

Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会共同的责任

北京

消费者

2018.第7期

07

总第70期



北京专项治理
违规销售电动车

P13 《电商法》三审：听听专家怎么说！ P15 7月起三大运营商全面取消手机流量“漫游”费
P30 暑期出游“六注意” P38 如何规避搬家“陷阱” P40 炎炎烈日如何选对遮阳伞

7月9日，市消协召开2018年旅游消费体验调查专家研讨会，邀请北京市法学会电子商务法治研究会会长邱宝昌等有关专家对2018年旅游消费体验调查报告进行研究探讨。本次调查包括北京一日游、周边自驾游、异地游等全程体验调查及异地退团体验两个方面，先后组织了40个调查组，对50条旅游线路进行体验调查。研讨会结束后，市消协将向社会公开发布调查报告。



7月10日，北京市消协先后召开了龙井茶、调味品、床上用品、吸湿速干衣及再生纤维素服装等5种商品比较试验结果企业通报会。市消协向与会企业通报了比较试验的样品来源、抽样程序、检测单位、测试标准及测试结果等内容，并就企业提升产品质量控制水平提出建议，同时征求企业对测试结果的反馈。



近日，市消协举办“北京消协系统2018年第一次消费维权培训班”。本次培训邀请中国消费者协会律师团成员李斌律师，结合具体案例介绍了消费纠纷诉讼中的实务问题；邀请房山区消协副秘书长郑寒冬结合多年处理投诉的经验，就新《消法》的六大变化与参训人员进行深入交流。各区消协秘书长、投诉部负责人及部分消协分会工作人员，共80余人参加了培训。



用“新监管”助力新业态

朋友圈频现冒牌货的广告，二手交易平台屡屡为售假提供温床，短视频软件不时冒出假货展示……近日，国家市场监管总局、国家发改委、工信部、公安部等8部门联合开展网剑行动，对网络售假问题挥出重拳，严厉查处制售侵权假冒伪劣商品的行为。随着中国经济的不断发展，监管机制和监管办法，正进一步完善与创新。

近年来，新业态、新模式如雨后春笋般不断出现，其中以电子商务领域最为突出。这一新业态经过多年发展，商业模式日臻成熟，相关法律法规不在少数、法律责任认定较为全面。然而，由于其存在虚拟性、跨区域性和即时性等特点，同时形式多种多样、变化速度较快，也给监管带来新的课题。统计显示，假冒伪劣、误导宣传、信息泄露等，分别占电子商务问题的29.4%、22%和13.4%。很多打着创新幌子的新产品、新服务，不过是花样翻新的假冒伪劣、贩伪售假。这就要求监管者不能为“新”遮蔽双眼，在“鱼目混珠”“鱼龙混杂”中努力做到去伪存真、去芜存菁，为消费者守住底线。

首先，行政与法律监管思维的更新，要跟得上商业模式、业态的创新。任何领域和行业的创新发展都是一个过程，对监管者而言，既不能放松正常的“品控”，又不能“一棍子打死”。多年前，快递业刚刚兴起时，不少地方曾以有损市容为由严令禁止，但却最终难以阻挡服务需求的转型。对于新业态、新领域出现的新趋势，应该时刻保持密切关注，对备受诟病的问题要坚决遏制，对出现的新事物也要有“让子弹飞一会儿”的包容，无须“把孩子和脏水一起泼掉”。客观分析新业态带来的问题，帮助新生事物克服“成长的烦恼”，才能最大程度地孕育出新动能。

市场监管是“管”，重点却在于有效率的“监”。新技术、新业态诞生之初，及时介入跟踪观测非常重要。比如，共享经济兴起，是否注意到了押金管理的问题；在线销售平台出现，对大数据“杀熟”等要有足够警惕。又如，跨境消费日益升温，是否对退换货难、代理造假等现象有足够敏感。把监督前置、让管理兜底，充分运用“大数据系统”助力任务目标，运用“移动云办公系统”落实重点工作，以“移动执法”精准定位监管，不少地方在创新监管手段上的探索，为提高监管效率提供了借鉴。

归根结底，监管与创新并不矛盾。好的创新，都能够丰富和提高消费者的体验，这与监管者维护消费者合法权益的目标是一致的。新业态呼唤“新监管”，“新监管”也能助力新业态。监管要“日新”，就要做到精准精细。无论是护航既有经济形态的健康发展，还是密切关注新业态、新模式的成长演变，强化监管都应看准方向、把握时机，在制度创新、手段创新中因时因地因事不断进行调整。把握公众的需求、顺应市场的发展、跟上技术的进步，筑起保护和规范创新的河床，就能产生束水冲沙的良性效果，让真正能够服务我们美好生活的创新脱颖而出。（据人民日报）

李洪兴



热点关注
HOT CONCERN

P04 北京工商局：16种计算机配件不合格

北京市工商局对市场上销售的计算机配件类商品进行了质量抽检，发现部分计算机配件类商品质量不合格，涉及的主要问题为外接软线、接地和连接保护措施、与交流电网电源的连接等项目不符合相关标准要求。本次抽检发现，部分商品存在质量问题且通过商品标称的企业地址及联系方式无法与标称企业取得联系，建议消费者谨慎购买下列标称企业的产品。

卷首语

01 用“新监管”助力新业态

权威发布

- 04 北京工商局：16种计算机配件不合格
- 06 北京工商局：12种电线电缆不合格
- 09 东风本田汽车有限公司召回部分思域(CIVIC)汽车
- 09 三星(中国)投资有限公司召回部分笔记本电脑电池
- 09 戴尔(中国)有限公司召回部分笔记本电脑电池

热点关注

- 10 北京专项治理违规销售电动车
- 13 《电商法》三审：听听专家怎么说！
- 15 7月起三大运营商全面取消手机流量“漫游”费
- 16 北京新机场明年9月投入运营
- 17 本市路侧停车明年底都电子收费
- 18 大医院专家号优先供给基层转诊病人
- 19 京津冀签署合同监管合作协议

消费时评

- 20 “电商专供”不该变味
- 21 用诚信机制甄别假医生
- 22 广告不能只顾新颖不顾内容
- 23 让网络假货无处藏身

案例点评

- 24 怀孕了无法健身 但健身卡没到期咋办？
- 25 激光祛斑仪出问题 消协调解给予退货
- 26 新买空调迟迟无人安装 消协调解终解决
- 27 老人购买频谱房后难退货 消协调解退款

消费提示

- 28 谨防低价陷阱 理性安全消费
- 28 宽带服务需谨慎，工商给您支招
- 29 当心境外游保险的五颗“雷”
- 30 暑期出游“六注意”
- 31 高原旅游这些事项很重要
- 32 电视投诉居高不下 购买使用多加留心
- 33 警惕婚纱摄影中的消费陷阱



P27 老人购买频谱房后难退货 消协调解退款

消费者田女士反映，家人在北京世纪骏丰频谱科技有限公司门头沟经营部，购买一种名为骏丰频谱房的医疗器械，花了69800元，但老人行为能力不受自己控制，脑子不是很清楚，购买也没要发票，自己找店铺要退货，店铺要2万元的折损费。经门头沟消协城子分会调解，商家退回消费者69800元，问题圆满解决。

- 34 网购促销虽好 购买还需小心
- 35 暑期给娃报培训班切勿盲从！
- 36 找家政服务 私下雇佣和转账有隐患

消费课堂

- 38 如何规避搬家“陷阱”
- 39 夏季空调扇选购指南
- 40 炎炎烈日如何选对遮阳伞
- 40 银行卡遭“克隆”，究竟谁来担责？
- 41 夏季驱蚊 成分更重要
- 42 夏天吃海鲜防三大隐患
- 43 选购食品，看清名称很重要
- 44 眼花缭乱的牛奶，该给孩子喝哪种？

《北京消费者》由北京市工商行政管理局主管、北京市消费者协会主办。刊物以报道消协动态、宣传消法、监督消费、引导消费为目的；以全面报道北京市消协系统动态、向消费者介绍选择鉴别商品的实用知识和方法为主要内容。

面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



主管	北京市工商行政管理局
主办	北京市消费者协会
编委会主任	方葆青
主编	杨晓军
副主编	罗 刚 屈 鹏
编委	崔 倩 陈凤翔 赵祖升 李 蕊 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限公司
数据支持	北京金鼎影响力市场调查中心
法律顾问	北京中银律师事务所 葛友山 北京汇佳律师事务所 邱宝昌 北京华烨律师事务所 陈玉龙 北京常鸿律师事务所 常卫东
市消协地址	北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦
邮编	100055
咨询投诉电话	96315
邮箱	bjxiaoxie@sina.com
编辑部地址	北京市海淀区西三环北路72号 世纪经贸大厦B座2702室
邮编	100037
电话	010-88820877
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxfz315@126.com

2018年 第7期（总第70期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

北京工商局： 16种计算机配件不合格

北京市工商局对市场上销售的计算机配件类商品进行了质量抽检，发现部分计算机配件类商品质量不合格，涉及的主要问题为外接软线、接地和连接保护措施、与交流电网电源的连接等项目不符合相关标准要求。

北京市工商局将对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定进行处罚。本次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

规的要求主动采取措施，保护消费者合法权益。

风险提示

在本次计算机配件类商品质量抽查检验中，北京市工商局发现部分商品存在质量问题且通过商品标称的企业地址及联系方式无法与标称企业取得联系，北京市工商局建议消费者谨慎购买下列标称企业的产品，具体名单见附件。

计算机配件类商品质量抽查检验不合格名单

序号	样品名称	标称生产企业	标称商标	型号	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题
1	开关电源	惠州市紫锐电子有限公司(包装)	战旗	JP-550 PLUS	2017年2月	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
2	台式电脑电源供应器(包装)	广州市联杰电子科技有限公司	稳科	圣战S450	SZ45020160200685	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
3	台式电脑电源供应器(包装)	广州市联杰电子科技有限公司	WENDA稳达	WD400	WD40020161202000	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
4	开关电源	台速磐科(广州)计算机设备有限公司监制	台速磐科	TS-480Plus	17.1	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
5	机箱电源(说明书)	南京华旗资讯科技有限公司		凌动430	2016-10-05	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
6	电源(说明书)	广东粤林电气科技股份有限公司	MAZXS玛俾斯	AS-500	2016.7	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
7	开关电源	东莞市金河田实业有限公司	金河田	劲霸ATX-S303	无	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
8	计算机开关电源	东莞市永丰电子有限公司	至睿	VP-350	ZU0302300160200185	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
9	蝙蝠侠电源	南京华旗资讯科技有限公司	半岛铁盒	蝙蝠侠 N400PLUS	2017-05-21	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
10	计算机电源(未标注)	广东粤林电气科技股份有限公司	玛俾斯	450 Plus	SD45016113K0539	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
11	开关电源	南京华旗资讯科技有限公司	半岛铁盒	450DK	2017-04-27	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
12	超频三电源(包装)	深圳市傲星泰科技有限公司	傲星	CPS-BZ330-S4	17.3.4	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
13	三阳Z系列(包装)	广州三阳电子科技有限公司	三阳	Z系列-2000	2016.9	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
14	蝙蝠侠电源	南京华旗资讯科技有限公司	半岛铁盒	N500 PLUS	2017.04.17	接地和连接保护措施、与电网电源的连接



计算机配件类商品质量抽检不合格商品声称假冒名单

序号	样品名称	标称生产企业	标称商标	规格	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题	声称商品假冒企业
1	联想多媒体音箱S1003(包装)	2009联想(北京)有限公司(包装)	lenovo	S1003(包装)	2017年3月	外接软线	联想(北京)有限公司

计算机配件类商品抽查检验不合格且未送达风险提示名单

序号	样品名称	标称生产企业	标称商标	型号	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题
1	磐古电源(保修卡)	广州市莱茵克电子科技有限公司 广州三阳电子科技有限公司(保修卡)	三阳磐古	S500	2016年4月	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
2	电源	广州三阳电子科技有限公司 广州市莱茵克电子科技有限公司监制	三阳磐古	V400	2016.9	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
3	电源	北京力威皇冠品牌运营中心监制	力威皇冠	550WS	2017.2	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
4	计算机电源(未标注)	广州动力火车品牌运营中心	Power Train 动力火车	风云480WS	2016年11月	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
5	无声电源	台庆精密电子(台湾)公司 广东省东莞市龙阳电子厂(包装)	台美	磐石400	2017.4	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
6	无声电源	台庆精密电子(台湾)公司 广东省东莞市龙阳电子厂(包装)	台美	蓝动力600	2016.12	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
7	宽V系列电源(包装)	广州市莱茵克电子科技有限公司	三阳磐古	V380	2016年4月	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
8	计算机电源(未标注)	北京力威皇冠品牌运营中心	力威皇冠	520WS	2017-2	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
9	电源(包装)	广州市莱茵克电子科技有限公司	三阳磐古	尖兵Ⅲ号	2016.5	接地和连接保护措施、与电网电源的连接
10	计算机电源(未标注)	北京力威皇冠品牌运营中心监制	力威皇冠	600WS	2016.10	接地和连接保护措施、与电网电源的连接

北京工商局： 12种电线电缆不合格

在近期商品质量抽查检验中，北京市工商局对我市市场上销售的电线电缆进行了质量抽查检验，抽查检验结果显示市场上销售的部分电线电缆存在标志、导体电阻、护套平均厚度等项目不符合相关标准要求的问题。

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。公示的不合格商品生产企业和有关经销单位应按照相关法律法规的要求主动采取措施下架不合格商品，保护消费者合法权益。

电线电缆类商品质量抽检不合格商品名单

序号	样品名称	标称生产企业	产地	标称商标	规格	型号	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题
1	普通聚氯乙烯护套软线	北京宏声利华电缆有限公司	北京	宏声	300/500V 20×0.75mm ²	60227IEC53(ZR-RVV)	2016年10月06日	导体电阻
2	一般用途单芯硬导体无护套电缆（具有阻燃性能）	上海德力西集团有限公司	上海	/	450/750V 2.5mm ²	60227IEC01(BV)	2015.10.8	标志
3	聚氯乙烯绝缘电线电缆	北京昆仑星电线电缆有限公司	北京	昆仑星	300/500V 2×2.5mm ²	60227IEC53(RVV)	2017.9.4	导体电阻、护套平均厚度、标志
4	聚氯乙烯绝缘电线电缆	北京昆仑星电线电缆有限公司	北京	昆仑星	300/500V 2×4mm ²	ZR-RVV	2016.3.29	导体电阻、标志
5	聚氯乙烯绝缘电线电缆	北京昆仑星电线电缆有限公司	北京	昆仑星	450/750V 1.5mm ²	BV	2017.8.8	标志
6	铜芯聚氯乙烯绝缘护套电线	北京昆仑山电线电缆有限公司	北京	圣山	300/500V 2×2.5mm ²	ZR-RVV	2017.6.26	导体电阻、护套平均厚度
7	护套线	廊坊顺兴电线电缆厂	河北	双发	300/500V 2×4mm ²	ZR-RVV	/	导体电阻
8	普通聚氯乙烯护套软线	北京云岭兴城线缆有限公司	北京	天坛	300/500V 2×1.5mm ²	60227IEC53(RVV)	2016.10	导体电阻、标志
9	聚氯乙烯绝缘无护套电缆电线	哈沈线缆制造有限公司	河北	川鹰	450/750V 2.5mm ²	ZR-BV	2016.3	标志
10	PVC绝缘软电线	北京九洲通电缆厂	北京	/	450/750V 0.75	60227IEC02(BV)	2017年1月15日	导体电阻
11	一般用途单芯硬导体无护套电缆	北京龙江鑫盛线缆有限公司	北京	京安	450/750V 2.5mm ²	60227IEC01(BV)	2017.04.23	标志
12	聚氯乙烯护套软线	北京龙江鑫盛线缆有限公司	北京	京安	300/500V 2×2.5mm ²	ZC-RVV	2017.4.20	导体电阻、护套平均厚度、标志

"流通领域电线电缆类商品质量抽检不合格商品未送达风险提示名单
(抽检结果按生产企业注册地址或商品标称地址未能送达)"

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	主要不合格项目或主要问题
1	聚氯乙烯绝缘电线电缆	北京市鑫普伟业线缆有限公司	北京	沈钢	BVV 450/750v 6平方毫米	2017年3月5日	20℃时导体电阻
2	铜芯聚氯乙烯绝缘电线	北京朝东京洲电线电缆有限公司	北京	朝东京洲	ZR-RVV 450/750v 2×1.5平方毫米	2016-10-10	20℃时导体电阻
3	聚氯乙烯绝缘电线	北京双发电线电缆厂	北京	安顺	RVV 300/500v 2×1.5平方毫米	2017年6月6日	标志、20℃时导体电阻、绝缘老化前断裂伸长率

"电线电缆类商品质量抽检不合格结果未送达风险提示名单(抽检结果按生产企业注册地址或商品标称地址未能送达)"

