

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6期

12

总第44期

2016

改善消费环境 为首都经济发展服务

——访北京市消费者协会副会长兼秘书长杨晓军

P09 国务院：着力推动新消费 加快培育形成新供给新动力

P30 北京市工商局：亮洁等6种汽配商品不合格

P25 中消协发布“双十一”网购商品价格跟踪情况报告

P47 网购买到假货怎么办？法律专家传授六大维权秘诀



市消协召开2015年媒体记者座谈会

11月19日，北京市消协在大方饭店召开了媒体记者座谈会。中央电视台、人民日报、北京电视台、北京日报等34家媒体记者参会。市消协秘书长杨晓军、副秘书长李晓梅到会并讲话。

杨晓军秘书长主要就明年北京市消协的工作思路向与会记者进行了介绍，强调了京、津、冀消费者协会协作机制建设工作，指出了新闻媒体在构建有政府机关、社会组织、行业协会、新闻媒体共同参与

的消费维权新平台中的重要性。

中央电视台、中国消费者报等媒体记者也结合自己在消费维权报导的工作实践谈了各自的看法。其中，记者就消协比较试验结果如何更好的宣传进行沟通过程中，杨晓军秘书长表示市消协努力争取让比较试验报告做到科学预测、人性化发布。



市消协举办投诉工作及相关业务培训

近日，北京市消协在房山区举办了投诉及相关业务工作培训。17个区县的秘书长、投诉负责人及相关人员近50人参加了培训。

本次培训分为三大部分：一是学习了全国人大十二届第十七次会议上严隽琪副委员长关于《全国人大驻委会执法检查组关于检查〈中华人民共和国消费者权益保护法〉实施情况的报告》；二是邀请中消协投诉部张德志主任为全系统消协人员讲解投诉处理的方法与技巧，讲解以理论基础和实践经验为主，运用了大量的案例，有效地诠释了对于投诉工作中各类问题的解决；三是就社会监督与消费体验工作的实施及开展进行了讲解。

Prologue

卷首语

看清最“全球化”的“双11”背后的奥秘

近5000家来自欧美、亚太等地的海外品牌“参战”，中国产品同时被推销给64个国家和地区的消费者，在有史以来最“全球化”的这个“双11”，1分12秒销售破10亿，12分28秒破100亿，11时49分跃过571亿，打破了去年同日全天交易额纪录。

早在1个月前，各路电商就纷纷开始赠送打折券，优惠礼包；微信群、朋友圈，遍地都是有关“双十一”的购物信息、调侃段子……亲人、朋友、同事，在排山倒海般的宣传攻势下，地球人或许很难对这个“全球最强网购节”做到视而不见。

是的，在互联网飞速发展的今天，网络空间对松散的“网民”的聚合，要远远超过传统地理空间的人口集聚。尤其是电子商务的横空出世，使得节日消费文化引发网购群体的深层次情感共鸣。不仅仅是中国，越来越多的国家正主动加入到这场购物狂欢之中。“双11”前30分钟左右的数据显示，日本、英国、韩国、澳大利亚和德国品牌稳居进口国家或地区销量前五；而俄罗斯人预计将高出平日近20倍的网购量，成为异军突起的海外“剁手党”……国际品牌的参与，中国品牌的外销，中国网民的“shopping”，海外网友的加入，让“双十一”的迷人魅力，在世界舞台得以尽情挥洒、绽放，让全球网友开心、快乐消费。

成交量屡屡突破新高的网络购物表象之后，隐含着令

人艳羡的经济增长节奏。尽管近年来全球经济发展迟缓、各国外部需求萎靡，但中国经济始终保持稳定前行。特别是随着移动互联网的普及，人们购物习惯的转变，网络消费的强大潜能正不断被激发，拉动内需的同时，也为新业态发展提供了许多新的可能，这是理应被国内外许多企业所重视的。正如李克强总理所言，“别以为电子商务只是‘虚拟经济’，事实上，它在很大程度上直接带动了‘实体经济’，无论是B2B、B2C还是C2C。”

“政治和宗教可能导致物以类聚，但人人都爱好销售量”。买到质优价廉、称心如意的商品，相信是所有消费行为的共同初衷。据不完全统计，目前中国有近3亿中等收入人群，未来10到15年会增加到近5亿，这里面有巨大的消费潜力。而一个明显的趋势是，电子商务正在冲破国家间的障碍，使国际贸易走向无国界贸易。所以说，“双十一”虽然是从中国起步，但内里所蕴含的无限商机，可以为全球经济发展所共享。

诚如马云所言，今天的世界经济，更要呼唤企业家的开拓精神，因为消费和服务的提升需要更多的企业参与。面对“双十一”这片已经起势的“电商蓝海”，相关者是否能抓住这背后的全球化机遇，积极推进产业组织、商业模式、供应链、物流链等各环节的创新，吸引更多领域、更多行业、更多人群一起来享受互联网经济的发展盛宴。这，或许才是最“全球化”的“双11”的奥秘所在。

海阳阳



P06 依法履职 携手共治 北京市消协2015年 工作回顾

2015年,北京市消协在市工商局领导下,认真履行职责,凝聚社会力量,发挥共治作用,为构建和谐消费环境,促进首都消费者权益保护工作发展作出了积极努力,各项工作取得了较好成绩。

卷首语

- 01 看清最“全球化”的“双11”背后的奥秘

热点关注

- 04 改善消费环境
为首都经济发展服务
- 06 北京市消协2015年工作回顾
- 09 国务院:着力推动新消费
加快培育形成新供给新动力
- 17 专家解读:发挥消费的基础作用
写入中央文件
- 19 国办印发《关于加强金融消费者权益
保护工作的指导意见》
- 22 现状:金融诈骗屡屡得逞
暴露监管漏洞
- 24 食安法实施条例修订草案征求意见:
故意违法从重处罚

权威发布

- 25 中消协:部分“双十一”网购商品
价格跟踪情况报告
- 29 北京市工商局:3企业销售不合格
开关、插座被查出
- 30 北京市工商局:亮洁等6种汽配
商品不合格

消费时评

- 31 “五成微商退出市场”
是去“虚火”
- 32 “10公里车费近万元”
的专车账单警示什么?
- 33 救生圈成“害命圈”
圈出背后的真问题

案例点评

- 34 数千元皮包用三个月掉色维权难
- 35 办餐卡后店家关门
消协调解促其退款
- 36 千里迢迢为红叶
调解句句亦关情
- 37 退订机票有约定
成人儿童要分清

消费提示

- 38 北京市消协:理性消费 慎重支付
- 39 买圣诞礼物原来有这么多讲究
北京消协提示安全更重要
- 40 电话销售莫轻信 温柔陷阱要提防
- 41 享受网络订餐 勿忘安全健康
- 42 商家促销莫忘诚信
消费者宜按需消费



P25 北京市消协发布“双十一”消费提示：理性消费 慎重支付

“双十一”前夕，北京市消协提醒消费者理性消费，不要贪图便宜疯狂血拼，购物时保留凭证，以防发生纠纷方便维权，特别是要选择安全可靠的支付手段，一旦发现问题及时举报投诉。

- 44 储值消费需理性
- 45 安全乘坐电梯做到“四注意”
- 46 提车时汽车购置税减半 车行不退不合理
- 46 谨慎对待“出境游保证金”

消费课堂

- 47 网购买到假货怎么办？法律专家传授六大维权秘诀
- 48 这5种电子产品比马桶圈还脏
- 49 天冷如何正确穿衣
- 50 新旧微波炉差别大 超过10年安全性下降
- 52 羽绒服又轻又暖怎么选？

《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 赵丽
图片摄影	杨连一 杜颖
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 北京华辉律师事务所 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
编辑部地址	北京市海淀区西三环北路72号 世纪经贸大厦B座2702室
邮编	100037
电话	010-88820877
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxfz315@126.com

2015.12 第6期（总第44期）
京内资准字2015—L0060号

内部资料 免费交流

改善消费环境 为首都经济发展服务

——访北京市消费者协会副会长兼秘书长杨晓军



北京市消费者协会副会长兼秘书长
杨晓军

近日，国务院印发《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》，要求各地各部门主动顺应消费升级大趋势，积极发挥新消费引领作用，加快培育形成新供给新动力。

面对新形势新任务，北京市消协2016年将如何依法履职？如何更好发挥平台作用？如何为首都经济发展做出应有贡献？带着这些问题，我们专访了北京市消费者协会副会长兼秘书长杨晓军。

“消费环境就是发展环境，消费环境建设关系到社会发展的大局。”杨晓军认为，目前，改善消费环境，培育新的消费增长点，拓宽消费领域，已然成为社会完善消费政策、提振经济增长的主要着力点。

杨晓军表示，市消协2016年将紧紧围绕市委、市政府中心工作，结合当前消费新趋势新特点，依据新《消法》赋予的职责开展工作，充分发挥消协社会组织的平台作用，运用网络平台、大数据分析等手段，积极推动政府机关、行业组织、经营者、媒体等主体的协同作用，着力建设、改善消费环境，为首都经济发展服务。

处理好“三个关系” 与“四个体系”

——加强法律事务与理论研究工作

“自2014年3月15日至今，新《消法》实施一年多来，有关部门出台了《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》、《侵害消费者权益行为处罚办法》等部门规章，细化了消费者投诉流程、经营者义务，明确了七日无理由退货、消费者个人信息保护、欺诈消费者行为等，进一步完善了对消费者权益的保护，但新《消法》的全面落实，仍有很多工作要做。”杨晓军表示，2016年，北京市消协将继续加

强对新《消法》的贯彻宣传,推动《北京市实施〈消法〉办法》的修改,为新《消法》的配套实施,做好进一步的实质性工作。

面对新形势新任务,杨晓军明确表示,2016年,市消协将在市工商局党组领导下,积极做好协调“三个关系”,推进“四个体系”建设的理论研究。他进一步介绍,“三个关系”就是指消协组织与政府、消费者的关系,消协与其他维权途径的关系,市消协与基层组织的关系;“四个体系”建设就是指北京市消保体系建设、行业自律体系建设、社会共治体系建设和维权信息网络体系建设。

注重热点分析 与社会多元化化解消费纠纷 ——加强投诉及社会监督工作

受理消费者投诉,化解消费纠纷,是消协组织的一项最重要职责。杨晓军表示,2016年,市消协将在加大受理投诉基础性工作力度的同时,更加注重对热点、难点案例的分析。定期召开全市消协系统投诉统计分析会,统一思想、统一认识、统一口径、步调一致。从实际工作中总结出热点、难点问题,找出化解消费纠纷更好的解决方式与方法。

“针对消费热点、难点问题,我们将组织有关专家进行研讨和分析,找出相关消费现象及问题的根源。”杨晓军表示,市消协将积极探索联动协调机制的建立与完善,加强与行政、行业主管、行业协会的沟通与合作,进一步探讨利用社会力量多元化化解消费纠纷,努力实现社会共治。

此外,杨晓军还强调,市消协对内要加强投诉相关业务和技能的培训学习,对外要借助社会力量开展社会调查、消费体验等活动,把消费维权工作真正落到实处。

做好商品质量监督 与诚信体系建设“三个度” ——加强消费指导与信息咨询工作

商品比较试验是消协组织履行监督职责的重要手段,也是北京市消协多年来的特色工作。杨晓军表示,市消协2016年的商品比较试验工作,力争在原有基础上有所突破。一是关注消费热点,科学选定比较试验的商品项目;二是比较试验报告更加注重消费者关心的商品用途、性能等实用指标,切实起到消费指导作用;三是积极完善企业约谈制度,有效推进企业诚信自律。

“在推进诚信体系建设方面,我们将努力促进和提高‘三个度’,即经营者诚信度、消费者满意度、消费环境安全度。”杨晓军表示,市消协将在全市商业企业中开展创先争优、诚信自律等活动,进一步贯彻落实新《消法》,加强对商品和服务的监督,推动行业自律,提高经营者社会责任意识,树立诚信经营、规范服务的典型,促进社会信用体系建设,营造良好消费环境,切实维护消费者的合法权益。

做好理事会换届工作 与办好“一网一刊一微信” ——加强组织联络与宣传教育工作

杨晓军表示,加强组织保障,做好

新闻宣传与消费教育工作,要努力做好以下三点:

一是做好理事会换届工作。新《消法》实施,消协职责扩充,公益性职责迫切需要加强组织保障,市消协将开展理事会换届工作,组建符合新要求的理事会,进一步加强理事会对协会秘书处的领导作用,强化社会共治。

二是做好宣传工作。努力办好“一网、一刊、一微信”,更好地为消费维权工作服务。同时加强与新闻媒体的沟通,建立良好的合作伙伴关系,进一步扩大消协的影响力、公信力、亲和力。

三是做好消费教育工作。积极探索运用现代科技手段与新媒体技术宣传消协工作,采取多种形式帮助消费者提高科学消费、依法维权的意识和能力,特别是加强对特殊消费群体的消费教育。

建立三地协调联动 与信息共享机制

——加强京津冀三地消费维权合作

京津冀协同发展是一个重大国家战略。其实施必然是一个庞大复杂的工程,需要京津冀各有关部门乃至各行各业主动融入和切实推进。

杨晓军表示,作为首都消费者权益保护组织,北京市消协将积极落实北京市委、市政府的部署,选准工作切入点,主动融入京津冀协同发展国家战略,与天津、河北建立三地消协组织维权协调联动机制,共同开展维权合作,定期召开联席会议,确认工作方向。共同开展社会调查、消费体验、宣传咨询等活动,建立信息共享,及时发布消费信息,切实维护三地消费者合法权益。

依法履职 携手共治

——北京市消协2015年工作回顾

2015年,市消协根据工作部署,在市局领导下,认真履行职责,各项工作有序开展。

**夯实投诉基础性工作,
提高投诉调解成功率,
注重理论分析,强化社会监督**

一.加强投诉案件的调解、分析与整理

在投诉基础性工作上加大力度,注重对投诉案例的分析,从实际工作中总结社会热点,找出化解消费纠纷更好的解决方式与方法。5月,市消协成功调解了一起“预约叫车”多收费的投诉。这是一起涉及新兴业态的消费维权问题。市消协高度重视,仅五个小时圆满解决投诉。同时加大了对于典型案例的分析、梳理,将投诉工作向更为深度、更为广度的方面拓展。工作的坚持取得了良好的社会效果及认知度。市消协报送的投诉维权案例“购买1元商品被欺诈,消费者按新《消法》获赔501元”获得全国消费维权十大案例。

二.投诉系统信息化、制度化建设初显成效

根据中消协“全国消协系统加强信息化建设”的要求,市消协对全市消协系

统进行培训,加强信息化建设。指导区县消协操作投诉与咨询信息系统,进而在系统内推行投诉、咨询档案逐渐过度到电子记录方式。截止到5月份,所有区县消协的投诉与咨询系统安装基本到位,负责人员进入到试用阶段,基本实现与市局、中消协投诉咨询系统相互间的转换与对接。

三.继续开展消费调查、消费点评及相关工作

1、食品投诉分析引热议,获程红副市长批示

市消协委托消费者网、金鼎影响力市场调查中心开展了新《食品安全法》实施问卷调查,共收集到有效问卷样本3750个(参与问卷调查的消费者3015名,参与问卷调查的经营者735名)。市消协发布食品类投诉统计分析后,中国日报等286家媒体报道转载,引发热议并受到市各级领导的关注。北京市程红副市长在市委办公厅信息综合《领导参考》第162期上,针对《媒体看北京》栏目中刊登的“我市上半年食品类投诉增加1倍多引发热议”给予了重要批示,市消协据此,起草上了“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”的报告,加强对于食

品消费安全的消费者权益保护工作。

2、公开征集对保险服务的意见和建议

针对保险服务夸大宣传、误导销售、理赔时间长、手续繁琐、理赔金不合理等消费者投诉的热点问题,市消协通过邮件、微信、网上提交、邮寄信件等方式向社会公开征集对保险服务的意见和建议,共收到有效意见及建议939条。通过与专家、学者的座谈,最终公布“征集保险服务意见和建议”结果。通过征集活动,推动保险服务行为规范化,服务质量切实提升,使消费者合法权益得到有效维护。

3、开展有奖征文活动

为更好地宣传新《消法》和“携手共治 畅享消费”年主题,市消协联合中国消费者报社、北京晨报社、消费者网等机构开展了“百姓消费”有奖征文活动,请消费者亲身讲述身边的维权故事或者是生活中遇到的维权问题。活动受到消费者的广泛关注及热烈响应,短短一个月间收到全国各省、市近600篇作品。本着公开公正原则市消协从来稿中评选出一、二、三等奖和优秀奖共50名,并予获奖者证书和奖励。

4、研究开展消费体验活动

圆满完成北京社会监督消费体验活



动，从7月到10月耗时3个月，就旅游消费体验，从制度、办法创建，到人员招募、策划、登记、申报、培训、沟通、协调、报团、出行、体验、监督、汇总、报告，多环节，多人次保障工作顺利完成。

此外，市消协还与中消协一起在义利集团组织开展了食品安全主题座谈会暨消费者体验日活动。国家局副局长马正其、市局黄晓文副局长全程参加活动并讲话。

2 开展消费引导与指导，提升消费者科学消费和依法维权的意识与能力

一. 消费提示与消费警示

根据投诉热点及社会焦点问题，有针对性发布消费提示及警示。如针对春节、十一黄金周期间的消费纠纷热点、

难点，市消协就网上购物、短期理财、短信和微信诈骗等发布春节假日期间消费提示。

二. 比较试验工作

市消协继续加大比较试验力度，共对10余类近500多种商品进行了商品比较试验。截止到11月，市消协向社会发布了有机大米、皮鞋旅游鞋、茶叶、蚕丝被、驱蚊用品、洗发水、唇膏、润肤霜、60种润肤乳液、预包装茶叶等10余类近500种商品的比较试验结果。此外，散热器、坐便器、节能灯、休闲服装等一些商品正在比较测试当中。比较试验工作一直是社会关注的热点，央视、北京电视台、北京青年报、法制晚报等多家媒体长期对比较试验工作进行报道。

3 强调消费教育多样化，注重消费教育管理，积极拓宽信息渠道，做好宣传工作

一. “3.15” 活动

“3.15”期间，除配合市局、中消协开展消费维权宣传活动外，市消协在西城区莲花河社区、朝阳区秀水河社区等多个社区开展“携手共治 畅享消费”现场咨询服务活动。社区消费者反响热烈，至活动结束后共计发放各种宣传材料10000余份。

二. 加强宣传的基础性工作

加强了市消协“一网（北京消协网www.bj315.org）、一刊（《北京消费者》杂志）、一微信（微信号：bjxfz315）”的管理，整体上有了很大提升，内容上更丰富，宣传上更专业。尤

其是今年对于微信的运用，通过更为贴近消协工作特点的话题，吸引消费者，进而指导消费，开展消费教育。目前，微信关注人数已达7000余人，微信的点击量最高达到每天12000次。

三.消费教育工作的开展

加大消费教育教材的改进力度，强调教材的多样化与多元化。一是印制《图说新消法》宣传手册，制作光盘等宣传“新消法”的音像制品、扑克牌、宣传环保袋等消费维权宣传品。二是开展相关活动的信息及媒体报导。

四.媒体的沟通与交流

注意与新闻宣传部门的沟通与联动。对外，就消费维权工作及与媒体沟通，加强报道。如中央及北京的电视媒体，长期与消协合作，就比较试验工作进行跟踪报道。对内，市消协注重与市局宣传中心、中消协的联系与沟通。

