



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

2017
08
总第 59 期

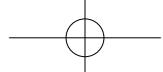
母婴消费 专题

- ☆ 消费者选择奶粉将更方便
- ☆ 婴幼儿辅食难防添加糖
- ☆ 羊奶市场亟待规范
- ☆ 婴幼儿有必要喝专用水吗
- ☆ 找个好保姆有多难?



18 40 种家具类商品抽检不合格 | 26 旅游购物退货莫纸上画饼 | 28 中关村电子市场案例启示





市人大常委会副主任、市消协会长柳纪纲



市工商局局长、市消协常务副会长陈永

8月10日上午，北京市人大常委会副主任、北京市消费者协会会长柳纪纲在市工商局局长、市消协常务副会长陈永，市工商局副局长、市消协副会长方葆青等有关同志陪同下到北京市消费者协会听取工作报告。市工商局副局长、市消协副会长方葆青向柳纪纲会长汇报了北京消协系统的基本现状、市消协上半年开展的工作以及下半年的工作计划。





Prologue

卷首语

柳纪纲会长强调提升格局创新方法 切实维护消费者合法权益

8月10日上午，北京市人大常委会副主任、市消协会长柳纪纲带队到市消协，就北京市消费者权益保护工作进行调研。柳纪纲会长一行考察了市消协办公室、消费投诉与社会监督部、组织联络与新闻事务部、消费指导与信息咨询部以及法律事务与理论研究部等机构设置情况，听取了市消协关于2017年上半年工作情况及下半年工作思路的汇报，并进行了座谈交流。

柳纪纲会长对市消协的工作成效给予肯定。他强调，消费很重要，消费者很重要，消协很重要，消协各成员单位很重要。消费是拉动经济增长的“三驾马车”之一，在经济发展中发挥着举足轻重的作用。消费者是最大的群体，人人都是消费者，良好的消费环境关系到人民群众的福祉和获得感。消费者协会作为消费者权益的重要救济渠道，承担着化解社会矛盾纠纷，保护消费者合法权益，规范市场经济秩序，促进经济稳定增长的重要职责，做好消费者权益保护工作使命光荣，任务艰巨。

关于如何做好新形势下的首都消费者权益保护工作，柳纪纲会长指出，一是要加大理论创新。要积极适应经济发展新常态，准确把握首都消费的新形势、新问题、新挑战，深刻认识和把握北京作为特大型城市消费者权益保护工作的特点和规律，不断加大对重点消费领域、重点消费纠纷和相关法律问题的调查研究。二是要加大制度创新。对消协的公益属性和法定职责作用要有清晰的定位和认识，要进一步健全市区两级消协的组织结构和运行机制，健全与相关成员单位、政府部门密切协作的工作格局，为消协作用的更好发挥提供有力的制度支撑和机制保障。三是要加大工作方式创新。要立足首都实际，主动适应消费方式和消费结构的新变化，构建科学的消费者满意度评价标准和风险监测体系，加大互联网、大数据分析等技术手段的运用，努力提高消费者维权工作的现代化水平，营造放心便利的消费环境，为维护首都经济秩序和社会稳定保驾护航，为建设国际一流的和谐宜居之都作出新的更大的贡献。

市工商局局长、市消协常务副会长陈永对柳纪纲会长一行到市消协调研表示感谢，同时对市消协工作也提出了明确和详细的要求。一是市消协要按照柳纪纲会长的指示，系统推进消协各项工作。二是根据北京发展战略定位，研究首都消协工作重点。打造世界一流和谐宜居之都，做好消费维权工作。三是推动各区消协换届工作，强化基层消协组织建设，建立健全消协系统工作体制机制。四是下半年市消协深入贯彻落实市十二次党代会精神，切实抓好“两贯彻一落实”，切实提高政治站位，牢固树立“四个意识”，坚持问题导向、夯实工作基础、强化责任担当，立足“以消费者为中心”的服务定位，突出工作重点，努力将下半年的各项工作落到实处，积极服务首都发展大局，维护首都经济秩序稳定，以实际行动和优异成绩迎接党的十九大胜利召开。



CONTENTS 2017年8月

BEIJING CONSUMERS

目录



热点关注 Hot Concern

P10

婴幼儿有必要喝专用水吗

专家表示：“从目前市场情况看，有些婴幼儿水在配方上与当下瓶装饮用水相比并无差别。而《中国居民膳食指南（2016）》儿童版中明确表示，婴幼儿的推荐水分来源是白开水，所以日常家中饮水应主要选择白开水。”

卷首语

Prologue

- 01 柳纪纲会长强调提升格局创新方法
切实维护消费者合法权益

热点关注

Hot Concern

- 04 37家企业奶粉配方注册获批
消费者选择奶粉将更加方便
- 06 问题普遍！婴幼儿辅食难防添加糖
- 08 羊奶异军突起 市场亟待规范
- 10 婴幼儿有必要喝专用水吗
- 12 找个好保姆，有多难？
- 14 家长花钱“买心安”机构精心“造噱头”
早教“抢跑”何时休

权威发布

Authoritative release

- 16 33组纸制品类商品抽检不合格
- 18 40种家具类商品抽检不合格

- 20 22款箱包类商品抽检不合格

维权人物

Activist character

- 22 为消费者排忧解难
——记昌平区消费者协会干部李小飞
- 23 锦旗是荣誉更是责任
——记顺义区消费者协会调解员冯志松

消费时评

Consumer Commentary

- 24 打开后厨，让食品安全看得见
- 25 月饼创新，安全比口味更重要
- 26 旅游购物退货莫纸上画饼
- 27 从源头堵住游乐设备安全隐患

消费提示

Consumer Tips

- 28 中关村电子市场案例启示
- 32 警惕购手机陷阱

- 33 买航延险注意“保险责任”
与“责任免除”

- 34 工商部门曝光十家“黑心”中介
- 34 警惕美容机构“温柔”的陷阱
- 35 选购太阳镜要避免这些“坑”
- 35 “讲座”“义诊”有陷阱
- 36 新学年将至 小心陷入“校园贷”
- 37 购买汽车要仔细 签订合同需谨慎
- 37 关于小龙虾的消费提示

消费课堂

Consumer Class

- 38 奶茶那么火 好坏如何分辨？
- 39 如何选购蓝莓 蓝莓怎么吃？
- 40 科学使用烹调油
- 41 葡萄“白霜”不是农药，是果粉！
- 42 黑糖食品：美味OR风险
- 44 选用电动平衡车九提示
- 44 马上进入“开学季” 文具您买对了吗？



P28 中关村电子市场案例启示

近年来，中关村鼎好、海龙、科贸电子市场个别商户以低价揽客、转型销售、围攻强卖等不法手段侵害消费者权益的行为屡禁不止，属地政府组织工商、公安等多个部门长期开展联合整治，但类似问题时有发生。海淀工商分局、海淀区消费者协会提醒消费者在电子市场购物时应注意：

1、想好所需心有数，忽悠转型不发慌。2、低价诱惑不为动，一分价钱一分货。3、购物票据索要齐，交易过程留证据。4、维权途径请记牢，及时维权保平安。



P38 奶茶那么火 好坏如何分辨？

奶茶虽属于休闲快餐类食品，但是要想感受奶茶的优劣要从茶色、香气、形态和味道四方面慢慢体会，细细品尝。奶茶吸入口中，略停几秒，不论是清凉还是温暖的奶茶，好喝的奶茶一定是奶与茶的完美搭配，而不是入口甜腻，不分茶与奶的感觉。

《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。

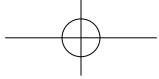
面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



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	方葆青
主编	杨晓军
副主编	罗刚 屈鹏
编委	崔倩 陈凤翔 赵祖升 李蕊 李焱 王兆泰 赵元东 刘博 任军 顾飞 曹桂利 杨立生 李化军 张克 赵伟春 李新宇 黄振 李瑞强 张海东 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	郝雪莲
封面题字	中国社会科学院院长、党组书记、 学部主席团主席 王伟光
编辑出版	北京中轻热点文化传播有限公司
数据支持	北京金鼎影响力市场调查中心
法律顾问	北京中银律师事务所 葛友山 北京汇佳律师事务所 邱宝昌 北京华烨律师事务所 陈玉龙 北京常鸿律师事务所 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	bjxf315@126.com

2017年 第8期（总第59期）
京内资准字1516 — L0060号

内部资料 免费交流



热点关注

Hot Concern

37家企业奶粉配方注册获批 消费者选择奶粉将更加方便

近日，央视财经《消费主张》通过不同跨境电商购买了7个国家共19个品牌的1段婴儿配方奶粉，并送往国家食品质量监督检验中心进行“矿物质”、“维生素”和“污染物”三项指标的检测。结果显示，42.1%的样品不合格。

不过，这并不代表上述“洋奶粉”质量都有问题，也可能是不同国家在制定奶粉的标准上有所差异，而中国采用的正是被称为“史上最严奶粉新政”的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》（下称“办法”）。

办法施行近一年以来，给行业发展和消费者带来了哪些影响？8月29日，中国营养保健食品协会和有关机构联合主办“后注册时代婴配行业发展媒体研讨会”，多名专家围绕上述问题展开讨论。



注册制能遏制市场上配方过多过滥

去年10月1日，办法正式施行，规定婴幼儿配方乳粉的产品配方必须通过相关部门的注册后才能生产销售。从2018年起，获批的乳粉产品必须在外包装上标注产品配方的注册编号，未获批的乳粉产品将不得在中国境内销售。

国家食药监管总局有关负责人表示，配方注册相关工作旨在规范婴幼儿配方乳粉产品配方和标签标识行为，治理婴幼儿配方乳粉市场虚假宣传等乱象。

食药监总局一司司长张婧曾在接受采访时指出，目前的市场现状是一家企业可以有几十个配方同时生产，造成打品牌战、打配方战、互相诋毁等市场乱象。对此，办法要求，每个企业原则上不得超过3个配方系列9种产品配方。3个系列基于奶粉上的适用月龄，9个配方则是考虑到产品本身的常规状态。

“婴配注册制可以说我们国家是最先开始的”，中国营养保健食品协会秘书长刘学聪提到，中国先是按照药品的管理思路逐渐形成婴幼儿奶粉的注册管理制度和模式，然后根据食品安全法要求，制定了适合中国国情的婴幼儿配方奶粉注册管理办法。

国家乳业工程技术研究中心副主任姜毓君表示，施行注册制不但能让配方符合科学性和安全性标准，还能扭转市场上配方过多过滥的局面，实现企业产品由“外在数量到内在质量”的转化。

已有37家企业获批 国外企业数量较少

记者了解到，8月3日，国家食品药品监督管理局公布首批获得婴幼儿奶粉配方注册的22个企业，包括伊利、蒙牛等17家国内企业，以及荷兰皇家菲仕兰、雀巢等5家国外进口企业。截至目前，已经有37家企业的婴



幼儿配方乳粉产品配方获准注册，其中7家为国外进口企业。

针对国内外企业获批数量出现较大差异的情况，刘学聪认为，除了一些中小企业是由于对婴幼儿奶粉注册的重视程度不足，技术、人才能力又跟不上之外，还有部分原因是国外进口企业在准备申请材料时有更多程序，比如中英文翻译、材料公证等。

记者梳理发现，根据今年公布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请材料项目与要求》和《婴幼儿配方乳粉产品配方注册现场核查要点及判断原则》两份征求意见稿，除了国内婴幼儿配方乳粉生产企业需要提交的10个项目的申请证明文件，国外进口企业还需提交包括获得国家出入境检验检疫部门进口婴幼儿配方乳粉境外生产企业注册的证明材料等3个证明材料。

不过，刘学聪强调，虽然国外企业在注册准备程序上更加复杂，但是获批门槛和国内企业是一致的。尽管如此，有些国外进口企业仍然面临产品“符合原产国家标准，但不符合中国标准”的障碍。

比如中国婴儿通过饮食获取微量元素的需求更大，因此国标对此有明确标准，而欧美奶粉就没那么严格甚至不做要求；中国国标要求婴儿奶粉的“乳清蛋白占总蛋白质比例”大于60%，但美国奶粉对此不做要求。这些差异都可能导致进口奶粉在中国不合格。

规范标签将使消费者在选择上更方便

据介绍，注册审批工作严格按照婴幼儿配方乳粉食

品安全国家标准进行审评，主要成分及可选择添加营养素必须明示，标签标识不得使用虚假、夸大、违反科学原则或者绝对化的词语，不得涉及疾病预防，不得涉及治疗和保健功能。

据中国乳制品工业协会名誉理事长宋昆冈介绍，审评实际上是对企业的技术和管理水平的检验和提升，内容分为3个方面：配方、标签和生产工艺及设备。

配方审核包括原料、营养强化剂、食品添加剂和可选择成分的质量标准、检验方式，甚至营养强化剂的化合物来源；标签审核包括配料与配方是否一致、营养成分表是否达标、正侧面分别展示的内容等；生产工艺和设备审核则要看生产条件、设备是否满足工艺需求，必要的时候还需现场审核。

《婴幼儿配方乳粉产品配方注册标签规范技术指导原则（试行）》规定，商品名不应包含“金装”“超级”“贵族”“升级”“益智”“益生菌”等词语，因为涉嫌虚假、夸大，甚至带有封建迷信色彩。菲仕兰高级副总裁杨国超表示，旗下产品“美素佳儿”已经按照要求去掉了“金装”二字，配方也根据注册要求进行了微调。

刘学聪认为，对标签的大力规范将使消费者对品牌的辨识认知更强烈，信赖度更高，在选择的时候也就更单纯，抛开过度宣称的内容。

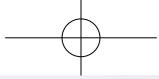
“奶粉注册不是一劳永逸”，刘学聪强调，配方注册证书只是市场准入的钥匙，未来企业还需持续对产品的安全性予以保证，通过科学有效的市场策略、优等的产品品质赢得市场。（据南方都市报）



链接

婴幼儿配方奶粉

配方奶粉是以母乳为标准，对牛奶进行全面改造，使其最大限度地接近母乳，符合婴儿消化吸收和营养需要。依照美国食物药物管理中心(FDA)规定，婴儿配方中所有成份，必需被认可为安全食物成份(generally recognized as safe-GRAS)，或可作为食品添加剂(food additives)，才能添加在婴儿配方制造过程之中。上市前制造厂商必须提出，所添加的每一项营养素在品质上及安全上的保障声明与证明，而卫生当局也必需确认良好制造流程、安全管理保障，以及上市后使用行销等相关问题的处理。



热点关注
Hot Concern

问题普遍！ 婴幼儿辅食难防添加糖



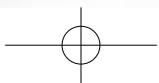
近日，亨氏旗下婴幼儿果蔬条零食系列产品“Little Kids Shredz”因被指控含糖量高、涉嫌误导性宣传在澳大利亚举行听证会，这一消息引起母婴圈的广泛关注。

婴幼儿一般在生长到6个月以后开始添加辅食。添加辅食的主要目的不仅在于补充营养，也是让孩子逐渐向常规食物过渡。这个阶段是孩子尝试新食物，接受多样化食物的关键阶段。无论国内外都鼓励婴幼儿辅食应保持原味，不加盐、糖以及刺激性调味品，保持淡口味。很多家长给孩子购买现成的商品化辅食，更为方便，口味宝宝也更容易接受。但是，这类辅食大多如亨氏婴幼儿果蔬条一样添加糖和盐等调味品，让原本应该简简单单的辅食变得不再那么单纯。

事件

亨氏婴幼儿辅食含添加糖涉嫌误导消费者

不久前，国外媒体报道，亨氏澳大利亚公司的一款婴幼儿果蔬条零食系列产品“Little Kids Shredz”涉嫌误导消费者，受到澳大利亚消费者协会起诉。起诉方指出，亨氏旗下的一款婴幼儿辅食“Little Kids Shredz”包装上标称“99%为水果或蔬菜”，看起来非常健康，但实际上，这款系列产品中糖的含量极高，平均每100克含糖量达到68.7克，应该被列为“甜点”。澳大利亚消费者协会同时指出，这款产品之所以含有如此高的糖，是因为其中有添加糖，而非水果本身





所带有的果糖。此外，这款系列辅食中还添加了浓缩苹果汁，而浓缩果汁与天然蔬果干最本质的区别，正是浓缩果汁中含有添加糖。

对于上述指控，亨氏公司予以否认，同时发表声明称，“Little Kids Shredz”是独立小包装的儿童零食，适合1-3岁年龄段儿童，其营养成分与水果干相类似。

根据报道，如澳大利亚消费者协会胜诉，亨氏公司将面临罚款，并对包装说明进行更正。

解析

婴幼儿辅食添加糖带来肥胖等疾病风险

世界卫生组织推荐，婴儿出生的前6个月纯母乳喂养，满6月龄起，在母乳喂养的基础上可添加辅食，以满足其生长发育对营养的需要。

添加辅食的原则应保持原味，不加盐、糖以及刺激性调味品，保持淡口味。淡口味食物有利于提高婴幼儿对不同天然食物口味的接受度，减少偏食挑食的风险。淡口味食物也可以减少婴幼儿盐和糖的摄入量，降低儿童期及成人期肥胖、糖尿病、高血压、心血管疾病的风险。

很多家长选择给孩子用新鲜的水果蔬菜、肉类自制辅食，但也有相当一部分家长更青睐于直接从商超或网店购买辅食。这类辅食普遍都存在着一个弊病，那就是添加了糖。

食物中额外添加的糖，除了增加能量外，不含任何营养素，被称为“空白能量”。这些糖的过量摄入不仅增加婴幼儿龋齿的风险，也会增加婴幼儿额外的能量摄入，增加儿童期、成年期肥胖的风险，并相应增加2型糖尿病、心血管疾病的风险。

婴幼儿辅食添加糖，可以使口味变得更好，更加符合宝宝嗜甜的天性，迎合他们对甜味的偏好。辅食中是否含有添加糖，其实很容易识别，家长只要看看配料表就能一目了然。白砂糖、蔗糖是很明显就可以识别的添加糖，一些辅食的添加糖则相对比较隐蔽，以淀粉糖浆、麦芽糊精、果葡糖浆、蜂蜜等隐形糖“掩人耳目”。很多果泥类辅食配料看起来很简单，只有水果和浓缩果汁，但事实上，浓缩果汁在加工过程中也可能添加了糖，它们在辅食中也充当着“甜味担当”。

调查 不同种类婴幼儿辅食添加糖问题普遍

目前市面上销售的婴幼儿辅食添加糖问题究竟有多

普遍？北京晨报记者调查了几种常见婴幼儿辅食的配料表。

以米粉类辅食为例，北京晨报记者发现，这类辅食添加糖现象比较普遍。调查的四个品牌婴幼儿米粉产品中，三个都含有添加糖，这些添加糖以白砂糖、葡萄糖浆、麦芽糊精、冰糖、食用葡萄糖的形式添加，而且大部分标明的适用年龄段都是从宝宝添加辅食初期，也就是6-8个月开始就可以食用。其中一款婴幼儿米粉甚至在产品介绍中打出了“白砂糖、香精香料0添加”的宣传语，但其配料中的菠菜粉和西红柿粉中都标注着含有葡萄糖浆、麦芽糊精这类“隐形糖”，它们的确不叫白砂糖，却是添加糖的另一种存在。

肉松类辅食近些年也很有市场。肉松是瘦肉经煮熟去油后，再弄碎、调味、收汤、炒干揉松得到的成品。而调味恰恰是肉松口味的关键，通常加入的调味料有盐、糖、酱油以及油等。目前市面上的婴幼儿辅食肉松产品以猪肉、牛肉、鱼肉为主要原料，大多数辅以豌豆粉。几乎每种品牌的肉松类辅食，白砂糖都是必加的，这些肉松辅食针对的人群普遍是6个月以上的宝宝。

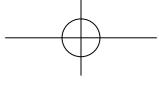
磨牙棒类辅食的情况也不容乐观。和米粉类辅食一样，磨牙棒以小麦粉为主要食材，如果不添加一些糖，恐怕宝宝们没有耐心用它们来磨牙。

值得关注的是，市面上很多婴幼儿辅食都是从宝宝6个月或8个月开始建议添加的。然而，根据2016版《中国居民膳食指南》，0-3岁(即0-36个月)的婴幼儿添加糖建议摄入量均为0，也就是不建议添加。从宝宝4岁开始，才可以摄入添加糖。显然，这些婴幼儿辅食让宝宝们过早地尝到了“甜头”。