序号	样品名称	标称生产企业	产地	标称商标	规格	型号	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题
1	聚氯乙烯绝缘阻燃电缆(电线)	北京昆仑线缆科技有限公司	北京	京京	300/500V 2×2.5	ZR-RVV	2017.9.15	导体电阻
2	铜芯聚氯乙烯绝缘电线	北京朝东京洲电线电缆有限公司	北京	京朝东洲	450/750V 4mm ²	60227IEC01(BV)	2017.10.21	标志
3	阻燃聚氯乙烯绝缘电线	北京红光伟业线缆有限公司	北京	昆仑利达	300/500V 2×6mm ²	ZR-RVV	2017.6.22	导体电阻、标志
4	一般用途单芯硬导体无护套阻燃C类电缆	北京京洲昆仑电线电缆有限公司	北京	京腾	300/500V 2.5mm ²	ZC-BV	2016.6.24	导体电阻、标志
5	铜芯聚氯乙烯绝缘电线	北京市京电伟业兴电缆厂	北京	伟业兴	450/750V 1.5mm ²	60227IEC01(BV)	2013.11.1	导体电阻
6	电线电缆	北京北方沈海线缆有限公司	北京	沈海	450/750V 2.5mm ²	ZR-BV	2017.4.29	导体电阻、标志
7	电线电缆	北京北方沈海线缆有限公司	北京	沈海	450/750V 1.5mm ²	ZR-BV	2017.4.29	导体电阻、标志

北京市工商行政管理局

流通领域电线电缆类商品质量抽检不合格商品被声称假冒名单

序号	样品名称	经销单位	标称生产企业	"标称产地"	标称商标	规格	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题	样品被以下企业声称称为假冒商品
1	聚氯乙烯绝缘电线电缆	北京运河盛兴源五金商店	北京恒盛兴源电气有限公司	北京	盛兴源	RV 450/750v 1平方毫米	2017年4月19日	20℃时导体电阻	北京恒盛兴源电气有限公司
2	聚氯乙烯绝缘电线电缆	北京运河盛兴源五金商店	北京恒盛兴源电气有限公司	北京	兄弟猫	BVR 450/750v 1.5平方毫米	2016年5月27日	20℃时导体电阻	北京恒盛兴源电气有限公司
3	聚氯乙烯绝缘电线电缆	北京运河盛兴源五金商店	北京恒盛兴源电气有限公司	北京	兄弟猫	RVVB 300/500v 2×0.75平方毫米	2016年10月13日	护套平均厚度和20℃时导体电阻	北京恒盛兴源电气有限公司

电线电缆类商品质量抽检不合格商品被声称假冒名单

序号	样品名称	抽检场所	标称生产企业	"标称产地"	标称商标	规格	型号	生产日期或批号	主要不合格项目或主要问题	样品被以下企业声称为假冒商品
1	电力电缆	北京津达伟业线缆销售部	天津市正标津达线缆有限公司	天津	津达线缆	0.6/1kV 2×2.5mm ²	YJV	/	绝缘平均厚度、非金属护套最薄处厚度	天津市正标津达线缆有限公司
2	轻型聚氯乙烯护套软线	北京津达伟业线缆销售部	天津市正标津达线缆有限公司	天津	津达线缆	300/300V 3×0.5mm ²	60227IEC52(RVV)	2017.8.22	导体电阻	天津市正标津达线缆有限公司
3	一般用途单芯硬导体无护套电缆	北京天弘少卿五金商店	北京市朝阳区昆仑电线厂制造	北京	星花	450/750V 4mm ²	60227IEC01(BV)	2016.5.10	导体电阻	北京市朝阳区昆仑电线厂制造
4	阻燃聚氯乙烯绝缘无护套电缆电线	北京市聚雅轩义艺术品商店	天津市小猫线缆股份有限公司	天津	津猫	450/750V 2.5mm ²	ZC-BV	2017.10.2	导体电阻	天津市小猫线缆股份有限公司
5	聚氯乙烯绝缘无护套电缆电线	北京市宏源辰电力物资经营部	北京市协昌电线电缆厂	北京	协昌	450/750V 1mm ²	BVR	2012.8.10	导体电阻	北京市协昌电线电缆厂

挑选电线电缆的6种技巧

装修时，选择优质的电线电缆产品是家庭安全的保障。因此，电线电缆产品的选购是需要我们特别注意的。那么，怎样才能选购到优质的电线电缆产品呢？

1、查看"CCC"认证标识。电线电缆产品是国家强制安全认证产品，所有生产企业必须取得中国电工产品认证委员会认证的"CCC"认证，获得"CCC"认证标志，在合格证或产品上有"CCC"认证标志。

2、看电线的检验报告。电线电缆作为影响人身、财产安全的产品，一直以来被列为政府监督检查重点，正规生产厂家按周期接受监督部门检查。因此，销售商应能提供出质检部门检验报告，否则，产品质量的好坏就缺乏依据。

3、注重包装。电线电缆产品的包装与其它产品一样，凡是生产产品符合国家标准要求的大中型

正规企业，生产的电线电缆很注重产品包装。选购时注意包装要精美，印刷要清晰，型号规格、厂名、厂址等齐全。

4、看电线外表。符合国家标准要求的产品外观光滑圆整、色泽均匀。而假冒劣质产品的外观粗糙无光泽。橡皮绝缘软电缆外观要求圆整，护套、绝缘、导体紧密不易剥离。而假冒劣质产品外观粗糙、椭圆度大，护套绝缘强度低，用手就可以撕掉。

5、看电线导体。符合国家标准要求的电线电缆的产品，不论是铝材料导体，还是铜材料导体都比较光亮、无油污，导体的直流电阻完全符合国家标准，具有良好的导电性能，安全性高。

6、量电线长度。长度是区别符合国家标准要求和假冒劣质产品主要直观的方法。选购时，千万不要贪图价格便宜，选购有90m或80m、甚至没有长度标识的电线电缆，长度一定要符合100±0.5m标准要求。

东风本田汽车有限公司召回部分思域（CIVIC）汽车

日前，东风本田汽车有限公司向国家市场监督管理总局备案了召回计划，决定自2018年7月16日起，召回2015年12月15日至2018年5月17日生产的搭载1.5T发动机的部分2016-2017款思域（CIVIC）汽车，共计294511辆。

本次召回范围内部分车辆由于设计原因，车辆持续在低温环境下短距离行驶时，发动机机油液面会增高，机油液面增高到一定程度时会出现发动机故障指示灯点亮，如果在这种状态下持续运行车辆可能造成发动机损坏，存在安全隐患。东风本田汽车有限公司将为召回范围内的车辆免费更换空调控制单元、升级

FI-ECU软件，对搭载CVT变速箱的车型同时更换散热器下水管总成、升级TCU软件，抑制机油液面增高，消除安全隐患。召回实施时为对象范围内的车辆免费更换发动机机油和机油滤清器，并添加发动机清洁剂。

东风本田汽车有限公司将通过挂号信等方式向召回范围内车辆的车主寄送《缺陷汽车产品召回通知书》，东风本田汽车有限公司特约销售服务店将以短信、电话等方式通知相关车主。用户也可登录国家市场监督管理总局缺陷产品管理中心网站了解更多信息。（据市场监管总局）

三星（中国）投资有限公司召回部分笔记本电脑电池

日前，三星（中国）投资有限公司向国家市场监督管理总局备案了召回计划，将自2018年7月5日起，召回部分2012年12月至2013年7月期间制造的三星笔记本电脑配备的松下电池。中国大陆地区受影响的电池数量为9066个。

本次召回范围内的电池，由于电芯在生产过程中混入了金属异物，电池内部可能会出现短路，极端情况下可能会发生过热燃烧的风险。对于召回范围内的电池，中国三星将免费为客户更换一个符合要求的电池，以消除安全隐患。

三星（中国）投资有限公司将自即日起在官方网站上发布召回计划，提示持有受影响型号电池的消费者停止使用该电池，并联系中国三星授权笔记本维修站进行更换。用户也可登录国家市场监督管理总局缺陷产品管理中心网站了解更多信息。（据市场监管总局）

戴尔（中国）有限公司召回部分笔记本电脑电池

日前，戴尔（中国）有限公司向国家市场监督管理总局备案了召回计划，将自2018年7月31日起，召回部分2012年11月到2014年4月期间制造的戴尔笔记本电脑电池（涉及到的笔记本型号见附件）。本次共召回Dell 911MD和Dell 4YRJH两种型号电池，中国大陆地区受影响的电池数量为28268个。

本次召回范围内的电池，电池内部可能会出现短路，极端情况下可能会发生过热起火的风险。对于召回范围内的电池，戴尔（中国）有限公司将免费为客户更换一个符合要求的电池，以消除安全隐患。

戴尔（中国）有限公司将自2018年7月31日起在官方网站上发布召回计划，提示持有受影响型号笔记本电脑的消费者停止使用该电池，并联系戴尔（中国）有限公司进行免费更换。用户可登陆戴尔（中国）有限公司官网查看使用的电池是否为受影响的产品，并通过客户服务热线进一步了解具体情况。（据市场监管总局）



北京专项治理违规销售电动车

电动自行车作为近年来被消费者广泛采用的出行工具，满足了老百姓出行需求。但是电动自行车企业大量生产超标电动自行车和非法电动车辆，引起交通混乱，由充电不当造成火灾事故频发，严重损害了群众生命财产安全。近期，电动自行车新国标（GB17761-2018）出台，国务院安委会办公室在全国范围内部署电动自行车消防安全综合治理工作，各省市相继开展了电动车专项治理。

今年5月中旬，市工商局会同市质监局、市公安交管局、市公安消防局等部门，多次约谈北京主要电动车经销商、代理商、销售门店代表和9家电商平台及11家自设网站经营主体代表，开展政策宣讲、法规宣传工作。工商执法人员对全市销售经营主体逐一多频次入户指导检查，截至6月底，已经核查电动车经营主体1441户。

进入7月，市工商局开始对全市销售电动车的经营者开展集中执法检查，对线上线下违规销售电动车行为进行查处。仅7月1日，市工商局及各区分局就出动执法人员1199人，检查电动车经营主体1403户，关停无照经营64户，发现违规销售行为5起，立案2起，查扣违规电动车104辆。当天执法人员还检查了网络交易平台45家、网站(网店)612家。目前全市大部分企业已经按照要求对违规电动车进行了下架、清退。

启动专项治理 四部门共同约谈电动车经销商

5月31日，市工商局会同市质监局、市公安交管局、市公安消防局，共同约谈本市大中型电动车经销商及部分销售门店代表，就本市电动车生产、销售、行驶、销售场所消防安全等方面存在的问题进行指导，要求各企业落实主体责任，严格遵守国家相关法律法规，销售符合国家标准电动自行车及配件，自觉维护消费者合法权益。

约谈中，市质监局对电动自行车新国标修订及新旧国标过渡期内标准执行情况进行了说明，并介绍了电动自行车产品将由生产许可制度改为强制性认证制度。市公安消防局对销售场所消防安全进行了提示，要求经营者加强消防安全领导及管理工作，切实履行消防安全主体责任。

约谈中，市工商局宣布，从5月中旬开始，市工商局在全市范围内启动了违规销售电动车行为专项治理行动，对本市违规销售电动车行为进行全面治理。6月底之前，工商部门将对电动车经营商户全面开展行政指导，逐一入户进行政策宣讲、法规宣传，要求经营者停止销售违规电动车（电动摩托车、电动三轮、四轮车、老年代步车）。提醒经营者主动采取措施，停止销售违规电动车。从7月份开始，对仍在违规销售电动车的商户，工商部门将依法严厉查处。

同时，工商部门要求电动车经销商积极配合政府部门开展治理工作；依法依规开展经营活动。市工商局自5月中旬已启动专项治理工作，明确只有符合电动自行车国家标准的车辆可以销售，其他电动车辆均为违规电动车辆。各经营主体要按照专项治理工作的要求，在6月份规范整改阶段，认真开展自查自纠，立即停止销售违规车辆，主动协调厂家进行退货处理；要切实履行企业主体责任和社会责任，发挥龙头企业行业标杆引领作用，带头抵制违规销售行为，维护电动自行车市场秩序和经营者合法权益。

同时，工商部门强调告知经销商：可以销售的车型是：符合国家标准的电动自行车。进货前请查验生产企业的资质文件，查验质量检测报告。无法提供合格质量检测报告的不要进货、销售。

不得销售的车型是：

不合格电动自行车、不在工业和信息化部《道路机动车辆生产企业及产品公告》中的电动摩托车、电动三轮、四轮车、老年代步车等非法车辆，以及不符合本市机动车相关管理政策的车辆。

工商部门还提醒消费者注意：

如果近期有购买电动自行车的计划，请注意不要再购买超标电动自行车、电动三轮、四轮车、老年代步车。购买前可要求查看该车型的合格质量检测报告。

加强行政指导 督促企业守法经营规范销售行为

6月26日，市工商局再次召开全市大中型电动车经销商及网络交易平台行政指导会。会上，工商部门通报了前一阶段违规销售电动车行为专项治理工作的进展情况，并对下一阶段执法重点和严查违规销售电动车行为的执法依据进行了说明，再次强调各企业要严格遵守国家相关法律法规，主动规范电动车销售行为，切实维护消费者合法权益。绿能、绿源、小牛、雅迪、及京东等14家电动车经销商及网络交易平台参加了会议。

违规销售电动车行为专项治理，是涉及首都城市综合治理和人民群众切身利益的民生大事。自专项行动开展以来，工商部门核查电动车经营主体数量1441户，向商户制发《行政提示书》，引导商户签署《经营承诺书》，逐一入户宣传治理工作要求；制作《北京市工商行政管理局违规销售电动车行为专项治理工作通告》，准确传达相关政策；坚持治理工作线上线下一体化推进，先后约谈本市主要电动车经销商、代理商和京东、阿里、亚马逊等9家电商平台及11家自设网站经营主体代表；检查电动车经营主体7520户次，已查处无照经营主体92户、立案48起。

自7月1日始，工商部门将联合质监、消防、公安、住建等部门，依法对违规销售电动车行为进行严查：严厉查处无照经营行为，严厉查处销售假冒伪劣、不合格电动自行车及配件产品的行为，严厉查处销售违规电动车的行为，严厉查处非法改装的行为。

各经销商应积极配合工商部门的执法检查，主动提供电动自行车生产企业资质文件、质量检测报告，对不合格电动自行车、不在工业和信息化部《道路机动车辆生产企业及产品公告》中的电动摩托车、电动三轮、四轮车、老年代步车等违规电动车辆及时下架退市。

会上，部分电商平台、电动自行车生产企业和经销商代表进行了发言。京东集团表示严格遵守国家法律法规，确保统一线上线下禁售规则，配合违规销售电动车行为专项治理工作，后续将加大对供应商、商家培训力度，同时增加采用关键词搜索等多种方式，对商城在售商品进行定期排查，也欢迎社会各界对京东进行监督。绿能、

绿源、小牛、雅迪公司等四家生产企业表示全力支持治理工作，将北京门店的超标车置换为符合国家标准电动自行车，其中绿能在6月份已累计调换38家门店产品，累计调换超标电动自行车286台。北京冀尤氏科技发展有限公司、北京雅速达商贸有限公司等14家企业代表及北京市自行车电动车行业协会参加了会议。

加大执法力度 查处线上线下违规销售电动车行为

7月1日一大早，北京市工商系统干部，放弃休息，冒着高温酷暑，对全市销售电动车的经营者开展集中执法检查，对线上线下违规销售电动车行为进行查处。本市违规销售电动车专项治理行动进入了执法检查新阶段。

在此阶段工商部门将对无照经营电动车辆的违法行为，坚决予以查处关停；对经前一阶段行政指导与劝告，仍不停止销售违规电动车辆的，依法予以暂扣或没收，强制退市。同时严厉查处销售假冒伪劣、无厂名厂址等电动自行车及配件产品的行为，严厉查处非法改装和拆卸原厂关键性组件的行为。

9点，市工商局和朝阳工商分局执法人员来到电动车销售点较为集中的朝阳区和平里西街，对电动车经营商户开展现场执法检查。这条街上有七八家销售各种品牌电动车的商店，执法人员分别来到绿源、新日、台铃电动车销售店，检查了该店是否有营业执照，销售的电动车是否符合标准，是否有非法改装和拆卸原厂关键性组件等行为。在绿源电动车销售商店中，可以看到包括营业执照、相关检测报告等资质材料统一挂在墙壁上，北京市工商行政管理局朝阳分局违规电动车销售领域专项治理工作通告，以及北京市工商行政管理局提示不要购买车型的宣传画也一同张贴在墙上，符合国家标准车辆摆放整齐。在上述三店的检查中均未发现违规销售行为。

在此次行动中，城管部门对户外摆放电动车占道经营行为进行了规范。

据了解，当日市工商局和各区分局共出动执法人员1199人，检查电动车经营主体1403户，当场关停无照经营64户，发现违规销售行为5起，立案2起，查扣违规电动车104辆。

与此同时，按照治理工作线上线下一体化推进的原

则，工商网络监管部门开展了打击利用互联网违规销售电动车行为的执法检查工作。运用技术手段，对相关网络经营企业的平台、网站、网店组织开展执法检查，对发现仍存在违规销售行为的，立即固化，留存证据，并依法依规予以处罚。当天，工商部门共检查网络交易平台45家、网站（网店）612家，未发现存在违规销售行为。

工商部门表示：希望各经营商户积极配合工商部门做好执法检查工作，准备好在售电动自行车生产企业资质文件、质量检测报告等材料。不得销售不合格电动自行车，不得销售不在工业和信息化部《道路机动车辆生产企业及产品公告》中的电动摩托车、电动三轮、四轮车、老年代步车等违规电动车。对仍在违规销售电动车的商户，一经发现，工商部门将依据《产品质量法》《道路交通安全法》，以及《无证无照经营查处办法》《流通领域商品质量监督管理办法》等法律法规进行查处，情节严重的将吊销营业执照。

