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

2019.第1期
01
总第76期

品质消费 美好生活
——北京市消协2018年工作回顾

P12 北京消协对电商平台合同成立条款开展调查
P18 莫让宽带提速卡到物业管理上
P30 春节消费 请警惕消费陷阱
P42 教你3招挑选进口葡萄酒

北京消协获得“2018消费维权宣传突出贡献奖”

12月11日，由中国消费者报社、中国消费网主办的2018中国消费·维权高峰论坛在京举办。市场监管总局副局长秦宜智出席论坛并做主旨演讲，市场监管总局有关司局、中国消费者协会、国务院发展研究中心市场研究所、北京市法学会等单位的有关专家学者，围绕“引领质量提升 改善消费环境”主题，多角度解读“强化质量意识，践行消费者至上”理念，探索多元化解决消费纠纷机制，提振消费信心，营造安全放心的消费环境。

本次论坛是第三届中国消费·维权高峰论坛，也是市场监管总局组建后召开的首届中国消费·维权高峰论坛，论坛特别设置了2018消费维权宣传突出贡献奖和2018消费维权宣传优秀奖两个奖项，根据消费维权新闻在当地的传播力度、效果等指标，对在消费维权宣传方面做出突出成绩的消费者组织进行表彰奖励。

北京市消费者协会等十个消费者组织被授予“2018消费维权宣传突出贡献奖”。北京消协一年来认真贯彻党的十九大精神，坚决以人民为中心的发展思想，践行消费者至上的理念，坚持正确的舆论方向，扎实做好消费维权宣传工作，取得了显著成效，营造了良好的舆论氛围，为促进消费拉动经济增长做出了积极的贡献。会上，市场监管总局党组成员、副局长秦宜智，中国消费者协会副会长兼秘书长朱剑桥，中国消费者报社社长胡国强，为获得2018消费维权宣传突出贡献奖的消费者组织颁奖。

北京市市场监管局副局长张厚明参加了此次会议并上台领奖。

Prologue
卷首语

电商法是消费者的重大“利好”

《中华人民共和国电子商务法》1月1日正式实施，这意味着中国电商行业进入有法可依的时代，为规范行业发展迈出重要一步。然而，中国消费者协会公布的调查报告显示，对于电商法实施的意义，42.2%的受访者表示“不知道”。少数消费者甚至认为电商法会影响个人海外代购、微商的发展，加重消费者负担。这种看法无疑是失之偏颇的。

电商法规定，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、法人和非法人组织都属于电子商务经营者，应当依法办理市场主体登记，履行纳税义务。这意味着原本处于灰色地带的个人海外代购、微商将纳入法律法规的监管。短期来看，微商和个人海外代购税务成本、管理成本的上升可能会导致商品价格上涨，甚至一些代购、微商会退出市场。但是，我们要明白，从缺少规则、野蛮生长向透明化、规范化过渡，往往会有阵痛期。只有度过这个调整时期，整个电商行业才能走上更加健康的发展轨道。

一段时间以来，微商、个人海外代购不时爆出假货横行、虚假宣传、卷钱跑路、推卸售后责任等负面事件，究其根本是因为缺乏有效监管，行业准入门槛低，无实体店以及营业执照等信用支持，商家违约成本很低。中消协的调查结果显示，近一半消费者认为“假冒商品屡禁不止”是电商领域最突出的问题。只有加强监管，合理提升市场准入门槛，才能净化市场环境，淘汰销售假冒伪劣产品或欺诈消费者的商家，为真正有实力、能诚信经营的代购或微商提供公平的市场环境，从而让消费者放心购物。

电子商务的快速发展给消费者带来了便利，但也进一步加大了买卖双方在技术和信息上的不对称。电子商务经营者利用市场支配地位，购买“水军”刷好评、擅自删除评价、暗中搭售、利用大数据“杀熟”……严重损害消费者的知情权、选择权等合法权益。针对这些问题，电商法堪称一剂“对症良药”。现在，电商法对电子商务经营者做出了相关要求，电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或服务的具体信息、消费评价、押金退还方式等。对消费者来说，这些规定都是重大“利好”。

当然，电商法要求电商经营者依法办理市场主体登记、依法履行纳税义务等相关规定，也许会在一定程度上影响商品的价格，但当前一些电商平台的价格优势往往是以质量低、服务差为代价的。未来，随着经营主体的优胜劣汰，最终生存下来的一定是那些经营正规、服务规范的商户，电商商品质量将更有保障，充分竞争也会促进价格保持在合理区间，消费者不必过于担心价格问题。

电商法的出台是对整个电子商务行业规则的重塑，不仅对商家的行为做出规范，还明确了电商平台应有的责任和义务，给消费者网购“撑起了腰”。相信随着电商法的深入实施，消费者的合法权益将得到更有效的保护，网购会更加放心舒心。（人民日报）

罗珊珊

CONTENTS 目录

2019年1月
BEIJING CONSUMERS

P14 人大代表点赞北京营商环境优化，优化营商环境措施2.0版将发布

“在北京办企业，我们开心！”“企业更有获得感了！”“办理业务时发现处处都是惊喜”……在1月15日上午举办的优化营商环境专题座谈会上，人大代表纷纷点赞北京营商环境优化的成果，并为营商环境建设积极献策，相关委办局随后针对代表关切的问题进行回应。

卷首语

01 电商法是消费者的重大“利好”

本刊策划

04 品质消费 美好生活
北京市消协2018年工作回顾

热点关注

12 北京消协对电商平台合同成立条款开展调查
14 人大代表点赞北京营商环境优化
优化营商环境措施2.0版将发布

消费时评

16 是时候认真剖析ofo押金事件了
17 期待网络餐饮新规让外卖实现全方位监管
18 莫让宽带提速卡到物业管理上
19 警惕抢票加速包变成侵权包

案例点评

20 过失还是欺诈？一起家装纠纷处理的思考

工作研究

24 《预付费消费中的消费者权益保护问题》课题系列之二

消费提示

28 汽车膜选大品牌产品要找对渠道
29 滑雪消费要注意
29 蚕丝被选购小提示
30 春节消费 请警惕消费陷阱
31 淋浴房（屏）钢化玻璃消费警示
32 老年助行器质量安全消费警示
32 警惕“医疗旅游”骗局
33 寒假培训消费提示：培训陷阱多选择需谨慎
34 关于鲜、冻畜禽肉的消费提示
35 警惕选购燃气热水器

消费课堂

36 年关送健康，警惕这些保健品陷阱！
37 五招挑出好枸杞

P24 《预付费消费中的消费者权益保护问题》课题系列之二

本课题主要通过对全国消费者组织受理消费者投诉情况以及大数据专业机构监测的舆情数据进行研究分析，探讨当前预付费消费中存在的主要问题。

P38 营养品哪些是噱头哪些真有用？专家解读来了

蛋白粉、葡萄籽胶囊、有机食品、高钙奶、鱼油、海参、解酒药、酵素、儿童酱油、养胃饼干、初产蛋、黑糖、黑枸杞……这些东西完全没用吗?也不是!

38 营养品哪些是噱头哪些真有用？专家解读来了
40 用抢票软件背后的法律风险
42 教你3招挑选进口葡萄酒
42 如何正确给宝宝选择纸尿裤产品
43 选购、使用不锈钢制品有窍门
44 如何读懂预包装植物食用油标签

《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	北京市市场监督管理局
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　阎大海 何文军
执行主编	陈音江
采编部主任	李　君
执行编辑	陈　亮　刘海宏　舒　畅　赵　丽
图片摄影	杨连一　杜　颖
美术编辑	齐　琳
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	北京市丰台区广安路9号 国投财富广场6号楼3A02室
邮编	100073
电话	010-63361378
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxfz315@126.com

2019年 第1期（总第76期）
京内资准字1516 — L0060号

内部资料 免费交流

品质消费 美好生活

——北京市消协2018年工作回顾

2018年，北京市消费者协会在各级领导的关心下，在协会各理事单位、理事及社会各界的支持下，围绕首都城市发展战略及功能定位，结合消费发展变化趋势，把握消费维权着力点，创新消费维权体制机制，化解消费纠纷，优化消费环境，提升消费信心，不断提高协会的公信力和影响力。

这一年，市消协组织党员集中学习、召开会议近50次，开展各类主题活动20余次，党员干部谈心谈话50余次……

这一年，全市各级消协组织受理各类咨询投诉18.4万件，其中投诉8.7万件，办结8万件，为消费者挽回经济损失9000多万元……

这一年，市消协先后开展手机APP个人信息保护等7项消费调查，引导全市200余家企业主动向社会公开作出承诺……

这一年，市消协对净水器、扫地机器人、智能门锁、空气净化器等19类1000余种产品开展比较测试……

这一年，市消协接受中央电视台等20余家中央及市属媒体采访100余次，刊登报道协会工作信息1000余次……

这一年，市消协向社会赠阅《北京消费者》60000余册，“北京消协”微信在全国省级市场监管部门和消协排名中位居前50强……

这一年，市消协继续深化落实京津冀三地消协组织联席会议机制，开展京港、京澳两地消协组织间交流与合作……

领导关怀

2018年，北京市消费者协会在市委、市人大、市政府领导的关心下、在中国消费者协会的指导下，在市市场监管局的领导下，凝心聚力，真抓实干，为首都经济发展做出应有贡献。

2018年3月14日，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。市政府副市长殷勇、市消费者协会会长柳纪纲、市市场监管局局长冀岩参加会议并讲话。

2018年12月11日，由中国消费者报社、中国消费网主办的2018中国消费·维权高峰论坛在京举办。北京市消费者协会等十个消费者组织被授予“2018消费维权宣传突出贡献奖”。国家市场监管总局副局长秦宜智等领导为获得2018消费维权宣传突出贡献奖的消费者组织颁奖。

2018年5月24日，市消协会长柳纪纲出席大兴区人民法院邀请代表委员视察消费者维权审判工作暨征求意见座谈会，听取大兴法院的发展和改革情况，旁听消费者网上购物维权案件的庭审，并与工作人员交流座谈。

2018年8月29日下午，中国消费者协会秘书长朱剑桥在市工商局副局长、市消协副会长方葆青等有关同志陪同下到北京市消费者协会调研。朱剑桥充分肯定了北京市消协所取得的工作成绩。

协会建设

打铁还须自身硬。新形势下做好消费维权工作的首要任务和重中之重，是要立足于保持和增强自身的政治性，强化政治担当，抓好思想引领。市消协坚持每周组织全体党员集中学习，每月召开支委会研究当月党建、业务工作，每季度开展专题学习研讨。一年来，组织党员集中学习、召开会议近50次，开展各类主题活动20余次，党员干部谈心谈话50余次。

市消协党支部集中学习习近平总书记2018新年贺词，要求全体党员以总书记新年贺词为动力，认真谋划好2018年消保维权工作。

市消协党支部每周组织党员群众全体学习，每月召开支委会研究当月党建、业务工作，每季度开展专题学习研讨。图为市消协党支部召开组织生活会民主评议党员。

2018年3月27日至28日，市消协召开全市消协系统工作会。市消协及各区消协负责人就2018年“3.15”工作进行了总结与交流。

2018年5月25日，市消协组织开展“全国消协组织综合信息管理系统培训班”。中消协邱建国主任和技术工程师对改版后的综合信息系统进行详细介绍和讲解。

2018年11月19日，市消协党支部组织全体党员干部到中国国家博物馆参观 “伟大的变革——庆祝改革开放40周年大型展览”，共同感受我国40年来的巨变。

2018年5月30日，市消协组织部分党员干部观看了“护航新时代”国家安全展。通过参观，进一步增强了大家的安全责任感。

服务百姓

2018年，全市各级消协组织着力提高消费纠纷解决能力，全年受理各类咨询投诉18.4万件，其中投诉8.7万件，办结8万件，为消费者挽回经济损失9000多万元。为提升消费纠纷的处理效率，协会与部分企业建立了消费纠纷快速解决机制，发挥企业自主化解消费纠纷能力，减少行政资源投入；通过与行业协会、商会进行合作，市区两级消协先后在家居建材、机动车、电子商务等多领域成立了消费纠纷专业调解委员会，提高了解决消费纠纷的专业能力。

2018年，市消协先后召开四次投诉分析工作会。每次会议围绕近期受理投诉的案件类型、主要特点、难点问题进行集中分析。图为市消协召开2018年第四次投诉分析工作会。

市消协2018年多次面向全市消协系统工作人员举办消费维权培训班，邀请专家学者介绍消费维权法律和实务知识。图为市消协举办2018年第一次消费维权培训班。

2018年11月23日，市消协约谈ofo小黄车运营公司，就消费者反映退押金难等情况进行问询，并督促其尽快出台解决措施，恢复正常退款，保障消费者合法权益。

消协是消费者的娘家人。市消协积极拓展消费维权通道，切实为消费者解决纠纷。图为市消协工作人员正在受理消费者投诉。

2018年11月30日，市消协召开消费维权工作研讨会，邀请中国家电维修协会等7个理事行业协会代表，围绕化解消费纠纷、促进行业自律、推动社会共治等内容展开交流讨论。

市消协举办全市消协系统第二次法规维权培训会，邀请北京市电子商务法治研究会会长邱宝昌对《电子商务法》的适用范围、平台责任、合同认定等问题进行解读和分析。

社会监督

2018年，市消协以体验式调查作为协会开展社会监督工作的切入点，着重关注当前消费热点。一年来，市消协先后开展网站“砍单”调查、旅游消费调查、手机APP个人信息保护调查、定量包装商品调查等多项调查工作，聚焦网络购物、旅游消费、个人隐私保护等社会关注的热点问题。调查工作引起了立法部门的高度关注，取得了积极成效，为协会参与《电子商务法》、《北京市旅游条例》等法律起草工作提供了充足依据。此外，协会通过组织开展“诚信服务承诺”活动，引导全市200余家企业主动向社会公开承诺维护消费者权益措施，以形式广泛的公众监督，增强企业的自律意识和诚信意识，促进企业消费维权与服务意识的综合性提升。

市消协发布《2018年北京旅游消费体验式调查结果》。这是市消协自2016年开始连续三年开展北京旅游消费体验式调查。

2018年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。

针对部分电商经营者涉嫌侵犯消费者个人信息问题，市消协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。

2018年9月6日，北京市消协发布定量包装商品计量体验调查结果。

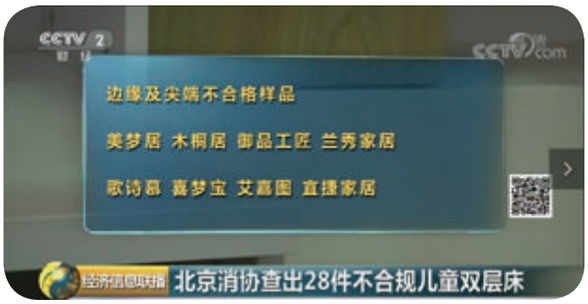
2018年8月3日，市消协召开“用科技创新提升社会监督效能”研讨会。

消费指导

比较试验是消协组织引导消费者科学、理性消费的重要手段，也是国际上各国消费者组织的通行做法。2018年，市消协紧跟当前消费升级特点，对净水器、扫地机器人、智能门锁、空气净化器等19类1000余种产品开展比较测试。在参考国内外标准及测试方法基础上，通过模拟消费者实际使用场景，对产品在日常生活中的实用性进行横向比较，为消费者选择产品提供有价值的参考建议。揭露驱蚊贴、驱蚊手环等一批无标准产品存在的夸大功效宣传、误导消费者的不良现象，警示了一批在产品与服务上存在问题的生产经营企业，督促了一批无视行业存在潜规则的行业组织。用客观数据与真实案例，指导消费者科学理性消费，促进相关行业的健康发展。

2018年10月24日，市消协召开马桶盖、空气净化器比较试验结果企业通报会。

市消协先后召开龙井茶、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。



2018年6月3日，市消协发布双层床产品比较试验结果，中央电视台、新华社等多家媒体进行了深入报道。图为中央电视台《每周质量报告》专题报道此次发布结果。

2018年8月26日，市消协发布纯植物蚊虫趋避剂比较试验结果，中央电视台等数十家媒体进行了报道。图为北京市消协秘书长杨晓军接受中央电视台采访。

针对家电售后维修业存在的乱象，市消协联合苏宁易购、格力、海尔、美的、海信等家电企业召开大家电售后服务规范化研讨会。

2018年10月15日，市消协召开锁具比较试验结果约谈会，向约谈企业介绍锁具产品比较试验总体情况。

消费教育

市消协与中央电视台、北京电视台、新华社、人民日报、北京日报等20余家中央及市属媒体建立了稳定联系，第一时间向公众传播协会观点。全年接受各类媒体采访100余次，刊登报道协会工作信息1000余次。2018年，央视《每周质量报告》栏目，先后播出4期用100分钟节目时长专题报道协会比较试验工作；央视《新闻直播间》、《特别关注》等新闻栏目对协会发布的工作信息做了40余次报道。人民日报报道了协会发布的定量包装商品调查结果，并对北京消协的工作予以肯定。315期间，协会参与了北京电视台315晚会节目策划，进一步提升消协品牌认知度。协会自媒体平台的建设持续加强，通过“一网一刊一微信”及时推送协会重点工作，拓宽消费教育渠道。协会宣传工作取得了良好成效，多次受到中消协表扬，并获得了“2018消费维权宣传突出贡献奖”。

