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11期
11
总第86期

首届京津冀消费维权高端论坛召开

P07 北京市消协发布老年人保健品消费认知及消费状况调查结果
P24 保护隐私权，人脸识别应明确边界
P26 预付式消费有风险，交钱办卡需谨慎！
P40 选购加湿器 认准这四个准则

京津冀消费维权联盟联合发布仪式

首届京津冀消费维权高端论坛召开

市消协会长柳纪纲在论坛上讲话

京津冀三地消协发布《京津冀消协组织协作发展第二个五年纲要》

10月29日，由中国消费者报社主办，京津冀三地消协联办的主题为“护航消费升级、服务协同发展”的首届京津冀消费维权高端论坛在河北唐山召开。来自国家市场监管总局网络交易监管司、中国消费者协会、来自全国部分省市市场监管局、消协组织的相关负责人、专家学者及有关经营者代表，围绕会议主题，就京津冀协作维护消费者合法权益的工作经验和工作方向进行了交流和研讨。

论坛上，中国消费者报社与京津冀三地消协签署协议，并在新闻首发、数据分析利用、消费投诉受理直通车、加强舆论监督力度、加强消费教育培训工作的联动、建立常态化联系机制等工作开展深度合作。同时发布了《京津冀消协组织协作发展第二个五年纲要》、《房地产经纪服务要求》团体标准、《五年比较试验结果数据分析报告》、《京津冀旅游消费体验式调查报告（2016-2019）》。

当天下午，还举行了首届京津冀消费维权联盟座谈会，与会代表共商未来京津冀协作维权主要工作内容及方向。从如何实现协作维权、资源共享、信息互通、规制共建等多个层面对联合开展消费维权、比较试验、消费调查体察、组织宣传，教育培训、对外合作等内容进行探讨。

Prologue
卷首语

“双十一”，够真诚才能更盈利

日前，北京市五部门对10家电子商务平台进行“双十一”网络促销行政指导，要求各平台及时发现并制止虚构原价、先涨后降、不履行价格承诺等违法行为。指导意见直击近年来网络购物的乱象，得到消费者的广泛好评。

每逢“双十一”，各大购物网站就会早早地进行预热，领券、叠加、满减、预售、抢购……各种促销方式让人眼花缭乱。付定金可打折、前2000名半价、分享返现、关注签到领代金券……为了获得最优价格，消费者需要完成一道道“烧脑”的数学逻辑题，还要识破一些商家先涨后降、变换规格等伎俩。有网友不禁感叹，“没点奥数功底，都不配过‘双十一’了！”。这种行为看似增加热度，实际上消费者却难以获得优质的体验服务，招致消费者的厌烦，也是必然的结果。

“双十一购物狂欢节”，作为国内市场兴起的网络促销活动，经过11年的发展已成为全球著名的购物节。每年都创造出令人震惊的销售业绩。近年来，商家为充分挖掘用户需求，提升用户参与度，更是早就在十月中下旬就开始了各类预热活动。消费者根据规定时间提前参与参加预热、预购活动，就有机会获得商家最低的优惠，抢购到最实惠的商品。

购物应带给消费者愉悦的体验。商家举办促销活动，设置一些规则增加趣味性，能增加消费者获得感，并提升用户粘性、挖掘潜在需求。这确实是营销的一种重要手段。但任何事情都应当适度，一旦规则过于复杂，则必然丧失趣味，甚至惹人反感，反而使消费者就失去了购买的冲动。事实证明，不少网友表示，自己买买买的欲望在“双十一”各商家的预售套路面前，都化为乌有。

与商家而言，把握销售机遇固然重要，但对顾客真诚相待才是重中之重。每年“双十一”过后消费者都会吐槽：因商家过分宣传，消费者购买了过量或无用商品要求退货；商家低价促销产品存在质量问题，或与平日产品存在差别；商家先提价再减价，“双十一”购得价格与平时无异甚至高于平时……一些商家抓住消费者狂欢时的购物冲动，以夸张的表达、复杂的优惠吸引下单，营造出海量订单，看似大获全胜，实则饮鸩止渴。商家不能将消费者视为待宰的羔羊。诚实守信是商家赢得市场的关键，任何依靠坑蒙拐骗获得的利润都不可能长久，甚至还要付出沉重的代价。据了解，每年“双十一”过后就会迎来退货潮，不仅商家运营成本极大增加，而且给消费者留下糟糕印象。希望市场永续，真诚相待当是第一原则。

要挖掘消费者潜力，就要牢牢树立消费者至上的理念。商家需要换位思考，要充分了解消费者最大的需求和消费过程中的痛点。毫无疑问，价廉物美是消费者永恒的追求。商家要想激发消费者的购买欲望，最直接、有效且长效的方法就是在保证商品质量的基础上给出最大限度的优惠。简化购物中心的形式主义，优化购物流程、提升购物体验，以解决狂欢节购物过程中，流程多、算法多等痛点问题。只要商家满足了消费者的需求，解决了消费过程中的痛点，消费者自然会用脚投票。

“双十一”购物狂欢节作为电子商务的一个创造，造福了商家，也造福了消费者。然而再好的平台也需要用心维护，唯有真诚才能擦亮金字招牌。（人民网）

伏特

热点关注
HOT CONCEM

P07 北京市消协发布老年人保健品消费认知及消费状况调查结果

本次调查结果显示，保健品消费重度群体老年人是保健品消费主要群体，中度和轻度群体老年人比重较高。同时，保健品消费的重度群体老年人与中度群体和轻度群体老年人，在保健品消费认知、消费态度和消费行为方面均存在差异。

卷首语

01 “双十一”，够真诚才能更盈利

权威发布

04 首届京津冀消费维权高端论坛召开

05 京津冀旅游消费体验式调查报告（2016-2019）发布

07 北京市消协发布老年人保健品消费认知及消费状况调查结果

热点关注

12 两部门：不得通过互联网销售电子烟

13 专家解读电子烟健康隐患：“戒烟”是误导 青少年需远离

15 养老院忽悠老人买保健品将被惩戒

16 工信部：专项整治App八类侵权行为

16 商家停业应提前30天公示退款

17 规范互联网租房信息发布 违规3次将被禁止房源“上网”

19 北京全市锅炉房点火试供暖 12345开始受理暖气不热投诉

20 北京：将严格控制学生使用电子产品

21 北京市交通委：“黑车”在机场火车站营运将罚款5万

21 金融消费纠纷解决有了新渠道

消费时评

22 遏制网络游戏沉迷，企业当负起责任

23 营销，要创新，不要“套路”

24 就该给影视剧戴上“烟草过滤嘴”

25 保护隐私权，人脸识别应明确边界

消费提示

26 预付式消费有风险，交钱办卡需谨慎！

27 办理健身卡要了解商家资质，签书面协议

28 选择课外培训机构时慎重使用学费分期贷款

29 防患租房合同中的交易风险

30 警惕“高进低出”租房风险

30 老年人消费时要提高警惕免费承诺别轻信

31 购买旅游地产需保持冷静，多渠道考察

P38 防蓝光眼镜真能预防儿童近视?

近期，一种宣称“能防蓝光、防辐射、甚至能防近视”的防蓝光儿童眼镜在家长圈里流传开来。防蓝光眼镜是否能达到商家宣传的效果?

31 公安部门提醒：“炒鞋热”暗藏陷阱

32 网约家政纠纷多 细签合同巧应对

33 网络订餐四查看谨防“黑外卖”

消费课堂

34 “双十一”防骗指南 揭秘八大电信诈骗陷阱

35 面对医疗美容纠纷消费者如何维权?

36 便利店买药，放心吗?

37 儿童安全座椅 选购看三点

37 玩具选择 安全性才是首要考虑因素

38 防蓝光眼镜真能预防儿童近视?

39 健身房停业 预付款还能要回吗?

40 选购加湿器 认准这四个准则

41 居家鞋，最好选牛筋底

41 食品开封后，还能放多久?

42 专家教你科学理性看待食品防腐剂

43 长期涂口红会中毒或致癌? 到底是真是假

44 选购面膜学会看标签标识，做化妆品成分党

《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。

Beijing Consumers

北京消费者 11

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11期（总第86期）

京内资准字1516 — L0060号

内部资料 免费交流

首届京津冀消费维权高端论坛召开

10月29日，由中国消费者报社主办，京津冀三地消协联办的主题为“护航消费升级、服务协同发展”的首届京津冀消费维权高端论坛在河北唐山召开。来自国家市场监管总局网络交易监管司、中国消费者协会、来自全国部分省市市场监管局、消协组织的相关负责人、专家学者，及贝壳找房等经营者代表，围绕会议主题，就京津冀协作维护消费者合法权益的工作经验和工作方向进行了交流和研讨，同时发布了《京津冀消协组织协作发展第二个五年纲要》。

京津冀三地消协组织自2014 年 6 月起，围绕三地协同发展战略部署，签订了协作合作协议，开展了一系列活动，协作维权五年来，取得了一系列成果。为了对以往经验加以总结，对将来工作加以规划，使京津冀消协系统工作程序更加顺畅、工作方法更有成效，更好地服务京津冀三地消费者，特召开此论坛。

论坛上，中国消费者报社与京津冀三地消协签署协议，并在新闻首发、数据分析利用、消费投诉受理直通车、加强舆论监督力度、加强消费教育培训工作的联动、建立常态化联系机制等工作开展深度合作。同时，为使京津冀消协协作工作更加顺畅，中国消费者报社牵头成立京津冀消费维权联盟联络办公室，负责协调三地消协系统各方力量，快速化解消费投诉纠纷；协调联合开展消费引导，针对共同关注的消费维权热点、难点问题共同开展消费教育；促进三地各级消协组织相互借鉴，取长补短，共同提升。

论坛现场进行了三项重要工作成果的发布。首先，京津冀消协联合发布了《房地产经纪服务要求》团体标准，该团体标准是全国消协组织第一个服务类团体标准，同时填补了我国房地产经纪服务

行业的标准空白。标准从术语和定义、企业要求、人员要求和作业要求等四个方面作出规范，将为进一步提升消费者居住服务体验发挥更好的作用。

另外，京津冀消协联合发布了《五年比较试验结果数据分析报告》，五年来，三地消协紧跟消费市场趋势，从消费需求出发，围绕消费者需求旺盛的商品开展比较试验，共完成100余个的比较试验项目，涉及2000多件样品的比较。比较试验亮点频出,社会影响巨大。

同时，京津冀消协联合发布了《京津冀旅游消费体验式调查报告（2016-2019）》。京津冀三地消协自2016年开始连续四年开展京津冀三地旅游消费市场调查，帮助消费者更好享有知情权、自主选择权、公平交易权等合法权益。

报告显示，旅游消费合同签约率、强制消费现象虽然逐年提高但尚有提升空间，同时显示，旅行社依然是问题比较集中的服务环节，在合同、导游、强制消费、交通饮食等方面仍需要进一步加强。部分导游还存在旅游中途自行离团、景点无讲解、随意压缩景点游览时间等系列问题，而被游客广为诟病的强制消费项目也是由导游直接引导造成的。

10月29日下午，还举行了首届京津冀消费维权联盟座谈会，与会代表共商未来京津冀协作维权主要工作内容及方向。从如何实现协作维权、资源共享、信息互通、规制共建等多个层面对联合开展消费维权、比较试验、消费调查体察、组织宣传，教育培训、对外合作等内容进行探讨。

京津冀旅游消费体验式调查报告（2016-2019）发布

近年来，旅游消费迅猛发展的同时，在线旅游平台、旅行社与景区等从业机构服务质量良莠不齐，引发众多旅游消费投诉。为此，京津冀三地消协借助三地消协组织维权协调联动机制，自2016年开始连续四年开展京津冀三地旅游消费市场调查，帮助消费者更好享有知情权、自主选择权、公平交易权等合法权益。10月29日，在首届京津冀消费维权高端论坛上，《京津冀旅游消费体验式调查报告（2016-2019）》发布。京津冀三地消协共同促进区域内旅游消费健康可持续发展，打造良好消费环境。

报告显示，在旅游线路选择方面，四年的调查都聚焦京津冀旅游消费市场，选择了以北京、天津、河北为出发地和目的地的线路。其中，2016年全程体验调查线路50条，退团体验调查线路为7条，

合计57条。2017年全程体验调查线路为44条，退团体验调查线路10条，合计54条。2018年全程体验调查线路为40条，退团体验调查线路10条，合计50条。2019年全程体验调查线路为65条，退团体验调查线路8条，合计73条。四年合计体验线路数量为

234条。在旅游消费体验的旅行社选择中，首要考虑完成特定旅游线路，以及在线旅游平台的线上旅行社。在景区方面，每条线路包含有 1～3个独立景点，基本覆盖京津冀三地主要4A级以上旅游目的地景区。每年调查大致于4月份开始，6月份结束，历时3个月。

调查结果显示，京津冀三地旅游消费全程体验调查得分连续三年稳中有升。根据体验结果，综合在线旅游平台、旅行社和景区三方面的平均得分，2017年全程体验调查得分为80.00，2018年按照2017年相同指标得分为83.53，2019年按照新增指标得分为86.71。

同时，近三年旅游消费合同签约情况有所改善。在京津冀三地旅游消费的旅行社合同签约率方面，2017年和2018年调查结果中，全程体验调查的合同签约率分别为63.33%、73.00%。2019年调查结果中，全程体验调查的合同签约率为78%，2019年合同签约率有所上升。总体看，合同签约情况有所改善。

近三年调查结果显示，强制消费现象有所改善。经过三年的调查比较，在2017年、2018年、2019年的体验调查中，“没有强制消费项目”的指标得分分别为33.33、50.00、63.99，三年持续升高。此外，强制消费金额在团费金额中的比例也逐渐下降，2017年、2018年、2019年分别为34.30%%、31.00%、14.38%。可以说，在各方共同努力下，无论是强制消费线路占比还是强制消费金额，这两方面都有得到了逐步改善。

调查结果还显示，旅行社依然是问题比较集中的服务环节，在合同、导游、强制消费、交通饮食等方面仍需要进一步加强。京津冀三地旅游消费调查中，2019年合同签约率为73%，虽有上升，但与100%的签约规定仍有差距。部分导游还存在旅游中途自行离团、景点无讲解、随意压缩景点游览时间等系列问题，而被游客广为诟病的强制消费项目也是由导游直接引导造成的。因此，导游是旅游消费行程中陪伴游客时间最长、影响最大的因素，如果缺乏有效监管，必然导致游客体验满意度下降，影响城市旅游形象。

京津冀三地消协提醒消费者要理性文明消费，强化维权意识。首先，在出游前要了解旅游线路信息，尤其是旅游线路产品介绍中的旅游项目信息，做到心中有数，建立合理的旅游期望，对于低价团、甚至零团费线路要警惕；其次，要有维权意识，加强自身权益的保护，与旅行社签订内容尽量翔实旅游合同，注意合同中的不合理条款内容，最大程度保护自身利益；消费者需要辨明旅游产品是否为有旅游资质的企业提供，对某些组织或个人通过网上论坛、微信群、QQ群或线下形式发布旅游产品组织出游，要提高警惕意识；最后，消费者在旅游活动中出现合法权益受到侵害时，在与旅游经营者协商不成情况下，应及时向当地旅游投诉受理机构或者有关调解组织申请调解，必要时可以通过法律途径来切实保护自己的权益。

北京市消协发布

老年人保健品消费认知及消费状况调查结果

截止2018年底，北京市60周岁以上的老年人，占户籍总人口的25.4%。随着北京市老龄化的发展，为老年消费提供了市场，老年人的消费需求成为社会关注的热点。尤其是老年人保健品消费，成为社会关注的话题。

为了准确把握北京市老年群体保健品消费存在的问题，以及老年群体的消费需求和维权意愿，北京市消费者协会（以下简称北京消协）委托北京民生智库科技信息咨询有限公司开展北京市老年群体保健品消费认知及消费状况调查。

本次调查中，保健品是广义的概念，是指日常消费中，宣传具有保健功能的食品、器材与用品用具、玉石器等穿戴用品、日用家电、服务等。

一 调查概况

本次调查对象是在北京市居住一年及以上，且年龄在60周岁及以上的老年人。调查内容从保健品消费认知、消费态度、消费行为和消费维权四个维度进行设计。其中，消费认知包括对保健品与药品区别的认知、保健品作用认知、保健品信息获取渠道等内容；消费态度包括对保健品消费的信任态度、消费计划、消费目的等内容；消费行为包括保健品消费的类型、频率、支出、关注重点等内容；保健品消费维权包括保健品消费的问题、维权意愿、维权期望等内容。

调查方法采取定性访谈和问卷调查两种方式。其中，定性访谈是选取老年人保健品消费案例，开展深度访谈，了解老年人对保健品消费的认知状况及消费行为。

问卷调查采用拦截访问的方式，根据各区的配额要求，由访问员随机拦截老年人进行访问。本次问卷调查共计收集有效样本823个，各区有效样本量符合配额要求。根据调查误差计算公式，在95%的置信区间下，本次调查误差率为3.4%，调查误差控制在合理范围内。

为了保证调查结果准确有效，本次调查通过开展现场监督、录音复核和数据查错等方式，对调查结果进行全程监控，并在调查结果完成后邀请专家对调查结果进行探讨和论证，充分保障了调查的质量。

二 调查结果

根据案例访谈和调查结果的分析总结，本次调查将老年人保健品消费行为作为关键的判定条件，并结合保健品认知和信任态度两个重要影响因素，将老年人划分为三个保健品消费类型，即重度群

