

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
09
总第 60 期

老年消费专题

- 有多少老人被保健品坑了?
- 卖保健品的业务员咋比儿女还亲?
- 中消协公布老年消费十大受骗案例



P18 北京工商局：8种鞋类商品不合格

P31 别让洋品牌钻了我们的法律空子

P36 选购热水器“五看”很重要





北京市消协召开在线旅游满意度调查 企业约谈会



8月29日下午，北京市消协针对在线旅游消费者满意度调查中发现的问题，约谈了携程网、途牛旅游、去哪儿网、艺龙网、同程旅游和飞猪旅游6家在线旅游服务平台企业。

约谈会上，市消协投诉与社会监督部主任陈凤翔通报了市消协2017年在线旅游满意度调查结果，指出调查发现的在线旅游问题，主要集中在“捆绑销售问题”、“退改票费用太高”、“霸王条款”、“网上宣传与实际不符”、“订单被随意更改或取消”等五个方面。其中，消费者最不满意的在线旅游格式条款依次为：网站对第三方出现问题不承担责任，网站可单方更改其提供服务内容，“注册”即表示接受网站所有条款等。

市消协副会长兼秘书长杨晓军表示，在线旅游平台企业要高度重视消费者反映的有关问题，切实履行“第一责任人”的义务，树立消费者至上的经营理念，诚信自律，立查立改，切实保障旅游消费者依法享有的充分知情、自主选择、公平交易和损害求偿等权利，促进在线旅游行业健康稳定发展。

6家在线旅游服务平台企业参会代表认真听取了市消协的约谈内容，表示回去一定针对本次调查反映的问题进行自查自改，用实际行动维护消费者的合法权益。





Prologue

卷首语

保健品市场之“病”如何“治”

今年央视3.15晚会揭露保健品市场乱象，引起人们广泛关注。事实上，保健品市场之乱并非现在才有，而是已经存在了很多年。从媒体报道可以看出，这些年保健品市场很火，但这种“火”是由概念炒作、夸大宣传、欺诈营销等手段烧起来的。保健品伪装成药品、普通食品号称有保健功能等现象层出不穷，不少产品靠忽悠蒙骗消费者赚取暴利。而一些表面上效果明显的保健食品，实际上是非法添加了一些对人体有害的违禁成分，比如减肥类保健食品，很多都非法添加西布曲明、酚酞等违禁药物。

有人说，现在“保健品市场骗子太多，老人都不够用了”，这并非只是调侃。据中国保健协会的调查数据显示，目前我国每年保健品的销售额约2000亿元，其中老年人消费占了50%以上。老年人是保健品消费的主力，而这个消费群体的一个明显特征是缺乏自我保护意识，容易被忽悠。另有数据显示，购买保健品的老年人中，超过60%的人看重的是“保健品的功效作用”，他们认为保健品“能够调理身体”“提高身体抵抗力或者免疫力，预防疾病”，而对于保健品“毕竟不是药品，对于疾病没有治疗效果”的认知意识不够强。

不得不说，老年人身体健康状况变差，普遍有一种“怕病”心态。而保健品宣扬“有病治病、无病保健”的理念正好契合了老人的这一心理。加之老年人辨别能力及自我保护能力差，就让一些不法厂商找到了空子。他们大肆生产销售低成本高售价甚至是假冒伪劣的保健品，从老年人兜里赚钱。当然，为了能够做到财源不断，商家也都会很小心，其保健品基本都是“不求有益但求无害”，最起码“不能吃死人”。至于怎么推销宣传，就看各自的忽悠手段了。什么“广告+渠道”、会议营销、亲情营销等，模式不一而足，多条腿走路。

“最起码不能吃死人”，意味着违法风险和成本都不高，而这恰是对我国相关法规标准不健全，市场监管不严、对违法行为惩处不重的讽刺性表达。一旦政府监管不到位，以逐利为终极追求的企业就很难管住自己，出问题几乎成为必然。中国是这样，国外也是这样。美国食品与药品管理局（以下简称FDA）以监管严格、处罚无情著称，但对于保健品，它却不怎么管，原因是根据1994年美国颁布的《饮食补充剂保健与教育法》，保健品并不像药品一样受FDA严格监督，而保健品上市也不需要向FDA提交产品安全性证明。也就是说，保健品是否安全与有效，都是厂家自己说的。这就要求各公司严格自律，只要不吃出明显问题，或涉嫌加入违禁成分，FDA并不过问。

正因如此，美国保健品市场也很乱。调查数据显示，美国市场20%以上的减肥及免疫系统膳食补充剂存在非法宣传疗效的现象，而因存在问题许多保健品被召回，频次更是占到美国FDA第一类药物召回率的一半以上。拿美国说事，并不是五十步笑百步，而是想做这样一个提醒：在人性无差别的前提下，监管的重要性就凸显出来了。只要保健品利润高、成本低（特别是违法成本低），不分中国、美国，总有人想铤而走险赌一把。而中美两国保健品市场同样混乱的背后，是同样监管不到位的现实，这也告诉我们，要解决这个市场的问题，就必须从提高违法成本入手，加大打击力度。

就我国保健品市场而言，当务之急是尽快建立健全保健品相关法律法规和标准体系，通过建立惩罚性赔偿制度等更严的惩处措施，改变保健品领域违法成本过低的现状，让法律真正成为一把高悬在生产经营者头顶的达摩克利斯之剑。（据中国经济网）

胡立彪



CONTENTS 2017年9月

BEIJING CONSUMERS

目录



权威发布
Authoritative release

P27 北京启动旅游检查整治专项行动

北京市旅游委近日通报，将在全市旅游行业启动为期两个月的“两检查一整治专项行动”，即市场秩序大检查、安全隐患大检查和旅行社销售旅游套餐与出境游押金清理专项整治行动。

卷首语

Prologue

- 01 保健品市场之“病”如何“治”

热点关注

Hot Concern

- 04 被骗走房子的老人们
10 有多少老人被保健品坑了？
13 卖保健品的业务员咋比儿女还亲？
14 中消协公布老年消费十大受骗案例

权威发布

Authoritative release

- 18 北京工商局：8种鞋类商品不合格
20 十部门近日印发《严肃查处虚假违法广告维护良好广告市场秩序工作方案》
22 七部门发布防范代币发行融资风险公告
23 北京叫停共享单车新增投放
24 北京发布新版《北京市食品药品安全突发事件应急预案》

- 25 北京质监局：26种产品因质量问题被召回
26 北京通报快捷酒店专项监督检查结果
27 北京严查贷款资金违规购房
27 北京启动旅游检查整治专项行动

维权人物

Activist character

- 28 平凡岗位上的“维权标兵”
——记大兴区消费者协会干部陈勇
29 “有事找老郝”
——记怀柔区消费者协会龙山分会会长郝和平

消费时评

Consumer Commentary

- 30 旅行社“失联”暴露行业风险隐患
31 别让洋品牌钻了我们的法律空子
32 五星酒店不换床单怎让消费者放心
33 让失信卖房者得不偿失

消费提示

Consumer Tips

- 34 预付消费，谨慎而为
35 大学新生入学消费应理性
36 选购热水器“五看”很重要
36 警惕购手机陷阱
37 买空调免费、收费项目都要问清
38 老年人旅游消费八注意
39 解读《旅行社老年旅游服务规范》
40 家庭装修六点注意

消费课堂

Consumer Class

- 41 开学选报培训课程还须理性
42 如何躲过二手房交易那些坑
43 电动牙刷洁齿更干净是误区
43 怎么挑螃蟹？挑螃蟹的技巧
44 牛奶选购有窍门



P34 预付消费，谨慎而为

首都工商12315中心消费预警数据显示：近一段时间，预付费消费引发的消费投诉呈现增多的趋势，主要集中在餐饮、美容美发、健身、洗车等生活消费领域。虽然这种预付费式消费可以享受到商家的优惠，但是也存在着诸多的风险，请大家谨慎办理。



P42 如何躲过二手房交易那些坑

专家建议，签合同之前做一次产权调查，房子到底有几个产权人，签约时要所有产权人全部到场签字，并核实所有人的身份证件。如果有产权所有人不能来签约，则需要要求此人出具书面的授权委托书。

《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。

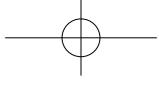
Beijing Consumers
保护消费者的合法权益是社会的共同责任

北京消费者
2017
09

- 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 bjxfz315@126.com

2017年 第9期（总第60期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流



被骗走房子的老人们

63岁的全豫湘自1988年至今，因“被骗”曾先后打过9场官司。“每年都要被骗走几万块”，全的儿子王帆说，“卖保健品的小姑娘一进门就跪下磕头认干妈，她就任人摆布了。”自1995年离异后，全豫湘常年独居，她自称感到孤独，常流连于各种老年人聚集的场合。



杨秀英是亲眼看着儿子咽气的。

眼见着儿子的胸膛不再起伏，气息由微弱逐渐消失。她抓着儿子的手，竟哭不出来。她这样解释自己没有流泪的原因：觉得儿子活着太苦了。

这天早上，没有任何征兆地，39岁的儿子在走去卫生间的路上突然跌倒，3次试图站起来，最终失败了。在邻居的帮助下，杨秀英母子坐上了救护车。儿子抓着她的手说：“妈，我脑袋疼。”

医院给出的诊断是急性脑出血，抢救无效。杨秀英将儿子的发病归咎于自己——她认为，儿子的意外发病是长期的压力导致，而压力始于自己无知被骗，不仅失去房产，更让整个家庭背上巨额债务。性格敦厚的儿子知道后，不曾冲她发过脾气，但她猜想，儿子是将所有情绪都藏在心里。她曾目睹过儿子背地里唉声叹气、借酒消愁。

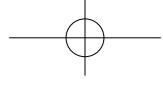
“从得知我被骗，之后的一年里他压力太大

了。”杨秀英双手抱头，五官纠缠在一起，露出极度痛苦的表情。事实上，在儿子去世前的8个月，她瘫痪在床多年的老伴也因得知失去房产而情绪激动，在她眼前咽了气。

至亲的相继去世令她极度内疚，她无法用连贯的语句回忆被骗的经历，往往刚说几句，就面容扭曲，泣不成声。

北京老年维权服务热线自去年7月开通以来，接到了上百起与杨秀英遭遇类似的咨询。律师康欣在过去一年内先后接待过几十名失去房产的老人：他们都曾在公证处签署过以名下房产抵押贷款的协议，并自称在不知情的情况下签署了全权委托协议，委托第三人全权处理自己的财产。

接下来的事件走向一致——老人们分别于某一日被告知，自己的房产已被贱卖过户，交易价格往往远低于市价。而房款早已被当初委托的受托人代为偿还



老人欠下的贷款，分文不剩。更有甚者，由于交易价格过低，变卖房产后仍资不抵债，不但失去房产，还欠下了高利贷。

骗局通过一系列正规的法律文书披上了一层合法外衣，不止一位专事诈骗诉讼的律师都惊叹布局之缜密。

维权的难度与骗局的精密程度成正比。一些家庭自此开始了艰辛且漫长的求诉道路。在重大财产损失的巨大变故前，家庭伦理遭到考验，也镜像般地映射出人性的多面。

失所

在最初无家可归的日子里，受害老人多少都经历过不同程度的流浪：医院、ATM取款厅、麦当劳等24小时营业的公共场所，通常成为他们的选择。他们大多没有子女在身边照顾，或是出于各种原因，想方设法地向子女隐瞒。

77岁的韩淑云失去自己唯一的房产已经接近一年，她至今将此事瞒着自己的子女。她的两个儿子于1989年春移民加拿大后再未回国，唯一的女儿正经历乳腺癌末期的折磨。2017年春节，为了躲过女儿女婿的春节拜访，她与老伴谎称与亲友去山西过年，实则无处可去，老两口在肯德基内坐了一晚又一晚。

时间久了，当老人们清楚地意识到，再也无法返回自己的家中时，另寻租处成为他们唯一的选择。他们无法承担城区内的租金，因而四环以外的地方通常是起步的选择，而随着经济日益窘迫，租处会逐渐向更偏远的地方转移。

落魄的境遇对心态产生多少影响，则因人而异。一位63岁的阿姨受害后被迫住到了东六环外的村庄，她租下的小屋紧挨着一座垃圾站，苍蝇在屋内回旋，她依然每天穿戴整齐，化些淡妆，往返于城区会见自己的援助律师。她说：“我要美美地活着。”

更多老人难以面对巨大变故对生活的重击。儿子去世后，杨秀英因无家可归，辗转被河北的一间寺庙收留。许多个夜晚，她闭上眼睛，仿佛见到儿子身处地狱。类似的梦魇时常缠绕着她。只有迎着木鱼声每天诵经，她才能获得稍微的宁静。但寺庙里也有人背地里嘲笑她：傻，连房子都会被骗。

2015年3月，67岁的杨秀英被一个刚认识不久的男人哄到北京方正公证处，在一系列文件上签署下自己

的名字。她称自己并不知道“公证”是什么意思，也没有公证员向她解释合同的条款。带她来的男人一手摁着合同正文，一手翻着页脚，催促她逐页签字。合同厚达几十页，杨秀英甚至连首页的内容都没看仔细。

“签（合同）的时候没有任何怀疑，他（骗子）说得很肯定。”杨秀英回忆，她轻信了骗子的空头承诺：将名下的房产抵押借款3个月，所得借款转交他代为投资理财，届时将有10%至15%的高息回报，到期还能全额返还本金。

“（承诺）每个月能有十几万的利息返还给我，3个月就能赚几十万。”杨秀英因此动心。可实际上，她总共只收到过9万元左右的利息，本金也没有归还。

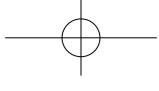
受害老人大多受高息诱惑，接受采访时，许多人懊悔自己的“贪心”。

一对老夫妇本打算将“投资所得”用于环游世界，他们结婚36年，“一辈子劳碌碌，照顾父母，照顾孩子”，“就想老了为自己活一回”。另一名老太太则不甘退休后的身份落差，潜意识中“想证明自己老了还有赚钱的眼光和本事”。更多老人则出于为子女筹谋，“手里有钱，以后病了瘫了，就能给孩子减轻点负担”。

针对老人各样的心理，骗局设计的名目繁多。数十个案例中，诱使老人抵押房产的名目包括：出境旅游、项目投资、以房养老……种种名目本质上来源于一场有备而来的“银发收割”——缺乏法律常识的老人们在骗局面前往往难以脱身。

韩淑云的房产在她不知情的情况下被过户，家具被堆积在小区的垃圾箱旁，她和老伴几乎每天都到自家楼下“守”房。图/卫诗婕





缺位的屏障

并非所有老人都奔着高息入局。少数案例中，老人只为帮亲友贷款，自愿用名下房产为其抵押，但“稀里糊涂地签下一份全委协议”；更有极端案例中，骗子以“出国旅游需做相关公证”为由，欺骗老人签下“全委协议”。

受害老人多出生于上世纪40至60年代间，法律意识淡漠，往往有不止一次的被骗经历。多名受害者子女介绍，自己的父母每年都有几千至几万的受骗损失。

63岁的全豫湘自1988年至今，因“被骗”曾先后打过9场官司。“每年都要被骗走几万块，”全的儿子王帆告诉每日人物，“卖保健品的小姑娘一进门就跪下磕头认干妈，她就任人摆布了。”自1995年离异后，全豫湘常年独居，她自称感到孤独，常流连于各种老年人聚集的场合。

2013年，全在一场类似于传销会的老年人学习班中结识了一个人，对方骗走她一套位于柳芳的房产，当时市价400万元。3年后，她再次陷入类似骗局，致使她名下所剩的唯一一套房产也岌岌可危。

王帆向每日人物出示了今年年初全豫湘在北京安定医院接受的精神检查报告，报告显示，全豫湘患有精神抑郁，医生在与其交谈中发现其言语无逻辑、意识错乱的表现。“我强烈怀疑我妈在做公证时是否意识清醒，”王帆对每日人物说，“涉及房产处置这么重要的事情，公证处不能只是一个摆设，他们应该尽

全豫湘在医院的病床上整理自己的受骗材料。图/卫诗婕



把关的义务。”

今年4月至今，王帆要求方正公证处调取母亲办理公证时的完整录像，均被拒绝。多名受害者子女表示，要求调取公正影像资料无果。

2014年12月的一天，当张英在公证处看到那份母亲王素琴“曾经”签署的“全权委托书”时，不禁惊呆了——上面的内容显示，母亲全权委托了一名素不相识的陌生人买卖自己的房产。

在此之前，王素琴位于索家坟的市价500万的房子以100万的价格被卖出，而她直到被清户的那一天，才知道这个事实。

那是一个初冬，来人击碎了窗户的玻璃，刚做完腰椎手术不久的王素琴躺在一床玻璃渣子上动弹不得，只能眼睁睁地看着一群“强盗一样的人”将她的房屋搬空。86岁的老伴急忙跑到派出所报案，跌了一跤，磕破了嘴，满脸是血。

可警察的出现并没有改变事情的结局，最终，他们连同子孙三代一家七口，被赶出居住了数十年的家。

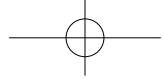
“我们事后回忆起，我母亲被陌生人带去公证处签署‘全委’协议时，她的结婚证在我手里，这将直接导致她当天签署协议时证件不全。”张英接受采访时说，“我们有理由怀疑公证处涉嫌销毁、篡改、伪造文件。”

签署“全委”协议时，老人是否知晓合同内容，公证处是否尽告知义务，成为众多事主子女事后追责的一致疑问。

8月的一个上午，数十名被害者及其子女聚集在方正公证处讨说法。

在一名受害者子女出示的公证文件中，手写申请部分出现了一处难以辨认的手写汉字，既像“借”字，又像“售”字。一位从事笔迹鉴定的专家给出意见，该字绝非一笔写成，有违普通的书写习惯。

另一名受害者的子女则出示了一张真实性存疑的照片复印件：那是一张公证处出具的影像记录，但事主坚称自己当日从未到公证处办理过公证。照片中的背景模糊，事主要求公证处提供原件无果，并被告知“照片的电子原件存在公证员的电脑