4 积极参与法律法规和规范性文件制定与修改，努力争取在涉及消费者切身利益政策出台前的话语权

一是召开消费者权益保护地方立法修订研讨会。研讨会是按照北京市政府《2015年立法调研计划》要求，为广泛听取消费者对立法修订工作的意见和建议，开展北京市消费者权益保护立法修



订调研工作。中消协、市工商局、市消法学会相关领导出席。北京市食品行业协会、北京市洗染行业协会、北京民办教育协会、北京市眼镜行业协会、北京市旅游行业协会、北京电子商会、北京烹饪协会等八个行业协会的代表及部分消费者代表参会并发言，积极为北京市消费者权益保护立法修订工作建言献策。

二是高度重视民生问题，积极参与组织价格听证。北京市消协受市发改委委托，从消费者中认真筛选热心公益事业、具有一定调查研究、分析论证和语言能力的志愿者，推荐为听证会代表。推荐的听证代表分别来自不同阶层，既有高知科技人员、社区干部，也有普通职工、离退人员。同时，不同收入、不同地域、不同年龄的听证代会代表均有体现，希望充分反映社情民意，更好地为政府决策服务，使此次居民生活用气阶梯价格听证工作顺利完成。

5 加强理论学习,提高人员综合素质,不断深化消费者权益保护的理论研究工作

一是组织人员认真学习党的十八届三中全会和市委十一届四次会议精神，学习《治国理政》等相关书籍及材料，从政治上严格要求自己，提高协会全员政治素质及觉悟。二是根据工作需要，及时开展相关业务培训。学习了总局的《侵害消费者权益行为处罚办法》和总局的《处理消费者投诉规程》。在《广告法》和《食品安全法》正式实施前，分次组织人员逐条学习，分析，提高全协会人员整体业务素质，为消费者维权工作进一步开展打下基础。此外，市消协还印制了1000本《消费维权实用手册》，作为系统内工作人员开展维权工作的实用书籍，内容涵盖与消费维权有关的法律法规、文件及司法解释等六大内容，为维权工作的开展提供更有力的指导与帮助。

国务院：着力推动新消费 加快培育形成新供给新动力

国务院近日印发《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》（以下简称《指导意见》），这是我国在经济发展进入新常态后充分发挥新消费引领作用，满足居民消费需求，提高人民生活质量的一个全面、系统的政

策性文件，也是充分发挥新消费引领作用，加快推动产业转型升级、实现经济提质增效的总体部署。《指导意见》原文如下：

国务院关于积极发挥新消费引领作用 加快培育形成新供给新动力的指导意见

国发〔2015〕66号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

我国已进入消费需求持续增长、消费结构加快升级、消费拉动经济作用明显增强的重要阶段。以传统消费提质升级、新兴消费蓬勃兴起为主要内容的新消费，及其催生的相关产业发展、科技创新、基础设施建设和公共服务等领域的新投资新供给，蕴藏着巨大发展潜力和空间。为更好发挥新消费引领作用，加快培育形成经济发展新供给新动力，现提出以下意见。

一、重要意义

消费是最终需求，积极顺应和把握消费升级大趋势，以消费升级引领产业升级，以制度创新、技术创新、产品创新满足并创造消费需求，有利于提高发展质量、增进民生福祉、推动经济结构优化升级、激活经济增长内生动力，实现持续健康高效协调发展。

发挥新消费引领作用是更好满足居民消费需求、提高人民生活质量的内在要求。消费关系民生福祉。随着居民收入水平提高、人口结构调整和科技进步，城乡居民的消费内容和消费模式都在发生变化，对消费质量和消费环境提出更高要求。紧紧围绕居民消费升级谋发展、促发展，符合发展的根本目的，有利于更好满足人民群众日益增长的物质文化需要，使发展成果更多体现为人民生活质量的提高和国民福利的改善。

发挥新消费引领作用是加快推动产业转型升级、实现经济提质增效的重要途径。消费升级的方向是产业升级的重要导向。我国居民消费呈现出从注重量的满足向追求质的提升、从有形物质产品向更多服务消费、从模仿型排浪式消费向个性化多样化消费等一系列转变。只有围绕消费市场的变化趋势进行投资、创新和生产，才能最大限度地提高投资和创新有效性、优化产业结构、提升产业竞争力和附加值，实现更有质量和效益的增

长。

发挥新消费引领作用，是畅通经济良性循环体系、构建稳定增长长效机制的必然选择。经济发展进入新常态需要构建经济循环新体系、增长动力新机制。只有从发展理念、制度环境和政策体系等深层次原因入手，破除市场竞争秩序不规范、消费环境不完善等体制机制障碍，才能充分激发市场活力和创造力，实现潜在需求向现实增长动力的有效转换，为经济长期健康发展提供保障。

二、总体要求和基本原则

全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中全会、五中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，发挥市场在资源配置中的决定性作用，积极发现和满足群众消费升级需要，以体制机制创新激发新活力，以消费环境改善和市场秩序规范释放新空间，以扩大有效供给和品质提升满足新需求，以创新驱动产品升级和产业发展，推动消费和投资良性互动、产业升级和消费升级协同共进、创新驱动和经济转型有效对接，构建消费升级、有效投资、创新驱动、经济转型有机结合的发展路径，为经济提质增效升级提供更持久、更强劲的动力。

坚持消费引领，以消费升级带动产业升级。顺应消费升级规律，坚持消费者优先，以新消费为牵引，催生新技术、新产业，使中国制造不仅能够适应市场、满足基本消费，还能引导市场、促进新消费，加快形成消费引领投资、激励创新、繁荣经济、改善民生的良性循环机制。

坚持创新驱动，以供给创新释放消费潜力。营造有利于大众创业、万众创新的良好市场环境，以科技创新为核心引领全面创新，推动科技成果转化应用，培育形成更多新技术、新产业、新业态、新模式，以花色品种

多样、服务品质提升为导向，增加优质新型产品和服务等有效供给，满足不同群体不断升级的多样化消费需求。

坚持市场主导，以公平竞争激发社会活力。加快推进全国统一市场建设，清除市场壁垒，维护市场秩序，促进商品和要素自由流动、平等交换，资源和要素高效配置。强化企业的市场主体地位和主体责任，完善市场监管，保护消费者合法权益，实现消费者自由选择、自主消费、安全消费，企业诚信守法、自主经营、公平竞争，最大限度地激发市场主体创新创造活力。

坚持制度保障，以体制创新培植持久动力。统筹推进体制机制和政策体系的系统性优化，着力加强供给侧结构性改革，以更加完善的体制机制引导和规范市场主体行为，推动形成节约、理性、绿色、健康的现代生产消费方式，努力构建新消费引领新投资、形成新供给新动力的良好环境和长效机制。实施更加积极主动的开放战略，更好利用全球要素和全球市场推动国内产业升级，更好利用全球商品和服务满足国内多元化、高品质的消费需求。

三、消费升级重点领域和方向

我国消费结构正在发生深刻变化，以消费新热点、消费新模式为主要内容的消费升级，将引领相关产业、基础设施和公共服务投资迅速成长，拓展未来发展新空间。

服务消费。随着物质生活水平提高，教育、健康、养老、文化、旅游等既满足人民生活质量改善需求、又有利于人力资本积累和社会创造力增强的服务消费迅速增长。职业技能培训、文化艺术培训等教育培训消费，健康管理、体育健身、高端医疗、生物医药等健康消费，家政服务和老年用品、照料护理等养老产业及适老

化改造，动漫游戏、创意设计、网络文化、数字内容等新兴文化产业及传统文化消费升级，乡村旅游、自驾车房车旅游、邮轮旅游、工业旅游及配套设施建设，以及集多种服务于一体的城乡社区服务平台、大型服务综合体等平台建设，发展空间广阔。

信息消费。信息技术的广泛运用特别是移动互联网的普及，正在改变消费习惯、变革消费模式、重塑消费流程，催生跨区域、线上线下、体验分享等多种消费业态兴起。互联网与协同制造、机器人、汽车、商业零售、交通运输、农业、教育、医疗、旅游、文化、娱乐等产业跨界融合，在刺激信息消费、带动各领域消费的同时，也为云计算、大数据、物联网等基础设施建设，以及可穿戴设备、智能家居等智能终端相关技术研发和产品服务发展提供了广阔前景。

绿色消费。生态文明理念和绿色消费观念日益深入人心，绿色消费从生态有机食品向空气净化器、净水器、节能节水器具、绿色家电、绿色建材等有利于节约资源、改善环境的商品和服务拓展。这将推动循环经济、生态经济、低碳经济蓬勃发展，为生态农业、新能源、节能节水、资源综合利用、环境保护与污染治理、生态保护与修复等领域技术研发、生产服务能力提升和基础设施建设提供大量投资创业机会。

时尚消费。随着模仿型排浪式消费阶段的基本结束，个性化多样化消费渐成主流，特别是年轻一代更加偏好体现个性特征的时尚品牌商品和服务，将推动与消费者体验、个性化设计、柔性制造等相关的产业加速发展。同时，中高收入群体规模的壮大使得通用航空、邮轮等传统高端消费日益普及，消费潜力加速释放，并激发相关基础设施建设的投资需求。

品质消费。随着居民收入水平不断提高，广大消费者特别是中等收入群体对消费质量提出了更高要求，更

加安全实用、更为舒适美观、更有品味格调的品牌商品消费发展潜力巨大。这类消费涉及几乎所有传统消费品和服务，将会带动传统产业改造提升和产品升级换代。

农村消费。随着农村居民收入持续较快增长、城市消费示范效应扩散、消费观念和消费方式快速更新，农村消费表现出明显的梯度追赶型特征，在交通通信、文化娱乐、绿色环保、家电类耐用消费品和家用轿车等方面还有很大提升空间。适宜农村地区的分布式能源、农业废弃物资源化综合利用和垃圾污水处理设施、农村水电路气信息等基础设施建设改造投资潜力巨大。

四、加快推进重点领域制度创新

加快破除阻碍消费升级和产业升级的体制机制障碍，维护全国统一市场和各类市场主体公平竞争，以事业单位改革为突破口加快服务业发展，以制度创新助推新兴产业发展，以推进人口城镇化为抓手壮大消费群体，激发市场内在活力。

（一）加快建设全国统一大市场。健全公平开放透明的市场规则，建立公平竞争审查制度，实现商品和要素自由流动、各类市场主体公平有序竞争。系统清理地方保护和部门分割政策，消除跨部门、跨行业、跨地区销售商品、提供服务、发展产业的制度障碍，严禁对外地企业、产品和服务设定歧视性准入条件。消除各种显性和隐性行政性垄断，加强反垄断执法，制定保障各类市场主体依法平等进入自然垄断、特许经营领域的具体办法，规范网络型自然垄断领域的产品和服务。

（二）加大服务业对内对外开放力度。加快推进公立教育、医疗、养老、文化等事业单位分类改革，尽快将生产经营类事业单位转为企业。创新公共服务供给方式，合理区分基本与非基本公共服务，政府重在保基本，扩大向社会购买基本公共服务的范围和比重，非基

本公共服务主要由市场提供，鼓励社会资本提供个性化多样化服务。全面放宽民间资本市场准入，降低准入门槛，取消各种不合理前置审批事项。积极扩大服务业对外开放，对外资实行准入前国民待遇加负面清单管理模式，分领域逐步减少、放宽、放开对外资的限制。按照服务性质而不是所有制性质制定服务业发展政策，保障民办与公办机构在资格准入、职称评定、土地供给、财政支持、政府采购、监督管理等各方面公平发展。

（三）加强助推新兴领域发展的制度保障。加快推进适应新产业、新业态发展需要的制度建设。全面推进“三网融合”。加快推进低空空域开放。调整完善有利于新技术应用、个性化生产方式发展、智能微电网等基础设施建设、“互联网+”广泛拓展、使用权短期租赁等分享经济模式成长的配套制度。建立健全有利于医养结合等行业跨界融合以及三次产业融合发展的政策和制度安排。在新兴领域避免出台事前干预性或限制性政策，建立企业从设立到退出全过程的规范化管理制度以及适应从业人员就业灵活、企业运营服务虚拟化等特点的管理服务方式，最大限度地简化审批程序，为新兴业态发展创造宽松环境。

（四）加快推进人口城镇化相关领域改革。加快户籍制度改革，释放农业转移人口消费潜力。督促各地区抓紧出台具体可操作的户籍制度改革措施，鼓励各地区放宽落户条件，逐步消除城乡区域间户籍壁垒。省会及以下城市要放开对吸收高校毕业生落户的限制，加快取消地级及以下城市对农业转移人口及其家属落户的限制。加快推进城镇基本公共服务向常住人口全覆盖，完善社保关系转移接续制度和随迁子女就学保障机制。鼓励中小城市采取措施，支持农业转移人口自用住房消费。

五、全面改善优化消费环境

加快完善标准体系和信用体系，加强质量监管，规范消费市场秩序，强化企业责任意识和主体责任，健全消费者权益保护机制，完善消费基础设施网络，打造面向全球的国际消费市场，营造安全、便利、诚信的良好消费环境。

（五）全面提高标准化水平。健全标准体系，加快制定和完善重点领域及新兴业态的相关标准，强化农产品、食品、药品、家政、养老、健康、体育、文化、旅游、现代物流等领域关键标准制修订，加强新一代信息技术、生物技术、智能制造、节能环保等新兴产业关键标准研究制定。提高国内标准与国际标准水平一致性程度。建立企业产品和服务标准自我声明公开和监督制度。整合优化全国标准信息网络平台。加强检验检测和认证认可能力建设。

（六）完善质量监管体系。建立健全预防为主、防范在先的质量监管体系，全面提升监管能力、效率和精准度。在食品药品、儿童用品、日用品等领域建立全过程质量安全追溯体系。大力推广随机抽查机制，完善产品质量监督抽查和服务质量监督抽查制度，广泛运用大数据开展监测分析，建立健全产品质量风险监控和产品伤害监测体系。实行企业产品质量监督检查结果公开制度，健全质量安全事故强制报告、缺陷产品强制召回、严重失信企业强制退出机制。完善商会、行业协会、征信机构、保险金融机构等专门机构和中介服务组织以及消费者、消费者组织、新闻媒体参与的监督机制。

（七）改善市场信用环境。推动建立健全信用法律法规和标准体系，充分利用全国统一的信用信息共享交换平台，加强违法失信行为信息的在线披露和共享。加快构建守信激励和失信惩戒机制，实施企业经营异常名录、失信企业“黑名单”、强制退出等制度，推进跨地

区、跨部门信用奖惩联动。引导行业组织开展诚信自律等行业信用建设。全面推行明码标价、明码实价，依法严惩价格欺诈、质价不符等价格失信行为。

(八) 健全消费者权益保护机制。推动完善商品和服务质量相关法律法规，推动修订现行法律法规中不利于保护消费者权益的条款。强化消费者权益司法保护，扩大适用举证责任倒置的商品和服务范围。完善落实消费领域诉讼调解对接机制，探索构建消费纠纷独立非诉第三方调解组织。健全公益诉讼制度，适当扩大公益诉讼主体范围。加快建立跨境消费消费者权益保护机制。完善和强化消费领域惩罚性赔偿制度，加大对侵权行为的惩处力度。严厉打击制售假冒伪劣商品、虚假宣传、侵害消费者个人信息安全等违法行为。充分发挥消费者协会等社会组织在维护消费者权益方面的作用。建设全国统一的消费者维权服务网络信息平台，加强对消费者进行金融等专业知识普及工作。

(九) 强化基础设施网络支撑。适应消费结构、消费模式和消费形态变化，系统构建和完善基础设施体系。加快新一代信息基础设施网络建设，提升互联网协议第6版（IPv6）用户普及率和网络接入覆盖率，加快网络提速降费。推动跨地区跨行业跨所有制的物流信息平台建设，在城市社区和村镇布局建设共同配送末端网点，提高“最后一公里”的物流配送效率。加快旅游咨询中心和集散中心、自驾车房车营地、旅游厕所、停车场等旅游基础设施建设，大力发展智能交通，推动从机场、车站、客运码头到主要景区交通零距离换乘和无缝化衔接，开辟跨区域旅游新路线和大通道。对各类居住公共服务设施实行最低配置规模限制，加快大众化全民健身和文化设施建设，推进城乡社区公共体育健身设施全覆盖。加快电动汽车充电设施、城市停车场的布局和建设。合理规划建设通用机场、邮轮游艇码头等设施。

(十) 拓展农村消费市场。优化农村消费环境，完善农村消费基础设施，大幅降低农村流通成本，充分释放农村消费潜力。统筹规划城乡基础设施网络，加大农村地区和小城镇水电路气基础设施升级改造力度，加快信息、环保基础设施建设，完善养老服务和文化体育设施。加快县级公路货运枢纽站场和乡镇综合运输服务站建设。完善农产品冷链物流设施，健全覆盖农产品采收、产地处理、贮藏、加工、运输、销售等环节的冷链物流体系。支持各类社会资本参与涉农电商平台建设，促进线下产业发展平台和线上电商交易平台结合。发挥小城镇连接城乡、辐射农村的作用，提升产业、文化、旅游和社区服务功能，增强商品和要素集散能力。鼓励有条件的地区规划建设特色小镇。

(十一) 积极培育国际消费市场。依托中心城市和重要旅游目的地，培育面向全球旅游消费者的国际消费中心。鼓励有条件的城市运用市场手段以购物节、旅游节、影视节、动漫节、读书季、时装周等为载体，提升各类国际文化体育会展活动的质量和水平，鼓励与周边国家（地区）联合开发国际旅游线路，带动文化娱乐、旅游和体育等相关消费。畅通商品进口渠道，稳步发展进口商品直销等新型商业模式。加快出台增设口岸进境免税店的操作办法。扩大72小时过境免签政策范围，完善和落实境外旅客购物离境退税政策。

六、创新并扩大有效供给

紧紧围绕消费升级需求，着力提高供给体系质量和效率，鼓励市场主体提高产品质量、扩大新产品和服务供给，营造大众创业、万众创新的良好环境，适当扩大先进技术装备和日用消费品进口，多渠道增加有效供给。

(十二) 改造提升传统产业。加快推动轻工、纺

织、食品加工等产业转型升级，瞄准国际标准和细分市场的需求，从提高产品功效、性能、适用性、可靠性和外观设计水平入手，全方位提高消费品质量。实施企业技术改造提升行动计划，鼓励传统产业设施装备智能化改造，推动生产方式向数字化、精细化、柔性化转变；推进传统制造业绿色化改造，推行生态设计，加强产品全生命周期绿色管理。支持制造业由生产型向生产服务型转变，引导制造企业延伸产业链条、增加服务环节。实施工业强基工程，重点突破核心基础零部件（元器件）、先进基础工艺、关键基础材料、产业技术基础等瓶颈。加强计量技术基础建设，提升量传溯源、产业计量服务能力。健全国产首台（套）重大技术装备市场应用机制，支持企业研发和推广应用重大创新产品。

（十三）培育壮大战略性新兴产业。顺应新一轮科技革命和产业变革趋势，加快构建现代产业技术体系，高度重视颠覆性技术创新与应用，以技术创新推动产品创新，更好满足智能化、个性化、时尚化消费需求，引领、创造和拓展新需求。培育壮大节能环保、新一代信息技术、新能源汽车等战略性新兴产业。推动三维（3D）打印、机器人、基因工程等产业加快发展，开拓消费新领域。支持可穿戴设备、智能家居、数字媒体等市场前景广阔的新兴消费品发展。完善战略性新兴产业发展政策支持体系。

（十四）大力发展服务业。以产业转型升级需求为导向，着力发展工业设计、节能环保服务、检验检测认证、电子商务、现代流通、市场营销和售后服务等产业，积极培育新型服务业态，促进生产性服务业专业化发展、向价值链高端延伸，为制造业升级提供支撑。顺应生活消费方式向发展型、现代型、服务型转变的趋势，重点发展居民和家庭服务、健康养老服务贴近人民群众生活、需求潜力大、带动力强的生活性服务业，

