

北京市消协发布

手机APP个人信息安全 调查报告



P04 北京市消协发布2017年消费者投诉分析

P38 当心在线平台“搭售”保险

P27 取消流量漫游费：通信普惠时代来了

P39 民宿预订需关注经营资质



3月14日上午，北京市工商局、市消费者协会共同主办“品质消费 美好生活”主题纪念活动。北京市优化消费环境联席会成员单位及全市各区领导、企业代表、消费者代表、志愿者代表等参加了此次活动。市政府副市长殷勇，市消费者协会会长柳纪纲参加会议并讲话。



北京市副市长殷勇讲话



北京市消费者协会会长柳纪纲讲话



企业签署线下无理由退货倡议书



活动现场

推动社会共治 共享美好生活

北京市工商局、市消协举办“3.15”纪念活动

3月14日上午，北京市工商局、市消费者协会共同主办“品质消费 美好生活”主题纪念活动。北京市优化消费环境联席会成员单位及全市各区领导、企业代表、消费者代表、志愿者代表等参加了此次活动。市政府副市长殷勇，市消费者协会会长柳纪纲参加会议并讲话。

市工商局局长冀岩在致辞中表示，2017年，市工商局和市消费者协会通过推动包括消费环节经营者首问和赔偿先付两项维权制度的落实，指导全市放心消费创建活动标识、承诺和制度三统一，融合推进活动宣传、教育引导、多元调解和强化指导四项举措，构建起政府主导、部门联动、企业自律、公众参与和社会共治“五位一体”的消费者权益保护新格局。今年将在各方力量的支持和帮助下，继续扎实开展放心消费创建活动，提高消费者权益保护工作水平，营造安全放心的消费环境。

随后，市工商局发布了《电子商务经营者保护消费者权益合规指引》。王府井百货大楼、京东、苏宁、当代商城、物美集团、宜家家居、居然之家、蓝岛大厦、西单商场、金源燕莎等十余家大型商业联合发出并签署了《线下无理由退货倡议书》。

柳纪纲会长在会上指出，消费在国民经济发展中的作用越来越重要。习近平总书记在十九大报告中指出，中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，这是关系全局的历史性变化。我们要从中国特色社会主义进入新时代的高度，从推动我国经济高质量发展的高度提高对消费的认识，从“坚持以人民为中心”的新时代中国特色社会主义思想的精神实质和丰富内涵中，深刻认识维护消费者权益的重要性。

柳纪纲会长强调，去年市消协积极履职，做了大量工作。今年市消协及各级消协组织和各理事单位要围绕“品质消费、美好生活”年主题，更好地发挥监督作用，更好地保护消费者合法权益，努力为首都经济社会发展创造良好的服务环境。

殷勇副市长在讲话中充分肯定了市工商和市消费者协会在优化消费环境，保护消费者合法权益方面取得的工作成效，并对下一步的工作提出了三点要求：一是要坚持首善标准，牢固树立首都意识，统筹推进消费环境建设和其他工作，从消费环境建设的角度，回答好“建设一个什么样的首都，怎样建设首都”这一历史命题。二是坚持问题导向，勇于创新方法措施，全面优化首都消费环境，解决老百姓比较集中的诉求，让首都市民有更多的获得感、幸福感。三是坚持社会共治，主动聚合多方力量，构建消费环境建设大格局，政府要发挥主导作用，部门之间要加强统筹联动，形成合力。



热点关注
HOT CONCERN

P06 《北京市消费者权益保护状况报告》发布

2017年，北京市工商行政管理系统、北京市消费者协会系统紧紧围绕新发展理念和首都城市战略定位，把强化消费维权、改善消费环境，作为推进供给侧结构性改革、实现供给与需求两端发力的重要举措。

卷首语

01 推动社会共治 共享美好生活

权威发布

- 04 北京市消协发布2017年消费者投诉分析
- 06 《北京市消费者权益保护状况报告》发布
- 10 北京市消协发布手机APP个人信息安全调查报告
- 18 北京市消协发布微商行业发展状况调查结果

热点关注

20 第1亿户市场主体营业执照在京颁发

- 21 工商总局：全国消费环境持续向好
- 22 跨部门办事“只进一门，只对一窗”
- 24 聚焦3.15：这些侵权新现象你遇到过吗？
- 25 中消协发布品质消费与消费者认知调查结果
- 27 取消流量漫游费：通信普惠时代来了
- 28 陈军代表建议：尽快出台限制商品过度包装
- 29 大医院预约号将向基层医院开放

消费时评

- 30 手机APP采集个人信息须有“度”
- 31 将“取消流量漫游费”落到实处
- 32 互联网+医疗要有规矩

33 防止“数据伤人”，
营建公平的消费环境

消费提示

- 34 谨防搬家“陷阱”
- 35 儿童乐园消费投诉成热点问题
- 35 “跑腿经济”：
企业需自律 消费需谨慎
- 36 购车当心“拼缝陷阱”切勿因小失大
- 36 食药监总局提醒：
科学理性看待食品保健品广告宣传
- 37 老年消费当心这些坑
- 38 当心在线平台“搭售”保险
- 38 携充电宝乘机需把好安全关
- 39 民宿预订需关注经营资质
- 39 购买电动自行车注意事项
- 40 骗子推销保健品 专家支招防骗



P35 儿童游乐园消费投诉成热点问题

近期，“12315”、“96315”两条热线陆续接到有关儿童游乐园引发的消费投诉。根据投诉内容分析，此类投诉主要存在以下几种情况：一是暗藏安全隐患。二是消费环境令人堪忧。三是预付费消费存在风险。

P43 抗疲劳眼镜有用吗？

在选购抗疲劳镜片时，一定要到正规的医疗机构做眼部的全面检查，了解眼睛屈光度和视功能状态后，在专业眼科医生的指导下选择。若眼镜和眼睛实际需求有偏差，再昂贵的镜片也不舒适。

消费课堂

- 41 购买家装涂料需避免两大误区
- 42 选购插座需认准新国标
- 43 抗疲劳眼镜有用吗？
- 44 开车给手机充电 后果很严重

《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全社会的共同责任

北京

消费者

2018年第3期

03

总第66期

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

万海龙 王兆泰 刘大忠 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 闫大海

何文军

执行主编 陈音江

采编部主任 李君

执行编辑 陈亮 刘海宏 舒畅 赵丽

图片摄影 杨连一 杜颖

美术编辑 张霏霏 王少卓

封面题字 中国社会科学院院长、党组书记、

学部主席团主席

王伟光

编辑出版 北京中轻热点文化传播有点公司

数据支持 北京金鼎影响力市场调查中心

法律顾问 北京中银律师事务所 葛友山

北京汇佳律师事务所 邱宝昌

北京华烨律师事务所 陈玉龙

北京常鸿律师事务所 常卫东

市消协地址 北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦

邮编 100055

咨询投诉电话 96315

邮箱 bjxiaoxie@sina.com

编辑部地址 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

2018年 第3期（总第66期）

京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

北京市消协发布 2017年消费者投诉分析

2017年,北京市消费者协会及各区消费者协会深入贯彻“以消费者为中心”的宗旨,积极为消费者服务,切实做好消费纠纷调解工作。全市各级消协组织共受理消费者投诉48817件,投诉量同比上涨37.64%,投诉共办结46490件,办结率95.23%,为消费者挽回经济损失5604.72万元。随着首都消费经济的蓬勃发展,消费需求持续增长,各类商品与服务消费不断创新,随之消费者对商品与服务消费的品质要求不断提高,消费者维权意识与维权能力进一步提升,消费投诉总量呈现上升态势。

一、投诉统计数据分析

1、投诉性质分析

2017年全年投诉中,涉及合同纠纷、商品质量问题、售后服务问题、虚假宣传问题等性质的投诉占据了消费者投诉的前列。与2016年投诉情况比较,合同纠纷、商品质量问题等传统投诉热点所占比重下降明显,售后服务问题、虚假宣传问题等性质消费投诉所占比重上升较快。

根据投诉性质分析(如图所示),合同14797件,占30.31%;质量12427件,占25.46%;其他9078件,占18.60%;售后服务5585件,占11.44%;虚假宣传4973件,占10.19%;计量626件,占1.28%;价格588件,占1.20%;安全346件,占0.71%;假冒318件,占0.65%;人格尊严79件,占0.16%。

项目	2017年	比重	2016年	比重	比重变化
合同	14797	30.31%	12919	36.43%	-6.12
质量	12427	25.46%	11287	31.83%	-6.37
其他	9078	18.60%	5040	14.21%	4.39
售后服务	5585	11.44%	1942	5.48%	5.96
虚假宣传	4973	10.19%	2786	7.86%	2.33
计量	626	1.28%	192	0.54%	0.74
价格	588	1.20%	570	1.61%	-0.41
安全	346	0.71%	314	0.89%	-0.18
假冒	318	0.65%	353	1.00%	-0.35
人格尊严	79	0.16%	62	0.17%	-0.01

2、商品类投诉分析

在涉及商品类消费投诉中,家用电子电器类、日用商品类、服装鞋帽类、房屋及建材类、交通工具类占据了消费者投诉的前5名,家用电子电器类投诉数量在商品中高居首位,但是在投诉总数中下降幅度最大,比去年下降4.10%,其他商品均没有太大变化。

根据投诉商品分析(如图所示),家用电子电器类4267件,占8.74%;日用商品类2842件,占5.82%;服装鞋帽类2815件,占5.77%;房屋及建材类1219件,占2.50%;交通工具类1008件,占2.06%;食品类959件,占1.96%;首饰及文体用品类887件,占1.82%;烟、酒和饮料类220件,占0.45%;医药及医疗用品类109件,占0.22%;农用生产资料类9件,占0.02%。

项目	2017年	比重	2016年	比重	比重变化
家用电子电器类	4267	8.74%	4554	12.84%	-4.10
日用商品类	2842	5.82%	2243	6.32%	-0.50
服装鞋帽类	2815	5.77%	2303	6.49%	-0.72
房屋及建材类	1219	2.50%	921	2.60%	-0.10
交通工具类	1008	2.06%	805	2.27%	-0.21
食品类	959	1.96%	1152	3.25%	-1.29
首饰及文体用品类	887	1.82%	503	1.42%	0.40
烟、酒和饮料类	220	0.45%	345	0.97%	-0.52
医药及医疗用品类	109	0.22%	229	0.65%	-0.43
农用生产资料类	9	0.02%	18	0.05%	-0.03

3、服务类投诉分析

2017年,服务类消费投诉上升明显,销售服务、生活、社会服务类、公共设施服务、教育培训服务、文化、娱乐、体育服务占据了消费者投诉的前5名。其中,销售服务类投诉中所占比重提升11.75%,主要指网络购物,集中表现在合同、质量、虚假宣传等性质问题愈来愈困扰广大消费者。

根据投诉服务分析(如图所示),销售服务15944件,占32.66%;生活、社会服务类5533件,占11.33%;公共设施服务3568件,占7.31%;教育培训服务2769件,占5.67%;文化、娱乐、体育

服务1993件，占4.08%；互联网服务1454件，占2.98%；旅游服务1264件，占2.59%；房屋装修及物业服务1227件，占2.51%；其他商品和服务359件，占0.74%；邮政业服务153件，占0.31%；电信服务102件，占0.21%；金融服务74件，占0.15%；卫生保健服务32件，占0.07%；保险服务10件，占0.02%。

项目	2017年	比重	2016年	比重	比重变化
销售服务	15944	32.66%	7414	20.91%	11.75
生活、社会服务类	5533	11.33%	5836	16.46%	-5.13
公共设施服务	3568	7.31%	460	1.30%	6.01
教育培训服务	2769	5.67%	1307	3.69%	1.98
文化、娱乐、体育服务	1993	4.08%	1702	4.80%	-0.72
互联网服务	1454	2.98%	1430	4.03%	-1.05
旅游服务	1264	2.59%	2917	8.23%	-5.64
房屋装修及物业服务	1227	2.51%	722	2.04%	0.47
其他商品和服务	359	0.74%	195	0.55%	0.19
邮政业服务	153	0.31%	120	0.34%	-0.03
电信服务	102	0.21%	197	0.56%	-0.35
金融服务	74	0.15%	42	0.12%	0.03
卫生保健服务	32	0.07%	18	0.05%	0.02
保险服务	10	0.02%	32	0.09%	-0.07

二、消费投诉特点分析

1、传统领域投诉仍为热点问题

从投诉性质数据可以看出，2017年合同性质问题的消费投诉与投诉总量占比下降6.12%，但仍居首位，数据表明有关合同类型的消费纠纷在消费者权益保护中仍是主要问题。

例如：房屋装修全年受理投诉827件，其中有关合同类型的消费投诉432件，质量问题的消费投诉227件，售后服务消费投诉42件、虚假宣传和假冒消费投诉15件。合同产生的消费纠纷仍是主要问题，主要表现包括以下几方面：一是合同使用不规范。双方没有使用北京市家庭室内装修示范文本，自己制订合同，部分约定事项不明确，权利、义务、违约责任没有明确规定，从而导致后期产生纠纷；二是未按合同约定时间完成装修；三是经营者设置价格陷阱，前期报价中故意漏项或少报工作量，先以低价诱导消费者，然后在施工中增项；四是施工用材与合同约定的材料不一致，对合同约定质量、验收标准、工期、违约责任条款等双方认识、理解不一致，这也是目前解决家装投诉的难点所在。

2、互联网消费投诉增加

近年来，随着互联网服务普及，互联网服务领域消费投诉呈现上升态势，北京市消协曾多次接到有关电商经营者随意取消订单的消费者投诉。这种俗称“砍单”的电商投诉，一般涉及消费者人数较多，其性质是电子商务合同成立问题，需要相关法律进行规制，进一步明确权利义务关系。2017年，北京市消费者协会开展了针对电商经营者“砍单”问题的体验式调查。调查内容包括：通过网络发放问卷调查、公开向社会各界征集“砍单”案例以及组织消费者通过网络购物进行实际体验三个部分。其目的是强化网络经营者责任意识，督促网络经营者诚信经营，建设消费无忧网络消费环境，保护广大消费者合法权益，通过调查结果的发布有效的指出当前电商“砍单”现象，并向消费者进行消费风险提示。

3、旅游消费投诉备受关注

旅游消费作为新消费时代的代表性产业受到社会各界的广泛关注，2017年全年北京市消费者协会受理投诉1264件，比2016年同期下降5.64%。旅游服务具有服务链条长，环节多，涉及面广的复杂特点。旅游消费逐年升温，随之产生旅游消费问题的投诉也备受关注。例如：旅游预付款消费退款难问题、在线旅游捆绑销售问题等均是长期困扰消费者，限制旅游业进一步发展的的问题。继2016年调查之后，2017年4月至6月，北京市消费者协会对旅游行业进行了历时3个月调查，对北京市旅游消费市场开展旅游消费体验式调查，特别关注消费者来京旅游体验中的痛点问题，重点关注一日游、自驾游、周边游等旅游方式，体验在线旅游平台、旅行社、导游、景区等各个旅游环节，通过调查的方式进一步保护消费者合法权益，规范旅游消费市场秩序，促进旅游业健康发展。

4、证据不足等问题亟待解决

2017年北京市消费者协会全年接待来访、接受咨询共计62423人次，其中由于消费者证据不足，造成投诉问题难以受理和解决的不在少数，尤其涉及老年人消费问题、个人信息保护问题、微商发展现状等消保维权问题，逐渐成为消费维权中的难点问题。2017年10月开始，北京市消费者协会开展了手机APP个人信息安全调查和微商行业发展状况调查，相关调查结果将向社会公布。

《北京市消费者权益保护状况报告》发布



1 注重教育引导针对性， 着力营造放心消费氛围

围绕消费维权领域热点难点问题，强化消费教育、消费引导工作的针对性，将受众对象、活动内容更多地向易发生侵权现象的行业、业态、区域及消费群体倾斜，进一步提升市场主体参与放心消费环境创建的积极性。以多种形式、多种途径倡导科学、理性消费

观念和依法维护消费者权益意识。

消费者权益保护是推动消费环境持续改善的基本环节，是满足人民日益增长的美好生活需要的重要保障，是实现共享发展的本质要求。

2017年是坚持稳中求进、稳中向好的一年，是全市统筹推进疏功能、稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险等各项工作的一年。在这一年里，北京市工商行政管理系统、北京市消费者协会系统紧紧围绕新发展理念 and 首都城市战略定位，把强化消费维权、改善消费环境，作为推进供给侧结构性改革、实现供给与需求两端发力的重要举措。通过深化问题导向、坚持源头治理、调动社会资源、提升工作效能，努力提高人民群众幸福感和获得感。通过提升消费者权益保护工作水平、发挥消费的引领作用，扩大新消费、带动新投资、培育新产业、形成新动能，促进经济发展良性循环。

（一）放心消费创建活动进一步深入

为不断提高首都消费环境安全度、经营者诚信度和消费者满意度，立足首都实际、坚持“首善”标准，深入开展放心消费创建工作。在进一步提高经营者和解消费争议的主动性、健全消费争议快速和解机制、扩大赔偿先付覆盖范围的基础上，以统一标识、统一承诺、统一制度为创建方法，围绕重点区域、重点领域，切实提高消费者权益保护工作效能，全面优化首都消费环境。全市共计开展各类型宣传动员会174场次，确定放心消费首批参创单位2091家，张贴宣传材料11426张，在各大户外街区大型广告牌、公交车辆站点、社区宣传栏、LED屏等投放宣传标语866个，通过微博、微信、今日头条网等新媒体推