里，并不一定会保存”。

裂变

通常是在被暴力清户的那一天，老人突然得知自己居住了多年的房产已经易主。陌生的来人拿着写有新户主名字的房本，堂而皇之地雇佣搬家公司强行清空屋里的家具。

上门清户的大汉来历不明，但个人高马大，有些还刺有纹身。通常，他们会用大榔头硬生生地将门锁砸下，换上新锁。

由于老人们曾签署委托第三人全权处理财产的协议，房产早已悄然过户给关联人，即使叫来了公安也无济于事。

骤然降临的噩耗并非所有老人都能承受。

一位70多岁的老人在得知失去房产后当场突发脑溢血，经抢救无效死亡。他的女儿，也是事件的参与者，因此精神失常。

有人死了。但活着，或许是更大的煎熬。

因遭受巨大打击，韩淑云的神经系统开始出现病变，好几次，她会突然歇斯底里地发作，大喊、挠墙。有一回，老伴高长德实在摁不住她，情急之下跪在地上给她磕了好几个响头，才让她消停下来。清醒后的韩淑贞痛不欲生，“他把我的心都磕碎了”。

还有不少事让她心碎。她曾两度在床褥下找到老伴写下的遗书：“我一辈子就挣了这么一套房，被你给弄没了。我先走了，你再陪着孩子过两年吧。”

“现在我们境况困难，需要相互扶持。等有一天房子要回来了，我马上就和她离婚。”今年8月，这对结婚41年的老夫妇并排坐着接受采访时，丈夫说出了这句积压在内心里已久的话，而妻子沉默，趴在桌上将头埋了起来。

失去房产后，晁淑兰至今没有见过自己的大儿子。两年前，她与老伴李振海分别于骗局中失去了名下的两套房产——这致使分别居住在其中的两个儿子无家可归。大儿子因此“几乎疯了”。

“我不敢见他，怕他骂我、打我。我受不了。我现在的身体受不了气。”79岁的晁淑兰提及儿子不禁掩面。大儿子因身体不好，长期无业，靠低保与父母的接济生活。而家中房产的变故，使他原本岌岌可危的婚姻彻底决裂。

老人彭某失去房子的同时，其子也失踪两个月。8月7日方正公证处的维权现场，老人接到警方电话，误听成叫其去认尸，当场痛哭。图/卫诗婕



80岁的李振海至今随时面临来自儿子的暴力。事发后的第2个月，李振海去看望儿子，眼前的景象让他心酸：风扇折了，衣柜门被拽下，玻璃全被砸碎……

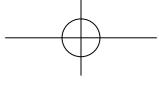
“他心里也苦，是我们对不起他。”采访这天，他的T恤少了两颗扣子，那是前一天，儿子拽起他的衣领扯没的。

失去房产的同时也失去亲情的，还有王素琴与丈夫张增印。他们毕生奋斗所得的70平米红色砖房，是祖孙三代七口人的主要资产。这户拥有4名伤残人士的特殊家庭，曾是街道帮扶的重点对象，全家收入的很大一部分，来源于底楼两间门面房的租金。

没了房子，北京不再属于这户老北京人。他们如同被放逐一般，缓缓地向城郊迁居。女儿张英带着年过八旬的父母和她脑瘫的儿子，从西直门逐渐往外挪动：清河、西三旗、郊区的农民房……最后，他们定居在沙河镇。因地处偏远，和不曾说出口的心结，两个儿子极少来看望家中二老。

2014年的春节，大孙女从日本回国看望爷爷奶奶，交谈中说出了一句话，深深刺痛了两位老人：“我以后再也不回来了，没有窝了。”王素琴哭了很久。

作为公证事件的发起者，张英在家庭中一直承受着巨大压力。当初相助的朋友已经不见踪影，儿子最初得知时扬言要与她断绝关系。“你不知道我残疾



热点关注

Hot Concern

吗？房子都没了我拿什么找对象？”一次爆发中，儿子扭曲着脸结结巴巴地冲她发难。

“我的两个哥哥应该是心里埋怨。”采访时，张英细细地分析家人的看法，“侄女应该也挺恨我，她的孩子快上学了，没有城里的户口，就上不了好学校了。”她的语气平静，神色却流露出内疚。距离她两米远处，86岁的老父亲正躺在床上养神，假装没有听见。

维权

矛盾爆发几乎是所有受害家庭难以避免的一幕，李陵也曾经历过与母亲彻夜争吵的一晚。

2015年，母亲张培瞒着她签署了抵押房屋借贷与全权委托两份协议，最终陷入骗局。在房产被法院强制执行拍卖之前，李陵当机立断，筹措了217.6万元（其中包括160万本金，57万余利息）还清贷款，赎回了房子。而这部分钱款，今后要追回难度很大。

“很多时候我冲她发脾气，其实也是内疚，还有心疼。”李陵回忆起母亲的遭遇，禁不住哽咽落泪。

2016年，她在母亲手机上发现一条母亲编写的奇怪的短信：“杨总，那160万您放心，我一定还给您……”自此，像挤牙膏似地，母亲一点一点坦白了自己被骗的经过。

“开始是震惊和气愤，越往后越心疼。”李陵

逐渐发现，母亲长期以来遭受恐吓与威胁。当“理财人”不再为张培向银主偿还利息时，小贷公司便开始了长时间的涉黑逼债：发侮辱短信，门上泼狗血，写大字报，砸电表，堵锁眼。

这一年的5月9日，张培被银主约至西直门一处咖啡馆，对方称张培超过两月未按时付息，额外欠下自己25.6万元，要求张培当即签下一张欠条，张培不从，双方僵持3个小时。

对方不断用恶语辱骂张培。期间，张培向自己的理财人拨打了3个电话，但始终没有打给自己的女儿。“怕那伙人身上带着刀子，我吓傻了。”张培事后回忆。最终，她在欠条上摁下了手印。

越了解骗局原委，李陵越是感到，老人的无知不是此类骗局畅行的关键原因。“在这类骗局中，小贷公司是否非法敛财、公证行为是否违规操作、涉事多方的潜在关联，每一项都值得细细拷问。”一名接近公检法系统的人士向她表达了这样的看法。

尽管自知损失难再追回，李陵还是带着母亲走上了维权道路。

2016年的夏天，李陵跑了大大小小几十处地方，“看到有国徽的地方就想往里冲”。

李陵不服输，许多个场合下，她激动地向工作人员拍起桌子。这时，母亲会用陌生的眼光望着她，那个内向顺从的女儿不见了。

维权所消耗的成本，并非每个人都能承担。

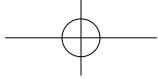
“许多子女因维权丢了工作，普通单位怎么能容许员工一而再、再而三地请假？”中央美院毕业的李陵在一所初中教授美术，全靠校方的理解，她得以抽身维权。

有一回，她花了一整个上午跑了几处地方，没来得及吃午饭，便要在下午1点15分前赶回学校给学生上课。她一路小跑进教室，连连向学生道歉，讲着讲着，突然蹲下哭了。

8月的一个下午，她坐在我面前，翻开去年的日记，里面记满了她的维权行程。她曾经习惯记录在日记中的闲适与美好逐渐消失，取而代之的是案件信息梳

李陵翻开日记找寻2016年维权的点点滴滴。图/卫诗婕





为了保卫房子，刘月的家中安了一扇大铁门。图/卫诗婕

理与一段段申诉行程。

今年2月，涉嫌诈骗张培等多名受害者的嫌疑人被批捕。负责案件的警官给李陵发去短信：“赶紧和老人说说，好歹能开心过个春节了。”

但李陵并没有告诉母亲。“我不想让她空欢喜一场，”她解释道，“我知道，那离追回损失，还太远了。”

止损

定罪意味着讨回公道。但在现实层面中，骗子往往没有偿还能力，受害者的经济损失仍然无法追讨。

“财产早就进行转移了。”一名代理过多起类似案件的律师表示，“许多骗子宁愿坐几年牢，换得家人富贵。”

每日人物查阅裁判文书网发现，今年3月的判例中，一名使用类似行骗手段的女性罪犯刘某，涉案金额4600多万，牵连29个家庭，最后以非法吸收公众存款定罪，判刑6年。

“以黑制黑”的讨债方式被催生出来。一名受害者因失去房产被家人“扫地出门”。绝境之下，她选择前往骗子服刑的监狱附近，坐等骗子出狱。她意图效仿江湖上流传着一个传言：一名受害者雇佣了黑社会，将刚出狱的骗子一路绑架到山西某偏远山区，“挖了个坑，在黄土里埋了半截，骗子吓坏了，吐出了部分赃物”。

越来越多的受害家庭将目光聚焦在止损上。

尽早发现房产转移、并通过法律途径阻止买卖是唯一的止损办法。不过，为了阻止原户主通过诉讼途径要回房子，受托人将房产悄然转手的同时，新买主通常会将房产再做抵押，此举在行内被称作“上钉”。

“一手买卖及时发现能够通过打买卖合同无效的官司来追回，房子一旦过了二手，就几乎没有追回的可能了。”刚打赢一宗此类诉讼的

律师王茂表示。

为了阻止二手买卖，拒绝交房也是一种保卫途径。现年68岁的刘月本应在去年10月就被赶出家门，然而在清户当天的深夜，她立誓与自己的房产共存亡，便雇了开锁匠再度将房屋换了锁，又搬了回去，儿子还在防盗门内又装了一扇大铁门，以阻挡“再来骚扰的流氓”。

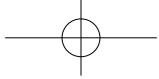
几天后，在律师的建议下，刘月向法院提出诉讼保全，阻止房屋再次买卖，暂时保住了房子。

并不是所有受害者都有维权的意识。不少人依然对骗子心存幻想，甚至有人希望发展“下线”，试图拉更多人入局，以期从别人的损失中捞回自己的本金。

“骗子曾经承诺过，多拉一个人进来，我的利息就可以翻倍。”刘月回忆，“我拒绝了，但有人这么做。”

一个老人曾经拒绝了刘月做诉讼保全的建议，一心期待与他人合力将骗子保全，只因骗子曾向她承诺“我拼了命也要把房子给您要回来！”

最终，这位老人的房产于几个月后又经历了多次交易，彻底无法追回。（据每日人物）



热点关注
Hot Concern

有多少老人被保健品坑了？

今年3·15晚会上，央视记者卧底各个保健品公司了解到，武汉乐百龄生物科技有限公司组织的“健康讲座”，就是一场精心设计的骗局，是一只伸向老人的黑手。首先打温情牌，与老人建立感情，然后填写资料套取个人病史，再邀请假名医演讲会诊，最后一步就是销售无资质的保健品。

电视剧《老有所依》中由王倩一饰演的推销员田咪对方琼（剧中人名）进行甜言蜜语、送各种小礼品、去听“健康讲座”。田咪嘘寒问暖的“攻心”式推销让方琼彻底放下戒备心一掷千金购买各种保健品，钱花“海”了，堆了一半屋子的口服液、胶原蛋白等保健品。

事实上，剧中推销保健品的各种“讲座”模式在现实版的各大城市屡屡上演。而当前，“失控”的保健品骗局似乎愈演愈烈，被保健品公司盯上的老人们也成为保健品公司案板上的“肉”。

“向尚集团坑死我，从去年至今骗了我6万余元的保健品，说让我和老伴到云台山、西安、巴厘岛去旅游，至今一个地方也没去，产品也没拿到多少。”日前，一位60岁的青岛老人在购买保健品被骗，无法面对家人而最终选择自杀，其遗书也随之曝光。

随着青岛老人因购买保健品上当而自杀的新闻被各大媒体曝光，有网友感叹，坑死学生的电信诈骗已经如过街老鼠了，这遍地开花的老年保健品“骗局”谁来管，谁来问呢？

事实上，保健品坑骗老人的案例也绝非只是个案。今年3·15晚会上，央视记者卧底各个保健品公司了解到，武汉乐百龄生物科技有限公司组织的“健康讲座”，就是一场精心设计的骗局，是一只伸向老人的黑手。首先打温情牌，与老人建立感情，然后填写资料套取个人病史，再邀请假名医演讲会诊，最后一步就是销售无资质的保健品。

例如：“吉林敦化市的一个会议现场，武汉乐百龄生物科技有限公司将一款名为甘舒堂乐粉的食品，一次向40多名老年人销售5万多元产品。该公司张讲师称：在全球，每三十秒钟就会有一个糖友失去一条腿。在

全国各地，每天都有这样的会议，向老年人推销着各种各样的产品。武汉乐百龄生物科技公司的销售经理告诉记者，他们公司曾创造过一项单场会议销售纪录，是在上海，当场销了200万元。”

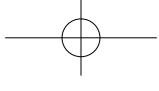
记者在采访中了解到，仅在2016年前十个月，被媒体曝光的保健品“骗局”案例就达到40多例。

据不完全统计，2015年全国保健食品生产企业有2600多家，从业人员600多万人，产值超过3000亿元。目前，我国每年保健品的销售额约为2000亿元，其中老年人消费占了50%以上。而当前，从各类媒体上的广告来看，各类保健品均有着例如治疗高血压、减肥、排毒、治疗癌症等“神奇功效”。那么，保健品的实际情况又是怎样的情况呢？日前，记者进行了采访。

精心设计的“局”

“经常去听一些养生健康讲座、去参加一些健康的‘会议’，而且在会后还会领取一些鸡蛋、大米等礼品，最后，还会花几千元甚至几万元买回一堆所谓的治疗高血压等疾病的保健品。”山西某钢铁企业财务负责人杨惠保（化名）告诉记者，“我认识的一位阿姨就经常光顾于各种健康会议，将近20多年了，因为这位阿姨‘不差钱’，所以找她推销各种保健品的人也非常多。”

记者在采访中了解到，以组织旅游、召开健康养生讲座以及去参加一些健康方面的“会议”在业内俗称为“会销”。而央视曝光了保健品的一系列欺诈手段，收单、做客情、洗单成为部分保健品的操作流程。



当前，保健品公司为了“笼络”老人们的心可谓下了一番苦功夫。据央视报道称，威海艾维尔生物科技有限公司经理介绍，他们尝试过很多种收单方法，总结出最有效的方法就是送鸡蛋。你来我这里送你100个鸡蛋，不是一次性的，第一天来领10个鸡蛋，第二次你必须带人来给你20个鸡蛋，第三次给你30个，第四次给你40个，100个鸡蛋分了四次，到最后这一天就多了，为了40个鸡蛋谁还不领人去。

据该保健品公司王经理介绍，他们利用大数据的方法进行过比较，给老人送鸡蛋是性价比最高的方式。

其实，为了让老人能够在会场心甘情愿掏钱购买保健品，各大保健品公司也是煞费苦心。据报道称，湖北国创伟业公司甚至研究出一套摇奖游戏，现场摇出两个数字，只要老人身上所带的百元现钞号码后两位相符，就会得到奖品。最高奖项为3元钱的一瓶醋，最低是一个价值4角钱的手串。为了得到奖品，有的老人带了几千元甚至上万元来到会场。

杨惠保告诉记者，这位阿姨曾跟我说，她买的保健品多数都没什么功效，感觉是假的。但是不知道为何她还是愿意听推销员的甜言蜜语购买各种保健品。

中国保健协会副秘书长周邦勇日前表示，国内保健品主要的经营是直销模式，但直销模式有一定的门槛，即需要取得商务部颁发的直销许可牌照方可经营，于是，会销模式就成为目前中小保健品企业的主要销售模式。

“攻心”营销成功“圈粉”

在经济学专家宋清辉看来，很多老人“痴迷”保健品，除了相信“神药”能够治病之外，还与老人的孤独症有很大的关系。

当前，我国老龄化、老年家庭“空巢化”趋势明显。据国家统计局最新公布的数据显示，2016年比2015年60岁以上人口增加了886万人，每天增加24000人，几乎不到4秒钟就有一位人士进入到60岁以上的阶段了，老龄化的脚步越来越清晰，老龄化的钟声越来越紧迫。

记者在采访中了解到，当前，我国大中城市“空巢”家庭率已达到了70%，而“空巢化”最高的温州目前纯老年家庭人口就已高达20.53万人，在全国属于“空巢化”较高的城市之一。

宋清辉在接受记者采访时认为，由于我国家庭规模小型化、子女外出工作求学增多等原因，导致身边无子女的老人日益增加。其实，孤独症也成为老年人心理的一个大问题，在面对保健品推销员的花言巧语和抹了蜜地叫着“爸爸、妈妈、爷爷、奶奶”这些称呼，老人所需要的“被关怀”的心理也得到了很大的满足，心理防线跟着彻底瓦解，也就相信了。

有分析文章指出，保健品，从一开始就被各种营销活动给偷换了概念。讲真，就是对身体好，但是不治病。可是，从那些号称“名医”、“大师”的口中一出，一切就神乎其神，成了老人们的救命稻草，即使没有毛病的老人，听完各种宣讲营销，也会突然感到心头一沉，好像不买点回家，感觉就少活几年。

“保健品乱象的重灾区主要集中在中老年人群，他们视保健品为‘神药’。”优品金融研究所宏观战略研究员王健昆在接受《中国产经新闻》记者采访时表示，从经济学来看，市场现象是由供需关系共同决定的，保健品市场混乱的另一面必然是中老年人群对保健品的需求，并且这种需求长期无法得到满足而产生了卖方市场。

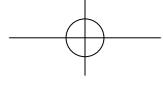
据中国保健协会的调查数据显示，目前，我国每年保健品的销售额约为2000亿元，其中老年人消费占了50%以上。老年人是保健品消费的主力，而这个消费群体的一个明显特征是缺乏自我保护意识，容易被忽悠。

夸大功效成业内“潜规则”

杨惠保告诉记者，有一款复合型维生素软片的保健品因为在电视等各大媒体投放的广告几乎是“狂轰乱炸”：“有一次我带孩子去药店买药，因为广告效益，孩子看到了非要买，我看了这款保健品的保健功能和适宜人群是补充多种维生素和锌的儿童。我当时感觉只是补充维生素的没什么坏处就买了一瓶，结果孩子吃了一段时间后手指甲就出现了黑块，后来带孩子去医院检查才知道是缺乏维生素。”

杨惠保告诉记者：“我买的维生素软片成分复杂，而且其功效是补充各种维生素，但是吃了以后反而缺维生素，这款保健品存在一定虚假宣传的成分。”

