

Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会共同的责任

北京

消费者

2020.第08期

08

总第95期

浪费可耻
节约光荣



P04 习近平作出重要指示强调：坚决制止餐饮浪费行为切实培养节约习惯 P08 多家平台整治“大胃王吃播”

P07 全国人大常委会将立法制止餐饮浪费行为

P10 餐馆饭店多措并举避免就餐浪费



**光盘行动
从我做起**

我承诺

拒绝餐饮浪费



**Beijing
Consumers**

Prologue

卷首语

在全社会营造浪费可耻节约为荣的氛围

厉行节约、反对浪费，事在全民、人人有责。习近平总书记近日对制止餐饮浪费行为作出重要指示，强调要进一步加强宣传教育，切实培养节约习惯，在全社会营造浪费可耻、节约为荣的氛围。

“俭则约，约则百善俱兴；侈则肆，肆则百恶俱纵。”必须充分认识到，浪费行为具有“溢出效应”，侵蚀社会资源，损害公共利益。铺张浪费之风，脱离我国基本国情，背离优秀传统文化，败坏社会风气。厉行节约不仅是个人私德，更是社会公德。勤俭节约作为一种传统美德和价值追求，无论在国家层面、社会层面还是个人层面，都是社会主义核心价值观的题中应有之义。面对一些地方仍然存在的餐饮浪费现象，只有既加强立法，强化监管，采取有效措施，建立长效机制，坚决制止餐饮浪费行为，又大力弘扬中华民族勤俭节约的优秀传统，大力宣传浪费可耻、节约为荣的思想观念，才能标本兼治、春风化雨，让厉行节约、反对浪费成为全社会的共识和行动。

在全社会营造浪费可耻、节约为荣的氛围，就要切实培养勤俭节约习惯。“一粥一饭，当思来之不易；半丝半缕，恒念物力维艰”。今天，物质日渐丰盈、生活水平逐步提高，但勤俭节约是我们的传家宝，什么时候都不能丢掉。特别是在“两个一百年”奋斗目标的历史交汇点上，树牢节约意识、养成节约习惯，具有十分重要的意义。厉行节约、反对浪费是一个民族基本的现代文明素养，但只有把节约变成具体行动，才能标注社会文明的新刻度；只有让节约成为一种社会风尚，才能续写民族美德的新篇章。我们不能满足于做节约的向往者，更要成为节约的行动者。我们是一个有着14亿人口的大国，如果人人都躬行节俭，不弃微末、日积月累，实现从“要我节约”到“我要节约”的转变，让勤俭节约成为一种内化于心、外化于行的习惯和修养，那将积累多么巨大的财富，形成多么强大的力量！

在全社会营造浪费可耻、节约为荣的氛围，就要积极践行绿色生活方式。坚持节约资源和保护环境是我国的一项基本国策，厉行节约、反对浪费就是绿色生活方式的内在要求。从节水节电节气到改变出行方式，从落实“光盘行动”到拒绝过度包装，只要从我做起、从现在做起，就能把节俭新风写在生活点滴间。领悟生态文明的真谛，“取之有度，用之有节”，倡导简约适度、绿色低碳的生活方式，拒绝奢华和浪费，才能形成文明健康的社会风尚。

在全社会营造浪费可耻、节约为荣的氛围，还要大力弘扬艰苦奋斗精神。历史和现实证明，一个没有艰苦奋斗、勤俭节约精神作支撑的民族，难以自立自强；一个没有艰苦奋斗、勤俭节约精神作支撑的政党，难以兴旺发达。艰难困苦，玉汝于成。越是人到半山、船到中流，越要警惕未富先奢的陷阱；越是形势复杂、任务艰巨，越要激扬艰苦奋斗的精气神。牢固树立艰苦奋斗、勤俭节约的思想，坚决反对大手大脚、铺张浪费，坚持勤俭办一切事业，这是我们攻坚克难、走向胜利的一大法宝，也是我们迎接挑战、面向未来的底气所在。

“善禁者，先禁其身而后人”。广大党员干部特别是各级领导干部要以身作则、率先垂范，以说到做到、带头执行的态度坚持勤俭节约，以踏石留印、抓铁有痕的劲头治理铺张浪费，让人民群众看到实实在在的成效和变化，让全社会以浪费为耻、以节约为荣蔚成风尚。（人民日报）



P14 这些衣服真的能吸湿速干？北京市消协发布40件吸湿速干衣比较试验结果

经测试，40件网购吸湿速干衣样品，有12件存在质量问题。其中，1件样品产品标识存在瑕疵，1件样品耐碱汗渍色牢度项目未达到国家标准要求，10件样品的吸湿性能不符合国家标准，2件样品的速干性不符合国家标准，25件样品网页宣传具有吸湿或速干功能而吊牌未标注，其中8件样品吸湿或速干性能未达到国家标准要求，涉嫌夸大宣传。

■ 卷首语

01 在全社会营造浪费可耻节约为荣的氛围

■ 本刊策划

- 04 浪费可耻 节约光荣
- 04 习近平作出重要指示强调：坚决制止餐饮浪费行为切实培养节约习惯 在全社会营造浪费可耻节约为荣的氛围
- 05 我国餐饮浪费11.7% 大型聚会浪费达38%
- 06 全国工商联餐饮业委员会发布“坚决制止餐饮浪费”倡议书
- 07 全国人大常委会法工委：成立专班开展制止餐饮浪费行为立法工作
- 08 多家平台整治“大胃王吃播”

- 09 倡议餐饮企业提供“半份、半价”“小份、适价”服务
- 10 餐馆饭店多措并举避免就餐浪费
- 11 外卖平台推“半份菜”，鼓励按人定制套餐
- 12 制止餐饮浪费 当破三大误区

■ 权威发布

- 14 这些衣服真的能吸湿速干？——北京市消协发布40件吸湿速干衣比较试验结果
- 16 部分净水器性能不达标——北京市消协发布净水器比较试验结果

■ 热点关注

- 20 中消协盘点56万余件消费者投诉 部分消费领域投诉突出

- 22 9月起滋补品、保健品、疫苗等不纳入医保目录
- 23 禁止标注“零添加”，还须科普添加剂常识
- 24 北京推22条措施促进“新消费”
- 25 服务人员直接为顾客提供服务时需佩戴口罩
- 26 美容美发业经营资源共享平台启用
- 26 北京拟规范短租房 开民宿或需经其他业主同意
- 27 北京：个人随意倾倒建筑垃圾最高罚200元
- 28 北京城六区92处公厕周边增设路侧限时停车区
- 29 道路停车电子收费将向支路以下道路延伸



P24 北京推22条措施促进“新消费”

随着北京消费季重启，京城商业也迎来全面提质升级。“新消费”行动围绕培育新模式、提升新品质、优化新供给、布局新基建、营造新环境5个方面提出22条具体措施，全面推动北京消费市场回暖升级。

消费时评

- 30 立好规矩不让民宿经营胡来
- 31 别让格式条款抬高维权门槛
- 32 用监管之手拆穿“表演式套路卖”
- 33 网商售假判赔百万违约金不冤

消费提示

- 34 预付消费需谨慎 严防商家迷惑阵
- 34 保险消费种类多 谨慎选购避误区
- 35 请注意！外出旅游，这些事项要谨记
- 36 做好个人防护 警惕低价旅游团
- 38 选择家政服务要做到“四要”
- 38 网购品牌女包没logo 消协建议这样维权
- 39 网络游戏“三注意”

消费课堂

- 40 健康营销“说法”多 别被虚假宣传迷惑
- 42 眼睛比皮肤更怕紫外线，太阳镜别选错了
- 42 注意！“免息分期”中免息不等于免费
- 44 走出误区，婴幼儿纸尿裤这样选！

《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 马传生 王兆泰 刘大忠 刘博 任军 顾飞 李洋 杨立生 李化军 张克 赵伟春 宋国兵 黄振 曹立军 耿强 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 北京华辉律师事务所 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

2020年 第08期（总第95期）
京内资准字1516 — L0060号

内部资料 免费交流

浪费可耻 节约光荣



编者按：中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平近日对制止餐饮浪费行为作出重要指示。他指出，餐饮浪费现象，触目惊心、令人痛心！“谁知盘中餐，粒粒皆辛苦。”尽管我国粮食生产连年丰收，对粮食安全还是始终要有危机意识，今年全球新冠肺炎疫情所带来的影响更是给我们敲响了警钟。

本刊特别策划《浪费可耻 节约光荣》专题，深入宣传贯彻习近平总书记的重要批示精神，大力弘扬中华民族勤俭节约的优秀传统，大力宣传节约光荣、浪费可耻的思想观念，努力在全社会营造浪费可耻节约为荣的氛围。

习近平作出重要指示强调： 坚决制止餐饮浪费行为切实培养节约习惯 在全社会营造浪费可耻节约为荣的氛围

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平近日对制止餐饮浪费行为作出重要指示。他指出，餐饮浪费现象，触目惊心、令人痛心！“谁知盘中餐，粒粒皆辛苦。”尽管我国粮食生产连年丰收，对粮食安全还是始终要有危机意识，今年全球新冠肺炎疫情所带来的影响更是给我们敲响了警钟。

习近平强调，要加强立法，强化监管，采取有效措施，建立长效机制，坚决制止餐饮浪费行为。要进一步加强宣传教育，切实培养节约习惯，在全社会营造浪费可耻、节约为荣的氛围。

习近平一直高度重视粮食安全和提倡“厉行节约、反对浪费”的社会风尚，多次强调要制止餐饮浪费行为。2013年1月，习近平就作出重要指示，要求厉行节约、反

对浪费。此后，习近平又多次作出重要指示，要求以刚性的制度约束、严格的制度执行、强有力的监督检查、严厉的惩戒机制，切实遏制公款消费中的各种违规违纪违法现象，并针对部分学校存在食物浪费和学生节俭意识缺乏的问题，对切实加强引导和管理，培养学生勤俭节约良好美德等提出明确要求。

党的十八大以来，各地区各部门贯彻落实习近平重要指示精神，采取出台相关文件、开展“光盘行动”等措施，大力整治浪费之风，“舌尖上的浪费”现象有所改观，特别是群众反映强烈的公款餐饮浪费行为得到有效遏制。同时，一些地方餐饮浪费现象仍然存在，有关部门正在贯彻落实习近平重要指示精神，制定实施更有力的举措，推动全社会深入推进制止餐饮浪费工作。（新华社）

我国餐饮浪费11.7% 大型聚会浪费达38%

“餐饮浪费现象，触目惊心、令人痛心！”习近平总书记近日针对制止餐饮浪费现象作出的重要指示，引发了社会各界的广泛关注。

餐桌上的浪费触目惊心

近日，记者在东北某地的一家烤肉店看到，刚刚离开的客人留下了两盘完全没有动过的食材，记者找到这桌客人的点菜单据，发现两位顾客一共点了六道菜肴。在华北某城市的一家餐厅，因为多下单而被浪费的菜肴，就这样源源不断地被扔进后厨垃圾桶。餐厅经营者表示，这些厨余垃圾处理很麻烦，运输加工的每一道程序都存在成本。