着力丰富服务内容、创新服务方式，推动生活性服务业便利化、精细化、品质化发展。支持有条件的服务业企业跨业融合发展和集团化网络化经营。

（十五）推动大众创业万众创新蓬勃发展。加强政策系统集成，完善创业创新服务链条，加快构建有利于创业创新的良好生态，鼓励和支持各类市场主体创新发展。依托国家创新型城市、国家自主创新示范区、战略性新兴产业集聚区等创业创新资源密集区域，构建产业链、创新链与服务链协同发展支持体系，打造若干具有世界影响力的创业创新中心。加快建设大型共用实验装置以及数据资源、生物资源、知识和专利信息服务等科技服务平台。发展众创、众包、众扶、众筹等新模式，支持发展创新工场和虚拟创新社区等新型孵化器，积极打造孵化与创业投资结合、线上与线下结合的开放式服务载体，为新产品、新业态、新模式成长提供支撑。健全知识、技术、管理、技能等创新要素按贡献参与分配的机制。发展知识产权交易市场，严格知识产权保护，加大侵权惩处力度，建立知识产权跨境维权救援机制。

（十六）鼓励和引导企业加快产品服务升级。引导企业更加积极主动适应市场需求变化，支持企业通过提高产品质量、维护良好信誉、打造知名品牌，培育提升核心竞争力。支持企业应用新技术、新工艺、新材料，加快产品升级换代、延长产业链条。支持企业运用新平台、新模式，提高消费便利性和市场占有率。鼓励企业提升市场分析研判、产品研发设计、市场营销拓展、参与全球竞争等能力。优化产业组织结构，培育一批核心竞争力强的企业集团和专业化中小企业。激发和保护企业家精神，鼓励勇于创新、追求卓越。

（十七）适度扩大先进技术装备和日用消费品进口。健全进口管理体制，完善先进技术和设备进口免税政策，积极扩大新技术引进和关键设备、零部件进口；

降低部分日用消费品进口关税，研究调整化妆品等品目消费税征收范围，适度增加适应消费升级需求的日用消费品进口。积极解决电子商务在境内外发展的技术、政策等问题，加强标准、支付、物流、通关、计量检测、检验检疫、税收等方面的国际协调，创新跨境电子商务合作方式。

（十八）鼓励企业加强质量品牌建设。实施质量强国战略，大力推动中国质量、中国品牌建设。推行企业产品质量承诺和优质服务承诺标志与管理制度，在教育、旅游、文化、产品“三包”、网络消费等重点领域开展服务业质量提升专项行动。实施品牌价值提升工程，加大“中国精品”培育力度，丰富品牌文化内涵，积极培育发展地理标志商标和知名品牌。保护和传承中华老字号，振兴中国传统手工艺。完善品牌维权与争端解决机制。引导企业健全商标品牌管理体系，鼓励品牌培育和运营专业服务机构发展，培育一批能够展示“中国制造”和“中国服务”优质形象的品牌与企业。

七、优化政策支撑体系

着眼于发挥制度优势、弥补市场失灵、引导市场行为，系统调整财税、金融、投资、土地、人才和环境政策，加强政策协调配合，形成有利于消费升级和产业升级协同发展的政策环境。

（十九）强化财税支持政策。加大对新消费相关领域的财政支持力度，更好发挥财政政策对地方政府和市场主体行为的导向作用。完善地方税体系，逐步提高直接税比重，激励地方政府营造良好生活消费环境、重视服务业发展。落实小微企业、创新型企业税收优惠政策和研发费用加计扣除政策。适时推进医疗、养老等行业营业税改征增值税改革试点，扩大增值税抵扣范围。严格落实公益性捐赠所得税税前扣除政策，进一步简化公

益性捐赠所得税税前扣除流程。按照有利于拉动国内消费、促进公平竞争的原则，推进消费税改革，研究完善主要适应企业对企业（B2B）交易的跨境电子商务零售进口税收政策，进一步完善行邮税政策及征管措施。健全政府采购政策体系，逐步扩大政府购买服务范围，支持民办社会事业、创新产品和服务、绿色产品等发展。完善消费补贴政策，推动由补供方转为补需方，并重点用于具有市场培育效应和能够创造新需求的领域。

（二十）推动金融产品和服务创新。完善金融服务体系，鼓励金融产品创新，促进金融服务与消费升级、产业升级融合创新。发挥金融创新对技术创新的助推作用，健全覆盖从实验研究、中试到生产全过程的科技创新融资模式，更好发挥政府投资和国家新兴产业创业投资引导基金的杠杆作用，提高信贷支持创新的灵活性和便利性。鼓励商业银行发展创新型非抵押类贷款模式，发展融资担保机构。规范发展多层次资本市场，支持实体经济转型升级。支持互联网金融创新发展，强化普惠金融服务，打造集消费、理财、融资、投资等业务于一体的金融服务平台。支持发展消费信贷，鼓励符合条件的市场主体成立消费金融公司，将消费金融公司试点范围推广至全国。鼓励保险机构开发更多适合医疗、养老、文化、旅游等行业和小微企业特点的保险险种，在产品“三包”、特种设备、重点消费品等领域大力实施产品质量安全责任保险制度。

（二十一）优化政府投资结构。聚焦提供适应新消费新投资发展需要的基础设施和公共服务，创新投资方式，更好发挥政府投资的引领、撬动和催化作用。加大政府对教育、医疗、养老等基础设施，以及农村地区和中西部地区基础设施和公共服务领域的投资力度。加强适应新消费和新产业、新业态、新模式发展需要的基础设施和公共平台建设，强化对科技含量高、辐射

带动作用强、有望形成新增长点的重大科技工程项目的支持，充分发挥政府投资对创新创业、技术改造、质量品牌建设等的带动作用。推动健全政府和社会资本合作（PPP）法律法规体系，创新政府投资与市场投资的合作方式，明确并规范政府和社会资本的权责利关系，鼓励和吸引社会资本参与新消费相关基础设施和公共服务领域投资。

（二十二）完善土地政策。按照优化用地结构、提升利用效率的要求，创新建设用地供给方式，更好满足新消费新投资项目用地需求。优化新增建设用地结构，加快实施有利于新产业新业态发展和大众创业、万众创新的用地政策，重点保障新消费新投资发展需要的公共服务设施、交通基础设施、市政公用设施等用地，适当扩大战略性新兴产业、生产性和生活性服务业、科研机构及科技企业孵化机构发展用地，多途径保障电动汽车充电设施、移动通信基站等小型配套基础设施用地。优化存量建设用地结构，积极盘活低效利用建设用地。推广在建城市公交站场、大型批发市场、会展和文体中心地上地下立体开发及综合利用。鼓励原用地企业利用存量房产和土地发展研发设计、创业孵化、节能环保、文化创意、健康养老等服务业。依法盘活农村建设用地存量，重点保障农村养老、文化及社区综合服务设施建设用地，合理规划现代农业设施建设用地。

（二十三）创新人才政策。加大人才培养和引进力度，促进人才流动，为消费升级、产业升级、创新发展提供人才保障。培养适应产业转型升级和新兴产业发展需要的人才队伍，扩大家政、健康、养老等生活性服务业专业人才规模，加强信息、教育、医疗、文化、旅游、环保等领域高技能人才和专业技术人才队伍建设。培养更多既懂农业生产又懂电子商务的新型农民。推动医疗、教育、科技等领域人才以多种形式充分流动。完

善医疗、养老服务护理人员职业培训补贴等政策。通过完善永久居留权、探索放宽国籍管理、创造宽松便利条件等措施加大对国际优秀人才的吸引力度。

（二十四）健全环境政策体系。建立严格的生态环境保护政策体系，强化节约环保意识，以健康节约绿色消费方式引导生产方式变革。完善统一的绿色产品标准、标识、认证等体系，开展绿色产品评价，政府采购优先购买节能环保产品。鼓励购买节能环保产品和服务，支持绿色技术、产品研发和推广应用。鼓励发展绿色建筑、绿色制造、绿色交通、绿色能源，支持循环园区、低碳城市、生态旅游目的地建设。建立绿色金融体系，发展绿色信贷、绿色债券和绿色基金。推行垃圾分类回收和循环利用，推动生产和生活系统的循环链接。推进生态产品市场化，建立完善节能量、碳排放权、排污权、水权交易制度。大力推行合同能源管理和环境污染第三方治理。

各地区、各部门要高度重视并主动顺应消费升级大趋势，积极发挥新消费引领作用，加快培育形成新供给新动力，推动经济实现有质量、有效益、可持续发展。要加强组织领导和统筹协调，强化部门协同和上下联动，推动系统清理并修订或废止不适应新消费新投资新产业新业态发展的法律法规和政策，加快研究制定具体实施方案和配套措施，明确责任主体、时间表和路线图，形成政策合力。要完善政策实施评估体系，综合运用第三方评估、社会监督评价等多种方式，科学评估实施效果。加大督查力度，确保积极发挥新消费引领作用、加快培育形成新供给新动力各项任务措施落到实处。

国务院

2015年11月19日

专家解读:

发挥消费的基础作用写入中央文件

日前，国务院连续下发《积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》和《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》，这是十八届五中全会通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十三个五年规划的建议》后，国家在促进居民消费方面制定的具体政策意见。随着我国经济进入新常态，消费在经济发展中发挥的作用愈加重要。近日，多位专家接受中国消费者报记者采访，对十三五期间如何鼓励消费，通过消费促进经济发展，提出了专业意见。

从未有过的新提法

10月29日，十八届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十三个五年规划的建议》中提出，“发挥消费对增长的基础作用，着力扩大居民消费”。在随后的一个月里，国务院连续下发多个与鼓励消费相关的政策文件。“发挥消费对增长的基础作用”也是一个从未有过的新提法。这说明消费已经被推到了一个前所未有的地位。

西安交大经济与金融学院博导文启湘教授表示：“密集释放的政策信号显示，在十三五期间，消费在经济发展中的作用已经上升到首要位置，成为未来

经济健康发展的关键。”

文启湘告诉记者，2010年第三季度后，国内生产总值增速就从超过10%一路下行，我国经济结构性减速开始步入新常态。新常态包含和要求经济增长动力转换，就是要从要素驱动、投资驱动，转向消费驱动、创新驱动。消费既是“有效配置社会资源的重要依托”，又是“拉动经济增长的根本动力”。因而，消费要适应新常态、服务新常态、并引领新常态，促进和引导经济更加稳健、更有质量、更可持续的发展。为此，必须加快推进消费转型升级，实现消费创新发展，充分发挥消费驱动作用。推进消费转型升级既是当务之急，又是长期的战略任务。

国家统计局公布的今年前三季度国民经济运行报告显示，前三季度，最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为58.4%，比上年同期提高9.3个百分点。国家统计局新闻发言人盛来运表示，尽管投资增速、出口增速在回落，但是消费增长相对比较稳健。1-9月份，社会消费品零售总额扣除物价因素以后实际增长10.5%，且增速在逐月提高。

西南财经大学消费经济研究所毛中根教授引用美国著名发展经济学家罗斯托的经济成长阶段理论指出，目前我国

社会总体已经进入“成熟阶段”，北京上海等少数城市更已经进入“高额群众消费阶段”，在这样的经济发展阶段，鼓励消费，发展消费就成为社会发展的必然选择。

毛中根表示：“我国已经是生产大国，但还不是消费大国，消费大国体现在消费的总量、结构、质量和理念等方面，我国正处于从生产大国向消费大国转变当中，鼓励消费、发展消费是历史必然。”

亮新招实招

毛中根认为，鼓励消费依靠三条原则，一是让消费者有能力，二是让消费者愿意消费，三是让消费者敢于消费。现实中仍然存在许多阻碍。比如说经济发展不平衡，导致部分居民收入有限，消费能力有限；社会保障制度不完善，很多居民花钱有顾忌，不敢大胆消费；配套设施不完善，限制了消费选择；消费者知识和能力限制消费意愿的释放等。“再比如说新能源汽车，限制新能源汽车消费的重要原因之一就是充电桩等配套设施不够完善。”毛中根说：“如果不解决好配套设施，很多消费品和服务的潜力都难以得到释放。”

毛中根对记者说：“值得注意的是，限制消费的原因往往是复合的，最

明显的就是农村消费市场。相比城市，我国农村消费市场明显落后，究其原因，收入较低和社会保障水平落后是限制农村消费市场激活的根本原因，硬件设施不完善也是阻碍农村消费发展的重要因素。目前电商在城市市场发展速度很快，而在农村，由于基础设施不够完善，农民上网困难，快递物流也延伸不到农村，很多农民由于知识、能力的限制，不懂得如何网购，这使得许多农民无法参与电商活动，同时也意味着农村电商尚有着未被激活的巨大潜力。”

文启湘也认为，发展消费就是要发展消费力，而消费力包含丰富的内容，不仅要有经济收入形成的支付能力即购买力，对消费对象的认识能力，而且还要拥有商品及劳务使用、操作技能，对商品与劳务的享受能力，以及维护消费者权益的能力。现在，这些方面都还存在许多障碍，如消费市场还存在很多侵犯消费者权益的现象，这也阻碍了消费需求释放。

多管齐下

西南财经大学消费经济研究所教授毛中根认为，需要新的思维来引领消费，扩大消费，比如解决贫困问题依然是扩大消费、鼓励消费的前提，但是解决贫困问题要“精准扶贫”，用更有效的措施解决农民的贫困问题，不能光提供扶贫款，还要帮助农民切实掌握致富的能力。就社会群体来说，还需要针对不同收入的人群，比如较为贫困人群、

收入有保障的人群、中产收入人群、富裕人群，分别制定不同的消费指导方针，这样更有针对性，也更具合理性。通过精准定位，精准营销来释放消费潜力。

毛中根还指出，移动互联网给农村电商发展带来了新机遇，智能手机可以让更多的农民参与到电商网购中来。近年来，在国家倡导下，各大电商平台也积极开展电商下乡活动，努力争取打通“最后一公里”。下一步，需要在农村建设更多的电商网点，以及物流基础设施，这不仅能帮助农村消费者从网上买东西，还能帮助他们将自己生产的农作物上网销售，从而帮助他们致富。

西安交大经济与金融学院博导文启湘教授认为，要提高消费力必须大力增强消费者自身的维权意识和能力，尤其是提高农民维权意识和能力。为此，一是消费者要主动接受消费教育，树立正确的消费观念，并掌握商品或服务产品的使用、操作技能；二是要通过接受消费法律教育，明确并掌握消费者权利的基本内容；三是消费者要依法行使结社权，通过消费者组织的力量维护自己的权益，解决单个消费者因势单力薄自我保护乏力的问题，增强消费者的维权力量；四是要健全市场经济法制，完善法律体系，加大执法力度，并建立健全消费者保护的行政体系和社会体系，以加强行政监督和社会监督。

“消费教育十分重要。”文启湘表示：“除了文明、科学消费观念的教

育，提高消费知识与消费技能的教育，维护消费者权益的教育外，还应包括消费心理预期的教育，提高厂家、商家消费认识的教育，消费环境与生态消费的教育，增强信息意识和知识价值的教育等。建议将消费教育纳入全民教育体系，使其成为全民素质教育的重要组成部分。”

消费者说

@法律乃我信仰：十三五规划中提出未来5年主要靠消费拉动经济增长，这个规划好。然而，当前的消费环境堪忧，靠消费拉动经济增长与优化消费环境应是配套方案。

@逍遥微侠：十三五前夕，高层的发展路线已清晰，未来，以投资、出口、消费为三驾马车拉动的粗放经济增长方式将会变得越来越精细化，而以服务业为主的第三产业将迎来大发展机会。

@黄水焰：部分居民收入依然有限，使得消费能力有限。举例来说，一些不富裕的家庭，消费能力本来就低，如何顾得上孩子的阅读消费？此时，国家在儿童阅读中应发挥更大的作用，下力气建设儿童社区型阅读室，让校园图书馆不再是展品。

@金臂飞毛腿：中央提出的供给侧改革是及时的。目前的实际情况是，企业的有效信贷需求严重不足，以后，银行放贷难的局面还会加剧。改革供应方，就是要调整结构，提升质量，促使产业升级，否则，一味的放松货币和财政拉动需求，只能制造低层次消费量和供给量，形成低水平恶性循环。（任震宇）

国办印发 《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》

国务院办公厅日前印发《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》。《意见》对我国进一步加强金融

消费者权益保护、提升金融消费者信心、促进金融市场健康运行、维护国家金融稳定、实现全面建成小康社会战略

目标具有重要意义。《意见》原文如下：

国务院办公厅关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见

国办发〔2015〕81号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

金融消费者是金融市场的重要参与者，也是金融业持续健康发展的推动者。加强金融消费者权益保护工作，是防范和化解金融风险的重要内容，对提升金融消费者信心、维护金融安全与稳定、促进社会公平正义和社会和谐具有积极意义。随着我国金融市场改革发展不断深化，金融产品与服务日趋丰富，在为金融消费者带来便利的同时，也存在提供金融产品与服务的行为不规范，金融消费纠纷频发，金融消费者权益保护意识不强、识别风险能力亟待提高等问题。为规范和引导金融机构提供金融产品和服务的行为，构建公平、公正的市场环境，加强金融消费者权益保护工作，经国务院同意，现提出如下意见：

一、指导思想

以党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神

为指导，认真落实党中央、国务院决策部署，坚持市场化和法治化原则，坚持审慎监管与行为监管相结合，建立健全金融消费者权益保护监管机制和保障机制，规范金融机构行为，培育公平竞争和诚信的市场环境，切实保护金融消费者合法权益，防范和化解金融风险，促进金融业持续健康发展。

二、工作要求

（一）人民银行、银监会、证监会、保监会（以下统称金融管理部门）要按照职责分工，密切配合，切实做好金融消费者权益保护工作。金融管理部门和地方政府要加强合作，探索建立中央和地方政府金融消费者权益保护协调机制。

（二）银行业机构、证券业机构、保险业机构以及其他从事金融或与金融相关业务的机构（以下统称金融机构）应当遵循平等自愿、诚实守信等原则，充分尊重并自觉保障金融消费者的财产安全权、知情权、自主选

择权、公平交易权、依法求偿权、受教育权、受尊重权、信息安全等基本权利，依法、合规开展经营活动。

(三) 金融领域相关社会组织应当发挥自身优势，积极参与金融消费者权益保护工作，协助金融消费者依法维权，推动金融知识普及，在金融消费者权益保护中发挥重要作用。

三、规范金融机构行为

(一) 健全金融消费者权益保护机制。金融机构应当将保护金融消费者合法权益纳入公司治理、企业文化建设和经营发展战略中统筹规划，落实人员配备和经费预算，完善金融消费者权益保护工作机制。

(二) 建立金融消费者适当性制度。金融机构应当对金融产品和服务的风险及专业复杂程度进行评估并实施分级动态管理，完善金融消费者风险偏好、风险认知和风险承受能力测评制度，将合适的金融产品和服务提供给适当的金融消费者。

(三) 保障金融消费者财产安全权。金融机构应当依法保障金融消费者在购买金融产品和接受金融服务过程中的财产安全。金融机构应当审慎经营，采取严格的内控措施和科学的技术监控手段，严格区分机构自身资产与客户资产，不得挪用、占用客户资金。

(四) 保障金融消费者知情权。金融机构应当以通俗易懂的语言，及时、真实、准确、全面地向金融消费者披露可能影响其决策的信息，充分提示风险，不得发布夸大产品收益、掩饰产品风险等欺诈信息，不得作虚假或引人误解的宣传。