其实，保健品涉嫌虚假宣传的比比皆是。日前，消费者徐先生在天猫网购平台购买了三瓶保健品，网



热点关注 Hot Concern

店宣称其产品中含有活性强的硫酸软骨素，有利于肠道吸收，不仅仅是保护关节，还可以让您免受骨质疏松的恐惧。然而，该网点因对其产品夸大宣传，被重庆市巴南区人民法院判决该网店构成欺诈，判处商家退还徐先生货款1104元，并三倍赔偿3312元。

湖南省食药监局日前也通报了2016年12月份以来全省监测发现的违法药品、医疗器械、保健食品广告发布的情况称，本次公告涉及违法广告品种有60个，其中违法药品(含宣称有治疗功效的非药品)广告51个品种、违法保健食品广告9个品种。违法行为主要表现为：夸大产品的适应症、功能主治、适用范围或含有不科学的表示功效的断言和保证，给消费者安全带来威胁；利用医药科研单位、学术、医疗机构或专家、医生、患者等名义和形象为产品作证明，严重欺骗和误导消费者。

记者在采访中注意到，去年，中国消费者协会发布的《保健食品消费者认知度调查报告》中显示，约7成消费者对国内保健食品市场总体评价不太满意，超6成消费者不相信所谓的保健食品广告宣传。同时，消费者遇到保健食品冒充药品现象也不在少数，约为40.97%的消费者表示经常遇到。

据记者了解，2016年上旬，食药监总局就曝光过2款保健食品广告宣传内容含有不科学的功效断言，包括上海泰运科技有限公司生产的康态胶囊和北京美诺保健食品厂生产的康欣牌波尔特胶囊。

国家食品药品监督管理总局日前表示，保健食品是食品的特殊种类，不能代替药品，不能宣传疾病治疗和预防作用。广大消费者，特别是中老年人，切勿听信将保健食品比成“灵丹妙药”的虚假夸大宣传。

保健品缘何顽疾难除

事实上，针对保健品市场乱象，国家相关部门以及地方主管部门都采取了一系列的监管强化手段。例如2015年起草的《食品安全法实施条例》修订草案征求意见稿中明确强调，以电话、讲座、会议、组织旅游等形式进行虚假、夸大或者欺骗性宣传销售保健食品、特殊医学用途配方食品等食品以及食品添加剂的，由县级以上人民政府食品药品监督管理部门没收违法所得，对主办方处以5万元以上20万元以下的罚款，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

不仅如此，在2016年国家工商总局与广东等省份

监管部门也是频频发文，规范保健品行业中所存在的“会销”。例如，国家工商总局在2016年8月份发布的《消费者权益保护实施条例征求意见稿》明确，经营者利用其他固定场所开展保健品集中式体验、宣传、销售活动的，场地提供者应当核查经营者的真实名称、地址和有效联系方式等信息，并向查询经营者情况的消费者提供上述真实信息。

而广东省食药监局发布的《关于加强保健食品会议营销监管指导意见的通知》就明确指出，所属各地区的食药监部门加强保健食品会议营销监管，严格规范保健食品“会销”的主体资格、活动举办场所和广告宣传等要素。

然而，在各级主管部门严厉打击下，“会销”、假保健品、涉嫌虚假宣传的案例仍然屡禁不止。

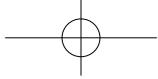
有分析文章认为，保健食品虚假宣传多发，究其原因有多方面的。一方面是法律法规不完善或监督执法力度不够，使不法分子有隙可钻、有缝可入，导致虚假、违法保健食品广告的滋生蔓延。另一方面是经济利益的驱动，暴利诱惑是虚假宣传保健食品产生的经济原因。企业为了追求利润，增加经济效益，公然置国家的法律于不顾，无中生有地编造或肆意夸大保健食品功效，蒙骗广大消费者。

“老人痴迷保健品，更多的是精神情感出现了空窗期，因此保健品行业乱象是一个社会问题，单靠监管者一己之力难以有效遏制这种行业乱象。”宋清辉认为，遏制保健品市场乱象是一道综合考题，有赖于社会、家庭和法治建设形成合力，打好一套监管组合拳。

稍早之前，中国保健协会保健品市场工作委员会秘书长王大宏曾表示，应加大监管力度用行政力量规范市场，有些严重的问题甚至可能触犯法律，还需要动用司法手段解决。

王健昆建议，相关部门应通过完善的法规“堵”当前保健品市场漏洞的同时，构建优良的老年人社会保健服务体系，双管齐下会带来更好的效果。

宋清辉认为，应对保健品规范和在立法上予以保障，让其有法可依。这样不但可以有效遏制行业乱象，维护消费者权益，而且还能够有效地解决假冒伪劣保健品的泛滥，维护正品企业的合法品牌形象与合法权益。（据中国产经新闻）



卖保健品的业务员咋比儿女还亲？

陪伴是最长情的告白。爱情如此，亲情亦然。卖保健品的比儿女还亲、只因寂寞才大买保健品……这些病症，也许只有亲情赡养才能“药到病除”。

这则报道让人看了心酸：“独居太寂寞了，实在没事做。”于是，疯狂买保健品成了75岁长沙刘阿姨摆脱孤独的方式，各式各样的讲座让她单调的生活“热闹”起来。用她自己的话说，明知是骗人的，但她看到“讲师”们磕头喊爸妈，又不忍心不掏钱，事后就算不敢吃，她也不打算去退货。最终，在发现自己过去一年被忽悠近十万元后，刘阿姨下决心远离保健品。

在花样繁多在保健品骗局里，往往是骗子一动手，老人就动心。

这位长沙老人的遭逢，还真不是独此一家的事情。最近，广州荔湾警方端掉了一个诈骗团伙，及时为50多名受害老人挽回经济损失58万元。然而令人大跌眼镜的是，一些老人在发现自己上当受骗后，竟不肯配合警方调查。原因很简单，因为老人觉得“业务员”比自己的儿女还亲。就在上个月，青岛还有一位60岁老人投海自杀，留下遗书称被保健品公司骗了。

保健品骗局，当然不是保健品原罪，而是营销中的套路把戏。“磕头喊爸妈”的业务员，演技满满、情绪爆棚，以亲情绑架或情感消费的方式，在温柔亲切中掏光老人的救命钱。

下面两组数字，令人警醒：据中国保健协会的调查数据显示，目前我国每年保健品的销售额约2000亿元，其中老年人消费占了50%以上。另有数据显示，购买保健品的老年人中，超过60%的人看中的是“保健品的功效作用”，他们认为保健品“能够调理身体”“提高身体抵抗力或者免疫力，预防疾病”，而对于保健品“毕竟不是药品，对于疾病没有治疗效果”的认知意识并不够强。于此背景之下，保健养生的刚需随着经济条件水涨船高。结果呢，在健康讲座、免费义诊、礼物赠送的诱惑下，老人很容易就中了“亲情圈套”。

监管部门固然要整肃规则，保健品销售渠道固然要清爽规矩，不过，那些被保健品业务员的演技比拼下去的“亲儿女”们，真的就毫无责任、可以摊手耸

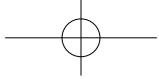
肩了吗？

老人活了大半辈子，阅尽沧桑、看透世事，却折戟在漏洞百出的保健品骗局里，有的甚至是心甘情愿往陷阱里去跳。只能说，他们大多患了一种病，这病就叫做“亲情饥渴症”。一方面，社会原子化的突出表现，就是家庭小型化。独居老人越来越多，他们长年累月看不到子女，别说天伦之乐，就是法律规定的“常回家看看”也难以落到实处。保健品推销员，见缝插针地扮演了亲情补偿的角色。另一方面，城乡二元格局尚未打破，在房价与社保成为现实难题的语境下，空巢老人等群体在“精神赡养”层面几乎是被人遗忘的角落。与其说老人买的是保健品，不如说是花钱“买陪伴”“买亲情”。

当骗子们以业务员的身份给老人跪式服务、洗脚按摩，一口一个“爹”“妈”地叫着，常年见不到儿女一面的老人，内心估计是“久旱逢甘霖”的。从这个意义上说，禁绝老人在保健品骗局中上当受骗，亲情才是最好的免疫。

陪伴是最长情的告白。爱情如此，亲情亦然。卖保健品的比儿女还亲、只因寂寞才大买保健品……这些病症，也许只有亲情赡养才能“药到病除”。





中消协公布老年消费 十大受骗案例



为保护老年人的消费权益，消协组织特向老年人提出以下十大消费风险提示：

一、有病切忌乱投医。老年人有病要去正规医院就诊，保健养生也应到正规医院和机构去咨询，切不可有病乱投医，更不能轻信来路不明的网络医生。

二、免费承诺别轻信。老年人面对不法商家承诺的免费赠送、半价促销等要经得住诱惑，不贪图小便宜。

三、虚假广告要辨别。保健食品、医疗、药品广告日益成为虚假广告的“重灾区”，老年人在报纸、杂志等媒体接触广告时，要提高辨别意识。

四、专家忽悠不上当。老年人渴望专家、医生的健康指导，但要特别防范所谓的“专家”趁机向老年人推销高额保健品。

五、无效退款难实现。部分不良商家为了推销保健品或药品，不惜违反广告法，承诺保证疗效，无效退款。老年人不要轻易相信。

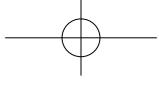
六、养生讲座不购物。部分不法商家打着养生讲座旗号忽悠老年人，对老年人以赠送鸡蛋、面条、酱油等小物品诱惑，达到推销商品的目的。老年人不要随意在讲座上购买保健品或保健用品。

七、“政策补贴”别轻信。某些不法商家冒充国家卫生部的电话向家境贫寒老年人打电话，谎称能为他们向国家有关部门申请“政策补贴”和药费补助，进行欺骗误导。老年人不要因此上当受骗。

八、保健品药品要区分。保健品对治疗某些疾病有一定辅助作用，但不能代替治疗药物。老年人要注意区分。

九、上门维修找对人。老年人家中电器坏了需要维修时，要向正规家电企业咨询或报修，切忌网上随意搜索，防止遇到冒牌维修。

十、面对诱惑防风险。高收益伴随高风险，面对金融商家高利率诱惑，老年人要擦亮眼睛，不受诱惑。切记“投资有风险，入市需谨慎”。



案例1

网上看病有陷阱

消费者钟先生八十岁，患有十多年的糖尿病，服用过各种药物，打过胰岛素，住过几次医院，为了治疗糖尿病，他控制饮食，加强锻炼，但血糖还是偏高。治病心切的他，突发奇想，上网查看，幻想着有比医院更好的治疗方法，当他输入“糖尿病治疗”几个字后，某医学研究院的广告跃入眼前：“不打胰岛素、不吃降糖药，在家轻轻松松治疗糖尿病，免费赠送高科技糖尿病治疗仪”。钟先生如获至宝，心想还唯没用过治疗仪，不妨试一试。他立刻电话咨询，一位自称是医生的先生答复他，“我们可以治你的病，一个疗程3个月包好”。

就这样，钟先生不知不觉地进入了不法商家设计好的陷阱，他先后七次按照某医生的要求购买药品和保健品，直到花了25800元，也未见糖尿病有所好转，这时才知道自己上当受骗了。事后他回忆说，商家从来都不告诉他具体名称和地址，每次都是通过快递公司进行药品、保健品和钱的交换，所收到的中药均无处方、无说明书、不开发票。他每次电话咨询，都是转接，先问消费者是谁，然后再打过来，由专人解答，整个过程神秘神秘。

案例二

免费承诺藏陷阱

退休老人韩先生，患有十几年的慢性结肠炎，久治不愈，正在困惑时，某电视台早晨播出的一则养生苑节目吸引了他。看完节目后，他立即花3000元购买了半年的某某口服液，没过几天，商家打来电话说公司在搞活动，只要买三个月的某某口服液，就免费赠送人参膏一箱，可以提高免疫力。他未经住诱惑，就又花了1500元购买。五个月过去后，韩先生发现自己的病毫无改善，才感觉自己上当了。

还有一位八十多岁的石先生，他是一位退休教师，在工作时落下了职业病，颈椎有点僵硬，也曾经患过中风。有一天，他看到某报刊登的《颈椎病痛权威指南》免费广告，就按照广告拨打了咨询电话，商家说他们有特效药，保证一用就灵，无效退款。随后，石先生花

1380元买了一个疗程的“特效药”，服用后根本就不管用，商家又说你年纪大了，病情相对重一些，需要再用一个疗程，保证给你治好。就这样，石先生连续用了三个疗程的药，一共花了4140元，但病情一点也不见好转。商家说不管用，就给你办理退款。但从那个电话之后，就再也联系不上商家了。

案例三

虚假广告设陷阱

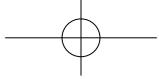
武先生七十多岁，患有腰间盘突出病。一天看到某报刊登的治疗腰间盘突出广告，将产品说得天花乱坠，一字不提使用禁忌，他信以为真，花1680元网购了一台治疗仪。他打开说明书时，才发现自己并不适宜使用。因为他患有心血管疾病，做过支架搭桥手术，心律失常，血压不稳。收到治疗仪后，他立即要求商家退货，可商家只同意退给他1000元，强行扣下680元。事后武先生无论怎么打电话，商家就是不接听。老人生气地说：“我们仅靠微薄的养老金过日子，平时不舍得吃，不舍得穿，节省下几个钱竟被他们这样强行扣除了！”

河南六十多岁的消费者周女士也投诉，称她患有脑血栓，心脏安有两个支架，因平时活动量小，加上平时爱吃面食，导致她体重严重超标，患有中度脂肪肝。正当她一筹莫展的时候，突然看到某电视台播放的某牌瘦身茶广告，宣称一天能降一斤。于是，她花1680元购买了这种瘦身茶，服用10天后，体重根本没有减轻，商家说你吸收不好，需要继续治疗。她就按商家的要求，又花700元买了酵素片，花300元买了参鹿汤。服完这些药和保健品后，周女士的体重不仅没降，反而升高了。

案例四

迷信专家入陷阱

七十四岁的消费者刘女士，患有毛细血管静脉曲张十余年。有一天，她无意中看了某电视台的一个养生节目，介绍用中药泡脚能治好她的疾病，她心想过去没用过中药，也许真能治好呢。她联系节目中的商家后，对方信誓旦旦地说，治不好全额退款。刘女士信以为真，



热点关注

Hot Concern

当即花950元买了泡脚的中药。十几天过去后，一点效果也没有。这时，一位自称王院长的人打来电话，说他亲自给刘女士配药，只需要付1000元，保证能治好病。可刘女士用了一段时间后，她的腿开始红肿，奇痒无比。对此，王院长解释说是排毒反应，让她放心等一等。过了几天，又换了一位自称是血管病专家的某教授打来电话，说刘女士需要配合药物调理，提高免疫力，再泡脚就好了，而且要抓紧治疗，否则将需要截肢。刘女士一听吓坏了，又按这名教授的要求，花700元买了蜂胶和蓝莓胶囊。此后，商家不断以院长、副院长、专家、教授轮流打电话，让她继续买药治疗，还承诺为她争取名额，花去的钱能报销80%，将款直接打到专家、教授的个人银行账户上。最终，刘女士不仅没治好病，反而两腿红肿、麻木，住进了医院。再联系这些专家、教授时，商家均搪塞她，不是专家忙，就是院长出国了……

案例五

“无理由退货”成陷阱

广州市消费者刘先生，一直患有前列腺疾病。有一天，他无意打开某公司官网，看到正在推销某品牌前列腺贴，“承诺15天内无理由退货”。他觉得对自己的病很对症，就花680元订购了一个疗程。刚用几天，他就发现贴药的地方皮肤红肿发炎，就立刻停止了使用。他给商家打电话要求退货，可商家说，他们只管销售不管退货，谁给他的货就找谁退货吧。刘先生又去找送货的快递要求退货，快递说，快递公司只负责送货，不负责退货，退货需要找当时跟他联系的专家。几经周折，刘先生好不容易找到了专家，可这名专家又说，他做不了主，要找经理。就这样刘先生的退货要求被他们推来推去，最后根本没有人接他的电话了。

黑龙江消费者王先生也深有感触，他几次通过电话购物，最后发现都是被欺骗了。王先生说，电话订货时，销售人员都亲切热情，让人毫不设防，收到产品的开始两、三天，会经常接到售后服务电话，耐心告诉他如何使用，详细询问他的使用效果。当你一旦实话实说，以没有效果要求退货时，所有电话都会中断，所有人员都会集体失踪。他们像是有组织、有预谋，分工明确，配合默契的电话欺诈团伙。

案例六

养生讲座变陷阱

有关老年养生讲座的骗局，很多老人都曾遭遇过。青岛消费者韩先生就是其中的一位。一次，北京某健康协会在青岛某酒店举办健康讲座，在工作人员的安排下，一名自称是北京某著名医院退休的医生，亲自为他爱人把脉看病，并积极推销某保健品，该医生说服用后，可以增强免疫力，活到100岁没有问题。他深信不疑，花5800元买了六盒保健品，回到家服用二粒后，他爱人感到头晕不舒服。韩先生赶紧赶到酒店去退货，但当他赶到酒店时，酒店人员却说，那些医生都退房回北京了。

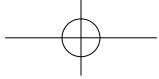
江西省广昌县消费者杨先生也投诉称，广州某公司到他们县推销某品牌原生态水机，通过送面条、酱油等小物品，引诱老年人前来参加讲座活动。工作人员一再宣称水机是经过保险公司承保的，卫生部批准的专利产品，原价上万元，当天为扶助贫困县，关心爱护老区人民安全用水，水机降至成本价2800元卖给他们。杨先生说，当天有近百人购买了水机，卖完水机后，那些人迅速离开了广昌县。过了半年后，大家才发现水机坏了无人修，过滤嘴塞了无处换，拨打售后电话，一直无人接听。

案例七

冒充补贴造陷阱

辽宁消费者杜先生投诉称，一天他在家接到自称是某协会刘主任的电话，不知道从哪里得到他的手机号，很关心地问他糖尿病得了多长时间，每年吃药要花多少钱？这名刘主任说，他有个国家卫生部的补助项目，能为他申请困难补助6万元。杜先生一听别提有多高兴了，刘主任提出必须先交2500元税，杜先生就交了2500元。之后，刘主任说还要再交2500元的转账费，7天后杜先生就能收到那6万元补助款了。十几天过去了，杜先生没有收到一分钱，这才醒过来，原来电话那头的刘主任是个骗子。