中国科学院地理科学与资源研究所成升魁研究员自2012年起，就带领团队在国内4个代表性城市的366家餐馆进行实地调研，据他最新的观察，在大众消费领域，特别是婚丧嫁娶等消费所造成的餐饮浪费依然严重。

成升魁称，“大众餐饮食物浪费现在值得我们引起高度重视。根据我们的调研，餐桌上的食物浪费率为11.7%，这是一个很保守的数据。另外就是各种红白喜事、婚宴，还有名目繁多的事件消费，生日宴、升学宴、谢师宴、晋职宴，非常繁多。”

值得注意的是，更为高频次的日常餐饮消费，比如快餐盒饭虽然看起来并不显眼，然而，聚集起来的浪费量很容易被忽视。最近几年，依托互联网的外卖发展迅速，在一些主打“生鲜”品质的超市，就有不少顾客发现店员大规模丢弃食物的场景：餐盒精美的新鲜饭菜、海鲜、甜品、饮料、点心，一批批从货架上撤下，拉走扔掉。在某大学的一份调查显示，有49.5%的人凑单后，吃不完购买的食物。而整个外卖行业浪费究竟有多大规模，目前也没有权威的数据。

中国餐饮业人均浪费食物11.7%

中国餐饮业人均食物浪费量为每人每餐93克，浪费率为11.7%，大型聚会浪费达38%，学生盒饭有三分之一被扔掉。

初步测算，2015年中国城市餐饮业仅餐桌食物浪费量就在1700万至1800万吨之间，相当于3000万至5000万人一年的食物量。杜绝餐饮浪费，不仅关系到改变消费陋习，更指向粮食安全这个事关国运的重大命题。

时刻保持对粮食安全的危机意识

事实上，连续多年稳定的粮食生产，并未减少公众对于粮食安全的关注，新冠肺炎疫情、洪涝灾害，特殊的2020年，国人更需要认真对待粮食的巨大浪费现象。8月13日上午，国新办发布会透露，今年洪涝灾害，已经导致6032.6千公顷农作物受灾，其中绝收1140.8千公顷。

从国际环境看，上个月，粮农组织就再次发出了预警。联合国粮农组织首席经济学家马克西莫·托雷罗称，“受新冠肺炎疫情影响，我们预估，在现有饥饿人口基础上，2020年会新增8300万到1.3亿人口出现缺粮情况。”

成升魁表示，疫情全球肆虐，粮食的供应链、食物



的供应链受阻，所以对各个国家粮食都带来了非常大的影响。

作为一个人口众多，土地资源相对不足的国家，中国始终把解决人民吃饭问题作为治国安邦的首要任务。专家认为，尽管我国粮食生产连年丰收，但时刻保持对粮食安全的危机意识，仍然有着重大的现实意义。

党的十八大以来，中国树立了“确保谷物基本自给、口粮绝对安全”的新粮食安全观，这样的粮食结构决定了我国对于豆类、肉类等食物还需要大量进口，豆类、玉米等还是我国动物性饲料的重要来源。厉行节约，反对

浪费，我们要杜绝的浪费不仅仅是米饭、馒头等主食，而是包括鸡鸭鱼肉蛋奶在内的所有食物，这样的行为对于保障我国整体粮食安全意义重大。

8月13日下午，中央纪委国家监委网站发布消息，全国人大常委会法工委，已经决定成立专班，开展制止餐饮浪费行为立法工作。目前正在对国内外有关制止餐饮浪费行为相关立法、文件和政策措施进行梳理研究。除了法律和制度的刚性约束，制止餐饮浪费行为还有赖于全社会形成更广泛的共识，从而真正形成一个节俭的社会风气和氛围。（央视新闻）

全国工商联餐饮业委员会 发布“坚决制止餐饮浪费”倡议书



近日，记者从全国工商联获悉，为牢固树立节约光荣、浪费可耻的意识，使厉行勤俭节约、反对铺张浪费成为全体餐饮界人士的自觉行动，全国工商联餐饮业委员会向所有委员单位发出“坚决制止餐饮浪费”倡议书。

倡议书号召，要加强行业自律，各地餐饮商会加大“厉行节约，反对浪费”宣传，餐饮企业将制止餐饮浪费纳入到餐饮生产、加工、服务的全过程。要营造理性消费环境，在餐厅摆放“节约食物、杜绝浪费”“适量点餐，剩餐打包”提示牌或宣传画，引导消费者适量点餐，剩餐打包，不误导消费者超量点餐。

倡议书指出，要创新经营服务方式，推行“公筷公勺”，不使用一次性餐具；提供“半份、半价”“小份、适价”服务方式；推行商务餐“分餐制”，提供可选择套餐；提供免费、环保打包服务。要推动绿色厨房创建，积极开展节能节水改造，提高水、电、煤、气使用效率，减少厨余垃圾，推进餐厨垃圾集中化处理。

倡议书表示，要积极发展大众餐饮，推进早餐工程、中式快餐、特色小吃标准化、连锁化、品牌化发展；餐饮企业要严格遵守食品安全相关法律和标准规范，明码标价，货真价实，诚实守信，维护消费者合法权益。

（新华社）

全国人大常委会法工委： 成立专班开展制止餐饮浪费行为立法工作

近日，习近平总书记对制止餐饮浪费行为作出重要指示，强调要加强立法，强化监管，采取有效措施，建立长效机制，坚决制止餐饮浪费行为。关于制止餐饮浪费行为，我国法律已作了哪些规定？就加强制止餐饮浪费行为立法工作，目前有哪些举措，下一步有什么安排？

全国人大常委会法工委行政法室一级巡视员张桂龙介绍，习近平总书记的重要指示表明了党中央对制止餐饮浪费行为的高度重视和坚定决心，阐述了制止餐饮浪费行为的重要意义，指明了制止餐饮浪费行为的重要路径和方向，具有非常重要的针对性、指导性。全国人大常委会领导同志高度重视，第一时间就贯彻落实习近平总书记重要指示精神作出批示，提出要求。全国人大常委会法工委专门传达学习、深刻领会、贯彻落实习近平总书记重要指示精神和常委会领导同志批示要求，明确要求按照“要加强立法，强化监管，采取有效措施，建立长效机制，坚决制止餐饮浪费行为”的要求，抓紧研究提出立法工作方案，高质高效做好相关立法工作，决定成立工作专班开展相关工作。目前正在对国内外有关制止餐饮浪费行为相关立法、文件和政策措施进行梳理研究。

张桂龙介绍，人口众多、土地资源相对不足是我国基本国情，我国粮食供求长期处于紧平衡状态。艰苦奋斗、勤俭节约是中华民族的传统美德，是我们党的优良作风。党和国家历来重视厉行节约、反对浪费，宪法第十四条第二款明确规定，国家厉行节约，反对浪费；农业法第三十六条中也规定，国家提倡珍惜和节约粮食。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视粮食安全问题并形成“厉行节约、反对浪费”的社会风尚，习近平总书记早在2013年年初就作出重要指示，强调“浪费之风务必狠刹”，号召“努力使厉行节约、反对浪费在全社会蔚然成风”。中办、国办2014年专门印发《关于厉行节约反对食品浪费的意见》。全国人大及其常委会在相关立法工作中深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神和党中央决策部署，在国家安全法、消费者权益保护法、环境保护法、固体废物污染环境防治法、食品安全法等法律中均体现了“厉行节约、反对浪费”精神。今年制定的民法

典第九条规定，民事主体从事民事活动，应当有利于节约资源、保护生态环境；第五百零九条第三款规定，当事人在履行合同过程中，应当避免浪费资源、污染环境和破坏生态。此外，十三届全国人大常委会立法规划已将制定粮食安全保障法列为一类项目即“条件比较成熟、任期内拟提请审议的法律草案”，有关方面正在积极开展相关工作。

张桂龙表示，总的来看，目前我国现行法律中虽然有一些关于制止浪费行为的原则规定和要求，但比较分散，系统性、针对性、集成性还不够强。下一步，法工委将会同有关方面积极就加强制止餐饮浪费行为立法问题认真研究、深入论证，通过多种立法、决定等形式，对制止餐饮浪费行为作出具体明确规定，在粮食安全保障法和其他相关法律制定修改中分别作出针对性规定。我们将在具体立法工作中，深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神，在粮食生产、收购、储存、运输、加工、消费等各个环节强化管理，有效减少损失浪费；特别是在餐饮消费环节，积极倡导合理、健康的饮食文化，建立制止餐饮浪费行为长效机制。（中央纪委国家监委）



多家平台整治“大胃王吃播”

一次性吃掉10碗鸭血粉丝汤、20个汉堡包、7斤牛排、100斤小龙虾、500串鱿鱼……美食博主在镜头前表演吃播，吸引大量网友观看。不过，这种以大胃王猎奇性质的表演受到谴责。8月12日，央视批评了“大胃王吃播”行为，称此举浪费严重，误导消费。13日，不少直播平台增加相关提示，一些平台在搜索相关关键词时增加“拒绝浪费”的提示性词汇，有的则将根据情节严重程度，给予删除作品、关停直播、封禁账号等处罚。

直播吃东西吸引流量 顶级大胃王带货接广告

吃播，顾名思义是“吃东西直播”，兴起于韩国，在韩国走红后，国内也有不少主播在直播平台直播自己吃饭的视频。不少博主打着“大胃王”的幌子吸引流量，靠吃饭直播赚钱。

记者在各大视频平台上搜索“吃播”“大胃王”，均显示有不少专职从事吃播的“美食达人”“美食博主”，已经通过了平台V认证，他们依靠录制各种海吃的视频，来吸引流量。

比如“密子君”就是一位人气颇高的大胃王博主，她在微博拥有1770万粉丝、在抖音拥有842万粉丝、在B

站拥有270万粉丝……全平台粉丝总量超过3000万。她在微博单支视频的播放量约为500万次左右，最高的超过700万次，评论1.4万次。

如今，密子君的每个吃播视频中均会有“带货”广告，大到餐厅、速食，小到饮料、调料，都会被她推荐。比如在一个吃虾饺的视频中，她就推荐了自带的“水饺酱汁”。有网络商务表示，3年前密子君的一条广告报价就已经超过30万。头部的数十个吃播博主，用百万级流量换取可观的广告收入是预料之中的事。