建议

家长学会看食品标签宝宝少吃糖和盐

家长学会阅读食品标签，可识别高糖、高盐的宝宝辅食。配料表是最直接的信息来源，可以查到额外添加的糖。此外也可以参考营养成分表。按照我国食品标签法，食品标签上需要标示每100g食物中的能量及各种营养素的含量，并标示其占全天营养素参考值的百分比(NRV%)。如钠的NRV%比较高，特别是远高于能量NRV%时，说明这种食物的钠含量较高，最好不要给宝宝购买。(据北京晨报)



热点关注

Hot Concern

羊奶异军突起 市场亟待规范

提到牛奶，大家都不陌生。但是提到羊奶，想必很多人就没有那么熟悉。

其实，在古时，羊奶的营养价值早就被认可。本草纲目有云：羊乳甘温无毒，可益五脏、补肾虚、益精气、养心肺……

近日，国家食药监局公布了第四批配方奶粉注册企业名单，新增6家企业21个配方，其中，有6个羊奶粉配方通过。在奶粉新政如火如荼的背景下，羊奶粉生产企业也要借势发力了。

异军突起的新品种

数据显示，目前，在我国消费者消费的奶制品中，90%以上都是牛奶，奶源单一问题一直困扰着我国奶业。相关专家表示，随着我国人均奶制品消费量的不断上升，局部的、阶段性的供给矛盾会引发奶荒现象，奶业供给压力日益增加。从整体来看，中国乳业市场仅靠发展牛奶制品显得独木难支。近年来，不少奶企开始发力羊奶市场，初衷是以羊奶来弥补牛奶的短缺。

自上世纪70年代开始，一些发达国家的营养学专家开始对羊奶进行研究，特别是对其营养及各种活性物质成分给与了肯定。随后，澳大利亚、新西兰、美国、加拿大等国家开始将羊奶作为日常奶制食品。时至今日，羊奶制品愈发受到人们的认可。资料显示，羊奶属于资源稀缺型特种乳，品质优良、营养功能全、自然地理资源禀赋极高。此外，羊奶更是接近母乳的奶制品，易被人体吸收。

随着羊奶加工技术的突破及人们消费观念的转变，目前，我国市场上涌现了众多羊奶粉品牌，同时，越来越多的奶粉企业开始研发羊奶粉的技术以及应用。据了解，大部分国产品牌的羊奶粉多来自于包括陕西等羊奶奶源集中的西北地区。

在业界知名专家宋亮看来，羊奶市场前景十分广阔的。宋亮坦言：“目前，我们与国际市场相比差距明显。世界上羊奶做得比较好的国家有以色列、新西兰和澳大利亚，在欧美成熟市场上，羊奶的人均年消费是30公斤/人；在亚洲也有5公斤/人；而目前我国连1公斤/人都平均不到。可以说，在整个全球乳制品市场上的份额

连1%都不到，目前我们缺少的是消费习惯的转变和大品牌企业的崛起。”正如宋亮所言，数据显示，无论是欧美市场还是在国内市场，每斤羊奶的售价都是牛奶的1倍至2倍，而且一直处于供不应求的状态。业内专家估计，羊奶的液态奶、婴幼儿配方奶粉和奶酪三大特色产品的市场潜在开发价值将在2000亿元以上。

原中国奶业协会常务理事、乳业资深专家王丁棉也表示，羊奶已成为是未来市场新亮点，市场前景乐观，必将会吸引更多的人投身这个新兴行业。几年后，中国羊奶粉市场容量将达150亿元~200亿元。

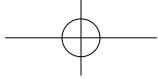
从长远发展来看，不仅在奶源方面可以弥补牛奶的短缺，奶山羊的养殖也是节水和低污染的绿色产业。相关研究表明，消耗1千克精饲料产出的羊奶量要比牛奶多1千克，生产1千克羊奶的耗水量也只有生产牛奶的一半。西北农林科技大学教授、农业部奶山羊研究室主任曹斌云表示，发展羊奶产业不仅可以促进农民增收与就业、减轻环境压力，还有助于丰富我国奶源结构，扩大奶业的总体规模。未来，羊奶产业或将成为我国奶业发展新的增长点。

从目前各个奶企的积极参与程度来看，未来几年，我国羊奶产值将呈现快速上升的趋势。从民意调查来看，我国居民对于羊奶的认知度也越来越高。目前，羊奶产量仅占全国鲜奶总产量的4.5%，这也意味着，羊奶产业在未来具有广阔的发展空间。

乳企角逐“羊奶蛋糕”

2016年底，飞鹤宣布将在加拿大金斯顿建立山羊奶粉生产基地，拟投资2.25亿加拿大元，工厂占地约30万平方英尺。建成后，这将是加拿大首个使用湿法工艺的婴幼儿配方奶粉工厂，也是目前北美唯一的山羊奶粉生产基地。2017年4月，蒙牛雅士利成立了羊奶事业部，携澳洲“哆啦”奶粉正式进军羊奶行业；2017年5月，已7次蝉联中国婴幼儿奶粉口碑榜榜首的北京三元奶粉也表示要杀入纯羊奶粉领域，先期通过代理一款澳洲进口的纯羊奶粉作为试水。

一个又一个“乳业大咖”加入了羊奶市场的竞争中。虽然我国羊奶制品消费市场已经经过了十几年的培



育发展，羊奶的营养价值也被逐渐认可，并已培养了不
少成熟的消费者。但是，羊奶依然可以算是乳业中的
“处女地”。有一定的消费基础，再加上可拓展的发展
空间，羊奶粉产业必然被多家奶企看好。此外，除了市
场扩大等因素之外，政策扶持也成了羊奶产业得以快速
发展的重要原因之一。在传统的乳制品中，羊奶一直占
有一席之地，但份额与牛奶比较起来，有很大数量级的
差距。

据了解，在之前，羊奶之于牛奶最大的劣势就是
羊奶膻味。这种出自于羊身上的味道使得很多消费者对
羊奶敬而远之，甚至嗤之以鼻。如今，随着羊奶脱膻技
术的应用及提升，以及中国消费者对羊奶营养价值认同
的提高，“膻味”已经不能阻碍羊奶行业的前行。加之
不少企业对于羊奶除膻技术的掌握，羊奶行业正式进入
“群雄割据”的时代。

据不完全统计，除了上文提到的一些“大咖”，
我国目前已经有几十家羊奶企业，规模都在几百万元左
右，众多品牌林立，正在逐渐形成一定的区域化规模，
从点到面，从面到全部区域遍布。随着国家新政的落
地，这些企业开始把发展的关键放在控制质量及安全问
题的把关上。

在政府以及企业的双重努力下，我们有理由相信，
国内羊乳品牌必然会站稳中国市场，从真正意义上做到
“为中国人生产适合的中国羊奶！”

羊奶国标亟待出台

羊奶的异军突起，最直接的影响就是奶粉产业。在

过去的国内乳粉市场上，牛奶粉几乎“独揽大旗”，占
据市场90%的份额。近两年，羊奶粉异军突起，去年一
年市场总值达到35亿元。

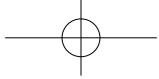
霍女士近期才接触到羊奶粉，对于她来讲，羊奶粉
高额的价格刚开始使她望而却步。“以前从超市看到一
些羊奶粉，普遍要比同规格的牛奶粉贵两倍以上，很难
接受。之后买了一罐尝尝，觉得不错，而且对身体的确
有好处。”霍女士坦言，虽然她肯定了羊奶粉，但是过
高的价格会让她量力而行。霍女士代表了部分消费者对
羊奶粉的态度。

记者在北京一些超市也看到，羊奶粉一般都被摆放
在高端奶粉一类，而且数量不多，多为进口品牌。而国
产羊奶粉，一般只有在个别的母婴店或者网上商城中才
能看到。问及网店店主，店主坦言，羊奶粉由于价格偏
贵，进实体店很怕出货太慢，而且他们也是有了订单再
通过渠道提货，从而避免积压。

乳业专家宋亮坦言，目前我国的羊奶市场存在散
乱现象。初步统计，目前，我国奶山羊存栏量1200多
万只，其中产奶羊有630多万只，商品奶山羊有360多
万只，羊奶总产量160多万吨，仅占全国鲜奶总产量的
4.5%。宋亮进一步补充说，目前陕西羊奶的量最大，但
是奶源比较混乱，当地大多以散养为主，无统一管理。

王丁棉也表示：“羊奶资源稀缺，市场上无论生
鲜乳还是奶粉，羊奶的价格都要高于牛奶多倍。因此，
以牛奶冒充羊奶的现象非常普遍。”王丁棉还指出，羊
奶至今尚无专门性针对性的国标，无论是生鲜乳还是制
成婴幼儿配方乳粉。因此，有关部门应尽快出台国家标
准，以利于整个行业健康发展。（据新农村商报）





热点关注

Hot Concern



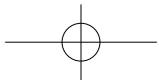
婴幼儿有必要喝专用水吗

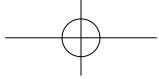
不同于过去小分子水、活化水、能量水等伪科学概念，细分的瓶装水市场瞄准更为精准的人群。记者发现，目前市场上出现了一系列专门针对低龄人群饮用的婴幼儿水产品，包括依云、农夫山泉和雀巢等巨头纷纷入局该领域。绝大多数家长都会为了孩子不惜代价地挑选更健康的食品，但是婴幼儿饮用水应该有怎样的标准，也许大多数人还没有清楚的概念。专家表示：“从目前市场情况看，有些婴幼儿水在配方上与当下瓶装饮用水相比并无差别。而《中国居民膳食指南（2016）》儿童版中明确表示，婴幼儿的推荐水分来源是白开水，所以日常家中饮水应主要选择白开水。”

好看好玩吸引儿童

根据英敏特2016年3月发布的有关瓶装水的市场数据，2012到2016年期间在中国地区上市的593个新品中，针对女性的有4.7%，而针对儿童的瓶装水占比达9.3%。

记者留意到，不同于农夫山泉强调水源地特征，雀巢和依云更看重以包装来吸引儿童主动养成饮水习惯。在北京不少大型超市内，饮用水货架醒目位置摆有“高颜值”的儿童瓶装水。超市促销人员告诉记者：“小朋友们非常喜欢买这类水，商家打出的卖点可能恰好迎合了他们的消费需求。”





记者了解到，今年5月初，雀巢宣布进军儿童水行业，该产品先在上海市场试销，随后向其他重点市场推广。这款水与其他的瓶装水配方并无太大区别，主要是包装比较好看，能够吸引小孩喝水。

2016年，依云联合迪士尼，选取了69个经典可爱的迪士尼卡通形象，打造了“依云儿童瓶（迪士尼限量版）”，目前依云卡通版儿童水已在京东等电商平台销售，每瓶330毫升一箱12瓶装售价为89元。

除上述企业生产儿童水外，记者在網上搜索儿童水产品发现，迪士尼也拥有一款330毫升瓶装卡通造型健康儿童饮用水，萨奇有一款母婴天然饮用水。

记者发现，目前，包括婴幼儿水在内的儿童瓶装水产品容量较小，以250毫升和330毫升为主，企业认为这样更适合儿童携带。在外包装方面，儿童水往往采用活泼可爱的卡通人物，这类产品的生产企业也常与迪士尼等公司进行合作。

中国疾病预防控制中心针对5800多名学生进行的调查发现，在产品中增添趣味性和好玩的元素，是吸引儿童注意和进行互动的一种直接方式。除了在儿童水标签上添加这些卡通元素，将瓶身或者瓶盖设计成动物的形状也会吸引孩子和家长的眼球，从而促进购买。

■ 矿物质含量不宜过高

相关专家表示，纵观目前市场上所谓的“婴幼儿水”，产品多是好看好玩，而对于产品的健康安全没有过多的宣传，较大的精力仍然放在概念推销。

记者调查发现，有的产品虽然在宣传上提出“婴幼儿水”，但除个别进口品牌包装上有明确的婴幼儿专用标志外，绝大多数产品均标为饮用天然水或矿泉水。

据记者了解，我国饮用水标准中对“婴幼儿饮用水”这一新兴的细分领域也没有明确的判断标准，企业生产这类水只能依照包装饮用水、天然矿泉水的国家标准，这两个标准均未对儿童水或婴幼儿水做出专门规定，而特殊膳食标准及婴幼儿配方食品标准也同样不适用于婴幼儿水。相关标准处于不明确的状态，这也意味着无法判定产品的优劣，也无法界定婴幼儿水内矿物质、微量元素的含量标准。“对于特殊人群，如婴儿、老年人、高血压患者、免疫力低下者，饮水中钠元素不宜过高，不宜超过20毫克/升。”北京公共健康饮用水研究所所长李复兴教授表示。

对婴幼儿而言，普通矿泉水的微量元素含量可能较

高。仍以钠含量为例，普通国标要求不高于200毫克/升即为合格，显然如果婴幼儿长期喝钠含量接近200毫克/升的水是不适宜的，婴幼儿饮水健康标准应有别于成人。

北京大学营养系主任、中国营养学会副理事长马冠生也告诉记者，美国、欧洲等发达国家地区均制定了婴幼儿饮用水标准。他指出，婴幼儿由于代谢系统还在发育，因此饮用水矿物质含量不能过高。

■ 喝水补不了营养

从健康和角度来看，婴幼儿水是否更有利于婴幼儿身体健康？

中国农业大学食品学院营养与食品安全系副教授范志红表示：“从营养角度来看，水中营养成分含量是微乎其微的，主要还是靠吃。如果说喝水就能把所有的问题解决了，这是误导。”

美国普渡大学食品工程博士云无心则表示：“避免矿物质含量过高是有意义的，宣称从水中摄取营养成分无意义。”

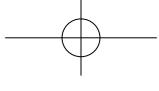
此外，有企业宣称，国内自来水水质标准能满足成人的日常需求，但并非针对婴幼儿设计，且国内绝大多数地区的自来水TDS值都超过100毫克/升。

中国疾控中心专家对此表示：“TDS值是溶解性固体总值，没有理论依据说TDS值低好，高就不好，与水质无关。国家标准规定值是1000毫克/升，低于这个值就没问题。”

记者了解到，《中国居民膳食指南（2016）》儿童版中明确表示，儿童用水以白开水为主，不鼓励饮用饮料。婴幼儿的推荐水分来源是白开水，所以日常家中饮水应主要选择白开水。外出水分补充时，一岁以内的婴儿不推荐包装水。幼儿可适量饮用矿泉水或纯净水。需要注意的是，瓶装水中并非矿物质含量越多越好，因为首先矿物质主要来源于食物，其次幼儿肾功能并不完善，过高矿物质摄入反而增加肾脏负担。

云无心博士还告诉记者：“美国市场上的婴幼儿专用水可直接用于冲调奶粉，但美国FDA、CDC和梅奥医学中心都没有要求给婴幼儿使用专用水，它们对婴幼儿用水的要求是卫生、低氟，合格的瓶装水、纯净水和自来水都可以，推荐烧开一分钟再冷却到室温使用。”

（据中国消费者报）



热点关注

Hot Concern

找个好保姆，有多难？

6月22日，杭州“蓝色钱江”住宅小区发生一起保姆纵火案件，导致雇主家4人遇难。愤怒、心痛与惋惜的同时，社会公众再次将目光聚焦于“好保姆难找”这一话题。

随着家政行业迅速发展，找保姆不再是难事，但找个“靠谱”保姆并不容易。保姆与雇主之间容易产生什么矛盾？为啥好保姆难寻？未来该如何规范家政服务的发展，让“保姆”这个行当吸引更多人才、提供更优质的服务？

■ 靠谱保姆不好找

人品要牢靠，守规矩不“越界”；干活要勤快，不能偷懒耍滑做夹生饭

随着时代的发展，保姆数量越来越多，职能不再只是带孩子那么简单，形式也不再拘泥于熟人介绍。钟点工、月嫂、老人看护等“术业有专攻”的家政服务很红火，各类中介公司也竞相出现。

“如今，保姆已成为许多城市家庭离不开的帮手，是稳定的就业渠道，是城市经济生活不可或缺的部分。”复旦大学社会学系教授于海说。商务部的数据显示，2015年中国家政行业市场规模近1.4万亿元，2017年预计达2万亿元。

提升“保姆”的专业水准，是家政服务业转型升级的重要一环；保姆照顾一家老小，她们工作得力，能大大提升居民幸福感。这个职业看似“边缘”，却非常重要。但近年来，媒体频频曝光相关的负面新闻：保姆偷窃雇主财物、打骂孩子、虐待老人……不少雇主表示，找保姆不难，但找“好”保姆不易。

自从有了双胞胎儿子，家住北京市海淀区的张靖就一直没“断”过保姆。雇佣保姆主要有熟人介绍和中介公司两种途径。“住家保姆的脾气秉性、生活习惯得跟雇主合得来，而且不能有歪心思，人品最重要。以前通过中介找保姆，素质一个不如一个。要么没有健康证，不敢让她带孩子；要么干活老偷懒，做饭都夹生。几年下来保姆没找到合适的，中介费倒是交了不少。相比之下，还是熟人介绍更靠谱，知根知底。这有点像网购，‘买家秀’总比‘卖家秀’更真实。”

不过，熟人介绍并非万无一失，同在北京的刘明就吃过亏。家里的两位老人对饭菜比较挑剔，好不容易

通过朋友找到一位合意的保姆，却在半年后被吓着了。

“那天我翻看平板电脑里的照片，在‘已删除’相册中发现一张陌生人坐在我家沙发上的自拍，看时间正是我们全家出国旅游的日子。家门钥匙只给过保姆，门锁完好无损，就是她私自带人进来的！而且她还掩饰痕迹，拍完就删了。”

越想越怕的刘明只好找借口辞退了保姆，随后迅速更换门锁，“未经同意带人进家，算不算违规越界？就算她人品没问题，她带回来的人有问题怎么办？会不会偷着配我家的钥匙？想找个能‘放心给钥匙’的保姆，咋就这么难！”

■ 家政市场有“硬伤”

对保姆的职业约束几乎为零，全靠个人道德自觉，很多雇主只能碰运气

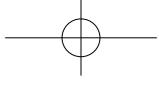
杭州“6·22”案件中，导致雇主家4人葬身火海的保姆有赌博和盗窃案底，这样的人竟然仍能通过中介公司的筛选成为住家保姆，令很多雇主心惊肉跳。还有报道称，青岛一户人家通过中介找到的保姆不主动出示健康证，被要求体检后查出梅毒，而此时她已贴身照顾雇主的婴儿几个月……

北京市华泰律师事务所律师张嵩磊表示，这些案件不只是中介公司用人不慎那么简单，更折射出家政服务市场“野蛮生长”的现状，这也是好保姆难找的深层原因。

首先，家政行业需求量大、门槛低，很多公司只想着盈利，筛选考核机制只是“摆设”，招进来的保姆鱼龙混杂；岗前系统培训敷衍了事，导致员工素质参差不齐。北京市西城区一家中介公司表示，虽然招收保姆时会看健康证，但证件有效期是一年，过期之后要保姆自己去补办，公司既不负责提醒，也不定期抽查。

“有些中介更过分，还给保姆办假证明，几百元就能搞定从业资格。家政人员的职业约束几乎为零，全靠个人道德自觉，想找个好保姆只能碰运气。”张靖说。

其次，监管缺失，没有部门或机构对家政公司进行实质性资质审核。张嵩磊介绍，市面上的家政机构分为两大类。一类是家政服务公司，与保姆签订劳动合同，与雇主签订家政服务合同。出现问题，雇主与公司直接沟通。另一类是居间服务公司，只负责把保姆介绍给雇



主并收取一定中介费，最终签合同的是雇主和保姆。但无论哪类公司，都缺乏上层监督，普遍资质不足、证照不全。

虽然国家标准化委员会已在2015年出台《家政服务母婴护理服务质量规范》和《家政服务机构等级划分及评定》，但现实中这两个规定形同虚设，中介公司只在工商部门完成注册登记便可营业，其资质如何，基本无人问津。由于各方监督力度较弱，导致“黑中介”大量存在。有些中介甚至直接告诉雇主：“先交中介费，我这儿有的是人，总有一款适合你。出了问题，大不了赔你点钱。”

