

# Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任

北京

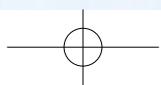
# 消费者

2017  
11  
总第 62 期



## 十九大报告： 用法治构筑安全消费的保护网

P7 北京市工商局：三种汽配商品不合格 P14 电子商务法草案二审引发关注 P20 新修订《反不正当竞争法》获通过





## 市消协召开京津冀消费者协会维权体系建设专家研讨会



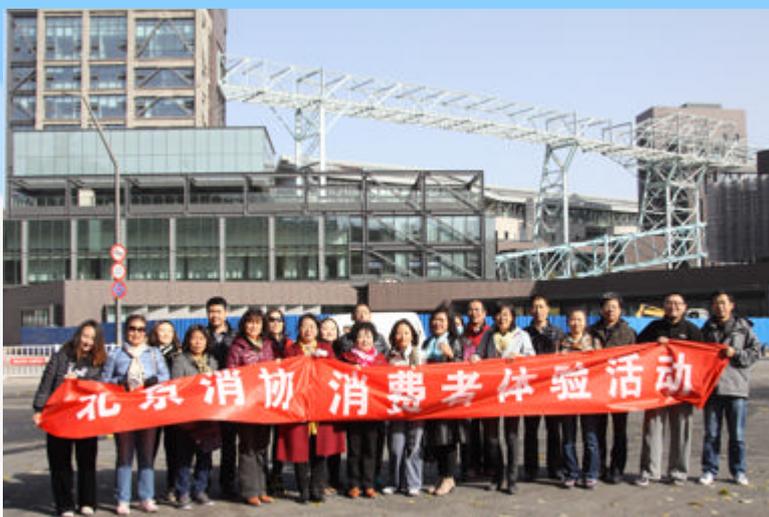
近日，北京市消协召开了京津冀消费者协会维权体系建设专家研讨会，邀请中国消费者报副总编张建、中国消费者协会法律与理论研究部主任陈剑、北京市消费者协会原副秘书长屈建辉、北京市律师协会消费者权益法律专业委员会主任芦云、中国政法大学民商经济法学院教授孙颖、中国人民大学副教授王宗玉、中国政法大学中德法学院副教授张学哲等十多名专家学者就京津冀消费者协会维权建设课题的开题报告进行讨论，并提出了有关完善意见。北京市消协副秘书长罗刚主持会议，副秘书长屈鹏参加了研讨。

## 市消协举办微商消费维权问题研讨会

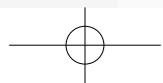
近日，北京市消协在前门建国饭店举办微商消费维权问题研讨会。北京市法学会电子商务法治研究会会长邱宝昌、北京工商大学法学院副院长吕来明、北京外国语大学法学院副院长吴文华、天津财经大学教授陈旭辉、北京市工商局消保处处长廉建设等专家学者就当前微商消费过程中的消费者权益保护问题进行了深入研讨。市消协副会长兼秘书长杨晓军、市消协投诉与社会监督部主任陈凤翔及海淀区消协秘书长刘博等有关领导和工作人员参加了研讨会。



## 市消协组织开展消费体验活动



11月7日，市消协组织消费者代表约40人到首钢石景山厂区开展消费体验活动。消费者先后参观了首钢在建厂区、新产品区及工业文化景区，对首钢集团的历史文化、发展轨迹和转型发展新阶段总体情况有了初步认识，充分感受到新形势下首钢集团在贯彻国家战略部署、推动钢铁业改革创新、引领产业结构优化升级中发挥的示范带动作用。活动中，消费者详细了解首钢在产的“立体车库”项目，认真观摩适用于商业楼、老旧社区、别墅区、大型停车场等不同类型的车库模型。大家纷纷表示，这些在建项目非常符合城市发展需求，将来会逐步成为新兴消费热点，值得广大消费者关注。





# Prologue

## 卷首语

### 让“刷单炒信”付出更大代价

“双11”到来，许多人摩拳擦掌准备开启“买买买”模式，消费大战一触即发。据统计，截至去年底，我国网民规模达7.31亿人，网购用户达到4.67亿人。网购在激发消费潜力、方便消费者的同时，也面临新的问题。

网购，买家、卖家线上洽谈、线上交易，互不见面，买家只能依靠商品描述、客户评价、销售数量等信息综合判断从而决定是否购买。一些不良店家动起了“歪脑筋”，通过雇用“刷手”，以虚假交易形成交易记录、信用记录，赚取好口碑，制造销量领先、品质过硬、信誉良好的假象，欺骗消费者。成本低、代价小、收益高，“刷单炒信”成为业内公开的秘密。

刷单，本质上属于商业欺诈，既剥夺了消费者对商家信誉和商品质量的知情权，损坏消费者切身利益，更破坏了电商信用评价机制，扰乱市场竞争秩序。倘若任由投机取巧者获利，诚信经营者吃亏，会造成网络经济的“信任危机”，“劣币驱逐良币”的恶果显而易见。但由于“刷单”操作隐蔽、流程在线、分工细化，识别难度大等原因，一直未能得以有效治理。

面对新情况、新问题，需要法律亮剑。10月31日，反不正当竞争法（修订草案）三审稿明确规定：经营者不得对商品质量、销售状况、用户评价等作虚假或引人误解的商业宣传；不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或引人误解的商业宣传。否则，情节严重者最高可处以200万元罚款。

相比现行的反不正当竞争法，对商家虚假宣传的具体内容予以细化，更具针对性，惩处力度也加大了。相信这对“刷单炒信”行为将产生更大的威慑力。

有法可依，更要考虑法律如何落地。公安、工商、网络部门可联合起来，形成更加严密的监管体系。运用网络大数据分析优势，探索税收监管、质量监管、网络监管相结合的方式，对刷单机构、发空单的快递公司、刷单软件等，进行全过程监管。另外，完善电子商务领域信用记录，将涉事商家列入“黑名单”，甚至责令行业禁入。10月31日，“信用中国”网站公布首批“电子商务领域严重失信企业黑名单”共500家企业，便是良好的开端。

值得注意的是，就目前看，立法大都是针对经营者的，对“刷手”如何惩治却相对模糊，还需进一步探索。

“人无信不立，业无信不兴”。市场经济讲究诚信经营、公平竞争，“刷单炒信”违背了最起码的市场原则、社会公德，长此以往会污染社会风气。因此，完善立法、加强执法，双管齐下，给“刷单炒信”者戴上金箍，有利于净化网购环境，构建公平竞争的良好市场秩序。

恶意刷单、个人信息被泄露、假冒伪劣等，飞速发展中的网络经济新问题不少。用法治为市场公平、社会公德保驾护航，挤压“刷单炒信”者闪转腾挪的空间，营造守法诚信的网络环境，电子商务发展前景将更加可期。

（据人民日报）

金正波



# CONTENTS 2017年11月 BEIJING CONSUMERS

## 目录



**权威发布**  
Authoritative release

## P04 北京市消协发布 酸奶及乳酸菌饮料比较试验结果

为了解北京市场销售的不同品牌的酸奶及乳酸菌饮料的营养、安全及益生菌情况，北京市消协对市场上销售的20个酸奶产品及10个乳酸菌饮料进行了比较试验。结果显示，食品安全指标、营养指标、乳酸菌数等检测项目，均符合国家食品安全标准，消费者可以放心食用。

### 卷首语

Prologue

01 让“刷单炒信”付出更大代价

### 权威发布

Authoritative release

04 测试样品均符合食品安全标准  
——北京市消协发布酸奶及  
乳酸菌饮料比较试验结果

07 北京市工商局：  
三种汽配商品不合格

08 北京市工商局  
通报床上用品抽检结果

09 北京工商等8部门  
约束电商平台“双11”促销行为

10 市发展改革委：  
禁止电商虚假打折

11 市旅游委：  
旅行社全面禁收出境游押金

### 热点关注

Hot Concern

12 十九大报告说法治：

用法治构筑安全消费的保护网

14 网购如何顺利又顺心

——电子商务法草案二审引发关注

16 “双十一”网购

新“玩法”背后有多少“套路”？

18 多部门出招规范

“双11”不得先涨价后打折

20 新修订《反不正当竞争法》获通过  
相关部门负责人回答记者提问

### 理论研究

Theoretical Research

21 从消费者投诉看

电商消费侵权行为及处理方法

### 消费时评

Consumer Commentary

24 互联网决不能对非法集资“网开一面”

25 电商黑名单还有升级空间

26 海淘药品，潜在风险不容忽视

27 刹住坑老骗老“会销”歪风

### 消费提示

Consumer Tips

28 衣服遭破相，维权获赔偿

28 玉器抽奖存猫腻 中奖陷阱须警惕

29 关注老年消费 关爱老年朋友

34 婚礼预定服务需谨慎

34 警惕，家用汽车加装风险！

35 面对“双十一”促销 消费者更应理性

36 家庭装修要留意这七大“坑”

38 天气渐冷，购买电暖器注意这些问题

38 螃蟹来“袭”，消费有度

### 消费课堂

Consumer Class

39 选购软体床有哪些讲究

39 怎样选择儿童用化妆品？

40 儿童房装修该注意这些你都知道吗？

41 罐头食品既没营养又含防腐剂？

41 购买蚕丝被的几点提示

42 通用小麦粉不得添加任何食品辅料

42 冬枣的挑选技巧

43 石榴的挑选与保存方法

44 爱吃柚子，请先了解这些知识



## P07 北京市工商局： 三种汽配商品不合格

在2017年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对市场上销售的汽配制品类商品进行了抽检。抽检结果显示有3组汽配商品存在相关标准不合格的问题，涉及的主要问题为防冻液的沸点、冰点、PH值项目指标不符合相关标准要求。



## P44 爱吃柚子，请先了解这些知识

吃柚子能去肠胃恶气，还能止咳化痰。除了直接吃之外，还可以做成柚子茶，是一种非常好的养生水果，同时它能够起到美容的作用。

《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。

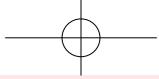
面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



<b>主管</b>	北京市工商行政管理局
<b>主办</b>	北京市消费者协会
<b>编委会主任</b>	方葆青
<b>主编</b>	杨晓军
<b>副主编</b>	罗刚 屈鹏
<b>编委</b>	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
<b>执行主编</b>	陈音江
<b>采编部主任</b>	李君
<b>执行编辑</b>	陈亮 刘海宏 舒畅 赵丽
<b>图片摄影</b>	杨连一 杜颖
<b>美术编辑</b>	郝雪莲
<b>封面题字</b>	中国社会科学院院长、党组书记、 学部主席团主席 王伟光
<b>编辑出版</b>	北京中轻热点文化传播有限公司
<b>数据支持</b>	北京金鼎影响力市场调查中心
<b>法律顾问</b>	北京中银律师事务所 葛友山 北京汇佳律师事务所 邱宝昌 北京华辉律师事务所 陈玉龙 北京常鸿律师事务所 常卫东
<b>市消协地址</b>	北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦
<b>邮编</b>	100055
<b>咨询投诉电话</b>	96315
<b>邮箱</b>	bjxiaoxie@sina.com
<b>编辑部地址</b>	北京市海淀区西三环北路72号 世纪经贸大厦B座2702室
<b>邮编</b>	100037
<b>电话</b>	010-88820877
<b>网址</b>	http://www.bjxf315.com
<b>邮箱</b>	bjxf315@126.com

2017年 第11期 (总第62期)  
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流



权威发布

Authoritative release

## 测试样品均符合食品安全标准

### ——北京市消协发布酸奶及乳酸菌饮料比较试验结果



乳酸菌是一种存在于人类体内的益生菌。益生菌能够帮助消化，有助人体肠胃的健康，因此常被视为健康食品，添加在酸奶之内。为了解北京市场销售的不同品牌的酸奶及乳酸菌饮料的营养、安全及益生菌情况，北京市消协对市场上销售的部分酸奶及乳酸菌饮料进行了比较试验。

#### 一、样品来源

比较试验样品由北京市消费者协会的工作人员以消费者的身份在北京北四环家乐福、太阳宫永辉超市、华联精品超市朝阳酒仙桥店、京客隆驼房营店、家乐福中关村广场店、世纪城旺市百利超市随机购买，样品涉及北京、天津、河北、内蒙古、河南、江苏、杭州、黑龙江等八省市生产企业生产的20种酸奶样品（见表1）和10种乳酸菌饮料样品（见表2）。

#### 二、测试结果

目前市场上含有活性乳酸菌的产品主要分为两类，即未经热杀菌处理的发酵乳制品（俗称酸奶）和乳酸菌饮料（以下简称酸奶和乳酸菌饮料）。

二者的主要区别体现在乳酸菌数、蛋白质及脂肪

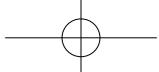
（全脂型）三个方面：国家标准规定酸奶的乳酸菌数要大于等于 $10^6$ CFU/g，而乳酸菌饮料乳酸菌数出厂期要大于等于 $10^6$ CFU/g，销售期达到产品标注乳酸菌数即可；酸奶的蛋白质最少要达到2.3g/100g，乳酸菌饮料蛋白质最少要达到0.7g/100g；酸奶的脂肪（全脂型）最少要达到2.5g/100g，乳酸菌饮料脂肪则未做规定。

本次对市售20个酸奶产品及10个乳酸菌饮料按照比较试验方案及标准规定的方法进行测试，结果如下：

1、食品安全指标（铅、大肠菌群、金黄色葡萄球菌、沙门氏菌、霉菌、酵母）全部符合相关食品安全标准要求；

2、营养指标（蛋白质、脂肪）：酸奶的蛋白质及脂肪均符合标准要求；由于乳酸菌饮料执行标准不统一，因此蛋白质及脂肪的检测结果均与产品营养标签标注的数值比较，检测结果均符合GB28050-2011食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则要求。

3、乳酸菌数：通过对产品不同储存时间（保质期前、中、后期）乳酸菌数测定，考察在规定的贮藏条件下（冷藏）产品乳酸菌数的变化。检测结果显示，虽然



乳酸菌数随着贮存时间的增加有所减少，但是在保质期内乳酸菌数均远高于标准规定值，消费者可以放心食用。

### 三、消费提示

#### 1、酸奶尤其适用于对乳糖不耐受或对牛奶消化不良者

由于亚洲成年人肠道中乳糖酶含量相对较低，部分人群难以将奶中所含乳糖及时消化，可能会出现腹痛、腹泻的现象。酸奶中的活性乳酸菌可将鲜牛奶中的乳糖部分分解为易于消化吸收的半乳糖和葡萄糖，同时产生乳酸，使肠道酸性增加。不能喝牛奶的人，可用酸奶来替代。乳中蛋白质在乳酸菌作用下分解后更容易消化吸收；钙也因为乳酸的存在，更容易被人体利用。此外，酸奶中保留了牛奶中的所有维生素，而且经过发酵，乳酸菌的活动还能增加B族维生素的含量，是维生素B2、B6、B12、维生素A、维生素D等的良好膳食来源。

#### 2、注意区分酸奶和乳饮料

乳饮料是以纯乳或乳制品为原料，经加工调配制成的产品，可分为配制型饮料、发酵型乳饮料和乳酸菌饮料。其中乳酸菌饮料主要为提供活性乳酸菌，而酸奶除了提供乳酸菌（灭菌酸奶除外），主要为了补充牛奶中的营养成分，如蛋白质与钙。酸奶和含乳饮料可通过标签中的蛋白质含量区分：酸奶中的蛋白质含量不低于2.3%，而配制型乳饮料和发酵型乳饮料的蛋白质含量均大于或等于1.0%，乳酸菌饮料蛋白质含量大于或等于0.7%。

#### 3、酸奶应根据标签合理保藏

“活菌”酸奶应在冷藏柜里销售，而且在购买后应尽快放入冰箱里，及时饮用，以保证益生菌活性，达到健肠功效。“灭菌”酸奶经过加热处理灭菌，可在室温下存放几个月。但消费者应注意检查产品是否超过保质期，尽量选购最新鲜的产品，不要饮用出现“胀袋”现象的产品。

表1: 北京、天津、河北、内蒙古、河南、江苏、杭州、黑龙江等八省市生产企业生产的20种酸奶样品

序号	样品名称	规格	标称商标	标称生产厂家	购样地点
1	优诺风味发酵乳	135g/杯	/	优诺乳业有限公司	朝阳区北四环家乐福
2	全脂风味发酵乳(原味口味)	100g/杯	/	杭州味全食品有限公司	朝阳区北四环家乐福
3	君乐宝风味酸牛奶	100g/杯	君乐宝	石家庄君乐宝乐时乳业有限公司	朝阳区北四环家乐福
4	红枣风味酸乳	100g/杯	伊利	内蒙古伊利实业集团股份有限公司北京乳品厂	朝阳区北四环家乐福
5	三元风味酸牛奶	100g/杯	三元	北京三元食品股份有限公司	朝阳区北四环家乐福
6	蒙牛风味酸牛奶	100g/杯	蒙牛	蒙牛乳制品(泰安)有限责任公司	朝阳区北四环家乐福
7	悦浓优酪乳葡萄柚	180g/袋	三元	北京三元食品股份有限公司	朝阳区北四环家乐福
8	乐钙风味酸牛奶	100g/袋	君乐宝	石家庄永盛乳业有限公司	朝阳区北四环家乐福
9	葡萄芦荟风味发酵乳	260g/瓶	伊利	天津伊利乳品有限责任公司	朝阳区北四环家乐福
10	红枣风味酸牛奶	450g/瓶	蒙牛	蒙牛乳制品(泰安)有限责任公司	朝阳区北四环家乐福

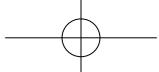
## 权威发布

Authoritative release

11	如实发酵乳	135g/杯	光明	北京光明健能乳业有限公司	朝阳区北四环家乐福
12	纯益生菌发酵酸奶	120g/杯	舒理他	张家口长城乳业股份有限公司	朝阳区太阳宫永辉超市
13	生乳优选全脂风味发酵乳(原味口味)	230g/瓶	/	杭州味全食品有限公司	朝阳区太阳宫永辉超市
14	现代牧业酸牛奶	100g/杯	图案	现代牧业(塞北)有限公司	朝阳区太阳宫永辉超市
15	完达山风味发酵乳	100g/杯	完达山	天津完达山乳品有限公司	朝阳区太阳宫永辉超市
16	希腊式酸乳	150克/杯	和润	北京鸿达乳品有限公司	北京华联精品超市有限公司朝阳酒仙桥店
17	蓝莓+山药果粒风味酸牛奶	370克/杯	活润	河北新希望天香乳业有限公司	北京华联精品超市有限公司朝阳酒仙桥店
18	蒙古熟酸奶	260g/瓶	/	内蒙古乌兰察布市集宁雪原乳业有限公司	北京华联精品超市有限公司朝阳酒仙桥店
19	益消活性乳酸菌青稞白桃风味发酵乳	160克/杯	伊利	内蒙古伊利实业集团股份有限公司北京乳品厂	京客隆驼房营店
20	儿童成长优酪乳(原味)	120克/袋	QQ星	内蒙古伊利实业集团股份有限公司北京乳品厂	京客隆驼房营店