同时，提醒经销商，进货前查验生产企业的资质文件，查验进货车型的质量检测报告。无法提供合格质量检测报告的车型不要进货、销售。

工商部门还提醒消费者注意：如果近期有购买电动自行车的计划，请注意不要购买超标电动自行车、电动三轮、四轮车、老年代步车。购买前查看该车型的合格质量检测报告。

自5月中旬启动专项治理行动以来，工商、质监、消防、公安等部门，多次约谈本市主要电动车经销商、代理商、销售门店代表和京东、阿里、亚马逊等9家电商平台及11家自设网站经营主体代表，开展政策宣讲、法规宣传工作。工商执法人员对本市销售经营主体逐一多频次入户指导检查，截至6月底，已经核查电动车经营主体1441户，向商户制发《行政提示书》，引导商户签署《经营承诺书》；制作《北京市工商行政管理局违规销售电动车行为专项治理工作通告》，准确传达相关政策；提醒经营者主动采取措施，对违规电动车及时下架、退货。全市大部分企业已经按照要求对违规电动车进行了下架、清退。

市工商局表示，执法整治行动将持续、不间断地进行。下一步，将对查处的违法典型案例公开曝光，希望广大市民积极配合支持，如发现有销售违规电动车的行为，可以拨打“12315”电话举报。

《电商法》三审：听听专家怎么说！

日前，十三届全国人大常委会第三次会议对《电子商务法(草案)》(三审稿)进行了审议。与此前的二审稿相比，三审稿对于电子商务经营者的定义、登记范围、大数据杀熟等都做出了新的规定，并在多处强调了消费者权益保护。多位专家认为，该审议稿更加重视消费者权益，并对电商热点问题作出了相应规定。

目前，该草案正在公开征求意见，消费者可以通过中国人大网的意见征求系统提出自己的建议。

微商将被纳入监管

依托社交媒体开展业务的微商发展迅速，但也存在隐患。对此，草案三审稿予以了正面回应，第十条拟规定：“本法所称电子商务经营者，是指通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。”

与此前的审议稿相比，草案三审稿扩大了自身的管理范围，将更多的电商形式纳入其中。全国人大宪法和法律委员会在向十三届全国人大常委会第三次会议做关于《电子商务法(草案)》修改情况的汇报时表示，一些常委委员和地方、企业、社会公众建议，将通过微信、网络直播等方式销售商品或者提供服务的经营者涵盖在内。同时还应明确规定，个人转让自用二手物品等非经营活动不属于电子商务经营者范围。

中国人民大学法学院教授刘俊海告诉记者，按照草案三审稿的规定，电子商务经营者定义将会非常广泛，除了B2B、B2C、C2C平台以及依托这些平台的经营者之外，社交媒体，包括微信平台进行的商品服务或销售也属于电子商务。目前微商发展很快，微商利用微信、微博等



社交媒体开展业务，因为是点到点交易，且社交媒体有封闭属性，因此监管难度大，也缺乏相应的法律进行监管，草案三审稿将微商也列入电子商务经营者的范畴，也意味着将它纳入法制化轨道。

大数据推广需保障公平

日前有媒体报道，有网民测试发现，同一段路程，打车软件对两部手机的报价却不一样，老用户比新用户的价格高。还有网友做实验，同在办公室的甲与乙同时打开某打车APP，呼叫起终点相同的快车(平价车)。但发现，平时常呼专车(高端车)的甲，显示价格就比平时只用快车的乙略高。

前不久，去哪儿网、携程等平台相继曝出利用“大数据杀熟”事件。而“大数据杀熟”涵盖在线差旅、在线票务、网络购物、交通出行等多个领域，特别是OTA在线差旅平台较为突出。

草案三审稿对此也予以了明确回应，第十九条拟规定：“电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其推销商品或者服务，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。”

这一条款被广泛认为针对的是近期被曝光的电商“大数据杀熟”现象，全国人民代表大会宪法和法律委员会关于在向十三届全国人大常委会第三次会议进行《电子商务法(草案)》修改情况汇报时指出，一些常委会组成人员和部门、企业、社会公众提出，在目前的实践中，一些电子商务经营者定向推送商品、服务信息存在误导的情况，搭售商品、押金退还、格式合同等存在许多不合理做法，侵害消费者合法权益，应对此作出有针对性的规范。因此建议写入禁止默认强行搭售、规范押金退还、大数据营销等条款。

对此，刘俊海认为，所谓消费者大数据，其实就是消费者的个人信息，包括身份信息、行为信息等，大数据挖掘本质上就是利用大数据，对消费者个人信息进行分析，从而获得更有针对性的营销方式。但平台获得消费者个人信息，使用个人信息，保存个人信息必须合法。《电子商务法》应该规定，电商经营者向消费者定向推送有关商品或者服务的信息，必须获得消费者知情基础上的同意，否则就是侵权。

北京华讯律师事务所主任张韬告诉记者，这一规定的目的是避免电子商务经营者利用技术优势对消费者实施差别待遇，有利于保障消费者的公平交易权，因此是很有必要的。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为，大数据的合理使用问题是本质问题，需要从根本上做出底线性规定。电商经营者通过某种算法，用大数据技术预判用户爱好并据此推送信息，而缺乏全面知情权的消费者，处于不公平交易的境地。因此应该在法律中规定关于算法的基本条款，然后在此基础上再以类型化的方式加以规定。

默认强行搭售将被禁止

2017年，携程等在线旅游网站被曝出强制搭售的事件，消费者反映携程在售卖机票的过程中给用户设置消费陷阱，导致部分消费者在买机票的过程中花费冤枉钱。随后跟进的其他媒体调查显示，不仅携程存在搭售，其他多

家OTA(在线旅行社)网站同样存在类似的强制搭售行为，强制搭售已经成为OTA网站的潜规则。

对此，草案三审稿第十九条第二款拟规定：“电子商务经营者搭售商品或者服务，应当以显著方式提请消费者注意，不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。”

刘俊海认为，搭售行为侵害了消费者的公平交易权，草案三审稿第十九条第二款的规定，有利于打造诚实信用、公平公正、多赢共享、包容审慎的电子商务市场环境。他还建议，可以规定严禁任何形式的默认搭售商品或者服务，也不能以默认的形式让消费者放弃反对搭售的权利。但同时可规定，商家在尊重消费者的选择和自愿同意的前提下，可以向消费者推荐商品或者服务。

不得对押金退还设限

2017年下半年，共享单车市场出现多家企业退市，并引发押金和预付款退款问题，小鸣单车、酷骑单车、小蓝单车等共享单车企业在退市前后，为消费者退还押金和预付款设置各种障碍，导致消费者押金和预付款难退，引发社会关注。中消协向公安部门举报酷骑单车，广东省消委会提起公益诉讼将小鸣单车告上法庭并胜诉。

草案三审稿第二十一条拟规定：“电子商务经营者按照约定向消费者收取押金的，应当明示押金退还的方式、程序，不得对押金退还设置不合理条件。消费者申请退还押金，符合押金退还条件的，电子商务经营者应当及时退还。”

北京华讯律师事务所主任张韬认为，共享单车、共享汽车等平台曾经出现过消费者要求返还押金和预付款时，延迟退款甚至不退款的现象，还有的企业出现资不抵债的情况后，把消费者押金变成企业破产债务，相当于用消费者押金作为企业经营资金，所以在《电子商务法》做必须做出相应的规制。

中国人民大学法学院教授刘俊海告诉记者，这一条款很有必要，但比较粗糙，应该进一步明确押金的归属权问题。要明确押金的所有权是归消费者的，而不是收受押金的企业，它不是企业的固有财产，不能和企业其他资产混在一起，企业破产时消费者有权优先取回自己的押金。此外，还要明确押金必须采取第三方独立存管制度，防止企业挪用押金。

7月1日起三大运营商 全面取消手机流量“漫游”费

7月1日，手机用户的降费福利兑现，三大运营商全面取消了手机流量的“漫游”费。对北京市民来说，手机套餐里的本地流量已经全部升级为全国流量。此外，运营商的个别流量加油包价格微幅调整，但基本上整体有利于用户。

为了落实2018年政府工作报告中提出的提速降费要求，三大运营商昨起全面取消了手机流量“漫游”费(不含港澳台地区)。中国移动特意发布消息，强调用户的本地、省内流量的使用范围已自动扩大至国内范围，其他使用规则保持不变。

工业和信息化部此前发布的信息显示，过去四年我国移动用户的资费下降了38.5%。截至2017年年底，手机上网流量平均资费已经降到26元/GB。2018年有关部门再次提出，通过取消流量漫游费等举措，年内移动用户的网络流量资费至少再降低30%。按此计算，2018年移动用户的网络流量平均资费将从年初时的26元/GB，减少到年底时的18.2元/GB。

对于用户来说，在手机套餐价格不发生变化的情况下，如今套餐内的本地流量已经全部升级为全国流量。不过，要做到这点也并非易事。中国电信方面披露，即便是在省级区域市场，也需要对上万条资费规则进行重新梳理、配置、测试，对用户话费清单进行多轮计费处理验证，确保调整符合要求。

目前，各家运营商的流量加油包价格有微幅调整。以微信内大家常用的“手机充值”栏目所显示的价格为例，6月底时北京移动的1G全国流量价格是30元，7月1日时这一价格被调整为27元，略降了3元。北京联通6月底时1G全国流量的价格是47.5元，7月1日时这一价格被调整为50元，微涨了2.5元，但联通同时还赠送1G全国包，因此用户还是相对较为划算。

中国移动方面披露，2015年年初到2017年年底，中国移动手机上网流量单价降幅约80%，累计惠及27.7亿人次。下一步，中国移动将在推进网络提速降费的同时，促进薄利多销，加强产品和业务创新。中国电信也推出了全国大流量手机套餐和家庭融合套餐、超值优惠互联网卡、低门槛日租卡等优惠服务。

值得注意的是，目前各种VR/AR软件、直播应用、视频APP流行，这些被誉为“流量抽水机”的软件，会使消费者对于流量的需求胃口越撑越大，带动流量消耗持续增长。因此在这个流量为王的时代，手机用户也期待提速降费持续进行到底。

业内人士预测，在即将到来的5G时代，超高的网络速度让下载一部几个G的电影快至1分钟左右，这样的速度显然不再适合流量套餐的收费模式。未来5G时代的通信消费，可能转向内容付费为主的模式，流量将会更便宜。以中国移动为例，早就开始在4G套餐中赠送咪咕视频的专属流量。随着运营商4G相关基础设施的绝大部分建设成本成功收回，4G时代的流量资费应该还有继续下降的空间。(据北京日报)



北京新机场明年9月投入运营

“北京新机场工程距2019年6月30日竣工倒计时359天。”7月6日上午，民航局在北京新机场航站楼四层召开北京新机场工程竣工倒计时一周年建设与运营筹备攻坚动员会。随着倒计时牌上红色的秒针数字开始跳动，北京新机场建设也进入全力冲刺阶段。动员会上明确，北京新机场及其配套工程将在2019年6月30日竣工验收，2019年9月30日投入运营。

庞大的新机场航站楼，屋顶都是不规则自由曲面的钢结构网架，这就是世界上最大钢铁“凤凰”的内部构造。目前，航站区工程已经先后实现混凝土结构、钢网架结构和综合交通中心主体结构封顶，工人们正在开展机电设备安装和内部精装修工作。

从空中俯瞰，北京新机场航站楼的外形好似凤凰展翅，时尚大气。这种结构可不仅仅是为了美观，其实是个重要的功能性设计，专业名称为五指廊构型。这样的结构布局使得各个指廊都较短，同时整个航站楼外侧的延展面更大，便于布设更多直接廊桥登机的近机位。今后，新机场旅客安检后从航站楼中心到最远端登机口的距离大约600米，步行时间不到8分钟，效率优于世界其他同等规模机场。

民航局机场司副司长朱文欣介绍，目前，北京新机场飞行区土方工程完成92%、道面工程完成42%；2018年5月25日，进出场高架桥主体结构已全线贯通，9月份具备通车条件；东航、南航各项配套工程开展顺利，计划于2019年9月前投入使用；空管西塔台将于2019年6月竣工，东塔台建设正在全力推进。

新机场启用后，配套综合交通设施能否让旅客快速往返于机场和市中心，这是旅客最关心的问题。在航站楼



下方，多条轨道交通线将南北集中纵贯穿越，特别是高铁通过航站楼下方时，设计最高时速可以达到250公里，这种穿越形式和速度设计在全球机场将是首次实现。轨道交通车站设在航站楼地下二层，旅客出地铁后通过大容量电梯或扶梯直接就能进到航站楼，真正实现“无缝衔接”和“零距离换乘”。

7月6日的动员会上发布了《北京新机场建设与运营筹备总进度综合管控计划》，以北京新机场2019年9月30日投入运营为节点，确定了北京新机场工程建设与运营筹备总体目标。具体内容包括：新机场北线高速公路工程于2018年12月具备通车条件；新机场高速公路工程2019年6月具备通车条件。开航时，京雄城际铁路正式投入使用；轨道交通新机场线、新机场高速公路和北线高速公路工程正式投入使用。

据悉，北京新机场本期按照2025年旅客吞吐量7200万人次、货邮吞吐量200万吨、飞机起降量62万架次的目标设计，主要建设“三纵一横”4条跑道、满足4500万旅客吞吐量的70万平方米航站楼，规划用地27平方公里，机场工程总投资799.8亿元，同步建设航空公司基地、货运、空管、供油、维修、航空配餐等各类保障设施。（据北京日报）

本市路侧停车明年底都电子收费

近日从市停车管理事务中心获悉，继2017年年底全市37条道路4086个路侧车位试点电子收费后，城六区和通州区电子收费覆盖路段增加至43条，半年新增747个电子收费车位，且新增的全部采用高点视频拍照技术。2019年年底，电子收费将覆盖全市路侧停车路段，同时停车收入纳入政府非税收入管理。

全市4.2万人绑定车牌缴费

试点电子收费的路侧车位2018年新增了747个，覆盖43个路段，全部采用高点视频拍照技术。据了解，高点视频设备根据高度不同分为高杆、中杆、低杆，高杆可以照到九到十个车位，中杆五到六个，低杆三到四个。与地磁感应和视频桩技术相比，高点视频设备具有识别率高、不易受损的优势。

按照“市级统筹、各区主责”的原则，路侧停车电子收费全覆盖将分三步走：2019年1月1日起，东城、西城、通州实施；2019年7月1日起，朝阳、海淀、丰台、石景山实施；2019年12月1日起，其他区实施。每个节点还将同时实现停车收入纳入政府非税收入管理。

组建稽查队伍查“黑收费”

王忱介绍，针对个别管理员存在私收现金、违规议价的现象，各级管理部门将严厉处罚，发现后甚至会直接开除。为了加强管理，下一步，市、区及企业三级管理部门都将有相应管理办法，完善处罚措施，明确检查责任主体，并组建专门的稽查队伍，尤其加大对“黑收费管理员”的查处力度。

据介绍，本市的停车管理员上岗前要进行专业培

训，上岗时要佩戴资格证。遇到停车管理员议价、私收现金但不代缴停车费等问题，交通部门提示车主务必投诉。如果在路侧停车时遇到任何问题，市民可通过拨打公示牌上的电话，或者本市交通服务监督热线12328，或者通过北京交通APP进行反馈。针对价格问题，拨打12358也可以进行举报。

居民路侧停车仍有“优惠价”

路侧停车全部电子收费后，没有停车场的老旧小区居民还能享受“优惠价”吗？这是许多市民关心的问题。对此，朝阳区交通委相关负责人介绍，朝阳区对于确有停车需求的老旧小区居民，符合北京市居住区停车收费优惠政策，在周边道路路侧停车仍能享受“优惠价”。

此外，各区也在加大挖潜力度保障居民停车。比如石景山区为了解决重聚中街居民停车难，联合交通支队与社区进行现场调研，将平行车位改成垂直停车位，使车位增加近百个。此外，石景山区行政服务中心门前道路过去没有停车位，市民办事停车非常不便，交通部门计划在该路段施划近60个停车位，满足市民停车需求。

