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09期
09
总第84期

向祖国致敬

1949.10.01 — 2019.10.01

70周年

与消费者同行

P14 京津冀消协联合发布智能门锁比较试验结果
P19 市场监管总局发布《保健食品标注警示用语指南》
P34 购买二手电子商品注意这五点
P42 乳制品还是乳饮料，你能分清楚吗？

柳纪纲会长在市消协召开工作座谈会

9月25日上午，市消协召开工作座谈会，市消协会长柳纪纲、市市场监管局副巡视员于爽、市市场监管局相关部门负责同志以及部分区消协会长参加了座谈。座谈会上，东城、朝阳、海淀、丰台、通州区消协结合各区实际及特色亮点工作做了汇报。

市市场监管局副巡视员于爽从不断提升化解纠纷能力、深入开展社会监督工作、努力提高消费指导能力、持续发挥消费教育作用、深入推进跨区域消协组织合作、做好消费者满意度测评工作、做好消费调查方案准备工作、配合开展预付费专项整治工作等方面,对前三季度北京市消协组织工作情况及下一步市场监管消费维权工作重点做了说明。

最后，市消协会长柳纪纲对市消协系统今年以来所做的主要工作及取得的成绩表示肯定。针对目前消费投诉工作中存在的问题，柳会长表示要从促进企业诚信自律、加大对不良商家的打击力度、加强消费教育引导等多个方面采取措施，进一步发挥作用，有效降低投诉量。

柳纪纲会长指出，建国70年以来，老百姓从基本的需求消费到享受型、发展型消费，消费结构不断升级，消费形式不断创新，也造成了消费维权所面临的问题更加复杂。要更加清楚地认识到良好的消费环境对促进经济稳定增长所具有的重要作用，从经济发展大局考虑，做好消费环境建设工作。

柳纪纲会长强调，消协要依托理事会平台，充分发挥部门合力。对各理事单位、各区消协的好经验好做法，要加强宣传，进一步营造消费维权社会共治的浓厚氛围。

Prologue
卷首语

消费新潮流 发展新机遇

把“奶糖的香”涂在手上，将“故宫的美”抹在脸上，让“报纸的墨”秀在身上，使“花露水的味”掺进酒里……这股跨界融合的消费新潮流，不仅让传统文化和潮流文化产生了奇妙的“化学反应”，在消费领域也掀起了一场关于经典和流行的“头脑风暴”。

这股消费新潮流，既满足了时尚追求，又凸显了文化内涵，和当下年轻人的消费偏好不谋而合。有态度又实用，有情怀又独特，有质感又新潮，附着在潮流中的情感诉求、价值归属和群体认同，让这些充满创意的商品与品牌收获了大量的新生代消费群体，在竞争激烈的市场上成功走出一条转型升级之路。

从美食饮品到服装美妆，从电影电视到文创周边，消费新潮流里总能发现老字号的新面孔。如今，中国品牌的消费人群在不断增加，走出国门、扬帆出海的中国品牌也越来越多，背后依靠的正是良好的口碑、稳定的质量和创新的态度。告别“土味”“过时”的标签，一件件情怀与时尚跨界融合的国产商品、一个个跟跑并跑乃至弯道超车的中国品牌应运而生，自然令消费者感到惊喜。

纵观今天的消费潮流，不同的流行趋势折射出中国市场海纳百川的开放心态，反映着人们不断升级的消费层次。中国品牌与来自世界各地的商品同台竞技，让消费者在家门口就能“货比三家”，收获最佳的性价比。无论是对中国品牌的消费喜好，还是对进口商品的消费选择，消费者都是开放的中国市场的受益者。某种程度上，消费既是一种经济现象，也有着丰富的文化内涵。一方面，消费潮流是世界经济文化交流互通的结果；另一方面，新的消费潮流的兴起也让更多新生代消费者相信，增强文化自信、保持文化自觉、涵养文化内涵、挖掘文化价值，潮流可以土生土长，时尚也能风起本土。

让消费新潮流成为推动中国品牌升级的契机，需要进一步培育和规范市场、用好文化资源。需要看到，消费新潮流中的相关品牌，有的与世界一流品牌还存在不小差距。比如，一些现象级潮牌做工粗糙、制作简陋，只是在包装上做一些表面功夫；有的爆款产品山寨抄袭、过度营销，缺乏真正的历史意蕴和文化味道。这些现象的存在，影响了人们的观感。无论对消费者还是生产者来说，消费潮流能否经久不衰，很大程度上取决于市场能否良性发展。消费潮流既要立足本土，也要接轨世界。就此而言，优胜劣汰的市场机制必不可少，行之有效的行业规范也不可或缺，这些理应成为推动中国品牌健康成长的基础性要素。

今天，世界500种主要工业品中，中国有220多种产品产量位居全球第一，但还有相当一部分都处在微笑曲线的底端。中国品牌，在今天正迎来新的发展机遇。以此为契机，增强文化自信，加强品牌建设，发掘市场潜力，消费者就能拥有更多选择，中国品牌定能绽放更多光彩。（人民日报）

盛玉雷

P14 京津冀消协联合发布智能门锁比较试验结果

经测试，38把智能门锁样品中，8把样品电磁兼容试验存在异常反应；6把样品极低温环境下无法解锁；24把样品的IC卡钥匙可被破解复制；14把智能门锁样品宣传具有活体指纹功能，实测并不具备此功能，涉嫌虚假宣传；32把样品可用制作的假指纹解锁；30把样品可靠性差。

卷首语

01 消费新潮流 发展新机遇

本刊策划

04 向祖国致敬 与消费者同行

权威发布

14 “小黑盒”可破解智能门锁？——京津冀消协联合发布智能门锁比较试验结果

热点关注

19 市场监管总局发布《保健食品标注警示用语指南》

20 细化规定堵漏洞 深度解析《保健食品标注警示用语指南》

22 市场监管总局拟规定：促销活动不得虚假打折

23 质检、食药等五条投诉举报热线统一为12315

23 京津冀共建旅游信用监管平台

24 国家邮政局再部署治快递“二次收费”：将清理违规收费工作进行到底

24 9月起购房资格复核全城通办

25 八部门专项整治学习类APP 下架200余款有害应用

25 北京13家银行任意个人业务网点均可缴纳交通罚款

26 飞机餐缩水？民航局拟规定由航企决定是否提供餐食

27 三部门：外资语言类培训机构外教人员应具备相关资质

28 深夜食堂深夜书店扩容 多元消费点亮“夜北京”

29 9月1日起北京公交可刷码乘车

消费时评

30 迪士尼，你最应该考虑的是消费者权益

31 快递业应向社会传递契约精神

32 别让智能门锁成“失能门锁”

33 如何提供飞机餐应按市场规律办事

消费提示

34 预付卡消费 别轻信商家口头承诺

34 购买二手电子商品注意这五点

35 莫让“受骗”成开学第一课

36 校外租房警惕黑中介

37 银保监局警示信用卡“黑中介”

37 科学采购与安全食用生蚝

38 慎选择临期食品 看准日期保障权益

P35 莫让“受骗”成开学第一课

9月开学季，大学新生陆续背起行囊走进校园。新生们从以往的家长代劳消费转变为现在的独立自主消费，在消费过程中容易遇到各种问题。为此提醒大学新生要理性科学消费、多学习消费知识、树立正确的消费观，提升消费维权意识，加强自我保护能力。

38 儿童用药要谨慎 这些误区家长需注意

39 购买保健品需理性

40 谨防电、网销“陷阱” 明明白白买保险

40 纯金换K金 陷阱有点深

41 购买健康险 注意观察期

41 防范“套路贷”五大“套路”

消费课堂

42 乳制品还是乳饮料，你能分清楚吗?

43 果蔬脆片，可能只是看着“健康”

43 啥样的蘑菇最新鲜

44 怎样选购适宜的保湿化妆品?

《北京消费者》由北京市市场监督管理局主管、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 宋国兵
黄 振 曹立军 张海东 闫大海
陆骏奇

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

图片摄影 杨连一 杜 颖

美术编辑 张霏霏

封面题字 十三届政协常务委员、民族和宗教委员会主任
中国社会科学院大学校长
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09期（总第84期）
京内资准字1516 — L0060号

内部资料 免费交流

向祖国致敬 与消费者同行

今年是新中国成立70周年。70年砥砺奋进，我们的国家发生了天翻地覆的变化。1952年—2018年，我国GDP从679.1亿元跃升至90.03万亿元，实际增长174倍；人均GDP从119元提高到6.46万元，实际增长70倍。在新的历史条件下，我们继续夺取中国特色社会主义伟大胜利，决胜全面建成小康社会，进而全面建设社会主义现代化强国。

70年来，我们的生活发生了翻天覆地的改变。我们的衣着从“黑蓝灰”到“个性化”，我们的饮食从“填饱肚子”到“营养健康”，我们的居住从“狭窄蜗居”到“宽敞舒适”，我们的出行从“封闭堵塞”到“四通八达”……

祖国70年来的发展巨变，关系着我们每个人生活的点滴变化。作为首都消费发展的亲历者，我们向祖国致敬，向人民致敬，我们必定不忘初心、牢记使命，与祖国同奋进，与消费者共前行。

70 建国后

1955年8月25日，国务院全体会议第十七次会议通过《布镇粮食定量供应凭证印制暂行办法》，粮票从此应运而生。据中新社

1966年，北京一百货商店的柜台前，售货员正在与顾客交流。据中新社

70年代，大多数人的衣服是自己手工制作。

1956年7月13日，中国国产第一辆“解放”牌汽车从总装配线下线。据中新社

70年代，人们最普遍的交通工具是自行车。据中新社

那时电视票相当紧俏，大家需要在单位登记排队等很长时间才能分配供给电视票。据中新社

70 改革开放后

1978年，十一届三中全会作出实行改革开放新决策后，社会主义市场经济体制逐步建立。与此同时，商场和超市越开越大、越开越多，不仅商品种类丰富，而且商品质量有保障。据中国文明网

随着生活水平的提升，服装种类和风格层出不穷。据中国服装协会测算，2017年我国全社会完成服装总产量约456亿件，其中梭织服装175亿件，针织服装281亿件。据中国质量报

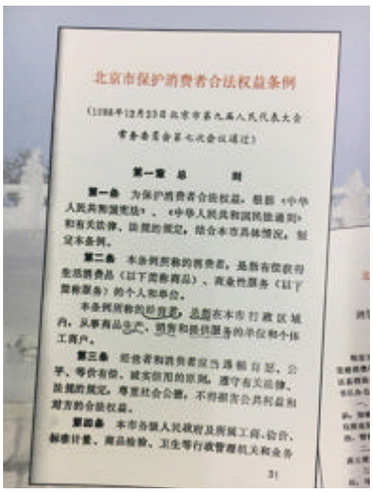
从1978到2018年，中国汽车产业发生了“巨变”。从年产14万辆到年产3000万辆，今天的中国是全世界第一大汽车产销国。汽车也成为了很多家庭的标配，从奢侈品变成大众消费品，进入亿万中国寻常百姓家。据凤凰财经

改革开放以来，人民群众的住房条件不断改善。国家统计局数据显示，1956年中国城镇居民人均居住面积仅5.7平方米。到了2018年，我国城镇居民人均住房面积已达到39平方米。据经济参考报

1987年1月21日，北京市消费者协会经北京市人民政府批准正式成立，从此掀开了首都消费者权益保护事业的崭新一页。据消协资料图

北京市消费者协会率先在全国消费者组织建立96315咨询投诉系统，并实现市消协、区县消协、基层消协分会三级平台互联互转功能。据消协资料图

1994年1月1日，《中华人民共和国消费者权益保护法》颁布实施，标志着我国消费者权益保护事业全面迈入有法可依的法制轨道。据消协资料图



1988年12月23日，北京市九届人大常务委员会第七次会议正式通过并颁发了《北京市保护消费者合法权益条例》。据消协资料图

1991年-1992年，北京18个区县都先后成立了消费者协会，全市基层消费者权益保护组织网络基本形成。据消协资料图

1995年6月5日，北京市人大常委会制定和颁布了《北京市实施<中华人民共和国消费者权益保护法>办法》。北京市消费者协会组织了一系列丰富多彩的宣传咨询活动。据消协资料图

2008年北京奥运会举办前夕，北京市消费者协会联合奥运城市消费者组织作出“迎奥运、树新风、营造良好消费环境”郑重承诺。据消协资料图

中国加入世贸组织后，北京市消费者协会第一时间召开“入世与消费维权”研讨会，邀请专家探讨入世后的消费者权益保护问题。据消协资料图

2012年，北京市消费者协会召开“消法的修订与完善”国际研讨会，邀请韩国、日本等有关国际消费者权益保护专家、学者探讨消费者权益保护问题。据消协资料图

2012年以来，北京积极探索建立健全消费纠纷人民调解工作制度，先后成立了北京市及各区消费纠纷人民调解委员会。据消协资料图

针对宾馆12点结账等具有垄断、独占性质的侵权行规，北京市消费者协会在组织专家学者研讨后第一时间发表消协观点和建议。据消协资料图

北京市消费者协会积极开展“促进中国城市实施可持续消费”欧盟项目，与外籍专家一起探讨中国绿色、安全、健康可持续消费问题。据消协资料图

70 党的十八大以来

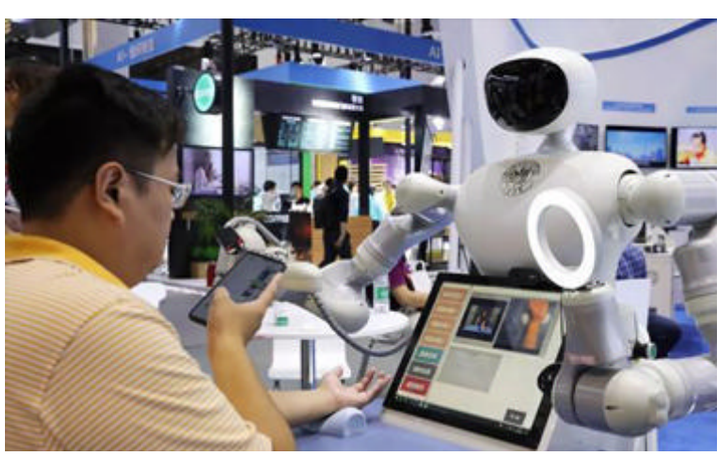
1952年—2018年，我国GDP从679.1亿元跃升至90.03万亿元，实际增长174倍。图为消费者正在河北雄安市便民服务中心的无人超市内选购商品。据中新社

截至2018年12月，我国网络购物用户规模达6.10亿，手机支付用户规模达5.83亿。图为一位卖糖葫芦的商贩向顾客出示移动支付二维码，方便顾客扫码付钱。据中新社

北京一地铁车厢内的市民正在看手机，方便快捷的电子阅读方式被更多年轻人所青睐。据中新社

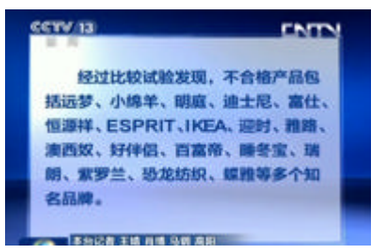
2015年11月2日，中国自主研制的C919大型客机首架机在上海浦东基地厂房正式下线。据中新社

截至2018年末，我国铁路营业里程13.2万公里，其中高速铁路3万公里，分别居世界第二和世界第一。图为中国自行研制并具有完全知识产权的两列中国标准动车组“复兴号”。据中新社



在2019世界人工智能大会上，一名参观者拍摄一款自主交互中医四诊机器人的“看病”过程。据新华社

2014年，为贯彻落实京津冀协同发展国家战略决策，京津冀三地消协建立“京津冀消费者协会协同发展联席会议”合作机制，切实促进三地消费者权益保护工作协同发展。据消协资料图



北京市消费者协会长期坚持开展商品比较试验工作，委托权威检测机构针对与百姓生活密切相关的商品开展比较测试，并及时向社会公布比较测试结果。图为中央电视台《新闻联播》报道北京消协床上用品比较试验结果。据消协资料图