表2: 北京、天津、河北、内蒙古、河南、江苏、杭州、黑龙江等八省市生产企业生产的10种乳酸菌饮料样品

序号	样品名称	规格	标称商标	标称生产厂家	购样地点
1	味全活性乳酸菌饮品(芦荟味)	435mL/瓶	/	廊坊味全食品有限公司	京客隆驼房营店
2	优益C原味活菌型乳酸菌饮品	100 mL/瓶	蒙牛	蒙牛乳制品(天津)有限责任公司	京客隆驼房营店
3	每益添活性乳酸菌饮料	100 mL/瓶	伊利	天津伊利乳品有限责任公司	京客隆驼房营店
4	优益C甜橙味活菌型乳酸菌饮品	340 mL/瓶	蒙牛	蒙牛乳制品(天津)有限责任公司	北京家乐福商业有限公司中关村广场店
5	每益添活性乳酸菌饮料(山楂)	350 mL/瓶	伊利	天津伊利乳品有限责任公司	北京家乐福商业有限公司中关村广场店
6	味全活性乳酸菌饮品(低糖原味)	435 mL/瓶	/	杭州味全食品有限公司	北京家乐福商业有限公司中关村广场店
7	活菌型乳酸菌乳饮品	100毫升/瓶	养乐多	天津养乐多乳品有限公司	北京家乐福商业有限公司中关村广场店
8	每日活菌原味活菌型乳酸菌饮品	265毫升/瓶	君乐宝	石家庄永盛乳业有限公司	北京旺市百利商业有限公司世纪城旺市百利超市
9	活菌型乳酸菌乳饮品(低糖)	100 mL/瓶	养乐多	天津养乐多乳品有限公司	北京旺市百利商业有限公司世纪城旺市百利超市
10	每益添活性乳酸菌饮料(原味)	900毫升/瓶	伊利	天津伊利乳品有限责任公司	北京旺市百利商业有限公司世纪城旺市百利超市



# 北京市工商局：三种汽配商品不合格

在2017年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对市场上销售的汽配制品类商品进行了抽检。抽检结果显示有3组汽配商品存在相关标准不合格的问题，涉及的主要问题为防冻液的沸点、冰点、PH值项目指标不符合相关标准要求。

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



冷却散热循环系统，情况严重的可能造成水箱局部冻裂，影响车辆安全；沸点影响冷却液的散热性能；沸点不合格，冷却液容易出现“开锅”现象，影响冷却系统散热，影响车辆安全；pH值影响冷却液的腐蚀性能。冷却液一般含有碱性的缓蚀剂，对冷却系统中各类金属起保护作用。pH值过小表明冷却液缓蚀性能不足，过大则容易加剧腐蚀。

## 一、消费提示

### 1. 冰点、沸点、pH值有关项目指标不合格

防冻液冰点不合格，一般是防冻液中的防冻剂（乙二醇或丙二醇）不足，或者防冻液兑水过多，也存在生产厂家虚假标注冰点的现象，因为冰点越低的型号，成本相对高，不法厂家以此来节约成本；沸点不合格，一般是防冻液含有低分子醇，如甲醇、乙醇等；pH值不合格表明防冻液的添加剂量不足，不能起到缓蚀作用。

### 2. 冰点影响冷却液的防冻性能。

冰点不合格，冷却液低温下容易冻结，进而影响

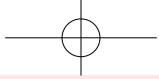
## 二、选购提示

1. 观察产品是否具有完整的标识，是否明确地标注了制造者名称、地址、电话、产品名称、产品号型、产品质量等级、产品质量检验合格证明内容。

2. 保留好凭证，可以在出现质量纠纷时作为重要凭据。

2017年汽配商品质量抽查检验不合格商品名单

序号	样品名称	标称生产企业	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	原厂防冻液	北京宏源昌润滑油厂	北京	麦道	---	---	合格品	pH值、沸点及冰点
2	新一代高科技防冻液	北京达琪铭博润滑油有限公司	北京	---	1.4kg/桶	20170216	合格品	pH值、沸点
3	上海大众发动机专用冷却液	上海大众汽车有限公司	上海	---	1.5L/桶	2017年1月4日	合格品	pH、沸点及冰点



权威发布

Authoritative release

# 北京市工商局通报床上用品抽检结果

在2017年流通领域商品质量抽检工作中，北京市工商局对市场上销售的床上用品类商品进行了抽检。抽检结果显示有一个样品质量存在问题，涉及的主要问题为纤维含量、染色牢度等项目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》的相关规定进行处罚，同时督促全市销售者做好相同生产者相同型号不合格商品的退市工作，对于拒不履行退市的销售者我局将依法予以查处。公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应按照相关法律法规的要求主动采取措施，保护消费者合法权益。

## 消费提示

### 一、产品使用说明

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

### 二、纤维含量

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

### 三、染色牢度

染色牢度是纺织品中的染料与纤维结合的牢固程度及经受各种物理、化学处理过程后而保持原有性能的耐受程度。由于纺织产品中所用染料种类、配

方非常复杂，含有多种化学物质，为降低染料和人体接触产生的风险，必须尽可能提高纺织产品的染色牢度。染色牢度的测试及评价方法很多，其中GB 18401《国家纺织品基本安全技术规范》中规定了耐水色牢度、耐汗渍色牢度、耐干摩擦色牢度为基本安全技术指标。其它的还有最常用的与人们实际生活密切相关的项目有耐洗色牢度（干洗、湿洗）、耐光色牢度、耐氯化水色牢度等。

### 四、选购提示

消费者在选择纺织类商品时，除了关注商品的品牌、款式、颜色等要素的同时，也需要关注以下问题：

#### 1. 看外观，查标签

产品是否具有完整的标识，包括产品使用说明（外挂牌）、耐久性标签（水洗唛），是否明确地标注了制造者名称、地址、电话、产品名称、产品型号、规格、款号，采用原料的成分和含量、洗涤方法、产品标准编号、产品质量等级、产品质量检验合格证明及安全技术类别等必须标注的内容。同时查看产品的做工是否良好并试穿查验服装是否适合及舒适程度。

#### 2. 摸手感，闻气味

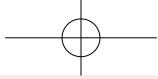
可以近距离闻一下纺织品是否存在刺激性的气味，尤其是折叠带包装的产品。如果存在刺激性的气味，则要提高警惕，该产品可能存在甲醛超标、有异味等质量问题。

#### 3. 留凭证、善维权

在商品购买后的一段时间内，尽量保存好有关该商品的所有凭证，包括：购买票据、吊牌等，其不仅可用于指导产品维护，还可以在出现质量纠纷时作为的重要凭据。

流通领域商品质量抽检不合格商品名单

序号	商品名称	标称生产企业	标称商标	规格	主要不合格项目或主要问题
1	四件套	北京华奥顺通针纺有限责任公司	康欣	被罩200*230cm 床单230*245cm 枕套48*74cm	纤维含量、耐水色牢度、耐酸汗渍色牢度、耐碱汗渍色牢度



## 北京工商等8部门 约束电商平台“双11”促销行为

“双11”期间，为了减少各大电商平台集中促销可能导致的消费纠纷，11月7日，市工商局牵头召开“双11”网络集中促销活动行政指导座谈会，市公安局、市商务委、市质监局、市食品药品监督管理局等8家网络市场监管联席会议成员单位联合对京东、天猫、亚马逊等13家网络交易平台企业的“双11”促销行为提出了具体要求，如商家不能设置订金不退等霸王条款。

2017年“双11”前，不少商家都开始了预售活动，五花八门的优惠形式背后，却隐藏着不少“坑”。2016年12月，国家发展改革委发布的《2016年“双11”网购节综合信用评价报告》显示，在“双11”网购节促销中，存在一部分商家的优惠暗藏陷阱的现象，比如限制使用地区、限制使用时段、限制叠加使用等，未能真实、全面地向消费者介绍相关优惠信息，引起消费者误解，造成损失。11月7日浏览电商平台发现，不少商家做出了预售商品必须在“双11”当天支付尾款才能享受优惠、不在限制时间内支付尾款便不退还已缴纳钱款等限制性规定，而这些规定并不会在商品信息上明确写出。

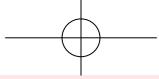
市工商局相关负责人表示，网络交易平台不得采用格式条款设置对消费者不公平、不合理的规定，不能设置订金不退、预售商品不适用7日无理由退货等霸王条款。平台还要承担促销信息记录保存义务、促销活动检查监控义务、促销信息事先公示义务等。

此外，市工商局要求网络交易平台要明示赠送商品或服务的详情，对于弹窗广告要以显著方式标明关闭标志，确保能够一键关闭。网络交易平台还要严格执行问题商品处置规则，对集中促销期间的抽检不合格商品及其经营者采取禁限措施。

随着各种优惠活动的开展，“双11”期间网络交易的商品数量会激增。针对以往的热点投诉问题，市食品药品监督管理局相关负责人表示，食品名称、成分或配料表等信息与食品标签不一致的，非保健食品产品信息明示或暗示具有保健功能的，婴幼儿配方乳粉产品信息明示或暗示具有益智、增加抵抗力、提高免疫力、保护肠道等功能或者保健作用的都不能进行销售。

根据《2016年“双11”网购节综合信用评价报告》，2016年“双11”期间，互联网上消费信用话题反响情况中，数码产品与家电失信问题曝光最多，冰箱、电视等产品延迟发货、无法按时收到现象较常见，电烤箱、面包机、榨汁机等小家电质量不合格、安全不达标等问题饱受诟病。市质监局相关负责人表示，网络销售的3C产品必须经过认证，并公开认证标识。

针对家电领域存在一些冒充品牌售后的“黑维修”，中消协推出了售后服务“查验宝”，消费者购买抽油烟机、灶具、空调等家电产品出现问题，可根据“查验宝”查询企业售后联系方式。(据北京日报)



权威发布

Authoritative release

## 市发展改革委：禁止电商虚假打折

一条号称原价130元、如今打特价到39元起的被子，被查出从一上市就卖39元——这样的促销伎俩，竟实现“热销54万条”；一桶原价19.9元的洗衣液，在电商启动“满199减100”之后抬价到了29.9元……“双11”“双12”消费高峰临近，市发展改革委11月9日发布消息，禁止电商虚假打折，针对屡查屡犯的经营商，将依法从重处罚并及时向社会公示。

市发展改革委是用“特殊时期”这个词来形容即将到来的促销高峰的。一位相关负责人表示，每年的“双11”“双12”都是各大电商促销高峰期，也是引发价格纠纷的高发期。从10月底开始，本市市区两级价格部门联动，按照区域管辖，对电商企业进行提醒告诫。在提醒告诫会上，主管部门还用一个个案例直接“说法”，通过典型违法案例警示企业别再出现类似的违法行为。

相关负责人表示，本市电商经营企业都应依法开展价格促销。“电商经营企业应本着公平自愿、诚实守信的原则，依法开展价格促销，真实让利于消费

者。”她表示，禁止出现虚构原价、虚假打折、先提价后促销、不标示或含糊价格附加条件、误导性标价诱骗消费者等价格违法行为。

同时，电商企业要组织相关人员，尤其是一线工作人员学习价格法、明码标价规定、禁止价格欺诈规定等法规政策，并做到认真贯彻落实。

如果遇到价格纠纷，电商企业要及时处理，并逐步完善内部价格管理机制和调解机制，督导相关人员加强价格信息和价格行为巡查，妥善及时处理价格纠纷，维护消费者的合法权益。

那么，遇到价格问题之后，市民应该怎样维护自身权益呢？相关负责人提醒，市民遇到问题可以拨打12358热线咨询或举报。

她表示，针对电商企业“双11”“双12”价格投诉举报比较集中，价格主管部门将依法履职，严格按照法律规定时限办理案件。对违法性质严重、社会影响较大、屡查屡犯的经营商，将依法从重处罚并及时向社会公示。（耿诺）

### 相关链接

### 五类常见违法促销伎俩

#### 虚构原价

是指经营者在促销活动中，标示的原价属于虚假、捏造，并不存在或者从未有过交易记录。

相关负责人详解，“原价”是指经营者在本次促销活动前七日内在本交易场所成交，有交易票据的最低交易价格；如果前七日内没有交易，以本次促销活动前最后一次交易价格作为原价。未销售过的商品不得使用“原价”“原售价”“成交价”等类似概念。

#### 预售不履行价格承诺

不履行价格承诺，也是常见的价格违法行为。工作人员举例说，某电商销售一款内衣，网页宣传为预售价65元，付定金10元，定金可抵20元，尾款支付应为45元。但实际上，消费者按规则付定金后，“双11”期间购买时支付尾款超过45元。

经营者销售(包括预售)商品和提供服务前有价格承

诺，不履行或者不完全履行，这种行为也违法。

#### “最后一天”诱导交易

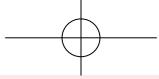
某电商11月11日对某图书促销时，宣传页面标示“史上最低价，仅限一天”，诱导消费者进行购买，实际上以促销价连续销售多天。

#### 谎称降价、优惠

某电商“双11”期间对一款电器进行促销，显示“已优惠500元”，成交价2899元，经查该商品促销前的原价为2899元，并未真正降价、优惠。

#### 先提价后满减

某电商“双11”期间对洗护产品进行满减的促销活动，其中一款洗衣液宣传满199减100元，规格为1千克的洗衣液售价为29.9元。经查该产品此次促销活动前的原价为19.9元。



## 市旅游委：旅行社全面禁收出境游押金

市旅游委近日下发《关于全面禁止旅行社收取出境游押金的通知》，要求在北京全市范围内，旅行社禁止收取或变相收取任何形式的出境游押金，同时要求各旅行社开展对出境游押金的全面自查。这意味着，北京旅行社在出境游市场中向游客收取押金或保证金的现象将成为历史。

### 旅行社自查出境游押金

《通知》要求，旅行社之前已收取出境游押金的，应当自出境游行程结束后，按约定退还期限及时退还；未约定退还期限的，应立即退还。各旅行社须在《通知》下发后，开展对出境游押金的全面自查，并在12月1日前将自查报告表报送市旅游委行业管理处。

市旅游委将组织各区旅游执法检查人员，采取随机抽查、专项检查、投诉举报核查、重点督查等形式，加大对旅行社收取出境游押金、销售旅游套餐、旅游预付卡和旅游理财产品等的监督检查力度。

违反《通知》要求的旅行社，市旅游委将在旅游行业内进行通报，并记入企业诚信记录系统。对涉嫌经济违法犯罪的，移送公安机关依法查处。《通知》下发后，对于旅行社仍继续收取或变相收取出境游押金的，以及不按规定退还游客出境游押金的，游客可以向市旅游委投诉举报，举报电话为010-85157316、010-85157157。

### 成旅游投诉“重灾区”

为何整治重拳瞄准了出境游押金？市旅游委行业管理处负责人说，近年来，市旅游委多次接到游客投诉，反映有旅行社收取游客出境游押金不能按时退还、不按规定委托第三方监管，甚至违法挪作他用。

“这些乱象给游客造成重大经济损失的同时，扰乱了公平竞争、诚信守法的旅游市场秩序，侵害了游客合法权益，严重影响了首都社会安全稳定。”这位负责人表示，《通知》的下发意在积极防范经济风险，切实保障游客合法权益，构建旅行社监管新机制。

2017年的两起相关投诉事件，都引发了本市乃至

全国消费者的强烈关注。4月，因未能如约退还旅游押金，部分消费者在北京海涛国际旅行社股份有限公司旗舰店门口，集体维权讨还资金，经过一系列“补偿”之后，海涛承认仍欠数千名消费者2亿元及供应商数千万元左右。

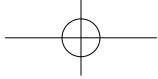
8月末，位于呼家楼的北京青扬五洲旅行社有限公司人去楼空，不少赶来咨询或投诉的游客都不知所措。原来，青扬五洲旅行社曾销售旅游套餐产品，消费者交纳押金后可享受较低的旅游价格，但旅游结束后60天才能返还交纳的押金。但未曾想到，青扬五洲突然停业关张，负责人处于失联状态，引发数百人维权。

### 旅游金融监管缺失存风险

据了解，无论是海涛旅游还是青扬五洲，它们被投诉的产品模式都是旅行社提前收取出境游押金等款项进行投资盈利，再返还消费者押金。其实，这类“旅游金融”产品风险不小，一旦旅行社运作上稍有不慎，资金链就可能断裂，本金都会受到威胁，因此“跑路”现象频频出现。

“这种旅游金融模式缺乏有效监管，业务发展尚处于模糊地带。”北京联合大学旅游产业研究所所长张金山表示。在北京市法学会、旅游法学研究会副秘书长李广看来，旅游加金融的经营模式，应该取得相应金融许可证照，规范经营。业内人士分析，此次北京“一步到位”，全面禁止旅行社收取出境游押金，明确了此前模糊的管理界定，有利于旅游市场监管和消费者权益的保护。(潘福达)





# 十九大报告： 用法治构筑安全消费的保护网



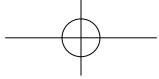
党的十九大报告提出，全面推进依法治国的总目标是建设中国特色社会主义法治体系、建设社会主义法治国家，并将“坚持全面依法治国”纳入新时代坚持和发展中国特色社会主义的基本方略。报告还提出，必须坚持厉行法治，推进科学立法、严格执法、公正司法、全民守法。推进科学立法、民主立法、依法立法，以良法促进发展、保障善治。建设法治政府，推进依法行政，严格规范公正文明执法。深化司法体制改革，提高全民法治素养和道德素质。近日，多位党代表与专家在接受《中国消费者报》记者采访时表示，这一系列法治新判断、新思想成为报告中的闪亮“音符”，随着全面依法治国的推进，消费者权益也必将得到更好的保护，消费者必将从中获益。

## 描述法治规划蓝图

“党的十九大报告十分重视依法治国，与之相关的篇幅很多，可以说是浓墨重彩地描绘了全面依法治国的规划蓝图。”中国人民大学法学院商法研

究所教授刘俊海告诉《中国消费者报》记者，法治是党的十九大报告中最为重要的关键词之一。为了贯彻依法治国的理念，报告还提出了诸多相关措施与规划，这为落实全面依法治国的蓝图提供了可靠的抓手。

北京市律师协会消费者权益法律专业委员会主任芦云认为，从依法治国的实践来看，报告中也提及了很多新的举措，“成立中央全面依法治国领导小组”就是其中一个关键。此举将全面依法治国上升到一个新高度，便于更好地坚持党的统筹领导，坚持统筹规划、统筹布局，便于更全面更系统地依法治国。报告中提出的“科学立法、严格执法、公正司法、全民守法”也是一大重要亮点，其强调立法的科学性、民主性以及依法立法，从源头上加强法律的制定和完善，用良法保证发展，保障社会的进步，比之前“有法可依，有法必依，执法必严，违法必究”的提法提高了一个层次。报告还强调了宪法的权威性以及合宪性的审查，这对规范民事、刑事、行政领域的立法以及相



关行为都有重要意义。另外，报告中提出“深化司法体制综合配套改革”，此前的司法体制改革主要在法院系统改革，但现在提出的是综合配套改革，还要全面落实司法责任制，都是新的亮点。

## 有助于优化消费环境

虽然这次报告未直接提到“消费者权益保护”，但芦云认为，党的十九大报告实际上将消费者权益保护放到了一个更高、更宏观的位置上。通过强调消费的重要性，如消费对经济发展的基础性作用，凸显出消费者权益保护的重要性。通过强调全面实施依法治国，完善法制建设，起到保护消费者权益的作用。