出宣传189次。

（二）消费教育引导工作效能进一步提升

全市工商系统、消协系统全年共开展各类消费教育、消费引导活动2705场次，在各类媒体上发布消费维权提示、警示信息共计5143条。其中，工商系统依托175个市、区两级消费教育基地，聘请消费教育专家，组织“消费教育精品课堂”活动200场次；消协系统开展消费教育“进六区”活动1126场次。除此之外，通过消费体验、消费者探访日、消费维权知识竞赛等丰富多彩的活动，依托消费维权志愿者、消费维权宣讲团等力量，有效普及消费知识、提升维权意识，受到了广大消费者的一致欢迎。活动对象也逐渐向特定消费群体特别是老年人、青少年、残疾人等易发生消费维权问题的弱势群体倾斜。

（三）比较试验及消费调查影响进一步增强

2017年，市消协进一步强化科学比较试验的概念，加大商品比较试验向纵深推进的力度，持续加强对某个行业领域的商品与服务的关注，促进行业产品与服务整体质量的提升。全年共开展包括防晒衣、轮胎、保温杯、儿童家具等在内的14大类共计608件商品的比较试验，并通过电视、广播、互联网等媒介发布相关信息，积极引导公众科学、理性消费，收到良好社会反响。同时，开展电商“砍单”、在线旅游等五项热点消费领域社会调查，为政府及相关部门提供监管对策建议，最大程度上做到从事前、事中环节保护消费者合法权益。

2 打好行政监管组合拳，着力打造和谐消费环境

从商品、合同、广告、商标等多个领域，用技术监管、信用监管等多种手段，不断强化行政监管力度，严厉查处各类违法行为，为创造安全、放心的市场消费环境提供有力保障。

（一）强化追溯工作力度，打击销售质量不合格商品违法行为

将市场监管需要与媒体舆情反馈、投诉举报数据相结合，制定抽检计划及重点商品抽检方案。全年共抽检商品18类，共计6110组样本，其中线下抽检5353组，线上抽检757组，包括成品油、建筑类涂料和胶粘剂、消防器材、煤炭、燃煤炉具、电动自行车、“三无”儿童玩具以及网络销售的儿童服装、小家电、移动插座等。在市工商局网站及相关媒体公示不合格商品信息47次共计925条，向产地质监部门移送不合格商品检测报告，督促生产源头治理，强化不合格商品追溯力度，加大大案要案查处工作。共办结一般程序商品类案件1565件，罚没款2358.4万元，有力震慑了销售质量不合格商品的违法行为。

（二）开展集中整治行动，严厉查办重点领域合同违法案件

通过开展暑期游艺、健身等涉及人身安全的特定行业格式条款专项整治等活动，有效遏制利用合同格式条款侵害消费者合法权益的行为；通过进行小区房屋租赁普法宣传、配合相关部门开展房地产经纪机构专项整治，进一步规范房地产经纪行业。全年共制定修订合同示范文本11种，将945家失联经纪机构纳入经营异常名录，查办房地产经纪案件96件，罚没款238.04万元；查办格式条款违法案件1784件，罚没款51.83万元。同时，探索利用移动互联网技术加强对辖区房地产经纪机构的信用监管，及时、便捷、全面地向消费者公示房地产经纪机构的主体信息和投诉、举报、案件等相关信用信息，在加强信用约束力度的同时，有效保护消费者权益。

（三）全面控制广告市场，保持打击虚假违法广告高压态势

加大对违法广告案件的查办力度，尤其把与人民群众利益紧密相关的药品、医疗器械、食品、

房地产、化妆品、医疗服务、金融服务、教育服务、农资等商品和服务类广告作为重点规范和查处内容，从互联网广告、印刷品广告、户外广告、电视广告、店堂广告等多种形式和渠道全面发力，严格按照广告案件的查办原则，对所有涉案的广告经营主体一并查处。全年共查办广告案件2918件，罚没款5094.53万元。同时，以主办“第二届京津冀广告监管执法协作联席会”为契机，加强京津冀广告业协同发展。

（四）继续加大执法力度，突出侵权假冒双打行动震慑作用

针对消费者、经营者和社会反映强烈的重点领域、重点区域、重点商品和突出问题，提高执法能力，严厉查处一系列商标侵权和制售假冒伪劣商品大案、要案，形成打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品的高压态势。全年办结侵犯商标知识产权和制售假冒伪劣商品案件2303件，罚没款6435.34万元；移送司法机关12件，案值539.45万元；捣毁制假售假窝点16个。“4·26”世界知识产权周期集中销毁38类共68个品牌、价值560余万元的罚没物品，震慑了知识产权违法行为，收到良好社会效应。

（五）推进依法管网进程，实现网络监管技术水平持续提升

通过反复研讨论证，将专业取证固证技术嵌入北京网络交易监管系统功能模块，实现网页取证、视频取证、批量取证、定时取证，做到证据信息防篡改、防抵赖，有效防控行政执法风险，降低行政执法成本，从根本上解决长期以来困扰基层查办涉网案件的取证难问题。同时，牵头建立全市网络市场监管联席会议制度，协调14个部门联合开展网络市场专项整治行动，推动依法管网、以网管网、协同管网、信用管网，取得突出成效。全年办理涉网案件3528件，罚没款总额7343.56万元。

（六）搭建权威公示平台，企业信用体系建设取得显著成效

依托北京市企业信用信息网全面整合、公示企业登记信息、监管信息、信用信息等内容，信息归集量达到9200余万条，以数据接口形式实现信息共享自动化的单位增加至36个，信息交换接口数量达到222个，社会公众查询量累计近4亿次，日均查询量达160万次，始终保持在全国前列。目前，信用信息在办理税务、社保、公积金、小客车指标，处理反恐反贪及国家安全案件，以及进出口、涉税、金融投资、教育机构、煤炭燃气等多层面展开应用。利用信用奖惩手段累计将65家次企业列为重大税收违法案件当事人，将123名法定代表人列为限制出境对象，10万余人次列入失信被执行人“黑名单”，信用约束作用逐步显现。

3 推进纠纷解决多元化，着力提高消费者满意度

进一步畅通投诉接收渠道，积极构建行政调解、企业和解、人民调解协作配合、互相补充的消费纠纷多元解决机制。通过提升经营者在消费维权工作中的主体责任、发挥各领域专家在消费维权工作中的指导作用，节约消费者维权成本，提升消费者维权满意度。

（一）行政投诉接收渠道全覆盖

以消费者诉求为中心，围绕消费维权服务多措并举，在畅通专线电话基础上升级改造互联网投诉举报平台、开通“北京消费投诉”APP掌上维权平台，真正实现互联网+消费维权。2017年市工商局共接收各类信息113.09万件。其中，12315综合信息采集服务平台通过电话、互联网、APP、来访、传真等渠道接收各类信息86.55万件。接收全国12315互联网平台转办投诉举报信息9.76万件。接收北京市非紧急救助服务中心12345转办信息14.99万件，接收量较去年同期增长3.36倍，办结率达92.68%。

（二）企业主体责任意识再提升

以投诉数量较多的企业为重点，推动建立包括经营者首问和赔偿先付制度（即“两项维权制度”）在内的快速和解机制，不断提升企业的消费维权第一责任人意识。截至年底，快速和解机制建制企业共3415家，自行和解消费纠纷45万件，涉及金额1.1亿元，东城区11条特色街区率先实现两项维权制度全覆盖。同时，坚持“一企一策”原则，进一步推动《加强网络交易消费者权益保护框架协议》落实。12家网络交易第三方平台企业全部与属地分局签订《框架协议》实施细则，初步建立起数据交换共享、消费风险防控、电子证据互认、多元化消费纠纷解决、落实两项维权制度、网络消费维权社会共治、信用激励及约束、沟通协调等机制，实现主体信息、商品抽检、消费投诉数据共享和投诉举报反映问题的共同治理。

（三）行业专家援助机制有成效

不断扩展维权途径，促进社会共同参与。通过建立消费维权专家库、建立消费投诉专家援助机制等方式，引入专业力量提升调解工作水平。进一步发挥洗染、家装、家电维修等服务领域行业协会作用，推动行业内人民调解或行业调解工作的开展。全年全系统利用专家援助机制解决专业性较强的投诉问题62件，有效保护了消费者的合法权益。

4 强化部门合作实效性，着力提升协同共治水平

为深入贯彻党的十九大精神，不断满足人民日益增长的美好生活需要，在以疏解北京非首都功能为“牛鼻子”推动京津冀协同发展的同时，进一步加强与其他政府机关、行政部门、社会组织的协同合作，利用多方力量，共同推动放心消费环境建设。

（一）建立合作监管机制，提升消费维权工作效能

与天津市、河北省工商及市场管理部门共同签订《京津冀消费维权一体化平台战略合作协议》，搭建统一的消费维权投诉平台，建立统一的消费维权工作机制和消费维权数据共享机制，形成三地消费维权联席会议制度，积极推动区域协同发展。此外，依托北京市及各区市场消费环境建设联席会议机制，全年共召开区级联席会议27次，各部门共同研究热点难点问题解决方案，实现协同监管、多元共治，取得良好成效。

（二）开展委托调研工作，吸收借鉴外部管理智慧

委托中国标准化研究院开展网络交易平台消费者权益保护合规规范课题项目研究工作，从合规管理角度制定相应规范，提升电子商务经营者合规管理意识和能力，维护网络交易活动中的消费者合法权益。经多次会商研讨，中国标准化研究院初步完成《电子商务经营者消费者权益保护合规手册（草案）》编制工作。合规手册的编制实施，将有效借助社会力量破解行政监管难题、参与市场消费环境建设，从源头化解消费维权问题。

放心消费环境是人民美好生活的重要内容，消费环境建设对于经济发展至关重要。随着新时代消费及维权诉求多样化发展，消费维权热点难点问题不断涌现，给全市工商系统、消协系统工作提出许多严峻的课题。在新形势下，我们要坚持以人民为中心的发展思想，牢固树立消费者至上的理念，以营造安全放心的消费环境为目标，围绕发挥政府主导作用，推动建立首都消费环境建设新格局，围绕主动防范消费风险，逐步构建消费维权工作新体系，充分发挥消费维权在市场监管工作中的核心作用，持续改善首都营商环境，推动建设国际一流的和谐宜居之都。

北京市消协发布 手机APP个人信息安全调查报告

随着移动互联网的快速发展，各种手机应用软件（简称手机APP）呈爆发式增长。手机APP在给人们带来便利的同时，也带来了许多困扰。部分手机APP过度收集、违规使用个人信息，导致大量个人隐私信息泄露或被窃取，甚至引发各种信息诈骗等刑事案件，给人们的生命财产安全带来严重风险隐患。

为了解手机APP个人信息安全问题，保护广大消费者的合法权益，规范手机APP行业健康发展，推动个人信息保护立法和制定手机网络安全标准，北京市消费者协会委托北京阳光消费大数据技术研究院开展本次手机APP个人信息安全调查活动。本次调查包括问卷调查、大数据分析两个部分。

本次调查具体包括问卷调查、大数据分析、体验调查三个部分。通过问卷数据、体验结果、大数



据分析、专家研讨等方式，全面调查了解手机APP个人信息安全问题的现状以及监管难点，并探讨解决当前手机APP个人信息安全问题的思路和建议，为规范手机APP行业健康发展、推动个人信息保护立法及制定手机网络安全标准提供意见参考。

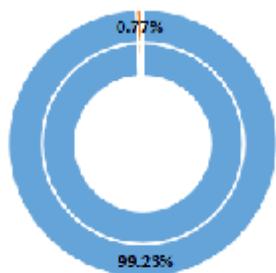
第一部分 问卷调查结果

本次手机APP个人信息安全问卷调查于2017年11月14日启动，截止至11月24日，通过北京市消费者协会网、消费者网和“北京消协”微信等渠道，共收到有效调查问卷3380份。问卷内容主要

涉及消费者对手机APP个人信息采集与使用的认知情况、对手机APP个人信息安全的认知情况、对手机APP泄露个人信息的原因分析，对手机APP泄露个人信息安全保护的意见建议等。

一、手机APP个人信息安全问卷调查基本情况

1. 被调查者使用智能手机情况

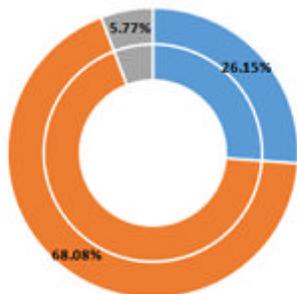


■ 是 ■ 否

被调查者使用智能手机情况分布图

调查结果显示，在3380名被调查者中，只有26人不是使用可安装APP软件智能手机，仅占被调查人数的0.77%；有3354使用智能手机，占比99.23%。这说明绝大多数被调查者都是使用智能手机。

2. 被调查者手机安装的系统



■ iOS(苹果) ■ 安卓(华为、小米、三星等) ■ 其它

被调查者手机操作系统分布图

调查结果显示，被调查者的手机主要以安卓系统和IOS系统为主，其中使用安卓系统的被调查者高达68.08%，使用IOS系统的被调查者占26.15%，两者占调查者总数的94.23%，使用其他操作系统的被调查者仅占5.77%。

3. 被调查者手机安装APP软件类型情况

您手机安装了哪些类型APP



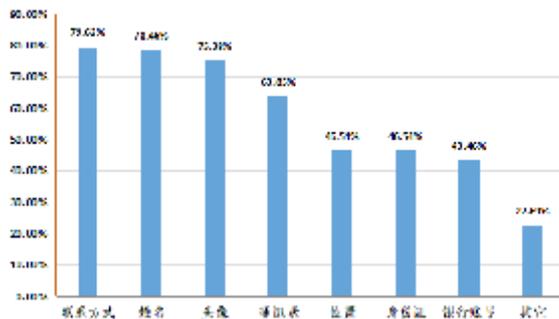
被调查者手机安装APP类型分布图

在3380名被调查者中，手机APP安装类型排在前三位的依次是购物、餐饮和音乐。其中，安装购物APP的有2860人，占84.62%；安装餐饮APP的有2314人，占68.46%；安装音乐APP的有2171人，占64.23%；安装阅读APP的有2080人，占61.54%；安装出行APP的有2015人，占59.62%；安装社交APP的有1989人，占58.85%；安装视频APP的有1794人，占53.08%；安装旅游APP的有1690人，占50.00%；安装游戏APP的有121人，占3.58%；安装其它APP的有81人，占2.40%。

二、被调查者对手机APP收集个人信息的基本认知情况

1. 被调查者手机APP采集个人信息情况

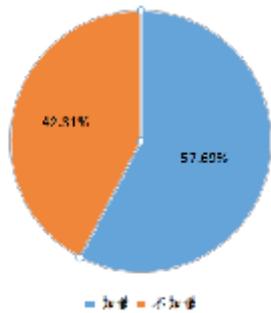
您手机APP采集了哪些个人信息?



被调查者手机安装APP类型分布图

在3380名被调查者中，被手机APP采集过最多的个人信息是联系方式，其次依次为姓名、头像、通讯录、位置、身份证、银行账号及其它。具体情况是，被采集过联系方式信息的被调查者有2691人，占79.62%；被采集过姓名信息的被调查者有2652人，占78.46%；被采集过头像信息的被调查者有2548人，占75.38%；被采集过通讯录信息的被调查者有2158人，占63.85%；被采集过位置信息的被调查者有2652人，占46.54%；被采集过身份证信息的被调查者有1573人，占46.54%；被采集过银行账号信息的被调查者有1469人，占43.46%；采集过其它信息的被调查者有767人，占22.69%。

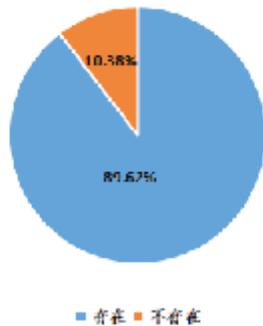
2. 被调查者对授权APP采集个人信息留存问题认知情况



被调查者对APP采集个人信息留存认知分布图

在3380名被调查者中，有1950人知道授权APP采集的个人信息可能一直被留存，占比57.69%；有1430人不知道授权APP采集的个人信息可能一直被留存，占比42.31%。这说明，有近半被调查者仍不知道授权采集一次个人信息后，就一直被手机APP留存。

3. 被调查者对手机APP过度采集个人信息问题的认知情况

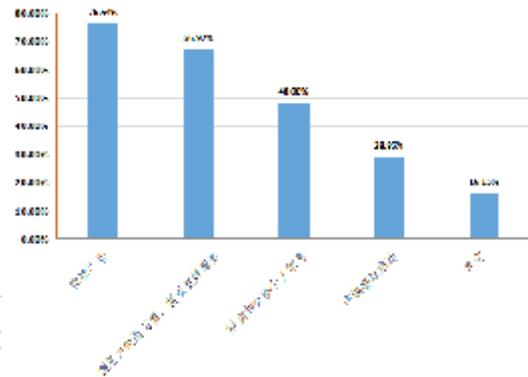


被调查者对手机APP过度采集个人信息认知分布图

在3380名被调查者中，有3029人认为手机APP

存在过度采集个人信息行为，占比89.62%；只有351人认为手机APP不存在过度采集个人信息行为，仅占10.38%。这说明，绝大多数被调查者都认为手机APP存在过度采集个人信息行为。

4. 被调查者对手机APP过度采集个人信息目的的认知情况

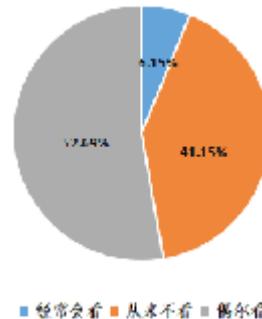


被调查者手机APP过度采集个人信息目的的认知分布图

调查结果显示，在3380名被调查者中，有2587人认为手机APP过度采集个人信息的目的是推销广告，占比76.54%；有2262人认为手机APP过度采集个人信息的目的是挖掘用户使用习惯，提供更好服务，占比66.92%；有1625人认为手机APP过度采集个人信息的目的是贩卖和交换个人信息，占比48.08%；有975人认为手机APP过度采集个人信息的目的是诈骗窃取活动，占比28.85%；还有546选择其它，占比16.15%。