北京市消费者协会通过“一网（北京市消费者协会网）、一刊（《北京消费者》刊物）、一微信（‘北京消协’微信号）”向消费者推送消费信息。据消协资料图

2017年，北京市消费者协会召开第五届理事会一次会议，推举北京市人大常委会副主任柳纪纲为北京市消费者协会会长，市宣传部、市人大财经委等18个部门副局级领导出任副会长。协会理事会成员的组成规格创历史新高。据消协资料图

北京市消费者协会坚持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，先后针对网络购物、旅游消费、个人信息保护等热点问题开展消费调查。图为北京消协向社会发布旅游调查结果。据消协资料图

2019年7月3日，北京市消费者协会组织消费者代表参观体验北京市交易规模最大的农产品批发市场——新发地市场，近距离感受食品生产、加工和销售企业的食品安全管理成果。据消协资料图

70 迈向新时代

党的十九大报告明确指出，中国特色社会主义进入新时代。我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,人们的美好生活需要日益广泛,消费需求由“从无到有”向“从有到好”迈进,对商品和服务的质量、安全及售后服务提出了更高要求，也对消费者权益保护工作提出了新的更高要求。

北京市消费者协会始终坚持以消费者为中心，全心全意为消费者服务，努力谱写新时代消费者权益保护事业的新篇章。

党的十九大报告指出，中国特色社会主义进入了新时代。

蓬勃发展的北京城市副中心

2019年建成投入使用的北京大兴国际机场

2022年第24届冬季奥林匹克运动会将在中国北京市和河北省张家口市联合举行。

新中国成立70周年：从消费变迁看新时代祖国的新变化

建国70周年，我们看到了祖国的快速发展，我们看到了祖国的可喜变化，尤其是衣食住行变化给我们每一个人生活带来的便捷和美好。在这里，本刊给大家推荐一位曾经在海淀消协工作过的八十五岁老共产党员为庆祝建国70周年写下的文字感触。让我们一起从消费变迁来感受新时代的新变化！

胡本成

消费观念不断更新

随着我国改革开放进程的加快，商品化程度不断提高，人们的消费水平也相应发生了根本性的变化，我国城乡居民的生活水平已经由温饱型、小康型、全面小康型走向富裕型，实现了从站起来、富起来、强起来的奋斗目标。

回眸20世纪60年代，群众的商品消费需求是购买自行车、手表、缝纫机“三大件”过渡到20世纪80年代购买家电、百货、家具等，逐步扩大到现在购买普通商品房、公寓型商品房、高档汽车、智能电脑、智能电视、智能空调、智能手机等高端品牌消费品。国民经济的增长，需要消费来支撑。

据统计，2018年，消费对我国经济增长的贡献率达76.2%，2019年上半年，消费对国民经济增长的贡献率达60%以上。内需已成为拉动中国经济增长的主要引擎。由于城乡居民收入的稳定增长，伴随着生活水平的不断提高，群众的消费观念也发生了许多新的变化。因网络购物的便利，共享单车的应用，高铁四通八达，人们出国旅游、国内景点游，高铁游，生态游，乡村游，民俗游，采摘垂钓游等品种繁多，让出游者饱览世界风景的同时，尽享祖国山川自然人文景观和多种浓郁风情，乡情野趣诗画田园的美景。

在消费观念变化的同时，现代人新追求的是人与自然和谐发展的绿色消费，健康消费，品质消费，安全消费和科学消费。这一消费观念的变化，不仅拉动了我国国民经济的发展，同时也大大地改善和提高了人民的生活质量水平。

消费结构不断完善

改革求发展，而发展是为提高生活质量，古人云：民以食为天，吃饭、住房、穿衣是个人和家庭生活中的大事，进入20世纪90年代后期，由于我们党的正确决策，加快了改革开放的步伐，政府先后出台了多项惠民措施，减负降税、减政放权、释放政策红利，鼓励个人创业，充分调动起了人民群众的积极性和创造性，并为多种所有制经济的共同发展敞开大门，解决了民营企业、中小企业发展中遇到的难题，提高了生产率，改善了营商环境，激发了人的潜能与市场活力。生产的发展催生了经济的腾飞。

生活的富裕，必然带来消费结构的变化，人们用于吃、穿等基本生活需要的生存性支出逐年减少，而用于文化娱乐、休闲娱乐、美容美体、文化教育、住房、就医、养老、护理、保健、旅游等服务性支出逐年增大。当今社会发展已进入新时代，人们在解决了温饱之后，拥有更加开放的思想，更加积极享受生活，对精神和物质的消费欲望更强，而且越来越重视生活细节和生活品质，居民的膳食结构讲究荤素搭配，粗细粮结合，提倡吃出营养、吃出健康。为此，百姓餐桌上的美味菜肴越来越丰富，各类市场的商品琳琅满目，呈现出改革开放带来的一片繁荣兴旺的景象。

消费市场更加多元化

在市场经济不断向前发展的形势下，消费市场个性化，多元化消费已经走进人们的生活。所谓个性化消费，就是依据个人的兴趣爱好，安排自己的时间与空间来装点生活，如衣着款式、装饰装束为例，以时尚、高档、舒适为主体的生活方式走向时尚化、个性化、名牌化的新潮流消费，以展现国人自主选择，自我发展的个性爱好，以及潇洒不羁的豁达风度与魅力，形成一个五彩斑斓多姿多彩的美丽中国特色社会。多元化消费是指大数据、云计算、互联网+、物联网、人工智能、卫星导航服务、远程课堂、远程医疗、信息服务、知识充电、心里咨询、动漫画及二次元文化、文学艺术、音乐、休闲等。

改革开放后，给人们带来了多元化的选择机会，以实现自己追求的梦想。如果说4G网络的应用，改变了人们的生活，5G网络的推广应用，将改变整个社会，影响全世界。5G网络具有高速、高可靠性和低时延的特点，它的普及，将改变我国的生产、营商、金融、流通、消费等领域和个人供求关系走向，以更加快捷、高效提高工作效率和生活质量、降低成本、提升社会管理能力。

尽管个性化、多元化消费是一个消费代名词，但归根结底主宰消费的只是两个方面内容，即物质消费与精神消费。物质消费支撑着人的生命存在，决定人的身体素质，精神消费支撑着人的精神存在，决定人的智能与品行发展。在我们提高生活档次，重视物质消费的同时，更应当重视精神文化消费，达到精神与物质的协调发展。

消费前置逐渐优化

提高生活水平质量一个重要标准，是要看群众的住房和居住环境。近几年，北京城市建设高速发展，并分别建有商品房、公租房、廉租房、经济适用房、共有产权房、老旧小区建设改造房等多主体供给，多渠道保障的住房体系，市民的居住条件和居住环境有了明显的改善。

目前，北京人均居住面积为32.4平方米。据有关部门统计，我国城乡居民人均住房面积已达36.6平方米，农村则高达45.8平方米。住宅装饰装修档次越来越豪华、精美、舒适、雅致、新颖到奢侈、装修公司别样的设计图案任你挑选采用。高档次装修，表明老百姓手头阔绰，荷包里有钱了，底气足了，肯花钱，敢消费，上档次，有范儿。

北京作为首善之区，城市建设除改善百姓住房条件外，现代城市治理，城市管理，城市民生事业的发展，城市惠民利民等各项服务措施落到实处，是一项复杂而精细的工程，例如：城市管理部门对违章违建的拆除，北京首创“民有所呼，我有所应”，“街乡吹哨，部门报到”，实行跨地区跨部门联合执法整治，解决了过去长期得不到解决的私搭乱建、开墙打洞、占用公共用地、机动车乱停乱放、乱竖广告牌、摊商游商聚集、治安消防隐患、垃圾分类脏乱差等群众反映强烈，影响居民正常生活的难题得到了破解，整治后的北京城乡街道、胡同、社区院落面貌焕然一新，居民有了实实在在的获得感、幸福感和安全感。

未来，人们期待的是：城市为市民创造美好的生活环境。为扩大内需，提倡消费，国家鼓励城乡居民适度举债，提前消费，信贷消费，向银行借贷购买商品房、汽车、制业、经商等。鼓励公民超前消费，或者先消费后付款，“花明天的钱，圆今天的梦”，为倡导信贷消费开绿灯。

消费空间动力强劲

未来的消费潜力巨大。由于我国的CPI同比增速为2.2%，表明温和的物价涨势与稳定的宏观经济态势。国家实施的税改利民政策和消费人群收入的稳定增长，因而提升了城乡居民的实际可支配收入水平。据统计，2019年上半年达6.5%。近日，国家出台促进消费政策20条，发展夜间经济、假日经济，放宽汽车等部分限购商品的措施拉动消费市场，以第三产业的旅游、购物、健身、娱乐、餐饮等城市特色文化为主要形式的现代城市消费经济，为国民经济增添了新的动力。

为推进新型城镇化建设，预计我国户籍人口城镇化率将由现在的60%提升到70%至75%，未来几年里约有1.5至2亿人口从农村转移到城镇，这将持续释放消费潜力，激发有效投资，为经济发展提供重要支撑。预测今后一段时期城乡居民的消费主体，将是智能化、信息化、数字化高速发展，新能源汽车、自动驾驶、绿色智能家电品种增多，形成节能、环保、适用、灵活的消费需求结构。

在文化生活中的教育服务、旅游服务价格近年分别同比增长2.9%和3.3%。群众性的健康服务消费，如医疗、养老、康复、护理、育婴、幼教、家政、体育等行业的准入与配套政策将进一步调整完善，健康消费无疑将全面拓展，以满足城乡居民“衣食住行”以外更高层次的消费和美好生活的需要。

5G网络建设的发展应用，必然走向“万物互联”提升我国重工业、轻工业、机械工业、汽车工业、医疗器械服务业等升级技术体验的需求，使这些企业数字化转型进入快车道，为此，5G网络产生的效能和它巨大的消费潜力正转换为高质量发展的动力。

总之，消费推动生产力的发展，发展提升了消费的需求，这就是消费与发展的依存关系。随着我国改革开放的大门越开越大，中国进口博览会持续举办，“一带一路”互联互通的实施落地，大量外国优质商品已经源源不断地涌入中国市场，城乡居民在众多商品面前有更多的选择余地。因此，消费的变化给人们带来的是美好享受，消费给我们的生活增添了绚丽多彩，消费改善和提高了人民群众的生活质量。（作者：胡本成）

“小黑盒”可破解智能门锁？

——京津冀消协联合发布智能门锁比较试验结果

近几年，智能家居的概念渐入人心。智能门锁作为智能家居体系的一部分，而且是家庭的第一道屏障，既要方便好用，又要安全放心。目前市场尤其是网络平台上，智能门锁品牌众多，产品宣传五花八门，价格相差悬殊。一段时间以来，智能门锁被“小黑盒”暴力破解等安全性的负面报道屡见不鲜，消费者想尝试又无从了解其质量状况。为了解智能门锁的真实质量状况，科学引导指导消费，北京市、天津市、河北省三地消费者协会对网售智能门锁开展了比较试验。

一 样品来源

比较试验样品由消费者协会工作人员以消费者的身份通过从京东商城、天猫商城、苏宁易购、1号店、三星官网等电商平台随机购买，涉及28个品牌的38把样品，购买价格从790元到3700元不等：

购样平台	序号	标称品牌	型号	购样价格（元）
天猫商城	1	固特	1802	2089
	2	凯迪仕	5155Alock	2099
	3	顶固	SF3100	2299
	4	海尔	U5	2200
	5	凯迪仕	5005	3700
	6	玥玛	NBZNMSP002	1999
	7	多灵	9002X1	2499
	8	360智能门锁	S1	2999
	9	名门	EZ0707YR-ET-R	2399
	10	TCL	A18-E6C	2399
	11	TCL	A18-MR12	1699
	12	海尔	HL-31PF3-U	2699
	13	360	ORVIBO K1	1999
	14	耐久	885	790
	15	必达	G636FK-AN2	1249
	16	卡迪龙	KE306A	990
1号店	17	dormakaba	O11	2899
	18	dormakaba	O7	2110
三星官网	19	三星	SHP-DP728	3698
	20	三星	SHS-H505	2398
京东商城	21	箭牌	628	1588
	22	箭牌	DG305	2480
	23	顾乐	6802	2588
	24	鹿客	DSL-C07	1699
	25	鹿客	DSL-C07A	2799
	26	意利原子	兰博基尼1号	2480
	27	普鑫五金	ZW8508	1699
	28	玥玛	FP-W501	1737
	29	樱木	A8	1150
	30	HERON/黑龙	A5022	1780
	31	明凯	MK-888	998
	32	美的	M1	1799
	33	英家皇室	8091	1799
	34	果加	F0	999
苏宁易购	35	忠恒	X5	998
	36	金点原子	JD-Z1	2180
	37	忠恒	X8	1488
	38	卡贝	CX8345-22	2129

二 测试项目及依据

比较试验主要针对的是与智能门锁相关的安全和可靠性项目，包括：电磁兼容性试验、环境试验、IC卡解锁试验、指纹解锁试验、密码逻辑安全试验和电路非正常等试验。比较试验样品委托中家院（北京）检测认证有限公司进行测试。具体如下：

序号	测试项目	测试标准、依据或测试方法
1	指纹解锁试验	使用处理过的硅胶指纹膜进行解锁测试
2	密码逻辑安全试验	虚位密码长度、密码有效长度、允许输入错误密码次数和锁屏时间四个方面横向比较
3	IC卡解锁试验	通过NFC功能复制已授权的IC卡
4	APP解锁存在风险	CHCT-JSGF-036-2017《智能锁智能水平评价技术规范》客户端与门锁连接方式及临时密码获取方式
5	电磁兼容性（EMC）试验	根据GB/T 17626.3-2016、GB/T 17626.2-2016、GB/T 4343.2-2009、GB 4706.1-2005标准对智能门锁进行辐射和静电相关试验
6	电路非正常试验	根据GB/T 14536.1、GB/T 14536.13，非正常试验和附录H要求，在电子电路上施加单重故障进行试验
7	环境试验	GB/T 2423.1、GB/T 2423.2 智能门锁在高温、低温等环境下，能否正常工作

测试结果仅对本次比较试验购买的样品负责。

三 测试结果

经测试，38把智能门锁样品中，8把样品电磁兼容试验存在异常反应；6把样品极低温环境下无法解锁；24把样品的IC卡钥匙可被破解复制；14把智能门锁样品宣传具有活体指纹功能，实测并不具备此功能，涉嫌虚假宣传；32把样品可用制作的假指纹解锁；30把样品可靠性差。具体如下（详细测试信息见附表）：

1、电磁兼容性（EMC）试验。在家居环境中，是否能够与其他家电产品和设备协调运行是每一件产品都必须考虑的问题，对于智能门锁这种对安全和可靠性要求更高的产品更是如此。电磁兼容性（EMC）试验测试智能门锁应对其他产品的干扰能力，通过发射天线对智能锁发射3V/m和10V/m，80MHz-1GHz干扰。试验结果如下：

（1）在3V/m的强度下，38把样品均没有异常情况发生。

（2）在10V/m的强度下，38把样品中有8把发生异常报警等现象，但均未出现意外解锁的情况，将干扰停止后门锁恢复正常工作：

序号	标称品牌	型号	EMC（10V/m）
1	忠恒	X5	按键灯闪烁、报警
2	玥玛	NBZNMSP002	按键灯闪烁、报警
3	卡贝	CX8345-22	按键灯闪烁、报警
4	TCL	A18-E6C	按键灯闪烁、报警
5	普鑫五金	ZW8508	按键灯闪烁、报警
6	玥玛	FP-W501	按键灯闪烁、报警
7	樱木	A8	按键灯闪烁、报警
8	卡迪龙	KE306A	按键灯闪烁、报警

此外，我会对样品进行了“小黑盒”干扰试验。“小黑盒”实质是一个特斯拉线圈，场强达到95dBuv以上。经测试，“小黑盒”贴近门锁样品后样品屏幕会被点亮，“小黑盒”靠近的按键会识别被按下，但38把样品均没有异常解锁的现象。