体、中度群体和轻度群体。具体而言，本次调查是以保健品与药品区别、对保健品信任态度，以及购买保健品次数等三个指标为基础，划分老年人保健品消费群体。

根据本次调查数据分析，归纳出以下几点主要调查结果：

1. 保健品消费重度群体老年人是保健品消费主要群体，中度和轻度群体老年人比重较高

调查数据显示，从群体划分结果来看，在老年保健品消费群体中，中度和轻度群体老年人的数量较多，两部分群体老年人占比达到79.24%。

但是，在购买过保健品的消费群体中，保健品消费重度群体老年人均购买过保健品，且占购买过保健品的老年人消费群体的比例较高，为44.54%。可见，保健品消费的重度群体老年人是保健品消费的主要群体。

2. 保健品消费重度群体老年人保健品消费意愿较强，中度和轻度群体老年人相对较低

调查结果显示，老年人总体上对保健品的购买意愿较低，仅有14.09%的老年人未来一年内计划购买保健品。

但是，从划分的群体来看，重度群体老年人购买保健品的意愿较高，46.63%的重度群体老年人计划购买，远高于中度群体老年人的10.83%和轻度群体老年人的0.32%。

3. 保健品消费重度群体老年人更具理性消费意识，中度和轻度群体老年人更依赖感性认知

调查结果显示，保健品的效果及其成分是老年人消费关注的主要因素，比例为65.59%，且保健品消费各群体老年人关注效果及其成分的比例均在60.00%及以上。

但是，保健品消费重度群体老年人在关注保健品效果及其成分的基础上，有41.10%的重度群体老年人会查看保健品的价格、35.58%的重度群体老年人关注现场体验或展示效果、31.90%的重度群体老年人会关注销售人员服务态度。相对而言，保健品消费中度群体老年人在关注效果及其成分之外，更关注保健品口碑、朋友/熟人推荐，比例为36.88%；轻度群体老年人则更关注周围老年人是否购买，比例为41.86%。

可见，保健品消费的重度群体老年人会综合考虑保健品的各方面信息，使保健品消费更加理性。而保健品消费的中度和轻度群体老年人则较为感性，容易产生非理性消费。

4. 专卖店是保健品消费重度群体老年人主要消费渠道，中度和轻度群体老年人以销售公司活动为主要途径

调查结果显示，从总体上看，保健品公司组织的销售活动是老年人的主要消费渠道，43.32%的老年人表示通过销售公司活动购买；其次是专卖店和销售人员推荐，比例分别为28.96%和27.97%。

但是，从划分的群体来看，保健品消费重度群体老年人主要通过保健品销售专卖店购买保健品，比例为43.56%；

同时，通过正规药店消费的比例同样较高，为26.99%。相对而言，保健品消费中度和轻度群体老年人主要通过销售公司销售活动购买，比例分别为44.38%和44.19%；其次是销售人员推荐，比例分别为28.13%和30.23%。

5. 保健品消费重度群体老年人保健品消费安全意识较高，中度和轻度群体老年人相对较低

调查结果显示，在查询销售公司信息上，37.42%的重度群体老年人表示会查询销售公司信息，比例远高于中度群体老年人的14.38%和轻度群体老年人的4.65%；在获取收据或发票上，40.49%的重度群体老年人表示有发票或收据，同样高于中度群体老年人的36.25%和轻度群体老年人的30.23%。

而在遇到保健品质量问题上，保健品消费重度群体老年人遇到保健品问题的比例为26.38%，低于中度群体老年人的40.00%和轻度群体老年人的37.21%。

6. 亲人或朋友介绍成保健品消费重度群体老年人保健品信息获取主要渠道，大众媒体是中度和轻度群体老年人主要途径

调查结果显示，在保健品信息获取渠道方面，电视等大众媒体，以及家人、朋友介绍是老年人获取保健品信息的主要渠道，比例分别为55.89%和45.08%。

从划分群体来看，保健品消费重度群体老年人通过家人或朋友介绍获取保健品信息的比例较高，达到63.19%，远高于中度群体和轻度群体老年人。相对而言，电视等大众媒体是保健品消费中度和轻度群体老年人获取保健品信息主要渠道，比例分别为57.64%和54.22%%。

7. 夸大宣传是主要问题类型，保健品消费轻度群体老年人遇到销售公司不退货或退款比例较高

调查结果显示，从老年人遇到的问题类型来看，广告宣传夸大其词或与实物不符是老年人遇到的主要问题类型，比例为78.32%。

从划分的群体来看，保健品消费的轻度群体老年人遇到销售公司不给退货或退款的比例较高，均为31.25%。

8. 超七成保健品消费老年人愿意通过消协维权，不愿维权老年人认为浪费时间是主要原因

通过调查发现，在遇到保健品问题时，73.76%的老年人愿意通过消协进行维权。

但是，在不愿意维权的老年人中，觉得太麻烦、不想浪费时间是主要原因，比例为50.00%；其次是觉得损失不大、没有必要，为41.51%。

9. 加强监管是老年人主要期望措施，保健品消费中度和轻度群体期望加强宣传引导比例较高

通过调查发现，对于期望消协采取的措施，督促相关部门加强保健品监管力度是老年人的主要期望措施，比例达到71.78%；其次是完善老年人消费权益保障立法，以及加大老年人宣传引导力度，分别为65.84%和64.85%。

从划分的群体来看，保健品消费的中度和轻度群体老年人期望加大消费宣传引导力度的比例较高，分别为68.13%和65.12%。

三 结论分析

保健品消费认知和消费态度成为影响老年人消费行为的重要影响因素，并以此为基础，形成了保健品消费的不同群体。本次调查结果显示，保健品消费重度群体老年人是保健品消费主要群体，中度和轻度群体老年人比重较高。同时，保健品消费的重度群体老年人与中度群体和轻度群体老年人，在保健品消费认知、消费态度和消费行为方面均存在差异。

因此，在引导老年人保健品消费过程中，需要以老年人保健品消费的群体划分为基础，针对不同消费群体的特征，采取有针对性地措施。

保健品消费重度群体老年人是保健品消费的主要群体，且对保健品的购买意愿较高、消费安全意识

同样较高，需要通过构建规范有序的消费环境，使重度群体老年人能够放心消费，促进保健品行业健康发展。

然而，保健品消费中度和轻度群体老年人占老年人总体比例较高，保健品消费意愿较低，但保健品主要消费渠道是保健品销售公司活动，且消费安全意识较低、消费风险较高，是宣传引导的重点群体，需要根据其消费渠道、信息获取渠道等特征，采取针对性地宣传引导措施，使保健品消费的中度和轻度群体老年人能够正确认知保健品消费“陷阱”，提升消费安全性。

四 调查建议

消费是人民对美好生活需要的直接体现。加快创建安全放心消费环境是保障和改善民生，更好地满足公众日益增长的美好生活的需要；是进一步激发居民消费潜力，促进高质量发展的需要。作为首善之区，北京市需要以更高标准、更高要求，创建安全放心消费环境，不断提升消费者的获得感和幸福感。

随着北京市老龄化社会的发展，为老年人创建放心安全的消费环境，增强老年人的获得感和幸福感，成为当前消费升级形势下，北京市面临的主要任务之一。

因此，针对老年人保健品消费过程中存在的问题，北京消协为了更好地保障老年人合法权益，以调查结论为依据，从政府、立法、企业主体与行业自律、宣传引导、老年人子女、社会监督力量等六个方面，提出以下建议：

1. 从老年人保健品消费特点出发，健全老年人消费保障法律法规

北京市需要进一步健全相关法律法规，为老年人保健品消费提供更加安全放心的市场秩序，更好地维护老年人合法权益。

一是健全保健品销售方式立法，即针对以免费领取物品、知识讲座、茶话会等保健品销售方式，诱导或欺骗老年人购买保健品的企业，加大惩罚力度，并纳入严重违法失信企业名单。

二是增加老年消费者撤回权利，即针对65岁及以上的老年人，增加消费犹豫期，期限为一个月，在消费犹豫期内购买的商品，老年人享有撤回权利，可以向经营者要求退货，经营者不得拒绝或拖延，以此避免老年人因为消费信息缺乏导致的非理性消费问题。

2. 创新保健品监管方式方法，加大保健品监管力度

对于维护老年人权益保障，北京市政府相关部门需要创新保健品市场监管方式方法，加大保健品监管力度，构建安全放心的消费环境。

一是完善保健品市场监管方式，政府需要建立统一的数据平台，实现执法信息共享，对于受到处罚的保健品销售企业，通过信息共享，可以及时开展重点监督，降低保健品销售风险，为老年人创建保健品放心消费环境。

二是加强日常监管和专项检查相结合，充分发挥违法失信企业制度效果。对利用健康讲座、旅游等活动欺骗老年人购买保健品的保健品公司，相关政府部门要及时纳入违法失信企业名单，并以此为基础，构建保健品消费风险企业数据库，进一步加强企业监管。

3. 强化企业诚信经营和行业自律，落实企业主体责任

充分发挥保健品销售企业的力量，促进行业自律，是强化保健品销售企业诚信经营的重要途径之一。在保健品销售过程中，保健品销售企业可以从两个方面加强企业诚信自律。

一是保健品销售企业严格遵守国家相关法律法规，在销售保健品过程中，依据保健品功能成效，真实宣传保健品，并主动出示相关证件，保障老年人的选择权和知情权。

二是加强保健品销售人员培训，明确企业销售人员的法律法规知识、行业规范等内容，并以此为基础，加强销售人员管理，规范保健品销售宣传。

4. 优化保健品宣传引导，提升老年人消费安全意识

北京市需要以保健品消费中度和轻度群体老年人为重点，加强保健品消费宣传，有针对性地提高老年人保健品消费安全意识。

一是需要针对老年人保健品消费的主要渠道，以及保健品信息获取渠道，采用电视等大众媒体等多种方式开展宣传，对保健品销售企业组织的宣传讲座、茶话会、促销会，以及销售人员的“推销策略”进行有效宣传，引导保健品消费的中度和轻度老年人开展正确消费，提高其判断能力。

二是针对保健品消费中度和轻度群体老年人特征，采取多种方式，宣传和告知老年人保健品信息查询、保健品消费凭证获取的方式方法，以及保健品行业的违法失信企业，提高老年人保健品消费的安全意识，及时规避消费风险。

三是在保健品消费过程中，老年人需要时刻保持保健品消费的警惕性，及时查询保健品企业及其产品的信息，一旦发现企业存在违法违规的行为，要留取相关证据，并通过多种方式依法维护自身权益，保障自己利益不受损害。

5. 加强子女亲人的消费引导，保障老年人保健品正确消费

引导老年人正确消费保健品，需要发挥子女和亲人的作用，保障老年人保健品消费的安全。一是加强子女、亲人对老年人保健品信息宣传，使老年人对保健品、保健品销售企业等有正确的认知，尤其是家里有保健品中度或轻度消费群体的老年人；二是加强老年人消费监督，尤其是针对保健品中度和轻度群体老年人，老年人子女需要加强老年人消费的监督，及时发现保健品消费存在的问题，并引导老年人正确消费。

6. 充分利用社会监督力量，形成社会共建共治格局

针对保健品销售公司销售活动隐蔽，以及老年人“爱占小便宜”等消费特点，北京市需要充分利用社会监督力量，形成社会共建共治的格局。

一是北京市各级老龄委加强老年人保健品消费宣传，告知老年人保健品消费存在的“陷阱”，提高老年人保健品消费的安全意识，引导和保障老年人开展保健品正确消费。

二是强化媒体的监督力量，有效发挥传统媒体、互联网媒体等多种媒体的社会监督作用，及时曝光保健品销售公司的违法销售行为，督促政府加强监管，为老年人保健品消费提供信息支撑。

三是充分利用社区和社区志愿者的力量，在社区建立老年人消费监督员，即针对主要以保健品销售公司活动为主要消费渠道的中度和轻度群体老年人，由相关部门提供培训和举报电话，由社区志愿者对周围老年人保健品消费渠道进行了解，对发生的违规销售活动、违规宣传的保健品销售企业进行监督。通过监管部门、社区与社区志愿者的合力，加强保健品消费的社会监督，形成保健品消费的社会共建共治格局。

国家烟草专卖局 国家市场监督管理总局联合发布通告
不得通过互联网销售电子烟

近日，国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局联合发布了《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》（国家烟草专卖局 国家市场监督管理总局通告2019年第1号）(以下简称《通告》)。

《通告》要求各类市场主体不得向未成年人销售电子烟；敦促电子烟生产、销售企业或个人及时关闭电子烟互联网销售网站或客户端，电商平台及时关闭电子烟店铺并将电子烟产品及时下架，电子烟生产、销售企业或个人撤回通过互联网发布的电子烟广告。

商家逐利误导宣传 电子烟并非“健康无害”

电子烟是一种特殊的烟草产品，一般由烟油和烟具组成。烟油主要由烟碱（尼古丁）制成并通过电子烟具将尼古丁以及各类添加剂雾化后供消费者吸食。

目前市面上很多电子烟企业多以年轻人作为互联网营销的重点，用“帮助戒烟”“健康无害”等违背客观事实的宣传误导消费者。资本市场存在较强的投资冲动，为追逐暴利蜂拥而至，进一步加剧了电子烟市场的无序发展，对消费者特别是未成年人身心健康产生严重危害。

对此，有专家指出，多数电子烟事实上在原材料选择、添加剂使用、工艺设计、质量控制等方面随意性很强，存在不安全成分添加、烟油泄漏、劣质电池等严重质量安全隐患。特别是一些电子烟企业为了提高产品的吸引力，随意添加各类添加剂以改变电子烟口味和烟油颜色，市场乱象丛生，产品质量参差不齐。

多国立法管控 发布禁烟令掐灭电子烟

2016年，世界卫生组织《烟草控制框架公约》第七次缔约方大会通过决议，促请各缔约方根据其国家法律和公共卫生目标禁止或限制电子烟的制造、进口、分销、展示、销售和使用。

截止目前，世界范围内已有大量国家全面禁止或严格限制电子烟销售。有明确立法或正式宣布禁止销售电子烟的国家或地区已超过40个，如巴西、新加坡、印度

等。此外还包括世界最大电子烟消费国美国，以及欧盟在内的60余个国家和地区，将电子烟视同烟草制品进行严格管制。

据了解，美国食品药品监督管理局正在制定一项指导方针，禁止市场上销售除烟草口味以外的调味电子烟。

与此同时，世界多地纷纷表示将进一步严格管控电子烟的销售,并严禁向未成年人出售电子烟；很多媒体从各自平台上撤下电子烟广告，不再播放此类广告。

保护下一代刻不容缓 《通告》禁烟没商量

2018年8月，国家市场监督管理总局和国家烟草专卖局联合发布了《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》（国家市场监督管理总局 国家烟草专卖局通告2018年第26号），要求禁止向未成年人出售电子烟。

国家烟草专卖局相关负责人表示，自通告发布以来，社会各界共同保护未成年人免受电子烟侵害的意识普遍增强，向未成年人推广和销售电子烟的现象有所好转。但我们发现，很多电子烟企业为盲目追求经济利益，将互联网营销的重点目标放在年轻人这一客户群体上，并将电子烟标榜为“年轻”“时尚”“潮流”的代表，大肆宣传、推广和销售电子烟。

据介绍，未成年人大多是通过互联网知晓、购买并

开始吸食电子烟，对身心健康造成了严重危害。很多学生家长也反映，其子女受到网上电子烟宣传的吸引，并且可以轻易通过电商平台购买电子烟，要求监管部门进一步采取严格措施防止未成年人受到电子烟侵害，强烈呼吁社会各界对向未成年人销售电子烟的行为予以制止。

由于目前国内电子烟市场以网络销售为主，电商平台、社交平台、直播平台以及电子烟企业的对外销售网站等是电子烟销售的主要渠道。电子烟零售实体店向未成年人销售电子烟、销售假冒伪劣产品等违法违规行为也屡见不鲜。

国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局等部门表示，将进一步加大对电子烟监管的力度。要求各级烟草专卖行政主管部门和市场监督管理部门切实加强对本《通告》的宣传贯彻和执行，保护未成年人免受电子烟的侵害；要求烟草专卖行政主管部门加大对电子烟产品的市场监管力度，加强对通过互联网推广和销售电子烟行为的监测、劝阻和制止，对发现的各类违法行为依法查处；要求任何组织和个人对向未成年人销售电子烟的行为予以劝阻和制止。（人民网）

专家解读电子烟健康隐患：“戒烟”是误导 青少年需远离

使用电子烟到底能否成瘾，其又存在多大危害性，是否具有企业宣传时称作“传统香烟”替代品的功效？为让广大消费者进一步了解电子烟，人民健康邀请到北京大学人民医院心研所所长、中国控烟协会会长胡大一，原中国预防医学科学院院长、新探健康发展研究中心原主任王克安等专家做客人民网，面向广大消费者进行深入解读。

15至24岁人群电子烟使用率最高 近半靠网购

几天前，国家烟草专卖局和国家市场监督管理总局联合印发的《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》中，敦促电子烟生产、销售企业或个人及时关闭电子烟互联网销售网站或客户端；敦促电商平台及时关闭电子烟店铺，并将电子烟产品及时下架；敦促电子烟生产、销售企业或个人撤回通过互联网发布的电子烟广告。并强调各级烟草专卖行政主管部门、市场监督管理部门应切实加强对本通告的宣传贯彻和执行，保护未成年人免受电子烟的侵害。

事实上，早在2018年9月，国家市场监督管理总局、国家烟草专卖局就曾联合发布《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》，其中指出大部分电子烟的核心消费成分是经提纯的烟碱即尼古丁，未成年人吸食电子烟存在重大健康安全风险，市场主体不得向未成年人销售电子烟。但此前电子烟市场依然销售火爆。

中国疾病预防控制中心发布的《2018年中国成人烟草调查结果》（以下简称“调查结果”）显示，在我国15岁及以上人群中，48.5%的人听说过电子烟；5%的人曾使用过电子烟，现在使用电子烟的比例是0.9%。据此推算，我国15岁及以上人群使用电子烟人数约为1000万。