(五) 保障金融消费者自主选择权。金融机构应当在法律法规和监管规定允许范围内，充分尊重金融消费者意愿，由消费者自主选择、自行决定是否购买金融产品或接受金融服务，不得强买强卖，不得违背金融消费者意愿搭售产品和服务，不得附加其他不合理条件，不得采用引

人误解的手段诱使金融消费者购买其他产品。

(六) 保障金融消费者公平交易权。金融机构不得设置违反公平原则的交易条件，在格式合同中不得加重金融消费者责任、限制或者排除金融消费者合法权利，不得限制金融消费者寻求法律救济途径，不得减轻、免除本机构损害金融消费者合法权益应当承担的民事责任。

(七) 保障金融消费者依法求偿权。金融机构应当切实履行金融消费者投诉处理主体责任，在机构内部建立多层级投诉处理机制，完善投诉处理程序，建立投诉办理情况查询系统，提高金融消费者投诉处理质量和效率，接受社会监督。

(八) 保障金融消费者受教育权。金融机构应当进一步强化金融消费者教育，积极组织或参与金融知识普及活动，开展广泛、持续的日常性金融消费者教育，帮助金融消费者提高对金融产品和服务的认知能力及自我保护能力，提升金融消费者金融素养和诚实守信意识。

(九) 保障金融消费者受尊重权。金融机构应当尊重金融消费者的人格尊严和民族风俗习惯，不得因金融消费者性别、年龄、种族、民族或国籍等不同进行歧视性差别对待。

(十) 保障金融消费者信息安全权。金融机构应当采取有效措施加强对第三方合作机构的管理，明确双方权利义务关系，严格防控金融消费者信息泄露风险，保障金融消费者信息安全。

四、完善监督管理机制

(一) 完善金融消费者权益保护法律法规和规章制度。金融管理部门要推动及时修订与金融消费者权益保护相关的行政法规，积极推进金融消费者权益保护相关立法的基础性工作，研究探索金融消费者权益保护特别立法；逐步建立完善金融消费者权益保护规章制度，明确监管目标、原则、标准、措施和程序，指导建立金融消费者权益

保护业务标准。

(二) 加强金融消费者权益保护监督管理。金融管理部门要促进审慎监管与行为监管形成合力, 依法加强监督检查, 及时查处侵害金融消费者合法权益的行为; 创新非现场监管方式, 合理运用评估等手段, 进一步提高非现场监管有效性; 建立健全金融消费者投诉处理机制, 有效督办、处理金融消费者投诉案件; 完善风险提示和信息披露机制, 加强创新型金融产品风险识别、监测和预警, 防范风险扩散, 加大对非法金融活动的惩处力度, 维护金融市场有序运行。

(三) 健全金融消费者权益保护工作机制。金融管理部门要健全机构设置, 强化责任落实和人员保障; 加强金融消费者权益保护协调机制建设, 建立跨领域的金融消费者教育、金融消费争议处理和监管执法合作机制, 加强信息共享, 协调解决金融消费者权益保护领域的重大问题, 形成监管合力; 强化国际监管合作与交流, 推动金融消费者权益跨境监管和保护。

(四) 促进金融市场公平竞争。金融管理部门要有效运用市场约束手段防止金融机构不正当竞争行为, 鼓励金融机构以提高客户满意度为中心开发更多适应金融消费者需要的金融产品和服务, 提升服务水平, 公平参与市场竞争。

五、建立健全保障机制

(一) 提升金融消费者权益保护水平。有关部门和地方人民政府要在各自职责范围内积极支持和配合金融消费者权益保护工作, 健全全方位、多领域的金融消费者权益保护工作保障机制, 依法打击各类金融违法犯罪活动, 有效保护金融消费者合法权益。

(二) 建立重大突发事件协作机制。对于涉及金融消费者权益保护的重大突发事件, 地方人民政府负责协调本行政区域内各方力量做好应急处置工作。金融管理部门要积极协同配合, 协调相关金融机构做好应急响应及处置

工作。

(三) 建立金融知识普及长效机制。金融管理部门、金融机构、相关社会组织要加强研究, 综合运用多种方式, 推动金融消费者宣传教育工作深入开展。教育部要将金融知识普及教育纳入国民教育体系, 切实提高国民金融素养。

(四) 建立金融消费纠纷多元化解决机制。金融管理部门、金融机构要建立和完善金融消费投诉处理机制, 畅通投诉受理和处理渠道, 建立金融消费纠纷第三方调解、仲裁机制, 形成包括自行和解、外部调解、仲裁和诉讼在内的金融消费纠纷多元化解决机制, 及时有效解决金融消费争议。

(五) 促进普惠金融发展。金融管理部门要根据国家发展普惠金融有关要求, 扩大普惠金融覆盖面, 提高渗透率。金融机构应当重视金融消费者需求的多元性与差异性, 积极支持欠发达地区和低收入群体等获得必要、及时的基本金融产品和服务。

(六) 优化金融发展环境。建立以政府为主导、社会广泛参与的金融发展环境优化机制, 加强社会信用体系建设, 增强金融机构、金融消费者契约精神和信用意识, 推动金融消费者权益保护环境评估工作, 为保护金融消费者合法权益创造良好金融发展环境。

各地区、各有关部门要按照党中央、国务院决策部署, 加强组织领导, 注重沟通协调, 强化组织和能力建设, 在人力、财力、物力等方面给予充分支持。各有关部门要结合实际, 抓紧研究制定具体实施办法, 采取有效措施, 切实承担起金融消费者权益保护监管职责, 保护金融消费者合法权益, 共同营造良好社会氛围, 促进金融业持续健康发展, 为实现全面建成小康社会的宏伟目标作出贡献。

国务院办公厅

2015年11月4日

现状：金融诈骗屡屡得逞 暴露监管漏洞

一个复杂的金融游戏，被包装成一款“安全、保底”的银行理财产品，卖给了金融消费者。但最终因为资金链断裂而无法兑付10%以上的年利，以至于消费者连本金都无法赎回。最近一段时间，类似的骗局屡屡被揭出。公众不禁要问，为什么这样的骗局屡屡得逞。

近日，在中国金融消费者保护论坛上，类似的金融骗局也成为金融界大咖讨论的焦点。

有意思的是，与会专家们关注的不是这些案件里操作手法的变换，而是把目光放得更远：金融诈骗一再得手，暴露出金融监管体制的弊端，是一些地方政府无序金融竞争的必然结果。

“金融中心”不是凭空来的

目前揭出的很多金融骗局之所以得手，一个重要的原因在于，它们的产品都能出现在银行的柜台上，很多投资者由此误以为，这些理财产品有银行信誉背书。却不知，银行只是一个销售渠道。此外，还有一些金融公司获得了地方政府的支持，这些公司在宣传产品时也把这作为一个证明产品可信的卖点。

因为过于热衷发展金融，一些地方政府往往给一些金融项目开通绿色通道，甚至为其“站台”。财新智库战略合规顾问王君表示，近年来不少地方政

府想把自己打造成高大上的“金融中心”，却完全不考虑自己究竟是否有能力、有底气。

“大量的公共资源被浪费在金融上。”王君对一座城市的“金融渴求度”表示担忧。他说，这座城市东部和西部两个行政区都在争金融，甚至使出了“给在本区落地的外资金融机构总部高管奖励”的招数来争抢金融机构。

华东政法大学经济学院院长吴弘的团队曾做过一项统计，在上海宣布要建设国际金融中心以后，全国共有23个城市相继提出建设国际金融中心，且都并非“口头说说”，而是落到了“红头文件”上。

无独有偶，上海在宣布成立股权交易平台后，其周边一座城市也立马宣布成立股权交易平台，而两座城市之间相距不过100多公里，高铁1小时直达，原本并没有必要成立两个功能近似的交易平台。

王君说，不少城市争相把“高大上”的外资金融机构“整”过去，“搞不懂，把他们整过来，有什么用？”

理财产品陷阱多

我国金融监管体制在“理财产品”监管方面也有些力不从心。中国银行首席经济学家、中欧陆家嘴国际金融研究

院联席院长曹远征说，我国的金融监管体制与大多数国家不同，简单而言，国外的金融监管机构主要“管产品”，而我国的金融监管机构则是“主体监管”，即“管机构”。且为分层监管，全国性的大银行、大机构归北京方面管，而地方性的小银行、小贷公司等则归地方金融办管理。

他表示，出了问题的地方性的理财产品，应当由地方政府相关部门负责监管，但问题是，在出事前，谁也搞不清它的具体业务。按照金融监管相关规定，负债类业务即包括短期借款、存入保证金、吸收存款、卖出回购金融资产款等，应当由银监会系统监管。而权益类业务包括股票、证券投资基金、股票型基金等应当由证监会系统监管。

但是一些金融产品的设计得比较复杂，可能涉及所有业务，这也带来了监管难题。

中欧陆家嘴国际金融研究院副院长、中欧国际工商学院案例研究中心副主任刘胜军说，近年来我国银行销售的理财产品呈爆炸式增长，理财产品销售占银行资金来源的三分之一，因此银行业务员推荐理财产品的积极性极高。

但是，对于理财产品的监管却非常欠缺。中欧陆家嘴国际金融研究院发布的《中国金融消费者保护报告2015》显示，银行理财市场存在诸多问题。



一是规范理财市场诸多文件的强制力不足。理财业务的不少规范都以监管机构“指引”“通知”的形式发布，而未以“管理办法”“规定”等形式发布。“通知”并非强制性法律文件，对商业银行的行为缺乏相应约束力。事实上，很多文件内容都属于框架性的指导意见，并没有具体的指引性文件，也没有太强的强制性，以至于在实际实施过程中，效果打了折扣。

二是理财业务中消费者的法律地位模糊。无论是《商业银行法》，还是《银行业监督法》都没有提到“金融消费者”，仅明确了需要保护“存款人和其他客户”的合法权益。在法律层面缺乏对“金融消费者”的直接规定，容易

导致相关下位法的立法缺乏法律依据、相关行政监管政策也会因此有“越权”或“无授权”的嫌疑，最终使得对金融消费者的保护流于口号和形式。

曹远征认为，“要有一套监管产品的体制出来，没有对产品的监管，保护金融消费者就是纸上谈兵。”

不懂金融，还要玩金融

一个略显尴尬的现实是，大多数金融消费者并不懂金融。12月2日，国际评级机构标准普尔发布调查称，中国民众金融知识水平较低，超过三分之二的成年人不具备金融常识。调查显示，72%的中国成年人不能正确理解风险分散、

通货膨胀和复利等重要金融概念。

不懂金融却要玩金融。“反正银行是国家的”“反正国家会有说法”的想法，往往让金融消费者放松警惕，进行高风险投资。王君说，自己见过明明已经资不抵债却不被地方政府允许破产的银行，对方的说法是，“地方政府会向上报告，这是我们市里的银行，不能倒闭。”

他认为，投资者必须明白，他们要为自己的高风险投资承担风险。目前我国对金融消费者的教育保护仍处在初级阶段，“不是到陆家嘴摆个摊，发发传单、拍个照、录个像就算教育消费者了。”解决问题的根本手段，是加强监管。(中国青年报)

食安法实施条例修订草案征求意见： 故意违法从重处罚

第十二届全国人大常委会第十四次会议审议通过的新《食品安全法》已于2015年10月1日起施行。为深入贯彻落实新《食品安全法》，切实保障公众饮食安全，国家食品药品监督管理总局根据国务院的决策部署，按照“四个最严”的要求，起草了《食品安全法实施条例》修订草案。

按照《食品安全法》“建立科学、严格的监督管理制度”的基本要求，草案对现行《食品安全法实施条例》进行了细化、补充和完善。重点修改内容包括：

一是强化了食品安全基础性制度。草案进一步细化了食品安全风险监测信息报告和通报制度，完善了食品安全风险评估和食品安全标准的制定程序。如草案规定，国家食品安全风险监测计划应当将尚未制定食品安全标准的食品及相关有害因素作为重点监测对象。

二是强化了食品生产经营者主体责任。草案细化了食品生产经营者、食品贮存和运输者、食品安全管理人员的义务，完善了食品生产经营许可、食品安全追溯、食品生产经营过程控制等制度，强化了食用农产品经营、特殊食品生产经营、进出口食品经营、农村食品安全保障等具体管理要求。

三是强化了食品安全监督管理。草案明确了监督管理部门上下级职责划分，完善了食品安全体系检查、飞行检查、日常



检查制度，强化了基层食品安全监管机构的作用，加强了监管部门与公安机关在案件移送和证据方面的相互衔接，增加了食品安全检查员制度。如国家建立食品安全检查员制度。省级以上人民政府食品药品监督管理部门建立专职食品安全检查员队伍，对规模以上食品生产经营企业的良好操作规范、危害分析与关键控制点体系实施情况进行现场检查。

四是强化了食品安全社会共治。草案进一步细化了食品安全社会共治要求，在食品安全风险监测、食品生产经营者自查、快速检测方法评价等方面，充分发挥社会第三方或者行业协会的作用，增加了食品安全司法鉴定制度。如草案规定，国务院食品药品监督管理部门会同国务院司法行政部门制定食品安全司法鉴定管理办法，明确食品安全司法鉴定机构和鉴定人员目录。

五是强化了食品安全违法责任追究。草案细化了食品安全法律责任裁量标准，

明确了食品安全违法“情节严重”的具体情形，增设了故意违法从重处罚的情形，提出了案件移送期间相关行政处罚的要求。如草案规定，食品生产经营违法行为涉嫌刑事犯罪的，在立案侦查、审查起诉和审判期间，为预防和控制食品安全风险，食品药品监督管理等部门可以依法作出责令停产停业、吊销许可证等行政处罚。

为进一步提高立法质量，按照科学立法、民主立法的原则，国家食品药品监督管理总局决定全文公布修订草案，广泛征求社会各界意见。真诚欢迎社会各界提出修改意见和建议。

请于2016年1月8日前，将意见和建议邮寄至北京市西城区宣武门西大街26号院2号楼，国家食品药品监督管理总局法制司（邮编100053），并在信封上注明“条例征求意见”字样；或者将意见和建议的电子邮件发送至rendp@cfda.gov.cn。



中消协：部分“双十一”网购商品价格跟踪情况报告

近年来，“双十一”已经演变成为消费者网购狂欢节。这一天，众多消费者在享受购物快乐的同时，也意图获得经济上的实惠。然而从全国消协组织受理投诉统计咨询情况看，相关消费纠纷呈现急剧上升的趋势，价格虚高打折、产品质量低劣、送达货物迟缓、售后服务差等问题较多，网购消费者权益受到损害情况较为突出。双十一前，大部分电商推出了“限时抢购”、“爆款秒杀”、“巨惠特卖”等各类促销活动，声称折扣力度空前，让利于消费者，吸引消费者参与。为了解电商平台价格诚信等相关情况，加强对电商平台的社会监督，中消协组织开展了双十一网购商品价格体验式调查活动，由中消协工作人员以普通消费者身份，进入参与双十一折扣活动的电商平台，选择购买与消费者日常生活联系密切且标示折扣力度相对较大的商品，记录11月11日当天的价格折扣，并对后期价格进行跟踪调查。相关价格调查跟踪结果如下：

一、总体情况

本次调查共涉及12家电商平台、12大品类，调查大多选取了双十一当天标示折扣力度相对大（5折以下）、网上标示销量相对多的94款商品。调查以双十一当天价格和折扣为基准，并追踪了11月18日和12月5日两个时间节点的商品价格，详细了解电商双十一价格等相关情况。

与双十一价格相比，11月18日价格调查结果显示，73款同款在售商品中，23款价格不变，仍维持在双十一促销时同一水平；45款价格上涨，价格涨幅最高达到10倍；5款在双十一一周之后价格不升反降，售价低于双十一价格。

与双十一价格相比，12月5日价格调查结果显示，73款同款在售商品中，相比于双十一价格，共有18款价格维持不变，48款价格有不同程度的上涨，7款价格下降。

权威发布

Authoritative release

从三次价格调查结果（详情见附表）可以看出，94款商品中，共有32款仍能以不高于双十一价格购买。调查中，共有20款商品宣称“已售完”或“已下架”以致价格无法明确查询。

二、主要问题

1.部分商品涉嫌虚假折扣。调查发现，在一些电商平台中，无论是自营还是非自营商品，均存在以商品“专柜价”或“厂家建议价”为基准价进行大幅打折行为。然而，这些专柜价、建议价（原价）存在随意标注的情况，涉嫌虚假折扣。如某款女装吊牌价是528元，在网上却标称原价1,199元，折后售价89元，商品的折扣价甚至低于1折。

2.部分商品“双十一”难得实惠。调查发现，双十一当天，几乎所有电商平台都是满屏的价格打折优惠、抽奖活动。电商平台打造的双十一购物狂欢节，给消费者的感觉是商品多、折扣多、优惠多，似乎当天不买就吃亏。然而，根据本次调查结果，双十一当天购买的商品中，在11月18日和12月5日两个时间节点，有23款仍可以以双十一价格购买，另有9款比双十一价格还低，这32款商品双十一价格并不实惠。

3.部分电商平台价格

标注混乱。调查发现，双十一期间，一些电商平台以“清仓价”、“限时抢购”、“史无前例，仅此一天”、“血拼24小时”、“逆天低价”、“双十一最省钱”等各种价格宣传形式误导消费者。不仅如此，双十一及后续时间节点，部分电商平台和商家价格标注较为随意，部分商品既做不到明码标价，更做不到明码实价，让消费者无所适从。

三、意见和建议

根据双十一网购商品价格跟踪情况，中消协提出如下建议：

1.加强价格监管，维护价格秩序。希望政府有关部门对电商平台价格行为加强监管，建立电商平台价格追踪监测机制，严厉查处电商平台虚标原价、虚假折扣等价格违法行为，营造公平竞争的电商平台市场价格秩序。

2.强化诚信经营，倡导明码实价。诚信是企业发展的基石。电商平台和相关经营者应自觉遵守国家有关法律法规和网络交易管理规定，做到诚实守信、依法经营。在经营活动中自觉遵守和维护市场价格秩序，不夸大宣传，不虚标价格，做到明折明扣明码实价。

3.依法主动维权，养成良好消费习惯。购买商品前应充分考虑自身实际需求，在价格上货比三家，避免冲动消费；选购商品时要充分了解商家信息和商品信息，必要时通过实体店详细了解相关情况，多方核实和比对；购买商品后，务必索取和保留相关交易凭证，养成良好的消费习惯；当合法权益受到损害时，要及时主动维权。

4.鼓励社会监督，营造安全放心网购环境。保护消费者合法权益是全社会共同的责任。要加强社会监督，鼓励广大消费者参与对网络经营行为的监督作用，自觉抵制、及时揭露和投诉举报相关违规违法行为，共同营造安全放心的网购环境。



“双十一”网络购物价格追踪情况一览表

(单位:元)