2、环境试验。“极端环境”是影响很多产品质量和性能发挥的因素。在我国，南北纬的跨度更使温度的变化表现显著。因此，在环境试验中，我们将试验环境分为两档，一档是一般环境温度（-20℃~40℃），另一档是超低温（-40℃）和超高温（70℃）。经测试，在-20℃低温和40℃高温的环境下，所有门锁均可正常工作。而在-40℃低温的环境下，有6个品牌的门锁样品出现问题：

序号	标称品牌	型号	环境温度-40℃
1	卡贝	CX8345-22	识别密码，但无解锁动作，无法解锁
2	名门	EZ0707YR-ET-R	无法识别指纹和密码，并且无解锁动作，无法解锁
3	鹿客	DSL-C07A	识别指纹和密码，但无解锁动作，无法解锁
4	意利原子	兰博基尼1号	识别密码和密码，但无解锁动作，无法解锁
5	樱木	A8	识别指纹和密码，但无解锁动作，无法解锁
6	英家皇室	8091	识别指纹和密码，但无解锁动作，无法解锁

3、IC卡解锁试验。现阶段的智能门锁一般都会配备IC卡，在本次比较试验涉及的38把智能门锁样品中，有26把为IC卡解锁。考虑到IC卡容易被破解和复制，比较试验设计了破解并复制卡片解锁的试验，测试结果如下：

（1）在破解阶段，26把采用IC卡的智能门锁样品中，有24把样品的IC卡可被破解、复制。其中，一把样品暂未被破解（果加牌，型号：F0）。此样品使用的IC卡为CPU卡，破解成本相对其他门锁较高、破解难度相对较大。

（2）在解锁阶段，只有顶固牌型号为SF3100的智能门锁样品未被复制卡解锁。

（3）利用IC卡序列号及校验位制作IC卡可以破解15把智能门锁样品，成功率达到60%。

测试结果显示，现阶段，大多数智能门锁用的IC卡加密机制比较差，很容易通过手机或者电脑破解并复制，造成风险隐患。24把可破解IC卡样品如下：

序号	标称品牌	型号	信息识别卡安全（复制卡解锁）
1	忠恒	X5	√
2	箭牌	628	√
3	固特	1802	√
4	金点原子	JD-Z1	√
5	dormakaka	O11	√
6	dormakaka	O7	√
7	凯迪仕	5005	√
8	玥玛	NBZNMSP002	√
9	多灵	9002X1	√
10	箭牌	DG305	√
11	忠恒	X8	√
12	卡贝	CX8345-22	√
13	TCL	A18-E6C	√
14	顾乐	6802	√
15	普鑫五金	ZW8508	√
16	三星	SHP-DP728	√
17	三星	SHS-H505	√
18	玥玛	FP-W501	√
19	樱木	A8	√
20	耐用	885	√
21	HERON/黑龙	A5022	√
22	明凯	MK-888	√
23	卡迪龙	KE306A	√
24	英家皇室	8091	√

注：“√”代表异常开锁。

4、指纹解锁试验。本次比较试验的38把智能门锁样品中有36把带有指纹模块。比较试验中，我会采样制作指纹进行解锁测试，结果如下：

（1）14把门锁样品宣称是检测活体指纹对假指纹可以进行防护，但当使用假指纹进行试验时，都可以被解锁，这与销售网页宣传的检测活体指纹不符，这14把样品是：

序号	标称品牌	型号	序号	标称品牌	型号
1	固特	1802	8	TCL	A18-E6C
2	金点原子	JD-Z1	9	顾乐	6802
3	凯迪仕	5155Alock	10	海尔	HL-31PF3-U
4	顶固	SF3100	11	箭牌	628
5	海尔	U5	12	箭牌	DG305
6	360智能门锁	S1	13	鹿客	DSL-C07
7	卡贝	CX8345-22	14	鹿客	DSL-C07A

注：“活体”指纹识别功能，与传感器及软件密切相关，软件可以持续升级完善，本次测试结果仅与特定样品相关。

（2）经测试，36把样品中只有4个样品使用制作指纹测试无法解锁，安全性较好：

序号	标称品牌	型号	使用制作指纹测试结果
1	多灵	9002X1	无法解锁
2	TCL	A18-MR12	无法解锁
3	普鑫五金	ZW8508	无法解锁
4	360	智能K1	无法解锁

5、密码逻辑安全试验。密码设置是智能门锁的主要功能之一，现阶段智能门锁主要通过添加虚位密码、密码有效长度、错误密码限制等方式保证密码安全。其中，设置虚位密码的目的是防止用户在输入密码时被偷窥，但是任何密码都有暴力破解的风险，虚位密码允许的位数越长，每次暴力破解的容量越大，被暴力破解的风险也就越大。

比较试验从虚位密码长度、密码有效长度、允许输入错误密码次数和锁屏时间四个方面对38把智能门锁样品进行了横向比较，部分门锁样品表现优异：

序号	标称品牌	型号	密码逻辑等级
1	忠恒	X5	良
2	箭牌	628	优
3	固特	1802	良
4	金点原子	JD-Z1	中
5	dormakaba	O11	中
6	凯迪仕	5155Alock	中
7	顶固	SF3100	优
8	海尔	U5	良
9	dormakaba	O7	优
10	凯迪仕	5005	良
11	玥玛	NBZNMSP002	优
12	多灵	9002X1	良
13	箭牌	DG305	优
14	忠恒	X8	优
15	360智能门锁	S1	优
16	卡贝	CX8345-22	良
17	名门	EZ0707YR-ET-R	中
18	TCL	A18-E6C	良
19	TCL	A18-MR12	中
20	顾乐	6802	优
21	鹿客	DSL-C07	良
22	鹿客	DSL-C07A	优
23	意利原子	兰博基尼1号	优
24	普鑫五金	ZW8508	良
25	海尔	HL-31PF3-U	良
26	360	ORVIBO K1	中
27	三星	SHP-DP728	中
28	三星	SHS-H505	中
29	玥玛	FP-W501	优
30	樱木	A8	优
31	耐久	885	良
32	HERON/黑龙	A5022	良
33	明凯	MK-888	优
34	美的	M1	优
35	必达	G636FK-AN2	优
36	卡迪龙	KE306A	良
37	英家皇室	8091	良
38	果加	F0	优

此外，智能门锁存在管理员模式。在管理员模式下，消费者可以进行添加或删除指纹、密码、IC卡等操作。经测试，38把智能门锁样品中有27把可以通过室外操作进入管理员模式，在验证管理员密码时，支持虚位密码的操作，使得密码的安全性下降。其他11把智能门锁样品，需要在门内侧按下专门按键或者通过APP进行管理员操作，安全性相对较好。

6、电路非正常试验。根据GB 21556-2008《锁具安全通用技术条件》，智能门锁控制器需执

行GB/T 14536.1和GB/T14536.13的相关条款，在GB/T 14536.1标准的附录H.27中对电子控制器经受故障能力做出了要求。本次比较试验在智能门锁上施加了单重故障，其中30把智能门锁样品在单重故障条件下出现解锁异常或上锁异常的情况，其余8把智能门锁样品在此条件下不受影响，可靠性较好。这8个电路非正常试验没有发生异常的样品是：

序号	标称品牌	型号
1	鹿客	DSL-C07
2	鹿客	DSL-C07A
3	意利原子	兰博基尼1号
4	三星	SHP-DP728
5	三星	h505
6	海尔	U5
7	海尔	HL-31PF3-U
8	美的	M1

7、APP解锁存在风险。经测试，APP主要是通过蓝牙连接、WiFi直连、网关连接、微信小程序四种方式连接智能门锁。部分门锁可以通过APP分享临时密码。在测试时发现有一些门锁不通过联网即可生成临时密码，这种情况常见于使用微信小程序，将加密算法分别固化在门锁和微信小程序里，在实际使用过程中，临时密码被破解的风险较高。

四 制定团体标准

根据本次比较试验发现的风险，结合智能门锁的其他特点，北京市消费者协会与中国家电研究院等单位起草并发布了团体标准T/CAS 352-2019《智能锁智能水平评价技术规范》，以规范企业生产行为，促进行业质量水平有效提升。

五 消费提示

1、经过“小黑盒事件”后，智能门锁厂家开始重视高强度磁场对智能门锁的冲击。本次比较试验

购买的的智能门锁样品对高强度磁场干扰已经有解决策略，消费者无需担心“小黑盒”对于智能门锁的安全性的影响。

2、生活在高纬度或火炉地区的消费者需要特别注意选购应对极端气候的智能门锁产品，建议厂家在产品外包装和说明书上详细标注适用的温度范围，以方便消费者选购。

3、建议选购带有半导体指纹识别技术的智能门锁产品，安全性高于光电式指纹门锁，同时建议厂家适度宣传，不要过度宣传活体指纹。

4、选择具有虚位密码的智能门锁产品，使用过程中设置多位密码，并且在首次安装智能门锁后，修改默认密码，以防被不法分子通过默认密码打开门锁。

5、建议携带智能门锁IC卡时要谨慎，不要挂到他人易触碰的位置。保险起见，可以关闭智能门锁的IC卡解锁功能，尽可能的减少利用复制的IC卡解锁的风险。

6、在使用指纹解锁功能时，需要注意指纹模块上是否有异物，需要定期进行擦拭，防止指纹残留，被不法分子窃取。

7、如果不经过与智能门锁联网即可生成临时密码，则应尽量避免使用此功能。

8、消费者可根据本次比较试验结果选购智能门锁产品。

市场监管总局发布《保健食品标注警示用语指南》
要求醒目标注警示语 让公众更加明白消费

日前，市场监管总局发布《保健食品标注警示用语指南》（以下简称《指南》），要求保健食品生产经营者在标签专门区域醒目标示“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”等内容。

据介绍，《指南》的发布实施旨在进一步加强保健食品监管，让企业郑重声明，让公众明白消费，让保健食品不是药品深入人心。遏制不法分子虚假夸大保健食品功效、虚假宣传疾病治疗功能，维护消费者合法权益，让保健食品标签带上警示语，是保健食品行业清理整顿行动的重要内容，有利于强化企业主体责任，筑牢诚信自律意识，展现对消费者负责的态度；有利于约束商家营销行为，诚信不欺、生财有道；有利于保护消费者知情权，让消费选择更加理性。

《指南》要求“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”警示用语区应当位于最小销售包装包装物（容器）的主要展示版面，所占面积不应小于其所在面的20%，使用黑体字印刷。

《指南》要求在保健食品标签显著位置，以“保质期至XXXX年XX月XX日”的方式清晰标注保质期，让保质期一目了然，方便消费者选购，严格履行企业主体责任。《指南》还提醒广大消费者，选购保健食品要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，注意标签说明书的要求和禁忌。同时，要到正规的商场、超市、药店等经营单位购买保健食品，并索要发票或销售凭据。对所购买的保健食品质量安全有质疑，或遇到夸大保健食品功效、宣传疾病治疗功能的，应及时拨打12315投诉举报。

市场监管总局有关负责人表示，治理保健食品虚假宣传、维护人民群众身体健康，需要企业自律、恪守底线，需要监管部门持续发力、久久为功，以“零容忍”的态度打击各类违法犯罪行为，以“钉钉子”的精神落实党中央国务院关于食品安全的决策部署。

《指南》将于2020年1月1日起正式实施。下一步，市场监管总局将指导各级市场监督管理部门加强《指南》宣贯，引导保健食品生产经营企业规范标注，严管保健食品，严打虚假宣传，净化保健食品市场，为人民群众健康护航。（市场监管总局）

细化规定堵漏洞 深度解析
《保健食品标注警示用语指南》

日前，市场监管总局发布了《保健食品标注警示用语指南》(以下简称《指南》)，要求保健食品生产经营者在标签专门区域醒目标示“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”等内容。近日，《中国消费者报》记者采访市场监管总局相关负责人以及行业代表，对《指南》进行了深入解读。

让虚假宣传无机可乘

北京市民李大妈患有多种老年慢性疾病。3年前，她开始大把花钱购买保健食品，常年服用各种宣称能降低血糖、治疗高血压、改善骨骼疏松等问题的“降糖茶”“壮骨冲剂”等产品，几年下来花了近10万元。

李大妈告诉记者，她觉得，这些保健食品都是合法生产的，还有专家推荐，多少会有点作用，但子女、亲戚都劝自己不要相信这些保健食品，“有人说这些保健品没用，有人说有用，我都不知道该相信谁”。

记者从市场监管部门获悉，目前保健食品市场存在一些突出问题，如有的企业为了增强产品功效，非法添加药物，坑害消费者;有的企业虚假宣传、夸大功效，甚至把保健食品吹成“神药”，欺骗消费者。究其原因，是因为企业在标签上标注的提示信息不醒目，警示作用不强烈，不仔细查看很难发现、很难注意，给虚假宣传、消费欺诈留下可乘之机。

市场监管总局相关负责人表示，出台《指南》的目的就是要解决这个问题。一方面，要督促企业履行主体责任。《食品安全法》明确规定，生产经营者对其提供的标签内容负责，保健食品的标签不得涉及疾病预防、治疗功能，内容应当真实，标注应当清楚、明显。食品安全信息具有典型的不对称性，在标签上标注警示用语，展现的是企业对产品真实信息的自我声明，体现的是企业对主体责任的自我承诺，有利于强化食品行业诚信自律意识。另一方面，要维护消费者的合法权益。消费者享有知悉其购买、使用的商品真实信息的权利。在标签警示区的醒目位置标注“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”警示用语，是保护消费者知情权的重要体现，也是对企业生产经营行为的广泛监督，有利于形成抵制虚假宣传、防止消费欺诈的长效机制。

让消费选择明白理性

据了解，《指南》对企业标签标识内容进行了规范指导，特别是对标注警示用语提出明确意见。包括：设置警示区，警示区必须设置在最小包装物的主要展示版面上;标注警示语，在标签上标注“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”警示语，将保健食品与药物进行明确区分，提示消费者慎重选用;规定面积大小，警示区面积不少于其所在版面的20%;规定印刷字体，警示用语使用黑体字，让消费者特别是老年人看得更加清楚。

市场监管总局相关负责人表示，产品标签既是企业向消费者明示产品信息的载体，又是消费者直接获取产品信息的途径。标注的内容是否真实、清晰、完整，直接影响消费者的判断和选择。现行的保健食品标签管理，仅要求在标签上声明“本品不能代替药物”，没有具体规定声明标注的位置和大小。企业往往把声明标注

在不显眼的位置，使用小字体，很难引起消费者的注意，造成消费者容易被忽悠、被欺骗。因此在出台的《指南》中，对警示语内容以及面积、字体都作出了详细的规定。

记者了解到，《指南》出台前曾公开征求过意见。各方面都认为，让保健食品标签带上警示语，有利于强化企业主体责任，展现对消费者负责的态度;有利于约束商家营销行为，诚信不欺、生财有道;有利于保护消费者知情权，让保健食品不是药深入人心，消费选择更加理性。

让保质期一目了然

“我们年纪大，视力本来就不好，现在这些产品包装上的保质期不是颜色特别浅，就是字体特别小，老年人都看不清。这些信息应该印得清楚一些。”浙江消费者牟阿姨向记者抱怨说，她最烦标签上的保质期不好找。

标签上的保质期经常“找不到”“看不清”“难计算”，是很多消费者特别是老年消费者常常反映的问题。“找不到”是保质期标注的位置不明显，有的标注在犄角旮旯，有的标注在瓶底，有的标注在封口处;“看不清”是保质期的字体小、色差小，难以辨识;“难计算”是保质期的标注形式不直观，如保质期6个月、保质期两年，消费者要通过对照生产日期来计算产品食用截止日期，缺乏人性化。《指南》对保质期的标注作了进一步的规范。一是统一标注形式。将保质期的标注统一按照食用截止日期来标注，即按照“保质期至某年某月某日”的方式进行描述，与生产日期的标注形式相统一;二是标注位置醒目，要求在产品最小销售包装(容器)上的明显位置清晰标注保质期和生产日期，如果日期标注采用“见包装物某部位”的话，应当准确标注所在包装物的具体位置;三是色差对比鲜明，保质期标注应当与所在位置的背景颜色形成鲜明对比，让消费者容易识别。