除了接商务广告之外，打赏也是主播的一大收入来源。有主播在吃播的同时，不断催促网友打赏虚拟礼物，此后经过与平台分成，从中获取属于自己的一份。

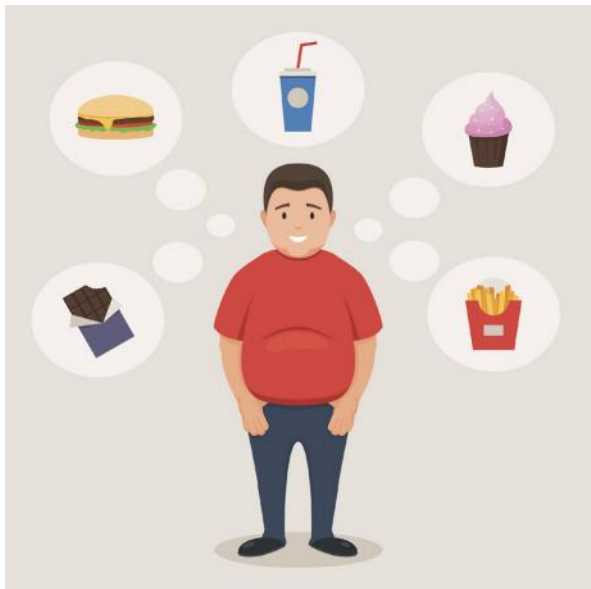
在昨天央视发布相关评论后，三四天更新一次的密子君还没有新的更新，其昨天最新的一支广告是关于家电，不涉及自己的吃播内容。

有播主边吃边催吐 欺骗观众自己身体受损

一次性吃掉10碗鸭血粉丝汤、20个汉堡包、7斤牛排、100斤小龙虾、500串鱿鱼……一场被快进后依然有15分钟，甚至一两个小时的吃播，主播是如何吃下10多个人甚至更多的人才能吃得下的食物呢？实际上，业内公开的秘密是吃播博主有的用各种办法催吐，通过视频剪辑隐藏部分内容，在欺骗观众的同时也让自己的身体受到损害。一些则因真的咽下，导致吃得过多影响到自己健康，有的甚至因此失去生命。

据《辽沈晚报》报道，沈阳30岁的王先生就是一位“吃播”博主，半年多的“吃播”生涯，虽令他收获了不少的粉丝和打赏，但他的体重也从200斤飙升到了280斤。6月23日，王先生在准备直播时突然出现身体发麻、头晕目眩等症状。医院连续7天的抢救，仍然没有挽回他的生命。

有主播在采访中曾透露，在每次吃播后，都会按下暂停键，偷偷去催吐，吐完还会接着再吃，将每次吃播加上催吐算作“一轮”。对此，不少观众认为自己受到了欺骗，实际上博主并没有吃下去，只是在进行“表演”，认



为此浪费食物，哗众取宠。

央视表示，网络大胃王吃播秀，误导消费，浪费严重。有网友表示：“直播的大胃王们是该管管了，尤其是根本不吃全都吐了的那种，太浪费！”有专家表示：“我觉得这是一个非常不好的苗头，这种自媒体所导向的消费，是非常让人担忧的。这对于全社会建立节约意识、减少食物浪费来说，是背道而驰的。”

平台已增加相关提示 有主播清空账号

对于吃播行为，近日各个平台均已增加相应措施进行限制。有网友发现，吃播博主“雪茸堂”在多个视频平台的吃播内容已被清空。不过记者看到，多数吃播主播的视频内容仍正常存在，也可正常播放，仅在搜索相关内容时出现提示性词语。

B站目前在搜索“大胃王”等关键词时，在首条醒目位置增加了“珍惜粮食，合理饮食”的提示语。

抖音相关负责人表示，对浪费粮食的行为，一经发现，平台将在第一时间按违规程度进行处罚。呼吁广大用户珍惜粮食，当用户搜索“吃播”“大胃王”等关键词时，将提示用户“拒绝浪费，合理饮食”。

快手平台称，一旦发现用户创作中有暴饮暴食，以假吃、催吐、宣扬量大多吃等方式博眼球的行为，将根据情节严重程度，给予删除作品、关停直播、封禁账号等处罚。平台坚决反对餐饮浪费，倡导勤俭节约，请大家合理膳食，杜绝浪费。

斗鱼平台表示，将积极响应中央相关号召，加强对之后的美食类直播内容审核，杜绝餐饮浪费行为，共创风清气朗的直播氛围。

微博平台表示，近日将对以食量惊人为噱头，以假吃催吐为手段吸引流量的视频和直播进行限制，会根据具体情况对相关内容采取删除、停止直播、禁言和关闭账号等处置措施。站方呼吁广大用户树立珍惜粮食的理念，同时也要求所有“吃播”博主为推广正确的饮食消费观念作出自己的努力。（北京青年报）

倡议餐饮企业提供 “半份、半价”“小份、适价”服务

从“半份菜”到“小份饭”，再到鼓励打包和“一顿吃光”食材组合，四大行业协会联手外卖与生鲜电商平台，共同推出了餐饮减量杜绝浪费的一系列实招。

这次由中国商业联合会、中国烹饪协会、中国饭店协会、中国连锁经营协会联合美团点评向餐饮行业发出倡议，各餐饮单位要利用企业宣传屏幕、公众号、小程序、直播等方式，将倡导文明风尚、厉行节约的行动推向深入，参与到这场“食物保卫战”中。

各协会及美团倡议商户在“光盘行动”的经验基础上推陈出新，定期更新菜单，满足求新求变的餐饮需求；在点餐环节履行提醒义务，并对易造成浪费的自助餐行为建立惩戒机制；清晰地公示菜品主辅配料、口味、分量等信息，方便顾客选择，避免因点餐时信息误导造成浪费。

和合谷相关负责人称：“对于外卖顾客，我们通过不断的观察、记录和调整，最终会选取一个相对合适的饭

量；而对于堂食顾客，我们首先少打一些米饭，但为顾客提供免费自助打饭的服务。”

还有的商户通过实质性的优惠或奖励措施，给消费者的“光盘行动”提供额外激励。目前，便宜坊集团已确定每周日在店内推出“吃尽盘中餐，九折把您奖”活动，只要客人将餐桌上的食品吃净，即可享受九折优惠。

北京市餐饮行业协会秘书长贺保贵告诉记者，该协会也紧急发出倡议，号召本市各餐饮企业要在餐厅摆放“节约食物、杜绝浪费”“适量点餐，剩餐打包”等提示牌、视频、横幅、宣传标语或宣传画；提供“半份、半价”“小份、适价”服务方式，倡导“光盘行动”。

同时北京市餐饮行业协会也提出，在京餐饮企业还要加强厨师等队伍建设，减少原材料采购、备料中的浪费行为，以匠心提升烹饪技艺，以品质杜绝浪费。

（北京日报）

餐馆饭店多措并举避免就餐浪费

随着餐馆堂食客流逐渐恢复到疫情前的水平，在家“憋坏了”的消费者纷纷外出就餐，餐饮浪费行为又开始显现。记者近日了解到，最近一段时间，全聚德、眉州东坡等不少餐馆纷纷通过推出小份菜、赠送“光盘”奖励等方式提醒市民避免就餐浪费，华天集团旗下不少老字号餐馆还在食材的利用上厉行节约避免浪费。

点餐 推出小份菜 烹制单人餐

“太久没下馆子，一翻菜单看到每样都想吃，一不小心就点多了。”市民刘大哥说出了不少人的心声。为了让消费者能多吃几种喜欢的菜肴，海底捞火锅是较早设有小份菜的餐馆之一。“基本每种菜品都可以点半份，价钱和分量都是整份的一半，这样既能满足顾客对菜品多样化需求，也能避免浪费。”海底捞相关负责人介绍说。

疫情期间，为了避免人群聚集，各家餐馆普遍对同桌就餐人数进行限制，小份菜的模式也受到更多餐馆效仿。记者了解到，目前华天集团旗下各家老字号中，不少餐馆都推出了小份菜，让消费者可以多吃几样的同时又不造成浪费。眉州东坡酒楼也正在梳理平时消费者最喜欢的菜品，近期将在各门店推出半份半价菜。

前不久，全聚德还推出一人食套餐。一份烤鸭套餐里包含一小碟烤鸭、几张鸭饼、一个火烧和一份蘸料，另外还配有盐水鸭肝、青柠脆皮虾、新鲜蔬菜、乌鱼蛋汤等菜品，每样都是小小一份。既满足了部分消费者独自一人吃烤鸭的需求，也实现了荤素搭配，品尝多种菜肴的同时避免浪费。

堂食 打包不收费 “光盘”有奖励

除了为顾客“量身定制”提供小份菜品，不少餐馆还在点餐环节提醒消费者适量点餐。据川成元麻辣香锅相关负责人介绍，各家门店都会倡导顾客适量点餐。“基本一个人3份菜，两个人6到8份菜，三个人10份出头就够。”上述负责人说，顾客点餐时每家门店服务员都会按

照这个标准主动提醒，遇到点得太多的还会建议适量减少，从而避免浪费。

在宴请和聚会比较多的节假日期间，消费者外出就餐时点上满满一大桌菜的情形更加常见。为了鼓励消费者“光盘”，华天集团旗下不少老字号门店还会通过给“光盘”的消费者发红包、奖励优惠菜品等措施来鼓励节约。近期，眉州东坡酒楼也将开始为顾客赠送“光盘”奖励。“只要顾客在店内用餐不剩菜，店里就会赠送6元小饭票，下次用餐可以无限制使用。”眉州东坡相关负责人介绍说。

如果遇到点得太多实在吃不了，各家餐馆也都会主动提醒消费者进行打包。全聚德相关负责人介绍，店里对打包外带和外卖会收取一次性餐盒费，但店内堂食的剩菜打包则不收取额外费用，以此来鼓励消费者避免餐桌浪费。

后厨 一鱼可多吃 提高出成率

除了在餐桌上避免浪费，不少餐馆更是从后厨做菜开始就厉行节约。记者从华天集团了解到，旗下不少老字号餐馆都是通过提高食材出成率和利用率，从而减少食材浪费和厨余垃圾的产生。鱼类菜肴是同春园饭店中比较受欢迎的菜品，店里通常将鱼身做成鱼片，将鱼头做成砂锅煲鱼头，将鱼尾做成红烧划水，既不影响食用，又减少厨余垃圾。

老字号同和居饭店每日接待消费者数千人，食材使用量很大，为了减少浪费，店里还发动厨师们不断进行菜品创新，提高食材利用率。“例如常见的食材笋，我们把笋身做成干烧冬笋，笋尖就做糟溜三白的辅料；再比如我们将雪梨挖出来的球做成醉雪梨，剩余部分就用来熬制雪梨银耳汤。”店里厨师介绍说。

对于做菜和就餐过程中产生的厨余垃圾，华天旗下鼓楼马凯餐厅、新川面馆、惠丰酒家等餐馆还陆续开始引入垃圾减量装置。“装置不仅实现油水分离，还会将厨余垃圾做粉碎、挤压处理，可以实现厨余垃圾减量三四成。”华天集团相关负责人介绍说。（北京日报）

