔三倍商品价
- 37 所购保健品含蜂蜡 消费者向药房索赔

### 消费提示

- 38 消暑大排档 注意“五为先”
- 38 报暑期培训班要掌握四个步骤
- 39 实木家具与全实木家具不是一回事
- 40 网购老字号食品警惕假冒伪劣
- 40 理性办理预付费卡
- 41 警惕航班取消短信诈骗
- 41 购买家电“四注意”



## P33 洗衣机洗衣量“缩水”怎么办？

杨女士在京东商城购买的滚筒式洗衣机，明明标称最大洗衣量为6kg，而使用时只能装3.6kg左右的衣物，她认为商家虚标洗衣量，误导消费，属欺诈行为，要求赔偿损失。

- 42 海淘有风险 出手需谨慎
- 43 在银行办理业务要多留心
- 43 随意扫二维码当心病毒吸手机费
- 44 夏日炎炎 谨防车辆发生自燃
- 45 警惕招生广告藏“猫腻”

### 消费课堂

- 46 如何辨别假冒伪劣家具
- 46 如何鉴别劣质车膜
- 47 牙膏，3块钱和几十块的没啥区别？
- 49 绿色大米与有机大米的区别
- 50 蚊香对身体有害吗？
- 50 手把手教你选副合适的墨镜
- 51 运动鞋有3种情况赶快扔掉
- 52 杯盘碗筷超期服役隐患多

《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实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 杨晓军  
编委 崔倩 罗刚 赵祖升 李蕊  
陈凤翔 杨念中 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点公司  
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 010-88820877  
网址 http://www.bjxf315.com  
邮箱 bjxfz315@126.com

2015.08 第4期 (总第42期)  
京内资准字2015—L0060号

内部资料 免费交流

# 食品投诉都有啥？

## 市消协发布上半年食品投诉统计分析情况



5年1月至6月，北京市消费者协会共受理调解消费者投诉13981件，挽回经济损失1463万余元。其中，涉及食品投诉754件，具体包括：日常食品264件、保健品69件、饮料和水56件、酒23件、婴儿奶粉7件，本次统计还包括：我会上半年受理解决餐饮服务投诉335件，其中也涉及到大量食品问题。

梳理上半年全市消协系统食品类投诉发现，问题主要体现在以下四个方面：

### 一、食品类投诉总量上升，主要反映的是质量问题

统计结果显示，今年1月至6月，食品类投诉数量和所占比重均呈上升趋势。投诉数量与去年同期342件相比，增加了一倍多；食品类投诉占受理投诉总量比由去年的2.92%，上升到5.39%，提高了2.47%。

从投诉性质上看，全市消协系统没有接到涉及食品安全的重大伤害和群体性投诉。其中，因食品质量问题引发的投诉

200件，占到食品类投诉总量的26.53%，其它依次是合同、售后服务、价格、虚假宣传等问题。

**【案例1】**消费者购买“千喜农”牌柴鸡蛋，蒸熟食用时发现蛋黄流咖啡色液体。消费者要求按照《食品安全法》退货并十倍赔偿，商家认可问题，也同意赔偿，但双方针对赔偿金额达不成一致，故请求消协调解。经调解，商家联系厂家给与消费者十倍赔偿，消费者对调解结果表示满意。

**【案例2】**消费者在一超市购买的“合和异心”牌涮肉片，食用时发现袋内有白色塑料袋，认为不符合食品质量标准，是质量问题，要求商家依照《食品安全法》十倍赔偿。在消协调解下，商家最终赔偿消费者300元。

### 二、保健品在食品类投诉中排首位，虚假宣传是侵权罪魁

从投诉食品的种类上看，保健品类投诉排在首位。今年上半年，

全市消协系统受理调解保健品投诉69件，占食品类投诉总量的9.15%。

尽管保健品投诉、咨询居高不下，但由于被诉主体不明确、没有留存有效票据等证据，所以，真正受理案件并不多。即使受理了的案件，因为保健品质量责任难以判定，往往是虽无疗效，也无明显害处，因此要求全额退货很难，赔偿更难。

保健品投诉中涉及虚假宣传的18件，占保健品投诉的26.09%。此类投诉大多都是老年消费者上当受骗，一些不法经营者抓住老年人注重健康心理，打着健康讲课、义务体检、包治百病等旗号，夸大宣传，利用打折、有奖、赠送等手段，伺机夸大宣传，兜售保健品，有的甚至用普通食品冒充保健品。

**【案例3】**5月27日，市消协接到一起老年人购买保健品的投诉：今年77岁的赵大妈，患糖尿病多年，今年5月的时候，她听说街道组织健康知识讲座，还说有5家著名医院的专家现场义诊。她如约到某大饭店听课，“专家”很热情地接待了她，量血压、号脉、开药方，还保证药到病除。随后，工作人员还帮她把“药”送到家中，收2700元钱离开。等她打开“药”看时，才发现是某生物技术有限公司生产的软胶囊保健品。可气的是，她服用后身体出现过敏，医院诊断为皮疹，找当初的业务员讨要说法，对方让她继续服用。据老人讲，当时她嘴唇发紫，喘气费劲，再找业务员干脆不接电话了…最终，在消协调解下，经营者对剩余保健品进行

退货处理，退款2250元。

**【案例4】**5月25日，消费者马先生向消协投诉，称其在京东商城的天力讯驰（北京）电子商务有限公司店铺购买“修正”牌玛卡片。据马先生反映：该网站宣传“此商品是为蓝帽标识的保健品”，实际收货后发现只是有QS标识的普通食品。马先生认为涉嫌虚假宣传，要求退一赔三，遭到对方拒绝。后经消协调解，最后双方达成一致意见，商家退还马先生货款并加倍赔偿，共计1560元。

### 三、食品变质和过期是惩罚性赔偿主因

新《消法》第五十五条、《食品安全法》第九十六条分别对惩罚

性赔偿的适用情形和赔偿数额做出了明确规定，为消费者主张赔偿提供了法律依据。今年上半年以来，消费者提出三倍或十倍惩罚性赔偿要求的投诉明显增多，此类投诉主要涉及超市销售变质或过期食品。投诉人有普通消费者，也有职业打假人。

**【案例5】**今年4月，消费者王女士在金凤成祥一家蛋糕专卖店购买一个生日小蛋糕，价格18元，她食用蛋糕时，发现蛋糕已经发霉变质，并出现肠胃不适，立即到医院检查，诊断为肠胃功能紊乱，医生开具病假2天证明。王女士感到非常恼火，找到商家要求十倍赔偿及医药费和误工费，商家不予认可，只同意退货，不同意赔偿。在协商未果的情况下，王女士拨打消协电话进行投诉。消协工作人员接到投诉后，立即进行调查调解，最后商家赔偿王女士十倍蛋糕价款及医药费和误工费，共计398元整。

**【案例6】**今年5月，贾女士两次分别到北京西站附近超市购买糕点、巧克力、糖果等食品，合计280余元，她以食品过期为由，要求按照《食品安全法》规定十倍赔偿，最终获赔2500元。

### 四、食品纠纷存在取证难、责任认定难，化解纠纷难

食品类投诉的种类复杂多样，食品本身具有卫生、保质期等

特殊属性，普遍存在消费者举证困难，双方责任认定困难，调解的途径、手段等导致的化解纠纷更困难，可谓“三难”问题。以保健品销售过程中夸大宣传、虚假广告的投诉为例，商家以保健品销售过程中夸大宣传、虚假广告的投诉为例，由于商家大多采取口头宣传等形式，消费者很难提供商家夸大宣传的证据。此外，消费者购买食品后发现食品变质或有异物等问题，因问题可能与储存条件、拆开包装等因素有关，责任认定十分困难。

实践中，食品投诉在责任难以认定的情形下，双方对赔偿数额往往各持一理，僵持不下，往往给调解带来难度。新《消法》和《食品安全法》的惩罚性赔偿规定，无疑激发了消费者维权的积极性，对维护消费者合法权益具有积极意义。但调解必须遵循自愿原则，商家看到十倍赔偿的数额及最低500元的赔偿数额，与食品本身价款有较大差距，往往会心存侥幸，不愿通过调解达成赔偿协议，将问题推至厂家，或希望通过司法程序解决，这无疑对调解增加了难度，也增加了维权的成本。

**【案例7】**6月21日，消费者张先生在京客隆超市店庆促销时，花45.12元购

买一箱青岛啤酒，共24瓶。当月25日晚，饮用时发现酒瓶中有一块碎玻璃碴，万幸没有造成伤害。张先生找超市要赔偿，因赔偿数额没有达成一致，找消协投诉。尽管在消协调解下最终达成调解协议，但调解初期，厂家派来的北京青岛啤酒北方销售有限公司的业务员直接提出让消费者去做检测鉴定再定，消费者无奈。

**【案例8】**消费者在一超市购买了一盒“天赐佳食”牌香妃子坚果，价格为335元，食用时发现该坚果有变质味道，怀疑商品已变质，要求商家依照《食品安全法》十倍赔偿。在消协调解过程中，商家开始不同意赔偿，经过6次反复调解，商家才同意十倍赔偿，即退还消费者商品价款335元后，再赔偿3350元。

**【案例9】**近日，福州退休职工陈先生向消协反映，他去年8月从电视广告上看到，有一款“北京同仁堂”的中药，泡脚可泡除静脉曲张，他打电话询问后，对方说他属于全国前50位消费者，可享受半价优惠1280元。他购买该“中药”后，商家又接着向他推销口服药，甚至还有自称“专家”、“院长”的人一再给他打电话，对他表示“关爱”。陈先生买了7880元的药后，发现没有任何疗效，查证才得知对方是一伙打着“同仁堂”旗号的骗子。

**【案例10】**消费者刘先生和家人在一家老北京炸酱面吃饭时，

发现锅仔卤煮的火烧上面有发霉点，向饭店反映情况后，饭店只同意不收锅仔卤煮的78元，刘先生认为整个饭菜都没吃好，应扣除总餐费203元，并赔偿其他损失，遭到饭店拒绝。消协接到投诉后，积极组织双方调解，但最终调解无效，只能寻求其它解决渠道。

## 在线旅游投诉多 消费者维权难在何处？

刚在网上预订了两张机票，发现地址填反了，结果3768元机票费只给退280元；提前在网上订了去首尔的跟团游，韩国爆发MERS疫情想退团，结果只能退10%的团费；网上预订的航班当天被取消，不仅没有提前接到通知，而且机票费都不给退……

记者日前从北京市消费者协会了解到，今年以来，该协会指导的消费者网(www.bjxf315.com)收到大量在线旅游投诉，2015年3月至今已达38条，占电商类投诉的55%，占总投诉的22%。其中，有关携程旅行网和去哪儿网的投诉排在前两位，两者合计占到在线旅游投诉总量的八成多。被投诉的事由则主要涉及机票的退改费、酒店房间的预订、出境游行程变更纠纷等。据消费者网在线投诉平台统计，消费者由于操作失误、突发情况改变行程，被扣取高额退改票费的投诉，占到在线旅游投诉总量的67%。

### 近九成投诉因合同引发纠纷而起

记者了解到，被投诉的纠纷中，绝大部分是由合同引发的。据北京市消费者协会提供的统计数据，2015年1月至5月，共受理调解旅游服务类投诉798件，因合同方面引发纠纷的为718件，占总投诉的89.9%。

其中，在线旅游企业单方面违约又不愿承担赔偿责任，是令消费者不满的主

要原因。

日前，李先生向消费者网投诉称，因为要到外地考试，他特意提前从携程旅行网在考场附近订了两天房间，没想到，在考试之前，携程突然通知他房间取消了，让他自己再想办法。由于是全省的考试，考场周边房间全部订满了。最后实在没办法，他只好花高价订了一个很远的酒店。多花钱不说，还影响了考试情绪。

而更让消费者感到不满的是，在线旅游企业单方面违约，往往拒绝承担相关赔偿责任，但如果是消费者单方面改变行程违约了，则会被要求承担高额的费用。

例如近来因韩国爆发中东呼吸综合征(MERS)，不少原定前往韩国旅游的消费者出于对健康与安全的担心，纷纷取消赴韩旅行计划。但朱女士向消费者网投诉称，她在携程订的韩国济州岛+首尔行程，退团要扣50%的团费。而赵女士称，她在去哪儿网订的首尔跟团游，退团只能退10%。

“可MERS属于不可抗力，不是我们所能预想到的啊。”朱女士对这样的处理结果表示不能理解。

携程网在接受记者采访时解释说，“旅行套餐”的很多操作与预订规则，都符合目前的行业惯例。消费者在预订套餐产品时，预订界面有非常详细的产品说明，方便消费者了解所预订套餐产品的相关规定。携程网称，消费者选择“旅行套餐”，就需遵循套餐产品整体的退订和更

改规则，相关退订和更改规则以产品实际显示为准。

针对消费者反映因MERS疫情取消赴韩旅行计划被扣取高额费用的情况，携程网表示，目前国家旅游、外交等部门并未发布韩国旅游警示，韩国旅游并未暂停，按照法律法规，不属于不可抗力。携程网表示，如果旅游者提出退订和改期，会尽量协调供应商和酒店、航空公司等，最大程度减少游客的实际损失。针对通过携程单独预订韩国酒店的客人，因MERS疫情要求取消韩国酒店订单的，携程免费取消。

但消费者认为，“旅行套餐”是典型的不公平格式合同，因为企业在订单中罗列了一大堆各种各样的条款，高比例的退改签费用只是其中一项，多数消费者由于时间等原因，往往不会逐条细看，就直接点击确认同意。

截至记者发稿，去哪儿网的客服热线始终处于占线状态。

### 消费者被侵权主因是信息不对称

对于如此多的投诉，北京市消费者协会投诉与社会监督部主任陈凤翔分析称，目前，消费者权益受到侵犯的主要原因是信息不对称，消费者的知情权、公平交易权、获知权、求偿权没有得到充分实现。

“一些旅游企业为了追求短期利

益，规避风险打擦边球，甚至不惜损害消费者的合法权益。”陈凤翔说，特别是新兴的在线旅游，由于存在涉及环节众多、责任相对模糊不清、尚未形成统一行业标准等问题，以至于许多消费者在通过在线旅游网站购买旅游、出行产品后，权益受到侵害，维权难，容易吃“哑巴亏”。

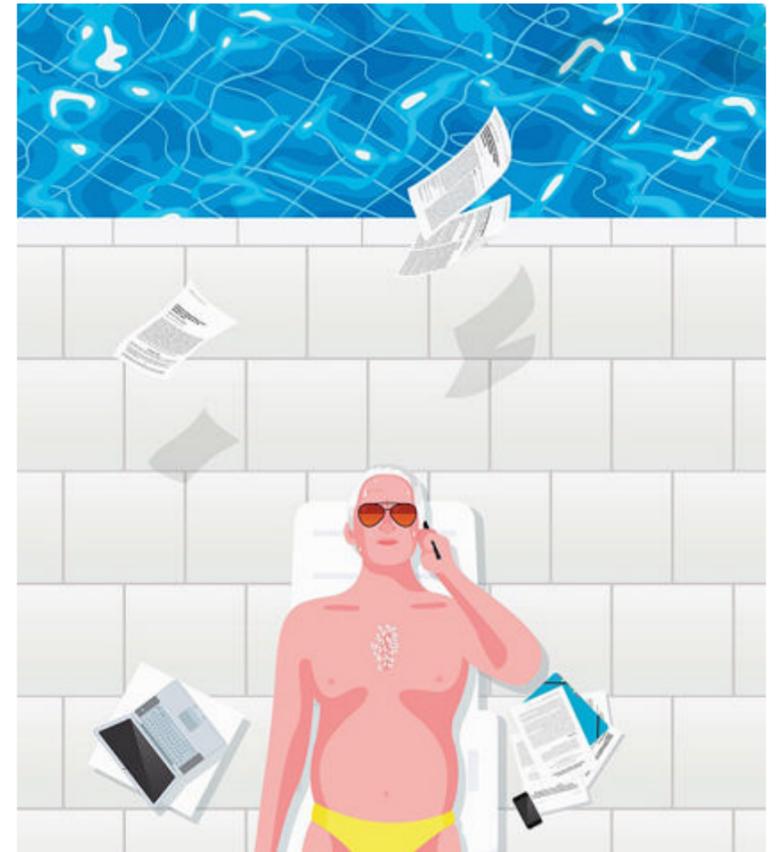
北京市消费者权益保护法学会理事芦云表示，现实的情况还有，因为维权成本太高，使得很多消费者放弃维权，这也变相降低了经营者的违法成本，形成恶性循环。“可能一百个消费者里面只有一两个会要求赔偿，哪怕维权者要多少就赔多少，经营者还是照赚不误，所以，经营者也不害怕。”

芦云说，原本旅游行业在现实中就存在很多问题，“触网”之后，由于网络存在跨地域性、隐蔽性的特点，带来的问题就更多了。

其中，旅游行业“触网”后改变最为显著的，就是合同的形式。中国人民大学法学院教授刘俊海认为，与以往的纸质合同相比，在线旅游公司所采用的电子合同形式，更易于给企业留下“钻空子”的机会。

“现在电子合同模糊不清，主要是为了忽悠消费者、误导消费者乃至欺诈消费者。”刘俊海说，“消费者想把自己的核心利益诉求写进去，但‘人在屋檐下，不得不低头’。商家掌握合同起草权，有些企业滥用权利，把自己的不正当利益诉求写进去，单方地设定自己的权利、为自己取得利益、免除自己的责任，单方增加消费者的责任。”

同时，刘俊海也表示，消费者大多有一种占便宜的心理，只要报价便宜就报名，也就往往容易忽略合同中的陷阱。



### 专家：改变维权难现状需要法律规制和社会共治

那么，维权难的现状能否得到改善？

在芦云看来，在线旅游纠纷高发的主要原因还是管理存在漏洞。她认为，要从根源上减少投诉，需要加强社会全方位的监管。

“一是需要完善法律具体细则。比如说，什么叫明知或应知、什么叫故意，这些都需要制定实施细则，予以认定。二是国家的监管必不可少，旅游主管部门应该加强监管。”同时，芦云还强调，消费者在网上消费时，也要擦亮眼睛，“在网上会遇到现实中遇不到的问题，便利的同

时，也需要更加谨慎。”

在此过程中，刘俊海还提出，法院的参与也必不可少。他认为，消费者和在线旅游企业发生的纠纷，法院要开门立案、凡诉必理，切实做到快立案、快审理、快判决、快执行，重点要解决立案难的问题。

此外，刘俊海还提出，旅游在线企业也应该加强行业自律，强化契约精神，敢于跟消费者站在一起，自揭家丑，清除潜规则，真正释放正能量。“企业要有利润合理化思维，而不是利益最大化思维，要做受人尊重的企业，而不是富而不仁的土豪企业。”刘俊海说。(来源：中国青年报)



## 暑期在线旅游投诉大幅上升

暑期旅游高峰的到来，有关在线旅游的消费者投诉出现大幅上升。自消费者网（www.bjxf315.com）6月17日通报在线旅游投诉情况至7月21日，短短一个月时间，消费者网又收到在线旅游投诉50条，比前三个月投诉总数还多出32%，占到同期投诉总量的48%。其中，去哪儿网22条，携程旅行网20条，二者合计占到在线旅游投诉总量的84%。被投诉的事由仍集中在机票退改费、酒店房间预订、出游行程变更以及售后服务跟不上等方面。

消费者网负责人表示，2014年以来，消费者网一直在关注电商行业的热点问题，并于今年3·15期间联合有关机构发布了《2014年电商舆情报告》，其中在线旅游因多次被媒体曝光，在年度大事记和关键词中均被点名。进入2015年后，部分在线旅游企业仍然没有足够认识到自身存在的问题，过于追求短期经济效益，忽视了服务水平的提升，加上行业缺乏自律和规范机制，消费者反映的问题很少得到有效解决，此类投诉一直在不断上升。特别