市场监管总局特殊食品安全监督管理司主要负责人向记者表示，希望通过规范保质期的标注方式，让保质期一目了然，方便消费者购买。

此外，《指南》还规定了在保健食品标签上明确标注投诉服务电话等信息。这既是企业落实产品服务以及质量安全主体责任的措施，又是便利消费者咨询、维权的更直接更便捷的举措。《指南》还要求保健食品经营者在经营场所、网络平台等显要位置，标注消费提示信息。

中国营养保健食品协会秘书长刘学聪告诉记者，在当下有限的监管资源面对无限的营销行为的情况下，监管部门针对业内的突出问题，对保健食品标注警示语采取有效管理措施，是必要的。业界总体认为，通过警示标识，有利于强化企业主体责任和自律意识，有利于避免产品的夸大和虚假宣传，有利于促进消费者正确认识保健食品的功能作用，维护消费者的权益，有利于营造良好的保健食品市场环境，有利于保健食品产业健康可持续发展。

刘学聪还表示，中国营养保健食品协会将同业界一道，加强《指南》的学习，做好相关科普宣传工作，同时考虑出台更多自律规范措施引导企业规范经营。（中国消费者报）

市场监管总局拟规定：
促销活动不得虚假打折

据国家市场监管总局网站消息，市场监管总局近日印发《规范有奖销售等促销行为暂行规定（征求意见稿）》。征求意见稿明确，经营者开展促销活动，应当真实准确、清晰醒目标示活动信息，不得利用虚构原价、虚假打折、发布虚假信息等方式，欺骗、误导消费者。

征求意见稿明确，经营者通过商业广告、明码标价、产品说明、销售推介、实物样品或者通知、声明、店堂告示等方式作出优惠承诺的，应当履行承诺。经营者在促销活动中提供的奖品或者赠品应当符合国家有关规定，不得以侵权或者不合格产品、国家明令淘汰并停止销售的商品等作为奖品或者赠品。

征求意见稿明确，经营者开展有奖销售活动，应当在有奖销售前，明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息，不得变更，不得附加条件，不得影响兑奖，但有利于消费者的除外。现场即时开奖的有奖销售活动，对超过五百元奖项的兑奖情况，应当随时公示。经营者标示奖品价格的，应当与同一经营场所同种商品销售价格一致。

征求意见稿规定，经营者进行有奖销售，不得采用以下谎称有奖的方式：虚构奖项、奖品、奖金金额等；仅在活动范围中的特定区域投放奖品；在活动期间将带有中奖标志的商品、奖券不投放、未全部投放市场；将带有不同奖金金额或者奖品标志的商品、奖券按不同时间投放市场；按照向消费者明示的信息兑奖等。

征求意见稿指出，经营者进行有奖销售，不得采用让内部员工、指定单位或者个人中奖等故意让内定人员中奖的欺骗方式。抽奖式有奖销售最高奖的金额不得超过五万元。

征求意见稿明确，经营者开展价格促销活动，应当符合下列要求：价格促销活动有附加条件或者期限的，应当显著标明条件或者期限；价格促销仅涉及部分商品的，经营者不得标示对全部商品都开展价格促销；经营者无法确保价格促销涉及的商品有足量备货的，应当特别提示，否则不得以无货为由拒绝履行价格优惠承诺。

征求意见稿明确，经营者折价、降价，应当标明或者通过其他方便消费者认知的方式表明折价、降价的基准价格。未标明或者表明基准价格的，其折价、减价应当以同一经营者在同一经营场所内，在本次促销活动前七日内最低成交价格为基准价格。如果前七日内没有交易的，折价、减价应当以本次促销活动前最后一次交易价格为基准价格。（中国新闻网）

质检、食药等五条投诉举报热线

统一为12315

由国家市场监督管理总局、天津市政府主办的2019市场监督管理论坛8月31日至9月1日在天津举行，论坛主题为“消费环境与高质量发展”。

论坛举行了12315“五线合一、一号对外”发布启动仪式，原工商12315、质检12365、食药12331、知识产权12330、价监12358五条投诉举报热线及平台进行整合，统一使用12315热线号码。此举有利于推动建立统一、权威、高效的行政执法体系，畅通消费者投诉举报渠道。

十二届全国人大常委会副委员长、中国消费者协会会长张平在论坛上表示，发挥消费在经济增长中的基础性作用，需要营造便利安全放心的消费环境，提振消费信心。建设良好的消费环境需要市场监管部门和生产者、经营者和消费者全社会共同努力。

充分认识维护消费者合法权益，是增强消费信心、促进消费经济增长、拓展企业发展空间、推动高质量发展的需要。国家市场监管总局局长肖亚庆强调，要准确把握消费经济发展的新趋势新特点，深刻认识消费维权面临的新要求新挑战。

针对下一步全国消费者协会的工作，张平表示，全国消协要积极参与立法立标和消费政策制定，针对消费领域重点难点盲点问题，主动开展消
应消费转型升级新趋势，提高消费者保
力。

阿里巴巴集团首席执行官张勇、天津海鸥表业集团有限公司董事长王健分别从企业角度为激发市场消费活力，推动高质量发展谈了自己看法。

张勇表示，在数字经济时代，用数字技术构建消费全链路的雪亮工程，才能更好地解决时代发展中的社会问题，满足消费者不断增长的需求。

“只有多方联动，协同共治，才能形成生态发展的良性机制。”张勇认为，要想使海量消费者保护的行为和体验获得本质性的改善，必须从企业视角走向生态和平台视角。（中国新闻网）

京津冀共建旅游信用监管平台

北京市旅游委与天津市旅游局、河北省旅游委日前在北京共同签署《京津冀地区旅游信用协同监管合作备忘录》，三地将搭建京津冀旅游信用信息监管平台，推动京津冀旅游行业建立统一的诚信体系和信用奖惩联动机制。

根据备忘录，通过建设旅游信用信息监管平台，将实现信用信息互联互通，建立统一的信用数据架构和接口标准，逐步建立京津冀地区旅游企业名录和从业人员信用档案，实现跨区域旅游信用信息的查询和共享。

三地将建立京津冀信用信息联合发布机制，实现旅游行政处罚、行政许可、旅游投诉等信用信息的联合发布，增强旅游失信企业、失信从业者以及旅游不文明游客在京津冀区域内的社会公开，加大联合惩戒力度。促进京津冀信用监管的协同和分级分类，提升监管效能，建立京津冀旅游行业一体化的信用监管联动机制、预警机制和信用等级动态评价机制，对跨区域严重失信行为实施联合惩戒措施。

（人民日报）

国家邮政局再部署治快递“二次收费”：将清理违规收费工作进行到底

近日来，城乡两地均有快递取件二次收费的现象，引发热议。随后国家邮政局及快递企业日渐发力治理此事。5日，记者从国家邮政局获悉，快递末端服务违规收费清理整顿专项工作交出阶段性成绩单——自8月1日启动以来，全国邮政管理系统实施行政处罚273起，已经上缴罚款金额127.3万元，有力遏制了侵害群众利益的问题，形成一定震慑作用，违规收费现象得到初步遏制。

为继续压实企业总部在快递末端违规收费清理工作中的主体责任，国家邮政局也于4日组织各邮政、快递企业总部召开快递末端违规收费清理整顿专项会议，对快递末端违规收费清理整顿工作进行再部署。中国邮政、EMS、顺丰、中通、圆通、申通、韵达、百世、天天、品骏、德邦、优速等12个品牌的相关负责人参加会议。

会议向各企业重申了《国家邮政局关于持续做好快递末端服务违规收费清理工作的通知》的各项工作要求，对企业提出具体工作要求。据国家邮政局相关负责人介绍，虽然各企业总部在落实快递末端违规收费清理工作方面有了一些举措，取得了一些效果，但距离全面遏制末端网点违规收费现象，建立末端网点长效运营机制还有很大差距。全行业有决心、有信心打赢这场清理末端违规收费工作的攻坚战，从讲政治的高度将清理违规收费工作进行到底。

对下一步工作，会议提出要求各企业总部对照清理整顿工作方案的要求，按照“谁经营，谁负责”的原则，实施品牌管理，全面开展自查自纠，及时解决并发现问题。

治快递“二次收费”需疏堵结合，记者获悉，会议同时强调要根据农村快递的成本情况，理性建立完善价格体系，企业总部要从全网平衡和稳定发展的角度建立健全有效的内控机制，理顺与基层网点的关系，实行现代化、精细化管理，保障快递末端持续稳定发展。

国家邮政局相关负责人告诉记者，各企业还要充分利用国家有关政策，加大对农村末端网点建设的投入，积极开展快邮合作、快交合作和快递同业合作，实现资源共享、成本共担，稳妥推进“快递下乡”工程，为农民提供有质量保障的快递服务。（央广网）

9月起购房资格复核全城通办

据市住建委通知，2019年9月1日起，本市购房资格复核改为全城通办。自行成交的购房家庭申请存量房购房资格审核，同样变为全城通办。

根据通知，9月1日起，购房资格复核工作由市住房城乡建设委统一办理调整为市区联办，即区级房屋管理部门负责受理、初审工作，市住房城乡建设委负责复核复审工作。自行成交的购房家庭申请存量房购房资格审核，可以就近去任一区的交易服务窗口提交材料申请办理，不再局限于房屋坐落位置所在的区。

与此同时，无论是自行成交的二手房交易，还是通过中介机构成交的二手房交易，只要购房家庭对购房资格审核结果存在异议、需要申请复核的，除了对个人所得税审核结果有异议之外，其他情况的复核都改为全城通办，购房家庭可以持复核材料前往任一区的交易服务窗口申请办理，而不必像此前那样只能到市政务服务中心的窗口申请复核。

市政务服务中心购房资格复核窗口将与各区交易服务窗口并行两周受理异议复核申请，9月15日后，政务中心购房资格复核窗口将不再保留，购房家庭可就近至任一区的交易服务窗口办理。

如果购房家庭是对个人所得税审核结果持有异议，仍然需要按照原办理流程，前往市政务服务中心的窗口申请复核。（北京日报）

八部门专项整治学习类APP下架200余款有害应用

据教育部网站消息，在中央宣传部、中央网信办等八部门组织开展的学习类App等移动应用程序专项整治行动中，共查处10余个违法违规平台，下架了200余款严重危害青少年身心健康的应用。

中央宣传部反非法反违禁局、全国“扫黄打非”工作小组办公室今日发布《专项整治教育App乱象 维护广大师生合法权益》，文章称，近年来，随着互联网和移动智能终端不断普及和应用，教育移动互联网应用已成为提高青少年本领能力的重要方式。2019年我国在线教育市场势头强劲，市值将超过2600亿元，中小学生在线教育用户将达到8000万人。

在利益趋动下，一些移动互联网应用传播色情、低俗信息现象日益突出，非法移动应用程序屡打不绝，甚至专门面向中小学生的教育移动互联网应用也出现过度娱乐化、低俗、性暗示内容泛滥问题。

在中央宣传部、中央网信办、教育部等八部门专门组织开展的学习类App等移动应用程序专项整治行动中，查处了“互动作业”“同学帮”等10余个违法违规平台，下架了200余款严重危害青少年身心健康的应用，督促企业认真履行主体责任。通过专项整治，行业风气得以提升，市场发展得到净化，社会反响良好。

文章称，下一步，全国“扫黄打非”工作小组办公室将把查处教育App纳入低俗信息专项整治行动，作为“净网”专项行动工作重点进行部署，对相关应用侵权盗版行为予以打击，对传播低俗等不良信息行为予以整治，与教育部等部门一起，坚持教育与管理并重，规范网上文化秩序，共同努力用健康向上的文化内容陶冶情操、启迪心智、引领风尚，共创清朗网络空间。（中国新闻网）

北京13家银行任意个人业务网点均可缴纳交通罚款

8月30日，据北京市公安局公安交通管理局公众号“北京交警”消息，北京交管部门推出便民服务新举措，机动车驾驶员缴纳交通罚款时，除通过已有的中国工商银行个人业务网点、微信、支付宝扫码支付等渠道，还可以选择12家银行在北京市行政区域内的任意个人业务网点办理交通罚款缴纳业务。

据记者了解，在原有的中国工商银行个人业务网点基础上，新增12家银行，分别是：中国农业银行、中国银行、中国建设银行、中国邮政储蓄银行、中国交通银行、招商银行、平安银行、中信银行、中国光大银行、浦发银行、北京银行、北京农商银行。

北京交管部门介绍，即日起，驾驶人在北京市行政区域内，发生并接受交警现场处罚的交通违法，或是在北京市各交通执法站处理车辆非现场处罚交通违法后，均可在上述13家银行北京市任意个人业务网点办理缴纳罚款业务。

其中，多媒体自助机：中国工商银行、中国建设银行、北京农商银行；手机银行：中国工商银行、中国银行、中国建设银行、招商银行、平安银行、中国光大银行；网上银行：中国工商银行、中国银行、中国建设银行、中国交通银行、招商银行、中国光大银行。

北京交管部门提到，市民朋友可根据自身情况灵活选择缴款渠道，具体情况可拨打相关银行的客服电话咨询。（人民网）

飞机餐缩水？
民航局拟规定由航企决定是否提供餐食

近日，多家飞机餐“缩水”的消息引发关注。记者从中国民用航空局官网了解到，民航局正在修订《中国民用航空旅客、行李国内运输规则》，拟删除关于空中餐食的相关条款。航空公司可根据市场需求自行决定是否在航班上提供餐食服务。

我的飞机餐怎么“瘦了”？

据媒体报道，多家航空公司的飞机餐都有“瘦身”的趋势。

有网友表示，乘坐上海虹桥飞往北京首都的国航CA1502次航班，虽然是全价为5810元的公务舱，但提供的餐食仅为一份三明治。

还有网友表示，自己乘坐东方航空从上海飞往昆明、时长3小时5分钟的公务舱航班，仅获得5片水果和两块点心。

截至发稿时，对于网友在社交网络热议的话题，涉及的航空公司尚未进行回应。不过，事实上，乘客对于飞机餐的不满由来已久。

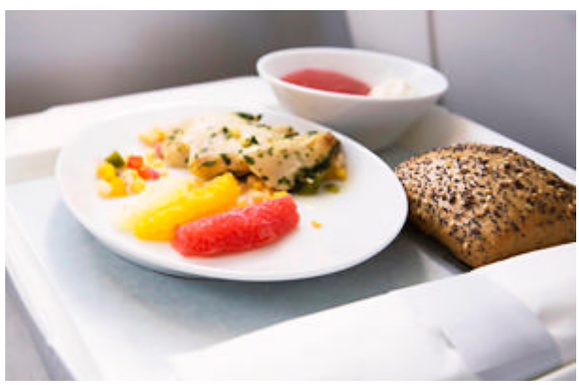
2019年3月，上海市消保委发布针对东航、上航、国航、南航、海航、厦航、春秋、吉祥等8家航空公司的常旅客满意度调查结果显示，航空公司遇突发问题处理的有效性、增值服务、飞机餐是消费者最不满意的三个环节。其中，餐饮品种和质量的满意度得分仅为64.6分，在各项服务中垫底。

国航：为安全调整餐食服务

记者注意到，8月19日，国航在其官网发布了《关于部分航线客舱服务调整的公告》，其中强调：

在实际飞行时间70分钟(含)以下的航班上，只配备小瓶瓶装饮料；

在实际飞行时间在70分钟以上120分钟(含)以下的航班上，经评估后确认无法在着陆前40分钟完成餐食发放与回收的，餐食种类将调减为一种或使用无需回收的餐食呈现方式；



餐饮服务程序统一调整为：发放餐食、发放饮料、收餐，取消餐前饮料服务；头等舱、公务舱餐食调整为一次性全部提供。

从公告来看，调整客舱服务是从安全角度出发的，但有网友对此并不认可。有网友表示，机票价格已经包括了餐食，既然缩减了餐食，为何机票价格不随之调整？

民航局拟规定由航企决定是否提供餐食

今年3月，全国人大代表、广东国鼎律师事务所主任朱列玉在接受中国民航报记者采访时建议，将国内民航公司机票分为含餐和不含餐两种，以供顾客选择，“此举能够更好地迎合旅客的真实需求，降低不必要的成本负担。”