序号	电商渠道	品类	品牌	名称	实际购买价	标价	折扣	价格追踪 (11.18)	价格趋势(与双 十一相比)	价格追踪 (12.5)	价格趋势(与双 十一相比)
1	当当	家居家纺	睡眠博士	记忆枕	99	抢购价	—	129(满129 减30)	不变	99	不变
2	当当	日用品	膳魔师	保温杯	159	限时抢	—	159	不变	159	不变
3	国美在线	服饰鞋帽	卡普伦	钱包	159	498	3.2折	148	下降	148	下降
4	国美在线	电子产品	爱易思	耳机	28	68	4.1折	28	不变	28	不变
5	国美在线	家电产品	德力西	五孔插座面 板	61.5	205	3.0折	82.5	上涨	82.5	上涨
6	国美在线	家电产品	飞利浦	剃须刀	279	629	4.4折	279	不变	299	上涨
7	国美在线	家电产品	赛亿	电暖器	49	129	3.8折	59	上涨	59	上涨
8	国美在线	家居家纺	家博士	羊毛被	92	368	2.5折	92	不变	92	不变
9	国美在线	厨房用品	康宝	消毒碗柜	599	1599	3.7折	699	上涨	699	上涨
10	国美在线	钟表	冠琴	手表	195	585	3.3折	195	不变	195	不变
11	京东	服饰鞋帽	哈他雨莺	瑜伽服	215	328	6.6折	328	上涨	328	上涨
12	京东	服饰鞋帽	探路者	冲锋衣	469	1220	3.8折	499	上涨	499	上涨
13	京东	箱包皮具	sxllns	钱包皮带组 合套装	15.9	104.3	1.5折	198	上涨	79	上涨
14	京东	日用品	康贝	婴儿柔湿巾	11.11	25.9	4.3折	25.9	上涨	25.9	上涨
15	京东	日用品	沙宣	修护水养 专供装	82.9	170.5	4.9折	82.9	不变	82.9	不变
16	京东	食品酒水	可益康	蛋白质粉	58	120.4	4.8折	128	上涨	128	上涨
17	京东	图书	—	《如何掌控 自己的时间 和生活》	6.6	18.8	3.5折	6.6	不变	8.1	上涨
18	聚美优品	服饰鞋帽	adidas	夹克	196	569	3.4折	已售完	—	已售完	—
19	聚美优品	服饰鞋帽	niuco	风衣外套	278	1000	2.8折	已售完	—	已售完	—
20	聚美优品	服饰鞋帽	斯巴奴	毛呢外套	249	2088	1.2折	已售完	—	已售完	—
21	聚美优品	服饰鞋帽	UOQOO	马丁靴	296	3789	0.8折	已售完	—	已售完	—
22	聚美优品	化妆品	兰蔻	立体塑颜紧 致晚霜	109	536	2.0折	已售完	—	已售完	—
23	聚美优品	化妆品	兰蔻	立体塑颜焕 活精华乳	39.9	306	1.3折	已售完	—	已售完	—
24	聚美优品	化妆品	伊丽莎白 雅顿	日霜	79	660	1.1折	已售完	—	已售完	—
25	聚美优品	化妆品	伊丽莎白 雅顿	晚间面霜	79	1190	0.7折	已售完	—	已售完	—
26	苏宁	家电产品	九阳	豆浆机	349	899	3.9折	490	上涨	490	上涨
27	苏宁	化妆品	高丝	雪肌精化妆 水	171	380	4.5折	380	上涨	171	不变
28	苏宁	日用品	膳魔师	保温壶	119	470	2.5折	299	上涨	334	上涨
29	苏宁	食品酒水	麦洛威尔	红葡萄酒	78.5	398	2.0折	99	上涨	79	上涨
30	苏宁	钟表	汉时	石英钟	188	388	4.8折	188	不变	188	不变
31	淘宝	服饰鞋帽	范斯蒂克	运动外套	158	880	1.8折	262(可议 价)	上涨	262(可议 价)	上涨
32	淘宝	服饰鞋帽	GXG	羽绒外套	454	1699	2.7折	679	上涨	659	上涨
33	淘宝	服饰鞋帽	小银子欧 美范	羽绒服	455	910	5.0折	455	不变	445	下降
34	淘宝	服饰鞋帽	李宁	运动鞋	98	465	2.1折	已下架	—	已下架	—
35	淘宝	日用品	邦达	保温杯	33.9	172.5	2.0折	39.9	上涨	39.8	上涨
36	淘宝	日用品	膳魔师	保温杯	88	223	3.9折	90	上涨	92	上涨
37	淘宝	日用品	山山	竹炭包汽车 除味剂	19.9	199	1.0折	19.9	不变	19.9	不变
38	淘宝	厨房用品	本库	珐琅汤锅	269	1190	2.3折	368.9	上涨	368.9	上涨
39	淘宝	珠宝首饰	木之森加 里曼丹	沉香手串	315	3500	0.9折	3500	上涨	358	上涨
40	天猫	家电产品	艾美特	取暖器	349	1899	1.8折	399(满 399减30)	上涨	369(满1 送5元)	上涨
41	天猫	家电产品	贝尔莱德	挂烫机	268	1999	1.3折	339(满 338减40)	上涨	298	上涨
42	天猫	家电产品	长帝	烘焙烤箱	399	1988	2.0折	498(直降 100)	下降	498	上涨
43	天猫	电子产品	乐心	智能手环	89	699	1.3折	99	上涨	99	上涨

权威发布

Authoritative release

44	天猫	家电产品	美承	足浴盆	299	2199	1.3折	369	上涨	309	上涨
45	天猫	电子产品	香山	健康体重秤	69	359	1.9折	99	上涨	99	上涨
46	天猫	家电产品	荣事达	多功能煮茶壶	138.8	1180	1.2折	已下架	—	已下架	—
47	天猫	服饰鞋帽	韩都衣舍	连衣裙	148	688	2.1折	179	上涨	179	上涨
48	天猫	服饰鞋帽	舒雅	内裤	99	240	4.1折	128	上涨	118	上涨
49	天猫	服饰鞋帽	天美意	女靴	388	1198	3.2折	458 (满1件送50)	上涨	498 (满1件送50)	上涨
50	天猫	化妆品	兰可欣	气垫白霜BB霜	16	268	0.5折	17.8	上涨	17.8	上涨
51	天猫	日用品	雀氏	雀氏纸尿裤	199.9	640	3.1折	278	上涨	218	上涨
52	天猫	食品酒水	慈生堂	蜂蜜	149	432	3.4折	199	上涨	199	上涨
53	天猫	保健类	康恩贝	维生素C咀嚼片	15.3	106	1.4折	17	上涨	19.9	上涨
54	天猫	珠宝首饰	黛米	珍珠项链	114.4	469	2.4折	133	上涨	133	上涨
55	天猫	箱包皮具	雅士	行李箱	469	1480	3.2折	529	上涨	559	上涨
56	唯品会	服饰鞋帽	巴拉巴拉	毛呢长袖大衣	199	798	2.5折	已下架	—	已下架	—
57	唯品会	服饰鞋帽	可可鸭	羽绒服	99	689	1.4折	已下架	—	已下架	—
58	唯品会	服饰鞋帽	Pass	棉衣	148	2199	0.7折	已下架	—	已下架	—
59	唯品会	服饰鞋帽	尚古主义	连衣裙	118	1166	1.0折	已下架	—	已下架	—
60	唯品会	服饰鞋帽	涉趣	骑士靴	209	988	2.1折	已下架	—	已下架	—
61	唯品会	服饰鞋帽	天使之城	毛呢大衣	209	1999	1.0折	已下架	—	已下架	—
62	唯品会	服饰鞋帽	衣香丽影	羽绒服	238	1099	2.2折	已下架	—	已下架	—
63	唯品会	箱包皮具	臻格	单肩包	89	898	1.0折	已下架	—	已下架	—
64	唯品会	化妆品	花肌粹	面膜套装	49	350	1.4折	已售完	—	已售完	—
65	我买网	家电产品	亚都	加湿器	279	抢购价	—	279	不变	259	下降
66	亚马逊	家电产品	金稻	金稻蒸脸器	188	699	2.7折	196.4	上涨	187.7	下降
67	亚马逊	家电产品	小熊	加湿器	99	468	2.1折	159	上涨	69	下降
68	亚马逊	服饰鞋帽	冰洁	羽绒服	241	1698	1.4折	241	不变	241	不变
69	亚马逊	服饰鞋帽	雅薇缙纒	羊绒毛呢外套	89	1199	0.7折	89	不变	89	不变
70	我买网	食品酒水	Beso de Vino	红葡萄酒	128	年度清仓价	—	32	下降	128	不变
71	我买网	日用品	欧兰	护肤乳	219	抢购价	—	219	不变	284	上涨
72	亚马逊	家电产品	飞科	电吹风	39	120	3.3折	29	下降	29	下降
73	亚马逊	家电产品	美美	暖手宝	79	300	2.6折	79	不变	79	不变
74	亚马逊	箱包皮具	纽芝兰	单肩包	269	1230	2.2折	299	上涨	299	上涨
75	亚马逊	化妆品	米雅诗	面霜祛斑霜	78	368	2.1折	78	不变	78	不变
76	亚马逊	保健类	御灵康	绿茶肉碱胶囊	44.4	338	1.3折	44.4	不变	49.7	上涨
77	一号店	电子产品	aigo	移动电源	79	299	2.6折	79	不变	79	不变
78	一号店	家电产品	飞科	电动剃须刀	68	399	1.7折	79	上涨	79	上涨
79	一号店	电子产品	PICOOC	体脂秤	111	299	3.7折	199	上涨	199	上涨
80	一号店	箱包皮具	乐扣乐扣	百纳箱	199	519	3.8折	269 (满99减20)	上涨	209	上涨
81	一号店	箱包皮具	途帮	拉杆箱	178	1340	1.3折	258	上涨	258	上涨
82	一号店	食品酒水	安佳	全脂牛奶	118	308	3.8折	118	不变	118	不变
83	一号店	食品酒水	老橡树	白葡萄酒	18.9	158	1.2折	29.9	上涨	18.9	不变
84	一号店	食品酒水	洋河	海之蓝52度	109	225	4.8折	139	上涨	129	上涨
85	优购	服饰鞋帽	南极人	羽绒服	299	2599	1.1折	299	不变	299	不变
86	优购	服饰鞋帽	高蒂	雪地靴	99	898	1.1折	已下架	—	已下架	—
87	优购	服饰鞋帽	味路比	儿童运动鞋	79	468	1.7折	79	不变	299	上涨
88	优购	服饰鞋帽	朗悦	羽绒服	89	1850	0.5折	已售完	—	159	上涨
89	优购	服饰鞋帽	浪莎	保暖内衣套装	99	888	1.1折	125	上涨	125	上涨
90	优购	服饰鞋帽	楼兰丝路	围巾	59	499	1.2折	79	上涨	69	上涨
91	优购	服饰鞋帽	碧琳莎具	外套	200	5998	0.3折	200	不变	已下架	—
92	优购	箱包皮具	斐格	公文包	95	1688	0.6折	89	下降	89	下降
93	优购	厨房用品	STONE司顿	煎炒锅平底锅	199	739	2.7折	369	上涨	369	上涨
94	优购	钟表	odm	手表	99	1750	0.6折	629	上涨	629	上涨



北京市工商局： 3企业销售不合格开关、插座被查出

2015年的商品质量抽查检验中，北京市工商局对市场销售的墙壁开关、插座进行了质量抽查检验，抽查检验结果显示目前市场销售的墙壁开关、插座存在标志、尺寸检查、防触电保护、机械强度、耐热项目不符合国家标准的要求。

北京市工商局已经对销售不合格商品的3户经营主体立案查处，案件正在办理中。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下架不合格商品，保护消费者合法权益。

消费警示

在本次抽查检验中，按照下述企业的标称地址无法与其取得联系。消费者购买以下商品一旦出现质量问题，权益无法得到保障，提醒消费者购买时注意。

序号	样品名称	抽检场所	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	一开双控	北京苗秀双裕灯具店	温州市龙湾天河施耐德莫顿电器厂	浙江	mentcn	STK50 10A 250V	/	耐热

以下2种商品标称生产单位声称被假冒。

序号	样品名称	抽检场所	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	二、三级插座	北京诚赛诚商贸中心	浙江国正电气有限公司	浙江	GZn 国正	KZ23 10A 250V ~	未标注	标志、机械强度、耐热
2	二、三级插座	北京业玲诚信五金批发部	银泰机电厂	浙江	康鹿	GZA.O12 10A 250V	未标注	标志、尺寸检查、防触电保护、耐热

北京市工商局：亮洁等6种汽配商品不合格

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汽配类商品进行了抽检。抽检结果显示标称“亮洁”、“清爽”、“蓝晶灵”等品牌6种汽配商品存在不合格相关标准的问题，涉及的主要问题为玻璃水冰点等项目不符合相关标准要求。

北京市工商局将对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定进行处罚，同时督促全市销售者做好相同生产者相同型号不合格商品的退市工作，对于拒不履行退市的销售者我局将依法予以查处。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。

消费提示

一、玻璃水商品常见的不合格项目

有：冰点等。

玻璃水冰点不合格，一般是玻璃水中的防冻剂（乙醇）不足，或者玻璃水兑水过多，也存在生产厂家虚假标注冰点的现象。玻璃水冰点不合格，低温下容易冻结，雨刮除霜除雾功能无法正常实现，影响驾驶员视野，还易造成玻璃水储液罐冻裂。



二、选购提示

1. 观查产品是否具有完整的标识，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、产品质量等级、产品质量检验合格证明内容。
2. 保留好凭证，可以在出现质量纠纷时作为重要依据。

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
长效防冻液	长春一汽技术开发油品有限公司	—	1.5kg/桶	2015.03.26	pH值、沸点、冰点
轿车防冻液	北京杨鑫石油化工有限公司	路通	1.5kg/桶	20140320	沸点、冰点
大众冷却剂	长春一汽技术开发油品有限公司	—	1.5KG/桶	2014.09.26	沸点、冰点
四季通用玻璃水	北京信誉佳科技发展有限责任公司	亮洁	1.8L/桶	2012/10/08	冰点
玻璃清洗剂	(未标注生产单位)	清爽	2L/桶	—	冰点
玻璃清洗剂	(未标注生产单位)	蓝晶灵	2L/桶	—	冰点



戴先任

“五成微商退出市场”是去“虚火”

日前，有业内人士判断，50%的微商已经死去，90%的微商都遇到了业绩下滑的问题。一直从事微商服务的电商观察人士龚文祥11月25日接受记者采访时表示，这样的判断并不是危言耸听。据龚文祥观察，囤货或者卖代理权的那种微商应该是80%都死掉，或者退出，以前他们不以产品为主，很多微商都是以“你来做我的代理，可以发财”这个模式为主。(11月25日中国广播网)

微商近两年来崛起于微信朋友圈，一时间甚至出现地无分南北，人无分老幼皆是微商的场景。微商是一种新的经营模式，让商家与消费者建立了直接接触，消除了一切的中间障碍，可以与传统商业模式相互补充。不能否定微商的意义，更要肯定其存在的积极意义，只是目前微商确实存在很多亟待治理的地方。微商被人冠以“杀熟经济”的称号，微商层级代理方式成了很多微商的生存之道，囤货或者卖代理权成了很多微商的发展模式，这也注定了这些微商难以长远发展下去。业内人士判断，50%的微商已经死去，90%的微商都遇到了业绩下滑的问题。这就是到了微商开始品尝自酿的苦果的时候了。

任何时候，产品质量才是商家的生命，现在很多微商却把精力主要用于卖代理，在朋友圈里“杀熟”，这无异于杀鸡取卵，自断生路。现在副作用日显，昔日的赚钱手段与招数也再难以奏效，不仅微商暴富神话迅速破灭，微商也难以继，混不下去了，整个行业开始进入寒冬。

危机其实正孕育了生机，当使用不正当的手段就可以发家致富的时代过去时，行业规范的时机也就来临了，在“杀熟”能为微商带来丰厚利益时，行业甚至会出现劣币驱逐良币的逆淘汰现象，这时的乱象难以得到有效治理，但“把戏不可久玩”，在一而再地上当受骗之后，消费者会变得越来越理性，不良商家也会越来越黔驴技穷，不良商家最终要被埋进自己挖好的坑里面。

微商“大浪淘沙”，就将会迎来一个成熟而良性发展的时期，微商必须认真做好质量、做好产品，才能吸引消费者，才能生存下去。而监管部门也要加强监管，在以前微商处于监管盲区，微商之所以能野蛮生长，很大原因也是在于缺乏监管所致。11月13日，国家工商总局广告司司长张国华称，今后微信朋友圈的一些微商违法广告也将纳入广告监管体系，年底有望出台的《互联网广告监督管理暂行办法》，希望能对这种微商乱象进行有力规范。

只有加强对微商的监管，而消费者变得日趋理性，微商乱象才能得到根治。现在微商面临的“困境”，其实正是在去“虚火”，希望微商在结束野蛮生长后，能迎来健康发展，从而净化朋友圈环境，更好地维护消费者权益，促进经济繁荣。



邓海建

“10公里车费近万元”的专车账单警示什么？

浙江杭州初中生小方遇到件“天方夜谭”，以往使用“优步”打车从家到学校只要20余元，而在11月6日，小方接到一份让其感到震惊的电子邮件：10月10日他上学使用“优步”形成的车费高达8450.97元。

打车10公里，花费近万元，任谁听闻都会“惊出一身冷汗”。据说在收到账单后，小方也向“优步”方面进行了反映，最后的解决方式是一笔勾销了天价账单。不过，这糊涂账到底是怎么来的、以后还会不会发生类似“误会”？这些疑问，并不能随着账单抹去而灰飞烟灭。

天价专车账单，究竟是软件犯浑还是制度漏洞，这是沉默的“优步”规避不了的核心问题。一则，“优步”不是小公司，糊涂账单对不起其标榜的企业社会责任；二则，“优步”司机透露确有不少因忘按“结束按钮”，而导致乘客多付钱的情况。更奇葩的是，面对消费纷争，“优步”只提供邮件或在线反映情况这两种客服途径。在“互联网+”的背景下，如此艰难曲折的客服路径，难免让人浮想联翩。

网络专车并无原罪，零星个案也无法指责整体行业问题。何况，中国的专车尚处于大门将开的勃兴期。客观而言，专车是共享经济的体现，是突破传统出租车管理体制的有益尝试。不管是年初的“专车第一辩”，还是多次座谈寻求的“最大公约数”——改革传统出租车运管机制、管控并引导好网络专车的发展，已成为越发清晰的共识。就在昨天，网络上传出名为“交通部：多数意见认为应当取缔专车”的新闻，很快就被交通部相关负责人辟谣“消息纯属子虚乌有”。社会舆论当然不会吵着要取缔专车，职能部门也断不至于在大势所趋面前“会错意”，但，给网络专车出路，并不等于说会撒手不管。

对于类似的天价账单事件，一方面是专车企业当“闻者足戒”，不能因为你方便了市民，就在服务上“任性”，市场总有市场的铁律，技术创新也好，渠道创新也罢，最后都要归于诚心诚意的服务质量上来。尊重消费者，路才能走远。另一方面，监管部门当积极作为。尤其在消费者与经营者博弈的时候，如何在保障市场秩序的前提下，捍卫弱势消费者的合法权益，这是个现实而重大的社会课题。专车刚刚起步，迟早要走上“正轨”，管理部门既要善于引导，更要尽快厘定规则与是非。一句话，在消费诉求通道不畅的时候，监管部门当还原市场的法治要义。

眼下，专车代偿的功能，是传统出租业的短板与不足。而一旦传统出租车革故鼎新，技术门槛不高的出租行业，恐怕又会掀起新一轮洗牌与重构热潮。专车要行稳致远，以服务赢得民心之外，还是要敬畏市场，敬畏秩序与规范。

救生圈成“害命圈”圈出背后的真问题



左崇年

11月19日15时许，安徽涉外经济职业学院学生何九春在救一名跳湖轻生女子时不幸身亡。这个小伙子其实不会游泳，但他见情况危急，拿起了湖边的救生圈纵身跳下。令人始料未及的是，救生圈发生破裂，何九春消失在水面上。（11月25日《法制日报》）