是进入暑期旅游高峰后，有关在线旅游的投诉更是出现了大幅上升。

对于消费者投诉最为集中的高额退票费问题，消费者网负责人认为，一些在线旅游网站以“旅行套餐”等为由，收取消费者高额退票费的做法，不仅不合理，而且于法无据。《中国民用航空旅客、行李国内运输规则》明确规定，旅客在航班规定离站时间24小时以内、2小时以前要求退票，收取客票价10%的退票费；在航班规定离站时间前2小时以内要求退票，收取客票价20%的退票费。旅游电商推出的“旅行套餐”，应该是向消费者提供更方便、更便宜的旅游产品或服务，而不是其借以逃避法律法规制裁的幌子或牟取暴利的工具。

中国消费者权益保护法学研究会媒体部负责人表示，消费者反映下单后，因某种原因立刻取消订单，就收取高额退改票费的做法，也违反了《消法》有关规定。按照《消法》规定，除消费者定做等四类商品外，消费者通过网络等方式购买

商品有权七日内无理由退货。在线旅游实质上就是消费者通过网络购买服务，理应适用于《消法》七日内无理由退货规定。也就是说，消费者通过在线旅游网站购买旅游产品或服务后，应当享有七日无理由退货的权利。如果网站认为，在线旅游根据性质属不宜退货范畴，那么也需要对消费者进行“一对一”的明确告知，而不能将“告知”隐藏在复杂冗长的格式条款中，让消费者的知情权得不到保障。

该负责人还表示，中国消费者权益保护法学研究会高度关注消费者反映强烈的在线旅游问题，对严重侵犯消费者权益，且拒不改正的行为将进行公开批评，下一步拟联合有关机构举行在线旅游问题专家研讨会，并将研讨结果通报社会和上报有关部门。同时也呼吁在线旅游企业珍惜当前的发展机会，诚信经营，善待消费者的合法权益，真正把企业做大做强。有关部门尽快出台在线旅游行为规范，使这个新兴行业在规范中发展，在发展中规范。

## 揭秘“北京一日游”骗局： 三招让游客全天购物

记者从消费者网在线投诉平台了解到，暑期以来，外地游客对非法“一日游”的举报投诉数量仍居高不下。

为了让更多游客提高警惕，防止上当受骗，记者近日体验了一次“北京一日游”，亲历旅游景点被“阉割”，基本全天购物，并总结出“黑旅行社”的三招行骗伎俩。

### 第一招：小广告低价诱客

在天安门广场内，非法“一日游”小广告基本绝迹。但出了广场往中山公园方向，迎面而来的游客每个人手中几乎都有三到四页非法“一日游”小广告。

记者随机打开一张看到，广告宣传“旅游局指定一日游接待单位”，“先旅游，后付款”，并承诺“长城贵宾专线”100元全包，景点包括八达岭长城、十三陵(定陵)、恭亲王府、海底世界、鸟巢、水立方，赠送奥运会吉祥物福娃一套，天安门城楼参观券一张，对游客来说很有吸引力。

记者根据小广告上的旅行社电话号码与其取得联系，并按约定时间到西单地铁口等候。不一会儿，一辆没有运营标志的银灰色车来接记者。司机告诉记者，他每天夜里一点就开始在全城范围接“一日游”游客，一直到下午一点下班，自己开车接人拿“旅游公司”的提成。

### 第二招：黑导游车上恐吓

司机把记者送到西交民巷附近的一个街口。在这里，记者向两位“导游”再次确认没有额外收费后交了100元团费上了车。陆陆续续有游客上车，大约半个小时后，这辆没有旅行社牌子的白色大巴搭载着47名乘客开始往八达岭方向前进。

一名自称是“导游”的男子告诉乘客，今天的景点肯定没广告写那么多，全世界的广告都是骗人的，十三陵肯定进不



去。

该男子随后让游客交下午5D电影和天桥八大怪表演的钱，并称这是当年震动北京的演出，360元的票，旅行社给大家优惠，每人150元钱，必须得交。

当有乘客提出异议不太想交钱的时候，另一名女“导游”指着该乘客：“你别说话！”由于游客们人生地不熟怕被旅游车抛弃，并被司机告知“自己回去打的至少要四五百”，所以几乎所有游客都乖乖交了钱。

针对几位没有交钱的游客，导游拿

出手机开始念段子，称这是自己几年来遇到无赖乘客的心得，并骂乘客“明摆着自己想出来占便宜来了”、“你那不是旅游来了，你是来上班来了”等等。

### 第三招：专盯玉器土特产

到达八达岭后，导游不再讲解，并只留给游客八十分钟时间。在随后前往十三陵的路上，导游说：“十三陵这几个墓地，外面看啥样里面看还是啥样，我给你们简单介绍下里面埋的是谁就完了。”并称是景点规定不接待散客。游客们只好在车上看了十三陵几眼，就被大巴车拉到了一个“玉器城”。在导游和购物人员喋喋不休的推荐下，有游客购买了一些玉器。

所谓的“八菜一汤”免费午餐让游客们吃得抱怨连连，满地的垃圾和桌上的苍蝇让游客们难以下咽。简单吃完饭游客们又被拉到了一个“土特产城”，导游大力向游客们推销烤鸭和北京果脯。一些游客抱怨：“下午都是在购物了！”

在两个脏兮兮和温度很高的乡间小屋里，游客们观看了5D电影和八大怪表演。所谓的八大怪表演其实就是街头卖艺。

在回程的路上，鸟巢和水立方的参观游客们也是在车内完成的，导游称“已经到时间了，你们谁想看自己下去，旅游车不等你们”。(法制日报)

## 消费者向今麦郎索赔450万被刑拘 是维权还是敲诈勒索？

近日，一起发生在消费者和企业之间的“敲诈勒索案”引发舆论关注。黑龙江绥化市明水县男子李海峰购买了4包今麦郎（日清）食品有限公司（以下简称“今麦郎”）生产的方便面，但食用时发现醋包内有“异物”，随后向今麦郎公司索赔450万元。就在双方协商索赔金额的过程中，今麦郎向警方报案，李海峰被河北邢台市隆尧县公安局以涉嫌敲诈勒索罪为由立案侦查，目前已被刑拘。

是合法维权还是敲诈勒索？随着事件曝光，这一疑问成为公众关注的焦点。

### 4包方便面引发的纠纷

李海峰是一名跑运输的货车司机。据其母亲谷玉秋回忆，去年12月，在儿子开车去长春送货途中，买了4包今麦郎“诱惑酸辣”方便面充饥。“但打开方便面后，他发现里面的醋包有明显的玻璃块状结晶。”谷玉秋说，李海峰当时也没多想，就把晶体扔了，将剩下的醋包倒进泡面里一起煮了吃。

然而，还没到长春，李海峰自觉身体有了反应。谷玉秋告诉中国青年报记者，儿子开始腹痛腹泻，吃了药才勉强感觉好些。等熬到长春，李海峰又打开其中一包方便面，这一次，醋包里发现了更多的结晶。李海峰仔细一看，才发现这些方便面都已经过期了。

谷玉秋告诉记者，事后他们曾尝试向“12315”投诉，也联系过质监、工商等部门，但得到的答案都是“过期产品的投诉不予受理”。于是，李海峰一家决定自己维权。而这也成了李海峰如今身陷囹圄的源头。

谷玉秋说，之所以没有选择向出售方便面的超市维权，是因为他们认为这属于产品质量问题，而不是追究过期的问题，于是直接联系了今麦郎公司。据谷玉秋回忆，他们前前后后和今麦郎沟通十几次，今麦郎方面也有人来过谷玉秋家中协商索赔事宜，但对于具体的索赔数额，一直没谈拢。

谷玉秋说，一开始，他们向今麦郎提出了300万元的赔偿要求，后来又一度涨至500万元，最终降到450万元。而今麦郎方面没有同意这些要求。谷玉秋说，对方只同意赔偿7箱方便面和电话费用，李海峰没有接受。

其间，一家人还试图联系检测机构进行检测，但根据有关规定，消费者个人无法到食品药品监管部门送检，李海峰投诉的产品又是过期产品，因此没能成功。随后，一家人花4500元联系了上海、西安两家第三方检测机构，对当时购买的方便面醋包进行检测。

李海峰的表妹谷春秋向记者提供了这些检测报告。其中一份由西安检测机构出具的检测报告显示，醋包内汞含量超标

4.6倍（GB2762-2012）。

8月3日，中国青年报记者致电李海峰送检的两家检测机构，但西安的检测机构拒绝接受采访。上海的检测机构表示，公司目前暂无食品醋检测资质，并表示报告只针对该客户样品提供参考，不能作为任何法律依据或其他任何判定依据。

“汞超标”的检测结果让谷玉秋感到很气愤。“我自己就是癌症患者，汞是致癌物，对人体有害，不管产品是不是过期的，都不该含这个东西。”

谷玉秋认为，企业要讲良心，生产的产品不能有问题，因此提出“惩罚性”赔偿。他们还把检测报告寄给过今麦郎，并将赔偿要求提高至450万。同时，今年3月开始，李海峰也通过微博公布了检验结果，对今麦郎公司表示质疑，相关微博还引发“知名打假人”王海的关注和转发。

### 警察为当地经济“保驾护航”？

就在李海峰一家还在向今麦郎索赔的过程中，今麦郎在其公司所在地河北邢台报了警。

据《法制晚报》7月26日报道，该报记者从警方获悉，3月27日，今麦郎相关负责人报警称：2014年12月16日接到绥化市明水县李海峰电话，投诉今麦郎方便面“诱惑酸辣”醋包内含有玻璃，后营销部和其多次沟通，李海峰称醋包内使用工业



盐，向今麦郎索赔300万元。随后，5月29日，河北邢台市隆尧县公安局以“李海峰涉嫌敲诈勒索罪”立案侦查，6月3日，开始网上追逃。

就李海峰一家与今麦郎之间的索赔事宜，8月3日，记者致电今麦郎公司，客服人员表示，针对此事，公司已经对外发表声明，并拒绝了记者提出采访公司相关负责人的要求。

记者在今麦郎方便面官方微博上看到，这份发布于8月1日凌晨的《声明函》称：“李海峰首次向今麦郎提出方便面料袋异物时，该方便面产品已过期一年。虽然按相关法律，今麦郎已无任何责任，但本着消费者利益至上原则，今麦郎愿意妥善处理予以安抚；但李海峰却提出毫无根据的巨额索赔。”

《声明函》称，李海峰要求巨额赔偿未果之后，在国内知名的八大网站上多次恶意发布吃今麦郎方便面后致癌、长肿瘤等不符合事实的虚假信息，并表示“其

虚构的言论和信息对我公司造成非常恶劣的影响。经过多次交涉和制止未果，李海峰依然在网上市上恶意造谣诽谤。出于无奈，我们被迫选择向警方报案。”目前公安等执法部门正就此事进一步调查和处理，并称相信法律的公正结果。

谷玉秋告诉记者，今年6月7日左右，儿子才发现自己被“网上追逃”了。让她感到疑惑的是，一直到7月29日，儿子被抓以前近两个月里，都没有警方联系过李海峰或家人，也没有警察到他家询问过。

“发现被警察网上追逃以后，我儿子一直在家，手机也是24小时开机，今麦郎的人也来过我家，是知道我家在哪的，为什么警察之前不来抓？”

蹊跷的是，就在李海峰被抓的前几天，媒体开始对这一事件进行报道，引发舆论关注。谷玉秋回忆，7月29日下午，黑龙江一家媒体正在家中采访，突然来了5个黑龙江明水县公安局的警察，要将李

海峰带走。谷玉秋称，办案人员出示了警官证，但并没有给她看其他手续，只注意到他们手里拿着一张纸，现场的记者要求查看，未被允许。

当天晚上，谷玉秋被通知到看守所给儿子送被褥、行李。直到7月31日中午12点左右，谷玉秋说，一名河北邢台隆尧县公安局刑警大队三中队的警察给她打来电话，告诉她李海峰将被送往河北邢台。谷玉秋不放心李海峰，要求与儿子通话，该警察便将电话递给李海峰，李海峰说自己一切都好，让母亲不要担心。

“之后就再没有联系过了。”谷玉秋说。

8月3日，明水县公安局看守所一付姓工作人员也向记者证实，李海峰确实于7月29日被关进该看守所，待了两天后，于7月31日被办案单位接走。“办案单位拿着手续来接走的。”另一工作人员说，其向记者证实，办案单位是邢台市隆尧县公安局。



据今麦郎日清食品有限公司官网信息显示，该公司为河北民营股份制企业，显示的公司地址之一即在河北省隆尧县。

另据隆尧县公安局官网7月23日发布的一条新闻显示，7月22日，隆尧县公安局局长李泽威还曾到今麦郎食品有限公司进行调研。该新闻中提及，李泽威指出，为企业营造良好的治安环境，保好驾、护好航是我们公安工作的职责所在，文中还称，李泽威表示“各职能部门要密切与企业的联系，及时了解企业实际困难和需求，提高服务水平，全力维护辖区社会治安秩序和交通秩序，为隆尧经济建设保驾护航。”

为何李海峰在被追逃的近两个月内都没被抓捕，而媒体报道引发关注后随即被带走？隆尧县公安局局长视察今麦郎工作时是否谈及此案？警方又是否掌握了李海峰敲诈勒索的证据？针对上述疑问，8月3日，中国青年报记者多次致电隆尧县公安局宣传科，工作人员告知记者，采访

此事应与该局负责具体办案的刑警大队联系。记者随后又与隆尧县公安局刑警大队取得了联系，但值班民警表示，了解该案情况的民警均外出，不知何时回来。截至发稿时止，隆尧县公安局刑警大队始终未与记者联系。

### 合法维权和敲诈勒索的界限在哪

随着媒体对该事件的报道，合法维权和敲诈勒索的界限在哪成为舆论关注的话题。

北京汇佳律师事务所律师邱宝昌表示，我国刑法中，敲诈勒索罪的定义是指以非法占有为目的，对公私财物的所有人、保管人使用威胁或者要挟的方法，勒索公私财物的行为。他认为，如果双方协商的焦点只是赔偿数额的高低，则属于民事范畴，但如果采用了胁迫的手段来达到目的，则要看是否符合敲诈勒索罪的构成要件，若符合，则涉嫌罪名成立。

中国政法大学刑事司法学院教授阮齐林也认为，判断是否构成敲诈勒索罪，关键要看有没有威胁行为。“如果没有威胁行为就不存在敲诈勒索的问题”，他强调，定罪时，不能因为索赔金额高就认为是敲诈，只能说“金额不太合理”。

“消费者索赔过高本身并不构成敲诈勒索。”中国人民大学法学院教授刘俊海分析，倘若商家不同意消费者的高价索赔，双方当事人完全可以在法治和理性的轨道上化解纠纷。据他介绍，诉讼中，如果消费者的高额索赔诉求无法获得法院支持，消费者需要自行承担与高额索赔相对应的高额诉讼费用，刘俊海认为，这就有助于倒逼消费者理性维权。

“而企业在遭遇消费者高额索赔时，也应淡定从容，虚心倾听消费者的维权诉求，并真诚地提出公平合理、且具有可操作性的问题解决方案，而不宜简单地将高额索赔一概视为敲诈勒索而诉诸刑事手段。”刘俊海说。

而针对消费者在维权过程中采用网上曝光、寻求媒体报道等方式，阮齐林认为，这不能算作威胁。刘俊海还指出，在媒体和网络上依法曝光其所购买产品存在的质量问题，是消费者维权的重要手段和新闻媒体监督的重要内容，同时也有利于增进其他消费者的风险意识，进而维护商家之间的公平竞争秩序。

不过，两位专家也强调，维权的前提是消费者的合法权益确实受到了侵害，所曝光的问题必须属实，不能无中生有、捏造事实。“如果捏造事实，且借助网络大肆扩散，强迫对方满足其不正当的目的，就带有威胁性，可能会构成敲诈勒索罪。”阮齐林说。

(来源：中国青年报)

## 刷屏营销成朋友圈病毒： 借新闻玩噱头 以低俗当卖点

近段时间，随着越来越多企业加入新媒体营销，一种可以被称为“刷屏营销”的乱象，不断骚扰朋友圈：

“借势”优衣库不雅视频“引爆”移动社交圈，部分商家“搭车营销”。其中不乏一些淫秽色情的图片和表述，遭网友疯狂吐槽“恶趣味”“品位低下”。

神州专车在微博上贴出“Beat U，我怕黑专车”主题海报，多位名演员参与制作，炮轰某专车，火药味十足。

珍爱网关于“支持贩卖儿童应判死刑”的“刷屏营销”，一时间引起社会各界的热议。尽管该网站声明系个别员工擅自所为，但这种“噱头营销”仍然给网站带来了不良影响。

……

标新立异制造噱头，突破底线恶俗营销，病毒复制信息轰炸，越演越烈的“刷屏营销”乱象，不仅让“朋友圈”不胜其烦，也扰乱了互联网生态。

### “朋友圈营销”急剧增加

“刷屏”式的借势营销不仅无法给企业的形象、产品加分，还直接伤害新媒体的社交性、私密性，对用户构成信息骚扰

“过一段时间，就被刷屏一次。”在北京工作的白领吴娜是社交媒体的重度使用者。她注意到，今年以来，微信朋友圈中出现的营销文章急剧增加，而且多是结合近期的热点新闻事件。

让吴娜印象最深刻的，是“另一个

地球”的借势营销。北京时间7月24日凌晨，美国航空航天局（NASA）宣布发现了新的系外行星开普勒—452b，是截至目前最接近地球的系外行星，相似指数达0.98。“阿里旅行”旋即在微博上贴出海报：“你好，另一个，自己！去啊，另一个，世界！”360安全卫士的宣传则是：“哪怕相隔1400光年，卫士依然守护你的安全。”手机品牌魅族更加直接，“遇见下一个地球还很遥远，遇见下一个智能手机时代的1110就在7月29日”。

“第一次、第二次看到这些企业的宣传时，还有些新鲜感。可没过多久，你就发现手机上全是同样的话题，甚至有些广告连文字、配图和LOGO都一模一样。”在吴娜看来，同样的话题刷爆当天的朋友圈，“有点令人反感”。

一哄而上的跟风营销，同一个话题、同一种策划、同一样标语，在短时间内集中狂轰滥炸，令受众不胜其烦、不堪其扰，甚至产生屏蔽多年好友的冲动。

人民网舆情监测室分析师廖灿亮认为，“刷屏”式的借势营销实际是一种病毒营销。不仅无法给企业的形象、产品加分，还伤害到新媒体的社交性、私密性，对用户构成信息骚扰。

微博、微信等新媒体平台的一个重要特点是互动。“在这种背景下，以往的‘眼球经济’逐步退位于‘人脉经济’。通过用户的社会人际网络，让信息像病毒一样传播和扩散，利用快速复制的方式传

向数以千计、数以百万计的受众。这种刷屏式的新媒体营销，已经成为不得不面对的现实”，人民网舆情频道主编朱明刚分析。

### 营销手段流水式操作

——对于触及道德底线的热点，盲目跟随只会让人轻视，无论什么样的营销，都必须守住底线

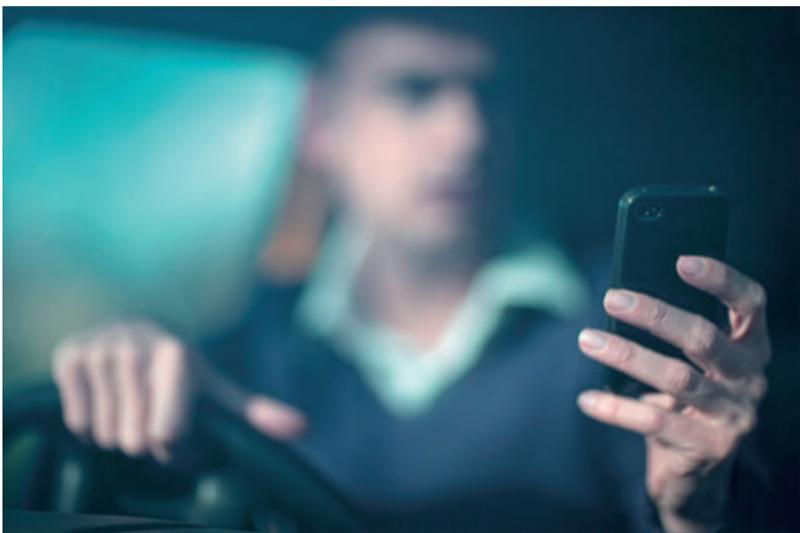
最令受众反感的“刷屏营销”，当属充满负能量的恶俗营销。比如，本文开头提到的借优衣库事件进行的营销炒作。