八十一岁的刘女士患有糖尿病八年了。她由于长期买高价药，生活一直很困难，总想找到一种不需要长期吃药的方法。一天接到自称北京杨主任的电话，称他



是某糖尿病研究院的，在网上查到她患有糖尿病，还说他的药不单能降血糖，还可以修复胰岛素功能，刘女士同意试试。于是买了一个半月的药，一共980元。没几天，杨主任又打来电话，说给她介绍该院一位从医四十年专治糖尿病的老院长，吃他配的药，可以不用终身服药。刘女士非常希望得到这位医生的治疗，三天后收到第一批药，又交了3700元。接着他又推荐刘女士买了4300元的药，这些药没有中文说明书，全是藏文。接着老院长又来电话了，说她还需要服第三次药，才能彻底巩固病情，提高免疫力，这次要交8000元。他说会亲自向财政部帮她申请药费补助，享受90%的困难补助。卫生部要在刘女士所在的县召开糖尿病学术研讨会，批准她当宣传大使。但卫生部要求宣传大使每人买30000元抗癌药，刘女士说钱已经买药用完了，随后就再也没有了电话。

案例八

保健品和药品混淆成陷阱

上海消费者邱先生在自家报箱里发现一个信封，拆开看是一张中医药类的小报，上面宣称：“千年传世秘方重见天日，向全国人民保证，只要吃了某某胶囊，保证用一个好一个！最多三个周期，肯定康复，如果不好，一分钱不收。对三高、脑病、前列腺增生、失眠等十多种老年病都有疗效。”邱先生患有前列腺增生、失眠等病症，十多年来一直在治疗，都是花钱多，效果差。突然看到有这么好的“神药”，喜出望外，立即拨打宣传页上留的电话进行订购。不久快递公司就把“神药”送到，邱先生当即支付了2280元药费。第二天，邱先生打开快递包裹发现，商家发来的根本就不是药，全部都是保健品，功效是提高免疫功能。邱先生立即拨打商家电话要求退货，商家表示邱先生没有服用，怎么知道对冠心病、失眠、便秘等没有效果呢？说完就挂断了电话。之后，邱先生的电话就再也联系不上商家了。

案例九

上门维修布陷阱

北京七十八岁消费者戴女士投诉称，2015年7月的一天，她家里的热水器突然坏了。天气炎热，必须马上维

修，她女儿在网上查到一个维修电话，就当即报修了。

当天下午四点多，两个工人来到她家里，简单问了热水器情况后，就开始拆热水器，随机取下一根金属棒，又装进去。同时，工人还放进四根像钢笔长短的金属棒，他们特意举给戴女士看，说看好了是四根，当时工人并没有告诉她价钱，不到半小时就弄好了。然后，两个工人一再说，戴女士家这个牌子的热水器很好，当时已经值一万多元了，还试探地问戴女士是不是一人住，然后就开单交款，每根金属棒720元，用了四根，一共2880元，加上工钱，开价3100元。由于戴女士的女儿只给她留300元，要那么多维修费，戴女士只好用自己的工资支付了。

戴女士的女儿回家后，问她为什么不给自己打电话，戴女士说怕你上班不好打扰。女儿在网上查了价钱，说买一个热水器也就二、三千元左右，换四根金属棒怎么可能要那么多钱。戴女士这才知道自己上当受骗了，但当她再次拨打对方电话时，电话根本没有人接听。

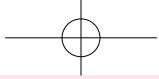
案例十

互联网金融新陷阱

互联网金融对老年人来说完全是一个陌生的世界，平时他们对互联网金融知识了解不多，不知道高收益必然伴随着高风险，动辄20%甚至30%的年收益，意味随时可能出现血本无归的结局，或者商家投资的就是虚假项目，为骗钱而圈钱。

由于大多数老年人不擅长使用互联网，不了解互联网理财规则，信息来源主要是商家广告和熟人介绍。为了让老年人加入互联网金融，有些公司组织老年人免费旅游、实施送米、送油等恩惠诱惑，承诺高收益等。一些老年人经不住诱惑，将存在银行的养老钱投到了互联网金融中。直到公司出事、老板跑路，这些老年人才如梦方醒，病倒住进医院。

高收益往往是骗子用来蛊惑老年人的最重要手段之一，骗子会抓住老人希望保本保收益的心理，在宣传时号称产品安全又有高收益，让很多老年人为之心动。在此，提醒广大老年朋友一定要捂紧自己钱袋子，拒绝高息诱惑，这些人打高息诱饵吸引投资，给予丰厚回报，这些公司没有实质经营活动，都是有后来人集资款，发放前面集资人利息，一旦有风吹草动，他们立马走人跑路，属于非法集资诈骗案件。



权威发布

Authoritative release

北京市工商局： 8种鞋类商品不合格



在近期的流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对市场上销售的成人鞋类商品进行了抽检。抽检结果显示市场上部分成人鞋商品质量存在问题，涉及的主要问题为感官质量、耐折性能、勾心抗弯刚度、勾心长度下限值、勾心弯曲性能和衬里和内垫摩擦色牢度等不符合相关标准要求。

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。

消费提示

一、标志

标志是反映鞋类商品信息及企业信息的方式。根据标准要求，鞋类商品包装应标志商品信息及企业信息，内容包括：执行标准、鞋号、货号、型号、等级、厂名厂址、主要鞋帮材料名称等项目。标准中要求对材质进行标注，鞋应该在（鞋盒）明显位置产品名称一栏中标出鞋帮材料（单一使用面革材料的必须注明鞋帮材料是何种天然革、二层革或合成革、人造革，天然皮革与其它材料混用或天然皮革之间混用的应标明天然皮革与其它材料混用或不同天然皮革之间混用）。其它皮革制品标准中也规定，在产品标签上必须标志出面料和里料所使用的材质。

二、感官（外观）质量

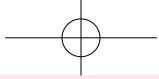
感官质量项目包括整体外观、缝线、沿口、鞋跟、包头等多个项目。标准规定每双鞋应平整、平服、平稳、清洁、对称。绷帮端正平服。内底不露钉尖，无钉尾突出。鞋帮、鞋里不应明显变色（擦色革等特殊鞋面革除外）、脱色。鞋垫牢固、平整。无明显感官缺陷。有中国鞋号。

三、勾心硬度、抗弯刚度

钢勾心安装在皮鞋外底与外中底之间的腰窝部位，起着“大梁”作用，支撑并保持着鞋的整体形状，而勾心硬度和抗弯刚度是非常重要的指标，不合格的勾心会造成皮鞋整体变形，穿着不稳定，严重时甚至崴脚、摔倒。尤其在女高跟鞋上隐藏的人身安全隐患更为突出。因此，行业标准QB/T1002-2005《皮鞋》中要求跟高大于20mm且跟口高度大于8mm的皮鞋要有勾心并且对其抗弯刚度和硬度有所要求。

四、耐折性能

耐折性能是成鞋鞋底是否容易断裂、帮面材料是否容易出现裂面、裂浆和帮底是否容易开胶的指标，耐折性能不合格的鞋在穿着过程中最常发生的问题是鞋底断裂、帮面裂浆、裂面或帮底、底墙开胶等问题，该试验首先在鞋的屈挠部位预割口5.0mm，然后模仿人正常行走的状态在鞋类耐折的试验机上进行屈挠4万次，测量其外底裂口长度同时观察整个鞋帮



面和外底变化情况。

五、耐磨性能

标准规定外底耐磨性能磨痕长度应 $\leq 14.0\text{mm}$ 。实际检测中有1种产品的实测磨痕长度最高达到 16.4mm 。鞋底耐磨性能是考核鞋底材料耐磨程度的重要指标，耐磨性能的好与差直接影响着鞋的使用寿命。

六、游离或可部分水解的甲醛含量

甲醛是一种挥发的化学物质，对人体感官有刺激作用，能在一定程度上抑制汗腺分泌等引发皮肤炎症。QB/T 2880-2007《儿童皮鞋》要求，婴幼儿鞋皮革中的甲醛含量应 $\leq 75\text{mg/kg}$ ，鞋子在穿着中部分未交联的或水解产生的游离甲醛与皮肤接触产生危害。

七、选购提示

消费者在选择鞋类商品的品牌、款式、颜色等要素的同时，必须关注以下问题：

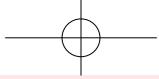
首先，鞋号是一双鞋最基本的特征之一。我们一般认为鞋号仅仅是脚长短的代表，在购鞋时，仅仅关注鞋号的大小，却很少关心与脚的肥瘦相关的型。事实上，一双鞋的合脚与否，不仅仅与脚长有关，而且与脚的肥瘦有关，对肥瘦的标识是型。鞋型：鞋型代表鞋的肥瘦，有1型至5型。1型代表最瘦型，5型代表最肥型。此外还有2型半、3型半等半个号型差。

其次，在购买皮鞋时应同双鞋对照看一下，检查帮面材料、颜色、花纹、绒毛粗细以及各部位尺寸是否一致。然后用手请按皮鞋子口部位，检查鞋底底粘各部位是否整齐严实，有无缺胶或开胶现象。

另外，在商品购买后的一段时间内，尽量保存好有关该商品的所有凭证，包括购买票据、吊牌或说明等，其不仅可用于指导产品维护，还可以在出现质量纠纷时作为仲裁的重要依据。

抽检不合格鞋类商品名单

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	主要不合格项目或主要问题
1	男式皮鞋	经销商：青岛恒晋进出口有限公司（产地：西班牙）	西班牙	ZAMPIERE	鞋：7 $\frac{1}{2}$ 盒：257	2015-10-18/9827	感官质量、勾心长度下限值
2	女士皮靴	经销商：纪梵希（上海）商贸有限公司（产地：意大利）	意大利	GIVENCHY 纪梵希	230（1.5）	2015-01-01/ BE08143004-001-36	勾心弯曲性能
3	女鞋	代理商：上海喜可买贸易有限公司（产地：西班牙）	西班牙	LOTTUSSE 乐途仕	鞋：36 $\frac{1}{2}$ 、36盒： 232（1.5）、230（1.5）	2016-06-01/S8754	勾心纵向刚度、勾心弯曲性能
4	男士皮鞋	经销商：和绵国际贸易（上海）有限公司（产地：意大利）	意大利	a.testoni 铁狮东尼	鞋：6.5盒：250（2.5）	2014-10-23/ TDM45870VEH98109LJ	感官质量、勾心长度下限值
5	男鞋	经销商：凯纳尔国际贸易（上海）有限公司（产地：印度）	印度	ARMANI COLLEZIONI	40（257/89）	2016-05-10/ R65-G11-85-5908	感官质量、勾心长度下限值
6	男休闲鞋	经销商：广州连卡福名品管理有限公司（产地：罗马尼亚）	罗马尼亚	DIRK BIKKEMBERGS	鞋：41、42盒： 255（2.5）、260（2.5）	2016-07-18/BKE108549	衬里和内垫摩擦色牢度
7	女式单皮鞋	桦洁商贸（上海）有限公司	广东	CHARLES & KEITH	235（1.5）	2016-09-09/CK1-70380538	成鞋耐折性能
8	正装鞋	宁波中哲慕尚控股有限公司	广东广州	GXG	255（2.5）	2015-04/53150508	勾心长度下限值



权威发布

Authoritative release

十部门近日印发《严肃查处虚假违法广告 维护良好广告市场秩序工作方案》

据国家工商总局网站消息，工商总局等十部门近日印发《严肃查处虚假违法广告维护良好广告市场秩序工作方案》。《工作方案》指出，要切实加强广告导向监管，继续严肃查处含有“特供”“专供”国家机关内容广告，严厉打击发布虚假违法广告行为。

《工作方案》要求，强化广告导向监管，加强广告监管执法，紧紧围绕关系人民群众切身利益问题，加大对重点媒体、重点领域、重点内容广告的管理力度，严肃查处虚假违法广告，防止破窗效应，遏制虚假违法广告的反弹，加强部际联席会议成员单位之间的协调配合，保障广告市场良好秩序，促进广告市场环境持续好转。

《工作方案》明确了工作重点：

——加大对含有不良影响内容广告的查处力度。切实加强广告导向监管，对涉及导向问题、政治敏感性问题或者具有社会不良影响的广告及时调查，快速处置。严厉查处使用或变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或形象等具有不良影响的广告，严肃查处含有妨碍社会公共秩序和公序良俗的广告。严禁利用党和国家领导同志名义、形象作广告宣传，严禁



利用敏感人物、敏感事件进行宣传炒作，严禁借党的十九大进行商业炒作。

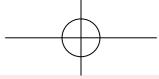
——继续严肃查处含有“特供”“专供”国家机关内容广告。认真排查在广告宣传、商品包装上使用“特供”“专供”及类似内容的情况，依法严厉查处相关违法行为，有效治理滥用“特供”“专供”国家机关等类似内容的违法广告。

——加强重点领域广告监管执法力度。对医疗机构、药品、医疗器械、保健食品的生产者和经营者，要加大监管力度，发布违法广告的，要严肃查处。对社会广泛关注的利用健康养生节目等形式，冒用医疗机构资质或医师执业资格违法、违规推销药品、

食品的，要严肃查处，涉嫌犯罪的，要依法移送。金融理财、收藏投资事关群众切身利益和社会稳定，要继续加强对金融理财、收藏投资等领域广告违法行为的监督检查，切实保护公众合法权益。

——加大对互联网金融广告的监管力度。延长互联网金融广告专项整治期限，依法加强对互





联网金融广告的监测监管，就广告中涉及的金融机构、金融活动及有关金融产品和金融服务的真实性、合法性等问题，通报金融管理部门进行甄别处理。对有关职能部门认定构成非法集资活动以及公安机关认定涉嫌经济犯罪的，工商部门依法责令停止发布广告，各有关部门依法、依职责进行查处，严厉打击发布虚假违法广告行为。

——加大对重点媒体的监管力度。要继续加强对电视、广播、报纸等媒体的广告监测监管，各职能部门对发布违法广告的有关责任单位和责任人要采取行政指导、约谈告诫、行政处罚和纪律处分等手段实施综合治理，对涉嫌犯罪的，移送司法机关，坚决遏制违法广告反弹回潮。

——持续加强互联网广告监管。加大对互联网药品、医疗器械、保健食品、食品、医疗、投资理财、收藏品等领域广告的监测监管力度，加快推进“依法管网”“以网管网”“信用管网”和“协同管网”，加快推进线上线下一体化监管工作机制。持续开展互联网金融广告的专项整治，维护金融市场秩序。

——切实督促广告发布者履行广告审查责任。各地要将事后查处和事前防范结合起来，狠抓广告发布前审查责任的落实。督促广告经营者、发布者健全管理制

度，严格履行广告发布前的审查义务和审查责任。

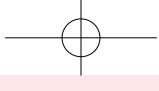
——落实属地监管责任加大案件查办力度。各地各相关部门要牢固树立守土有责、守土尽责意识，强化担当精神，对本辖区的虚假违法广告活动严格履行好属地监管的责任。要加大对违法广告责任主体的惩戒力度，建立重点案件协调指挥机制，强化挂牌督办力度，对重点导向性案件和重大违法广告案件实行统一调度督办。集中曝光严重虚假违法广

告，震慑虚假违法广告行为。

《工作方案》还提出了具体要求：一是各地提高认识，加强组织部署。二是强化协同，加强协调联动。三是强化信用监管，推动协同共治。四是强化创新，提高监管效能。

《工作方案》提到，工商总局将会同部际联席会议成员单位适时对各地开展广告专项整治工作进行督导检查，开展考核评估活动，督促整治工作开展不力的地区和部门加强和改进工作，推动整治工作取得实效。各地在查处虚假违法广告工作中遇到的重大情况和问题，请分别上报各自的主管部门，并抄送同级工商和市场监管部门。





权威发布

Authoritative release

七部门发布 防范代币发行融资风险公告



近期，国内通过发行代币形式包括首次代币发行（ICO）进行融资的活动大量涌现，投机炒作盛行，涉嫌从事非法金融活动，严重扰乱了经济金融秩序。为贯彻落实全国金融工作会议精神，保护投资者合法权益，防范化解金融风险，依据《中华人民共和国中国人民银行法》、《中华人民共和国商业银行法》、《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国电信条例》、《非法金融机构和非法金融业务活动取缔办法》等法律法规，现将有关事项公告如下：

一、准确认识代币发行融资活动的本质属性

代币发行融资是指融资主体通过代币的违规发售、流通，向投资者筹集比特币、以太币等所谓“虚拟货币”，本质上是一种未经批准非法公开融资的行为，涉嫌非法发售代币票券、非法发行证券以及非法集资、金融诈骗、传销等违法犯罪活动。有关部门将密切监测有关动态，加强与司法部门和地方政府的工作协同，按照现行工作机制，严格执法，坚决治理市场乱象。发现涉嫌犯罪问题，将移送司法机关。

代币发行融资中使用的代币或“虚拟货币”不由货币当局发行，不具有法偿性与强制性等货币属性，不具有与货币同等的法律地位，不能也不应作为货币在市场上流通使用。

二、任何组织和个人不得非法从事代币发行融资活动

本公告发布之日起，各类代币发行融资活动应当立即停止。已完成代币发行融资的组织和个人应当做出清退等安排，合理保护投资者权益，妥善处置风

险。有关部门将依法严肃查处拒不停止的代币发行融资活动以及已完成的代币发行融资项目中的违法违规行为。

三、加强代币融资交易平台的管理

本公告发布之日起，任何所谓的代币融资交易平台不得从事法定货币与代币、“虚拟货币”相互之间的兑换业务，不得买卖或作为中央对手方买卖代币或“虚拟货币”，不得为代币或“虚拟货币”提供定价、信息中介等服务。

对于存在违法违规问题的代币融资交易平台，金融管理部门将提请电信主管部门依法关闭其网站平台及移动APP，提请网信部门对移动APP在应用商店做下架处置，并提请工商管理部门依法吊销其营业执照。

四、各金融机构和非银行支付机构不得开展与代币发行融资交易相关的业务

各金融机构和非银行支付机构不得直接或间接为代币发行融资和“虚拟货币”提供账户开立、登记、交易、清算、结算等产品或服务，不得承保与代币和“虚拟货币”相关的保险业务或将代币和“虚拟货币”纳入保险责任范围。金融机构和非银行支付机构发现代币发行融资交易违法违规线索的，应当及时向有关部门报告。