三、被调查者对手机APP采集个人信息的安全认知情况

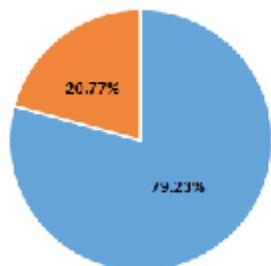
1. 被调查者安装或使用手机APP之前是否看过授权须知



被调查者安装或使用手机APP之前阅读授权须知情况图

在3380名被调查者中，只有208人在安装或使用手机APP之前经常会看授权须知，仅占6.15%；有1781人偶尔看授权须知，占52.69%；有1391人从来不看授权须知，占比41.16%。这说明，被调查者对手机APP个人信息的安全意识比较薄弱，在安装或使用手机APP之前一般不看授权须知。

2. 被调查者对手机APP个人信息安全的认知情况

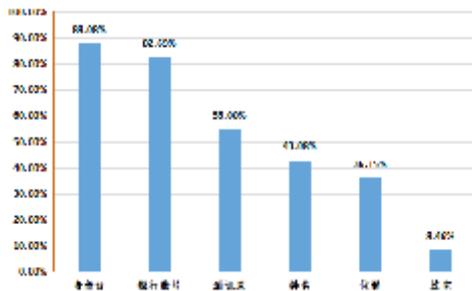


■ 不安全 ■ 安全

被调查者对手机APP个人信息安全认知情况分布图

调查结果显示，大多数被调查者认为手机APP上的个人信息不安全。在3380名被调查者中，只有702人认为手机APP上的个人信息安全，仅占20.77%；有2678人认为手机APP上的个人信息不安全，占比高达79.23%。

3. 被调查者最担心被采集的个人信息

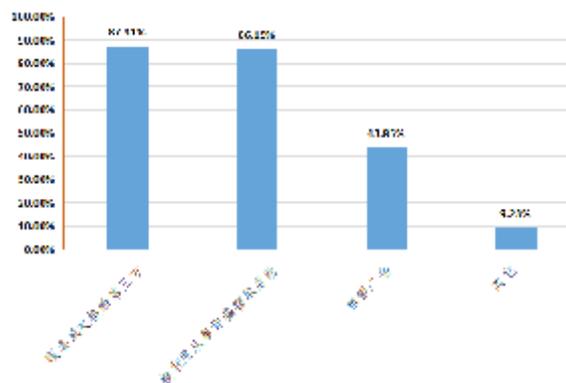


被调查者最担心被采集的个人信息分布图

调查结果显示，被调查者最担心被采集的个人信息是身份证号，其次是银行账号，两者都占到了八成以上。在3380名被调查者中，有2977人担心身份证信息被采集，占比88.08%；有2795人担心银行账号信息被采集，占比82.69%；有1859人担心通讯录信息被采集，占比55.00%；有1456人担心姓名信

息被采集，占比43.08%；有1222人担心位置信息被采集，占比36.15%；还有286人担心其它信息被采集，占比8.46%。

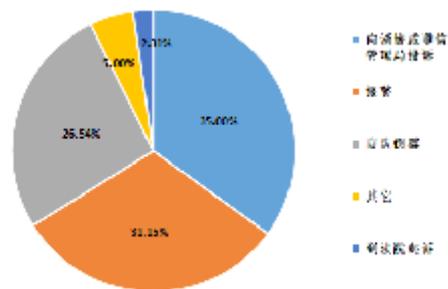
4. 被调查者担心手机APP个人信息出现的问题



被调查者担心手机APP个人信息出现问题分布图

调查结果显示，被调查者最担心手机APP个人信息出现的问题，是个人信息被贩卖或交换给第三方。在3380名被调查者中，有2951人担心手机APP收集个人信息被贩卖或交换给第三方，占比87.31%；有2912人担心手机APP收集个人信息被利用从事诈骗窃取活动，占比86.15%；有1482人担心被用于推销广告，占比43.85%；有312人担心其它问题，占比9.23%。

5. 被调查者个人信息被泄露后的处理方式

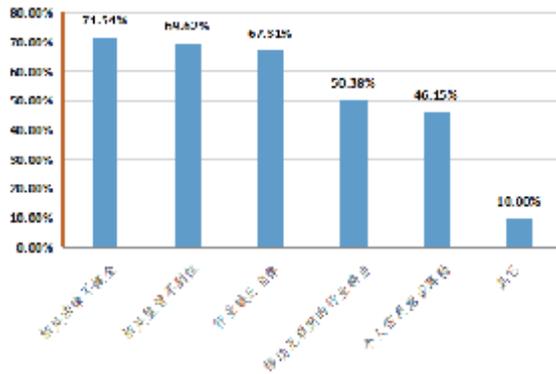


被调查者个人信息被泄露后的处理方式分布图

针对个人信息被泄露后怎么办的提问，3380名被调查者中，有1183人选择向消协或通信管理局投诉，占比35.00%；有1053人选择报警，占比31.15%；有897人选择自认倒霉，占比26.54%；有78人选择向法院起诉，占比2.31%；另有169人选择

其它，占比5.00%。

6. 被调查者对手机APP个人信息安全问题的原因认知情况



造成手机APP个人信息安全问题的原因分布图

对于造成手机APP个人信息安全问题的原因，在3380名被调查者中，有2418人认为是相关法律不健全，占比71.54%；有2353人认为是相关监管不到位，占比69.62%；有2275人认为是行业缺乏自律，占比67.31%；有1703人认为是移动互联网

的行业特点，占比50.38%；有1560人认为是个人信息意识薄弱，占比46.15%；有338人认为是其它原因，占比10.00%。

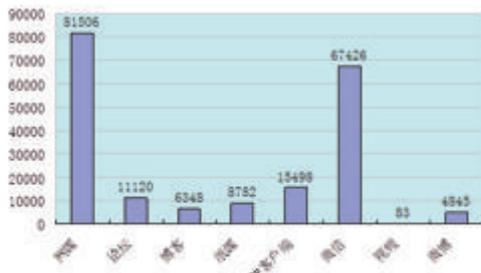
四、手机APP个人信息安全问卷调查结果

本次手机APP个人信息安全问卷调查发现，大多数被调查者认为手机APP存在过度采集个人信息行为，也知道手机APP收集个人信息是为了推销广告、贩卖和交换个人信息。同时也有不少被调查者认为手机APP采集个人信息，是为了挖掘用户使用习惯，以提供更好的服务；甚至有近半被调查者抱着授权手机APP采集一次个人信息，不会被永远保存的侥幸心理。在安装或使用手机APP之前，有超过四成被调查者从来不看授权须知，而经常看授权须知的被调查者仅占6.15%。个人信息被泄露后，只有三分之一的被调查者选择向消协或通信管理部门投诉，有超过四分之一的被调查者选择自认倒霉。至于造成手机APP个人信息安全问题的原因，被调查者主要认为是法律不健全、监管不到位、行业缺乏自律等。

第二部分 舆情数据分析

一、舆情概述

监测数据显示，2017年1月1日零时至12月31日24时共监测到有关手机APP个人信息方面的舆情信息195608条，其中网媒81506条，论坛11120条，博客6348条，纸媒8782条，APP客户端15498条，微信67426条，视频83条，微博4845条。



2017年手机APP个人信息安全舆情信息汇总图

从舆情信息传播渠道的占比来看，网媒和微信是手机APP个人信息安全舆情传播的主要渠道。其中，

网媒传播排在第一位，微信传播排在第二位，APP客户端传播排在第三位，纸媒、博客、微博和视频传播占比相对较少。

舆情数据显示，2017年，舆论关注的手机APP个人信息安全热点问题，主要集中在过度采集个人信息、信息被泄露或窃取、推送商业广告、遭受钱财损失及耗费手机资源等五个方面。其中遭受钱财损失的舆情关注度最高，其次是个人信息被泄露或窃取、过度采集个人信息等。

2017年，党和国家对个人信息保护高度重视，不仅从法律层面出台了有关法律规定，而且从治理层面加大了监管和惩处力度。通过强化制度保障、开展专项防范打击、加大执法严惩力度、行业和企业自律等一系列重大举措，全方位联动打击个人信息泄露、

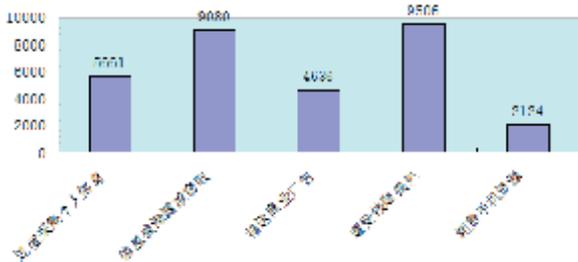
防范通讯信息诈骗取得了较好成效。

但当前手机APP个人信息安全形势仍然不容乐观。手机APP仍然普遍存在过度收集用户信息、侵犯个人隐私问题，而且很少受到有效监管和依法惩处。有的手机APP运营企业存储了大量公民个人信息，但安防技术严重滞后，容易被不法分子窃取和盗用。一些企业内控制度不完善或不落实，少数“内鬼”为牟取不法利益铤而走险，致使用户信息大批量泄露。甚至在一些地方，利用网络非法采集、窃取、贩卖和利用用户信息已形成黑色产业链。

为此，解决当前的手机APP个人信息安全问题，亟待加快个人信息保护立法，明确手机APP运营者应该承担的责任义务，明确手机APP实名制的范围和方式，避免信息采集主体过多、实名登记事项过滥。要督促手机APP运营企业严格依法收集消费者个人信息，建立健全内部管理制度，确保消费者个人信息安全。要进一步加大打击力度，切断网络犯罪利益链条，持续形成高压态势，落实法律保护公民个人信息的规定，使广大消费者的合法权益免受侵害。此外，还要不断提高消费者个人信息安全保护意识，不给不法分子留有任何侵害漏洞。

二、手机APP个人信息安全热点舆情问题分析

监测数据显示，舆论关注的手机APP个人信息安全热点问题，主要集中在过度采集个人信息、信息被泄露或窃取、推送商业广告、遭受钱财损失及耗费手机资源等五个方面。其中涉及过度采集个人信息5661条，信息被泄露或窃取9080条，推送商业广告4636条，遭受钱财损失9506条，耗费手机资源2124条。



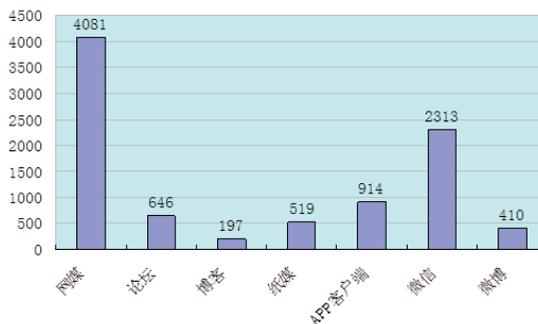
手机APP个人信息安全热点问题分布图

从舆情热度来看，排名前三的手机APP个人信

息安全热点舆情问题，分别为遭受钱财损失、信息被泄露或窃取、过度采集个人信息。

（一）过度采集个人信息

监测数据显示，2017年1月1日零时至12月31日24时共监测到有关手机APP过度采集个人信息方面的舆情信息5661条，其中网媒2286条，论坛583条，博客110条，纸媒194条，APP客户端447条，微信1727条，微博314条。

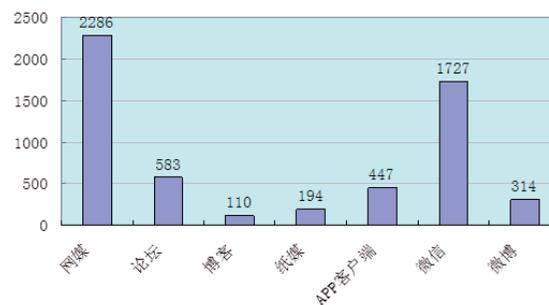


过度采集个人信息舆情信息分布图

舆情数据表明，大多手机APP存在过度采集个人信息行为，有的APP要求授权读取短信、读取联系人、读取通话记录；有的APP要求授权监听电话、修改通话记录；有的租车APP要求采集消费者职位信息；有的阅读软件要求访问个人通讯录、照片等信息；有的二手交易APP要求实名认证，注销时要求提供的个人信息比注册时还要多。

（二）信息被泄露或窃取

监测数据显示，2017年1月1日零时至12月31日24时共监测到有关手机APP泄露或窃取个人信息方面的舆情信息9080条，其中网媒4081条，论坛646条，博客110条，纸媒194条，APP客户端914条，微信2313条，微博410条。

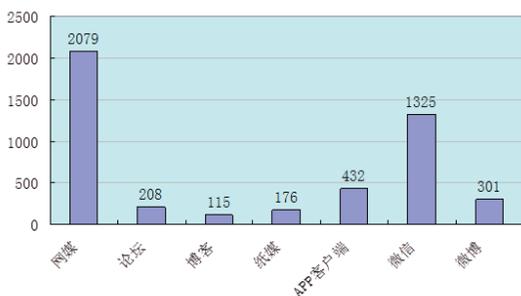


信息被泄露或窃取舆情信息分布图

舆情数据表明，由于手机APP运营方没有履行好保存义务，导致消费者个人信息泄露，甚至被故意窃取倒卖的情况时有发生。部分手机APP运营企业采集完用户个人信息以后，根本不会采取必要的安防防范措施，很容易被不法分子窃取和盗用。有的企业内控制度不完善或不落实，个别“内鬼”为牟取不法利益铤而走险，致使用户信息大批量泄露。在一些地方，利用网络非法采集、窃取、贩卖和利用用户个人信息已形成黑色产业链。

（三）推送商业广告

监测数据显示，2017年1月1日零时至12月31日24时共监测到有关手机APP推送商业广告方面的舆情信息4636条，其中网媒2079条，论坛208条，博客115条，纸媒176条，APP客户端432条，微信1325条，微博301条。

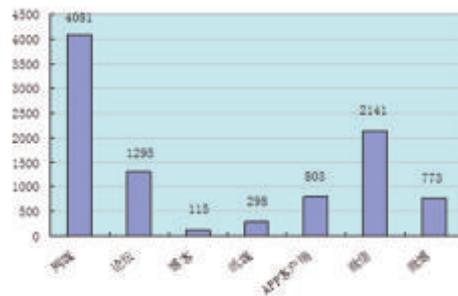


推送商业广告舆情信息分布图

舆情数据表明，部分手机APP运营方打着为消费者提供精确服务的旗号，在消费者安装或使用APP过程中，尽可能的多收集消费者的个人信息，然后通过建立精确“用户画像”，有针对性地推送商业广告。消费者除了厌烦商家没完没了的推送广告，还担心自己的个人信息被外泄或产生其它安全风险。

（四）遭受钱财损失

监测数据显示，2017年1月1日零时至12月31日24时共监测到有关手机APP导致钱财损失方面的舆情信息9506条，其中网媒4081条，论坛1295条，博客115条，纸媒298条，APP客户端803条，微信2141条，微博773条。

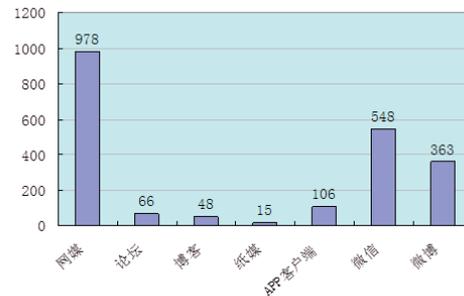


遭受钱财损失舆情信息分布图

舆情数据表明，随着支付宝、微信支付等第三方支付机构，对日常消费场景的不断覆盖。手机APP越界造成大量用户隐私信息泄露，引发以网络欺诈为主的诈骗案，造成财产损失、生命威胁等极大安全隐患。与2016年同期相比，因手机安全漏洞，2017年第二季度人均损失金额翻倍，高达17582元。

（五）耗费手机资源

监测数据显示，2017年1月1日零时至12月31日24时共监测到有关APP影响手机正常使用方面的舆情信息2124条，其中网媒978条，论坛66条，博客48条，纸媒15条，APP客户端106条，微信548条，微博363条。



遭受钱财损失舆情信息分布图

舆情数据反映，手机操作系统开放较多应用权限，允许多个程序同时运行，即使在用户退出该程序后，仍然可能在后台运行并消耗流量。此外，APP软件获取消费者权限后，还会不停地推送各种通知消息和广告，甚至滥发各种短信和彩信，导致消费者手机套餐及空间资源被占用，严重的时候手机甚至会出现卡顿现象。

三、手机APP个人信息安全问题的规范与治理

2017年，党和国家对个人信息保护十分重视，不仅从法律层面出台了有关法律规定，而且从治理层面加大了监管和惩处力度。通过强化制度保障、开展

专项防范打击、加大执法严惩力度、行业和企业自律等一系列重大举措，在全方位联动打击个人信息泄露、防范通讯信息诈骗等方面取得了良好成效。这其中，对规范与治理手机APP个人信息安全问题具有重要现实意义。