2018年9月19日，中消协在京召开全国部分省市消协组织新闻舆论工作培训会。北京市消协秘书长杨晓军代表新闻舆论工作先进单位向全国消协组织介绍了工作经验。

市消协联合市市场监管、价格监管等部门开展“放心消费在社区”宣传活动月活动。图为市市场监管局副局长、市消协副会长方葆青在活动现场为消费者发放宣传材料。

2018年3月15日，市消协联合北京电视台、首都精神文明办等单位举办第三届“诚信北京”3.15晚会。图为市消协秘书长杨晓军在晚会上发出诚信宣言。

市消协联合国家家具及室内环境质量监督检验中心及红星美凯龙共同推出“绿色环保伴我行——实验室大讲堂”系列活动。

北京市消费者协会网站的板块设置进一步优化完善，方便消费者浏览查阅。

《北京消费者》月刊制作水平进一步提高，集中展示协会工作成果，并向社会发放60000余册。

“北京消协”公众号在全国省级市场监管部门微信公众号中排名前50强，在省级消协组织微信公众号中排名前列。

合作交流

2018年，市消协继续深化京津冀三地消协组织联席会议机制，推进三地消协组织间业务工作的深入对接。通过三地联合组织开展旅游消费调查、防盗门、锁具比较试验等工作，推动京津冀三地消协组织工作联动机制落到实处。积极开展京港、京澳两地消协组织间交流与合作。先后接待香港消委会总干事、澳门消委会执行主席来访，深入交流两地消协组织间消费维权工作经验，签订《京港消费者组织合作协议》，拟订《京澳消费者组织合作协议》，在京港、京澳消协组织间完善建立纠纷处理、信息共享、业务培训、交流互访等多个方面的合作机制，推动京港、京澳两地消协组织协同友好、互联互建。

2018年8月31日，北京市消费者协会会长柳纪纲在市消协会见香港消委会总干事黄凤娴一行。

2018年12月24日，北京市消费者协会会长柳纪纲在北京市消协会见澳门消委会执行委员会黄翰宁主席一行。

2018年11月30日，在中消协领导的陪同下，蒙古共和国竞争与消费者保护局主席勒哈格瓦·白木巴素仁一行到北京调研，并实地走访北京翠微百货商场，考察消费维权投诉纠纷处理情况。

2018年11月13日，由京津冀三地消费者协会联办的“护航美好生活——防盗门产业品质提升研讨会”在天津召开，京津冀三地消协在会上联合发布防盗门产品质量品质提升倡议书。

2018年4月26日，市消协与京东集团在知识产权日签署“保护知识产权 维护消费者权益”合作备忘录，共同致力于为保护知识产权、维护消费者合法权益，促进网络经济持续健康发展。

热点关注
HOT CONCEM

北京消协对电商平台合同成立条款开展调查

2019年1月1日《电子商务法》正式实施，北京市消费者协会第一时间依照《电子商务法》第49条关于电子合同成立的规定，对亚马逊、京东、苏宁易购、蜜芽网、当当网、唯品会、1号店、国美在线、聚美优品、酒仙网、天猫、淘宝、拼多多等十三家电商平台的合同成立条款开展调查。

2018年8月31日，十三届全国人大常委会第五次会议表决通过《电子商务法》，自2019年1月1日起施行。新颁布的《电子商务法》第49条第2款规定，“电子商务经营者不得以格式条款等方式约定消费者支付价款后合同不成立；格式条款等含有该项内容的，其内容无效。”《电子商务法》施行后，电商平台中关于以商家实际发货或发送邮件确认发货时合同成立等类似条款将明显违反上述规定。

2017年，北京市消费者协会曾开展电商“砍单”问题调查，部分网站利用格式条款规定，以商家实际发货或发送邮件确认发货时为合同成立。2018年11月8日，北京市消费者协会与北京市法学会电子商务法治研究会共同发表声明，督促广大电子商务经营者对标《电子商务法》有关规定，及时调整不合规条款，杜绝“砍单”行为。为了保障广大消费者的合法权益，督促电商经营者切实落实《电子商务法》的规定，北京市消费者协会于《电子商务法》正式实施后再次对电商平台的相关条款开展调查。

北京市消费者协会在2019年1月1日的调查结果显示，大部分电商平台在《电子商务法》正式实施前及时修改了相关条款，在合同成立条款中规定或补充了“当您作为消费者为生活消费需要下单并支付货款的情况下，您货款支付成功后即视为您与销售商之间就已支付货款部分的订单建立了合同关系。”等类似内容，但仍有苏宁易购、蜜芽网、当当网、聚美优品等四家电商平台并未按照《电子商务法》相关规定，及时修改协议条款，仍规定实际发货或发送发货确认邮件时合同成立。

北京市消费者协会认为上述四家电商平台在《电子商务法》实施后，仍然未及时修改合同成立条款，其条款内容违反了《电子商务法》的有关规定，侵害了不特定消费者的合法权益。对此，北京市消费者协会将督促电商平台修改相关条款，维护广大消费者的合法权益。

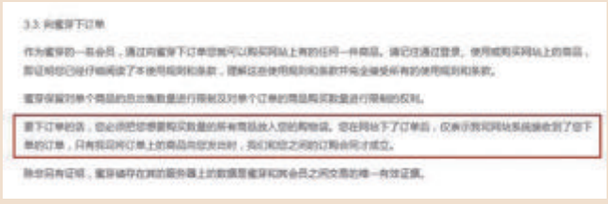
四家电商平台未及时修改协议条款

苏宁易购有关条款

《苏宁易购会员章程》第二十二条　订单成立规则：1、苏宁易购平台中展示的商品以及其价格、规格等信息，其性质仅为要约邀请，是商家希望您向其发出要约的意思表示；2、当您确定购买并成功提交订单时（您的订单内容应包含您希望购买的商品数量、价格及支付方式、收货人、联系方式、收货地址等信息），视为您向商家发出了购买订单商品的要约；3、系统将订单信息反馈至商家，经商家确认能够满足您的订购需求并向您发货（以订单状态为准）时，视为商家对您的要约作出承诺，此时您与商家之间就该已发货商品成立了合同关系；您可以通过查看系统显示的订单状态，了解您与商家之间的合同是否成立以及成立的时间；4、在商家与您的买卖合同成立之前，您与商家均有权取消相关商品的订单，订单取消后，您已支付的款项将退回您的付款账户。

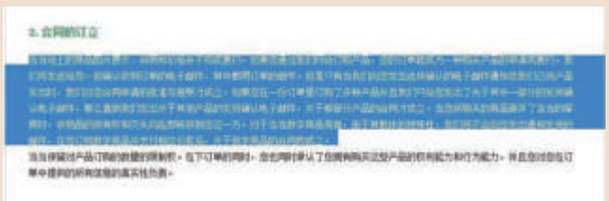
蜜芽有关条款

“要下订单的话，您必须把您想要购买数量的所有商品放入您的购物袋。您在网站下了订单后，仅表示我司网站系统接收到了您下单的订单，只有我司将订单上的商品向您发出时，我们和您之间的订购合同才成立。”



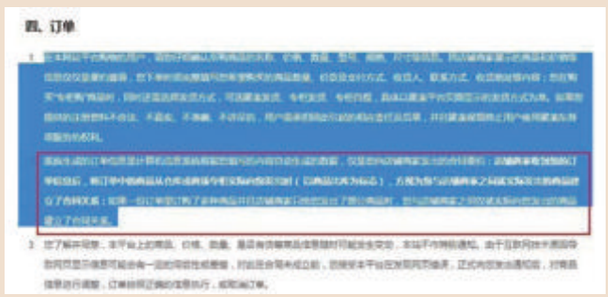
当当网有关条款

“当当站上的商品图片展示、说明和价格并不构成要约。如果您通过我们网站订购产品，您的订单就成为一种购买产品的申请或要约。我们将发送给您一封确认收到订单的电子邮件，其中载明订单的细节。但是只有当我们向您发出送货确认的电子邮件通知您我们已将产品发出时，我们对您合同申请的批准与接受才成立。如果您在一份订单里订购了多种产品并且我们只给您发出了关于其中一部分的发货确认电子邮件，那么直到我们发出关于其他产品的发货确认电子邮件，关于那部分产品的合同才成立。当您所购买的商品离开了当当的库房时，该物品的所有权和灭失风险即转移到您这一方。对于当当数字商品而言，由于其载体的特殊性，我们将不会向您发出通知发货的邮件，在您订购数字商品并支付相应价款后，关于数字商品的合同即成立。”



聚美优品有关条款

“系统生成的订单信息是计算机信息系统根据您填写的内容自动生成的数据，仅是您向店铺商家发出的合同要约；店铺商家收到您的订单信息后，将订单中的商品从仓库或商场专柜实际向您发出时（ 以商品出库为标志），方视为您与店铺商家之间就实际发出的商品建立了合同关系；如果一份订单里订购了多种商品并且店铺商家只给您发出了部分商品时，您与店铺商家之间仅就实际向您发出的商品建立了合同关系。”



人大代表点赞北京营商环境优化
优化营商环境措施2.0版将发布

“在北京办企业，我们开心！”“企业更有获得感了！”“办理业务时发现处处都是惊喜”……在1月15日上午举办的优化营商环境专题座谈会上，人大代表纷纷点赞北京营商环境优化的成果，并为营商环境建设积极献策，相关委办局随后针对代表关切的问题进行回应。

市人大代表、市委常委、常务副市长林克庆在座谈会上表示，北京在优化营商环境方面取得了很大成绩，获得了国内和国际充分的认可，但也面临压力，下一步还需要持续发力。

从会上了解到，按照计划，含金量更高的“9+N”2.0版的优化营商环境措施将于1月17日发布，将聚焦办理建筑许可、获得用水用气、纳税等领域，再推出一批短小精干、务实管用的改革举措，推动北京营商环境持续改善；促进民营经济健康发展意见也将出台，进一步扩大民营企业生产经营舒适度。

点赞

营商环境改善 企业获得感更强

“我亲身感受到营商环境的好转，幸福来得太快了！”市人大代表、北京格灵深瞳信息技术有限公司董事长兼CEO赵勇率先发了言。他说，相关部门为公司带来“服务包”，提出了很多有针对性的服务政策，例如公司员工将有机会参与公租房申请等，“让员工们在北京有了家。”

市人大代表、京东方科技集团股份有限公司显示与传感器件事业群资深研发总监王丹感慨：“我们真切地感受到了营商环境优化带来的便利！”她说，公司先期产品研发的部分资材需要进口，北京2018年推出17条提升跨境贸易便利化政策，破除海关管理原有的区域界限，降本提效、便利透明，通关时间大大缩减，相关业务的整体日程也缩短了一半，公司的研发效率因此大大提升。她还提到，在经济技术开发区管委会的支持对接下，京东方的先进技术实验室二期项目从土地招拍挂到取得施工许可，一系列流程缩短至4个月，为企业节省了大量前期成本。

市人大代表、北京丰顺工贸集团董事长兼总经理安钟岩对营商环境改善深有体会：“之前办企业得挨个部门跑，得盖20多个章，现在一天就能拿到执照，这速度快得不敢想！”

建议

降税也要降费 服务包更透明

在为北京营商环境优化点赞的同时，代表们也纷纷谏言，共提出了30多条建议，其中不少建议还有点儿“辣”。

市人大代表、北京柯瑞生物科技有限公司董事长齐清建议，医药行业不仅需要减税，也需要在减费方面获得更多支持。“药品5年后重新注册费用是2.9万元，比两年前减了半，这笔钱能彻底减免吗？”她建议，政府部门可与行业协会探讨可以减免的费用，让更多企业受惠。她还表示，企业在跨区域发展时，一边注销难、一边办执照难，相关部门的统筹工作要做好；此外，也得考虑企业“服务包”如何分配、如何做到公开透明等问题。

市人大代表、依文服饰股份有限公司董事长夏华也分享了类似的观点：“‘服务包’也应惠及传统的实体企业。”她希望，企业能在“走出去”、本土品牌发展、扶贫方面获得更多政策支持。

“我更关注在减量发展背景下，北京如何更好地留住企业、留住税源。”市人大代表、北京北斗星通导航技术股份有限公司党委书记、董事长周儒欣说。

在市人大代表、东城区工商联主席王曦看来，北京的夜间商业环境可进一步提升，特定街区可进一步营造小范围的商业环境。他建议政府部门可放权，交由社会中介机构、地方商会办理业务，帮地区业态提升。

措施

推进减税降费 改善融资环境

减轻企业税费负担、发挥好政府采购引导作用、财政资金支持中小企业发展和科技创新……在两个小时的代表发言环节，16位代表就营商环境问题各抒己见，抛出来了一个个问题，多数都得到了相关委办局的当场回应。

市财政局局长吴素芳回应称，2018年本市积极落实各项减税降费政策，包括降低增值税税率、改革个人所得税、扩大享受企业所得税优惠的小微企业范围、扩大企业所得税研发费用加计扣除范围、调整残疾人就业保障金征收上限等，为企业和社会减轻税费负担约400亿元。2019年，北京将继续落实好已出台的各项减税降费政策。

市发展改革委党组书记、主任谈绪祥坦言，本市营商环境改革与企业的期望相比仍有差距，特别是政策落地“最后一公里”问题依然突出。下一步，北京将深入实施优化营商环境三年行动计划，着力打造北京效率、北京服务、北京标准和北京诚信“营商环境四大示范工程”。对标国内外评价标准，“9+N”政策2.0版将正式发布，聚焦办理建筑许可、获得用水用气、纳税等领域。

“互联网+政务服务”将同时大力推行，本市相关部门将推动“网上可办”转向“全程通办”，推动更多的服务事项实现“全市通办”，实现80%的事项“一门”办理、70%的事项“一窗”分类受理。

在2019年，北京还将对小微企业和科技型初创企业实施普惠性税收减免，扎实推进增值税和个人所得税改革，确保企业社保缴费负担不增加。

此外，本市还将出台改善小微企业融资环境的具体政策措施，推出一批帮助民营企业融资纾困的硬招实招，用好纾困“资金池”，设立规模超过100亿元的市级融资担保基金。(北京日报)

是时候认真剖析ofo押金事件了

秦宁

一边是国内用户遭遇退押金难，一边是网友自曝假装外国人不但押金被秒退，还收到致歉信，这让本就处于风口浪尖的ofo，引起更多网友的关注。

据报道，有网友称，他假装自己是一个来自加州、在中国生活了两三年、中文不太好、做事喜欢上纲上线的外国人，抱着试试看的心态给ofo写了封投诉邮件，没想到ofo很快给他退了押金，还回复了一封英文邮件道歉。

ofo小黄车创始人兼CEO戴威曾表示，ofo将始终坚持用户第一的原则，通过技术革新和高效运维继续引领共享单车行业发展。而反观现实，就是这样坚持用户第一的？善待用户，这是企业的生存之道。如果对用户不真诚，做不到一视同仁，只会被广大用户抛弃。

其实，以老外之名，讨回押金，只是ofo押金事件中的一个花絮而已。ofo陷入危机由来已久，最受人诟病的就是押金退还。不久前，中消协公布《2018电商行业消费数据报告》称，随着共享经济部分企业频繁曝出挪用押金、企业倒闭、退款难等问题，共享经济的投诉量在2018年呈现上升趋势。可印证的是，ofo的投诉量暴增。日前北京青年报报道称，北京市民组团前往ofo总部退押金。后续是，“在ofo公司总部，排队要求退押金的用户已经从5楼排到了1楼”。押金难退，相当于撕毁了契约，对用户造成了难以预估的伤害。如此一来，还能赢得用户信任吗？

应该说，没有哪家企业在发展征程中始终一帆风顺。有问题不可怕，怕的是回避问题，更怕的是推三阻四，毫无诚心解决问题。

ofo押金事件仍在发酵，透过这一事件我们也许应探讨如何正视共享经济。作为一种新业态，共享经济有其价值，比如有人认为，共享经济不仅是在做加法，更是在做乘法，以此有效降低创业创新门槛，实现闲置资源充分利用，形成新的增长点，为经济注入强劲动力。此外，共享经济的人人皆可参与、人人皆可受益特点，有利于促进社会公平正义。在肯定共享经济的同时，监管部门应该审思，如何让共享经济趋利避害，更好地发挥效用。