停车提示

确需现金缴费可找管理员代缴

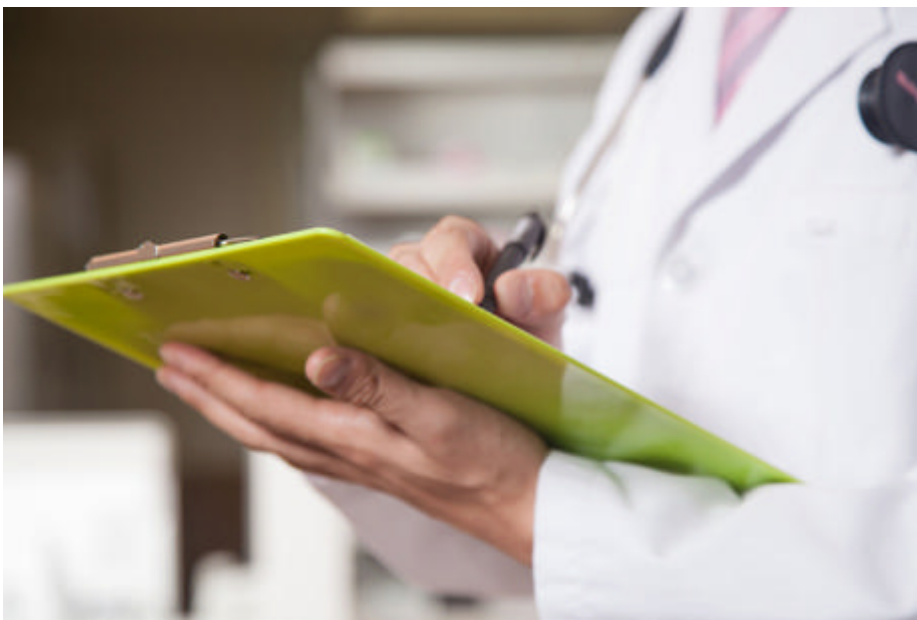
首先，在电子收费车位停车时，要注意标志标线，避免错位停车。

其次，停车人可在手机应用市场下载“北京交通”APP，使用“路侧停车”功能，通过支付宝、微信两种支付方式完成自助缴费；或请停车管理员使用手持收费终端，通过支付宝、微信、市政交通一卡通卡、电子不停车收费卡(ETC)、银行卡五种支付方式完成电子缴费。此外，还可使用设置于人行步道上的自助缴费终端完成缴费。

如停车人确需使用现金缴费的，由停车人将现金交给停车管理员，并由停车管理员通过手持收费终端，使用电子支付方式代缴停车费，代缴信息将在电子收费平台记录备案。(据北京日报)



大医院专家号优先供给基层转诊病人



挂号排队、就诊排队、缴费排队，患者去医院看病总是费尽周折。近年来，本市不断完善非急诊全面预约挂号管理，通过“114”“京医通”等预约挂号平台的分流作用，大医院窗口排队挂号人群明显减少。

市医改办相关负责人表示，2018年还将进一步促进分级诊疗，完善大医院优先接转基层转诊病人的机制，将专家号优先提供给基层预约转诊病人，医联体内基层社区医院通过家庭医生转诊挂号比例要达20%。

双向转诊模式让上万患者受益

井女士是西城区德胜社区居民，2017年9月突然尿血，赶紧到北大医院，想挂泌尿外科医师梁丽莉的专家号，结果可想而知：一号难求。

后来，井女士来到家门口的德胜社区卫生服务中心，找到自己的签约家庭医生高凤娟，跟医生介绍自己病情，一化验血，发现个别指标呈阳性。高凤娟也没法确诊，于是就给井女士开了转诊单，很快预约上了梁丽莉的专家号。

化验、拍片、CT，一番检查后，井女士被确诊为

肾结石。在北大医院碎石后，井女士又回到德胜社区观察、恢复。通过北大医院与德胜社区的双向转诊平台，高凤娟也能看到井女士的详细诊治情况。两周过后，高凤娟又为井女士开了复诊单，到北大医院复查。如今，井女士已完全康复。

这段看病经历，让井女士深深体会到双向转诊的好处，“节省人力物力，一点时间都不浪费，就能看上病。”她希望这种看病模式，能给别的患者提供借鉴。

像井女士这样的转诊情况，仅在德胜社区卫生服务中心，2017年就有6672例，平均每个工作日转诊25人。

早在2011年，北大医院就率先尝试社区——医院双向转诊系统新模式，首个试点社区就是德胜社区。如今北大医院已与德胜、金融街、什刹海、新街口、西长安街、展览路、首师大等7个社区建立起这种双向转诊模式。北大医院院长助理王平给出的数据是，2017年这7个社区卫生服务中心预约转诊到北大医院的数量，合计已达13458例。

“绿色通道”缓解挂号难

北京大学第一医院，也就是人们常说的北大医院，是我国最早创办的国立医院，至今已有103年的历史。由于名声在外，医院现在日均门诊量1万余人次。想挂这里的专家号，经常是一号难求。

为推动诊疗模式创新，北大医院每年都向上述7个社区优先投放大量号源。王平介绍，北大医院出诊大夫，会为合作社区优先预留出一部分号源，提供专属号段，预约

周期为7天。

居民如果身体不舒服，可先到社区医院首诊，由社区医生初步诊治，遇到疑难病情，超出基层诊疗能力，社区医生就可登录“社区——医院双向转诊系统”，查看北大医院7天内的专家号、普通号，选择相应的专业医生预约挂号，将患者转到北大医院。在系统里，只需填写转诊详情，如患者病史、初诊结果等，并注明社区转诊事由，如病情复杂、药品不全、病情危重等。

据了解，转诊操作只需两分钟就能完成。预约成功后，患者手机就会收到一个由系统发送的识别码及取号提示，患者只需按照预约时间，携带有效证件、凭识别码就可到北大医院取号就诊。

“社区医生和专科医生还能实现对病人信息的共享。”王平认为，这套“双向转诊”系统不光是要把病人转过来，最主要的是，转回社区医院后，社区医生也能看到专科医生的治疗方案，了解病人在上级医院做了哪些检查。有了这些信息，社区医生对病人的日常治疗就更有针对性。

医院社区转诊2018年要加码

据北大医院的统计，按照科室划分，如妇科、口腔科、产科、内分泌内科、心血管内科等16个科室，每个科室给社区的号源平均在5000个左右。

德胜社区卫生服务中心主任韩琤琤说，北大医院每周开放给德胜社区的号源在150个至200个。不过，可能居民对转诊模式还不了解，这些优先投放到社区的号源，使用并不充分。

“去年总体使用率才24.6%。”王平介绍，就连使用率最高的妇科门诊，2017年一共给社区放号4372个，实际预约号数也才2635个，使用率刚刚超60%。

尴尬背后，还是人们受传统就医习惯的影响，一些常见病和多发病患者，仍倾向于到大医院就诊，甚至点名要挂专家号。

市医改办综合处处长隆学文表示，2018年将保障基层转诊号源，建立完善大医院优先接诊基层转诊病人机制，把专家号优先留给基层医疗卫生机构转诊病人。“这样才能真正把常见病‘放下去’，促进基层就诊，把知名专家资源留给真正的疑难病、危重症患者。”他说。（据首都之窗）

京津冀签署合同监管合作协议

7月6日上午，北京市工商局、天津市市场监管委和河北省工商局共同签署了《京津冀地区合同监管合作协议》，首批三地共同发布的合同文本有望于7月公布。

合同是连接市场的纽带，很多消费和经营行为都是以合同的方式来实现的，围绕合同问题的投诉也常年排在消费者投诉类型的前列。为此，京津冀三地工商、市场监管部门将推动合同监管指导、执法工作流程、标准规范统一，共同推动合同监管工作协同发展，营造三地一体化规范的消费和营商环境。

据悉，在签署协议后，三地建立合同示范文本联合发布机制，对三地已发布的合同示范文本进行梳理，对已有的内容相同或相近的合同示范文本进行协商修订，形成统一格式的合同示范文本，由三地工商、市场监管部门进行联合发布，并根据实际需要，共同制定发布新的合同示范文本。

同时，三地将探索整合合同执法程序，建立疑难问题咨询合作机制，根据违法行为的情节、性质和社会危害性，统一违法合同行政裁量标准，做到同案同罚、过罚相当。三地还将根据实际情况共同确定区域合同格式条款整治行业和内容，统一开展三地合同格式条款联合整治行动。

在实现示范文本资源共享、加强合同监管执法协同的同时，三地将建立合同监管信息互通机制，搭建合同监管执法信息平台，归集整理三地合同相关法律法规、示范文本、格式条款点评意见、专家授课视频等内容，方便基层执法人员查阅，提高合同监管工作效能。

目前，北京地区已发布127个合同示范文本以及87个区域推荐文本，京津冀联合发布的合同文本也有望于7月发布。（据首都之窗）



林丽鹂

“电商专供”不该变味

今年“6·18”网络集中促销十分火爆，消费再创新高。这期间，一些“电商特供”商品存在“同款不同质、同牌不同质”的情形。不久前，宁波出入境检验检疫局通过线上线下不同渠道购买了40组对比样品，检测发现网上购买的同款商品有偷工减料的嫌疑：网购电磁炉比线下款少了一些电器元件；网购吸尘器吸口直径比线下款小10毫米；同品牌同款服装，线下样品全部符合国家标准，但线上服装色牢度等指标不符合国家标准……

为什么会出现线上“专供”“定制”“尊享”这些“美丽的消费陷阱”？电商平台发展之初，为了让消费者从线下转移到线上，大多依靠价格优势吸引眼球。早期，商家在电商平台经营，因减少中间环节，并省去店面房租等支出，确实能降低成本，一定程度上比实体店价廉物美。但随着线上商家竞争日趋激烈，甚至大打“价格战”，营销成本越来越高，一些商家便想出线上、线下商品采用不同生产线的方法，一方面可以降低线上商品成本，满足很多线上消费者追求低价的消费心理；另一方面，避免同自己品牌的线下销售产生冲突，可谓一举两得。

然而，撕下“专供”“定制”“尊享”的面具，真相可能是“偷工减料”“以次充好”“配置缩水”。商家用“专供”“定制”“尊享”等词语，刻意混淆不同品质的商品，不履行告知义务，让消费者觉得“占了便宜”，实则“吃了大亏”，“专供”成了“专坑”。商家和电商平台应保证消费者享有充分的知情权，尽到告知义务，明示商品性能、构成和注意事项等。

依据《中华人民共和国消费者权益保护法》《侵害消费者权益行为处罚办法》，商家在商品中以次充好，不能证明自己并非欺骗、误导消费者而实施此种行为的，属于欺诈行为。应没收其违法所得，处以相应的罚款，情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照。然而，法律法规在执行中有现实困难，“电商专供”具有迷惑性，认定其以次充好，需经专业检测部门鉴定，消费者自身多不具备识别此类消费陷阱的能力。而监管部门的抽检数量又有限，难以全面遏制商家搞线上线下“双重标准”的猫腻。更何况，一些商家只是对线上商品做些“微调”，比如减少所用布料的织数，这种细微差别，增加了消费者的辨识难度。

既然如此，不妨转化一下思路。监管部门可以考虑通过电商平台要求商家履行告知义务，凡是自称“电商专供”的商品，要明明白白地告知消费者，跟线下商品相比，它们究竟有哪些不同，列出差异明细，让消费者清楚地了解产品各方面信息，自行决策是在线上购买还是在线下购买。

电商的本质还是“商”，诚信经营的基本原则不应由于销售渠道的变化而变化。商品的美誉度由品质说了算，一时耍“小聪明”换不来长久的品牌忠诚度。商家玩文字游戏欺瞒消费者，到头来会让消费者对品牌失去信心，离品牌而去。

近年来，我国加快规范网络市场监管，相继出台了《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》《药品网络销售监督管理办法》等法规，其核心原则都是“线上线下一致”，即对线上线下的食品、药品都用同样的标准，予以同样严格地监管。网络只是商品销售的渠道之一，并不是一个特殊渠道，更不是法外渠道。监管部门和商家都应以“线上线下一致”为原则立规矩，让人们线上线下消费都安心，促进电商健康发展。（据人民日报）

用诚信机制甄别假医生



王君平

一段时间以来，有关假冒医生、假冒养生专家的新闻不时出现。近日又有媒体报道，一名冒充301医院“专家”的骗子自称取得“重大医学突破”，运用各种诈骗手段，让不少患者上当受骗。这些假冒医生、假冒养生专家不仅损害了人们的健康权益，而且破坏了社会的诚信氛围。

虚假医疗广告为什么屡屡得逞，假医生、假专家为什么大行其道？从直接原因来看，这与医疗自身的特点有关。医学不是万能的，没有包治百病的神医神药。一些司空见惯的慢性病，目前也只能控制，难以治愈。如高血压药只能降压，糖尿病药只能降糖，并不能彻底根治，需要终生服药。这些慢性病极容易引发病人的焦虑，这恰恰为假医生、假专家提供了可乘之机。通过吹嘘不符合医学常识的“神奇”疗效，这些假医生、假专家迎合了患者的焦虑情绪，因此往往能够使得骗术得逞。为了令这些假医生、假专家无法得逞，有必要加强宣传引导，提高整个社会的健康素养和医学知识水平，增强人们的理性辨别能力。

往深些看，患者面对的不只是假医生、假专家的一面之词，还有不少媒体平台的大范围虚假宣传。就拿已经被打假的假专家刘洪斌来说，她在3年间以9个身份活跃在多家地方卫视，被网友戏称为“虚假医药广告表演艺术家”，她所推荐的药品、保健品也被多地查处。但问题在于，一些媒体平台为了广告费、竞价排名等利益，放弃了把关人的职责，为假医生、假专家背书站台，消耗了平台的公信力，更伤害了整个社会的诚信。正因此，无论是发布平台还是搜索平台，无论是传统媒体还是新兴媒体，都应该承担起明辨真伪、激浊扬清的社会责任，不给虚假信息、失信行为提供舞台，从而更好地捍卫诚信、涵养信任，提升整个社会的道德水位。

“人无信不立、业无信不兴、国无信不强。”在很大程度上，假医生、假专家、假广告的流行，反映的是建立社会诚信机制和社会信用体系这一大问题。在传统文化中，诚信是人安身立命的根本，商鞅“徙木立信”的故事代代相传，孔子的名言“人而无信，不知其可也”深入人心。党的十八大以来，国家社会信用体系建设的步伐明显加快，在公共信息服务、市场信用监管等方面发挥着越来越重要的作用。相信，随着社会信用体系建设的不断推进，使失信可查、作假受惩，让诚实守信者得到保护，在全社会形成守信光荣、失信可耻的氛围，这些假医生、假专家、假广告就难以乘虚而入，最终只能消失遁形了。

建立覆盖全社会的征信系统，完善守法诚信褒奖机制和违法失信惩戒机制，形成“守信者走遍天下，失信者寸步难行”的奖惩机制，才能让诚信成为诚信者的通行证、失信变成失信者的警报器。假医生、假专家、假广告的现象再次提醒我们，社会信用体系建设任重道远，形成政府、市场和社会的合力，才能营造“知信、用信、守信”的良好氛围，让虚假信息与失信行为无处藏身，为经济社会发展提供有力道德支撑和信用保障。（据人民日报）



许辉

广告不能只顾新颖不顾内容

6月30日,国家网信办指导北京市网信办会同北京市工商局依法联合约谈抖音、搜狗、北京多彩互动广告有限公司、北京爱普新媒体科技有限公司、霍尔果斯宝盛广告有限公司,针对抖音在搜狗搜索引擎投放的广告中出现侮辱英烈内容问题,要求五家公司自约谈之日起启动广告业务专项整改(7月2日《华商报》)。

针对抖音在搜狗搜索引擎投放的广告中出现侮辱英烈内容的问题,6月6日下午,北京市网信办、北京市工商局曾依法联合约谈查处抖音、搜狗,责令网站立即清除相关违法违规内容并进行严肃整改。此次国家网信办再次指导北京市网信办会同北京市工商局对五家公司进行约谈,提出了全面自查清理、加大广告审查人员和信息安全人员的培训、完善广告审查机制、落实网络安全主体责任制等具体意见,更具针对性。

因为此前所有上传到抖音的视频无论是否通过审核,均会被打上水印并能下载,所以在今年4月,抖音方面就采取了暂时取消水印等措施,并表示将进一步提高内容审核标准,优化审核流程,将对包括评论与直播在内的平台内容加强管理。可时至今日,侮辱英烈的广告居然还能通过抖音投放到搜狗搜索引擎,这说明抖音投放广告的审核机制并未真正完善,要么是审核流于形式,要么是审核存在漏洞。而不管是何种原因,都是法律所不允许的,也是公众所不能容忍的。

广告不管其形式如何新颖,都必须遵守广告方面的法律规定,不能逾越法律底线,广告主、广告经营者、广告发布者都应对此负责。我国互联网广告管理暂行办法第12条规定,互联网广告发布者、广告经营者应当配备熟悉广告法规的广告审查人员;有条件的还应当设立专门机构,负责互联网广告的审查。抖音也好,搜狗也罢,在投放抖音广告的过程中,都必须对广告的合法性进行审查,这是其应当履行的法律义务,否则,就要承担相应的法律责任。

在抖音投放广告的审查标准上,首先应当把握广告法第三条的要求:广告应当真实、合法,以健康的表现形式表达广告内容,符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求。其次,要审查投放的广告是否具有广告法规定的禁止性情形。这些都是原则性的规定,在具体的广告审查中可能会涉及不同的问题,需要审查人员按照法律法规规定的情形予以认定,是否符合广告投放的标准。比如,一旦发现广告中含有英雄烈士的姓名、肖像的,就必须按照英雄烈士保护法第22条的规定,坚决不予投放,这应该是抖音投放广告审查中具体应当把握的标准,也应将此纳入总编辑负责制,使其责任主体更加明确,责任要求更加细化。

目前,被约谈的公司均已表示将暂停广告业务,这是当务之急的应急之举,在重新启动广告业务之前,必须就广告审查从责任人员、审查程序再到责任追究等落实到位,严格按照“谁投放谁审查、谁审查谁负责”的原则加大审查力度,决不能流于形式,更不能搞无原则的利益输送。技术拦截实现不了的,就要通过人工审查来补位,决不能出现审查缺位的情形。这是整改的当务之急,也是抖音广告投放前必须把好的关口。(据法制日报)