安徽涉外经济职业学院学生何九春见义勇为，在救一名跳湖轻生女子时使用合肥翡翠湖公园的救生圈，当他一跳下去，救生圈就“炸了”，何九春因此献出了宝贵的生命。何九春家人质疑“用力一锤就断”的救生圈质量有问题，而何九春使用的救生圈已送第三方机构检测鉴定，初步排除存在质量问题。有关部门声称，可能是由于施救者使用不当外加跳湖冲击力过大造成的。

救生圈，俗称水浮，是水上救生设备的一种，是海或游泳池等水上救生必需品，给遇溺者支援，避免沉到水底。通常由软木、泡沫塑料或其他比重较小的轻型材料制成，外面包上帆布、塑料等。根据国家标准，救生圈性能应该耐高低温，无破裂、膨胀、分解。救生圈从规定高度投落后，应无开裂或破碎。救生圈在自由悬挂情况下，应能承受90千克重量持续30分钟无破裂和无永久变形。

不管是“施救者使用不当”或者救生圈质量问题，这个问题都应该引起社会的高度关注。我们看到，其一，如今的救生圈生产不规范，市场管理混乱，一些生产厂家不按国家标准生产，有的偷工减料，救生圈质量令人堪忧，而有关部门对于救生圈使用监督管理缺失，导致大量不合格的假冒伪劣的救生圈“三无”产品流入市场而成“害命圈”。

其二，如今，在一些地方，长期以来，设置救生圈设备的水域，救生圈成摆设，由于救生圈使用的几率小，而被人们所忽视，救生圈一放了之，无人管理，救生圈破损老化，无人检查更新，救生圈成了聋子的耳朵——摆设。关键时刻排不上用场不说，反而成为安全的隐患。

其三，救生圈作为救生设备，按说应该有专人管理，有关部门平时应该加强检查监督，可是，时下，各地对救生圈的质量无人过问，无人监督管理，导致大量不合格救生圈流入市场，救生圈被“例行公事”地成摆设，成为一大安全隐患，救生圈成“害命圈”现象普遍存在。救生圈安全质量问题应该引起有关部门的高度重视，究竟由谁来过问一下救生圈，由谁进行专门的管理与监督这是个大问题。不妨来一次大检查大排查，看看还有多少救生圈成为“害命圈”在那里成为一大安全隐患。无论如何，救生圈的质量以及对救生圈的安全管理都应该提上议事日程，增强责任意识，补齐这一安全短板刻不容缓。

数千元皮包用三个月掉色维权难

【案例简介】

近日，消费者陈女士向消费者网反映：她花3100元在房山首创奥特莱斯阿玛尼店买了一个鳗鱼皮包，使用一个月后，皮包表面出现明显色斑，当时她以为是弄脏了，就没怎么在意，后来送到护理店清洗，技师告诉她，皮包表面的色斑是掉色，清洗不了，也没法修复。陈女士认为皮包存在质量问题，要求店家退货，店家以过“三包”期为由，拒绝为其办理退货。

【调解结果】

接到陈女士投诉后，消费者网工作人员及时与奥特莱斯阿玛尼店取得联系。店家销售人员认为，陈女士购买的鳗鱼皮包，是用天然鳗鱼皮制作的，其颜色本身就不均匀，根本没有上色，更不存在掉色问题，而且皮包的“三包”期为3个月，陈女士的皮包已购买6个月，远远超出了“三包”期，她们也没办法。但陈女士认为，自己花3100元买一个品牌包，用几个月就坏了，3个月的“三包”期，让她很难接受。经消费者网努力协调，店方最后同意为陈女士更换一个同品牌同型号皮包。

【案例评析】

北京市消协投诉与社会监督部主任陈凤翔认为，不同的商品、不同的时间、不同的问题、不同的性质，法律法规的规定就会不同，随之解决的方式、解决的办法、解决的结果也会不同。此案中，若皮包存在质量问题，依照《产品质量法》第四十条规定，销售者应当对售出不符合产品质量要求的产品负责修理、更换、退货；给购买产品的消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失。

陈凤翔主任表示，针对退货时间问题，新《消法》第二十四条规定，经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者

要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货。七日后符合法定解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合法定解除合同条件的，可以要求经营者履行更换、修理等义务。

而针对三包期限问题，北京市实施《中华人民共和国消费者权益保护法》办法规定，商品存在质量问题，消费者有权在下列期限内提出修理、更换、退货的要求：一、法律法规有规定期限的，按照规定执行；二、法律法规没有规定期限的，经营者可以与消费者约定，其中经营者采用格式合同、店堂告示等方式与消费者约定的，期限不得少于3个月；三、法律法规没有规定期限，经营者与消费者也没有约定期限的，为6个月。

陈凤翔主任还表示，如果双方对是否存在质量问题有争议，法律、规定对耐用商品和一般商品，有不同的举证分配原则。其一，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。其二，对一般商品，北京市实施《中华人民共和国消费者权益保护法》办法第十一条规定：消费者与经营者因商品质量或者服务质量发生纠纷，由双方约定送检测机构检测，双方不能就检测机构达成一致意见的，可以由受理案件的机构指定。检测结果证明商品或者服务存在质量问题的，检测费用由经营者承担；检测结果证明商品或者服务不存在质量问题的，检测费用由消费者承担。对于难以检测的，经营者应当提供自己无过错的证据；不能提供无过错证据的，应当承担赔偿责任。

陈凤翔主任特别提醒广大消费者，购买名贵、大件商品还是要临阵磨枪，要保存好相关凭证、协议、约定、对话等证据，想办法用法律的事实还原购物过程，针对问题的不同性质，寻找不同的法律途径加以解决。

办餐卡后店家关门 消协调解促其退款

【案例简介】

近日,海淀区消协万寿路分会接到北京消费者夏女士的投诉;夏女士于2015年9月19日在某餐厅办理餐卡,费用100元人民币,卡面未注明有效期,当夏女士10月15日前往商家消费时,发现商家已关门。之后夏女士又去了多次,商家处一直是大门紧锁。消费者只好抱着试试看的想法,向消协投诉寻求帮助。

【调解结果】

万寿路分会接到投诉后,调解员拨打商家处所留联系电话,对方称是陕西总部的负责人,北京这边只有这一家加盟店,只开业了一个多月就关闭了。而且只是加盟技术,属于独立核算,没有任何经济往来。总部得知该店关闭的消息后,已及时跟该加盟店的负责人联系,要求处理好售后问题。但该店负责人还是找各种理由拖延为消费者办理退款。万寿路分会调解员联系上该店负责人后,与其沟通,为其讲解相关的法律法规,及其应当承担的法律责任和后果。

经过调解员的努力调解,商家很快为消费者办理了退款,消费者表示非常感谢。

【案例评析】

此次投诉属于预付款消费,商家往往以购买不同等级



的预付消费卡可以享受不同档次的优惠、折扣来吸引消费者,很多消费者都接受并认可这种消费形式。预付款消费模式让消费者得利的同时,也有部分不良商家在提供商品或服务时暗藏陷阱,而先付款再消费的方式往往让消费者陷于被动境地,无法预知商家在经营过程中可能发生的变故,一旦遇到侵权行为,消费者难以及时维护合法权益。如经营者停业、歇业不履行合同,使消费者权益落空。经营者有上述违约行为的,应当承担违约责任,应当立即将剩余的预付款退回消费者。(海淀区消协)

千里迢迢为红叶 调解句句亦关情

【案例简介】

2015年11月2日,海淀区消协中关村分会接到从重庆来的消费者胡先生的投诉:胡先生称自己于2015年10月30日在中关村某相机专卖店购买了一台尼康D800相机。2015年10月初,该店员工与胡先生通过网络取得联系,介绍称尼康D810相机9500元,胡先生答应前来该店购买。2015年10月30日,胡先生来到该店,在确认了尼康D810相机并付款9500元以后,商家一直不肯提供货物。胡先生从上午11点等到了下午3点。期间,该店员工一直劝说胡先生购买另一款相机。胡先生称自己不同意购买这款D800相机,要求退款,商家拒绝。该店员工极力劝说,加上胡先生从千里之外的重庆一路奔波而来,并且20多个小时未曾进餐,身心俱疲,故而又加付了4000元,购买了尼康D800这款相机。

胡先生回宾馆后,发现该款相机的性能跟该店员工介绍的有所出入,而且,这款相机本就不是自己心甘情愿购买的,不符合自己的预期。胡先生多次与商家联系,要求退货,对方无故拒绝。因此,请求调解。

【调解结果】

中关村消协分会接到胡先生投诉后,调解人员于11月2日上午做了记录,并收集了胡先生持有的购物发票、刷卡记录、与该店员工的聊天记录等证据材料。调解人员立即与该商家取得联系,简单介绍情况后,商家同意当天下午前来中关村所进行调解。

约定的调解时间是下午一点半,消费者胡先生下午一点就到了调解地点。调解人员见胡先生满脸愁容,语气悲伤,便主动与其聊天,得知胡先生酷爱摄影,不久前刚刚退休,这次来北京有两个目的,一是购买已经约定好的尼康D810相机;二是去香山观赏红叶并摄影留念。经过与调解人员聊天,诉说自己遇到的麻烦,加之调解人员的耐心

安慰,胡先生的情绪渐渐平稳。

调解过程中,双方称述完毕之后,商家仍然以商品无质量问题为由,拒绝退货。调解人员先请胡先生到休息室稍事休息。在跟商家确认了事情的经过以后,向商家指出了其做法中存在的不足之处,并向其详细说明了胡先生的初衷,建议其考虑考虑消费者的诉求。

幸运的是,该商家的负责人是一个明白事理、情感丰富、能够体谅人心的年轻人,在认识到自己的不足之处后,当场为消费者胡先生退货,并表示以后会监督店里的员工,规范经营。

胡先生拿到退款后,情绪趋于缓和,向我们连声致谢,并表示自己打算去有名的电子商场购买相机,然后前往香山,观赏红叶。

【案例评析】

《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。

消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务,或者服务的内容、规格、费用等有关情况。

本次纠纷中,商家在介绍相机的性能时,存在夸大事实的情况,并且未按照与消费者的约定为其提供商品,故而消费者要求退货。

胡先生千里迢迢从重庆来到北京,缘于对香山红叶的向往和对首都北京的热爱,不想却身陷纠纷,于情于理,我们都能理解胡先生急切、烦闷的心情,我们怎能让这位远道而来的客人胜兴而来,败兴而归呢?所幸,本次纠纷已圆满解决。(海淀区消协)



退订机票有约定 成人儿童要分清

【案例简介】

日前，消费者刘先生在某机票代理网站购买了2张票价单价为873元的北海—重庆的全价机票，订单已生成，其中，一张成人票，另一张为儿童票但由于消费者刘先生个人的原因要取消旅行，刘先生按照退票程序办理了退票，但办理时刘先生得知除了成人票要收取手续费外，其中另一张的儿童票也要收取364元的手续费，刘先生据理力争，以上家网站的承诺为依据要求全额退费遭到了拒绝，刘先生便将票代网站投诉到市局12315中心，要求补退还多收的费用。

【调解结果】

海淀区消协北下关分会接诉后，反复核实了消费者所反映的问题，消费者刘先生认为，网站有公开的承诺，即：“儿童票可退票，并按照航空公司的规定，不收取任何手续费，全额退票。”商家在没有其他约定告知的情况下应按照约定履行。工作人员依据有关法律进行了调解，经过调解，经营者退还机票的差价。消费者对于调解结果

表示满意。

【案例评析】

《消法》第十八条规定“经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。经营者发现其提供的商品或者服务存在严重缺陷，即使正确使用商品或者接受服务仍然可能对人身、财产安全造成危害的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并采取防止危害发生的措施。”

此投诉应是经营者在管理上存在漏洞，或者根本没有核实购买内容的情况，在消费者提出异议后，没有相关工作人员予以合理解释，而是简单、粗暴的给予回绝；我们相信类似问题商家只要稍微的有一点点责任心，就不会出现类似问题，反之，经营者的公开承诺和规定在经营者自己的眼里如同废纸一张。（海淀区消协）

北京市消协发布“双十一”消费提示： 理性消费 慎重支付

近年来，电子商务发展迅猛，但同时，网络消费也成为消费侵权案件多发领域。“双十一”前夕，北京市消协通过北京消费者微信（订阅号：bjxfz315）和消费者网（www.bjxf315.com）征集“双十一”消费者最想说的话，受到广泛关注。征集结果主要反映在两个方面：一是大多消费者希望商家在“双十一”诚信促销，让大家真正购买到实惠满意的商品，达到商家与消费者双赢的目的；二是部分消费者仍然担心商家存在虚假促销、商品质量、延迟发货、快递服务跟不上等问题。

根据征集到消费者最想说的话，以及往年“双十一”后投诉增多的有关情况，北京市消协发布“双十一”消费提示：提醒广大消费者理性消费，慎重支付，并注意保留好物凭证。

一、理性消费，不贪图便宜疯狂血拼。“双十一”网上促销商品繁多，各种价格优惠让人眼花缭乱，一不小心就可能购买了很多非必需品。消费者可以提前列好购物清单，并留意好近一段时间的销售价格，避免被卖家先提价再打折的虚假打折行为所蒙骗。家电、家具等贵重、大件类物品，可以到实体门店亲自体验后再订购。生鲜等保质期较短的食品或急用物品，建议避开“双十一”物流高峰，以防快递延误耽误使用。

二、货比三家，选择正规信誉较高的商家。参加“双十一”活动的商家良莠不齐，个别不良商家可能趁机抛售库存或滞销产品，甚至是假冒伪劣商品，消费者在选购时要仔细查看商品的技术参数和相关说明，特别是其他消费者对商品的评价，不要被促销价格、图片、宣传等蒙蔽，还可以通过查看商家信誉、评价等综合信息来选择售后服务佳的商家，远离退换货手续复杂、退款拖延、售后态度差、拒不



承担“七日无理由退货”等问题商家。

三、保留凭证，以防发生纠纷方便维权。消费者网购下单时最好保留下单截图、与卖家聊天记录等，并保留好相关支付信息，订单确认信息。交易证据包括交易商品编号、商品图片和介绍、交易时间以及与卖家的聊天记录等，消费者可通过电子截图、电子摄录、纸质打印等方式留存，并及时向商家索要发票。

四、慎重支付，选择安全可靠的支付手段。随着支付方式、支付渠道的增多，不法分子诈骗伎俩不断翻新。消费者要增强安全支付意识，切勿轻信他人的付款要求、网页链接或扫二维码等。付款前要认真核查网址、电话、工商执照、ICP备案号等信息，选择正规的、交易环境安全的交易平台进行交易，千万不要向网站提供的个人账户转账汇款，避免给自己带来经济损失。

五、依法维权，发现问题及时举报投诉。消费者一旦发现购物网站涉嫌欺诈，或自身权益受到侵害，可及时向有关部门举报或向消费者组织投诉；如有涉嫌诈骗犯罪的，可向公安机关报案。

买圣诞礼物原来有这么多讲究 北京消协提示安全更重要

2015年圣诞节又快到了，如何给孩子选择适当的圣诞礼物，又摆在了许多家长消费者面前。近期，我会收到消费者杨先生的相关投诉，就比较有代表性。

圣诞节快到了，消费者杨先生在网络上，给女儿购买的一棵圣诞树和两个毛绒麋鹿玩具均出了问题。首先，圣诞树没有网络图像上高大、漂亮，且圣诞树有些异味；第二，圣诞树上彩球的金粉和银粉不停的往下掉，粘了孩子一手；第三，为了满足女儿的要求，在买圣诞树的基础上，又花钱买了两个100元的麋鹿毛绒玩具，可是这两个玩具味道有些刺鼻。当晚杨先生的女儿不停打喷嚏、揉眼睛，他带女儿去医院就诊，得知女儿不是感冒引起的打喷嚏、流眼泪后，便想起自己从网络上购买的圣诞树这些商品，怀疑它们才是让孩子不舒服的“罪魁祸首”。可当杨先生找商家讨说法时，对方却迟迟不给予任何答复，原来当初杨先生是从商家网店直接订的货，导致商家的名称、地址、电话均很模糊，给投诉带来了困难。

目前，作为儿童圣诞礼物的商品质量参差不齐，尤其是通过网络销售的这类商品极易出现以下问题：

1、大件圣诞儿童商品如：带电线、灯泡的圣诞树等，很多都没有“3C”认证（即中国强制性产品认证的简称），且组成材料的标注不够规范。作为国家安全认证（CCEE）、进口安全质量许可制度（CCIB）、中国电磁兼容认证（EMC）三合一的“3C”权威认证，是国家质检总局和国家认监委与国际接轨的一个标志，目的是保护消费者健康安全、保护环境及公共安全。

2、圣诞儿童商品很大一部分为“三无产品”，根据《国家玩具安全技术规范》规定，每一种安全的玩具都应视其特点，对重要警示（警告）、适用年龄、适用场所、使用方法、电池安全使用说明、所用材质的安全性等进行说明。而“三无”产品则无这些说明，家长消费者们不了解玩具的性

能就给孩子玩，可能会给孩子造成伤害。

3、圣诞儿童填充类玩具（如毛绒玩具）的眼、鼻等小附件（小零件）极易脱落，从而极易被婴幼儿误食造成窒息危险。同时，网络销售的圣诞儿童商品上的金属物质及其散发的刺激性气味中大都含有铅、汞和甲醛等有害物质，会刺激孩子的呼吸道和泪腺。

针对以上这些问题，北京市消费者协会提醒广大消费者：购买儿童圣诞礼物安全更重要。

一、购买儿童圣诞礼物时，应通过正规销售渠道购买，购买时要看清商品标注即商家的名称、地址、联系方式及商品的组成材料等，同时，杜绝涉嫌黄色、暴力的礼物玩具。

二、在为年龄较小的儿童购买圣诞礼物时，一定要留意玩具是否有年龄警告图标、是否有脱色、零件易脱落等现象，不能只图哄孩子高兴或者价格便宜盲目购买，而给孩子带来不必要的伤害。

三、儿童玩具生产厂家也应加大自律，选材上更应该注重安全和环保，生产出保质保优的商品提供给孩子们。

四、行业主管部门，应加大对不法商家的打击力度，特别应严格监管网络销售渠道，将劣质商品彻底清除，给孩子们一个美好的圣诞节。





电话销售莫轻信 温柔陷阱要提防

日前，海淀区消协收到广西省柳州市的83岁退休职工秦女士的来信，她反映自称是益生康健的“工作人员”通过电话推销的形式向其兜售保健品共计20余次，累计骗取约3万元。秦女士在信中写道“他们的手段是比较恶劣的。”“工作人员”先将秦女士认作“干娘”，在了解秦女士的收入以及家庭负担后，称其可以向单位领导申请一个补贴养老金的名额给秦女士。秦女士也误将此说辞认为是“企业家做慈善”，因此深信。“工作人员”紧接着向秦女士求情，称需要秦女士购买部分公司产的保健品，否则会被开除。秦女士听后心软了，为帮助实现这些“工作人员”所谓的业绩目标就一次又一次的购买保健品，期间甚至还向他人借款1万余元。因屡次收到的保健品都是到处拼凑且有效期短，甚至出现部分胶囊制品已经融化的现象，还将普通拖鞋、内衣邮寄过来充数，每次收到的保健品单价也极高，此外，“工作人员”还要求秦女士将汇单核对后销毁。20余次后，越陷越深的秦女士终于意识到自己上当受骗的事实，与“工作人员”协商过一次要求退回多收的钱款后，便再也联系不上，因此，写信向海淀区消费者协会投诉，希望能够帮助予以解决。