7月14日深夜，优衣库不雅视频占据微博、微信朋友圈，一些商家也趁机对自己的品牌、形象和产品进行兜售。这一“搭车营销”，有网友批评为“节操掉了一地”。网友认为，用不道德的事件进行恶趣味的借势营销，属于品味低下。新媒体营销不能没了规则，又失了底线。

廖灿亮认为，对于触及道德底线、不雅恶俗的热点事件，盲目跟随只会让人轻视。赢得流量和关注的同时，可能会影响品牌自身的美誉度，甚至损害行业形象。因此，无论什么样的营销，都必须守住底线。

诋毁他人、互黑互斗的营销乱象，也越来越令人反感。

6月25日，神州专车在微博上贴出“Beat U，我怕黑专车”主题海报，直接炮轰某专车。“家里的十个好叔叔，也



斗不过车里的一个怪蜀黍”，“怕家人受伤害，怕隐私被买卖”，“毒驾，酒驾，醉驾！1%的风险，100%的伤害”……广告文案中，充满浓浓的火药味。而网友对此并不买账，认为这样恶意诋毁对手的营销手段也砸了自己的牌子；甚至有网友表示，坚决抵制神州专车。

新浪市场营销官微将此类营销手段总结成流水式操作：热点出现—公司官微借题发挥—数家友商互黑炒作—公共号文章打包定性—一堆市场营销人员作惺惺相惜状互相吹捧。

此外，新媒体上还充斥着吸引眼球、传播谣言的虚假营销。肯德基“6个翅8条腿鸡”、康师傅“越南地沟油”、娃哈哈“肉毒杆菌”……近期，这些食品谣言成为近百家微信公众号热门推送内容，并在朋友圈中刷屏。4月起，娃哈哈、康师傅、肯德基等巨头，纷纷将涉嫌造谣微信号背后的运营公司告上法庭，要求赔偿经济损失。业内人士指出，涉嫌传

谣的多家微信号，其虚假营销推广已呈公司化、链条化趋势。

“新媒体营销的基本原则是不能通过欺诈的方法，借激起大众负面情绪的事件进行营销”，廖灿亮认为，这样的营销，反而容易给企业口碑传播带来负面影响。虚假营销触及的是行业自律和社会伦理的底线，亟须相关行规、法律的跟进完善。

### 借新闻营销应有“两戒”

**——不能简单地给某个热点营销下价值判断，但最起码的是企业要有道德判断和法律约束**

中国互联网信息中心（CNNIC）最新发布的第三十六次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2015年6月，我国网民规模达6.68亿；微博客用户规模为2.04亿，微信、QQ等即时通信用户规模达到6.06亿。如此庞大的网民群体，给

新媒体营销留下更多的市场空间。

“新媒体营销是对传统营销的创新，好的营销一方面可达到企业的商业目的，另一方面也可以为社会传递正能量，实现社会效益和企业效益的双赢。可是，突破底线的营销不仅导致受众心理疲倦，而且亵渎社会伦理、引发负面情绪，这就不只事关行业，而成为一个社会问题了”，暨南大学新闻与传播学院教授谭天说。

新媒体营销的底线在哪里？新媒体学者、上海交通大学媒体与设计学院魏武挥认为，新媒体营销并没有一个统一的普适标准，不能简单地给某个热点营销下价值判断。但最起码的是，企业要有道德判断和法律约束。“不能没有底线地去迎合，这样不仅会伤害品牌自身，也会对社会造成负面影响”。

朱明刚指出，新媒体借新闻营销至少应有“两戒”：一戒借涉及重大负面舆情或带有人员伤亡的事件营销，否则容易对当事人家属造成二次伤害。二戒借涉及有违公序良俗的事件营销，否则会对网络环境造成二次污染。

对于恶意营销，业内已经有所作为。腾讯集团市场与公关部相关人士表示，对于违背微信平台运营规则的恶意营销，会给予严厉打击。对于违反法律的行为，还将配合公安机关将这些涉案人员绳之以法。

“新媒体营销需要符合公众的价值观、社会的道德感、法律的规则性，避免出现自黑以及亵渎社会伦理、突破道德底线的情况”，清华大学新闻与传播学院教授沈阳提出。

（来源：人民日报）



## 成本几分的“神药”卖到600元

先免费擦药酒，再展示“能化玻璃”的药丸，卖完了600元一粒的“神药”，还得吓唬你千万别告诉家人……为了攫取非法利益，李登文等人假冒苗族，从贵州出发，一路辗转至海南、西安、天津等多个省市，疯狂制售假药。今年5月初，这伙人在山东省济南市作案时落网。近日，济南市历下区检察院以涉嫌生产、销售假药罪，批准逮捕了李登文、李登绿、胡乔苟等15人。

### “神奇苗药”包治百病，专售中老年女性

今年4月，李登文、李登绿等人结伙陆续来到山东济南，组成了多个犯罪团

伙。团伙成员一般会在上午来到早市或菜市场，通过发传单、摆摊等，向过路的老人讲课、免费送药酒、收钱。

为了欺骗群众、营造气氛，他们一般会身着苗族传统服饰，选择僻静之处摆上事先准备的假药酒等作案工具。他们将作案对象锁定为中老年妇女：“她们这个年龄大多都有慢性病，容易骗，也比老大爷好吓唬；再者，老大娘上当后怕丢人一般不愿意报警，也不愿意告诉家人。我们会观察来听课的老人，哪些对这个有兴趣，想吃药，然后留下三四个病情看着比较严重或是看起来比较好骗的老太太，将其余人赶走。”

接着，嫌疑人会询问被吸引过来的

老年人是否患有风湿性关节炎、腿疼、腰疼等疾病。被害人一旦说有，他们便会拿出药酒，向老人们宣称：“我们是贵州苗家人，这是我们民族秘制的药酒，市面上买不到。这种药酒3分钟进血管，15分钟走遍全身，25分钟就把你们身上的毒排出来，擦后会有麻、热、凉等6种不同反应，如果您有一种，那就恭喜您了，您的病和我苗家这药对上号了，证明我今天没有白送。这药是外用的，要用生姜切成片蘸起来擦。”随后，有团伙成员热情地拿出事先准备好的假药酒，用生姜片蘸上药酒为被害人擦拭。

事实上，姜片蘸酒擦拭肯定会有发热的效果，免费治疗不过是个幌子。所谓

的“秘制药酒”，都是嫌疑人买来的劣质白酒，加上些简单的中草药，用老抽、色素调色后，再灌进空输液瓶制成。

### “吞玻璃”“种苗蛊”，诱逼老人掏钱买药

在获取被害人初步信任后，为了进一步蒙蔽被害人并引诱其服用药物，嫌疑人会上演一场“生吞玻璃”的好戏。

“婆婆见过这样的丹药吗？这叫断根药，有人说像虫子，有人说像蜜蜂，上面的纹路代表‘生活兴旺、药到病除’。”随即，嫌疑人会将手中的药瓶砸碎：“这个玻璃碴，你们不敢吃，平时我也不敢吃，但今天我敢吃。因为我们有我们苗家这个丹药，不光能根治你们的慢性病，就连我吃这个玻璃碴下去，几小时后它能把玻璃碴化成水，排泄出来。”说完，嫌疑人当场将玻璃“吞下”。

此外，为了让老人服药，他们还会恐吓老人，假称之前给老人擦过的药酒含有特制成分，需要用解药解毒。“你们刚

用的药酒，有渣滓在手上。苗药以毒攻毒，你们不要像去年我们在广西时遇到的一位婆婆，她没有用消毒水清洗，回家不到一个小时，手肿了，差点没命。”所谓特制的消毒水，有的就是给老人擦拭的药酒，有的则就用矿泉水替代，目的还是为了借此控制老人，让她们下一步不得不掏钱买药。

在看到他们的少数民族服饰、“神医”吞玻璃的表演以及嫌疑人言之凿凿的恐吓，大多数老人不同量地服下嫌疑人提供的“丹药”。

一旦服下丹药，嫌疑人马上告知老人断根药的成本很高，需要收费。当老人质疑刚才明明说不要钱这会儿为什么要收费了，嫌疑人一方面辩称：“这药太贵了，里面有人参、虫草、天麻等38种，得卖600一粒才能赚点小钱。”另一方面，用“下蛊”恐吓老人：“如果不给钱，我们苗家擅长‘种苗’，看不见摸不着，谁要得罪我，我就给他放上一，回家不到一小时就会……”

### 作案手段编成“神医讲义”

“神医”当然没有真的将玻璃碴吃下，而是趁老人不注意时偷偷藏在了手里。而所谓的“断根药”，其实是嫌疑人从药店里购买的中药丸。一盒10粒装的药丸，药店卖15元，1丸可以团成20粒丹药。这样的一粒丹药，成本不足一毛钱，嫌疑人却向老年人索要每粒300元到600元的高价。

通过以假乱真的吃玻璃碴、一步步的心理暗示，再加上言语恐吓，老人因心存恐惧，明知药贵，也不得不乖乖交钱。有些老人是当场交钱，没有带钱的，嫌疑人会安排专人跟随老人回家取钱。为了便于脱身，嫌疑人会哄骗老人3天之内不得向任何人提及此事，否则会和家人带来不吉利。等老人明白过来或是家人知道了，他们早就溜走了。

为了使团伙成员熟记犯罪流程，嫌疑人甚至将作案手段编写成一本“神医讲义”。这本“教科书式”的骗人“秘籍”详细记载了嫌疑人是如何把盲目求医的老人一步步拉入陷阱，如何将成本几分钱的药丸卖出600元的高价。

经鉴定，从嫌疑人处扣押的药酒、断根药等药品均为假药。自今年5月以来，这些嫌疑人利用上述犯罪手段在济南作案数十起，非法获利共计12.9万余元。

(来源:检察日报)



## 谁让康师傅一下损失30多亿？ 这个问题与你我都有关

近日，一段“台湾良心导游向大陆游客揭露康师傅惊天内幕”的视频在网上疯传，包括部分大V在内的网友纷纷在微博、微信朋友圈中转发。“康师傅在大陆使用的馊水油是台湾的56倍”的消息一出，让相关企业陷入舆论漩涡。随后康师傅控股有限公司紧急对外发布声明，称该视频属“恶意中伤”，已向警方报案。

康师傅位于辽宁、湖北等地的生产基地监管部门接受记者独家采访时表示，并未发现康师傅使用馊水油问题。然而，就是这段短短两分多钟的视频在网上影响人数超过300万，康师傅公司股价从3日至4日连续下跌，市值损失超过30亿港元。这场轩然大波背后透露出的问题值得深思。

### 康师傅陷“馊水油”漩涡 监管部门回应称“未发现”

这段名为“台湾良心导游向大陆游客揭露康师傅惊天内幕”的视频只有短短两分多钟，拍摄地是在一辆大巴车上。视频中，一位操着台湾腔、自称是导游的女子，向车上的游客说：“康师傅在大陆使用的馊水油数量是台湾的56倍。这个新闻大陆有报道吗？没有，但台湾知道。”同时，还呼吁抵制康师傅。

消息一出，不少网友甚至微博大V纷纷转发，在网上传得沸沸扬扬。尽管康师傅方面随后迅速做出回应，称针对“恶意中伤”的行为已向警方报案，但该视频内容仍在网上继续扩散。

众说纷纭中，真相究竟如何？记者联系了康师傅多个生产基地所在地的食品安全监管部门。湖北省食品药品监督管理局食品生产监管处朱姓负责人告诉记者，今年以来，全省对油炸食品、方便食品生产企业的监管力度非常大，先后开展了儿童食品专项监督抽检、含铝添加剂专项检查，特别是去年台湾“馊水油”事件曝光后也加大了对康师傅生产基地的监督抽检力度。今年以来共抽查了康师傅品牌11个批次的方便面产品，没有发现问题，同时对企业生产原材料、生产过程的日常巡查检查中也未发现使用不合格原材料问题。

“如果企业在生产过程中使用了所谓的‘馊水油’，那么通常会在产品的重



金属含量、氧化值等指标上有所反映，从抽检情况看没有发现。”他说。

沈阳顶益食品有限公司是康师傅主要生产基地之一。沈阳市食品药品监督管理局相关负责人接受记者采访时表示，从市、区两级食药监部门近几年对沈阳顶益食品有限公司进行日常巡查检查、突击性飞行检查、产品质量监督抽检情况看，产品原料进厂验收、生产过程控制和产品出厂检验控制严格，未发现存在违法行为。2014年4月份至今年7月底，共抽检该企业方便面产品22批次，经检验全部符合国家相关食品安全标准。最近针对社交媒体中出现的关于康师傅在大陆使用馊水油的传言，沈阳市、区两级食药监部门联合对该企业开展一次飞行检查，对其原料库房、原料油罐、配料间进行了实地详查，对其原料进厂的电脑台账进行了核对，发现其使用的原料油脂均采购自大陆地区正规食品生产企业，且每批次索要产品检验合格报告。无论库房现场还是电脑台账中，均无来自台湾地区的原料油脂。

广东省食品药品监督管理局也表示，今年上半年对全省范围内生产的粮食及粮食制品进行了抽检，涉及康师傅方便面的共有4个批次的产品，结果均为合格。

## 食品安全谣言多 社交媒体成传谣温床

事实上，此次也并非康师傅第一次陷入“馊水油”风波之中。早在2014年10月，由于台湾检方查获顶新集团旗下正义公司以饲料用油混充食用猪油案件，波及下游上百家食品企业，同为顶新集团旗下企业的康师傅公司食品用油情况也成为社

会关注焦点。

针对公众疑问，国家质量监督检验检疫总局发布消息称，2013年以来大陆没有从台湾进口过食用猪油脂。然而时隔不到一年，同样的“馊水油”质疑却卷土重来并迅速发酵。

仔细观看这段冠以“惊天内幕”的视频可以发现，“台湾女导游”并未拿出真凭实据，也没什么有力的信息佐证。但就是这样一段视频，却掀起了能量巨大的冲击波。在刨根问底追问真相的同时，背后暴露出的问题也值得深思。

在食安信心脆弱如纸的当下，微博、微信正在成为一些谣言传播的“放大器”，食品安全领域一些未经证实或已经证实为谣言的信息屡屡被转发，更有甚者一些网民为博取眼球甚至“编谣传谣”。

在2015年全国食品安全宣传周第七届中国食品安全论坛上，中山大学传播与设计学院院长张志安发布了《中国网民食品安全认知研究报告2015》。该报告指出，2012年至2014年的食品类安全事件中存在着15.93%的虚假信息。

“一段并未提供真凭实据的视频，却能在网上引起一呼百应的舆论关注，充分说明公众食品安全信心依然十分脆弱。”天津市社科院舆情所所长王来华说。

## 一触即碎 脆弱食安信心如何维护？

专家认为，对于监管部门来说，在食品安全问题上应采取“零容忍”的态度，织密监管网络，堵塞监管空隙，做实监管举措，从严从重打击一些食品安全违

法行为。同时，针对社会舆论的关切，也要第一时间发布权威信息，增强信息透明度。

王来华表示，食品生产企业和消费者之间的信息关系往往是脱节的，这种不对称的关系就会产生信息真空，也是谣言产生的温床。监管部门应加大对食品安全领域的监管力度，用更全面的信息展示食物生产过程，对社会焦点及时回应，这样才能有效消除这种信息的不对称性，恢复群众信心。

而作为社会公众，一方面要勇于揭露和举报食品生产者的违法违规问题，另一方面，要保留一份独立判断能力，守住信息发布或转发的底线，不要把道听途说、缺乏证据的信息当成新闻来传播。

记者采访了解到，尽管国家对网络造谣行为采取了严厉的打击措施，然而网络“微传播”仍然乱象纷纷。天津九河律师事务所律师主任杨月明说，从接触的维权案件看，微信是以点对点传播为主兼具小范围的点对点传播，信息多在熟人之间互相传播，更容易让接受者相信。其具有精准传播和快速扩散的优势，造谣的杀伤力更大但却成本低、维权难，打击网络造谣必须进一步加大对微信造谣的治理力度。

“对网友来说是动动手转发或者骂两句的事儿，对企业来说可能就是灭顶之灾。”天津市一位食品企业负责人对记者表示，尤其是在食品安全这根弦高度紧绷的今天，微信、微博上一个不值得推敲的谣言都会影响行业的发展。

据康师傅方面表示，这段揭露视频在网上影响人数已超过300万，公司股价从3日至4日连续下跌，市值损失超过30亿港元。（来源：新华网）

## 成人服装抽检：13种服装不合格

在2015年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对市场上销售的服装类商品进行了抽检。抽检结果显示标称“G-STAR RAW”、“SLY”、“吉诺里兹”、“Puncak Jaya”等品牌13种服装商品存在不合格相关标准的问题，涉及的主要问题为服装的纤维含量、染色牢度、产品使用说明等项目不符合相关标准要求。

### 消费提示

一、标识。纺织品标识包括耐久性标识和非耐久性标识。耐久性标识：内容包括原料的成分和含量、洗涤说明和号型（或规格）。非耐久性标识：内容包括制造者的名称及地址、产品名称、执行标准、产品质量等级、产品检验合格证明、使用和贮藏的注意事项（如需要）、使用期限（如需要）和GB 18401《国家纺织品基本安全技术规范》安全技术类别。

二、纤维含量纤维的名称和含量表明了某一纺织产品所使用的纤维原料和比例，是关系到产品质量的一项指标，也是消费者关注的焦点之一。原料的纤维含量是商品材质的说明，标识中纤维含量的符合性是标准要求的内容之一。

三、染色牢度染色牢度是纺织品中的染料与纤维结合的牢固程度及经受各种物理、化学处理过程而保持原有性能的耐受程度。由于纺织产品中所用染料种类、配方非常复杂，含有多种化学物质，为降低染料和人体接触产生的风险，必须尽可能提高纺织产品的染色牢度。染色牢度的测试及评价方法很多，其中GB 18401《国家纺织品基本安全技术规范》中规定了耐水色牢度、耐汗渍色牢度、耐干摩擦色牢度为基本安全技术指标。其它的还有最常用的与人们实际生活密切相关的项目有耐洗色牢度（干洗、湿洗）、耐光色牢度、耐氯化水色牢度等。

四、选购提示。消费者在选择服装等纺织类商品时，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维权的重要依据。

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	规格	型号	不合格项目
1	牛仔服装	"极星服饰商贸(上海)有限公司 原产国:越南"	G-STAR RAW	180/86A	51031.6578.071	纤维含量
2	连衣裙	中国总代理:巴罗克(上海) 企业发展有限公司	SLY	165/80	0308SW73- 0220	纤维含量
3	羽绒服	北京吉嘉诺服饰有限公司	吉诺里兹	XL 180/100A	M424-4706	充绒量允许偏差
4	衬衣	北京广济国际商贸有限公司	Puncak Jaya	48 170/88A	14501	纤维含量
5	女衬衫	北京庄子工贸有限责任公司	ZORANZI 庄子	170/92A	WBH33001	耐干摩擦色牢度
6	梭织外套	北京奥索克体育用品有限公司	奥索卡	175/96B	283838	透湿性
7	夹克	公司名称:深圳丽威创建商贸有限公司	玛可凯恩	160/84A(2)	AC31.15W18	纤维含量
8	女式羽绒外套	"总经销:思环贸易(上海)有限公司 生产商:常州市苏星世纪服饰有限公司"	埃斯普利特ESPRIT	155/80A	JWC2801O	绒子含量
9	牛仔裤 (水洗产品)	思环贸易(上海)有限公司	埃斯普利特edc	160/66A	OAE1096O	耐水色牢度、耐 酸、碱汗渍色牢度
10	女冲锋衣	北京华荣华世户外用品有限公司	Air 7me(爱瓦镇)	XL 175/96A	AW31FC400	产品使用说明
11	长袖上衣	马克华菲(上海)商业有限公司	马克华菲JEANS男装	185/110 (54)	7144-402061- 047	纤维含量
12	休闲裤	马克华菲(上海)商业有限公司	马克华菲JEANS男装	175/82A (33)	7144-601062- 036	pH值
13	B·DUCK 女装长裤	经销商:盈思商贸(深圳)有限公司	B·DUCK	165/86	3819A139- 8000-S	耐湿摩擦色牢度