调查结果同时指出，目前使用电子烟的人群主要以年轻人为主，其中15岁至24岁年龄组的使用率最高，约为1.5%。其获得电子烟的途径主要是互联网，比例达45.4%。值得关注的是，与2015年相比，听说过电子烟、曾经使用过电子烟，以及现在使用的比例均有所提高。

“烟草对健康的危害已非常明确，为什么还有烟民不戒烟？因为他们对于烟草危害的认识缺乏紧迫感，这一点非常值得关注。”北京大学人民医院心研所所长、中国控烟协会会长胡大一强调。

电子烟亦称“电子尼古丁传送系统” 具有成瘾性

对于“通告”中指出，电子烟作为卷烟等传统烟草制品的补充，存在较大的安全和健康风险的问题，专家向人民健康进行了详细解答。

原中国预防医学科学院院长、新探健康发展研究中心原主任王克安在介绍电子烟原理及主要成分时指出，电子烟被世界卫生组织称为“电子尼古丁传送系统”，主要由烟具和烟液或烟油组成。烟具实际是一个电子加热装置，烟液主要成分是不同浓度的尼古丁盐、调味剂和如丙二醇或甘油等溶解添加剂的溶剂，通过加热装置将烟液转化为气溶胶让使用者吸入。

“电子烟的危害性可以概括为四个方面。”王克安表示，首先是成瘾性物质的危害。电子烟中主要成分是尼古丁，在烟盒上被标为烟碱，是一种成瘾性物质，已被列入我国《剧毒化学品目录》。尼古丁成瘾是一种疾病,过量摄入可危及生命。年轻人使用含尼古丁的电子烟很可能会成瘾，而且发展成卷烟吸食者。另外，尼古丁对大脑处于发育过程中的青少年或婴幼儿会造成损害，产生如学习障碍，焦虑等不良后果；

其次是电子烟释放的气溶胶中含有乙二醇和醛类物质。烟草特有亚硝胺和挥发性有机化合物，以及多环芳香烃、金属、硅酸盐颗粒等，这些物质中的许多成份是已知的致癌物质；

再次是电子烟可引发如癫痫、哮喘、过敏等疾病，长期使用会增加患慢性阻塞性肺病、肺癌、心脏病和中风等疾病风险。

最后就是电子烟企业为增加产品吸引力，在将烟具设计得漂亮时尚的同时，往烟液里加入了如巧克力、咖啡、柠檬、草莓等不同风味调味剂及添加剂，吸引年轻人注意力后，让他们进一步使用电子烟。这些添加剂或调味剂在加热后会产生有害物质，存在健康风险。

电子烟“戒烟”是误导 需选择正规治疗途径

在广大消费者眼中，电子烟最初是以“传统香烟替代品”的面目示人，上市伊始就被生产厂家冠以“戒烟”“不上瘾”等功效进行宣传。

王克安介绍，电子烟最早从上世纪末开始出现，当时还不太流行，现在使用电子烟的人逐渐增多了，最近几年发展非常快，特别是在美国、欧洲以及其他一些国家，吸电子烟的人数增长速度很快。说电子烟低危害，这是电子烟厂商的一个误导。

“社会上一些宣传说电子烟是无害的，或者是‘环保’的。但实际上，电子烟有害健康是毫无疑问的，声称电子烟比传统烟的健康危害要小，并没有长期观察的结果作为依据。”王克安强调。

对于很多烟民将电子烟作为戒烟替代品的观念，胡大一认为这是非常错误和荒谬的。他指出，电子烟无助于烟草依赖戒烟，反而会加重尼古丁成瘾状态。世界卫生组织曾发布报告表示，没有充足证据表明电子烟有助于戒烟。吸烟者只有完全戒除尼古丁，才能最大程度健康获益。

王克安举例补充道：“与新鲜的空气做个对比，电子烟生成的气溶胶的PM1.0指标值，可以比新鲜空气高出14-40倍，PM2.5值可以高出6-86倍。另外，尼古丁的含量可以高出10倍甚至超过100倍。乙醛含量可以高出2-8倍，甲醛含量可以高出20%。有些金属的含量，如镍、铬，甚至比传统卷烟的含量还要高。”

电子烟的危害还包括二手烟问题。王克安称，电子烟烟液加热产生气溶胶就会有二手烟，这是一种新的空气污染源。不仅吸烟者本身会入吸入这种释放物，周围不吸烟的人也会成为二手烟受害者。

一位不愿透露姓名研究员向人民健康介绍，世界卫生组织不建议将电子烟作为辅助戒烟工具，我国的临床戒烟指南也没有将电子烟作为辅助戒烟工具进行推介，临床医生更不会建议吸烟者使用电子烟来戒烟。目前有效的戒烟方法只有戒烟咨询、药物治疗和行为干预等方法。

这位研究员进一步补充说，现在市场上的电子烟中，尼古丁含量差异很大，有一部分是含高浓度尼古丁产品。如果想戒烟的人使用高浓度尼古丁电子烟，不但无法通过电子烟脱离和戒掉尼古丁，反而会导致成瘾度增加。他建议，戒烟者应拨打戒烟热线或前往戒烟门诊咨询专业医生，接受系统治疗，使用已被证明有效的方法提高戒烟成功率。

电子烟可引发多种疾病 青少年需远离

电子烟还会引发多种疾病。胡大一指出，国外的研究报道显示，电子烟可以可导致冠心病、心肌梗死、肺癌以及包括哮喘、卒中在内的其他肺部疾病。同时有多项国外的动物实验证明，电子烟还可引发肺癌、膀胱癌。

为让大众认清电子烟的危害，王克安列举了国外的详实数据。他介绍，最近美国发生了有关电子烟引起的肺部损伤病例，也是一个公共卫生事件。截至到10月29日，美国报告了近1900个病例，其中死亡37例。通过对在发病前3个月曾经用过电子烟的近900个病例进行

调查，发现这些人当中只使用含四氢大麻酚电子烟的占34%，只使用含尼古丁电子烟的占11%，也有两种混用的。四氢大麻酚是大麻的主要成份。电子烟本身可以引起一些疾病，对健康是有害的。

胡大一提示网民，女性怀孕期间吸电子烟也是不安全的。悉尼科技大学的研究发现，孕妇吸用电子烟会增加婴儿过敏哮喘的风险和哮喘的严重程度。他向广大网民发出疾呼，电子烟不是安全烟，不是健康烟。要戒烟就是不吸烟，不吸二手烟、不吸电子烟。

“我国目前电子烟流行的人群主要是青少年，年龄在15至24岁，这个非常值得关注，应该引起社会的充分重视。”胡大一强调，健康中国一定要从青少年抓起，为了实施健康中国行动战略，实现控烟行动目标，我作为医生，希望全社会都关注和认知电子烟的危害。特别呼吁青少年要远离传统烟草，也远离电子烟。同时，强烈呼吁严禁向未成年人销售电子烟。（人民网）

养老服务市场将建立失信联合惩戒对象名单

养老院忽悠老人买保健品将被惩戒

记者从民政部获悉，从明年6月1日起，以非法集资或者欺骗手段销售“保健”产品等诈骗老年人财物的养老机构和从业人员，将被列入养老服务市场失信联合惩戒对象名单。除了将影响其机构评比定级以及相关政策资金支持外，其法定代表人及主要负责人也不能在其他养老机构担任法定代表人或主要负责人职务。

近日，民政部印发了《养老服务市场失信联合惩戒对象名单管理办法（试行）》的通知。根据失信行为程度的不同，《办法》建立了联合惩戒对象名单和重点关注对象名单两项制度，对养老服务领域违法失信的养老服务机构和从业人员实施与失信行为相当的惩戒措施。联合惩戒对象名单实行动态管理，重点关注对象名单有效期为6个月。

《办法》明确了9种将被列入养老服务市场失信联合惩戒对象名单的情形。其中包括：超出章程规定的宗旨和业务范围进行活动的；因养老服务行为侵害老年人合法权益的；以非法集资或者欺骗手段销售“保健”产品等方式诈骗老年人财物的；存在重大火灾隐患，无故拖延，逾期不改的；对发生的安全事故负有主要或者直接责任的；存在采取虚报冒领等方式骗取政府补贴资金等涉及财政资金违法行为的；拒不接受或者不按照规定接受监督检查，或者在接受监督检查时隐瞒真实情况、弄虚作假的；不按照规定报送年度工作报告、履行信息公开义务的，以及其他

违反养老服务管理有关规定的严重违法失信情形。此外，养老服务机构和从业人员被人民法院认定为失信被执行人的，也应当列入联合惩戒对象名单。

被列入联合惩戒对象名单的，参与评比表彰、等级评定、政府采购、财政资金扶持、政策试点等将受到限制；作为重点监管对象增加检查频次；法定代表人或者主要负责人列入联合惩戒对象名单期间，不得被提名担任其他养老服务机构的法定代表人或者主要负责人，已担任相关职务的，要求养老服务机构按照规定程序向登记管理机关申请变更等惩戒措施。

下一步，民政部将依托“金民工程”建立全国统一的联合惩戒对象名单管理系统。该《办法》自明年6月1日起施行。（北京青年报）

工信部：专项整治App八类侵权行为

近日，工信部宣布启动App侵害用户权益专项整治工作，开始针对当前用户反映强烈的一些侵害用户权益问题开展为期两个月的整治工作。整治措施包括责令整改、向社会公告、组织App下架、停止App接入服务，以及将受到行政处罚的违规主体纳入电信业务经营不良名单或失信名单等。

工信部将重点针对违规收集个人信息、违规使用个人信息、不合理索取用户权限、为用户注销账号设置障碍四个方面的八类问题开展规范整治工作。通知列出的八类问题包括：

1.私自收集个人信息；2.超范围收集个人信息；3.私自共享给第三方用户信息；4.强制用户使用定向推送功能；5.不给权限不让用；6.频繁申请权限；7.过度索取权限；8.为用户账号注销设置障碍。

工信部强调，本次整治主要面向App服务提供者和App分发服务提供者（应用商店）。专项整治工作分企业自查自纠阶段（自通知印发之日起至11月10日），监督抽查阶段（2019年11月11日至11月30日）和结果处置阶段（2019年12月1日至12月20日）。工信部对存在问题的App将统一进行通报，依法依规处理。具体措施包括责令整改、向社会公告、组织App下架、停止App接入服务，以及将受到行政处罚的违规主体纳入电信业务经营不良名单或失信名单等。（北京青年报）

《北京市预付式消费类服务合同行为指引》公开征集意见

商家停业应提前30天公示退款

近年来，培训教育机构、美容美发店、健身中心闭店跑路时有发生。这种“先存钱，再消费”的预付式消费，一旦出现商家卷款跑路等问题，消费者往往难以维权。为保护消费者合法权益，维护正常的市场交易秩序，北京市市场监管局修订了《北京市预付式消费类服务合同行为指引(试行)》。截止至10月30日，通过“首都之窗”及市市场监管局网站公开征集意见。

停业歇业 提前公示告知消费者

征求意见稿提出，合同履行期限内，经营者因停业、歇业、服务场所装修迁移等情形中止履约，可能影响消费者合法权益的，应提前15日在经营场所显著位置持续公示有关信息，并采取必要措施保障消费者的合法权益，比如可以以电话、短信、电子邮件等方式通知消费者。消费者要求解除合同的，经营者应当扣除已消费金额后，一次性返还预付费用余额；消费者不要求解除合同的，有效期限相应顺延或由双方另行协商解决办法。

而经营者因停业或注销需解除合同的，应当提前30日在经营场所显著位置持续公示有关信息，并采取必要措施保障消费者的合法权益，扣除已消费金额后，一次性返还预付费用余额。

经营者出让与预付式消费服务有关的业务时，该业务的受让人不得拒绝履行合同义务。

卡片过期 应提供激活换卡服务

“预付卡办理后不退卡、过期后不延期”“记名预付卡丢失、损毁后不补办”“预付卡过期后卡内资金归商家所有”……很多顾客在消费的过程中，都碰到过类似的“霸王条款”。而按照征求意见稿的要求，今后，这些商家单方面订立的“霸王条款”拟不得在预付式消费服务合

同中出现。

征求意见稿提出，消费者在交付预付费用后7日内，尚未使用预付费用接受服务的，有权无条件解除合同，经营者应当一次性返还全部预付费用。消费者在交付预付费用后7日内接受经营者提供的免费体验或试用服务的，不影响消费者行使无条件解约权。在预付费服务合同履行期限内，经营者不得单方提高承诺的服务价格或增加服务限制条件。

经营者擅自变更服务地点、调整主要经营项目、提高承诺价格或增加服务限制条件等行为严重影响消费者利益的，双方应当协商解决办法；协商不成的，消费者可以解除合同，并要求经营者在扣除已消费金额后，一次性返还预付费用余额。

经营者不得为记名储值性或计次（时）性预付费服务设定有效期限。不记名储值性或计次（时）性预付费服务的有效期限不得少于三年；有效期限届满后消费者仍有未消费的剩余金额或次数（时间）的，经营者应当提供激活、换卡等配套措施。

场所租期
在显著位置予以明示

商家的租期临近，消费者却被蒙在鼓里毫不知情。征求意见稿要求，租赁他人场地或者柜台的经营者，应当在经营场所的显著位置标明租赁期限。

此外，消费者有权要求经营者将口头承诺写入书面约定，并保存所有书面凭证以维护自身权益。

而经营者应当保存提供服务的明细记录，并确保信息的完整性、保密性、可用性。保存时间自交易关系终止之日起不少于两年。储值性或计次（时）性预付费服务的明细记录，应当由消费者签字确认。

未经同意
不得收集消费者信息

有消费者发现，随着钱包里办的卡越来越多，个人信息稍不留神就可能被商家泄露。为此，征求意见稿特别提出，经营者收集、使用消费者个人信息的，应当逐项征求消费者同意，不得采取一次性授权方式获得消费者同意，不得以默认、捆绑等手段变相强迫消费者授权，超出原约定范围的，应再次征求消费者同意。

经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供。经营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止消费者个人信息泄露、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、丢失的情况时，经营者应当立即采取补救措施。未经消费者同意或者请求，或消费者明确表示拒绝的，经营者不得向消费者发送商业性信息。（北京晚报）

五部门联合发文

规范互联网租房信息发布 违规3次将被禁止房源“上网”

网络绝非法外之地。近日，市住建委同市场监督管理局、市互联网信息办公室、市通信管理局、市公安局发布《关于规范互联网发布本市住房租赁信息的通知》，自2019年11月1日起施行。《通知》明确，房地产经纪机构和住房租赁企业要先亮明身份，方可在互联网交易平台发布本市住房租赁信息，若出现3次以上违规发布房源的行为，将不得再通过互联网交易平台发布本市住房租赁房源信息。

网上发布租房信息先“亮身份”

谁有资格在互联网交易平台发布本市住房租赁信息？这是首先要明确的关键问题。《通知》提出，房地产经纪机构和住房租赁企业通过互联网交易平台发布本市住房租赁信息的，应符合三项条件：企业依法登记、备案且正常经营；信息发布人员持有从业人员信息卡；编制房屋状况说明书并留存相关资料备查。被列入异常经营名录或严重违法失信名单的企业，未按规定办理信息卡或使用他人信息卡的从业人员，以及被住建、市场监管等部门依法

限制发布的企业，不得通过互联网交易平台发布住房租赁信息。

30日未维护房源需下架防“僵尸”

互联网交易平台也要切实履行起平台信息审核和管理责任。《通知》明确提出，互联网交易平台有六项审核管理责任：房屋照片要与实际相符；租金、佣金等明码标价；同一房源不得由同一家机构（含分支）重复发布；同一房源由多家不同机构发布的，逐步实现合并展示；不展示发布超过30日未维护房源信息；不得发布法律、法规禁止出租的房源信息。

此外，互联网交易平台在房地产经纪机构、住房租赁企业展示房源信息的页面，还要同步企业营业执照信息、备案信息和从业人员信息卡标识、企业投诉受理电话、在本平台被投诉的记录、发布房源信息的数量、行政管理部门提供的信用记录和北京市房屋租赁合同示范文本、房屋租赁经纪服务合同示范文本。

3次违规不得再经互联网发布

房地产经纪机构若违规发布“假房源”如何处理？《通知》明确，房地产经纪机构、住房租赁企业或其从业人员违规或使用他人信息卡发布住房租赁信息的，由市、区两级住建(房管)部门负责认定，网信部门通知互联网交易平台下架相关房源信息并暂停该企业和从业人员通过互联网交易平台发布房源信息1至3个月。违规发布3次以上的，不得再通过互联网交易平台发布本市住房租赁房源信息。

《通知》也表示，本市将建立互联网住房租赁信息综合治理工作机制，住建、市场监管、网信、公安、通信管理部门按照各自职责，加强对互联网平台发布住房租赁信息的监管，综合运用约谈告诫、责令改正、行政处罚、公示曝光、暂停信息发布等方式加大对发布虚假、违法违规房源信息的互联网平台、企业及相关人员的惩处力度。

北京大学房地产法研究中心主任、北京大学法学院教授楼建波表示，《关于规范互联网发布本市住房租赁信息的通知》的发布，进一步明确了发布机构和互联网平台的责任，要求从业人员“持卡发布、平台履行“审核义务”、页面展示“亮明身份”，将互联网活动纳入监管范围，为治理租赁中介行业乱象发挥重要作用。特别是，《通知》加大了对住房租赁企业、房地产经纪机构及其从业人员违规发布房源信息处罚力度，能更好保证各项要求落地执行。（北京日报）

相关链接

12家房地产经纪机构被查处

市住建委执法部门坚持执法奔着问题去，针对房源信息发布持续开展执法检查，结合市民投诉及网络、报纸等媒体曝光的线索，严查各类违法违规行为，在强化行业治理中践行初心和使命，切实维护群众合法权益。