外卖平台推“半份菜”，鼓励按人定制套餐

“俭，德之共也；侈，恶之大也。”近期，上游新闻联系美团、饿了么等几大外卖平台了解到，为拒绝“舌尖上的浪费”，倡导厉行节约新风尚，几大平台推出“半份菜”、“半份饭”，并发布倡议书，反对餐饮浪费，鼓励按人定制套餐。

外卖平台推出“半份计划”

美团表示，为了更好地营造“厉行节约，反对浪费”的社会风尚，中国商业联合会、中国烹饪协会、中国饭店协会、中国连锁经营协会联合美团点评向餐饮行业发布了倡议书。

在与消费者的沟通上，美团及各协会也倡议商户进行正面引导，避免浪费。具体包括：转变经营方式，在“光盘行动”的经验基础上推陈出新，推动健康消费；针对特定人群开发制作适应其营养需要和口味特点的菜品，定期更新菜单，满足求新求变的餐饮需求；在点餐环节履行提醒义务，并对易造成浪费的自助餐行为建立惩戒机制；清晰地公示菜品的主辅配料、口味、份量等信息，方便顾客选择，避免因点餐误解与信息误导造成食品浪费。

美团积极推动餐品信息标准化，美团平台上的合作商家也通过积极实践、创新参与到“食物保卫战”中。有的商户会通过优化菜单为消费者提供更清晰的信息和更多的选择，辅助消费者做出最准确的决定，进而避免食物浪费的发生。

此外，据饿了么表示，从今年以来，已有近60万餐厅响应饿了么号召，主动推出“半份菜”、“半份饭”。

8月5日至8月7日，饿了么与星展银行合作，推出“半份计划”，商家在自己页面上架“公益半份”参与公益行为，以一碗米饭2元为例，消费者花1元购买“公益半份”参与公益行为，由合作企业进行捐赠，为贫困儿童送出营养餐。

商户积极参与优化菜品分量

部分商户通过不断优化菜品的分量，尽可能帮助消费者减少浪费。“对于外卖顾客，我们在经营过程中经历了不断的观察、记录和调整，最终我们会选取一个相对合适的饭量；而对于堂食顾客，我们首先少打一些米饭，但为顾客提供免费自助打饭的服务。”和合谷负责人介绍。

此外，也会有商户通过实质性的优惠或奖励措施，给消费者的节俭行为提供额外激励。比如便宜坊集团已连续10多年开展“节俭有奖日”活动，每周日在便宜坊品牌店面中推出“吃尽盘中餐，九折把您奖”活动，只要客人将餐桌上的食品吃净，即可享受九折优惠。服务员也会在点单的时候根据客人人数以及服务经验，推荐适当的搭配组合，并告知顾客有奖活动。

通过社会力量积极配合，“舌尖上的浪费”现象有所改观。但不可否认，餐饮浪费这一现象至今未能杜绝。与此同时，受新冠肺炎疫情影响，今年全球粮食市场面临严峻考验。

厉行节约、制止餐饮浪费，不仅是为了当下，更是为了全社会的可持续发展。美团表示，将肩负着“帮大家吃得更好，生活更好”的使命服务610万商家和4.5亿用户，带头倡导勤俭节约的文明风尚，是其义不容辞的责任。（重庆晨报）





制止餐饮浪费 当破三大误区

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平近日对制止餐饮浪费行为作出重要指示。他指出，餐饮浪费现象，触目惊心、令人痛心！“谁知盘中餐，粒粒皆辛苦。”尽管我国粮食生产连年丰收，对粮食安全还是始终要有危机意识，今年全球新冠肺炎疫情所带来的影响更是给我们敲响了警钟。

家底再厚，也禁不住造。日子好了，也不能奢靡。这些都是中国人一直信奉和秉承的朴素道理，是维持健康生活状态的金玉良言。但是近些年来，一些铺张浪费的不良习气有抬头趋势。虽然并不能动摇整个社会在珍惜粮食上的基本共识，但如若任其蔓延，贻害不浅。因此，那些关于餐饮浪费的不健康行为和理念，必须破除。

有报告显示，我国每年在餐桌上的浪费约为12%，大型聚会浪费达38%，而学生盒饭有1/3被扔掉。

误区一：多点菜很有面儿

餐饮浪费发生最多的场合，恐怕就是请客吃饭的餐桌上了。

“今天请老同学吃饭，6个人，得点4个凉菜，8个热菜，汤还不算在内。”不久前，记者在北京一家餐馆的大厅里，听到一位先生在点菜时如此“盘算”，照这个点菜规模剩菜怕是不能避免了。

中国人好面子，重人情，讲排场。请人吃饭，如果点少了，感觉没面子小气，好像只有点的菜越多，剩下的菜越多，才越显得自己热情，才越显得自己真诚。

有餐厅服务员对记者说：“我以前干过的餐馆中，有的老板希望我们‘忽悠’人家多点菜，现在没有了。我们一般会根据就餐人数，提醒消费者适量点餐。但如果人家非要多点，我们也不能硬拦着。比如有些约会请女孩子吃饭的男生、做东请客户的顾客，特别好面子，生怕招待不周，宁愿多点些菜剩在那里，也绝不会打包。”

其实这是一种暴发户心态，是一种不健康的心理在作祟。如果自身经济条件不太好，那更是打肿脸充胖子，何必呢？与人交往，贵在坦诚。一个大手大脚、糟蹋食物的人，恐怕也很难取信于人。

对此，河南省餐饮与饭店协会有关负责人曾建议，在全社会深入宣传提倡“不光盘子，才丢面子”，从改变

观念做起，让节约理念深入人心。

总之，把面子和浪费勾连在一起，不是中华民族的传统美德。餐饮浪费不是舌尖上的“小问题”，而是思想意识里的大问题。如果大家都任由这种心态发展下去，餐饮浪费现象将愈演愈烈，对此不可不察。

误区二：浪费能够扩消费

有部电视剧里有这么个场景：在一家灯火通明却没有顾客的高档餐厅，从农村来的严奶奶问：“费教授，你说这灯就这么成宿点着不灭，这得费多少电啊？那国家都不管管啊？”

费教授说：“哟，奶奶，这话可不能这么说。这电还必须得点，只有点了电，电力工人才能挣着钱，才能买菜买饭，这样呢，农民兄弟又能挣着钱了。”

生活中持费教授观点的人还真不少，尤其在餐饮浪费的问题上，记者有朋友就这么认为：“我点得多，餐厅挣得多，进货就多，从业人员收入也就高，我这是拉动了内需。而且，剩下的饭菜不是也能卖泔水吗？又是一笔进项。”

这种“浪费有理还有利”的歪理万万要不得！

不错，适度、合理、有效的消费是社会生活得以正常运转和发展进步必不可少的前提。但并不是所有的消费都有利于经济的健康发展。消费多走一步，往往就会变成浪费。浪费拉动的发展是含有水份的、不可持续的。建立在浪费基础上的生活，则是不折不扣的暴殄天物。

中国的粮食并没有多到可以挥霍的程度，因此绝不能对餐饮浪费行为持姑息的态度。在大众心理建设方面，必须旗帜鲜明地提倡节俭。

误区三：暴饮暴食为“光盘”

“我光盘我光荣”的“光盘行动”已经实施多年，“舌尖上的浪费”现象有所改观。但在这个过程中，有一种声音认为，提倡“光盘”，容易导致吃得多，结果吃胖了，吃得不健康了。

有位朋友在微博和微信上“晒光盘”，“晒”了5年多，最大的变化是体重减轻了10多公斤，原来体检报告中的脂肪肝也不见了。好多人不解，问他，“光盘”不是容易吃多了、吃胖了吗？怎么还减肥了？这位朋友说得好：

“光盘行动，提倡自觉光盘、轻松光盘，而不是“吃不下

硬撑，的光盘”。

有的人吃自助餐，一个人用两个大盘子装，装得小山一样，如此“光盘”一下，肯定得吃撑了。为啥做不到“吃多少拿多少”呢？吃完再取不行吗？所以，认为“光盘”会导致吃得多，不是“光盘”所倡导的节约带来的问题。

饭吃八分饱，是健康饮食的一个重要原则。吃饭顿顿塞到嗓子眼，那不叫“光盘”，那是暴饮暴食。

说到底，“光盘行动”不仅仅是一种美德，更是一种跟生活方式息息相关的理念，是人人都可践行的节约、环保、健康和公益的好习惯。总之，别把“光盘”的好经念歪了。

须谨记：过上好日子别忘本

餐饮浪费，不是一个新现象，也不是一个普遍现象。

中国历史上是一个农耕社会，长期低水平发展，饿肚子是大部分人的常态。能奢靡浪费的，要么是“何不食肉糜”的帝王，要么是“随手碎珊瑚”的高官。平民百姓，多收了三五斗，还不免挨饿；碰上荒年，啃树皮吃观音土的事情，史不绝书，浪费粮食？天方夜谭。

今天日子好过了，可也不能忘了古有明训：一粥一饭，当思来之不易；半丝半缕，恒念物力维艰。

为了在全社会营造一种“浪费可耻、节约光荣”的氛围，各地都在想办法，出新招。

“第一食堂的饭量太足了，每次都吃到撑，还要倒掉一些，好可惜！”针对学生在后勤服务大厅的留言，中国海洋大学通过大数据系统摸清师生需求，推出半份菜、大小份、称重自选、订单生产等模式，让崇尚节约成为校园风尚。

“您好，本餐厅正在开展文明用餐的‘光盘行动’。由于您本次用餐食材全部吃完，所以我们特别赠送您一个小礼品，感谢您的节约！”石家庄市民张女士餐后结账时，面对服务员递过来的“奖品”，着实惊喜了一把。

此外，有商家在客人点菜多了的时候善意提醒，有服务人员主动建议消费者饭后打包，有机关单位针对大吃大喝发挥制度刚性作用……整个社会的大环境，都在聚焦“光盘”、推动“光盘”。作为个人，我们要过健康生活，就从不浪费粮食做起吧。（人民网）

这些衣服真的能吸湿速干？

——北京市消协发布40件吸湿速干衣比较试验结果

近年来，吸湿速干衣类产品受到消费者的追捧。吸湿速干衣的功能性主要体现在其吸湿性与速干性两个方面。据了解，市场上销售的吸湿速干产品的吸湿性、速干性等指标不符合相关标准或与宣称不符的情况时有发生，且品牌间价格差距明显。为了解吸湿速干产品质量的真实情况，保护消费者的合法权益，科学引导指导消费，北京市消费者协会对吸湿速干衣产品开展了商品比较试验。

一 样品来源

本次比较试验样品由北京市消费者协会组织工作人员以普通消费者身份从天猫、京东、唯品会、苏宁易购、亚马逊、拼多多等电商平台购买，涉及40个品牌中销量较高的40件吸湿速干衣样品，购买价格从47.81元至1499元不等。