## 空气净化器抽检: 6种产品存在质量问题

在近期的商品质量抽查检验中,北京市工商局对市场上销售的空气净化器商品进行了质量抽查检验,抽查检验结果显示标称“伊莱克斯(中国)电器有限公司”生产的“Electrolux”牌“Z9123”规格空气净化器等6家企业生产的产品存在以下质量问题:一是气态污染物净化效能。有些空气净化器没有去除甲醛等气态污染物的能力或没有达到明示的除甲醛能力并伴随二次污染;二是噪声超标。为使洁净空气量指标达标,部分生产企业加大产品风速、风量,提高产品的功率,表面上产品的洁净空气量提高了,但由于技术不过关,导致噪声超出国家标准的限值;三是抗菌率。本次抽检3款声称有抗菌功能的净化器均未使用抗菌材料。



流通领域商品质量抽检不合格商品名单							
序号	样品名称	标称生产企业	产地	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	空气净化器	伊莱克斯(中国) 电器有限公司	湖南省	Electrolux	Z9123	41100098	抗菌率、净化效能(气态污 染物)、噪音
2	空气净化器	北京安泰德尚品电 器有限公司	北京市	Westinghouse	AP-739	24970848	抗菌率
3	空气净化器	奥得奥科技(厦 门)有限公司	福建省	airdow	ADA609	AI018247	标志和说明、净化效能 (气态污染物)、噪音
4	汇清空气净 化消毒机	深圳市汇清科技有 限公司	深圳市	汇清科技	HQ-GJ02系列	6956686600055	接地措施、抗菌率、净化效 能(气态污染物)、噪音
5	空气净化器	佛山艾诗凯奇电 器有限公司	广东省	SKG	4875	2014年5月9日	净化效能(气态污染物)、 噪音
6	空气净化器	艾美特电器(深 圳)有限公司	深圳市	艾美特	AC19	000503131209E47	噪音

## 电冰箱抽检: 4种产品存在质量问题

在近期的商品质量抽查检验中,北京市工商局对市场上销售的电冰箱商品进行了质量抽查检验,抽查检验结果显示标称“常州倍科电器有限公司”生产的“BEKO 倍科”牌,CNE30220X规格冷藏冷冻箱等4种电冰箱存在以下质量问题:一是总有效容积试验不合格。器具总有效容积的实测值小于标准规定的标称值的97%限值;二是电源连接和外部软线不符合标准的要求。主要原因是电源软线进入开口处的外壳使用胶贴附加衬套,胶贴粘贴不牢容易脱落,使软线绝缘接触开口金属锐边,一旦该绝缘破损,极易造成人身触电事故;三是外部导线用接线端子不符合标准的要求。器具上需要工具进行连接的易触及接地端子,没有提供独立与导线连接的夹紧装置,一旦接地导线



脱落,易造成人身触电事故;四是耗电量不合格。器具耗电量的实测值大于标准规定的标称值的115%限值;五是能源效率等级不合格。表现为实测的能效等级低于产品明示能效等级,存在以次充好问题。

流通领域商品质量抽检不合格商品名单							
序号	样品名称	标称生产企业	产地	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	冷藏冷冻箱	常州倍科电器有限公司	上海市	BEKO 倍科	CNE30220X	--	电源连接和外部软线、 耗电量、能源效率等级
2	电冰箱	中山东菱威力电器有限公司	广东省	威力 WEILI	BCD-181GZ2	--	总有效容积
3	冷藏冷冻箱	宁波韩电电器有限公司	浙江省	韩电	BCD-188CT3	2014.7.14	总有效容积、耗电量、 能源效率等级
4	冷藏箱	上海水仙电器制造有限公司	上海市	水仙	BC-90	--	外部导线用接线端子、 总有效容积

## 儿童家具抽检：3种儿童家具不合格

近期，北京市工商局对市场上销售的儿童家具类商品进行了抽样检验，检验发现标称恒大美森美实业有限公司生产的3组儿童家具不合格，木制品外观（人造板的非交接面应进行封边或涂饰处理）未进行封边或涂饰处理、结构安全项目中刚性材料间隙项目不合格。

2015年儿童家具商品质量抽查检验不合格名单（第一次）

序号	样品名称	销售商	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	FTI907WFTO-A1×6斗柜	北京丽美家美家具经营部	香港倍安家居集团有限公司/恒大美森美实业有限公司	广东	/	L908×W454×H730 (mm)	/	合格品	木制品外观
2	0.8/1.2×1.9上下床FTA109-12-W	北京丽美家美家具经营部	香港倍安家居集团有限公司/恒大美森美实业有限公司	广东	/	L2012×W1288×H1880 (mm)	/	合格品	木制品外观、结构安全
3	床架8VA910-12+8AA9001	北京快乐松果家具经营部	恒大美森美实业有限公司	广东	松果	1310×2150×970 (mm)	/	合格品	木制品外观、结构安全

## 纸制品抽检结果：8种纸制品有问题

近期，北京市工商局对市场上销售的纸制品类商品进行了抽样检验，抽取了纸巾纸、卫生巾（含护垫）、卫生纸、湿巾、纸尿裤（片、垫）。检验发现标称汕头市金平区飘合纸业公司生产的波斯猫卡通系列卷筒卫生纸（三）真菌菌落总数项目不合格；标称四平圣雅生活用品有限公司生产的婴儿润肤湿巾、满城县中宇卫生用品有限公司生产的云鹭卫生纸未按照标准标注偏差（长度、宽度）或数量，其它5组商品有标识标注存在错误。

2015年纸制品商品质量抽查检验不合格名单

序号	样品名称	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	波斯猫卡通系列卷筒卫生纸（三）	制造商：汕头市金平区飘合纸业公司	广东省	波斯猫	10卷 产品编号：BSM-KT-B04	2013/12/06	一等品	真菌菌落总数
以下未标注偏差、数量，不符合标准要求								
1	婴儿润肤湿巾	四平圣雅生活用品有限公司	吉林省	圣雅	20片	2014/03/05	----	偏差（长度、宽度均未标注）、产品销售包装标识（未标注产品规格；未标注产品合格标识）
2	云鹭卫生纸	满城县中宇卫生用品有限公司	河北省	云鹭	160mm×120mm	2014年10月20日	合格品	销售包装标志（未标注产品的数量）

以下商品包装标志存在错误

序号	样品名称	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	哈里贝贝宝宝卫生卷纸	东顺集团股份有限公司	山东省	顺清柔	"1×10=10卷/提（三层）"	2015/01/16	优等品	销售包装标志（未标注宽度和节距）
2	湿巾	山东东顺集团有限公司委托制造 生产企业：山东东顺卫生用品有限公司	北京市	洁昕	180mm×200mm×10片	限用日期：2016/03/20	----	产品销售包装标识（产品标准编号标注错误）
3	水亲亲Water Kissing 10片竹纤维婴儿抗菌防痒湿巾（胶贴）	御品坊国际集团（香港）有限公司 生产商：深圳市御品坊日用品有限公司	广东省	水亲亲	200mm×150mm 10pcs	限用日期：2016年06月12日	合格品	产品销售包装标识（产品标准编号标注错误）
4	水亲亲Water Kissing 纯绵Style妇婴两用垫巾-2卷装	御品坊国际集团（香港）有限公司 中国制造商：深圳市御品坊日用品有限公司御品坊中国湿巾生产基地	广东省	水亲亲	335mm×278mm（3层）×60节 2卷超柔型	限用日期：2017/08/22	合格品	销售包装标志（产品名称标注错误；产品执行标准编号标注错误）
5	婴儿手口湿巾	浙江母爱婴童用品有限公司 委托绍兴海之萱卫生用品有限公司加工	浙江省	母爱	200mm×150mm 10片	20140319	----	产品销售包装标识（产品标准编号标注错误）

## 洗衣机抽检：2款洗衣机存在质量问题

在2014年的商品质量抽查检验中，北京市工商局对市场上销售的洗衣机商品进行了质量抽查检验，抽查检验结果显示标称“江苏新鸿联家电有限公司”生产的“中韩 CHIKO”牌XQB60-6088 6.0kg规格全自动洗衣机、标称“合肥美菱股份有限公司”生产的“美菱 MeiLing”牌XQB52-1635 5.2kg规格电脑全自动洗衣机存在以下质量问题：一是洗净性能不符合标准的要求。洗净性能是衡量洗衣机去除洗涤物上污物能力大小的指标，部分质量较差的洗衣机未达到这个限定值，洗净效果差；二是用水量不符合标准的要求。洗衣机能效标准共分为5个等级，部分产品存在能效虚标现象。即标称等级高，实测等级低。消费者实际的水资源消耗高于产品明示的用水量。



流通领域商品质量抽查不合格商品名单

序号	样品名称	标称生产企业	产地	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	全自动洗衣机	江苏新鸿联家电有限公司	江苏省	中韩 CHIKO	XQB60-6088 6.0kg	8ZH10000003123092115307 8ZH10000003123092115310	洗净性能
2	电脑全自动洗衣机	合肥美菱股份有限公司	安徽省	美菱 MeiLing	XQB52-1635 5.2kg	2014年6月13日	洗净性能、用水量

## 电动自行车质量抽检：23个型号判定不合格

在2014年商品质量抽检工作中，北京市工商局对本市销售的电动自行车商品进行了质量抽检。本次抽检依据的标准是GB17761-1999《电动自行车通用技术条件》。抽检结果显示，爱玛牌TDR302Z，绿源牌TDR1007Z等23个型号总体判定为不合格，主要为反射器和鸣号装置、最高车速、整车质量等项目不符合国家标准要求。

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16户经营主体立案调查处理并将不合格车型从北京市电动自行车产品目录中删除。本次公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应按照国家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。

序号	样品名称	标称生产企业	产地	标称商标	规格	主要不合格项目或主要问题
1	电动自行车	山东比德文动力科技有限公司	山东	比德文BYVIN	TDR1111Z	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置
2	电动自行车	天津顺天电动自行车有限公司	天津	追风鸟	风茂 追风鸟 405mm ( 16 )	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置
3	电动自行车	天津泰丰小鸟电动车业有限公司	天津	小鸟	TDR337Z欣欣T	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置项目
4	电动自行车	天津昊通工贸有限公司	天津	赛鸽	16 Q7	最高车速、整车质量、轮胎宽度、反射器和鸣号装置、说明书的要求
5	电动自行车	天津佳士达工贸有限公司	天津	红旗	TDT-475Z	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置、说明书的要求
6	电动自行车	江苏爱玛车业科技有限公司	江苏	爱玛	TDR302Z	最高车速、整车质量、脚踏行驶能力、轮胎宽度、反射器和鸣号装置、说明书的要求
7	电动自行车	天津绿龙电动自行车有限公司	天津	杰西	TDR-01Z	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置、说明书的要求
8	电动自行车	天津巨大电动自行车有限公司	天津	新飞	TDR-495Z	最高车速、反射器和鸣号装置、说明书的要求
9	电动自行车	浙江绿源电动车有限公司	浙江	绿源	TDR1007Z	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置、说明书的要求
10	电动自行车	绿源电动车(山东)有限公司	山东	绿源	TDR1337Z	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置、说明书的要求
11	电动自行车	绿源电动车(山东)有限公司	山东	绿源	TDR1421Z	最高车速、反射器和鸣号装置、说明书的要求
12	电动自行车	天津市美丽行科技有限公司	天津	美丽行	TDN310Z	最高车速、反射器和鸣号装置、说明书的要求
13	电动自行车	上海永久麟龙摩托车有限公司	上海	上海金凯利	TDR01Z	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置、说明书的要求
14	电动自行车	山东邦德电动车有限公司	山东	山东邦德	奔腾	最高车速、整车质量、脚踏行驶能力、轮胎宽度、反射器和鸣号装置
15	电动自行车	天津德合力电动车有限公司	天津	爱德森	TDT1416Z	整车质量、反射器和鸣号装置、说明书的要求
16	电动自行车	上海新大洲电动车有限公司	上海	新大洲	TDR75Z	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置、说明书的要求
17	电动自行车	北京世纪风速商贸公司	北京	爱迪信	简单快乐	最高车速、整车质量、脚踏行驶能力、反射器和鸣号装置、说明书要求
18	电动自行车	天津市德力士自行车有限公司	天津	迎马	TDR-011Z	最高车速、反射器和鸣号装置、说明书的要求
19	电动自行车	宝岛车业集团有限公司	天津	宝岛	TDR1320Z	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置
20	电动自行车	爱玛科技股份有限公司	天津	爱玛	TDR340Z	最高车速、反射器和鸣号装置、说明书的要求
21	电动自行车	天津飞踏自行车有限公司	天津	捷马	TDR-21Z	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置
22	电动自行车	武义骏越车业有限公司	浙江	骏越	TDR-09Z	最高车速、整车质量、脚踏行驶能力、轮胎宽度、反射器和鸣号装置、说明书的要求
23	电动自行车	上海立马电动车制造有限公司S	上海	立马 图形+LIMA	TDR591Z	最高车速、整车质量、反射器和鸣号装置、说明书的要求

## 第三方支付监管莫伤害互联网创新



马若虎

第三方支付监管当呵护互联网创新精神，顾及企业的活力以及消费者的体验。

在“网购限额5000元”的传言与辟谣中，央行派发周末发布的《非银行支付机构网络支付业务管理办法(征求意见稿)》戏剧性地在网民中间得到迅速普及。

网民认为网购限额5000元的规定损害了其利益，所以议论纷纷，但央行澄清，这纯属误读，5000元限额只是针对支付账户的扣款，如果消费金额超过5000元，虽然支付账户里的钱不能再动了，但还可以从银行卡账户支付，所以，消费额度实际没受影响。

现在看，真正可能因为“意见稿”受损的，就是第三方支付公司等互联网金融企业，包括阿里的支付宝等等。5000元限额以及“对身份基本信息的多重交叉验证”等新要求，将大大的限制住这些公司业务的腾挪余地。举个例子，比如有的企业以前会拿支付宝发工资，以后可能就不行了，因为限额是5000元，那么如果通过支付宝办理银行账户向员工支付宝转账呢，以后也不行了，因为“意见稿”规定“转出账户应仅限于支付账户客户本人同名银行借记账户”。

这各种“不行”加起来，所造成的后果就是网民不愿意再把资金放在网络支付账户里，因为不方便嘛。如果说互联网金融机构是条河，网民的资金就是水，央行从上游拉闸限流，最坏的后果就是河的干枯。

为网络支付立法，最好的局面当然是双赢，对互联网金融企业来说，网络支付有法可依之后，就可以更少顾虑的走上发展的快车道，对网民来说则可以防范支付风险，保护当事人合法权益，但问题是，这只是理想状态，如果法规制定不当，则也有可能起到扼杀创新，给消费者制造麻烦，保护垄断利益的作用。

非银支付机构相对于银行来说，对客户的保障目前确实要欠缺一些。但问题是，“安全”并非给企业上紧箍咒的绝对理由，我们要看到事物的另外一面，中国的互联网金融创新在全世界领域内都是领先的，而且至今仍未出现过大的纰漏，在加强监管的同时，一定要实事求是、与时俱进，破除不必要的束缚，要顾及企业的活力以及消费者的体验，比如，消费者开第三方支付账户还被要求提供不少于三份能证明“你就是你”的文件，这就太繁琐了。

创新与监管是一对永远纠缠的矛与盾，哈佛教授德伯拉·帕斯在其《从海盗船到黑色直升机》一书中写道，“当技术发展走在政府管制和市场前面，至少有一段时间无规则可循时，先驱者们奋力前行，任由政府在睡梦中喘息的情形。但是最终，不可避免地，连牛仔都意识到他们需要规则：产权规则、协作规则、竞争规则，于是原先的先驱者们求助于政府，说服政府制定规则，为下一次革新浪潮搭建舞台”。面对历史铁律，监管方没必要过于谨小慎微，也不必把被监管方当做假想敌，他们其实比政府更需要规则。(新京报)



邓海建

## 提速降费，运营商该让用户早“获得”

工信部近日透露，预计在10月底前完成2000万户使用铜线接入固定宽带用户的免费提速。眼下，正推动企业推出面向所有移动用户的、能够普惠的当月套餐数据业务流量不清零措施。

提速降费，如箭在弦。自3月份李克强总理提出宽带“提速降费”要求后，几个月来，工信部多次在公开场合提出加快推动“提速降费”步伐，以充分服务“互联网+”战略。5月20日，国务院发布《关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》。有了理念共识，有了顶层设计，有了时间节点，惠民便民的提速降费就只差落到实处了。

只是俗话说，家家有本难念的经。短期来看，提速降费确实存在两大障碍：一是政策的蛋糕与消费者的胃口之间，难以立时对称起来。掏钱的自然希望价廉物美，恨不得天下无收费；而运营商自然希望固守红利，不愿轻易改变利润格局。这对矛盾，只要有市场交易，就亘古存在着。二是基础运营商的日子，已经没有当年那么肥美。工信部本月16日公布的最新数据显示，2015年上半年，我国三家基础电信企业收入增速继续回落。1—6月，三家基础电信企业移动通信业务实现收入4225.4亿元，按可比口径测算同比增长1.8%，比1—5月增速回落0.6个百分点。日子相对紧了，还要让利，作为理性经济人，有情绪也是难免的。

因此，这也就不难理解，为什么提速降费的声音很响、民意高涨，到了营业厅那里，可能一句“未接到通知”就把你打发了。既然提速降费的诚意，对应着真金白银的成本，那么，有阵痛，有博弈，实属正常。不过，运营商既要承担企业责任，对股东负责，更要承担社会责任，对国民负责。

在工业4.0时代，带宽等硬件配备，已经不是简单的消费内容，而成为现代经济范畴的生产工具。从这个意义上说，运营商不能只考虑自己的利润，还得看到其产品与服务对经济社会发展的支点意义。

提速降费也许会有难度，不过，只要运营商自我加压，探索新的商业模式，将政策机制与企业创新相结合，改善经营管理、压缩体制成本，“严实”为民，让用户早点多点“获得”，定会迎来“好口碑”。（人民网）



## 沃尔玛的调查组，能查出什么



马若虎



在被检出含有国家明令禁止使用的“瘦肉精”猪肉后，沃尔玛发声明称已成立一个跨部门小组对此事展开调查，并立即暂停了与生产不合格产品的供应商合作，全力配合政府部门开展调查。

沃尔玛还回应称，“根据初步调查结果，该商品供应商森顺恒发的相关证照以及该批商品获得国家有关检验检疫部门颁发的检验检疫报告，符合国家规定。”

沃尔玛的回应尚有疑点：既然供应商的相关证照以及该批商品获得国家有关检验检疫部门颁发的检验检疫报告都符合国家规定，又怎么会被检出问题？

国家食药监总局官网近日发布通告，公布今年5~6月畜禽肉抽检结果，显示抽检的420批次样品中，有11批次不合格，其中包括上述供应商生产的产品。而据媒体探访，通告中显示的产品标称生产企业地址以及工商登记提供的注册地址，是位于农贸市场的两个露天摊位。食品加工企业连地址都不靠谱，其他资质恐怕也难以让人放心。

另外一个细节是，含“瘦肉精”猪肉是被抽检出来的。事实上，我国对“瘦肉精”的抽查有一定的比例，难免漏掉不合格肉品。抽查时间间隔长、抽查率低，都会增加问题的不确定性。因此，监管部门需要加大抽查力度，加强生产、流通等各个环节的监管，为食品安全提供有力保障。

这并不是说，食品加工和销售企业不用自查自纠。成立内部调查组，配合有关部门工作，这是一个企业应有的态度。然而如果以此混淆视听，敷衍塞责，非但不能消除广大消费者的疑虑，得到原谅，更是在毁信誉、砸招牌。

而沃尔玛在声明中对于为何选择了问题企业当供应商，问题猪肉流向了哪些门店等这些公众关注的问题却采取了回避的态度。这样的调查组，能查出什么？（新华网）

# 关于做好新常态下食品消费维权工作的思考

## —写在新《食品安全法》施行前

北京市消费者协会 陈凤翔 闫毓珊

### 一、概述

“民以食为天，食以安为先”，食品安全问题关乎国计民生。然而，目前我国食品安全监管体制存在诸多问题，食品安全事件仍呈现易发、多发态势，广大消费者的人身健康得不到有效保障。加强食品安全监管势在必行，而完善食品安全法律法规是前提和基础。新修订的《中华人民共和国食品安全法》（以下简称《食品安全法》）已由第十二届全国人大常委会第十四次会议审议通过，将于2015年10月1日起正式施行。