另外，行业不规范，导致雇佣双方维权不易。按照法律规定，实行员工制的家政公司必须给保姆上社会保险，作为补充保障，还可为雇主和保姆投商业保险。但实际上，很多公司都在打“擦边球”，前述北京西城区的那家中介就表示是否给保姆上社会保险纯属自愿。

于海指出，没有保险，保姆的权利很难得到保障。“比如，为雇主擦玻璃时摔伤致残，谁来负责、怎么赔偿，会变成一笔糊涂账。对雇主来说，如果压根没跟保姆签合同，一旦出问题很难维权。”于海认为，制度缺位、监管乏力这些“硬伤”，为家政服务业健康、可持续发展埋下重重隐患。

■ 好保姆从哪儿来

加强规范，管理制度要查缺补漏，对家政市场下猛药除顽疾

保姆，又可称为“保姆”，有保护、看护的意味。这本是一个让人觉得亲近的职业，如今却让很多人处处提防，有违这份职业的初衷。家政行业要“找回初心”，未来还应做哪些改善？

张嵩磊表示，当务之急，是推动家政公司进行规范的员工化管理。

建立岗前培训制度。“家政行业与现代社会对生活质量的高要求息息相关，经过培训、具备职业技能和从业经历的保姆，才能更好地适应岗位要求。”张嵩磊说。

严格建立劳动合同制。“合同代表着权利和义务，一旦发生纠纷，是最强有力的依据。”张嵩磊认为，雇主对中介的辨别能力较弱，应全面推行劳动服务标准，让企业和社会承担更多责任。首都经济贸易大学保险系教授虞国柱表示，员工制的家政公司必须给保姆上三险一金，保姆和雇主也应有意识地购买“意外伤害险”和“家庭责任险”，免除家政服务过程中的后顾之忧，减

少不必要的纠纷。

建立从业人员征信体系和关键信息数据库。保姆的工作经历、犯罪记录、健康证明等都应可查证、可追溯。“这与保护个人隐私并不矛盾，因为家政行业要求员工必须是符合该岗位职能要求的完全民事行为能力人。目前只有公安系统可查阅犯罪记录，普通人看不到。但雇主自己应多留心，一方面找正规的家政公司，另一方面主动要求保姆提供无犯罪记录证明、体检结果等，否则不予聘用。”张嵩磊说。

进一步加强监管。“总是出了问题再追究并非长久之计。”于海认为，家政这类特殊行业，市场主体数量多且庞杂，政府的监管成本确实很高，但不能因此放任不管。无论是做大服务业蛋糕，还是增进社会和谐，都对家政行业来一次彻底的“体检”，对管理制度查缺补漏，对市场下猛药除顽疾。

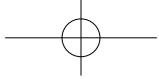
提升行业整体素质还需社会合力。我国家政行业的各类问题，不禁让人联想到有名的“菲佣”——素质佳、口碑好、薪资高，已形成良性循环的产业链。

“我接触过的菲佣普遍受教育程度较高，能说流利的英文。”于海介绍，我国香港有专门的菲佣管理机构，从业者各类证照一应俱全才予以聘用，并且严格保障其合法权利。由于收入差距巨大，一名菲佣在港务工可养活一大家子，因此她们珍惜这份工作、积极维护口碑。但内地情况略有不同，保姆薪资不算高，保险制度也不完善，如果像香港一样正规培训和管理，行业成本一定会上升。在缺乏补贴的情况下，市场会将这部分成本转移到消费者身上，大家是否愿意承担？“政府可以为行业发展提供更多支持，例如出资为家政人员建立培训学校，帮助其融入城市文化，吸引高素质人才入行，并鼓励中介机构购买政府服务，帮助雇主选用专业保姆。”于海建议。

行业升级也需要雇佣双方相互体谅。雇主不应高人一等，保姆也不应心怀芥蒂。张靖说，十分理解保姆的辛苦，也感激她对家人的照顾，逢年过节都会给保姆发红包，“时间久了，我不拿她当工作人员，就像多了一位家人。”

当然，仅凭感情，无法改变整个家政服务业的现状。杭州保姆纵火案中，雇主的善良并没有换回保姆的善意，因此，整顿行业依然是重中之重。“家政行业应尽快规范，保姆涉及家庭幸福和社会稳定，万万不可马虎。”于海说。

（据人民日报）



家长花钱“买心安” 机构精心“造噱头” 早教“抢跑”何时休



夏天就快过去，5岁半的上海小朋友陈衡（化名）还没上完补习班的课。“基本上一整个星期都没有休息的时间。”他对记者说。他母亲则在旁边搭腔：“周六下午不是给你空出来了吗？”

家长对早教机构趋之若鹜，呈现越来越热的趋势。专家表示，家长“拔高”，机构“助澜”，使得假期教育愈演愈烈。相互交织之下，学什么、学得怎样似乎变得并不重要，只要孩子一直在“学”的路上，家长就可以花钱买个“心安”。

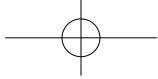
4-6岁孩子超七成参加培训班

陈衡即将升到幼儿园大班，今年以来，他在外面学

习了围棋、乐高、音乐、逻辑思维、数学、英语等6门课程。“大人坐在培训班外喝个咖啡、聊个天，时间就过去了，可我要在里面上四五个小时的课。”陈衡对妈妈有些怨言。

其实妈妈也觉得苦不堪言：自己不是很懂围棋等课程，老师传授得又非常快，每次上课不仅是考学生，更是考家长。“感觉老师是在说给家长听，让家长记下来，回去再消化给孩子。我每次都用手机录下1个小时课程，回家再反复看。”

上海市质量协会用户评价中心发布的《上海幼儿早期教育（0-6岁）状况调查》显示，上海家长普遍重视早期教育，57.1%的受访者表示为孩子报了早教课程。其中，0至3岁孩子中39.9%已开始上课，4至6岁中



73.5%已参加培训班。59.3%至少报了2门课程，孩子每周上课时间平均超过2小时。0至3岁参加早教的孩子中，41.6%上的是拼音、英语、奥数等学科类课程，这意味着不少学龄前儿童已早早承担起“学业压力”。

焦虑的家长 and 推波助澜的机构

不少家长向记者吐槽早教费用昂贵，“两周就花了五千”“一年要花七八万”，但又认为不得不学，因为“大环境就是这样，大家都在抢跑”。

三个月前，李女士还坚持自己的孩子应该零基础入学，自从建了班级微信群后，她再也无法淡定。“群里这个家长说今天儿子上了什么课，那个说今天女儿做了几道题，我们家孩子还大字不识几个，越看越着急。”无奈之下，李女士也报了幼小衔接课程，“希望可以提前储备一些知识，让孩子日后更有信心。”

对于幼升小，准备期也不断提前。黄女士为女儿“抢”到了一家沪上热门培训机构的课程，她听说不少孩子在这里学习后顺利考进了知名民办小学。“其实很多时候是为了给家长自己买个心安，排解的也是家长的焦虑。”

但有送孩子在此上了一年课的家长说：“机构一直用几十个名校牛娃的噱头吸引家长，他们的逻辑思维训练很多是小学一二年级奥数水平，民办小学招生时并不会考那么难；所谓的‘小学应试’课程，不过是参考民办小学招生面谈内容进行应试、填鸭式的培训。”

调查显示，“精英”“领袖”“天才”“赢在起点”是早教机构宣传时的高频词汇，体现出强烈的功利色彩。一位家长对记者说，完全不赞成所谓“快乐教育”。“孩子跟不上，自己不快乐；老师天天盯，老师不快乐；家长心里急，家长不快乐。所谓快乐教育，最终没有一方可以快乐。”

上海市特级校长张人利表示，家长“拔高”需求旺盛一方面源自攀比心，不去思考自己的孩子适不适合，就形成恐慌，千方百计抢先出发；另一方面也出于对教学改革的误读，认为学校不集中教拼音了、教学进度快等，培训机构抓住家长心理，放大焦虑，使学前拼音学习班红火起来。

闸北实验小学副校长、语文教师钱玉华表示，有些家长在学前阶段让孩子超前学习拼音知识，看似在短时间内“会读、会拼、会写、会默”了，但背后付出的代

价是反复、机械地操练，孩子很可能对进入小学后的学习产生厌烦情绪，久而久之，上课的专心度会弱于其他同学，对新知识的期待感和掌握新知识的成就感也会降低。

中国教育科学研究院研究员储朝晖认为，归根结底还是当前以考试分数作为评价学生的最重要依据。单一的评价标准以及不同阶段的升学竞争，让家长在无形压力中不得不掏钱费心找各种补课班，增加孩子进好学校的机会。

早教应回归家庭，家长更需“慢慢来”

上海正在整顿教育培训市场，502家“无证无照”教培机构逐步关停。但记者发现，违规早教机构关停容易，家长的“拔高”需求却难以关注。有的家长在培训机构建议下，转战在线教学；有的家长干脆网上找名师，送孩子上门进行一对一学习。

专家认为，规范教育培训市场的同时，还需转变家长教育理念，让孩子在尊重成长规律、拥有自主空间的环境下成长。

学前教育专家郭宗莉认为，孩子经过幼儿园学习，已具备相应的生理、心理发展水平，上小学是童年生活的自然延伸，不是一场“翻山越岭”。“一方面，家长对儿童期望过高，集中表现在择校焦虑；另一方面，又过度保护和包办代替，影响了孩子独立性、责任意识的形成，人为增加了幼小衔接的坡度。”

郭宗莉反对超前学习。她认为，“教”不是让孩子“抢学”，如果一定要在入学前教孩子什么，应该是自理能力、学习及行为习惯、社会适应能力等。

专家表示，将早教“外包”给机构，自己在教室外刷手机聊天，不能培养出优秀的孩子。最有效的早教，应是以父母为主体，以家庭教育为主要形式，在日常生活中潜移默化，为终身教育奠定基础。

张人利认为，教育培训机构、幼儿园和小学不可推波助澜，借“以学定教”的名义层层拔高教学要求。更紧要的是，要在全社会破除“不能输在起跑线上”的谎言，理解教育是长线工程，人的培养并不是一场靠抢跑就能“步步领先”的比赛。（据新华社）

北京市工商局： 33组纸制品类商品抽检不合格

在近期流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对我市市场上销售的纸制品类商品进行了抽检。发现33组商品不符合相关标准要求，其中6组是标识未标注限用日期、卷重或节数，无法确定是否符合标注情况或过期，8组仅为标识不合格。送达毓康生活用纸不合格报告被退回。

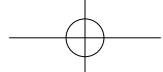
北京市工商局已对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定进行处罚，同时督促全市销售者做好相同生产者相同型号不合格商品的退市工作，对于拒不履行退市的销售者我局将依法予以查处。公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应按照相关法律法规的要求主动采取措施，保护消费者合法权益。

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



纸制品商品质量抽检不合格名单

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
娇兰佳人12卷卫生纸	委托商：广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司 制造商：山东省肥城市新鑫纸业有限公司	娇兰佳人	SDJM08 700g 12rolls	2016/05/20	标识(标准值)：应具有标识，(实测值)：未标注宽度和节距；
花之语纸手帕	福建省泉州恒源纸业有限公司	品尚慕唯	205 _{mm} × 210 _{mm} × 3层 × 8片 × 8包	20160423	纵向湿抗张强度(标准值)：≥14.0，(实测值)：10.1；
泉林本色手帕纸	山东泉林纸业有限责任公司	泉林本色	210 _{mm} × 210 _{mm} 3层/5张 × 10张/包	20160621	纵向湿抗张强度(标准值)：≥10.0，(实测值)：9.91；
四合院402张面巾纸	北京兴翰商贸有限公司监制 制造商：保定神荣卫生用品制造有限公司	四合院儿	195 _{mm} × 135 _{mm} × 402张	20160416	亮度(白度)(标准值)：≤90.0，(实测值)：90.4；
四合院儿时系列生活用纸	监制：北京兴翰商贸有限公司 制造商：保定神荣卫生用品制造有限公司	四合院儿	105 _{mm} × 110 _{mm} × 280节/卷(三层)	2016/06/24	标识(标准值)：应具有标识，(实测值)：产品名称标注错误；产品的数量(节数偏差)(标准值)：≥-4.5，(实测值)：-24.5；
生态诗意系列生活用纸	眉山贝艾佳纸业有限责任公司	贝艾佳	105 _{mm} × 110 _{mm} × 180 节(四层)12卷	2016.1.02	标识(标准值)：应具有标识，(实测值)：产品名称标注错误；产品的数量(节数偏差)(标准值)：≥-4.5，(实测值)：-27；
小土豆卫生卷纸	河北宇峰伟业纸品有限公司	小土豆	144 _{mm} × 110 _{mm}	2016年3月13日	标识(标准值)：应具有标识，(实测值)：未标注生产日期或批号、未标注失效(或有效)日期及保质期或生产批号及限用日期；产品的数量(卷重偏差)(%) (标准值)：≥-4.5，(实测值)：-9；
妙琦卫生护垫	泉州市宝利来卫生用品有限公司	妙琦	30片丝薄面	2015/10/14	pH(标准值)：4.0-9.0，(实测值)：9.7；
卫生纸	保定市满城曙光造纸厂、满城县尚佳卫生用品有限公司联合制造	晨露	140 _{mm} × 130 _{mm} × 130 节/卷(三层)	2016.06.02	产品的数量(节数偏差)(%) (标准值)：≥-4.5，(实测值)：-30；
布同卫生纸	保定市满城永兴纸业有限责任公司	布同	10ROLLS 190 _{mm} × 110 _{mm} (3层) × 180节/卷	2016 03 21 (6提)、 2016 03 19 (3提)	产品的数量(节数偏差)(标准值)：≥-4.5，(实测值)：-12.4；
妇婴两用护理垫	河北义厚成日用品有限公司	喜尔健	20片600 _{mm} × 450 _{mm} 超强吸收超强高分子吸收体/舒爽棉柔表层 超薄型	20150119,4包 20150120,4包	pH: 标准值: 4.0-8.0, 实测值: 8.1；



护翼卫生巾	天津宝坻区大雅卫生制品厂	图形	棉质网面 加长夜用卫生巾 290 _{mm} 22片 快易装	批号: 2015/10/20 有效期: 2018/10/20	真菌菌落总数(cfu/g)(标准值): ≤100, (实测值): 1.2×10 ² ; 产品销售标志(标准值): 应具有标识, (实测值): 产品质量检验合格证明未标注; 标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注产品名称; 未标注产品质量等级; 产品的数量(卷重偏差)(%) (标准值): ≥-4.5, (实测值): -5.7;
妇婴用纸	制造商: 天津市宝坻区武河纸厂 经销商: 北京兴隆和美商贸有限公司	波比猫	98 _{mm} ×110 _{mm} (三层)/卷 120克/卷	2016年3月13日	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注生产日期或批号、未标注失效(或有效)日期或生产批号及限期日期、未标注宽度和节距、未标注卷重和节数);
未标注(卫生纸)	制造商: 保定市徐水县鑫鑫纸业	鑫鑫	----	----	柔软度(标准值): ≤150mN, (实测值): 185mN);
手帕纸	寿光美伦纸业有限责任公司	星之恋	208 _{mm} ×210 _{mm} ×8张 (四层) 10包/条	2016/06/12	产品的数量: (标准值): ≥-4.5%, (实测值): -8.3);
银雅QB180 10卷卷筒卫生纸	商标持有人: 北京朝批商贸股份有限公司; 商标被许可人: 北京高雅华立科贸有限公司; 生产商: 徐水县乾硕纸业; 经销商: 北京朝批中得商贸有限公司	银雅	108 _{mm} ×124 _{mm} ×220节(3层)	2016年7月06日(3提) 2016年5月28日(1提) 2016年7月07日(3提) 2016年7月04日(2提)	亮度(白度)(标准值): ≤90.0%, (实测值): 90.2%); 纵向湿抗张强度(标准值): ≥10.0N/m, (实测值): 6.33N/m)
大森林400张软抽	北京众诚天通商贸有限公司荣誉出品 制造商: 保定市雅姿纸业	大森林	135 _{mm} ×190 _{mm} ×400张	20160906	pH(标准值): 4.0-8.0, (实测值): 8.5);
超薄多功能护理垫	制造商: 天津和顺达塑料制品有限公司	康恩倍健	大号 8片 600 _{mm} ×900 _{mm}	2016/07/07	异物(标准值): 不得有异物, (实测值): 有异物);
成人纸尿裤	石家庄宜尔家卫生用品有限公司	爱心帮手	L 10片 男女通用 适用臀围(80-135)mm	限期日期: 2019年09月14日(4包) 2019年09月05日(4包)	

以下6组是标识未标明限期日期、卷重或节数, 无法确定是否符合标注情况或过期

仙贝卫生纸	满城县富国纸业	仙贝	300克 2卷×3层	----	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注生产日期、未标注失效(或有效)日期或生产批号及限期日期、未标注宽度和节距;
卫生纸(未标注)	经销商: 北京东方展拓商贸中心 制造商: 保定市满城永发造纸厂	白仙	精品3卷 单卷规格 160 _{mm} ×110 _{mm} (三层)	----	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注产品名称、未标注生产日期或批号、未标注失效日期(或有效)日期或生产批号及限期日期、未标注卷重或节数;
依丽缘系列卷纸	制造商: 保定市满城县洁傲纸制品厂	依丽缘	----	----	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注生产日期或批号、未标注失效(或有效)日期/或生产批号及限期日期、未标注宽度和节距、未标注卷重和节数);
梅竹妇婴用纸	保定市满城富国造纸厂	梅竹	----	2016/04/17	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 产品名称标注错误、未标注宽度和节距、未标注卷重或节数)
毓康生活用纸(被退回送达材料)	明峰纸业坊	皓炬	----	2016年2月19日	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 产品名称标注错误、未标注生产日期及批号、未标注失效(或有效)日期或生产批号及限期日期、未标注宽度和节距、未标注卷重或节数;
未标注(卫生纸)	满城县京源家洁纸制品厂	----	----	2016/8/1	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注产品名称、商标、未标注失效(或有效)日期及保质期或生产批号及限期日期、未标注企业地址);

以下8组仅为标识不合格

恩芝超薄日用卫生巾	代理商: 广州市和麦爱敬生物科技有限公司	恩芝	每包12片 250 _{mm} 日用	20150220	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注卫生标准编号;
阿莎娜 超薄棉质日用卫生巾	制造商: Asana卫生用品国际有限公司 代理商: 广州市和麦爱敬生物科技有限公司	asana	10片/包 240 _{mm}	使用期限: 09/02/2018	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注卫生标准号;
馨浪婴儿手口柔湿巾	大连邦琪卫生用品有限公司	馨浪	10+2片装	2016年07月12日	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注产品质量检验合格证明);
贝贝纸巾(成长日记)	山东东顺国际贸易有限公司 监制 生产企业: 东顺集团股份有限公司	顺清柔 Clean Za 成长日记	1×12=12卷/提 净含量2.2kg	2016/08/01(5提); 2016/08/24(1提); 2016/08/26(3提)	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 产品名称标注错误);
一次性婴儿棉长条垫	北京市通州鑫宝卫生材料厂	鑫宝	20片装	2016年5月10日	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 产品名称标注错误、未标注小号(S型)、中号(M型)、大号(L型)等型号、未标注适应体重);
大森林10片通用湿巾	北京众诚天通商贸有限公司监制 制造商: 满城县舒雅卫生用品加工有限公司	大森林	180 _{mm} ×135 _{mm} ×10片	2016.02.18	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注产品合格标识);
卫生用纸	宁夏沙湖纸业(集团)有限公司	沙湖	130 _{mm} ×300 _{mm} ×80节±3%	----	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注生产年份);
“洁润”通用型80片湿巾	长春市达驰物资经贸有限公司	洁润	200 _{mm} *170 _{mm} 80片/包	20160516(1包) 20160526(10包) 20160726(3包) 20160816(1包)	标识(标准值): 应具有标识, (实测值): 未标注产品合格标识);

注: 具体不合格商品信息请登录北京市工商局官网查询。

北京市工商局： 40种家具类商品抽检不合格

在近期流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对我市市场上销售的家具(上下床、婴儿床、木家具)类商品进行了抽检。发现标称“酷漫居”等40种家具存在问题，其中标称北京江南麻氏家具有限公司不仅出现商品不合格，按照注册的地址送达函件被退回，在此警示消费者。

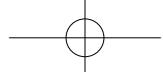
北京市工商局已对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定进行处罚，同时督促全市销售者