财政部中国财政科学研究院应用经济学博士后盘和林也持类似观点。他认为，党的十九大报告提出“主要矛盾转换”，寓意着物质权益转换成消费者保护等非物质权益。“人民日益增长的美好生活需要”让物质和文化成为一种载体，必然需要通过消费行为才能实现。报告明确提出的“推进科学立法、严格执法、公正司法、全民守法”，将成为消费者权益最忠实的捍卫者。“实际上，消费者权益保护工作是一个庞大的系统法律工程，几乎与老百姓生活相关的内容都属于消费者权益保护的领域，如对造假售假者的惩罚力度、对维权消费者的司法救济、对产品质量的要求等，远不止《消费者权益保护法》一部法律可以言尽，全面依法治国必然有助于消费环境的优化。”盘和林告诉记者。

刘俊海认为，党的十九大报告提出从2020年到2035年，在全面建成小康社会的基础上，再奋斗15年，基本实现社会主义现代化。到那时“人民平等参与、平等发展权利得到充分保障，法治国家、法治政府、法治社会基本建成，各方面制度更加完善，国家治理体系和治理能力现代化基本实现”，这也包含了对消费者权益的保护。因为现代社会治理体系建成，意味着对企业的监管机制、对行政部门的监督体系的完善，也意味着消费者权益保护制度得到完善、消费者平等发展权利得到充分保障。这些都是保护消费者权益的体现。

## 与时俱进强化立法

如何在党的十九大报告指引下加强消费者权益保护工作，代表和专家也提出了相关建议。

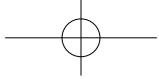
党的十九大代表、江西省工商局人事教育处处

长杨莹认为，一方面，要提高消费维权机制法治化水平，利用新《消法》实施的有利契机，结合地方特色，加大地方立法力度，强化维权机构机制建设；另一方面，则是适应新业态新特点完善消费维权举措。信息化时代，新业态层出不穷，作为监管部门，既要对新业态保持宽容态度、审慎监管，又要站在消费者角度，为消费者权益托好底线。如共享单车的押金安全如何纳入监管等问题，需要监管部门及时跟进，努力营造安全放心的消费环境。

党的十九大代表、云南省富源县市场监管局副局长马开慧在接受《中国消费者报》记者采访时表示，针对日益增多的电商消费纠纷，可以建立电商消费者举报投诉公示机制，促进电商诚信经营。采取在电商的主页面内设置消费举报投诉专栏，直接让消费者在电商主页面上进行投诉举报，且该投诉举报信息与工商部门举报投诉网络互联，方便消费维权部门查处。同时建立信用等级机制，对电商实现信用等级管理并公示；建立失信惩戒机制，要求电商平台提供商对信用等级电商采取限制性措施，也可结合企业信用信息公示系统使用；制定并完善相应的法律法规制度，使信息公示有操作的依据，明确电商平台提供商的责任与义务。

芦云则认为，《消法》修订实施后，一些配套的细则和地方性的法规还未跟上，这使得《消法》在实际操作层面还较难落地。党的十九大报告提出要“科学立法”，所以，还需要从立法立规政策制定层面落实《消法》。芦云认为，要全面落实依法治国，还有一些问题亟待解决，“具体落实在消费领域，如在消费纠纷解决机制上需要进行更加细致和具体的规定，能低成本快速地解决一些小额的、法律关系简单的纠纷，解决消费者维权成本高，周期长，举证难的问题”。（据中国消费者报）





## 热点关注

Hot Concern



# 网购如何顺利又顺心

## ——电子商务法草案二审引发关注

这几天，上班族小丽一回到家就抱着手机不肯放下。她在好几个购物平台的“购物车”里塞满了精心挑选的商品。“就等着‘双十一’那天掏钱买单。”小丽兴奋地对记者说。

一边是市场高歌猛进，交易量屡创新高，而另一边却是刷单、高仿、竞价排名等乱象丛生，“青春期”的电子商务伴随着严重的“亚健康”。

10月31日，电子商务法草案提请十二届全国人大常委会第三十次会议二次审议。围绕社会各界关注的焦点问题，二次审议稿一一作出回应。

### 快递服务消费者说了算

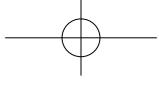
明明说好的付款后立即发货，可是苦等了一周后

卖家才发货……说起去年“双十一”的购物经历，小丽仍心有余悸。“希望今年别再遇到这样不靠谱的卖家”。

针对这一现象，草案二审稿增加规定：电子商务经营者应当按照承诺或者与消费者约定的方式、时限向消费者交付商品或者服务，并承担商品运输中的风险和责任。

不过，有时商品等着急用、嫌卖家合作的快递公司送货不够快，不少消费者会加钱选择更快的物流公司送货。对这类情形，草案同时规定“消费者与电子商务经营者约定另行选择快递物流服务提供者的除外”。

有过网购经历的人都知道，在网上选购商品仅仅



是第一步，真正拿到心仪的商品还得靠快递物流。而近年来，网购过程中由快递引发的争议不断激增。

对此，草案增加规定，电子商务当事人可以约定采用快递物流方式交付商品。快递物流服务提供者应当遵守法律、行政法规，并应当符合承诺的服务规范和时限；在交付商品时，应当提示收货人当面查验，经当面查验无异议的，收货人应当签收。

“实践中，由于消费者的原因造成的代收快递现象非常普遍，因此如果一律要求必须当面查验确实比较难做到。后续立法可以对消费者放弃当面查验的权利作出更为明确的提示规定。”中国互联网协会研究中心秘书长、北京师范大学副教授吴沈括表示。

## 竞价排名商品应标明“广告”

2016年，由百度搜索竞价排名引发的“魏则西事件”刺痛了不少人的神经。实际上，呼吁规范竞价排名的呼声由来已久。

一位大型电商平台高管表示，推广费用是平台的主要收入来源，也占据了中小电商的主要成本。推广费用，通俗来讲就是类似搜索引擎的竞价排名，主要包括按照点击、成交和展现等方式付费。在电商平台上经营的商家根据自己的需求出价，按照流量竞价购买广告位，平台根据商家出价从高到低进行展示。

中国电子商务研究中心主任曹磊说，虽然电商平台能给商家带来很多流量，但这些流量分到海量的商家后每家资源都很稀缺，商家需要不断购买流量吸引新顾客。

由竞价排名带来的恶性循环，势必影响消费者的正常选择和购物，甚至造成损失。草案二审稿对此作出回应，明确规定：电子商务平台经营者应当根据商品或者服务的价格、销量、信用高低等多种方式向消费者显示商品或者服务的搜索结果；对于竞价排名的商品或者服务，应当显著标明“广告”。

“竞价排名实际就是广告，如不标明，将误导消费者对商品或服务的评价。”吴沈括表示，明确竞价排名的广告属性，将更好地保护消费者的知情权，并通过对电商经营者必要的限制来避免可能出现的不正当竞争行为。

此外，草案二审稿还增加规定：电子商务经营者不得以虚假宣传、虚构交易、编造用户评价等方式侵害消费者的知情权。

“刷单目前主要由交易平台依据自身制定的交易规则去治理，而工商部门因缺少技术优势，难以及时发现证据。”中国电子商务协会政策法律委员会副主任阿拉木斯说，这次以立法的形式对“炒信”行为进行了禁止，有利于进一步明确“炒信”行为的法律责任，规范电商的经营活动。

“这些规定，有助于进一步强化电子商务经营者特别是平台经营者的义务规范，加强消费者权益保护。”全国人大法律委员会副主任委员李连宁表示。

## 强化平台经营者保护知识产权责任

网上假货、高仿品泛滥，成为不少人诟病网购的一大原因，也让众多因产品被假冒而影响名誉、销量的权利人直呼很“受伤”。

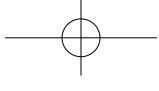
对于这一社会各界反映强烈的问题，草案在一审稿要求“电子商务经营主体应当依法保护知识产权，建立知识产权保护规则”的基础上，二审稿进一步细化了知识产权保护规则。

草案规定：知识产权权利人认为其知识产权受到侵害的，有权向电子商务平台经营者发出通知，要求电子商务平台经营者采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施。通知应当包括构成侵权的初步证据。电子商务平台经营者接到通知后，应当及时采取必要措施，并将该通知转送平台内经营者；未及时采取必要措施的，应当对损害的扩大部分与平台内经营者承担连带责任。

不过，如果最终确认卖家销售的商品没有侵权，那之前平台采取了删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施而造成的损失，又该由谁来承担呢？对此，草案明确规定：知识产权权利人因通知错误给平台内经营者造成损失的，依法承担民事责任。

在强化平台经营者的知识产权保护责任方面，草案规定：电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的，应当采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施；未采取必要措施的，与侵权人承担连带责任。

在处罚方面，草案规定，电子商务平台经营者违反上述规定，对平台内经营者实施侵犯知识产权行为未依法采取必要措施的，责令限期改正；逾期不改正的，责令停业整顿，并处5万元以上20万元以下的罚款；情节严重的，并处20万元以上50万元以下的罚款。（据光明日报）



# “双十一”网购新“玩法” 背后有多少“套路”？

预售、定金膨胀金、满减红包、直降红包……“双十一”期间，各大电商平台的促销活动不断翻新出新。与往年相比，不少“剁手族”直呼“规则更复杂”“数学不够好，真心玩不转”。

这些让人眼花缭乱的促销活动背后，消费者到底能有多少实惠？网购可以更安心了吗？

## “买买买”，考的不仅是数学

今年的“双十一”，买家不仅要“拼手速”，还要“考脑力”。记者注意到，淘宝官方给出的“双十一”攻略里，促销节期间各种名目的活动就有14种；京东则在不同时期有不同的主题购，且多以10至30元定金为主，成1.5至3倍翻倍；苏宁易购的消费者可以通过玩游戏的方式赚红包……

来自成都的消费者许女士研究促销规则多日。她发现今年一些平台的定金膨胀金要靠抢。“只有在指定时间内前多少名的才有机会翻倍……每年的规则都不同，一个电商平台上就有好几种‘玩法’，数学已经不够用了。”许女士说。

今年已是“双十一”的第9年。浙江大学教授金雪军认为，“双十一”营造了国内一年一度的“消费狂欢”，其影响力也逐渐扩大到全球。但在国内市场，其中违法违规行为多有发生，不仅损害了消费者的权益，而且破坏了网购的生态环境，需要“剁手族”们擦亮眼睛。

中国电子商务投诉与维权公共服务平台于近日公布的统计显示，“双十一”后一个月是消费投诉高峰期，数量也呈现逐年上升趋势，其中2015年同比增长18.60%，2016年同比增长26.27%。

## 新“玩法”背后有哪些老“套路”？

假冒伪劣、虚标原价、刷单炒信、误导宣传……这些都是往年“双11”常见的“骗局”，今年又有哪些“套路”需要额外注意呢？

——预售模式“坑”不少，规则不清“陷阱”多。预售模式出现，较好地解决了“双十一”当天由

于流量过大导致的系统瘫痪，同时也给商家更加精准的销售预估，库存准备。

但有业内人士指出，消费者可能会遭遇“定金”和“订金”的问题，一般来说定金不退，订金能退，各平台对于“双十一”规则的设置应当公开、透明，并且有特殊说明，让消费者明明白白消费。

——线上线下同款商品，质量却不一样。很多网友有疑问，为何网上买的纸巾薄很多，同品牌的羊毛衫羊毛含量少很多？业内人士指出，由于一些品牌的货品在“线上线下”仍未完全打通，就存在电商专供款，“价低降质”。

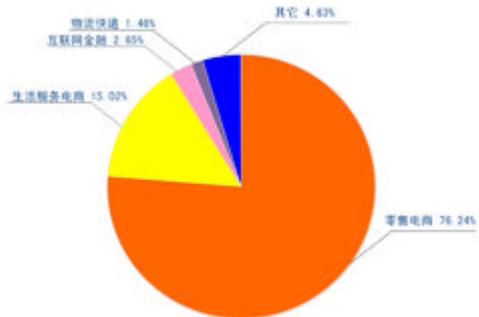
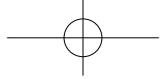
中国电子商务研究中心主任曹磊表示，“电商专供”商品与实体店销售的产品看似一模一样，仔细看会发现颜色、内件配备或某些功能存在差别。“电商专供”商品一般在服装、电器、鞋帽、箱包等品类较多，消费者要擦亮眼睛。

——赠品不能享受常规售后服务。不少网友都买过“买一赠一”的商品，例如买冰箱送电饭煲，然而电饭煲坏了却被回复赠品无保修。

浙江政法联律师事务所律师巫琼妮表示，《网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定》明确，网络集中促销经营者在促销活动中销售、附赠的商品，应符合《产品质量法》的规定，不得销售、附赠国家明令禁止销售的商品，不得因促销降低商品质量。附赠的商品，也应根据相关规定提供“三包”服务。

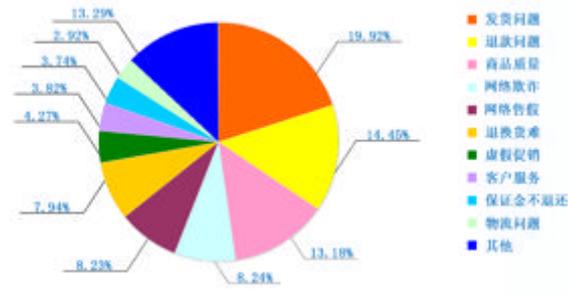
——先涨后打折成“潜规则”。广东一位卖家告诉记者，为制造低价，不少商家会采取先涨价后降价的方式。比如，某款女装平时的网络售价为200元，标示原价为300元，在“双十一”前商家突然将原价标示为390元，活动为打五折，实际销售价格为195元，比平常售价只低5元。

曹磊同时提醒，“双十一”等电商大促期间往往是网络诈骗活跃期，各类诈骗如钓鱼木马、中奖诈骗、退款诈骗、货到付款诈骗、秒杀诈骗等层出不穷。消费者要注意保护个人信息，并避免贪小失大。



2017年(上)全国电子商务投诉领域分布图  
图表编制: 中国电子商务研究中心  
数据来源: www.100EC.CN

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示, 2017年上半年零售电商类投诉占全部投诉76.24% (网络购物61.82%、跨境进口电商13.34%、微商1.08%), 比例最高; 生活服务电商紧随其后, 占据15.02%; 互联网金融类2.65%; 物流快递1.46%; 其它(如网络诈骗、网络集资洗钱等)占4.63%。



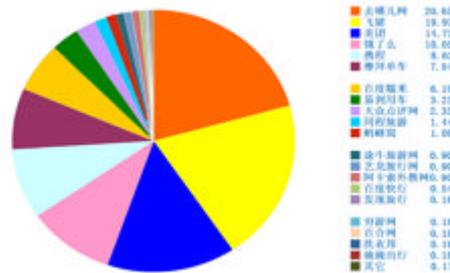
2017年(上)全国零售电商十大热点被投诉问题  
图表编制: 中国电子商务研究中心  
数据来源: www.100EC.CN

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示, 发货问题19.92%、退款问题14.45%、商品质量13.18%、网络诈骗8.24%、网络售假8.23%、退换货难7.94%、虚假促销4.27%、客户服务3.82%、保证金不退还3.74%、物流问题2.92%, 成为“2017年(上)全国零售电商十大热点被投诉问题”。



2017年(上)全国TOP20热点电子商务投诉地区  
图表编制: 中国电子商务研究中心  
数据来源: www.100EC.CN

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示, 2017年上半年, 来自以下地区的用户投诉最为密集, 分别是: 广东(13.14%)、上海(11.72%)、北京(9.66%)、浙江(8.95%)、江苏(6.82%)、山东(5.75%)、湖北(4.33%)、四川(3.8%)、福建(3.06%)、河南(2.45%)为“全国十大热点电子商务投诉地区”, 辽宁、湖南、安徽、陕西、河北、深圳、重庆、黑龙江、江西、陕西依次排名。



2017年(上)全国TOP20热点被投诉生活服务电商  
图表编制: 中国电子商务研究中心  
数据来源: www.100EC.CN

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示, 根据平台全年受理的投诉量表明: 去哪儿20.65%、飞猪19.93%、美团14.72%、饿了么10.05%、携程8.62%、摩拜单车7.54%、百度糯米6.10%、易到用车3.23%、大众点评2.33%、同程旅游1.44%、蚂蜂窝1.08%、途牛旅游0.90%、艺龙旅行0.90%、阿卡索外教网0.90%、百度快行0.54%、发现旅行0.18%、穷游网0.18%、百合网0.18%、洗衣邦0.18%、滴滴出行0.18%, 成为“2017年(上)全国TOP20热点被投诉生活服务电商”。

## 打假在行动, 网购陷阱需提防

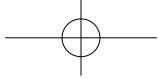
近日, 国家质检总局执法司下发《关于开展“双十一”消费品电商领域执法打假集中行动的通知》, 决定从10月25日至11月15日在全国开展“双十一”消费品电商领域执法打假集中行动。

针对网购仍存在防不胜防的消费陷阱, 中国社科院法学所助理研究员周辉建议, 在“双十一”这样的促销节点, 消费者需特别注意网购过程中的流程和细则。如果遇到网购商品或服务质量等问题, 可通过协商、寻求工商部门或其他第三方维权机构帮助, 遇到网购欺诈的应及时举报维权。

各地消费者协会也适时发布消费警示, 提醒消费

者提高警惕、谨防网购陷阱。山西省消协相关负责人表示, 中国消费者协会搭建了电商消费维权绿色通道平台, 并逐步与全国各级消协对接。消费者如果在网购过程中遇到合法权益遭受侵害的情况, 可以直接向当地消协投诉, 并通过维权绿色通道平台解决消费纠纷。

一些专家认为, 近年来国家不断出台法律法规净化网络环境, 一些平台的自律也逐步跟上, 消费者素养不断提高, 消费逐渐回归理性, 多重因素促使网购环境已开始向好。同时, 治理网购乱象仍需政府相关部门、企业、消费者共同努力, 在做大“增量”的同时, 还要不断“提质”。(据新华网)



# 多部门出招规范 “双11”不得先涨价后打折



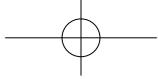
为了进一步抵制“刷单炒信”，国家发改委日前召开“双11”电子商务领域信用建设工作媒体通气会。在会上，去年发起成立的“反炒信”联盟进行了扩盟，7家互联网企业签署《反炒信信息共享协议书》，加入“反炒信”联盟。

回顾历年“双11”可以发现，“先涨价后打折”是不少商家惯用的销售伎俩，而这也成为消费者反映的焦点问题之一。

国家发改委去年发布的《2016年“双十一”网购节综合信用评价报告》（下称“报告”）显示，促销活动“暗藏陷阱”，“双11”网购节期间，在监管部门的努力下，以往消费者投诉较为集中的促销优惠不实问题有所缓解，但仍较突出。

记者注意到，今年监管部门提前介入，加大监管力度。工商总局近日印发通知，要求各地提前采取行政告诫、联合座谈约谈、发布典型案例、加强警示宣传、强化监测监管等方式，督促指导网络集中促销活动组织者和经营者不得发布虚假广告、虚报特价揽客、实施有价无货的欺诈行为；不得先涨价再打折，借机以次充好，以假充真等。