报道称，《中国民用航空旅客、行李国内运输规则》第五十六条规定：“空中飞行过程中，承运人应根据飞行时间向旅客提供饮料或餐食”。因此，飞机上一般都配有飞机餐。然而，受航空安全和客舱条件限制，飞机餐食的食材和种类有限。

因此，朱列玉建议，应给予旅客自主选择权，根据自己的消费需求，自主选择自己满意的商品或服务，决定是否购买或接受的权利。

记者从中国民航局官网了解到，今年7月1日，民航

局对朱列玉等代表提出的《关于将国内民航公司机票分为含餐和不含餐两种供顾客选择的建议》进行了答复。

答复称，空中餐食服务属于航空公司自主经营范畴。目前，民航局正在修订《中国民用航空旅客、行李国内运输规则》，拟删除关于空中餐食的相关条款。航空公司可根据市场需求自行决定是否在航班上提供餐食服务。

此外，民航局在近年来开展的民航服务质量专项行动中，要求航空公司不断创新餐食服务，通过丰富餐食种类、推广网上订餐等方式，满足不同旅客的饮食需求，进一步提升民航机上餐食服务水平。

轻食、简餐或成飞机餐新趋势

值得注意的是，天津航空从2018年10月28日起，除尊享经济舱外，其他经济舱旅客将不再享受免费餐食。

此外，祥鹏航空、春秋航空、西部航空、中国联合航空等多家低成本航空公司早已取消了普通机票的免费餐食，以压缩成本。

有航空业人士对记者表示，飞机餐的供应需要标准化的中央厨房生产、冷链配送以及相应的机组服务，看似普通的米饭面条一旦上天，就会成本陡增。因此，轻食、简餐等不需要频繁机组服务的产品或许将是未来飞机餐饮的趋势之一。（中国新闻网）

三部门：
外资语言类培训机构外教人员应具备相关资质

据教育部网站消息，近日，教育部办公厅、商务部办公厅、市场监管总局办公厅联合发布关于做好外商投资营利性非学历语言类培训机构审批登记有关工作的通知，自印发之日起施行。通知指出，外资语言类培训机构聘用的外国籍教学人员，应当具有良好的职业道德、业务能力和信用记录，具有符合语言教学特点的相关国际语言教学资质认证，并取得相应的外国人工作许可证。

通知称，外商投资营利性非学历语言类培训机构(以下称外资语言类培训机构)是指依照中国法律在中国境内登记注册设立、依法取得企业法人资格，从事营利性非学历语言类培训活动的外商投资企业，其校长或者主要行政负责人应当符合国家有关任职规定。

通知要求，外资语言类培训机构应当自觉遵守国家有关规定，坚持立德树人的根本任务，对受教育者加强社会主义核心价值观教育，增强受教育者的社会责任感、创新精神和实践能力。

通知指出，外资语言类培训机构应当依法依规组建业务精湛、相对稳定的教学人员队伍。聘用的外国籍教学人员，应当具有良好的职业道德、业务能力和信用记录，具有符合语言教学特点的相关国际语言教学资质认证，并取得相应的外国人工作许可证；聘用的中国籍教学人员应当具有良好的思想品德和相应的培训资质。

通知提到，外资语言类培训机构开展培训的，执行国家关于校外培训机构的有关规定，按照标准申请办学许可，由教育行政部门颁发民办学校办学许可证后，在市场监督管理部门进行法人登记，并应符合国家关于外商投资的有关规定。开展线上培训的，按照线上培训的有关规定执行。

通知要求，外资语言类培训机构的办学许可实行属地化管理，由县级教育行政部门负责审批、颁发办学许可证。在审批机关行政区域内设立分支机构或培训点的，均须经过审批；跨县域设立分支机构或培训点的，需经分支机构或培训点所在地县级教育行政部门审批。

通知还要求，各地教育、商务、市场监管等部门对外资语言类培训机构进行审批、登记或备案管理时，应当充分考虑外商投资企业的特点，探索建立部门协调机制，放管结合，优化服务。

通知明确，此通知印发前设立的外资语言类培训机构，应抓紧按照通知要求和国家相关规定完善条件、规范行为，需要办学许可的，应于本通知发布之日起一年内向各地教育行政部门提交申请，领取办学许可证，凭办学许可证到市场监管部门申请换发营业执照。（中国新闻网）

深夜食堂深夜书店扩容 多元消费点亮“夜北京”

尽管白天刚下过雨，但夜幕下的三里屯依旧人流如织。“三里屯怎么这么多人？感觉比以前更热闹了。”上周六晚和闺蜜相约三里屯逛街的晓清感叹。同样热闹的还有华熙、荟聚、王府井、合生汇等多个重点商圈。自本市发布“夜经济13条”以来，本市各大商圈的深夜食堂和深夜书店纷纷扩容，多元消费推动夜经济逐渐升温。

千余商户齐推深夜食堂

走进三里屯太古里，造型各异的外摆设施成为新的风景线。首次进京的日本网红咖啡店“%Arabica”，将白色的咖啡车开到太古里北区广场上，车身上闪亮的百分号在夜色下格外亮眼，吸引年轻人驻足拍照。下沉广场中，西餐厅在小花园里摆出的餐桌几乎座无虚席，浪漫烛光让过往行人都放慢了脚步。

商业外摆让城市休闲空间更具魅力。今年夏天，三里屯太古里拥有外摆设施的店铺已发展到14家。

晚上10点过后，三里屯太古里夜间营业的商户也不再是单一的电影院，而是延伸到休闲娱乐、餐饮等多领域。乾杯烧肉居酒屋、restaurant y等餐厅纷纷把营业时间延长至晚上12点。三里屯太古里相关负责人说，目前延长营业时间至晚上10点后的商户已有18家，未来还会有更多商户加入其中。

通州夜经济商圈之一的东郎电影创意产业园也热闹起来。灯光映照着盛满鸡尾酒的高脚杯，觥筹交错间台上乐手送出动人心弦的曲目。晚上10点过后，胡桃里音乐主题餐吧迎来了晚间消费第二高峰，店里近30桌已经坐满，店外还有顾客在排队。不远处的“W STAR SPACE”主题酒吧传出阵阵乐声，篱笆围起的外摆餐桌坐着这里的常客。园区里，烧烤、地方小吃、麻辣烫等店铺也颇受热捧，客人一拨接一拨。

京西之夜同样异彩纷呈。今年夏天，华熙LIVE · 五棵松的整体营业时间延长到晚上12点，不少深夜食堂甚至营业到凌晨两点。夜消费的升温直接拉动华熙LIVE · 五棵松月销售同比增长30%，客流同比增长40%。

随着市商务局主办的“玩转深夜食堂”活动近日启动，本市十余个热门商圈的千余家餐饮商户都加入了深夜狂欢，将营业时间延长至晚上10点以后，为市民和游客送上属于北京的深夜饕餮盛宴。

“深夜书房”暖人心

在深夜食堂满足人们味蕾的同时，营业到深夜的文化场所也不断扩容，为人们提供着夜间的精神食粮。

在三里屯南区通往北区的路上，两家书店成为闹市里的宁静之所。透明玻璃窗前，人们正在灯光下安静阅读，仿佛忘记了窗外的喧嚣。来京旅游的张女士早就听说过春风习习杂志图书馆，没想到在三里屯就来了次偶遇。这家起步于前门的图书馆刚在三里屯开设分店，店里不仅有畅销书籍，还有精选出的国内外杂志。

春风习习晚上10点闭店后，隔壁的三联韬奋24小时书店可以继续满足人们的阅读需求。继第一家三联韬奋24小时书店2014年开启之后，海淀分店、丰台政务中心店以及三里屯店都相继开放。上周六晚上10点半，三联韬奋24小时书店里依旧坐着不少读书人，也有顾客漫步在书架之间，寻找着感兴趣的书籍。

越来越多的24小时书店，正在北京各个区域绽放。在前门北京坊，24小时营业的“网红书店”PageOne吸引不少人进店“打卡”。位于地安门的中国书店，成为中轴线上24小时不打烊的文化消费地标。超市发四道口店也特意开辟出一块区域，由海淀区图书馆和超市发共同打造成24小时“共享书房”，把图书送到百姓身边。“”

记者走访看到，通州首家24小时书店项目“阅青山”已入驻东郎电影创意产业园，引得不少顾客慕名前来。目前这家店仍在试营业，8月18日将正式开启24小时营业模式。

在华熙LIVE · 五棵松，言几又书店已经将闭店时间

延长到晚上12点，满足夜间顾客的需求。

24小时便利店照亮夜归路

如果说深夜的商圈是人们聚会休闲的场所，那么，遍布大街小巷的24小时便利店就像一个个“灯塔”，照亮夜归人的路。随着北京加速建设24小时便利店，夜消费也变得更加便利。

晚上9点过后，位于王府井大街上的全家便利店进入最热闹的时刻。在剧场看完演出的观众、在附近酒店居住的外国人、刚结束一天工作的上班族……小小便利店里挤满了形形色色的人。店里的关东煮、便当、饭团等商品一应俱全，速食台坐满了顾客。

“有一天凌晨一点，一位外国顾客来找全脂牛奶，但看不懂中文，我们用英语简单交流后，她终于找到了想喝的牛奶，看起来特别开心。”在店长何立国眼中，便利店永不熄灭的灯光，展示着城市温情的一面。他手机里，监测数据反映了夜消费的崛起：晚上9点到11点，每个小时都有百余名客人进店消费，比去年同期多出了几十人，12点之后的夜间顾客也多了一半。

北京全家相关负责人介绍，北京门店的整体夜间销售占比已经达到24%，近期夜间顾客呈两位数增加的店铺有14家，其中霞公府门店增长已达38%以上。

（北京日报）

9月1日起北京公交可刷码乘车

北京公交刷码乘车服务将于9月1日起公开测试。记者昨日从北京公交集团了解到，乘客下载使用“北京公交”App，可以先乘车、后付费，免押金、免充值，票价享受五折优惠。据介绍，截至目前，北京公交集团旗下近千条线路的2万余辆公交车已初步完成新机具的安装，乘客只需认准车身带有公交集团LOGO标志的车辆即可使用手机刷码乘车（本次公测“运通”开头线路暂不参加）。

乘客通过手机应用商店下载“北京公交”官方App，点击“申请体验名额”按钮通过验证后，即可成为首批北京公交集团刷码乘车体验官，在已安装新机具的线路上优先体验二维码刷码乘车。北青报记者了解到，使用“北京公交”App，先乘车、后付费，免押金、免充值，票价享受五折优惠。

为了满足刷码和刷卡乘客的不同需求，北京公交集团旗下启迪公交（北京）科技股份有限公司研发了既可刷码也可刷卡的二合一机具。与此前使用的刷卡机具不同，这款设备外观为红、黑两色，上方是刷码区、下方是刷卡区，中间是具有信息显示功能的液晶屏。与旧机具相比，新机具液晶屏增加了显示乘车线路、当前站点和扣款票价等信息。

乘客刷码乘车时，将“北京公交”App中的乘车二维码对准新机具上方的刷码区，成功刷码后机具屏幕会显示“刷码成功”并发出提示语音。经乘客测试反映，新机具的刷码响应速度快、出错率低，能够为乘客提供更清晰完整的提示服务。据悉，新机具仍在持续更换中，未来将实现所有北京公交旗下公交车辆的全面覆盖，支持乘客下载“北京公交”App可以在所有公交车上使用刷码乘车服务。

记者了解到，目前，“北京公交”官方App已经登陆安卓和苹果手机各大应用商店，如果用户已安装“公交e路通”App，通过软件升级即可更新为最新版“北京公交”App；新用户可以直接在手机应用商店搜索“北京公交”完成App的下载和安装。

打开“北京公交”App完成注册并绑定支付渠道，即可刷码乘车。App支持离线生成二维码，即使手机没信号也能正常刷码；App还支持刷码后实时查看行程记录；如下车时忘记刷码，乘客也可通过App对行程自行补登，避免全程全额扣费；对于有报销凭证需求的乘客，App也支持开具电子发票功能。

除刷码乘车功能外，“北京公交”App还具备了实时公交查询、出行线路规划等功能。后期乘客还能实时查看车辆满载情况等。（北京青年报）

迪士尼，你最应该考虑的是消费者权益

敬一山

9月6日，在华东政法大学4名学生的司法诉讼，以及媒体与网民共同的质疑声中，上海迪士尼终于在禁止游客自带食物入园问题上作出了妥协，对相关规定进行了调整。调整后，除去有刺激性气味、需要再加工的个别食品类目之外，大多数原来不许入园的食品饮料都不再会受到影响。

上海迪士尼“松口”的消息一出，立刻引发了广泛关注。毕竟，一直以来，不论是迪士尼公司，还是上海迪士尼乐园，在人们的印象中都是非常“刚”的。面对外界的质疑与争议，坚定维护既有制度不轻易妥协，是迪士尼的一贯作风。在“上海迪士尼禁带食物”刚刚成为国内舆论场上的热点议题时，迪士尼方面也确实表现出了十分强硬的态度与立场，为此甚至不惜与舆论长期对峙。因此，迪士尼最终“服软”，一方面令人欣慰，另一方面也令人感到有些意外。

尽管对于上海迪士尼允许食物入园造成的后续影响，社会各界褒贬不一。但是，这场针对巨头企业展开的漫长维权行动，最终能够让巨头企业主动服软，无疑令人欣慰。它宣示了一件事：那就是通过法治途径向巨头企业维权，是一件切实可行，具有现实意义的事情。一方面，对于以法律武器维护自身合法权益，对抗巨头企业不合理规定者而言，这是一次有力的鼓舞；另一方面，对于自以为可以“店大欺客”“大而不倒”的巨头企业而言，这也是一次重要的警醒。

在许多人看来，令上海迪士尼选择服软的关键，是媒体与网友制造的舆论压力。但追根溯源，这场针对上海迪士尼不合理规定的维权，与最早向上海迪士尼提起相关诉讼的4名年轻大学生密切相关。

从时间上看，这几名大学生显然不是第一批受到迪士尼禁带食物政策影响的游客，从常理上看，他们也不会是最早觉得这项政策存在不合理之处的游客。然而，尽管在他们之前已经有几十上百万名游客受到了相关规定的影响，其中也不乏心怀不满之人，却没有人站出来，以法律为武器向园方提出维权的诉求。一直以来令公众不满的相关规定，就那么“躺”在上海迪士尼的规章制度里，倘若没有这几名大学生的司法诉讼，上海迪士尼的“松口”，基本无从指望。从这个角度上看，几名“较真”的大学生以及他们通过法治维权的努力，对于解决问题功不可没。

在生活中，我们常常会遇到各种不合理、不公平的“霸王条款”，面对这些“霸王条款”，大多数人的选择，都是以不与对方发生正面冲突为前提，或是屈服于这些条款，或是寻找从侧面迂回。对个人而言，做出这种成本低、风险小的选择固然无可厚非。然而，也正是因为大多数人都会做出这样的选择，制定“霸王条款”的企业才敢肆无忌惮、为所欲为。想要从根本上改变这种局面，就需要有人愿意花时间、花精力在看似不起眼的小事上“较真”。

此次，上海迪士尼在诉讼压力之下主动改变规定，为法治维权再度提供了一个成功范本。我们也期待，未来能有更多的人像这几名大学生一样，主动站出来以法治行动维护公众的权益。唯有让法治维权成为常态，形形色色的“霸王条款”才能真正得以解决。（中青报）

快递业应向社会传递契约精神

李思辉

很多人都有这样的遭遇：未经同意，自己的快递被放在了付费快递柜，到代理点拿快递被要求再次支付费用……据报道，日前，2019中国快递“最后一公里”峰会举行，针对违规二次收费，国家邮政局副局长刘君表示，快递末端不管距离农村多远，既已形成合同，快递企业没有理由向用户收取二次费用。

近几年来，在乡镇和农村，快递“二次收费”现象泛滥。一些快递末端站点以“保管费”“取件费”为名，额外加收运费，增加了消费者负担。一些人以“路途远”“派送不便”等为由，论证“二次收费”的合理性。殊不知，对一家快递企业来说，路途的远近、城乡的区别、派送的难易本身就是一个动态平衡的过程。既看好巨大的农村市场，服务上又“挑肥拣瘦”“看人下菜碟”，这说不过去。