让网络假货无处藏身



扶青

红色液体倒入模具，插上塑料外管后脱模，再套上包装外壳，一根号称手工制作的名牌口红就做好了；自家生产的皮带，加上假商标，就成了“私人定制”的山寨大牌……打开一些知名短视频平台，自制假冒化妆品、展示山寨奢侈品等内容充斥其间。有的售假者甚至与正品对比仿真度，大肆售卖假货，有的视频还被推到平台首页，引发网友直呼，“这些短视频平台成了假货橱窗了”。

短视频平台成为“假货橱窗”，说明电商售假具有跨平台流窜的趋势和特点。在之前，提到网络假货，人们一般会想到几大电商平台，但随着平台持续投入，通过“大数据”“关键词”等技术进行封杀治理，售假者在电商平台上的生存空间已经越来越小。它们去哪儿了呢？短视频平台是个生动的观察窗口，借此可以发现，哪里有流量，哪里就是阵地。大体操作模式是，商家通过各类社交软件进行营销，从而导流用户到二手交易平台以及微商店铺上，有的甚至使用社交软件直接交易。这就造成了监管上的难度，拿二手交易平台来说，交易双方都是个体消费者，无需工商登记备案，商品质量界定存在困难，行政部门难以有效介入，而在社交软件上交易，还有一个取证难的问题，包括辨别哪些是隐私，哪些是交易，执法成本很高。

从跨平台的特点出发，一个严峻的挑战是，长期以来困扰我国经济的假冒伪劣现象，能否在新经济、新科技引领的电商时代得到有效遏制？这就要从假货为何屡禁不止说起，这里首先有制假猖獗的原因，当然也有消费需求的因素，但电商平台的责任同样不容忽视。麦肯锡调查显示，我国网络购物市场平台型电子商务占比超过90%；美国网络购物市场自营型电子商务占比超过80%。这种不同的市场发展模式，对应不同的治理逻辑，在自营模式下，假货责任是清晰的，我们只要追究自营平台的责任就行。但在平台模式下，涉及的参与方非常多，到底谁来负责，平台的责任是什么，往往是不够清晰的。而诸如短视频软件等新事物的不断涌入，也在让事情更加复杂化，如何应对，是摆在职能部门和互联网行业面前的共同课题。

过去一直有人呼吁，“要像治理酒驾一样治理假货”，背景是面对电商售假的新趋势，我国对它的管制却相对滞后。这就需要从顶层设计做起，完善法律法规，提高违法成本。日前举行的全国人大常委会会议上，《电子商务法（草案）》第三次提请审议，对电商制假售假等一系列电子商务热点问题作出规定，就表明了这种态度。比如对电子商务经营者的界定，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的情形，这就涵盖了通过短视频、朋友圈等形式销售商品的微商，与电商售假跨平台的趋势相吻合。另一方面，三审稿提出电子商务平台经营者如果没有采取必要措施，应该与该平台内经营者承担连带责任，这可以避免一些平台打着“技术中立”“算法没有价值观”的旗子，对售假现象视而不见，更督促平台应该承担起主体责任，强化对平台参与方及其内容的治理。

今年全国“两会”政府工作报告指出，决不允许假冒伪劣滋生蔓延，让问题产品无处藏身、不法制售者难逃法网。要看到，线上售假的猖獗，离不开线下制假的疯狂。当前，国家市场监督管理总局的成立，以及地方工商、质检等部门的统一执法为从源头上打击制假创造了条件，这就提示我们，要根据制假售假产业链的特点，紧盯线上售假，一条线索带出一串线索，从而深挖背后的制假产业链，从源头上杜绝制假行为。（据南方日报）

案例
1怀孕了无法健身
但健身卡没到期咋办？

【案情简介】

消费者曲女士向海淀区消协投诉，称其在某瑜伽健身中心办理了一张会员卡，会员卡的性质是年卡，而在会员卡有效期内，曲女士怀孕了，不能在短期内参加活动，但是自己的会员期限还有2个月，曲女士不想白白浪费剩余的活动期限，便找到健身中心协商延期之事，不想却遭到经营者的拒绝。曲女士随后与经营者多次交涉，双方始终无法达成一致，曲女士无奈之下请求消协调解。

【调解结果】

海淀区消协接到投诉后，分别与消费者和经营者进行了情况核实。调查中，经营者表示，消费者的年卡已输入系统，无法使用其他因素调整卡内的内容。调解人员指出，消费者遇到的是特殊情况，先不谈法律的规定，如果是真心想为消费者解决问题，变通的方法有很多种。调解人员根据双方反映的情况，要求经营者做出让步，为消费者曲女士重新办一张2个月期限的会员卡，期限设置由经营者与消费者曲女士协商，健身中心接受了调解人员的建议，问题得以迅速解决。经过调解，经营者重新为消费者办理一张2个月期限的会员卡，并签订了一份服务协议，消费者认可。

【案例评析】

本案中，消费者曲女士发现自己怀孕了并告知经营者，而经营者提供的项目是瑜伽健身，为了保障消费者的人身安全，应当主动与消费者沟通此事，况

且，曲女士并没有提出退费或其他要求，只是要求将自己接受服务的期限顺延一段时间，但没想到遭到经营者的各种拒绝。

依照《消法》第五十三条“经营者以预收款方式提供商品或者服务的，应当按照约定提供。未按照约定提供的，应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款；并应当承担预付款的利息、消费者必须支付的合理费用。”和国家工商行政管理总局令第73号《侵害消费者权益行为处罚办法》第十条“经营者以预收款方式提供商品或者服务，应当与消费者明确约定商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等内容。未按约定提供商品或者服务的，应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款，并应当承担预付款的利息、消费者必须支付的合理费用。对退款无约定的，按照有利于消费者的计算方式折算退款金额。”的规定，调解人员简单的一个建议，问题便顺利地得到了解决，可见，经营者在经营过程中处理消费者遇到的问题时有些古板和教条。

健身中心，特别是瑜伽健身中心，服务的客户大多数都是女士，而遇到怀孕的问题相信不是第一件，也不会是最后一件，消协认为，经营者一定要以为消费者着想的角度为出发点，消费者自然而然会对经营者的服务点赞，更会赢得更多消费者的心。作为经营者，要从根本上正确认识自身的责任和义务，踏踏实实为消费者提供服务，遇到纠纷时，及时与消费者协商解决问题，正视消费者提出的合理诉求，力求及时解决。

案例 2

激光祛斑仪出问题 消协调解给予退货

【案情简介】

消费者刘女士在淘宝网上购买了一台43000元的皮秒激光祛斑仪器（755峰巢大功率）。按照合同约定，到货后不久，厂家派专业人员上门传授美容仪使用方法。使用中，刘女士发现美容仪有明显破损，并且厂家上门人员传授内容与宣传不符，根本无法达到宣传的美容效果。刘女士当天便向商家要求退货，但商家拖延退货并要求刘女士支付产品来回运费、传授人员来回的飞机票等3000元费用。

【调解结果】

接到刘女士投诉后，平谷区消协详细了解了整个案情经过，并且对消费者进行普法宣传，由于被诉方经营地址不在平谷区内，在征得消费者刘女士同意后，区消协当即启用电商直通车系统。淘宝平台很快反馈，已与商家沟通，商家会主动联系消费者处理退款，如商家未处理，平台会再次介入。随后，商家已为刘女士办理了退货，退回全款43000元，不再主张其他支出款项。刘女士对调解结果表示满意。

【案例评析】

《产品质量法》第四十条规定：售出的产品有下列情形之一的，销售者应当负责修理、更换、退货；给购买产品的消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失：

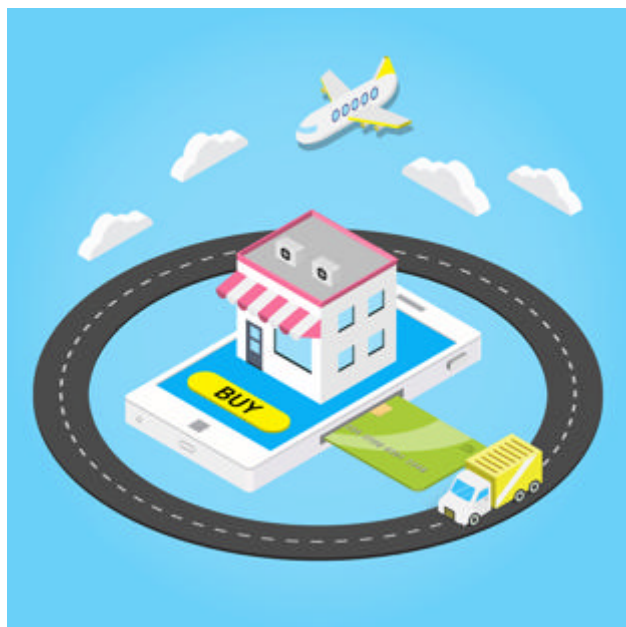
（一）不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的；

（二）不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的；

（三）不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况的。

《消费者权益保护法》第二十条规定：经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。经营者提供商品或者服务应当明码标价。

由于美容仪有明显破损，而且厂家人员介绍的使用方法与宣传不符，仪器使用后也达不到宣传所列的美容效果，所以符合《产品质量法》和《消费者权益保护法》以上有关规定，因此，消费者提出退货后，商家理应给予退货。



案例
3新买空调迟迟无人安装
消协调解终解决

【案情简介】

天气变热，消费者郝先生准备把家里的老空调换掉，于是花七千多元从通州区某商场某品牌空调专柜购买了一台新空调。郝先生表示，当时正好赶上商家搞活动，新空调价格有优惠，而且耗电量也低，当时就支付了全款，商家承诺3天后免费送货上门并安装。3天后，没有人给郝先生家送货和安装空调，也没有接到商家任何电话，郝先生联系商家被告知，由于购买空调的消费者比较多，安装人员不足，需要再等3-4天。又过了3天，郝先生依然没有见到新空调，于是他前往商场找到商家，要求商家立即配送和安装空调新机。商家表示，由于正值空调销售旺季，除了样机，郝先生购买的空调型号货源紧缺，已经和厂家进行了协调，需要等待厂家配送。

天气炎热，新空调迟迟不到货，郝先生表示很气愤，购买时与商家约定好3日即可配送和安装，现在6天过去了，商家并未履行义务。郝先生向通州区消协投诉，要求商家次日完成送货并安装，否则立即退货并给予经济赔偿。

【调解结果】

接到投诉后，通州区消协工作人员联系商家了解到郝先生反映情况属实。商家解释，原本3天就可以完成送货和安装服务，但由于正值空调销售旺季，售后安装人员严重不足，导致没能及时给消费者配送货物和安装，已经采取积极措施，尽快为消费者提供配送和安装。消协工作人员认为，作为商家和售后服务方应严格依据与消费者所约定的售后时限执行，因延迟提供售后服务给消费者造成损失的理应赔偿，并对商家进行《消费者权益保护法》宣传和说服教育，最终商家于次日为

消费者配送和安装了新空调，并向消费者赔礼道歉，消费者表示满意。

【案例评析】

这是一起因经营者未履行约定义务而引发的投诉。《中华人民共和国消费者权益保护法》第十六条规定：“经营者向消费者提供商品或者服务，应当依照本法和其他有关法律、法规的规定履行义务。经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务，但双方的约定不得违背法律、法规的规定。经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益；不得设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。”本案例，经营者和消费者就空调的送货和安装时限达成了约定，经营者在消费者付款后应当履行约定，没有履行义务应当承担违约责任。



案例 4

老人购买频谱房后难退货 消协调解退款

【案情简介】

消费者田女士反映，家人在北京世纪骏丰频谱科技有限公司门头沟经营部，购买一种名为骏丰频谱房的医疗器械，花了69800元，但老人行为能力不受自己控制，脑子不是很清楚，购买也没要发票，自己找店铺要退货，店铺要2万元的折损费，田女士称仪器买了两个月，就使用两三次，折损费太多了，希望消协帮助解决协调退货问题。

【调解结果】

门头沟消协城子分会受理投诉后，对双方进行了调解。双方当事人提供了主张证据。田女士提供了家里老人个人行为能力不受自己控制的诊断证明书。北京世纪骏丰频谱科技有限公司门头沟经营部人员认为，消费者购买的产品不符合全退规定，理由是消费者本人了解后自愿购买，产品有相关批准文件，符合标准，没有质量问题，因此不予退产品。

消协工作人员对诊断证明书和产品合格证进行了查验，发现双方提供的证据均属实，双方的最大分歧是消费者是否自愿购买。工作人员针对双方核心分歧进行调解。首先，对经营者指出《中华人民共和国消费者权益保护法》第四条规定，经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。消费者已出具了个人行为能力不受自己控制的诊断证明书，说明消费者是在思维不清晰的情况下购买，这违反了交易中自愿、公平的原则。经消协工作人员不懈努力，经营者接受了消费者的意见，给予全款退货，退回消费者69800元，问题得到圆满解决。

【案例评析】

本案例依《中华人民共和国消费者权益保护法》第四条规定经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。针对双方分歧的核心，依照法律，对经营者晓之以理，动之以情。作为经营者，赚取利润是重要的，但要依法依规经营。老年人随着年龄的增长，思维会变得日益僵化，人格会变得日益固执。遇事时往往过高估计自己的能力，并倾向于自作主张来证明自我。现实生活中，商家多会针对老年人的弱点，诱导其购买自己不需要的产品。老年人购买后，往往也能很快醒悟，但因经营者没有明显过错，在维权时十分被动。



谨防低价陷阱 理性安全消费

据统计，北京市消协2017年共解决消费者投诉48817件，其中电商类投诉占到32.66%，比前年增长了11%。值得注意的是，“6·18”、“双11”是电商投诉的高发期。

分析电商类投诉增多的原因，主要是受到电商非现场购物和地域限制，消费者在取证、救济途径和维权成本等方面都处于弱势地位，问题表现在消费者的知情权、选择权和求偿权难以实现。尤其是电商利用电子管辖权，做出不公平、不对等的规定，甚至是“霸王条款”，排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任，这种规定极易造成消费者权益受到损害。

为此，北京市消协针对去年“6·18”、“双11”电商投诉集中的问题，总结归纳出以下几点网购消费提示，提醒广大消费者理性安全购物消费。

一、不要盲目追求低价。“6·18”期间，消费者需要擦亮眼睛，货比三家，不要被电商平台上某些价格低廉商品所迷惑，对促销的商品要通过各种渠道查询，看看是否真的“物美价廉”，以防落入商家先涨价后降价、虚构“原价”等价格陷阱。

二、选择优质商家消费。除了“货比三家”之外，还应通过查看商家信誉、评价等信息，尽量选择

信誉好、口碑佳、售后服务有保证的商家购物消费，切莫一味贪图低价而忽视了商家的信誉和售后服务。

三、下单前看清促销规则。面对“满抵、满减、满送”、秒杀抢购、定金预售等各种促销活动，消费者应提前详细了解活动规则，如积分或者优惠券，消费者应当看清其使用条件、方法和期限等。

四、防止掉进支付陷阱。消费者要增强安全支付意识，注意防范支付风险，切勿轻信陌生人付款要求、网页链接或扫二维码等。遇到可疑情况，及时与官网客服联系核实，避免上当受骗。

五、保留好凭证以便维权。消费者网购时要采取截屏、录音等方法，保存好商品图片、文字介绍、支付信息以及聊天记录等信息，并及时向商家索要发票。一旦权益受到损害，要依法理性维权。

此外，北京市消协也提醒商家诚信守法经营，不夸大宣传，不虚标价格，不误导消费者，营造安全放心的消费环境。市消协将继续采用投诉点评、消费调查、消费体验、比较试验等方法 and 手段，持续关注消费者反映强烈的热点、难点问题，并根据具体情况，针对电商平台的格式条款等侵权行为进行公益诉讼，维护广大消费者的合法权益。

宽带服务需谨慎 工商给您支招

近期工商部门接到多起宽带服务方面的投诉，消费者反映的问题主要集中在三方面：一是消费者办理宽带接入业务后，当宽带公司在服务有效期内无法继续提供宽带服务时，消费者无法及时、顺利的办理退款；二是网络不稳定，上网过程中容易掉线或网络出现障碍，得不到及时有效的维修服务和技术支持，给

消费者的正常使用造成不便；三是宽带公司的业务人员在业务推广过程中，未对宽带业务进行真实、全面的宣传说明和阐释等。

在此，工商部门提示广大消费者，在办理网络宽带服务时，注意以下几点：

1、选择正规运营商。消费者应当选择到正规、信

誉好的通信营业厅办理业务，注意查看商家的营业执照和相关许可证。

2、仔细查看合同。有些居民小区的物业公司有合作的宽带服务公司，消费者在选择接收宽带服务时，要查看物业和宽带公司的合同，知晓服务内容、合同期限、售后服务等，并留存商家的营业执照复印件，以便出现消费纠纷时进行维权。

3、索要消费凭证。消费者在安装宽带后，一定要索取并保管好有关缴费单据和发票等相关凭证，注

意查看消费凭证上是否有公司名称或公章，名称是否与营业执照名称一致，以备维权之用。

4、理性消费。办理宽带前，要仔细考虑性价比和自己的消费需求，选择合适的宽带服务，不要贪图价格低廉，不要轻易相信夸大不实的广告宣传。

5、及时维权。在接收网络宽带服务期间，如果出现消费纠纷，注意保管好相关证据，及时向商家所在地相关部门进行维权。（北京市工商局）

当心境外游保险的五颗“雷”