近期，市住建委执法部门联合朝阳房管局、丰台房管局、延庆住建委、通州住建委、经济技术开发区房地局开展房地产市场执法检查，线上线下联动，从主流互联网平台抽取房源信息现场实地逐项比对核实。12家违规发布房源信息的房地产经纪机构被查处，名单如下：

北京广发房地产经纪有限公司

北京利国爱家房地产经纪有限公司

北京阳光绿地房地产经纪有限公司

北京中和安邦房地产经纪有限公司

北京鸿楼房地产经纪有限公司

北京如一房地产经纪有限公司

北京飞鸿基业房地产经纪有限公司

北京晨建顺房地产经济有限公司

北京鑫亿居房地产经纪有限公司

东亿亿家（北京）房地产经纪有限公司

企小秘（北京）房地产经纪有限公司

成长大象（北京）资产管理有限公司

上述房地产经纪机构违反了《房地产经纪管理办法》的规定，市区住建(房管)执法部门已立案查处，并要求主流互联网平台下架其发布的全部房源信息。

（市住建委）

北京全市锅炉房点火试供暖
12345开始受理暖气不热投诉

11月7日，北京开始试供暖，全市区域内锅炉房统一点火试运行，12345市民服务热线也从同日起正式受理供暖问题投诉。这个采暖季，在去年12个区的供热服务热线并入96069的基础上，又新增了怀柔、房山两区，服务范围扩展至14个区。

7个室温偏低小区 供热季前改造完毕

7日上午9时，北京热力集团朝一分公司花家地供热服务中心里，四台锅炉的烟囱正冒着白色水汽。控制室内，工作人员紧盯电脑屏幕，实时监控着锅炉运转情况。“今天凌晨已经率先对4台锅炉进行了点火，平均的供水温度为70℃，锅炉运行一段时间后，居民在家中就应该能摸到暖气片开始温乎了。”运行车间主任刘辉说。

据北京热力集团供热生产部经理王嘉明介绍，作为本市最大的集中供热企业，目前北京热力集团管理供热面积3.88亿平方米，其中北京市域内管理供热面积3.16亿平方米。为保证热源供应充足，今年北京热力集团在原有左家庄、双榆树、方庄、西马尖峰供热厂的基础上，新增北辰、宝能、花家地3座尖峰供热厂作为调峰热源，增加供热能力986兆瓦。全部7座尖峰供热厂的32台锅炉全部启动时，供热能力可达到2494兆瓦，增强城市热网供热保障能力。

为确保今冬供热季设备运行无忧，北京热力集团从夏季开始就对锅炉房、老旧小区管网等进行改造。全年实施大中小修10万余项，其中锅炉维修改造63台共计1886蒸吨，二次管网改造近百公里。对天坛东里南区、木樨地北里、甘露园南里一区等7个室温偏低小区开展了有针对性的供热设施设备改造，解决了供热设备腐蚀严重、楼内系统循环不畅等问题。

此外，市城市管理委供热办副主任胡荻表示，市供热管理部门也对此前的供热投诉数据进行了梳理，整理出连续两个采暖季投诉较为集中的55个小区，列为重点观察目标，今冬采暖季将加强监管和检查。

“接诉即办”小组日清月结12345投诉工单

随着试供暖的正式开始，市级供热投诉举报电话12345市民服务热线也从昨天起正式受理供暖问题投诉。

胡荻介绍，试供暖期间，各供热单位要进行管网系统持续热态调试，解决系统循环不畅和管线跑冒滴漏的问题，早发现、早处置，把问题解决在正式供热之前，确保正式供热时居民家中采暖温度达到18℃。若居民发现家中暖气不热、跑水漏水等，要尽快拨打供热服务电话报修。“对一般性的供热问题，最快速的解决方法是直接拨打供热企业的电话，如果问题得不到解决或是企业态度恶劣，居民可以拨打市区两级投诉电话。”胡荻说。

为确保居民诉求得到回应，今年，本市将“接诉即办”与供热投诉相挂钩，北京热力集团还专门成立了“接诉即办”工作小组，每天对12345工单诉求处理情况进行审核，确保12345工单“日清月结”。每个月还将发布“接诉即办”月度专报，统计整理12345诉求工单、96069诉求工单处理及考核情况。

14区供热服务热线并入96069

市级供热投诉举报电话，居民可拨打12345市民服务热线，区级供热投诉举报电话则情况各异。去年，全市

共有东城、西城、海淀、通州等12个区的供暖热线并入北京热力集团96069热线，让居民咨询、投诉更加方便。今年，北京热力集团在进一步细化完善既有市级平台和各区平台的基础上，又新纳入了怀柔区和房山区，目前，96069热线服务范围已扩展至14个区，作为14个区的区级供热监督电话。

为了有效应对可能出现的突发故障，北京热力集团还成立了10支共200人的专业化供热抢险队伍，配齐了充足的抢修物资和抢修工器具，对车辆、设备进行了全面检查，保证随时投入应急抢险工作。

采暖提示

1、暖气升温需要一定时间

按照供热操作规程，为保障供暖设备运行安全，供暖系统温度应缓慢上升，需要一定时间。如升温过快将导致设备损坏。

2、不能擅自排放散热器里的水

正常供热期间，用户擅自排放出散热器中的水将直接导致供热系统水量减少和压力降低，容易在系统中形成气阻，直接造成供热温度下降；供热系统大量失水后，需要补充大量凉水，将使供热系统的供水温度大幅降低，散热器温度也随之大幅降低。供热系统里的水是经化学药剂处理过的软化水,这种软化水对人体会产生一定影响，不能作为日常生活用水。

3、不能给散热器加罩

许多家庭装修时为了美观，给散热器加罩。其实，加罩后减小了空气对流，使散热量减少，会降低室内温度；此外加罩后不便及时发现散热器故障，且维修困难。

4、排气阀上不能挂物品

散热器手动排气阀由于体积小，结构紧凑，且由黄铜材质铸造，脆性较大。如果在排气阀上悬挂物品，极易致阀体断裂，造成跑水事故。（北京日报）

北京：将严格控制学生使用电子产品

为进一步加强儿童青少年近视综合防控，北京市7日发布《北京市儿童青少年近视防控十条措施》及实施保障方案，对学生使用电子产品、教师使用电子屏幕、学生作业、参与体育活动等时间做出明确要求。

该措施由北京市教委、北京市卫生健康委、北京市体育局、北京市市场监督管理局等10部门联合发布。对学生使用电子产品进行了严格控制，其中包括，学生个人手机、平板电脑等电子产品严禁带入课堂，带入学校的要进行统一保管；教师使用电子屏幕开展教学时长累计不得超过教学总时长的30%；严禁8岁以下低幼年龄儿童玩电子游戏；孩子每天使用电子屏幕时间不得超过1小时。

在减轻学生学业负担方面，措施规定学校要合理安排学生作业时间，小学一二年级严禁布置书面家庭作业；严格保障孩子睡眠时间，幼儿园和小学生每天睡眠不低于10小时、初中生不低于9小时、高中阶段学生不低于8个小时。

在加强体育课和课外锻炼方面，措施提出严禁挤占体育课时和大课间，中小学生在校时体育活动时间每天不低于1小时；要利用课后服务时间优先安排体育活动；在正常情况下，幼儿园户外活动时间每天不得少于2小时，寄宿制幼儿园不得少于3小时，其中体育活动时间不少于1小时。

此外，措施还专门对家长提出了要求，其中包括家长要以身作则地引导孩子特别是学龄前儿童合理有度地使用电子产品；引导孩子合理安排作业时间，督促孩子做好眼保健操；引导孩子每天进行户外活动或体育锻炼，陪同或督促孩子完成寒暑假体育作业。

该措施内容还包括严格落实学生作息管理、大力加强学校卫生健康教育、严格落实视力日常监测、切实改善学校教学环境、切实加强学生视力健康日常干预、大力促进学生饮食健康、强化评议考核等方面。（新华网）

北京市交通委:

“黑车”在机场火车站营运将罚款5万

近日，北京市交通委发布了《关于调整未经许可擅自从事巡游出租汽车客运经营处罚裁量基准的通知》，对“未经许可擅自从事巡游出租汽车客运经营”的处罚裁量基准进行调整。即日起至今年底，在飞机场、火车站、公交枢纽、地铁站周边从事“黑车”非法营运，一经查获将罚款5万元。

《通知》指出，在飞机场、火车站、公交枢纽、地铁站周边未经许可擅自从事巡游出租汽车客运经营的行为，属于严重危害道路运输安全的行为。从即日起至2019年12月31日，对于以上违法行为，一经查获，按照《北京市查处非法客运若干规定》第四条的规定，均处以5万元罚款的行政处罚，并对非法安装的专用营运标识、设施予以没收。

记者从市交通委获悉，为进一步加大对“黑车”的治理力度，在北京从事“黑车”营运行为被处罚后拒不缴纳罚款的，将面临法院强制执行。北京已强制执行“黑车”案件40余起，涉案金额360余万元。 在本市从事“黑车”营运行为被处罚后，市交通执法总队将依法对当事人实施催办、权利告知、强执催告等程序，当事人收到《交通行政处罚决定书》60日内不申请行政复议或者6个月内不提起行政诉讼，又不履行处罚决定的，市交通执法总队将依法向管辖法院申请强制执行。

截至目前，法院已裁定强制执行“黑车”案件40余起，涉案金额360余万元，已收缴强制执行款100余万元，10名“黑车”案件的当事人、企业法定代表人、主要负责人等被列入全国法院失信被执行人名单并限制高消费。（北京晚报）

金融消费纠纷解决有了新渠道

日前，北京市金融消费纠纷人民调解委员会（以下简称金调委）暨北京市金融业公共法律服务中心正式揭牌。这是全国首家省级金融业公共法律服务中心。今后，市民再遇到理财产品收益缩水、存单变保单等金融消费纠纷，都可求助金调委。该调委会的建立，将拓宽北京地区百姓金融消费纠纷解决渠道。

新成立的市金调委是由中国人民银行营业管理部发起，北京市司法局指导，北京市支付清算协会设立的行业性人民调解组织。调解员主要由各金融监管机构、金融机构及法律界专业人员组成。当事人与金融服务机构之间因支付业务、征信业务、外汇业务等引发的金融消费纠纷，未由其他机构受理、调查或处理，未经诉讼或仲裁程序的，都可向金调委申请调解。

此外，金调委与北京市各级人民法院建立诉调对接机制，实现金融投诉与中立调解有效对接。

北京市司法局表示，将加强与北京市支付清算协会的协调配合，指导调解工作，完善管理制度，加强队伍建设，发挥行业优势，健全联动机制，依法及时开展调解工作，增强权威性和公信力，努力实现“矛盾不出本行业、不上交”。为首都市民、金融服务机构提供更加集约便捷、优质高效的金融纠纷调解服务和金融法律公共服务。（北京日报）

遏制网络游戏沉迷，企业当负起责任

沈 慎

网络游戏业发展迅速，带来了部分未成年人沉迷游戏、过度消费等一些值得高度关注的问题。国家新闻出版署近日发布《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》，从落实企业主体责任角度入手，为破解这一难题提供治理思路。

当前，随着移动互联网的普及，网络游戏借助智能手机走进了人们的日常生活。游戏企业赚的盆满钵满，但忽视自身社会责任却是普遍现象，尤其是缺少对未成年人的保护措施。13岁少年沉迷某款网络游戏，疑似模仿游戏中翻墙跳楼动作而身亡，类似的新闻屡见报端，提醒我们：防范未成年人沉迷游戏，刻不容缓，整个社会都必须重视起来。

青少年的健康成长，关系每一个家庭的福祉，也关系国家的未来。客观来说，在未成年人沉迷网络游戏这一问题上，相关企业难辞其咎。一些游戏开发商为了赚孩子的钱，专门研发门槛低、互动性强、诱惑多的游戏，把少年儿童培养成“忠实玩家”。一些网络游戏缺乏必要的防沉迷机制，更是通过“算法推荐”“奖赏反馈”等成瘾机制，让青少年“根本停不下来”。更有甚者，少数网络游戏通过色情、血腥、暴力、赌博等有害内容，腐蚀引诱自制力不强的青少年。根除这些乱象，既要有坚定的治理决心，更要有切实可行的方案。

早在2017年，多个部门就联合印发了《关于严格规范网络游戏市场管理的意见》，并对网络游戏违法违规行为和不良内容进行了集中整治。但随着网络游戏类型越来越多元化，题材、内容、玩法层出不穷，治理也必须不断升级。此次出台的意见，提出了“实施网络游戏账号实名注册制度”“严格控制未成年人使用网络游戏时段时长”“规范向未成年人提供付费服务”等六个方面的举措，侧重于从制度层面来强化监督管理，目的就在于通过建立长效机制来规范网络游戏的使用。

应当看到，网络游戏绝非洪水猛兽，合理使用有助于青少年的成长。问题的关键在于，如何对网络游戏进行区分，确立其适合的年龄段用户。今年7月份，人民网作为中央重点新闻网站的排头兵，积极履行社会责任，发挥主流媒体监督职能，发出了首个“游戏适龄提示”的倡议，并建立了适龄提示体系标准。截至目前，腾讯等33家企业已积极参与。此次国家新闻出版署出台的方案，将“探索实施适龄提示制度”纳入了管理机制，体现了中国在游戏管理上的创新和智慧，公众对适龄提示向更广范围推进也报以了更为热切期待。

来自管理部门、媒体和行业的努力固然重要，但解决未成年人沉迷网络游戏顽疾，企业的主体责任不能丢失。不可否认，近两年来，已有游戏企业在游戏时间管理、游戏消费管理、实名信息校验和适龄分级等方面做出了探索和实践，甚至喊出了未成年人保护工作永远没有终点的口号，但终归是凤毛麟角。而今，通知的发布，要求游戏企业必须头脑清醒，积极履行社会责任，既要为行业健康发展尽一份力，也要为我们下一代的健康成长负责。（人民网）

就该给影视剧戴上“烟草过滤嘴”

李英锋

日前，国家卫健委等八部门下发《关于进一步加强青少年控烟工作的通知》，通知强调，电影电视剧主管部门要加大对影视剧吸烟镜头的审查，严格控制电影电视剧吸烟镜头，最大程度地降低影视明星吸烟镜头对青少年的影响。对于有过度展示吸烟镜头的影视剧，不得纳入各种评优活动。

这则通知虽然算不上对影视剧的“禁烟令”，但起码算得上一个“限烟令”。实际上，早在2011年初，彼时的广电总局就曾发出通知，要求严格控制影视剧中的吸烟镜头，并拉出了几条负面清单。此番八部门联合下发影视剧“限烟令”，并不是简单重申，而是一种治理升级。

八部门参与治理彰显了政府对青少年控烟工作的重视，展现了政府严控影视剧吸烟镜头的决心，向全社会释放了一个非常强烈的信号。比之一个部门单打独斗，八个部门拥有更多监管资源、监管手段，可以形成监管的交叉火力，形成综合治理的态势。“限烟令”着重强调了对影视剧吸烟镜头的审查，显然，映前审查是一种非常有力的前置措施，能够有效删卡吸烟镜头，净化影视剧。“限烟令”也将过度展示吸烟镜头的影视剧不得评奖的范围由原来的“总局举办的各种电影、电视剧评优活动”拓展到“各种评优活动”，又拧紧了一扣。

我国是吸烟大国，多年来长期占据着几个与烟草销售、吸烟、疾病等有关的数据“第一”位置，而与青少年有关的几个吸烟数据更是让人忧心忡忡——我国青少年吸烟率为6.9%、尝试吸烟率为19.9%、还有1.8亿儿童遭二手烟危害……当前的吸烟状况距“到2030年15岁以上人群吸烟率降低到20%”的目标，仍有很大差距，控烟形势非常严峻。

青少年大都有猎奇心理，有些青少年自制力弱，喜欢模仿他人动作，尤其喜欢模仿影视明星的行为和生活方式，影视剧中的吸烟镜头会对青少年产生很深的负面影响。有调查显示，在影视剧中看见烟草镜头的青少年尝试吸烟的可能性增加3倍，不吸烟的青少年如果其偶像吸烟，则他们对吸烟行为认同的可能性提高16倍。但揆诸现实，很多影视剧依然是烟雾缭绕。从2011年起，中国控烟协会连年评选影视剧中的“脏烟灰缸奖”，获“奖”影视剧的吸烟镜头数量和时长更是令人咋舌。影视剧的吸烟镜头堪称一种屏幕污染，对青少年是一种不良的示范、诱导或鼓励，对影视剧中的吸烟镜头进行限制势在必行。

诚然，生活中的吸烟行为随处可见，影视剧作为一种艺术，来源于生活，影视剧的吸烟镜头也是对生活的反映，但是，艺术还应该高于生活，严控影视剧中的吸烟镜头，顺应了保护青少年健康的需求，顺应了控烟的大势，恰恰是艺术高于生活的体现，符合艺术传播的规律。给影视剧戴上“烟草过滤嘴”尽管不能彻底屏蔽吸烟镜头，但可以大幅削减吸烟镜头，减轻对青少年的不良影响。希望八部门全力落实“限烟令”，能够让“限烟令”真正产生执行力、制约力，真正产生烟草过滤效果。（北青报）

保护隐私权，人脸识别应明确边界

高 路

法学博士的起诉是一次很好的机会，把问题暴露出来，供社会讨论，寻找它的边界，以形成规范。

今年7月，杭州野生动物世界引进人脸识别技术，应用于年卡使用者的入园检票。该动物世界还向所有年卡用户发送一条信息：“指纹识别取消，未注册人脸识别的用户将无法正常入园。请尽快前往年卡中心注册。”

10月28日，一名年卡用户将杭州野生动物世界告上法庭，缘由正是这项新升级的人脸识别技术。这位质疑的用户名叫郭兵，他是浙江理工大学特聘副教授，是浙大法学博士。

这名用户质疑：一家动物游乐场采集人脸信息，其安全性、隐私性值得怀疑，万一信息泄露谁能负责?