据了解，目前，由工商总局、发展改革委、工业和信息化部



部、公安部、商务部、海关总署、质检总局、食品药品监管总局、网信办、邮政局等网络市场监管部际联席会议成员单位组成的联合督查组，正在对部分省市2017网络市场监管专项行动进行集中督查。

## 发布电子商务领域黑名单

国家发改委发布的上述报告显示，在2016年网络曝光的“双11”网购节失信案例排序中，刷单炒信位居第五。通过分析全网及各大平台刷单数据，发现各大电商平台普遍存在刷单炒信行为。

为了进一步抵制“刷单炒信”，国家发改委日前召开“双11”电子商务领域信用建设工作媒体通气会。在会上，去年发起成立的“反炒信”联盟进行了扩盟，7家互联网企业签署《反炒信信息共享协议书》，加入“反炒信”联盟。

国家发改委表示，当前，正会同中央网信办、工信部、公安部、商务部、工商总局、质检总局、海关总署等部门开展电子商务领域严重失信问题专项治理工作。在“双11”前后，将发布电子商务领域黑名单，发布《电子商务领域信用风险“双11”预警报告》和《“双11”网络促销活动期间消费信用评估报告》。

记者注意到，首批500家“电子商务领域严重失信企业黑名单”目前已经在“信用中国”网站公布。

## 集中打假将曝光典型案例

在往年“双11”期间，部分商家趁机以次充好、以旧翻新，或者大量销售高仿造假产品，不少消费者反映网购商品存在质量问题。

为此，质检总局近日下发《关于开展“双十一”消费品电商领域执法打假集中行动的通知》，决定从10月25日至11月15日在全国开展“双十一”消费品电商领域执法打假集中行动。

据悉，各地质检部门将集中查处群众反映强烈的电商消费品质量违法案件，与公安等部门一道切实增强对质量违法犯罪行为的打击力度。集中曝光典型案例，加大电商执法打假工作宣传力度。对质量问题突出的电商消费品，将推动地方政府牵头开展区域整治，形成共治工作格局。

工商总局也要求各地加强网络市场监

测监管规范“双十一”网络集中促销活动，不得借机以次充好，以假充真。

## 力争实现重要节点不爆仓

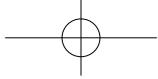
国家邮政局初步预计，2017年“双11”期间(11月11日至16日)邮政业处理的邮件、快件业务量将超过15亿件，比去年同期增长35%；最高日处理量可能达到3.4亿件，是日常处理量的3倍，日均处理量达2.5亿件，是日常处理量的2.2倍。

在快递量大幅增长的情况下，如何避免快递爆仓和延误？国家邮政局11月1日召开全国电视电话会议，对2017年快递业务旺季服务保障工作进行全面动员和部署，要求力争实现“两不”（全网不瘫痪、重要节点不爆仓）、“三保”（保畅通、保安全、保平稳）目标，努力做质量“双11”。

国家邮政局表示，由于社会关注度高、末端稳定问题突出、安全形势严峻等问题，今年“双11”快递业务旺季仍面临不少困难。要加强与地方政府及公安、交通管理、海关、检验检疫等有关部门的协调沟通，争取在场地安排、人员调配、车辆通行以及延长通关时间、优化通关流程、提高通关效率等方面获得政策利好和必要支持，保障邮(快)件寄递顺畅运行。

记者注意到，每年“双11”也是快递投诉的高发期，消费者遇到快递延误或丢失、破损件赔偿等问题该如何维权呢？除了通过邮政和众多快递企业各自的投诉渠道投诉外，还可以通过“12305”邮政行业消费者申诉电话和申诉网站申诉快递服务问题。（据中国新闻网）





新修订  
《反不正当竞争法》  
获通过

相关部门负责人  
回答记者提问



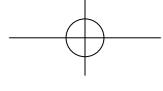
11月4日，新修订的《中华人民共和国反不正当竞争法》经全国人大常委会表决通过，2018年1月1日起施行。当日，全国人大常委会办公厅在人民大会堂召开新闻发布会，全国人大常委会法工委、文化部、国家工商总局、国家标准化管理委员会等相关部门负责人出席。

全国人大常委会法工委负责人表示，《反不正当竞争法》是我国社会主义市场经济法律体系中的一部重要法律，其颁布实施已有20多年。这次修订《反不正当竞争法》，是为了适应我国经济社会发展的变化，针对不正当竞争行为的新情况、新问题，进一步完善相应的规制规则，有利于规范市场竞争秩序，保护经营者和消费者的合法权益。

该负责人介绍，《反不正当竞争法》的新修改内容主要涉及以下几方面：一是混淆行为，即“傍名牌”，新法进一步明确了混淆行为的概念，将“引人误认”作为核心判断标准，对于擅自使用他人的标识作出了限定，要求该标识在相关领域有一定影响；二是商业贿赂，新法对商业贿赂对象作了进一步明确，包括交易相对方的工作人员以及受交易相对方委托的单位和个人，还有利用职权和影响力影响交易的单位和个人；三是虚假宣传，新法针对互联网刷单、炒信等方面问题作了有针对性的规定；四是侵犯商业秘密，在现有法律基础上特别规定，如果第三人明知或者应当知道商业秘密是另一企业的员工或前员工，以及其他单位或个人通过不正当方式获取的，他再来使用的话，即属于侵犯商业秘密行为；五是利用互联网技术实施的不正当竞争行为，包括误导、欺骗、强迫用户修改或者卸载他人的合法网络产品的行为等，新法作了进一步规定。

国家工商总局反垄断与反不正当竞争执法局负责人表示，针对利用互联网技术实施不正当竞争的新规制，是《反不正当竞争法》此次修订的一个亮点。互联网技术的特殊性，导致了互联网领域的技术竞争容易产生权力边界不清晰的问题，需要在执法过程中进一步探索和分析。当前在执法中对于互联网领域的竞争行为，一般采取审慎包容的态度，综合考虑技术进步对于公平竞争、市场秩序以及消费者权益的影响，既要鼓励创业、创新，也要维护好市场竞争秩序。互联网领域竞争行为的判断，需要较高的技术支持。工商和市场监管部门既要不断提高自身监管能力，也要积极协调相关部门，广泛运用各方面资源，形成全社会共治的监管局面。

针对虚假宣传行为，该负责人表示，新修订的《反不正当竞争法》对现行法第九条虚假宣传的条款进行了完善，对虚假宣传的具体内容进一步细化。今后除了对经营者自己产品的虚假宣传外，帮助他人进行刷单、炒信、删除差评、虚构交易、虚构荣誉等行为，也将受到严厉查处，“网络水军”等不法经营者将依法受到处罚。同时，行政执法部门针对虚假宣传的查处，应依据具体情节进行判断，决定依据《反不正当竞争法》或《广告法》进行处罚。（据工商总局网站）



# 从消费者投诉看电商消费侵权行为及处理方法

平谷区消协 李新宇 张芮冰

近年来，电子商务蓬勃兴起，相比传统行业，电子商务有着运营成本低、产品库存少、消费群体广、经营环节少等优势，受到买卖双方的青睐，于是各经营者纷纷打起电子商务的主意或逐步开始做起电子商务来。但是，我国对于电子商务监管认识也像电子商务本身一样，处于起步发展阶段，仍有许多值得探讨的问题，特别是消费者权益保障方面。

## 一、就平谷区消费者协会今年以来受理某电子商务企业投诉，看电子商务消费者合法权益受侵害表象

近年来电子商务领域消费者权益投诉呈快速上升趋势。截止九月底，平谷区消协系统收到涉及北京某电子商务公司（实名略，以下简称该企业）的投诉急剧上升，是2016年同期投诉5.15倍，占平谷区消协2017年内受理全部投诉430件的15.6%，为年内企业被投诉第一大户。注：上述投诉23.64%已被工商部门立案查处。

1、擅自取消订单和部分订单砍单占该企业全部投诉的44.78%。消费者反映“6·18”活动买九阳赠大礼包活动，宣传买九阳电饭煲JYF-40FS23时，赠品为九阳食材生鲜大礼包，然而实际购买时候商家拒绝按照原订单发货。

在所有投诉中，砍单问题最为突出，而且涉及商品品类众多，如：电饭煲、哈密瓜、酒、冰淇淋等。且多起为两人以上投诉。由于电商具有同时可以容纳大量消费者下单的特点，当商家推出“秒杀”“竞拍”等低价促销活动时，其低价效应势必吸引成千上万的消费者同时下单，如果这时商家单方面取消订单，大量消费者的权益受损后，很可能引起群体性消费纠纷。

取消订单是电子商务过程中一个独特的现象。电子商务其非现场购物本质，决定本身不像传统购物一手交钱一手交货，它既是非现场购物，也带有某些预付费色彩。所以，电子购物过程中经营者有擅自取消订单现象很容易发生。如果经营者不重视消费者合法权益，随心所欲，任意而行，必将引起严重后果。砍单问题短时间内，或许可以忽略回避，但积累到一定程度，一定会显现出来，势必影响到整个电商行业的信誉与形象，甚至整个电商行业的健康发展。

2、虚假宣传占该企业全部投诉的8.95%。像网站宣传“有机食品”，实际收货后发现外包装并未注明有机标识，联系食药局，却被告知“不是有机食品”。电商企业喜欢用包含绝对化用语、宣传有机食品、过度宣传食品作用、宣传不符合事实等等来美化自己的商品。这里不排除地域差异、风俗习惯、文化差异、语言差异等造成的误会误解，只针对经营者刻意扩大产品用途，编造产品优点等方面进行统计。

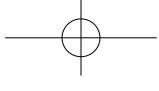
3、未按约定时间送货占该企业全部投诉的5.97%。主要涉及消费者购买橘子、苹果等食品，比如网站承诺某日送达，下单成功后，商家却延期送货，最长延期高达近半个月。

电子商务活动作为非现场购物活动，物流快递是必要环节，随之而来的时限，三包日期等一系列问题。物流快递运送又受限于天气，人力，物力，能力等差异影响，给运送时限造成了不确定性，解决送货时限也是电子商务活

动面临的重要问题。

4、促销活动不实占该企业全部投诉的4.48%。其中一则投诉写到：活动内容“浦发银行周二满80元减50





## 理论研究

Theoretical Research

元”活动，活动日当天，先前购买过的商品价格总会出现大幅的涨价或很多货物下架，某消费者反映其在该促销时间点提交订单（泰国椰青2个装\*4）的时有货的，付款时库存不足，银行满减名额没有了以后，椰青又有货了。连续2周参加这个活动都出现这种情况。

促销活动不实这个问题，笔者也深入探讨了，活动不实有些是网页更新不及时原因，有些据说是员工手残原因搞错，有些事网页链接不对原因，有些本身就是商家搞的噱头，比如秒杀活动，电子商务商家面对全国乃至全世界消费者，可是规定的秒杀产品只有三五个，简直比抽奖概率低不知多少倍，结果是只有0.01%消费者可以秒中，引发大量消费者不满。

5、账户相关问题占全部投诉的7.46%。因为是电子商务，要在经营者网站如实登记个人信息，所以经营者有自主控制权，能够在后台采取有违诚信行为，比如擅自取消或者限制礼金卡、优惠券，或者盗用账户。比如盗用消费者礼品卡被购买商品，或者促使消费者个人信息出现其他情况等等。

6、不履行非现场购物“七日无理由退货”义务占全部投诉的4.48%。这是明显违法行为，新《消法》规定非现场购物七日内无理由退换，但经营者可以有很多理由拒绝履行“七日无理由退货”义务，像包装破损影响二次销售，衣物试穿有其他味道等各种理由。完全忽视新《消法》只规定几种类别不在此类，而不是限定几种现象。

7、其他售后问题占该全部投诉的7.46%。电子商务的非现场购物特定性质，决定消费者选择一类产品时，最终到自己手中的商品，是由商家决定的，这时候消费者的选择权并没有得到充分履行。比如我们遇到的生鲜水果投诉，消费者反映买来的时候是生的，经营者告知等到熟了再吃，而水果将近熟的时候就从里面全是发黑的，此时商家以保存不当为由拒绝退货。还比如鲜花，文玩，宠物等品相有差别产品，基本上都是经营者随机发货，一物一拍的现在是有，但是这要比随机发货同类产品价格高出很多，这类问题还是比较突出的。

8、其他问题占全部投诉的16.42%。

当然在电子商务的经营行为中，侵犯消费者合法权益行为不止上文所述，其他现象如合同行为中的格式条款、霸王条款；买卖时候的强行搭售；网站行为的个人信息泄露；出行出游的票据无法改签等等现象都有存在，这里不一一赘述。

按照新《消法》相关规定，经营者上述行为分别侵犯了消费者的安全权、获取真实信息权、自主选择权、公平

交易权、获赔权，企业并未履行遵守法律法规、提供商品真实说明、非现场购物七日内无理由退换货、保护消费者个人信息义务的义务。

## 二、电子商务经营中，企业应加强诚信，增强社会责任感，规范电子商务经营行为

企业经营初期存在的问题，是可以通过企业自身整改完善的，而短时间内投诉量急剧上升，是个不利的信号。企业扩张市场，片面追求利润，不重视消费者权益保护问题，在侵犯消费者合法权益的同时，也破坏了辖区健康有序的消费环境。

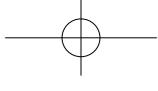
电子商务经营活动中，企业自身调解成功率并不高，不排除双方责任无法分清或消费者要求过高情况存在，但也不可否认，企业与消费者沟通调解能力差，售后方面问题突出也是重要原因；另一个可能性就是企业并不重视消费者权益保护工作，忽视企业投诉行政调解带来的行政成本增加，社会责任感弱。但是无论问题是哪一个方面，企业自身加强社会责任感，进行诚信经营都是不可或缺的。

### （一）加强企业内部整改

企业应强化自身责任意识，尤其电商平台自身首要责任，明确内部监管职责。据统计，该企业的投诉主要来源于各种促销活动，消费者多认为活动与实际不符，被“砍单”现象频发。企业应在活动的初始，对每个环节进行严格管控，在活动宣传内容规范、系统规划设置上加大整改力度。并对销售各个环节进行严格监控，例如：广告用语、宣传规范、操作流程等等，尤其是促销活动应该准确核实。在开展各种活动吸引消费者之前，理应确保促销商品的质量合格；在进行促销宣传之前，理应仔细核对商品的价格、赠送商品、活动时间等促销信息，确保呈现在消费者面前的信息真实有效；在开展活动之前，建议进一步提升系统统筹力度，为消费者在购物时提供便捷、有效的服务。建议企业在整个过程留存有效证据档案，哪个环节出问题，哪个环节部门承担责任。

### （二）建立合理、有效、完备的售后服务机制

未按规定时间送货、账户问题、不履行非现场购物“七日无理由退货”义务、售后问题均可以算作售后服务范围内产生的纠纷，占全部投诉的21.88%。企业应该加强对售后服务人员的培训，建立合理、有效、完备的售后服务机制，权利层层分级，对外统一口径，针对法律有明文规定的要求，能够及时对消费者的要求作出回复，而一些疑难问题，则应该及时上报调查，并在具体时限内给予消费者合理答复。



### （三）加强消费维权法律法规意识

在投诉受理中，我们明显感觉到企业售后服务人员法律法规意识不强，知识不够扎实、不够专业，售后不能维护消费者合法权益，就导致了行政投诉量上升，浪费行政成本。企业应加强保护消费者合法权益类法律法规意识，多对相关工作人员进行专业化培训，提高售前、售后服务质量，也可与消协等相关部门联合进行规范化培训讲座，既做到售前宣传不违反《广告法》、《消法》等相关法律法规，又能做到在回复消费者问题时有理有据，提高专业化服务水平，让消费者满意的同时，加强企业公信力。

### （四）与相关部门消费维权系统对接

一是企业指派高级管理人员与消费维权部门建立长期联系，定期与消协进行沟通，提高自身在消费维权方面整体意识与能力，在接到大规模投诉时做好把控，提高投诉处理力度。

二是企业自行建立售后赔偿制度，由平台出资，建立消费维权保障金，有涉及平台商家侵犯消费者权益投诉，商家处理不当者，由平台进行先行赔付，然后平台自行履行追偿手续。

## 三、全社会共同关注电子商务经营行为，保护电子商务活动中消费者合法权益

（一）立法立规及时调研，发现电子商务经营中出现的各种问题，及时立法立规，找出问题节点，以点带面的建立有中国特色的电子商务法律体系。毕竟没有规矩不成

方圆，有了法律法规还要加强有法可依的情况下的有法必依，违法必究的工作。

（二）行政部门加强监管，商家提高自律行为，行政部门应该从市场准入角度到售后服务全流程进行监控，让企业经营行为置于阳光之下，不要让电子商务作为非现场购物就可以有猫腻可行。像工商部门早在几年前就已设立网络交易处，专门对网络交易进行监管，这是对于电子商务活动的先知先觉，然而后续活动要有针对性，切中要害是各行政部门的着眼点、着手处。

（三）教育消费者提高自我保护意识，大力开展消费教育活动，利用新旧媒体，各种机会，不遗余力普及消费常识，今年中国消费者协会消费教育年主题“网络诚信 购物无忧”，就只这个初衷。

（四）建立诚信机制，让诚实信用成为衡量电子商务企业经营的一个有力标准。加强我国电子商务信用体系的建设。中国的电子商务如何向规范化、法制化发展，必须产生一个如何认定诚信、如何评价诚信、如何监控诚信的第三方机构（如中国电子商务诚信联盟）并得以推广。保障电子商务活动规范、顺畅安全运行的社会法规、诚信环境不完备则是制约我国电子商务发展的更直接、深层的因素。如果诚信问题不能及时有效地解决，整个电子商务的大好局面都会因这颗“老鼠屎”而满盘皆输。

期待新时期电子商务的消费者环境建设将会得到改善，协调发展，全面保障。

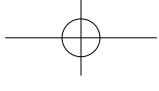
### 相关链接

### 全国消协组织受理投诉数据：电商等远程购物投诉多发

根据全国消协组织受理投诉情况统计，2017年上半年全国消协组织共受理消费者投诉285,992件，解决231,653件，投诉解决率81%，为消费者挽回经济损失29,864万元。其中，全国消协组织受理电商等远程购物投诉22,804件，占销售服务类投诉的53.1%。

电商等远程购物因快捷特性，一直受到消费者的欢迎，但购物后随之而来的售后服务却不尽人意，由于经营者与消费者身处异地，造成消费维权困难。消费者主要投诉的对象涉及电商平台、以“微商”为

代表的个人网络商家和电视购物等方面。远程购物投诉的主要问题集中在：七天无理由退货难落实；虚假宣传，商家不能及时发货或消费者收到的实物与商家宣传差异较大；商品质量不合格和假冒的现象较多；“微商”属于无实体店、无营业执照、无信用担保、无第三方交易平台的小店，进入门槛低，缺乏完善的交易系统，出现纠纷，直接删除好友或更换账号逃避法律责任，消费者找不到商家、维权困难；电视购物商品出现问题后，厂商与电视台互相推诿。