面对企业问题丛生，监管一旦滞后，受损的不只是共享经济，更包括广大用户。以ofo为例，谁来管理押金，如何管理押金，押金如何及时、便捷退还用户？诸如此类的问题，有必要纳入监管部门的议事日程。最关键的是，通过行之有效的制度安排，防范企业乱用乃至吞噬用户的押金。目前，ofo押金事件已成为不容忽视的公共事件，无论中消协还是其他相关的部门，都应该及时出手，依法帮助广大用户维权，维护社会公平正义。

呼吁监管部门监管，并非唱衰共享经济，更不是一棍子打死共享经济。其实，针对新产业新业态，如电子商务、移动支付、共享单车等，国务院早就提出要实施包容审慎的监管方式。包容审慎，不是放任不管。在监管中稳步行进，在行进中遵纪守法，当共享经济发展壮大了，受益的是用户，也是企业。故此，认真剖析ofo押金事件，并通过制度设计减少损害，是时候了！（人民网）

期待网络餐饮新规让外卖实现全方位监管

斯涵涵

只有各方积极参与、依靠社会共治和监管方式创新，才有望促进食品产业高质量发展，确保“舌尖上的安全”。

据新华社报道，近年来外卖市场“井喷式”增长，但外卖美食的问题却不时遭到网友吐槽：怎么总感觉外卖菜量没有在饭店吃得多？为什么到手的菜品和线上的美食图片差太远？为什么餐盒里的菜感觉被人吃了一半？随着《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》1月1日起正式施行，这些问题都将一一找到破解方法。

这一办法规定，网络餐饮服务第三方平台提供者须建立并执行食品安全相关制度，应当对入网餐饮服务提供者的食品经营许可证进行审查，保证入网餐饮服务提供者食品经营许可证载明的经营场所等许可信息真实。通俗地说，就是要求平台入驻商家“绑定实体店”，那些挂羊头卖狗肉的“幽灵餐厅”再休想浑水摸鱼；加大平台的连带责任，扭转一些平台为了走量、抢占市场，对商家“睁一只眼闭一只眼”的默许态度；还要求送餐人员核对配送食品，保证配送过程中食品不受污染，给餐盒“上保险”……新规对网络平台、餐饮服务商、送餐人员以及各级监管部门的责任和义务均作了明确规定，并制定了相应的处罚条款，要求更加具体，也更具操作性。

数据显示，2016年全国餐饮收入3.58万亿元，其中网络订餐市场规模达3579亿元，占比约10%。而按国外网络订餐占餐饮收入30%计算，未来我国网络订餐市场或将是万亿元以上规模。庞大的新兴市场既欣欣向荣又鱼龙混杂，给监管带来了严峻挑战。

民以食为天，食以安为先。网络餐饮乱象不仅侵害了消费者权益，也严重危害公众健康。新规实施前夕，不少平台开始探索符合新规的管理办法，如推出“日常巡查＋定时抽检＋专线排名”制度，对整改不合格或者逾期不改者勒令下线；在部分地区试点使用“食安封签”，避免餐品在配送过程中受到二次污染；开通“明厨亮灶”线上直播试点等，这些措施有效化解了消费者的不少担忧与困惑，拓宽了食安监管的广度与深度，也说明非不能为，关键在于政府部门的监管力度与相关企业的理念革新。

新年新气象，新规新希望，网络餐饮新规擦亮食安监管之眼。有关部门在及时出台新规、填补法律空白、强化监管力度的同时，还要强化法规执行力，确保良法全面落实。要改变陈旧的监管理念和方式，加强对外卖平台的指导与支持，努力实现线上线下360度全方位监管。

同时，企业也要提高法规意识与行业自律，规范经营，积极引入新技术手段，提高现代化管理水平。例如平台方要充分发挥“以网管网”优势，加强大数据分析，及时分享检查监测、投诉举报信息。广大消费者也要保持警惕，发现问题要勇于维权。只有各方积极参与、依靠社会共治和监管方式创新，才有望促进食品产业高质量发展，确保“舌尖上的安全”。

（工人日报）

莫让宽带提速卡到物业管理上

史奉楚

承诺50M的宽带时常“卡慢断”、小区宽带业务一家独揽、收费高得离谱……尽管近年来网络提速降费举措陆续出台,国家有关部门三令五申,但一段时间以来“宽带垄断”行为依然时有发生,不少群众因此无法享受到政策红利。有关专家称,个别开发商和物业公司是“宽带垄断”的幕后推手,破解垄断亟须双向施力“管罚结合”(1月1日新华社)。

在4G已经全国推广,甚至5G已经投入商用的大背景下,部分小区的宽带却依然是收费高、网速低的“窄带”,显然没有让公众享受到提速降费的红利。本应便民利民的物业公司和开发商,在监管缺失和利益驱动下,与一些小型运营商合谋形成宽带接入业务的独家垄断,以致于三大运营商无法直接为消费者提供服务,从而让宽带入户卡在了最后一公里。

与宽带在小区遭遇进门难铺设不同的是,基本未见水、电、气遭遇进门难,入户难。这背后的原因主要在于国家已将水、电、气等作为居民生活必需品列入建筑强制标准。做好水、电、气入户工程是开发商、建筑商的基本义务。根据建筑法、《建设工程质量管理条例》、《住宅建筑规范》等法律法规,开发商、建筑商未完成水、电、气等配套建设的,房屋不可能通过验收交付并上市销售。

如果消费者购买房屋后,发现水、电、气等设施不符合强制标准、未入户到位,无法正常使用的,可以向开发商主张权利,并可依法索赔。也即,水、电、气工程已经属于房屋不可或缺的架构,是其天然地满足居住需求的组成部分。相反,虽然2013年实施的《住宅区和住宅建筑内光纤到户通信设施工程设计规范》规定,住宅区和住宅建筑内光纤到户通信设施工程的设计,必须满足多家电信业务经营者平等接入、用户可自由选择电信业务经营者的要求。但由于没有严厉的罚则,以致于形同虚设,难以遏制物业和小型运营商的垄断冲动。

由此,开发商和建筑商自然不愿意耗费资金建设符合标准的宽带等通信设施。待房屋交付后,再亡羊补牢地铺设宽带设施也给物业管理部门带来寻租空间。尤其是,在与物业的博弈中,业主往往处于弱势地位,面临“请神容易送神难”的尴尬。甚至不时遭遇黑心物业强制断水、断电、断气、断宽带等霸道行径。惹不起也躲不起的业主只好屈服于一些蛮横的物业部门,无法享受运营商直接提供的高网速、低资费服务,只能被迫选择物业支持的低网速、高收费的宽带服务。

在互联网已经成为人们生活不可或缺的重要组成部分时,不能再让宽带提速卡到小区物业那里了。不妨明确将宽带等通信设备作为与水、电、气同等重要的基础设施对待,未铺设合格的,不得交付使用。

同时,切实将业主权益及消费者权益落到实处,赋予业主自主选择运营商乃至物业公司的权利,强力斩断物业及小运营商不当干预的黑手。比如,可以根据电信条例及消费者权益保护法,及时查处宽带垄断行为。进而让消费者自主选择宽带,真正享受互联网带来的便利。

(法制日报)

警惕抢票加速包变成侵权包

丰收

随着2019年春运火车票开售,面对短时间的集中客流,热门地区车票依旧十分抢手,这也为不少第三方抢票软件提供了施展拳脚的空间。比如,不少抢票软件都提供了诸如VIP加速包、好友助力等抢票服务,号称能够优先出票。但有旅客体验发现,使用加速包抢票并不顺利,而且还存在默认勾选加速包、隐蔽收费等问题(1月1日《中国之声》)。

最近,朋友圈里有人为了抢到春节回家车票,发出某些第三方抢票软件链接求助力。显然,第三方抢票软件想通过这种方式来推广自己。除此之外,这种软件还通过销售抢票加速包来赚钱。可见2019年春运火车票难买,再次给了第三方抢票软件趁火打劫的机会。

顾名思义,所谓加速包,就是一种可以提升抢票成功率的辅助手段。据说,加速包越多成功率越大。但某网站客服称,购买加速包后并不能保证买到车票。这涉及两个问题:推广加速包时有没有夸大实际效果?如果抢票不成功旅客能否及时拿到购买加速包的退款?

对那些通过社交软件分享链接任务来获得加速包的旅客来说,一旦抢票不成功,等于之前的努力白费了,而第三方抢票软件则达到了推广自己的目的。可见为了拿到一张回家的车票,部分旅客只能去碰运气或者只能吃亏。

据报道,一名大学生在使用加速包后只买到了始发站车票,为此多花了许多钱,有种被坑的感觉。这说明旅客使用加速包抢票并不能最大化地保障自己利益,而是有一定风险。从这个角度来说,旅客最好别选择第三方抢票软件去购票,同时要谨慎购买和使用抢票加速包。

尤其值得注意的是,某些加速包还变成了“侵权包”。有旅客反映,“在购买天津到北京的火车票时,即使当时票量非常充足,在结账的时候它仍默默给我勾选了20元钱加速包。”由于默认勾选地方非常隐蔽,旅客一直到付款成功那一刻才注意到,而这涉嫌侵权。

众所周知,默认勾选是近年来保险、酒店、租车业常见的一种侵权现象,而今默认勾选又隐藏于购买火车票环节,在旅客不知情的情况下,强行让旅客购买并使用加速包,这种行为侵犯了旅客多种权益,理应严加整治。

去年1月,部分手机应用软件因为默认勾选等侵犯用户权益问题,被工信部门约谈。而第三方抢票软件默认勾选加速包,问题同样很严重,既损害了旅客知情权又增加了旅客经济负担。对此,旅客应积极维权,有关部门也应依法追究第三方抢票软件的责任。

默认勾选加捆绑销售,既违反反不正当竞争法、消费者权益保护法,还违反了1月1日起实施的电子商务法,后者规定电子商务经营者“不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项”。有关部门应根据电子商务法第七十七条开出罚单。

虽然旅客急于买到回家车票的心情可以理解,但最好别选择第三方抢票软件以及使用加速包购票,因为抢票一旦不成功,既浪费时间又浪费好友助力;即使抢到车票,也不排除权益被侵害。所以,乘客还是优先选择铁路官网购票,以免掉进第三方抢票软件的套路或陷阱。

而且,近日铁路官网启动“候补购票”新功能后,增加了旅客成功购票的几率。不过,铁路官网也要进行反思,如果铁路官网能有效阻止第三方抢票软件抢票,那么则可以更有效地维护旅客权益和购票公平。(法制日报)

过失还是欺诈？
一起家装纠纷处理的思考

朝阳区消费者协会、家居建材人民调解委员会　刘大忠、韩卫林

【案情简介】

2018年10月13日，朝阳区消费者协会（以下简称“区消协”）接到望京消协分会移转的一起家装消费纠纷投诉。

消费者赵女士反映，其于2017年开春开始装修面积为340平米的联排别墅一套。6月份，与某知名建材商场内一日立、松下空调特许经销商（以下简称经营方）经过洽谈并在经营方多次实地勘查后购买了1拖8（即：1台室外主机、8台室内机）的日立（中央）空调及松下新风全热交换机4台，总计金额108828元。经营方送货时，消费者赵女士未在京，在未经消费者验货、认可并签字的情况下，经营方仅与现场实施基础装修的施工方沟通后，于7月16日前将设备安装完毕，室内机安装在房顶的吊顶中。2018年9月8日，因原装修施工方存在比较严重的质量问题，消费者与其解除合同。在施工方排除吊顶后，消费者发现8台日立空调室内机中的5台（后经区消协查看相关材料后，确定为4台）的型号与《定／销货单》不一致（即：现场安装的产品型号前缀为RPIZ，而《定／销货单》打印的为RPIS），并且空调、新风机管线混乱，同时发现《定／销货单》与《报价表》总金额虽然一致，但二者之间的货品单价出入较大，《定／销货单》单价明显高于《报价表》单价。

消费者产生质疑，认为经营方涉嫌产品欺诈和价格欺诈，投诉到望京消费分会，要求在全部退货前提下按照相关法律法规予以惩罚性赔偿。在调解中，经营方表示：《定／销货单》中标注的型号属于输入错误，不是欺诈行为，并提供了生产厂家的相关证明。望京消协分会依据客观实际初步认定经营方存在过错，但不属欺诈行为。因消费者坚持自己的质疑观点，故消协分会将此投诉移转到区消协，希望给予复核和调解。

【调解结果】

一、听取双方意见，依法予以调解

接到此投诉后，区消协及时与消协分会核实情况并调取了相关材料后，约见消费者，了解相关情况。

在初步核实情况基础上，区消协于2018年10月15日召集消费者、经营方、建材商场管理方三方进行公开调解。调解中，消费者提出：厂家出具的产品证明并不能代表现已安装的产品就是厂家生产的合格产品，因此欺诈问题有待核实；鉴于目前空调、新风机安装不规范，直接影响整体装修施工操作和工程进度，要求将8台空调室内机和4台新风机重新规范安装。经营方认为：不存在安装不规范和产品质量问题，且产品已安装一年多时间，售后服务也不包含移机项目；如若移机，将会产生费用24400元（即：空调室内机1800元/台*8+新风机2500元/台*4）；但鉴于经营方因产品《定／销货单》输入错误导致型号不符，同意承担4台空调室内机移机费用金额7200元。

尽管区消协工作人员对双方进行了有关法律法规和依法调解，但双方就产品是否合格、安装是否规范及相关费用各执己见，没有让步。

二、邀请行业专家，人民调解发力

针对双方就有关细节问题无法达成一致意见的情况，区消协工作人员提出采取人民调解的方式予以处理的建议，并得到了各方当事人的认可：即区消协邀请行业专家参与调解并提出相关意见，消费者、经营方、建材商场管理方、日立空调厂家代表和新进驻的基础装修施工方同时达到装修现场，共同勘查后，召开现场调解会，就未解决的问题进行协商，并最终确定解决方案。

10月17日上午，在装修现场，首先由日立空调厂家代表对所有日立空调产品逐一进行核实并验证了商品条码，确定了每台空调均属于厂家生产的在册合格产品，并就空调室内机型号问题进行了当面说明。

在对空调、新风机安装的勘查中，专家指出如下问题：1、承重横梁打孔（有的孔径达到110mm）破坏了承重效果，应予补救；2、室内机位置安装不合理，导致不符合房屋净高2.8m以上的装修设计要求，即：在安装地暖的情况下将空调安装在吊顶中，迫使吊顶下移，导致房屋净高明显降低，应调整位置；3、新风机安装没有按照行业施工规范操作执行，即：送风管道和主机连接处没有采取软管连接而是用硬管连接，将会产生共振与噪音，应予重新安装。

以上勘查结论和专家意见得到各方认可，并表示尊重区消协和专家的意见，积极协商，促进调解成功。

区消协和专家先后与消费者、经营方、建材商场管理方及新更换的装修施工方进行了指导、说服及施工设计论证工作，促使各方达成了以下共识，即：在不构成欺诈行为的前提下，各方努力保证装修工程施工顺畅进行，确保消费者合法权益。

三、达成调解协议，纠纷完美解决

经调解，消费者和经营方达成了解决意向，并于10月31日形成了以下和解内容：《定／销货单》上的产品型号与安装的不符，应属经营方输入错误问题并应承担相关责任，但不属产品欺诈行为；其产品总金额一致、单价不一致的问题属于建材商场管理方式不健全、经营方告知消费者情况不明晰所致，不属于价格欺诈行为；空调、新风机的安装在位置、方式、结构等方面存在不规范之处，经营方同意在与现装修施工方协商一致前提下将全部空调、新风机免费、一次性重新规范安装到位。

最终，这起最初由消费者认为经营方涉嫌欺诈的投诉，在经过认真调查取证、行业专家建议、多方参与协商等方式介入后得以圆满解决，消费者解除了质疑，经营方承担了过错责任；昔日的对手也增加了互相信任，消费者因实际所需又向经营方增购了一台空调室内机，也进一步体现了调解成功的圆满效果。

【案例点评】

一、经营方的过失和建材商场管理方的不完善不应认定为欺诈行为

最高人民法院《关于贯彻执行〈中华人民共和国民法通则〉若干问题的意见（试行）》第68条（在该意见的修改稿中调整为第67条）规定：一方当事人故意告知对方虚假情况，或者故意隐瞒真实情况，诱使对方当事人作出错误意思表示的，可以认定为欺诈行为。根据该条款的规定，一般理解可导出欺诈行为的四要件，即：欺诈方在主观上有欺诈的故意、欺诈方在客观上实施了欺诈的行为、被欺诈方基于欺诈行为而作出错误的判断、被欺诈方因错误判断而作出意思表示。四要件同时具备，才构成欺诈行为。