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。

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

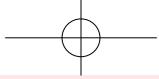
不合格家具商品名单

样品名称	标称生产企业	标称商标	规格	型号	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题
1.5米梯柜上下床	品牌运营商：广州酷漫居动漫科技有限公司 生产单位：东莞市泰森家具有限公司	酷漫居	1570×2530×1780 (mm)	DIS-A301-15.1	2016年5月	上层床安全栏板、梯子(踏脚板尺寸)
上下床	东莞市雅琴居家私有限公司	星星美墅	2648×1403×1905 (mm)	ZH8-Z/Y-A12	2016年6月14日	边缘及尖端、上层床安全栏板
子母床	生产商：FLEXA4 Dreams Holding A/S, Denmark 中国分公司：希堪亚(上海)国际贸易有限公司	FLEXA	185×210×179 (cm)	90-10006	/	上层床安全栏板、梯子(踏脚板尺寸)
1.2×2.0米双层床	英格美家具有限公司	至优小屋	1.2×2.0 (米)	LA23-12×2.0	2016年5月	边缘及尖端、孔及间隙、上层床安全栏板
上下床	哥伦比亚家具(中国)有限公司	哥伦比亚	2140×1450×1640 (mm)	L1507T-1	2016年7月	上层床安全栏板、梯子(踏脚板尺寸)
上下床	东莞市恒大美森美实业有限公司	多喜爱	2062×1420×1870 (mm)	8VA912-135	2015.12.25	上层床安全栏板
上下床	东莞市恒大美森美实业有限公司	松果	2130×1360×1780 (mm)	PAB012	2016.07.31	上层床安全栏板、床铺面
双层床	深圳市森堡家私有限公司	松堡王国	2050×1460×1800 (mm)	成品统称 型号：SP-C301S	2016年3月7日	上层床安全栏板
双层床前左右带梯口	东莞市雅琴居家私有限公司	星星索	2118×1468×1945 (mm)	②WHA001-0912-ZY(MH)	A包及D包：2016年4月23日；E包：2016年3月10日	警示标识、上层床安全栏板
双层床	东莞市润年家私有限公司	豆丁庄园	系列：月光摇篮曲	Z-4121CR-3	1,2,5,6包：D-1603032 3包：D-1510064 4包：D-1512054	上层床安全栏板
上下床	深圳七彩人生家具集团有限公司	七彩人生	内径： 1200×1900×1900 (mm)	K3-BH008B	床屏：2016年05月14日/2051604-1389、2051604-1387；护栏：2016年05月19日/2051604-1348；床架：2016年05月19日/2051604-1344；床板：2016年05月11日/1081604-0018、1081604-0019；伸缩方通：2016年05月11日/1111605-0040、1081604-0017；支撑脚：2016年05月19日/2051604-1346；扶梯：2016年05月19日/2051604-1318	上层床安全栏板、梯子(踏脚板尺寸)
上下床	北京卧王家具有限公司	卧王	1964×1262×1685 (mm)	/	2016年5月20日	上层床安全栏板
上下分体母子床A5	/	木之林华	1450×2100×1780 (mm)	上下分体 母子床	2016年5月	上层床安全栏板
方腿母子床	北京森林家具厂	丹尼斯	上：1.0米 下：1.4米	方腿	2016年5月	上层床安全栏板



弧型星月床	北京森林家具厂	丹尼斯	上床: 1.1米 下床: 1.4米	弧型	2016年5月	上层床安全栏板、床铺面
1.5米安全双层床	北京市嘉逸东欣家具有限公司	美松爱家	上1200、下1500×2000	SC-8806	20160411	上层床安全栏板
1.2米字架上下床	北京市嘉逸东欣家具有限公司	挪威小镇	1200×2000	NVC-21-12	20160411	边缘及尖端、上层床安全栏板
金色豪床	委托方: 英氏婴童用品有限公司 受委托方: 中山市高儿莱恩日用制品有限公司	YeeHoo	/	10220160 13166021	2016-5-10	床铺面
芙儿优豪华婴儿床	上海芙儿优婴童睡眠科技股份有限公司	芙儿优	126×74×98 (cm)	11120122	HH16-F001-01	孔及间隙、警示标识、床铺面
Darlington大床 古董色	总经销: 好孩子好妈咪零售有限公司	/	/	X2178	2014.09.18	孔及间隙、警示标识、床铺面
PIONEER婴儿床 杏仁色	总经销: 好孩子好妈咪零售有限公司 生产厂家: 浙江瀚豪木业有限公司	Boori	/	B-PIRCB	2015.10.26	安装时没有堵孔
婴儿床	北京松麟进出口贸易有限公司	ZHUOER	长1450 _{mm} ×宽750 _{mm} ×高890 _{mm}	963	42180	结构
夏洛特婴儿床	壹壹国际贸易有限公司	Belopo 贝乐堡	130×65 (cm)	/	HY201 51030	床铺面
李贝儿高级榉木婴儿床	无锡李贝儿婴童用品有限公司	李贝儿 LIBEIER	120×65 (cm)	SC706A	141124	床铺面、旁板和床头
实木婴儿床	乐山市硕士儿童用品有限公司	小硕士	1160W×700D×1010H 大: 1100×630 (mm) 小: 800×450 (mm)	SK-932AB	42497	结构
多功能高级婴儿床	东莞泰冠时钟有限公司	爱斯博儿	/	BCMP 1438-W	201412	孔及间隙、结构、床铺面
第一站一米诺娃婴儿床	上海迅麦网络科技有限公司	第一站	130×82×112 (cm)	41102048	41852	其他、床铺面
爱斯博儿一婴儿床 蜜色	东莞泰冠时钟有限公司	爱斯博儿	124×72×105 (cm)	BCMP6018-1	201601	结构、床铺面
餐椅	北京魏善庄宏丰家具厂	宏丰	440×440×930 (mm)	AS-6	2015.11.9	木材名称
橄榄枝三屉柜	北京一木缘家具有限公司	一木缘	900×450×720	DM-14-027	/	稳定性、木材名称
餐椅	北京市通州区京通光明木器厂	京通光明	470×1000 (mm)	my-2001	/	耐香烟灼烧、木材名称
床头柜	天津世纪腾达家具有限公司	世纪腾达	600×450×480 (mm)	/	/	抗冲击、木材名称
床头柜	徐州·贵人缘家具有限公司	贵人缘	430×400×600 (mm)	M01B-S	/	耐香烟灼烧、木材名称
餐椅	北京利丰家具制造有限公司	意风家具	445×555×940 (mm)	P05	/	木材名称
床头柜	东莞市大岭山智达家具厂	原木生活	600×420×465 (mm)	B8006	2016年7月	抗冲击
床头柜	北京百善欧马家具有限公司	欧马	560×430×500 (mm)	C型床头柜-2号	2016年7月	耐香烟灼烧、木材名称
床头柜	江西木原地家具有限公司	木原地	565×400×500 (mm)	MY8802	2016年5月	耐香烟灼烧、木材名称
床头柜	华棚家具厂	/	550×400×500 (mm)	/	2016年1月	木材名称
餐椅	华棚家具厂	/	/	/	2015年12月	木材名称
以下生产企业按照注册地址送达被退回						
床头柜	北京江南麻氏家具有限公司	江南麻氏	500×420×400 (mm)	301#	2016.3.18	木材名称

注: 具体不合格商品信息请登录北京市工商局官网查询。



权威发布

Authoritative release

北京市工商局

22款箱包类商品抽检不合格

在近期的流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对我市市场上销售的箱包类商品进行了质量抽检。本次抽检发现部分箱包类商品质量不符合标准要求，涉及的主要问题为振荡冲击性能项目不符合相关要求。

北京市工商局已对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定立案查处。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，下架不合格商品，保护消费者合法权益。

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

消费提示

1. 标识

旅行箱包标准规定，材质名称、成分与产品所用材料相符；面层材料90%以上使用头层皮革（头层移膜皮革除外），允许标注“真皮”；移膜皮革、剖层皮革材质应注明“移膜”、“剖层”字样；使用多种

成分复合制成的材料，其中皮革基体厚度不大于总厚度的60%，不能标注“皮革”。

2. 振荡冲击性能

旅行箱包：在标准规定负重条件下进行振荡冲击试验，分别检验背带、提把、侧提把等部件，经过试验测试，商品各部件不变形，无断裂、损坏，不开线；固定件、连接件不松动；箱体不变形，无开裂；拉杆拉合顺畅，不变形、不松动、无卡阻，不脱节，拉杆与箱体结合部无开裂、松动；箱锁开启正常。

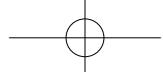
3. 标签

旅行箱包标准规定，产品标签应包括：产品名称、产品标准号、规格（型号）、货号、主体材质（面料、里料）等。标签标注不正确，会让消费者造成误解。

4. 选购提示

选购箱包皮具商品要在正规渠道购买，购买时要仔细查看商品是否有清晰、耐久的标志，生产厂家名称及地址等各种信息是否齐全。除此之外，在购买后的一段时间内，尽量保存好有关该产品的所有凭证，其不仅可用于指导产品维护，还可以在出现质量纠纷时作为的重要凭据。





箱包类商品质量抽查检验不合格商品名单

序号	商品名称	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	女士背包	经销商: 孚丰商贸(上海)有限公司	意大利	FURLA	170mm	BJELBGK0PL000ZPE6	合格品	振荡冲击性能
2	女士背包	经销商: 孚丰商贸(上海)有限公司	意大利	FURLA	260mm	B020BFK6PST00ZBLB	合格品	振荡冲击性能
3	背包	经销商: 迈克尔高司商贸(上海)有限公司	越南	MICHAEL KOPS 迈克高仕	220mm	30F6GM9M2L	合格品	振荡冲击性能
4	背包	经销商: 迈克尔高司商贸(上海)有限公司	中国	MICHAEL KOPS 迈克高仕	410mm	30S4GTVT2L	合格品	振荡冲击性能
5	背包	经销商: 迈克尔高司商贸(上海)有限公司	越南	MICHAEL KOPS 迈克高仕	350mm	30T6SH3T3L	合格品	振荡冲击性能
6	背包	国内经销: 范伦(北京)服饰贸易有限公司	意大利	VALENTINO	330mm	LW2B0037DRB/828	合格品	摩擦色牢度
7	背包	销售商: 路易威登(中国)商业销售公司	法国	LOUIS VUITTON 路易威登	未标注	M50058	合格品	振荡冲击性能、 标签
8	背包	经销商: 古驰(中国)贸易有限公司	意大利	GUCCI	36cm	807170220	合格品	振荡冲击性能
9	女士包	桦洁商贸(上海)有限公司	广东省 东莞市	Charles & Keith	315 × 270 × 150mm	CK2-50150563	合格品	振荡冲击性能
10	女士包	桦洁商贸(上海)有限公司	广东省 东莞市	Charles & Keith	355 × 220 × 170mm	CK2-30150537	合格品	振荡冲击性能
11	男士手拎包	生产单位: 北京阳光素艺皮具制作有限责任公司	北京	SUREN	44*45*17cm	ANJ1017	合格品	振荡冲击性能
12	手提包	生产单位: 北京阳光素艺皮具制作有限责任公司	北京		41*12.5*17cm	BWJ1051	合格品	振荡冲击性能
13	背包	国内经销: 明景拓展(深圳)有限公司	广东省 深圳市	Hiroshima	未标注	GHR2222	合格品	振荡冲击性能
14	背包	国内经销: 明景拓展(深圳)有限公司	广东省 深圳市	Hiroshima	未标注	DHR2122	合格品	振荡冲击性能
15	女装斜挎包	制造商: 广州市圣泰尼皮件有限公司/总经销商: 广州温莎品牌管理有限公司	广州市	VINSOR 温莎	10*2.5* 16.5cm	V5C746X081*01	合格品	振荡冲击性能
16	女装通勤包	制造商: 广州市圣泰尼皮件有限公司/总经销商: 广州温莎品牌管理有限公司	广州市	VINSOR 温莎	26*15* 31cm	V6D730X054*01	合格品	振荡冲击性能
17	女装通勤包	制造商: 广州市圣泰尼皮件有限公司/总经销商: 广州温莎品牌管理有限公司	广州市	VINSOR 温莎	33.5*16*22cm	V6D768X101*01	合格品	振荡冲击性能
18	手袋	制造商: 广州华都皮具有限公司/总代理: 广州马连奴奥兰迪服饰有限公司	广东	Marino Orlandi 马连奴	34.5*13*25cm	1163 181 35 1	合格品	振荡冲击性能
19	手袋	制造商: 广州华都皮具有限公司/总代理: 广州马连奴奥兰迪服饰有限公司	广东	Marino Orlandi 马连奴	28*14* 21.5cm	1163 182 16 2	合格品	振荡冲击性能
20	手袋	制造商: 广州华都皮具有限公司/总代理: 广州马连奴奥兰迪服饰有限公司	广东	Marino Orlandi 马连奴	30*12*26cm	1163 179 01 1	合格品	振荡冲击性能
21	手袋	制造商: 广州华都皮具有限公司/总代理: 广州马连奴奥兰迪服饰有限公司	广东	Marino Orlandi 马连奴	27*13*20cm	1163 170 63 1	合格品	振荡冲击性能
22	背包	销售商: 路易威登(中国)商业销售公司	法国	LOUIS VUITTON 路易威登	未标注	M48933	合格品	振荡冲击性能

注: 具体不合格商品信息请登录北京市工商局官网查询。



维权人物

Activist character

为消费者排忧解难

——记昌平区消费者协会干部李小飞



李小飞，北京市昌平区消费者协会消费维权组组长。自从到消协工作以来，她一方面立足本职工作，始终把消费者利益放在心上，对每件投诉做到耐心、细致、周到、热情；另一方面她坚持学习，努力掌握各种消费维权法律法规和工作技巧，以便更好地为消费者提供服务。仅最近三年，她就先后为消费者挽回经济损失35万余元。

在处理投诉过程中，李小飞非常认真负责，坚持做到件件有记录，事事有回音。2016年8月16日，消费者孔先生打电话向昌平区消协投诉。李小飞通过电话了解到，孔先生在奥特莱斯买了一双价值2000元的品牌皮鞋，穿一段时间后，鞋子出现了严重质量问题。但因孔先生只有在商家的刷卡记录，而没有相应的消费小票，而且在双方协商过程中，鞋子又超过了保修期，商家拒绝处理。李小飞了解情况后，对这一问题进行了认真调解，

最终双方达成一致，并对调解结果都很满意。

消费者维权保护工作，涉及法律法规多，新情况新问题也不断出现。为了做好消费维权工作，熟知相关的法律法规，成为做好工作的行家里手，李小飞坚持边工作边学习，并经常主动向有经验的同事请教，大大提高了对新情况、新问题的处理和应对能力。

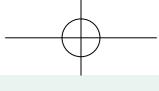
《消费者权益保护法》实施后，李小飞不但自己学深学透，还充分利用各种阵地，开展各种形式的宣传活动。每年3·15期间，她主动深入到工厂、农村、机关、学校及企、事业单位，联系工作实际，深入浅出，举办《消法》及维权知识讲座，先后组织宣传36场次，发放资料3000多份（册），受教育者达一万余人。通过广泛宣传，辖区消费者的学法维权意识日益高涨，同时也逐渐引起社会各界关注，在昌平区营造了一个良好的消费维权氛围。

在多年调解工作中，李小飞一直秉持六项原则：一是认真接待来信来访，做到件件有记录，事事有答复；二是受理投诉工作切实做到制度化、程序化、规范化；三是对消费者投诉不推诿，按政策规定能受理的，决不转办，并认真调查处理；四是对严重损害消费者权益的违法行为绝不手软，进行公开揭露、批评，为消费者讨回公道；五是受理投诉做到生人熟人一样，拒绝攀关系拉近乎的情况出现；六是处理投诉时以事实为依据、以法律

为准绳，晓之以理、动之以情，公平、公正、公开地解决纠纷，树立良好形象。

李小飞的调解之路充满了汗水，也浸满了消费者的感激、赞扬和信赖。她把自己的光和热都洒在了为消费者解忧、为消费者排难的维权路上，这充分体现了消费者权益保护工作的艰辛与光荣。她任劳任怨、无私奉献的精神，值得所有消费维权工作者学习，也值得广大消费者点赞！





锦旗是荣誉更是责任

——记顺义区消费者协会调解员冯志松



转眼间，冯志松到北京市顺义区消协工作已经五年了。作为一名基层消费纠纷调解员，这五年来，他热情接待每一位前来投诉的消费者，认真调解每一件消费维权案件。仅去年就受理消费者投诉180余件，为消费者挽回经济损失10余万元。

但凡投诉到消协的纠纷，一般都是经过双方协调后没有解决的问题。2015年3月23日，冯志松接到两名消费者打来的投诉电话，反映顺义某小区房屋主体结构及装修质量不合格。消费者表示，跟物业公司已经没有商量余地了，如果消协不能调解成功，就只好联合到上级部门投诉。放下电话，冯志松感觉到问题的严重性，立即驱车赶往消费者家中。

消费者反映，房屋主体结构存在问题，多处墙体内水管破裂漏水，新买的家具都被水浸泡，损失相当大。而小区物业只愿意给消费者重新更换水管，不愿承担由此造成的损失。冯志松找到物业公司，讲明了消费者的损失状况，一再强调问题的严重性。经过耐心调解，最终物业公司与消费者达成协议，物业公司一次性赔偿消费者一万余元，对所有房屋存在问题的业主免6个月物业费，同时对出现问题的设施15日内予以修复。事后，该小区多名业主给顺义区消协送来锦旗。

“锦旗代表的不仅是荣誉，还有责任。”冯志松每次收到消费者送来的锦旗，都提醒自己要对得起这份职业，对得起每一位消费者的信任。2016年2月的一个早晨，冯志松刚上班，办公室里就迎来一位七十多岁的老人，“求求你们帮帮我吧，我让人家给骗了！”见老人急切又无助的样子，冯志松赶紧宽慰他：“大爷，您别着急，坐下慢慢说，我一定尽力帮您。”

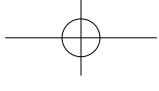


老人姓王，前两天和老伴路过一家养生会馆，被会馆服务员拦住，一番口若悬河的优惠宣传，再加上免费体验的诱人促销，老两口很快回家找出存折，到银行取了4800元交给会馆，办了一张“养生足疗卡”。可第二天到会馆消费时，老两口顿感会馆服务变差了，足疗技术也很一般，根本没有之前的体验效果。老人找到会馆要求退费，可会馆一口咬定，之前已经说过“办卡即不退”，老人心急如焚，一下犯了高血压。第二天，老人身体缓和后，一早就来到顺义区消协求助。

经过深入了解，冯志松发现，这家会馆刚开业不久，还没有办理营业执照等相关合法手续。他向领导汇报后，与会馆负责人取得联系，进一步确定会馆有关情况。掌握足够信息后，他带着老人到会馆，向会馆负责人言明利害，当场帮老人找回全部损失4800元。老人激动地向他道谢，冯志松握着老人的手说：“我在消协工作，帮您解决问题是我们的分内事，您的满意就是对我们工作的最大肯定！”

为了做好消费维权工作，冯志松对多年来受理的消费投诉案件和各地突出的消费维权做法进行了认真梳理，总结出受理农民投诉的“两个优先”，即优先受理农民农资类商品质量投诉、优先受理农民群体性投诉。他一直要求自己，对待消费者投诉要做到“四好”，即真正把消费者的投诉解决好、把消费者的权益维护好、把消费者的情绪疏导好、把消费者的意愿反映好。

一分耕耘，一分收获。到消协工作5年来，冯志松兢兢业业，任劳任怨，受到消费者和单位同事广泛好评。由于工作业绩突出，他先后被评为顺义区消协“优秀调解员”，并被记三等功一次。



任宇波

打开后厨，让食品安全看得见

一度被视为餐饮界标杆的海底捞，近日因食品安全卫生问题被推上了舆论的风口浪尖。目前，北京市食药监局已经要求海底捞总部落实食品安全主体责任，全面进行限期整改，在一个月内对北京各门店实现后厨公开、信息化、可视化。

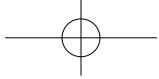
值得审视的，是这波舆情的转折。随着海底捞的致歉信及处理通报，部分网络舆情从愤怒转为谅解，还有不少网友与自媒体为其“点赞”。诚然，海底捞的问题恐怕非其一家所独有，餐饮服务业在门店、质量、供应链以及卫生管理等方面都面临阶段性难题。这也是大家普遍对食品安全问题抱有担心的原因。对海底捞的宽容，体现着一部分消费者的理解与耐心。