沈 慎

## 互联网决不能对非法集资“网开一面”

以“空手套白狼”方式非法集资762亿元，受害投资人遍布全国31个省区；非法交易所野蛮生长，庞氏骗局让数十万人血本无归……近年来，各种非法集资打着经济新业态、金融创新的幌子，以理财众筹、期货、虚拟货币等形式在各大网络平台巧取豪夺，令不少误入“陷阱”的投资者恨之入骨。

一味责怪民众眼睛不够雪亮，恐怕并不客观。利用互联网非法集资屡禁不止，一方面是骗人的手段和形式不断翻新，以“高利润、高回报”噱头作为“糖衣炮弹”，以互联网+和金融创新为旗号，包装成“网络借贷”“虚拟货币”“金融互助”“爱心慈善”的非法集资欺骗性强，令人防不胜防；另一方面由于互联网非法集资具有的隐蔽性强、传播速度快、无地域限制等特点，造成立案、查处、打击难，监管力度不够、协作机制不完善，让部分人有了可乘之机。此外，利用一些权威媒体包装和知名人士站台，也是互联网非法集资的常见套路。

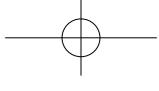
借助互联网进行非法集资，既损害普通投资者的利益，也危害国家金融安全。以前不久宣判的e租宝案件为例，这出中国金融史上最大的金融诈骗不仅骗走了90万名普通投资者的资金，还存在操纵市场、内幕交易、虚假披露、非法经营股指期货等犯罪行为。骗局终会真相大白，但发财梦碎后是无数家庭的财产受损，伴随而来的，更有跨区域群体性维权事件的易发和多发。

“如今，快速发展的互联网提供了极大便利，但绝不能对非法集资网开一面，成为金融犯罪的温床。”不少网友的心声反映出投资者的迫切诉求，也成为整治互联网非法集资乱象的方向。党的十九大报告鲜明提

出，“健全金融监管体系，守住不发生系统性金融风险的底线。”习近平总书记也反复强调，“防止发生系统性金融风险是金融工作的根本性任务，也是金融工作的永恒主题。”

另一方面，推进金融系统反腐，打击利益输送行为也是整治互联网非法集资乱象的重要举措。一些曝光的互联网非法集资案件背后，不乏交易场所的乱批滥设和审批监督缺位等问题。正如央行行长周小川所言，“少数金融‘大鳄’与握有审批权监管权的‘内鬼’合谋，火中取栗，实施利益输送，个别监管干部被监管对象俘获”，这导致金融投资者消费者权益保护尚不到位。揪出操纵市场的“大鳄”、严惩潜藏深处的“内鬼”，只有让非法集资的犯罪人成为过街老鼠，让利益熏心的腐败分子无处可藏，市场竞争才能在制度保障下迎来公正、透明的阳光。

进一步来看，重拳打击互联网非法集资，更需要规范互联网金融活动，让合法有序的互联网金融造福投资者。互联网是把“双刃剑”，非法集资恰恰是通过互联网变得隐蔽，但反过来说如果利用得好，互联网也能为现代金融注入强劲动力，打开更多可能。用法治照亮互联网的每一个角落，靠规则为互联网金融创新标定前进方向，不仅能够让更多人清晰非法集资和合法经营间的界限，避免陷入骗局和套路，同时也能够确保优质的互联网金融服务通过公平的市场竞争而胜出，在满足日益增长的投资需求中惠及更多民众。（据人民网）



## 电商黑名单还有升级空间

着力解决电子商务领域信任缺失问题，是电商平台管理者应当关注的重点，也是维护消费者合法权益、营造干净网购环境急需解决的问题。

在一年一度的“双11”期间，国家发改委专门召开“双11”电子商务领域信用建设工作会议，强化电商促销中的“信用问题”。国家信息中心副主任周民表示，在全国信用信息共享平台上有关部门共享的黑名单信息中，经分析比对，共梳理出电子商务黑名单企业6440家，其中首批500家已在“信用中国”网站公布(11月2日《北京青年报》)。

在“双11”期间，强调电商促销中的信用问题，还把首批500家电子商务黑名单企业在“信用中国”网站公布，这看似有些不合时宜。但是，各大电商毕竟都在大张旗鼓造势，推广促销活动方案，想在此销售旺季分一杯羹。

而此时国家发改委公开表态，要发布电子商务黑名单，同时还要对“双11”活动进行跟踪测评，这对于各大电商而言，并不是什么“利好”。但从国家发改委公开表态中，看出其对实事求是的坚守。尽管说电子商务已成为重要的经济增长点，但是既然存在问题，就有必要在这个重要节点提出来，该批评的批评，该曝光的曝光，该解决的解决。

2009年第一个“双11”购物节的交易额只有5000万，但相对于当时电商的体量，已经昭示了巨大成功。自那时起，“双11”形成惯例，带动整个产业每年滚雪球似的增长。去年“双11”当天交易额就突破了1200亿。但是，在电子商务迅猛成长的同时，市场乱象亦随之涌现，假冒伪劣、以次充好、虚假广告、服务违约、虚假交易、刷单炒信、恶意差评以及滥

用、泄露和倒卖个人信息等违法违规行为泛滥，严重影响正常市场秩序，侵害消费者合法权益。

加强电子商务领域诚信体系建设，着力解决电子商务领域信任缺失问题，是电商平台管理者应当关注的重点，也是维护消费者合法权益、营造干净网购环境急需解决的问题。

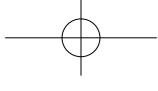
不过，公布黑名单能否引起电商的重视？能否触及无良电商的痛感神经？之所以这么问，是因为此次发布的黑名单，只包括企业名称、工商注册号、组织机构代码、统一信用代码、失信领域五个方面的信息，消费者想要了解和掌握的内容，未必能从榜单上获取。换句话说，黑名单对消费者的指导作用并不明显，对无良电商或不足以构成强大的威慑力。挖好的陷阱应该还是会有人继续往下跳。

由此可见，电商黑名单还有升级的空间。具体来说，应从以下几个方面努力，让其变得更加完善：其一，从消费者想要了解和掌握的信息着手，将被列入黑名单商家的信息进行详细公布，比如店铺的名称、经营的范畴、属于哪个电商平台等，让消费者一清二楚；其二，借助网络信息技术优势，将被列入黑名单的商家进行标注，并在其网店页面显著位置打上“该商家已被列入失信黑名单”的提示字样。如此，网络购物的消费者无论是在PC端还是移动端，都能一目了然，从而有效规避网购风险。

人无信不立，业无信不兴。希望各电商企业尤其是大型电商企业既要看到商机，也要做好自律，守住诚信的底线，将电商行业发展成为让消费者信得过、得实惠的大市场，从而更好发挥电子商务在促进大众创业、万众创新和新旧动能转换中的重要作用。(据法制日报)



丁恒情



陈作兵

## 海淘药品，潜在风险不容忽视

随着网购的普及，商品的流通早已打破地域国界。尽管由于法律法规的敏感性，网购药品，还处于遮遮掩掩，半公开状态。但是，我们可以轻易地购买到药品，包括OTC和非OTC类药物。网购药品，尤其是跨国跨境的所谓“海淘”，的确给大家带来了便利，另一方面，也带来了危险和伤害。海淘一族有时支付的不是金钱，而是我们的生命。

前几天诊治了这么一个病例。一个70多岁长期腰痛女病人，在康复医学科就诊。医生诊断后建议腰围制动，牵引和物理因子治疗，症状好转。但她听了周围“热心人”介绍，从海外东欧某国网购了强力速效的“腰痛丸”，一开始服用效果的确很好，但只过了5天时间，便因头晕、呕血、黑便被送医进行紧急救治。

医生检索了所谓的“腰痛丸”，发现含有皮质醇（激素）的成分。医生分析：激素本身一个严重的副作用就是消化道出血。而每天一次的剂量是按照东欧人的体重计算，而这个病人体重才40公斤，和东欧人成年人中位数体重70公斤，差不多相差一倍啊，剂量不超标才怪呢。

药品毕竟是一种特殊商品，我国一直禁止通过网络销售处方药，即使在线下，也必须在建立销售台账、有专业药师审核处方等条件下，才允许药店凭处方销售处方药。海淘药品，以下几点必须引起我们高度重视。

正确认识药品，尤其是海淘的洋药品。洋药品吹得天花乱坠，但也是药，是药就有适应症和禁忌症，是药就有副作用和不良反应。一些网络商家，利用患者病急乱投医的心理，一味刻意扩大药物的功效，而有意或

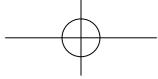
者无意地淡化药物的不良反应。有些海外的药物卖家，自己也不了解药物，为了自己的利益，胡乱推荐，最后损害的是病人的利益。

每个国家、地区都有适合自己药物研发、临床应用相关的法律法规，中国也不例外。在中国市场上使用的药物，必须完全符合中国药典规范，有严格的适应症等规定。每个药品的适应症是在上万例的动物试验，以及一期、二期、三期临床验证的基础上得出的，大多有双盲、对照、随机、可重复的科学性验证，且很多药品本身就包含了预期的不良反应的保险费用在内，所以药物的研发费用非常昂贵。海淘的药品由于从源头管理的缺少，无法全程精准监控药物治疗和缺少必要的赔付制度，给消费者带来的潜在危险性非常大。

随着互联网发展，国内外学术交流的频繁，中国的医疗技术和制药技术也慢慢地站在世界的制高点。“中国和全球顶级医疗技术的相差时间，不会超过3天。”这是我们医务人员交流时常常听到国外同行的评价。所以完全没有必要舍近求远，妄自菲薄，迷信洋药品。

当然，我们也不应该因噎废食。海淘药品，必须健全管理机制，包括正规的网站、专业人士的认证、流通的监管、三方的赔付，等等。只有这些制度措施都建立完善了，才能确保海淘药品业的健康发展，真真切切给我们带来健康，安全和便利。

海淘药品，是一把双刃剑。使用得好，得心应手，游刃有余，给我们带来健康，带来便利。稍有不慎，不但割伤了我们自己，甚至有生命之危。（据钱江晚报）



## 刹住坑老骗老“会销”歪风



李 刚

彻底整治坑老骗老的保健品“会销”行为，需要发动社会公众共同努力、共同监督，规定场地提供方的报告义务是提升监督力的良好开端

广州年过八旬的张奶奶被人介绍参加“68元畅游惠州三天两夜”，之后和其他老年团友被拉入某酒店举行的保健品营销大会，收了免费礼品，又被一群青年“干爹干妈”叫得耳热，这些老人每人掏了几千或上万元购买了一堆“三无”保健品。等张奶奶子女找到该酒店时，“会销”人员已人去楼空，酒店方表示，只是出租场地，与那些人没有关系……

近年来，向老年人销售保健品的“会议营销”骗局成为社会问题，因为无法找到“会销”团伙的真实地址，子女发现父母受骗上当后难以维权。而“会销”团伙换个酒店又可以继续招摇撞骗，难以现形。

这种明目张胆的欺老骗老行为，必须对其进行有效监管。

“会销”的核心是会场，一个高端的会场是“会销”团伙骗局的一部分。为此，《广东省2017年保健食品非法会议营销专项治理行动工作方案》规定，非食品经营许可证中核准的经营场所，如使用宾馆、酒店、影院或其他非注册场所举办保健食品会议营销宣传推广的，不得进行现场销售活动。

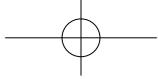
对于监管部门来说，管住会场是管

住坑老骗老行为的关键。然而对于那些擅长打游击的“会销”团伙来说，这一点不难规避。离开“会销”现场，附近很多地方都有不法分子“殷勤”地为老人提供销售服务；即使销售骗局就在现场进行，如果没有人举报，也难以对其进行查处。

近日，《广东省老年人权益保障条例》正式颁布实施。《条例》规定：为会议营销提供场地或者其他条件的开办者、出租者、举办者，以及保健食品交易网站、电视购物频道、第三方平台提供者等，应当依法审查入场食品经营者的许可证、进行实名登记，发现利用其所提供的平台、场所进行虚假宣传、欺诈消费者等违法行为，应当采取必要措施，并立即向有关监督管理部门报告。

显然，要彻底整治坑老骗老的保健品“会销”行为，需要发动社会公众共同努力、共同监督，规定场地提供方的报告义务是提升监督力的良好开端。

进一步来看，如果场地提供方必须承担“会销”非法经营的连带责任，对“会销”监督的力度才能真正加大。除此之外，相关部门还需对场地提供方知情不报、瞒报、谎报等行为做出相应规范和惩处。如此一来，方有望刹住坑老骗老的保健品“会销”歪风。（据人民日报）



## 衣服遭破相，维权获赔偿

王女士将一件价值三千元的裤子送至干洗店洗涤，干洗费为12元。几天后，来取时却发现裤子被洗花，且已经严重影响穿着。洗衣店重洗后也未能恢复原状，对此王女士非常生气，要求商家赔偿，店主也承认自己有责任，但双方就赔偿金额发生争执，王女士无奈之下向工商部门进行了投诉。

经工商部门了解，王女士在送洗衣物时，店主虽然给王女士开具了干洗凭据，但凭据中并未对所洗衣物进行保价，而且王女士称衣服是五、六年前购买的，购物小票早已丢失，无法对衣服的价格进行认定。

根据《北京市洗染行业经营管理规范（暂行）》第二十六条：“对于非保价服务的衣物，因经营者的责任造成损坏，丢失的，应根据购衣凭证所标注的购物时间、价格实行折价赔偿。年折旧率为20%（不足按一年计），逐年递增，折旧率最高不超过70%。购买时间不超过三个月的赔付额应当为购买价格的95%；购买时间不超过六个月的赔付额应当为购买价格的90%。不能出示购衣凭证的，可依据收件单上

记录的品牌参考市场价，以折旧估价赔偿。未标明品牌、规格、新旧程度的按洗涤费用最高不超过20倍给予赔偿。赔偿后的衣物归经营者所有，如消费者索要，可减少30%的赔款”的规定，经过调解，最后商家同意给予洗衣费20倍的赔偿，并将所洗的衣物归还王女士，王女士表示认可。

根据工商部门对有关投诉数据统计，服装洗染问题的消费纠纷主要集中在洗后衣物出现串色、损坏等情况，以及因商家保管不当造成衣物遗失。在此，我们提醒广大消费者：

在送洗衣服时，要仔细核对商家接收单上所填写的信息，将衣物的状况尽可能描述详细，如：衣物的新旧情况、面料质地、颜色、脏净程度、破损程度、贵重饰物等情况，以及易损、易腐蚀和不易干洗的面料等相关事宜，对于价格超过2000元的服装，可实行保价精洗。这样不仅可以避免不必要的纠纷，也可以作为双方维权时的一种有力证据。（据北京市工商局）

## 玉器抽奖存猫腻 中奖陷阱须警惕

近日，消费者刘女士到某商场购物，结账后得知可以去某玉器专柜领取一份小礼品并可参与抽奖。刘女士很幸运地抽中“一等奖”，可用8%的手工费免费得到项链一条。刘女士付了1640元获得“和田碧玉”项链一条，非常高兴。回家后，发现该项链质量较差，认为不值这个价钱，要求退还货款，但商家拒绝。

海淀工商提醒广大消费者，在遇到玉器抽奖时应提高警惕，注意以下几点：

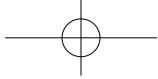
1.抽奖箱内藏玄机。消费者参与抽奖后，一般都会中大奖，误以为自己很幸运。殊不知，商家的抽奖箱暗藏玄机，里面基本全是“大奖”。有的商家为了打消消费者的疑虑，准备两个不同的抽奖箱掩人耳目。

2.正规商家很重要。消费者在购买商品时尽量选

择正规的商家，选择口碑好、信誉好的品牌，不知名的品牌要谨慎购买。选择正规商家购物，如果发生消费纠纷，解决起来相对容易。

3.莫被证书迷了眼。很多消费者在中奖后，看到商家的玉器一般都会有鉴定证书，认为肯定是真品，因此坚定了自己的购买信心。然而，鉴定证书只能证明这是什么珠宝玉石，并不能说明它的价值。鉴定证书证明你所购买的玉器是真的，但并不代表它真的值这么多钱，只值几百元的玉器也可以有鉴定证书。

4.切莫贪图小便宜。在面对抽奖、打折、促销等优惠活动时，尤其是遇到玉器抽奖活动，消费者要提高警惕，擦亮眼睛，小心陷阱，谨慎购买。正所谓“天下没有免费的午餐”，不要因贪小便宜吃了大亏，得不偿失。（据中国经营报）



# 关注老年消费 关爱老年朋友



为帮助老年消费者科学选购保健食品，合理投资理财、安全旅游出行，舒心养老生活，避免落入消费陷阱。中国消费者协会特别提醒广大老年消费者：

## 一、养生有门道，保健品消费需警惕

近年来，一些不良经营者利用老年人信息相对封闭、需要陪伴、渴望健康等特点，炒作概念，虚假宣传，大行坑老害老之道。他们扯上国家“惠民工程”“政府补贴”“一带一路”等光鲜旗号，假借国内外著名医药科研院所、基金会、行业协会等高大上名头，扮演专家、学者、神医，顶着博士、教授、研究员、诺贝尔获得者等各种头衔，打着科技幌子，将其产品标榜为国内重大发明或国际科技领先成果，包装成能治百病的灵丹妙药，有的还搬动国内外知名人士为产品会销站台。他们通过养生讲座、专家访谈、有奖听课、“专家”坐诊、免费体检、虚假试验、免费旅游、家访送礼、亲情拉拢、会员优惠、雇托销售、饥饿营销等方式，忽悠老年人盲目购买高价保健品，非法谋取暴利，致使有的老年人倾家荡产甚至葬送生命。为此，中国消费者协会提请广大老年消费者在购买保健品时一定要擦亮双眼，注意防范以下常见消费陷阱：

此外，请老年消费者朋友们注意以下事项：

1.保健食品是特殊食品，不能替代药品，法规禁止宣传保健品有疾病治疗、预防作用。切勿听信将保健食品吹嘘为灵丹妙药或片面夸大药品毒副作用的虚假宣传，身体不适要及时就医，以免贻误病情。

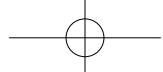
2.保健食品不含全面的营养素，不能替代其他食品，要坚持均衡饮食，过度服用保健食品，会增加肝肾等脏器负担，非但不能保健，相反会损害健康。

3.选购保健食品要认准产品包装上的保健食品标志（蓝帽子）及批准文号，相关产品信息可在国家食品药品监督管理局网站查询。

4.选购保健食品要检查保健食品包装上是否注明生产企业名称及其生产许可证号，生产许可证号，可登陆国家食品药品监督管理局网站查询。

5.不良商家具有欺骗性很强的营销手法和完善的销售网络，不同商家往往会共享老年消费者个人信息，向其展开轮番推销，老年人一旦被盯上就很难抵御和摆脱，常常会接连上当。所以，遇到“套近乎”的推销者，老年人要高度警惕尽量远离，更不要把联系电话和家庭地址透露给对方。在需要购买尤其是金额过高的产品前一定要谨慎，最好与家人商量或咨询医生后再决定是否购买。