海淀区消协收到信后，立即与消费者秦女士取得了联系，同时通过走访调查、查询工商注册信息发现，与“益生

康健”有关的企业注册地均不是汇单上所写的“北京市海淀区北三环西路13号”。消协工作人员与“益生康健”有关的企业均取得了联系，这些企业都称其自己的工作人员从未从事过类似行为，并同意出具书面证明此事并非本企业所为。了解案件原委后，海淀区消协工作人员根据掌握到的相关信息综合判断，该案件已涉嫌冒称他人名义，实施诈骗行为，建议消费者秦女士及时向当地公安部门报案。

近日，海淀区消协接到多起类似投诉，均是打着“益生康健”的旗号，通过电话推销的方式，兜售劣质保健品，实施诈骗行为。他们主要将老年人作为诈骗对象，利用老年人保健养生、延年益寿的迫切心理，同时通过亲切的称呼、温柔的语言，让老年人更容易轻信，致使老年人上当受骗。

因此海淀区消费者协会特别提醒：一是切莫轻信一些电话、电视等广告宣传，不要被“温柔”、“华丽”的宣传所迷惑，要坚信天上不会掉馅饼的道理。二是注意保存广告宣传单、收据、发票等相关证据，以备维权之需。三是交易前务必要审核商家的工商注册信息，反复核查商家的信用评级资讯，确认商家身份的真伪。四是平时要多学习一些相关的法律知识，善于用法律武器及时正当地维护自身的合法权利。(海淀区消协)

享受网络订餐 勿忘安全健康

朋友聚会，家里做饭太费劲；肚子饿了，外出就餐天气太冷。拿出手机在网上订餐，热气腾腾的饭菜很快就能送餐上门，方便又省事。“互联网+订餐”商业模式给传统餐饮服务行业注入了新的商机和活力，也逐渐转变着人们的生活习惯和消费模式。然而，通过网络平台



订购餐食，目前还面临安全卫生、规范管理、监督责任等诸多难题，为此，中国消费者协会提醒广大消费者：

1. 按需网络订餐。消费者如需订餐，尽量选择信誉较好的平台和供餐商家。尽量从食品安全量化分级评定等级较高的食品经营单位订购，并选择距离相对较近且可在短时间内送达的供餐单位订餐。网络订餐要考虑实际用餐需求，既享受健康饮食，又避免食物浪费。

2. 关注送餐卫生。消费者在收到外卖送餐后，一要先检查餐食包装是否完好、清洁，所配送餐食是否与订购餐品一致；二要当面查验餐食是否受到污染或出现变质，一旦发现餐食变质或受到污染，应当拒收；三是确认无误后要及时就餐，避免长时间存放。

3. 提倡居家饮食。网上订餐方便了消费者的生活，但不应取代居家饮食。要保证食物新鲜和营养多样性，尽量自己动手，做到合理适度饮食。对于各类订餐平台“好评返现”、“满赠返券”、“超低折扣”等促销行为要保持平常心，不要落入低价低质陷阱。

4. 主动维护权益。食品安全关乎每一位消费者的切身利益。网上订餐务必索取消费票据，留存交易凭证，养成良好的消费习惯。如发现餐饮安全卫生问题，要做好证据留存，依法主动维权，并及时向有关部门投诉举报。

同时，提醒广大网络订餐平台：

1. 严格把关，保障顾客利益。网络订餐平台要时刻绷紧“食品安全”这根弦，加强对平台信息的核查和更新，确保消费者获得的信息及时可靠，方便消费者做出选择。要建立平台餐饮企业“黑名单”制度，妥善处理消费者批评建议。

2. 诚信经营，确保餐饮安全。网络订餐平台应当诚实守信、依法经营，强化线上、线下渠道管理，提升服务品质和效率。要关注用户体验和用户需求，从选餐、订餐、送餐等各个方面规范平台建设，确保消费者“舌尖上的安全”。

3. 品质为先，呵护营养健康。网络订餐平台要强化品质管理，提升餐食信息的透明性。提倡标注餐食原材料和能量值，做到食材来源放心可追溯、餐厅信息值得信赖可查询、送餐服务实时可追踪、后勤服务安心有保障，呵护消费者营养健康。（中消协）

商家促销莫忘诚信 消费者宜按需消费

“双11”前夕，不少电商平台早早推出了各种促销活动计划，吸引众多消费者抓紧“囤货”，等待11月11日的刷新支付。然而，往年的经验显示，热闹繁华的网购促销背后，是居高不下的消费者投诉。产品质量货不对版、快递服务严重滞后、售后服务难以保障、网络诈骗乘虚而入等，成为了典型的“节后综合症”。根据2015年上半年全国消协组织受理投诉情况统计，共受理网络购物10,559起，同比上升28.8%，消费者反映电商不按合同约定履行义务以及产品存在质量问题的相对较多。“双11”的集中销售，更容易触发相关问题的出现。为了保护消费者的合法权益，中国消费者协会呼吁广大电商，严格履行法定义务，促销莫忘消费者权益，同时提醒广大消费者，按需购买商品，切忌冲动购物。

一、中消协要求电商企业严格履行法定义务

（一）严把产品质量，保证货品与明示相符

电商企业应从维护消费者合法权益的角度，严把商品质量关，保证消费者通过正常渠道购买的商品或接受的服务具有其应有的质量、性能、用途或者有效期限。交易平台应加强对第三方卖家的监管，出现问题及时处理。

（二）杜绝虚假宣传，保证消费者知情选择

电商企业应严格遵守相关规定，确保商品信息真实、价格明晰，不作引人误解的虚假宣传，不虚假促销，不销售与页面公布的图片信息不符的商品。自查是否存在违反《广告法》的宣传词语；严禁对商品价格先涨后降、高标低折、虚构原价等价格欺诈行为。对存在虚假销售、虚假好评的网店电商平台应及时清理整顿，并公示于网站平台上，以示惩戒。

（三）强化交易安全，保护消费者财产安全权

双“十一”期间，网购订单会瞬间激增，电商企业应加大保护措施，确保消费者的交易安全。一是保证支付过程安

全，避免消费者个人财产损失。二是保证消费者个人信息安全，避免出现包裹未至，诈骗电话先行等情况，避免消费者个人信息泄露甚至出现人身安全隐患。

（四）备足快递资源，保障货物如期交付

双“十一”期间发货量大，属于“突发性”增量，快递配备不足，消费者付款后不能按时收到包裹的情况屡见不鲜，甚至出现付款后收不到货物的情况。各大电商应提前与快递公司设置双“十一”期间保障预案，如期交付消费者。

（五）履行法定义务，确保售后服务及时有效

电商平台应加强对商家的监管，加强宣传《消费者权益保护法》，加快对“七天无理由退货”等有关非现场购物的相关法律法规的落实进度。不属于“七天无理由退货”的商品应按照法律法规的要求，在明显位置标明，不得擅自增加不符合“七天无理由退货”的商品，履行应尽的售后服务义务。

（六）合法订立格式条款，保证合同公平合理

由于网络购物的特殊性，格式合同不可避免地成了消费者和经营者达成合意的必要环节。经营者往往制定一些又长又复杂、模棱两可、甚至侵犯消费者权益的条款，一旦出现问题便以此为自己脱责。电商在使用格式条款时，应当以显著方式提醒消费者注意商品或者服务的数量、质量、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容。不得以格式条款加重消费者责任、减轻或者免除电商经营者的责任。

对于存在侵害消费者合法权益行为的电商企业，各级消协组织将依据《消法》赋予的职责，受理消费者投诉，维权消费者权益。对问题严重、整改不及时、消费者反映强烈的电商企业，消费者协会将依法进行公开约谈。必要时，通过新闻媒体予以揭露、批评，或支持受损害的消费者提起诉讼或者依法提起诉讼。



二、中消协提醒广大消费者：理性购物，主动维权

（一）提前计划，切勿冲动购物。很多电商平台及平台商家在活动当天打出各类价格优惠信息吸引消费者参与，其中有不少商品存在先提价后降价或虚构原价再打折的现象，消费者往往得不到实惠。一些没有提前做好市场比较的消费者，容易受到超低折扣诱惑而冲动购物。因此，消费者在购物前，可以对所需的物品进行简单列举、筛选，结合实际需求进行购买，避免盲目选购，造成浪费。在购买一些高价值耐用消费品时，可提前到实体店详细咨询或试用后再行决定。

（二）明察秋毫，了解购物说明。消费者需提前了解、咨询各大电商以及各店铺的“双11”活动承诺、活动规则、退换货流程以及售后处理等事项。需要提醒消费者的是，在以往的类似活动中，不少商家通过各种作假手段，营造高销量、好评价的假象，吸引消费者购物。因此，消费者网上购物时，要尽量选择信誉度高且经常光顾的商家，参与海外选购也应通过正规渠道，选择有权威认证和保障措施卖家。此外，“双11”购物造成物流压力大，收货等待时间可能会明显延长。消费者要提前预估配送延误的时间，并结合考虑产品新鲜度、储存条件以及延误所带来的系列问题，再决定是否购买，避免不必要的麻烦和损失。

（三）确认商品，保留相关证据。目前，很多电商平台都提供了专门的信息沟通渠道。消费者通过平台提供的专门渠道与商家进行沟通联系时，要做好相关内容的备份。在签收快递前，消费者务必开箱检查商品的数量和质量，如有不符情况可以拒签。部分商家往往要求退换货时需保留原有包装和外包装箱（比如家电产品），因此，消费者拆货后不要急于丢弃包装，减少不必要的麻烦。此外，消费者要注意留存好订单、发货凭证、发票等购物凭证，一旦合法权益受到损害，便于依法主动维权。

（四）规避风险，谨防钓鱼网站。网络购物虽然便捷实惠，但随之而来的风险也逐渐增加。尤其在“双11”期间，消费者一定要时刻提防网络诈骗的发生。一方面，消费者参与网络购物请务必选择正规的购物网站。正规购物网站底部会显示备案信息 *ICP备*****号和工商红盾标志，同时底部也会标注网站的营业执照、税务登记、法人代表等详细资料。另一方面，消费者要冷静识破骗局，不可相信谎称是客服人员发来的陌生网址链接和以各种理由要求转账的说辞，不要轻易将自己的身份证和银行卡信息透露给别人，更不要将手机的动态验证码告知他人。万一发现被骗迹象，应采取措施，尽快通过银行、平台为挽回损失争取时间，必要时准备好交易记录等相关凭证向公安机关反映。（中消协）



储值消费需理性

储值消费中常常发生消费者合法权益受到的侵害情况。主要问题集中在美容美发、健身娱乐、汽车消费、休闲消费、家政服务、服装洗涤等行业，大部分都是由于店主停业、转让、逃逸或其它类似原因导致已办的储值卡不能再正常使用，从而引发消费纠纷。因此省消协提醒广大消费者在选择储值消费时需理性。

根据已统计的全省投诉情况来看，预付式消费存在以下几方面风险：

一是商家服务“打折”或“缩水”。有些消费者往往在商家搞促销时办卡，对商家缺乏必要的了解，实际的消费情况与商家承诺的“优惠”出入很大，感觉“花钱买难受”；

二是商家关店走人或转手他人。商家未办理消费卡交接手续，持卡消费者有卡不能消费；

三是商家未取得合法经营资格。的前提下先行发放消费卡，若因登记条件不符无法正常登记只能关门，侵害消费者的合法权益；

四是极少数商家纯粹诈骗。以办卡优惠条件为诱饵诈骗钱财，一旦得手就卷款走人，消费者投诉无门。

因此特别提醒广大消费者，在接受储值消费时：

一要“算一算”，消费者办卡时算一算成本支出，办卡之前弄清自己是否长期需要此类服务，要按照自己的实际需要来购买消费卡，不要盲目地因商家的优惠较大而忽视了潜在的成本及风险。

二要“看一看”，消费者要看一看对方证照是否齐全，经营是否规范。掌握商家的一些基本信息，如场地租用情况、业主联系电话等，要选择经营规模大、信誉度高的商家购卡。不要轻信商家的口头承诺，看清书面合同，仔细了解自己的权利与义务，特别是在合同中详细注明卡的使用范围、有效日期、违约责任等相关条款。要特别关注终止服务、转让等限制性约定。

三要“想一想”，尽量不要选择大面值的消费卡，需要时随时充值，避免大的损失。确需办理金额较大的卡时，可咨询相关专业人士，与商家签订“一对一”书面合同，切实维护好自己的权益。在持卡消费时，若发现商家异常情况的，要及时向相关部门反映，以便采取有效措施减少损失。

(山西省消协)

安全乘坐电梯做到“四注意”

近期看到个别商场发生了电梯安全事故,为了引导消费者正确安全乘坐电梯。山西省消费者协会特别提醒广大消费者安全乘坐电梯做到“四注意”。

1. 消费者要注意乘坐方法。乘坐手扶电梯时, 手要紧扶手, 面向扶梯的运行方向; 双脚要完全放在踏板上, 并站在一个台阶上; 不要倚靠, 不要攀爬, 不要蹲下, 不能随意打闹; 手和头不要伸出扶手带外, 防止在自动扶梯运行过程中被旁边的障碍物碰伤; 不得让小孩和老人单独乘坐, 也禁止携带童车乘梯。乘坐升降梯时, 安全快速出入轿厢, 不要在门口处停留; 与电梯门保持距离, 开关门时要特别注意防止衣物或其他随身物品被电梯门挤住; 如果轿厢满载, 应等待下一台电梯; 杜绝超重, 撞击电梯门, 以及让电梯长时间处于硬开放状态等。

2. 消费者要注意自救方法: 乘坐扶梯时, 当遭遇意外事故, 或者发现他人遭到意外, 迅速按下紧急停止按钮。手扶电梯上都有红色紧急按钮, 大约瓶盖大小, 有突出式的, 有嵌入式的, 一般设置在电梯起始的地方, 蹲在电梯前就可以碰到。乘坐升降梯时, 当遇到突停时, 不要采取过激行为, 要立即按电梯内的警铃、电话与管理员联系, 若报警无效可拍门获得外界救援; 如遇急速下坠, 要抓住电梯扶手, 如果电梯内没有扶手, 用手抱颈, 避免脖子受伤, 半下蹲, 使膝盖呈弯曲姿势, 并脚尖点地、脚跟提起, 减缓冲击力。

3. 消费者要注意乘梯切勿超载。电梯都是有一定的负荷量的, 一些大型商场、超市电梯每日荷载量巨大, 长时间处于工作状态, 如果拥挤超载很容易出现问题, 而且不利于逃生。尤其商场超市因开业、过节等开展的促销活动使人群聚集, 也使电梯的客流量大, 尤其是部分老年消费者, 为了领取免费产品或购买早上促销新鲜蔬果在超市门口排队, 一到开门蜂拥而上, 经常出现在挤满顾客的电梯上奔跑、推搡等现象, 殊不知超载可能引发扶梯倒转、升降梯被卡等。因此, 一旦出现拥挤摔倒要注意正确保护自己。如果在电梯上, 要保持镇定, 稳定情绪, 注意正确保护自己, 双手十指



交叉相扣, 护住后脑和颈部, 两肘向前, 护住双侧太阳穴。身体尽量缩小, 避免被踩踏致伤。如果不在电梯上, 出现紧急情况要按紧急制动按钮, 同时及时联系现场管理人员。如果发现前方有人不慎摔倒, 马上停下脚步, 同时大声呼救, 请靠近扶梯急停按钮的乘客按下按钮(位于扶梯上部、下部及中部), 告知后面的人不要向前靠近。

4. 商场要注意经常检查定期维修电梯。商场、超市要做到经常检查定期维修电梯, 还要经常提醒消费者。经常看到部分儿童在手扶梯上攀爬、追逐、玩耍等, 儿童电梯事故年年都有, 多数发生在没有家长监管和缺乏安全知识的儿童身上。因此, 对孩子普及一系列安全知识尤为重要。(山西省消协)

提车时汽车购置税减半 车行不退不合理

近日来，佛山市消费者委员会接到数宗汽车购置税纠纷的投诉。起因是国家出台的购车优惠新政策：自2015年10月1日起至2016年12月31日止，对购置1.6升及以下排量乘用车减按5%的税率征收车辆购置税。降税是利好消息，但部分9月底下订购车的消费者却有了烦恼：合同签了，车价是包上牌价，购置税由车商代买，现在车还没提，税降了一半，车商却不肯把减半的税费退回！佛山市消委会为此发出警示：汽车购置税减半，车商代购税费后应按购置税发票额实计退费。

汽车包上牌价是包括了汽车净车价、车商代购车辆购置税、车船税、养路费、交强险和车辆保险费、牌照费和代办服务费的。其中除了净车价和服务费，其它的税费和保险费用属于车商的代购服务。

财税[2015]104号文《关于减征1.6升及以下排量乘用车车辆购置税的通知》中，明确规定：乘用车购置日期按照《机动车销售统一发票》或《海关关税专用缴款书》等有效凭证的开具日期确定；购置符合本通知规定的车辆，已按全

额缴纳车辆购置税的，多征税款可按有关规定予以退还。

佛山市消费者委员会提示消费者：请依法向车商追讨多缴的税费；今后为避免更多的争议，购车合同中应尽量列出各项费用明细。同时提醒汽车零售商：预收的代购车辆购置税必须按政策退还消费者。

佛山市消委会律师顾问团刘红增律师点评：

“包牌”是汽车经销商为给购车的消费者提供的一种便利，由于许多消费者不清楚上牌程序及所需的相关手续，所以会交由车商统一代办。故实际上消费者在购车时除了与汽车经销商之间建立了买卖合同关系外，还建立了服务合同关系，车商为消费者代办代缴各种税费。所以如遇相关税费有所下调时，车商应向消费者退回多缴的税费。更何况在实践中，绝大部分汽车经销商提供的《车辆订购书》或《车辆买卖合同》等文件中均有“如遇国家相关法规或政策调整而导致税率、收费改变的，增加部分由购买方承担当中约定”等类似说明，故从公平的角度出发，车商应向消费者退回多缴的税费。（佛山市消委会）

谨慎对待“出境游保证金”

近日，寿女士反映，其通过上海傲云旅游咨询公司（以下简称“傲云公司”）办理出境游时，被要求缴纳10000元保证金。傲云公司承诺，消费者入境后将全额退还该费用。事后，该公司以种种理由久拖不退。市消保委调查发现，傲云公司不具备出境游经营资质。同时，其未与消费者签订“保证金协议”和约定“专款专用”等事项。对于拖延退费之事，傲云公司称系资金周转出现问题所致。目前，其已承诺将在11月初向消费者退还保证金。

目前，部分旅游企业为防止出境游客滞留境外不归，要求其事先缴纳“出境游保证金”。少数旅游企业收取该笔费用后，将其作为流动资金使用，一旦资金运作出现问题，往往拖欠退费。据了解，“出境游保证金”如何收取、管理，法律法规暂无明确规定。为此，市消保委提醒广大出境游消费者：

一是选择有出境游资质的旅游企业。查看其是否具有《旅行社业务经营许可证》和《企业法人营业执照》，还要查看旅行社是否具备相关出境游资质。

二是消费者可与旅游企业协商，采用非现金形式提供出境旅游担保。如采用第三方托管、冻结银行卡内款项等形式。同时，消费者须注意核对相关合同签订及收据、发票开具主体与企业宣称的主体名称是否一致，切勿将“出境游保证金”转入个人账户。