二 检验标准及项目

比较试验样品委托创标（北京）检测技术服务有限公司依据GB18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》、GB/T 5296.4-2012《消费品使用说明 第4部分：纺织品和服装》、GB/T 29862-2013《纺织品 纤维含量的标识》、GB/T 21655.1-2008《纺织品 吸湿速干性的评定 第1部分：单项组合试验法》等标准，对样品的产品使用说明、纤维含量、甲醛含量、pH值、耐汗渍色牢度、耐干摩擦色牢度、耐光色牢度、耐光汗复合色牢度、吸湿性（滴水扩散时间、吸水率、芯吸高度）、速干性



（蒸发速率、透湿量）等项目进行测试。比较试验结果仅对购买的样品负责。

三 测试结果

经测试，网购的40件吸湿速干衣样品，有12件存在质量问题。其中，1件样品产品标识存在瑕疵；1件样品耐碱汗渍色牢度项目未达到国家标准要求；11件样品的吸湿速干性能差，其中10件样品的吸湿性不符合国家标准，2件样品的速干性不符合国家标准。25件样品网页宣传具有吸湿或速干功能而吊牌未标注，其中8件样品吸湿或速干性能未达到国家标准要求，涉嫌夸大宣传。具体如下：

1、产品标识。产品标识是在产品或包装上标示的信息和内容，应符合标准GB/T 5296.4-2012《消费品使用说明 第4部分：纺织品和服装》的要求。经核实，40件样品中有1件样品不符合标准要求，主要是样品不同形式的产品标识中规格号型标注不一致。

2、耐碱汗渍色牢度。耐碱汗渍色牢度是指纺织品在碱性汗液中的颜色保持程度。经测试，40件样品中，有1件样品耐碱汗渍色牢度项目不符合国家标准要求：

序号	样品名称	标称生产企业	标称商标	批号/货号/款号	耐碱汗渍色牢度（级）			购样地点	购买价格（元）
					标准值≥	实测值	判定		
1	男式针织运动服装	安德阿镍贸易（上海）有限公司	UNDER ARMOUR	款号：1291326-001	3	变色：4-5 沾色：2-3	不符合	京东Under Armour官方旗舰店	349

3、吸湿速干性。吸湿速干性是指衣物把身体产生的汗水迅速吸收，尽量排向外层并尽快挥发，使身体保持干爽的性能。本次比较试验中该指标依据GB/T 21655.1-2008《纺织品 吸湿速干性的评定 第1部分：单项组合试验法》测试，测试项目包括滴水扩散时间、吸水率、芯吸高度、蒸发速率、透湿量。测试时以织物对水的吸水率、滴水扩散时间和芯吸高度表征织物对液态汗的吸附能力；以织物在规定空气状态下的水分蒸发速率和透湿量表征织物在液态汗状态下的速干性。

本次比较试验中，网购的40件样品均在网页宣传或吊牌宣传上明示了具有吸湿性、速干性或吸湿速干功能。经测试，11件样品未达到标准要求，吸湿速干性较差。其中，仅明示速干性（快干性）的样品有13件，全部达到标准要求；既明示吸湿性又明示速干性（快干性）的样品有27件，11件未达到标准要求。具体如下：

序号	标称商品名称	网络产品名称	经销平台	标称商标	销售价格（元）	批号/货号/款号	网页功能描述	吊牌功能描述	存在问题项目
1	男短袖衬衫	MAMMUT猛犸象 Crashiano 男士轻量速干吸湿排汗时尚潮流衬衫	天猫	MAMMUT	998	款号：1015-00310-0001-116	轻量速干、吸湿排汗	/	滴水扩散时间
2	男式衬衫	marmot土拨鼠春季新款户外中量法兰绒吸湿速干男翻领衬衫42000	天猫	Marmot	1079	款号：V42000	吸湿速干	/	产品使用说明 滴水扩散时间 芯吸高度
3	T恤	LAFUMA乐飞叶户外气质碎花韩版打底衫圆领快干T恤女LFTS7CC32	天猫	Lafuma	559	货号：LFTS7CC32C2	吸湿快干	/	吸水率
4	圆领短袖T恤	Mizuno美津浓男款吸汗速干LOGO圆领短袖T恤J2MA9005	天猫	MIZUNO	167	货号：J2MA900509	吸汗速干	吸汗速乾；快速吸收汗液并迅速扩散排出体外，保持服装内舒适的状态。	吸水率
5	T恤衫	OZARK/奥索卡户外男士薄款速干吸湿凉感POLO衫355619	天猫	奥索卡	248	款号：355619	吸湿速干	/	滴水扩散时间 吸水率 芯吸高度
6	短袖文化衫	UMBRO茵宝 夏季男士圆领时尚串标休闲短T男运动短袖T恤	天猫	茵宝 UMBRO	188	款号：UO192AP2527	速干	吸湿性能（仅主身）	滴水扩散时间 吸水率 芯吸高度
7	兰利女式快干短袖T恤	诺诗兰2020春夏新款户外女式速干短袖T恤休闲运动旅行上衣GQ092X08 君蓝麻灰色175	京东	诺诗兰	169.2	货号：GQ092X08	排汗快干；吸湿排汗，舒适清爽；速干。	排汗快干科技；针对易出汗及涉水户外运动开发，采用面料可迅速导出体表汗水，并快速蒸发，长久保持身体干爽舒适。	吸水率
8	女式运动紧身长裤	ASICS/亚瑟士 2020春夏女士速干紧身裤 运动紧身长裤 2032B435-002 黑色 M	京东	亚瑟士	289	货号：2032B435-002	速干、吸湿快干	/	透湿量
9	短袖针织衫	特步XTEP短袖针织衫综训上装透气吸汗百搭速干女款运动T恤	唯品会	特步	72	款号：981328010039	吸汗速干	/	吸水率
10	篮球短套装	匹克（PEAK）篮球服套装男撞色篮球服透气速干球衣比赛服 DF793061 黑色 XXL	苏宁易购	匹克	179	货号：DF793061	速干、吸湿排汗	/	滴水扩散时间 吸水率 芯吸高度
11	运动九分裤	361运动裤男夏季薄款宽松长裤速干透气小脚弹力收口九分裤子男DF	拼多多	361°	99	货号：651829702	吸湿速干	/	滴水扩散时间 吸水率 芯吸高度 透湿量

在这11件吸湿速干性差的样品中，吊牌未标注吸湿速干功能，网页宣传宣称具有该功能的样有8件。吊牌和网页宣传均宣称具有该功能的样品有3件。

四 消费提示

1、消费者购买服装产品时要注意查看产品的使用说明（即产品吊牌），内容是否齐全、标识是否准确规范。其应包含制造者的名称和地址、产品名称、规格型号、纤维成分及含量、维护方法、执行标准、

质量等级、注意事项等内容。购买具有吸湿或速干等功能的产品时，还需查看其使用说明是否标明具有特殊的功能。不要盲目相信网络宣传。

2、吸湿速干产品主要分为速干性和吸湿速干性两类。消费者应根据实际需求选购。

3、消费者购买吸湿速干服装时要注意产品标注的纤维含量，国内外所开发的吸湿速干纤维的主要材料是聚酯纤维、锦纶、丙纶等合成纤维。

4、消费者购买具有吸湿速干功能的服装时，应索要并留存购物凭证，以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。

部分净水器性能不达标

——北京市消协发布净水器比较试验结果

净水器是由一个或若干个饮用水处理内芯组成的能改善水质的系统，按水处理功能分为纯净水处理器和一般水质处理器。近几年，随着消费升级趋势显现，净水器销售规模逐年增长。但依据我国净水器产品监督抽查数据，净水器产品总体质量水平一般；市场上存在一些性能质量不高，净化效率低下，甚至可能危害消费者使用安全的产品。为了引导消费者理性选购，保护消费者合法权益，我会开展了本次净水器产品比较试验。

一 样品来源

本次比较试验由北京市消费者协会工作人员以普通消费者的身份购买，购买平台包括京东、苏宁、国美和天猫，涉及19个品牌19个型号的反渗透净水器，以及11个品牌12个型号的一般水质处理器（龙头式净水器）。反渗透净水器的价格由1143元/

台到3980元/台不等，一般水质处理器（龙头式净水器）的价格由64元/台到279元/台不等。

二 检验标准

比较试验的31组样品委托中家院（北京）检测认证有限公司进行测试，比较试验依据GB 34914-2017《反渗透净水器水效限定值及水效等级》、GB/T 30307-2013《家用和类似用途饮用水处理装置》、GB/T 35937-2018《家用和类似用途饮用水处理装置性能测试方法》、《生活饮用水水质处理器卫生安全与功能评价规范——反渗透处理装置》（2001）、《生活饮用水水质处理器卫生安全与功能评价规范——一般水质处理器》（2001），对19个型号的反渗透净水器和12个型号的一般水质处理器（龙头式净水器）产品进行了测试。比较试验结果只对购买的样品负责。

三 测试结果

1.整机卫生安全

19个反渗透净水器产品中，有1个型号的产品整机卫生安全项目不符合国家标准要求，主要为耗氧量指标。

12款龙头净水器中有2款龙头式净水器的整机

卫生安全项目不符合国家标准要求，主要为砷和铬（六价）指标。

不符合的原因可能与其原料及冲洗过程有关；若原材料存在质量问题会直接导致净水器产品析出有毒有害物质；如果产品说明书对冲洗过程的描述不明确不具体、或者冲洗时间不够长等原因也会导致整机卫生安全项目不符合国家标准要求。

反渗透净水器整机卫生安全不符合国家标准要求结果

序号	商标	样品名称	铭牌型号	制造商	不符合项目
1	TCL	TCL牌反渗透净水机	TJ-CRO515A-5	TCL家用电器(中山)有限公司	耗氧量

龙头式净水器整机卫生安全不符合国家标准要求结果

序号	商标	样品名称	铭牌型号	制造商	不符合项目
1	LONSID朗诗德	龙头净水器	LSD-L006A	浙江朗诗德健康饮水设备股份有限公司	砷
2	Alikes (爱尼克斯)	Alikes牌INF8000F型净水机	INF8000F	北京极简科技发展有限公司	砷、铬（六价）

2.反渗透净水器性能评价

（1）三氯甲烷净化效率性能评价

在本次比对试验中，部分大流量和小流量的反渗透净水器对三氯甲烷都有很好的净化效果。随着净水量的增长，反渗透净水器对三氯甲烷净化效率不断降低。

为比较反渗透净水器的三氯甲烷净化效率性能，选取三氯甲烷净化效率均不低于80%以上时的取样点为净水量最大值，并与其产品单价做对比，单价与净水量的比值越低，说明净水器的性价比越高，结果如下表所示：