消费者的善意不应被辜负。平心而论，当遭遇食品卫生安全重大事故，面临品牌形象损毁，海底捞的反应是迅速的，道歉也是诚恳的。没有埋头装“鸵鸟”，避免了一场更大的信任危机。然而消费者更关心的是，仅有面对舆情的积极态度，并不足以解决那些“线下”“后厨”的根源性问题。只有真正让消费者看到变化、看到改善，才不负一家明星企业此前辛辛苦苦建立起来的美誉，不至于让顾客们对整个行业食品安全状况的忧虑雪上加霜。

长远来看，企业的整改是实做还是虚做、真改还是遮掩，顾客心里是有杆秤的。对每一个行业、每一家企业而言，消费者利益都应摆在首位。海底捞的发展壮大，得益于鲜明的用户意识。比起行业内少数从业者服务态度不佳、欺客宰客等现象，海底捞的贴心服务可谓消弭了消费者的痛点，其在服务上的一系列创新举措，提升了消费者体验，也是对消费者需求的尊重和满足，一度刷新了行业服务的标高。然而，服务的“面子”再好，产品的“里子”也得过硬；内部的企业文化再温馨，践行起来也得与公共利益、法律法规一致。就餐饮行业来讲，食品卫生安全就是企业安身立命之所在，就是消费者利益之根本。如果无法保证食品卫生安全，就丢掉了根本，服务再好，都可能成为无源之水、无本之木。

海底捞事件，给整个餐饮行业再次敲响了警钟。要看到，新食品安全法“最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责”的原则，不只是写在纸上；公众的注意力和部门的执法态度，也不会被一时一事的表态牵着鼻子走。每一家餐饮行业都需要以消费者利益为出发点，主动打开后厨，让食品卫生看得见；填补管理漏洞，消除卫生死角，让舌尖安全有保障，方可不负消费者的信任与期待。

当前，各行各业的业态创新、管理创新、模式创新层出不穷，但怎样才能坚守住最根本的出发点，值得深思。强化企业自律是一方面，全社会也需要始终对食品安全保持高压态势，持续追问，刨根问底。这次北京市食药监局要求海底捞各门店实现后厨公开，抓住了监管的根本。失去了透明的管理和全方位的监管，再卖力的服务也可能在一些方面打折扣，声誉再好的企业也可能犯错。以海底捞事件为契机，经常去“后厨”看看，问一问“初心”，恐怕才是企业面对危机的正确方式，也是明星企业基业长青的根本保证。（据人民日报）



月饼创新，安全比口味更重要



练洪洋

七夕已过，中秋将来，一年一度的“月饼大战”正式拉开帷幕。参战各方正各显神勇，在创新、包装、宣传方面寻找突破口。尤其在创新上，今年月饼市场最夺眼球的不是什么天价月饼，而是各式创新产品。这些月饼因为馅料够奇葩，让消费者感叹“只有我们想不出的口味，没有商家做不出的月饼”。

无论坚守经典、呵护情怀，还是大胆创新、与时俱进，保障月饼安全是第一要务。每一种月饼口味的开发都必须够安全才行，迈过安全这道门槛，企业才可以谈创新。而食品安全，恰恰是时下社会的痛点。

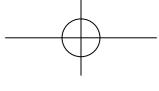
作为一种节令食品，月饼的生产、销售、消费呈现与其他食品不一样的特点：季节性强、销售时间短、生产企业多、销售渠道散等，其中许多环节都潜藏着食品安全风险。月饼只为中秋而生，中秋一过就销声匿迹，“月饼大战”也就是一个月左右的时间。为了供应充足，企业早早就开始了月饼生产，生产时间越长，月饼变质风险越大，为了防止变质，个别企业便违规使用防腐剂，“饼坚强”“古董饼”就是这类产品。

“村村点火，户户冒烟”是传统月饼的生产状态，从大酒楼、大宾馆到西饼店、小作坊，取得许可之后都可以生产月饼。生产企业“多、小、散、乱”，客观上提高了食品安全监管难度。销售大致亦如此，各大商场、各大超市、各类饼店甚至酒店大堂都摆满月饼，如今还多了线上销售、朋友圈“私房月饼”，销售渠道多了，购买是方便了，食品安全风险也加大了。

生产是决定月饼质量的第一环节，生产者也是食品安全的第一责任人。企业依照食品安全法律、法规和标准从事生产活动，对于月饼安全尤为重要。针对月饼这种特殊食品，需要特别强调的是，生产企业要严格执行《食品添加剂使用标准》，不能在月饼中违法添加非食用物质、药品和“可用于保健食品的物品名单”中的物品、超范围和超限量使用食品添加剂。譬如为让月饼颜色更诱人、更有卖相，使用合成色素，就是一种违规行为。

要是月饼安全出了问题，流通环节也要负连带责任——新修订的《食品安全法》特别规定了在流通中各个环节参与者的民事连带责任。因此，无论是商场、酒楼，还是西饼店，月饼销售者都要绷紧安全这根弦。坚持不销售无厂名、无厂址、无保质期和来源不明的月饼，不以裸装、散装和篡改保质期等方式经营超过保质期的月饼，更不要对月饼进行夸大宣传、虚假宣传、误导消费者。

除了生产企业、流通环节之外，食品安全监管也是一道重要关口。食品安全监管，重在事前与事中，不要等到“失火”之后才“救火”。事前监管，重在企业生产环节——检查月饼生产者是否证照齐全，每一个种类的月饼生产是否执行相关标准，是否标明厂名、生产日期、保质期等常规项目，是否存在以次充好、掺杂售假等情况；事中监管，重在月饼销售环节——对各类销售点月饼进行随机抽样，发现不符合食品安全标准、违法添加非食用物质和药品的月饼要依法、及时进行召回和处置，严厉查处销售“三无”月饼、陈馅、过期、劣质月饼等违法行为。（据广州日报）



胡建兵

旅游购物退货莫纸上画饼

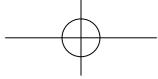
从去年开始,全国一些省市的旅游主管部门相继推出“30天无理由退货”的措施。不过近期在人民网3·15旅游投诉平台上,记者发现仍有不少游客投诉反映退货难的问题。无人管、互相推诿、找各种理由不能全退、收取高额手续费等乱象让“30天无理由退货”这项措施只是看上去很美(8月28日人民网)。

旅途中买了假货或质次价高的商品可以无理由退货,这确实能在很大程度上保障游客的权益。但在“30天无理由退货”这一措施真正实施的过程中,出现退货难等问题,“无理由退货”遭遇蛮横无理的“不退”,原因在于“30天无理由退货”目前还只是用行政手段强制执行,不具有相关的法律效力,即使商家30天内没有给游客办理退货,也不会承担法律责任。这让一些商家存在侥幸心理,只要跟行政管理部门关系搞好一点,就能不退就不退,能少退就少退,给游客维权增加困难。“无理由退货”似乎成了纸上画的大饼。

新的旅行社条例明确:旅行社或工作人员在旅游过程中强迫、诱导游客购物,游客有权在旅游行程结束后30日内,就其所购物品和参加另行付费旅游项目费用,要求旅行社为其办理退货并先行垫付退货货款、退还另行付费旅游项目的费用。这一条例被称为近年来旅游管理领域最严格的条例。但关键问题是,有了严格的条例,有关部门能否按条例的规定去执行。其实,在旅游方面,我国不缺法律法规,缺乏的是严格执行。一些游客被强制购物,回到家中后向有关部门申诉,但有关部门推诿扯皮,要么不受理,要么一拖再拖,要么以证据不足为借口等消极对待。如此这般,再好的条例又有什么用呢?

如果游客被强制购物后,有关部门只要求商家接受退货,而不对其重罚,那就是对相关旅行社和不良商家的纵容。因为一旦被要求退货,商家最多接受退货就是了,而更多的不识字或者怕麻烦的游客没有退货,那商家说到底是赚的。通常情况下,游客即便吃了亏,大概也会抱着能让则让、能忍则忍的态度,除非购到了特别“昂贵”的假货,才会想办法退货,不然谁会愿意多事呢?相信商家平时被要求退货的概率不高,或许只有千分之几、万分之几,达不到以儆效尤的效果。

要真正实现“30天无理由退货”,各地需要通过立法的方式去解决,不能仅仅停留在行政政策和号召承诺上。对于旅游景点和商家销售假冒伪劣商品、强制交易,有关部门应该根据不同情节,区分出不同的处罚办法和相关退货处理流程。有了法律依据,才会有可操作性和威慑力。当然,行政执法部门也应该加强对旅游商品的监管,将假冒伪劣商品及时清理出市场。对游客要求退货而以各种理由不退的商家,一方面要责令他们退货,另一方面要对他们进行必要的处罚。游客在旅行前与旅游公司订立旅游合同时、在旅游过程中购买有关商品时,要多长一个心眼,把合同条款和商品情况弄清楚,还要保留好相关的证据。另外,在旅游购物点,能不购买的尽量不要购买,毕竟这些景区的商品相当一部分是靠不住的。游客一旦买了假货或价高物次的物品,就算回到家后能够退货,也要耗费时间和精力;而一旦商家不愿意退,游客需要到有关部门进行申诉,再由其进行调查、核实、处理,整个过程会很麻烦。(据法制日报)



从源头堵住游乐设备安全隐患



陈城

在一些城市尤其是郊区的公园里，总会零星摆放着一些游乐设备，虽然品种不多，看着也有一种“沧桑”感，但在节假日、庙会等日子里，还是受到不少孩童、家长的青睐。相信这样的场景并不陌生，但又有多少人关注过这些设备是否合格、操作人员是否持证、使用者的安全是否有保障等这些问题呢？

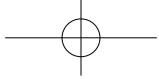
近日，有媒体调查发现，河南荥阳多个厂家回收旧游乐设备后翻新出售，据称可获利一倍，并且主要销往二、三线城市景区、小型游乐场、流动游乐场等。而且记者采访的多个厂家均无特种设备制造许可证，属于无证生产。有些厂家甚至通过在设备上设置机关，来达到免检的目的。

这让人不由得联想到，近年来屡屡见诸报端的游乐场伤亡事故。就在1个月前，有游客从10米高空座椅上坠亡；今年2月，有游客因“遨游太空”游乐项目安全带断裂被甩出后身亡；去年4月，河南长垣县庙会上，“太空飞碟”游乐设施在空中发生故障，造成1人骨折重伤，18人轻伤。

游乐设备潜存的安全隐患，已经不容小觑。特别是，游乐设备无论从体积还是重量来看，均非方便转移、隐藏的物体，且大多集中于人流量较大的公园、广场等地。既然如此，为何地方安监、工商等部门对问题设备“视而不见”，让这些无证设备得以投入使用？对于之前发生的两起庙会游乐设备事故，据国家质检总局事后通报，大型游乐设施均为无生产单位、无制造许可的个人自制产品，使用前未办理安装告知、监督检查和使用登记等。行政监管，不能总是在事故发生之后才姗姗来迟。

正规游乐场退出的旧游乐设备如何流入翻新厂家手中？游乐设备属于特种设备，根据《特种设备安全监察条例》，特种设备存在严重事故隐患，无改造、维修价值，或者超过安全技术规范规定使用年限，特种设备使用单位应当及时予以报废，并应当向原登记的特种设备安全监督管理部门办理注销。但事实上，对大型游乐设备的报废年限并无统一、强制的具体标准。依据《大型游乐设施安全监察规定》，对超过整机设计使用期限仍有修理、改造价值可以继续使用的大型游乐设施，运营使用单位应当按照安全技术规范的要求通过检验或者安全评估，并办理使用登记证书变更。也就是说，游乐设备的报废年限可以进行更改，这其中便产生了很大的灰色空间。而对于已报废并从相关部门注销登记的设备如何确保其真正被报废、不流入到翻新市场，也没有一个完善且公开、透明的渠道。

去游乐场快乐地玩耍，已成为很多人，特别是孩子们的休闲娱乐方式之一。在源头上堵住问题游乐设备的流出，为民众的休闲娱乐增添一份安全保障迫在眉睫。对此，不妨借鉴早年打击报废车改造翻新重新出售的经验。（据光明日报）



中关村电子市场案例启示

近年来，中关村鼎好、海龙、科贸电子市场个别商户以低价揽客、转型销售、围攻强卖等不法手段侵害消费者权益的行为屡禁不止，属地政府组织工商、公安等多个部门长期开展联合整治，但类似问题时有发生。海淀工商分局、海淀区消费者协会，针对违法行为的特点，分析整理出五类典型案例，旨在揭露不法商户欺诈问题的同时，提醒广大消费者要提高防范意识，擦亮眼睛、理性消费，共建和谐的消费环境。

案例一 “转型”的门口

1、贴身服务，低价揽客

王先生是一位准摄影爱好者，近期准备为自己置办两款镜头，初步定下佳能原厂15-85和70-200两款镜头。但是在网上查了一下，两款镜头都价格不菲，听说中关村的电子市场里经常有商家打折力度很大，就趁着周末到电子市场去转转。

王先生刚走进电子市场，迎面就有一个小伙子过来打招呼：“大哥，您在这里看什么，手机？相机？笔记本？我们这里什么都有。”王先生说刚来，随便转转。小伙子更殷勤了，一边跟着王先生一边说自己店里东西全，价格低，保证正品。王先生于是试探的问了这两款镜头有没有货，多少钱。小伙子从兜里拿出个报价单翻了翻，然后扭头就给王先生报了一个价格：“15-85,2800元，70-200,5000元。”王先生一听，真是比之前家里查的价格低不少，省下的钱都能再买个镜头了。但是他还有点担心，就再三问小伙子：“你这个价格是现货么，是正品行货么？”小伙子把胸脯拍得山响，满口地哥放心。王先生问你们柜台在哪里，小伙子说：“我们楼下只有展示柜台，公司谈业务都在楼上，跟我走吧。”于是，王先生在小伙子的带领下向电梯走去。

点评：本案例中的王先生遭遇到的“低价揽客”，在中关村电子市场比较常见。不法商贩利用消费者对价格的敏感，以谎报极具诱惑力的价格让消费者上钩。这些导购人员都是不

法商贩雇佣的，他们挣得就是拉客的钱，每拉一个人去店里都能参与提成。这些人深谙消费者心理，报出的价格不会低得离谱，如本案例中15-85镜头行货一般4000左右，70-200一般7000左右，他不会报太离谱的低价，而是报了一个正品七折左右的价格，让王先生感觉很有诱惑力。

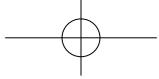
2、转型销售，移花接木

王先生跟着小伙子来到楼上的单间，一位店员迎过来问王先生要什么镜头，王先生告诉了他。他翻了翻报价说：“哎呀真不巧，您要的这两款我们这里刚卖光了，调货还要几天，要不您看看适马的17-70和佳能的75-300？”王先生说自己对这两个镜头并不了解，该店员马上介绍说适马17-70的光圈大，品质高。王先生听了店员一番忽悠不由心动了。于是询问这两款的价格。店员报价一共8500，王先生觉得贵了，店员接着说：“镜头这东西是一分钱一分货的，要是有人告诉你这镜头成像好还便宜那肯定是骗子。”后来双方一番讨价还价，约定8100成交。

点评：王先生碰到的骗术被通俗地称为“转型销售”。即商家以消费者看好的商品无货为由推脱，借机向消费者推荐性能较差、价格便宜的替代商品，但虚报高价，同时通过虚假宣传误导消费者，使其以为新推荐的商品性能优于自己原先看中的商品。在本案例里，适马17-70镜头光圈虽然略大于佳能原厂15-85，但是原厂与副厂镜头在商品定位、定价策略上存在很大差别，而绝非该店员所说的光圈越大越高级。而另一只佳能75-300镜头是一只民用级镜头，而王先生看中的70-200却是专业级镜头，市场售价是75-300的5倍左右。本案例中，王先生最后被忽悠买下的镜头，正常售价仅仅为4500元左右，但是王先生却多掏了3600元。

3、醒悟评理，变脸翻账

王先生回去以后和懂摄影的朋友说起了这个事



情，朋友问明白型号后告诉他上当了，这两个镜头加起来也就值4500元。王先生越想越不是滋味，回去找商家理论。

二次见面，王先生刚说明来意，商家就变脸了，曾经接待他的店员一口咬定王先生开始要的就是这两个镜头，至于价格虚高，该店员振振有词：“我们卖镜头定什么价格跟你有什么关系，电商便宜你早干嘛来着？”王先生说：“你们当时说这镜头比我原来要的镜头好，你们在蒙人。”店员马上说：“你有证据吗？你过来要的就是这两个镜头，现在用了几天不满意想换，没门儿。”

点评：消费者在发现问题以后，去找商家理论，商家一般都会用这套说辞推诿，其核心是：1.商家如何定价，消费者管不着；2.消费者原本要的就是这件商品，商家不存在欺诈行为；3.你说我欺诈，拿证据来。由于消费者在购物时很少会想到以录音录像来留存证据，所以一旦出问题很难举证。不法商家就是钻这个空子来坑害消费者。

案例二 “合约机”陷阱

1、网络营销，低价诱惑

苏女士的手机最近不好用了，准备换一部，咨询了一下朋友，目标初步锁定iPhone，但是价格不菲，苏女士有些犹豫。某天在淘宝网无意中看到有商家报价便宜，旺旺上面沟通了一下，对方说是中关村的商家，苏女士有点担心，再三问是不是二手手机，对方说可以当面交易，保证全新。

于是苏女士趁着周末去找这个商家。苏女士找到了商家的店面，说明想要的型号后，店员报价4500元，苏女士知道这个配置的手机大概6000元左右。于是她再三问：“你们这个手机是不是行货？能不能享受全国联保？”得到店员肯定的答复后，又问是不是二手手机，店员拍胸脯说：“保证全新未激活，不是全新的我退你全款，手机白送。”苏女士听了以后，最后的一点怀疑也消除了，当场决定买。

点评：随着网络的发展，中关村电子市场的商户运用网络营销已经屡见不鲜，商户往往在网店上报低价，以吸引客源，并谎称能直接从厂家进货，为消费者下了“定心丸”。

2、隐瞒事实，先款后货

店员说：“行，您交款吧，把身份证给我，我去给您调货。”苏女士问买手机要身份证干嘛，店员说是限量供应的特价机，凭身份证购买，苏女士没多想，把身份证交给他，接着刷了信用卡。

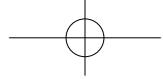
过了一会店员拿来一部手机，苏女士一看，真的就是她想要的型号，打开看了看手机，确实是全新的行货。正准备走，店员说：“慢点，您要签一个入网协议。”苏女士不明白：“我入什么网，我自己有号。”店员说：“您那个号在这个手机上用不了，您得用这个号。”边说边递给她一个sim卡还说：“这个套餐每月要扣188元，扣两年。”

点评：本案例中的苏女士遭遇的是中关村电子市场不法商户在销售手机时常见的欺诈手段，即以合约机代替裸机销售，事先隐瞒手机为合约机的事实，骗取消费者身份证办理入网，由于各大运营商对于合约机有补贴，所以其价格相比裸机便宜很多。例如本案例中的手机，其合约机官方售价仅为1500元左右，而该商家报价4500元，赚取了3000元的利润。而苏女士买了这部手机，还要承诺在网两年，相当于预先交了两年的话费4512元，也就是累计支出了9012元，而且由于她自己本身已有手机号码，这第二个手机号码几乎没有用。

3、退款无门，忍气吞声

苏女士听了店员的话，一下子反应过来她被骗购买了合约机。她非常愤怒，当即要求商家退款，店员说：“这手机你都开机激活了，而且套餐都签约了，不可能退。”苏女士说：“那我去投诉你。”店员说：“你爱去哪去哪，这个手机你买的时候又没有明说要裸机。”双方各执一词，争论不下。最后商家说：“要退也行，你要交商品价格的50%作为退款手续费。”苏女士一算要2250元，确实比较贵，但是再一想，自己家里人都有手机了，这个手机拿回去也是浪费，而且关键因为是合约机，还必须要用这个号码，更麻烦。最后，苏女士只好被迫答应了商家的要求。