一件快递额外加收个一两元、三五元钱看起来是小事，可放在每年数以百亿计邮件的巨大市场体量下看，就不是一笔小钱；放在市场经济必须遵循的契约精神中去看，就不是一件小事。《邮政法》《快递市场管理办法》以及我国快递服务标准等都明确规定快递服务全过程只能有一次收费。一单快递业务一旦开始，也就意味着快递企业和用户形成了契约关系，价格本身已经包括了寄递全程各个环节的成本，末端不管距离多远，都没有理由再次收费。非要再次收费，就是对此前约定的违反，涉嫌侵犯消费者知情权、自主选择权和公平交易权。此外，“二次收费”不给发票还涉嫌偷税漏税。对此必须坚决反对，依法整治。

也要看到，很多时候“乡镇投递的确是在亏本”。据报道，有的代理点要出人出车出油将快递远途拉回农村地区，但快递公司的普遍做法是“只为每件快递补贴1元钱”。这暴露出一些快递企业在运费利益分配上的问题。既然国家快递服务标准要求快递“门对门、桌对桌”，快递企业就应该把“最后一公里”的服务成本纳入总成本统一考虑、科学分配。一些快递企业积极揽件占领市场，却疏于对末端的投入，殊不知只有“广度”没有“深度”，终究无法在市场长期扎根。

而今，一些地方开始对“二次收费”开展治理，快递企业应以此为契机，改变不合理的分配模式，让末端“有利可图”。如果不做出调整，又不允许“二次收费”，很可能导致“打通最后一公里”变成“取件须多跑上十里”，产生更多违约。契约精神是市场经济法治的灵魂。长期无视契约精神终将诱发市场的扭曲，从而危及契约自由，最终损害市场本身，这是所有人都不愿看到的。

在这个互联互通的社会，快递业发挥着万物流通的作用，每天都在与亿万人发生交集。也正因为如此，快递业能否遵循法律和规则就特别引人关注，尤其是知名快递企业的行为有一定的社会示范效应。从这个意义上说，快递业向客户快递物品的同时，也应主动向社会传递契约精神。

毫无疑问，在快递下乡进户这个问题上，国家邮政部门务须发挥监督规范之责，并且主动承担主体责任——遍布城乡、“深入中国每一寸肌理”的邮政网络，具有全民所有性质，应该发挥兜底作用，切实肩负起服务城乡之责。（光明日报）

别让智能门锁成“失能门锁”

徐建辉

作为家庭的第一道屏障，智能门锁真的安全吗？京津冀三地消协组织公布网售智能门锁比较试验结果，经测试，38把智能门锁样品中，有24把样品的IC卡钥匙可被破解复制；14把智能门锁样品宣传具有指纹识别功能，实测并不具备，涉嫌虚假宣传；32把样品可用制作的假指纹解锁；30把样品可靠性差。

38把样品，超过30把都不同程度的地存在质量或安全问题，这难道就是广告吹得天花乱坠，人们寄予厚望的“智能门锁”？莫不都是概念炒作、唬人的吧？市面上这些五花八门的智能门锁究竟是“智能”还是“失能”，不妨跟随京津冀三地消费者组织的市场调查和专业检测看个明白。

据介绍，此次比较试验样品由消协工作人员以消费者的身份，从京东商城、天猫商城、苏宁易购、1号店、三星官网等电商平台随机购买，涉及28个品牌的38把样品，购买价格从790元到3700元不等，可以说具有非常广泛的代表性，其比较试验结果能够基本代表这一类商品的整体状况。

检测发现，有8把门锁不能抗电磁干扰。众所周知，如今家里的电器越来越多，每一种电器都会产生电磁辐射，如果不能抗干扰，就会限制电器的正常运行和性能的充分发挥。本次试验38把样品中有8把发生异常报警等现象，包括TCL、忠恒、玥玛、卡贝等品牌，说明这些锁具的抗干扰性能不过关。

这其实还算不了什么，更重要的是安全性也不尽如人意。比较试验表明，大多数智能门锁的IC卡易被破解复制。IC卡相当于机械门锁上的“钥匙”，其重要性不言而喻。结果，在对38把样品中有IC卡解锁设置的26把门锁进行检测时，竟然有24把样品的IC卡可被破解、复制，并且解锁成功率达到60%，其中包括样品中价格最贵的3700元的“凯迪仕”（型号5005）。这种状况令人触目惊心，丢掉了安全保障，哪怕再多花哨的功能也都是浮云。

除了IC卡，在指纹、APP等其他解锁方式上，同样也存在不少隐患。试验中，有14把门锁样品宣称具备指纹识别功能可对假指纹进行识别防护，但实际上海尔、卡贝、箭牌、360智能门锁S1等品牌门锁均可使用假指纹解锁。APP解锁也存在风险。部分门锁可以通过APP分享临时密码，有一些门锁不通过联网即可生成临时密码，被恶意破解的风险较高。

乍一看，智能门锁很智能，很酷炫，十分“善解人意”。不仅外观更具科技感，而且功能十分强大，远程开锁、指纹识别，出门再也不用担心忘带钥匙了。可事实上谁想到会存在这么多风险漏洞？门锁不给力，那不等于是让家门洞开吗？

当然，智能门锁的应用也是大势所趋，只是在很多方面还需要完善。这不光需要商家加强技术开发和性能优化，及时堵塞漏洞、消除风险，还需要强化这一领域的监管。一是要尽快出台相应安全技术标准，对此类产品进行全面清理规范；二是要严惩各种虚假、欺诈宣传，不让无良商家误导消费者。总之，智能门锁只有过了安全、质量关，才算名副其实。（中消报）

如何提供飞机餐应按市场规律办事

毛建国

近日，有多位网友反映，进入8月以来，他们乘坐飞机时明显感觉到航空公司提供的餐食质量和服务内容都“缩水”了。不仅购买经济舱座位的乘客感受明显，乘坐商务舱的乘客也深有体会。不少网友还提出质疑，指出航空公司这样的举措就是为了减少支出，降低成本。对此，有航空公司负责人表示，减少餐食和有关服务的目的是为了确保飞行的安全。

根据民航局在2012年颁发的《关于加强客舱安全管理工作的意见》，乘务员在起飞后20分钟内以及落地前30分钟，只能履行安全职责。短途飞行提供飞机餐服务，确实有安全隐患。比如说，当乘务员在给乘客倒咖啡时，如果飞机颠簸，很有可能洒在乘客身上。而且，广播里提示乘客坐好，注意安全，乘务员却在频繁走动，多少有些违和。

但更大的考虑恐怕还是“成本说”，或者兼而有之。正如有人讲的，如果把安全放在压倒一切的位置，为什么以前提供飞机餐？有乘务员表示，“此前提供餐食是为了吸引顾客”。这岂不是意味着以前不重视安全？航空公司的矛遇到航空公司的盾，显然经不起推敲，“安全说”与“成本说”中，后者所占的比例可能更高。

有人从道德与文化的角度，来谴责航空公司“飞机餐严重缩水”，这个帽子可能大了一点。当初航空公司提供飞机餐，更多是一种市场行为，而现在压缩或者取消飞机餐，也是一种市场选择。起码到目前为止，细细梳理与民航有关的法律法规规定，还没有哪一条是要求必须提供飞机餐的。

有网友提出了一个很有意思的话题：同样是一个多小时行程，相对于飞机餐，不仅没有所谓“地铁餐”一说，而且很多地铁公司根本不允许地铁进食。飞机那么小的空间，那么多人进食，地铁担心的问题同样会出现，可能更加严重。很多航空公司也不是完全取消飞机餐，长途飞行依然保留，短途飞行多是降低标准，咖啡、饮料等仍然供应。这从一个侧面说明，飞机餐的重要性和必要性并没有想象那么大。

说到底，这是一个市场行为，当按照市场规律办事。市场应该是公开的，透明的，能提供什么，能提供到什么程度；不能提供什么，为什么不能提供，都要明明白白告知，让乘客自行选择。很多人认为，飞机餐是计算在票价里面的。到底有没有计算到票价里，应该公示出来。如果事先作了说明，满足了乘客知情权，那么无论是否提供，问题都不大。

现在的问题正在这里，对于“飞机餐严重缩水”，航空公司并没有作充分有效的说明。很多乘客未必喜欢飞机餐，短途飞行也不是不能克服“肚子问题”，可是，不作说明、不打招呼就取消或压缩飞机餐，这显然是一种不尊重。

随着现代交通的全面发展，航空再也不像过去那样“高高在上”，已然成为大众交通工具。在成本压力下，航空公司注重节流开源，能够理解，这也是国际航空业发展的一个趋势。问题的关键是君子爱财，取之有道，节之合理，必须按市场规律办事。无视市场，不讲规矩，终将砸了自己的品牌。（北青报）

预付卡消费 别轻信商家口头承诺

8月28日，河北省消协发布消费提示，提醒消费者要慎重办理预付卡，避免落入消费陷阱。

据河北省消协副秘书长赵耀伟介绍，因单用途商业预付卡纠纷引发的投诉主要集中在娱乐健身、美容美发、餐饮住宿、维修服务等行业。一些不法商家以预收款消费方式向消费者宣称“办卡”即享受优惠折扣，待消费者办理后，却又设下重重消费陷阱，如随意降低服务质量、减少服务次数，甚至关门跑路。而消费者因未与经营者签订服务合同或合同条款约定不清、表述不明等，致使消费者维权难。

对此，河北省消费者协会提示，消费者要慎重办理预付卡，避免落入消费陷阱。

办卡要谨慎，不要被所谓的优惠折扣冲昏了头脑，谨慎对待预付式消费，提高风险意识。尤其年卡等高额充值的会员卡，由于服务期限越长优惠幅度就越大，导致消费者在享有大优惠的同时，也承担很大的风险。

慎重选择，仔细甄别。全面了解经营者的市场主体资格、社会信誉、服务水平等情况，尽量选择有良好信誉的商家。对那些规模较小、经营和管理状况不佳、开业时间较短或未能证明其合法资质的商家推出的预付服务，要格外慎重。

签订书面协议，不要轻信商家的口头承诺。在协议中明确约定经营地址、联系方式、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、争议解决方式等事项。

发生纠纷，及时维权。办卡后，如遭遇经营者侵害消费者权益的事件，可以向担负着市场监管、商务和行业主管部门进行申诉、举报。亦可拿上证据，例如会员卡或者店面所出具票据、协议等，到店面所在地管辖法院提起诉讼。如遇到恶意圈钱跑路的问题，及时向公安部门报案，维护自身合法权益。

（河北省消协）

购买二手电子商品注意这五点

随着科技的发展，电子商品更新换代愈发频繁，为了减少开支，不少消费者选择购买二手电子商品，在此我们提醒广大消费者：

一是选择正规交易平台。为了避免网络交易骗局，购买二手电子商品一定要选择正规、具有一定规模且信誉良好的平台，要全程通过平台账户进行交流，切勿通过微信、QQ等工具私下沟通和交易。

二是切勿盲目听信宣传。二手商品销售时难以避免瑕疵和故障，消费者购买时要做好相应的心理准备，不要盲目听信商家宣传。对于“全新”、“无瑕疵”、“发烧友挥泪转卖”等宣传标语要提高警惕，不要存在“天上掉馅饼”的占便宜式心理。

三是仔细询问做好检验。购买前要仔细阅读商品说明，不清楚的地方要及时与商家沟通确认。必要时，可通过二手平台提供的质检中心对商品进行检测，确保商品不存在影响正常使用的严重质量问题并留好质检报告。

四是提高警惕留存证据。保留好网站链接、宣传截图、订单信息、聊天记录等相关信息，以便收货商品不一致时有据可循。及时向商家索要快递单号、关注物流信息，并尽量当面验货，避免后期退换货时纠缠不清，难以分责。

五是及时进行消费维权。如果发生消费纠纷，请及时与平台及商家进行协商，协商不成可向相关部门反映，依法维护自身合法权益，避免经济损失。

（北京市市场监管局）

莫让“受骗”成开学第一课

9月开学季到来，大学新生陆续背起行囊走进校园。新生们刚从以往的家长代劳消费转变为现在的独立自主消费，在消费过程中容易遇到各种各样的问题。为此，江西省消保委于9月2日发布消费警示，提醒大学新生要理性科学消费、多学习消费知识、树立正确的消费观，提升消费维权意识，加强自我保护能力。

树立防范意识，通过正规渠道购买电子商品。开学季是入学新生购买电脑、手机等电子商品的旺季。在选购时，建议提前做好功课，了解商品性能和价格，根据实际需要购买。要选择具有一定规模的正规销售商和品牌旗舰店购买商品和接受服务，切勿因追求低价而上当受骗。不良商家惯用伎俩有：低价骗购，消费者交款后无现货，被迫“自愿”加钱换货;低配高卖、以次充优;隐瞒样机或返修机真实情况;捆绑搭售高价配件或软件;不开正规发票，影响售后服务。江西省消保委提醒新生，购买笔记本电脑、手机等电子产品要开机验货，检验其配置符合自己需求和商家承诺后再付款;要商家出具正规发票和相关资料;遇到商家强买强卖，人身财产安全受到威胁时，要立即报警求助;应考虑自身经济状况，切勿盲目攀比追求“极致性能”“网红”商品，也不要被打折促销或赠送礼品等活动诱惑，购买并不需要的商品。

不要轻信上门推销，注意支付安全。开学季大学校园里各式推销人员混杂，学生要仔细分辨，如有购买需求，尽量到有固定经营场所且证照齐全的商场、超市等经营单位或正规网购平台去购买，确需购买上门推销或流动摊位的产品时，要仔细察看产品的外包装是否完整、密封、整洁，商品标签是否标明商品的材料构成、生产日期、质量保证期、厂家联系方式、产品标准号、相关的许可证、使用方法等重要的商品信息，辨别产品的真伪和优劣。江西省消保委提醒，要注意支付安全，尽量在商家经营场所进行购物和结算，转账或移动支付时，不要轻信所谓“老乡”“学长”，要充分确定好收款人的信息和身份再进行支付，并保留好付款凭证或电子账单，不扫来路不明的二维码，确保个人信息和账户安全。

量入为出适度消费，警惕网贷陷阱。大学生是充满活力和潜力的消费群体，不少大学生都表达出“超前消费”的理念以及对于未来的乐观预期。但消费时切忌盲目，需要根据自身经济情况合理规划、理性消费，避免过度透支。切勿跟风办理信用卡，确需办理应当考虑实际消费需求和还款能力，充分了解信用卡相关知识，在规定期限内及时足额还款，勿因逾期不还而产生不良信用记录。对于一些网络信贷产品，更应注意防范风险，特别要警惕“现金贷”“校园贷”中存在的套路和骗局，实际绝非宣传中的“零门槛、无利息、秒放款”那么简单，其背后隐藏着各种陷阱。若陷入“校园贷”漩涡，要及时与家人朋友沟通，必要时报警寻求帮助。

学习消费维权知识，加强自我保护能力。大学新生在走进高校学习新知识的同时，也要多学习和掌握消费者权益保护方面的法律法规及维权知识，树立正确的消费观，增强自我保护的意识和能力。在实体店消费时，要向经营者索要发票等购物凭证和服务单据;网络购物时，要主动保留所购商品的网页截图、与卖家的聊天记录等信息作为维权证据;如果发生消费纠纷，可与商家协商处理，协商不成，可及时拨打12315电话或向消费者组织投诉，依法维护自身合法权益。（中消报）

校外租房警惕黑中介

随着消费观念的变化，有部分大学生会选择在校外租房，但租房并非简单地交钱住房子，大学生涉世未深，如果不了解租房相关知识，不具备维权意识和能力，自身的合法权益可能受损。又是一年开学季，昆明市消费者协会提醒大学生消费者：校外租房应选择正规中介，加强自我维权意识。

一要选择正规中介，查询经营情况。租房前应对房屋租赁市场进行必要的了解，选择资质完备、口碑较好、品质可靠的正规中介公司，并注意查看中介公司相关证照，可登陆“全国企业信用信息公示系统”查询企业基本注册信息和经营状况、有无相关行政处罚记录等情况。千万不要相信小广告招租信息，防止误入黑中介的租房陷阱。