反渗透净水器三氯甲烷净化效率性能评价

序号	样品名称	铭牌型号	商标	三氯甲烷净化效率均大于80%时	单价（元/台）	单价/净水量R（元/升）
				净水量取样点最大值及净化效率		
1	沁园牌净水器	KRL3863	沁园TRULIVA	4000L 84.8%	1799	0.45
2	2605-ROB60(A8)型双出水净水机	J2605-ROB60(A8)	ANGEL安吉尔	5250L 82.6%	2798	0.53
3	HRO4H56-3反渗透净水机	HRO4H56-3	Haier海尔	4000L 83.8%	2149	0.54
4	反渗透净水机	SJR-S1	SUPOR	2000L 97.8%	1498	0.75
5	史密斯（A.O.SMITH）牌R300MTD2型反渗透净水机	R300MTD2	A.O.SMITH史密斯	4800L 83.8%	3688	0.77
6	滨特尔牌U440-D31-11型净水机	U440-D31-11	PENTAIR（滨特尔）	3500L 83.4%	2999	0.86
7	霍尼韦尔牌YCZ-CT60-002型净水器	YCZ-CT60-002	Honeywell（霍尼韦尔）	3000L 99.7%	2799	0.93
8	3M牌R8-39G型反渗透纯水机	R8-39G	3M	3000L 81.8%	2985	1.00

9	TCL牌反渗透净水机	TJ-CRO515A-5	TCL	2000L 90.1%	1999	1.00
10	飞利浦牌WP4186/01型反渗透净水器	WP4186/01	PHILIPS (飞利浦)	1750L 87%	1799	1.03
11	KONKA康佳牌KRO-S50型反渗透净水器	KRO-S400	KONKA (康佳)	1000L 98.8%	1143	1.14
12	老板牌PRO075-J386型反渗透净水机	PRO075-J386	ROBAM老板	2000L 99.6%	2396	1.20
13	美的牌MRC1882A-600G型双出水净水机	MRC1882A-600G	Midea (美的)	1750L 81.2%	2198	1.26
14	汉斯希尔牌WS-6030-4001型纯水机	WS-6030-4001	汉斯希尔	2000L 86.9%	2598	1.30
15	格力牌WTE-PC16-5X608A型反渗透净水机	WTE-PC16-5X608A	GREE(格力)	2700L 92.7%	3733	1.38
16	华帝牌HD-RO-18/A型反渗透净水机	HD-RO-18/A	华帝	1500L 81.3%	2199	1.47
17	MI牌MR424-A型反渗透净水器	MR424-A	MI	1200L 86.9%	1949	1.62
18	荣事达牌纯水机	RSD-RO75-B01型	荣事达	1200L 90.4%	3980	3.32

注：单价/净水量比R（元/升）越低，说明产品的性价比越高。

（2）净水流量和净水产水率性能评价

19款反渗透净水器产品中有17款连续式反渗透净水器，其净水流量均不低于其标称净水流量，净

水产水率全部超过35%（净水机所允许的最小净水产水率）；其中，12款的净水产水率超过55%（节水型净水机所允许的最小净水产水率）。

反渗透净水器净水流量及净水产水率性能评价

序号	商标	样品名称	铭牌型号	净水流量（L/h）	净水产水率（%）
1	ANGEL安吉尔	2605-ROB60(A8)型双出水净水机	J2605-ROB60(A8)	93.5	71.5
2	PHILIPS (飞利浦)	飞利浦牌WP4186/01型反渗透净水器	WP4186/01	94.4	65.8
3	PENTAIR (滨特尔)	滨特尔牌U440-D31-11型净水机	U440-D31-11	89.9	64.1
4	3M	3M牌R8-39G型反渗透纯水机	R8-39G	96.1	63.8
5	Haier海尔	HRO4H56-3反渗透净水机	HRO4H56-3	74.2	62.9
6	汉斯希尔	汉斯希尔牌WS-6030-4001型纯水机	WS-6030-4001	84.0	60.8
7	GREE(格力)	格力牌WTE-PC16-5X608A型反渗透净水机	WTE-PC16-5X608A	19.1	60.7
8	沁园TRULIVA	沁园牌净水器	KRL3863	99.6	60.4
9	Midea (美的)	美的牌MRC1882A-600G型双出水净水机	MRC1882A-600G	96.0	60.3
10	TCL	TCL牌反渗透净水机	TJ-CRO515A-5	76.8	57.9
11	Honeywell (霍尼韦尔)	霍尼韦尔牌YCZ-CT60-002型净水器	YCZ-CT60-002	91.2	56.7
12	A.O.SMITH史密斯	史密斯（A.O.SMITH）牌R300MTD2型反渗透净水机	R300MTD2	90.4	55.1
13	荣事达	荣事达牌纯水机	RSD-RO75-B01型	23.9	54.6
14	ROBAM老板	老板牌PRO075-J386型反渗透净水机	PRO075-J386	25.8	51.5
15	SUPOR	反渗透净水机	SJR-S1	15.5	50.3
16	KONKA (康佳)	KONKA康佳牌KRO-S50型反渗透净水机	KRO-S400	72.4	50.3
17	MI	MI牌MR424-A型反渗透净水器	MR424-A	79.2	50.2
18	华帝	华帝牌HD-RO-18/A型反渗透净水机	HD-RO-18/A	74.2	48.6

3. 龙头式净水器性能评价

龙头式净水器的额定总净水量远小于反渗透净水器，大多在300L以下。在额定总净水量和标称净水流量条件下，有2款龙头式净水器的去除率（四氯化碳、三氯甲烷）低于80%，不满足标准要求；

龙头式净水器性能评价

序号	商标	样品名称	型号	标称净水流量 (L/h)	净水流量 (0.24MPa下) (L/h)	额定总净水量 (L)	三氯甲烷去除率 (标称净水流量) (%)	四氯化碳去除率 (标称净水流量) (%)	三氯甲烷去除率 (净水流量4L/min) (%)
1	Cleansui	可菱水CT753型家用净水器	CT753	60	137	400	99.6	98.8	89.0
2	3M	3M牌CUW2589型龙头净水器	CUW2589	120	240	320	95.3	90.4	90.7
3	Midea（美的）	美的牌MC122-2型碳纤维净水机	MC122-2	120	272	1200	91.4	90.2	87.3
4	Haier海尔	海尔牌HT301-1型净水机	HT301-1	30	157	50	90.9	88.7	82.5
5	PHILIPS（飞利浦）	飞利浦牌WP3811型净水器	WP3811	30	289	250	99.9	98.8	97.3
6	SUPOR(苏泊尔)	水龙头净水器	SJL-C2	30	217	50	86.0	84.4	30.4
7	ORIGINwater碧水源	碧水源牌OW-UF-11型净水机	OW-UF-11	90	112	100	88.3	87.8	42.7
8	JOMOO（九牧）	九牧龙头过滤器	JFF11-2	30	255	50	83.6	82.7	45.4
9	PHILIPS（飞利浦）	飞利浦牌WP3828/00型龙头净水器	WP3828/00	18	296	65	92.8	87.6	52.1
10	Joyoung九阳	九阳牌JYW-T01型龙头净水器	JYW-T01	30	302	30	82.4	82.3	14.0
11	LONSID朗诗德	龙头净水器	LSD-L006A	120	191	1000	17.3	9.9	12.6
12	Alikes（爱尼克斯）	Alikes牌INF8000F型净水机	INF8000F	300	587	200*	51.2	56.0	33.6

注：“*”：说明书与铭牌均无信息，标称以200L进行考量。

三 消费提示：

1、建议消费者选购反渗透净水器时，应先优先选择净化效果好（净化效率≥80%）、额定总净水量高、净水流量大、节水型的产品。

2、在选购龙头式净水器时，应优先选择净化

效果好（净化效率≥80%）、额定总净水量大的产品。在日常使用时，如果净水器的额定总净水量较小，应及时更换滤芯，确保具有良好的净化效果；同时，在使用时，应尽量不要将水龙头全开，使净水流量处在较慢状态，会有更好的净化效果。



中消协盘点56万余件消费者投诉 部分消费领域投诉突出

近期，中国消费者协会发布2020年上半年全国消协组织受理投诉情况分析。数据显示，根据全国消协组织受理投诉情况统计，2020年上半年全国消协组织共受理消费者投诉561,522件，解决437,988件，投诉解决率78%，为消费者挽回经济损失79,793万元。

数据显示，根据投诉性质分析，售后服务问题、合同问题和产品质量问题仍是引发投诉的主要原因，占投诉总量的70%以上。其中售后服务投诉155,004件，占投诉总量的27.6%，合同投诉140,182件，占投诉总量的25.0%，质量投诉119,068件，占比21.2%，价格投诉57,952件，占比10.3%，虚假宣传投诉26,065件，占比4.6%，安全投诉18,412件，占比3.3%，假冒投诉7,266件，占比1.3%，人格尊严投诉6,001件，占比1.1%，计量投诉4,390件，占比0.8%，其他投诉27,182件，占比4.8%。

根据商品和服务类别分析，2020年上半年，全国消协组织受理商品类投诉247,796件，占投诉总量的44.1%，服务类投诉288,797件，占投诉总量的51.4%。其他商品和服务类投诉有24,929件，占投诉总量的4.5%。在商品类投诉中，投诉量居前五位的分别为：食品、医疗器械、汽车及零部件、服装、通讯类产品。与2019年上半年相比，在前十位类别中，医疗器械类、食

品类、卫生清洁用品、房屋、家具同比上升较多，其中值得注意的是，由于上半年疫情影响，医疗器械类投诉上涨约40倍，有关卫生、清洁用品首次进入商品投诉前十位，排名第十位。

在服务类投诉中，投诉量居前五位的分别为：经营性互联网服务、餐饮服务、远程购物、交通运输和网络接入服务。服务类投诉中整体变化幅度较大，由于疫情原因，上半年服务类投诉主要集中在网络游戏、机票退订、酒席退订等方面，因此经营性互联网服务、餐饮服务类、交通运输类占第一、第二位和第四位。

部分消费领域投诉突出

值得注意的是，上述报告指出，疫情期间，部分消费领域投诉突出。

第一，防疫用品价格和质量问题成为投诉焦点。疫情期间，卫生清洁用品、医疗器械成为刚需，需求量大。部分经营者趁机哄抬物价、以次充好，严重扰乱市场秩序，成为消费舆情和投诉焦点，其中医疗器械类投诉同比激增3948.1%，卫生、清洁用品同比增加147.4%。据悉，消费者投诉反映的问题主要有：一是部分不法商家哄抬物价，甚至同批次产品，短期内连续涨价。二是商家虚

假宣传，以防疫为噱头，夸大或虚假宣传普通口罩的防护功效，或者以普通一次性口罩冒充医用口罩。三是防疫产品质量参差不齐，部分经营者以次充好，销售假货、三无产品。四是发货超时问题，一方面受疫情影响，快递未完全恢复运营，导致商家发货慢，另一方面部分商家存在恶意砍单。