6.要通过正规的渠道购买保健食品，并注意查验商家是否有证照齐全。最好选择知名度高、信誉度好



## 消费提示

Consumer Tips

的商家购买，切忌通过传销等非法途径购买。买时注意索要正规发票和联系方式，收集保留好宣传资料，一旦自身权益受到损害，可将相关票据、资料等作为维权证据。

### 二、出游有猫腻，消费陷阱要当心

1. 当心团购价背后的陷阱。一些旅行社会以“团购价”“低价团”“免费游”等广告吸引旅游者上门，他们尽可能降低自身经营成本，在行程路线、交通工具、住宿条件等方面服务大打折扣，会给老年消费者增加不必要的烦恼或事故风险。他们或在旅途中带领老年消费者前往保健品商家诱骗其购买产品，或在签订合同时往往将最精彩、需要付费的景点排除在低价团费之外变相加价。因此，老年消费者在选择旅行社和产品时不要单纯以价格为导向，要多关注旅游产品的品质。

2. 当心年龄“附加费”陷阱。目前很多旅游团价格很低，一些旅行团只能依赖游客在购物点消费来赚取利润，而老年人被普遍认为消费能力偏低，故而想出了向老年人收取年龄“附加费”来弥补损失。年龄附加费是国家明令禁止收取的。报团时，要仔细阅读旅游合同内容，检查附加收费、行程路线、收费项目等条款是否合理后再签字和缴费。

3. 防范不良商家以超低团费、分时度假、高额回报等为诱饵，让消费者支付高昂的出境保证金或会员预付卡费后，拒不按照合同约定退款或卷款跑路。所以，老年消费者在选购旅行社时，应尽量选择有资质和口碑的旅行社，最好将出境保证金支付到由第三方金融机构监管账户，不要轻易打到工作人员个人账户，避免日后产生经济纠纷造成财产受损。

4. 根据自己的身体状况和承受能力选择旅游线路，避免过度疲劳导致身体不适无法旅游，产生不必要的纠纷。

5. 当心天价陷阱。在景区就餐和购物时，把价格和计量单位问清楚，再去购买商品和接受服务。如出现权益受损时，在保障自身安全的情况下，保留好维权证据，及时向有关部门投诉举报，维护自身合法权益。

### 三、投资有风险，金融理财需谨慎

1. 购买理财产品时请牢记五个“不等于”：（1）银行理财不等于储蓄存款；（2）预期收益不等于实际收益；

（3）口头宣传不等于合同约定；（4）别人说“好”不等于适合自己；（5）投资理财不等于投资发财。

2. 清晰了解产品的发行与签约机构、保本与否、投资方向、预期收益率等，一定要明确自己所购买的产品类型，避免某些销售人员以“存款”“理财产品”名义推销保险。

3. 防范以“赠礼、返佣”等为由进行销售。买保险赠送礼品、返还佣金等行为是法律明令禁止的，如果保险公司或者销售人员对赠礼进行承诺又不予兑现的，消费者要求兑现，法律是不予支持的。

4. 了解自己的财务状况、风险承受能力和对投资收益的收益和流动性需求。

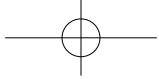
5. 清醒应对风险，进行多元化投资，不要“把所有的鸡蛋都放在一个篮子里”。

### 四、服务有陷阱，养老居家多提防

1. 警惕“骗局版”以房养老。前不久，北京数十位老人陷入“以房养老”骗局一事引发高度关注。他们根据所谓“理财人”的介绍，以房屋作为抵押贷到款项，然后投资于号称每月可得10%—15%的高息“理财项目”，本希望能够安度晚年，但是却很快发现不光收益和本金得不到归还，连自己的房子也被强制过户，或者需要再欠下债务来保全居所。在此提醒老年人，在签订抵押借款合同，处理本人所有的房产时应审慎行使民事权利，不要轻信投资高额回报的言论。老年人应多与子女、家人协商，必要时咨询专业人士，正确分析投资理财的后果，认真阅读合同或协议，准确预判不能到期还款或其他变故造成单方违约所带来的经济损失是否能够承受的法律后果，切不可草率签字或支付预付款等费用。

2. 需要上门维修家电、燃气等业务时，谨防冒充品牌售后的“黑维修”虚要高价，更要防止不法分子以上门维修家电之际窜入家中实施诈骗、抢劫等犯罪活动。老年消费者在查找售后服务电话时，不要迷信网上所谓的官方电话，除了拨打产品说明书上附有的售后电话，还可登录中国消费者协会网站，点击“查验宝”，然后在搜索栏输入品牌或厂家名称，点击搜索即可查询到主流品牌的准确联系方式。

最后，奉上以下由各地消协组织收集的老年消费典型侵权案例，希望老年朋友们提高警惕，远离消费陷阱，保护好钱袋子，安享幸福晚年生活！



### 案例1 贪小便宜上大当

一位北京80岁的李先生在取自家订阅的报纸时发现内夹有一张广告宣传单，称凡年满60岁均可免费听健康讲座，夫妻同时报名优先办理，而且听讲座还送东西：免费申请领取价值7680元负离子空气净化器一台、2360元五行养生表一块、298元智能手杖一根和128元智能暖手宝一个。老先生一看这么多免费项目就报名参加了该活动。活动中有专家讲课，授课后老先生以7680元买了两台某品牌的空气净化器及3张过滤网，也得到了赠送的3件物品，高高兴兴地回了家。通过试机，发现其中一台空气净化器存在质量问题。老先生细细回忆整个销售活动，才反应过来自己上当受骗了。购买时销售公司没有给发票，他不知道销售公司的具体名称和地址。当他联系销售人员想要退货时，销售人员已不再接听他的电话。

**提醒：**仔细分析不法商家的骗术并不高明，无非就是送面、送油、送鸡蛋，送送送，打着免费的幌子以小恩小惠做诱饵。老年人在不知不觉中就进入了不法商家精心布下的陷阱中，投诉者中不乏有退休的大学教授、中学教师、工程师和老干部。

### 案例2 被误导买下高价保健品， 发现上当受骗后要求退货遭抵赖

2017年1月，浙江省丽水市莲都区消费者参加了南京某保健品厂家组织的宣讲活动后，近百名老人购买了每份价值4,000元的保健食品。随后在厂家销售代表离开丽水后，部分已购买产品的老年消费者对活动组织方宣传的保健食品功效及价格优惠销售承诺提出质疑，于是前往帮助收取货款的丽水市莲都区保健品销售门店要求退回货款12万元。该门店经营者以非自己销售为由，拒绝退货退款。

**提醒：**为防止老年消费者上当后退货无门，在购买保健品时要索要正规发票、商家地址和联系电话，并且核对发票上单位名称是否与实际销售厂商名称相一致。要尽量到证照齐全的店铺购买，避开无店铺现场销售，以免经营者抵赖或者跑路。

### 案例3 被假“国家级老中医” 诊断身患“重病”，情 急之下花重金买下假保健品

江门消费者钱老伯在2016年11月18日应邀参加江门市某生物有限公司组织的老人茶话会。活动中，钱老伯被自称是国家级老中医的“医生”诊断出患有肾中毒，肝上火等症状，“医生”告诫他需及时治疗，否则后果不堪设想。

钱老伯被检查结果吓坏了，“医生”乘机推荐其购买保健品一某品牌“熊胆汁”，称服用后既养生又具有保肝、护肝、利胆溶石等作用，能治百病。在对方的游说下，钱老伯花了74580元买了5盒。回家后，钱老伯怀疑产品功效便打电话给要求退货，遭对方拒绝，无奈之下投诉至江门市消委会。

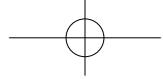
经调查了解，证实所谓的“熊胆汁”实为四川省某有限公司生产，主供制药厂作原材料用途，尚未有成品直接供应市场。经消委会工作人员努力，最终商家同意全额退回钱老伯的74580元货款。

**提醒：**当前，一些无良商家搬出来的所谓“国家级医学专家”“名医世家”“专家委员会委员”“中央首长保健医”等等，其实是企业的销售人员，只是穿着“白大褂”装扮而已，并无相应合法行医资质，老年人可通过官方渠道查证。同时，切忌听信他们的谎言而花大价钱购买其推销的非法保健品，如果怀疑自己患病，建议老年人选择正规医院及时诊断就医。

### 案例4 免费旅游实为推销保健品

2015年，陕西西安发生一起大客车坠崖事故，造成35人死亡，11人受伤，而涉事大客车上坐的就是参加免费旅游的老年人，该活动是由保健品销售企业组织，目的就是为推销保健产品。而行程安排上除了游览免费的景点外，大部分时间都被推销讲座所占据。而公司为了降低经营成本，租用的大巴车属于非营运车辆且已临近报废年限，事实上，非旅行社是不允许组团旅游的，上述行为应当予以取缔。

**提醒：**目前社会上很多无旅游经营资质的企业以组织旅游为名向中老年人推销保健品。他们通过发传单、打电话、通过熟人邀请等形式组织老人到景点旅



## 消费提示

Consumer Tips

游，在此过程中以讲座形式向老年人兜售保健品。老年朋友需要注意的是：这些没有合法旅游经营资质的企业是不允许组团旅游的，而且，他们为尽可能降低自身经营成本，会在行程路线、交通工具、住宿条件等方面服务大打折扣，会给老年消费者带来不必要的烦恼或事故风险。所以在出游时，应选择正规的旅行社，切勿贪图免费或便宜。

案例5

### 无锡旅游两日， 被购买保健品2万

上海的胡阿婆和老伴均年过八旬，身体都还硬朗，平日也关注养生。去年，小区附近开出一家老年保健品店，她成了常客，量血压、做理疗，与销售员小杨俨然“忘年交”。去年底，小杨告诉她一个“好消息”，为答谢忠实客户，公司组织一次无锡短途游，包吃包住，两天只要100元。胡阿婆约了同小区的退休教师黄阿姨一起前往。到了无锡，他们入住的是一家小旅馆，午餐是简单的“大锅饭”，除了常规的景点，当天公司还带他们参观了保健品的生产厂。说是参观，实际也就是看了个外观。第二天，主办方把一行人带到一家五星级酒店，说是召开“答谢会”。公司的董事长、总经理先后上台致辞，还邀请了养生专家，现场免费体检、指导。会上，主打内容是推荐公司新研发的保健品。胡阿婆记得，有五六名老年人现身说法，关键词就是“包治百病”。后来，在小伙子的撺掇下，胡阿婆买了各4盒氨基酸和氧能源，总共花去2万多元。黄阿姨也购买了四五万元的产品。

**提醒：**“免费旅游”对大多数老年人来说像是天上掉馅饼，通常会想既有人陪着玩又享受免费何乐而不为。但是殊不知，实际上这是保健品公司为推销产品而惯用的营销手段。上仪器、做体检，每个人都能查出一堆“问题”，然后“专家医生”开药方让你掏钱买下一大堆保健品。天下绝对没有免费的午餐。老年人如果有出游计划，不妨选择正规旅行社推出的老年游项目，同游者也年纪相仿，又有保健顾问陪同，玩起来会安全放心，千万莫占这种“免费旅游”的便宜。

案例6

### 银行存单变保单

62岁的隋女士去银行存款，一名银行工作人员热情地向她推荐储蓄型保险业务，并声称高于银行同期利息。在销售人员热情服务下，隋女士连合同都没看仔细就签字购买了保险。半年后，隋女士急需资金打算把“存款”提出来，可是却被告知要支付一笔“风险管理费”，存款不生息反而要扣钱，隋女士认为自己上当受骗了。

**提醒：**保险产品不同于一般的银行理财产品，更不等于存款。老年消费者到银行办理业务时，一定要慎重签字，签字确认前应落实所签合同的性质，看清楚合同最后的落款是银行还是保险公司。

案例7

### 听信忽悠理财变借款

青岛某投资有限公司以“免费听讲座送礼品”形式邀请70岁高龄的王女士等多位消费者参加了一期理财讲座。该公司宣传购买其理财产品，高利息，低风险。王女士只是听工作人员介绍，签字时并没有看合同，结果回家后才发现自己与之签订的是借款合同。合同到期后，经营者无法还款，金额高达100余万元。王女士认为该公司是非法集资，但有自己签字的书面借款合同，难以证明此公司的违法行为。

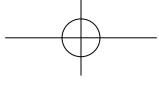
**提醒：**老年人大多没有风险投资的能力，其风险承受能力又往往较低，一旦投资本金收不回来，可能一辈子的积蓄就打了水漂。即使王女士能够通过报警等手段确认投资公司涉嫌违法犯罪，被转移的钱财仍难追回。消费者唯有从自身做起，不贪图小利，到正规的银行网点，根据自身能力投资理财，才是正道。

案例8

### 上门维修布陷阱

北京78岁的戴女士投诉说，去年7月的一天，家里的热水器突然坏了。其女儿就在网上查到一个维修电话报修了。当天下午4点多来了两位工人，简单问了情况，就开始拆热水器，随机取下一根金属棒，又装进去。同时放进四根像钢笔长短的金属棒，不到半小时就弄好了，结果一报价四根金属棒要价2880元，加上工钱开价3100元。

**提醒：**一般正规家电维修人员在上门服务时，都会穿着统一的工作服，并且在维修时出示相应的工牌等证明。另外，千万不要迷信400开头所谓的官方电



话。一般情况下，产品说明书上都附有售后电话，家电产品出现问题后，首先要查看说明书上附带的官方维修电话。此外，还可登录中国消费者协会官方网站（www.cca.org.cn），点击“查验宝”，然后在搜索栏输入品牌或厂家名称，点击搜索即可查询到主流品牌的准确联系方式。

### 案例9 警惕“分时度假式”养老陷阱

曾老先生向广州市消委会反映，其在某公司带领下参观了该养老院基地。公司宣传会员除可在养老院入住并以会员价享受养老及保健服务，公司还与全国不同城市的异地度假养老联盟机构合作，定期组织其会员到外地进行“分时度假式养老”。一般会在一个地方住上十天半个月，慢慢游览，以达到既健康养生又开阔视野的目的。曾先生在销售人员的极力劝说下交付了“一次性设施购置费”1万元，签订了合同，取得“度假式养老”度假卡，之后还介绍了自己的朋友温先生加入。二位先生参加了商家组织的广东省内游，发现游览内容及服务并无不同，但旅游费用比旅行社还要高，且公司养老院基地入住费用也不低。曾先生认为交了高额入会费取得度假卡却无法享受到实质优惠，遂要求商家退款，却发现合同上写明“一次性设施购置费”不可退。

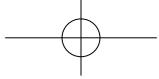
**提醒：**“分时度假式”养老出现的问题主要集中在消费者被诱导或误导而签署合同。销售人员在介绍产品时做夸大宣传，避开风险不谈，只表述一个美好的前景。在销售人员的会销攻势、同龄人怂恿或者其他各种手段攻势下而签下合同，却忽视了合同中的实质性内容。提醒老年消费者，在涉及大额消费或签订相关合同时，一定要事先告知子女，在子女的陪同下做出相关决定。

### 案例10 老人难敌养老院“忽悠”，投诉广东省消委会介入追回救命钱

4月13日，消费者阮姓老人前来广东省消委会投诉反映称，她因疾病无法入住养老院，提出要求退款却遭到拒绝的情况。事情要追溯至2016年11月7日，老人到某养老院了解环境，考虑到自己年过83岁，老人提出要入住三到五年的打算。业务员表示该院的

老人大都选择办理入住期十年的尊享卡，并强调该卡很优惠且可以继承和转让，强烈建议老人购买价值105000元的尊享卡。在老人没有完全准备好的情况下，业务员上午带老人参观完样板房后，下午立即开车将老人送回家取钱。当发现老人没有那么多现金时，又立刻带老人去银行把定期及活期存款全部取出来。最后发现仍然不够105000元，业务员又引导老人向朋友借钱凑足。随后，业务员带着老人再次开车返回养老院时已经是傍晚6点左右，会计表示快要下班了无法办理，在业务员的争取下才给了老人合同。在此期间，老人根本没有时间仔细察看合同，业务员也没有说明相关条款便草草让老人签字。翌日，老人打电话给养老院提出改入住期为5年，却被告知不可以更改。事实上，养老院并未正式投入使用，合同注明“暂定开业时间为2016年12月30日，因养老院原因2017年3月30日仍未开业，才开始计算违约金”。后来，老人因身体不适在2017年1月13日进行体检，确诊患有脑部肿瘤，需要手术治疗，不能入住养老院。在此情况下，老人进一步向养老院提出退费要求，但养老院一直拖延不给予正面答复。老人身体愈加不适，医院提示应尽快手术治疗，但老人的积蓄都投入到养老院，无奈之下向广东省消委会寻求帮助。

**提醒：**在本案中养老院利用老年人防范意识较弱、维权能力不强的弱点，向老人推销签订大额合同，既侵犯了老年人的合法权益，也违背了尊老爱老敬老的社会公德。在此提醒广大老年消费者：一是保持冷静。遇到对方密集式强势推销时，切忌冲动，学会拒绝，在征询家人意见后方可决定。二是拒绝垫付。当发现老人资金不足又有购买意愿时，商家常以垫付的方式，诱使老人办理预付费卡来达到交易目的，老人一旦同意之后再要求退款便很困难。另外，要对是否进入养老院养老要做深入细致的可行性研究。在选择养老院时，对养老院的经济实力、经营信誉、服务能力、医疗条件等要进行必要的实地考察，尽量做到“货比三家”“优中选优”，要认真审核养老服务合同所承诺的服务条件、收费标准、违约责任等条款，不能轻信推销人员口头承诺和宣传。要根据自己的身体状况和经济能力确定养老院的入住档次、入住时间、入住年限。（据中国消费者协会）



## 婚礼预定服务需谨慎

即将走进婚姻殿堂的新人们都想办一场完美婚礼，操办婚礼时每个细节就要求精益求精。“金九银十”是结婚旺季，筹备婚礼是新人们的头等大事，婚庆、酒店、蜜月旅行等预定业务非常火热。为使新人婚礼操办的过程顺利，避免落入消费陷阱，湖北省消委提醒：

### 一、“订金”“定金”两者不分

许多新人在预定各项婚庆服务时，太在乎价格上的优惠程度，而忽略在缴纳预付款时商家收取的是“定金”还是“订金”。虽然只有一字之差，但消费者第二天改变主意想在别的商家购买服务，找以前的商家拿回“定金”，往往不能如愿。

**提示：**预付款切记区分“定金”与“订金”。

### 二、“金牌司仪”货真价实吗？

许多新人为了能让婚礼过程更加完美，热衷于请“金牌司仪”主持婚礼，而婚庆公司推荐的所谓“金牌司仪”真的就是金牌吗？一些商家，往往利用消费者对行业的不熟悉，相同的司仪根据消费者的需求，时而“金牌”，时而“普通”。

**提示：**“金牌司仪”应是获得过某些奖项的司仪，

不要听婚庆公司一面之词，需多方了解，切勿被忽悠。

### 三、婚礼跟拍玩概念

新人们都希望自己的结婚过程能被全程记录下来，留做纪念。一些商家也利用消费者的这一点心里，将婚礼跟拍分为“数码摄像”与“专业数码摄像”，价格上也会有所不同，消费者由于对专业知识的缺乏，一般都会选“专业”。

**提示：**切勿注重机器好坏，忽视操作者技术高低。

### 四、口头约定难兑现

在婚礼、租车、酒店的预定上，消费者要多加留心，切莫仅凭“口头约定”就把相关服务事宜交付商家，有些商家常以结婚旺季为由，临时加价，或者改变服务标准，侵害消费者利益。