人脸识别从技术上说可以做到非常精确。前段时间说某快递柜推出人脸识别，结果被几个小学生破解的事，这不是人脸技术不行，而是很多商家限于成本制约，采用了低成本、有瑕疵的技术。

人脸识别有非常广泛的应用场景，比如支付，刷个脸就成了；进地铁进高铁或者一些人流量密集的场所，如果采用人脸识别，通关速度将快得多。还有小区的安全问题，要执行得好，采用人脸识别的门禁系统无疑更让人放心。

它像一把钥匙，可以开启无障碍时代。

但人脸识别又确实会派生出很多问题，比如隐私权的问题。去哪里原本是件很个人的事，但是人脸识别记录了你的行踪。关键是你还不知道，你的信息被记录后去了哪里，会被谁利用，派了什么用场。

人脸识别积累的数据掌握在各商家以及技术厂家的手里，有什么措施能保证不会泄漏，不会被非法挪用呢？那么多厂家，又如何监管它们的行为?

那么多人的个人隐私一旦出现问题，恐怕不是具体的企业能够承担得起责任的，会远远超出了它的应对能力。这正是社会最大的担忧所在。

还有，人脸识别技术的应用范围该是什么？如果小区里使用属于滥用，那么办公楼里使用算不算滥用，在大街上使用算不算滥用？互联网企业的很多服务，需要个人身份捆绑，怎样使用人脸识别技术才算合规?

互联网服务离不开给个人定位，定位又离不开对个人信息的使用，否则，打车软件怎么知道你在哪上车呢，想上车的那个人是你而不是他呢？所以说，若一概不准记录个人信息，我们只能退回到过去的时代。可是，如果滥用、非法收集、过度收集个人信息，甚至倒卖牟利，又是社会绝对不能接受的。

对于一件有利有弊的事，恐怕一时间里谁也说服不了谁。最好的办法是拿出来讨论，把道理讲明讲清。法学博士的起诉是一次很好的机会，把问题暴露出来，供社会讨论，寻找它的边界，以形成规范。

唯有扬长避短，尽量抑制不好的一面，打击非法的行为，才能让包括人脸识别在内的更多的新技术甩下包袱，大步向前。（钱江晚报）

直播带货 越火越要管得严

谭浩俊

如今，边追直播边购物成为新潮流。近日国家广播电视总局出手整顿电商直播，要求“双11”期间加强规范网络视听电子商务直播节目和广告节目服务内容规范，节目用语要文明、规范，不得夸大其辞，不得欺诈和误导消费者，给整个行业敲响了警钟。

电商直播、网红带货，看着新鲜，其实还是原来的配方、熟悉的味道。无论是言行浮夸的介绍，还是不买即亏的折扣，都跟红极一时的电视购物如出一辙。只不过，有了网络加持、明星效应，受众群体变了，传播范围广了，唬人的手段也更多了。据统计，仅去年淘宝直播平台“带货”就超千亿元，同比增速近400%，“口红一哥”“销售一姐”们更是一次次刷新自己创下的纪录。然而，直播带货爆发式增长的另一面，则是乱象的潜滋暗长。有数据造假的，在线观看人数动辄百万，实际销售数据却少得可怜；有睁眼说瞎话的，所谓不粘锅却连煎个鸡蛋都粘锅……“双11”购物狂欢即将开启，这些弊病显然构成了隐患。

相关部门的警钟来得及时，但具体到实际仍需要将责任进一步细化，最终落实到各个主体身上。必须看到，直播乱象的背后其实有着一条灰色的产业链。从粗制滥造迅速打造网红主播，到弄虚作假欺骗消费者，再到饥饿营销扰乱市场，早已形成固定套路。在这些问题上，电商平台作为深度合作者，首先要担负起属地责任来。比如，在引进主播时提高门槛，进行必要的资质考核；加强直播内容监督，及时处理不良行为。监管部门除了明确规则，扭住电商平台这个“牛鼻子”，也要落实最后一道防线，核心一点就是畅通投诉渠道，以便消费者维权。在坚持网购七日无理由退货的基础上，又该如何面对新情况，对忽悠人的主播进行处罚和震慑，这是下一步应该解决的问题。

爱之深，责之切。对于电商直播提出期望和要求，终归是为了行业的良性发展。就拿“双11”来说，起初只是个别平台的促销活动，经过精心的策划组织，逐渐演变为全民购物节，释放出的经济红利甚至引发世界的艳羡。当网络购物成为国人的生活日常，相关机制应当愈发成熟，不能因为直播等新变量的加入就“坏了金身”。一个更深层的背景是，消费者在不断成长，从最初网上购物图个便宜，到如今更加在意品质，这样的整体趋势下，靠耍花招、玩套路注定行不通也走不远。直播不会是最后一种网络销售模式，未来必然会出现更吸睛的宣传，更有趣的互动，更新鲜的玩法，但无论如何，诚信经营的理念永远不会过时。

规则跟得上变化，才能遏制野蛮生长，守住良心底线。风头正劲的电商直播将在购物节中如何表现，我们又会从中总结出哪些治理的经验和短板，不妨拭目以待。（北京日报）

预付式消费有风险，交钱办卡需谨慎！

近年来，预付式消费已深入人们的生活，如健身、美容美发、教育培训、干洗店、洗车、电影、大型商场等消费场所，大多推出了预付费服务。

但由于相关法律法规不完善，社会信用体系不健全，部分经营者自身素质不高，以及消费者防范意识不够，导致预付式消费出现了一些突出问题，尤其是今年以来一些经营者关门“跑路”，给消费者造成了很大的经济损失。

消费者在进行预付式消费的时候，如何有效预防风险呢?关键要做到以下四点:

1、理性办卡，严格控制预付金额

消费者应根据自身实际需要，科学理性地购买、充值预付式消费卡，每次充值金额不宜过多；切勿轻信“越多预存，越低折扣”等宣传口号而购买大金额预付卡，以免因使用时间过长，遭遇商家因经营不善倒闭、逃逸等不确定情况，造成个人损失。

2、多做比较，慎重选择经营者

消费者在办理预付式消费卡时，要先通过多种途径了解经营者的经营状况和市场信誉，还可参考其经营规模、经营环境。

尽量选择规模大、证照齐全、信誉好、经营状况良好的企业，不能因商家优惠幅度较大而忽视了潜在的风险。

3、签订合同 ，明确经营者的责任义务

在办理预付式消费卡时，消费者要仔细了解或详尽阅读有关说明，对没有合同的或者卡面约定过于简单的，要另行签订详细、明确的书面合同；在合同中应明确预付式消费卡的功能、使用范围、有效期限、退款条件、违约责任等细节，特别要注意终止服务、转让等限制性条款；对于约定不清或不公平、不合理的霸王条款，要坚决说“不”；不能图一时方便或轻信商家的口头承诺、用口头约定代替书式合同，以免日后发生消费纠纷无据可依，给维权带来困难。

4、保存证据 用法律手段维护自身合法权益

消费者应妥善保管好预付款凭据、服务章程、合同等证据，与商家发生消费纠纷时，可及时向监管部门、消协组织投诉，及时维权，一旦发现商家关门“跑路”，可运用法律手段维护自身权益。

因预付式消费本质上是消费者与商家之间的一种合同关系，债权债务关系，如果商家破坏信用关门“跑路”，消费者可以依法向人民法院提起诉讼，追偿损失，将不良经营者列入“老赖”名单，使其一处失信，处处受限，加大对失信行为的惩戒力度。

如发现经营者故意欺诈，涉嫌诈骗犯罪的，可依法向公安机关报案。（长沙市消委会）

办理健身卡要了解商家资质，签书面协议

健身预付卡商家卷款跑路事件时有发生。比如,发卡商家随意撤并网点,不按约定和承诺提供服务,超偿付能力发卡,拒不接受退卡,甚至有些直接关门跑路……

为提醒广大消费者理性消费、科学消费,切实增强防范意识,南宁市市场监督管理局发布以下注意事项:

办理健身卡要了解商家资质。消费者在选择健身机构前,要先确定商家是否有正规资质,可以要求商家出示营业执照和其他证照,并仔细核对该商家有无开展业务的资质。办卡时还要注意查看商家的房屋租赁合同或房产证,确定商家能够经营多久,从而判断是否会出现卡刚办好商家就跑路的情况。要多方考察健身机构,核实健身机构的资质、经营状态,选择规模较大、设备齐全、信誉良好的机构。

办理健身卡要签书面协议。办卡时,消费者一定要跟商家签订书面协议,特别要注意其中的限制性规定,不要被经营者的优惠条件所迷惑。在签订书面合同前,消费者要仔细阅读各项条款,做到心里有数。同时要求对方加盖公章,向经营者索要发票或收据,以备发生消费纠纷时维权有据。还要注意,连锁店与非连锁店健身卡出问题的概率并无太大区别,消费者不要轻易相信连锁店更靠谱的说法。如果某连锁店在办卡时声称可以在多个连锁店使用,可以当场向其他连锁店核实,并将承诺写入补充协议。

尽量避免办理大额健身卡。许多消费者在办卡时没有充分考虑,一冲动就办卡,而且充值动辄几千,甚至过万,特别是私教课程。消费者尽量不要一次性存入过多金额,不要因商家优惠幅度大而忽视潜在风险,以免商家停业走人造成财产损失。

办理健身卡要充分考虑自身实际情况。消费者要根据自己身体状况、兴趣爱好、健身时间等情况综合考虑,不要一时轻信健身店的宣传,就盲目冲动消费。

选择正确的维权途径及时维权。发生健身房跑路造成的直接后果就是消费者既不能按照合同约定继续接受服务,又不能退回预付金。一旦发生预付式消费纠纷,消费者可选择直接拨打商务部门12312热线或市场监管部门12315热线电话进行投诉举报,也可以通过信函邮寄方式,或亲自到辖区商务部门或市场监管部门反映相关消费纠纷问题。消费者应提供明确的被投诉方的名称、地址,具体的投诉事由和请求,并保存好消费凭证、合同协议等相关证据。（中国经济网）

选择课外培训机构时 慎重使用学费分期贷款

据报道，成立20多年的老牌英语培训机构韦博英语在北京、上海、成都、广州等地多家门店于10月起陆续停业，多名消费者上万元报名费无法退回。大量学员家长被韦博英语诱导，从金融机构申请了数万元的培训贷款。韦博英语停业后，相关学员家长，面临“课程无排期、退费无期限、贷款必须还”的尴尬局面。

根据国务院办公厅于2018年出台的《关于规范校外培训机构发展的意见》规定，校外培训机构不得一次性收取时间跨度超过3个月的费用，然而在现实执行中，部分教育培训机构仍通过一些方式变相规避。例如，韦博英语的收费模式主要是提前收取学员预付费，或者由金融机构提前垫付学费，而后者正是近年来课外培训机构主推的学费分期贷款模式。当学员家长以分期付款方式支付学费后，银行等金融机构会扣除相关手续费，将学费一次性支付给课外培训机构。此时学员家长与申办消费分期的金融机构之间已产生借贷关系，而该借贷关系与教育培训机构无关。一旦课外培训机构出现“关店跑路”，相关学员家长则容易陷入维权困境。

在此，江门市消委会提醒广大消费者，选择课外培训机构辅导时谨慎使用金融贷款，尽量不要一次性缴纳数年培训费用。

一是慎重选择金融贷款缴纳培训费。目前部分教育培训机构利用诱导、哄骗等手段，引诱消费者使用金融贷款支付培训费。然而，此种支付方式将为消费者带来极大隐患，如遇到培训机构“跑路”，消费者即得不到培训教育，也没有费用退还，还要偿还金融贷款。逾期不还款还将被金融机构记入个人信用黑名单，影响个人工作和生活。

二是理性缴纳培训费用。部分消费者被优惠诱惑在教育机构一次性缴纳一年以上培训费用，停业后培训费用无法退回。对此，消费者要抵御培训机构提供的各种优惠诱惑，警惕虚假宣传及诱导性宣传，分期缴纳培训费最长时间也不要超过一年。

三是选择信用佳、口碑好的培训机构。部分培训机构在全国范围内曾有大量被投诉记录，有些甚至曾多次被媒体曝出存在“培训贷”、退费难等问题。消费者在选择培训机构时首先要注意查看对方是否有教育部门颁发的办学许可证，许可证是否在有效期，是否有年检等。其次要货比三家，查询哪家培训机构信用较好、哪家培训出现过相关投诉记录或消费纠纷报道，尽量选择信誉好的培训机构以避免后期消费纠纷。

四是保留消费凭证，切实依法维权。消费者要注意保留好缴费凭证单据以及广告传单、手机/网络截图等。一旦发现培训机构存在异常情况或遇到消费纠纷时，及时拨打12315投诉举报热线或向当地相关行政部门、消费者组织进行投诉举报，依法维护自身合法权益。

最后，江门市消委会呼吁广大课外培训机构，要加强自身规范化管理，重视师资人员配备，提高教学、服务质量水平，讲信用，严格按照合同履行相关承诺、约定，切实维护好广大学员家长的合法权益。（江门市消委会）

防患租房合同中的交易风险

近期，个别企业在开展住房租赁业务时因不规范经营、管理不善等原因，导致不能按合同约定及时支付房东租金，造成众多房东和租客利益受损，不少消费者向消保委投诉反映。为此浙江省消保委专门组织了相关法律专家、学者，就租房消费者权益保护问题进行了法律研讨。

经研讨梳理，实践中房屋租赁合同的签署方式主要有两种。第一种是传统的中介代理模式，即房东与中介签署委托出租合同，委托中介方将房屋出租给租客。此种情形下，房东为出租人，中介为代理人，租客为承租人，租客和房东之间直接发生租赁合同关系，租客的居住权依合同受法律保护。第二种是当前市场较为普遍的交易模式，即由房东将房屋出租给中介方(俗称二房东)，双方签署房屋租赁合同，后由中介方将房屋转租给租客，租客与中介签订的是转租合同。此种交易模式下，如中介方逾期向房东支付租金，房东则享有租赁合同的解除权，原租赁合同解除后，房东可基于其对房屋的物权收回房屋。此时，租客将面临被房东强制清退的风险，且租客仅能依据合同向中介方主张违约责任，如中介经营不善欠租违约或破产倒闭，已预付的租金将难以追回。因此在这种转租交易模式中，租客的权益存在着较大风险。

为进一步维护租房消费者的合法权益，规避交易风险，浙江省消保委提醒消费者在租房过程中注意以下事项：

一、建议租房消费者直接与房东签订租房合同，或者与房东、转租企业签订三方委托代理租房合同，尽量规避转租交易。

二、谨慎选择转租平台，特别注意一些成立时间不长、仅通过网络APP开展业务的租房平台。租房消费者务必查看该平台与房东之间签署的委托协议书，了解房东委托房源的出租权限、租赁期限、房租支付方式等情况，慎重做出决定。

三、慎用“租房贷”。消费者通过“租房贷”等信用贷款产品，提前将半年或一年甚至更长周期的房租一次性支付给转租企业，将会扩大交易风险。一旦转租企业破产倒闭，消费者仍需向“租房贷”平台还款，否则影响个人征信。

四、多方了解市场价格区间，对收房价格明显高于市场、出租价格明显低于市场的租赁企业和租赁交易行为，自觉警惕市场风险。

五、在租金支付方式上，注意避免一次性支付较大额度的租金，同时应向租赁合同约定的企业账户打款，谨慎向企业业务人员个人账户打款。

（浙江省消保委）

警惕“高进低出”租房风险

近期，甘肃省房屋租赁市场出现物业管理公司从房屋中介高价租房，按月付给房东房租，再将房屋低价转租给租客，一次收取租客半年或一年的房租，收取的房租无第三方监管。这种“高进低出”的情况，对房东和租客都存在极大的风险。

从全国房屋租赁市场看，一些地方的住房租赁企业或房产经纪机构在经营租赁业务时因不规范经营、管理不善等原因，不能按合同约定及时支付房屋业主租金，租客也无法正常入住所租房屋。为防范风险，甘肃省消费者协会提示有住房租赁需求的消费者：

一、选择正规且市场信誉度高的住房租赁企业或经纪机构租赁房屋，及时查看其营业执照及相关资质，对企业委托的出租房源，要查看房屋业主（房东）与该公司之间签署的委托协议书（或合同），了解房东委托房源的出租价格、期限、房租支付方式等信息，慎重做出决定。

二、在向住房租赁企业或经纪机构支付房屋租金时，尽量选择短期支付房租（如月或季度支付），注意避免一次性支付较大额度的房租，以免因公司不能正常经营时造成较大利益受损。

三、租房过程中，及时了解周边租赁房屋市场价格，警惕租赁企业或经纪机构“高进低出”带来的租房风险。

四、签订租赁合同时，尽量避免使用非示范文本的租赁合同。（甘肃省消协）

老年人消费时要提高警惕 免费承诺别轻信

近期，山西省12315平台连续接到多起投诉举报，内容均是利用免费试用体验、讲座授课等方式诱导老年人消费，以致老年人上当受骗。为防止更多老年人上当受骗，山西省市场监督管理局特发布以下消费提示:

免费承诺别轻信。一些销售保健商品的商家常常打着免费体验、免费赠送、特价促销等幌子，吸引消费者进店消费。老年消费者要经得住诱惑，不贪小便宜。

“专家”忽悠别上当。老年人感觉身体不适时，特别渴望专家指导，一旦消费者进店体验后，商家抓住老年人渴望健康长寿的心理，打着专家的旗号，不断对他们进行洗脑推销。老年人如果有病在身，应及时到正规医疗机构检查治疗，以免贻误治疗时机，酿成不可挽回的损失。