（一）先从产品是否构成欺诈来看

消费者反映《定／销货单》上的商品型号与现场不符，认为是以已淘汰的“RPIZ”系列产品冒充先进的“RPIS”产品，是产品欺诈行为。而经营方则表示打印《定／销货单》时误将室内机的型号前缀“RPIZ”标注为“RPIS”，仅为一个英文字母的差别，其他都相同；同时，经营方出具了生产厂家青岛海信日立空调系统有限公司北京办事处的情况说明作为证据：“RPIZ”系列空调产品为该公司生产，从未生产过、授权销售过、宣传过前缀为“RPIS”的空调产品；在其后的现场勘查中，生产厂家代表也证实经营方所安装的产品为厂家生产的在册的“RPIZ”系列合格产品，不是“假冒”商品。在多次调解过程中，消费者也未能举证在中国境内有日立厂家生产、销售的“RPIS”空调产品。因而，经营者在客观上实施了欺诈行为的证据难以成立。

从一般情理角度分析，生产厂家在设置商品型号的编码或代码时一般不会采用相近的字母或字母串来区分，以防止混淆，如“RPIS”和“RPIZ”就很难让人辨别；而从经销商角度看，其多次在装修现场查看后向消费者推荐商品（毕竟是专业从业者）并达成交易，其“盈利”目的已达到，按约履行即可，自己“节外生枝”只会“徒增烦恼”；同时，经营方在知名建材商场严格的管理下，又是作为知名品牌（日立、松下）商品的授权经销商，一般不会以如此“明显的”方式（发送、安装不同型号的商品）来欺骗消费者，否则，“问题很严重”。因而，经营者“主观故意”欺诈消费者的认定难以确立。

（二）再从是否构成“价格欺诈”来看

消费者反映，虽然《定／销货单》与《报价表》总金额一致，但《定／销货单》的单价高于《报价表》单价，认为存在价格欺诈。经调查，《报价单》是经营方自己制定的，并在此基础上与顾客形成《销售合同》的意向。在《销售合同》意向中设置了设备、型号、单价、数量、总价等项目，在“设备”栏下，单独有“安装费”一项，同时，在备注中就其他单独收费的项目予以文字说明。区消协从获取的材料中发现，赵女士与经营方的《销售合同》意向中的“安装费”一项中约定：每个单品安装费为1800元，10项共计18000元，且此意向双方没有签字或盖章。而《定／销货单》是由该建材商场制定的适用于商场内所有商户的统一制式的单据，一式四联，分别为商场联、顾客联、商户联、配送联；该单据中分别设置了商品品名（品牌+名称）、型号、规格、零售价、数量、实售单价等项目，但没有“安装费”一项，经营方只能按照商场的要求将安装费折算到每个单品的价格中，并录入到商场的财务系统中。在销售、安装过程中，经营方并没有将这一情况清楚、明白告知消费者。

从以上情况看，经营者的行为并不符合消费者所反映的《禁止价格欺诈行为的规定》中规定的“对同一商品或者服务，在同一交易场所同时使用两种标价签或者价目表，以低价招徕顾客并以高价进行结算的”的价格欺诈行为的情形。

通过对相关证明材料的审核、现场勘查和法理、情理分析，经营方在履行合同过程中确实存在明显的过失及因商场管理方的制度要求而导致消费者对经营方产生“欺诈”的质疑，但没有证据证明经营方的行为属于欺诈行为。经过对双方就有关证据和道理的解释，消费者和经营方都予以认可，消除了误解。

二、充分发挥行业专业力量，促进消费纠纷有效化解

本案的最终解决，除程序严谨、措施有效外，借助行业专业力量、发挥人民调解的作用起到了良好的效果。

家居装饰装修，不像日常消费品，普通人一辈子可能也就会经历2、3次，是一个消费者关注度高（费钱、费精力、直接影响消费品质）、但参与度却较低的消费行为。消费者对家装知识、行业内的规则（包括一些潜规则）知之甚少，知识不对等、信息不对称，一般都是听任经营者的，相对于其他消费品，往往处于更加弱势的地位。但同时，消费者协会及有关行政部门同样因专业知识、能力水平的局限，调解中感到棘手，导致调解延误、搁置、成本加大甚至终止而走向诉讼。虽然消协及有关行政部门可能已按程序履职到位，但消费纠纷却没有有效化解，效果不佳，消费者不满意，经营者也不能心服口服。尤其是近几年，随着人民群众生活水平的不断提高，消费者科学消费、理性消费、绿色消费的意识不断增强，业主对装饰装修有了更高的期许，更加追求环保、强调品质、突出个性化，消费维权的意识进一步增强。这既对经营者在商品质量、服务水平、诚实守信提出了更高的要求，同时，也对已产生的消费争议如

何更好的化解提出了新的课题。鉴于此，朝阳区消费者协会于2015年8月在上级领导得指导与社会各界大力支持下依法成立了北京市首家家居建材人民调解委员会。在三年多来的工作实践中，充分发挥家装建材行业内专业化优势，快捷、有效地化解了大量家居建材的家装消费纠纷，为维护消费者合法权益、促进经营者依法诚信和规范经营取得了良好效果，在全市发挥了标杆作用。

消费者协会在处理消费纠纷尤其是一些涉及如家装、洗染、机动车维修、家电维修、纺织品质量等比较专业的知识、技能方面的时候，借助相关行业的专业力量，参与到消费纠纷的调解中，既可以帮助消费者了解相关知识，也可以以业内专家的形式促进经营者规范经营，达到灵活、快速、多赢、低成本的良好社会效果。

三、“提高品质”是新时代对“我们”的要求

“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”已成为我国新时代的社会主要矛盾。这一矛盾在市场监管和消费纠纷调处方面的突出体现就是投诉数量较大幅度的上升，而且，目前这一矛盾还很突出。仅以朝阳区家装投诉来看，2018年1月1日至8月31日期间，涉及家装服务的投诉568件，较2017年同期的352件上升了61.4%，较2016年同期的184件则上升了208.7%，涉及的主要问题为合同、质量及售后服务问题，在全部投诉问题中占93%。

投诉量较大幅度上升，我们认为主要是三方面因素共同作用造成的。其一，消费者对美好生活的向往、维权意识的提高和投诉渠道的畅通，其二，经营者违法、违规问题依然较多，其三，市场监管（主要是事中事后监管）和消费纠纷调处能力、水平有待提高。仍以家装为例，北京作为特大型消费城市，消费水平较高，消费者对家装质量要求也相对较高，但同时，随着北京“疏解整治促提升”，经营者尤其是从业人员的生活成本（如房屋租金上升很快）有较大幅度提高，导致用工成本上升、装修价格上涨较快，可经营者的工艺水品、诚信经营的意识等各方面素质并没有也不会在短时间内有较大提升，使矛盾更加突出，导致一些经营者为了“活下去”而以较低的价格吸引消费者、在合同中设置陷阱，再在装修过程中偷工减料、使用假冒伪劣原辅料、任意增项等手段获取利益。这种情况除对消费者权益的侵害外，对整个家装市场秩序也是一种严重的伤害，如果处理不好，就会“劣币驱逐良币”，因而，市场监管和消费纠纷调处就应发挥重要的作用，但目前的状况并不理想。故此，消费者、经营者、政府部门和消协都应该“提高品质”。

消费者“提高品质”，除对“美好生活”追求外，也应理性消费，除不“奢靡消费”外，也要根据实际情况，不盲目追求所谓的低价、物美价廉，提高识别消费陷阱的能力等。在这方面，不应总寄望于让消费者“吃一堑长一智”，市场监管部门和消协组织应充分发挥消费教育引导的职能和作用，促进消费者成长。

对于经营者，行业组织应发挥更大的作用，体现社会公益性质，提供专业技能培训和指导，教育经营者守法依规经营，传播社会正能量。在这方面，市场监管部门和消协组织应加强与行业组织的密切合作，促进经营者社会提供高品质的商品和服务。2018年10月开始，朝阳区消费者协会与中国室内装饰协会施工委员会联合开展了“家装帮您看”社会公益活动，委派专家免费为业主进行家装质量现场检查，及时发现家装中存在的质量问题，分析原因，提出整改建议，并进行现场调解，在保护消费者合法权益同时，促进经营者规范装修。在3个月的时间内，“家装帮您看”已上门解决家装纠纷50余件，解答消费者咨询100余件。

政府部门和消协组织在做好消费教育引导、加强与行业组织协作的同时，更应提高市场监管水平和消费纠纷调处能力，切实保护消费者的合法权益；通过投诉举报发现违法违规经营，通过行政执法、行政指导、披露批评等方式惩治、教育违法违规者。

市场秩序转好是一个大浪淘沙的过程，只有通过社会各方面的努力，才能促进社会提质升级，最终实现人民“美好生活”。

《预付费消费中的消费者权益保护问题》课题
系列之二

预付费消费存在的主要问题

1.有关预付费消费的资料统计

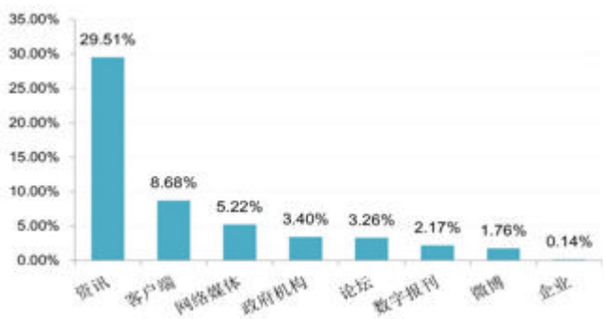
预付费消费是一种新兴而非常普遍的消费模式，在市场竞争中具有较强的竞争力，广泛应用于餐饮、美容美发、健身、洗浴、购物、教育培训、手机通讯等多个领域。因此，有关预付费消费的资料和数据统计，也非常复杂。本课题主要通过对全国消费者组织受理消费者投诉情况以及大数据专业机构监测的舆情数据进行研究分析，探讨当前预付费消费中存在的主要问题。

1.1全国消费者组织受理投诉情况

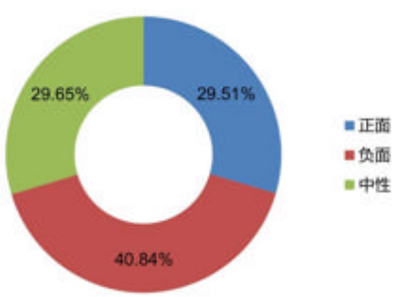
从中国消费者协会每年公布的《全国消协组织受理投诉情况分析》来看，从《单用途预付费消费管理办法(试行)》颁布之年起,即2012年到2018年《全国消协组织受理投诉情况分析》第二部分投诉热点进行分析,预付费消费2014年、2015年、2016年一直是消费者投诉的热点。2017年全国消费者组织受理投诉中，预付费消费排在第四位，依然是消费维权重灾区。2018年上半年全国消费者组织受理投诉中，虽然预付费消费排在第六位，但生活、社会服务类投诉共44,787件，同比增长53.9%，位居服务类投诉首位，而生活、社会服务类投诉主要集中在预付费消费较多的娱乐健身、美容美发、餐饮住宿、修理服务等服务行业。因过度发卡、服务减少、裁撤网点甚至关门跑路而导致预付卡成为废卡、消费者难以求偿维权的事件时有发生。

1.2大数据专业机构舆情监测情况

据北京阳光消费大数据技术研究院统计，2018年1月1日零时-9月30日24时，共监测到有关预付费消费方面的舆情信息209265条，包括资讯61754条，占比29.51%；企业293条，占比0.14%；微信95969条，占比45.86%；政府机构7115条，占比3.40%；网络媒体10924条，占比5.22%；微博3683条，占比1.76%；论坛6822条，占比3.26%；客户端18164条，占比8.68%；数字报刊4541条，占比2.17%。其中，正面消息61754条，占比29.51%,敏感（负面）消息85464条，占比40.84%。负面消息主要涉及霸王条款、诱导消费、携款跑路、退费难、维权难等方面，极易引发群体性投诉事件，应该引起高度重视。



预付费消费舆情信息分布图（2018年1-9月）



预付费消费舆情信息情感分析图（2018年1-9月）

2、预付费消费存在的主要问题

2.1 预付费消费存在的风险

虽然说，预付费消费模式是对传统消费模式的突破，但是，表面双赢局面的背后是潜在的巨大风险，而这种风险主要在消费者一方，其不仅损失了预交款利息，被限制自由选择权，而且容易陷入不公平的格式条款陷阱，使自身的合法权益处于不确定状态。具体而言，可能存在以下三种风险：

（1）公平交易权受到损害。交易公平是指交易各方在交易过程中获得的利益相当，在消费性交易中就是指消费者获得的商品或服务与其支付的货币价值相当。由于这种消费是采取消费者预先支付费用来获取将来的商品或服务的模式，这种时间差即意味着另一方履约的不确定性，这种不确定性即构成了先履行义务一方所承担的风险。

（2）知情权受到限制。在预付费消费中，消费者知情权被侵害的事件时有发生，消费者无法真实、全面、准确、及时地获取预付卡以及商品或者服务的信息。部分经营者为了获得高利润，试图利用预付卡抢占市场份额，通过消费者存入预付卡内的预存资金赢得有利形势。而在预付卡的销售过程中，部分经营者往往利用自身优势以及良好的销售团队，对预付卡的使用范围、商品或者服务的情况进行虚假、片面、诱导且具有隐瞒性的宣传。

（3）隐私权难以保证。隐私权是指公民依法享有的维持安宁生活和保守个人秘密的权利。隐私权作为公民的一项民事权利在我国侵权责任法中得到确认，新修订的《消法》将消费者的个人隐私信息纳入保护范围。但由于消费者信息对市场上各类经营者具有一定的价值，这种信息提供也将引发潜在的侵权风险，经营者完全可能将消费者提供的信息挪做他用，给消费者造成不良后果。

2.2预付费消费存在的具体问题

中国消费者协会于2016年7月-12月采用体验式调查和个案研究相结合的方式，针对北京、上海、广州、长春、南宁、杭州、武汉、成都、西安和济南等10个城市的美容美发、教育培训、洗车、洗衣和健身等5个行业，涵盖连锁店和非连锁店两种商家类型，以及记名卡和不记名卡两种预付卡类型，开展了“预付费消费”体验调查活动，共完成有效体验样本150个。根据中国消费者协会发布预付费消费调查体验结果，诱导消费和经营主体不合法的问题较突出，将近一半商家都存在这两类问题；霸王条款问题率其次，达到24.2%。具体来说，预付费消费至少存在以下问题：

（1）主体经营不合法。经营主体合法性的通常表现形式，是商家具有并展示各类经营证件以及其出售商品或服务的价格等信息。然而，经营主体的合法性往往最易被消费者忽视。在缺乏监管的情况下，许多商家不展示相关经营证件，尤其是美容美发企业和教育培训机构。其中超范围经营的问题也比较突出。《北京市消费类预付费服务交易合同行为指引（试行）》第五条规定，经营者应当在显著位置明示经营场所的使用期限，并提请消费者注意，但现实中很多商家都没有明示经营场所的使用期限。

例如，不少美容美发企业不按照要求在显著的位置展示经营证件及服务价格，部分商家不按照要求展示卫生许可证，类似问题非常普遍。

（2）诱骗消费。在预付费消费模式中，大幅折扣和免费体验是诱骗消费的两大杀手锏。不少商家利用口头夸大或虚假宣传，给消费者制造一种“过了这村儿没这店儿”的假象，诱导消费者购买预付卡。尤其是部分美容美发店经常通过“免费体验”的招数来吸引消费者，然后向消费者游说，高价推销美容产品或美容服务项目，表面上是“免费体验”，实则暗藏玄机。商家最常用的三个典型推销手段分别为：一是限时抢购型，优惠折扣有时效性；二是众人拾柴型，引导消费者拉拢身边亲朋好友多人进行消费，如一个人消费打六八折，两个人同时消费打五八折；三是新老都爱型，分别针对新老顾客采取不同的优惠措施。

例如，消费者杨某拿预付卡到美容美发店消费时，美容美发中心以感谢老顾客为由推出股东卡项目，称只有老顾客才有资格签约，只要10万元就可享受“股东”待遇，享受很多优惠政策，还可返还本金的24%现金，到期后全额返还本金。但消费者交10万元办卡享“股东待遇”一年到期后，美容美发中心以各种理由要求杨某继续支持，消费者在一再诱导下又续签了第二份合同，再次充值感恩卡10万元，约定使用时间3年，每年赠送充值金额价值30%的项目卡金，用于店内各项目消费。可后来很多办理此卡的老顾客都遭到拖欠分红，有人甚至连本金都迟迟要不回，而按约定，美容美发中心早就应返还杨某卡金，可美容美发中心一直没有返还，还说杨某已花费5.6万余元，杨某将美容美发中心告到法庭后才发现，美容美发中心已