第二，餐饮、机票、旅游等合同退订纠纷集中。受疫情影响，消费者取消聚餐、出行计划，交通运输、旅游、餐饮服务等三项的投诉增加幅度较大，分别同比增长519.4%，210.9%，172.5%。交通运输服务中，航空机票类投诉比较突出。消费者投诉的主要问题有：一是消费者因疫情影响而被迫退订，商家不全额退款，甚至收取高额手续费；二是航空公司、旅行社客服力量不足、接听不及时，平台短期退改订单过于集中无法及时处理；三是部分经营者故意拖延退款进度，消费者多次催问，经营者仍然拖延时间；四是国外航空公司退改政策由退款变成退代金券，甚至拒退票款。

第三，网络购物投诉问题多发。疫情期间，网络购物带来消费便利，受到消费者青睐，但也引发了较多消费纠纷。网络购物投诉的主要问题有：一是网购商品质量低劣，存在安全隐患。二是合同违约花样频出。三是平台在线客服不能及时跟进处理，特别是传统线下超市的APP，线上线下脱节，运营的准备及管理不足。四是配送不规范。五是疫情期间部分“无接触配送”，因缺乏保温措施，导致生鲜、外卖变质。

第四，快递柜服务问题引发关注。报告指出，近期，快递柜收费问题引发社会广泛关注。快递柜服务投诉主要问题有：一是部分快递员未征求消费者同意，擅自将快件放在快递柜。二是部分公司客服存在态度差、反馈不及时的问题。三是快递柜取件码安全性存疑。存放快递柜的物品被别人取走或丢失。四是快递柜发生故障，消费者收不到取件码，导致包裹无法取出或者重复收费。五是快递柜收费高，有的存在过时收费不封顶的情况。

第五，房屋租赁领域不满增多。疫情期间的防控措施影响到部分房屋租赁合同的正常履行，导致出租方与承租方之间发生纠纷。消费者投诉的主要问题有：一是房屋租赁中介借疫情上调租金，疫情期间消费者不方便寻找新房源，只能被迫接受续租；二是合同未到期经营者强制消费者搬离，对退租退款无任何解释；三是疫情期间无法入住出租房，经营者仍正常收取服务费；四是房东投诉中介公司恶意不给或压低疫情期间的租金，但承租人并没有

得到优惠。

“宅”经济引发投诉新热点

另外，疫情期间，消费者大多选择居家消费，“宅”经济引发投诉新热点。

第一，在线视频、网络游戏投诉上升。“宅”经济下，在线视频和网络游戏成为网上消费的重要部分，消费者相关投诉也有所增加，主要问题有：一是视频会员权益描述不准确，比如成为会员仍有广告，到期自动续费且取消流程复杂；二是直播打赏难监管，消费者反映部分直播平台、主播团队工作人员涉嫌假扮粉丝“怂恿”游客给主播“打赏”，有些未成年人在诱导之下发生大额打赏情况；三是网络游戏问题，比如服务协议存在不公平格式条款，产品宣传和游戏中的实际效果不符，未落实未成年人登录、充值等限制要求，未成年人大额充值退款难，部分游戏产品抽奖实际概率不明，有的游戏公司与智能手机企业相互推诿损害消费者权益。

第二，在线培训服务乱象频现。受疫情影响，教育培训类投诉有所增加。其中，在线培训方面，消费者投诉的主要问题有：一是部分培训机构存在售前虚假宣传、虚假承诺现象。如虚假宣称合作办学、虚假承诺保过，对参加培训人员参加考试报名资格弄虚作假等。二是在培训协议中排除消费者权利、加重消费者责任或者免除自身责任。如规定“如果考生未正确填写个人信息，培训机构有权拒绝退费或重修”、“有权于任何时间暂时或永久修改或终止本服务（或其任何部分），且无论通知与否”，有的对与消费者有重大利害关系的条款未予显著提示，发生纠纷又以相关条款作为免责理由。三是一些培训机构诱导消费者办理贷款支付培训费用，消费者因培训质量问题要求退款时，以各种理由拖延、拒绝，消费者仍要还贷，且利息很高。

第三，直播电商购物亟待规范。近期，由网红直播衍生出来的直播电商购物人气剧增，由此也引发了不少消费纠纷。消费者对直播电商购物反映的主要问题有：一是主播涉嫌夸大或虚假宣传，比如使用“最”、“独家”等极限词。二是商品质量不过关，部分商品甚至是三无产品。三是直播间有涉嫌欺诈的不明来源链接，消费者点击后被诈骗。四是主播将消费者诱导至第三方交易平台，该平台信用资质不佳。五是部分商品售后服务无保障。

第四，网络宽带质量堪忧。疫情期间，公众主要通

过互联网与外界交流，网络宽带需求大，消费者投诉的主要问题有：一是网速慢，实际网速与办理的带宽套餐不符；二是消费者报修后，维修不及时，恢复时间长；三是网络不稳定，用网高峰时频频掉线。

传统投诉热点仍需关注

同时，传统投诉热点仍需关注。分析指出，家用电器相关投诉较多，售后服务问题突出；汽车消费问题多、维权难；电视购物售后退货难；预付式消费群体投诉难解。

中消协建议，**一是凝聚社会共识，促进问题解决。**当前国内社会经济形势错综复杂，疫情、洪涝灾害等对消费带来较大影响，部分企业经营存在困难，消费者也给予了一定宽容。经营者和消费者都是市场的参与者，建议有关政府部门在重视给企业减负的同时，也要重视给消费者“增福”，让消费者敢消费、愿消费、放心消费。同时，经济恢复发展时期，经营者更应树立消费者优先理念，尽力解决消费者面临的问题，关注品牌信誉，提升服务水平，保持自身的可持续发展。

二是聚焦新业态，守住维权底线。当前，互联网经济衍生出一些新的商业模式、经营业态，比如直播购物、网络游戏、视频服务等，这些新的商业模式有利于社会经济的发展，但是，相关经营者也在法律、监管的边缘不断试探。建议有关政府部门加强新问题研究，尽快出台相关规范，保障市场秩序，维护消费者权益。

三是关爱特殊群体，体现社会温度。尊老爱幼是中华民族传统美德，在当下互联网经济快速发展的背景下，对于老人、未成年人应给予更多关怀。部分未成年人沉迷网游、过度消费影响其身心健康和正常学习生活。家长应承担好监护责任，网络游戏经营者应当切实履行法定义务，在防沉迷、实名认证、充值等方面加强责任落实，引导未成年人树立正确的消费观念和行为习惯。老年人在使用智能设备方面是弱势群体，社会各界应给予更多关注，帮助老年人融入到信息化社会。建议政府加强引导，在公共事业、公共服务领域，如银行、通讯、公交等方面，出台相关措施，保障老年消费者权益，如保留人工服务窗口，提供专门服务等。（中消协）

9月起滋补品、保健品、疫苗等 不纳入医保目录

记者从国家医保局获悉：《基本医疗保险用药管理暂行办法》已经国家医保局局务会审议通过，向社会公布，自2020年9月1日起施行。《暂行办法》明确，医保药品目录建立完善动态调整机制，原则上每年调整一次。滋补品、保健品、疫苗等不纳入目录，被有关部门列入负面清单的药品将被调出目录，价格或费用明显偏高且没有合理理由的药品、临床价值不确切可以被更好替代的药品也可以被调出目录。

《暂行办法》明确，国家《药品目录》中的西药和中成药分为“甲类药品”和“乙类药品”。“甲类药品”是临床治疗必需、使用广泛、疗效确切、同类药品中价格或治疗费用较低的药品。“乙类药品”是可供临床治疗选择使用，疗效确切、同类药品中比“甲类药品”价格或治

疗费用略高的药品。协议期内谈判药品纳入“乙类药品”管理。参保人使用“甲类药品”按基本医疗保险规定的支付标准及分担办法支付；使用“乙类药品”按基本医疗保险规定的支付标准，先由参保人自付一定比例后，再按基本医疗保险规定的分担办法支付，个人先行自付的比例由省级或统筹地区医疗保障行政部门确定。（人民日报）





禁止标注“零添加” 还须科普添加剂常识

市面上的“零添加”“无添加”风潮，可能要踩刹车了。近日，国家市场监督管理总局发布公告称，对《食品标识监督管理办法（征求意见稿）》进行公开征求意见，拟规定不得标注“零添加”“非转基因”等字样。

如今，不少食品包装都标注“零添加”“不添加合成色素、不添加增味剂”等字样。也因此收获了不少消费者青睐。

“零添加”直接理解就是没有任何添加剂，但事实确实如此吗？在食品工业化生产的当下，企业加工的预包装食品，想找到不含任何食品添加剂的，恐怕很难。即使是家庭蒸馒头、烤面包，有时也少不了相关添加剂。

事实上，食品添加剂并不是妖魔鬼怪。合法、适量使用，不仅无碍健康，还会让食品保鲜、增进口感。而且，即便真的“零添加”，也不等于一定安全。比如不添加防腐剂，就可能无法抑制食品中微生物的繁殖，导致食品容易变质。

真正的问题是，有的食品包装瞒天过海，醒目标注“零添加”，而实质上却添加了。也就是说，所谓“零添

加”有时只是商家宣传的伎俩，不仅损害消费者知情权，而且扰乱食品市场竞争秩序。

如此现实语境下，上述意见稿明确不得标注“零添加”等字样，一旦正式通过，将具有多重意义——大大压缩部分商家用“零添加”忽悠消费者的空间；有利于保障消费者的知情权、选择权；有利于引导消费者正确认识食品添加剂。

在禁止标注“零添加”之外，还要对商家在食品标识、广告宣传等方面的行为进行规范，努力形成闭环监管。

此前，关于食品添加剂的科普相对滞后，这给了相关谣言以及商家公开忽悠的机会。希望在未来的科普中，相关部门和机构能够为人们正确认知添加剂多做工作，再配合相关制度来规范商业行为，确保消费者买得放心、吃得安心。同时，继续完善食品添加剂的使用标准，严厉打击食品非法添加行为，让消费者对食品安全更有信心。

（工人日报）

北京推22条措施促进“新消费”

对首店提供资金支持、举办夜间体育活动、推出休闲文旅线路……随着北京消费季重启，京城商业也迎来全面提质升级。近日，市商务局联合多部门对《北京市促进新消费引领品质新生活行动方案》进行解读。“新消费”行动围绕培育新模式、提升新品质、优化新供给、布局新基建、营造新环境5个方面提出22条具体措施，全面推动北京消费市场回暖升级。

CBD三里屯等商圈拟改造提升

具有56年历史的Tims咖啡首次进京、FILA北京首家品牌中心店进驻王府井……虽然疫情对实体商业带来了冲击，但国内外品牌并没有停下进京开首店的步伐。根据《行动方案》，本市将推出新一轮首店支持政策，推动首店经济升级。