一是强化法律制度保障。2017年3月15日通过的《民法总则》写入了保护个人信息的条款。随后，最高人民法院、最高人民检察院、公安部先后制定发布《关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》及《关于办理电信网络诈骗等刑事案件适用法律若干问题的意见》，对侵犯公民个人信息犯罪的定罪量刑及有关法律适用作出了全面、系统的规定。2017年6月1日起施行的《中华人民共和国网络安全法》，对个人信息收集使用规则，网络运营者的个人信息保护义务，个人信息的删除权和更正权，禁止非法获取、买卖、提供个人信息，侵犯个人信息权利的法律责任作出明确规定。2017年7月1日正式施行的新修订的《中华人民共和国测绘法》，明确提出“地理信息生产、利用单位和互联网地图服务提供者收集、使用用户个人信息的，应当遵守法律、行政法规关于个人信息保护的规定。工信部印发的《移动智能终端应用软件预置和分发管理暂行规定》要求，2017年7月1日后，生产企业和互联网信息服务提供者应确保除基本功能软件外的移动智能终端应用软件可卸载。

二是开展专项整治活动。2017年7月中央网信办、工信部、公安部、国家标准委等四部门联合启动“个人信息保护提升行动”，行动的首期确定为“隐私条款专项工作”。2017年8月24日，四部门组成的专家工作组结束对首批10款网络产品和服务的隐私条款评审。2017年8月30日，国家安全标准委有关领导在中国手机网络安全高峰论坛上透露，已对安全手机标准立项，意在研究制定手机安全标准，其中将包括关键硬件、软件信息基础设施的网络安全防护能力，系统安全等级，APP权限限定等。

三是加大执法严惩力度。目前全国诈骗电话技术防范体系初步建成，圆满完成国际以及31个省级诈骗电话防范系统建设。系统上线以来，已累计处置涉嫌诈骗电话呼叫近1.16亿次，通过与公安机联动，及时劝阻受害客户2.2万余人，挽回直接经济损失9800

余万元，有力维护了人民群众的合法权益。诈骗电话高发势头得到有效遏制。目前，防范打击通信诈骗群防群治、社会共治的格局初步形成。公安部门通报的涉案电话号码数量逐月大幅下降，12321举报受理中心接报的诈骗电话举报数量也呈现整体持续下降趋势，与2016年相比下降了78%，数量不足原来的五分之一。

四是加强行业自律。2017年国家网络安全宣传周“个人信息保护主题日”活动，腾讯、蚂蚁金服、京东等十家企业则联合签署了个人信息保护倡议书，就尊重用户知情权、遵守用户授权、保障用户信息安全等向全社会发出倡议。倡议后，支付宝、微信、微博等App都专门进行了更新。与以往不同的是，对隐私条款都要求网友重新阅读确认。2017年11月7日，中国互联网协会正式对外发布了《移动智能终端应用软件分发服务自律公约》。其中，腾讯、华为、阿里、小米、百度等国内首批16家成员单位在北京共同签署了《公约》，坚持消费者权益至上，切实保护消费者的权益和安全，规范移动智能终端应用分发服务的界限和竞争机制。

四、有关建议

为规范和治理手机APP个人信息安全问题，保护广大消费者的合法权益，北京市消协建议：一是加快个人信息保护法立法进程。通过专门立法及完善相关法律法规，明确手机APP运营者收集用户个人信息的原则、程序，明确其对收集到的个人信息的保密和保护义务，不当使用、保护不力应当承担的责任，以及监督检查和评估措施。二是研究落实实名制的范围和方式。对某一事项实施实名登记制度，应当有明确的法律依据，避免信息采集主体过多、实名登记事项过滥问题。三是加大监管力度。加大对网络攻击、网络诈骗、网络有害信息等违法犯罪活动的打击力度，督促手机APP运营企业严格依法收集个人信息，建立健全企业内部管理制度，推动数据防窃密、防篡改、防泄露等安全技术的研发和部署，有效降低“内鬼”窃密风险。四是提高消费者个人信息安全保护意识。消费者要慎重安装手机APP软件，不要轻易点击陌生链接。如果个人信息受到侵害，应积极向有关部门投诉举报，依法维护自身合法权益。

北京市消协发布 微商行业发展状况调查结果

2017年8月，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布第40次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2017年6月，我国网民规模达到7.51亿，手机网民规模达7.24亿，网络购物用户规模5.14亿。以互联网为代表的数字技术正在加速与经济社会各领域深度融合，成为促进我国消费升级的重要推动力。

随着微博微信等社交媒体平台发展，个人得到最大限度的展示，微商这一新的商业模式也在逐渐发展。但其发展过程中也不断暴露出问题，根据中国消费者协会《网购诚信与消费者认知调查报告》数据，2016年中国网络消费不满意率排行中，微商以5.6%的比例居首位。由于相关法律缺失、消费者维权难、卖家销售假货的机会成本较低，造成目前微商市场存在一定问题。

为了了解微商商业模式、发展趋势以及当前存在的问题，促进微商行业健康发展，维护广大消费者的合法权益，北京市消协近期专门组织开展了微商行业发展状况调查。

一、调查结果

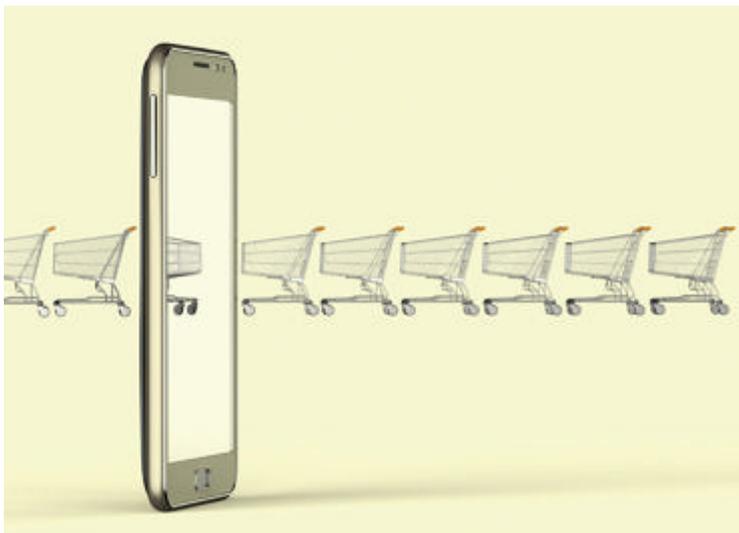
1、微商行业发展迅猛，现在进入全面升级期

本次调查根据消费者

对微商的了解和购买行为特征将微商消费者划分为重度、中度和轻度三类，其中在重度消费者中，从事微商的占比达到了26.19%，因此该类消费者中有接近三分之一具备“自用”和“销售”双重动机。这也验证了微商与其他商业从业者的重要区别就在于其“自用”和“销售”用途的双重性。但微商“亦商亦友”特征以及迅猛发展，造成目前相关法律法规存在一定缺失，给市场监管带来了不小难度。

2、多种方式调查结果显示，产品质量问题相对最突出

通过对2017年全年的微商问题的新闻舆情文本数据分析，最突出的问题是“产品质量”，



其内容占比达到54.57%；微商体验式调查中，产品层面得分也相对偏低，尤其是产品质量问题比较严重。微商消费者问卷调查中，产品评价也是相对偏低，但却是影响消费者购买产品的最大因素。

微商宣传层面，暴力刷屏和虚假宣传是重点问题，但带来的后果却是被朋友圈好友屏蔽。从微商品类看，化妆品、日用服装暴力刷屏现象最为严重；从微商类型看，企业微商在暴力刷屏方面的问题，相比较个人微商更突出。

微商服务层面，本次调查显示，主要问题表现在“售后退换货”的退款困难、微商可能拉黑消费者等情况，其中养生保健、化妆品、日用服装商品类不同意退换货的占比超过50%，表现相对不佳；“投诉”方面主要针对产品质量。在本次的体验式调查中，所有微商调查样本均是要求先付款后发货，因此一旦出现问题，消费者很难保障自身利益。

3、微商的商业模式主要依靠团队裂变，而非销售终端消费者

目前，由于宣传效果一般，企业微商大多不面对终端消费者进行直接销售，而普遍采用代理制进行销售，通过开代理商培训会、誓师大会等办会形式，吸引中小代理商加盟，促进大代理商团队裂变，从而形成规模庞大的代理商队伍。

部分微商企业通过由上而下选择三层以内的高级别代理进行团队计酬，既维护了核心代理成员的利益，也保证了核心代理成员的忠诚度，同时还规避了传销行为嫌疑，但这也造成了微商监管更复杂的情形，给政府相关部门的管理带来更大难度，值得关注。

二、消协建议

1、有关部门要进一步完善立法和监管

当前针对社交电商(含微商)的法律法规尚未出台，微商行业、行政机关和消费者希望能在《电子商务法》中明确以微商为主流的社交电商的法律性质和地位，明晰权利义务关系，使得微商及社交电商平台在经营中有法可依、有规可循，更加全面地引导和促进行业的健康发展。

2、微商平台要进一步强化行业标准和规范

针对微商行业的问题，无论在宣传还是服务环节，微商平台都具有重要职责进行完善，强化微商平台的行业标准和行为规范。无论是通过技术手段、还是行政法律手段对微商行业进行规范管理，都离不开微商平台的大力协同，因此，微商平台要将眼光放的更为长远，针对微商问题及时解决，否则这些问题通过削弱用户体验，反过来给微商平台造成更大负面影响。微商行业是个生态体系，一荣共荣、一损俱损，拥有大量资源的微商平台要进一步积极主动承担更多社会责任和担当。

3、强化微商行业自律

微商行业内部应做好自律，让微商发展壮大，打击乱象的同时应积极创新经营。目前的微商自律规范包括《微商行业规范》和《化妆品微商标准》等，通过从业者的自身力量推动行业的健康发展。

4、正确引导舆论环境

媒体作为社会的风向标，在报道时应明确区分微商的正向价值和发展中滋生的部分问题。不传谣，不信谣，宣扬良好的社会风气，为微商的健康发展提供沃土。同时，媒体平台也是重要的广告平台，应约束自身，拒绝虚假广告。

第1亿户市场主体营业执照在京颁发

我国市场主体数量突破1亿户，既是商事制度改革以来，市场主体活力持续增强，创新创业动力持续激发的重要标志性成果，又是在新时代改革再深化，踏上新征程的新起点。

3月16日，国家工商总局局长张茅在京调研优化营商环境、压缩企业开办时间情况，并出席全国市场主体过亿宣传活动，为第1亿户市场主体颁发营业执照。我国市场主体数量突破1亿户，这既是商事制度改革以来，市场主体活力持续增强、创新创业动力持续激发的重要成果性标志，又是在新时代改革再深化、踏上新征程的新起点。

自2014年3月1日商事制度改革以来，北京市工商局全面落实改革要求，渐次推出注册资本认缴制、“先照后证”、“多证合一”、全程电子化登记、名称自主申报等改革举措，工商注册便利化程度持续提升。特别是通过全程电子化方式办理企业设立登记的，从申请到领取营业执照不超过3个工作日，部分区已经实现当场办理当场发照。截至2018年2月底，全市市场主体突破210万户，同比增长4.66%。

北京市工商局紧密围绕“放管服”改革主线，在优化营商环境方面积极推进工商登记“e注册”，提供“e服务”，创建“e大厅”，优化“e沟通”，实现“e共享”，构建以互联网为依托的立体化、全方位、多功能电子服务平台，全流程在线办理，实现“点点手指交材料、足不出户办执照”。

下一步，北京市工商局将会同相关部门对标国际标准，聚焦企业开办效率，从企业开办流程、时间、费用等多个维度进一步减环节、提速度、降成本。持续扩大全程电子化登记范围，推广“全市通办”、“容缺受理”等服务措施，搭建多部门“一窗通”网上服务平台，着力打通企业开办“最后一公里”，持续优化首都营商环境。



国家工商总局局长张茅在北京市政务服务中心颁出第1亿张营业执照

“全市通办”是指申请人通过北京工商网上登记服务平台申报并经审核后，可以选择到全市任一区级工商登记大厅提交纸质材料并领取营业执照。这一举措突破了地域限制，改变原有登记注册按照属地管辖进行申请受理的传统模式，为群众提供“点菜”服务。企业可以就近或自愿选择登记机关办理业务，由原来只能向一个登记机关申报变为多个登记机关备选为企业服务。2017年12月起，在中关村国家自主创新示范区及中关村科学城、怀柔科学城、未来科学城和北京经济技术开发区范围内试点科技类内资有限公司“全市通办”，今年2月已扩大到全市范围。

“容缺受理”是指在申请人提交的申请材料基本符合登记条件，但部分申请材料需要完善和补充的情况下，登记机关先行受理并在申请人补交材料后做出登记决定的登记服务措施。2017年12月起，北京市工商局全面推行“容缺受理”服务措施，让企业不再“来回跑”，进一步降低企业办事成本，有效推进审批效能持续提速。

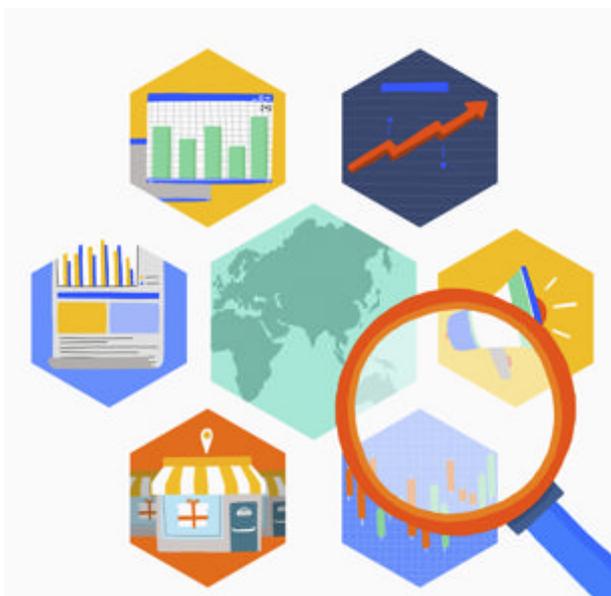
工商总局： 全国消费环境持续向好

3月14日，工商总局举行消费维权新闻发布会，发布《2017年全国工商和市场监管部门消费者权益保护报告》和《全国工商和市场监管部门2017年处理消费者投诉举报咨询情况分析》，并介绍全国12315互联网平台二期新功能和特点。

2017年，全国工商和市场监管部门坚持以人民为中心的发展思想，牢固树立消费者至上的理念，把维护消费者权益放在市场监管的核心位置，紧紧围绕《消费者权益保护法》的深入实施，加强顶层设计，强化监管执法，建设12315互联网平台，加大消费维权工作力度，推进消费环境综合治理，努力营造安全放心舒心消费环境，人民群众获得感、幸福感、安全感不断提高。

报告显示，去年，工商总局先后组织召开了消费者权益保护工作部际联席会议第二次全体会议、两次整治虚假违法广告部际联席会议和网络市场监管部际联席会议第一次全体会议；推动修订了《反不正当竞争法》，大力推动电子商务法和消费者权益保护法实施条例尽快出台，出台了工商总局90号令《网络购物七日无理由退货暂行办法》；开展了放心消费创建和消费者满意度测评等活动；成功开通上线了全国12315互联网平台，消费维权制度化体系化建设逐步完善。据统计，2017年，全国工商和市场监管部门查处商品消费违法案件40192件，案值128969.87万元，罚没金额32599.6万元；查处服务消费违法案件6778件，案值3375.09万元，罚没金额6522.28万元。

分析显示，2017年第四季度全国消费维权指数达91.97，较上年同期上涨0.17个百分点，连续6个季度超过90，表明我国消费环境持续向好。投诉的热点主要集中在服装鞋帽、家居家装、家用电器、以手机为主的通信器材、以汽车及零部件为主的交通工具、以美容美发洗浴服务为主的居民服务、餐饮住宿、互联网服务、文体娱



乐、租赁服务等十个方面。

此外，全国12315互联网平台二期于3月15日上线运行。据了解，全国12315互联网平台二期在登录方式、数据分析、智能辅助、处理诉求等方面将全面改进提升，并增设电子地图和消费纠纷在线解决功能，使消费者投诉举报更加便捷化。消费者可以通过网站、手机APP和微信公众号、微信小程序以及支付宝、微信的城市服务功能登录平台，进行投诉举报。平台提供了消费纠纷在线解决功能，企业可申请成为平台消费纠纷在线解决企业；电子地图功能可在消费者不知道企业名称的情况下，由系统自动确定企业，匹配管辖机关。

据了解，工商总局今年将采取更加务实有效的措施，进一步提高经营者诚信度、消费环境安全度和消费者满意度，提升消费维权社会共治水平，不断满足人民群众日益增长的美好生活需要，增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。（中国工商报）

北京优化营商环境

跨部门办事“只进一门，只对一窗”

优化营商环境就是解放生产力、提高竞争力。近日，北京市发布优化营商环境系列政策措施，聚焦办理施工许可、企业开办登记、纳税、获得电力、跨境贸易、获得信贷、登记财产等重点环节，形成“9+N”政策体系，不断增强企业和社会对北京改革优化营商环境的获得感。

这些政策和企业、市民有哪些关系？在精简环节、精简时间、精简费用方面有哪些利好？记者帮您梳理了全市正在或即将发生的转变。

想开公司？一周就能营业

近日，市工商局会同市国税局、市地税局、市公安局联合发布《关于进一步优化营商环境提高企业开办效率的通知》。在发布会现场，市工商局相关负责人承诺，3月底将实现企业开办“5天全办好”。以往，要是想开公司，光跑证照就得半个来月，如今要压缩到5天之内完成审批流程，其关键在哪儿呢？

市工商局相关负责人说，下一步，各区的政务中心将开设专门的企业开办窗口，一次性受理申请开办企业者需要提交给工商、税务、公安等部门材料。这样，开办企业的流程就从“分头跑、挨个办”变成了“只进一门，只对一窗”。