暑期将至，出境旅游成为中国游客休闲娱乐的重要选择之一，而安全是大多数游客最为关注的问题，选择适宜的保险能够让出境旅游的消费者减轻不少顾虑。因此，近期北京保监局提示广大消费者购买境外旅游保险要注意以下五点，防止投保、理赔等环节“踩雷”。

一是选择合适的险种。目前市面上境外旅游险种类众多，包括意外伤害、医疗费用补偿、航程延误、财产损失等险种。消费者应当结合自身实际、目的地情况等选择合适的保险产品。此外，潜水、蹦极、跳伞等高危项目发生的意外往往都不属于普通意外伤害保险的保障范围，如消费者要参与此类项目，可以考虑投保附加高风险运动意外伤害保险。

二是选择合适的保额。不同国家和地区消费水平、医疗政策存在差异。例如，美国、日本、新加坡等国家医疗费用水平较高。消费者应当充分考虑旅行地区的消费水平、相关政策及自身情况，选择合适的保额。

三是关注免责条款。许多医疗费用补偿保险保障范围为意外及突发性疾病产生的医疗费用，消费者在旅行过程中因既往疾病所产生的医疗费用不在保障范围。此外，消费者在旅行过程中遭受战争、军事行动、恐怖活动等引发的意外伤害也不属于意外伤害保



险保障范围。消费者在购买境外旅游保险时应当仔细阅读保险产品的免责条款，了解保险保什么和不保什么，避免引发纠纷。

四是关注救援服务。不同保险公司合作的全球救援机构有所不同，救援服务内容也存在差异。消费者如选购了带有紧急救援服务条款的保险产品，应向保险公司了解救援机构的资质情况、紧急救援所包含的内容和流程等内容，以免在境外陷入被动。

五是注意保存相关证明。在境外旅游中出现任何突发情况，消费者一定要保留好相关证明，如财务遗失后的报警证明、航班延误后航空公司开具的延误证明、医院的收据等，以便后续向保险公司申请理赔。（证券日报）

暑期出游“六注意”

暑假旅游高峰期即将来临，为指导旅游消费者科学合理消费，云南省工商局、云南省消协提醒您注意：

一、参团旅游慎选旅行社。消费者应选择证照齐全、规模较大、信誉较好的旅行社参团，要与旅行社明确约定吃、住、行、游、购、娱、旅游意外保险等关键内容，签订由旅游行业主管部门监制的旅游合同，一些容易引发纠纷的事项，比如自费项目、住宿标准、餐饮标准等也要在合同中明确约定，记得索要缴费发票。

二、增强安全防范意识。暑期属高温多雨季节，消费者出游前应了解旅游目的地天气状况，避开洪涝灾区，做好防暑、防雷、防雨准备；不要轻易参加未开发线路探险旅游；游览地势险要的自然景观时，要留意景区危险地段的警示标志，不要进入禁止进入的区域；谨慎选择高空、高速、水上、潜水等高风险游玩项目；旅行途中保管好个人财物和身份证、护照等重要证件；深夜到达目的地的自助游游客，建议先在车站休息，等天亮再出行，防止不安全情况发生。

三、云南游的朋友可下载使用“游云南”APP。云南省级全域旅游智慧化平台——“一部手机游云南”于2018年6月1日正式上线，全面试运行，为云南游的朋友提供诸如购门票、订酒店、景区导览、寻找最地道云南特产、餐食乃至智能订车位、智能查找附近公共厕所等全方位的景区智慧游览体验，吃住玩游购娱都可以在手机上完成。

四、自助旅游做好出行前准备。自助游制定必要的出行计划并及时掌握旅游目的地天气状况、道路通达情况；自驾车旅游出行前检查、保养好车辆，保证车况安全，带上适量饮用水、食物、常用药品等以备应急，旅行中量力而行，避免疲劳驾车，更不能酒后驾车。行程确定后可提前预订好景点门票及口碑好的酒店，若行程还不太确定，在预订酒店及景点门票时应注意退订条

件。

五、文明出游，塑造良好形象。出游前请认真阅读《中国公民国内旅游文明行为公约》和《中国公民出国（境）旅游文明行为指南》，自觉践行文明旅游，塑造良好旅游形象。

六、理性解决消费纠纷。旅游途中如遇纠纷，消费者切勿采取罢乘、擅自离团等过激行为，以免扩大自身损失，应在确保人身安全的前提下，依法与旅行社协商解决，协商未果应保持理智并保留好权益受到损害的有力证据，依法向旅游业主管部门、当地12315、消协等部门进行投诉。还可通过“游云南”APP 选择在线投诉、电话投诉、语音投诉3种渠道投诉，依法维护自己的权益。（云南省工商局）





高原旅游这些事项很重要

6月后，西藏渐入旅游旺季，针对游客关心的高原旅游健康注意事项，医生提醒，大部分人可以适应高原的环境，但享受高原美景的同时要密切注意身体变化，出现不适症状应及时就医。

西藏阜康医院呼吸内科主任田鹏建议，游客进藏前，可进行身体检查，及时掌握自己的血压及心、肺功能情况。在此基础上进行适当的运动、锻炼，并保持良好的心态和充足的睡眠。

田鹏介绍，游客初进高原，可能会出现急性高原反应，具体症状表现为头痛、头昏、恶心呕吐、心慌气短、胸闷胸痛、失眠、嗜睡、食欲减退、腹胀、手足发麻等。一旦出现急性高原反应，在症状未改善前，应减少活动，卧床休息和补充液体。轻者可不予处理，大部分人经3至10天的适应后症状会逐渐消失。但症状不缓解甚至恶化者，应尽快到医院就诊。

患有心、肺、脑、肝、肾疾病以及严重贫血、

高血压、糖尿病的病人，不建议进入高原。因为这些人群，对高原环境的适应能力较差，在进入高原的初期，发生急性高原病的危险性明显高于其他人，若在高原停留时间过长，也较其他人易患各种慢性高原病。同时，由于机体要适应高原环境，心、肺等重要脏器的代偿活动增强，脏器的负担加重，可能会使病情进一步加重。

此外，有较为严重的感冒时，建议治愈后再进入高原。

田鹏建议，高原昼夜温差大，游客应注意及时加减衣物，避免受凉。在饮食方面，多食用富含碳水化合物、易消化的食物；多饮水，使体内保持充足的水分；建议不要进食过多的肉食且不宜过饱；忌饮酒。活动不宜过于频繁，需避免过度疲劳，并保持良好的心态，避免无谓的担心与顾虑，保证充足的睡眠。（新华社）

电视投诉居高不下 购买使用多加留心



随着电视机科技日趋完善，电视机从等离子、液晶发展到今天的4K超高清+HDR、曲面、激光影院，其功能、外观、尺寸、色彩、音效等方面给消费者带来更高品质的体验。然而，享受视觉盛宴的同时，涉及电视机产品的投诉居高不下。6月21日，记者从青岛市消保委了解到，2017年1月-2018年5月期间，青岛市工商和市场监管及市消保委共受理电视机类投诉3960件，送货、安装、使用、售后维修等环节都暴露出不少问题，如迟延送货、新货变样机、安装乱收费、显示屏模糊不清、碎屏鉴定难、维修技术差、缺少更换零配件、不履行三包责任等，引发部分消费者的不满。为此，青岛市消保委提醒广大消费者，购买使用电视机时，要注意从五方面把好关。

一、收到货品认真验收。电视机送货上门后，要仔细验收，检查电视机随箱配件是否齐备，外壳有无碰伤、划痕，屏幕有无裂纹；通电调试时，检查各功能调节钮是否灵敏，显示屏有无竖线、坏点，确认无误后再签字确认，一旦安装人员离开，再发现外观瑕疵，往往很难确定责任方。

二、确认安装单位资质。最好选择厂家或其授权的安装商进行安装、调试，尤其通过网上交易平台购买电视机时，要与商家明确安装主体、安装收费标准等。注意保存好安装时的收费凭证，因为不少消费者出现纠纷后才发现安装单位并非厂家，保存凭证有利于清晰地界定责任主体。

三、日常使用注意防护。电视机屏幕由多层部件构成，其中基板为薄玻璃材质，特别容易受损，而屏幕价格通常占整机价格的一半以上，大尺寸及个别成本定价模式的品牌电视机的屏幕价格所占比重会更高。消费者要了解屏幕易受损的特性，避免因使用不当或儿童玩耍、卫生清洁中撞击、挤压等外力原因造成屏幕损坏。经营者对于电视屏幕的特性和易受损的情况，应向消费者作出真实说明和明确警示，并标明正确的使用方法，防止危害发生。

四、举证倒置维护权益。鉴定难是电视机投诉的处理难点，尤其是电视机在使用中出现屏幕破损后，判断破损是人为还是性能故障更是双方争议的焦点。《消费者权益保护法》规定，经营者提供的电视机等耐用商品，消费者自接受商品之日起六个月内发现瑕疵，发生争议的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任。目前，技术手段可以通过屏幕表面的破损痕迹判定是否由于外力原因造成的屏幕受损。消费者购机6个月内发生争议时，经营者应主动承担举证责任。

五、三包知识铭记在心。根据《部分商品修理更换退货责任规定》，产品自售出之日起7日内，发生性能故障，消费者可以选择退货；15日内，可以选择换货；在一年三包有效期内，修理两次，仍不能正常使用的，可以免费调换或退货。整机换货后，三包有效期自换货之日起重新计算，但主要部件如经修理、更换，三包有效期不重新计算。消费者要妥善保存好销售凭证、维修记录，三包有效期内须凭发票及三包凭证办理修理、换货、退货。（大众网）

警惕婚纱摄影中的消费陷阱

结婚是每个人一生中的大事，许多即将踏入婚姻殿堂的新人们都特别重视拍摄婚纱照这个环节，甚至愿意花大价钱来拍摄展现人生美好时光的婚纱照。但在婚纱摄影消费环境中，有不良的婚纱摄影经营者通过巧立名目、消费诱导等方式设置消费陷阱，来侵害消费者的合法权益。为了避免新人们落入这些消费陷阱，湖北省消费者委员会、湖北省婚庆文化产业发展促进会在此提醒新人们擦亮眼睛注意以下事项：

1. 合同套餐外的衣服要加钱

新人们在选择婚纱照套餐时，往往由于忽略了签订合同中内容细节，而落入不良商家的消费陷阱，从而多花一些冤枉钱。

提醒：新人们在选择婚纱照套餐时，要与商家谈清楚套餐包含的内容，如几套婚纱、配饰和可挑选的范围，同时相关内容写在签订的合同之中，否则就有可能在拍摄时，由于很多新颖款式婚纱和配饰都不在你的套餐内，而被商家额外收取费用。

2. 化妆师推荐收费化妆品

新人在拍摄婚纱照化妆的时候，一些化妆师会给新人推荐一系列昂贵的化妆品，并将功效说的神乎其神，劝说消费者购买，而许多新人怕不买推荐产品，化妆师就不会用心为其服务，从而被动购买昂贵化妆品。

提醒：新人们如遇到这样的情况，建议委婉拒绝，也可提前与化妆师沟通，根据实际需要提前购买自行带去。

3. 底片拿回要收费

经营者在拍摄婚纱照时往往会跟新人们拍摄上百张照片，而新人们智能按照约定挑选其中满意的照片，如果新人们想拿回剩余的照片底片需要额外付费。

提醒：新人们跟影楼签订拍摄婚纱照协议时，需约定服务结束后，经营者应当将照片、底片、数据资料交付消费者，不得另行收取费用，且未经消费者允许不得保留和向他人提供消费者的照片、底片、数据资料。

消费者在结婚过程中应妥善保管好相关凭证，当遇到自身合法权益受到侵害时，及时拨打12315向当地工商部门或到消费者组织投诉，维护自身合法权益。（湖北省消委会）



网购促销虽好 购买还需小心

近年来,网购消费日渐兴旺。在网络购物中,网购促销已经成为社会大众的一种热门消费形式,各大电商亦纷纷抢占网购高峰时机,在各自电商平台上凭借更优惠的价格尽可能吸引到越来越多的消费者。不可否认的是,抓住网购机遇的确能为广大消费者带来便利,然而在促销时段,消费者还应提高警惕,以免遭遇不愉快的购物体验。

促销价高于平时交易价商家价格欺诈被判三倍赔偿

【案例】

趁着网购促销季,小李在某购物网站上购买了一瓶法国进口红酒,广告显示该红酒的专柜价为5600元,现促销活动价格为1888元。买回红酒后,他发现该红酒在购买前几天的原价却为1688元。小李认为商家利用“促销季”进行特价宣传,但实际上自己并未获得低于平日的交易价格,商家属于欺诈行为,将商家告上了法庭。

法院经审理后认为,被告于原告购买商品前七天内,将该商品的定价低于促销价格,利用促销活动使消费者产生购买意愿而实际提高了价格,其行为构成价格欺诈,应根据原告的主张付出商品购买价格三倍的赔偿。

【分析】

经营者采取虚假或者其他不正当手段欺骗、误导消费者,使消费者的合法权益受到损害的行为,属于欺诈消费者行为。根据我国《禁止价格欺诈行为的规定》、《关于〈禁止价格欺诈行为的规定〉有关条款解释意见的通知》等规定,虚构原价、虚假优惠折价,诱骗他人购买的,应属价格欺诈行为。其中“原价”是指经营者在本次促销活动前7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7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。

本案中被告于电商平台上标示的涉案商品原价均非促销活动前7日内有成交记录的最低交易价格。因此,存在虚构原价的行为,已构成价格欺诈。根据

《消费者权益保护法》的规定,经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍。

消费者忽视商家提示索赔诉求不被法院支持

【案例】

小张想要网购一台电脑,趁着打折旺季百般挑选,在网购平台购买了某品牌笔记本电脑,该电脑的广告宣传照片显示其液晶显示屏上带有内置摄像头。待电脑配送到家后,小张却发现电脑显示屏上并没有内置摄像头。小张认为商家构成了虚假宣传,要求退货并赔偿,于是,小张将商家告上法庭。

商家则认为,内置摄像头属于购买可选项,消费者购买时可进行自主选择,并非所有产品均与宣传图片一致,不同意小张的索赔要求。

法院经审理后认为,被告已对商品的属性进行了提示,原告根据广告宣传,在没有对涉案商品的可购买配置进行充分了解的前提下购买了产品,应当认定已经做出了同意购买的意思表示,不能认定被告构成虚假宣传,因此驳回了小张的诉讼请求。

【分析】

根据我国《消费者权益保护法》的规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受服务的真实情况的权利。同时,经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。因此,如经营者的广告宣传未对商品的真实状况进行夸大,未使消费者产生购买误解,则不能认定为存在欺诈行为。

本案中,被告为了达到宣传效果,用带有内置摄像头的高端产品作为广告图片,但在购买选项上对消费者进行了提示,不构成恶意欺诈。

因此,消费者在网购时也应尽一定的注意义务,在购买产品时注意产品的详细参数,否则订单达成时即可认定为做出了同意购买的意思表示。(经济参考报)

暑期给娃报培训班切勿盲从！

暑假临近，许多中小学生家长开始给孩子挑选培训机构补习功课或学习才艺。但目前市场上相关培训机构质量参差不齐，有的甚至缺乏相应的资质和基本的办学能力，不仅易引起消费纠纷，有的还因缺乏安全指导能力造成孩子身体健康受损。针对此类情况，合肥市消保委向广大家长发出提醒，在选择培训机构时，一定要理性消费，不可盲从。

考察

试听培训课程，考察培训机构很关键

有很多家长在暑期给孩子报了各式各样的补习班，但要问起来，这些培训机构资质如何，上课老师是否靠谱，辅导是否真正有效，他们却一个也答不上来。

合肥市消保委工作人员告诉记者，在选择培训机构之前，家长一定要实地了解培训机构办学资质、师资力量、安全设施、授课环境等，详细询问上课时间、价格、工作人员配置等情况。在充分了解的情况下，有针对性地选择1到2节试听课，仔细观察孩子与老师的互动与交流效果，根据听课效果和孩子的体验选择课程。

对策

谨慎对待口头宣传，要签订书面协议

在聊天过程中，培训机构会给一些家长口头承诺，对此，市消保委工作人员认为，培训机构工作人员口头做出的不在宣传彩页、广告中的内容要谨慎对待，口头的虚假宣传、夸大宣传容易造成上当受骗且后期维权无据。

家长应对协议内容仔细研读，特别是培训机构承诺的内容、费用项目及标准，对有关消费者权益义务方面及退费条款要格外留意，不清楚的地方要仔细询问工作人员。做到心知肚明再签合同，并要索取相关的资料和票据，同时要注明相关的收费项目，注意收费单位与实际办学单位是否相符。