消费维权要及时。有些老年人在发现上当受骗后，往往因为好面子，不愿和家里人说，也不愿意向有关部门投诉，等到家人发现时，有些商家已经人去楼空了，维权难度非常大。因此，老年消费者在发现自身权益受到侵害时，要立刻告诉家人并及时拨打12315维权。

消费骗局要明晰。建议老年人尽量多关注报刊、电视、广播的相关报道，了解新闻媒体曝光的各类消费骗局，提高自身防范意识。购物时切记索取发票，保管好相关证据，一旦遇到问题便于有效维权。（中国经济网）

购买旅游地产需保持冷静，多渠道考察

近期，黄石市消委接到多起消费者投诉，称山东某市房地产营销策划有限公司黄石分公司，以免费旅游名义诱导消费者购买山东当地价格虚高海景房。为推销旅游地产，有的开发商推出代出租，并保证年返租金的服务，也有的开发商宣传长线投资等，眼花缭乱的促销手段，消费者往往难以鉴别判断。

为保护消费者合法权益不受侵害，黄石市消委发布消费警示，提醒广大消费者在选择旅游地产时，要特别注意以下几点:

根据需求，理性消费。旅游地产是一种高档消费品，维护运营成本比一般住宅高得多，而使用率可能低很多，消费者对旅游地产未来的使用功能、使用时间、居住质量、养护成本要有充分的思想准备和消费预期。如果消费者有购房或投资需求，在异地购房时也要提前了解当地房地产销售行情，根据自己的风险承受水平和经济能力做出理性决断。

面对宣传，保持冷静。一般来说，为达到房屋销售的目的，销售人员往往以高回报或高租金为诱饵，盲目抬高房价并承诺售后返租、返本销售，诱使消费者购买价格虚高房产。所以消费者在商家极具诱惑力的宣传下，要擦亮眼睛，慎重参加诸如“免费旅游看房团”等体验式营销活动。

仔细研究，多渠道考察。在达成购买意向时，一定要考察房产商的资质、信誉及经营状况，以及消费合同是否合理合法等情况。在交纳“定金”时认真阅读买卖合同并咨询法律专业人士提出意见，避免合同陷阱。

保存凭据，及时维权。消费者在选择旅游地产时请妥善保管房产广告、购房看房协议、认购书、消费合同等，一旦发生纠纷后可作为书面证据，及时向有关部门投诉，涉嫌诈骗的可及时向公安部门报案。（中国经济网）

公安部门提醒：“炒鞋热”暗藏陷阱

“保持理性消费，坚持‘鞋穿不炒’。”南京市公安局6日发布三起诈骗案例，详解其中套路，提醒球鞋收藏“发烧友”警惕“炒鞋热”背后的陷阱。

近来，一波“炒鞋热”汹涌来袭，各种限量款、联名款、最新款球鞋“炒”出天价，一双鞋动辄几千甚至上万元。在“买到即是赚到”的诱惑下，不少人不顾风险跃跃欲试，却不知一些不法分子早已设好各种套路，正等着他们掉进陷阱。对此，南京市公安局6日发布三起案例，警示“炒鞋热”背后暗藏的风险。

案例一：在南京江宁上学的学生卢某，是一名狂热的球鞋收藏“发烧友”。今年3月初加入一个限量版球鞋销售交流群。群内网友活跃，很多人都向群主买了鞋，还表示收到货，经鉴定确认为正品。于是卢某也放下戒备心，3个月内累计汇给对方38万元买鞋。不想只有前两单收到鞋，之后对方以海关检查等各种理由推迟发货，最后干脆将其“拉黑”。

案例二：在校大学生小吴，在赚大钱的诱惑下轻信微信朋友圈的广告，意图通过在海外留学的“中国留学生”代购5双AIR JORDAN一代球鞋，结果却被以各种借口骗走定金、支付款、垫付款共计2.7万元。

案例三：南京市栖霞区居民小王酷爱打篮球，

同时也是一名篮球鞋收藏“发烧友”，有自己钟爱的品牌。不久前，他浏览网贴，看到有人发帖说囤有他心仪的品牌篮球鞋，决心先入手一双，如果没问题，再囤几双，大赚一笔。不想，对方收了1000多元定金后，再没了回音。

办案民警说，第一个案例中，那些“活跃的网友”其实是“水军”。他们会组建若干个“炒鞋群”，每天发布“炒鞋”拿货成功的“讯息”，对新入群的“小白”进行洗脑。第二个案例中，那个“海外留学生”压根就不在国外，并通过一人“分饰多角”的方式，先后扮演“留学生”“美国发货人”“垫款人”，逐步打消受害人的疑虑。第三个案例则相对直接，就是利用“发烧友”急切心理实施诈骗。“炒鞋热”还催生了一系列乱象，比如球鞋抢票软件、球鞋内幕交易、假鞋产业等等。

警方提醒，“炒鞋”本质上是一种饥饿营销，背后暗藏套路，有推波助澜的“庄家”，有风口浪尖捞油水的“散户”，有套路高深的“骗子”，最后骗的都是不懂装懂的“萌新”。这与之前“炒普洱”“炒黄梨木”等骗局类似。

警方呼吁广大消费者保持理性消费，坚持“鞋穿不炒”，让球鞋回归其本来的价值，并通过正规渠道购买球鞋，切莫投机，小心成为他人收割的“韭菜”。（新华网）

网约家政纠纷多 细签合同巧应对

网购家政年卡，家政服务员却常常不按约定时间上门，也未按约定时长做好服务。福建省消委会提醒消费者签订网约家政服务合同要小心细节。

不少消费者通过App从网上预订家政保洁服务。此类网约家政服务虽然方便，随之而来的纠纷也不少见。今年以来，福建省消委会有关生活、社会服务等消费投诉情况显示，网约家政服务投诉主要存在3种情况：预订成功后商家未提供服务；服务质量缩水，特别是服务旺季，人员的短缺在一定程度上造成了服务时间与服务质量上的缩水；服务缺乏标准与规范化。

今年7月，厦门市消费者肖女士投诉称，其于2018年11月11日通过微信公众号在好慷（厦门）信息技术有限公司接受家政服务年卡服务，费用4299元，约定家政人员每隔一周的固定时间上门服务，每次服务时长4个小时，但家政人员每次都未按约定时间上门服务，且每次服务时长均未达到4个小时。其向商家反映处理未果，故投诉至消委会要求商家退款。经厦门市集美区消委会调解，经营者同意向肖女士全额退款。

福建省消委会提醒消费者，在选择网约家政或实体家政服务或时应注意：

选择正规家政公司。消费者在选择家政服务尤其是网约家政时，要认真查看经营者是否具有合法经营资质，服务制度是否完善，尽量选择证照齐全、信誉好、规模较大、服务规范的家政服务公司。

签订合约要细心。消费者要仔细阅读家政服务合同，看清条款，留心细节，尽可能地将条款细化，在协议中应当详细约定提供服务的时间、地点、价格和服务项目，明确违约责任，并索要发票、保留好合同等有效凭证。

问清连带责任。家政服务有时候是高空作业，风险较大。因此，消费者在签协议时要问清家政公司是否为其服务人员购买人身保险，以免发生风险承担连带责任。

保留证据。接受家政服务时，家中要有人陪同，避免和减少不必要的纠纷。同时，消费者要保留好发票、合同等有效凭证，一旦发生纠纷，及时向有关部门投诉，维护自身的合法权益。（中消报）

网络订餐四查看谨防“黑外卖”

食品安全关系着每个消费者的身体健康和生命安全。近日，山东省市场监管局发布消费警示提醒消费者，网络订餐四查看，自觉抵制“黑外卖”。

据了解，今年4月份以来，山东省市场监管部门上下联动，持续开展网络订餐净网行动，并将网络订餐专项整治纳入食品安全领域漠视侵害群众利益问题专项整治行动，作为在“不忘初心、牢记使命”主题教育中整治食品安全问题联合行动重要内容，全力推进。4月份以来，全省各级市场监管部门共检查入网餐饮服务提供者23.91万家（次），责令整改3.21万家（次），下线入网餐饮服务提供者2.54万家，责令停业1691家，对违法入网餐饮服务提供者立案356件，对平台及其分支机构立案53件，网络餐饮服务食品安全逐步规范。

山东省市场监管局提醒消费者，网络订餐四查看，自觉抵制“黑外卖”。

查看食品经营许可证。入网餐饮服务提供者须具有实体经营门店并依法取得食品经营许可证，食品经营许可证须在餐饮服务经营活动主页面公示。“黑外卖”的具体表现是，没有食品经营许可证或者使用假证，假证往往模糊不清，证件地址与实际经营地址不符，证件与营业执照载明的经营场所等信息不符。消费者进行网络订餐时，应查看餐饮外卖业户是否公示食品经营许可证，公示的食品经营许可证是否清晰，不要从未公示食品经营许可证或者许可证模糊不清、证照信息不符或者地址不符的外卖业户订餐。

查看是否超范围经营。入网餐饮服务提供者应当按照食品经营许可证载明的主体业态、经营项目从事经营活动，不得超范围经营。超范围经营的具体表现是，未按照食品经营许可证载明的主体业态，经营项目从事经营活动。如经营的食品中有凉菜，而许可证经营项目中没有冷食类食品制售。消费者应注意查看食品经营许可证主体业态、经营项目。特别是经营凉菜的，食品经营许可证经营项目中是否包含冷食类食品制售。此外，还应查看食品经营许可证主体业态后是否标注“通过网络经营”。

查看是否公示量化分级信息。入网餐饮服务提供者须在网上公示单位名称、地址、量化分级信息、菜品名称和主要原料名称。未公示量化分级信息的具体表现是，没有用量化分级“A级、B级、C级”或“笑脸”等形式公示餐饮量化分级。消费者要注意查看网上公示信息，不要从没有公示量化分级的餐饮服务提供者处订餐。

查看餐食包装有无破损。网络餐食配送须使用无毒、清洁的食品容器、餐具和包装材料，并对餐饮食品进行包装，避免送餐人员直接接触食品，确保送餐过程不受污染。餐食包装出现问题往往表现在，包装被打开或破损，带有封签的包装封签断裂破损。消费者收到餐食后，注意检查包装有无破损。山东省正在推行网络订餐封签，进一步保障配送过程食品安全，建议消费者选择有封签的外卖餐食，消费者如收到封签破损的餐食有权拒收。（中国消费网）

“双十一”防骗指南 揭秘八大电信诈骗陷阱

记者获悉，今年1-10月，广州警方共破获电信诈骗案件约4400宗，依法刑事拘留电信诈骗嫌疑人2700多名，拦截止付被骗资金超过5亿元。

经公安机关研判，“双十一”前后，网购诈骗的手法多样且隐蔽，其中尤以节前的“预购诈骗”“虚假红包诈骗”“信用提额”诈骗，节中的“虚假客服诈骗”，节后的中奖诈骗、快递诈骗及退款诈骗等几种诈骗类型居多。为了让广大消费者保持警醒，广州市反诈中心日前发布“双十一”防骗指南，揭秘八大电诈陷阱。

陷阱一：“预售”骗局 “预售”是近两年“双十一”商家普遍采用的营销方式，不法分子以“预购”“限时购”“预先降价”等为诱饵，通过通讯软件或手机短信发送包含木马的链接。如果点开，木马病毒就会植入手机窃取用户信息。此外，不法分子也会在预购活动上动歪脑筋，骗取消费者定金。

提醒：凡是优惠短信中有优惠券或者红包链接的都不要点。

陷阱二：“刷单返利”骗局 不法分子冒充网店商家，以在“双十一”前提高店铺销量、信誉度、好评度为由，称需要雇人兼职刷单刷信誉。为骗取信任，开始会在约定时间内连本带利返还，待刷单金额越来越大，不法分子将以各种借口拒绝返款，甚至诱导网友继续刷单。

提醒：需要交纳定金或先行支付的工作，务必要谨慎对待。

陷阱三：伪“红包”骗局 有很多人在微信朋友圈中分享红包，但并不能直接领取，而是要先关注并分享，或转发一定数额的好友或

群；有些红包点击领取时需要填写个人信息，或者跳转到不明网站。此类红包一定要谨慎对待，其目的很可能是获取个人信息，或通过钓鱼网站窃取银行系统随机发送的验证码。

提醒：慎点此类红包领取链接，接到此类信息如有疑问，可拨打电商或第三方支付网站官方客服咨询确认。

陷阱四：假“客服”骗局 “双十一”期间抢购高峰网速较慢，网银交易很可能出现迟缓的情况。一些不法分子便冒充客服，假借“所购商品出现了卡单、调单或交易失败等情况，若逾期处理，账户资金将被冻结”等理由，要求到银行ATM机前操作退款。事实上，这是诱骗网友将钱汇到骗子的账户中。也有部分不法商家借此机会，欺诈客户。

提醒：“卡单”“调单”“激活订单”等多为诈骗术语，网友们见此类词语基本可断定是骗局，切勿轻信不明短信或电话。

陷阱五：“信用提额”骗局 “双十一”期间，因现阶段资金无法支撑其暴增的购买力，不少人想方设法提升花呗或信用卡额度。于是，不法分子通常会冒充花呗或银行客服，谎称可以提升信用额度，继而以支付“服务费”为由，诱导网友扫其二维码支付，从而实施诈骗。

提醒：正规的提高透支额度是要经过严格审核、提供相关证明的，并且不会额外收取费用。

陷阱六：“中奖免单”骗局 虽说“中奖”骗术已经老套过时，但每当它重出江湖时，总有人上当受骗。不法分子正是利用网友的这一心理，在“双十一”期间冒充网店，声称回馈客户搞“中奖免单”，把老骗局翻翻新，继续诈骗。

提醒：“双十一”期间，各种抽奖、免单活动较多，消费者收到这类信息后一定要仔细甄别，详细了解活动规则，跟正规客服求证，不轻易汇款、转账。

陷阱七：“双十一”节后退款诈骗“双十一”过后，不法分子常以“退款”或“退货”为由假扮客服，要求消费者点击其提供的“钓鱼网站”链接，盗取持卡人的银行卡密码及动态验证码。

提醒：谨慎对待自称网购客服的电话或短信，切莫泄露银行卡账号、户名、动态验证码等信息。

陷阱八：“双十一”节后快递诈骗 不法分子会从非法渠道获得客户信息、假快递单等，随后冒充快递员提前联系消费者，把假货送到消费者手中，称“货到付款”以骗取钱财。

提醒：签收包裹前，务必按官网的信息核实对方身份，并确认是否自己的包裹。在取货之后，记得把自己的个人信息从包裹上抹去，避免个人信息泄露。（南方日报）

面对医疗美容纠纷消费者如何维权?

走进美容院的爱美人士越来越多，但相关纠纷也随之而来。在医疗美容过程中，有哪些常见问题？出现纠纷又该如何维护自己的合法权益呢？

无照经营隐患多 留好证据是关键

案情回放

2013年至2014年间，黄女士在一家美容诊所先后做了四次自体脂肪充填手术，术后伴有剧烈疼痛。该诊所又免费对其肿胀部分采取了抽取术，然而情况并无好转。无奈之下，她诉至法院，请求退还医疗费并赔偿16万元。法院审理后查明，黄女士虽自称手术发生在2013年至2014年，但诊所提供的营业执照显示其成立时间为2015年。黄女士未能举证证明双方之间成立医疗服务合同关系，也未能提交挂号单据、医疗费票据、就诊病历、诊断证明等证据，最终法院驳回了黄女士的诉讼请求。

法律提示

医疗美容机构应该经卫生行政部门登记注册，并获得《医疗机构职业许可证》后在主管部门核定的科目范围内开展医疗服务活动。开展美容项目前，要与美容机构就具体事项签订合同，就双方的服务关系进行书面确认，并明确双方的权利义务；在接受服务过程中，及时索取并保存好医疗费票据、就诊病历、诊断证明等证据，以便日后作为维权的依据。

轻信广告风险大 了解有无资质最重要

案情回放

赵女士看到一家美容中心的广

告，声称具有国际领先的面部美容技术，并承诺能达到理想效果。于是，她一次性交纳了15万元。赵女士后来发现，该美容中心不具备医疗美容资质，便终止了隆鼻项目，并要求取消尚未开始的其他手术，要求退费时遭到美容中心的搪塞，赵女士诉至法院要求退还全款。法院经审理认为，二者已形成服务合同关系，因双方无书面合同，对退款等内容无明确约定。根据档案记录及双方陈述，赵女士已接受“激活”服务五次。赵女士虽主张“激活”项目为赠送，但未能举证，最终判定她应支付服务费1万元，美容中心退还剩余费用。

法律提示

在医疗美容纠纷中，很多消费者反映一些美容机构资质不健全，或者违规开展资质范围外的项目。因此，消费者在选择医疗服务机构时，要确认该机构是否取得了许可证，诊疗科目一栏中是否已经注明有医疗美容科目，主诊医师是否具有相应的资质等。

根据消费者权益保护法的相关规定，消费者可以自主选择服务方式，自主决定接受或不接受任何一项服务。消费者在接受医疗美容服务前，应要求美容机构将实施项目的适应症、禁忌症、美容效果、医疗风险、医用材料、负责实施医疗美容项目的主诊医师和注意事项等如实告知，必要时要求出具书面说明或写入合同中，再慎重考虑是否接受服务，切忌轻信微信朋友圈的介绍，或轻易被广告或医疗美容机构诱导。

美容效果认定难 做好约定是前提

案情回放

王女士到一家美容门诊部，按医生的建议做了四项手术。术后她发现效果不好，经协商，由美容门诊部赔偿5000元。一段时间后，她自认外观越来越差，因此起诉要求撤销与美容门诊部签订的协议。法院经审理认为，王女士未能提交相应证据，不能确认其容貌在术前术后发生重大变化，因此判决驳回其诉讼请求。