更换实际经营人，并辩称自己无过错，没有不履行服务合同的地方。

（3）霸王条款。在预付费消费实践中，经营者一般不会与消费者就商品或者服务的内容进行协商，消费者只能就经营者提供的内容选择全部接受或不接受，经营者也不会提供书面合同，往往只是发放“会员卡”表明双方的权利义务关系，而“会员卡”中双方权利义务明显不对等，表明消费者权利的条款一般包含优惠条款，例如“消费者持本卡在本店消费享有 5 折优惠”。而限制消费者权益的条款繁多，诸如“有效期过，概不退款”，“本店享有会员卡的最终解释权”，“购物卡遗失不补”，“经售出本卡，概不退补”等等。这些条款为经营者单方拟定并且重复使用的格式条款，明显限制了消费者的权利而减轻了商家的责任与义务。此类不公平不合理格式条款的出现，是阻碍消费者成功维权的重要因素。

2017年6月，北京国贸写字楼的白领王某跟朋友到北京工体附近某酒吧聚会时，前台服务员一个劲说办卡的优惠，王某花3000元办了张预付卡。但她回到家细看后发现，卡背面写着“仅限周末使用，不退不转，使用期为一年”等字样。王某致电店家问为何办卡前不说全消费注意事项。对方说消费规则是公司定的，王某认为酒吧摆明了就是在耍赖，但却没有办法。

（4）终止消费退卡难。由于主客观情况的变化，消费者不想或不能再使用预付卡，希望取出卡内剩余的费用时，商家往往会以消费者单方面违约为理由，拒不退还卡内剩余金额。消费者提出解除预付卡消费合同的原因一般有三类:一是由经营者违约行为引发的，消费者无法接受经营者单方面变更合同内容，提供的商品或服务与宣传不符等，遂提出退卡；二是出于自身客观合理原因，比如工作调动、健康原因等要求退卡；三是因卡内余额不足一次消费，消费者不想用卡了。根据《合同法》第 93 条和第 94 条规定，如果消费者退卡，一种途径是和经营者协商，另一种途径是消费者遇到不可抗力或者经营者违约，未能实现合同的约定。在这两种情况下，消费者就可行使解除权解除消费合同，要求退还卡中剩余金额。

例如，消费者在北京某美容美发店办了一张美发卡，充值3800元后，只消费了1次就被告知，因消防改造不合格，以后店内只能做美容不能做美发，需再交一笔升级费把美发卡转为美容卡。消费者拒绝转卡，并要求商家退回卡内余额2979元 ，商家则答复享受折扣的卡，不退卡内余额。

（5）停业关门追偿难。部分发卡商家不讲诚信，在不发布任何清偿通知的情况下，关门走人，严重侵害持卡消费者的合法权益。不少美发店、服装店、美容店、洗车店等个体商户关门倒闭时，消费者投诉到有关部门，维权也往往难以成功。从法律角度，此类问题要分为两种情况考虑：一类是部分商家出售消费卡后，因自身经营不善，无法持续正常营业，导致亏损关门。另一类是部分商家出售消费卡的目的，并不是从事经营活动，而是利用预付费消费模式的特点，吸收大量消费者办卡的资金，然后携款逃逸。

据北京市商务委发布消息，截至2017年7月10日，北京市商务举报投诉中心已接到北京某餐饮有限公司因预付卡终止兑付引发的有效投诉案件涉案金额约160万元，投诉数量仍在上升。曾在这家店办卡的消费者陈某称，她办卡时正好赶上店里有促销活动，满3000元送300元现金券，她当时一心动就办了。结果该餐饮有限公司突然关了店，她也不知道剩余的钱怎么退。

（6）店面易人消费难。预付卡消费中，经营者因自身发展需要进行合并、分立、转让，经营主体变更即合同主体的变更，会发生合同权利义务的移转，移转给新的债权人或债务人。原本只要经营者之间的转让协议不损害到消费者的利益并尽到通知义务，即使未经消费者同意，大多数消费者也能够认可接受，然而却经常出现新的经营主体拒绝消费者继续按原来条件使用预付卡的情况。

例如，消费者李女士两年前花费2万元在某健身会所办了一张健身私教课的年卡，上过几节课后，由于怀孕生子，后来有一段时间没去健身。坐完月子，李女士准备去活动健身，可去了后却傻眼了。之前的健身会所不见了，取而代之的是一家新的健身中心，老板也换了。但是，李女士的健身卡里还剩1万多元。李女士抱着一丝侥幸的心理，进店询问之前的健身卡是否还能用，店员说可以继续用。这让她喜出望外！可很快，李女士又失望了，因为继续用是有条件的。店员说，条件是还需要再买12节私教课。李女士认为卡里还有40多节课，不想再买新课了，这样的使用条件明显不合理。

（7）质量保障难。办卡的时候说得很好，但办卡之后商家提供的商品或服务却大打折扣。常见的情况有四

种：一是服务降级，使用的产品以次充好，以劣充优；二是单方变更服务内容，降低服务标准；三是办卡后涨价，变相减少提供商品数量或服务内容；四是发卡后借故暂停使用、暂不开业，以拖延时间，使消费卡超过服务时间而失去价值。

例如，消费者郭某2014年在某幼教机构预付了为期两年的课程，可后来这家教育机构的授课地点以及授课方式不断变化，而且总是临时变化再单方面通知家长。这让郭某和其他家长产生质疑，这家教育机构的稳定性。于是郭某不想再让孩子在该幼教机构学习，提出质疑并希望校方能够退回他们的学费遭到拒绝。该幼教机构方面回复，家长的要求不符合合同要求。

（8）个人隐私保密难。消费者在办理预付费消费卡时，通常都会被要求填写个人信息，主要包括身份信息、电话号码、甚至要留身份证复印等信息，以便建立持卡人档案，提供有针对性的服务。但很多经营者对持卡人的个人信息管理并不严格，一些不良商家甚至在经济利益的驱动下，不遵守约定擅自向第三方转卖消费者的个人资料，而第三方可能利用消费者的个人信息推销各种与其无关的商品或服务，也可能利用消费者的个人资料从事不法活动谋取私利。

（9）预付卡转让难。消费者办卡时，商家一般会口头承诺允许转让，但实际转卡时却往往无法实现。部分商家在转让预付费卡时，收取高额的更名费、转卡费、停卡费等附加费用。如前所述，预付费卡是一种债权证券、证券证券，它表明持卡人和经营者之间是债权债务关系。确切的说，消费者是债权人，经营者是债务人。消费者转让预付费卡，实际是一种债权的转让，商家无权过分干预。

2015年初，消费者郑小姐在离家不远的某瑜伽馆,以2580元的价格办理了一张内含96次课程的健身会员卡,但因为种种原因,她去健身房练习的次数屈指可数。后来,由于工作变动要到其他城市,郑小姐准备将自己刚使用不到10次的会员卡转送给她的朋友,不料,瑜伽馆却表示转让他人需要再缴纳年卡总金额的30%作为转让费,也就是需要另行支付774元,高额的转让费让她很不理解。

（10）透明消费难。经营者发售预付费消费卡时，往往会做出一些优惠承诺，消费者支付预付费用后，却发现经营者将商品和服务的价格进行了上调，变相涨价，消费者实质未享受到原本承诺的优惠。消费者预付的金额、消费情况、所剩余额等资料信息，只存在商家的电脑或账本里，对大多数消费者来说是本糊涂账，很难做到透明消费。一旦发生消费争议，消费者不完全掌握消费凭证、消费资料，往往只能任由商家摆布。

（11）售后服务难。预付费消费，消费者提前支付了费用给经营者，双方交易关系已成立，但是消费者未提取商品或获得服务，这种情况可能造成消费者的产品售后风险。从办理预付卡业务开始到消费终止，一般存在较长的时间跨度，经营者所承诺的服务能否兑现，消费质量能否保证当时不得而知。在办理预付卡业务之前，为吸引更多消费者办卡，经营者常常会有意隐瞒有关商品和服务的真实信息，虚假或夸大宣传售后服务内容，办卡后商家往往会减少或改变售后服务内容。

例如，消费者姚女士和朋友在某健身中心办理了健身卡，在私教刘某某的推销下，又购买了40节私教课，一共花费一万多元。姚女士表示，前两次去的时候教练还认真教课，可后面越来越差，一节课总共就几十分钟，私教却一直玩手机，多次提醒无果，并且一个多月也没有任何瘦身效果。上到15节课时，姚女士找到健身中心经理沟通，表示强烈不满，要求停止私教课，并退回剩余25节课的费用。虽然当时经理同意退款，要求缓期一个月等转让后给姚女士退款，但过了一个月后，该经理还是找各种托词推诿，并表示已经不负责与姚女士发生纠纷的健身中心，已经被调到其他分部任职。

（12）维权举证难。预付费消费是一种合同消费，但大多数预付费费消费都不签订合同，双方的权利义务多采取口头形式约定，商家很少提供书面合同，收取钱款和结算时也不会提供相应的票据和消费明细，因缺乏详细、明确的书面约定，消费者享受商品或服务仅仅凭借一张预付卡。一旦发生消费纠纷，消费者往往因缺乏有力证据而处于维权难的境地。消费者到法院起诉时，要证明诸如合同关系的存在、预存钱款的金额、经营者违约等事实，最后往往口说无凭，拿不出实质证据而导致败诉。

例如，消费者王女士经朋友介绍，在北京朝阳一家美容养生店办了会员资格，交5000元买了三个美容套盒后，留了姓名、生日、手机号等信息，但是老板并没有给王女士办会员卡，也没有开具任何证明或者协议。没想到交钱后不久店铺就关门了，大家根本找不到原来的店主，最后只能自认倒霉。

汽车膜选大品牌产品要找对渠道

汽车膜因其具有隔热、防紫外线辐射、保护隐私、减缓内饰褪色等功能，广大消费者多会在购买汽车的时候为自己的爱车贴膜。但目前市场上的车膜品种繁多、价格差异大，让缺乏专业知识的消费者很难作出选择。为了使广大消费者对汽车膜性能有一个基本了解，从而做出正确的选择，重庆市消费者权益保护委员会对在本市市场上销售的标称为“龙膜”、“3M”、“威固”、“量子膜”等十个品牌的汽车膜开展了比较试验，并根据此次比较试验结果发布消费提示。

一是车膜市场鱼目混珠，消费者选大品牌高品质产品，首要是找准正规销售渠道。我国汽车膜行业起步较晚，目前我国市场上大部分汽车膜产品从国外进口，国内分切分装贴牌，车膜产品质量参差不齐，部分经营者对产品明示指标虚标，乱标，以假充真，以次充好，坑蒙消费者。同时由于消费者对汽车膜性能知之甚少，仅通过用肉眼观察很难判断汽车膜质量优劣。而国际窗膜协会成员单位数量不多，在我国各地供应渠道相对单一，由于价格较高，市场占有率也不高。本次比较试验发现有的经营者销售的国际窗膜协会成员单位品牌产品并非真品，而是劣质假货。有的品牌虽然没在商标上侵犯他人知识产权，却在品名上打“擦边球”引诱消费者误认误购。消费者要选择大品牌高质量产品应到品牌授权的经销商场所购买更有保障，而明显低于该品牌市场价位的商品多为劣质假货。

二是根据消费偏好，选择适合自己需要的产品。随着人民生活水平的提高，消费者更加关注健康和舒适性，车膜生产企业随之更加追求不同的功能方向，如高透光、阻挡紫外线、夏季隔热、冬季保暖、防结雾、防眩光、防爆等。但往往为了满足一项功能需要牺牲另一功能，如需高的可见光透射比时，其隔热性就会较差；在追求防爆性能（较强的粘接性能）时，往往会使用更多的胶粘剂，带来有毒有害物质的几率更大。

消费者在选择车膜时，除了首先保证汽车前档膜可见光透射比应满足安全驾驶的需要外，应主要根据自己的偏好选择车膜。如视力不好，驾驶技能还有待熟练以及年龄偏大的驾驶人应选择可见光透射比指数更高的产品；如生活所在地夏天温度偏高，汽车又多在室外停放的消费者则应选择太阳能总透射比指数更低的车膜；如你是个旅行达人又酷爱高原风光则建议选择紫外线透射比指数更小的车膜；如你的爱车更多地为家中的小宝贝服务则要把挥发物含量放在重要位置进行选择；若您更偏好产品的性价比，国产膜价位偏低，重要光学和热学特性也表现不俗，也是不错的选择。

三是不要将可见光透射比低于70%的用于汽车侧档（后档）的汽车膜使用在前档玻璃处。

四是认清虚假标注。部分产品在太阳能总透射比参数标注为“0”，这是典型的虚假标注，是以此诱导消费者，广大消费者切勿上当。汽车膜防爆目前看来只是营销噱头，也不必为此多掏腰包。

五是购车送车膜时要有应通过书面合同约定购车送车膜时应通过书面合同约定产品品种种类以及膜的光学、热学、理化特性参数，以便在出现纠纷时，消费者更占主动。

六是从个人隐私保护角度出发，可见光反射比并非越低越好。（重庆消保委）

滑雪消费要注意

进入深冬，又到了一年一度的冰雪运动高峰期，各大雪场纷纷开门迎客。滑雪作为一种速度运动，本身具有一定的危险性，消费者在享受冰雪快乐的同时，需要树立自我保护意识，强化消费维权观念。

滑雪消费投诉主要集中在：消费者滑雪摔伤后造成的损失经营者拖延赔偿、付款后被告知无法提供租赁柜和滑雪用具、团购的滑雪券现场无法使用、拖延退还租赁押金等问题。在此，北京市市场监督管理局提醒消费者滑雪消费应注意以下几点：

一是事先了解滑雪场的经营时间和收费项目。由于滑雪场的营业时间长短受气候影响较大，各家雪场的营业时间各不相同，消费者在前往游玩时要注意了解开业和关闭时间，避免舟车劳顿吃一个闭门羹。此外，针对雪场的收费项目也应大致了解，清楚自己的门票都包含哪些游艺项目，做到明明白白消费。

二是自愿购买保险防意外发生。由于到滑雪场游玩的游客较多，一些滑雪项目又具有一定的危险性，老人和低幼儿童要慎重前往，有些滑雪场对游客年龄更是进行了明确规定，建议消费者事前了解清楚。鉴于滑雪是一项危险运动，许多雪场会推荐消费者购买人身意外保险，消费者可根据实际需求自行选择是否购买，经营者不可强制要求。

三是对租赁的滑雪用具要检查。滑雪娱乐项目众多，许多项目都需要租赁用具来完成，例如：雪圈、雪服、滑雪板等。对于租赁的雪具，消费者要仔细检查是否有损坏以及大小是否适用，如发现问题及时与商家沟通调换。

四是保留好消费凭证很重要。在滑雪场游玩可能会产生不少的费用，如门票、租赁押金、保险费等，消费者付费后要注意向经营者索取相关凭证，并注意留好保存。一旦发生消费纠纷，消费者要提供证据及时维权。（北京市市场监管局）

蚕丝被选购小提示

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

一、尽量到正规商场选购，优先选购信誉好和标识全面的品牌，同时仔细查看标注的填充物是桑蚕丝还是柞蚕丝。桑蚕丝：由桑蚕分泌的丝。桑蚕丝又细又长，白里微微带点黄，手感细腻光滑，有一股淡淡的动物纤维特有的气味。用这种蚕丝制作出来的被子特别柔软、贴身，是蚕丝被中的上等品。柞蚕丝：由柞蚕分泌的丝。柞蚕丝比桑蚕丝要短、粗，其原始颜色比较深，往往要用化学药剂进行褪色处理。柞蚕丝中所含的“丝胶”较多，因此手感比较粗糙，光泽也比较暗淡，同时柞蚕丝的刚性也比较强，做成的蚕丝被与桑蚕丝相比不是很贴身。

二、消费者在选购蚕丝被商品时，如有可能，尽量查看填充物的品质，优先选择桑蚕丝、长丝棉或中长丝绵的蚕丝被，注意选择填充物外观色泽和厚薄均匀、没有明显的硬、软绵块和硬丝筋、无污损、无异味。

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

四、消费者购买后要注意留存购物凭证，以便出现质量问题后有助于更好地维护自身的合法权益。（北京市市场监管局）

春节消费 请警惕消费陷阱

2019年春节即将来临，为确保广大消费者放心消费，度过健康、祥和、平安的节日，河南省消费者协会从节日热点消费入手，分别从餐饮、春运购票、家政服务、旅游出行及线上线下购物等消费者最为关切的方面，向社会和广大消费者发出消费提示。