另外，要注意保管好宣传彩页、协议等相关维权证据。一旦发生纠纷，后期可以此作为维权的依据。

当发现培训机构存在虚假宣传、多收费或乱收费、无教学资格、有重大安全隐患、随意缩短课时等情形，要及时向工商部门或消保委投诉，维护自己的合法权益。

建议

培训中应注意孩子身体健康保护

针对舞蹈、跆拳道等身体训练强度较大的课程，训练的过程中一定要注意安全保护，防止孩子出现肌肉、韧带拉伤等情况，培训过程中孩子一旦出现身体不适要及时带孩子就医检查。

在选择过程中，家长也应该理性消费，充分尊重孩子意愿，根据孩子自身的情况和兴趣爱好选择适合孩子的培训内容。

在报班之前与孩子充分沟通，听取孩子自己的意见。同时家长也应适当控制培训强度，为孩子的暑假预留充分的休息、锻炼或游戏的时间。（江淮晨报）

找家政服务 私下雇佣和转账有隐患

最近，一则“家政工擦玻璃坠楼致残雇主：我没让她这样擦”新闻引起社会关注，法院一审判决要求被告家政公司赔偿8.6万余元，此事给常请家政的市民带来思考。有市民告诉记者，找了一次保洁服务后，之后就直接通过微信通知和转账。但是律师提醒，最好不要私下雇佣和转账，如果家政人员在工作时出现意外，家政公司将不承担责任。

新闻回放

擦玻璃九级伤残家政公司担责

衢州市区朱阿姨接到家政服务部通知，去富某家进行清洁服务，朱阿姨在打扫时，踩到防盗窗上擦玻璃，防盗窗突然松脱，她不幸从4楼坠落致伤，经鉴定为伤残九级。事后，朱阿姨将家政公司和被服务的对象一并告上法庭。衢州法院一审判决要求被告家政公司赔偿朱阿姨各项损失共计8.6万余元。

市民讲述

定期请家政做保洁有时微信转账给阿姨

家住成都天府长城的宋先生每隔半个月会请次保洁，“去年在网上找到一家口碑还不错的家政公司，公司安排一位三四十岁的阿姨来打扫清洁。”工具齐全，打扫也很专业，这是宋先生的首次印象，此后，宋先生就加了该阿姨的微信，每次需要打扫屋子时，就微信阿姨过来清洁，付款也是通过微信转账。“主要觉得打家政公司电话麻烦，也没有想太多。”

家住339附近的胡薇则表示，自己家里找保洁已有10年，“从10年前第一次找家政，就一直是充家政公司办的卡，让保洁阿姨每周周末过来，每次清洁的费用从里面扣，的确比每次在网上找要安全方便些。”不过胡薇提醒，每周有清洁需求的家庭，充卡一定要找可靠的家政公司。

家政人员

去年才开始缴社保受伤也只能认了

今年50岁的谭阿姨，在成都做家政服务行业已经有10年时间了，进公司前与家政公司签署后劳动合同，做了一些相关培训就上岗了。但是，谭阿姨透露，虽然工作了这么久，所在家政公司从去年开始才帮她和同事缴纳社保。“因为不太识字，劳动合同条款的内容也没仔细，反正就一直没有缴纳社保，后来跟领导说了好几次，从去年开始每个月缴纳社保，从我们每个人工资里去除249元。”

谭阿姨坦言，自己也不清楚社保具体作用，只是觉得年龄大了，这好歹是个保障，这个行业本身流动行就很大。“其实在工作中我也受过伤，但是公司都只是让我休息几天，医药费报销基本没有，好在都是小伤，也没想过是工伤之类的，毕竟那会都没有交社保，报销也不知道找谁。”

律师讲案

清洗窗户不慎骨折家政公司赔偿6万元

泰和泰律师事务所周冬平律师告诉记者，之前在处理案件时，遇到过因公司未缴纳工伤保险所产生的纠纷事件。王某是农村到城市务工人员，在成都某家政公司上班，根据家政公司的安排到雇主家中清洗窗户玻璃。

2016年3月，王某到一家雇主清洗窗户玻璃时不慎摔倒在地，导致左脚脚踝粉碎性骨折。因家政公司未为王某缴纳工伤保险，事发后家政公司垫付了所有医疗费用，但是拒绝另外支付费用。经鉴定王某为九级伤残。王某提起劳动仲裁申请，要求公司支付伤残补助金、一次性医疗补助、一次性就业补助、误工费、营养费等共计12万余元。经过公司与王某调解，最终公司向王某支付了6万元费用。

周冬平律师提醒，家政公司和家政人员存在劳动

关系，家政公司应为劳动者缴纳工伤保险，在工作中出现意外受伤应为工伤，按照《劳动合同法》、《工伤保险条例》规定，若家政公司未依法缴纳保险的，应承担工伤赔偿。要求公司缴纳社会保险，是员工的基本诉求，家政人员切不可忽略这点，必须要求公司履行保险缴纳事宜。

特别提醒

私下雇佣和转账不可取

天府早报记者在网上咨询成都几家家政公司，均表示如果通过家政公司，在顾客家出现意外，都全权由家政公司承担责任，但前提是雇佣和转账都得通过公司，私下对接，家政公司则不负责。

对此，周冬平律师表示，雇主通过家政公司寻找服务人员时，没有乱指挥，或者侵害保洁合法权益，又是和公司达成协议的，出现意外，雇主一般都没有责任。但如果雇主自己单方找的保洁，没有通过公司，雇主是主要责任方，如果家政人员接私活，则家政公司不承担在此过程中受伤的责任，这不是工伤。在此情况下适用《侵权责任法》规定，由雇主承担责任，若受雇者存在重大过失的，自身也将承担一部分责任。

周冬平律师提醒，市民在雇佣短期临时工时，应注意合理合法地安排工作，要尽到告知义务，积极配合受雇者开展工作，特别需要注意各方的人身和财产安全，避免发生意外事故。并且，建议市民与正规的家政公司签订协议，在明确各方权利义务后方允许家政人员进屋开展清洁打扫工作。双方签订的协议应要求家政公司派出与之建立了劳动关系的员工，且公司已为其缴纳了工伤保险，避免发生意外事故后家政公司不承担工伤责任。

找家政服务切记签合同

为保护消费者合法权益，12315指挥中心发布消费警示，家政服务要签合同，不要选择“野家政”。

据了解，目前，消费者对家政服务反映较多的问题主要是：个别不规范的家政公司以提供一次完善的“免费服务”为诱饵，吸引消费者购买数百元的服务卡，之后便降低服务质量，甚至拖延上门时间、减少服务次数。还有个别不正规的家政服务公司不仔细核

实服务人员的身份、来源，甚至不检查健康状况就将其派到消费者家中，出了问题就关门大吉或是改头换面。

鉴于此，12315指挥中心提醒消费者，选择家政服务要看其是否具备合法经营资格，服务人员是否具备健康证、工作证等，要尽量选择信誉好、服务规范的家政公司，而不要选择“野家政”。需仔细阅读家政服务协议，看清条款。索要发票、留存协议等有效凭证，不要与家政服务人员签订“私约”，避免出现出问题后投诉无门。对高空作业要问清家政公司是否为其服务人员购买人身保险，以免出现纠纷时自担后果。

找家政人员 这些要注意

观察言谈

在具备相关资质的正规家政公司找家政人员，也要向家政公司问清楚家政人员的姓名、性别、家庭背景、教育程度、工作经历等基本信息，还要看看家政人员是否具备身份证、健康证和从业资格证，最好与家政人员面谈，观察家政人员的言谈举止。

签订合同

明确服务内容、时间、价格、标准，遇到纠纷和突发事故，可以依据合同维权。在签合同时，要问清家政公司是否为家政人员购买保险，以免一些高空作业发生意外事故后不好解决。

明确需求

请家政人员要看自己家庭需要哪方面的，是做饭、照顾孩子老人，还是家居保洁。要根据需求来挑选合适的家政人员。这样家政人员能发挥特长，雇主也会满意，双方相处比较融洽，不容易产生摩擦和纠纷。

提高警惕

在家政人员提供服务期间，如果发现有擅自离岗、带其他人进入家中、经常打听雇主家隐私、向外人泄露雇主家信息，或家中物品常变换位置、甚至无故消失等不正常现象，要提高警惕，向家政公司要求换人，情况严重时应及时报警。（天府早报）

如何规避搬家“陷阱”

北京市海淀区郑先生近日通过网络预约了搬家服务，并与商家谈好使用1辆大车、2名工人，价格为900元。搬家当日，商家派来2辆小货车，并称因限行改用小货车，郑先生表示理解。可到搬家目的地后，对方突然以车辆增加为由提出加价要求，否则拒绝继续施工。郑先生虽然提出异议，但最终还是多付了300元。

从各地消协组织受理的投诉情况来看，搬家公司存在以下“陷阱”：

一是用低价格吸引顾客，提供服务时再坐地起价。搬家公司一般是按照一车几百元不等来收费，但部分搬家公司会在消费者询问价格时打出“低价牌”，到现场则以各种理由要求加价。此外，“一车变两车”现象普遍。

二是为收“加车费”，车厢暗设夹层。很多消费者有这样的疑问，明明东西不多，怎么就需要装两车呢？事实上，搬家公司使用的基本都是厢式货车，个别搬家公司为了收取“加车费”，在车厢里做起了文章，通过设夹层缩小车内面积，原本一车就能装下的东西需要两车或另加小车才能装下，从而变相加价。

三是家电都按大件收费，加钱名目繁多。搬家公司在与消费者沟通时，往往简单告知钢琴、衣橱等大件要额外收费，但在实际搬运过程中，尺寸稍大的



▼ Focus

很多消费者有这样的疑问，明明东西不多，怎么就需要装两车呢？事实上，搬家公司使用的基本都是厢式货车，个别搬家公司为了收取“加车费”，在车厢里做起了文章，通过设夹层缩小车内面积，原本一车就能装下的东西需要两车或另加小车才能装下，从而变相加价。

电视机、冰箱、洗衣机等家电，一律划为大件计费。不仅如此，楼层高了要收楼层费、书本多了要收超重费、车辆停放远了要收费、天热再额外收取辛苦费。

四是预约不签合同，搬完不开发票。市面上不乏临时搭班子的搬家公司，现找搬运工人。消费者打电话咨询时，公司承诺会签合同，但搬家时会以各种说辞拒签，收费时不开发票或收据，就是为了出现问题时推脱责任。

为避免遭遇搬家“陷阱”，中国消费者协会提醒消费者：

选择正规公司。先通过电话或网络查询搬家企业注册登记情况，尽量选择有明确登记信息、固定经营地址的正规搬家公司。

商定费用细节。从哪儿搬到哪儿、具体楼层、有无电梯、有什么物品、家具是否需要拆装、有无单独收费项目、是否签合同、是否开具发票等，确保搬家公司不会以各种理由加价。

检查搬家车辆。看车厢是否被人为加厚、车厢内是否有夹层等，在装车时也要督促物品的摆放，避免内松外紧浪费空间。此外，还要做好监督，在搬运过程中不要离开现场，以免丢失物品后无法厘清责任。

签订正式合同。预约时提前声明，不签合同不付费，合同条款签得越详细越好，搬完家索要发票或收据。一旦发生纠纷，应保存好证据并及时向有关部门投诉，以便问题得到及时有效的解决。（人民日报）

夏季空调扇选购指南

连续的高温，让家电卖场里的降温类产品持续热销。

对于电扇而言，无论是空气循环扇、无叶风扇还是传统风扇，降温都是通过带走部分体温以及促进汗液挥发来降低温度。在风扇吹久了之后，最明显的问题就是感觉吹出来的风都是热风。

对于空调而言，百平米的房子要想实现空调的全覆盖需要的花费比较巨大，同时也会造成很多不必要的浪费。

因此，除了空调和电扇外，空调扇也被越来越多的消费者接受，成为抢手货。

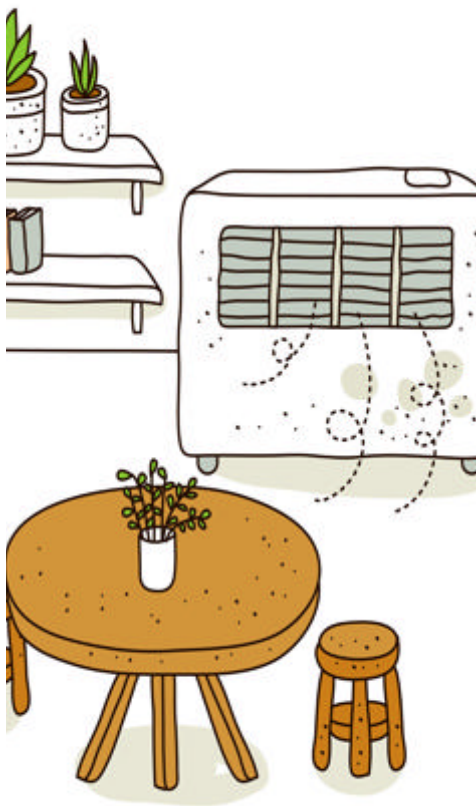
什么是空调扇

空调扇，顾名思义就是既有空调的特性也有风扇的特点。空调扇的好处我们都知道一些，空调扇吹出来的风，不是空调的干冷的风而是清爽的自然风。

空调扇的外观设计偏向于空调。和风扇差别最大的地方就是空调扇带有可以添加水和冰块的水箱。

用户通过在水箱中加冰和水，风扇吹出的风是冷水带走部分热量的空气，通过水的吸热和空气流动来带走多余的热量，一般而言，空调扇能够做到降低室温5到6度。

也因此，空调扇吹出来的风比一般风扇的风要清凉和湿润，相对而言，空调扇的价格也较一般风扇要昂贵。



空调扇优缺点对比

优点：比普通风扇温度降低5-6℃左右，低耗电，价格中等偏下，有的产品也有暖风作用和加装负离子功能，体积小，移动方便。比一般风扇稍微凉快，比空调耗电小，带有各种功能（负离子/暖风等），方便移动。

缺点：使用范围小，降温效果不明显，使用步骤比较麻烦，需要更换水/冰。对于大面积制冷效果不是很好，没有除湿功能，温度高的地方不好用，使用时还增加空气中的湿度。

怎样让空调扇更“健康”

1、注水时尽可能使用纯净水，可以减少在冷凝过程中滋生细菌。另外，水槽中的水要经常添加、定期更换。

2、空调扇长时间运行后，灰尘、污物的阻塞会影响到过滤网、风帘的风量和制冷效果，最好每两周清洗一次。

3、使用空调扇时距离不宜过近。如果有必要，可以考虑配合使用一些除湿剂或除湿设施。

如何选购空调扇

1、看空调扇外观和做工注意检查查看产品是否分别注明了产品品牌、产品型号、厂家名称及地址、出厂日期等重要信息。产品外观是否完好，优质的空调扇具有用料考究、做工细致、造型流畅等特点。

2、看空调扇合格证保修卡要看清商品是否具备3C标志，合格证、保修卡、使用说明书一样都不能少。

3、空调扇的制冷方式，根据实际需要选择。水帘式制冷方式的优势在于体积小、价格低、耗电量低。水泵式制冷方式的噪声小、制冷均匀，但价格较高。如今又出现了冰晶蓄冷的空调扇，其降温能力更强。

4、好的空调扇具有负离子氧吧功能和光触媒材料，能对室内空气进行除尘过滤、净化，符合现代健康环保的要求。（人民网）

炎炎烈日如何选对遮阳伞

夏天的太阳火辣辣，刚刚养白没多久的皮肤，又要面临被晒黑的“危机”，防晒的工作迫在眉睫，夏日比较管用的“防晒武器”就属遮阳伞了。不过，该如何挑选遮阳伞才能起到较好的防晒效果呢？

首先要看遮阳伞的防护等级。杭州天堂伞业集团副总经理陈晓雷在接受浙江在线采访时表示，买遮阳伞关键要注意伞骨架的内侧是否有卷标写明是抗UV（即紫外线）的。按照国家质检总局颁布的《纺织品防紫外线性能的评定》规定，只有UPF（即紫外线防护系数值）大于30，并且UVA（即长波紫外线）透过率小于5%时，才能称为

防紫外线产品。

其次要看遮阳伞的涂层。国家纺织制品质量监督检验中心主任王宝军在接受《科技日报》采访时表示，涂层是衡量伞防紫外线效果的关键，伞的涂层无论是在内侧还是外侧，同样都有防紫外线的效果，不过涂层在伞内侧的更好，因为在外侧容易磨损脱落。此外，还要看面料，通过常年测试，伞面较厚且紧密的防紫外线性能好，涤纶面料要比棉、丝、尼龙的更好。另外，织物的颜色与紫外线防护性能也有关，在同等条件下，颜色越深的织物抗紫外线性能越好。

买伞时在没有仪器测量防紫

外线效果的情况下，有一个判断遮阳伞的防紫外线效果的小窍门。据《科技日报》报道，撑开伞对着灯光查看伞的透光性，相对来说，如果阻挡灯光的效果好说明其防紫外线的效果也大致不错。

需要注意的是，生活中人们经常买一把遮阳伞既遮阳又挡雨。那么，遮阳伞可以这样一伞两用吗？华龙网介绍，雨水对防晒涂层有腐蚀作用，为了保持遮阳伞的防晒性能，一定要将其和雨伞分开用。如果伞面脏了，可以用软刷蘸清水轻轻刷洗，而不能用手搓洗，且不要过于频繁地进行清洗，否则也会影响遮阳伞的防晒效果。（人民网）