**提示：**所有服务的购买都需订立合同，把所有事宜都写在合同内，确保自身合法利益。

消费者如在结婚过程中遇到自身合法权益受到侵害时，应妥善保管好相关证据，及时拨打12315向当地工商部门或到消费者组织投诉，及时维护自己合法权益。

（据湖北省消费者委员会）

## 警惕，家用汽车加装风险！

随着经济社会发展和广大消费者生活水平的提升，家用汽车作为代步工具已走进千家万户。消费者对爱车“关爱有加”，尤其是刚购到手的新车，喜欢按照自己的个性，进行大肆改动，随意改动线路，加装配件。然而殊不知，这为家用汽车安全埋下了隐患，轻则影响车辆安全行驶，重则发生车辆自燃风险。为此，我们特向广大消费者发出消费警示：警惕，家用汽车加装风险！

夏季高温天气的到来，正值车辆自燃的高发期。今年，达州市开江县消委会就接到因经营者加装电器配件导致家用汽车自燃诱因的消费投诉。据有关部门对机动车自燃事故分析：机动车自燃中，小轿车火灾居多，占40%以上；汽车行驶状态下发生火灾居多，占70%左右；火灾原因则以电线短路居多。在自燃事故当中，汽车电路起火占据了自燃事件较大比例，这其中因配件加装、线路改动而引发汽车电路负荷过高是主要诱因之一。

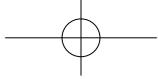
一、随意加装改装出风险。现代家用车辆多使用电子控制技术，智能化的电子设备都需要电能保证其正常运行，然而车辆线路负荷在设计时都有相应的标准和定

额，如果人为违规进行配件加装，会增加线路负荷，加速导线绝缘层过热软化、老化、裂损，容易引起漏电、短路，从而导致家用汽车自燃的风险。

二、发生事故理赔出风险。在家用汽车消费过程中，若因消费者自行加装设备或改动线路原因，引发的车辆故障甚至自燃，车辆生产企业往往会因此拒绝赔偿，经销商也会以消费者自我要求或自行增加配件为由推卸责任，保险公司也会拒赔。

三、忽略原厂配置出风险。消费者购车后，需要加装相关配件，应当对照出厂配置表和生产设计技术指标，就所加装配件进行分析，理性看待经销商推荐的升级加装配置，不要贪多求全，一味追求配置齐全，高大上，否则会发生安全隐患的风险。

在此，我们也呼吁家用汽车销售经营者，切勿随意推荐或要求消费者加装配件，对于消费者主动要求加装的，要根据家用汽车生产商所定技术参数或指标限制，从专业和安全角度向消费者提出科学合理加装方案，坚守诚信负责的底线。（据四川省消协）



# 面对“双十一”促销 消费者更应理性

“双十一”期间，各大电商平台与网络商家纷纷加大促销力度，广大消费者又迎来了“购物狂欢”。为了让消费者在“双十一”期间能够畅享更好的消费体验，中国消费者协会提醒广大消费者：

## 一、选择正规电商，注重网店信誉

网上购物要选择经营资质齐全、规模大、信誉高的第三方购物平台和网上店铺。不要轻易登录陌生网站，避免点击不明链接。微商所售商品一般没有质量保证，产生交易纠纷后也难以解决，消费者请慎重选择个人微店交易。

## 二、提前关注商品价格，防止掉入“假优惠”陷阱

“双十一”期间，各类电商采取秒杀、让利、赠红包等促销手段，很容易让消费者冲动消费。建议消费者购买商品前，要事先了解商品市场价，再对促销活动进行评估是否有实际优惠，警惕明降实涨的价格陷阱，避免受不实促销诱惑而盲目冲动购买一些长时间不会使用的商品。

## 三、注重商品质量，勿信低价误导

“双十一”网络购物时，不要被个别网店过于低廉的商品价格所吸引，不要轻信商家的“特价”、“清仓价”、“全网最低价”，或者只看宣传图片。一定要货比三家，仔细查看商品的技术参数和相关说明，避免个别不良商家趁机抛售库存和滞销产品，甚至是劣质商品。

## 四、慎重预付定金，防范消费陷阱

商家规定消费者预付定金后，必须在规定时间内支付余款才能享受价格优惠等，而实际却存在规定时间内消费者无法付款、七日无理由退货不兑现、预售定金不予退还等问题。建议消费者在缴纳“预售定金”前一定要详细了解营销活动细则，不要未看清规则，随意下单。

## 五、首选第三方支付平台，注意保障财产安全

尽量使用第三方支付平台，不要轻信、接受任何直接汇款至个人账户的理由和要求。不要随意透露身份信息、银行账号、密码、验证码等短信中奖、馈赠等链接也不要随便点开，避免贪小失大。扫描二维码付款时，应仔细辨别，避免扫描非正规途径的二维码。

## 六、认真验收商品，防止商品物流损失

收到商品时，消费者一定要仔细验货。确认货品完

好无损并符合约定后再签收。遇到快递商品损毁或丢失的情况，消费者可要求赔偿。如购买的商品价值较大，消费者应与商家或快递公司约定保价，以便在发生意外时减少损失。商品包装上的消费者个人信息要及时销毁，防止泄露。

## 七、商品售后找对品牌维修，防止被“黑维修”坑骗

目前，家电领域存在一些冒充品牌售后的黑维修。针对家电领域存在一些冒充品牌售后的非官方维修，中消协推出生后服务“查验宝”。消费者购买抽油烟机、灶具、电（燃气）热水器、空调等家电产品出现问题，可根据“查验宝”查询企业售后联系方式。电商消费维权直通车与“查验宝”使用流程，消费者可查询中消协官网。

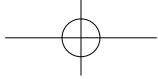
## 八、海外购成本较高，慎重购物防损失

消费者海外购物在运输、退换货、维修等成本会明显高于国内购物，消费者如果退货往往需要承担高额的运费和税费，并且举证索赔难度相对较大。所以消费者应选择知名度高、信誉好的平台，并对其相关销售政策全面了解。慎重选择商品，不要轻易退换货，避免引起不必要的经济损失。

## 九、注意留存购物证据，依法维护权益有保障

消费者在网购时一定要索取并保存购物凭证以及各种购物聊天记录，作为维权证据。一旦发生消费问题，可及时联系购物网店进行处理，如无法达成一致，可先申请退款，然后向第三方交易平台进行投诉。如纠纷依然不能解决，可以向12315投诉或通过消协组织电商消费维权直通车解决，也可以通过向仲裁机构提请仲裁、向人民法院提起诉讼，依法维护自身合法权益。“双十一”期间，部分商家为冲击销量，存在虚标库存，消费者购买后再砍单的现象。遇到此情况，消费者可通过上述途径加以解决。

“双十一”期间，中消协将继续开展对电商平台商品价格、质量、售后等问题进行有针对性的调查监督工作，相关调查监督结果会择机向社会发布，供消费者参考。（据中国消费者协会）



## 家庭装修要留意这七大“坑”



实际贴的地砖在设计图上看角度不同，导致效果不同。经消协工作人员仔细查看，从不同角度查看，地砖效果确实不一样，装修公司无法铺出设计图的效果。后经消协多次调解，2017年7月初，双方达成一致：消费者不再向装修公司支付尾款，由消费者再另找其他公司进行铺装。

### 二、施工质量差致消费者财产受损

装饰装修从设计、选材到施工建设，需要专业知识和技术力量。部分装修公司设计水平、施工能力、现场管理等能力不足，甚至个别装修公司无资质，野蛮施工，或者层层转包，引发消费纠纷。10月27日，中国消费者协会分析今年前三个季度的投诉发现，装饰装修主要存在七大“坑”，需要提醒消费者注意。

#### 一、经营者技术力量不足无力履约

装饰装修从设计、选材到施工建设，每一个环节都是一门学问，需要很多专业知识和技术力量。部分装修公司在设计水平、施工能力、现场管理等方面能力不足，甚至个别装修公司无资质，野蛮施工，或者层层转包，引发消费纠纷。

2016年8月11日，黑龙江省哈尔滨市消费者马女士与“济南九创装饰工程有限公司哈尔滨分公司”签订了一份价值191357元的装修合同，双方约定3个月完工。在铺客厅地面的地砖时，消费者发现地砖的图案与当初设计的图案不一样，立即要求重新铺。但双方一直无法达成一致，施工也暂停，消费者无法入住新房。2017年3月，马女士将此事投诉到黑龙江省消费者协会。经黑龙江省消协工作人员了解，消费者所说情况属实。消费者认为，既然设计的与铺贴的不符就应该重新铺。装修公司认为，装修前设计的图案和

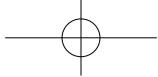
装修装饰质量问题投诉主要有：一是安装不合格，比如定制橱柜固定不牢、门窗框弯曲松动；二是管线等隐蔽工程铺设不合格；三是墙面、地面不平，瓷砖空鼓、墙面裂缝等。

2017年2月，浙江省杭州市消费者陈女士家中发生整体橱柜倒塌，造成经济损失，家人受到惊吓，于是找到经营者要求赔偿经济及精神损失，但经营者只同意维修，拒绝消费者损失赔偿要求。双方协商无果，消费者投诉至浙江省消费者权益保护委员会请求调解。经调查，因整体橱柜倒塌造成消费者经济及精神损失情况属实，并且消费者提供了具体经济损失的相关证明。最终，经过消保委工作人员调解，经营者同意赔偿消费者由于整体橱柜倒塌造成的一切经济损失，并给予一定的精神损失补偿，消费者表示满意。

#### 三、经营者减省合同内容规避责任

部分装修公司为了规避责任，没有采用规范合同范本，或者在一些关键条款中采用模糊语言、约定不明，施工过程中或者结束后曲解合同条款，致使消费者合法权益受损。

2016年11月，内蒙古自治区呼和浩特市消费者马女士与呼和浩特市城市人家装修设计工程有限公司签订一份房屋基础装修合同，装修金额5.1万元，设计费



1000元，共计5.2万元。消费者在合同签订时交付了合同金额的60%工程款和设计费共3.16万元。合同内容包括改水电及木工、瓦工、油工等基础装修的各项费用，但是合同里没有说明工程及预算明细。等到实际施工时设计师告知消费者，厨房、卫生间吊顶、卧室石膏板吊顶及铺地沙子的装运入户等费用不包含在合同金额里，需另外支付。消费者认为不合理，要求装饰公司退还预付款并终止合同履行。内蒙古自治区消费者协会受理投诉后，经过多次调解，经营者退还消费者预付款3.16万元，并按照消费者意愿终止合同履行。

#### 四、经营者擅自增项改项多收费用

部分装修公司在施工过程中，以增加工程量、面积、建材量等理由要求消费者多付费，导致装修实际价格与合同不符，暗藏后续消费，引发消费者不满。

2017年9月6日，消费者陈女士到广西壮族自治区梧州市消费者权益保护委员会投诉，反映梧州市某装饰企划公司未经消费者同意，擅自改变合同约定，增加工程项目，强收设计费等，现因结算装修工程款问题发生消费纠纷。双方装修合同约定装修工期为半年，现将近一年无法入住。消委会工作人员查看双方签订的装修合同条款，并前往房屋装修现场进行调查核实，确认陈女士投诉的情况基本属实。据此，消委会认为，装修公司要求收取的设计费和工程项目事先没有约定，且没有得到消费者的授权和验收确认，属擅自增加工程项目和擅自施工。因此，装修公司不应向消费者收取设计费和增加工程项目发生的费用。同时，装修公司存在未按约定进行“汽喷”而改用人工上漆，并多收垃圾清理费，也应承担相应责任。经过消委会工作人员的反复调解，双方最终达成一致意见，装修公司减少收取工程费用约1万元。

#### 五、装修材料质量不合格或者不符合约定

装饰装修材料的质量不仅关系持久耐用问题，而且可能涉及消费者身心健康。有关材料质量的投诉主要有：一是假冒欺诈，如以非实木冒充实木、以旧抵新等；二是质量差，比如异味、色差、裂纹起翘、变形等。

2017年7月7日，消费者丁先生到甘肃省金昌市消费者协会投诉称，自己在金昌市永昌县大众瓷砖店购买瓷砖40箱，每箱价格72元，共计2880元。施工时发现瓷砖有色差，随即停止施工，并联系店铺负责人现场查

看。负责人认为瓷砖色差不明显，属于正常情况。丁先生多次协商退货无果后，到金昌市消协请求维权。经多次协商调解，店铺负责人同意退货款共计2880元。

#### 六、误导宣传诱使消费者签意向协议

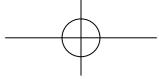
家装公司为招揽客户，推出套餐、团购价等低价策略吸引消费者，这种装修模式主要是通过主辅材料、家具、配饰等产品的整合，根据不同套餐额度提供相应的装修方案，同时还可以根据消费者个性化的需求进行调整。消费者往往因为轻信促销信息或贪图便宜在没有签订正式合同的情况下，就匆忙交意向金、预付款或者定金，当消费者付完费后，装修设计人员根据上门测量结果出具的装修预算却远远高于消费者选定的套餐。此时，如果消费者不认可，经营者也不退还消费者所交费用。

2015年12月20日，山东省威海乳山市杨女士在乳山利群尚品宅配开业期间，为了享受开业特别优惠，缴纳了2万元订购意向金，因不满意设计，要求经营者按承诺退还意向金2万元。经营者以各种理由要求扣除1000元，杨女士不同意，双方僵持不下，问题始终没有得到解决。2017年8月31日，杨女士投诉至乳山市消费者协会。乳山消协了解情况后，于9月1日召集双方进行调解，根据《合同法》《消法》《山东省消费者权益保护条例》等相关规定，因经营者未能提供与杨女士明确约定服务的数量和质量、价款或者费用，存在缔约过错，经多次调解，经营者最终退还杨女士2万元，杨女士表示满意。

#### 七、经营者不履行送货安装或质量保证责任

有的经营者不及时送货安装，也有的装修工程尚在保修期内，但经营者拒绝履行保修义务；装修出现问题后，装修公司故意拖延或以种种理由不予维修，有的甚至以公司转让、变更为由不承担售后服务责任等。

2017年7月24日，云南省昆明市消费者李先生向昆明市盘龙区消费者协会投诉称，其于2017年3月份在上海某装饰工程有限公司昆明分公司支付4300元全款购买浴室镜柜，当时承诺5月份送货上门，至今未送货，多次与经营者协商尽快送货安装未果，请消协帮助解决。经消协工作人员调解，双方达成一致，经营者同意立即送货上门，并赔偿延期送货款180元，消费者表示满意。（据中国消费者报）



## 天气渐冷，购买电暖器注意这些问题

随着气温下降，消费者对取暖设备的消费需求日益增加，各类电暖器成为消费热点。近日，陕西省消费者协会提醒消费者要正确选购和科学使用电暖器。

### 选择正规商超购买

作坊式小企业的产品在工艺上无法确保安全性，消费者要综合考虑电暖器的质量、性能、使用寿命等因素，选择正规购物场所和信誉好的正规商超购买。正规的商超有规范的进货渠道，电暖器质量有保障。

### 注意查看标识标志

选购时要注意产品标识、规格、型号应与说明书一致，应有国家强制性认证标志（3C标志）、生产企业名称、产品出厂检验合格证、执行标准代号等。要注意与家用电表容量相匹配，最好不高于2000W，避免因电暖器功率过大引发断电或其他意外。潮湿环境下使用电暖气，还应查看有无防水认证标志。仔细检查电源连接线及外部软线的质量、风扇电机的噪声以及转动体是否有异常响声等。

### 勿图低价注重质量

开关、温控器、接线端子等关键零件决定电暖器的质量，消费者选择时可现场调试，选择品牌信誉

好、售后服务好的电暖器，不能一味考虑低价随意购买。一些厂家为追求利润，在生产和制造中使用低劣零部件来降低成本，质量不过关的电暖器会给消费者带来安全隐患。

### 科学使用注意安全

消费者在使用电暖器过程中，应当注意其他附属设备的安全要求，要使用带地线的三孔插座，插座不要位于电暖器上方，最好使用带有过流保护装置的插线板，以防发生危险。由于电暖器表面温度很高，如果在电暖器上覆盖物品，容易使电暖器热量不能及时散发，造成电暖器烧坏的现象。电暖器应放在不易碰触的地方，远离可燃物，离墙应有20厘米左右的距离。有些电暖器具有防水功能，则要注意插座处是否干燥，电线要有绝缘橡胶保护，并能保证与机体的连接处100%防水。在使用中发现电暖器有问题应该停止使用，并及时与经销商和售后联系，不能自行检修故障。

最后，提醒消费者购买电暖器时应索要并保存好购物凭证，网购时要保留好交易记录等，一旦发生消费纠纷，及时向有关部门和消协投诉，维护自身的合法权益。（据中国消费者报）

## 螃蟹来“袭”，消费有度

又到了一年螃蟹最肥美的季节。螃蟹因其肉质鲜美、高蛋白等特点成为深受大众喜爱的秋季美食。根据12315数据统计，每年9至10月份有关螃蟹的投诉会有小幅升高。消费者反映的问题主要有：拖延送货、收到蟹的数量或重量与宣传不符、凭蟹券无法提货等。在此，12315提醒广大消费者，食蟹佳季消费时应注意以下几点：

一是选择正规渠道购买。购买时应选择具有经营资质的销售商，要买色泽光亮、无腥无臭、肢体连接

牢固的螃蟹，购后一定注意索要发票或收据。

二是凭券消费看清条款。到了金秋季节，向亲朋好友馈赠蟹券成为了一种时尚。由于螃蟹上市受时间限制，所以消费者在消费时要看清提供时间，应在约定的时限内与商家联系送货事宜。

三是仔细验收必不可少。螃蟹的口感好坏与新鲜度有很大关系，特别是河蟹，必须活蟹下锅才能食用，消费者无论是实体店购买还是送货上门，一定要验货后再取走或签收。

## 选购软体床有哪些讲究

现在市面上的软体床品牌和品种这么多，怎样才能选到一款好的软体床呢？选购时要注意些什么？

首先，软体床对卧室空间大小有要求。软体床大都有比较厚的边框，1.8m的床往往宽度会超过2m，甚至2.3m、2.5m，所以如果卧室空间小于15m<sup>2</sup>，一般不建议使用软体床。如果实在喜欢，则可以考虑选购无边框的软体床。

其次，软体床可分为布艺床和皮质床，不同的面料材质各有各的特点。市面上比较流行的布艺床，

主要面料有棉麻混纺布和绒布，一般以针织密度高的为佳。高档的皮床采用进口的中厚皮或彩皮，色彩纯度较高，没有异味，劣质皮做成的皮床色彩有杂色；优质的皮床的皮面丰润光泽、无疤痕，肌理纹路细腻，劣质的皮床则呈现皮质疏松、粗糙、光泽度差等现象，使用久了，表面美观度及回弹力等方面都会大打折扣。选购软体床时要观察其做工接口，看有没有掉线，针脚是否匀称、细致等。

第三，软体床实际上是板材

与软体结合的床，框架一般是人造板材。软体床除了要关注框架中的人造板材是否环保外，还强调其海绵、面料是否环保。此外，床架也是重要的一环。一般来说排骨架弹性较好，但环保性能需多加留意，钢制床架可免除此隐患。此外，还可以通过查看一些细节来看床的质量，如在床角处是否设置金属连接，如果设置了的话床会更稳固；此外，是否设有静音垫等。（据中国质量检验信息网）