当这些材料从窗口递交之后，就会在后台自动流转，申请者不用再向多个部门反复提交一样的材料，后台系统将使用同一份材料办完全部手续。

“同时，我们还在推广全程电子化的工商登记模式。”相关负责人说，本市将实现全程无纸化办理营业执照，线上申请设立登记最快当日可办结。

其实从前几年开始，本市工商部门就在推进商事登记制度改革，降低准入门槛。相关负责人透露，目前本市的市场主体总量超过210万户。其中企业达到155.05万户，较5年前增长了一倍多。在企业中，全市科技类企业50.3万户，较5年前增长121.39%；文化类企业25.45万

户，较5年前增长91.07%。

下一步，注册公司将更轻松。以名称审核为例，新政中称，将扩大名称自主预查范围，网上自动审核名称，最快20分钟就能完成名称登记。

对于在朝阳、海淀等区注册科技类内资有限公司的人来说，到大厅排大队也是个难忘的经历。而未来，即使在远郊区也同样可以给城六区办手续。新政中，本市将推进企业登记“全市通办”。全市科技类内资有限公司的申请人只要通过北京工商网上登记服务平台申报并经审核后，可以选择到全市任一区级工商登记大厅提交纸质材料并领取营业执照。

“这样一来，如果海淀大厅压力太大，申请者可以到昌平、怀柔、门头沟等登记量相对较小的区办理手续。”相关负责人说。

新开办的企业，还能在印章费用上省下一笔钱。相关负责人说，公章刻制备案已纳入“多证合一”机制，企业无需到公安机关办理备案手续，工商部门和公安部门通过网上数据交换实现公章刻制自动备案。同时，印章未来也将免费发放，企业不用再自己掏钱购买。据测算，仅这一项，本市每年就能给企业减轻6000万元负担。

缴纳税费？可享便利套餐

对企业经营者来说，经常需要面对的委办局，除了工商就是税务部门了。而在企业经营方面，市财政局、市国税局、市地税局、市人力社保局、市住房公积金管理中心联合制定了《进一步提升纳税等便利度 优化营商环境的工作措施》，端出新办企业税务登记套餐，并推出办税事项“最多跑一次”和“一次不用跑”清单。

目前，本市已推行全业务、分时段预约办税，涉税业务全市通办，新办企业涉税事项当天办结。

申领增值税发票的纳税人可以在网上缴纳税控设备费用。符合条件的纳税人只需一次前往办税服务厅，1天

之内即可领取税控设备和增值税发票。

这位负责人还介绍了增值税申报“一表集成”模式，将利用税务机关已有信息自动生成申报数据，减少企业填报负担。同时，市住房公积金中心还将通过加强与工商部门信息共享，简化企业公积金登记开户申报材料，将原有6张表单简化为1张申请表。

想盖新房？审批流程省三月

从3月15日开始，本市所有新建扩建、现状改建、内部改造项目，都能省下数月的办理时间。

针对社会投资建设项目，市规划国土委会同市发改委、市住建委等9个委办局，联合端出了今年改革力度最大的一份礼包，其中，新建扩建项目的审批时间从109个工作日压缩到了29到44个工作日，相当于最多省下了3个多月的时间。

市规划国土委相关负责人介绍，按照新政，建设项目将按照实施方式分为内部改造、现状改建和新建扩建三类。其中，内部改造项目最为简化，可直接从施工许可开始办理，从工程建设到投入使用的全部时间中，政府的工作时间只占21个工作日。

现状改建项目，未来将可直接从建设工程规划许可开始办理，从工程建设到投入使用的全部时间中，政府的工作时间只占28个工作日。新建扩建项目，则须从签订建设用地使用权出让合同开始办理，但这种项目的手续办理时间也缩减得最多，从原来的109个工作日减少到29到44个工作日。

从本月15日开始，所有新申报的社会投资建设项目，都可以享受“办一送五”服务，市规划部门牵头建设了一套多规合一平台，实现一网审批。规划国土部门在与建设单位签订土地出让合同时，同步为建设单位出具土地预审意见、规划条件、设计方案审查意见（含城市设计要求）、建设用地批准书、建设用地规划许可证五个规划用地批准文件。

相关负责人在会上公布，原来分散在各市政公用集团的水、电、气、热及通信等市政公用基础设施接入服务项目都将集中到政府政务服务大厅，推行“一站式”窗口服务，建设单位可在办理施工许可证后同步申请办理。

“只进一扇门”也是项目经办人有望享受到的便利。相关负责人说，未来，本市将进行施工图联合审查，将多次审查缩为一次；同时，在竣工验收时采用联合验收，变



“多部门多次验收”为“统一办理一次验收”；不动产交易、纳税和登记也都将“一窗口”办理，真正实现“最多跑一趟”。

跨境贸易？两小时审单放行

未来，摆在市民早餐桌上的进口牛奶、水果，其新鲜程度将更高。在发布会上，市商务委相关负责人介绍了文号为“2018年联合公告第1号”的优化营商环境提升京津跨境贸易便利化新政，京津两市联合出台第一批17条措施，提升跨境贸易便利化。

在检验检疫领域，纸质海运提单、提货单验核环节将取消，物流信息将实现电子化流转，检验检疫电子放行。仅在报检递单环节，企业就可以省下大约半天的时间，未来还可以在双休日、法定节假日等非工作时间预约进行检验检疫查验。

据这位负责人介绍，京津两地实行“审单放行”两小时办结工作机制，全流程时长从过去的1.5个工作日压缩到不超过两个小时；原产地证书审核也限时两小时办结。

而在更高层面，自动进口许可证和出口许可证的审批时限由原来5个工作日压缩到1个工作日。

未来，企业将完成报关和税款自报自缴，税收风险主要在货物放行后处置。相关负责人说，这将极大地压缩现场通关时间，便利进出口企业。同时，京津将优先采用非侵入式查验方式，减少掏箱操作，降低人力和时间成本。

聚焦3·15： 这些侵权新现象你遇到过吗？

近年，共享单车、“网红店”等一些新生事物走进大家的生活，随之也引发了一些新的热点问题，部分情况还侵害到消费者的合法权益，来看看你消费过程中遇到过么？

共享单车押金难退

2017年，悟空单车、3Vbike、叮叮单车、酷骑、小蓝单车等共享单车企业出现经营异常，引发了消费者对自己押金安全的担忧，纷纷提出退还押金，但商家的相关售后服务未能跟上，出现了退款难等问题。

中消协的数据显示，截止到2018年1月3日，共收到消费者关于共享单车的信件2383封，因有共享单车企业无偿付能力，不能及时退还押金，引发全国性群体投诉。

其中酷骑情况最为严重，经中消协调查，北京酷骑单车总部已人去楼空。中消协认为，酷骑公司的行为严重侵害消费者合法权益，严重扰乱市场经济秩序，已申请公安机关立案侦查。

专家分析，现在收取押金的服务越来越多，很容易就形成资金池，完全杜绝很难，关键是监管需要跟上，在押金保管和使用上做好监督，独立账号，专款专用。

“网红店”真假难辨

随着“网红经济”的发展，市场上出现了大量的“网红店”，想必不少人都吃过“鲍师傅”，喝过“喜茶”，但你确定享用的是“正宗”的吗？

近日，“鲍师傅”和北京易尚餐饮管理有限公司的“鲍师傅”就陷入纠纷。前者鲍师傅糕点创始人鲍才胜称，目前他们公司鲍师傅门店全国只有26家，但是光是北京地区山寨的鲍师傅就有200余家。

这样的例子还有很多。2017年7月份，“网红店”喜茶发布声明称，很多网友向他们举报了大量山寨喜茶

店，有些山寨店都开到了国外。针对山寨店，喜茶称，截至2017年7月1日，喜茶已经有效开展行政查处案件10件，提起民事诉讼18件。

二手车电商“品控”脱节

中消协的数据显示，2017年，交通工具类投诉共54536件，同比小幅增长0.55%，虽然变化不大，但仍然高居商品类投诉第二位。记者注意到，其中很多投诉发生在汽车的新商业模式下，比如二手车电商、以租代购等。

3月初，广东省消委会发布汽车消费提示案例，雷先生花费20多万元在某二手车交易平台上购买了一辆二手车，该平台声称汽车经过了249项专业检查，然而在办理过户时，该汽车却被车管部门查验为未修复事故车，无法过户。

另外，还有以租代购汽车未到期就被强制收回，使用期间需补交各种保险费用等情况发生。

广东省消委会分析，近年以租代购火爆起来后，背后各类融资租赁公司一哄而起，实力参差不齐，部分租赁协议中存霸王条款，消费者稍不注意就会掉进陷阱。而二手车电商在资本的推动下也发展迅速，但其车源质量参差不齐，内部品质控制出现脱节现象。

网络预付消费“办卡容易跑路更易”

随着人们生活水平的提高，人们消费需求有了更高的要求 and 更广泛的选择，采用互联网手段的预付费消费模式不断衍生。但中消协报告显示，预付费消费已是维权重灾区，“办卡容易退卡难”。

中消协指出，由于法律制度规范不完善、监管责任不明晰等原因，经常会发生余额不予退还、经营场所变更、服务质量下降、经营者亏损倒闭以及预付费纠纷等情况，而且经营者卷款跑路等违法行为有蔓延之势。



中消协发布 品质消费与消费者认知调查结果

在3月15日上午“品质消费 美好生活”主题活动中，中消协发布了《品质消费与消费者认知调查报告》。据悉，近几年来，中消协每年都围绕当年消费维权主题，开展相关调查活动，听取消费者对消费维权工作的意见和建议。今年，为了解消费者对品质消费的认知和需求，掌握消费者对消费环境问题的意见和态度，反映消费者维权的呼声和建议，中消协在2018年1月中旬-3月上旬组织开展了本次调查活动。调查采取在线分层抽样调查方式，覆盖31个省市自治区，共获得有效样本10000个。

据介绍，该项调查从样本分布来看：男女比例各占50.0%；城镇地区样本约占67.1%，农村地区样本占32.9%；年龄层次以15岁-45岁青中年人群为主，占总样本的八成以上；学历层次以高中及以上学历群体为主，占总样本的比例超过七成。

《调查报告》显示，从品质消费与消费行为来看，

在如何理解“品质消费”的内涵方面，受访者对于质量、安全、健康、价格合理和诚信等认知较为集中，其中质量、安全仍然是消费者关注的焦点；在如何实现“品质消费”方面，受访者对于商品和服务的供应安全可靠、价格合理可接受、有效的市场监督管理的呼声很高；在商品和服务品质得到提升的前提下，受访者对不同价格涨幅的接受程度存在明显差异，如果价格涨幅一旦超过50%，几乎不再被受访者所接受。在日常消费方面，调查结果显示：多数受访者日常消费时以满足“生活实际需要”为重要考量，消费更加理性，更关注“质量”和“实用性”；超过半数的受访者网络消费多于实体店消费，受访者使用第三方支付（如微信支付、支付宝、快钱等）的频率相比其他支付方式（如现金、网银、银行卡等）更多，但城乡差异显著，城市受访者网络消费的比例和使用第三方支付的频率明显比农村受访者高；在商品和服务消费短板方面，受

访者对于付费网络游戏、餐饮外卖、服饰鞋包、快递物流和在线旅游服务等“不满意”的比例相对较高，主要原因是“价格不合理”、“售后服务差”。

从消费环境与消费信心来看，对当前市场消费环境，受访者表示“非常放心”和“放心”的比例为67.2%，对未来一年消费信心，受访者平均得分7.36（满分为10分），这表明消费者对于当前消费环境较为放心，对于未来消费充满信心。调查还探究了对消费环境不放心的原因，主要集中于“质量/卫生不达标”、“三无产品或假冒伪劣”、“危及人身健康、财产安全”等问题。

从维权方式与维权需求来看，过去的一年中，有超过三分之一的受访者遇到过消费者权益受损的情况，商品类中家电产品、手机平板和保健类产品相对较多，服务类中通讯通信服务、预付式消费和金融服务相对较多，其问题主要是“质量”、“虚假宣传”和“售后服务”等问题；当消费者权益受到损害时，“找商家协商解决”、“提醒身边的亲朋不要上当”、通过“网络（社交圈）吐槽”或“向消费者协会投诉”成为受访者常见的维权选项，但也有少数受访者基于损失不大、嫌麻烦、异地维权难等原因而自认倒霉；受访者一旦选择通过投诉解决，多数消费者可以接受的维权结果等待时间为3-5个工作日；对于如何改善消费环境，受访者建议政府有关部门应当加大监管执

法力度，并制定强有力的法律标准的呼声最高，相当多的受访者希望经营者诚信守法、相关行业强化自律，通过各方努力共同治理消费市场环境。

消费是保障人类生存的基础，让消费者“品质消费”则是满足其对美好生活追求的生动注解。《调查报告》反映出，目前我国消费环境和消费满意率总体向好，消费者对于未来消费信心较为充足；移动支付、网上订餐、在线旅游、共享出行等消费新业态日渐普遍，安全卫生、绿色低碳的消费理念深入人心。调查还显示出，目前农村消费短板明显，农村消费者消费信心、维权意识和维权能力相对不足；而在付费网游、餐饮外卖、快递物流、在线旅游等城市消费者消费相对较多的服务领域，消费者不满意的情况较多，促进品质消费、建设安全放心消费环境任重道远。

为了营造安全放心的消费环境，更好地通过消费品质的提升促进和满足消费者日益增长的美好生活需要，中消协从质量与安全、立法与监管、线上与线下、城市与农村等四个方面提出了相关意见和建议。一是敦促经营者坚持质量为本，补齐质量问题短板，重视消费者体验，保障消费安全，不断提升商品和服务的品质更好满足消费者对品质消费的迫切需求；二是建议有关部门，坚持立法先行，强化监管执法，坚决打击假冒伪劣、虚假宣传、消费欺诈、强制交易等消费领域的严重侵权行为，坚持消费

维权社会共治，为品质消费营造良好的法治环境；三是建议有关部门，坚持线上线下共同发展，强化支付安全风险管理和有效监管，督促平台确保消费者资金和个人信息安全，让消费者无忧消费、放心消费；四是呼吁全社会重视城乡消费平衡发展，大力推进农村宽带网络、快递物流等基础设施建设，加大对农村市场环境治理力度，畅通消费维权渠道，严厉打击假冒伪劣等坑农害农行为，广泛开展消费教育乡村行活动，让农村消费者共创共享安全放心的消费环境。（中国消费者协会）



取消流量漫游费： 通信普惠时代来了

3月5日，国务院总理李克强在十三届全国人大一次会议上作政府工作报告时提出，要“取消流量‘漫游’费，移动网络流量资费年内至少降低30%，让群众和企业切实受益，为数字中国建设加油助力”。

紧接着，工信部部长苗圩表示，除了取消流量“漫游”费，还要降低移动流量每G每个月的资费水平，两项措施加在一起，在年底前要比去年下降30%以上。据悉，三大运营商将于近期公布提速降费日程表。

作为互联网时代的公共基础设施，通讯费用是和水电煤气一样不可或缺的基础生存需要。此前，网传当代马斯洛需求，WiFi和流量已成为排在生理需求之前的最基本需求。

不过，相比已成为生活不可或缺的公共基础设施，通讯费用高、套餐乱、收费标准不统一，还有被长期诟病的漫游费，在通讯领域改革中一直呼声不断。

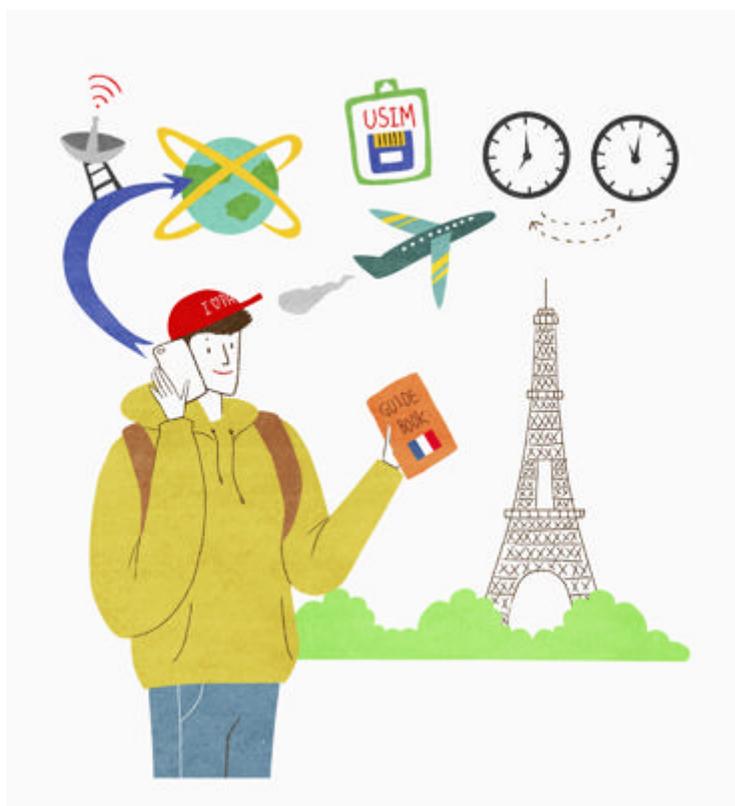
今年是提速降费的第四年。纵观前三年成果，存在多年的通话漫游费被取消，可以说是通信改革的里程碑事件。如今，在移动互联深入居民生活方方面面之时，流量已成为和通话具有共同地位的通信需求。

但是，本地异地流量费直到今天，依然是造成公众流量使用不便的重要原因。这是长期以来运营商分级管理机制下的产物，之前的通话漫游也是如此。

从运营商的角度来看，由于各个省份情况不尽相同，即便按照统一的网络运营技术规范进行建设，各地设备也会有明确属地化特点，即表现为不同的成本和运营策略。

最典型的表现是，除运营商公司层面战略部署，各地套餐不一。因此，一旦跨省，用户就会使用到异地网络，就会置于当地业绩考核体系之下，漫游费即因此而来。诚然，这一机制与运营商的沿革历史有直接关系。