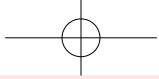
五、社会公众应当高度警惕代币发行融资与交易的风险隐患

代币发行融资与交易存在多重风险，包括虚假资产风险、经营失败风险、投资炒作风险等，投资者须自行承担投资风险，希望广大投资者谨防上当受骗。

对各类使用“币”的名称开展的非法金融活动，社会公众应当强化风险防范意识和识别能力，及时举报相关违法违规线索。

六、充分发挥行业组织的自律作用

各类金融行业组织应当做好政策解读，督促会员单位自觉抵制与代币发行融资交易及“虚拟货币”相关的非法金融活动，远离市场乱象，加强投资者教育，共同维护正常的金融秩序。



北京叫停共享单车新增投放



9月7日，北京市交通委召集各区管理部门和15家共享自行车企业负责人，听取共享自行车投放和管理的意见建议，经研究决定并下发通知，暂停在本市新增投放共享自行车。据最新统计，全市投放运营车辆总数已达235万辆。

近日，上海、广州、深圳、武汉等11个城市已陆续暂停共享自行车新增投放，以加强共享自行车总量调控和秩序管理。

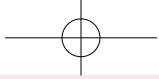
2017年，本市共享自行车迅猛发展。据最新统计，全市已有15家共享自行车企业，投放运营车辆达235万辆。而在2017年4月21日，本市出台《北京市鼓励规范发展共享自行车的指导意见（试行）（征求意见稿）》时，这一数字还仅为70万辆，4个多月增长了165万辆！

市交通委指出，共享单车在推动绿色出行、缓解交通拥堵等方面发挥了重要作用。但其在方便市民出行的同时，也存在投放和停放无序的问题，特别是在

一些地铁站和公交车站、重要交通枢纽、大型商圈等区域，出现共享自行车过度投放、堆积占道等现象，给城市交通秩序、市容环境和市民生活造成了不利影响。为此，市交通委按照鼓励规范发展的原则，决定暂停共享自行车新增投放，并组织开展停放秩序整治工作。

下一步，市交通委将牵头出台鼓励规范发展共享自行车的指导意见，并制定相关停放区设置技术导则和系统技术与服务规范，建设监管与服务平台，建立和完善承租人信用体系。市区两级政府部门将根据非机动车停放管理规划及停放秩序状况，进行总量调控。电动共享单车仍然禁入市场。

市交通委要求，企业要承担运营车辆经营与管理的主体责任，诚信经营，暂停车辆新增投放，并于近期集中开展使用和停放聚集区的整治，调整优化区域投放布局。(孙宏阳)



权威发布

Authoritative release

北京发布新版 《北京市食品药品安全突发事件应急预案》

近期，本市对《北京市食品药品安全突发事件应急预案》进行了修订，并已经以市应急委名义正式印发实施。此次修订工作是按照市应急委有关部署，以及《食品安全法》《药品管理法》《北京市突发事件总体应急预案》(京政发〔2016〕14号)相关要求，由市应急办会同市食品药品安全委员会办公室(市食品药品监管局)和相关部门、单位组织开展。

修订工作以提升预案的实用性和可操作性为主要目标，广泛开展前期资料收集和调研工作，吸收借鉴近年来突发事件应急处置经验，着重开展了专项风险评估和应急能力评估工作，并充分征求吸收了各相关单位和专家的意见和建议。与上一版本(2011年修订发布)相比，新修订的预案主要在以下几方面作了进一步健全完善。

一是整合制定统一的《北京市食品药品安全突发事件应急预案》。将《北京市食品安全突发事件应急预案(2011年修订)》《北京市药品监督管理局应对“三品一械”突发事件应急预案(2011年修订)》整合修订为统一的食品药品安全突发事件应急预案，以建立统一指挥、协调有序、运转顺畅、处置高效的指挥和应对处置体系，增强本市应对突发食品药品事件的防范能力和应对处置能力。

二是组织机构设置及成员单位职责做出相应调整。依据《食品安全法》及市食品药品监管局、市卫生计生委等相关部门“三定”方案，由市食品药品监管局负责组织和指导食品药品安全事故应急处置和调查处理工作，监督事故查处落实情况。同时，对卫生计生、质检、工商、农业、商务等成员单位职责作出了相应调整。

三是完善整合了事件分级标准。依据《国家食品安全突发事件应急预案(修订稿)》《药品和医疗器械安全突发事件应急预案(试行)》中事件分级标准，并结合专家评审会的意见建议，在预案修订时，明确将食品、药品事件分级标准整合为食品药品安全事件分级标准，事件基本分级标准、人数、影响范围等内容与

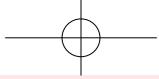
国家相关应急预案一致；一般食品药品安全突发事件中针对涉及学生群体、或出现3例及以上危重病例等情形，设置了更为严格的标准。

四是补充完善应急处置措施。本次预案修订通过总结近几年来食品药品安全突发事件应急处置经验，梳理、归纳、提炼了医学救援、应急检验检测、现场处置、事件调查、维护社会稳定等通用应急响应措施，在突发事件应对工作中可根据事件具体情况酌情选择使用；补充规定了“事件可能影响到国(境)外时，及时协调有关涉外部门做好相关通报工作”的工作举措。

五是细化具体信息报告相关内容。针对不同信息报告主体(发生食品药品安全突发事件的相关单位；疾病预防控制机构，以及食品药品检验检测机构；食品药品生产经营者、消费者和使用者)，分别作出报告时限、报告对象等具体要求。对于政府部门间的信息通报、上下级政府间的信息报送也作出了明确规定。

六是将舆情事件纳入预案进行规范化管理。按照国家食药总局和本市舆情管理规定，将食品药品安全舆情事件作为事件分级标准之一；在预案中监测预警、核查处置等环节设置了针对舆情事件的应对处置措施。





北京质监局： 26种产品因质量问题被召回



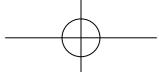
2017年上半年，北京市质监局对涉及91家企业的26种产品开展缺陷调查和产品召回。召回产品涉及儿童服装、玩具、空气净化器等。

2017年上半年，市质监局共采集工业产品质量安全风险信息2930条。经过筛查分析，对质量安全风险突出的产品进行跟踪抽查、监测。截至目前，累计发现涉及本市生产企业的产品质量风险信息337条，涉及家用电器、家具、纺织服装等50类产品。市质监局向风险所涉生产企业实施预警通报，要求生产企业根据风险信息开展自查，查明不合格原因，查清产品是否存在设计、制造等方面的缺陷，进行风险评估，并对库存产品进行清理，采取召回、下架等措施消除或减少质量安全风险；严格依法、依规生产，切实履行产品质量安全义务，保证出厂产品质量安全。

市质监局有关负责人介绍，上半年本市产品质量

总体稳定，未发生区域性、行业性、系统性产品质量安全问题，但家用电器、玩具等日用消费品，电线电缆、其他化工产品等工业生产资料和建筑安全玻璃及防盗门等建筑装饰装修材料不同程度存在产品质量问题。比如在家用电器领域，空气净化器的洁净空气量（颗粒物）、噪声、产品标识、抗菌率等项目不符合标准要求；电热毯、电热垫和电热褥垫的输入功率和电流、标识和说明、耐热等项目不符合标准要求；在玩具（含童车）领域，使用说明、增塑剂、小零件、产品标志和使用说明、安全带扣强度等项目不符合标准要求；服饰（口罩）领域，过滤效率、防护效果、内在质量一吸气阻力等项目不符合标准要求。

市质监局对337条涉及北京企业的风险信息进行风险评估，逐条分析了造成质量问题的原因，评价了产生或可能产生的危害后果。（张然）



权威发布

Authoritative release

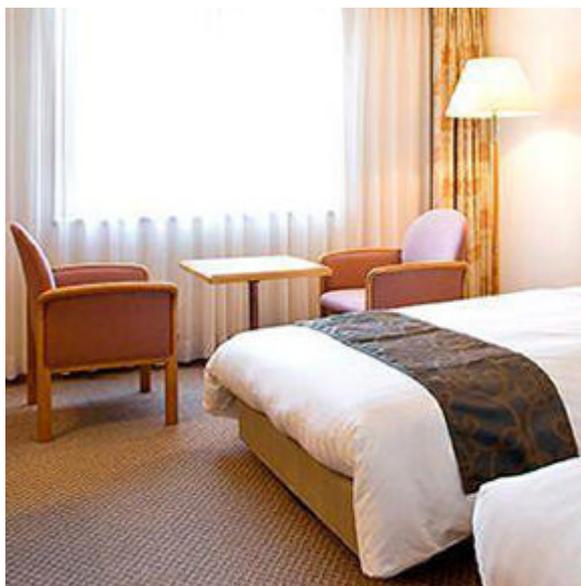
北京通报快捷酒店专项监督检查结果

为了加强快捷酒店的卫生监督管理，北京市卫生和计划生育监督所于2017年夏季在全市范围内组织开展了快捷酒店卫生专项监督检查工作。

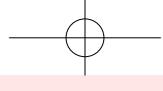
本专项重点检查棉织品外送清洗的是否做好物品送洗与接收记录；预防控制鼠、蚊、蝇、蟑螂和其他病媒微生物的设施设备以及废弃物存放专用设施设备情况；工作人员卫生知识法规学习培训考核情况；公共用品用具清洗消毒保洁以及卫生许可证、档案、制度、公示等方面的情况。

目前全市共有快捷酒店1052家，其中大部分采用棉织外送清洗，采用棉织自行清洗的有41家。本次专项共监督检查691户，合格633户，合格率91.61%，比2016的88.35%年提高了3.26%；同时对154家快捷酒店的公共用品用具消毒效果进行了抽检，其中149家合格，合格率为96.75%，比2016年的95.02%提高了1.73%。

对抽检卫生检测指标不符合国家卫生标准、未按照规定对顾客用品用具进行清洗、消毒、保洁的单位，进行了责令整改，并对其中46家单位做出了行政处罚，其中罚款35家，拟罚款6.9万元。本次对被处罚和抽检不合格的单位进行集中约谈，促使其规范其经营行为，不断提高自身管理水平，为百姓提供健康舒适的住宿环境。



序号	单位名称
1	北京玉阁宾馆
2	北京鸿炜亿家宾馆有限责任公司第二分公司
3	如泰源酒店管理(北京)有限公司
4	北京芙蓉宾馆有限责任公司
5	北京寰升宾馆有限公司
6	北京七日宾馆有限公司
7	北京京成快捷酒店
8	格林豪泰酒店管理(北京)有限公司
9	七天快捷酒店(北京)有限公司安贞店
10	桔子酒店管理(中国)有限公司北京桔子水晶安贞分公司
11	北京觉品酒店管理有限公司团结湖分公司
12	北京九佳鑫宾馆
13	北京雷兴快捷酒店有限公司
14	北京时尚快捷酒店管理有限公司
15	速8酒店(北京刘家窑地铁站店)
16	北京汇丰世纪宾馆有限公司(现已拆迁)
17	北京阳光优家宾馆
18	北京瑞斯汀酒店有限公司
19	北京金福来宾馆
20	北京同兴宾馆
21	格林豪泰(中国)有限公司北京经济技术开发区分公司
22	北京嘉恒同心酒店管理有限公司
23	北京龙河汇鑫宾馆
24	北京如苑旅馆有限公司
25	北京天宇鑫和酒店管理有限公司
26	博海鑫泰(北京)酒店管理有限公司
27	北京百祥酒店管理有限公司
28	北京龙腾杨记大食堂
29	北京汇德悦程酒店管理有限公司
30	北京麦穗酒店管理有限公司昌平分公司
31	北京完美空间国际商务会馆
32	北京市众悦鑫达宾馆有限责任公司
33	北京京蔚万达商务酒店管理有限公司
34	如家和美酒店管理(北京)有限公司昌平南环路店
35	延庆区康庄镇南商业街1公寓无证经营住宿(现已拆迁)



北京严查贷款资金违规购房

北京银监局、人行营业管理部日前联合印发《关于开展银行个人贷款资金违规进入房地产市场情况检查的通知》，要求辖内银行业金融机构针对个人经营性贷款和个人消费贷款开展自查工作，重点检查“房抵贷”等资金违规流入房地产市场的情况。

“近期，北京银行业金融机构个人经营性贷款和个人消费贷款规模增长有所加快，个别银行发放的个人经营性贷款和个人消费贷款存在违规流入房地产市场用于购房的情况，这类行为不符合房地产调控的政策要求。”北京银监局相关负责人表示，为进一步规范北京地区房地产市场金融秩序，巩固前期房地产市场调控成果，后续将重点检查“房抵贷”等资金违规流入房地产市场的情况。

近期，部分银行推出了30万元至50万元的纯个人信用贷款，其中，有些对贷款用途并无特殊规定。北京地区部分房屋中介变相协助提供首付贷的消息也在



市场中流传。这些屡禁不止的“灰色通道”引发监管部门再出重拳。据了解，此次处于监管风暴“中心”的“房抵贷”，是借款人以房产抵押作为担保，向银行申请一次性或循环使用的贷款，贷款用于装修、购车、留学、旅游等消费用途。随着监管靴子落地，此类业务或将遭遇“冰封”。下一阶段，北京银监局、人行营业管理部将视银行业金融机构自查情况，有针对性地开展专项检查，对于检查发现的问题，依法依规从严处理。(范晓)

北京启动旅游检查整治专项行动



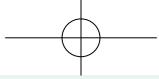
北京市旅游委近日通报，将在全市旅游行业启动为期两个月的“两检查一整治专项行动”，即市场秩序大检查、安全隐患大检查和旅行社销售旅游套餐与出境游押金清理专项整治行动。

专项行动将采取企业自查、专家检查、联合检查等形式，在全行业深入开展隐患排查治理工作，确保行业安全生产大检查“查隐患、严治理、防事故、保安全”的工作目标落到实处，例如对重点旅游景区大型游乐设施、景区古建筑以及野生动物园、玻璃栈道、蹦极、索道等高风险旅游项目开展行业安全检

查，以及对公园景区开展联合检查。

市场秩序方面，据市旅游委执法大队相关负责人介绍，近期将会同旅游警察、交通、工商、城管、网信、税务等部门开展针对旅行社、旅游车辆、虚假旅游网站、旅游商店和各类演艺场所的专项检查，深入查处和打击虚假宣传、非法揽客、诱导购物、强迫消费等违法行为；以电子行程单为抓手，采取“源头和末端”一体化治理举措，加大对交通枢纽和重要来京游客集散区违法行为的查处；指导和督促各区在主要点位和重要景区设立旅游综合执法检查站，增强一线执法的频率和力度，拓宽游客投诉维权渠道。

旅游执法部门提醒广大来京游客，来京旅游请选择正规旅行社，既可登录市旅游委官方网站，也可选择途牛“一日游”服务平台，或拨打旅游集散中心电话010-83531111进行咨询或报名。同时在京参团旅游时，一定要核实旅行社资质，并签订有效合同，索要正规发票，以便在行程中遇有问题时可有效维护自身权益。(潘福达)



维权人物

Activist character

平凡岗位上的“维权标兵”

——记大兴区消费者协会干部陈勇



陈勇，2000年进入北京市大兴区消协工作。在这个平凡的消费维权岗位上，他一干就是17年。通过不断学习和认真探索，他积累了丰富的消费维权实战经验。凭借严谨的工作态度和熟练的业务技能，他化解了大量消费者和经营者之间的消费纠纷。17年来，经他调解的消费纠纷达2万 multiple 件，为消费者挽回经济损失89万余元。由于业绩突出，陈勇多次被评为大兴区消协“优秀调解员”和“维权标兵”。

17年来，陈勇接到的消费咨询不计其数，每一次受理投诉，每一次面对消费者，他都热情接待，认真负责，力求做到让每一位消费者满意。2016年9月6日，有家长到消协投诉，称其花20元买票，让6岁的孩子超市内儿童游乐场玩耍。但孩子不慎从场内充气城堡跌落，导致头部受伤。游乐场负责人支付300元治疗费后，拒绝赔付营养费以及孩子误课等其它费用。

接到投诉后，陈勇迅速赶到游乐场进行勘查，随后约见双方当事人调解。起初，游乐场方坚持认为，家长没有尽到监护责任，才导致孩子摔伤，况且其已经支付了医疗费，不同意再支付其它费用。陈勇耐心听完双方的意见，结合自己的调查结果指出，游乐场未在经营场所标明警示标志，经营器械底部不稳，导致孩子在顶部蹦跳时落脚不稳跌落，应该负主要责任，而家长也确实负有一定的监护不到位的责任。通过调解，最终游乐场赔付消费者营养、补课等相关费用8000元。双方都对调解结果表示认可，消费者更是向陈勇表达了谢意。

为更好地开展本职工作，陈勇每月定期对辖区内消费者投诉情况进行统计，认真分析总结辖区消费维权集中出现的问题，对可能出现的群体性投诉进行预判，及时上报并提出解决对策，注重从源头做好预防工作，有效避免消费争议事

件的扩大化。对于消费者和经营者对事实没有争议的、消费者路途较远或出行不方便的简单小额消费纠纷，他一般采取电话调解，促使双方达成一致意见，实现消费纠纷快捷解决。而针对短时间内多次被投诉企业，陈勇会在第一时间约谈其主要负责人，指导企业规范内部制度，提高服务质量，合理解决消费纠纷。

陈勇有时也感到部分投诉涉及金额大，调解难度高，如房地产中介、房屋装修、购物场所导致意外伤害等，但他从来没有向困难屈服。在调解工作中，他常常换位思考、将心比心，最大限度地保护消费者合法权益，同时维护经营者的合法利益，促进问题更快解决。他将每一次调解工作，视为消费维权法律法规和消费知识的普及与培训机会，在调解过程中注重法规宣传，尽量为双方创造良好的沟通平台，促使双方缩小分歧，达成和解协议。同时引导消费者理性维权，提出合理诉求，避免要求过高造成维权失败。

看似寻常最崎岖，成如容易却艰辛。17年的默默坚守和无私奉献，让陈勇收获了丰富的维权经验和大家的一致好评，收获了几多欢笑与泪水，收获了无数感动与感激。在未来的消费维权工作中，他将继续保持积极上进的工作精神，严谨细致的工作态度，一如既往地为消费者做好服务，为营造公平放心的消费环境而努力。