法律提示

医疗美容类案件中，许多消费者自认权益受损，大多会选择以侵权责任为案由进行起诉，一旦选择了侵权纠纷，就要按照侵权责任的构成要件对自己的损害后果、被告的过错、被告侵权行为与原告之间的因果关系予以证明。

一般认为，医疗美容纠纷的损害后果指的是术后无法带来预期效果，无法为正常人所接受，没有变美反而变丑，并且带来负面影响的美容效果。但因美容效果的评价具有很强的主观性，且缺乏统一标准，所以对美容效果要在合同中作出明确约定，且应当以事后可以核对的方式保留。（北京日报）

24小时营业，出售乙类非处方药——便利店买药，放心吗？

去年10月，北京市商务委员会等六部门印发的《关于进一步促进便利店发展的若干措施》明确提出，连锁便利店可按有关标准申请零售经营乙类非处方药，申请二类医疗器械经营备案的，可由企业总部统一配备质量管理人员。

时隔一年，乙类非处方药进入便利店销售的情况如何？如何保障消费者买药用药安全？记者对此进行了采访。

买药就像买日用品一样方便

“这几种是风寒感冒用的，这个退烧效果比较好……”货架上摆着药品和医疗器械，穿着白大褂的售货员正在给消费者介绍感冒药的用法，这是近日记者在北京市朝阳区某商业区连锁便利店内看到的一幕。

该售货员介绍，目前店内上架数十种非处方药和医疗器械，包括四季感冒药、板蓝根颗粒、退烧贴、体温计、血压计等。除了墙上挂有一张《药品经营许可证》外，这家便利店的布局与其他店并无不同。一位女顾客说：“换季时容易感冒，来便利店买别的东西，随手就把药买了，确实方便。”

北京允许乙类非处方药进入零售店并非首创。早在2015年年底，福建省就出台《推进内贸流通现代化建设法治化营商环境实施方案》，允许具有24小时服务能力、门店较多的连锁便利店设置便民药柜，满足民众需求。为促进该方案落地，福建莆田市出台文件，明确列出允许进驻便利店销售药物的清单，包含50种常用且对储存条件要求不高的乙类非处方药，清单外的药品一律不准进入便利店销售。

乙类非处方药为什么能进入连锁便利店销售？根据《处方药与非处方药分类管理办法（试行）》规定，非处方药是指不需要凭执业医师或执业助理医师处方即可自行判断、购买和使用的药物。北京大学药学院药事管理与临床药学系主任史录文分析，非处方药又分为甲类非处方药和乙类非处方药，其中甲类非处方药可在医院、药店销售，乙类非处方药除了可在医院、药店销售外，还可在药品监管部门批准的宾馆、百货商店等处销售，因为乙类非处方药安全性更高。

“与传统药店相比，连锁便利店营业时间长、店面密度高，如果能售卖乙类非处方药，确实极大地方便人们的购药需求。”史录文介绍，国外很早就有乙类非处方药在连锁便利店出售的实践，且比较成功，在便利店里，人们买药就像买日用品一样方便。

加强事中监管和事后处罚力度，确保用药安全

“安全吗？有假货怎么办？”有些市民对便利店这种非专业机构售药的安全性表示顾虑。

北京市朝阳区食药监局有关负责人表示，目前允许连锁便利店销售的乙类非处方药，主要为常见的感冒药、止痛药、维生素等，人们购买服用出现安全问题的可能性较小。此外，管理部门明确要求售药的便利店配备药师，同时将参照普通药店日常监管的标准来监管便利店，比如开展不定期检查等，确保药品质量有保证。北京市朝阳区食药监局将组织便利店经营者培训，提高其经营药品应具备的专业素养。

并不是所有便利店都有售药资格。北京市朝阳区商务委员会从安全性、硬件设施与企业盈利等多方面考虑，规定可申请售药的便利店必须为连锁便利店，且位于繁华商业街区或大型购物中心，有足够的人流量。

“我住的社区远离商业繁华区，要是小区里的便利店也能卖药就好了。”家住北京朝阳区黄渠附近的市民杨洋说，夜里药店已经关门了，如果家里没有药品储备，孩子得了病，半夜只能赶去医院拿药，特别不方便。对此，药品零售专家支招：连锁便利店可以应用互联网技术，总部的药师可以对到偏远地区的分店买药的顾客进行实时用药指导，确保用药安全。对于位置偏远的连锁便利店，分店也应允许其卖非处方药。

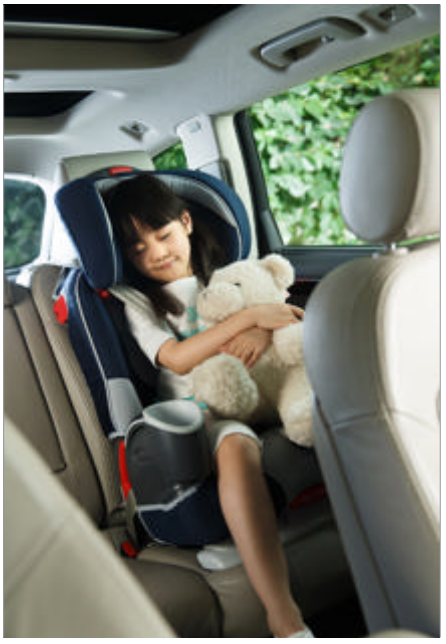
“避免便利店违规销售其他药品，需要有关部门拿出更加严厉的监管措施。”史录文认为，药品关系到人们的身体健康，违规售药后果往往非常严重。“处罚必须有威慑力，要让便利店有敬畏之心。”他说。（人民日报）

儿童安全座椅 选购看三点

为了保证乘车安全，越来越多的家长为儿童配备了安全座椅，其中进口品牌颇受青睐。面对纷繁复杂的进口品牌，如何选购品质过硬、安全可靠的儿童座椅产品，提醒家长选购时可从三个方面入手：

看中文标识和使用说明书。根据国家强制性标准要求，合格的儿童安全座椅产品应该有完整的中文标识和说明书，应包括制造商名称或标志、制造年份、警告标识等内容，同时须在产品上标注CCC标识。说明书中应详细告知适用车型、安装方式、注意事项等。

关注外观、关键零部件和乘坐舒适度。家长检查儿童安全座椅是否存在潜在危险，应关注安全带卡



扣等关键零部件，可以进行徒手卡扣插拔试验，尽量不要选择太紧或者太松的卡扣，以免造成不必要的伤害。此外，应关注座椅主体是否有锋利割手的尖端锐边，是否存在夹手危险等。同时，不要选择颜色鲜艳、有刺鼻气味的布套，以免甲醛等有害物质超标。

查看入境检验检疫证明。正规渠道进口的儿童安全座椅经过层层筛选和检测，合格后会得到一张属于自己的“合格证”，也就是《入境货物检验检疫证明》，有了合格证，各类儿童安全座椅便可以上架销售，消费者也就可以放心购买了。（人民网）

玩具选择 安全性才是首要考虑因素

玩具是每个孩子成长过程中必不可少的。家长购买玩具，希望能对家中的婴幼儿起到娱乐、益智、促进发育的作用。经济日报-中国经济网提示，玩具选择，安全性才是首要考虑因素。

首先，选择玩具要参考适用年龄。例如适合较大年龄孩子的玩具，配件尺寸可能较小，容易被低龄儿童误吞造成伤害，一旦看管不到位就容易发生危险。

购买玩具应当注意有无“3C”标识。3C认证的全称为“中国强制性产品认证”，英文名称China Compulsory Certification，英文缩写CCC，它是我国政府为保护消费者人身安全

和国家安全、加强产品质量管理、依照法律法规实施的一种产品合格评定制度。

看产品本身，不要过度追求颜色鲜艳。购买时最好闻一闻气味，有刺激性气味不能买。拿到手还可以摸一摸玩具是否有尖锐的金属边缘、粗糙的毛刺等，以防安全隐患。

最后是一个比较简单的方法：购买大品牌的玩具。很多劣质塑料娃娃中都含有邻苯二甲酸酯，也就是人们常说的增塑剂，有十分明确的致性早熟危害，可能危害到孩子的生殖器官。大品牌的玩具在品质上更加有保障。（中国经济网）

防蓝光眼镜真能预防儿童近视?

现如今，手机、电脑、PAD等各类电子产品已经成为我们日常学习和生活娱乐的必需品，一些幼儿也早早地开始接触到这些电子产品。“长时间盯着电子屏幕，孩子近视怎么办？”不少家长对此颇为担忧。为了保护孩子稚嫩的眼睛，很多家长开始关注各类护眼产品。而近期，一种宣称“能防蓝光、防辐射、甚至能防近视”的防蓝光儿童眼镜在家长圈里流传开来。防蓝光眼镜是否能达到商家宣传的效果？就此，记者采访了眼科专家。

现象

宣称可预防近视
防蓝光眼镜热销

“在这个电子数码时代，蓝光的污染已成为社会常态，高能蓝光可以穿过视网膜，对眼球末端的黄色区域造成损伤，这是导致孩子近视的主要原因。”目前，一种宣称“防蓝光、防辐射、防近视”的防蓝光眼镜在家长圈流行开来。

“我也是听别人推荐的，说是2至12岁的孩子都能佩戴，没度数，就是为了防电子产品的蓝光。”宝妈小凡日前花了252元，给孩子挑选了一副儿童防护眼镜。“只在看电子设备时使用。它标注称蓝光阻隔率25%，紫外线阻隔率99.9%。”小凡介绍道。

记者检索发现，不少售卖防蓝光眼镜的商家表示，“蓝光是生活中常见的一种对眼睛有破坏的光线，大量存在于电脑显示器、荧光灯、手机、数码产品、显示屏、LED等光线中。蓝光和紫外线有着相同的杀伤力，均属于高能量光线，但只要一副防蓝光眼镜就能轻松应对，不但能防蓝光、防紫外线，还能防辐射，保护眼睛、

预防近视发展。”

有商家还宣称高能蓝光可以穿过视网膜，对眼球末端的黄色区域造成损伤，而这是导致孩子近视的主因，特别提到“小于12岁的儿童，更容易被UVA/UVB波段的蓝光损坏，会出现眼睛干涩、酸胀、视物模糊”。

说法

长波蓝光于人体有益
“阻隔率”无科学依据

记者注意到，防蓝光眼镜标称的阻隔率从25%至80%不等。

记者在眼镜店体验时发现，阻隔率越高的眼镜颜色越深。对此，店员小阳表示，这是正常现象。一般情况下，佩戴25%阻隔率的防蓝光眼镜就可以，除非是长期使用具有蓝光损害的电子产品时，才需要高阻隔率的眼镜。

蓝光真的像有些商家宣称的对眼睛危害那么大吗？戴防蓝光眼镜又能起到多大防护作用呢？

对此，首都医科大学世纪坛医院眼科主任医师、儿童眼科专家肖林解释道，短波蓝光是波长处于400至480纳米之间具有相对较高能量的光线。该波长内的蓝光会使眼睛内的黄斑区毒素量增高，严重威胁我们的眼底健康。

但她同时强调，蓝光并不都是有害蓝光，真正有害的是400到440纳米以内的蓝光，而480到500纳米之间的长波蓝光有一种调整生物节律的作用，睡眠、情绪、记忆力等都与之相关，对人体反而是有益的。而且短波蓝光是不是一定会对人眼产生伤害，这与照射强度及照射时间有关，当照度达到一定程度后，持续两个小时以上，才有可能对视网膜产生损害。

肖林还表示，市面上很多的“防蓝光眼镜”明确标注着的阻隔率是没有科学依据的，“里面存在夸张的成分”。

建议

每天至少2小时户外运动
多让儿童远眺

肖林还介绍，“防蓝光眼镜”对于蓝光引起的视疲劳有一定的缓解作用，但能抵消多少，效果到底怎么样，医学上暂时无法给出明确答案。她进一步解释道，医学界就“防蓝光眼镜”在数据方面尚未给出明确权威的数据，也没有充足的证据来佐证“防蓝光眼镜”在防控近视方面能够起到明显效果。

哪些做法能有效预防儿童近视？对此，肖林指出，“儿童近视的发生并非朝夕之间的事，在这个过程中孩子在学习和生活当中的用眼习惯是直接原因，长时间近距离用眼是诱发近视发生的主因。”

她建议称，“保护视力应做加减法”！增加孩子的户外运动，减少用眼和在室内的时间，每周不低于14小时的户外运动时间，即每天至少2小时户外运动，这样不仅可以有效防控近视，还能增强儿童体质，提高免疫力。此外，要多接触大自然，让儿童处于发育中的眼睛有远眺的机会。

新闻背景

近日，北京市教委联合十部门出台《北京市儿童青少年近视防控十条措施》，其中明确提出，学生个人手机、平板电脑等电子产品严禁带入课堂，带入学校的要进行统一保管。教师使用电子屏幕开展教学时长累计不得超过教学总时长的30%。

在对家长的要求中也提到，家长要以身作则地引导孩子特别是学龄前儿童合理有度地使用电子产品，严禁8岁以下低幼年龄儿童玩电子游戏，孩子每天使用电子屏幕时间不得超过1小时。（北京青年报）

健身房停业 预付款还能要回吗?

广州天河区一家健身公司以场地漏水为由突然公告停业，60名会员告上法院要求退款，诉求金额最低900多元，最高3.8万多。记者从天河区法院获悉，该院目前已审结该系列案51件。

课程便宜永不过期？套路

消费者燕姐想着平时工作忙、生活压力大，便在销售的游说下，花费3600多元在某岚健身有限公司办了卡、买了私教课。没想到仅仅一个月时间，这家健身俱乐部就倒闭了。

2019年6月14日，广州某岚健身有限公司以场地漏水的原因公告停业，约有500多名会员受到影响。广州某岚健身有限公司以较优惠的价格吸引了众多消费者到其办理健身会员卡、购买多节私教课程，并在推销时向会员们承诺“私教课程永久有效”。消费者手中的会员卡一般以半年到两年为限；会员个人剩余私教课程从6节到20余节不等。

健身公司被判退款16万余元

面对60名会员的退款诉求，某岚健身有限公司辩称，根据公司与会员之前签订的协议，会员卡本就以月

份、年度为限，私教课程则是以两个月为使用限期。公司认为，会员、私教课程已过服务期的，不予退还费用；仍在服务期内的，可以按照会员卡未过期月份比例、未使用私教课次数退款；或者在征得会员同意后，将他们安排至其他健身中心。

法院认为，根据会员提交的与某岚健身有限公司签订的《会员入会申请表》、《私人教练聘请协议》，这是双方的真实意思表示，合同有效，两者间服务关系成立。而在合同期间，某岚健身有限公司未能提供服务场地的应对相应款项进行退款。对于私教课期限问题，虽然某岚健身有限公司与会员签订的协议中约定私教课程以两个月为限，但在某岚健身有限公司APP的充卡记录中却是显示永不过期，应属于双方对履行期限的重新约定。

最终，法院根据会员的会员卡剩余天数比例、未使用私教课次数，计算出应退款金额，判决某岚健身有限公司对会员进行相应退款，总金额共计16万余元。

法官支招：

牢记这些妙招

拆解预付式消费套路

据统计，近三年，天河法院共受理预付式消费纠纷520件，涉及健身、美容美发、家政、洗车等多种服务行业，案件中的经营商家通常利用限时优惠、“批发价”优惠等噱头吸引消费者预先付费办卡、购买服务项目，但一段时间后却出现服务质量下降、服务内容更改、搬迁转让，甚至是卷款逃跑等各种损害消费者权益的情况。经办法官指出，消费者在进行预付式消费前，一定要“三思而后行”.当预付消费经营商家不能继续履行合同，无法为消费者提供约定的服务时，消费者的退款要求绝对合法、合情、合理。（广州日报）

选购加湿器 认准这四个准则

秋冬时节，加湿器一定是家中必不可少的。如何选购加湿器呢？这几个原则供大家参考。

加湿器虽然是一个比较小的电器，价位也比较低，在购买时，有很多注意事项还需提醒大家，以便大家更好地选择适合自己的产品。

选购加湿器 认准这四个准则

准则一，购买加湿器根据房屋面积选择。在使用加湿器时，太干或太湿都不好，只有科学加湿，才能更好地呵护你和家人的健康，所以房屋面积是购买前需要考虑的一个因素。比如20平方米的房间适宜使用加湿量为270ml/h以上的加湿器，40或50平方米的房间则应选择加湿量为540ml/h的产品。

准则二，购买加湿器根据品牌来选择。虽然加湿器不是一个昂贵的电器，但也不能随便买一台放在家里，凡是购买的朋友都希望在质量上能得到保证，并且使用寿命也能更长一些，这时选择一个可靠的品牌显得尤其重要。如果你去转转卖场或者超市，就可以发现市场的加湿器品牌数不胜数，价位也是从几十元到几百元的都有，几十元的加湿器大都是一些小工厂生产的，只有加湿功能，没有除菌等其它功能，而且在售后服务上也没有保障，不建议购买。

准则三，购买加湿器根据功能来选择。加湿器的功能越来越多，热气功能、抗菌功能、无菌加湿、银离子杀菌、自动恒湿功能等等，这些功能比原来只有加湿功能的加湿器更有利于健康，如何选择适合自己的加湿器要针对个人情况而言，比如您是一位爱美的女士，想用加湿器滋润肌肤，养颜美容，那么可以选择具有热气功能的加湿器。

Focus

北方进入供暖季后，干燥的空气让很多人感到不适，加湿器成了冬季热销商品。它不仅能够为室内空气提升一定的湿度，让室内空气不再那么干燥，还能降低室内空气干燥对鼻炎等敏感人群的刺激。但很多小伙伴在选购时，往往一头雾水，究竟怎么选？

准则四，购买加湿器根据类型来选择。市场上的加湿器大致可分为电热式加湿器、超声波加湿器与纯净加湿器三种。由于电热式加湿器耗电量大、安全系数低，在市场已经很少见到，所以超声波加湿器与纯净加湿器成为市场主流。