但是，随着4G乃至5G网络技术日趋成熟，加之流量使用愈发普及、差异渐少，其中的技术成本已非拒绝改革的理由。



长期以来，运营商都是公益性和商业性结合的国有企业典型。电信运营商的公益性，不仅体现在保障应急通信，更多体现在让所有用户以可以承担的价格获得基本通信服务。打造成本更低的信息网络，实现通信普惠，是国有企业内在定性的必然要求。

因此，“提速降费”改革从宏观上说关乎国家“互联网+”行动计划和“宽带中国”建设，从微观上看，更是关系到全体公众利益。

当然，对运营商而言，以往简单直接的盈利模式必然会迎来新变革，“躺着赚钱”的时代已经一去不复返，而伴随三大运营商国有企业改革的提速，未来如何加强公司治理、提升服务质量，用口碑来争取用户，是摆在他们面前的更为重要的课题。

电信行业在国有企业中属于市场化程度较高的领域，有竞争才有进步。我们期待未来进一步引入民间资本进入，使得来自市场的鲇鱼带给电信行业新的活力，从而进一步惠及消费者，真正实现“提速降费”。（新京报）

陈军代表建议： 尽快出台限制商品过度包装条例



我国已经成为世界第二包装大国，但商品过度包装现象普遍存在，包装产业仍存在大而不强的问题。全国人大代表、北京市政协副主席、台盟北京市委主委陈军建议，尽快出台限制商品过度包装条例，对于容易出现过度包装的商品要细化包装标准，并进行重点监管。

快递行业过度包装现象凸显

陈军介绍，为了有效治理过度包装，落实绿色发展理念，我国开展了一系列管理和整治工作，也取得了实实在在的成效。但目前仍然存在一些问题，包括：法律法规不完善，快递行业过度包装现象凸显，包装物回收网络体系不健全等。过度包装不仅造成资源浪费、污染环境，还极易诱发社会不良风气，加剧不正当竞争，滋生假冒伪劣、销售欺骗等危害。此外，包装产业存在大而不强的问题。企业高投入、高消耗、高排放的粗放生产模式仍然较

为普遍，绿色化的生产方式与体系尚未有效形成。

完善价格政策 实行商品与包装分开销售

陈军建议，相关部门要尽快制定和完善限制商品过度包装的制度、标准和政策。对于容易出现过度包装，与民生密切相关的茶叶、酒类、保健食品、化妆品等日常消费品和月饼、粽子等节日商品，要细化包装标准，对包装材料进行限制性规定，并进行重点监管。价格部门要研究完善限制过度包装的价格政策，财政部门要研究完善促进包装物回收利用的补贴政策，税务部门要认真贯彻落实国家相关的税收政策等。

要尽快出台限制商品过度包装条例，将限制过度包装的要求列入企业标准的要求，将商品包装物生产情况纳入清洁生产审核内容，从源头减少过度包装。对过度包装的违规企业加大经济惩治力度。探索建立分开销售、自主选择制度。除初始包装外，实行商品与包装分开销售，与商品分开销售的独立包装明码标价，由消费者自主选择是否购买包装。加快制定包装物强制回收目录，商品生产者和销售者对列入包装物回收目录的包装物，可以设立押金制度向消费者回收。

加快快递包装技术升级 推广共享快递盒

陈军还建议，支持科研院所加强包装技术的基础研究和技术开发，着力于新装备、新材料、新制品的研发应用，不断提高包装行业技术发展水平。定期发布绿色设计产品名录，引导绿色生产和绿色消费。

针对电商物流包装急速发展的情况，陈军说，要尽快出台快递绿色包装行业标准，实现快递包装、物流周转包装的标准化，同时加快快递包装技术升级，推广共享快递盒、可降解包装袋等绿色包装。

她还建议，应大力倡导合理消费、适度消费的消费观念和消费行为，充分发挥新闻媒体的舆论监督作用，建立商品过度包装不良记录公开制度，对屡禁不止的过度包装反面典型进行曝光。(北京日报)

大医院预约号将向基层医院开放

本市医联体内二、三级医院预约号源将向基层医疗卫生机构开放，2020年，社区向大医院转诊预约率基本达到100%。市卫计委发布了《北京市分级诊疗制度建设2018-2020年度重点任务》，到2020年，本市要基本建立基层首诊、双向转诊、急慢分治、规范有序、符合市情的分级诊疗体系。

医联体内医学检查将互认

任务总体目标明确，逐步实现患者在医联体内的大医院进行救治、在社区及一、二级医院或康复院护理院康复、在社区或居家能得到家庭医生团队服务。未来，市卫计委将推进医联体内机构间医学检查结果互认。在本市二、三级医院检查结果互认的基础上，各医联体内可根据合作医院开展检查的项目，由具有质控能力的二、三级医院进行质控。到2020年各医联体内的常规检查项目实现全部互认。同时，各医联体要加强信息的互联互通，实现诊疗信息的传送和审阅网络化。

医联体内将有康复机构

未来，本市将通过建设康复医院、护理院等机构，推动建立居家及社区康复护理服务体系。2018年各区应在每个医联体内确定一家医疗卫生机构，能够为辖区内疾病稳定期患者提供专业、综合的康复治疗，并具备其他疾病的一般诊疗、处置能力和急诊急救能力，承担本辖区康复患者诊疗、转诊等延续性医疗服务功能。到2020年，各区通过多种方式加快补充专业护理院，提供医疗、康复、护理等连续性医疗服务。同时鼓励社会办诊所、门诊部等机构参与分级诊疗工作。

此外，部分公立医疗卫生机构转型或调整床位担负康复、护理和安宁疗护等工作。对于部分符合条件的公立医疗卫生机构，各区可根据情况，调整功能定位，确定实施转型或调整床位用以承担康复、护理和安宁疗护等功能。2018年各区提出转型或调整床位计划并启动，2019年继续推进实施，2020年可按功能定位开展相应业务工作。

社区长处方病种将增加

依据重点任务，市卫计委、市中医局和各区政府推进多种形式预约诊疗模式。医联体内二、三级医院预约号源向基层医疗卫生机构开放，到2020年实现按需定向转诊预约，社区向大医院转诊预约率基本达到100%，门诊患者分时段预约就诊率达50%以上。

同时，鼓励各级医院探索通过互联网、物联网等形式，开展健康监测、疾病监控、紧急救治应对指导等服务。2018年将推进全市基层卫生信息化提升改造，2019年基本实现全市社区卫生服务机构互联互通，2020年社区卫生服务机构建立信息化程度较高的医生工作站。

郊区居民就诊率提至90%

各区应结合辖区居民分布和医疗卫生机构分布情况，在基本实现医联体服务辖区居民全覆盖的基础上，按照全部三级公立医院纳入医联体建设的要求，对辖区内综合医联体布局进行调整。

目前，各区医疗资源分布不均衡，中心城区医疗资源相对集中，而郊区配置相对不足、医疗服务能力弱。重点任务要求明确区域医疗中心的功能定位。10个郊区的区域医疗中心要按三级医院或地市级医院水平建设。其中已定为三级医院的，要加强学科建设，完善科室设置；未定三级的医院要按照三级医院和地市级医院的标准建设。





冯海宁

手机APP采集个人信息须有“度”

北京市消协日前发布手机APP（应用软件）个人信息安全调查报告。报告显示，部分手机APP过度收集、违规使用个人信息，可能导致个人隐私信息泄露或被窃取。一项问卷调查显示，有89.62%的被调查者认为手机APP存在过度采集个人信息，41.16%的被调查者在安装或使用手机APP之前不看授权须知等。

据统计，目前我国市场化运营的手机APP已多达1700万个，各种手机APP给人们的消费、学习等方面带来极大方便，同时也带来不少困扰。比如多数APP要求访问用户的位置、存储等信息，阅读APP要求调用用户通讯录等，这种过度采集个人信息的做法已经埋下隐患。

轻则，手机APP提供者会利用采集的个人信息，向用户经常推销各种商品和服务，会造成一定骚扰。重则，个人隐私信息一旦泄露或被窃取，可能会引发信息诈骗等刑事案件，给生命财产安全带来风险隐患。所以，北京市消协发布上述报告很及时，急需引起我们重视。

2016年实施的《移动互联网应用程序信息服务管理规定》第七条规定，移动互联网应用程序提供者应当建立健全用户信息安全保护机制，收集、使用用户个人信息应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集使用信息的目的、方式和范围，并经用户同意。但现实情况是，由于合法、正当、必要这些原则比较模糊，所以，部分手机APP提供者在采集个人信息时就比较任性。另外，上述报告显示，41.16%的被调查者在安装或使用手机APP之前不看授权须知，这也给了部分手机APP提供者过度采集个人信息的机会。

此外，手机APP过度采集个人信息也是受利益驱使。用户个人信息对手机APP提供者而言是块“肥肉”，一是可以利用用户信息进行精准营销，深度挖掘用户价值；二是根据用户信息来调整产品方向和企业方向；三是利用用户数据进行融资及其他商业合作。

所以，不能指望手机APP提供者自觉收敛自己的欲望、规范自己的行为，而是有必要规范手机APP采集个人信息的“度”，即在合法、正当、必要这些原则的基础上，对每项原则进一步细化，并明确“红线”，让手机APP提供者清楚哪些用户信息不可以采集。

鉴于各种手机APP功能不同，对用户信息需求不同，不妨进行分类管理。比如，商务类APP、游戏类APP、阅读类APP等，对哪些个人信息可以采集、哪些不能采集，应该进行明确规定。凡是越界过度采集个人信息的行为就属于违规，应进行相应处罚。

同时，有关方面应当督促手机APP提供者严格落实《信息安全技术公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》，因为该指南中明确了APP应遵循的多个原则，如最少够用原则、安全保障原则、诚信履行原则、责任明确原则等。落实这些原则，就能防止不良影响。

另外，用户个人也要有信息保护意识和安全意识。比如，用户在使用或安装手机APP之前，必须仔细阅读授权须知；一旦发现过度采集个人信息，应该拒绝使用或者进行投诉处理；如果发现手机APP提供者行为侵权，应该及时通过行政渠道或者司法渠道进行维权。

简言之，只有完善制度，强化监管，进一步规范手机APP强制采集、过度采集用户个人信息，才能倒逼手机APP提供者规矩起来。今年的“3·15”，不妨把手机APP过度采集个人信息作为“炮轰”的重点对象之一。（北京青年报）

将“取消流量漫游费”落到实处



扶青

今年是“提速降费”的第4个年头。《政府工作报告》明确提出，继续加大网络提速降费力度，实现高速宽带城乡全覆盖，扩大公共场所免费上网范围，明显降低家庭宽带、企业宽带和专线使用费，取消流量漫游费，移动网络流量资费年内至少降低30%，让群众和企业切实受益，为数字中国建设加油助力。

互联网时代，无论是经济社会发展还是群众生产生活，网络都已成为一种必需品。2015年，国务院明确提出推进电信市场开放和公平竞争等五项措施，拉开了提速降费工作的大序幕。2015年底，三大运营商固定宽带、移动流量平均资费水平降幅分别超过50%和39%，为用户节省了400亿元；2016年，国内网络技术设施水平进一步提升，全国所有地市基本建成光网城市，光纤宽带用户占比达到72%，全国固定宽带平均接入速率达到2015年底的2倍；2017年，比预定计划提前一个月全部取消了手机国内长途和漫游费。现在又提出取消流量漫游费，观察近年来的有效工作，虽然是以自上而下的推进为主，但每年定一个“小目标”，既充分考虑到了消费者的体会和感受，也体现出稳扎稳打、步步推进的有序性。

用得上，用得快，还要用得省。对于降费，目前最受关注的就是取消流量漫游费的进展，特别是在智能手机和4G用户全面普及的前提下，刷新闻、看直播、玩游戏、听音乐等，大小事情都离不开网络。流量费至今有本地异地之分，可以视为运营商分级管理机制下的产物。由于业务发展层层考核，各个省份情况不尽相同，即便按照统一的网络运营技术规范进行建设，各地设备也会有明确的属地化特点，即表现为不同的服务成本和运营策略。因此，一旦处于跨省状态，就会使用到异地网络，就会置于当地的业绩考核体系之下，漫游费即因此而来。应该说，这一机制曾经有特定的历史背景，但随着4G网络技术日趋成熟，具有了规模效应，再加上各地使用流量的整体差异越来越小，其中的技术成本早已不是拒绝改革的理由，提出降低30%费用的目标也佐证了其在经济层面上具有让利于民的可能性。

网速有提升空间，资费有下降空间，提速降费还能持续推动。然而，“触动利益往往比触动灵魂还难”，一些电信运营商的降费过程，充分体现出向自己真刀实枪搞改革的难度，用户们的“获得感”并不充分。这首先是因为随着移动互联网的全面发展，原来依托通话短信的主营收入，逐渐转移到了移动流量上面。其次，很多运营商玩起了“文字游戏”，比如套餐流量“不清零”，但限制较多、解释不足，还有的运营商推出流量优惠，但多集中在夜间23:00至次日早上7:00，被称为“鸡肋式降价”。如此种种，运营商“口惠而实不至”，是因为被触动了“奶酪”。这种情况是可预见的，也充分说明有关方面只有时不时敲打、常态化督促，运营商才能真正拿出惠民之举。

互联网时代，各领域发展都需要速度更快、成本更低的信息网络。“提速降费”关乎国家“互联网+”行动计划和“宽带中国”建设，更关系到公众利益。要求运营商向流量漫游费告别，无疑是一项触动利益的“深改革”，比取消通话漫游费的难度还要大。然而，越是进入“深水区”，越需要拿出更大的魄力，采取更有力的措施。以此为开始，我们期待提速降费和用户感知之间的矛盾能有一个大的消除，消费者能真正感受到降费的种种好处。（南方日报）



戴先任

互联网+医疗要有规矩

要让互联网医疗能更好发挥利民惠民的作用,为老百姓求医问药提供更多便利,缓解看病难、看病贵问题。不能让互联网医疗野蛮生长

药品零售表面波澜不惊,现状却乱云堆叠。眼下,药品零售企业的自我“松绑”和监管部门的“收紧”又迎头撞上。食药监总局近日提出我国不能放开网售处方药。处方药违规零售却开疆拓土,从网络扩展到手机APP,让监管更加挠头(3月1日《北京日报》)。

《处方药与非处方药分类管理办法》规定,处方药必须凭执业医师或执业助理医师处方才可调配、购买和使用。国家食品药品监督管理总局2013年发布的《关于加强互联网药品销售管理的通知》中则规定,药品零售连锁企业通过药品交易网站只能销售非处方药,一律不得在网站交易相关页面展示和销售处方药。

如今处方药违规零售却较为普遍,比如现在很多售药APP、医药O2O平台都在明目张胆地销售处方药,不少处方药在平台的展示中甚至还没有标明“处方药”。还有一些人通过微信、QQ、微博等进行兜售。曾有调查显示,我国每年有250万人因用药不当而住院治疗,19万人因此死亡。在没有互联网+医疗的时代,很多人用药不当还只是因为不懂非处方药知识而进行自我药疗。现在医疗行业进入“互联网+”时代,通过手机APP、网络社交工具销售处方药,隐蔽性更强、更难监管,也就更让人担忧。

处方药是进行特殊管制的药品,用药不当很可能对人的身体造成极大伤害甚至危及生命。实体药店尚不能违反规定随意销售处方药,一些网络售药APP却无视法律禁令,随意销售处方药,这是在拿患者的生命健康开玩笑,无异于谋财害命。

网络售药APP之所以会如此胆大妄为,主要还是监管乏力所致。食药监部门目前只是定期对网络售药APP进行阶段性检查,网上信息多、平台多、药品种类多等,无疑让监管部门疲于应对。众多售药平台公开售卖处方药,可见积弊已深,已到了非治理不可的程度了。笔者认为,需要猛药去疴,该关停关停,要加强监管力度,形成常态化执法机制,加大惩处力度及增加违法成本。

当然,也要鼓励平台创新,不妨考虑支持网络售药APP建立健全开具处方的医疗系统。此外,还要划清相关各方权责,建立方便医院、患者和线上线下药店运转的处方共享平台,探索线上电商的医保支付模式,将更多零售药店纳入医保等。相信只有疏堵结合,才能对互联网医疗进行有效规范。

要让互联网医疗能更好发挥利民惠民的作用,为老百姓求医问药提供更多便利,缓解看病难、看病贵问题。不能让互联网医疗野蛮生长,否则其不仅无助于推进医药行业更“接地气”,反倒让医药领域变得更加无序与混乱。相信让线上平台具备更多功能,在正常轨道内健康有序地发展,才能更好地为民众提供服务。
(法制日报)

防止“数据伤人”，营建公平的消费环境



吴迪

一些商家就是利用信息不对称、不透明的特点，用代码和算法赚黑钱，欺负消费者不知情。我们关心的是，还有多少类似的潜规则在偷偷向我们的钱包“伸黑手”？还有多少技术手段成为暗中助纣为虐的“帮凶”？用什么办法遏制它们？

据《科技日报》2月28日报道，消费者海量的消费信息在购物时被记录下来，这些数据为某些人提供了“便利”——最近，有网友披露了自己被大数据“杀熟”的经历，他经常通过某网站订酒店，价格长年保持在380元到400元，而他用朋友的账号查询后发现仅300元上下。此事一经曝光，瞬间转帖破万，网友纷纷吐槽各自“被宰”经历，商家利用大数据“杀熟”的行为正在浮出水面。