二要核查房屋资质，确认手续齐全。租赁房屋前要对房源真实情况进行实地查看了解，在了解过程中要让房东出示身份证、房产证等能够证明其身份及房屋所有权的有效证件，确保所租房屋是正规房源。如果房屋产权证正在办理过程中，则应出示相应的购房合同原件。

三要明确责任义务，慎签租房合同。租房前要与房东签订合同，明确租赁双方的权力与义务，合同中应标注清楚租赁房屋所在的位置面积、设施家具、租赁期限、租金支付方式、押金退还方式、合同的解除或变更情形以及违约责任的承担等相关内容。关于违约问题，应预先考虑作为学生可能发生提前退租情况，并根据自身经济能力与房东约定赔偿金额，尽量降低可能带来的经济损失。不要轻易相信任何口头承诺，与中介及房东口头协商的内容也要形成书面条款写在合同中，避免日后产生纠纷。

四要确认设施状态，结清相关费用。签订合同前要在房东在场的情况下逐项检查确认房屋内物品、装修、附属物的状态，详细列明屋内设施数量和状态验收清单，明确约定发生损坏后哪些应由租户维修或赔偿、哪些属于免责范围，并作为合同附件。双方共同确认水、电、气等安全可用，结清交割物业、水电、燃气、电话宽带等费用。

五要注意个人财产安全，不因贪图便宜而被“套路”。应具备保障个人财产安全意识，在正式签订租房合同前不要轻易向中介或房东缴纳任何费用，合同签订后再交付中介费、租房押金、房租等费用，并索要相关收据，退房时记得凭收据及时退还押金，不要拖延。尽量选择季付、半年付等租金支付方式，不要一次性交付大笔租金。对于打着中介公司和房东名义的“低佣金”“免押金”、“低租金”等优惠宣传要认真进行甄别，不要因贪图便宜而进入“黑中介”、“假房东”“虚假房源信息”套路。

六要选择宜居环境，注意自身安全。在校外租房时要事先征得家人、学校的同意，确保家长学校能进行有效管理，不要因此影响学业和个人成长。要结合自身实际，租用能力范围内能够承受租金的房子，并应选择管理规范、配套设施齐全、治安较好的小区进行租住，以保证个人安全和良好的生活学习环境。如果与人合租，应挑选了解的同学或熟人，避免与陌生人合租。入住之后为保障安全，最好要求房东更换门锁，日常生活中注意防火防盗，有意识地保护自身生命财产安全和隐私，爱惜房屋内设施，自觉遵守社会公德，不要因扎堆喧闹影响周围邻居的正常生活。

七要保留必要凭证，提高维权意识。租房过程中要加强自我保护意识，不要为节省中介费而与中介公司的经纪人私下交易。与中介、房东的聊天记录、微信记录、签订的合同、缴纳的费用和房屋原貌等要注意拍照留存，并妥善保管缴纳的押金、水电费、物业费等费用凭证，一旦产生纠纷，可作为维权依据。当合法权益受到侵害时，应及时向相关部门进行投诉，依法保护自身合法权益。（昆明市消协）

银保监局警示信用卡“黑中介”

北京银保监局日前发布消费提示，提醒消费者警惕办卡“黑中介”，理性消费量入为出。

大学刚毕业的小王在CBD一座高级写字楼的物业前台工作。一日，某信用卡中介小张来“扫楼”，他提出自己有路子能帮小王申请到20万的高额信用卡。开卡后，小王又陆续通过小张申请了好几家金融机构的信用卡，授信总额度高达80万元。在透支百万余元后，小王资金链断裂，根本承担不起这么高的还款金额，严重影响了她的正常生活。

北京银保监局分析，在上述案例中，小王是通过“黑中介”违规办卡。当下不少“黑中介”打着“高额授信”的旗号，利用微信群、网页、短信、小广告等方式散布“代办大额信用卡”信息，通过伪造收入证明、财产证明等方式，帮助目标客户获得超过其偿付能力的授信额度。

北京银保监局提示，消费者要远离非法中介。信用卡办理应选择正规渠道，银行或正规金融机构不会收取任何费用，且能够根据申请人的真实资信情况进行授信。（北京日报）

科学采购与安全食用生蚝

金秋季节，琳琅满目的海鲜水产品开始摆满人们的餐桌。各类海产品因其鲜美的味道而深受消费者喜爱。近年来，因生蚝生食时味道独特劲道，深受消费者垂青。

为帮助消费者科学选购、贮存并安全生食生蚝，中国食品科学技术学会的有关专家特意对消费者做如下消费提示。

生蚝味美、营养丰富，生食有诱惑

生蚝富含优质蛋白质，被称为“海底牛奶”。据相关文献显示，生蚝肉中所含必需氨基酸的数量和质量的比例优于牛乳，特别是 谷氨酸、天冬氨酸、甘氨酸和丙氨酸等呈味氨基酸的含量较高，因此其味道鲜美。同时，生蚝肉中含有多不饱和脂肪酸、糖原、维生素及锌、铁、钙等多种营养物质，且牛磺酸的含量较高。生蚝生食时其滋味温和有劲道，恬淡且耐人寻味，在国外生食生蚝者较多。近年来，我国许多消费者也因其美味和营养而开始生食生蚝。

生蚝生食的安全风险与其生存或养殖环境密切相关

生蚝的滤食特性使其易从环境中富集致病菌、贝类毒素和重金属元素等，生蚝的生存或养殖环境直接影响其食用安全性。生蚝中常见的致病菌有副溶血弧菌、诺如病毒等，可引起急性肠胃炎（如腹泻）等。因此，生食生蚝应从源头上严格控制生产中的各环节，如采用净化措施控制其污染风险，食用时应通过食品安全检验并符合生食的要求等。

科学的采购、贮藏与加工控制可降低生食的风险

（一）食用生蚝提倡加热熟食

生蚝生食虽号称世界美味，但加热熟食更安全。因为绝大多数致病微生物可经加热杀死，为安全起见，还是提倡加热并蒸熟煮透后再食用。

（二）掌控采购要点至关重要

挑选外壳完整、接口紧密的生蚝；双壳紧闭或者开口后敲一下壳就闭合的是活生蚝，如能轻易将壳掰开则说明生蚝已不新鲜。如要生食，应选购来源可靠、养殖水域洁净且符合生食安全要求的产品。

（三）生食要注意冷藏和加工卫生

生蚝生食时还需保证其加工环节的卫生，并尽快食用。如需贮藏，一定要采用低 温冷藏。（中消报）

慎选择临期食品 看准日期保障权益

对于商家来说，临期食品本是行业难题，这些曾经积压、难处理的临期食品，甚至可能还未出售就变成了滞销品，造成大量浪费，也让商家利益受损。近期，越来越多的商家选择对临期食品打折出售，让浪费变成价值，消费者也能以更少的价格买到需要的商品，最终能让消费者与商家实现共赢。但是，部分商家一味倾向于大力宣传“打折”而忽视强调“临期”，反而容易惹来消费纠纷。

日前，市民梁阿姨在逛商场时发现某进口品牌饮料平时要169元一箱，但商家打折促销99元就能买2箱，想起家里平时聚餐活动较多，于是梁阿姨就买了4箱回家。但一个多月后，梁阿姨发现剩下还没开封的3箱饮料都过期了，梁阿姨认为商场售卖过期食品，要求退货赔偿遭到了拒绝。经过调查了解发现，该饮料在售卖的时候还在保质期内，由于临近保质期，为了避免浪费，商家才打折促销。

其实，临期食品并不是过期食品，而是临近保质期限，商家为了避免临期食品变成过期食品而低价促销的商品。对于消费者来说，购买临期食品也较为划算，这些临期食品并没有过期，还在保质期内，质量并没问题。但目前的临期食品市场还存在一些问题，如有商家不标明商品的原价、折扣信息，没有说明是临期食品，甚至一些商家的打折广告，实则并没有为消费者优惠多少。背后原因就在于信息不透明，消费者的知情权也没能得到相应保障。

总的来说，临期食品是安全的，是完全可以食用的，对于消费者来说也是节省了购买成本。对于买卖双方来说，是互惠互利的。对此，容桂市监分局提示广大消费者，在选择临期食品应该注意几点：

一是购买时要避免冲动消费。尽管临期食品的价格相对更加便宜，消费者应合理规划购买数量，特别是生鲜之类的食品，保质期只有几天的时间，购买的时候一定要看清楚保质期的最后一天，尽量在保质期内将食品食用完毕。

二是选择临期食品看清保质期。购买临期食品前先清楚了解剩余的保质期，按需购买，并注意在保质期内食用。另外，购买的临期食品尽量选择小包装的，食品包装一旦打开，食品的保质期就已经作废，食品包装开封后尽快食用，吃不完的食品也要密封保存，以免食品变质。

三是选择临期食品购买渠道。尽管购买临期食品尽量选择正规的商场或超市里购买，不要因为便宜而选择街边的小摊，临期食品质量无法保障。（大良市监分局）

儿童用药要谨慎 这些误区家长需注意

随着生活水平的提高，人们对健康越来越重视，但又普遍缺乏安全用药知识。那么在儿童用药方面，存在哪些误区？

儿童与成人在生理方面存在差异，自然在用药方面也会存在一些不同。从全国范围看，药品批文的总量有17万6千多条，而儿童药仅有3500多条，占药品批文总量的2%。儿童药品数量少，从剂型上看也单一。同时，我国的儿童用药目前出现普遍“成人化”现象，只能在成人剂型的基础之上减轻份量服用，医生开给儿童患者的处方中经常出现诸如“半片”“四分之一片”的字样。在一些药品的包装说明书上，甚至根本没有儿童剂量的规定，只是有“酌情酌量使

用”或者是“根据医生指导用药”等模糊的提示，很难做到精确用药，为儿童用药安全埋下巨大隐患。

显然很多人对于儿童用药都缺乏认识，那么，爸妈们在给孩子用药时需要避免哪些误区呢?

1、迷信中药无毒。许多人认为中药是纯天然产品，没有毒性，中药药品说明书里的不良反一项也通常写着“尚不明确”。而“尚不明确”只表明没有可参考的临床数据，并不代表绝对安全。

2、搞混药名。一项“国家用药错误报告项目”统计显示，将近1/4的用药错误是因搞混药名所致。

3、迷信外国药。从网络上购买国外的药，这里面存在很大的风险。由于语言障碍，很多人无法了解国外药品的真正用途和用法用量，也很难及时获得药品的不良反应信息。

与此同时，我国儿童用药需要注意3点:

1、不要给孩子用成人药。有的家长会给儿童服用自己服过觉得有效的药物，并按成人剂量减半。但是，儿童不是成人的缩小版，按成人剂量减半给儿童用药是不科学的。

2、别过度依赖药物。对孩子来说，有的疾病症状可以逐渐自行缓解，要相信孩子的免疫力。孩子自身的免疫力会随着年龄的增长、与疾病战斗经验的丰富而逐渐加强。另一方面，孩子也可以通过体育运动增强其免疫力。

3、别轻信食疗或者纯植物配方“安全无副作用”。药品说明书中，“不良反应”越详细，说明临床试验做得越充分。100%植物来源的药物并不代表100%安全。（科普中国）

购买保健品需理性

8月12日，刘先生拎着一袋物品急冲冲地来到浙江省长兴县消保委，反映其父母亲通过朋友介绍，最近购买了许多保健品，想请消保委工作人员帮助看看，是否有批准文号与生产企业名称等信息。

近期，已有多位老年人或老年人的子女拿着许多保健品到长兴县消保委，请求帮助查询产品相关信息，咨询了解保健品相关知识。

在此，长兴县消保委提醒广大消费者，特别是中老年消费者，合理调节日常饮食、经常性锻炼身体和保持平和舒畅的心情就能达到养生健体的效果。如需购买保健品，则要做到“四要”：

一要到证照齐全的正规场所购买产品，特别要注意查看有没有营业执照和食品经营许可证等信息。对于保健品的广告和宣传内容，要科学、理性看待，不要盲信。消费者可通过国家市场监督管理总局官网特殊食品信息查询平台与食品生产许可获证企业信息查询平台获知相关信息。

二要仔细查看外包装标签标识产品相关信息，依据保健品功能有针对性的选择，同时看清包装上标注的适用人群，切忌不要随意使用保健品，宜在医生指导下购买和使用保健品。尤其是老年体弱者、慢性病患者、儿童及青少年、孕妇等特定人群，在选择保健品时更要谨慎。

三要切勿盲目参加任何以产品销售为目的健康知识讲座、专家义诊、免费检查等活动，更不要去消防设施不完善，人群过于密集有安全隐患推销保健品的场所，避免自身安全。

四要索要正规的销售发票，并妥善保管好购物发票和相关资料。一旦发生消费纠纷，遇到欺诈和虚假宣传等问题时，消费者要携带相关证据及时向当地消保部门进行投诉。

（浙江省消保委）

谨防电、网销“陷阱” 明明白白买保险

近年来，消费者接到保险公司、银行等推销保险产品的电话逐渐增多，通过电商、微信等网络渠道购买保险也日益频繁，电销和网销在给我们带来投保便利性的同时，销售误导问题仍较突出，表现形式层出不穷，消费者易“中招”。消费者要谨防以下销售误导“陷阱”：

一是“隐瞒陷阱”。电话销售中不明确告知是保险产品，将投保宣传为“存钱”、“福利”甚至“入股”，不提责任免除和退保损失等重要事项。网络销售中部分平台默认勾选“搭售”保险产品，造成消费者额外支出。

二是“收益陷阱”。电话销售中夸大保险责任或收益，声称“从头到脚、从里到外，无所不保”“比银行存款、市面所有理财产品收益率都高”。网络销售中部分平台不能主动弹出保险条款页面，容易让人忽略保险条款内容。

三是“停售陷阱”。电话销售中虚假宣传，声称“这款产品特地为您内部申请，市面上买不到”“出台新规定，以后这种产品再也买不到了”。网络销售中通过微信朋友圈传播误导性停售信息，对消费者极尽诱导。

消费者为防止“掉坑”，购买保险时要注意要保持清醒，根据自身需求理性消费；不轻信销售人员承诺，一切以保险合同内容为准；通过电话、网络选购保险时，注意识别相关风险，留存投保过程证据资料，以更好地维护自身权益。（广东银保监局）

纯金换K金 陷阱有点深

近日，重庆长寿区消委会接到多起消费者用纯金首饰到专卖店以旧换新、结果换成了价格更低的K金的投诉。该消委会就此发布消费警示，提示消费者要辨清纯金与K金的区别，谨防上当受骗。

刘女士的3件纯金首饰项链、吊坠、耳环用了20多年，有些磨损，便于8月中旬拿到长寿区一家黄金专卖店“以旧换新”。这3件首饰称重17.16克，专卖店以每克385的价格计价，为她换成一件7619元的手链和一件3833元的项链，两件新首饰重约10克，刘女士需补足差价1472元。

刘女士回家后发现，两件新首饰中的项链并不是纯金的，而是K金的，于是找到专卖店要求赔偿，遭到拒绝，刘女士便投诉到长寿区消委会。

消委会调查后确认刘女士投诉属实，目前市场上18K金每克价格为250元左右，比纯金少了100多元。专卖店涉嫌短斤少两，侵害消费者合法权益。经长寿区消委会调解，双方达成协议：刘女士将K金项链退还给专卖店，选购另一款标价为8694元的纯金项链，两者差价为3888元，专卖店和刘女士各承担一半。

消委会因此提示，近期接到多起类似的消费投诉，提醒消费者在”以旧换新“购买金银首饰时一定要擦亮眼睛，区分纯金与K金的差异，货比三家，理性消费，避免消费陷阱。

消委会还为消费者送上一份“消费攻略”，黄金首饰是指以黄金为主要原料制作的首饰，从含金量上分为纯金和K金两类。纯金的含金量在99%以上，最高可达99.99%。K金首饰是在黄金材料中加入其他金属（如银、铜等金属）制造而成的首饰，其本质是“合金”。其他金属的加入量有多有少，便形成了K金首饰的不同K数。（中消报）