这部“史上最严”《食品安全法》的施行无疑标志着食品安全监管步入“重典治乱”的新常态。新《食品安全法》强化监管的同时，也将为消费者维权提供更有力的法律保障。消协组织应当利用新法创造的有利条件，充分发挥自身作用，克服当前食品消费维权过程中存在的困难，研究做好新常态下食品消费维权工作，凝聚维权合力，共同开创食品消费维权新局面。笔者结合工作实践，就如何做好新常态下食品消费维权工作做一些思考。

### 二、当前食品消费维权过程中存在的困难

食品类投诉一直是消费投诉的热点和难点。据统计，2015年上半年，全市消协系统受理食品类投诉的数量和比重都较2014年同期有大幅上涨，其中因食品质量问题引发的投诉占食品类投诉总量的比重最大。现阶段无论是消费者在维权过程中还是消协在调解工作过程中都存在一些实际困难：

#### 1、食品类投诉调解难度大

食品类投诉调解难度较大，一是部分经营者责任意识不强，在适用惩罚性赔偿的投诉中，不积极配合消协工作。由于

《食品安全法》的普及以及“职业打假”现象的增多，食品类投诉中，消费者要求惩罚性赔偿的较多。由于消协调解遵循双方自愿原则，惩罚性赔偿条款使得经营者的赔偿责任加重，特别是十倍赔偿价款的总额过高时，经营者往往以事实不清或消费者“知假买假”等理由，拒绝消费者的十倍赔偿要求。新《食品安全法》施行后，惩罚性赔偿金的最低标准将提高到一千元，调解难度将进一步增加。二是食品类投诉情况复杂，多存在举证难、责任认定难的情形。很多消费者没有保留超市购物小票的习惯，难以就其与经营者之间的买卖关系举证；因食品的特殊属性，在消费者主张食品中存在异物，而食品已被拆封等很多情况下，双方责任很难说清。此外，保健食品销售人员采用欺骗手段推销产品等问题，消费者都很难提供证据……由于食品类投诉多存在举证难的情况，很多事实难以说清，双方责任认定困难，给调解带来很大难度。

#### 2、食品类投诉中两种惩罚性赔偿条款的适用存在交叉

《消费者权益保护法》（以下简称《消法》）和《食品安全法》均有惩罚性赔偿条款，为消费者主张赔偿提供了不同依据。二者在适用情形上既存在区别也有重叠。食品类投诉的情形复杂，在调解过程中，是否适用惩罚性赔偿以及依照哪部法律规定进行赔偿，应当有理有据，既要维护消费者的合法权益，也要引导消费者理性维权，这对调解人员在法律的理解和掌握上提出更高的要求。

《食品安全法》惩罚性赔偿条款的适用侧重产品是否符合食品安全标准，如果存在“生产不符合食品安全标准的产品或销售明知是不符合食品安全标准的产品”的情形可适用此条款；而《消法》惩罚性赔偿条款的适用侧重经营者的欺诈行为，即无论销售的产品是否符合食品安全标准，只要经营者在销售过程中存在欺诈行为即可适用。新《食品安全法》施行

后，在责任竞合的情况下，适用新《食品安全法》将对消费者更加有利。

#### 3、行政投诉渠道不畅，消费者维权不便

新《消法》第三十九条明确了消费者和经营者发生消费者权益争议时的五种解决途径，“向有关行政部门投诉”是其中之一。而部分消费者反映，食品监管部门受理消费者投诉举报后，只对违法行为进行查处，对消费纠纷不作处置；而工商部门在食品监管职能划转后也不再受理食品消费投诉。对于食品监管部门是否受理消费纠纷，实践中做法不一，虽然存在个别例外，但大部分区县的食品监管部门并不调解消费纠纷。我国老百姓普遍存在有困难找政府的固有思想，行政投诉渠道不畅在给消费者维权带来不便的同时，也会给消费者留下政府部门不作为、相互推诿的不良印象。大量消费者在向行政机关投诉受阻后，转而请求消协调解，使得消协组织受理食品类投诉数量大增，而消协组织未与食品监管机关建立有效沟通机制，行政处罚与调解脱钩，反而增加调解难度，不利于消费者权益的保护。在食品安全监管效率有所提升的同时，更应该保障消费者维权途径的畅通。

#### 4、消协组织建设有待加强，处理食品类投诉力不从心

全市消协系统有市级消费者协会、区县消费者协会和消协分会三级组织，虽然区县消协名义上均建立了消协分会，但分会的力量普遍薄弱，部分分会只聘有临时人员，组织机构建设有待加强。消协分会的运行依托基层工商所，其在办公场所、人员配置上均与工商所存在重合，独立性较差，二者在调解消费纠纷的过程中亦难分彼此。消协受理投诉的数量增加，而基层分会化解消费纠纷的承载力有限，严重影响了消费纠纷调解的效率和效果。在食品监管职能划转，缺少工商部门配合的情况下，消协组织在处理食品类投诉时势单力薄，感到力不从



心。食品消费纠纷无法合理分流，维权没有形成合力，给消费者维权带来困难。

### 三、新常态下，做好食品消费维权工作的几点建议

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任，在食品安全监管步入新常态的同时，消费者权益保障力度理应得到进一步提升。针对上述食品消费维权过程中存在的问题，提出以下几点建议：

#### 1、宣传、普及新《食品安全法》，营造良好维权氛围

新《食品安全法》的出台对促进我国食品行业的发展，保护消费者的合法权益具有重要意义。而做好新《食品安全法》的宣传和普及，在全社会形成强化食品安全监管的新共识，能对消费者权益保护起到事半功倍的效果。作为保护消费者合法权益的社会组织，消费者协会应当充分发挥桥梁纽带作用，宣传好新《食品安全法》，向消费者和经营者开展好食品安全消费教育，提高消费者的法律知识和维权意识，引导消费者理性维权；提高生产经营者的食品安全责任意识，引导经营者合法经营、诚信经营，为维护消费者合法权益营造良好的社会氛围。

#### 2、深入学习新《食品安全法》，为解决食品类投诉打好法律基础



新修订的《食品安全法》由原来的104条增加至154条，对现行《食品安全法》作出多处实质性改动，新增和改动的诸多条款与消费者权益保护密切相关。其中，新法民事责任部分的规定不仅增加了赔偿首负责制；网络交易第三方平台提供者、食品检验机构、认证机构的连带责任；还完善了惩罚性赔偿制度。

2015年10月1日之后，新法将成为调解食品消费纠纷的重要法律依据，投诉调解人员只有夯实法律基础，学习掌握好新《食品安全法》，才能在调解当中准确适用法律，才能树立公平、公正、权威的消协组织形象，才能更好履行消协组织化解消费纠纷的法定职责。此外，消协组织应当加强对基层调解人员的业务培训与指导，加强业务交流，提升整体维权水平，更好维护消费者的合法权益。

### 3、尽快修订实施细则，保障消费者权利落到实处

新《消法》施行距今已经一年多的时间，而《北京市实施〈消法〉办法》尚未修订，内容滞后无法指导实践。《消法》中很多条款缺乏可操作性，没有实施细则，非现场购物“后悔权”等消费者权益难以落实到位。新《食品安全法》施行后也存在类似问题，新法变动较大，《食品安全法实施条例》和《北京市食品安全条例》应及时根据新《食品安全法》作相应修订。只有尽快修订实施细则，增强法律的可操作性，“史上最严”《食品安全法》才能真正“严”到实处，消费者权益才能得到有效保障。

### 4、保障消费维权渠道畅通，降低消费者维权成本

降低消费者维权成本，首先应当畅通消费维权渠道。对于“食品监管机关是否对食品类投诉具有法定调解职责”法律并没有具体规定，但“向有关行政部门投诉”是《消法》赋予消费者的权利，是解决消费纠纷不可缺少的重要途径。食品监管部门对食品问题的专业优势和自身天然的权威性，使得行政调解较消协调解有着明显优势。国务院《关于加强法治政府建设的意见》（国发[2010]33号）也对行政机关在其业务职能范围内的社会纠纷负有行政调解职责作出概括性规定。行政投诉渠道畅通，消费者维权将更加便利，这不仅有利于促进社会和谐稳定，也是我国建设法治政府和服务型政府的应有之义。

### 5、加强消协组织建设，增强与各部门沟通配合，形成维权合力

作为消费者权益保护的重要力量，消协组织应当加强自身组织建设，保障各分会配备专职调解人员，努力提升消协组织化解消费纠纷的承载力。消协组织加强自身建设的同时，还应当加强与各部门的沟通联系。食品类投诉中，消费者同时向消协组织和食品监管机关投诉的情形较多，各部门缺少沟通、各自为政会造成社会资源的浪费。新《食品安全法》强调食品安全社会共治，消费者协会应当主动加强与食品监管机关、行业协会以及媒体等部门的沟通配合，建立有效的沟通机制。只有各部门分工合作，形成维权合力，才能为消费者无忧消费保驾护航。

## 加强落实经营者首问责任制 拓展便捷解决消费纠纷的新思路

北京市消费者协会

今年上半年，北京市消协以深入宣传新《消法》为主线，贯彻落实国家工商总局《关于完善消费环节经营者首问和赔偿先付制度 切实保护消费者合法权益的意见》为契机，加大力度完善消费环节经营者首问制度和赔偿先付制度，督促经营者切实履行消费维权第一责任人的责任，提高消费纠纷解决效率，拓展维权工作新思路。具体做法如下：

### 一、以食品类投诉为突破口，强化经营者首问责任制

针对工商职能划转后，当前食品类投诉受理、调解工作中遇到的新问题、新挑战作为新常态，加以规范完善，进一步提升全市整体维权水平，加强经营者责任意识。适逢今年修订的“史上最严”《食品安全法》10月1日施行，“民以食为天，食以安为先”，食品安全问题关乎国计民生。年初，市消协制定《关于做好新常态下食品类投诉与消费者权益保护工作的指导方案》。

此项工作分三个阶段加以实施：

**第一阶段，汇总分析阶段。**在6月底前，对全市消协系统上半年食品类投诉受理、调解情况，进行全面收集、汇总，通过数据分析、主要问题和典型案例几个方面，形成一份《市消协系统上半年食品类投诉统计分析情况》，配合市工商局“食品安全周”宣传活动，在7月初向社会发布，引起重视和关注，同时针对相关问题启动市场调查。

**第二阶段，市场调查阶段。**8月底前，按照市场调查程序，



科学严谨的展开调查，完成调查数据分析，针对市场各类主体形成一份具有针对性的调查报告。

**第三阶段，总结指导阶段。**9月上旬，邀请专家对有关问题和调查报告，以及结合新《消法》实施办法修订进行研讨，形成问题处理指导意见和消协建议。问题处理指导意见将下发各区县消协，对今后开展此类工作提供指导帮助。调查报告、消协建议及专家观点将在9月底，新《食品安全法》实施前，以消费者、经营者——“是否做好准备”的形式，向社会公开发布，推动和形成社会共治局面，真正达到引导消费者科学消费、畅享消费，依法维权，经营者诚信守法经营的目的。

### 二、以个案规范行业，敦促经营者自律

上半年，市消协以落实首问责任制为出发点，通过对个案的受理、调解，充分利用约谈、点评等公益职责，以点带面，



影响行业规范，提示消费者，敦促经营者自律，从根本上解决消费纠纷。

国家工商总局《关于完善消费环节经营者首问和赔偿先付制度 切实保护消费者合法权益的意见》针对消费者关心的网络购物的首问和赔偿先付制度作出了说明。消费者通过网络交易平台购买商品或者接受服务导致合法权益受损的，可以直接向销售者或者服务者要求赔偿。网络交易平台经营者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者可以向网络交易平台经营者要求赔偿。

今年1月至5月全市消协系统共受理、调解旅游服务类投诉798件，其中，因合同方面引发纠纷为718件，占总投诉的89.9%。另北京市消协指导的消费者网收到大量在线旅游投诉。据统计，2015年3月至5月消费者网共收到在线旅游投诉38条，占电商类投诉的55%，占总投诉的22%。针对消费者网关于在线旅游投诉情况报告，北京市消协结合上半年各级消协组织受理解决旅游服务类投诉的维权工作，进行点评并予以发布。

同时，北京市消费者协会特别提醒广大消费者，打铁还要自身硬，提高自我保护的方法就是在选择旅游消费前，应多做些功课，加强相关知识的了解、学习；做到货问三家，货比三

家，千万不要看价格诱人就匆忙下单，一定要看清楚对方的退改签原则及手续费等内容和要素；一旦发现问题注意保留相关证据，理性维权。

除此之外，市消协针对神州专车、海信洗衣机、环球购物等个案，发布信息、微信，提供案例点评，敦促企业加强管理，完善相关制度，提高自律意识和水平，收效显著。

### 三、鼓励推广专业调解平台和举措，便捷解决纠纷

市消协一方面，鼓励、引导有柜台或者场地出租的商场、超市，特别是具有一定规模的家具、建材、家电等大型商场，摊位较多的集贸市场、批发市场，网络交易平台、电视购物平台等为销售者、服务者提供经营条件及相关服务的经营者，建立和完善赔偿先付制度。销售者、服务者等经营者要建立健全消费纠纷和解、消费侵权赔偿制度，设立专门部门或者指定专人负责处理消费者投诉，并应当在经营场所醒目位置或者以其他便于消费者知悉的方式，公开其处理消费纠纷相关程序，接受社会监督。

另一方面，市消协鼓励、扶持区县消协搭建专业调解平台，上半年，朝阳区消协成立家装建材专家调解委员会，并成功调解3起投诉；东城区消协连续坚持9年先行赔付举措，共执行先行赔付207件次，涉及金额76184.9元。这些专业、快捷解决纠纷方法，定分止争，避免矛盾激化，减少维权成本和社会资源，值得在本系统内推广。

## 标称最大洗衣量为6kg 为何实际只能装3.6kg

### 【案情简介】

2015年4月消费者杨女士到北京市消协投诉。据杨女士反映：其于2015年3月9日在京东商城购买某品牌滚筒式洗衣机，洗衣机标称的最大洗衣量为6kg，而消费者在使用过程中发现，该洗衣机每次洗衣时只能装3.6kg左右的普通衣物，洗衣量比自家原先购买的标称最大洗衣量5kg的洗衣机还要小。消费者认为商家虚标洗衣量，存在误导消费者的欺诈行为，要求赔偿损失。

### 【调解结果】

北京市消协受理消费者投诉后，就消费者反映的情况向该品牌电器股份有限公司发去投诉调查函，依法要求该公司向我会提供该型号洗衣机的检测报告，承担相应举证责任。消费者对该公司提供的检测报告提出质疑，要求另行检测。在消费者和该公司的共同委托下，北京市消协出具“商品质量检测（鉴定）介绍信”，委托中国家用电器检测所对消费者所购洗衣机进行检测。据检测人员介绍国家没有关于洗衣量的检测标准，但该指标可通过洗净比和漂洗率两项指标反映。经检测，该洗衣机洗净比和漂洗率的检测数值均不符合国家标准要求。7月20日，北京市消协组织消费者杨女士和该品牌冰箱有限公司进行调解。在工作人员的调解下，双方达成协议，该品牌冰箱有限公司一次性支付消费者包括退货款、检测、运输、误工等在内的费用合计12062元。

### 【案例评析】

新《消法》第二十三条规定：“经营者提供的机动车、计算机、电视机、电冰箱空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务，消费者自接受商品或者服务之日起六个月



内发现瑕疵，发生争议的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任。”第三十七条规定：“投诉事项涉及商品和服务质量问题的，可以委托具备资格的鉴定人鉴定，鉴定人应当告知鉴定意见。”北京市消协根据上述法律规定，要求经营者承担举证责任，并就双方争议的商品质量问题委托鉴定人鉴定，依据鉴定结论和相关法规进行调解，化解纠纷。北京市消协将会对该品牌同型号同批次洗衣机可能存在的相同质量问题，采取进一步措施，维护广大消费者的合法权益。（市消协）



## 房屋装修出现质量问题 消协调解助其挽回损失

### 【案例简介】

消费者李先生于2014年9月与北京精诚兴业装饰设计有限公司（以下简称精诚兴业）签订包工包料房屋装修合同，总计交费金额：62010元。装修完工后出现多项质量问题（主要为7项：1、墙面漆没有漆膜，白里透黑，并出现多处裂缝且花；2、门套垭口上方多处开裂；3、石膏线连接有裂缝；4、卫生间洗衣机位置有上水，没留下水；5、地转不够用，以墙砖代替；6、至今未提供水电竣工图纸；7、施工维修缺乏责任，损坏物品两件。），尤其以墙面漆质量问题成为纠纷重点，消费者认为漆面材质与合同规定不符，以次充好，涉嫌欺诈。双方就装修问题定性及解决方案多次协商未果，共同申请由朝阳区消费纠纷人民调解委员会（以下简称人调委）主持调解。

### 【调解结果】

人调委经办人受理投诉后高度重视，及时与人调委成员单位北京百万家室内装饰监理公司的相关专家许国忠等二人共赴消费者新装修房屋现场实地核查，其结果定性为严重质量问题。纠纷双方对人调委所做定性结果表示同意，但在解决方案上差距很大，消费者要求给予12000元的经济赔偿，经营者提出给予维修，如果经济赔偿最多赔偿金额4000元。对此人调委经办人明确表态：首先装修出现多项严重质量问题，说明

经营者内部管理混乱，必须强化提高。同时，在过错在先的前提下：一是要提高认识、高度重视、承担责任；二是要依据消法，尊重消费者的选择权。最终，在人调委的大力调解下，双方达成一致协议：经营者给予消费者一次性经济补偿金额8000元。另在签订合同中承诺赠送礼品（电视）因未兑现而折抵现金1500元。总计赔偿金额9500元整。

### 【案例评析】

分析本案，由于经营者内部管理混乱，装修出现多项严重质量问题，侵犯了消费者合法权益，应负全责。结合近期受理的一些家装投诉，我们发现存在的共性问题：1、是装修公司内部管理部规范，操作人员业务水平、工作经验严重不足，导致不应有的质量问题多次重复发生。2是由于经营者责任导致消费纠纷解决时，经营者缺乏依法诚信意识，一味考虑企业利益得失，逃避责任，严重地侵犯了消费者的知情权与选择权。

同时，通过这起复杂疑难家装消费纠纷及时、有效的成功调解，充分说明人民调解的优势与重要作用。通过成员单位行业专家参与既体现了定性准确、说服力强的特点，又省去了调解中所需的鉴定程序，为双方降低了纠纷调解成本，体现了灵活、及时、高效的特点。（朝阳区消协）

## 搜藏整版钞不按承诺返款 消费者飘洋过海回国维权

### 【案情简介】

消费者金先生分别于2013年12月17日和2014年1月9日与搜藏（北京）文化发展有限公司（以下简称搜藏北京）签订合同，购买整版钞4套，总计金额73000元。合同规定一年后利息10%，货品返还，货款返还。实际执行中，合同到期经营方未按期兑现承诺，导致金先生长期在美国生活情况下，在多次与经营方通过电话、短信等方式联系未果，不得已回京追债。回京后虽然经营方全款已付，但金先生要求经营方承担逾期利息、国际交通费、通讯费等及1万元精神损失费总计16713元。如不同意，将诉讼法律解决。双方多次协商未果，一致同意申请由朝阳区消费纠纷人民调解委员会（以下简称人调委）主持调解。

### 【调解结果】

人调委经办人受理投诉后高度重视，在双方自愿申请由人调委主持调解的前提下，及时进行了公开调解。调解中，金先生认为经营者违约并存在欺诈行为，应负全责，提出了以上所列项目总计16713元的赔偿要求。经营者认为确实违反了约定期限，但不属欺诈行为。因此，同意承担逾期利息、通讯费的全部费用。针对国际交通费（即往返机票等），虽然短信告知，但未征得经营方同意，故同意承担50%的费用。