点评：本案例中的商家要求消费者先付全款，同时骗取了苏小姐的身份证办理入网手续，但实际他们并没有把这些材料交到运营商



那里，前面的铺垫就是为了后面逼迫消费者入网，从而达到高价销售合约机的目的。如果消费者坚持要求退货，他们就收取高额的退货手续费，例如本案中退货手续费竟高达商品售价的50%。

案例三 开票的“玄机”

1、低价诱惑，雾里看花

董先生刚刚参加工作，想买一台笔记本电脑，事先在网上看好了型号，也对中关村的一些不法商家的伎俩也有些了解。

他坚信凭着自己对数码产品的精通，能淘到自己满意的便宜货。董先生来到电子市场，一波一波揽客人员被他直接甩开了，到了笔记本销售集中的铺位，他挨个询价，几个商家的宰客伎俩都被他识破了，问到第六个商家的时候，这一家报的价格比市场价便宜不少，他再三询问是不是翻新机，是不是行货，对方都说没问题，董先生就决定在这家店买。

点评：一些数码产品“达人”，往往自信满满，然而到了电子市场，也常常被不实宣传诱惑，落入“陷阱”。

2、模糊开票，暗藏玄机

付了钱，开了收据，董先生看见上面写着“联想笔记本电脑一台”就问为什么不写型号，店员说：“等我们把货拿来，我再照着包装上的型号写。”

点评：商家在开收据时故意只写“联想笔记本一台”，就是为了之后面临执法机关时留条后路，因为他拿给董先生的也确实是一台联想品牌的笔记本，至于型号，票据上没写，也就很难认定商家有欺诈的行为。

3、偷梁换柱，强买强卖

过了一会电脑拿过来了，董先生拿到手脑子嗡了一下，拿来的电脑根本不是他要的型号！他问商家：“你们是不是拿错了？！”商家说：“没错啊，你要的不就是这个嘛。”董先生知道这个笔记本的性能比他要的低很多，内存小，硬盘小，屏幕也差，相应的售价也便宜很多。他这才知道自己碰上明抢的了！

董先生刚想争辩，那个店员一使眼色，旁边几个

彪形大汉马上围过来，双方推推搡搡起来。后董先生向工商部门投诉举报商家欺诈行为。

点评：这是电子商场里极少数商家使用的最恶劣的手段——强买强卖。本案中商家先按董先生说的价格答应下来，然后，等钱到手后直接拿性能差、价格低廉的其他型号商品来给消费者。董先生提出要买的不是这款商品，商家就说你要的就是这款，不能反悔。

案例四 山寨机的“隐秘”

1、低价购机，暗藏隐患

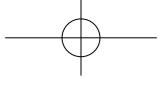
郑先生一直用小米手机，近期该品牌出了新款，郑先生想买一个，但是因为供不应求，在其官网上抢购了两次都没抢上，于是去中关村电子市场碰碰运气。郑先生来到电子市场，随便问了几个商家，报的价格参差不齐，高的比官网报价贵几百，低的比官网报价还便宜。郑先生最后选择了一家比较大的店面，这家店的报价比官网便宜200元，郑先生交钱试机，当场没有发现什么毛病，欢天喜地的拿走了。

点评：小米手机的热销机型主要采用官网限时抢购的方式销售。有很多“黄牛党”就靠抢购此手机后加价销售谋取利润。所以，市面上几乎不可能出现新款热销机型低于官网售价的情况。

2、故障频频，退货无门

回到家才用了一周，手机就出毛病了，频繁死机，郑先生感觉不太对头，就找到了这家商户说明了问题，这家店倒也爽快，把旧手机收回后直接换了一部新手机。郑先生拿回家又用了没多久，再次出了问题了，这回是莫名其妙的重启。他再次找到这家商户，商户又给他换了一台，但是问题依旧。郑先生第三次找到这家店，要求退货，商户坚决不退，只说可以继续换。于是郑先生找到了工商部门，反映了他遇到的问题。

点评：据该品牌手机厂商职员介绍，该款手机以线上销售作为最主要的销售渠道，线下只发展了极少数的授权经销商，而中关村电子市场内没有授权经销商。一般的非授权实体店，其所销售的该品牌手机多以“黄牛党”倒



卖为来源，机型选择少，供应量不稳定，所以价格较官网高很多；如果碰见价格较官网还低的手机，一般都是来自“山寨”生产线，其主要机内部件均采用劣质产品，再通过刷写rom和仿造外壳、电池、配件、包装后流入市场，其IMEI和SN码均为套码，一台的成本是正品手机的三分之一左右。

3、便装暗访、快速执法

工商局执法人员接到了郑先生举报后，尽快联系了该手机厂家。厂家非常重视，专门派了几名技术人员协助工商局。当他们看到郑先生的手机后，几个人一致判定此款手机为假冒商品。随后工商局执法人员着便衣暗访这家销售假冒手机的商户，在其准备销售假冒手机时亮明身份，当场查获了数部假冒该品牌的手机。工商局随即对该商户进行了立案查处。

点评：消费者遭遇假冒商品，可保存相关证据向工商部门举报，查证属实后，工商部门将坚决对不法商贩进行惩处。

案例五 骗子也玩“O2O”， 新型欺诈行为现身电子市场

1、低价诱惑，愿者上钩

徐先生近期在某鱼网上看到一款二手手机，比较符合自己的需求，通过跟商家联系，对方说加QQ看“真机”视频聊，看了对方展示的视频，徐先生大为心动，觉得物超所值。同时对方极力暗示徐先生，如果先交订金，再见面详谈，可以更加优惠。于是徐先生准备交订金买这个二手手机，商家说，咱们别走平台交易了，你也在北京，你到我店里来，咱们当面交易，否则只能按照平台网站发布价格交易了，我们在中关村这边有实体，在**市场**号商铺。于是双方互留了电话，约定日期见面交易。

点评：不法商家利用二手物品交易平台发布低价商品，诱使消费者与其联系，在沟通中用小恩小惠诱惑消费者脱离平台监控，见面交易，消费者往往被低价诱惑，心甘情愿落入骗子的圈套，在此我们提醒消费者，如果在二手物品交易平台交易，无论对方如何许诺优惠，

一定不要脱离平台交易。

2、移花接木，暗箭难防

徐先生按照约定的时间来到交易地点，并与卖方取得了联系。一会儿过来一个小伙子招呼徐先生。并称店里今天人多货杂，老板安排我在另一个柜台接待你，随后把徐先生带到一个空置的柜台里，并把准备交易的手机拿出来让徐先生看，徐先生看了觉得确实不错，准备确定要买。对方说必须先付全款。于是徐先生通过微信转账支付了价款。等了很久，这过程中不断有人来问徐先生要身份证和信用卡，徐先生不解，小伙子说这是合约机，你不用套餐就需要付费解锁，否则不能打电话。解锁费第一次1000元，以后每月288元，要缴纳18个月。徐先生一听就知道受骗了，要求退钱，小伙子说钱已经转到公司总账了，没有办法当场退，只能先给徐先生开一个收据，若干工作日后转给徐先生。

点评：在交易过程中，卖家总是会以各种借口要求买家先付款，卖家在收到钱后才会告知买家是合约机，要继续花钱解锁升级，否则只能以高于市场价的价格加钱买新机。如果消费者要求退款，卖家则会称无法退或者晚几天退，甚至有的卖家会组织一些社会闲散人员威胁消费者。

3、人间蒸发，维权不易

徐先生回去后等了一周也没有收到微信退款，再打商家电话，但是自己已经被对方设置为黑名单拒接，QQ上也被拉黑了。于是举报到工商部门，工商部门执法人员要求徐先生提供商家具体信息和地址，可是徐先生并未去过商铺，无法提供，只告知了交易柜台的位置。工商部门执法人员立刻去现场调查，找到这个空置柜台，市场管理人员说这个柜台几个月以前就空了，一直闲置着。徐先生又通过收据上的公章查找，结果发现这家公司根本不存在。

点评：不法商家由于害怕工商部门的查处，所以在此类骗局中会对消费者找种种借口，把消费者带到一个已经空置的店铺，这样将来即便事发，消费者也没法指认他们的店铺，相关部门也无从查起，从而为纠纷的解决带来困难。



**中关村电子市场不法商户的
三个惯用伎俩：**

一、花言巧语，移花接木。“转型销售”是整个连环骗局里最重要的一环，所以在不法商家嘴里，推荐新商品的理由繁多。镜头就说焦距长、光圈大，回避原厂副厂、定位高低；机身就说像素高，回避对焦、画质、耐用性；手机就说价格便宜，回避是裸机还是合约机；笔记本就说CPU速度快，回避内存、显卡的瓶颈。总之目的只有一个，引诱消费者购买他们推荐的商品。

二、瞒天过海，先款后货。所有的案例均显示不法商家想尽一切办法先收钱，一旦收了钱，就翻脸不认账。消费者因钱已被对方收走，而陷于被动。

三、醒悟评理，翻脸不认。因为一般消费者在购物时很少会想到录音录像留存证据，而恰恰就是在这一点上，让不法商家钻了空子，消费者维权时，因证据缺失，商家往往认定消费者没有证据，否认违法事实。

**海淀工商分局、海淀区消费者协会
提醒消费者在电子市场购物时应注意：**

1、想好所需心中有数，忽悠转型不发慌。购物前建议先了解拟购商品的价格、性能等基本情况，做到

心中有数。由于电子市场的商品与各大电商相比基本没有定价优势。对于消费者来说，如果自身不是很了解你要买的东西的价格，建议一定事先在几大购物网站上查询比价。即便是在购物现场临时改变主意购买其它商品，也可以运用手机当场查询电商的定价，进行比较。

2、低价诱惑不为动，一分钱货一分货。对于低价推销，要冷静考量理性消费。相机、镜头、手机、电脑等数码产品，销售价格差别不会很大。价格过低，就要谨防“转型”以次充好、合约机冒充裸机、翻新机、山寨机等陷阱。

3、购物票据索要齐，交易过程留证据。如果您去电子市场购物，建议时刻注意留存证据。若商家要求先款后货，一定不要答应，坚持见到商品再付钱。要求商家在收款单据上写明商品规格型号、数量、金额。如果有可能的话，最好提前把手机录音功能打开，将交易过程全程录音，这样一旦出现纠纷，您才有证据证明商家的欺诈行为，以维护自身的合法权益。

4、维权途径请记牢，及时维权保平安。发生消费纠纷，可以拨打12315向工商部门投诉举报或直接携带证据到属地工商所投诉举报。工商部门一经核查，将依据法律法规对其进行处罚。

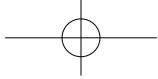
警惕购手机陷阱

近期，工商部门接到手机通信类消费投诉较多，纠纷主要集中在消费者被商家宣传迷惑误入消费陷阱，导致合法权益受到损害。在此，工商部门提醒广大消费者，选购手机时要警惕陷阱，增强防范意识。

常见手机消费陷阱有：一是商家隐瞒合约机信息。消费者在交完手机款后，商家才告知消费者购买的是合约机，需要办理固定的套餐方能正常使用。

二是诱导消费者购买杂牌手机。消费者在选择自己预想购买的手机后，商家往往会告知消费者该款手机具有何种缺点，进而诱导消费者购买杂牌手机。

消费者购买时应注意以下三方面：一是认准品牌。现手机市场鱼龙混杂，不少杂牌手机模仿知名品牌手机设计，稍不留神，就容易掉进杂牌机、山寨机陷阱。选购时，要注意看清手机外观及商标标识，确保是自己选购的品牌。二是认准正品店。选购手机时，尽量到品牌授权的专卖店、大型商场购买，或是售后服务平台完善的知名购物网站购买。三是索要票据。无论是实体店还是网店购买手机，都要取得正规票据，并注意票据上手机品牌、型号、价格等信息要与手机实物一致。（北京市工商局）



买航延险注意“保险责任”与“责任免除”



入夏季汛期，航班延误多发，有关航班延误险理赔等方面的消费投诉也呈增加态势。为帮助广大保险消费者更加正确全面地认识航班延误险，更好地发挥其保险保障功能，切实维护自身合法权益，中国保监会保险消费者权益保护局做出以下消费提示：

一、区分航班延误险和航空意外险

航班延误险是指根据航班延误保险合同规定，投保人向保险公司支付保险费，当合同约定的航班延误情况发生时，保险公司按照约定支付赔偿金额的保险。航空意外险是航空旅客人身意外伤害保险的简称，指在保险期间内因飞机意外事故造成人身伤害导致身故或残疾时，保险公司按照合同约定给付保险金的保险。由此可见这两者是不同的保险产品，前者航班延误险是一种财产保险，而后者航空意外险属于意外伤害保险。需要注意的是，单独购买航空意外险并不包含航班延误的保险责任。如果消费者想获得更充分的航班延误风险保障，可以选择购买航空意外险和航班延误险的组合产品，或者单独购买航班延误险。

二、认真阅读“保险责任”与“责任免除”

消费者在选择购买保险产品时，要认真阅读保险合同，仔细阅读“保险责任”和“责任免除”等保险条款内容，弄清楚哪些情况导致的延误属于航班延误险的保险责任，着重注意以下几个方面：

1、保障范围。不同保险公司的航班延误险承保范围是不同的，譬如有的延误险仅针对自然灾害、机械故

障、恶劣天气等原因引起的航班延误或取消进行赔付，而对于航班计划调整、个人原因未办理登机等情况引起的延误则不予赔偿。

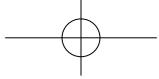
2、延误时间。延误时间的计算有两种情况：以原定起飞时间直至航班实际起飞之间为止，或以原定到达时间直至航班实际到达时间为止。不同保险公司的航班延误险对延误时间、起赔时间和理赔金额的合同约定不同。

3、改签或退票。有的航班延误险只保障保险合同载明的航班，被保险人进行退票或改签操作以及由此导致的延误损失属于责任免除。

三、区分理赔方式

航班延误险理赔处理有自动理赔和主动申请理赔两种。自动理赔是指保险公司根据系统内数据自动识别航班延误情况，发生约定的保险事故时自动进行理赔。主动申请理赔则需要被保险人在保险事故发生后，于规定时间内主动向保险公司报案并提供相关证明材料（如航班延误证明、身份信息）。消费者若购买了需要主动申请理赔的保险产品，出现航班延误时，一定要注意保留好乘机凭证和航班延误证明，并在约定期限内向保险公司提出理赔申请。

此外，在此提醒广大消费者，除了选择购买航班延误险获得风险保障外，消费者还可留意各航空公司航班延误相关服务、补偿标准，获取航班延误的合理补偿。（保监会）



工商部门曝光十家“黑心”中介

为规范房屋租赁市场秩序，北京市工商局朝阳分局对近两年辖区房屋中介投诉举报情况进行认真梳理后，对外披露了十家“黑心”中介的相关信息，并提醒消费者注意，找房屋中介时不要轻信“低价”“零中介费”等宣传，尤其是非法小广告。

据介绍，经汇总近年来的投诉举报情况，朝阳区共有十余家中小型“黑心”中介，目前已全部列入异常名录，朝阳工商分局正在立案查处。为进一步震慑“黑心”中介的违法行为，朝阳工商分局已将相关企业的名称、注册地址、投诉举报等情况进行对外公示披露，详情可通过官方微博@北京朝阳工商查看。

据分析，“黑心”中介存在的主要问题是：

- 1.以网络或小广告的方式发送低价租房信息吸引消费者。
- 2.合同到期，以设备损坏等各种理由不退押金；合同未到期，编纂各种理由解除合同，不退押金或租金。
- 3.编纂理由或强行收回租户留存合同和票据，使

租户维权受阻。

- 4.采取威胁、恐吓、换锁等方式，逼迫租户搬离，不退租金押金。
- 5.不在注册地址经营，也无法取得联系；个别能联系到，也拒绝参加调解。

朝阳工商分局特别提示消费者：

- 1.尽量选择规模较大、经营时间较长的品牌房屋经纪公司。
- 2.不要轻信“低价”“零中介费”等宣传，尤其是非法小广告。
- 3.务必要逐一核对房内各种设备的状况，尽量拍照留存证据。
- 4.一定要到房屋中介的办公场所签约，核对营业执照的注册住所，如不在注册住所经营，建议不要签约。
- 5.签约前应登陆《国家企业信用信息公示系统》，查看其信用信息状况，是否处于经营异常状况，有无被处罚、诉讼等情况。（中国消费者报）

警惕美容机构“温柔”的陷阱

爱美人士出入美容机构已经成为一种时尚的生活方式，但美容消费引起的投诉也在呈逐年递增之势。为了防止一些不必要的消费纠纷发生，增强消费者对美容行业的辨识度，提高广大消费者的自我维权意识，太原市工商局、太原市消费者协会发出以下消费警示：

一、辨别美容与医疗美容的区别 当下，微整形、塑身吸脂等已经成为爱美人士的新选择，很多美容机构也借机开始从事相关的经营活动。但需要注意的是，如果美容机构有从事吸脂、隆胸、双眼皮、隆鼻、文眉等医疗美容服务项目的，除了需要有卫生许可证、营业执照外，还须有医疗机构颁发的执业许可证。

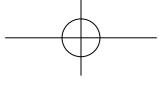
二、慎重选择美容产品 购买或使用美容机构推荐的产品前应对该产品有所了解，看该产品是否为正规企业生产的合格产品，是否有生产日期和有效期，是否有批准文号，是否适合自己的肤质，是否会导致皮肤过敏等；对进口化妆品还应看是否有进口许可证。特别注意所用化妆品是单人使用还是混用，防止交叉感染；防止“挂羊头卖狗肉”，此产品非彼产品。

三、对美容效果要有合理预期 对美容机构承诺的疗

效，要通过书面形式达成服务协议。其中应包括使用材质、期限、美容预期效果等条款，同时留下可供对比的证据，不要轻信美容院的口头承诺，以免日后出现纠纷责任归属不清的情况。要特别注意美容机构提出的各种达到美容效果的条款是否适合自己，比如节食、时间要求等，要三思而后行。

四、办理美容预付卡要谨慎 办理美容预付卡时要选择规模较大、信誉度较高的美容机构；要了解清楚预付卡的使用范围、期限、功能、退款条件、违约责任等条款，特别要关注商家终止服务、商铺转让时的限制性约定，并确认是否允许中途退款；要量力而行，避免一次投入过高，承担过大风险，应尽量选择时限较短的月卡、季度卡，充值消费时尽可能选少量多次的，以便有效降低预付消费的风险；要妥善保管好办卡时签订的有关协议、付款发票等证据，便于日后出现纠纷时维护自己的合法权益。

五、及时维权 如果发生美容方面的消费纠纷，消费者可以先找经营者协商，协商不成，要及时到消协或者相关部门进行投诉或直接向法院起诉。（太原市消协）



选购太阳镜要避开这些“坑”

太阳镜能有效阻挡紫外线等有害光线，还能起到装饰美观作用，越来越受广大消费者的青睐。然而市场上太阳镜品牌式样繁多，质量层次不齐，为了让广大消费者对太阳镜产品有更深入的了解，掌握选购太阳镜的有关知识，消协提示如下：

一、质量优劣关乎健康。太阳镜质量的优劣不仅关系到消费者的使用，更关系到消费者的健康问题。国家标准对有关产品质量作出明确要求。如，顶焦度偏差、棱镜度偏差、光透射比等项目不达标可能会引起佩戴者视物变形、视觉疲劳、视力下降，甚至头晕恶心等不适症状，给眼睛带来不必要的损伤。太阳镜片对于紫外线的阻挡能力，佩戴后人眼对交通信号灯颜色的识别能力等都是评判太阳镜优劣的重要指标，这些指标直接影响消费者的人身安全和身体健康。

二、查看标志不可大意。消费者在选购时除了注重舒适度和外观样式外，务必要查看产品标志以及标志内容是否标注齐全。太阳镜国家标准中要求每副眼镜均应标明：执行的标准号、类别、颜色、镜架尺寸、质量等级、生产厂名和商标。其中类别一项至关重要，不仅应标注出用途分类(浅色太阳镜/遮阳镜/特殊用途太阳镜)，还应标注出镜片透射比分类(1/2/3/4类)。类别不同，太阳镜的性能要求和用途截然不同，这对于消费者能否选购到适合自己的太阳镜至关重要。