一、餐饮方面：提醒消费者注意“五看”。一看餐厅证照，二看量化评级，三看食物性状，四看包装标签，五看检验检疫证明。节日期间，广大消费者预订年夜饭和外出聚餐活动时应选择证照齐全、内外环境整洁、餐饮具清洗消毒达标的餐饮单位就餐。尽量不选择节日期间客流量陡增的餐饮单位，更不要选择在路边露天无证摊点用餐，防止食物中毒的发生。网上订餐，要注意查看卖家的《食品经营许可证》，选择近距离的餐饮单位订购，尽量缩短食品运送时间；收到食品后要检查包装是否完好，食品颜色、气味是否正常，切勿长时间存放；尽量不网购生食、冷食类高风险食品。

当在餐饮单位消费时发生食品安全问题，应保存好认为存在食品安全问题的食物原状，索取消费票据等有关凭证；一旦发生食物中毒或疑似食物中毒，要及时就诊，并保存好消费凭证、就诊记录、检验报告、剩余食品、呕吐物等相关证据，避免因错过最佳的调查时机和无证据而导致食物中毒无法确诊。同时主动配合有关部门调查。

二、春运购票：一是要通过正规渠道购票。分别从网络、电话、火车站窗口、手机APP客户端和自助售票机等正规渠道购票，谨慎使用非官方第三方抢票软件，避免通过黄牛党购票，以免泄漏个人隐私和上当受骗。二是要关注“候补购票”功能。今年中国铁路客票发售和预订系统研发上线“候补购票”功能，消费者遇到火车票卖完了的情况时，在12306平台登记购票信息并支付预购票资金，如有退票、余票，12306系统将自动帮助消费者抢票。三是警惕第三方购票平台“默认搭售”。部分第三方火车票网购平台会在消费者购票时默认搭售“保险套餐”“极速出票”“优选服务”“退改无忧”“抢票套餐”“汽车票优惠券”“酒店优惠券”等服务，消费者在购买时尽量选择12306网站或手机客户端购票，或者选择信誉良好的第三方平台，确认支付订单前应打起十二分精神，再三核对相关购票金额及服务信息。通过技术手段进行隐蔽的“捆绑搭售”属侵犯消费者合法权益的行为，消费者应积极依法维权。

三、家政服务：春节将至，正是除旧迎新、让家里焕然一新的时候，近年来逐渐兴起的家政服务也成为春节前的消费热点，河南省消费者协会提醒广大消费者一是要选择合法经营资质的家政公司。消费者要选择信誉好、服务规范、有合法经营资质的家政公司，而不要选择在小区贴广告或流动的“野家政”。二是要详细了解服务内容和细节。与商家签订合同，约定服务内容。同时，仔细查看服务人员是否具备健康证、工作证等证件。因家政服务很多时候是高空作业，消费者要了解家政公司是否为服务人员购买人身保险，以免出现纠纷时自己承担后果。三是要按需充值。部分家政公司会通过预付式收费的形式向消费者收取费用，消费者应避免一次充值过多以防商家跑路风险。四是要在接受家政服务时，家中安排人员陪同，贵重、易碎物品提前收好，以避免出现不必要的麻烦。

四、旅游出行：消费者要根据自身情况选择合适的旅游出行方式。选择跟团旅游的消费者，首先要选

择合法、资质齐全的旅行社参团，自觉抵制“不合理低价游”，避免因贪图便宜而上当受骗。其次，出行前要与旅行社签订旅游合同并仔细阅读合同条款，明确旅游行程、交通、食宿、违约责任等容易发生纠纷的事项，支付款项后注意索要发票，并妥善保存旅游合同、行程单、门票、发票等重要凭证，以便发生纠纷时依法维护自己的权益。选择个人自驾游的消费者，首先应提前规划旅游路线，提前到正规店铺对车辆进行保养及维修，及时了解线路路面状况、景区情况，错峰出行，途中若遇到恶劣天气，要及时进休息站避让。长途自驾游的消费者要注意更换驾驶员，切勿疲劳驾驶，副驾驶应同时留意路牌，以免错过路口增加旅途危险。无论是跟团游还是自驾游，广大消费者在旅途中都应做到文明出游，尊重当地的风俗习惯、文化传统和宗教信仰，在公共场合遵守秩序，避免大声喧哗、破坏文物及环境，文明你我他。

五、购物消费：选择线上线下购物需谨慎。线下消费时，一是要选择到正规商家购买正规厂家生产的产品，消费时仔细察看商家是否具有营业执照;二是要看清所购商品是否为“三无产品”，若购买的是食品，则建议购买距离生产日期近的食品;三是在结账时仔细核对购物清单上商品价格，防止工作人员多收或少收钱，做到文明诚信消费。线上网购时，一是要尽量选择正规平台上信誉度较高的卖家，要谨慎点击非正常弹出的购物网站链接。二是要使用安全支付方式进行付款。尽量选择第三方支付平台中介付款(如支付宝)或货到验货后付款，不要轻信或接受任何直接汇款至个人账户的理由和要求。三是重要物品收货后尽量当场验货，看实物商品是否和网站商品图片描述一致。无论是线上消费还是线下消费，均建议消费者保留小票、发票等消费凭证，涉及网购时，还应保留商品介绍页面截图、聊天记录等消费凭据，以备日后维权需要。（河南省消协）

淋浴房（屏）钢化玻璃消费警示

日前，针对舆情反映出的淋浴房（屏）钢化玻璃爆炸的问题，市场监管总局组织开展了淋浴房（屏）钢化玻璃质量安全形势分析，发现淋浴房（屏）钢化玻璃产品的爆炸原因主要来源于玻璃原片、生产工艺、物流安装和使用保养。淋浴房（屏）玻璃受材质自身的脆性等特征的影响，导致其碎裂甚至爆炸无法完全避免，但对于市场上已经流通的产品和消费者正在使用的产品，可以通过相应措施对其概率进行降低。

为保护消费者人身安全，市场监管总局提示广大消费者，在使用淋浴房（屏）产品时，可以采用淋浴房（屏）钢化玻璃贴膜的形式，降低产品爆炸后玻璃碎片飞溅对人体造成的伤害，同时，选购和使用时要注意以下几点：

一是尽量选择信誉好的大型专卖店，注意查看产品使用说明书、厂名厂址、供应商地址电话、保修单等证书和信息是否齐全，购买时向商家索取发票等有效凭证。通过网络平台购买时，尽量选择生产企业官网或者网购平台官方旗舰店进行购买。

二是有条件的家庭可选择采用夹层玻璃制作而成的淋浴房（屏）。

三是选择正规厂家科学安装淋浴房（屏），特别注意安装产品的稳定性。非正规厂家安装人员的不恰当安装形成的自然应力会增加产品爆裂的风险。

四是请专业人员对已购买的淋浴房（屏）钢化玻璃贴膜，降低产品爆炸后玻璃碎片飞溅对人体造成的伤害。

五是避免冲击或倚靠淋浴房（屏）玻璃，最大可能地降低外力对淋浴房（屏）的损伤。

（市场监管总局）

老年助行器质量安全消费警示

老年助行器是辅助上肢功能健全、下肢功能障碍的老年人实现行走功能的产品。其主要构件为铝合金或不锈钢管件，座面为皮革或帆布。关键部件存在质量问题或使用不当，有可能引发使用者摔伤、致残等安全事故。

针对老年助行器存在的质量安全风险，日前，市场监管总局组织开展了老年助行器产品质量安全风险监测，发现框式老年助行器产品在腿静载强度、调节装置标识方面，轮式老年助行器产品在侧倾稳定性和疲劳强度方面风险较大，存在不同程度的安全隐患。

针对老年助行器存在的安全隐患，为保护老年人安全，市场监管总局提示广大消费者，在选购和使用老年助行器产品时，要注意以下几点：

一是尽量选择老年人用品销售类型比较齐全的大型专卖店购买助行器，对于无品牌型号、无生产厂家、无合格证标识的产品，不要购买。通过网络平台购买时，尽量选择生产企业官网或者网购平台官方旗舰店进行购买。

二是选购时应仔细检查助行器的外观并试用。质量较差的助行器由于产品做工相对较粗糙，连接件配合间隙较大，试用时晃动感强烈，有失稳趋势。试用时应调节产品中具有调节功能的部件，检查各调节部件是否顺畅。

三是根据使用者自身上肢力量、下肢行走功能等身体状况，选择适合的老年助行器产品。下肢功能重度障碍、平衡能力欠佳的老人，以及单侧下肢无力、全身或双下肢肌力降低或协调性差的老人，适合选择框式助行器；双下肢功能轻度障碍或平衡能力稍差，但双手具有一定支撑力量，能保持连续行走的老人，适合选择轮式助行器。

四是选购时，轮式助行器应选择安装有刹车装置的产品，带座轮式助行器必须同时安装刹车制动和驻车制动器，并在选购时试用，检查制动效果。

五是在日常使用中，应及时检查支脚垫破损程度和闸线松紧，并及时更换和维修。外出使用带座椅的助行器时，应选择平坦路面，避免跨越沟坎造成失衡摔倒。坐下前必须闭合驻车制动器，以免摔伤。

（市场监管总局）

警惕“医疗旅游”骗局

近年来，赴国外进行医疗美容和体检看病的国人越来越多，一些爱美人士和患者希望谋求更好的治疗效果。“医疗旅游”迅速发展，但由此也引发了不少骗局。

近日，浙江公安机关就打掉了一个以海外医疗名义实施诈骗的犯罪团伙。该团伙用美容院与客户建立联系，在服务过程中利用工作人员摸清消费者的基本情况。有了一定“情报”积累后，打着回馈高端客户、提供免费出国游的幌子，将消费者带出国门并赠送海外免费体检项目。最终，“体检”查出了高患癌风险，在当地“医生”和陪同出国的美容院工作人员“花钱买健康”的怂恿下，消费者被骗几十万元甚至上百万元购买所谓抗癌药品。

骗局设计复杂、作案手法隐蔽，令人防不胜防。

最终，警方共抓获犯罪嫌疑人132名，破获案件2000余起，扣押假药3000余箱以及一大批涉案物品，涉案金额近10亿元。

以美容店为起点，每句话都可能是诈骗的诱饵，无意中透露出的个人相关信息，都可能将自己向豪华外表下的陷阱推得更近。不法分子通过美容院工作人员长期接触消费者，在掌握了消费者较多个人信息的基础上，实施“精准诈骗”。

细观此类骗局的共通之处，都有免费出国后，接着免费坐豪车、住豪华酒店。然而老话常讲，“天上不会掉馅饼”。大手笔为消费者花钱，背后很可能就会有更大的骗局在暗处伺机等待。

伴随着全球化的快速发展和国人生活水平的不断提高，选择出国治疗的病人逐渐增多，诸如此类诱骗国人赴境外“体检”、治疗“疾病”，趁机实施诈骗的案件并不鲜见。犯罪团伙企业化运作，各环节之间分工明确，共同完成复杂的骗局。其实，这类骗术的犯罪手法也并不高明，只要消费者多留个心，不要在听说自己“患病”之时就慌了神，冲动消费前先请国内正规医院的大夫帮忙判断一下，并不难识破。

近年来，围绕医疗话题展开的骗局层出不穷，有些犯罪团伙通过举办健康讲座、免费赠送礼品和组织旅游等方式，诱骗老年人购买昂贵“保健品”。免费午餐很可能便是糖衣毒药，一定要警惕这种免费项目中的陷阱，不要轻信所谓“海外体检结果”和进口的“保健品”“药品”。国内有如此众多的正规医院可以信任，消费者勿要给犯罪分子可乘之机。（人民日报海外版）

寒假培训消费提示：培训陷阱多 选择需谨慎

寒假假期将至，许多家长往往利用假期给孩子报各种培训班，让孩子在假期进行充电，巩固知识、培养兴趣、学习技能。教育培训的高需求，催生了市场上琳琅满目的课程套餐，让家长眼花缭乱。由于教育培训机构经营者素质良莠不齐，导致培训市场鱼龙混杂。其中收费混乱、以名师做幌子、随意变更授课地点、更换老师、随意拼班甚至取消课程等消费陷阱不容忽视。

对此，省消协提醒广大消费者，在选报教育培训课程时须注意以下几点：

一是在报名参加培训班前，应深入了解培训机构的经营资质、办学许可、师资力量、相关配套设施、售后服务等情况。

二是理性分析判断培训机构发布的宣传信息，不能听取片面之词，综合考虑多方面因素，可以申请先体验一下培训课程，切勿冲动报名。

三是要与培训机构签订书面合同，要求培训机构

将口头承诺写进合同，明确双方的权利义务。

四是发生消费纠纷时，消费者首先应与培训机构协商，如不能解决，应当收集好付款发票、合同等有关证据，向相关部门投诉，以维护自身的合法权益。（吉林省消协）

关于鲜、冻畜禽肉的消费提示

鲜、冻畜禽肉，是家庭烹制和外出就餐不可或缺的优质动物蛋白来源，广受消费者青睐。在食用肉类的同时，要注意安全和健康，国家市场监督管理总局特别提示如下：

一、销售场所是关键，检疫合格有保障

活畜（如猪牛羊兔等）禽（如鸡鸭鹅等）宰杀、加工后，不经过冷冻处理的肉为鲜畜禽肉，在≤-18℃冷冻处理的肉为冻畜禽肉。

购买鲜、冻畜禽肉，应尽量选择证照齐全且具备冰箱、冰柜等制冷设备的商超或农贸市场。购买猪肉时，要注意查看“两证两章”（即动物产品检疫合格证、肉品品质检验合格证、动物检疫验讫印章、肉品品质检验验讫印章）；购买牛肉、羊肉、禽肉等其它畜禽肉时，要注意查看动物产品检疫合格证与动物检疫验讫印章；对于进口肉类，可索要并查看入境货物检验检疫证明。无相关证章或证章不全的,应避免购买。

二、感官指标细分辨，包装标识要注意

购买鲜畜禽肉时，应仔细观察其感官指标是否正常。如表面有一层微干的外膜，有光泽；表面微干或湿润，但不粘手；按压后凹陷立即恢复；无异味。

购买冻畜禽肉时，应重点查看冷冻展示柜运行温度是否正常。如有包装，应选择包装完好、标识清晰的产品，避免购买解冻变软、包装袋内冰霜较多的产品。

三、冷藏冷冻须及时，即买即食是最好

购买的鲜、冻畜禽肉应尽快烹调食用。如需临时储存，应用保鲜袋或保鲜膜包装后置于冰箱冷藏，避免裸露并与其他食物混放，鲜畜禽肉在冰箱冷藏室存放时间不宜超过3小时。

畜禽肉较长时间冻藏或反复解冻，会导致食用品质和营养价值降低。如需冷冻存放，要尽量切成小块、减少存放时间、尽快食用。鼓励按需购买，即买即食。

四、加工工具需洁净，烹调加热要熟透

加工畜禽肉时，切肉案板和刀具须清洗干净，同时注意生熟分开操作。烹调畜禽肉时，使肉从外到内均被充分加热，有效杀灭肉中可能存在的致病微生物，完全熟透后方可食用。如在家食用涮肉，夹生肉与熟肉的餐具应分开使用，不宜混放；生肉加入涮肉锅中后，需要等汤沸腾一段时间后再食用。此外，肉类菜肴烧熟后要尽快食用，剩余的肉菜，应回锅充分加热后再食用。

五、外出就餐需谨慎，健康娱乐两不误

外出就餐时，应查看餐饮单位是否持有食品经营许可证，建议选择卫生条件好、食品安全等级较高、实施“明厨亮灶”的餐饮单位，避免光顾无证餐馆和路边流动摊贩。

点餐时，注重饮食均衡，合理搭配谷物、蔬菜、水果等。选择荤菜时，尽量食用经充分加热成熟的菜肴，以防止杀菌不彻底。火锅店就餐时，也应注意肉类生熟分开，餐具不混用等，确保肉被充分加热并熟透后食用。（市场监管总局）

谨慎选购燃气热水器

近日，由于天气寒冷，我市接连发生数起市民洗澡期间一氧化碳中毒事故，政府及相关行政监管部门高度重视，已迅速组织开展专项清查整治行动，严厉查处生产售卖直排式燃气热水器等违法经营行为。在此，东莞市消委会郑重提醒广大消费者，要切实提高安全防护意识，谨慎选购燃气热水器，严格按照规定安装使用，防止类似事件再次发生。