对此，人调委经办人明确表态：

- 1、纠纷起源于经营者违反约定，应承担相关责任。
- 2、经营者针对经营过错应提高认识，以应有姿态承担责任，要以换位思考，以人为本的行动，努力减少金先生的经济损失。

最终，通过人调委经办人普法教育，及情、理、法交融方式的启发下，双方达成一致协议：

- 一、经营方针对延期兑现合同规定向金先生道歉。



- 二、经营方同意承担金先生的全部逾期利息、通讯费及80%的交通费，总计金额5000元整。

- 三、金先生同意调解结果，放弃诉讼解决方式及精神损失费要求。

### 【案例评析】

结合这起典型案例，首先经营者违约，不言而喻应予承担相关责任。之所以说是典型案例，关键在于以下两点：

- 1、依据《消法》第一章第二条：“消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受本法保护；本法未作规定的，受其他有关法律、法规保护。”不难看出，金先生权利虽然受到侵犯，但因其消费行为的出发点是以盈利为目的，而不是为生活所需，因此说不属于《消法》范围保护的消费者，以《消法》而论，应不予受理。

- 2、虽然依据《消法》不予受理，但结合《人民调解法》所强调的主要任务：“调解消费纠纷，防止矛盾纠纷激化；即工作要求；在营造区域和谐有序消费环境，引导广大消费者科学、理性消费，维护经济社会稳定发展的方面发挥积极的作用”，来说作为人调委就必须充分体现职责，发挥作用。总之，这就是人调委的积极、广泛作用。（朝阳区消协）

## 消费者怒告网店欺诈 法院判赔三倍商品价

“苹果iPhone6 4.7寸港版/日版/美版三网手机，每天海量现货，实力见证。23点前付款，当天可发货。激活价4850元，未激活价5150元，超值清仓价。卖家承诺48小时内准时发货。”

一家网店的广告语，打动了买家方某的心，他下单买三个。

没想到，店主竟然不守信用，三天后声称没货，要求方某退款。方某越想越生气，一气之下便把店主毛某和陈某一起告上法庭。

近日，绍兴市越城法院审结了这起案件，一审判令店主赔偿卖家方某人民币55350元。

### 网店承诺迅速发货 他下单买了三个iPhone6

2015年初，方某想送几个朋友iPhone6。他查了一下官网的价格，iPhone6 4.7寸，5288元。

他觉得有点贵，就上网去看。一家网店的广告语是这样的：

苹果iPhone6 4.7寸港版/日版/美版三网手机，每天海量现货，实力见证。23点前付款，当天可发。激活价4850元，未激活价5150元，超值清仓价。卖家承诺48小时内准时发货。

卖家承诺的“海量存货”、清仓价、48小时内发货，吸引了方某。他觉得，到这个网店买既便宜，发货还快——苹果官网上说，要等7到15天左右才能拿到手机。方某下单买了三个iPhone6 5.5寸手机，交易金额为18450元。

### 48小时没发货 买家认为卖家这是欺诈

方某很快在23点前完成付款，等待卖家发货。可当天，店主并没有发货。方某想，也许是有事耽搁了。第二天，他去查看，还是没有发货。

没想到，三天后，卖家给方某发来消息：库存缺货，申请退款。

“缺货？不是承诺每天海量现货吗？还说‘23点前付款当天可发’。”方某气愤地想，这根本是欺诈消费者。

于是，他以“欺诈消费者”将这家网店原店主毛某和现任店主陈某一起告上法庭。

### 法官：存在欺诈，卖家须赔买家花费的3倍

越城法院法官认为，这家网店承诺“清仓价”、“最低价”、“海量存货”，结果却是无货。这是虚假宣传，而且最后还不按照约定提供商品。其行为已构成欺诈。

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。”

现方某购买商品的价款为18450元，其三倍为55350元。故法院判决，卖家毛某和陈某应当赔偿原告55350元。（钱江晚报）



## 所购保健品含蜂蜡 消费者向药房索赔

一消费者在药房买了两瓶番茄红素软胶囊用于保健，看了说明书后却发现该产品中含有蜂蜡，其遂以该成分不该出现在这类产品中为由起诉药房索十倍赔偿。日前，南开区法院审理后认为，该消费者提出涉案胶囊不符合《食品安全法》证据不足，一审判决驳回诉求。

据女青年刘某称，她为了自身保健需要于2014年11月5日在本市一家药房花438元买了两瓶番茄红素软胶囊。刘某在服用前阅读产品说明书发现，该产品成分中含有蜂蜡。而根据《食品安全国家标准—食品添加剂使用标准》规定，蜂蜡只能用于糖果和巧克力中。据此，刘某认为，该产品不符合《食品安全法》及《食品添加剂使用国家标准》的相关规定，所以，起诉请求上述药房及其上级公司返还其货款438元并给付十倍赔偿4380元。

对此，二被告辩称，涉案番茄红素软胶囊是其公司从一家贸易公司进口的产品，这家贸易公司具备进口此种胶囊的资格和权限，并依法办理了各项进口审批手续。涉案产品经进口食品安全监督管理部门出入境检验检疫局检验合格，并依法取得了《卫生证书》，符合我国的食品安全标准。此外，该产品使

用蜂蜡符合我国《食品添加剂使用国家标准》及其他现有法律法规，并不违反我国食品安全法，不会对人体造成损害。

法院经审理认为，原告提出涉案产品不符合《食品安全法》等规定，证据不足。结合已查明事实及相关法律，法院判决驳回了原告诉求。

### 法官说法

本案承办法官介绍，案件审理中，双方当事人的争议焦点为蜂蜡作为食品添加剂是否只能使用于糖果及糖果和巧克力制品包衣，而不能用于其他食用产品。我国《食品添加剂使用国家标准》虽对蜂蜡可用作糖果及糖果和巧克力制品包衣作出规定，但并未对蜂蜡不能用于除此之外的其他食用产品作出禁止性规定，不能就此推断蜂蜡的食用范围仅限于糖果及糖果和巧克力制品包衣。此外，我国《进出口食品安全管理办法》规定，进口食品经检验检疫合格的，由检验检疫机构出具合格证书，准予销售、使用。涉案产品已经天津出入境检验检疫局检验为合格产品，所以认定符合我国食品卫生要求。（今晚报）

## 消暑大排档 注意“五为先”

盛夏时节，选择大排档饮食已经成为消费者消暑纳凉较为惬意的消费方式，然而高温天气又是食源性疾患和食品安全事件的高发期。各地消协组织接到的投诉、反映类似情况的消费者也逐渐增多。针对夏季食品安全特点，中国消费者协会发布消费提示，提醒广大消费者注意：消暑大排档要注意“五为先”。

**——选择就餐环境为先。**消费者在大排档用餐应选择证照齐全、环境整洁的营业场所，并尽量选择餐饮服务监督量化级别较高的餐饮服务机构。在选择具有经营许可大排档的同时，还应避免临街来往车辆尾气、水域附近蚊蝇带来食品污染源，不占道扰民的经营场所消费。

**——选择用餐种类为先。**夏季高温高湿的环境中各种致病微生物繁殖加速，食物易腐败变质，应尽量选择清淡易消化的食品，不吃或少吃生食海产品，慎重选择卤制菜品、凉菜冷食等食物，避免多食肉类烧烤。合理搭配饮食就餐，避免诱发消化道疾病。

**——选择合适饮品为先。**大排档佐餐应选择具有温和解腻、养胃解暑的饮品。温热的饮品更有益身体的新陈代谢，冷饮则易刺激肠胃，影响消化功能。如喝冷饮也当小口慢饮，尽量挑选热量较低的新鲜果汁，啤酒最好选瓶装，饮用要适量，酒后勿驾驶汽车。

**——选择用餐时间为先。**大排档用餐时间最好不要安排在睡前。一方面用餐会影响胃肠消化功能，进而影响当晚的睡眠；另一方面，热量不能及时吸收，易形成高血脂。如深夜还在居民区附近用餐时，还应放低讲话音量，以免干扰他人休息。

**——遇“脏作坊”举报为先。**消费者在外就餐应索要发票或收据凭证。餐后出现身体不适，应尽快就医，除保留病历和化验报告等相关资料外，还应及时拨打食品药品监管部门投诉举报电话12331、受理消费者投诉举报电话12315等机构反映情况。(中消协)

## 报暑期培训班要掌握四个步骤

“一对一辅导”“名师执教”“签约式教学”……随着暑假来临，名目繁多、形形色色的暑期培训班又开始火热招生，但这些培训机构良莠不齐、鱼龙混杂，一旦发生问题，消费者很难维护自身的合法权益。近日，山东省滨州市消费者协会提醒广大家长朋友，为孩子选择培训机构时，要分四步走：看资格证、体验教学、货比三家、明示责任。

培训机构应具有市场监管部门颁发的营业执照，并在教育或人力资源社会保障行政部门审核确定的培训项目范围内办学，教学老师应具备教师资格证或相关资格证书。市民在选择培训机构时，最关键的是要认清资质，不要轻信广告宣传，应选择有办学许可证的正规机构。

部分教育培训类机构为了吸引眼球，推出了“名校名师”“短期包会”等宣传标语，极易误导消费者。在选择培训机构前，应该多方打听其教学质量和口碑信，还可以实地考察教学环境，在考察中，家长重点查看师资配备、安全措

施、环境状况等是否满意。家长还可以陪孩子上免费试听课程，真正体验教学过程。实际体验教学水平后，再办正式入学手续。

不盲从，看价格要货比三家。家长往往以为收费高的，教学质量就会好，结果却不然。家长在了解不同培训机构的基础上货比三家，才能做出最合适的决定。如果无法全部实地考察，家长可以在网络上搜索其有关评价，但这方面要注意辨别网络水军的吹嘘。另外，培训机构有时会在网络上发布招聘信息，家长可以通过其招聘老师的要求考察其师资质量。

要签订合同，最好书面约定相关承诺和细节，消费者应对退班时如何退费、培训达不到承诺效果或培训地点变更时如何处理、培训过程中的人身安全等问题做事先约定，并妥善保存音频资料、发票、合同等材料，以保障自身权益。(山东省滨州市消协)

## 实木家具与全实木家具不是一回事

近日，陕西省工商局委托陕西省林业工业产品质量监督检验站，对全省流通领域木家具(人造板类)商品实施了抽查检验。针对本次抽查结果，陕西省工商局发布了相关消费警示。

实木家具尤其是红木及深色名贵硬木家具产品因其兼具收藏价值，近年来价格不断上涨，名贵木材与普通木材的价格相差数倍，一些商家在利益驱动下作假手段不断翻新、侵害消费者合法权益情况时有发生，消费者在购买实木家具时应注意以下几点：

购买实木家具时首先要清楚产品分类，国家标准GB/T 3324-2008《木家具通用技术条件》中，明确将实木家具划分为全实木家具、实木家具和实木贴面家具3种。部分商家宣传时将实木贴面家具说成实木家具，或将实木家具与全实木家具相提并论。消费者购买时一定要向经营者索要《产品使用说明书》，重点查阅产品主、辅料名称、使用部位等信息。如果商家宣称是全实木家具，一定要在合同上注明或出具相关证明，这是日后维权的关键证据。

不同木材树种价格差异较大，消费者在购买实木家具时应先尽量了解一些实木家具常识，不同树种材质、价格等情况。应尽量选择售后有保障，信誉好，品牌知名度高的商场或专卖店，通过正规途径购货，并跟商家签订正式购买合同，合同应不仅包括产品名称、规格型号、生产单位等信息，还应明确注明主要原、辅料材名称、使用部位等信息，标注木材名称时应使用国家相关标准中的规范名称，最好注明拉丁文名，以备出现纠纷时能够有效维权。

红木是一类木材的统称，包括5属8类33种木材树种，不同树种价格差异很大，消费者在购买红木家具时应要索要红木家具产品保证文件，红木家具产品保证文件包括《产品使用说明书》、《红木家具产品质量明示卡》和《产品合格证》。

对于人造板类家具和综合类家具的选购，陕西省工商局有关人员提醒消费者：



市场上多数家具采用贴面和封边等工艺，从外观上难以判断采用的材料。选购时多留意木家具的背部、底部、抽屉后部等隐蔽部位，以及活动层板销孔位等部位，了解其采用的材料。

选购时主要看家具表面应无划痕、压痕、鼓泡、脱胶起皮和胶痕迹等缺陷；木纹图案应自然流畅，非设计类色差不明显等。

家具产品各个部件应平整、对称部位对称，不会出现某个部位倾斜的现象；边、面装饰主要看其装饰部件上涂胶应均匀、黏结牢固、修边平整光滑，零部件旁板、门板、抽屉面板等下口处一些可视部位端面应有封边处理，装饰精良的板材边廓上摸不出黏结的痕迹。

一般的板式家具均采用金属件或塑料件作为紧固连接件，所以这些连接件的质量也决定了家具产品的内在质量的好坏。在购买家具产品时，应查看家具产品的连接件应有一定的厚度，应灵巧、光滑、表面电镀处理好，不能有锈迹、毛刺等，配合件的精度要高。

选购家具时，打开门和抽屉，若有刺激异味，造成眼睛流泪或引起咳嗽等状况，则说明家具中甲醛释放量或挥发性有机物可能超过标准规定，不宜选购此类家具。(陕西省工商局)

## 网购老字号食品警惕假冒伪劣

北京信远斋饮料公司相关负责人表示，去年信远斋网上卖的产品多是委托经销商在销售，经销商之间会打一些价格战，同时网上也出现了一些仿冒品。后来公司上线了官方直营店，但仿冒品依旧不少。

无独有偶，全聚德在网上也发现了很多仿冒品。北京全聚德仿膳食品有限责任公司副总经理张湛在接受记者采访时介绍，目前全聚德共开设天猫商城、京东、1号店、中粮我买网、亚马逊等电商平台17家，此外都是官方旗舰店和直营店。去年以来发现冒出众多售卖全聚德产品的非授权商家、店铺，从目前情况看，仿冒品在淘宝上比较集中。

为打击假冒伪劣产品，规范电子商务销售，保障消费者的权益，2015年初真空鸭全面“新装”上市，运用高科技防伪技术帮助消费者识优辨劣。“虽然新包装增加了生产成本，但突出了品牌文化和标识，更重要的是增强了产品的辨别性。如借鉴了人民币的一些防伪技术，增添了立体防伪等防伪手段。”张湛提醒消费者购买时可以掌握以下几点：

**一是看“鸭神”图案。**由于使用了激光刻板“超细线条防伪技术”，纹理是由多条粗、细、深、浅变化而成的黑线组成的立体图形，放大后每条斜线都是平滑、无网点、无锯齿的，而假的“鸭神”图案是普通印刷，无纹路或纹路放大后是粗糙的，出现锯齿、网点。

**二是看“视窗”。**真品防伪视窗两侧均为灰色条纹无任何文字，两视窗重叠后会呈现“全聚德”字样；假冒产品

视窗一侧有字，另一侧完全透明无图案。

**三是看“团花”。**真品包装背面左下角使用“团花防伪技术”。团花属于版纹防伪的一种，主要特点是完全运用线条进行防伪，能产生丰富的变化，

防伪性能高，团花纹理清晰，线条根根分明；假冒产品团花纹理粗糙，线条模糊不清。此外，所有真空鸭经传统工艺一只只烤制出来，很接近堂食烤鸭，网友用手捏，手感应该是硬的。如果手感过软，可能是高温蒸煮的仿冒品。许多老字号企业

提醒消费者，线上和线下老字号食品的品质一致，在价格上也差不多，当遇上电商平台整体的打折活动时，网购可能会比在商超和实体专柜购买略微便宜一点，但是两者差额不会太大。在网上如果所购的老字号产品价格过低，很可能该产品为假冒产品。业内人士提醒消费者不要贪便宜，同时保留好网购的相关消费凭据，一旦权益受到损害时及时维权。（中消报）



## 理性办理预付费卡

针对办理预付费消费卡易引发消费纠纷的情况，工商部门提醒广大消费者，办卡时要注意以下几点：一是选择有营业执照的正规企业；二是切莫贪图“优惠”盲目购买；三是要看清条款，仔细研读消费卡有关须知，有疑虑之处可与经营者补充协商。

当然，从源头上看，对此类“消费卡”的经销发行还需加强企业自律行为，有关部门应制定相关的审核制度，参照旅

游，装潢，房产等行业的示范合同文本，制定有关消费卡的示范合同文本，同时考虑推行“消费卡发售许可证”，以明商家之“资格”，让消费者放心，从源头上杜绝商家的“霸道”行为。对不诚信的商家应取消其售卡的“资格”，一旦发现有关欺诈行为的应立即移送有关行政部门查处法办，以防不法之徒借机“浑水摸鱼”，搞乱市场，损害广大消费者的合法权益。

（市工商局）

## 警惕航班取消短信诈骗

电话诈骗是常见方式，尤其是以400、800开头的电话，有些诈骗电话甚至高度模仿官方客服的语气与套路，非常专业，极具迷惑性。

近两年来各地频繁出现以“航班取消”短信为噱头的新型骗局，骗子会发短信到消费者手机，谎称其乘坐的航班因故取消，需要在限定时间内致电给指定电话，改签机票或退票，不少消费者因此“中招”，按对方提示操作、转账而

受骗。

有关专家提醒消费者，一旦收到类似短信，务必先联系购票网站或航空公司核实确认信息，切勿轻信，更不要拨打短信中提供的陌生号码。航班变动或取消造成的机票退改签一般是免费办理的，如遇需要收费的情况，则极有可能是骗局。万一不慎被骗，切勿再拨打诈骗电话，应保留短信、电话、资金交易相关凭证并报警。（市工商局）

## 购买家电“四注意”

如今，各大商场争相推出家电促销活动。销售大战使得家电价格降低，这本是让利消费者的好事，但相关售后服务缩水、服务不到位却给消费者带来了诸多困扰。

如消费者顾先生趁“五一”家电促销期间，在某商场订购了一台49寸液晶电视。两天后，商场将电视送上了门。顾先生在查看液晶电视外包装无损后签字确认。待送货人员走后，顾先生开箱发现液晶电视屏幕有明显的裂纹，赶忙致电厂家。厂家派人员上门查看后称屏幕裂纹属人为损坏，需自行支付1500元维修。顾先生再致电商场，却被告知因消费者自行开箱，无法判定责任，故不能退换。不是自己的问题却莫名承担责任，顾先生愤而向消保委投诉。

家电配送、安装调试等售后服务环节，容易出现商家提示不到位、消费者误操作、经销商和生产商相互推诿的情况。市消保委提醒您，购买家电时要注意以下四点：

**一是了解经销商和生产商的售后服务能力。**消费者在购买家电时，不仅要关心价格，更要注重产品质量及经销商、生产商的售后服务能力，如售后服务网点的分布、售后服务费用、维修服务水平等。

**二是收到家电时须当场查验。**消费者在购买时须问



清收验货细则。根据经销商或生产商明确告知提示，查验家电型号是否正确、外包装有无破损；并在专业人员配合下，开箱检验家电外观是否完好、配件是否齐备等。

**三是寻求专人上门安装调试。**消费者应寻求经销商或生产商指派的专人或其委托的专业机构上门安装调试服务，切勿贪图便宜、自行联系无专业资质的人员安装调试，以免家电出现问题时无法判定责任。

**四是妥善保管相关凭证以便维权。**购买家电后，应妥善保管好发票、保修卡等凭证，当遇到网站虚假宣传、家电外观破损、质量故障等情况时，应当及时截屏、拍照以保留证据，以便日后维权。（上海市消保委）

## 海淘有风险 出手需谨慎

近年来，海淘在国内急剧升温。人们发现在国外购买某些商品，即使加上运费和关税也比国内便宜，越来越多的人成为海淘一族，海淘大军成爆炸式地增长。而且这个消费群体的需求范围还在不断扩大，服装、化妆品、玩具，甚至电子产品等都成了海淘的主要对象。然而，与人们轻车熟路的国内网购相比，海淘有一定的“门槛”。比如语言障碍、海关政策，以及各国不同的税收和物流规则等。一旦消费者在海淘时遭遇问题，发生纠纷，维权难的问题就会突显。为此，浙江省丽水市消委会提醒广大消费者：海淘有风险，出手需谨慎。