三、重视售后切莫遗忘。消费者购买太阳镜时，往往最为关注整体质量、款式、镜片颜色、价格等。据调查了解，仅有5.47%的消费者在选购太阳镜时会考虑到“售后服务”因素。与售后服务密切相关的太阳镜标识和购货凭证调查中，仅有13.66%的消费者读过并且留存，还有18.75%的消费者未从商家取得购物凭证。然而，在使用太阳镜过程中60.19%的被调查者出现过一些问题，包括镜架出现螺丝松动或脱落、佩戴后眼睛不适、镜框褪色或镀层脱落、镜片脱落等。一旦出现问题，售后服务质量将决定产品的使用寿命和消费者的使用舒适度。因此，售后服务应作为消费者选购产品的重要因素。

四、科学购买智慧消费。选购太阳镜既不能一味追求名品牌高价位，也不可太随意不甄别。要注意查看各地质检、工商、消协等权威部门发布的有关产品抽检和比较试验情况，及时掌握产品的真实信息。购买时要选择正规商场、专卖门店、口碑服务较好的网络平台，注意留存好购物凭证，以备维护自身权益。要根据自身实际需求选择价位适中、类别适应的太阳镜。皮肤敏感、易产生金属类接触过敏的消费者，应尽量选择板材镜架的太阳镜产品，若选择金属镜架，可以选择金属部分不与皮肤直接接触的太阳镜产品。(山东省消协)

“讲座”“义诊”有陷阱

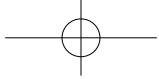
近年来，媒体经常曝光一些不良商家利用老年人对健康养生十分关注、对医疗保健要求十分迫切的心里，以及医疗知识缺乏、防范意识低的弱点，以“免费讲座”、“义务诊断”及“免费看病”等形式设置各种陷阱，骗取老年消费者钱财的案例。今日，湖北省消费者委员会发布2017年第6号消费提示，提醒广大老年消费者在养生、保健、治疗方面理性消费，

湖北省消委提醒老年消费者：

一、相信科学，生病请选择正规医院体检、就医。老年消费者在身体感到不适、生病时，应到国家正规的医疗机构就诊，不要病急乱投医、不盲目买药、不轻信游医诱导，摒弃花钱买健康的错误观念。

二、谨慎购买保健产品。保健食品不是药品，不能用于治疗疾病，更不能替代药品，老年消费者在购买保健品时要细查产品说明，查验企业的有关资质证书，确定是否“三无产品”，购买时最好有家人陪同，帮助把关验收。同时，老年消费者应谨慎对待那些健康讲座、熟人推销、免费体验等活动。

三、不盲目消费，增强自身维权意识。老年消费者应平时多注意了解消费信息，加强消费知识和法律法规的学习，提高维权意识；养成理性、科学的消费习惯，不盲目消费、冲动消费、不贪图便宜；对所购商品要深入了解，提高警惕，不轻信广告和迷信宣传。(人民网)



新学年将至 小心陷入“校园贷”

为了保护大学生的合法权益，今年6月中国银行业监督管理委员会、教育部、人力资源社会保障部联合印发了《关于进一步加强校园贷管理工作的通知》，从源头上加大了校园贷的整治力度。但随着开学季到来，大学生的各种金融需求加大，不排除仍有网贷平台顶风作案，继续向大学生开展网贷业务。佛山市消委会发布消费警示，提醒大学生和家长提高防范意识，避免陷入“校园贷”泥淖。

首先要树立正确的消费观念，主动学习基本理财知识。

大部分的学生没有经济独立能力，生活费用基本上由家长提供。而每个家庭的经济状况不一样，大学生在平时消费应做到量入而出，不要盲目炫耀、攀比，学会控制欲望，避免过度消费和超前消费，树立文明、理性、正确的消费观。平时主动学习和了解一些基本的理财知识，可提前制定每月的开销计划，进行消费记帐，学会对金钱的合理分配和使用。

注意不随便泄露个人信息，提高隐私保护意识。

部分大学生社会认知能力较差，防范心理较弱，容易被一些不法人员所利用，比如以“兼职需要”为由要求如实填写学信网账号、密码、银行卡、手机号等资料；也有的学生出于同学情谊而将个人信息提供给从事网贷兼职的同学刷单冲业绩。其中的不法分子会利用这些个人信息到网贷平台贷款占为己有，而学生本人却要承担还贷的风险，甚至影响到个人信用，影响到日后的信用消费。可见不随便泄露自己的个人信息是保护自己的关键，因此，同学们要重视保护自己的个人信息，提高隐私保护意识。

充分认识非法“校园贷”存在的风险，增强防范意识。

不法分子往往打着“低门槛”、“零利息”、“免担保”等虚假广告诱导学生贷款，而实际利息却并不那么低。当借款的学生到期无法偿还时，还可以提出再借一笔资金偿还第一期的本金和利息，拆了东墙补西墙，



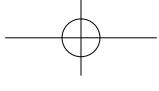
从而不断放大借款金额和利息。也有些网贷平台为逃避监管进行变相贷款，直接和网购平台合作，从直接贷现金给大学生改成电商购物、分期还款的模式鼓励大学生“先消费、后还款”，这些面向大学生的分期购物平台，实际上依然是校园贷，大学生要提高警惕，增强防范意识。

远离网贷平台，选择正规银行贷款。

《关于进一步加强校园网贷整治工作的通知》明确了“从事校园贷业务的网贷机构一律暂停新发校园网贷业务标的；未经银行业监督管理部门批准设立的机构不得进入校园为大学生提供信贷服务。”因此，大学生应避免到网贷平台进行贷款。另外，银行业已开辟校园贷服务渠道，如果确实需要可到正规、合法的银行进行贷款，并了解清楚贷款利率、服务费、手续费等相关信息，根据自己的需求和还贷能力进行申请。

遇到经济困难向家长和老师求助，身陷“校园贷”及时寻求法律帮助或报警。

学生确实遇到困难急用钱，应及时找家长和老师商量解决，以免影响学业。如果已经身陷“校园贷”高息陷阱的同学也不要慌，应主动寻求学校或法律方面的援助，保护自身合法权益，必要时报警处理。（中国质量新闻网）



购买汽车要仔细 签订合同需谨慎

近年来，外省进京购车引发的纠纷越来越多，大多是消费者由于轻信网上的宣传，买车时又不仔细查看合同，相信商家的口头承诺，当购车后才发现问题。

山东马先生在网上看到某汽车销售公司销售的桑塔纳轿车价格很优惠，于是便来到该汽车销售公司进行查看，可计算后实际价格比网上宣传的价格多出几万元，马先生对此表示疑惑，当时销售人员告知付款十五分钟后会退还消费者多收的费用，于是马先生便付款购买了一辆，可谁知商家过后并没有兑现当时的承若。马先生心情沮丧，抱着试一试的态度来到工商部门进行投诉。当日，执法人员便对商家销售汽车的经营场所进行了现场检查，随后开展调解工作。最终，商家退还消费者23000元，在没有收取其他费用的情况下为消费者办理了购车手续，消费者对处理结果非常满意。执法人员针对商家擅自变更经营场所的行为送达了责令改正通知书，对其经营行为进行行政告诫。

在此，工商部门提醒消费者，汽车消费要多留“心眼”，签订购车合同要细致。

1. 购买汽车时最好到正规的汽车4S店购买，查看商家的证照是否齐全，并且多去几家对比，详细的咨询购车的价格、优惠条件等等。

2. 一定要详看合同内容，核对内容中注明的车型、颜色、出厂批次、交车时间、双方违约的处理等内容是否与自己所选的相符。如果是先交订金，待有车后再提车的，除了约定何时交车外，还要约定若不能按期交车将如何处理。

3. 对各种费用都要一清二楚，如购置税多少，保险险种包含哪些等，赠送哪些礼品及赠品品牌等，不要相信商家的口头承诺和约定，一定要落实在合同中。此外，上牌后还要对各种税费进行核对，避免被商家忽悠。

4. 在需要预付购车的时候，应注意少付订金规避风险。此外，购车前最好能确认新车是否有合格证，如出现上牌等一拖再拖的现象，应提高警惕并及时向有关部门投诉。

5. 对于需要加装汽车的内饰，如汽车装饰、加装导航、更换显示屏、安装音响、电动门等等，一定要在合同中注明，或者另行签订合同，标明所需的品牌、规格、价格等等。

6. 除购车应注意合同文本外，平时在保养和维修中，也应保留完整的票据，以便在出现纠纷时，可以更好地维权。（北京市工商局）

关于小龙虾的消费提示

当前正值小龙虾的消费旺季，食品药品监管总局提示消费者食用小龙虾时注意：

一、消费者应在具备合法经营资质的农贸市场、超市等地购买小龙虾，并索要发票或收据，不要购买和食用来源不明的小龙虾。

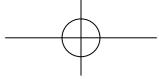
二、烹饪前清洗干净，烹饪过程要烧熟煮透；不要加工死亡、感官异常或不新鲜的小龙虾。

三、消费者在餐馆就餐时，要选择持有食品经营或餐饮服务许可证的餐馆并索要发票或收据。

四、如果进食小龙虾后出现全身或局部肌肉酸痛等

症状，应及时就医，并主动告诉医生相关情况。（国家食品药品监督管理总局）





奶茶那么火 好坏如何分辨？

本周末，期待已久的喜茶终于在三里屯太古里和朝阳大悦城双店同开，回馈了北京的“奶茶控”，这款非排队不能喝上的奶茶又为奶茶队伍增加了一员猛将。目前，奶茶品类众多，品牌繁多，店铺售卖、瓶装奶茶饮料或者快速冲泡奶茶，已经充斥着奶茶市场，占据一片饮品的江山，但是如何分辨奶茶的好坏，到底这美味的奶茶里面的主要成分是否健康？即刻开启奶茶的世界，了解一下里面的门道。

看配料 仔细辨认

奶茶，顾名思义，一个是“奶”，一个是“茶”。

先说奶，有真奶和假奶之说，真奶就是牛奶或奶粉，而假奶就是植脂末，也就是所谓的奶精。牛奶自不必说，大家都懂，而奶精，又名植脂末、粉末油脂、脂肪粉等，其制作过程是没有用到一滴牛奶或奶油的，它就是植物油中加水、添加剂等多种食品辅料，经调配、乳化、杀菌、喷雾干燥而成，混合搅拌，类似牛奶非牛奶。这样的氢化植物油虽然能使饮品更加美味可口，但其含反式脂肪酸，能增加患心血管疾病的几率。奶精也有好坏，好的奶精在粉末状的时候香味比较清淡，入口奶味比较浓郁，溶于水没有杂质，颜色泛黄，而差的奶精香味浓郁不正常，口感欠佳。

再说茶，茶的选择尤其重要，一个是类别，红茶、绿茶、乌龙茶，甚至喜茶自己开发命名的金凤茶王，也算是主打产品了。一个是品质，茶有新旧、好坏之分，若直观茶叶，可以色、香、味、形等几方面来判断好坏，但奶茶是以茶为基，配以其他原料调制成的口味。据了解，奶茶的品牌很重要，而奶茶商家选中的茶叶品



牌亦很重要。

认品牌 可信度高

对于遍布街头的奶茶铺子，有的脍炙人口，有的知之甚少，但如何从众多雷同的铺子中选出真正的好奶茶，品牌很重要。经营品牌犹如种花种树，不精心栽培，终会走向被市场抛弃的道路。几年前，COCO都可茶饮、快乐柠檬等品牌可谓奶茶的代名词，即便现在也是遍地开花。而随着消费升级带来的品牌更迭以及口味偏好的变化，清新、淡雅的健康高品质奶茶逐步成为新宠。尤其以奶盖茶见长的四云奶盖贡茶、一点点以及刚刚开业的喜茶等，从基础的茶汤就保证了品质，醇厚芳香，而添加的牛奶以及冲泡的水等都是优中选优，保证了一杯奶茶的高品质。

比如四云奶盖贡茶选用纳米级过滤水泡茶、制冰以及调制饮品，采用当地最优质的鲜牛奶做原料，精选台湾上好好茶进行茶汤的冲泡，而茶水如果时间超过四小时，则倒掉换新，所有原料都有时间跟踪记录，这就是保证每一杯奶茶品质的根源。喜茶更是追求完美，其明星产品芝士奶盖选用的是澳洲进口块状芝士和欧洲进口的鲜奶，香而不腻是其特色，搭配精

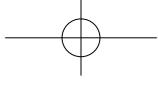
选茶汤很是好喝。

细品尝 慢慢体会

奶茶虽属于休闲快餐类食品，但是要想感受奶茶的优劣要从茶色、香气、形态和味道四方面慢慢体会，细细品尝。奶茶吸入口中，略停几秒，不论是清凉还是温暖的奶茶，好喝的奶茶一定是奶与茶的完美搭配，而不是入口甜腻，不分茶与奶的感觉。若是珍珠奶茶，还要看珍珠果的颜色，一般深色，外软内劲，咀嚼劲道，但不会久嚼不烂的，可谓好的珍珠果。奶茶讲究现喝现做，才能保证口味的鲜。奶味过浓或口感较腻有可能是商家用剩茶和奶精煮熟后发酵而成的奶茶，不仅口感差，还影响健康。

奶茶为了丰富产品，还搭配很多果粉做成果味奶茶，果粉亦有好坏，好的果粉应该是果汁，香精含量低，水果的清香非常自然，反之，采用食用香精来降低成品，从味道和颜色都不够纯正。

除了奶茶铺子以外还有便携式奶茶，即时冲泡，方便快捷，还有瓶装奶茶，即开即饮。这些奶茶了解一下配料表，按自己的口味选择即可，不过这类奶茶大多含糖较多，少喝为宜。（北京晚报）



如何选购蓝莓 蓝莓怎么吃?

蓝莓被称为超级水果，确实蓝莓是一种营养极高的水果，但是，再好的东西也不能过量，要适度食用。那么蓝莓每天吃多少合适呢？一起来看看吧。

蓝莓每天吃法用量

1. 为了保证身体的健康吸收营养，每天吃4~6个就可以了，重量在60克左右较佳。

2. 蓝莓不宜多吃。蓝莓虽好，但切不可贪多。吃多蓝莓易造成肠胃不适，蓝莓属于凉性食材且含有较多糖分，对于胃寒体虚、高血糖的朋友更应该少食，所以吃蓝莓应该控制好量。

吃蓝莓的禁忌

1. 食可而止

每次吃蓝莓不得过多，10~20颗即可。由于蓝莓中的含中草酸盐，过量食用，会在体内产生结晶体，反而对身体有害。

2. 腹泻者慎吃

蓝莓属于一种高营养含量的水果，有通便利便的功效，对于本就患有腹泻者来说，会加重病情。

3. 糖尿病人慎吃

蓝莓中含有一定的糖分，所以糖尿病人不适合吃蓝莓。

4. 肾脏或胆囊疾病慎吃

这类疾病患者要避免吃太多蓝莓，会加重病情症状。

5. 不能与乳制品一起吃

蓝莓中的一些成分，会导致蛋白质的凝固，因此，不能与牛奶等乳制品一起吃。

6. 避免与高钙食物一起吃

蓝莓可的草酸盐，会影响人体对钙的吸收，因此，如果想强化钙质，避免将蓝莓与钙片、芝麻、牛奶等等高钙食品一起吃，间隔时间

不能少于3小时。

如何选购蓝莓

1. 蓝莓果的顶部通常是光秃秃的。用纸擦一下果皮，如果纸上留有颜色，说明是野山枣或樱桃染色冒充的。

2. 好的蓝莓圆润、大小均匀，表皮细滑、不黏手；大小不均、表皮粗糙的说明发育不良，不宜选购。

3. 好的蓝莓香气馥郁，尝起来酸甜可口，无果核；如果香味较浅，尝起来酸涩，说明尚未成熟；果核很大的是假冒的，不宜选购。

4. 用手捏一捏，好的蓝莓果实结实；如果捏起来很软，还有汁液渗出，说明已经熟过了；如果果肉干瘪、表皮起皱，说明存放过久，水份严重流失，不宜选购。

5. 好的蓝莓表皮为蓝紫色。覆有白霜，如果颜色发红，说明尚未成熟；白霜不明显或没有白霜，说明存放过久已不新鲜；如果呈现黑色，说明是假冒的。

蓝莓怎么吃

1、蓝莓以干燥、冷冻或果酱形式食用时，健康效果最好。

2、蓝莓果酱：蓝莓中倒入白糖进行腌制，让果胶渗出；挤入柠檬汁混合均匀，来调果酱的酸甜度。

3、蓝莓饮料：取一份蓝莓，用清洁的纱布包好将汁挤出，汁中加10倍水，白糖适量，将其加热，烧开后，放入冰箱镇凉后饮用，口感酸甜适口，自然清香，开胃健体。

4、糖拌蓝莓：将挑好的蓝莓中加适量白糖，捻碎，拌匀食用；酸甜适口，能解酒。

5、蓝莓包子：将挑好的蓝莓（不需解冻）适量多加白糖，拌匀

后做包子的馅料。

蓝莓的食疗作用

1、增强免疫力。研究发现，蓝莓中含有的抗氧化剂远远多于其他新鲜蔬菜水果。抗氧化剂可中和体内自由基，增强免疫系统。

2、提高脑力。蓝莓干当零食可提高大脑活力。一项新研究发现，蓝莓中富含的类黄酮可缓解老年性记忆衰退。

3、保护视力。研究发现，吃蓝莓可使老年性黄斑变性危险降低38%。

4、有益心脏健康。蓝莓中含可助血管扩张的成分，可降低血栓及心脏病危险。研究发现，每周吃5份以上蓝莓可降低心脏病危险。

5、降低血糖。糖尿病患者吃蓝莓有助于调节血糖水平。每周吃5份蓝莓等低升糖指数水果，坚持两个月可显著改善血糖调节能力。

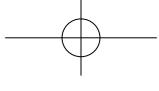
6、预防癌症。蓝莓中的花青素可遏制肿瘤细胞生长，每天吃半杯即可达到抗癌功效。

7、防止膀胱炎。蓝莓中的一些成分可防细菌黏附于膀胱壁，防止膀胱炎和尿路感染。研究发现，每天吃1把蓝莓可助于改善尿路感染。

8、防治便秘。1杯新鲜蓝莓含大约4克膳食纤维，占膳食纤维日摄入量的14%。蓝莓中水溶性膳食纤维可促进肠道蠕动，防治便秘。

9、强壮骨骼。蓝莓中富含微量元素锰，对骨骼发育起关键作用。研究发现，喜欢吃蓝莓的儿童，其骨质密度高于不吃蓝莓的儿童。

10、减小肚腩。蓝莓中富含的多酚类物质可分解腹部脂肪，有助于控制体重。此外，蓝莓热量低，不会导致发胖。（中国质量网）



科学使用烹调油

7月6日，食药监总局发布调和油的消费提示，特别强调各种食用油都要吃，且品种要多样。而在日常生活中，“油该怎么吃”一直是被消费者忽略的事情。

如何才能将烹调油吃得更合理？

油脂怎样换着吃

很多人都知道食物搭配的重要性，却忽略了油脂也需要多样化。油中的脂肪酸，分为饱和脂肪酸、单不饱和脂肪酸和多不饱和脂肪酸，3种脂肪酸对人体各有益处，缺一不可。

中国营养学会副理事长马冠生表示，脂肪酸的均衡摄入很重要，各单一油种的脂肪酸组成各不相同，所以油也要换着吃才健康。

首先，不同的油脂，如果脂肪酸构成相同或类似，换与不换区别并不大。比如大豆油、玉米油和葵花籽油，其脂肪酸构成基本类似；花生油和稻米油脂肪酸构成类似；茶籽油、杏仁油和橄榄油脂脂肪酸构成类似；亚麻籽油和紫苏籽油，其脂肪酸构成类似。

除了味道和口感外，不同的油脂在营养上的差异主要在于各种脂肪酸的比例不同。

在多不饱和脂肪酸中，还分成两个类别，一个叫做omega-3系列，一个叫做omega-6系列。其中omega-3系列的代表物质是亚麻酸、DHA和EPA；omega-6系列的代表物质是亚油酸。

富含omega-6脂肪酸的油脂是红花油和葡萄籽油（含70%以上的亚油酸）、西瓜籽和葵花籽油（65%以上）、核桃油（60%以

上）、小麦胚芽油（55%以上）、大豆油和玉米油（50%以上）。中等含量的是芝麻油和榛子油（45%以上）、南瓜子油（40%以上）、花生油和松子油（35%以上）。这些油脂要尽量限制数量，因为多数人膳食中omega-6的摄入量过高。