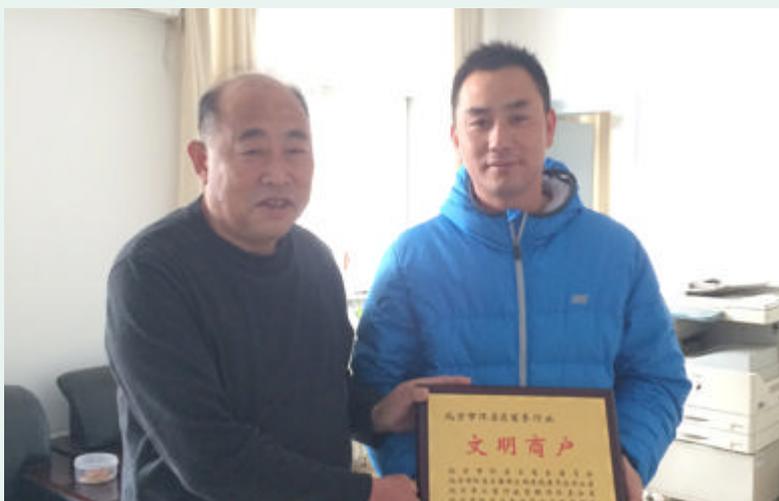
“有事找老郝”

——记怀柔区消费者协会龙山分会会长郝和平

郝和平，北京市怀柔区消协龙山分会会长，一位在基层消费维权岗位坚守了20多年的消协人。20多年来，他耐心处理每一件消费者投诉，认真总结各种消费维权经验，用实际行动维护着广大消费者的合法权益。在郝和平的带领下，龙山消协分会每年处理的消费者投诉，不论是调解件数、办结率、办结速度，还是为消费者挽回的经济损失，在全区各分会中都是第一名。

每次受理消费者投诉，郝和平都热情细致，一丝不苟，尽可能地为消费者解决各种问题。为解决消费者投诉找不到门、见不到人、损失难以挽回等问题，他带领龙山分会全体消协干部实行无假日工作制，全年每一天都是受理消费者投诉的工作日，同时提出“有诉必接、有诉必查、有诉必办、有诉比果”的工作标准。在调解过程中，他坚持平等、自愿原则，力争让消费者和商家双方满意。

2011年4月，消费者葛女士在一家大型建材市场购买了6组散热器。2013年11月，葛女士发现，安装在客厅的散热器发生漏水问题，导致客厅地板被泡。葛女士与商家协商后，商家为葛女士更换了一组新的散热器，并赔偿了葛女士相应经济损失。但2016年2月24日，葛女士客厅内的暖气片再次发生漏水问题，此次漏水非常严重，不但造成葛女士家新装修的地板和新买的沙发被浸泡，而且造成楼下邻居家天花板漏水、墙皮掉落等严重后果。



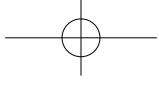
商家以葛女士已接受过一次更换和赔偿为由，拒绝再次赔偿。接到消费者投诉后，郝和平当即与市场主办方、代理销售商家和品牌总公司取得联系，经过多番沟通，商家最终同意为葛女士更换暖气片，并赔偿了经济损失。

为了更好地服务消费者，郝和平经常专心学习有关法律法规，搜集有关案例对照分析研究，熟练掌握和运用各种维权工作本领，不断提高对新情况新问题的处理能力。他还注重对保护消费者合法权益工作的理论研究，撰写大量信息、调研报告和理论研讨文章，先后有多篇文章在各类媒体刊物发表，还有上百条信息被各级刊物采用。

多年来，郝和平积极协调相关职能部门参加普法宣传活动，充分发挥怀柔区委宣传部、技术监督局、卫生局、商委、烟草专卖局、环保局、食药局等单位的协调作用，扩大消费维权工作队伍，

提高维权工作效率，加强消费维权宣传力量。他多次深入辖区各大商场、超市、市场和大型企业开展法律法规“宣传课堂”活动，通过典型案例，以案说法，讲解消费维权知识，从不同层面加大消费维权法律法规的宣传力度。为了发展和培育企业加入消费维权绿色通道，郝和平不厌其烦地深入企业宣传和动员，倡导企业诚信经营，维护消费者合法权益。他先后走遍了辖区内的上百家大型企业，最终使辖区内的绿色通道成员单位由原来的3家发展到现在的29家。

热情接待消费者投诉，耐心帮助经营者提高服务水平……郝和平用自己的真诚和汗水赢得了大家的广泛赞许，不仅是消费者遇到问题乐于找他帮助解决，而且经营者遇到复杂的消费纠纷，也乐意找他协助处理。久而久之，“有事找老郝”已经成了龙山分会辖区内百姓的一句口头禅。



丰收

旅行社“失联”暴露行业风险隐患

北京青扬五洲旅行社有限公司(下称青扬五洲)人去楼空,不少赶来咨询或投诉的游客都吃了闭门羹。8月30日,不少被欠款的消费者告诉记者,“青扬五洲突然停业关张,现在处于失联状态,甚至办公资产已被员工搬空作为工资补偿,害苦了我们这些游客。”据不完全统计,涉及人数达数百甚至上千,涉案金额巨大。目前,游客已经陆续报案(8月31日《北京娱乐信报》)。

旅行社“失联”事件发生过多起,这次或许是最严重的一起事件——涉及人数众多,涉案金额巨大。综合相关报道来看,受害者中既包括消费者,也包括该旅行社员工。消费者的损失是已经缴纳的押金和旅游费用无法拿回,员工的损失是被拖欠两个月的工资。如今,很多消费者已选择报案,期待警方能够早日找到“失联”的企业高管,努力把损失降到最低。

这一事件刚被曝光,很多详情还有待披露。就目前媒体报道的信息看,该事件至少暴露出国内旅游行业存在的三大风险隐患,值得我们高度警惕。首先,部分旅行社不恪守诚信守法经营的为商之道。近年来,旅行社“失联”事件已发生多起,而每一起事件背后都有一批受害者。这说明部分旅行社管理人员既没有职业道德,也缺乏法律意识,最终卷走消费者钱款而一走了之。

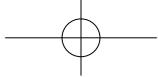
其次,部分消费者也缺少风险防范意识。多起类似事件发生后,国家旅游局去年对出境游保证金进行过规范,比如规定“签订由旅行社、旅游者、银行参与的出境游保证金三方托管协议”。如果游客都要求按规定操作,旅行社应该难以卷走押金。另外,青扬五洲还销售理财产品,很可能没有相关资质,如果消费者事先擦亮眼睛,或许不会购买它的理财产品。

更重要的是,法律监管缺少应有防范。虽然现行旅行社条例规定,经营国内旅游业务和入境旅游业务的旅行社,应当存入质量保证金20万元;经营出境旅游业务的旅行社,应当增存质量保证金120万元。但从这一案例来看,这点质量保证金远远不能弥补旅行社“失联”带来的损失。是否有必要提高质量保证金标准?

此次事件与不久前发生的海涛旅游“押金旅游”事件还暴露出同一个问题,即旅行社提前收取款项进行投资盈利,再返还消费者押金。这一旅游金融模式存在极大风险,但现行法律法规对此缺少规范,由此造成监管缺失。用旅游专家的话说,这种模式尚处于模糊地带,缺乏有效监管。若不及时完善法规、强化监管,不排除“押金旅游”事件还会继续上演。

此外,这一事件或涉及多种违法。比如青扬五洲“失联”没有履行合同,涉嫌违反合同法。有法律专家还指出,有可能存在无证经营、非法集资、诈骗等问题,涉嫌违反刑法等法律。显然,这对其他旅行社是一个警示,对旅游监管者也是一个提醒。不过,最终能否依法追究相关责任人的责任,还取决于能否找到“失联”的旅行社高管。

日前发布的《中国国内旅游发展年度报告2017》指出,国内旅游市场继续维持12%以上的高速增长,预计2017年国内旅游收入达4.4万亿元。旅游已经成为很多消费者的重要生活内容,但其权益是否得到有效保障,值得我们反思。另有报告预测,互联网旅游金融服务将成为带动旅游市场增长的主要力量。笔者认为,对其监管的脚步不能滞后于旅游金融发展的脚步。(据法制日报)



别让洋品牌钻了我们的法律空子



魏英杰

近来，多个汽车洋品牌纷纷遭遇“召回门”，宝马、奔驰、路虎、雷克萨斯、大众均榜上有名。其中，大众以召回180万辆缺陷汽车创下召回之最，令人咋舌。

细心看的话，大众这次大规模召回的背后其实是有故事的，其召回的车型中包括了从2007年到2015年生产的车辆。这意味着，为了等这次召回，部分中国车主已经等待多年。这要是放在国外怎么可能发生？

洋品牌在召回时玩双重标准，并不局限于汽车领域，像三星、宜家、麦当劳、强生等品牌都这么玩过，不少跨国企业因此在中国国内引发强烈质疑。比如三星Note7手机，爆炸事件发生后一度在中国并未召回；宜家在北美召回超过3000万个“夺命抽屉柜”的同时，对中国的同款产品却明确表示不召回；强生在国外召回数十次产品，也是有意无意遗漏了中国市场……

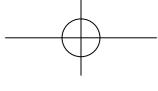
这些事件自然引起了国内消费者的强烈不满，涉事企业也往往被有关部门约谈。但说实话，等到公众表示强烈不满或有关部门约谈后才作出回应，其诚意已大打折扣。那究竟是什么原因让这些洋品牌敢于冒犯中国消费者，不将其正当合法权益放在眼里？双重标准就是区别对待，区别对待的背后或多或少有在歧视心理。因此，实行双重标准的洋品牌往往被国内公众认为是不重视中国市场、漠视消费者权益。但事实上，上述洋品牌在中国市场的份额都不算少，像三星手机在中国国内就曾多年占据销售量第一的宝座，所以漠视中国市场应该不是洋品牌实行双重标准的主要原因。

认真梳理洋品牌历次回应可发现，声称相关产品符合中国质量标准，往往是其不召回的主要借口。这种说法固然违背了同等对待消费者的原则，但也不能说是强词夺理。这些洋品牌实际上是利用了中国的质量规范不健全的漏洞，行歧视中国消费者之实。例如宜家在中国不召回“夺命抽屉柜”，给出的理由就是，其在中国销售的抽屉柜符合中国相关国家标准。言下之意，谁让你们自己的法规不写明白呢！

再者就是钻中国的召回制度不完善、惩罚措施不严厉的空子。召回制度在中国已经不能算新鲜事物，但在立法层面多年来一直在改进之中，直到去年我国才开始实施《缺陷消费品召回管理办法》，法规的滞后也给了这些洋品牌可趁之机。

此外还要承认，有些事情在目前我们自己还难以做到，所以也很难指望洋品牌能做到。比如麦当劳上个月宣布，将要求全球的肉鸡供应商开始逐步停止使用人类抗生素，但中国并未出现在第一批名单中。这引起了很多中国消费者的不满。但不得不说，以中国在养殖业中的抗生素使用现状，确实很难做到这一点。这意味着，麦当劳一旦作出类似承诺，很可能在中国采购的每一批肉鸡都需要召回。

所以，我们在谴责洋品牌实行双重标准的同时，也不能不加快法规健全和措施改进，把自己的短板补齐，这样才能堵住洋品牌的嘴，不给其可趁之机。当然，哪怕中国在一些产品的标准规范上尚不完善，也不该是洋品牌耍弄双重标准的理由。还是那句话，标准或有高低，生命却无贵贱不同。无论从维护消费者权益的角度，还是从法律的根本精神以及企业的长远发展来讲，实行双重标准都是在搬起石头砸自己的脚。（据钱江晚报）



五星酒店不换床单怎让消费者放心

秦宁

《五星级酒店，你们为什么不换床单？》连日来这篇文章刷爆网络。该文由自称独立评测机构发布，同时附有时长6分钟的视频，称在北京5家知名五星级酒店均发现卫生问题。据报道，北京市旅游委已开始约谈报道中涉及的5家酒店，了解核实情况。同时，卫监部门已对此事展开调查，本周内将检查北京所有五星级酒店。

“当你的被窝残留着别人的体温，当你的水杯残存着别人的吻痕……”一众网友在愕然的同时也满怀悲愤，难道我们住酒店必须自备被褥？问题是，床单不换，水杯清洗吗？毛巾会否更新？此前不是有媒体披露有的保洁员用毛巾擦洗马桶？

《公共场所卫生管理条例实施细则》第十四条明确规定，公共场所经营者提供给顾客使用的用品用具应当保证卫生安全，可以反复使用的用品用具应当一客一换，按照有关卫生标准和要求清洗、消毒、保洁。换言之，无论是五星级酒店还是非五星级酒店，主动换床单都属硬性规定，不能打折。

床单事件点燃了消费者的疑虑：我们出门在外，住得放心吗？联系到不久前海底捞后厨“鼠辈”横行，消费者会问：我们吃得放心吗？连知名餐饮企业都如此，遑论一般。再联系到不久前云南旅游事件，游客到知名景区本是看风景图个开心，却莫名被打，我们还能玩得开心吗？

稍加梳理可知，在吃、住、行这三方面，消费者都无法放心，更不要说开心。也许这几起热点事件只是个案，但是个案都极有典型性。他们的共性有两个，一是都与知名有关——知名酒店，知名饭店，知名景区；二是都与老百姓基本出行息息相关，如果吃住行都没有安全保障，老百姓还敢出门在外吗？

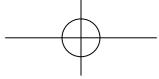
这些事件发生后，监管部门都没有沉默，而是第一时间表态，并积极履行职责。但也应看到，这种事“救济”究竟能发挥多大威力？不出事不过问，出事后必出手，可是消费者已经承受了损害。

海底捞的后厨，消费者看不见；五星级酒店客房是否清扫达标，消费者也看不见。如果不是记者暗访，谁能想到海底捞的后厨乱象丛生？如果不是相关机构暗访，谁能想到五星级酒店连床单都不更换？更不更换，消费者察觉不了，公众更是不可能发现，也就不会有追责，这就为相关人员胡作非为预留了空间。

事发后有的酒店态度暧昧，比如北京三里屯洲际酒店表示，无法核实报道准确性。这样的表态缺乏诚意，能否彻底整改让人不敢乐观。对于换床单这事，一定程度上是保洁员的良心活，既需要企业内部严格规范，更需要强化外部监管。

在常规监管之外，监管部门不妨创新监管方式，比如引入暗访制。既然相关机构可以暗访，监管部门更有权也更有资格暗访。还可以聘请外部人士暗访，以及激活企业的内部举报机制，重赏企业内部举报者。这样的逻辑模式同样试用餐饮企业，既然后厨状况不为人知，监管部门可突击检查，以及与媒体合作，派记者暗访等等。

据报道，早在9月3日上述视频刚刚发布之初，北京市卫生和计生监督所已经同步公布今年夏季对全市691家快捷酒店的检查结果，其中46家卫生不合格，35家被罚款，并对35家不合格酒店负责人进行了集中约谈，要求其加强管理。约谈是一个层面，处罚是另一个层面。对那些屡教不改的餐饮企业和知名酒店，能否施以重手，罚得让其长记性，处理得让其不敢再乱来？（据人民网）



让失信卖房者得不偿失



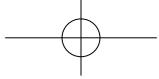
刘 劭

2015年至今年年初，北京二手房房价连续上涨，受利益驱动和政策影响，法院受理的房屋买卖合同纠纷案件数量持续攀升。9月6日，昌平法院召开新闻通报会，通过分析2015年至2017年上半年房屋买卖合同纠纷案件的审理情况，对二手房买卖的纠纷案例和成因进行了分析，其中因房价上涨导致卖方违约成本降低，成为二手房交易纠纷的一个突出原因（9月7日《新京报》）。

不可否认，房产是大多数城市家庭的主要财产，涉及房产矛盾纠纷直接影响家庭财产的安全性，影响房屋交易市场的正常秩序。所以说房屋买卖合同纠纷是涉及家庭和社会稳定和谐的重要问题，必须引起高度重视。二手房交易当中，房屋没有过户之前，交易的风险全部在买房者这边，如果在交易期间房屋涨价，卖房者就可能受利益的驱使，在合同签订之后“坐地涨价”或者直接毁约。报道中就有法官指出按照交易惯例，房屋买卖合同约定的违约金为合同价款的20%，而一旦房价上涨过快、涨幅过高，违约成本便会低于房价上涨带来的利益，为了最大化地获取利益，卖方会选择违约或者阻碍合同继续履行。既然房产交易关乎群众的切身且重大的利益，交易当中的不诚信行为就属于重大失信行为，同时也是违法行为。不少毁约的卖房者想当然地认为，不诚信的代价就是支付合同价款的20%，只要房屋涨价的数额超过违约金数额，自己则稳赚不赔，如果买房者对自己的耍赖行为知难而退，可以获得的利益更为可观。

如果让那些卖房子的耍赖者们都稳赚不赔，签好的合同说作废就作废，谁还敢购买二手房，谁还愿意选择诚信交易。根据合同法的基本要求，合同约定的内容只要合法合理都应该遵守，合同没有约定的内容则要按照法律规定处理。如果房屋买卖合同是双方当事人真实的意思表示，且未违反法律的强制性规定，不存在不可抗力因素，法院确认其合法有效的，对双方当事人均具有约束力，双方当事人都有继续履行合同的义务。在司法实践中，卖房耍赖者基本都是丢了诚信又赔钱，既要继续履行合同配合买房者过户，又要按照约定赔偿违约金。大量的案例证明，二手房交易中，卖房者不要对违约心存侥幸，买房者也不要对违约逆来顺受。另外，行政监管部门要强化对房产中介的监管。房产中介不能为了赚取佣金，隐瞒相关信息，如果因此导致房产交易遭遇不可抗力因素，房产中介应该赔偿交易不能所造成的损失，并且要接受行政处罚。房产中介应该成为防范交易纠纷的力量，而不是矛盾纠纷的制造者。

让卖房耍赖者继续履行合同、赔偿违约金，就是让违约者在经济上得不偿失。此外，对于卖房者的不诚信行为还要进行惩戒，让其追悔莫及。既然卖房毁约是重大失信行为，信用惩戒的力度就应该与之相匹配，让不诚信者在贷款、开公司、求职等一系列经济活动中受到限制，自食不诚信行为带来的苦果。（据法制日报）