**1. 不要一味地贪图便宜。**一些代购商把从没有在国外市场出现过的商品包装一番，当作海外大品牌，便宜一些销售给国内的消费者。“海淘族”若贪图便宜，便掉入“代购陷阱”吃闷亏。因此，大家海淘时自身一定要提高警惕，除了看商品的宣传图片外，还要注意货源渠道，要选择经过认证的微商，拒绝绕过公众号的“私单”交易，购物后要及时索要票据。

**2. 要考虑诸多因素。**消费者在下单的时候要折算、测算一下相关的成本，可能要考虑海淘选择商品的属性，比如商品使用周期，物流配送比境内要相对要长一点，还有大家在参与海淘时的价格低也因为在境外很多购物网站会有促销的活动，促销的商品一般来讲可能会有一些限制性条款或者规定，尽量避免因为了解不清楚导致纠纷或者产生损失。

**3. 要加强风险意识。**海淘纠纷主要有发错货，少发货，货物拿到手时有损坏或者快要过期，甚至买到假货等等。由于退换货不方便，很多情况下，消费者只能吃哑巴亏。海外网络购物要经过境外电商、境外物流、境内快递公司三大环节，配送周期长且相对国内配送风险大，任何一环有纰漏或衔接不上，商品就有可能出问题。消费者有时想要知道问题出在哪里、追究责任却无从下手。另外，业内人士还表示，网络支付不安全，信用卡账户可能被盗刷等，也是海淘潜在的风险。“海淘族”要加强这些方面的风险意识，谨慎下单。（丽水市消委会）

## 澳门购物之诚信店

### 加盟商号

为保护消费者之权益，澳门消费者委员会属下之消费争议仲裁中心于1998年成立，并特设“加盟商号”机制。“加盟商号”必须预先向消费争议仲裁中心作出同意仲裁之承诺（倘消费者与“加盟商号”发生争议，经消费者委员会协调而未获解决，同意透过消费争议仲裁中心所提供的快捷、公平及免费之调解及仲裁机制，达致最终解决），令消费者更安心消费。



### 诚信店

为彰显“加盟商号”以“诚信为本”之经营之道，自2001年起，增设“诚信店”制度。若“加盟商号”于过去一年未有录得不良记录、遵守法律及行规（若有）、并通过本会评核，消费者委员会将颁发年度“诚信店”标志以示嘉许。（澳门消委会）



## 在银行办理业务要多留心

近日，太原市消费者协会一名社会监督员在银行办理业务时发现，自去年发改委发文取消收取账户年费后，自己的账户仍被收取管理费，感到很奇怪。咨询柜台工作人员时，对方称消费者在每个银行只有一个账户享有这种政策，且必须由消费者提出申请方可办理。而该名监督员正好只开有一个账户，于是申请办理了免费手续。但是，消协监督员提出疑问：既然可以有一个账户可免费，银行业务员为什么不主动提醒消费者（储户）呢？

国家发改委2014年2月发布了发改价格[2014]268号文件，即《关于印发商业银行服务政府指导价政府定价目录的通知》，其中第三条规定：“对于银行客户账户中（不含信用卡）没有享受免收账户管理费（含小额账户管理费）和年费的，商业银行应根据客户申请，为其提供一个免收账户管理费（含小额账户管理费）和年费的账户（不含信用卡、贵宾账户）。”该规定自2014年8月1日起执行。

经太原市消协与银行方面约谈后得知，银行去年在接到发改委的《通知》后已经在大堂的LED屏上滚动播出过。

但实际上，这种方式起到的提醒作用微乎其微。银行表示回去后立即整改，再遇上类似事情要主动提醒消费者。在此，太原市消协提醒各大银行：

1.要严格执行国家关于银行业务服务方面的政策，在执行政策中不留死角，切实让广大消费者享受到国家在银行业服务方面的惠民政策。

2.对服务项目要认真履行职责，尽到广而告知、告知有效的服务目的。

3.注重窗口的服务意识和服务质量。窗口服务是面对面的服务，也是消费者接受服务的最直接过程，是服务的好坏和细致程度的最直接体现。工作人员应该不断提高自身素质和专业修养，为消费者服好务。

太原市消协也提醒广大消费者：平时多留心国家的相关规定，办理相关业务时多咨询，多注意办理场所的显示屏等处的提示语，以便及时享受到应得的政策惠顾。如果自己的合法权益受到损害，应保留证据，并及时与经营者联系协商，协商不成可向消费者协会或者有关行政部门投诉，或者向法院起诉。（太原市消协）

## 随意扫二维码当心病毒吸手机费

如今，店铺里、大街上、网络中到处都充斥着二维码的身影，二维码不仅能扫来方便，还能扫出优惠。但许多人还没意识到，看似简单的二维码也存在安全风险。近日，江苏省南京市溧水区消费者协会发布消费警示，随意扫描二维码，当心病毒吃手机费。

前段时间，南京市溧水区的谢小姐在一家店铺内看见一则团购雪花秀化妆品的广告，广告注明只要扫描二维码，就可参加7折团购。她立即用手机扫描了二维码，但扫描该二维码后仅过了几秒钟，她的手机就死机了。重新开机后，谢小姐收到了运营商发出的话费余额不足的提示短信。她查询才知道，自己的话费被无故扣除了100元。事

后，谢小姐经过上网搜索和查询相关报道得知，自己话费被无故扣除是由于她扫的二维码含有手机病毒所致。

溧水区消协提醒，消费者最好在扫描二维码之前，在手机上安装二维码检测工具，该工具会自动检测二维码中是否包含恶意网站、手机木马或恶意软件的下载链接等安全威胁。同时，要养成良好的二维码使用习惯，不能盲目扫描来历不明的二维码。手机二维码在线购物、支付更要谨慎，要看清网站域名，不要轻易点击反复自动弹出的小窗口页面。此外，还要保护好自己的身份信息，不要轻易向他人透露；如果用手机和银行卡绑定，不要在银行卡内储存大数额的资金，避免造成更大的损失。



## 夏日炎炎 谨防车辆发生自燃

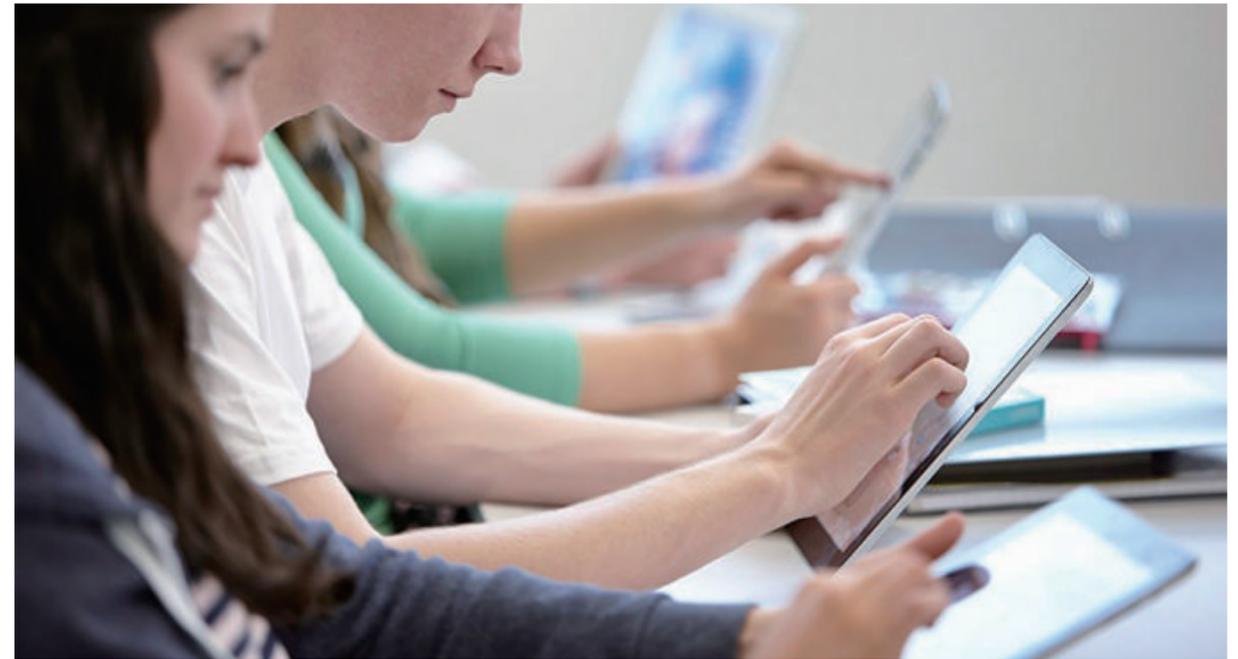
近日，从佛山市消防部门获悉，5月至今全市消防共接报汽车自燃、起火的警情69起，平均接近一天一起，暑热炎炎，又到了汽车自燃的高发季节。车辆自燃不仅造成财产损失还有可能危及驾乘人员的生命安全，对此，佛山市消委会发布消费警示：在炎热的夏季，车主应当采取适当措施，防止汽车发生自燃，养成定期保养检修车辆的习惯。

据了解，汽车自燃一般是由于电线、油管老化或被破坏而引发的。车辆一旦出现电路短路，就会有局部温度异常升高的情况；如果汽油管、机油管也同时有破损，则极有可能引发冒烟甚至起火自燃。

消费者首先要注意养成一个好的检查习惯，定期对车内的一些电路线路进行检查，特别是一些使用年限比较长的车辆更要注意及时对车辆进行维护和保养。同时消费者不要轻易私自改装汽车，如非专业人员操作极有可能给车辆带来安全隐患。切记不要在车内放置易燃易爆物品，以免因高温引爆而造成不必要的人身财产损失。

成不必要的人身财产损失。一次性打火机、充气式火机、充电电源、发胶、空气清新剂等易燃易爆物品不要留在车厢内，以防车辆暴晒后的高温引爆这些物品造成车辆燃烧。在车上配备灭火器，并定期检查和更换，熟悉掌握灭火器的正确使用方法，确保在发生状况时发挥作用。消费者在行车过程中应警惕异常状况如驾驶舱内有异味、车辆某部位冒烟等，一旦有异常状况时，不要惊慌，应立即停车断电检查，如发现烟雾发出时应立即使用灭火器灭火，如果火势已经无法自行控制，则应快速远离自燃车辆，在保障自身安全的前提下报警求助，可以选择购买车辆自燃保险。

车辆自燃造成的损失一般不在车辆损失保险赔付范围之内，因此消费者可以考虑购买车辆损失险时选购自燃险。如果因车辆自燃引发车辆质量纠纷或保险消费纠纷，消费者可向当地消委会投诉依法进行维权。（佛山市消委会）



## 警惕招生广告藏“猫腻”

每年暑假，各类院校招生广告铺天盖地，其中不乏一些虚假招生广告趁机浑水摸鱼。为此，山东省郯城县工商局提醒广大考生和家长在择校时多留一个心眼，切不可听信一家之言，耽误了孩子的前程。

郯城县工商局指出，家长和考生选择学校要认清以下六点：

一、注意异地招生的学校，他们常常绕过教育行政部门的审核在一些媒体上刊登夸大事实甚至是完全虚假的招生广告。

二、为争夺落榜生生源，一些规模小、名气不大的民办高校和社会办学机构委托中介机构进行异地招生。中介机构受经济利益驱使，发布虚假信息诱惑落榜生以达到招生的目的。

三、少数学校夸大事实，误导学生入学。这些办学机构招生宣传时用词含糊、夸大。比如将自考助学、证书培训说成学历教育，将学历文凭考试说成民办高等教育，甚至将名牌大学下设的助学机构招生说成名牌大学招生。

四、一些社会办学机构与名牌大学合作办学，但在招

生时故意混淆办学主体，直接说成是某某大学招生，并强调招生的落榜生与统招一样上课、一样毕业、颁发同样的学历文凭。

五、发布虚假信息、骗取学生信任。比如将学校的师资力量说得如何雄厚，把学校的教学设备说得如何精良、齐全。

六、用开办热门专业、甚至用保证出国的许诺，来吸引落榜生家长的目光。有些学校鼓吹社会缺什么样的人才，他们就能培养什么样的人才，培养的学生百分之百能够高薪就业。

郯城县工商局提醒，家长和考生遇到这样的招生学校时，要向相关部门了解这些学校办学的资质资格，不要轻信广告和招生简章。有条件应实地去参观、查看学校的硬件设施和周边环境，从多种途径了解该校的师资力量和办学成果。与此同时，郯城县工商局已经行动起来，针对招生广告中存在的违规和虚假宣传展开专项执法行动。如发现违法违规广告，要及时向工商部门举报，以便执法人员进行调查。（山东省郯城县工商局）

## 如何辨别假冒伪劣家具

为了让消费者更好地识别真假家具，避免上当受骗，这里介绍几种鉴别家具质量、检查假冒伪劣家具的方法：

**1、注意家具框架结构上有否榫槽、是否用胶粘合紧密。**特别注意有无断榫、断料现象。对于隐蔽的抽屉内里，更要检查抽屉结构中是否有榫槽，榫槽内是否施胶，抽屉帮和堵头有否用钉子连接的现象。买沙发前要从沙发座底观察，若框架只用钉子结构，不开榫眼、不施胶，时间一长，必会松动变形。

**2、做工精细程度是区别家具优劣的关键因素。**比如购买沙发或床垫，首先观



察外观质量是否宜人；其次检查外沿包布的牙线直弯程度情况，有否跳线现象；再次，看一看内里所用遮掩物，是不是使用了陈旧的布料和脏污皮革。

**3、警惕瞒天过海。**革质沙发的革面没有适手感觉，要么薄软湿凉，要么厚重干硬，光泽度不高；皮质沙发细腻柔韧，适手性能好，细看皮纹有走向，光泽度高。选购实木家具，不能仅看表面木纹，要小心贴面家具混迹其间，只要你观察细致，从贴合边角或背面的底纹连线和走向上进行对比，就能发现贴面的蛛丝马迹。而某些油漆、腻子厚重的家具，表面一点也看不到木质，其内里全是低劣板材，全靠油漆、腻子包装。若买回家，一旦漆料划落，就很难再使用。

全包的沙发也存在掩人耳目的问题，所以检查颇为重要，其中应特别了解内部木材有否粗糙、腐朽或虫蚀现象。

**4、鉴别偷工减料。**比如，有的家具用中密度板条、刨花板条做承重部件。又有的家具，穿衣镜背后不用挡板和压条固定，只用钉子做托销，很不坚固。

**5、通过手感，检查家具内里的木材干燥程度。**藉此辨别木质的含水率高低。须知木材未经干燥处理，含水率高，家具容易变形、走样。

除了掌握以上鉴别家具伪劣的知识外，还要尽量找那些有售后服务凭证(写明问题责任、赔偿方法)的商店购置家具，以免日后出现问题无法解决。(市工商局)

## 如何鉴别劣质车膜

**1、清晰度：**无论膜的颜色深浅，优质膜在夜间的清晰度应在6m以上，而劣质膜会有雾蒙蒙的感觉。

**2、手感：**好膜摸上去有厚实平滑感，而劣质膜手感薄而脆，容易起皱。

**3、颜色：**优质膜的颜料是溶和在车膜中，经久耐用，不易变色，在粘贴过程中经刮板涂刮也不会脱色。而劣质膜的颜色在胶中，撕开车膜的内衬后用

指甲刮一下，颜色就掉了，膜片被指甲刮过的地方会变得透明，在贴膜过程中当刮板刮膜时，有时颜色会自行脱落，这种膜当年就会变色，一年后褪色更为明显。

**4、气泡：**当撕开车膜的塑料内衬后，再重新复合时，劣质膜会起泡，而优质膜复合后完好如初。前风窗玻璃的透明隔热防爆膜，是透明防弹膜演变过

来的，其透光度在70%以上。

**5、隔热性：**太阳膜的好坏取决于隔热性，而这一点仅凭肉眼和手感是很难鉴别的。可以通过一个简单的测试方法来作比较：在一个碘钨灯上放一块贴着车膜的玻璃，用手感觉不到一丝热的是优质膜，而立即有烫手感觉的则表明其隔热性能有问题，是劣质膜。(市工商局)

## 牙膏，3块钱和几十块的没啥区别？

天天都在刷牙，你对牙膏的选择是不是很挑剔？面对3元、10元、甚至上百元的牙膏，你会选择哪一款？最近有专家称，3元、10元、20元的牙膏实际差不多，主要是商业概念炒作。所谓的抗过敏、止血、美白成分短时间内发挥药效很难。

到底什么样的牙膏更好，选牙膏时要不要看功效，如何使用才更安全、有效？《生命时报》特邀相关专家为你一一解答。



### 受访专家

中华口腔医学会牙周病学组委员 毕良佳  
中华口腔医学会副秘书长 丁笑乙  
北京大学口腔医院预防科主任 王伟健  
中山大学光华口腔医院口腔预防科副主任 欧阳勇

### 功能牙膏要慎用

市面上琳琅满目的牙膏，让消费者有了更大的选择空间，但同时也增加了人们选择的难度。美白牙膏、防蛀牙膏、抗敏牙膏……各式各样的功能牙膏，真像宣传语描述的那样有神奇作

### Focus

到底什么样的牙膏更好，选牙膏时要不要看功效，如何使用才更安全、有效？看看相关专家怎么为你解答

用？对此，北京市消费者协会发出消费警示，无口腔疾病、无龋齿的消费者，不要盲目选择功能牙膏。一旦选用不当，可能产生副作用。

中草药牙膏能消炎去火，对牙周保健有一定作用，但牙龈长期出血还是要到医院就诊，不要指望牙膏能起到治疗作用。

抗过敏牙膏，可缓解牙齿敏感，但清洁效力没有普通牙膏好，且美国研究发现，部分牙膏中含有的三氯生，可能会干扰人体免疫系统，进而诱发过敏症，不宜长期使用。

药物牙膏里的药物成分，长期使用会造成口腔内的菌群失调，部分药物还可能进入肠道。含钙牙膏长期使用可能会增加口

腔中钙离子的浓度，促进牙结石生成；含盐牙膏高血压患者要慎用等。

而对于市面上颇为常见的美白牙膏，在中华口腔医学会牙周病学组委员毕良佳教授看来，其作用并不大。美白牙膏里的漂白剂，虽然可以去除牙齿表面的部分色斑，对牙齿内源性的深层色斑却基本没效果，这就是一些消费者“即使刷上三四个月，牙齿颜色也没变白”的原因。

而且，因为牙齿的洁白程度和牙釉质、牙本质都有关系，中国人牙齿的结构就已经决定了我们牙齿颜色白偏黄，这一点是再昂贵的美白牙膏都无法改变的。

### 买牙膏避开6种成分

有些牙膏的成分可能不利牙齿及身体健康。香港消费者委员会曾对市面上的牙膏进行检测后发现，26款成人牙膏全部含重金属铅，9款儿童牙膏中有7款含铅，但均未超出标准。

香港城市大学生物化学系教授林汉华指出，铅会在身体里累积，可影响中枢神经、智力等，尤其是儿童，应尽量避免使用含铅牙膏，同时防止幼儿不慎吞食牙膏。

除此之外，牙膏里还有一些成分需要当心。《生命时报》根据美国牙科专家琳达·斯特劳布·

布鲁斯博士的建议，总结出“应当避免的6种牙膏成分”。

### 1 月桂基硫酸钠 (SLS)

医学研究证实，牙膏中的泡沫剂月桂基硫酸钠 (SLS) 可诱发和加重口腔溃疡，导致口腔黏膜干燥，发生微小破裂。SLS还会导致牙齿遇冷过敏。

一项医学研究发现，使用不含SLS牙膏的口腔溃疡患者，其复发率可降低81%，同时溃疡的严重程度也有所减轻。因此专家建议，口腔溃疡患者使用不含SLS的牙膏，用牙线清洁牙缝或者常吃胡萝卜，也能清洁牙齿。

### 2 三氯生

三氯生清除牙菌斑的效果可持续12个小时，因此早期被用于口腔护理产品。然而，研究发现，三氯生类似双酚A，是一种激素干扰物，影响身体健康。此外，它还会影响藻类，干扰食物链，破坏环境。