要达到膳食脂肪酸的整体平衡，除了烹调油，还要考虑到日常摄入的食物种类。比如，如果豆制品摄入比较多，膳食中不缺乏大豆中的脂肪成分，烹饪时就无需再使用大豆油；摄入坚果食品比较多，葵花籽油和核桃油就没必要过多使用；日常食用较多的肉类和奶制品，那么多不饱和脂肪酸比例偏低，可以使用大豆油烹饪。

需要注意的是，烹调时油脂的选择还要考虑到身体状况，心脏病风险较大的人，宜优先选择单不饱和脂肪酸和omega-3脂肪酸比较多的油，包括茶籽油（75%以上油酸）、橄榄油、低芥酸菜籽油（60%以上油酸）、花生油和芝麻油（约40%油酸）。

油脂怎样混着吃

在炒菜的时候，很多人喜欢自己来配“调和油”，认为这样会营养丰富。其实，炒菜的调和油主要考虑的是耐热性和脂肪酸的平衡，不是随便混搭就能提高营养价值的。

比如核桃油，并不太适合加热。可以把它和黄油搭配：先用一小块黄油融化，炒香调料，然后加入核桃油，立刻加入菜。这样，怕热的核桃油就不会过热，而脂肪酸比例也比较合理——黄油以饱和脂

肪酸和单不饱和脂肪酸为主，而核桃油以多不饱和脂肪酸为主。

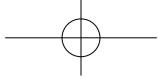
如果煮鸡汤、肉骨汤、羊肉汤之类，上面有浮油，可以直接用油汤来烹饪蔬菜，再撒入一点亚麻籽油、坚果油等。这样菜不至于过淡，怕热的油脂也能物尽其用。如果老人有血脂高的问题，可以把浮油捞出来一部分，和亚麻籽油或芝麻油混合（需要补充omega-3的人用亚麻籽油，一般健康人用芝麻油、核桃油之类味道更好）。或者，在烹调肉类食品时，把肉汤表面凝结的动物油和富含多不饱和脂肪酸的大豆油、核桃油等混合使用，对于没有“三高”的健康人，特别是血压较低、较瘦弱的人来说，脂肪酸比例是最合适的。

实际上，花生油、米糠油、茶籽油、低芥酸菜籽油、精炼橄榄油等油脂比较适合炒菜，而棕榈油、椰子油、黄油、动物油脂等最耐热，炒菜时味道又香，可以和最不耐热的亚麻籽油、核桃油等搭配。如果一定要爆炒和煎炸，单用这些耐热的油脂最合适。

油脂该怎么烹调

很多人习惯高温烹调，在油冒烟的时候再炒菜。一般来说，多不饱和脂肪酸的耐热性较差，尤其是富含omega-6脂肪酸的油脂，都不适合冒油烟地炒菜。

此外，烹饪时产生的大量油烟也危害健康。油脂在高温下会发生多种化学变化，而油烟是这些变化中有害的产物之一。每一种油脂产品都有自己的烟点，即开始明显冒烟的温度。以前人们使用的粗油往往在130℃以上就开始冒烟，而现



在的烹调用油烟点一般在200℃左右，有的还会更高。

日常炒菜的合适温度在180℃，无需冒烟就可以下菜了。冒油烟之后再放菜，是粗油时代的习惯；而如今用纯净油脂烹调，冒烟时油的温度会在200℃~300℃，这个温度产生的油烟中含有一种有害物质，会影响身体健康。

因此，在使用油脂烹调时要做以下几点：

用新油炒菜 不要用煎炸过或曾加热过的油脂炒菜。煎炸过的油脂，或者使用过一次已混有杂质的油脂，烟点会明显下降，这就意味着炒菜时油烟更多，对健康会造成更大伤害。

尽量避免爆炒煎炸 各种烹调方式所需的油温有区别，爆炒需要将近300℃的温度，会使油脂产生大量油烟。另外，煎炸、过油等方式也不可避免地带来油脂的重复利用，从而增加油烟的产生。

避免高温 炒菜时，在油烟还没有明显产生时把菜放进去，会让烹调油迅速降温，从而避免温度过高。将葱丝放进锅里，当葱周围已经冒泡但颜色不变时，就表明油温适合炒菜了。

如何减少油脂摄入量

油可以提供人体所需要的脂肪，协助脂溶性维生素的吸收。然而，过多地吃油可能会增加患肥胖症、高血脂等慢性疾病的风险。

根据《中国居民膳食指南》的

推荐量，每个成年人一天摄入的食用油量应在25克左右。保持这个摄入量，一方面不会有过多的脂肪摄入，同时能保证人体对脂肪酸的基本需求。

1.多采用蒸、煮、炖、汆、拌等少油的烹调方法，以减少油的摄入。

2.做汤或者用砂锅炖菜时，不需要再用油煸炒，可以直接将食材放入锅中。

3.多使用不粘锅、微波炉等炊具，这样可以少用一些“润锅”油，从而减少油的使用量。

4.减少外出用餐次数，餐馆里菜的用油量偏大，容易造成摄入量超标。（中国质量新闻网）

葡萄“白霜”不是农药，是果粉！

国家食药监总局官网援引媒体报道，目前，时令水果纷纷上市，鲜嫩水灵的葡萄更是吸引了消费者的眼球。但是，不少人购买时经常会看到葡萄表面泛着一层“白霜”并且很难洗掉。于是“葡萄上的白霜一定要洗干净这可是农药，吃了会中毒。”谣言也随之而来。

那么，葡萄表面的白霜到底是什么？

真相提前看：

1.只要分布均匀、未覆盖葡萄表皮本身颜色的“白霜”，都可以认为是葡萄本身分泌的糖醇类物质，专业称为果粉，该物质对人体完全无害。

2.果粉在长期运输和储存过程中可能会被蹭掉，所以葡萄布满果粉可以证明葡萄更加新鲜。

8月，《现代快报》刊发《葡

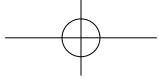
萄“白霜”不是农残，是果粉》一文，为“白霜”正名。快报记者走访南京众彩物流中心水果市场，批发商户告诉记者，葡萄皮上的“白霜”是生长过程中自然分泌的物质，无害。除葡萄外，李子、甘蔗、蓝莓等水果表面也会有“白霜”。记者还采访到江苏省农科院园艺所专家，专家介绍，只要分布均匀、未覆盖葡萄表皮本身颜色的“白霜”，都是葡萄本身分泌的糖醇类物质，专业称为果粉，该物质对人体完全无害。由于果粉不溶于水，从而可以防止葡萄病菌滋生和侵染，还可以防止葡萄采摘后失水过快而皱缩。果粉在长期运输和储存过程中可能会被蹭掉，所以葡萄布满果粉可以证明葡萄更加新鲜。

8月，《济南日报》接到市民电话举报，记者专访了平阴县的葡

萄种植大户，负责人告诉记者，那层“白霜”其实是果粉，不是有毒成分，更不是农药残留。正常的葡萄果粉是均匀分布在果粒上的，而过量使用农药，特别是乳油、低质粉剂是会影响葡萄果粉形成的。

所以，葡萄上的果粉不仅不是农药残留的证据，恰恰是合理使用农药的一种表现。另外，微信公众号“康康姐”、“禾健康”、《武汉晨报》、网易等媒体也相继发布辟谣信息。

“葡萄皮上白霜是农药”的谣言，在短时间内被遏制传播，主要归功于媒体和专业人士灵敏的反应速度以及权威的专业素养。谣言事件发生后，媒体记者及时走访水果市场、专门采访相关专家和种植商户，用科学知识揭穿谣言，还原事实真相。（中国质量新闻网）



黑糖食品：美味OR风险



时下，黑糖（颜色较深的红糖）受到越来越多人的推崇，以黑糖为原料制作的食品也被认为是一种健康食品。在超市和网店里，黑糖饼干、黑糖话梅、黑糖蛋糕等食品，成为不少人特别钟情的选择。

那么，黑糖食品是否真的健康呢？

食品刮起“黑糖旋风”

“快看，这有黑糖话梅，第一次见哪！”在北京一家超市，新上柜的黑糖话梅受到不少年轻消费者的青睐。而老姜黑糖、黑糖沙琪玛、黑糖饼干、玫瑰黑糖、黑糖花生酥等，也是网上很热销的食品。

据了解，黑糖类产品最初起源

于日本和中国台湾地区，其原料是甘蔗。相比其他糖类，黑糖的营养价值更高。消费者张女士表示，“自己网购的黑糖面包外表看起来与一般面包相似，有奶香味。掰开面包，里面有黑色的夹心，吃在嘴里能感觉到细微的浓香……”

记者在网上输入“黑糖食品”，找到相关网店上百个，大部分介绍黑糖食品是用黑糖制成，具有养颜的作用。在一家出售黑糖食品的网店里，展示了不同类别的黑糖食品，如黑糖花生、黑糖饼干等。某网店这样描述黑糖食品：黑糖是没经过高度精炼、脱色的蔗糖，比白糖富含维生素和矿物质，除了能提供热能外，还含有

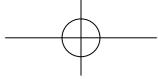
微量元素如钙、钾、铁、镁等，具有很高的营养价值，有利于人体内酸碱平衡。在该网店的销售记录中可以看到，205克装、售价23元的黑糖饼干一个月内出售了3142件，在购买者的评论中，多数人认为黑糖食品对身体有益，并且口感不错。

习惯网购食品的罗女士说：“原本对黑糖产品不是很了解，朋友和同事都说很流行。最早购买的是黑糖饼干，在网站上看到店家的月成交量都有好几千，于是也就放心了，现在好多朋友都在买。”

美味背后也有风险

然而，最近有媒体报道，备受推崇的黑糖中含有过量丙烯酰胺，有致





癌的风险。这让不少钟情黑糖食品的消费者产生疑惑：为何黑糖中含有大量的丙烯酰胺，它对身体有害吗？

中国农业大学食品安全与工程学院副教授范志红介绍，丙烯酰胺是食物发生“美拉德反应”的一个副产物，而“美拉德反应”是食物加工烹调产生香气和深浓颜色的原因所在。

据介绍，只要食物中同时含有碳水化合物（淀粉、糖）或脂肪以及蛋白质（氨基酸或氨基酸降解产生的胺类），那么无论是煎烤油炸等烹调操作，还是食品加工时的加温处理，都可能会发生美拉德反应。由于绝大多数食品都或多或少的含这些成分，因而只要加温到一定程度，都容易发生这个反应。而从食品外观上所看到的效果，就是食物的颜色会变深。也就是说，食物在加热中颜色变得越深，那么产生的丙烯酰胺也会越多。

“在传统手工制糖工艺中，是把甘蔗碾碎取汁，然后长时间熬煮糖汁。熬煮过程会不断让糖汁浓缩，糖汁的颜色逐渐变红，乃至变黑，而且散发出浓浓的香气。传统方式制作出的黑糖有颜色重、味道香的特点，而这种特殊的香气和很深的颜色，正是美拉德反应强烈发生的结果。”范志红说，由于以前没有食品安全风险评估机制，也没有有害物质测定方法，很多自古传承的“传统工艺”做的食品，并不是想象中那么安全。她表示，动物实验表明，丙烯酰胺具有潜在的神经毒性、遗传毒性和致癌性。不过，目前人类中的研究尚未确认丙烯酰胺的摄入量、相关生化标志物水平与多种癌症风险之间的关联。因此，还不能说只要摄入丙烯酰胺就一定会增加致癌的危险。

据了解，按照世界卫生组织的相关限定标准，一个体重50公斤的

女性，每天的安全摄入量是9000微克丙烯酰胺。如果喝一杯200克的黑糖水，按10%的糖计算，黑糖的量为20克，摄入的丙烯酰胺数量为548微克，距离9000微克的限量还有很大的差距，并不会对健康造成危害，所以消费者不必恐慌。

科学食用避免过量

据介绍，黑糖含有一定量的维生素和矿物质，除了能提供能量外，还含有微量元素，具有一定的营养价值。相比而言，白糖生产制作过程中，在加热糖汁的时候会加入澄清剂，包括钙盐和二氧化硫，都会抑制美拉德反应的发生。而且在制作白糖的过程中，要尽可能除去甘蔗汁中的蛋白质等蔗糖以外的成分，因此制糖过程中就不会有过多丙烯酰胺产生。但由于去掉了包括蛋白质在内的“杂质”，糖的营养价值就变差，香味和色泽也会减弱。

尽管黑糖食品没有商家宣称的神奇保健效果，但不能否认黑糖具有一定的营养价值，适量食用黑糖食品不会造成丙烯酰胺摄入过量。和含有适量钙、铁和其他微量元素的红糖相比，白糖（包括绵白糖、白砂糖、冰糖等）的微量营养成分少到可忽略。虽然白糖没有过量丙烯酰胺，但也存在健康隐患。由于过量摄入白糖会增加热量，容易造成肥胖，从而引起其他病症的发生。世界卫生组织建议人们每天把膳食中的添加糖最好限制在25克以下，不能超过50克。所以，白糖并不是黑糖的最佳替代选择。

范志红表示，虽然适量吃黑糖并不会致癌，但毕竟丙烯酰胺属于“疑似致癌物”，因此要注意控制黑糖的摄入量。除黑糖等食品，常见的食物丙烯酰胺来源不仅包括焙烤、油炸、煎烤、膨化等食品，也包括日常炒

菜、红烧等烹调方法制作的食品。

虽然新鲜蔬菜水果的丙烯酰胺含量微乎其微，但经过煎烤油炸，含量就会上升。比如制作土豆泥的烹调丙烯酰胺含量很少，但油炸成薯片就上升到原来的数十倍。某些蔬菜和坚果在加热烤香后所产生的丙烯酰胺也会大量增加。对同一种食物而言，油炸、烤制时食品越薄，受热温度越高，受热时间越长，烹调加工之后的颜色越深，产生的丙烯酰胺也就越多。相比而言，蒸煮食物比较安全。

如果食用了黑糖甜食，当天的膳食就应该远离煎炸食物、饼干蛋糕、薯片之类零食。同时，在烹调时将炒菜的温度适当降低，这样不仅不会带来害处，还更有利于营养平衡。

如何减少丙烯酰胺摄入

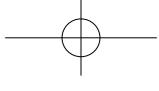
食物本身含有微量的丙烯酰胺，正常烹调并不担心其含量升高，但如果长期大量食用过度加热、变黄变黑的食物，则有可能增加健康风险。因此，要尽量减少食物中丙烯酰胺的产生：

炒菜时油尽量不要冒油烟。明显冒油烟意味着油的温度已经超过200℃，这会使食物中蛋白质产生致癌物，而且油温过高还会破坏蔬菜中的维生素。

不要用太多的油，油多菜少时菜的水分会很快蒸发，产生丙烯酰胺的速度就会加快，还会含有氨基酸分解和油脂过热产生的多种有害物质。

蔬菜切块较小，烹调时间就会缩短，也可避免产生过多丙烯酰胺。

微波炉加热淀粉类食物（如馒头、花卷等）时，把火力调低，在保证食物达到可食用程度的前提下，时间尽量缩短。这样不仅丙烯酰胺产生量少，对保存营养也最理想。（中国质量新闻网）



选用电动平衡车九提示

根据质检总局缺陷产品管理中心缺陷信息报告系统监测发现,近年来涉及电动平衡车的伤害事故频发。为保护消费者免受此类产品伤害,质检总局发布了关于电动平衡车的消费预警。

选购

1.选购时,应检查产品标识是否齐全,包括生产厂家名称、地址、产品名称、型号、安全警示语等,不要购买“三无”产品。

2.尽量选购电源适配器经过CCC认证、整车经过CQC认证的电动平衡车产品。

3.购买时向经营者索取发票或其他购物凭证,作为日后维权的重要凭证。

使用

1.电动平衡车是一种运动娱乐装备,而非交通工具,不能作为交

通工具使用,更不能到机动车道骑行。

2.使用前一定要仔细阅读产品说明书,尤其是其中的安全注意事项,在使用时一定要带上护具才能骑行。

3.骑行时不能超速、急加速行驶,禁止多人驾驶,尤其是不可以抱小孩驾驶。

4.禁止超过说明书规定坡度骑行,禁止涉水骑行。

5.禁止儿童骑行,不可以超过说明书额定负载骑行。

6.尽量避免过充过放,尽量在有人看管的情况下进行充电。

老年人切勿使用“代步车”

近年来,老年“代步车”消费投诉越来越多,且老年“代步车”随意违章、发生交通事故屡见不鲜。湖北省消委会提醒消费者切勿

购买、使用老年“代步车”。

警惕虚假宣传忽悠。某些老年“代步车”经营者为了提高销量,在宣传过程中声称“可以上公共道路,无需挂牌,无需驾照”等夸大之词,消费者切勿轻信购买。

质量安全得不到保障。一些生产厂家用质次价低的零部件充当合格零件进行组装,没有专业的生产线和安全检验机制,只是由普通工人通过简易生产工具进行生产,随意拼装,安全系数极低,消费者人身财产安全得不到保障。

提高安全意识。消费者要自觉遵守交通法规,选择合法交通工具出行,做到不购买、不驾驶、不改装、不乘坐老年“代步车”。(中国质量新闻网)

马上进入“开学季” 文具您买对了吗

漫长的暑期即将过去,中小学生也将回到校园开启新学期的学习。相信不少家长已经准备为孩子购买文具用品了。作为日常与中小学生接触最为频繁的文具用品,其安全与否直接关系到孩子们的健康。

在此,首都工商提示:

1.要到证照齐全的正规商家购买品牌大、信誉好的文具用品。平时注意关注权威部门发布的商品质量抽检公告,避免买到抽检不合格商品。

2.优先选择“环保”、“无毒”文具。对绘画颜料、涂改液等



含有化学物质的文具用品,要看清是否注有“无毒”、“环保”等标识。同时注意查看商品外包装,不要购买无厂名、厂址、执行标准等信息的“三无”文具。

3.注意文具的“色香味”,不要挑选颜色过于鲜艳、香气扑鼻

的花哨文具。如闻到较大刺激性气味,可能含有过量的苯、甲醛等有毒物质。如购买整盒或封闭包装的文具,应先打开包装放在通风处一段时间,以去除其中异味。

4.留存好购物发票、小票等凭证。如发现文具质量问题,要及时与商家协商解决。协商不成的,要积极向相关部门投诉反映,保障自身权益不受侵害。

5.家长也要注意培养孩子良好学习习惯,及时纠正咬铅笔、笔帽等陋习,平时督促勤洗手,防止有害物质对孩子身体健康造成损害。(首都工商)



海淀工商、消协组织“法之声”宣讲团进社区开展“防范传销”知识讲座



近日，“善心汇”、“消费返利”等传销骗局被曝光，“披着各式外衣”的传销活动屡禁不止、屡打不绝，导致众多消费群众上当受骗、遭受财产损失，社会危害性极大。当前人口老龄化严重，不少传销组织直接将相对弱势维权不易的老年人作为目标，坑骗其养老钱，频频“中招”。为提高老年消费群体的自我保护意识，8月4日，海淀工商分局、海淀区消协联合组织开展“法之声”消费者权益专题宣讲团进羊坊店街道活动，为辖区内的50余名老年人举行了一场以“防范传销”为主题的消费维权普法知识讲座。

海淀工商分局企监科干部周晔通过生动的案例，结合传销真实的影像资料，透彻解析直销与传销的区别、如何识别与防范传销等知识，揭露传销组织“洗脑”手段，语言简单朴实、内容通俗易懂，使老年人容易接受，深受欢迎和好评。活动现场还发放了消费维权实用手册和防范传销知识手册，引导老年人懂法、守法，学习科学、现代的消费及维权知识。

此次活动以深入社区、街道的形式，有重点地选择老年消费者权益容易受到侵害的领域开展消费教育，讲解内容契合老年消费者实际，使对老年消费者的指导深入人心有力度，让老年消费者自觉杜绝和远离一切传销行为，预防老年消费者被蒙蔽而权益受到侵害。





欢迎关注“北京消协” 微信订阅号



“北京消协”是北京市消费者协会官方微信订阅号。这里有专业的案例点评，权威的消费提示，实用的消费技巧。

广大消费者可以通过以下三种方式关注“北京消协”订阅号。

- 一、搜索微信名称：北京消协
- 二、搜索微信账号：bjxx315
- 三、扫描上方微信二维码