第一要谨慎购买，正确安装。无论是在实体店还是网络电商购买燃气热水器，消费者应选择信誉口碑好、售后服务完善的大商场、电器城和电商平台进行购买，选购厂名、厂址和品名标称明晰的合格产品，并索取和保留好购物凭证，以备售后保修及维权使用。燃气热水器必须由有安装资质单位以及持证上岗证的专业人员进行安装，严禁私自安装以及把燃气热水器安装在密闭的卫生间等场所，应根据自家实际情况选择通风环境良好，能设置专门排气烟道的阳台或室外空间等地方进行安装。注意周围不得放置易燃易爆物品，与煤气表、煤气灶的水平净距离不得太近。

第二要提高警惕，安全使用。消费者在使用燃气热水器洗澡期间，浴室必须保持空气通风对流，并开启排气扇。千万不能只顾暖和而把门窗关死，防止燃气热水器烧水时燃烧不充分，产生的一氧化碳被人体吸入中毒。沐浴时间不宜过长，建议不要超过20分钟，身体感觉稍有不适应立即停止，离开浴室转到安全地方。同时，要关注家人洗澡时的动静情况，特别是老人和小孩，发现异常应引起注意，一旦出现险情及时进行有效救护。

第三要定期检查，防止超期使用。根据《家用燃气燃烧器具安全管理规程》有关规定，品牌燃气热水器使用年限一般是8年。使用时间长的老旧燃气热水器内部元件就会老化、整体效能下降、安全保护装置也会失效，严重的会出现燃气泄露、中途熄火，甚至引发爆炸等险情。对于超期的热水器，尤其是国家已明令禁止生产销售的直排式燃气热水器，必须立即予以拆除更换，确保家人生命财产安全。

第四发现违法销售，及时投诉举报。按规定，直排式燃气热水器属于国家明令淘汰的落后生产工艺装备和产品，国家相关部委已发布行政命令从1999年10月1日起禁止生产浴用直排式燃气热水器，从2000年5月1日起禁止销售浴用直排式燃气热水器。消费者如果发现市面上仍有违法销售直排式或三无等不合格热水器的违规行为，应立即拨打政府服务热线12345进行投诉举报，确保我市广大消费者的生命财产安全。

（东莞市消委会）

年关送健康，警惕这些保健品陷阱！

年末，“权健事件”引发社会高度关注，公众又被“保健服务”“保健品”销售乱象深深刺痛了一把。之后调查组深入调查、公安机关立案侦查、市场监督管理总局全程监督并指导，相信权健事件的真相会一步步廓清，还公众一个交代，并且能够以此为契机，自上而下，由源及流，给我国保健品市场来一次全面整顿、刮骨疗毒。

随着人民健康需求的日益增长，我国保健市场空间巨大。一个健康的保健品市场既需要强有力的监管、规范、引导，更需要广大消费者擦亮眼睛、克服“易骗”体质、理性选择、倒逼产品和企业优胜劣汰。

这不，春节将近，又有很多消费者会选择各种保健品作为孝敬老人、走亲访友的礼物。在此，人民健康提醒大家在购买保健食品时，一定要理性消费，避免“被坑被骗”、人财损失。

保健品不是药品 不以治疗疾病为目的

专家分析，当前，保健品欺诈和虚假宣传问题比较突出。主要表现在三方面：一是食品、保健食品非法添加、非法声称和虚假宣传。二是采用发布虚假广告和不正当手段推销产品，误导和欺骗消费者，其中针对中老年人和病人的欺诈行为较多。三是故意混淆普通食品、保健食品和药品三者概念，特别是普通食品、保健食品违法宣称疗效，很难辨识。对此，消费者应深刻认识并高度警惕。

那么，在购买保健品时，具体应该注意哪些问题呢?

最近，媒体报道一款销售火爆的号称能治疗痛风的“长寿茶”，生产者为了展现其所标榜的治疗功效，非法添加西药，导致一些喝茶的人出现胃部疼痛，或者造成消化道出血等症状。

对此，北京工商大学食品安全法研究中心主任刘筠筠说：“一些保健食品声称有秘方，其成分是什么、疗效几何、副作用有多大，根本就是一个暗箱。”

复旦大学公共卫生学院教授厉曙光称，保健食品是一种特殊食品，一般只适宜于特定人群食用，不能代替药品。切勿听信那些将保健食品说成灵丹妙药的虚假宣传。

当前，保健食品商标虚假标识行为严重。如果发现标签、外观包装图案与文字、使用说明书、宣传广告与其注册或备案的内容相差甚远，将保健功能肆意夸大到疾病预防、治疗功能。未标明使用人群与不使用人群，而扩大至适用所有年龄阶段人群，未标注“本品不能代替药物”的情况，一定要慎重购买。

其实，对于保健食品的广告、功能、生产销售等方面不乏具体的规定、规范：

根据《保健食品广告审查暂行规定》规定，保健食品广告不得出现含有有效率、治愈率、评比、获奖等综合评价内容，此外，还不得出现含有使用该产品能够获得健康的表述，不得出现宣传产品为祖传秘方。

根据国家市场监管总局发布的《关于防范保健食品功能声称虚假宣传的消费提示》，保健食品不是药品，不以治疗疾病为目的，可以调节机体的某些功能，适宜于特定人群食用。

根据《食品安全法》规定，保健食品必须经过注册或备案。目前，监管部门依法批准注册的保健食品允许声称的保健功能主要有27类，依法备案的保健食品允许声称的保健功能为补充维生素、矿物质。

2018年12月26日，国家市场监管总局发布《关于进一步加强保健食品生产经营企业电话营销行为管理的公告》。保健食品经营者以电话形式进行保健食品营销和宣传时，不得明示或暗示保健食品具有疾病预防或治疗功能；不得利用国家机关、医疗单位、学术机构、行业组织的名义，或者以专家、医务人员和消费者的名义为产品功效作

证明；不得虚构保健食品监制、出品、推荐单位信息。

这些规定、提示、公告都可作为消费者判别保健品是否虚假的依据。

认准“蓝帽子”
到正规门店选购

正规的保健品有哪些特殊的认证标识呢?

“保健食品外包装上都有一个蓝色标识，该标识下方有相关批准文号以及批准的管理部门。这被业内俗称为“蓝帽子”模式，相当于合法牌照，有一定含金量。”上海市食品药品安全研究会会长唐民皓说。

厉曙光称，购买时要通过正规渠道选购，认准产品包装上的保健食品标志(小蓝帽)及保健食品批准文号，购买后索要正规的销售凭据，切忌通过非法传销、会议营销、电话营销等途径购买保健食品。不参加任何以产品销售为目的的健康知识讲座、专家报告、免费试用等活动。

因此,选购保健品时，最好去信誉好、证照齐全、有固定经营场所的正规门店。切忌用保健品代替药物治疗，摒弃花钱就能买来健康的错误观念。认准批号、收好发票，避免遭遇维权难题。

此外，保健品是不少老年人的必备食品。因此，厉曙光指出：“保健食品不含有全面的营养素，因此不能代替一日三餐，要坚持正常饮食。”

“海淘”保健品风险大
药监局官网可鉴定真伪

“海淘”保健品是时下年轻人热衷的购物方式。广东省食药监局提示，保健品市场鱼目混珠且特色各异，海淘境外产品更需留心。怎样才能避免购买到假冒进口保健品？广东省食药监局教大家三招：

1、“海淘”回来的正规保健品外包装上必须中文标签和说明书俱全。根据我国食品安全法，进口商品必须有中文标签和中文说明书，任何人不得销售没有中文标签的进口的预包装食品。此外，进口保健品还要有相关入境货物检验检疫证明，必要时消费者可向经销商索取加以核实。

2、看是否有进口保健品注册证号，只有标示“蓝帽子”及注册证号的才是保健食品，进口保健食品也不例外。进口保健食品注册号格式为“国食健注J＋4位年代号＋4位顺序号”或者“卫食健进字（4位年代号）＋4位顺序号”。消费者可以上国家药监局的官网进行查询，鉴定产品真伪。

3、尽量选择信任度高的专卖店或平台，切不可贪低价占便宜。而且一定要让商家开购物小票和发票，一旦发现商品有问题，可拿着这些凭证去找商家维权。

除了产品质量，服用进口保健食品还存在适宜与否的问题。“其实，每个国家的保健食品都是依据其本国人的体质、营养状况生产的。中国人拥有自己的体质特点，它们不适用于所有人，所以跟风盲目购买是不对的，建议谨慎选购，最好是遵医嘱。”专家建议说。

（人民网）

五招挑出好枸杞

说到适合冬季的养生食材，枸杞肯定榜上有名。然而，如何挑选呢?

一看。正常的枸杞以暗红色居多，也不会很均匀，而染过颜色的枸杞则为好看的艳红色。拿起枸杞看看果脐，正常枸杞的果脐为白色，用硫磺熏制过的枸杞为黄色，染过色的枸杞是红色。列入《药典》的宁夏枸杞呈扁圆形，并不会很大粒。

二握。将枸杞抓一把在手中，正常且优质的枸杞干燥度好，每粒都是独立分开的，不会黏在一起，根据天气变化有些枸杞会有些软，但不会特别软。加工过的枸杞摸起来有些黏手，而且掉色严重。

三闻。抓一把枸杞在手中捂一会儿，或放到塑料袋中密封一会儿，用鼻子闻一下，如果有刺激性的气味，很可能是用硫磺熏制过的，购买时一定小心。

四尝。把枸杞直接放到嘴里嚼碎，宁夏枸杞甘甜，吃完后有一丝微苦，青海枸杞比宁夏枸杞口感更甜。被白矾泡过的枸杞嚼起来会有白矾的苦味，被硫磺熏制过的枸杞，味道呈现酸、涩、苦味。

五泡。将枸杞扔几颗到温水中，优质的枸杞不易下沉，泡出来的颜色为淡黄色或者橘红色。染过色的枸杞泡水后呈红色，硫磺熏制过的仍然是清澈透明。

（生命时报）

营养品哪些是噱头哪些真有用？专家解读来了

蛋白粉、葡萄籽胶囊、有机食品、高钙奶、鱼油、海参、解酒药、酵素、儿童酱油、养胃饼干、初产蛋、黑糖、黑枸杞……这些东西完全没用吗?也不是!

蛋白粉：

如果日常能吃够鱼肉蛋奶，的确不需要再加蛋白粉。

即便是去健身房增肌，除非是健美运动员，一般人只需比平常多吃一两瘦肉和一两个蛋就可以了。

不过，蛋白粉也并非一无是处。膳食中蛋白质比例过低时，人容易虚胖，身体松软，没力气，怕冷，消化能力弱，容易浮肿。

特别是对肌肉本来就少、消化本来就差、食量本来就小的老年人来说，保证蛋白质供应是必须的。

但是很多老年人害怕胆固醇，鱼肉蛋奶不敢吃，膳食蛋白质不足，但买来蛋白粉，他们觉得很昂贵，不能浪费，就乖乖地吃了。这时候，补充蛋白粉对身体的确可以带来好处。

在医院，很多因为消化吸收能力差，无法从食物中获得足够蛋白质的手术后患者需要补充肠内营养制剂，使用水解蛋白产品是非常有效的。

国内外调查表明，蛋白质和多种营养素不足的患者住院时间延长，康复速度变慢，甚至根本无法康复。

总之，如果您牙口很好，消化正常，鱼肉蛋奶不缺，就别花高价吃蛋白粉了。

葡萄籽胶囊：

不是皮肤增白剂

葡萄籽胶囊主要是补充抗氧化物质“原花青素”，它对一些缺乏抗氧化物质的人是有帮助的，但没有传说中那么神奇的“美白作用”。

由于原花青素会降低多种消化酶的活性，并影响多种微量元素的吸收利用，日常消化不良、贫血缺锌、身体怕冷的女性，千万不要乱补葡萄籽胶囊，也不要以为葡萄籽胶囊是皮肤增白剂。否则不仅不能变白，可能脸色更黄，消化更差，身体更冷。

高钙奶：

意义不是很大

牛奶羊奶各种奶里都富含钙，包括人类的乳汁。在这种高钙的基础上还要再增加钙含量，没多大意思。

我若干年前做过调查，发现买高钙奶的人主要是那些对“牛奶本身富含钙”这个基本常识都不了解的消费者。实际上，高钙奶的钙含量比普通奶只高15%~20%。现在北京市场上高钙奶很少见了。为什么呢?我猜是因为无法达到国标要求。按GB28050-2011的要求，如果声称增加了某个营养素的含量，那就要比普通同类产品含量至少增加25%。对牛奶来说，多加那么多钙，技术难度大，易造成牛奶溶胶体系不稳定。日常多喝点普通牛奶酸奶，多吃点青菜豆腐，钙就来了。

鱼油：

确实不如吃鱼

海鱼里面不仅含有鱼油，还有蛋白质、各种维生素、多种微量元素。研究表明，每周吃2～3次非油炸的海鱼有利于预防心脑血管疾病、老年认知退化，也有利于保障胎儿婴儿的智力发育。至于鱼油的效果，研究结果并不一致。不过，在有些情况下，鱼油还是有点用的。比如有些地区的人日常吃不到鱼，素食主义者不吃鱼，那么在女性孕期或某些疾病状态下，遵循专业人士的建议适当补点鱼油，还是有意义的。

海参：

吃海参不光是为了补蛋白质

如果说“海参不比鸡蛋强，因为它的蛋白质没有鸡蛋多”，这个说法略有点偏激了。

吃海参肯定不光是为了补蛋白质的。虽然它的蛋白质含量确实没有鸡蛋的蛋白质含量高，但是并不能说明它一定没有其他好处，比如免疫调节、抗疲劳之类是有动物实验数据的。

至于效果是不是那么神奇，恐怕这就是因人而异的，不必期待过高。

如果自己经常疲劳，不如多找找原因，是运动太少，还是营养不合理，还是睡眠不足，或是工作压力太大等等。

如果不找其他的具体原因，只想靠吃几只海参解决，恐怕不够理性，效果也不会很好。

酵素：

自酿有风险

市售“酵素口服液”和家酿的“水果酵素”并不是“酶制剂”，用“酶进了肠道会失活”来证明酵素口服液没用，是不对的。有若干国内论文表明这类果蔬发酵液里含多种有机酸、还原糖、多种B族维生素，可能还有其他微量代谢产物。但这些研究大多处于较初级的阶段，具体能产生多大保健作用，喝多少量合适，还有待继续研究。而且自酿果蔬发酵液酿造中质量控制不好，可能产生微量有毒物质，危险性更大。

养胃饼干：

任何饼干都少吃

说养胃饼干不靠谱，是说它没有保健食品认证，却非要宣称保健功效，不合法。和普通食品相比，它卖那么贵也很离谱。

但是，说养胃饼干不如苏打饼干，就有点跑偏了。

苏打饼干对胃也未必有好处。苏打饼干的脂肪和热量并不比其他饼干低，而血糖反应在各类饼干中却是最高的，糖尿病人根本不值得吃，苏打饼干对胃酸少的患者没什么好处，只是对胃酸过多的患者可能起到暂时缓解不适的作用。

简单说，两种饼干都不要吃，直接吃好三餐就对了。

初产蛋：

营养差别不是很大

初产蛋的营养价值到底多高，没有看到数据，很难评价是否其中某些微量成分比其他鸡蛋更高。鸡蛋中含几百种蛋白质，以及卵磷脂、叶黄素、玉米黄素、12种维生素和多种微量元素，不是只有蛋白质而已。但整体来说，一个蛋就算某些微量营养素指标上和其他蛋有一丁点差别，也很难在一天营养供应中起到明显作用。

黑枸杞：

性价比比较低

黑枸杞的确是目前市售食物中花青素含量最高的，有文献为证。

说它不如茄子、紫甘蓝、紫薯之类，显得不太公平。

不过，如果把价钱算进去，单位花青素的价格就显得太贵了——性价比低啊。

花同样多的钱，如果买紫甘蓝和紫薯等这些我们日常的蔬菜，得到的花青素会比买黑枸杞多不少呢。但是，如果有人送你一盒黑枸杞，你还是开心地吃掉吧，不要用它来交换几麻袋茄子。

黑糖：

主要在于风味

黑糖和普通红糖的差别，在于它经过长时间的熬制，发生美拉德反应的程度高，颜色特别深。美拉德反应会产生香气，所以黑糖的风味比普通红糖更加浓郁。不过，黑糖产生的丙烯酰胺含量更高。这类产物在少量摄入时促进食欲，多了就有可能促进衰老和慢性病(有少数动物实验和人群调查研究，但尚无定论)。如果喜欢黑糖的风味，来大姨妈时为了安慰自己喝一杯是可以的，为了养生而天天大量吃则不明智。