经济学中有一个概念叫价格歧视，通常指商品或服务的提供者在向不同消费者提供相同等级、相同质量的商品或服务时，打出不同的销售价格或收费标准。

正常来讲，商家为了增强用户黏性、稳固市场，一般会给老顾客一定优待优惠，因为维护老客户的成本低于拓展新客户，且老客户还可能带来更多新客户资源。

然而，部分网络公司利用大数据“吃定”老顾客后却开始“磨刀霍霍”。比如，一些网约车平台因客户不同而定价不同；某些票务网站对老客户溢价；某些二手车交易平台在客户不知情的情况下为卖家和买家设置不同的入口，进而赚取差价；亚马逊几年前对不同客户进行差别定价引起争议，CEO不得不公开道歉，等等。

这种因人而异、看人下菜碟的行为，与商家日常促销、拓展新用户而推出的优惠活动是有本质区别的。我们常见一些商家在网页或APP及微信公众号等平台推出新客户免首单、新客户下单立减等活动，这是公开的促销，而此番“杀熟”行为则是暗地里偷偷摸摸从老客户钱包里掏钱。如果不是爆料人无意中发现，大多数人还蒙在鼓里。

买的没有卖的精，类似这种看人下菜碟的行为如果在互联网商业平台形成潜规则，则后果严重。

这种做法与大数据发掘运用过程中，消费者和掌握数据的公司处于不对等状态有关：一个是数据的提供者，一个是数据的持有和使用，前者提供的数据在助力了某些公司发展的同时，回过头来还被用作对付自己的武器，这无疑是对消费者利益的伤害。说白了，一些商家就是利用信息不对称、不透明的特点，用代码和算法赚黑钱，欺负消费者不知情。

当前，大数据挖掘与运用正在融入社会的方方面面，已有不少为商家和消费者带来双赢的实例。然而，其使用一旦超出合理边界，大数据则可能成为图谋不轨者的凶器。对此，我们关心的是，还有多少类似的潜规则在偷偷向我们的钱包“伸黑手”？还有多少技术手段成为暗中助纣为虐的“帮凶”？用什么办法遏制它们？

互联网时代，大数据作为一种资源，其本身不带有优劣符号，关键在于持有数据的人如何运用。就现实情况来看，大数据隐私挖掘的杀伤力，远远超过了大数据隐私保护所需要的能力。因而，如何营建更安全、更公平的消费环境，防止“数据伤人”，关系到消费者的权益保障，关系到网络交易和市场的健康发展，应该得到足够的重视。
(工人日报)



谨防搬家“陷阱”

消费者陈女士近日向12315中心反映：前不久，自家要搬家，上网搜索了几家公司，比较了服务、价格等因素后从中挑选了一家接受搬家服务。结果搬家后该公司坐地起价，漫天要价，比事前约定的服务价格高出三千元。陈女士说当时选择搬家公司时，这家搬家公司在某搜索引擎网站搜索结果排名首位，而且通过网站广告宣传“自己累计服务超过300位影视明星和商界名人，为世界五百强企业服务超过200次”。按道理有一定社会口碑的企业，服务上应该是过硬的，没想到遭遇如此结果。因当时陈女士未与搬家公司签订合同，无法提供消费凭证，致使12315中心无法受理投诉。

工商部门通过大数据分析，消费者投诉搬家公司存在的常见问题：一是低价吸引消费者，按照市场行情搬家公司按照每辆车400元左右的价格对外报价，事后坐地起价，变相额外收费。如果有消费者主动询问是否有额外费用时，搬家公司会简单告知对于一些特殊需要拆装的家具和大件物品会进行加价计费。而实际搬运中，搬家公司会以各种名义让消费者产生二次消费。比如对于没有电梯的房屋要加收楼层费、人工搬运费；对于搬运地点在二环内等对车辆有限行规定的地区，搬家

公司会以需要绕路为由增加行驶公里数，多收路费。二是存在“转包”问题。有的搬家公司因不能在约定时间内提供服务，将客户转包给其他搬家公司，而其他搬家公司会借此坐地起价和消费者另行收费。三是“不签合同，不提供发票”。一些消费者权益被侵害时，因没有与搬家公司签订合同，无消费凭证，导致无法投诉。四是搬运中物品丢失、损坏，商家拒绝承担责任。

目前，搬家公司服务质量良莠不齐，为了避免消费者遇到搬家“陷阱”，我们为您支支招；一、挑选搬家公司时不要贪图价格便宜，选择低于市场价的公司。无论您是通过何种渠道选择搬家公司，建议您先通过北京市企业信用网核实企业注册信息对公司的经营状况、守信情况进行确认；二、莫嫌麻烦，切记与搬家公司签订合同。特别是要对合同中收费标准、违约责任进行细化，而不要简单口头约定，以便作为日后维权凭证。三、搬家时做好监督工作。搬运前双方对物品进行检查，确认物品状况。搬运过程中建议消费者全程陪同，避免因物品丢失、损坏而无法分清责任。（北京市工商局）

儿童游乐园消费投诉成热点问题

如今，很多商场购物中心里开设了儿童游乐园，吸引了不少家长和孩子们，特别是到了周末，游乐园成为孩子们的首选之地。但同时也因安全、卫生、经营管理问题引发了一些纠纷。

消费者杨女士为孩子在某商家办理实名制儿童游乐园卡，有效期至2018年6月，近日接到商家通知要闭店。消费者要求尽快退卡，对方拖延办理。经工商部门调解，经营者已退还消费者服务费，消费者表示满意。

近期，“12315”、“96315”两条热线陆续接到有关儿童游乐园引发的消费投诉。根据投诉内容分析，此类投诉主要存在以下几种情况：一是暗藏安全隐患。一些儿童乐园出现吊顶脱落、电线裸露等情况；二是消费环境令人堪忧。很多儿童游乐园建在购物中心地下楼层的边沿角落，存在通风不畅情况。还有些刚刚装修不久开业的游乐园存在未挥发净的异味；三是预付费消费存在风险。儿童游乐园多数是以预付费方式经营，

发生过经营者因经营不善闭店、转让或恶意卷款逃逸的情况，导致消费者无法继续接受服务。

在此，首都工商部门提醒消费者在为孩子选择游乐场所时：

一是要对游乐场所进行实地观察，查看场所内设施是否存在安全隐患，工作人员是否尽职在场内维持秩序。

二是查看游乐场所是否有营业执照和消防许可证等证件。

三是选择办理预付费卡时要谨慎，办卡后要保留相关证据，一旦发生纠纷及时进行维权。

四是家长们要仔细阅读游乐场的游玩须知，根据孩子年龄、身高等要求选择。

五是对于低幼年龄的孩子，建议家长们陪同进入游乐场所，切莫因自身监护失误而导致意外发生。（首都工商）

“跑腿经济”：企业需自律 消费需谨慎

想喝啤酒，又懒得下楼怎么办，微信网络下单，10分钟后整整一箱搬到楼上，服务费比油钱还便宜。

如今越来越多的消费者热衷于找人跑腿“代送鲜花”、“代购物”、“代取文件”等等，不仅节省了时间和精力，还节约了金钱。然而作为一种新业态，“跑腿经济”在给居民生活带来便利的同时，也因缺乏行业规范、基础标准和管理制度给市场监管及消费维权带来了困难。首都工商及时跟进新兴业态开展监管与服务，从保护消费者权益和规范引导企业健康发展角度，给出几点提示：

1.企业千万不要代送违禁物品，易燃易爆物品，保证物品安全可控，并且要做好员工安全意识教育及培

训。

2.企业要公示服务标准和用户协议，保障与消费者在公平自愿的基础上提供服务，及时化解消费纠纷。

3.消费者要擦亮眼睛，务必选择证照齐全、信誉好的公司，对风险提示和用户规则要有所知晓，防止自身权益受到侵害。

4.消费者要树立正确消费观念，对于消费中的纠纷要与商家充分协商，或者请求工商部门的调解。

首都工商鼓励新兴业态企业的发展，共同优化营商环境，同时，欢迎消费者对“跑腿经济”等新兴行业提出建议，共同维护市场经济秩序。（首都工商）

购车当心“拼缝陷阱” 切勿因小失大

近期，位于北京朝阳区豆各庄乡锦珑文化创意园内的汽车超市发生了几起购车纠纷，据消费者反映，损失均在4-5万之间，最终购车总额比在4S店购车还贵不少。经过调查，这几起购车纠纷的共性为“经营者在网上通过宣称巨额优惠等方式吸引外地买家”，使消费者掉入“拼缝陷阱”，购买人多来自北京周边省市。

“拼缝陷阱”三大形式：

1、签订拼缝合同，而非正式购车合同

合同中“甲方”后面往往会有“协助购买者”类似字样，而且合同中也会有“乙方委托甲方办理购车、进行汽车装饰”等字样，可以看出这类中介企业均非正规授权经销商。

2、虚报购车价格，口头承诺不兑现

汽车经销商在互联网上刊登卖车广告，虚报购车价格，以低于市场价格的方式吸引消费者注意；商谈时承诺消费者先全款买车，办完手续后再以现金或装饰、加油卡等形式进行返还，诱骗消费者签订合同，最终却不退还消费者现金。

3、挖坑合同，霸王条款

“经销商”和消费者签订购车服务合同中只注明什么车，不注明车的具体配置及型号，消费者全额付款后，拿到手的车为同一车型的低端配置。另外，购车服务合同中也存在“乙方在确定车辆后不得要求退掉所订车辆，或者调换车型、颜色、配置……”等加重消费者责任、减轻或免除经营者责任的格式条款。

在此，首都工商提醒广大消费者在购车时应注意以下情况：

- 1、选择正规的授权经销商购车
- 2、签订合同时应将承诺体现到合同中，切勿相信口头承诺。
- 3、切勿轻信“低价”“折扣”等宣传，尤其是明显低于市场价格的宣传。
- 4、不太懂汽车的新手，在购车时最好找熟悉汽车的朋友一起，以防上当受骗。
- 5、购买前最好登录“北京市企业信用信息网”或者“国家企业信用信息公示系统”，查看销售企业是否处于经营异常状况，有无被处罚等情况。（首都工商）

食药监总局提醒： 科学理性看待食品保健品广告宣传

保健食品包装眼花缭乱让人选择困难？厂家声称产品降糖降脂靠谱吗？国家食品药品监督管理总局提醒消费者：要科学、理性看待食品、保健食品广告和宣传，凡声称疾病预防、治疗功能的，一律不要购买。

食药监总局提醒，消费者应到证照齐全的正规场所购买产品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证。通过网络、会议、电视、直销和电话等方式购买产品，也应先行确认资质信息。

此外，消费者购买时应仔细查看外包装标签标识相关信息，做好“四不”：不要购买无厂名、厂址、

生产日期和保质期的产品；不要购买标签上没有食品生产许可证号的预包装食品；不要购买标签或说明书中提及可以预防疾病、有治疗功能的产品；不要购买标签上没有保健食品批准文号，但声称是保健食品的产品。

食药监总局提醒，保健食品广告中未声明“本品不能代替药物”的，一律不要购买；不要盲目参加任何以产品销售为目的的知识讲座、专家报告等。如遇食品、保健食品欺诈和虚假宣传问题的，可以拨打12331热线电话投诉举报。（新华社）

老年消费当心这些坑

随着我国老龄化社会进程加快，一些不法商家利用老年人信息相对封闭、需要陪伴、渴望健康等特点，通过虚假宣传、设置消费陷阱等手段，骗取老年人钱财。昨日，沈阳市消协提醒广大老年朋友在购买保健品、投资理财、旅游出行时一定要提高警惕。

购买保健品做到四项注意

1. 注意购买场所。购买保健品时，要到具有合法经营资质的商场、药店或保健品专卖店购买。切勿贪图便宜，到街头摊贩处或流动促销场所购买。对于只能通过邮购或者送货上门等途径获得的产品，尽量不要购买，以免上当。

2. 注意辨别真伪。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，要查看外包装盒上是否注明生产企业名称和生产许可证号。如想鉴别真伪，可登录国家食品药品监督管理局网站保健食品数据库进行查询。

3. 注意索取凭证。消费者在购买保健品后一定要索取并保存好发票等消费凭证。消费凭证上应注明商品名称、数量、价格、日期等内容，一旦发生消费纠纷，可作为维权依据。

4. 注意理性购买。市消协呼吁广大老年朋友们不要迷恋保健品，保健品能治病只是传说。保健食品不是药品，并没有治疗疾病的功效，不要被推销人员充满亲情关爱的语言所蒙蔽，不要为了面子而购买，避免陷入商家的“免费”圈套。谨记天下没有免费的午餐。

投资理财做到三个谨防

1. 谨防存单变保单。老年消费者到银行存款时，不要盲目依赖宣传资料和介绍。在遇到销售人员介绍高于银行同期利息的“存款”时，要提高警惕。签字之前，要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。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。

2. 谨防非法集资诱饵。老年消费者在投资理财时一定要谨防一些不法分子以投资保健品、养老养生等名目，通过组织免费旅游、茶话会或派发米、面、油等小

礼品，以发展会员投资加盟店等方式进行非法集资。这些不法分子先以小额分红或利息为诱饵，用后来加入的资金来偿还前期投资者的本息，最终会因资金缺口不断扩大，无法维持而“跑路”。

3. 谨防高额利息诈骗。一些不法分子利用亲朋好友之间的相互信任，以短期资金周转给付高息等为由，通过口口相传的形式吸引人加入。他们在投资失败欠下巨额债务，明知无法偿还的情况下，仍继续恶意借贷，最后携款潜逃。老年消费者需谨记高利息必须伴随着高风险，利息越高风险越大。

旅游出行当心三个陷阱

1. 当心低价团陷阱。不合理低价游俨然已成为旅游市场的痼疾，由此也出现了种种“并发症”，老年群体成为“重灾区”。因此提醒老年消费者不要单纯以价格为导向，而要多关注旅游产品品质，要选择有资质和口碑好的旅行社，防止受骗上当。

2. 当心年龄附加费陷阱。年龄附加费是国家明令禁止收取的。老年朋友在签订合同前，最好由家人陪同，仔细阅读合同内容，检查附加收费、行程路线、收费项目、交通食宿安排等条款内容是否合理后，再签字和付款，同时一定要旅行社出具正规的收据。

3. 当心天价消费陷阱。外出旅游在就餐和购物时，要把价格和计量单位问清楚，明明白白购买商品和接受服务。如遭遇消费陷阱、侵权事件，要敢于拒绝并保留好维权证据。在保证人身安全的前提下，及时向有关部门投诉举报，维护自身合法权益。（沈阳晚报）



当心在线平台“搭售”保险

一段时间以来，有消费者反映，通过某些在线旅游平台（OTA）或网上APP订购机票、火车票时被默认勾选“搭售”保险，受到关注。

此类做法通常是在票务、酒店预定页面设置了默认勾选项，比如勾选了人身意外伤害保险、退票险等，由于勾选项字体偏小或不易引起注意，致使消费者在不留意的情况下没有取消勾选项，从而被选购了相关保险产品。或是通过附加条件“搭售”保险，比如在提供某些优先服务时将购买相关保险产品作为附加条件。在此，中国保监会保险消费者权益保护局提示您：

关注勾选项目，核对在线消费账单。消费者通过在线平台购买商品或接受服务时，要关注勾选项目，并在支付价款前认真核对消费账单，防止在不知情的情况下被选购保险产品。

了解自身权利，谨防权益受到侵害。在线平台默认勾选推荐的一些保险产品，通常未明确列明承保主

体或代理销售主体，未完整披露保险产品条款等相关重要信息，这种做法侵害了消费者的知情权、自主选择权等权益。

在线选购保险，注意识别相关风险。如果消费者主动选择购买在线平台推荐的相关保险产品，以提高保险保障水平，还请留意以下方面：一方面，留意所购买保险的保障内容。部分在线平台销售的保险不能主动弹出保险条款页面，需要点击页面条款链接，消费者往往因此忽略保险条款内容。建议消费者留意在线平台推荐保险产品的保费、保险责任、保险期限、保险金额等重要内容，并选择购买符合自身保险保障规划和实际需求的保险产品。另一方面，留意保险条款的限制条件。消费者应仔细阅读保险条款，特别是了解掌握保险产品的责任免除条款，以及投保地域、就医、退保和特别约定中的限制条件等，以更好地维护自身权益。（中国保险监督管理委员会）

携充电宝乘机需把好安全关

不少旅客在乘坐飞机时都会携带充电宝，但由充电宝引发的一些事故也给飞行安全带来了挑战。航空公司提示，旅客携带充电宝乘坐飞机时，不仅需要严格遵守民航关于充电宝的相关规定，也要主动把好自我安全关。

根据中国民航局发布的规定，旅客和机组人员携带的充电宝必须是个人自用，并且只能在手提行李中携带或随身携带，严禁托运，严禁携带额定能量超过160Wh（瓦特小时）的充电宝。充电宝额定能量不超过100Wh，无需航空公司批准；额定能量超过100Wh但不超过160Wh，经航空公司批准后方可携带，但每名旅客不得携带超过两个充电宝。

南航吉林分公司地服部安全助理闫佳兴介绍说，旅客不仅要遵守容量等方面的规定，也不能携带标识不清的充电宝乘机，因此在选购充电宝以及整理行李时，应

该提前做好准备，不要选购、携带超标或劣质充电宝登机，以防带来安全隐患。在包装保护方面，工作人员建议最好以独立包装的形式做好保护，以防发生短路。对于其他锂电池相关物品，也要做好绝缘包装。