三是若被要求提供出境旅游担保时，消费者应与旅游企业签订“保证金协议”。对担保形式、金额、用途、返还方式和时间等事项进行约定，明确双方的权利义务。

四是妥善保存相关合同、票据等证据资料。如遇到旅游企业挪用、侵占出境旅游押金，应及时向相关行政部门投诉举报，维护自身合法权益。（上海市消保委）

网购买到假货怎么办？ 法律专家传授六大维权秘诀

“双11”刚刚过去，您网购的商品是否遭遇假货？如何最大限度避免侵权行为发生？权利被侵害后，怎样才能更好地维护自身利益？法律专家教您几招“秘诀”。

【秘诀一】 网上买到假货， 起诉谁更方便？

北京市第一中级人民法院民四庭法官邵普：根据《消费者权益保护法》规定，消费者通过网络交易平台购买商品遭遇假货，既可以向销售者索赔，也可以向网络交易平台索赔，还可以要求两者承担连带赔偿责任。实践中，为维权方便，消费者一般选择起诉网络交易平台。

值得注意的是，网络销售平台做被告是有条件的，在以下3种情形下消费者可起诉网络交易平台：一是网络交易平台不能提供销售者；二是虽能提供信息，但网络交易平台对消费者作出更有利的承诺；三是明知或者应知销售者利用平台侵害消费者合法权益，且未采取必要措施，则消费者可要求二者



Focus

您网购的商品是否遭遇假货？如何最大限度避免侵权行为发生？权利被侵害后，怎样才能更好地维护自身利益？法律专家教您几招“秘诀”

承担连带赔偿责任。除上述3种情形之外，消费者只能要求销售者承担赔偿责任。

【秘诀二】 网购遇到假货，去哪儿起诉更方便？

北京市海淀区人民法院法官苏航：民事诉讼法有“原告就被告”原则，即如果买到假货，消费者要在被告住所地的法院起诉。然而根据民事诉讼法司法解释，网购产品遇到假货，消费者一般可以在住所地法院起诉。也就是说，消费者可以“不出家门”就让违法者遭到制裁。

【秘诀三】 “一经售出，概不退货”规定是否有效？

北京市第一中级人民法院民四庭副庭长杜卫红：在网络购物中，格式条款比较常见。比如“一经售出，非质量问题不得退换”“一经拍得，不退不换”等。此类格式条款，一般应为无效，因为消费者权益保护法明确规定，消费者享有7天无理由退货的权利，上述条款违反了法律的强制性规定。

【秘诀四】 遭遇“买家已付款，卖家不发货”怎么办？

邵普：消费者下单购买商品，并已支付货款，商家却称未对消费者订单进行确认，合同尚未成立，消费者无权要求发货。遇到这种情况，法院要根据个案详情综合判定。比如，消费者在下单时，商家提供的选项里对产品的型号、颜色、大小、数量、性能等细节均有明确规定。在这种情况下，消费者下单请求和支付货款的行为经过系统确认有效，则合同确立，卖家需履行提供商品义务。

【秘诀五】 网购商品与商家宣传不一致怎么办？

北京市第一中级人民法院民四庭法官范术伟：网购中，商家是否存在虚假宣传，总的判断原则是，若商家故意告知虚假情况或者故意隐瞒真实情况，诱使买方作出错误意思表示的，可以认定为欺诈行为。若经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，则

消费者有权要求退货退款和增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的3倍；增加赔偿的金额不足500元的，按500元赔偿。

【秘诀六】 怎样维权才能耗时少、成本低？

北京盈科律师事务所高级合伙人

王军：由于消费者通过网络购买的多是食品、服装、日用品等价值不是太高的商品，发生争议时，如何维权才能耗时较少、成本较低？成为困扰消费者的一大难题。当前，国内一些大型网购平台正在逐步建立第三方争议调解机制，即邀请知名法律专家、电子商务专家担任调解员，协调买卖双方通过解决争端，消费者可以根据自身情况，申请该项服务。（中国质量报）

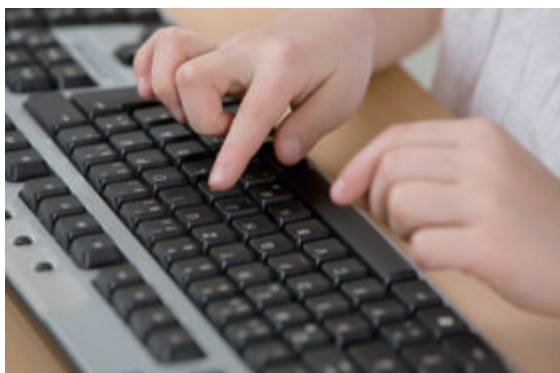
这5种电子产品比马桶圈还脏

美国《福布斯杂志》网站近日刊文指出，我们日常生活中使用的电子产品是细菌聚积的“重灾区”，甚至可能比马桶圈还脏。

多项研究和报告指出，家用马桶圈上的细菌数量介于每平方米8~46个之间。我们经常用手触摸的电子产品上的细菌数量远超过于此。

1.手机。

美国亚利桑那大学微生物学家查克·格伯发现，手机上的细菌数量是大多数马桶圈的10倍还多。英国萨里大学科研人员研究证实，手机上藏匿着大肠杆菌菌群、链球菌、金黄色葡萄球菌和其他种类的细菌。这不仅是因为手机经常接



触外界，更主要的是我们总忽略清洁它，细菌就会在上边堆积。

2.平板电脑。

其表面积比手机更大，承载的细菌量也更多。英国研究人员经测量后发现，其表面约附着600个单位的金黄色葡萄球菌。

3.游戏控制手柄。

它的细菌承载量是马桶圈的5倍，大肠杆菌是潜在其中的细菌之一。

4.键盘。

有研究发现，键盘的细菌附着量是家用马桶圈的3倍多。

5.遥控器。

美国一项研究发现，约70%的遥控器含有能引起腹泻的致病细菌，遥控器上每平方米约有11个细菌。

手是人体的“外交官”，人们在用过电子产品后，会无意识地抠鼻子、揉眼睛，这些动作都为病菌传播创造机会。如此说来，我们平时应仔细防范：第一是别在卫生间里玩手机，否则容易令手机上布满大肠杆菌；第二是使用电子设备前要洗手；第三是使用质地柔和的消毒湿巾擦拭电子设备。（生命时报）

用衣服折算温度靠谱吗？

天冷如何正确穿衣

“有一种寒冷，叫做你妈觉得你冷……”最近气温骤降，很多人又开始犯起了难：要不要穿秋裤，衣服加多少合适？

网上热传着一则“穿衣公式”，该公式将衣物分成不同类别，各自量化成相应的温度数值，然后只要用“最佳舒适度”26℃减去当日气温，就能“算”出当天需要什么样的搭配。这个公式靠谱吗？天冷究竟该如何穿衣？为此，我们请教了专家。

衣服折算温度？ 不太靠谱

网上热传的“穿衣法则”，将不同衣物的保暖效果折算成了温度：比较厚的羽绒服相当于9℃，薄款羽绒服相当于6℃，厚羊毛衫是4℃，棉背心是4℃，抓绒衣服、薄外套是3℃，厚的棉毛衫是2℃，薄的棉毛衫是1℃。

计算方法：如果当天的气温是22℃，那么穿一件短袖加一件薄外套即可： $22+1+3=26$ 。26℃，就是身体感觉比较舒适的温度。

乍一看，此法简单易



行，只要参照当天的气温，做个简单的加法运算，就解决问题了。但它是否真的有道理呢？北京大学人民医院副主任医师陈玉红认为，这一说法有些问题。打个比方，如果当天气温零下10℃，那么按照上述法则，要达到26℃的标准，薄款羽绒服要穿6层才够，实在不太可行。

国家纺织制品质量监督检测中心的工作人员也告诉记者，这个说法太不严谨。服装的检测标准里并没有温度标准这一项，衣服是否保暖，主要取决于保温率、导热系数、热阻值、克罗值（室温下，感觉舒适时所穿衣服的保温值）这4个参数。

对老百姓来说，保温率是最直观的参数，这是通过专业的计算公式算出来的。但目前，只有保暖内衣有保温率的要求，标准是在30%以上，而其他服装鞋帽都没有相关标准。

陈玉红说，穿衣戴帽不仅要根据不同季节、天气选择不同衣物，还要依据不同的气候条件选取相应布料，才有利于健康。

建议大家参考气象台的穿衣指数来选择合适的衣服。因为这一指数是根据天空状况、气温、湿度及风等气象条

件，对人们适宜穿着的服装进行分级确定的，有一定的科学性。

天冷， 衣服最好穿三层

天冷着装，并非越厚越好，穿衣服也要讲究“层”数。厚衣服透气性差，捂得人们容易出汗，出了汗以后，又往往没有可以脱换的余地。

特别是在室外活动的时候，浸透了汗水的衣服，由于缺乏衣服纤维间空气的保暖，会导致热量迅速散失。所以，有的人虽然穿着厚大衣还总觉得冷。

多穿几层稍薄的衣服，保暖效果更好。层数多，层间的空气流通相对较好，即使出了汗也容易干，这就总能保证衣服里面空气的保温效果。

另外，层数多，有脱换的余地，无论室内、室外总能保持身体温度的相对稳定，而不会忽冷忽热，使身体着凉。因此，只有穿多层才能真正起到保暖的作用。一般在冬天，至少穿3层衣服是比较合适的。随着天气的转冷可以适当加层数，切忌只考虑衣服厚度的习惯做法。（生命时报）

新旧微波炉差别大 超过10年安全性下降

近日，四川省消委会公布了近期开展的新旧微波炉比较试验结果，结果显示，15组旧样品中有3组“输入功率和电流”不符合标准要求，“辐射、毒性和类似危险”项目检测结果在不同超期使用年限的微波炉中差距较大，7组旧样品的能效值都在56%(4级)以下，占全部旧样品的47%。省消委会相关负责人表示，超过使用年限10年的旧微波炉样品安全性下降，能效值显著降低。

四川省消委会依据《中国消费者协会比较试验工作导则》等要求，由省消委会工作人员以普通消费者身份，按照样品购买程序和新旧微波炉比对试验方案，在成都市场上随机购买了17组新微波炉作为此次试验的新样品，同时通过各种渠道向消费者公开征集了15组超过国家《家用和类似用途电器的安全使用年限和再生利用通则》建议使用期限的旧微波炉作为此次试验的旧样品。17组新微波炉样品覆盖了美的、格兰仕、海尔、惠而浦、LG等13个市场品牌，其中样品数量最多品牌的是美的、松下、格兰仕；15组



Focus

省消委会相关负责人表示，超过使用年限10年的旧微波炉样品安全性能下降，能效值显著降低

旧微波炉样品有蚬华、格兰仕、松下、LG四个品牌。

本次比较试验中对新微波炉样品的标志和说明项目、对触及带电部件的防护项目、耐潮湿项目、结构项目、内部布线项目、接地措施等10项安全项目进行了检测，检测显示，均符合标准要求。其中在输入功率和电流项目、工作温度下的泄漏电流和电气强度项目、泄露电流和电气强度项目、辐射和类似危险项目上有细微差异。

“辐射、毒性和类似危险”

项目主要考核微波炉在正常使用过程中可能产生的过量微波泄漏。该项目就是消费者最为关心的微波炉辐射问题。根据《家用和类似用途电器的安全 微波炉，包括组合型微波炉的特殊要求》(GB 4706.21-2008)的规定，距微波炉外表面50mm(毫米)或以上的任一点处，微波泄漏应不超过50W/m²(瓦每平方米)。经检测，本次比较试验17组新微波炉样品全部符合国家标准，而且实测值均远远低于国家标准规定的辐射值。其中最大的是标称LG(型号WD800(MH6343BDK))和标称威力(型号17MX05)的样品，均为8W/m²；最小的是标称格兰仕光波炉(型号G80F23CN3LV11-C2K(R8))的样品，为1W/m²。

在对微波炉旧样品进行的测试发现，部分旧样品所检测安全项目不符合国家标准要求。“输入功率和电流”项目检测结果显示，微波炉15组旧样品中有3组不符合标准要求(实测值超过限值15%或60W中较大者)。“辐射、毒性和类似危险”项目检测结果在不同超期使用年限的微波炉中差距

较大，其中检测结果较大的是：标称格兰仕(已使用年限13年)，为11W/m²；标称格兰仕(已使用年限14年)，为8W/m²；标称松下(已使用年限23年)，为5W/m²。测试同时发现，多数旧样品能效值不符合国家标准要求，有7组样品的能效值都在56%(4级)以下，占全部旧样品的47%。

对此，四川省消委会秘书长肖向荣指出，微波炉产品的安全使用周期为10年。本次比较试验收集的旧微波炉样品几乎都是超过10年以上的，有的甚至长达23年的使用周期。对比微波炉新、旧样品的监测结果，无论在输入功率和电流上面还是在能效等级上面，旧微波炉样品的检测平均值都大于新微

波炉样品。随着科技的进步，新技术和新材料的使用使得新一代的产品变得更加节能，对比市场主流产品，超期使用的微波炉很多达不到现行能效标准的最低限值。消费者如果一直使用这类产品，意味着必须支付多出的电费。建议消费者要定期对旧微波炉进行检查，或者尽早更换更加安全的新微波炉。

提示：食物加热温度过高可能产生致癌物

目前，对于微波炉的使用存在不少误区，今日，四川省消委会现场解答了关于“微波炉辐射量大，是否会使人致癌”、“微波炉加热食物会产生致癌物”，以及“微波炉会使塑料容器释放有害物质”等问题。

一：“微波炉辐射量大，会使人致癌”？

事实上，微波是一种电磁波，跟收音机和电报所用的电波、红外线、以及可见光从本质上讲相同的。其差别在于频率的不同。微波的频率高于电波，低于红外线和可见光。但由于微波炉的工作原理，确实会存在一定量的辐射，但远远低于国家要求的标准值，打开以后，远离微波炉，这是一个更为安全的作法。

二：“微波炉加热食物会产生致癌物”？

事实证明，无论何种加热方式，如果食物加热温度过高，就可能产生致癌物。比如常见的煎炸烤制

各种面食、饼干点心、薯条、薯片、咖啡豆、肉类等食物，若烹调时发生焦糊，都可能会产生致癌物。事实上用微波炉加热粥、汤、牛奶、米饭、面条等高水分食品时，一般不需要达到100度以上。只要水分没有被蒸干，食物温度会始终维持在100度，不会产生致癌物。因此正常使用的微波炉不会让食物产生致癌物质。甚至根据相关研究，微波炉与传统加热方式如烧、烤、炸等方式相比，还可以有效降低上述致癌物产生的机率。

三：“微波炉会使塑料容器释放有害物质”？

据了解，美国食品药品监督管理局（FDA）为了规范微波炉专用的塑料容器，有关机构专门测定了各种塑料容器在正常微波炉加热中可能释放到食物中的有害物质的量，要求这个量低于动物实验确定的有害剂量的百分之一甚至千分之一，才可以标注为“可微波加热”。所以，使用标注为“可微波加热”的合格塑料容器还是安全的。当然，使用陶瓷或者玻璃容器更不会释放有害物质。（四川省消委会）

羽绒服又轻又暖怎么选？

受访专家：中国羽绒工业协会信息部主任 祝炜

立冬过后，大家开始“武装”自己，近几年，羽绒服也开始“美丽不冻人”。轻薄款羽绒服摆脱了厚重感，保暖性未打折扣，还好收纳。中国羽绒工业协会信息部主任祝炜表示，挑选又轻又暖的羽绒服要注意以下几点。

根据温度选充绒量。祝炜表示，含绒量、充绒量是羽绒服的重要指标。含绒量是羽绒中绒朵的比重，轻薄款羽绒服为了追求“轻”与“薄”，对于含绒量要求更高，一般含绒量在90%以上。相同体积的羽绒服，其含绒量越高，重量越轻，保暖性越好。充绒量是一件羽绒服填充的全部羽绒的重量。以90%左右含绒量的羽绒服为例，一般情况下，如果气温在0℃~10℃之间，可以选择充绒量为76g/m²的秋薄款；如果气温在零下10℃~0℃之间，可以选择充绒量为92g/m²的冬薄款。气温再低时，充绒量就需要更高。当然，每个人的抗冻能力、穿衣习惯都不一样，南北气温也存在差异。所以，



在选择的时候最好看清楚产品标签，再试穿一下，看是否保暖，根据个人喜好购买。

蓬松度越高品质越好。对于轻薄款羽绒服来说，蓬松度是度量羽绒保暖程度的另一个标准。它指的是在规定的条件下，每一盎司(30克)羽绒所占体积立方英寸的数值。一盎司的羽绒所占的空间为600立方英寸则称该羽绒的蓬松度为600。国内一般的蓬松度标准为450。羽绒的蓬松度越高，说明在同样充绒量下的羽绒可以固定更大体积的空气层来保温和隔热，所以羽绒的保暖性越好。

祝炜建议，在选购时，可以将看中的几件羽绒服放在一起，使用同样的力度分别按住衣服的表层，回弹时间越快的羽绒服质量越好，表明蓬松度高；弹不起来或回弹很慢，说明填充物质量欠佳；根本无回弹性，则填充的材料很可能是

鸡毛或是其他长毛片的粉碎毛而非羽绒。

鹅绒、鸭绒差别不大。羽绒服中的填充物，最常见的是鹅绒和鸭绒，有白鹅绒、灰鹅绒、白鸭绒、灰鸭绒。通常来说体型更大、更成熟的禽类，绒毛的质量更好，也就更具有保暖性。鹅绒的保暖性要略高于鸭绒，但差距很小，人体几乎感觉不到。祝炜表示，因为鹅绒产量小，所以价格要高；而市场上流传的白鸭绒好于灰鸭绒的说法并不准确，白鸭绒确实可更广泛用于面料是浅色的羽绒服中，但两者除了颜色差别，保暖性并无差异。

除此之外，“观、闻、拍、搓”很重要。观面料：轻薄款羽绒服面料柔软，如果一眼看上去面料做工粗糙、钻绒的羽绒服品质不好；闻异味：闻一下羽绒服是否有异味，味道刺鼻的说明其中羽绒质量有问题；拍粉尘：猛力拍打羽绒服，看有无粉尘溢出。如无粉尘溢出为好产品；如有粉尘溢出，则为粉碎毛等伪劣填充料所做制品；搓一搓：看是否有羽绒蹿出，如果有很多绒蹿出，说明使用面料不防绒，越穿会越不保暖。（生命时报）

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



市消协领导参加 东城区消协争先创优表彰会

11月24日上午,北京市消协副会长兼秘书长杨晓军,来到东城区工商分局会议室,参加东城区消协开展的“携手共治,畅享消费”争先创优活动表彰大会。

为进一步贯彻执行《消费者权益保护法》,落实中消协“携手共治,畅享消费”年主题,为消费者营造更加和谐的消费环境,北京市东城区消协在工商分局领导的大力支持下,聘请了专业的社会调查机构进行了明查暗访,自2015年9月8日至20日采集了755个有效样本,从各方面进行了深入调查和分析,评选出26家优秀企业,以召开大会的形式进行表彰。此次活动得到了东城区商业、服务业企业的积极响应和支持。北京市消协投诉与社会监督部主任陈凤翔、东城区工商分局党组成员、副局长孙晓波、消保科科长万海龙及工商所、消协分会干部、企业代表近百人参加会议,会议现场为获奖的26个企

业进行了颁奖。

会上,杨晓军秘书长作对东城区消费者协会与社会统计调查服务机构合作,采取政府购买服务的做法给予了充分肯定,称其是北京市消协系统此方面第一次勇敢的尝试,消协携手企业为消费者营造良好消费环境的共赢做法值得推广。他指出,一是企业文化是企业的生命线,老字号对产品质量、服务的坚守,值得新兴企业学习。二是要加强企业维权自律,制定完善的规章制度,使企业与消费者有据可依。三是消协是沟通消费者与企业的桥梁与纽带,企业更要加强与消协的沟通,以服务与质量赢得消费者尊重。四是此项争先创优活动是引进社会化管理与服务的一次大胆尝试,希望东城区消协继续加强与企业的联系。(东城区消协)