预付消费，谨慎而为



近年来，预付费式消费因其便捷、优惠、快速回笼资金等原因吸引了众多消费者、经营者的选择，广泛用于健身、美容、餐饮、洗车、按摩、洗染、教育培训等服务领域，然而相对于传统的“钱货两清”的消费方式，预付费式消费具有一定风险性，相应的投诉也居高不下。大量纠纷的存在，不仅损害了广大消费者的合法权益，也干扰和影响了规范经营者的正常经营。

首都工商12315中心消费预警数据显示：近一段时间，预付费消费引发的消费投诉呈现增多的趋势，主要集中在餐饮、美容美发、健身、洗车等生活消费领域。虽然这种预付费式消费可以享受到商家的优惠，但是也存在着诸多的风险，请大家谨慎办理。

对于预付费消费，相关政府部门制订了法律规范，比如《单用途商业预付卡管理办法（试行）》对于各种预付卡的有效期限、商家的责任等内容都作了明确的规定。

预付消费五大陷阱

1、服务优惠不兑现。

商家通常以免费体验和巨额折扣优惠为诱饵吸引消费者，许多消费者在购买会员卡后，才发现实际接受的服务与宣传不符。而商家通常以“会员卡”卡片上的“最终解释权归本店所有”、或者以带有限制消费者权

利和对商家免责的不公平格式条款的合同来减轻、逃避损害消费者合法权益后应承担的责任。

2、消费卡使用条款欠公平、合理。

一些消费卡的使用条款当中带有限制消费者权利，故意减轻或逃避损害消费者合法权益所应承担的责任等痕迹。当一些消费者要求退卡时，商家却声明“一经售出，概不退款”。甚至，很多商家在预消费卡等注明遗失不补。这是霸王条款中最为严重、也是最为常见的一种。

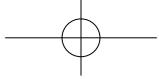
3、企业解散、倒闭、转让后无法享受优惠。

以经营者更换为由拒绝继续为消费者提供服务、或者经营者停业、弃业，致使会员卡变为一张废纸，消费者的损失难以追回。消费者对商家的经济状况并不了解，在经营者破产、倒闭等情况下，消费者的合法权益很难得到维护，甚至可能面临不法经营者借机诈骗、携款外逃等风险。

4、商家口头宣传内容与实际不符。

商家以免费赠送诱导消费者办卡或以甜言蜜语诱骗消费者购买消费卡，在办卡之前经营者将服务内容和承诺说得天花乱坠，一旦办好卡，消费者并未得到承诺的实惠，有时甚至比单付现金还要高。而商家这些甜言蜜语并未落在纸上，使得消费者维权困难。

5、消费者存在隐私泄露风险。



在预付费消费的领域中，有些商家会要求登记消费者的个人信息，这些商家为了经营与审查身份的需要可以登记消费者的个人信息，但个人信息作为消费者最基本的隐私，经营者有义务保障个人信息的安全。然而近些年来，消费者个人信息外泄问题日趋严重，甚有愈演愈烈之趋势，经营者为了获取大量利益也肆无忌惮地利用或擅自使用消费者的个人信息的现象普遍存在。

“预付消费”注意事项

一是消费者增强自我保护意识，会员制等约定预付消费选择知名度高、信誉度好的商家。

二是一次性购买金额不宜过大，应选择金额小、期限短的预付卡消费，并应尽快在约定期限内消费；

三是对一些金额大、时效长的预付卡，办卡时要签订书面合同，定期核对消费记录和金额，以防卡内余额“不明”缺失。

四是掌握预付约定消费的期限、价格、质量、管理等条款的文字凭证，不要轻信商家的口头承诺。

五是消费者在办卡时还要查验商家经营资质、营业执照，尤其要注意查看实际悬挂的招牌上的名称与其营业执照上登记名称是否一致。

六是一旦选择了某一种预付约定服务，应按照预付约定条款及时消费，并注意保护自己的合法权益，发现异常要及时向有关行政部门咨询或投诉。

首都工商温馨提示

在消费前，消费者应当与经营者就预付费类商品的服务、价格等事项达成一致，并留好相关凭证，用以维护自身的合法权益。

如遇到预付卡消费纠纷，根据《单用途商业预付卡管理办法（试行）》，消费者可以拨打12312热线向北京市商务委员会反映零售业、住宿、餐饮业和居民服务业的消费问题，也可拨打12315、96315消费者投诉举报电话向北京市工商局、北京市消费者协会进行投诉举报，涉嫌经济诈骗的，应向公安110报案。（首都工商）

大学新生入学消费应理性

暑期即将结束，大学新生也即将报到，大学生作为一个庞大而特殊的消费群体，对消费引领和拉动起到积极促进作用。尤其是在异地上的大学新生，这些学生们从以往的家代劳消费转变为现在独立消费，容易在消费中出现问题，甚至受到权益损害。陕西省消协提醒大学生消费者注意以下几方面的问题：

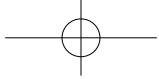
理性科学消费，不可盲目攀比。要根据实际需要选购学习用品及电子产品，不可盲目攀比。对经营者在开学前的进行各种学习用品的促销活动，需理智理性对待，不要被商家打折促销或赠送礼品等活动所诱惑，而购买一些不适用或暂时不需要的商品。若需要购买，一定要了解商品打折减价的原因，并当场查验货品确认后付款。

网络平台消费，选择正规网店。大学生在进行网购时，要选择正规、有经营资质的购物平台，核实该平台是否具有工信部的ICP认证标志，查看是否有工商部门红盾标志。要选择信誉好的网店，要注意辨别个平台网店恶意炒作、刷高信誉度的不法经营行为，可以通过查看购物网站的评论和网上商店的销售记录来鉴别，并

向卖家了解商品的售后服务，避免受骗。

掌握金融知识，不可随意办卡。使用信用卡虽然给消费带来了方便，但也要承担一定法律责任。大学生办理信用卡前应当充分学习掌握使用信用卡的金融知识，考虑自身经济条件和实际消费需求，不能一味追求高透支额度；办卡后要使用主动了解使用规则，消费后要在规定期限内及时足额还款。要注重保护好个人资料，包括：姓名、生日、证件号码、家庭电话、住址等，要注意甄别银行要求确认资料的电话、短信等信息，以防止不法分子假冒银行工作人员骗取个人资料。大学新生应当首先选择采用校方推荐的银行储值卡，加强社会锻炼，培养正确合理使用银行卡的消费习惯。

学习维权知识，加强自我保护。要主动学习消费维权法律知识，提升高自我保护能力。实体店消费，要向经营者索要发票等购物凭证和服务单据；网络购物时要主动保留所购商品的网页截图、与卖家的聊天记录等信息，可作为维权证据。发生消费纠纷，可以通过与经营者协商和解，或向相关部门和消协组织进行投诉。（陕西省消协）



选购热水器“五看”很重要



随着气温不断升高，市场对热水器需求量不断攀升，根据12315投诉数据显示，近期有关热水器的消费纠纷明显增长。在此，工商部门提醒广大消费者选购热水器需“五看”：

一看安全性。消费者在选购热水器时，考虑热水器基本的安全性能，如生产厂家是否有3C认证标志、是否有接地保护、防干烧、防超温、防超压装置四项常规保护等；此外，考虑到电热水器长时间使用后老化与耗损可能带来的安全隐患，因此要使用具有定期保养功能的水器。

二看除垢功能。由于热水器长时间在70-80摄氏度的水温状态下工作，即使是水质好的地区，电热水器内胆中的阳极棒消耗有效性也会降低，不及时保养会出

现水中杂质侵蚀内胆的现象。因此，除垢功能显得尤为重要。

三看水量及热效率。最好选择速热、储热“二合一”的产品，因为这样可以源源不断提供舒适热水，便捷洗浴。以往储水式热水器，加热速度慢，供水量大则需要机身庞大的储水箱；即热式热水器虽然加热速度快，但出水相对较少，造成的电压负荷也大。因此，选择带“快进键”的热水器，其特有速热变容、MAX增容系统能大幅提高加热效率。

四看节能。热水器使用频率高，节能的热水器更省钱。选择节能热水器可从三点入手：一是选择具有快速加热技术的产品。二是选择那些达到一、二级能效标识的产品。三是选择可以智能节能的产品。

五看保温效果。考虑到电热水器内部保温效果对耗电量的影响，消费者在选择产品时要看储水箱保温效果，以实现在待机状态下的减少热量损失，减少再加热次数及用电量。一般情况下，在电热水器能效等级相同情况下，保温层越厚、保温材料的密度越高则保温性能越好。现在有的产品已经使用环戊烷材质的保温层，这种材料不仅保温效果更好，而且材质更加绿色环保。（北京市工商局）

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。

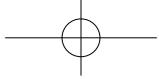
常见手机消费陷阱有：一是商家隐瞒合约机信息。消费者在交完手机款后，商家才告知消费者购买的是合约机，需要办理固定的套餐方能正常使用。

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）





买空调免费、收费项目都要问清



近日，太原市消协发布消费警示，提醒消费者选择信誉好的品牌，书面约定送货期限，免费、收费项目都要问清。

四大烦心事

据消费者的反映和投诉，购买使用空调有四大烦心事：即空调品牌类型多，消费者选购时难以抉择；卖场销售人员承诺送货与安装时间与实际有差别；同一时间购买的空调使用时间差不多，但氟利昂的使用期却有可能不一样；空调已经送来，却由于销售旺季，安装人员迟迟未上门安装，空调在家放着用不上。

书面约定送货时间

为了使消费者购买到适合自己的空调，并保护好自已的合法权益，太原市消协警示提醒消费者，首先，购买空调要选择大型商场、信誉口碑好的品牌及售后。在专业的概念里，1匹的准确含义是制冷量为2500瓦/小时，消费者在选购空调时不要只看商家介绍的匹数，而应该以产品标牌上标定的功率为直接参考数值。根据房屋结构不同，可以依据房屋面积每平方米100瓦/小时-130瓦/小时为准，选择适合自己房间的空调。此外还应认真考虑其他环境因素影响，如房屋隔热、密封良好、门窗面积和朝向、是否顶晒等情况选择空调，条

件越差，制冷量相应需增加。

现在正值空调销售旺季，许多空调厂家及卖场出现了排队安装情况。因此，消费者购买空调时应与商家书面约定送货期限及超期处理措施；收货时要查验型号是否相符，零配件是否齐全。

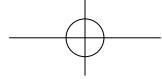
购买时，消费者一定要详细了解商家的免费安装项目，对可能有争议的加长空调管、室外机支架等加收项目和标准，也要书面注明，同时对加收的费用谨记索要收费票据。

有故障找品牌售后

已经安装的空调（包含已过三包期）如果出现不制冷、不启动等故障问题，一定要在第一时间联系该品牌的全国售后电话，售后电话可在三包卡查看或者登录该品牌的官网查询，部分品牌在太原市消费者协会微信公众号及网站也可以查询。切不可盲目地在网上随便查询到电话号码直接拨打。

同时，一定要查看上门维修工作人员是否佩戴工作证及穿着工装。如果空调需加氟利昂，应在增加之前留意氟利昂压力表，加完之后再留意查看。氟利昂在增加之前应与维修人员协调好价格，以免产生消费纠纷。

（太原市消协）



老年人旅游消费八注意



随着我国老龄化社会进程的加快，旅游消费领域老年消费所占比例越来越大，老年旅游消费问题也日益突出，一些不法旅行社利用老年人信息不对称、认知能力弱等特点，通过虚假宣传、设置消费陷阱等手段，骗取老年人财产。为了引导老年消费者科学理性消费，切实维护老年消费者合法权益，昆明市消费者协会提醒广大老年消费者，选择出游前应注意：

一、老年人参团旅游首先要选择正规的旅行社。老年消费者应选择规模较大、资质齐备、信誉良好的旅行社，这类旅行社在管理和服务以及维护消费者权益方面更加规范，一旦出现问题，其责任承担能力也要远远优于小旅行社。老年人不要轻信“低价”“离奇”的旅游团，因为可能存有陷阱。

二、出行前要与旅行社签订旅游合同。出行前要签订旅游局统一制定的规范的、符合旅游者合法权益的旅游合同，这是维权的有力依据。要仔细阅读合同条款，详细了解旅游行程安排，如果发现旅行社的合同有明显不合理之处，一定要据理力争，切不可盲目签约。若旅行社拒签合同，其中可能藏有“猫腻”，消费者更应慎签合同。消费者在签订合同后一定要保存好合同原件和相关缴费凭证，作为日后维权的依据。消费者还应注意，付款的同时应要求旅行社出具正规票据，如果参加出境游，缴纳出境游保证金应选择银行托管方式，以保障资金安全。并签订书面合同。

三、出行前应做足做细准备工作。老年人出门旅行绝不可说走就走，最好去医院做个简单体检，开一些必需药品，随身携带，防患于未然。有特殊疾病的老年人还应注意随身携带对症药品备用。在旅途中身体有明显不适则应及时告知导游并与家人联系。此外，老年人出

游还应注意自身身体健康状况，对自身不能承受的旅游项目不要盲目参与。

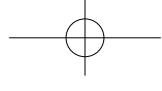
四、要注意团购价背后的陷阱。有的旅行社会以“团购价”“低价团”“优惠团”等广告来吸引老年人，但在签订合同时却又调高价格，老年消费者在选择旅行社时，切莫轻信其口头承诺，一定要仔细阅读违约责任等内容，对消费者权益方面的条款，尤其应格外留意，如果发现有限制消费者权利、减轻经营者责任的格式条款，一定要要求对方修改，并签订书面合同。

五、要注意旅游购物陷阱。旅途中购买地方特色商品，一般应到当地正规商场购买，路边小店及景区内的土特产、纪念品最好不买或少买。尽量不要在旅游地购买价格昂贵的金、银、珠宝、玉器等贵重商品，否则一旦出现消费纠纷，很难维护自己的合法权益，老年人尽量做到理性消费、文明消费。

六、要注意天价餐饮陷阱。旅游过程中，要强化风险防范意识，在旅途中就餐时要尽到自身的“注意义务”，尽量避免“价格陷阱”，把价格和计量单位问清楚，再接受服务。如果在就餐时出现权益受损情况，要合理控制情绪，先与经营者协商。若协商不成，选择报警。要学会在保障自身安全的情况下，尽量把所有能够证明损害自身合法权益和商家构成欺诈的证据保存好。

七、要避免免费旅游的购物陷阱。“免费旅游”是一些不法旅行社设置的陷阱，在不少城市都出现过，是一些保健品公司为进行产品推销而抓住老年人“渴望免费”的心理而组织的。参团后给老年人上仪器、做体检，每个人都能查出一堆“问题”，然后让消费者掏钱买下一大堆保健品。老年人如果有出游计划，应选择正规旅行社推出的老年游项目，同游者年纪相仿，又有保健顾问陪同，玩起来会安全放心和开心，也可避免购物陷阱。

八、要注意境外消费陷阱。在签订出境旅游合同时，对行程安排、购物次数、景点名称都要仔细查看，合同条款要清晰明了，谨防陷阱。随团出境游时，一定要选择有出境游资质的旅游公司，尽量购买高品质的旅游产品。此外，在境外购物尽可能选择知名商场，对偏僻地方的所谓“免税店”提高警惕，不可盲目跟风抢购。因消费被骗要及时向导游求助，争取维护自身权益。



《旅行社老年旅游服务规范》

《旅行社老年旅游服务规范》是国家旅游局为了充分保障老年旅游者的合法权益、规范旅行者的经营行为和服务内容、提高旅行社行业的服务质量而制定的法规，于2016年9月1日起正式实施。以下是对《规范》的部分解读。

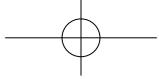
1、连续乘车不超过2小时，游览不超过3小时。

《旅行社老年旅游服务规范》从“吃住行游购娱”这六大旅游要素出发，结合老年人身心特点做出了许多细化规定，力求保证老年游客的旅游体验。《规范》认定，“老年旅游者”即年龄在60周岁以上(含60周岁)的老年旅游产品消费者。由于老年游客体力有限，不适合过于紧凑的日程安排。《规范》提出，整个行程应节奏舒缓，连续乘坐汽车时间不应超过2小时，每个景点应安排充裕的游览时间，且连续游览时间不宜超过3小时。交通方面，《规范》规定乘坐火车或连续乘车超过8小时应安排卧铺，且宜尽量安排下铺，客车上应配备轮椅、拐杖等辅助器具。住宿和餐饮上，《规范》要求宜选择有电梯的饭店，没有电梯的饭店应安排老年旅游者入住三层以下楼层。为了保障老年人安全，《规范》要求，应选择具备紧急物理救护等业务技能、了解一般医疗常识、具有至少3年导游从业经验、做事细致耐心的导游/领队全程跟团服务。包机、包船、旅游专列和100人以上的老年旅游团应配备随团医生服务。在出发前，应采集老年旅游者健康情况等信息，75岁以上的老年旅游者应请成年直系家属签字。此外，在签订合同时，旅行社需要准备《安全告知书》一式两份，并当面为老年旅游者逐条讲解，待老年旅游者理解具体内容后签字，组团社和老年旅游者各留存一份。《安全告知书》应包括旅游活动的潜在风险、旅游行程中的安全注意事项等内容。

2、高龄老年人出游应与旅行社协商决定。

《规范》未就老年人参团作出年龄限制，是否就意味着“老年人参团不设年龄限制，旅行社不得拒绝老年人参团”？专家指出，虽然《规范》没有对老年人出游年龄进行限制，但这并不意味着“旅行社不得拒绝老年人参团”。“旅行社和游客双方是合同关系，协商一致后方可签合同出行。”根据《合同法》第三、四条规定，合同当事人的法律地位平等，一方不得将自己的意志强加给另一方。当事人依法享有自愿订立合同的权利，任何单位和个人不得非法干预。这也就意味着旅行社和旅游者具有平等的法律地位。在民事活动中，合同双方当事人的法律地位平等，旅行社和旅游者就是地位平等的当事人，旅游者固然有参加旅游的权利，也有对旅行社作出选择的权利，但最后能否参团成行，取决于和旅行社的协商，不存在谁必须听谁的问题。《规范》仅是一部旅游业的行业标准，并不具有律强制性。（昆明市消协）





家庭装修六点注意



又将快到家居装修的旺季。为了避免不必要的装修纠纷，合理规避装修风险，提高广大消费者的自我维权意识，放心装修、明白消费，太原市工商局、太原市消费者协会特发布以下消费警示：