## 怎样选择儿童用化妆品？

儿童化妆品大致有护肤、清洁、卫生用品及防晒产品几类，其中清洁类及卫生用品最为多用。如清洁类的婴幼儿香皂、浴液及香波等，卫生用品类的痱子粉、爽身粉及花露水等。由于婴幼儿皮肤特别柔软娇嫩，在化妆品的选择上，除应考虑对皮肤、眼睛没有毒性外，还应确保产品的低刺激性。

### （1）选择儿童用化妆品的原则

选购时需要掌握以下几个基本原则：①尽量购买专业、正规的儿童化妆品生产厂家的产品，同时，尽量购买成熟产品、老牌产品，因为这样的产品已经经过较长时间的市场验证，安全性更高一些。②尽量购买配方组成比较简单，不含香料、酒精以及着色剂的产品，以

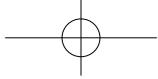


降低产品对宝宝皮肤产生刺激的风险。③尽量购买小包装产品：由于婴幼儿护理品每次用量较少，一件产品往往需要相当长的时间才能用完，所以尽量选购保质期长且包装不过大的产品。④选用婴幼儿不易开启或弄破包装的产品，以防摄入或吸入有害物质。⑤不宜选择泡沫过多的产品，因为泡沫多的产品往往刺激性较大，应选择质地清爽、用后感觉润滑的产品为宜。

### （2）提醒家长注意的3个细节

另外，有几点需要提醒家长：

①在给宝宝使用一种新的化妆品前，最好先给宝宝做个“皮试”。操作方法是，在宝宝前臂内侧中下部涂抹一些所试产品，若是沐浴露，则需要稀释后再涂抹，每天涂一次，连续3~4天，如果宝宝没有出现红疹等过敏现象，就可以进一步使用了。②宝宝护肤品的牌子不宜经常更换，这样宝宝的皮肤便不用对不同的护肤品反复做出调整。③不要让孩子随意用成人的化妆品，因为成人的化妆品中可能会添加一些功能性成分，如美白、抗衰老等成分，这些成分会对儿童娇嫩的肌肤产生较大的刺激，可能会对宝宝的皮肤造成伤害。（据食药监总局）



# 儿童房装修该注意这些你都知道吗?

现在许多人在装修房子的时候都会选择留一个房间给自己的宝宝住。而儿童房的装修和普通的卧室既有区别又有联系。儿童是一个脆弱的群体，所以在装修的时候应该格外注意、特别小心。对于家长来说，了解一些儿童房的装修注意事项是特别有必要的。

## 一. 安全问题

首先确保电路安全。儿童大多活泼好动，对陌生事物有天然的好奇心，但是缺乏自我保护的能力和意识，而电路安全就非常的重要，尽量把电线板和插头放到孩子不能接触的位置上。其次窗口安全也不可忽略。儿童房是孩子自己的私人场所，尤其是夜晚的时候家长不会在身边，所以儿童房的窗户设计的时候要避免使用落地窗，应该以安全的半截式窗为选择，这样可以很好地保护儿童。当然能加一个护栏就更好了。

最后是家具方面，家具的边角和把手不要留棱角和锐利的边，要尽量将桌椅角制成圆滑的钝角，防止孩子在奔跑时撞上，另外，组装式家具中的螺栓、螺钉接合一定要牢靠，防止孩子自己动手拆装。

## 二. 环保问题

儿童房的材料一定要环保，有六个环节一定要抓好，科学设计、环保建材、规范施工、质量监督、绿色监理和适量花卉，建议装修完儿童房后要通风一个月以后再入住。此外，房间内最好不要贴壁



纸，可以减少污染源；不要使用天然石材，它们是造成室内氡污染的主要原因；油漆和涂料最好选用水性的，价格可能会高一些，但不含有害成分；辅材也要采用环保型材料。

## 三. 色彩问题

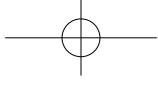
对于儿童房的色彩主基调的确定，建议大家多听听孩子的意见。通常情况下，孩子只会说出“喜欢蓝色”或“觉得黄色好看”之类的意见，而作为家长则应该在孩子自身喜好的基础上初步确定房间色彩的主基调。但是，同样是“蓝色”或“黄色”，却又有许多选择，如：天蓝、粉蓝、明黄、嫩黄等，推荐大家可以使用一些比较鲜艳的色彩做为房间的主基调。

在确定了儿童房的色彩主基调之后，可以为这个色彩添加两三个

(甚至更多)对比色。儿童房与家中的其他空间不同，色彩可以很多、很跳跃，这是儿童自身特点决定的。实际上，对于大多数学龄前儿童而言，正处在一个视觉发育期，多多接触一些对比强烈的色彩对于视觉的良好发育的帮助是非常大的。但切记要注意整体色彩的协调性处理。

## 四. 光线问题

光线也不可小看，房间如果是向阳的，采光性会比较好。天气晴朗的时候，能让孩子在屋子里就感受到阳光的温暖。灯具方面，选择要温和。儿童的身体处于快速发育的阶段，尤其是视力方面，因此在选择灯具的时候要选择温和不刺激的光色，避免使用日光灯这类刺激性较强的灯具，损害儿童的视力。（据中国质量检验信息网）



# 罐头食品既没营养又含防腐剂？

对于许多人来说，在童年能吃上罐头食品已经属于“小资”的行为了。然而，随着运输水平的提高和食物的多样化，罐头食品渐渐淡出了人们的视野，它在货架上占据的位置也越来越少。其实，导致这一现象的原因还与人们对罐头食品的误区有关，很多人认为，罐头中的食品之所以能够长期被封装在罐子里不变质，是因为其中添加了大量防腐剂，还有人认为，罐头食品完全没有营养，吃了也白吃。今天，我们就来为罐头食品“平平反”。

**罐头食品虽然保质期长，但其中并无防腐剂**

据报道，消费者对罐头上含有防腐剂的认知误区普遍存在，罐头是依靠特殊生产工艺将食品进行密封罐藏的，根本无需添加任何防腐剂，不仅如此，罐头食品还是最能

保持食品原汁原味的一种食品。

**罐头食品的营养流失没有你想象的那么多**

许多人都认为罐头食品没有营养。罐头食品中的维生素C、B族维生素和酚化合物的确比新鲜和冷冻食品中的要低，但对于其他的营养成分来说，比如类胡萝卜素、维生素E、矿物质和膳食纤维，罐头食品与新鲜食品、冷冻食品中的含量很相似。

**选择罐头时需要注意三点**

看完你是否想重温童年的味道？大众网为许久不买罐头的你提供了以下三点购买建议：

1.观察外包装。看外包装是否整洁干净，字迹印刷是否清晰，标签是否完整正规。

2.检查内质。质量好的罐头内容物呈原料食品固有的自然、新鲜

色泽，块形大小基本一致，完整不松散。水果色不发生褐变，糖水清亮透明，无杂质、无悬浮物。

3.防“胖听”“漏听”。被微生物污染时，罐头经常会出现“胖听”，即罐头底和盖的铁皮中心部分凸起，这是罐内的细菌繁殖产生气体，使罐内压力大于空气压力造成的。“漏听”指密封失灵有泄漏的罐头，金属罐包装的产品在运输过程中受物体碰撞，常出现外壁内陷，空气容易进入，使内容物酸败变质。（据人民网）



# 购买蚕丝被的几点提示

鉴于目前市场上蚕丝被的质量参差不齐，部分蚕丝被存在使用说明不规范、纤维含量不准确、填充物质量偏差率高的问题。在此，我们提醒消费者，购买蚕丝被时要注意以下几点：

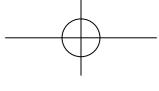
一、尽量到正规商场选购，优先选购信誉好和标识全面的品牌，同时仔细查看标注的填充物是桑蚕丝还是柞蚕丝。桑蚕丝：由桑蚕分泌的丝。桑蚕丝又细又长，白里微微带点黄，手感细腻光滑，有

一股淡淡的动物纤维特有的气味。用这种蚕丝制作出来的被子特别柔软、贴身，是蚕丝被中的上等品。柞蚕丝：由柞蚕分泌的丝。柞蚕丝比桑蚕丝要短、粗，其原始颜色比较深，往往要用化学药剂进行褪色处理。柞蚕丝中所含的“丝胶”较多，因此手感比较粗糙，光泽也比较暗淡，同时柞蚕丝的刚性也比较强，做成的蚕丝被与桑蚕丝相比不是很贴身。

二、消费者在选购蚕丝被商品

时，如有可能，尽量查看填充物的品质，优先选择桑蚕丝、长丝绵或中长丝绵的蚕丝被，注意选择填充物外观色泽和厚薄均匀、没有明显的硬、软绵块和硬丝筋、无污损、无异味。

三、消费者要注意查看商品的使用说明，严格按使用说明的提示进行使用和维护保养。（据中国消费者协会）



## 通用小麦粉不得添加任何食品辅料

为规范生产行为，加强小麦粉质量安全监管，国家食品药品监管总局近日发布进一步加强小麦粉质量安全监管的公告。

公告要求，取得“小麦粉（通用）”生产许可的企业，不得在小麦粉中添加任何食品辅料。取得“小麦粉（专用）”生产许可的企业，生产专用小麦粉时，应按照《食品安全国家标准食用淀粉》（GB 31637）、《食品安全国家标准食品加工用植物蛋白》（GB 20371）、《谷朊粉》（GB/T 21924）等相应的标准，添加食用淀粉、大豆蛋白、谷朊粉等食品辅

料，并制定相应的企业标准，报省级卫生行政部门备案。

公告明确，小麦粉生产企业应当按照《中华人民共和国食品安全法》、《食品安全国家标准预包装食品标签通则》（GB 7718）、《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》（GB 28050）等相关法律、法规和标准要求如实标注，不得虚假标注产品成分，不得虚假标注执行标准，不得生产无标识、标识不全或标识信息不真实的小麦粉。

公告指出，严禁生产企业在小麦粉中添加过氧化苯甲酰、次磷酸

钠、硫脲、间苯二酚、过硫酸盐、噻二唑、曲酸等非食品原料。小麦粉生产企业要严格履行小麦原料进货查验、小麦粉出厂检验，落实质量安全主体责任。

公告要求，各地食品药品监管部门要加大对小麦粉生产企业的日常监督检查、监督抽检与风险监测，严肃查处在小麦粉中超范围、超限量使用食品添加剂的行为，严肃查处在小麦粉中添加非食品原料的行为，严肃查处标签不如实标注小麦粉成分的行为，涉嫌犯罪的及时移送公安机关追究刑事责任。（据国家食药监总局）

## 冬枣的挑选技巧

冬枣含有丰富的维生素c和维生素p，还含有较多的维生素a、维生素e、钾、钠、铁、铜等多种微量元素，素有“活维生素丸”的美誉，是非常适合秋天进补的秋季水果。那么如何才能挑选到清甜可口的冬枣呢？

### 如何挑选冬枣？

#### 1、看颜色

自然成熟的新鲜冬枣看起来比较饱满而且光泽度较高，甚至有反光，果皮大约有1/3的部分呈红褐色，而且青红两种颜色没有明显的边界。如果红褐色所占面积过大，或者青红两种颜色的边界分明，都是用糖水或催熟剂处理过的；枣皮青绿色且没有光泽的则是生枣；



枣子红色部分中有斑点则是存放时间较长的；果皮表面红褐色部分发暗无光泽通常是未成熟就被摘下捂红的冬枣。

#### 2、摸表皮

用手摸摸冬枣，如果手感光滑而且硬度较高就是好冬枣，手感发粘或发软的就是次品冬枣，或者是用糖水浸泡过的冬枣。如果感觉果皮湿度过大，则是用水泡过的冬

枣，这种冬枣买回家以后很快就会烂掉。

#### 3、尝味道

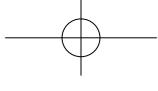
冬枣口味清香甜蜜，皮薄而肉甜，丝丝入味。糖精泡的冬枣却是泡的了皮，泡不了心，皮甜肉不甜，且皮的甜味特别重，导致吃完后味发苦。

#### 4、看大小

个头大的冬枣成熟度也较高，水分含量足，口感相对软。个头小的冬枣比较甜脆，爱吃脆口的可以选择个头小的。

#### 5、看外观

整体就是要看冬枣有没有烂掉的地方，或者是小坑，这样的时间放的太长了，不新鲜的不要买。（据中国质量检验信息网）



# 石榴的挑选与保存方法

时节石榴全面上市，石榴在中国传统文化中是一种吉祥的水果，寓意多子多福、吉祥如意，是一种广受大家喜爱的水果，它酸甜多汁，不仅可以直接食用，还能榨成汁喝。但是由于经验不足，很可能会挑到不甜或不好的石榴，那么石榴要怎么挑选呢？

## 石榴怎么挑选？

### 1、看颜色

很多人都认为石榴要红红的才是最甜的，但是买回家后却发现并不如想象那般。石榴品种很多，按表皮分有红色、黄色等，一般黄色的品种比较甜。甜石榴果嘴合拢，皮色粗糙，叶片短宽；而酸石榴果嘴多张开，果形规整，皮色光亮，叶片狭长。

### 2、看光泽

石榴表皮光滑，挑选石榴的时候也可以根据石榴的表皮光泽度来判断石榴的好坏。

如果石榴的表皮是光滑发亮的，那这个石榴就是新鲜的，反之如果石榴的表皮不太光滑且有黑斑，说明这个石榴已经存放很久不再新鲜了。

### 3、看硬度

我们挑选石榴时可以用指腹稍稍按压石榴的表皮，成熟饱满的石榴皮肉紧绷，按下去会有硬实感，但是不新鲜或者内部已经发烂的石榴按下去则会软软的比较松弛。

### 4、看形状

很多人买石榴时第一反应是去拿那些看着圆滚滚、光滑的石榴。



## Focus

石榴品种很多，按表皮分有红色、黄色等，一般黄色的品种比较甜。甜石榴果嘴合拢，皮色粗糙，叶片短宽；而酸石榴果嘴多张开，果形规整，皮色光亮，叶片狭长。

其实，外观比较圆的石榴，皮都比较厚。反而外观果棱显现的，才是皮薄完全成熟的石榴，这样的石榴更甜。

### 5、看开口

正常生长成熟的石榴开口也是自然开裂的，这样的开口不会影响石榴的品质及口感。但也有一些石榴是因为雨水和日晒而导致的非自然开口，这样的开口会影响石榴的

口感，果粒也不够饱满。

### 6、掂重量

石榴富含水分，尤其是成熟新鲜的石榴更是水分充足，所以相应的越好的石榴重量也会越重。挑选石榴时，可以将两个同样大小的石榴分别放于两个手掌心上掂量，一般更重的那个更新鲜，水分也更充足。

### 7、闻气味

一般来说，被果皮仅仅包裹的石榴闻起来是不会有太多气味的，但是如果果实内部已经有变质发烂的情况，这时闻起来就会明显有不畅的气味，可以轻松辨别。

## 新鲜石榴怎么保存？

石榴放冰箱保存比较好，放外面皮很快就干掉了，变得很难看的。

石榴适合的保存温度是2-3度，不超过5度，湿度85/100的环境下保存，而一般的直立式冰箱冷藏室温度可以控制在5-15度之间，基本能达到石榴的保鲜要求。因此，石榴放冰箱保存比较好。

## 剥好的石榴怎么保存

1、将剥好的石榴粒放入碗中用保鲜膜封好，放入冰箱内冷藏。

2、在剥好的石榴上撒一点点盐，涂抹均匀，用保鲜膜密封好即可。

3、将剥好的石榴直接榨汁，然后冷藏。（据中国质量检验信息网）

# 爱吃柚子，请先了解这些知识

吃柚子能去肠胃恶气，还能止咳化痰。除了直接吃之外，还可以做成柚子茶，是一种非常好的养生水果，同时它还能够起到美容的作用。具体服用柚子的好处如下哦，快快记下来吧！

## 第一：去除色斑

皮肤专家经过研究发现，柚子之中含有丰富的维生素C，这种物质能够有效的令皮肤之中的色斑减退。所以说，柚子也是一种很好的美容品，将柚子切开之后浇上一些蜂蜜，然后轻轻的涂抹、按摩皮肤，这样能够很好的美白皮肤。

## 第二：紧致肌肤

柚子之中所含有大量维生素C，不仅能够起到去除色斑的作用，同时还能够令我们的皮肤更加的紧致，保持在一个最佳的状态。这主要是由于维生素C这种物质对于身体分泌胶原蛋白具有非常重要的作用。经常服用柚子，能够令我们的皮肤变得更加的丰满和平滑，具有很好的护肤作用。

## 第三：减少中风

最新研究发现，柚子之中含有一种黄酮类物质，这种物质能够有效的降低患中风的可能。这种氧化剂在我们的身体之中能够起到增强血管功能以及消炎的作用，经常服用能够很好的保护我们的大脑。科学家经过长达14年的实验发现，常吃柑橘或柚子的女性，患有中风的可能性将大大的降低。



## Focus

柚子是一种具有食疗效益的水果，柚子中含有糖类和丰富的维生素，吃柚子有增强体质的功效。

## 第四：增强体质

柚子能有效的帮助身体吸收钙质以及铁质，对于身体非常的有好处。另外柚子只中含有比较多的天然叶酸，这对于正在备孕或者是怀孕期间的妇女非常的好，能有效的预防贫血出现的可能，并且对于胎儿发育也有很好的促进作用。

## 第五：有利于减肥

营养专家研究发现，在不改变其他饮食习惯的基础之上，每天在饭前吃半个柚子，然后坚持十二周以上的时间，能够起到非常好的

减肥作用。为什么会出现这种情况呢，主要原因就是由于柚子之中所含有的一种化合物能够有效的加快脂肪进行燃烧，所以柚子也是一种天然的减肥水果。

## 第六：保护心脏

每天吃一个柚子，能够有效的降低人体之中的坏胆固醇以及甘油三酯。特别是深红色的柚子对于心脏健康效果更好，因为他其中含有的氧化剂更高。

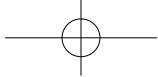
## 第七：治疗糖尿病

吃过柚子的人都知道，柚子之中带有一种独特的苦味，不要嫌弃它不好，这种苦味物质也就是柚皮素对于身体具有很好的保健作用。柚皮素能够有效的帮助治疗糖尿病，能够有效的提高人体对于胰岛素的敏感性。所以说，经常服用柚子能够起到很好的治疗糖尿病的作用，是一种非常好的保健水果。

## 选柚子的小窍门

- 1、选尖不选圆，越尖越好。
- 2、选大不选小，大个头成熟的会更好。
- 3、选黄不选青，黄色的比青色的成熟更早。
- 4、选重不选轻，重的果实比较饱满。
- 5、用手指按住底端，按不动的最好。

吃柚子的季节到了，告诉家人朋友挑柚子的方法吧！（据央视网）

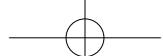


# BEIJING CONSUMERS

倡导科学健康消费理念  
提供权威实用消费资讯

[www.bj315.org /](http://www.bj315.org/)





# 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