加湿器养与护，你做好了么？

加湿器使用过程中，清洗必不可少。清洗前请先将主机上的电源开关至“关”处，并拔掉插头，这样清洗比较安全，不会触电。千万注意的是提取水箱前，请将主机内部之储水倒掉，否则水容易流入机体内部，损坏零部件。清洗时，请用专业的除垢剂，操作时将除垢剂的溶解液倒入主机储水槽内，先轻轻晃动，以使水垢充分溶解。

长时间使用加湿器以后，加湿器内壁会形成一定水垢，清理水垢时，要用软毛刷先清洗储水槽周围，但要小心不要重力撞击振荡器，否则会损坏。

用软毛刷清洗水位感应器，务必将水垢清洗干净，否则会造成堵塞，影响机器的正常运行。清洗完成后，将水槽内除垢剂溶解液倒掉，倒掉溶液后，要用清水清洗水槽，千万不能将水溅入出风口内，并将清水倒掉。

在除垢时，严禁用硬物刮擦换能片，否则可导致下次使用时不起雾。

在平常使用时，也要注意零部件的更换，水质软化器需定期更新，及时做好清理与清扫，做好日常使用养护。（新华网）

居家鞋，最好选牛筋底

为了轻松和保持室内卫生，很多人从外面回家时会脱掉穿了一整天的鞋子，换上一双宽松舒适的居家鞋。对老人来说，居家鞋合不合脚，不但关系健康，还能防止摔倒等意外伤害。北京老年医院副院长李娟提醒老年朋友，选居家鞋不能马虎，毕竟老人在家的时间很长。

随着年龄增长，身体各部位肌肉相对萎缩，脚底也会变得干瘪一些。如果鞋底太薄，会硌脚；鞋底太平，走路时脚掌必须紧紧贴住鞋底，可能导致足部因神经紧张产生疲劳感。因此，老人的居家鞋最好有一定厚度，如果带2~3厘米的鞋跟，可减轻足弓压力，起到一定保护作用。

有的老人常会因为不喜欢束缚而买大一号的居家鞋，但是，过于宽松的居家鞋不跟脚，走路时脚后跟离开地面，脚趾需较用力地弯曲抓紧鞋，才能使鞋不掉，长期如此会导致小腿肌肉紧张和酸痛。建议老人选鞋时，以多出脚后跟0.5~1厘米为宜。鞋口也别太紧，不利于血液循环。

居家鞋不仅要舒适，更重要的是要安全。老人在家需经常出入洗手间、厨房，这些地方较湿滑，一旦导致跌倒，后果不堪设想。李娟提示，居家鞋防滑虽然重要，但鞋子摩擦力太大也不好，转身时可能容易造成骨折。所以，建议老人最好穿牛筋底的鞋，摩擦力正合适，注意别选塑料底的。（生命时报）

食品开封后，还能放多久？

你是否有过类似的经历：大桶油包装上的保质期写着18个月，用了不到一年就闻到了哈喇味；一袋米保质期写着12个月，开封后还没半年就发霉甚至长虫了；明明有3个月保质期的果汁喝不完放2天就坏掉了……食品开封后，为啥提前变质了呢?

食品保质期是指食品在标明的贮存条件下保持品质的期限，一旦开封后，食品的贮存环境发生了改变，不再是原本用于评估保质期的密封体系，因此其保质期也不再是包装上原来的保质期，会相应缩短。因为影响食品品质的内部因素有微生物增殖、酶反应、物理变化、化学变化，外部因素有温度、湿度、氧气、光照等。食品开封后，其外部因素发生改变，从而影响到内部因素，往往就会加速食品的变质。

不同种类的食品，其保质期、贮存条件、开封后的处理方法都不一样。在购买食品时，除了关注食品的生产日期和保质期，大家也要看一下贮存条件，如请置于阴凉干燥处、-18℃以下保存等。

调味品类。经过加工的调味品在未开封的状态下保质期为1~2年，但开封后放在室温较高的厨房，甚至常在煤气灶旁边，其环境温度较高，容易变质。因此植物油、酱油、醋开封后只能放2~3个月，而花生酱、沙拉酱、番茄酱等酱类开封后只能放1~3个月。建议将不常用到的调味品放在冰箱，有助延长保质期。

米类。家庭装的米类都是一大袋的，未开封的保质期一般可达1~2年，开封后如果保存得好，存放一年也无大碍；如果储存不当，大米容易霉变，产生对健康有害的黄曲霉毒素，并滋生米虫。因此在存放大包装的大米时可以去掉外包装袋，放进可以密封的缸、桶等容器，置于阴凉、干燥的环境下。

粉类。面粉、蛋糕粉等开封后极易吸湿结块，发生霉变，其保质期和开封后的储存方法跟大米相似。不过建议平时用得少的食品不要一次性购买太多，小包装即可。与粮谷粉类不同，由于奶粉的含糖量较高，颗粒细腻，开封后更容易回潮变质，因此应尽量在1个月内吃完。奶粉和乳品也不同，开封后不要放进冰箱，否则容易吸湿结块。奶粉取完应及时密封，在避光、干燥、阴凉处储存。

坚果类。未开封的坚果产品保质期一般为8~12个月，但由于坚果类脂肪含量较高，开封后如果储存不当，容易受潮氧化产生哈喇味甚至有毒物质。因此买回家的坚果短时间吃不完，要及时盖紧罐子或密封袋子，以减少坚果与空气、水分的接触。

饮料类。不同类型饮料有所区别，如可乐、雪碧等碳酸饮料喝不完封死盖子，放进冰箱可以存3~5天；对于果蔬饮料，酸性较大的山楂汁、柑橘汁等，微生物不容易繁殖，因此开封后放冰箱2~3天也无大碍，不过营养价值有所降低；而酸度较低的桃汁、梨汁等开封后保质期就会相对短一些。因此，为保证营养和安全，饮料类开封后建议在24小时内喝完。（生命时报）

专家教你科学理性看待食品防腐剂

常言道“收获只一秋，食用在四季”，就是指一秋之收获可供人类四季食用。但常识告诉我们，食物不经保藏处理而长期放置一定会腐败变质。如何能长期储藏食品而不腐败一直是关系到人类生存和发展的一个重要课题。为此，人类走过了漫长的历史，在实践中探索出各种有效的储存方式，如干制、腌制、熏制、冷冻等。我国古代劳动人民发明了盐腌（如北方的雪里蕻）、糖渍（如蜜饯）和发酵（如东北的酸菜、四川的泡菜等）等长期食品保存的办法。拿破仑通过悬赏还催生了罐藏技术。但这些储藏方法很难满足日益活跃的人类活动的需求，而且只适应于一部分食品的储藏。加之这些食品保藏方法都有一个共同的缺点，那就是处理后的食物通常在色、香、味、型、营养等方面与新鲜食品仍有一定的差距。

近现代以来，适应人们对食品持有刚收获或刚加工“出炉”的新鲜需求，现代科学技术促进了食品防腐剂的发展。为帮助消费者了解食品防腐剂的知识，中国食品科学技术学会的有关专家就“食品防腐剂”的有关知识，对消费者做出如下消费提示。

什么是食品防腐剂?

顾名思义，食品防腐剂是指一类加入食品中能防止或延缓食品腐败的食品添加剂，其本质是具有抑制微生物增殖或杀死微生物的一类化合物。食品防腐剂应具备几个特征：首先是性质稳定，在一定的时间内有效；其次使用过程中或分解后无毒，不阻碍胃肠道酶类的正常作用，也不影响肠道正常菌群的活动；再者，在较低浓度下有抑菌或杀菌作用；最后，其本身无刺激味和异味，使用方便等。

Focus

都说防腐剂对我们身体有很大的危害，它又会无时无刻的出现在我们的生活中，如果我们真的吃了含有一定量的防腐剂的食品，到底对我们的身体健康有没有危害呢？任何事情都不是绝对的，防腐剂也是一样的，我们不需要谈腐色变，要对它有科学理性的认识。

食品防腐剂的种类

《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》（GB 2760-2014）允许在食品中添加的防腐剂共有27种。按其来源可分为天然防腐剂和合成防腐剂，其中以合成防腐剂的商业化应用最广。按照化学成分可分为有机防腐剂（如苯甲酸及其盐类、山梨酸及其盐类、对羟基苯甲酸及其酯类、乳酸等）和无机防腐剂（如亚硫酸及其盐类、二氧化碳、亚硝酸盐类、游离氯及次氯酸盐等）。

不同防腐剂，或者同一种防腐剂的不同浓度，在应用于不同的食品，或者针对不同的微生物种类等时，其产生的作用和效果并不一样。因此，不同食品在加工制造、储存运输中需要使用不同的防腐剂。人们发现常规的热杀菌技术与防腐剂组合使用，可以有效避免古法保藏和罐藏的缺陷。

不要被“不添加防腐剂”所迷惑

按照《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》（GB 2760-2014）规定，防腐剂有明确的使用范围和限量。并不是所有的食品都需要使用防腐剂，如罐头、食盐等食品，其加工工艺或本身性质可以保障该食品在储存期内不会因微生物繁殖而变质，并不需要使用防腐剂来保质。而有些食品因生产工艺的需要，在生产过程中则需要使用防腐剂来抑制或杀死微生物，以保证食品的安全食用。因此，消费者在购买食品时，要理性看待食品标签，科学辨识；不要迷信于某些标签上声称的“不添加防腐剂”或“不使用防腐剂”等字样。（中国消费网）

长期涂口红会中毒或致癌？到底是真是假

口红对于很多女生来说是必备的化妆品，总有传言，吃进去的口红会在体内沉积容易铅中毒，长期这样还会得癌症，口红里到底有什么？

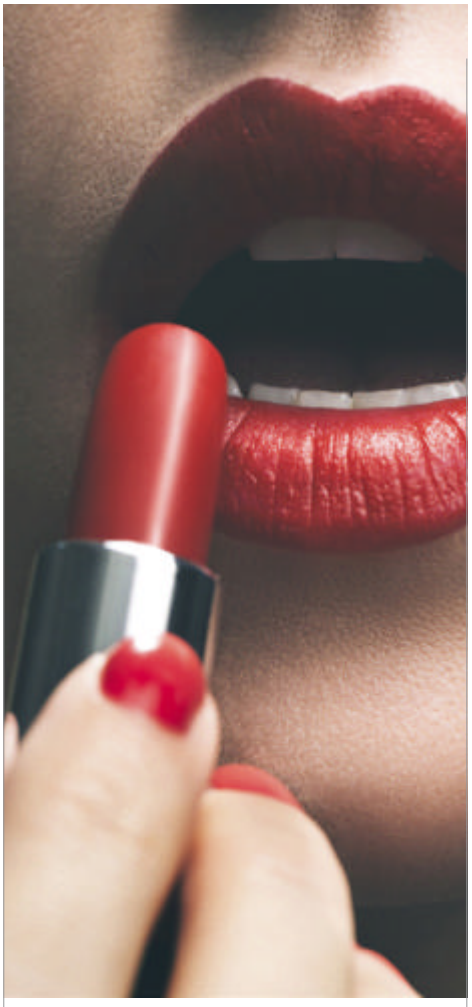
90%以上口红的原料基本可以分为三类：染料、香料蜡质（维持口红形状）、油脂。除了这些，口红里还有可能含有铅等重金属、防腐剂、染色剂、稳固剂等，抗氧化剂丁基羟基茴香醚（BHA）、邻苯二甲酸丁苄脂（增加口红的光泽度）等。

这咋听着就是要被送到医院的节奏，既然口红里有这么多东西，那么吃口红真的会中毒么？首先蜡有合成蜡和天然动植物蜡，合成蜡属于化学品对人体有一定的危害，染料和香料多是以煤焦油为原料，有些是有致癌作用的。但是，还有大家最喜欢攻击口红的理由，就是它含有铅、汞之类的重金属。

要知道，对于直接接触人体的口红，生产时是有非常严格的标准的。根据《化妆品卫生规范》，口红的铅含量上限为10毫克/千克，人一般一次性摄入2克以上才会中毒，这相当于一次性吃75千克口红。

随着生产技术改进，化妆品的重金属含量只会越来越低，也就是说，只要按生产标准生产，就算你生吃口红，吃到的铅还比不过一颗皮蛋。加拿大一项研究表示，女性一生中平均要吃掉4磅（约1.8公斤）口红，大约是300支口红。

那怎么样叫做铅中毒？血铅量≥2.9umol/L（600ug/L）是诊断轻度铅中毒的条件之一，正常成人平均血量按4500ml，轻度铅中毒时血液中总含铅量为2.7mg。一支质量符合标准的口红（5g左右）中含铅0.0005mg。也就说如果你把涂在嘴上的整只口红都吃掉，并且还全部吸收到血液中，也要吃5400只口红才有可能导致轻度铅中毒。一只口红算你涂两个月，也要吃900年才会中毒。所以，口红吃进去并不会要了你的命，但因为口红里的油脂有较强的吸附作用，能吸附空气里的细菌、尘埃等有害物质，吃进去有点脏倒是真的。



Focus

口红能为女人的嘴唇增添色彩，显得更光泽靓丽、性感。而口红在让女人魅力递增同时也埋下了健康隐患，口红涂抹不当会致癌。这种讲法是真实的吗?

口红保质期有多久？多数女性起码人手几支口红，但是这里就遇到问题了，口红虽然小的但却异常耐用，甚至有很多人一年用不了一支，所以这就必须要了解一下口红的保质期。一般一支普通的口红保质期是三年，在口红的开封处都会贴有保质期，24m、36m这数值分别代表24个月、36个月，这里的时间一般指打开盖子的那一刻。你可以看下你的口红，为了避免使用过期口红而给身体带来伤害，建议口红使用年限一般为一年之内。

过期的口红怎么办？实在没用完难道我就得扔了么？这可是当初斥巨资买的，为你提供几个变废为宝的小妙招吧：

◆擦银饰品，银饰品在佩戴一段时间之后就会变黑或者是长一些斑点，这是氧化造成的，这个时候拿出过期口红涂抹变黑处，再擦拭掉口红，就会惊奇地发现银器变亮了，这是因为口红含有乳化剂、氧化钛。

◆当腮红，膏状质地的口红可以用作腮红，安全到可以直接上嘴涂的唇膏自然可以上脸当腮红用。

所以，再提醒一遍，只要是正规厂家生产的口红怎么美怎么用！

（科普中国）

选购面膜学会看标签标识，做化妆品成分党

近年来，随着人们对美容时尚的追求，面膜已成为护肤产品中深受广大消费者喜爱的一个品类。所以，面膜的安全性和功效性也逐渐成为人们关注的重点。据经济日报-中国经济网时尚频道了解，当前消费者对面膜关注度最高的指标为补水保湿度、敷后感、服帖度、面膜纸的剪裁及面膜纸承载精华液的量。

同时，综合我国各地食药监局及欧盟发布的抽查结果显示，面膜最为常见的是非法添加激素、微生物超标等安全性问题。为给消费者提供科学合理的消费指引，深圳市消费者委员会特发布以下消费提示:

选购篇

学会看标签标识 做化妆品成分党

标签标识是化妆品的“简历”，根据国家相关法规的要求，标签上有很多强制要求标识的信息，除了大家熟悉的产品名称、生产企业、保质期、净含量外，还有成分列表等。可通过查看成分列表来判断产品功效，比如透明质酸钠是保湿的，烟酰胺是美白的，洋甘菊是舒缓的等。此外，还可识别出易引起皮肤过敏的成分，比如甲基异噻唑啉酮、甲醛及甲醛缓释体等。较为常见的甲醛缓释体防腐剂有咪唑烷基脲、双(羟甲基)咪唑烷基脲、DMDM乙内酰脲等。敏感肌肤或面膜使用频次较高时，建议通过查看产品成分列表避开含有以上易致敏成分的面膜产品。

谨慎使用含有碘丙炔醇丁基氨甲酸酯(IPBC)的面膜产品

中国医科大学内分泌研究所副主席滕卫平教授发布的《碘摄入量与甲状腺疾病—中国20年》报告显示，目前我国已成为碘营养充足国家。碘是甲状腺疾病相关的重要环境因素，碘的过量摄入会引发很多问题，危害身体健康。

IPBC是一种化妆品常用的含碘防腐剂。由于面膜产品的使用频次相对较高，消费者在使用含碘丙炔醇丁基氨甲酸酯的面膜产品时，可能会在不知情的情况下高频次地摄入碘。因此，建议消费者谨慎选择含有IPBC的面膜产品。

使用篇

敷用面膜后，不要迷恋肤感，配合使用乳液或面霜保湿才是硬道理

敷完面膜后，脸部皮肤角质层含水量得到了极大的提高，外界光线更容易透过皮肤表层，所以皮肤看起来通透细滑，饱满有光泽，很多人迷恋这种美妙的肤感。但是，面膜敷后一段时间后，皮肤含水量便会急速回落，几乎接近未敷前的水平。因此，敷完面膜后，建议搭配使用乳液或面霜等护肤品，将水分锁在皮肤中，达到持久保湿的效果。

敷完面膜后到底要不要洗脸？建议洗掉

敷完面膜后到底要不要洗脸？这是一个让人纠结的问题，大部分人都在洗与不洗间徘徊。不洗？绝大多数面贴膜配方都是按照停留型产品设计，用料与面部精华一样，理论上可以不洗（明确注明要清洁的除外）；洗？普通人脸的面积是300-400cm2，按照2mg/cm2计算，正常精华的用量在1g以内，而一片面膜精华量在20g左右，停留在脸上的量不少于一半，这可能带来防腐剂，有害物质等风险物质的暴露。此外，随着水分含量的降低，脸上的粘稠感会更重，让剩余的精华液一直停留在面部，感觉会很不舒服，因此敷完面膜后建议洗掉。（中国经济网）

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