一、确认装修主体。现在有很多电话联系业务的装修人员，以各种优惠名义招揽业务。消费者在确定装修前，一定要首先确认该人员所属公司的真实性、合法性，看是否有营业执照、是否具备装修资质，公司是否有固定的工作地址和联系方式，不要被散兵游勇蒙蔽。否则一旦发生消费纠纷，可能会因为装修人一走了之而找不到人，消费者没有投诉主体，无法保障自己的合法权益。

二、选好和核实家装材料。在选用家装公司大包或半包装修时，消费者要和家装公司签订装修合同。要注意在装修材料的使用上，遵守“先检后用”的原则，对所有家装材料在使用前都要认真查验核实清楚材料的品牌、规格、价格、型号、数量，以免出现差错。而且避免选择太便宜或者三无产品（无厂名、厂址、产品名称）的材料。要注意装饰材料中辅料的选择，防止“价格陷阱”。有些

辅料作为赠品，会存在商家以次充好的现象；有些辅料没有写入销售合同，等到开始装修时，经营者会抬高辅料价格。因此，建议消费者在签订合同前，一定要了解所购商品的项目和单价，做到心中有数。

三、签订合同要仔细。家装签订的合同均为装饰公司提供的格式合同，一般对消费者延期付款有约束，但对延期交工没有约束。建议消费者要明确装修期限，写明延期付款和工程延期装修的违约金。

四、变更项目有记录。家装过程中，变更或者减少工程项目是常见的事情，由此引发的消费纠纷也层出不穷，所以在变更或者减少工程项目时，双方一定要协商，做好书面记录，签字认可。

五、索要发票。消费者在家装过程中，凡是支付工程进度款和购买的材料都要向商家索取商业零售发票，标明款项用途和所销售商品的名称、规格、型号、价格等。如发生纠纷，有证据维权。

六、及时维权。如果发生家装方面的消费纠纷，可先与经营者协商，协商不成，要及时到消协或相关行政部门进行投诉。（太原市消协）

开学选报培训课程还须理性

各高校陆续开学，不少学生和家长又开始准备报名各类教育培训课程。今年上半年，全市消保委系统共受理教育培训类投诉2415件，同比上升84.2%，投诉内容集中于虚假宣传、变更合同、贷款纠纷等。在此，市消保委提醒家长，为子女选报课外辅导培训班，还应注意以下情况：

一、口头承诺勿轻信

2016年5月，消费者任女士为让在读初二的女儿“雯雯”中考中取得好成绩，打算提前为其报名为期一年的“中考冲刺班”。任女士在听某教育培训机构“中考不满500分就全额退款”的宣传后，爽快支付了26000元学费。一年中，“雯雯”坚持参加全部培训课程，但2017年6月的中考成绩只有330分，一起参加培训的其他学生成绩也不理想。任女士要求该机构全额退款却迟迟得不到回应。

学习成绩的提高应以校内学习为主，自身的努力至关重要，而课外培训和辅导只是查漏补缺，学生和家切勿本末倒置。面对商家各种宣传噱头应保持理性分析，可通过试听课程后选择适合自身的课程和老师，确保培训课程达到理想效果。对于培训机构的各种承诺约定，家长可在合同中注明。

二、合同变更须谨慎

2017年2月，消费者田先生支付14800元为即将开学的儿子“亮亮”在某少儿英语培训机构



Focus

学习成绩的提高应以校内学习为主，自身的努力至关重要，而课外培训和辅导只是查漏补缺，学生和家切勿本末倒置。

A校区购买了少儿英语初级课程（共96课时）。3月，“亮亮”上完10课后，该培训机构称A校区办学资质即将到期，与田先生协商将培训地点更改至B校区，田先生同意了。6月，B校区仍未通知开课，培训机构称开课时间须等凑齐人数后才能确定。田先生十分不满，认为已经耽误孩子两个多月的学习进度，遂向消保委投诉。

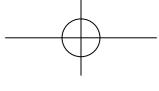
当培训机构提出变更“授课地点”“授课教师”等内容时，消费者应及时与之签订补充协议，明确变更后的授课地点、开

课时间、授课教师、剩余课时、违约责任等权利义务关系。同时，消费者要保留好发票、合同及相关证据，以便及时维权。

三、贷款应量入为出

宋小姐是一名大三的在校大学生，为能在毕业后找到理想的工作，打算借助报“班”进一步提高英语的听说读写能力。当她前往某培训机构咨询时，销售人员的一番推介让她十分心动，但由于没有收入来源，且去过几家银行申领信用卡都无法审核通过，便想放弃。但销售人员称，合作的某网贷平台可以为她提供现金贷款。宋小姐半信半疑地按照销售人员要求的步骤在网贷平台上填写身份证和银行卡信息，几分钟就成功贷款36888元。宋小姐选择了36个月还款期限，但每月上千元的贷款对没有收入来源的她来说，还款还是十分拮据。最终，宋小姐提出退款，但培训机构迟迟不予回应。

目前，不少网贷平台提供无抵押、低门槛、快到账的消费贷款业务，在为消费者解决燃眉之急的同时也暴露出一些问题，如借款人的资信证明、借款人是否具有还款能力等。学生或家长在办理网贷时切勿冲动消费，一方面要选择信誉度高的网贷平台，仔细查看借款合同，了解使用规则、贷款风险等注意事项；另一方面要慎重考虑自身的还款能力，可对每期还款设置提醒以避免逾期产生后续费用，影响自身信用记录。（上海消保委）



如何躲过二手房交易那些坑

买房对于绝大多数普通老百姓来说都是人生中的头等大事，尤其是北京一套二手房的价格动辄都是百万起步，这时候最怕的就是吃亏，可偏偏买房合同中的猫腻很多，一不小心就会掉坑里，甚至惹上官司。记者特此综合了一些中介专家及法务人士的意见，整理了买卖二手房签合同，需要特别注意的事项：

一、合同要正规

首先，合同需要是正规合同，几家比较大的中介提供的合同也都是房管局提供的制式合同。如果不是通过中介，自行交易的二手房，也可以从北京市房地产交易管理网下载二手房买卖的合同范本，具体签约时可根据具体情况，在合同范本的基础上做改动。需要提醒的是，买卖合同大多由卖方提供，买方这时候就要注意，卖方是否做了改动，可提出自己的意见看法。

二、必须所有产权人到场签字

根据相关规定，签署二手房买卖合同，需要注意房本登记上是个人所有还是夫妻双方所有，如果有共有人不同意的买卖合同则是无效的。专家建议，签合同之前做一次产权调查，房子到底有几个产权人，签约时要所有产权人全部到场签字，并核实所有人的身份证件。如果有产权所有人不能来签约，则需要要求此人出具书面的授权委托书。

另外，如果房屋所有权是在夫妻一方个人名下的，根据《指导意见》规定，夫妻一方将登记在其个



Focus

签合同之前做一次产权调查，房子到底有几个产权人，签约时要所有产权人全部到场签字，并核实所有人的身份证件。

人名下的共有房屋，未经对方同意，擅自以自己名义转让给他人，买房人为善意购买的，可以认定房屋买卖合同有效。买房人符合《物权法》规定的善意取得构成要件办理了房屋权转移登记，其他共有人要求追回该房屋的，法院不予支持。

三、确保基本信息真实有效

需要在签字之前确定房产证、身份证、签署合同人要统一。基本信息以产权证上注明的为准，包括地址、门牌号、面积、户型等等，一定要严格填写。其是面积，一定要对照清楚，赠送的面积在合同的“其他条款”中注明。

四、签合同时需要重点关注

具体到签署合同时，需要对付款

方式，包括首付款、尾款、付款时间、付款条件、税费谁来承担等做出详细的规定，简单说就是一切和钱有关的环节，都应该写入合同。

另外，二手房还要注意确定交房的时间和条件，比如一定期限内原房主搬出，清空房屋等。

还有就是物业费、水费、燃气费、电费等生活费用要提前写入合同，如果有拖欠要写清楚何时交清，如果发生纠纷算谁的责任等。

最后对于购买学区二手房的购房人最应该注意，就是明确规定好过户时间和原房主户口迁出的时间。

五、明确违约责任

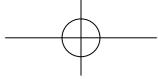
俗话说，丑话说在前头，为了保障自身利益，必须明确违约责任。每项主要义务都要有——对应的违约责任，最好直接定下具体数额的违约金。另外，违约方要承担守约方的诉讼费、律师费等等花费。

六、注意合同中是否有霸王条款

合同是房产交易最重要的文件，一定要逐字逐句搞清楚，一些地方可能隐藏着霸王条款。比如违约责任不对等，延期交房可以免责等。

七、保留所有证据

买套二手房过程漫长又复杂，即便白纸黑字地签了合同，但只要没有过户，房东都有可能毁约。建议一开始就保留所有相关证据，一旦发生纠纷，也有助于维护自身权益。（北京青年报）



电动牙刷洁齿更干净是误区

选择什么样的牙刷清洁效果最好？传统的手动牙刷，品牌繁多的电动牙刷，还是打着超声震动概念的声波牙刷？答案也许不一而足，北京口腔医院口腔预防科主任刘敏称，牙齿的清洁度与刷牙态度和技巧相关性更强，刷牙工具之间的差异性不大。

维护口腔卫生强调有效刷牙

虽然有数据显示，清除同样数量的牙菌斑，电动牙刷比手动牙刷的速度更快，但不论手动牙刷还是电动牙刷，都不能100%清除牙菌斑。最大限度地清除牙菌斑，除了刷牙，还需配合使用牙线或牙缝刷。现代口腔疾病预防的理念是用最简单的工具或办法，达到最大化的预防效果。因

此，一味强调刷牙工具在清洁牙齿方面的差异性并无意义。

保持良好的口腔卫生要遵循两大标准，一是所有的牙面都清洁干净，二是对牙齿和牙龈的磨损度降到最低。刷牙态度消极的人，口腔卫生条件差，反之，刷牙态度积极人中，有些因刷牙用力过猛，导致牙齿或牙龈出现磨损。目前这两个极端刷牙人群的数量都不少。

防止过度刷牙磨损牙齿

牙齿磨损不可再生。为了避免刷牙磨损牙齿，对待不同位置的牙齿，刷牙时要轻重有别。通常来讲，下牙内侧面，上牙后侧外立面，清洁难度最大。清洁这两个区域的牙齿时，不仅力度要大些，频

次也要增加。像门牙这样不易隐藏牙菌的位置，可以适当降低力度和频次。另外，处于上下两排牙中弧形位置处的牙齿，最易发生磨损，刷牙力度要轻。刘敏强调，无论使用哪种类别的牙刷，都要遵循以上刷牙原则。

选择牙刷讲究因人而异，无论类别和品牌。满足使用舒适和能够将牙齿刷干净两大标准即可。刷头的软硬可根据个人卫生状况选择。口腔卫生状况良好的人，可以使用软毛刷头，减少对牙齿的磨损几率；如果口腔卫生条件差，就要选择硬毛牙齿，提高牙齿清洁度。牙刷的更换频率也不必拘泥于三个月，可根据个人感受和牙刷的磨损度进行取舍。（北京晚报）

怎么挑螃蟹？挑螃蟹的技巧

“九月秋风起，螃蟹满地爬”。如果想买螃蟹慰劳自己，你知道怎么挑选吗？

怎么挑螃蟹

1、观色泽

壳背呈墨绿色的，一般都体厚坚实，呈黄色的，大多较瘦弱。将螃蟹置于阳光或灯光下背光观察，蟹盖边缘不透光的说明螃蟹肥满，若透亮缝隙可见，则螃蟹比较空。

2、看腹脐

肚脐凸出来的，一般都膏肥脂满，凹进去的，则膏体不足。腹脐黑色越多则螃蟹越肥，轻轻打开腹脐，隐约可见黄色者为佳。对河蟹来说，有“九月（农历）吃公、



十月吃母”的说法，肚脐圆的是雌蟹，肚脐尖的为雄蟹。

3、掂轻重

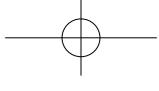
将蟹拿在手里掂，手感沉重的为肥大壮实的好蟹，手感轻飘的多是干瘪肉少的劣蟹。将螃蟹翻转肚皮朝上，能迅速用蟹足弹转翻回的，健康鲜活。

4、查足脚

蟹足上刚毛丛生的较好，还可将倒数第二足拎起来，观察其是否充盈。腿部坚硬，很难捏动的螃蟹最肥满。

五类病人不适合食用螃蟹

- 1、患有伤风、发热、胃痛以及腹泻的病人。
 - 2、慢性胃炎、十二指肠溃疡、胆囊炎、胆结石症、肝炎活动期的人。
 - 3、冠心病、高血压、动脉硬化、高血脂的人应少吃或不吃，因为蟹黄中胆固醇含量高。
 - 4、过敏体质的人。
 - 5、脾胃虚寒的人。
- （中国质量检验信息网）



牛奶选购有窍门

鲜牛奶、奶粉和酸奶已经是我们日常生活中不可或缺的一部分。

如何识别常温奶是否安全，怎样鉴定牛奶新鲜不新鲜，真假奶粉如何区分？质量好的酸奶有何特点，这些日常选购的小技巧，您了解多少！今天，就让我们来聊一聊“牛奶及乳制品”的日常选购小窍门！

需要注意的是，牛奶和乳制品的潜在安全隐患主要是微生物污染、滥用添加剂和掺假等问题。在选购时主要需鉴别常温牛奶质量、牛奶的新鲜度和乳制品的真假优劣。

常温奶也要识别质量安全

市场上销售的主要是超高温瞬时灭菌牛奶（即常温下贮藏的牛奶）。选购时除了要合格的大市场选购外，还要看看包装是否完好无损，标签内容是否齐全，特别注意保质期。捏一捏包装质感，如有很硬的感觉，可能存在变质情况。

怎样鉴定牛奶新鲜不新鲜

新鲜牛奶为呈乳白色或微黄色的均匀胶态流体，无沉淀、无凝块、无杂质、无黏稠、无异味。

新鲜牛奶含有糖类和挥发性脂肪酸，因而略带甜味和清香纯净的奶香味。将牛奶倒入杯中晃动，奶液易挂壁。滴一滴牛奶在玻璃上，乳滴呈圆形，不易流散。煮沸时无凝结和絮状物。

如果奶液稀薄、发白，香味降低，不易挂壁；或滴在玻璃片上，乳滴不成形，易流散，则是掺水奶。

如煮沸后稍凉，表面出现豆腐花状凝结或絮状物，表明牛奶不新鲜或已变质。

注意真假奶粉上当受骗

奶粉是众多婴幼儿的主要辅助食品，其安全性事关重大，所以选购奶粉时要仔细鉴别，谨防上当受骗。

看包装

合格的奶粉包装上标签印制清晰，应标明产地、厂名、厂址、商标、成分、食用方法等项目。包装应完好无损，无漏粉现象。

试手感

袋装奶粉，用手捏住奶粉包装袋来回摩擦，真奶粉质地细腻，发出“吱吱”声音。而假奶粉拌有糖，颗粒粗，发出沙沙流动声。

辨颜色

真奶粉呈天然乳黄色，为干燥粉末，颗粒均匀无结块；假奶粉颜色较白，细看有结晶，或呈漂白色，或有不自然的颜色。

闻气味

打开包装袋，真奶粉有牛奶特有的乳香味。假奶粉乳香甚微，甚至没有乳香味。

若带有陈腐味、霉味、酸败味、苦涩味或腥味等，表明是劣质或变质奶粉。

尝味道

真奶粉细腻发黏，易粘住牙齿、舌头和上腭部，溶解较慢，且有无糖的甜味。假奶粉放入口中很快溶解，不粘牙，甜味浓。

看溶解速度

把奶粉放入杯中用冷开水冲，真奶粉须经搅拌才能溶解成乳白色

混悬液。用热水冲泡时，有悬浮物上浮现象，搅拌时粘住调羹，无杂质，静置5分钟后无沉淀。

假奶粉冷开水冲时，不经搅拌即能自动溶解或发生沉淀。用热开水冲时，溶解迅速，无天然乳汁香味和颜色，常出现水乳分离现象，有大量沉淀，甚至有杂质附壁。

选购酸奶五注意

酸牛奶简称酸奶，是细菌发酵食品。是以牛乳或复原乳为主要原料，添加或不添加辅料，经巴氏杀菌后，加入乳酸菌菌种，保温发酵制成的牛奶食品，具有很高的营养价值和多种生理功能。

选购质量好的酸奶有以下5点注意事项。

1、要选择规模较大、产品质量和服务质量较好的知名企业的产品。

2、酸奶可分为纯酸奶、调味酸奶、果汁酸奶，购买时要仔细看产品包装上的标签，特别是配料表和产品成分表。

3、要认真区分是纯酸奶还是酸牛奶饮料（如调味酸牛奶、果汁酸牛奶等），酸牛奶饮料的蛋白质、脂肪的含量较低，一般都在1.5%以下，所以选购时要看清产品标签内容。

4、消费者在食用时应仔细品尝，优质的酸奶应具有酸牛奶特有的气味，无酒精发酵味、霉味和其他不良气味。

5、由于酸牛奶产品保质期较短，一般少于1个月，且需在2~6℃温度下保存，因此选购酸牛奶应少量多次。（浙江消保委）



微调查

您最想通过“北京消协”微信 了解哪些消费知识？

“北京消协”微信公号改版升级以来，在宣传《消法》、引导消费，向消费者介绍选择和鉴别商品知识和方法方面，进行了有关探索，得到了广大消费者的支持与认可。为进一步提升微信公号栏目和内容的针对性与实用性，“北京消协”微信特向社会公开征集消费者意见，了解消费者希望通过本公号获取哪些方面的内容和消费知识，以便今后更好地为消费者提供服务。

如果您想了解哪些消费知识或者对某一个消费问题存在疑问，请关注“北京消协”微信公众号并在上面留言，或者将有关建议发送到邮箱：bjxfz315@126.com。调查结束后，我们将根据收集到的情况或建议，进一步调整本公号的栏目设置和内容推送，并对一些消费者反映集中的问题公开予以回复。欢迎消费者积极参与。



注：本次调查仅针对消费者希望获取的消费知识，如果消费者有其它投诉问题，请直接拨打北京市消协的投诉电话（010-96315），或直接到属地行政主管部门或消协组织投诉。谢谢支持和理解！





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