### 3 染料剂

让牙膏呈现彩色的染料，其实存在多种健康危险，一旦误吞，很可能会刺激呼吸道或消化道。研究还发现，蓝色SLS与儿童行为问题之间存在重要关联。因此，牙膏还是白色的好。

### 4 调味剂

很多人喜欢薄荷清新味牙膏。但购买牙膏时，一要关注是否添加了阿斯巴甜等“调味剂”，最好选择含天然木糖醇或甜叶菊等天然甜味剂牙膏。

### 5 水合氧化硅

牙膏中含有可磨白牙齿的水合氧化硅。该物质不会随着时间而分解，因此可能会损伤牙齿珐琅质。专家建议，可用小苏打代替水合氧化硅牙膏，刷牙漱口。

### 6 酒精

酒精具有抗菌作用，但同时也是

一种干燥剂。用含有酒精的牙膏刷牙后，可暂时让口气清新，但是口腔干燥会导致口腔细菌繁殖速度翻倍，更不利口腔健康。

## 挑牙膏要因人而异

由于牙膏的成分不同，功能也各异。空军总医院口腔科主任医师尹音提醒，选牙膏一定要根据个人需求“对症下药”。

### 消炎类

在普通牙膏的基础上加入某些抗菌药物，具有消炎抗菌作用，但长期使用容易导致口腔内正常菌群失调，因此用完一管后最好更换其他功能的牙膏。

### 防过敏类

在牙膏中加入脱敏成分，如氟化物、氯化锶，但只是对轻度牙本质过敏有一定的缓解作用，若一段时间后仍不见效，应当停止使用。

### 脱敏防酸类

这种牙膏可以在牙体表面形成一层保护膜，降低牙体硬组织的渗透性，提高牙组织的缓冲作用，从而增加牙周组织的防病能力。

需要提醒的是，症状好转后应停止使用此类牙膏，否则会破坏口腔内的微生物生态平衡，进而引起其他疾病。

### 美白类

这类牙膏中含有过氧化物或羟磷灰石等药物，通过摩擦和化学漂白的原理去除牙齿表面的着色，起到洁白牙齿的作用。但是，如果牙膏中的摩擦颗粒较大、较坚硬，长期使用有可能导致牙齿磨耗。

尹音特别提醒，不同功效的牙膏最好交替使用，以免因长时间使用某一种牙膏而产生耐受性，使效果大打折扣。

## 选用牙膏遵循五原则

世界卫生组织曾对口腔健康提出的“8020”的期望，即在80岁时还拥有20颗牙齿。其实，只要我们在日常生活中科学用牙、认真刷牙、定时看牙医，做到“8020”并不难。

其中，牙膏无疑是首选的“爱牙道具”。专家表示，人们选用牙膏时还有很多误区。为了更有效地清洁牙齿，在选择牙膏时，最好遵循以下几个原则。

### 1 普通人多选加氟牙膏

中山大学光华口腔医院口腔预防科副主任欧阳勇表示，目前我国通用的含氟牙膏大概占整个牙膏市场的70%。高氟地区的消费者无需使用含氟牙膏，但我国很多城市的水氟浓度较低，在这些地区推广使用含氟牙膏仍是非常必要的。

美国牙科保健专家也一致认为，普通人群最好选择含氟牙膏。试验表明，每天用含氟牙膏刷牙两次，患龋齿的危险性降低40%。

但北京大学口腔医院预防科主任王伟健提醒，青少年和老年人可以多刷，学龄前儿童则要慎用，而且需要家长帮助，以免不小心吞咽牙膏，长此以往可能引起氟摄入过量，形成氟中毒的潜在威胁。

### 2 防损伤，挑颗粒小的

中华口腔医学会副秘书长丁笑乙说，选购牙膏时，主要看摩擦剂的好坏。含氢氧化铝和磷酸氢钙的好一些，二氧化硅次之，碳酸钙的档次最低。

此外，各种摩擦剂的颗粒都有大小之分，颗粒细一点的对牙齿表面的损伤更小。

### 3 买两种，分别早晚用

据了解，在欧美先进国家，有80%

以上的人会在早晚分别使用功能不同的牙膏，从而更好地保护牙齿。

中华口腔医学会牙周病学组委员毕良佳教授说，人体口腔分泌的唾液具有杀菌功能，在白天，唾液分泌量是晚上的3—4倍，容易抑制细菌产生，且白天进食多，口腔内易残留食物残渣，所以应选用清洁功能好，可去除异物和异味的牙膏；在晚上，当人处于睡眠状态时，唾液腺分泌不足，应使用以抑菌杀

菌为主的牙膏来预防龋病。

### 4 牙膏挤黄豆大小足以

很多人受广告影响，挤牙膏时喜欢在牙刷上满满挤上一整条，如果误吞，日积月累，会造成氟摄入过量。

氟是人体必需的元素之一，人体缺少氟，就会患龋齿病，但体内含氟过多也会形成氟斑牙，使牙齿变脆。

### 5 牙膏别蘸水效果好

大多数人刷牙时，会习惯性地先把牙刷蘸湿了再挤牙膏。专家认为，刷牙之前不宜将牙刷蘸湿，因为那样很容易起泡沫，让人们误以为已经把牙齿刷干净。

牙膏本来不是用泡沫来洁净牙齿，而是靠里面的清洁成分和牙刷与牙齿的摩擦。摩擦越细微、时间越长，则刷得越干净。（据生命时报）

## 绿色大米与有机大米的区别

目前，市场上销售的高档大米主要分为绿色、有机两类，绿色、有机大米的价格远远高于普通大米的价格。那么什么是绿色、有机大米，两者又有何区别，消费者应该如何选购呢？在此，我们特找到了有关绿色、有机大米的小知识供消费者参考。

### 一、概念

**绿色大米：**产自优良生态环境、按照绿色大米标准生产、实行全程质量控制并获得绿色食品标志使用权的安全、优质大米。

**有机大米：**来自有机农业生产体系，根据有机农



业生产要求和相应标准生产加工，并且通过合法的、独立的有机食品认证机构认证的大米。

### 二、区别

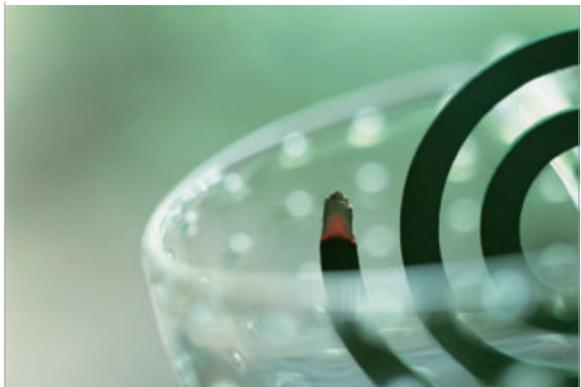
绿色大米是从普通大米向有机大米发展的一种过渡性产品。绿色大米分A级和AA级：A级绿色大米要求生产过程

中严格按照绿色食品生产资料使用准则和生产操作规程要求，限量使用限定的化学合成生产资料，产品质量符合绿色食品产品标准；AA级绿色大米要求生产过程中不使用化学合成的肥料、农药、兽药、饲料添加剂、食品添加剂和其它有害于环境和身体健康的物质，按有机生产方式生产，产品质量符合绿色食品产品标准。简单的讲，A级绿色大米可以在种植水稻时允许限量使用限定的化学合成物质，而AA级则禁止使用；有机大米在生产加工过程中绝对禁止使用农药、化肥、激素等人工合成物质，且不允许使用基因工程技术（转基因），是最高标准的大米。（市工商局）

## 蚊香对身体有害吗？

北京市读者李先生问：每到夏天睡觉时总能听到蚊子在耳边嗡嗡叫，所以我们家整夜点着蚊香，就图睡个安稳觉。可是我看到蚊香包装上标注着“低毒”、“微毒”字样，就总担心蚊香有毒，它真的会对人体产生危害吗？

首都医科大学附属北京朝阳医院职业病与中毒医学科主任叶俏答：蚊香通过点燃或加热后，释放杀虫药物达到驱蚊效果。传统蚊香分为线香和盘香，后来又出现了液体及固体电蚊香，各种类型蚊香的有效成分和驱蚊原理都是相似的。早在2004



年，蚊香就被列入农药管理范围。我国农药毒性分为五级：剧毒、高毒、中等毒、低毒和微毒。国家规定蚊香毒性级别为低毒级或微毒级。

蚊香的主要成分为少量杀虫农药，包括有机磷类、氨基甲酸酯类和菊酯类。其中有机磷类毒性最大，菊酯类毒性最弱。大多数蚊香的有效成分是菊酯类杀虫剂，市场上90%以上的蚊香含有菊酯类杀虫剂，它是国家允许使用的一种低毒高效杀虫剂，在蚊香中有规定使用比例。传统蚊香

烟雾中含有细颗粒物、多环芳烃、羰基化合物和苯，虽然可能对人体产生威胁，鉴于含量小，合理使用基本无害。需要注意的是，蚊香的烟雾可能导致过敏反应，诱发哮喘发作，有这类疾病者应慎用。

如果在密闭的房间内放置超量的蚊香，可能会引起头晕、头痛、恶心、视物模糊、呼吸困难等中毒症状。建议在15平方米的房间内放一盘蚊香即可。为了安全起见，点燃的蚊香最好不要放在头部附近，以减少吸入烟雾。傍晚时分、天黑前是使用蚊香的好时机，使用时门窗紧闭，人及宠物都要离开，之后再开窗通风。（据生命时报）

## 手把手教你选副合适的墨镜

烈日炎炎的夏季，戴上一副墨镜，既能遮阳防晒，又能成为一件靓丽的饰品。但面对眼花缭乱的墨镜，到底什么颜色的最适合自己的，什么材质的才不伤眼睛，近视眼与墨镜能否兼得？这些问题里都藏着不少学问。我们特邀中国光学学会激光医学会委员韩清，为你详细解读如何选、戴墨镜。

夏季紫外线指数最高，对眼睛伤害也最大。当眼睛接收到过多光线时，会自然地收缩虹膜。一旦虹膜收缩到极

限状态，人们就需要眯眼。

当光线仍然过多时，将会对视网膜产生损伤。此时，墨镜就成了护眼利器，一副质量优良的墨镜能滤去多达97%的人眼光线。

### 1 是不是所有人都能戴墨镜？

答案是否定的，因为患有某些眼病的人戴墨镜会适得其反。比如患闭角型青光眼的人戴墨镜会诱发青光眼；色盲、夜盲戴墨镜会使视力明显下降；6

岁以下的儿童视功能处在发育期，戴墨镜会导致弱视；白内障、眼底疾病导致视力低下者建议不要戴墨镜。

另外，老人也不建议戴墨镜，容易因光线变暗发生危险。相反，有一些人则必须戴：进行白内障手术后放置人工晶体、因某些眼病使瞳孔放大、从事滑雪或高山探险运动的人以及司机，为减少紫外线对眼睛的损害，最好佩戴墨镜。

### 2 近视眼与墨镜能否兼得？

近视眼患者选择墨镜需要考虑屈光度，低度或中度近视可在不影响安全的前提下佩戴一般、没有屈光度的墨镜，而高度近视（高于600度）患者则要佩戴有屈光度的墨镜才安全。

### 3 选墨镜首要考虑什么？

应根据功能选墨镜，墨镜按功能可分为偏光镜、遮阳镜、运动镜。

偏光镜：司机、钓鱼爱好者建议选择偏光镜，能消除来自四面八方的眩光，使物体看起来更清晰。

遮阳镜：遮阳镜能选择性地过滤有害的蓝光和紫外线，同时使其他可见光尽可能多地透过镜片，适合黄斑变性、糖尿病眼病、准分子术后患者佩戴。

运动镜：运动镜的镜架都是特制的，适合滑雪、登山人群。

一般人群在佩戴墨镜前，建议先咨询专业眼科医生，选择有防紫外线标识的墨镜，从而避免不必要的伤害。

### 4 什么颜色的墨镜最适合自己的？

镜片颜色多样，从眼部健康考虑，以中等深度的灰色、茶色为最佳。镜片

颜色选择应以周围环境的颜色不失真、物体边缘清晰、能有效识别不同颜色的信号灯为原则。

灰色镜片对任何色谱都能均衡吸收，戴镜后所看到的景物只会变暗而不会有明显色差；茶色镜片能滤除大量蓝光，可改善视觉对比度和清晰度，在空气污染严重或多雾情况下佩戴效果很好。

司机佩戴的镜片颜色不宜过深，否则延迟视觉信号送达大脑，造成速度感失真，使驾驶员做出错误判断，建议最好戴一副棕色墨镜。（人民网）

## 运动鞋有3种情况赶快扔掉

### 5招挑出一双好鞋

运动时为了避免损伤，最好穿着运动鞋。但香港浸会大学体育学系副教授雷雄德表示，如果你挑的运动鞋不合适，则会造成受伤、甲沟炎等问题。

目前，市面上的运动鞋五花八门，选择时应充分考虑脚型、功能及自身需求。我们可将运动鞋拆分为5个部分来判断：

**1.鞋尖：**保护脚部，防止摩擦受伤。穿上运动鞋时，脚趾与鞋尖应最少预留1厘米的空间，若鞋尖过窄，会阻碍前脚掌发力。试穿时，可取出鞋垫踩在上面，如果脚掌从两边突出，代表鞋过窄。

**2.鞋面：**增加透气性，包裹脚部。运动时，选择一双透气性良好的运动鞋，有利于脚部血液循环及散

热。应选择轻薄、舒适，以人工材质（如尼龙）为原料，配以网面设计的运动鞋。

**3.鞋带孔：**稳固脚部，减少皮肤摩擦。建议选择多鞋带孔的设计，让不同足弓弧度的人都能通过调节鞋带使鞋包裹住脚部，防止打滑。

**4.鞋跟劈口：**保护跟腱。鞋跟劈口的材料应选择软一些或呈U型的，可减少对跟腱的磨损及伤害。

**5.鞋底：**提供抓地力，加强耐磨度及灵活性。鞋底能吸收和释放能量，缓冲足底所受的撞击。鞋底太软，无法稳定踝关节，太硬会令足弓用力过度。建议买鞋时弯折鞋底，软硬适中且能迅速还原的最为适宜，而且鞋底厚度不应小于2厘米。

另外，再合脚的运动鞋也不能

一穿四五年，当出现以下几种情况时千万别舍不得扔。

1.鞋撑肥了，就会失去对双脚的支撑保护，容易不跟脚或崴脚。

2.鞋里凹凸不平。有的鞋外观看着挺新，但内部却被压出了脚的形状，或即使垫上鞋垫也会硌脚，这样容易影响运动鞋对全身各关节的缓冲作用。

3.鞋底磨平了。运动时，脚的主要着力点在前脚掌，因此运动鞋的鞋尖会微微往上翘，使后跟容易离地，保护足弓。但鞋子穿久了，鞋尖会被压平，失去原有的弧度。如果穿着这样的鞋，脚部的协调性和灵活性都会降低，容易跌倒。鞋的平均寿命是2年，建议备两两三双运动鞋换着穿。（张晓夕）

## 杯盘碗筷超期服役隐患多

勤俭是一种美德，但很多家庭的杯盘碗筷一用多年的做法并不可取，因为它们也有“服役期”，出现以下小毛病时就说明它们该“退役”了。

杯体变得浑浊不透明就得换。为了健康，喝水要选对水杯，玻璃杯是大多数人的选择。但由于玻璃长期受水的侵蚀，其中的硅酸钠与空气中的二氧化碳反应会生成白色的碳酸结晶，令杯体污浊、不透亮，长期不更换容易损害健康。建议玻璃杯的“服役期”不要超过1年，平时可用碱性洗涤剂洗除白色结晶，或每周用煮沸的热水消毒10分钟。

塑料杯由于不怕摔、轻便很受欢迎，像PE聚乙烯、PP聚丙烯这类塑料制品，虽然本身组成成分无毒，但用塑料杯装热水时，有毒的化学物质就很容易渗出进入水中，并且塑料的内部有很多孔隙，其中隐藏着杂物，清洗不净容易滋生细菌。所以，一定要选择符合国家标准的食用级塑料制作的水杯。使用期限不要超过半年，平时避免紫外线照射，若有破损或老化现象，如杯体浑浊不透明，应及时更换。



### Focus

**建议玻璃杯的“服役期”不要超过1年，平时可用碱性洗涤剂洗除白色结晶，或每周用煮沸的热水消毒10分钟。**

盘和碗出现裂痕、变形就淘汰。家用的餐盘和碗以陶瓷制品居多，陶瓷制品材质安全耐高温，是老祖宗传下来最好的发明。但如果陶瓷餐具出现变形、脱瓷、裂痕等现象，就是在发出更换信号。因为瓷器漂亮的彩釉中含有铅，当出现裂痕时，铅可能溢出混入食物中。

有小孩的家庭喜欢给宝宝用塑料碗盘吃饭，许多塑料餐具上还绘有卡通图案，其中含有铅、镉等金属元素，一般的塑料制品表面有一层保护膜，这层膜

一旦被硬器划破，有害物质就会释放。因此，建议家中的塑料碗盘半年更换一次，一旦有划痕就要立即淘汰。

筷子，3~6个月就要换一次。调查发现，92%的家庭筷子存在超期服役情况，很多家庭可能用了一两年都没换过。研究发现，筷子使用时间越长，检出的细菌总数越高，尤其是筷子在反复使用、搓洗的情况下，其表面会形成细小的纹路，容易残留细菌和清洁剂，建议3~6个月就换一次。一旦发现筷子出现刮痕、磨损或变形，也一定要更换。

在选购筷子时，不论什么材质，最忌讳花纹、五颜六色或是表面凹凸不平的，最好选择原色（不上色、不彩绘）且一体成型（光滑无刻痕、无雕花）的筷子。因为彩绘可能含重金属，吃饭时颜料可能溶入食物中。凹凸不平的表面则会藏污纳垢，成为细菌、霉菌的温床。

平时清洗筷子时要注意方法，切勿猛搓或只是“冲个凉水澡”，应把筷子泡在中性清洁液中轻轻搓洗，不要用小苏打、柠檬酸等碱性或酸性清洁剂，以免伤害筷子表面，令外层的防水漆脱落。清洗后擦干、沥干，筷尖朝上放入筷筒。拿取时不要碰到筷尖，且筷子最好每周用沸水煮1次。（黑龙江省健康管理学会委员 徐伟）

# 关注“北京消费者” 做聪明消费者



“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



海淀区消协副秘书长陆熙瑜在宣讲有关消费维权法律知识



## 海淀区消协组织

# “法之声”消费者权益专题 宣讲团进军营普法

为贯彻“携手共治 畅享消费”年主题，庆祝中国人民解放军建军88周年，在“八一”建军节来临之际，7月28日，海淀区消协组织由区工商分局、区消协、区食药局、区质监局及律师事务所组成的“法之声”消费者权益专题宣讲团来到空军某部，为部队600多名官兵和职工普及消费维权法律知识。

海淀区消协副秘书长陆熙瑜从消费权益容易被侵害的预付费消费、电子产品消费、网络消费、美容消费几个案例说起，教授了消费维权的利器和辨识经营主体身份的方法，强调了消费前要核实商家身份，消费中要注意留存证据、消费后维权要理性合法。

海淀区食品药品监督管理局药品监管科副科长姚珏成通过假药、假保健食品案例，讲授了如何识别药品、保健食品的真假以避免落入“推销陷阱”以及如何安全用药的常识。

北京市百瑞律师事务所的李晓震律师通过讲述商家标注电视机尺寸“寸”而非“英寸”，一字之差判赔20万的案例，以及电子市场售卖非原装笔记本电脑，因承诺“保原装假一赔十”而被判赔十倍赔偿的案例，阐释了新《消法》惩罚性赔偿原则。

他们从不同侧面阐释了消费者权益方面的法律知识，传授理性消费、安全消费、科学消费理念，部队官兵感到受益匪浅：一是多部门协同，消费者权益专题法律教育充实无盲点；二是以案释法，案例小故事中体会法律大道理；三是情景展示，实景体验中掌握了识别消费陷阱技巧。

北京市消协投诉部主任陈凤翔、海淀区司法局法宣科副科长张安静参加培训。陈凤翔肯定了多部门联合开展消费教育的形式，希望将这样的活动坚持下去，惠及更多的消费者，让消费教育走得更广、更深、更远。