儿童酱油：

不适合儿童

儿童酱油瓶子小，卖得比普通酱油贵，但和普通酱油的配料和营养成分都几乎一样。并不是说它会有害，只是说它并不是更适合儿童的产品，钠并不更低，营养价值未必更高，也没有相关标准，直接买普通优质酱油就好。

关于吃酱油，一岁以内的宝宝不要吃酱油，两三岁的宝宝也要严格控制食物的咸度，不管是不是儿童酱油都要限量。（健康时报网）

用抢票软件背后的法律风险

距离2019年春节还有一个多月的时间，春运也进入了倒计时，能否顺利买到回家的火车票成了许多人最为关心的问题。为了省时省力，越来越多的乘客选择网上购票，各种抢票软件应运而生，人们为了顺利买到车票，往往不惜在抢票软件上多花钱，但是这些软件真的靠谱吗？法律对于抢票软件是如何界定的？

1、抢票软件是否合法

目前市场上的抢票软件主要包括两大类：一类是PC终端具有抢票功能的浏览器；另一类是包括手机、iPad等在内的移动终端下载的APP。目前此类抢票软件平台大部分是免费的，但是一般购买加速包或缴纳会员费会提升购票成功的概率。

或许有人会提出质疑，抢票软件平台的经营模式似乎有“网络黄牛”之嫌，就此不妨看一下我国法律是如何规定的。

我国刑法规定：倒卖车票、船票，情节严重的，处3年以下有期徒刑、拘役或者管制，并处或者单处票证价额1倍以上5倍以下罚金。《最高人民法院关于审理倒卖车票刑事案件有关问题的解释》第一条则规定：变价、变相加价倒卖车票或者倒卖座席、卧铺签字号及订购车票凭证，票面数额在5000元以上，或者非法获利数额在2000元以上的，构成刑法规定的“倒卖车票情节严重”。

因此，根据刑法的规定，抢票软件平台提供无偿购票服务的行为本身并不违法。但如果有不法分子利用虚假身份证，通过抢票软件进行大量购票并加价转售等行为牟利，那就是符合倒卖车票罪的构成要件的。

如果抢票软件平台收取乘客的钱款代为购票，那么，这种行为是否涉嫌违法呢？对此笔者认为，抢票软件平台“收钱代刷”的行为应当属于民事上的委托代购行为，即乘客委托平台有偿代为购买车票，类似于火车票售票点的经营模式。平台应当取得工商部门等有关部门

批准的经营资质方能售票，否则就有可能构成我国刑法规定的“非法经营罪”。

2、一不留神可能“被消费”

因为抢票软件使用的是诸如自动识别验证码、自动提交订单等技术手段，购票效率自然比人工高，同时有些抢票软件还会“贴心”地提醒乘客应当购票的日期和推荐其他可替换的出行方式，因此受到不少乘客的青睐。但看似高效便捷的购票方式，却可能隐藏着种种法律风险。

首先，乘客存在“被消费”的可能。目前抢票软件的收费项目主要有两种：一种是价格不等的加速包，另一种是充值成为会员，享受会员抢票特权。

一般情况下如果乘客不购买收费项目，是很难抢到票的，同时购买加速包和会员费在有些软件上是自动勾选项目，乘客一不留神就可能“被消费”。但乘客购买收费项目后，是否一定能购票成功呢？也不一定。因为抢票软件的信息更新率和稳定性均不如官网购票系统，因此，加钱不意味着一定可以买到票。此外，据业内人士表示，不同软件的加速方式不尽相同，有些使用加速包或会员特权就是给乘客增加更多的节点。但是乘客通过抢票软件购买加速服务时，很难判断软件是否真的增加了更多的节点，提供了更快的网速。因此，即使抢票不成功，乘客对抢票软件是否确实加速也无从知晓，其因购票支出的加速包费用和会员费也不会退还。

另外，乘客个人信息的安全保障问题也值得关注。2017年6月施行的我国网络安全法第76条中，将“个人信息”定义为“以电子或者其他方式记录的能够单独或者与其他信息结合识别自然人个人身份的各种信息，包括但不限于自然人的姓名、出生日期、身份证件号码、个人生物识别信息、住址、电话号码等。”同时，还规定：网络运营者应当对其收集的用户信息严格保密，并建立健全用户信息保护制度。网络运营者不得泄露、篡改、毁损其收集的个人信息；未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息。但是，经过处理无法识别特定个人且不能复原的除外。乘客通过抢票软件购票必须提供自己的真实姓名、身份证号、手机号等个人信息，而抢票软件平台有义务对其掌握的乘客个人信息严格保密。但仍无法排除平台工作人员出于私利，泄露乘客个人信息的情况，万一信息被不法分子利用，就有可能沦为他人倒票或进行其他违法活动的工具。而且，此类个人信息被泄露的情况很难被乘客所知晓，具有较大的维权难度。

3、小心被“木马”窃取支付信息

据媒体报道，去年春运期间，有乘客在网上下载了一款抢票软件，输入时间、车次等购票信息后静候抢票结果，没一会儿软件就提示“抢票成功”。待该乘客按照提示输入银行卡卡号和密码等支付信息准备付款买票时，突然收到银行发来的提示短信，银行卡里的数千元钱已被盗刷，该乘客立刻联系抢票软件的客服，却发现该号码是空号。

春运期间是诈骗犯罪的高发期，很多不法分子看到了春运抢票的市场，他们利用技术手段制作了包含病毒“木马”的盗版山寨抢票软件，利用人们在春运期间对车票的迫切需求，打出“抢票神器”“抢票合集”等噱头，吸引人下载安装相应的软件。乘客一旦安装了不法的山寨抢票软件，客户终端就会成为病毒“木马”感染的对象。不法分子可以通过病毒“木马”窃取乘客个人信息、支付信息等，甚至可以直接控制乘客安装了抢票软件的PC终端和网络终端，严重危害乘客的个人财产安全。

网络安全法规定：任何个人和组织有权对危害网络安全的行为向网信、电信、公安等部门举报。收到举报的部门应当及时依法作出处理；不属于本部门职责的，应当及时移送有权处理的部门。设立用于实施违法犯罪活动的网站、通讯群组，或者利用网络发布涉及实施违法犯罪活动的信息，尚不构成犯罪的，由公安机关处5日以下拘留，可以并处1万元以上10万元以下罚款；情节较重的，处5日以上15日以下拘留，可以并处5万元以上50万元以下罚款。因此,乘客一旦发现安装了盗版抢票软件，应当立刻卸载并向有关部门举报，以便及时止损。

虽然抢票软件给人们带来了便利，但其本身存在的种种问题也应当引起重视。对此，笔者认为有关部门应加强对抢票软件平台违法行为的规制，并及时出台相关规范性法律文件，以整顿抢票软件市场目前的种种乱象。乘客也应当提高警惕，尽量通过正规渠道购票，同时注意个人信息保护和相关证据的留存，必要时拿起法律武器以维护自身权益。（北京日报）

教你3招挑选进口葡萄酒

随着人民生活水平的提高和贸易全球化进程的不断加快，进口葡萄酒由最初的高端奢侈品逐步向日常消费品转变。如何正确选择进口葡萄酒？海关专业人士为您支招。

经正规合法途径进口并经过海关监督管理的进口食品，都会获得《入境货物检验检疫证明》，并且所有进口食品都应当获得《入境货物检验检疫证明》后方能进入市场销售。《入境货物检验检疫证明》上注明的品名、品牌、原产国、规格、生产日期等信息，应与所销售的进口葡萄酒信息完全一致。

第一招：不盲目相信“外文标签”。一些消费者认为，有了“外文标签”加持，质量就是值得信赖的了，其实不然。根据《食品安全法》第九十七条规定：“进口的预包装食品、食品添加剂应当有中文标签；依法应当有说明书的，还应当有中文说明书。标签、说明书应当符合本法以及我国其他有关法律、行政法规的规定和食品安全国家标准的要求，并载明食品的原产地以及境内代理商的名称、地址、联系方式。预包装食品没有中文标签、中文说明书或者标签、说明书不符合本条规定的，不得进口。”按照我国食品安全国家标准的要求，进口葡萄酒的中文标签应当包含品名、原产国、原料与辅料、净含量、生产日期、保质期（酒精度小于10%vol须标注保质期）、酒精度、警示语（过量饮酒有害健康）以及进口商（或经销商、代理商）的名称、地址、联系方式等内容。建议消费者在购买进口葡萄酒时，注意观察有无中文标签，以及中文标签标识是否符合上述要求。

第二招：看条码也有小技巧。消费者还可查看葡萄酒瓶背面的条形码信息。通常来说：“30-37”开头的为法国原瓶进口葡萄酒，“80-83”开头的为意大利原瓶进口葡萄酒，“780”开头的为智利原瓶进口葡萄酒，“69”开头的表明为中国生产或者是国内灌装的进口散装酒。

第三招：价格过低须谨慎。对于标价与市场同种产品普遍价格差距过大，或价格可能低于成本价的进口葡萄酒，还是需要谨慎购买。（中国国门时报）

如何正确给宝宝选择纸尿裤产品？

随着二胎政策的放开，婴幼儿商品市场迎来了春天。但面对一个个纸尿裤品牌，宝爸宝妈该如何给宝宝选择？

一、检查包装标识

消费者在购买纸尿裤产品时，首先要检查产品包装是否被污染、有无开口或破损，若包装破损易造成纸尿裤产品的污染，影响产品的正常使用。其次还需要仔细检查产品的外包装，合格的产品外包装应注明生产企业的名称、地址、电话，产品的执行标准、生产日期、保质期、有效期等信息。

二、先买小包装试用

对于纸尿裤类产品，建议消费者先买最小包装的产品进行试用，打开包装后，合格的纸尿裤（片、

垫）应洁净、不掉色、背层完好、无硬质块、无破损，手感柔软。如果商家提供样品展示，可以通过样品仔细检查产品本身情况，“货比三家”才决定购买。

三、关注纸尿裤材料

一般纸尿裤（片、垫）的吸收芯层材料由绒毛浆和高分子吸水树脂组成。高分子吸水树脂呈颗粒状，消费者触摸纸尿裤（片、垫）的表层有时会感到凹凸不平或者有沙粒感，那便是吸水树脂。吸水树脂吸收尿液以后体积会膨胀，体积膨胀越大说明吸水树脂含量越多，吸收能力越强，但不可避免地会因膨胀带来一定程度的不适感，为此目前生产商多采用导流层，促进尿液均匀扩散，这样可以在不影响使用性能的前提下，减少高分子吸水树脂的加入量，同时又增加了产品的使用舒适度。而有一些低档纸尿片或者尿垫，其吸收材料为皱纹卫生纸，该类产品吸收尿液的能力较差，回渗量大，使用时需要经常更换。消费者可以通过商家提供的展示样品，了解其原材料及产品设计，从而选择一片好的纸尿裤。（广东消委会）

选购、使用不锈钢制品有窍门

不锈钢具有良好的防腐蚀性，既耐用又易清洗，因此很多家庭都会选择不锈钢材质的餐具、炊具等制品。然而不锈钢制品在选择、使用和护理上都有很多讲究，下面我们就一起来了解一下。

选购不锈钢制品，建议选择304钢。304钢（指铬含量达到18%、镍含量为8%的不锈钢）广泛用于耐蚀容器、餐具、家俱、栏杆、医疗器材等。选购不锈钢制品就要看好标注的类型。在不锈钢餐具上常有“13-0”（420钢）、“18-0”（430钢）、“18-8”（304钢）三种代号，代号前面的数字表示铬含量，后面的数字则代表镍含量。不锈钢器皿是否安全，主要就是重金属迁移的问题。一般来说，现在市面上常见的304钢是铬迁移量较少的。

而要想健康地使用不锈钢制品，使用时需要注意以下几点：

1.含盐、酸成分的饭菜不宜用不锈钢制品长期盛放。不锈钢稳定性好，有耐蚀性，但并不代表它不会被腐蚀或生锈，如果长期在不锈钢制品中存放盐、醋等，就会导致其表面生锈或出现“沙眼”，因此不建议家庭使用不锈钢制品存放这类物品。

2.不要用不锈钢制品煎煮中草药。中草药成分复杂，大都含有多种生物硷、有机酸。在加热时，很易与不锈钢中某些成分起化学反应，使药效下降，甚至可能生成某些毒性更大物质。

3.不宜空烧不锈钢制品。不锈钢制品较铁、铝制品导热系数低，热传导比较慢，空烧会造成炊具表面镀铬层老化、脱落。

最后，在清洗不锈钢制品方面又该注意些什么呢？不锈钢制品有一定的耐腐蚀性，但不管怎么样，搁置久之后还是会滋生细菌，隔一段时间还是要进行消毒。清洗不锈钢制品时忌用强碱和强氧化制剂洗涤，如碱水、苏打和漂白粉等，因为这些强电解质会与制品中的某些成分起“电-化学反应”，从而侵蚀不锈钢制品，使其溶出有害元素。（人民网）

如何读懂预包装食用植物油标签

预包装食品，指预先定量包装或者制作在包装材料、容器中的食品，预包装食用植物油是其中的一种。为帮助广大消费者科学选购、食用和贮存预包装食用植物油，国家市场监督管理总局特做如下消费提示。

一、食用植物油种类繁多

食用植物油是以食用植物油料或植物原油为原料制成的食用油脂。生活中常见的如大豆油、菜籽油、花生油、芝麻油、食用植物调和油等。

二、产品标签应仔细阅读

我国对预包装食用植物油的标签有严格规定。在选购时，可重点关注以下内容：

（一）看名称

单一品种食用植物油，应使用该种食用植物油的规范名称，不得掺有其他品种油脂。如花生油，就是以花生为油料生产的植物油，菜籽油就是以菜籽为油料生产的植物油。

采用两种或两种以上食用植物油调配制成的食用油脂，产品名称应统一标注为“食用植物调和油”。调和油不能以其中某成分来命名，如“橄榄调和油”、“亚麻籽调和油”就不正确，还应在标签上注明各种食用植物油的比例。

此外，转基因食用植物油应当按照规定，在标签、说明书上进行明显、醒目的标示。对我国未批准进口用作加工原料且未批准在国内商业化种植，市场上并不存在该种转基因作物及其加工品的，食用植物油标签、说明书不得标注“非转基因”字样。

（二）看配料表

配料表在标签中以“配料”或“配料表”为引导词，并标明各种配料。

如单一品种“花生油”产品，在其配料表中标出“花生油”。再如“食用植物调和油”产品，在配料表或邻近部位会标示该产品使用的各种食用植物油的比例。食用植物调和油通常有以下几种标示方法：大豆油、玉米油、菜籽油添加比例为5:3:2；大豆油（50g/100g）、玉米油（30g/100g）、菜籽油（20g/100g）；大豆油（50%）、玉米油（30%）、菜籽油（20%）。以上三种标示均说明该产品是由大豆油、玉米油和菜籽油按5:3:2的比例调制而成，即每100mL产品含50mL大豆油、30mL玉米油和20mL菜籽油。

（三）看营养成分表

我国规定必须在营养成分表中标识的内容有能量、蛋白质、脂肪、碳水化合物和钠的含量值及其占营养素参考值（NRV）的百分比。

若对除上述内容之外的其他营养成分进行营养声称或营养成分功能声称时，应标示出该营养成分的含量及其占营养素参考值的百分比；若使用了营养强化剂，应标示强化后油品中该营养成分的含量值及其占营养素参考值的百分比。若生产过程中使用氢化或部分氢化油脂，应标示出反式脂肪（酸）的含量。

（四）看生产日期、保质期和贮存条件

保质期是食用植物油在标签指明的贮存条件下保持产品品质的期限。生产日期、保质期、贮存条件三者关系密切。建议选择生产日期距购买时间较近、处于保质期内的产品，并关注产品所要求的贮存条件。

（五）其它可选择了解的信息

1.净含量。可以用于估计在保质期内能否吃完，或比较食用植物油的性价比。

2.生产者和经销者信息。包括生产者和经销者的名称、地址和联系方式等。根据生产者实际情况，还可能包括委托单位、受委托单位的名称和地址等信息；进口食用植物油一般不会标示生产者的名称、地址和联系方式，而会标示原产国国名或地区名，以及在中国依法登记注册的代理商、进口商或经销者的名称、地址和联系方式。

3.产品的食品生产许可证编号、产品标准代号。

4.生产商可自愿选择标注的内容。对于食用植物调和油，有些生产商在标签中标示其中大于2%脂肪酸组成的名称和含量。

（市场监管总局）

倡导科学健康消费理念
提供权威实用消费资讯
www.bj315.org/

欢迎关注“北京消协”微信公众号

广大消费者可以通过以下三种方式关注“北京消协”公众号。

搜索微信名称 北京消协	搜索微信账号 bjxx315	扫描上方 二维码

“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