闫佳兴表示，尽管部分航班已经开放手机使用，但是在飞行过程中仍严禁使用充电宝给电子设备充电。对于有启动开关的充电宝，在飞行过程中应始终关闭充电宝，空乘人员在飞行过程中会反复巡查，旅客应主动保持安全自觉，违规使用充电宝的旅客将承担相应责任。

航空公司提示，一旦客舱内出现因充电宝导致的失火等紧急情况，旅客应该听从客舱广播指示，配合乘务员处置险情。“客舱乘务员都经过系统专业训练，会根据安全预案及时妥善处置，并充分保障旅客安全。一旦遇到险情旅客不必惊慌或盲目参与处理。”闫佳兴说。（新华网）

民宿预订需关注经营资质

近日，浙江省杭州市萧山区消保委提醒消费者，在选择民宿时要注意选择正规平台预订，避免落入钓鱼网站的陷阱。

前不久，消费者张女士向萧山区消保委反映，她通过某平台预订了一家古镇内的民宿，均价超500元一晚。入住后，张女士才发现照片原来是“照骗”，房间装修味道重、基础设施不完善、宿管人员不到位。虽然事后民宿经营者给予了一定补偿，但糟糕的住宿体验让张女士一家人少了几分游玩的兴致。

2017年10月1日，国家旅游局发布的《旅游民宿基本要求与评价》正式实施，为进一步规范民宿业提供了标准支撑。经营者必须依法取得当地政府要求的相关证照，并满足公安机关治安消防相关要求；民宿单幢建筑客房数量应不超过14间。相关标准还规定旅游民宿“客房床单、被套、枕套、毛巾等应做到每客必换。

杭州市萧山区消保委呼吁，民宿经营者要从保障消费者合法权益的角度出发，硬件设备和软件服务不仅要符合国标，更要设定“企业标准”，让租客既能体验当地风土人情，又能住得放心，走出一条兼顾规范与特色的中间路线。

消保委提醒消费者，在选择民宿时要注意：选择正规平台预订，避免落入钓鱼网站的陷阱；要多方比较，包括网友实拍、入住体验评价、商家信誉等级等内容；预订前或者办理入住时可以要求经营者提供资质证明，包括《营业执照》《公共场所卫生许可证》《消防安全检查意见书》《特种行业经营许可证》，以及从业人员的健康证等，从事餐饮服务的还要有《食品经营许可证》；保留相关证据，包括电子消费凭证、客服聊天记录等，在发生纠纷的第一时间向当地消费者组织或行政部门反映。（中国消费者报）

购买电动自行车注意事项

工商部门提醒消费者在购买电动自行车时要注意以下几点：

一是要注意查看电动自行车标识、合格证、出厂日期。标注的商品名称应为“电动自行车”，合格证或吊牌应有“生产许可证”，即QS认证标志；应选购近期出厂的产品，因为电池长时间放置，会影响电池的实际容量和循环寿命；要认真阅读说明书，了解产品的技术参数、性能指标和三包规定。

二是要注意查看产品装置。要查看是否有脚踏装置，整车质量（重量）应不大于40KG，最高车速应不大于20KM/H；查看整车外观，油漆、电镀等表面涂装处理的零部件应色泽均匀，光滑平整，塑料件不应有裂纹；再看整车装配，各紧固件应紧固，转动部件应运转灵活，不应与其它固定件相碰擦，对称件应与整车左右对齐。

三是不要盲目追求大功率。电动自行车功率越

大，动力越强，损耗电池也越大，电池使用寿命相对越短，因为长时间大电流放电最伤电池，而更换电池的成本也较高。另外，功率越大的电动自行车，对制动要求更高，目前，电动自行车配置的制动系统都还是自行车的制动系统，因而，大功率电动自行车存在较大安全隐患。

四是应选购合适的蓄电池。目前，电动自行车的蓄电池主要有铅酸蓄电池和锂离子电池两种。铅酸蓄电池的平均寿命可达一年半，使用普及，更换、修理较方便，但份量较重，一般铅酸蓄电池48V/10AH的电池重达18公斤(续行里程40公里左右)，48V/20AH的铅酸蓄电池重达28公斤(续行里程70公里左右)；锂电池的使用寿命相对更长，但价格较高，比48V铅酸蓄电池贵一倍多，而36V、48V锂电池重量仅为2~4公斤左右。（上海市工商局）

骗子推销保健品 专家支招防骗



节日期间，很多骗子利用公众疏于防范的心理，以各种形式进行诈骗。中国消费者协会律师团团长邱宝昌告诉记者，节假日是旅客出行高峰期，也是诈骗案的高发时段。很多骗子会利用公众心理，谎称老乡，骗走几千块钱；有的会在车上趁你不注意，顺手牵羊偷走钱财。除此之外，诈骗还有以下几种常见“套路”。

推销保健品。目前，独居老人越来越多，健康状况每况愈下，常年被慢性疾病和孤独困扰。骗子利用老人的这一特点，迎合老人需求，推销保健品时先让他们免费试用，套取信任，随后用花言巧语欺骗老人，高价销售。老人治病心切，又希望有人陪伴，盲目听信骗子的宣传。还有的骗子会冒充老中医、老军医，或者以免费旅游、免费讲座、免费量血压为诱饵，实施诈骗。

冒充国家机关。很多人对公检法等国家机关有敬畏心理。骗子会利用这一点，谎称他人犯了罪，要求交罚款。很多人因对公权力了解不多，再加上恐惧心理，不敢辩驳，很可能中骗子的圈套。邱宝昌表示，

公检司法都有一定惩治犯罪的权力，如果公民涉嫌犯罪，会通过正规程序调查，并当面审讯，不会存在“破财免灾”的情况。如果是清白人，完全没有必要惧怕国家机关。

宗教诈骗。城市街头、天桥上，经常会看到一些“出家人”，打着宗教旗号，为人算命，预测未来。还有一些假和尚卖开光物品，宣称具有开运、祈福的作用。有些人抱着不放弃一

线希望的心理，掉进骗子的陷阱。

贩卖假文物。很多人有收藏文物的嗜好，希望能寻找到传世宝贝。在小商品市场附近，骗子会谎称自家有传家之宝，为了某个迫不得已的原因，不得不低价卖掉。收藏爱好者往往不忍错过，花费大量钱财买来之后，才发现是假货。

邱宝昌表示，节日前后，很多人领了工资、奖金，手头宽裕。公众要防范被骗，不要盲目听信陌生人的话。有病要去正规医院诊治，用科学的方法进行康复、保健；保存好自己的个人账户、密码，不要随意将个人信息、支付密码泄露给陌生人；身上不要带过多的现金；遇到推销者要多咨询、多了解；保健品仅具有保健作用，没有治疗疾病的功能，如果以治病为口号进行推销，十有八九是骗子；购买文物要到文物局等正规单位了解情况，不要有贪小便宜的心理，避免上当受骗；遇到谎称国家机关工作人员的，需要到社区居委会、村民居委会了解情况，遇事多和家人、朋友商量。（生命时报）

购买家装涂料需避免两大误区

随着人们对健康、环保的要求不断提升，改善室内环境，降低装修污染成为很多人的诉求，越来越多的家庭在装修时选择环保的新型涂料。目前国际上已经完成了涂料行业的革命，新型的水性涂料在国际上已达到70%~80%的市场占有率，在欧美一些发达国家甚至已经超过90%。

新型涂料销量高

北京市十里河建材市场，各类涂料令人眼花缭乱，不知如何选择。正在准备装修新房的张女士跑了多家建材市场，对比了多个涂料品牌，最终选择了某国际品牌的水性漆。商家告诉记者，现在顾客对健康和环保的要求越来越高，与传统涂料相比，新型涂料的销售量要高约30%。传统涂料由于需要有机溶液稀释，使用时会挥发大量甲醛等有害物质，且多为单色乳胶漆。一名销售员告诉记者，传统涂料目前备受冷落，“基本没人买了”。

北京化工大学理学院教授万平玉介绍，新型涂料是相对于传统涂料而言，一般由成膜物质、颜料、溶剂和添加剂构成，成黏稠性液体状，实际上就是能够牢固附着在被涂物体表面的连续性薄膜。现在市场上热销的新型涂料主要是水性涂料和硅藻泥两类。

新型涂料性能更优

水性涂料是目前市面上卖得



最好的新型涂料。它不含重金属、苯、甲醛等有毒物质，没有刺激性气味，对人体无害，不污染环境，并且颜色晶莹透亮，还防水、耐磨、干燥快。其使用很广泛，可以刷在木器、金属、塑料、玻璃、墙面等多种材质上。

硅藻泥在家庭装修市场也很受欢迎，是由于它对有害物质有一定吸附作用，环保综合性能较好，但价格较高。硅藻泥在家庭装修中多用于客厅的电视背景墙、卧室的床头背景墙，可涂成条纹、麻面等不同的造型，艺术性高，更美观。但是涂上后，墙面凹凸不平，较难清洗，容易积灰尘。

这两类涂料都有以下三大优

点。1.健康环保。水性涂料、硅藻泥更多的是使用天然成分，基本不含甲醛等有毒物质，没有刺激性气味，符合消费者健康、环保的要求，硅藻泥还有净化作用。2.无刺激性气味。新型涂料大多无气味，或气味很小，刷完后可随即入住。3.性能优越。新型涂料的抗冲击力强，韧性好，边角覆盖率高。

购买避免两大误区

万平玉建议，消费者购买时需要避免两个误区。

误区一：仅看重价格。很多人持有“一分价钱一分货”的观点，挑选时买最贵的，结果花了不少冤枉钱。也有消费者为了省钱，只图便宜，装修后墙面质量、环保要求都不达标。专家建议，在预算的范围内，一定要注重墙面漆的质量，选择正规的大品牌产品或正规渠道进行购买。注意涂料产品的生产日期和保质期，尽可能购买近期生产的产品。产品有“中国环境标志”的贴标也是选购参考标准之一。

误区二：认为无气味就是环保。许多人通过闻气味来判断，认为无气味的涂料就是环保的，这是一个大误区。厂家通过使用低味材料能实现无气味，但无气味并不意味着都是环保无毒。专业判断涂料环保性的方法是测量其重金属、游离甲醛和可挥发性有机化合物（VOC）指标是否符合国家规定的标准。（生命时报）

选购插座需认准新国标



针对一些生产企业置国家强制性安全标准于不顾、大肆生产非国标移动电源插座(以下简称插座)问题,福建省龙岩市工商局近日发布消费警示,提醒消费者购买新国标插座,不要选购不安全的万能孔插座和两芯插座。

据介绍,万能孔插座因插孔较大,插座接片与电器插头接触面积过小,容易使接触片过热导致火灾事故的发生;两芯插座由于缺少一根地线,电流无法导入地下,极易引发触电事故。

2010年6月1日,由国家质检总局和国家标准化管理委员会联合发布的《家用和类似用途插头插座第2部分:转换器的特殊要求》(以下简称新国标)开

始强制执行,明确禁止生产万能孔插座。自我国1996年首次制定电源插座标准时,就明确规定两芯插座不合格。

新国标要求生产两极和三极插孔分开组合形式(俗称新五孔插座)的插座,这种插座的插头与插座的接触面积更大,接触更紧密,降低了触电隐患。

消费者尽早更换家中的万能孔插座和两芯插座,以免引发安全事故。同时,在选购电源插座时,要特别注意6点:

选渠道。最好到正规的大型连锁商超、大卖场或电器城等经营场所购买电源插座,并留存购物凭证。

认品牌。多留心工商、质检等部门发布的监测、检测信息和消费者组织公布的比较实验结果,尽量不要选择屡屡被曝光、处罚的品牌。

看外观。合格插座的包装上厂商和产品信息齐全,外壳面板做工精细,外壳和插孔边没有毛刺,插孔尺

寸对称统一。

对孔型。新国标插座的三相与两相分开,有5个孔。

数插销。不要购买插板上有三极插孔、但插座本身插头上只有2个插销的两芯插座。

验手感。可从掂重量、反复按开关、试插拔力、拉电源线四方面辨别:符合国家标准的插座内部所用铜线多、铜片厚、塑料壳严实,因此份量较重;合格插座开合自如且声音清脆;合格插座不仅每位孔的插拔手感适中有弹性、且各插孔的插拔手感一致;合格插座的电源线手感软硬适中,与插座连接扎实可靠。(中国消费者报)

抗疲劳眼镜有用吗？

儿童、老人及高度近视者不建议佩戴

很多人长时间使用手机、电脑等电子产品后会出现眼干涩、酸胀、视物模糊等不适症状，即“视疲劳”。它产生的重要原因就是长期近距离视物，睫状肌持续收缩形成调节的痉挛。视疲劳还伴随有近距离视物不能持久，眼和眼眶疼痛、流泪，头痛、眩晕，出现近视加深、复视、阅读时易串行等，影响生活与工作。

目前，市场上一种可缓解视疲劳的眼镜受到消费者欢迎，它属于渐进多焦点镜片，通过重建眼睛调节的微波动，使视觉系统恢复调节与集合的平衡，减少佩戴者眼睛负荷，从而缓解疲劳，产生自然、舒适的视觉体验。比如，我们正常看书距离为33厘米，眼睛需要调节300度；配戴200度的抗疲劳眼镜，眼睛就只用调节100度。这样，眼部肌肉就能得到休息，睫状肌紧张度缓解。

需要注意的是，抗疲劳眼镜并不适合所有人。儿童配戴会引起看近处时调节需求减弱，导致分开功能加强、集合下降，累及双眼视觉。老年人也要慎用抗疲劳眼镜，老花比较严重的人、双眼屈光度相差比较大的人群，以及高度近视、散光或明显斜视的人群不建议佩戴。抗疲劳眼镜更适合眼睛集合过度或调节不足的20~40岁人群，特别是中年人，眼睛的功能、睫状肌和晶体的弹性都会不同程度下降，通过视觉训练恢复的难度比较大，抗疲劳镜片能够减轻眼睛的调节负担，提高用眼舒适度。

在使用时，不能以为戴上抗疲劳眼镜就可以无所顾忌地长时间工作、上网、玩游戏等。这些行为除了会加重集合疲劳，引起固视能力下降外，还会引发“视频终端综合征”，导致颈、肩、腕等功能障碍和神经衰弱症状。长时间看电子屏幕者应每隔40~50分钟适当休息，在室内走走或者向远方眺望；眼睛与电子屏幕最好保持40厘米以上的距离；屏幕不能太亮，室内光线不要太暗，避免光反差大



刺激眼球，造成眼部肌肉紧张。

在选购抗疲劳镜片时，一定要到正规的医疗机构做眼部的全面检查，了解眼睛屈光度和视功能状态后，在专业眼科医生的指导下选择。若眼镜和眼睛实际需求有偏差，再昂贵的镜片也不舒适。生活中，应多吃一些富含维生素的食物，如胡萝卜、动物肝脏、鱼肝油等，或用适量枸杞子、女贞子、决明子、杭白菊等泡水饮用，能保护双眼健康。（生命时报）



开车给手机充电 后果很严重

手机用USB端口充电时，会加大油耗，非常不环保。手机在用USB端口充电时，会使每加仑汽油（约3.8升）的行驶里程降低约0.48公里！每小时在车内充电的成本，大概为1.3元人民币左右，很不划算。

而且，在车上充电时，很多人都犯过以下错误，导致手机不仅没充进电，还损坏了手机电池！

直接使用车上的USB接口

车内的USB接口是为了音频数据传输而设置的，这种接口的电流只有5V/ 0.5A，如果电流电压不达标，就会使手机受损。

在一些比较高级、比较新的车上，专门提供了符合手机等移动设备使用的USB接口，这些接口大部分设置在扶手箱、后排出风口下方，带有电流标识，可以用来给手机充电。

使用车充时，不分接口

很多人喜欢用车载充电器，但是请注意，车充输出的电流不能小于手机的最大额定输入功率。

一个输出5v/2.1的车充，给一部最大额定输入功率为5V/1A的手机充电，那车充给手机输入的是1A，给平板电脑输入的是2A，可以在更短的时间内充满电量。如果相反的话，不仅充电时间会变长，还会导致

手机严重发烫，长时间如此会损坏手机电池。

用USB充电后电量不升反降

有好多疑惑，为什么充电时电量不升反降？除了因为直接使用了汽车自带的USB接口以外，还可能是一边充电，一边使用其他APP，同时间内消耗的电量大于充入的电量，所以才会出现不升反降的情况。

车充购买注意事项

2016年，江苏南京的刘先生载着妻儿出去游玩，刚停好车就发现车内有烟冒出，接着燃烧起来。经检测，起火原因就是十几块钱的劣质车充引起的！所以，购买车充请注意以下几点：

- 1、选择带有过载保护功能的产品。
- 2、选择输出电流1A以上的产品。

市面上的车载充电器的输入电压基本都是12V—24V，输出电压为5V，而输出电流则在1A—4A左右。假若手机提供导航功能时正在充电，劣质充电器不仅无法提供正常充电还会让电量持续下降。

3、请选购正规、有质量保证的产品。（人民网）



3月9日，市消协党支部召开组织生活会民主评议党员



3月9日，市消协召开微商行业发展状况调查结果新闻发布会。调查结果显示，产品质量是微商经营中最突出的问题，其次是宣传和售后服务。市消协建议有关部门及时完善立法和监管，进一步强化微商平台的行业标准和行为规范。

3月8日，市消协召开2017年度比较试验结果电商通报会。据统计，市消协2017年共开展16项商品比较试验，涉及687种商品样品。其中，实体店购买样品338种，不达标率为19.82%；网络渠道购买样品349种，不达标率为45.84%。



近日，市消协针对部分电商经营者涉嫌侵犯消费者个人信息问题，约谈了部分电商企业，要求相关企业严格依法收集消费者个人信息，通过建立健全内部管理制度、提升技术防范水平等手段，确保消费者个人信息安全。



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