银行卡遭“克隆”，究竟谁来担责？

【案情】

原告吴某向某法院提起诉讼称，原告收到某商业银行发来的短信，告知其已分八次从银行卡取走资金12700元，吴某随即报警。经交涉，原告得知其银行卡没有防盗芯片，遂被人“克隆”冒充取钱了，其间原告未有遗失银行卡和密码的行为；且银行也未及时通知原告换取防盗芯片银行卡，导致原告作为储户利益受损。

被告某商业银行辩称：原告银行卡上的储蓄资金被他人盗取的后果应由原告自行承担，或由犯罪分子承担。该案的主体责任是不法分子所为，只有把不法分子找出，才

能明确被告对原告银行卡密码信息被泄露是否有责任，请求法院驳回原告诉讼请求。

【说法】

法院经审理分析认为，吴某办理银行储蓄卡并设置了密码后，应对银行卡及密码有妥善保管的义务，特别是交易密码本身是用户自行设定的，具有私有性、唯一性、秘密性，密码的使用直接表明交易者身份的鉴别及对交易内容的确认，起到数字签名的功能。而吴某在公安机关的调查笔录中承认该卡绑定过微信和支付宝，并曾支付过。由此可见，吴某主观上存在对银行卡信息和密码的保管存在疏忽

大意、未尽合理安全保管的义务，对于自己的存款被他人以克隆卡提取的损失应承担一定的责任。法院根据双方过错责任的大小作出判决：储户吴某对其存款被他人冒领应承担六成责任，被告承担四成的责任。

法官提示，消费者在大型超市用POS机消费要注意身边之人，谨防他人观察到手指按键的位置，窃取密码；不要随意点开非官方网站链接，防止木马网站窃取你的银行卡信息及密码；不要輕易告知你的支付码及手机支付18位数的支付密码；磁条卡用户应及时到银行更换防盗芯片卡。（人民日报）

夏季驱蚊 成分更重要

一到夏季，驱蚊产品迎来了销售旺季。市面上的驱蚊产品中既有传统的驱蚊盘香、驱蚊液、电热蚊香片，也有方便携带的驱蚊贴、驱蚊喷雾、驱蚊手环，更有新型电子产品电子灭蚊灯、驱蚊器等。品牌更是五花八门，六神、雷达、金盾这样的老品牌颇受消费者信赖，进口品牌也在逐渐增加，例如澳洲品牌Aerogard、日本品牌VAPE、泰国品牌Soffell。消费者在选购驱蚊产品时更加注重的是驱蚊效果和驱蚊安全。那么面对种类繁多的驱蚊产品，应该如何选择呢？

产品类型多样

炎热夏季我们在超市不难看见各式各样的驱蚊产品摆放在店内最显眼的位置，大致可以分为两大类，一类是传统的药物性驱蚊产品，主要是驱蚊盘香、固体蚊香、液体蚊香、电热蚊香片等。另一类是用于户外方便携带的产品，以驱蚊为主，有驱蚊手环、驱蚊贴、电子手表驱蚊器、驱蚊喷雾等。当然还有一些新型电子产品，例如电子驱蚊灯、超声波驱蚊器。

很多消费者在选购驱蚊产品的过程中，主要顾虑的就是它的安全性和效果。我们在驱蚊产品的主要成分中不难看到以下一些成分：避蚊胺、驱蚊酯、派卡瑞丁、柠檬桉叶油、红没药醇、薄荷提取物、甘草香茅油、天竺葵精油、葡萄籽油、拟除虫菊酯等。

那么这些成分究竟能否达到驱蚊的效果呢？目前已经通过了

美国环保总局EPA审核认证的、安全有效的驱蚊成分，可直接作用于皮肤的有效驱蚊成分为避蚊胺、驱蚊酯、派卡瑞丁、柠檬桉叶油；此外，天然驱蚊成分包括香茅油、天竺葵精油、葡萄籽油等；灭蚊成分是拟除虫菊酯。市面上只要不含这些驱蚊（灭蚊）成分的驱蚊剂，基本效果不佳。

有效成分有讲究

我们平时用的蚊香包括盘式蚊香和电蚊香，盘式蚊香的有效成分各种菊酯类杀虫剂，其烟雾能麻痹蚊虫的神经从而达到灭蚊的目的。电蚊香分为蚊香液和蚊香片，原理都是通过加热的方法散发出拟除虫菊酯。但是蚊香燃烧时气味较大，并且烟里含有4类对人体有害的物质，即超细微粒——烟尘（直径小于2.5微米的颗粒物）、多环芳香烃（PAHs）、羰基化合物（如甲醛和乙醛）以及苯等致癌物质，因此不建议给婴幼儿使用，孕妇、老年人或是哮喘病人也应尽可能避免使用。

相对于盘式蚊香来说，蚊香液的气味要淡很多，刺激性也较小，但无论是盘式蚊香还是电热蚊香液，里面都含有菊酯，菊酯是一种农药，对婴幼儿和孕妇都会产生危害。

除了蚊香，其他一些用于户外方便携带的驱蚊产品之所以有效是因为其中含有驱蚊的化学成分。目前较为常见的四种驱蚊成分包括避蚊胺、驱蚊酯、埃卡瑞丁、柠檬桉叶油，最为有效的化

学成分就是避蚊胺。

浓度决定有效时间

当然不同浓度的驱蚊液和驱蚊喷雾驱蚊效果是不一样的：比如当驱蚊液DEET浓度为5%–10%时，驱蚊时效是3小时；浓度为15%–20%时，驱蚊时效是8小时；当DEET浓度在30%–35%以上时，驱蚊时效是12小时。而驱蚊喷雾DEET浓度为19%时，驱蚊时效是3小时，浓度为23%左右的是8小时。

目前市场上还出现了一些标榜着“纯天然”的驱蚊手环、驱蚊贴，受到妈妈们的喜爱，其主要成分为柠檬桉叶油、香茅精油、天竺葵精油等植物精油，但是驱蚊手环和驱蚊贴只能起到局部范围的保护，不能提供全身防护。值得注意的是，根据国务院发布的《农药管理条例》中的相关规定，只要宣称了“驱蚊”、“灭蚊”的产品就纳入了该条例管理的范围，产品必须取得农药登记证号并在包装上标注毒性才能上市。

夏季在户外长时间活动，尽量减少皮肤的暴露，对于驱蚊产品可以选择驱蚊液类的产品，如驱蚊花露水、驱蚊喷雾等；像活动范围小或者夜间睡眠可以选择蚊香或者用蚊帐进行物理防蚊。在购买驱蚊产品时一定要购买正规厂家的产品，看好主要成分，可以在购买后登录国家农业部的网站或微信关注“中国农药”，输入包装上的农药登记证号，即可查询产品的农药标签。（北京商报）

夏天吃海鲜防三大隐患

夏天到了，鱼类、甲壳类和软体类等海产品的消费旺季也到了。水产品富含优质蛋白质、脂类、维生素和矿物质。其中，蛋白质含量为15%~22%；碳水化合物含量较低，约1.5%；脂肪含量为1%~10%；含有一定数量的维生素A、维生素D、维生素E、维生素B1、维生素B2和烟酸；矿物质中以硒、锌和碘的含量较高。中国居民膳食指南建议成人每天平均摄入水产品40克~75克。

水产品安全隐患要留意

水产品的营养这么丰富，但也有一些安全隐患，需要我们多加留意。

1. 腐败变质 鱼类营养丰富，水分含量高，污染的微生物多，且酶的活性高，容易发生腐败变质。假单胞菌属、产碱杆菌属等细菌在适宜的温度条件（20℃~30℃）下繁殖很快。当鱼死亡后由于鱼体内细菌和酶的作用，使鱼体出现腐败，表现为鱼鳞脱落、眼球凹陷、腮呈褐色并有臭味、腹部膨胀、肛门肛管突出，鱼肌肉破裂，并与鱼骨分离。

2. 病原菌污染 海产食品最易受到副溶血性弧菌的污染。副溶血性弧菌主要存在于近岸海水、海底沉积物和鱼、贝类等海产品中。像墨鱼的带菌率可高达93%。带鱼、黄花鱼、虾、蟹、贝和海蜇带菌率也很高。7月~9月是副溶血性弧菌中毒的高发季节，男女老少均可发病，



▼ Focus

选购时到正规的超市或市场购买鲜、冻水产品。购买时观察其色泽是否正常，组织状态和肌肉是否紧密有弹性，再闻气味是否正常。处理和存放食物时，将生的食品与已经做熟的食物分开放置。

青壮年感染概率更高。副溶血性弧菌中毒发病急、潜伏期短，以脐周阵发性绞痛为特点，粪便多为水样、血水样、黏液或脓血便。病程3天~4天，预后良好。

3. 寄生虫感染 在自然环境中，有许多寄生虫是以淡水鱼、螺、虾、蟹等作为中间宿主，人作为其中间宿主或终宿主。在我国常见的鱼类寄生虫有华支睾吸虫、肺吸虫等。华支睾吸虫的囊蚴寄生在淡水鱼体内。肺吸虫的囊蚴常寄生在蟹体内。当生食或烹调加工的温度和时间，没有达到杀死感染性幼虫的条件时，可使人感染这类寄生虫病。

如何安全食用水产品

选购时到正规的超市或市场购买鲜、冻水产品。购买时观察其色泽是否正常，组织状态和肌肉是否紧密有弹性，再闻气味是否正常。处理和存放食物时，将生的食品与已经做熟的食物分开放置。处理生的食物要有专用的设备和用具，例如刀具和砧板。使用器皿储存食物，避免生熟食物互相接触。加工烹调应做到烧熟煮透。食用凉拌水产品，应将其清洗干净后，用沸水焯烫数分钟，以杀灭副溶血性弧菌和寄生虫。

小贴士

如果有未加工的水产品，请放置冰箱冷冻室保存，保持-18℃以下。如果有未食用完（已经烹调熟）的水产品，请放置冰箱冷藏室保存，保持4℃。再次食用前，一定要充分加热（中心温度要达到70℃以上）。

选购食品，看清名称很重要

超市里的食品琳琅满目，有些食品名称看上去很像，但实际是完全不同的食品。广州市食品药品监督管理局的专家提醒，消费者在挑选时应仔细阅读食品标签，避免选错、买错。

果脯 ≠ 果干。

果干制品是经过干燥后的水果，在此过程中，会损失掉部分维生素B族和维生素C，但矿物质和糖被浓缩，含糖量通常可达60%—80%。果脯是水果加糖煮制后再加糖腌渍而成，维生素和钾、铁、锰、锌等矿物质含量远不及果干，营养素密度低。

营养麦片 ≠ 燕麦片。

一般来说，原味麦片的配料表里百分百是燕麦。而“营养麦片”，其配料表相对比较复杂，除了燕麦，还加入了别的食材，比如小麦、大米、玉米粉、糖精等，这就使得燕麦片的比例下降，部分“营养麦片”中燕麦片的含量仅有5%，这些麦片里往往还会加入植脂末和香精。所以，最好还是选择纯燕麦片。

爆米花 ≠ 玉米。

现在市面上销售的爆米花，里面几乎都有氢化植物油的身影。这种爆米花含糖量高、脂肪含量多、热量高，有的还会添加色素以及各种香精，做出五颜六色、各种口味的爆米花，不是健康零食，大人孩子都要尽量少



▼ Focus

如果商品名称是“酸奶”“发酵乳”“酸牛乳”“酸酪乳”等名称，一般指的是酸奶。而如果是“酸酸乳”“乳酸菌饮料”“风味发酵乳”等，往往不是真正的酸奶，而是乳酸菌饮料。从营养价值来说，酸奶的乳含量越高越好，建议尽量买乳含量大于85%的酸奶，乳含量太低的可能是调味酸奶等“花样”酸奶。

吃。

乳酸饮料 ≠ 酸奶。

如果商品名称是“酸奶”“发酵乳”“酸牛乳”“酸酪乳”等名称，一般指的是酸奶。而如果是“酸酸乳”“乳酸菌饮料”“风味发酵乳”等，往往不是真正的酸奶，而是乳酸菌饮料。从营养价值来说，酸奶的乳含量越高越好，建议尽量买乳含量大于85%的酸奶，乳含量太低的可能是调味酸奶等“花样”酸奶。

果醋饮料 ≠ 果醋。

优质的“发酵苹果醋”，可用来凉拌菜肴，或餐后稀释饮用，对健康有益。目前市场上很多所谓的苹果醋并不是醋，而是甜饮料，是用苹果汁加醋酸制成，有的产品甚至用醋和苹果味香料勾兑而成。有的为了调节口感，加了很多糖，营养价值比较低。

巧克力 ≠ 黑巧克力。

从营养价值来说，黑巧克力 > 牛奶巧克力 > 白巧克力及其他巧克力加工产品。黑巧克力含较多可可粉（或称可可固体），含有较多黄烷醇。黄烷醇是一种抗氧化的黄酮类化合物，可能有助于降低血压、血脂，减少心血管疾病与老年记忆退化的风险。另外，选巧克力还要远离“代可可脂”，此类巧克力不论是口感还是营养价值都大打折扣。（人民日报）

眼花缭乱的牛奶，该给孩子喝哪种？

牛奶是人体获得钙和蛋白质的重要食物来源，喝牛奶是生长发育期儿童每天的“必修课”。现在，市场上的牛奶产品琳琅满目，高温灭菌奶、调制乳、营养强化奶……哪一种才能让孩子喝出健康？

高温灭菌奶、调制奶也有营养

有人说高温会使牛奶中的营养成分消失殆尽，所以要给孩子喝巴氏灭菌奶，且不能将牛奶加热到太高温。事实上，高温处理对蛋白质和钙的影响不大，无论采用高温灭菌还是巴氏灭菌的牛奶，其蛋白质和钙的营养价值差不多。但是，高温杀菌会在一定程度上破坏牛奶中的B族维生素，如维生素B2。

如果想喝热牛奶，建议加热温度别超过75℃，这样可最大限度避免牛奶中营养成分的流失。

还有人说调制乳是“勾兑”而成的，营养价值很低。其实，调制乳的营养价值不一定不高。有些调制乳中加入了益生菌，而益生菌的营养和健康价值得到业界公认。所以家长们购买调制乳时需注意查看配料表，理性判断。

有些家长担心调制乳含糖量高，事实上，纯牛奶中也含糖，每100克牛奶中含有乳糖5.05克。家长们选购调制乳时



需注意产品配料表中葡萄糖、蔗糖等添加糖的含量，建议儿童每天添加糖的摄入量不超过25克。

营养素强化奶要按需选择辨别

从高钙奶到高维生素奶，近几年越来越多的营养强化奶进入市场。然而，这些营养强化并非都有意义，家长们购买时要擦亮双眼。

强化维生素D很有意义。纯牛奶中的维生素D含量非常少，每100克牛奶中只有0.1微克维生素D。中国营养学会2013年发布的膳食营养素参考摄入量中，建议0~64岁的人群每天摄

入10微克维生素D。也就是说，如果靠喝纯牛奶补充维生素D，每天要喝10千克。因此，建议家长们给孩子购买强化维生素D的牛奶。

适量饮用强化维生素A的牛奶。维生素A对于儿童免疫功能的影响非常大。每100克全脂牛奶中约含有24微克维生素A，正常情况下，200克牛奶可为儿童提供每日所需的20%的维生素A。

强化钙的吸收率不高。牛奶的含钙量很高，每100克牛奶中约含有113毫克钙，再添加钙意义不大。此外，牛奶中的强化钙多为碳酸钙之类的钙剂，吸收率远不如原生乳钙，所以父母们没有必要让孩子喝强化钙的牛奶。

注意牛奶中的脂肪和乳糖

每100克牛奶中的脂肪总量约3.27克，其中饱和脂肪约1.865克，而中国营养学会推荐儿童每天饱和脂肪摄入不超过10克。如果每天喝500克牛奶，所摄入的饱和脂肪就基本达到每日限量，没剩下多少配额给肉类、烹调油了。因此，从饱和脂肪限量的角度，建议家长们给5岁以上的孩子喝低脂牛奶。

有些儿童对乳糖不耐受，喝牛奶容易出现腹泻等症状。对于这些孩子，父母们可为其选购酸奶或零乳糖乳制品；如果孩子想喝牛奶，可少量多次或佐餐饮用，且不要空腹喝。（中国妇女报）



海淀工商、消协联合 组织开展老年消费宣讲活动

随着我国老龄化社会进程的加快，老年人在社会人口中所占的比例越来越大，而老年人作为特殊的消费群体，由于防范意识较弱、维权能力较低，于是成了一些不法商家忽悠、欺骗的对象，给心理、身体和经济上造成很大的损失。为此，海淀工商分局、海淀区消费者协会联合组织开展老年消费宣讲活动，为学院路街道展春园社区的80余名老年人现场普及消费维权知识。

此次活动主讲人，结合丰富的执法办案经验，通过生动的案例，讲授七天无理由退换货商品、预付费办卡、“忽悠”老年人购买保健品等常见的消费陷阱，解析消费维权注意事项，用幽默诙谐的语言，切实有用的消费知识，赢得在场老年人的阵阵掌声。

本次活动以深入街道、深入社区的形式向老年人讲授普及法律知识与消费权益保护常识，最后为老年人提供咨询服务，现场解答社区群众提出的各种问题，在场的老年人提出了很多关于如何维权的问题，主讲人都耐心地一一进行解答，提高了老年人理性消费、理性维权的意识，此次活动深受老年人欢迎，取得良好社会效果。





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