购买健康险 注意观察期

保险观察期又称保险等待期，或免责期。指保险合同在生效的指定时期内，被保险人在这个时期发生保险事故，保险公司不需承担赔偿责任。保险观察期是为了防止投保人明知道将发生保险事故，而马上投保以获得经济补偿的行为。“观察期”的设立，可以从源头上防止带病投保等骗保行为，避免产生逆选择，降低道德风险。

目前，国内所有的健康险产品都设有保险观察期。重大疾病保险的观察期通常为180天，而普通住院医疗保险的观察期分别为30、60、90天不等。此外，一些终身型医疗保险产品的观察期长度也不尽相同。值得注意的是，对于意外事故导致的重大疾病或身故是没有保险观察期的。由于意外事故是随机的、突发的,因此不存在道德风险，保险公司应当承担赔偿保险金的责任。

对于一些保险期间为一年并且保证续保的健康险产品，保险观察期只适用于第一个保险年度，在保险消费者续保之后，则不再另设保险观察期。也就是说，即便被保险人在续保后的第二天就发生保险事故，也是可以获得保险金补偿的。（山西晚报）

防范“套路贷”五大“套路”

长沙市人民政府金融工作办公室近日发布关于“套路贷”的风险提示，揭露了“套路贷”的五大“套路”，提醒群众严加防范、不要上当。

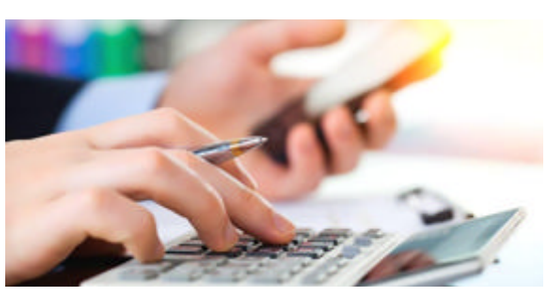
套路一：设置诱饵，伪造借贷假象。不法分子以“迅速放款”“无抵押”“低息便捷”等引诱借款人，签订贷款合同、协议时以行规为由，诱骗借款人签下高于借款本金一倍甚至数倍的欠条，制造假象，为后续“索债”埋下伏笔。借款人会被告知无须担心、只是例行程序、正常还款不影响，使人放松警惕。

套路二：制造陷阱，肆意认定违约。非法放贷方以故意失联、电话故障、系统问题等多种手段，导致还款日借款人无法正常还款，终致逾期。此时，这些放贷方就以违约的名义收取高额滞纳金、手续费。若借款人无法偿还，会被引诱去其他放贷平台“借新还旧”，贷款本息会“滚雪球式”增长。

套路三：刻意留痕，虚增贷款金额。非法放贷方先将合同金额转入借款人账户，同时要求借款人在银行柜台将虚高部分取现再返还平台，留下“银行流水与合同金额一致”的表面印象。

套路四：巧立名目，诱签不利协议。通过玩文字游戏，制造合同漏洞，同时设立“违约金”“保证金”“中介费”“服务费”等各种名目，骗取被害人签订阴阳借款、房产抵押等明显不利于被害人的各类合同，导致借款人违约，从而非法占有借款人财产。

套路五：软硬兼施，软硬暴力催收。通过所谓的“谈判”“协商”“调解”以及滋扰、纠缠、哄闹、聚众造势等“软暴力”手段索取非法债务，使人产生心理恐惧。部分放贷方使用比如门口泼漆、撬门锁、尾随借款人等方式恐吓借款人，甚至采取暴力方式催逼借款人还款。（新华网）



乳制品还是乳饮料，你能分清楚吗?

超市里有各种各样的跟“奶”和“乳”有关的食品，很多人却不知道其实这里面有的是“乳制品”，有的则只是“乳饮料”。前者可以在日常饮食中帮我们补充蛋白质和钙，而后者只能是偶尔调剂一下我们的味觉，过量饮用则可能会造成龋齿、超重或肥胖的问题。那么，我们该如何区分呢?

通过包装3步辨别乳饮料

1、看产品类型/食品类别

许多产品在正面写着较明显的某某奶/牛奶，但其实在你注意不到的地方用相对较小较轻的字体写着某某饮料/饮品。一般情况下其产品类型会在配料表之前标明。

2、看配料表

按法规要求，配料表是按照原料的含量从大到小排列的。也就是排在配料表首位的是含量最多的原料。牛奶、酸奶或复原乳的配料表首位一般是牛乳或乳粉，而乳饮料配料表首位则是水。

3、看营养标签

一般我们推荐购买蛋白质含量3.0g/100ml以上的牛奶，而大多数乳饮料的蛋白质含量都不足1.0g/100ml。

花生牛奶和核桃乳是真的“奶”或“乳”吗

花生牛奶虽然是乳白色的，其实并不一定是牛奶，产品种类上一般会标明是一种“饮料”，在配料表中一般也是水、白砂糖、花生、核桃排在前面，至于乳粉或牛乳的添加量较少。

在“核桃乳”的下面往往会有一行小字标明它也是一种植物蛋白“饮料”，有些核桃乳的配料表中甚至没有添加任何乳类成分，营养成分表中的蛋白质含量也远低于相关乳制品国家标准。

Focus

超市里有各种各样的跟“奶”和“乳”有关的食品，很多人却不知道其实这里面有的是“乳制品”，有的则只是“乳饮料”。前者可以在日常饮食中帮我们补充蛋白质和钙，而后者只能是偶尔调剂一下我们的味觉，过量饮用则可能会造成龋齿、超重或肥胖的问题。

部分高钙牛奶可能只是“含乳饮料”

有的高钙牛奶的产品类型标明是“含乳饮料”，就是说它是一款饮料，里面加了乳，可能是牛乳，也可能是复原乳、乳粉、炼乳、奶油等，而且复原乳的添加量消费者也是未知的。

在市售某品牌的高钙牛奶营养成分表中，蛋白质含量为2.0g，看起来好像是比一般的乳饮料蛋白质含量高，但其实它是2.0g/200ml，也就是说它的蛋白质含量还是和普通的乳饮料相同，只有1.0g/100ml，综合参考下可以发现这款牛奶“乳类”的添加量其实应该是很少的，蛋白质含量远不及灭菌乳的相关国家标准（≥2.8g/100ml）。

“饮品”或“饮料”多含有大量的添加糖

在很多牛奶或酸奶配料表中，会标明生牛乳的含量，如生牛乳（≥80%）。也有些商家会标明其牛乳添加量为≥90g/份，如果购买时不注意看“单位”，可能会觉得其牛乳添加量比上面的80%要多，其实细细一算，按照一瓶的容量250毫升来算，这个添加量也就只占到了36%。

如果牛奶后加了“饮品”“饮料”，一般都不太建议在日常生活中将其作为蛋白质和钙的乳制品补充来饮用，除了蛋白质的含量不足以外，大部分的“饮品”或“饮料”中添加了大量的添加糖，摄入过多可能会造成龋齿、超重或肥胖的问题。

（北青报）

果蔬脆片，可能只是看着“健康”

近年来，市面上很多烘焙果蔬脆片类食品受到了广大消费者的欢迎。很多人以为这类产品就是浓缩的果蔬，它们和普通水果、蔬菜之间的区别仅仅是水分的多少，而营养成分上的差别并不大。但实际上，生活中大部分果蔬脆片食品不但营养成分比普通果蔬差很多，而且还含有一些不健康的成分。

从目前市面上流行的各类烘焙果蔬脆片的配料表来看，果蔬脆片产品中主要包括以下几种成分：植物油、蔬菜或水果、糖（麦芽糖浆、麦芽糊精）、盐，其中植物油往往排在第一位。为什么以果蔬为原料制成的产品，含量最高的不是果蔬而是植物油呢？盐和糖在其中又起到什么作用呢？

果蔬脆片中植物油的含量高是因为其制作方式大多是低温油炸，先将新鲜果蔬中的水分炸干，使油脂渗透进果蔬中。这种做法不但可以使果蔬干燥，增加果蔬香脆的口感，而且会大幅度提高果蔬中脂肪的含量。果蔬原本是低脂食物，通常脂肪含量低于百分之一，然而在经过油炸脱水后，果蔬脆片中的脂肪含量可高达百分之十到十五。这些从外界加入的脂肪除了增加不必要的热量之外，还有可能对身体造成不良影响，因为在油炸果蔬脆片的过程中，脂肪可能会因为过度氧化产生反式脂肪酸和致癌物，这些物质都对健康不利。

此外，油炸的过程会使果蔬损失大部分的维生素和纤维素。而且，为了提高口感，商家还会在制作时加入大量的糖、盐和调味品，进一步增加果蔬脆片中的热量。比如，市面上售卖的经过油炸脱水的香蕉脆片，每100克就有约500大卡的热量，相当于九根香蕉相加。同样，经过油炸脱水后的蔬菜脆片热量也很高，每100克蔬菜脆片所含的热量就达到了510大卡，约等于20盘蔬菜的热量。

可见，食用过多经油炸脱水工艺生产出的果蔬脆片，会造成脂肪、盐、糖等成分的额外摄入。因此，这类果蔬脆片产品并不能替代真正的新鲜果蔬，食用时一定要适量。此外，在选购蔬果干类食品的时候，大家应关注其营养成分表，尽量选择脂肪、糖以及盐含量较低的商品购买。（新华网）

啥样的蘑菇最新鲜

平菇、香菇、金针菇……市场上蘑菇的种类真不少，如何挑到新鲜的呢？

平菇选菌盖小的。挑选平菇要注意菌盖形态，新鲜平菇的菌盖边缘略向下卷，没有裂开。如果边缘已经长平并裂开，说明太老了，口感较差。此外，挑选时还要注意菌盖的大小，菌盖太大并不好，小一点的更鲜嫩好吃，直径5厘米左右最佳。

杏鲍菇选12–15厘米的。新鲜杏鲍菇有以下几个特点：第一，表面有光泽，呈乳白色，摸起来光滑；第二，菌褶排列紧密，边缘及两侧平整；第三，菌体紧致，长度为12~15厘米。摸起来太干的杏鲍菇偏老，超过15厘米的属于生长过度，菌体里往往发空，不够嫩。

金针菇挑菌盖半球形的。金针菇菌柄一般上浅下深，如果颜色通体均匀鲜亮，很可能经过漂染或添加剂处理过。金针菇的菌盖要挑选半球形的，菌盖长开的说明老了，菌柄15厘米左右最好。另外，还要留意颜色，白金针菇韧性大，容易塞牙，而黄的香味浓、口感嫩，更好吃。

香菇宜选香气浓郁的。香菇因具有特殊的香气而闻名，因此挑选时优先选择香气浓郁的。优质的新鲜香菇菌盖肥厚且向下卷、菌褶呈白色、干爽整齐。菌褶一片一片立着的最新鲜，菌盖直径以3~6厘米为好，菌柄短粗鲜嫩。若菌褶有褐斑、菌盖表面色深黏滑或滴水则不宜食用。

草菇挑颜色黑白分明的。体积小一些、颜色黑白分明的草菇通常比较嫩。用手按压表面，如果感觉软塌塌的或有出水，说明不新鲜甚至已经变质。

口蘑选直径不超过4厘米的。口蘑本身白色带点灰色，如果颜色太白可能是用了漂白剂。口蘑的大小决定了口蘑的成熟度，一般选择小的为好，直径最好不超过4厘米。菌盖将菌柄紧紧包住的为上品，若菌盖和菌柄分离并能看到里面的菌丝，就不要买了。需要提醒的是，口蘑不宜保存，选购后应当马上烹饪。（生命时报）

怎样选购适宜的保湿化妆品?

问：怎样选购适宜的保湿化妆品?

答：如今，保湿化妆品种类繁多，如保湿霜、保湿乳液、保湿啫喱、保湿喷雾以及保湿面膜等，其中的保湿成分各不相同。所以，在选择保湿化妆品时，应根据保湿产品的特点以及自身皮肤的类型，并结合季节的改变，选择适宜的保湿产品。

1、保湿霜

这是一类半固态的乳剂产品，固态油性成分含量相对较多，能够在皮肤表面很好地形成一层油膜，具有较好的滋润皮肤、柔软皮肤的作用。适用于成熟、干性和敏感性肌肤，尤其适合成熟性肌肤。对于气候干燥的秋冬季节，保湿霜也是较好的选择。

2、保湿乳液

这是具有流动性的一类乳剂产品，配方组成与保湿霜类似，不同之处在于所含的固态油质原料较少，水分含量较大。因此，保湿乳液既可以为皮肤补充油分，在皮肤表面形成油膜，同时使用清爽，不油腻，中性、油性、干性、混合性及敏感性皮肤均可使用。但对于敏感性及干性皮肤来说，其滋润度不强，春夏季节尚可单独选用，进入秋冬干燥季节则保湿度不够，应再配合滋润度更强的保湿霜一并使用为好。

3、保湿啫喱

多为水性啫喱，这类产品几乎不含油性成分，正常肤质、混合性皮肤、油性皮肤以及痤疮皮肤者均可选用。但由于其不能在皮肤表面形成油膜，所以进入秋冬季节，对于干性皮肤以及皮肤正处于缺水状态的人群来说，则达不到理想的保湿效果。可在使用此类产品后，再配合保湿霜使用，以弥补其不足。

4、保湿喷雾

该款产品使用非常方便，外出或

低温环境下可随时为肌肤补充水分，适合所有类型肌肤使用。使用时，距离面部20厘米左右，将水雾喷向面部，然后用手指轻拍促其吸收；有条件的情况下，可外涂乳剂类产品或者精华，以防止水分流失；另外，化妆后也可以使用，有促进定妆的效果。

问：如何选择防晒化妆品?

答：在日常皮肤护理中，使用防晒化妆品已成为必不可少的一个步骤。从剂型看，防晒化妆品有防晒膏霜、防晒乳液、防晒油、防晒凝胶及防晒棒等；从防护强度看，SPF值从2～50+（大于50标为50+）不等，PA防护等级有PA+、PA++、PA+++、PA++++之分。选择防晒化妆品应注意以下问题。

1、审核产品标签内容

这主要是判断产品是否正规合法。防晒化妆品在我国属于特殊用途化妆品，除普通化妆品标签上应标识的内容外，产品标签上必须要有特殊用途化妆品批准文号，并且标明防晒系数SPF值和PA防护等级。

2、防护强度的选择

一般情况下，SPF值和PA防护等级越高，防晒效果越好，同时刺激性也越大，带来的不安全因素也就越多。所以，选择防晒化妆品不要一味追求高防护强度的产品，应根据阳光暴露情况选择适宜防护强度的防晒产品。具体可从所处的季节、外出时间、所处环境等方面进行考虑：一般冬日、春秋早晚和阴雨天，可选择SPF值为8～15，PA+的产品；夏日早晚，可选择SPF值为15～20，PA++的产品；外出旅游时，可选择SPF值为20～30，PA+++的产品；长时间停留在阳光下，如日光浴或处于雪山环境中，应选择SPF值＞30，PA++++的产品；对日光敏感或患有光敏性皮肤病的人群，则推荐使用高防护强度的产品。

3、防水性防晒产品的选择

夏天户外活动常常出汗，以及进行水下工作或游泳时，皮肤长时间受水浸泡，极易导致皮肤表面的防晒产品被稀释或冲洗掉，影响防晒效果。因此，在水下活动或易于出汗的环境中，应选择标识有防水、防汗性能的防晒产品。

4、成分和剂型的选择

痤疮肌肤的人群应选择以化学防晒剂为主、质地轻薄的防晒乳液；敏感性肌肤人群应选择具有防过敏作用、配方尽量简单的防晒霜或防晒乳液；油性皮肤人群可选择质地水润的防晒凝胶；干性皮肤可选择滋润性较强的防晒霜；中性皮肤选择范围较广，防晒霜、防晒乳、防晒凝胶等均可；混合性皮肤则应根据不同部位，按干性和油性皮肤选用原则，分别对待；防晒油一般用于涂抹身体暴露部位。（中国医药报）

倡导科学健康消费理念
提供权威实用消费资讯
www.bj315.org/

热烈庆祝
中华人民共和国
成立70周年

1949
-
2019