数据显示，2019年共有878家首店品牌落户北京，其中国际品牌150个，首店经济初见成效。今年上半年，市商务局发布《鼓励发展商业品牌首店示范项目申报指南》，首次对符合条件的首店、旗舰店给予资金支持。

“我们正在修订完善首店鼓励政策，拟在对品牌示

范首店直接提供资金支持的同时，新增对商场运营方、中介机构等首店引进方给予支持，进一步提高政策覆盖面，提升企业积极性。”市商务局副局长刘梅英说，北京消费季期间，本市还将举办首发季活动，吸引未进入中国市场的新品牌企业首秀。在积极引进国内外知名品牌旗舰店、体验店的同时，也会扶持发展原创品牌概念店、定制店，更好满足消费者多层次、高品质、个性化消费需求。

为推动商圈提质升级，本市已根据传统商场“一店一策”升级改造工作方案，启动首批10家试点商场升级改造。截至目前，长安商场、王府井百货大楼基本完成改造，赛特碧桂园、顺义国泰已进入闭店改造阶段，下一步还将新增一批传统商场“一店一策”试点。同时，朝阳区CBD、三里屯、昌平龙德、石景山今鼎、平谷万德福、延庆八达岭等6个商圈的改造提升方案也将尽快落实，并推动王府井步行街的硬件设施、商业业态提质增效。

超高清机顶盒要进30万户家庭

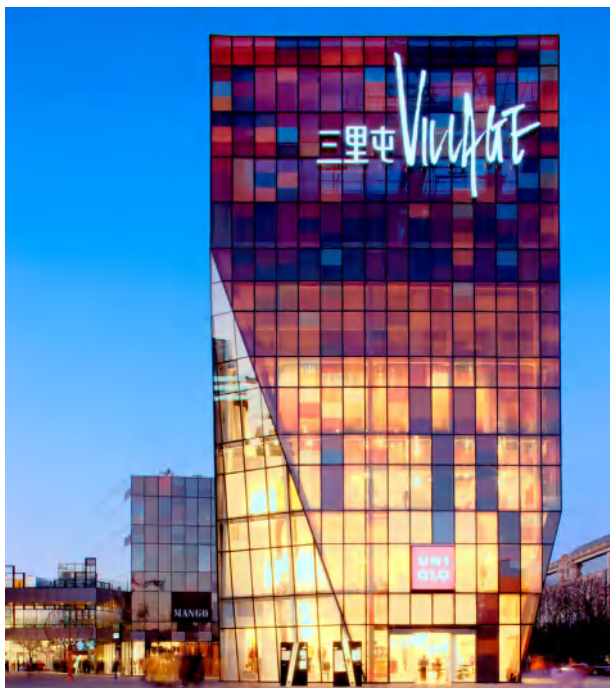
数据显示，上半年全市实现网上零售额1899.2亿元，占社会消费品零售总额比重31.8%，同比增长25.8%，保持消费增长的主引擎地位。

疫情从一定程度上催生了消费新场景，激发了消费新模式。今年上半年，全市重点电商企业开展直播带货600余次，带货销售额约80亿元，王府井、三里屯等重点商圈累计直播超过500场，电商企业在街道社区设置无接触配送设施点位3000余个。

为持续促进消费新模式发展，市商务局将继续推动实体商业推广社交营销、直播卖货、云逛街等新模式，引导线上企业推广移动前置仓、“菜篮子”等新模式，培育一批门店宅配、“前置仓+提货站”“安心达”、无接触配送等示范项目。

为丰富居民的数字化新生活，本市还将实施4K进社区工程，推进4K超高清机顶盒进入超30万户家庭。

在线医疗方面，本市持续推动将定点医疗机构的互联网复诊费用纳入医保支付范围，实现“互联网复诊+处方在线流转+药品配送到家”一站式服务。在线教育方面，将支持优质校外线上培训机构参与本市中小学线上上课



程建设，办好“空中课堂”。此外，还将通过示范推广典型个案，鼓励文旅体行业创新发展云旅游、云演出、云阅读、在线远程体育健身等线上营销新形态。

创建20个全民健身示范街区

疫情以来，人们对健康更加重视，为了解决好“健身去哪儿”的问题，《行动方案》提出，将围绕市民需求，着力建设群众身边的体育场地设施。

市体育局副局长杨海滨表示，今年将进一步完善全民健身公共服务体系，推动利用疏解腾退空间、城市公园等场所因地制宜建设体育场地设施，推进核心区、中心城区体育场馆升级改造和城市副中心、回天地区、城南地区体育设施建设，计划创建20个全民健身示范街道和体育特色乡镇，建设30公里社区健走步道、300片多功能运动场地，全市社会足球场将达到650片。

体育运动天然富有社交属性，可进一步助力新消费。据介绍，本市将开展具有表演性、观赏性和参与性的“点亮夜京城”系列赛事活动，策划实施不少于10场荧光夜跑、夜间秀场等主题活动，同时围绕4个“夜京城”地标和9个“夜京城”商圈，鼓励篮球、足球、空竹等项目开展夜间赛事活动，营造相关区域的夜间消费氛围。

为推动体育旅游融合发展，市体育局还组织挖掘、整合全市骑游线路数据与线路周边特色景点信息，推出生态型、郊野型、都市型3类、共16条骑行线路，满足市民通过骑行实现休闲游览、郊野健身、都市游览的多重需求。

此外，市文旅局推出了10条“漫步北京”城市休闲文化游主题线路，让市民感受不一样的新北京。今年8月，市文旅局还将启动“畅游京郊”行动计划，让北京美丽乡村成为文化消费和旅游休闲的重要场所。

（北京日报）

服务人员直接为顾客提供服务时需戴口罩

北京市疾控中心近日发布商超综合购物中心日常防疫指引。指引建议有发烧或呼吸道症状特别是近期与呼吸道传染病患者有过密切接触的市民，不要前往商场超市和综合购物中心。服务人员直接为顾客提供服务时需佩戴口罩。收银员、接待员与顾客间保持1米以上的社交距离，必要时安装透明隔板。

依据日常防疫指引，顾客在挑选商品或排队结账时与他人保持1米以上的社交距离；付款时尽量选择刷卡、扫码等非现金、非接触的支付方式；遵循咳嗽礼仪，咳嗽、打喷嚏时用肘部或纸巾遮掩；不随地吐痰，口鼻分泌物用纸巾包好弃置于垃圾箱内。顾客在商场超市综合购物中心要注意手卫生，在饮食、如厕前后洗手，使用购物车（篮）后要用免洗手消毒剂、湿巾等清洁双手。清洁双手前不要触碰口、眼、鼻，接触可能被污染的物品后必须洗手，或用手消毒剂消毒。

指引建议商场、超市、综合购物中心的管理人员和工作人员建立健康监测报告制度，有发烧或呼吸道、消化道传染病症状时不得上班，建议尽快就医。服务人员在直

接为顾客提供服务时需佩戴口罩。导购人员与挑选商品的顾客保持1米以上的社交距离。商场超市等举办宣传促销活动时，应引导顾客保持社交距离，避免顾客长时间聚集在一个地方。在试吃、试妆等活动中产生的牙签、一次性纸杯、纸巾、棉花棒等物品，应及时分类投放处理。

商场超市及综合购物中心的营业场所内要保持空气流通，营业前进行充分的通风。使用集中空调通风系统时，应保证空调系统运转正常；保证厢式电梯的换气扇运转正常；地下车库通风系统运转正常。营业场所以清洁为主，预防性消毒为辅，顾客经常触摸部位要定期清洁消毒。卫生间保持清洁干爽，提供洗手液，保证水龙头等设施正常使用，垃圾及时清理。商场超市综合购物中心尽可能就近在购物车或者购物篮配备手消毒液，并随时消毒把手。引导顾客在排队结账时保持1米以上的社交距离，收银员、接待员与顾客间保持1米以上的社交距离，必要时安装透明隔板。尽量使用电子支付方式收款。

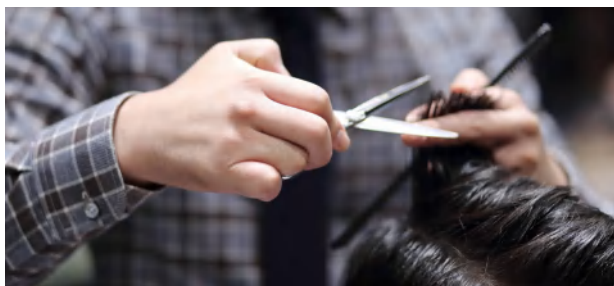
（北京日报）

美容美发业经营资源共享平台启用

新冠疫情暴发以来，美容美发行业深受冲击。为进一步纾困企业，促进稳健复工，美业经营资源共享平台近日在京正式启用，将发挥互联网优势，为企业和求职者搭建对接渠道。

北京市美发美容行业协会会长陈桂钦介绍，疫情以来，一部分从业人员流失，同时一些店面歇业、有店铺转让需求，行业急需对人力等经营资源进行调配，最大限度减少疫情对企业 and 市场带来的冲击。

近期，美业经营资源共享平台“美潮直聘”APP正



式上线运营，为受疫情影响的美业企业对接资源、降低用工成本，同时为从业者提供就业机会。

记者在平台上看到，不少美容美发从业者在平台上发布求职信息，展示自己的从业经历和作品，同时，企业也可以在平台上发布招聘需求，一些有转让需求的店铺还可以发布转让信息，有需求的企业可以通过平台与其对接。

记者从“美潮直聘”的开发运营方熙悦国际集团了解到，目前有2万多名美发师、美容师在线，众多企业在平台互通共享经营资源。

陈桂钦表示，在市商务局支持下，协会还建立了京美公共服务平台，平台在美容美发行业资质审核、企业备案、资信传播、扶贫协调、资源整合等方面发挥作用。京美公共服务平台将与“美潮直聘”实现合作，实现美业企业资源配置优化和从业者精准就业，共同为美容美发企业纾困、稳经营、保就业、促发展。（北京日报）

北京拟规范短租房 开民宿或需经其他业主同意

为进一步规范短租、“民宿”存在的治安、扰民等问题，北京市住房城乡建设委、北京市公安局、北京市网信办日前联合起草了《关于规范管理短租房的通知（征求意见稿）》，并从8月10日起向社会公开征求意见。征求意见稿提出，短租房的经营需符合小区管理规约或业主大会决定，没有管理规约或业主大会决定的，应当取得本栋楼内其他业主的书面同意。

近年来，“民宿”“短租房”发展迅速，大量居住小区内的民宅以“民宿”“短租房”等形式对外出租。这一方面满足部分旅行者的短期住宿需求，另一方面也给城市安全管理带来挑战，影响小区住户的正常居住生活。

为此，征求意见稿提出了短租房的管理要求，明确短租房的经营应当取得房屋业主的书面同意，并符合小区管理规约或业主大会决定，没有管理规约或业主大会决定的，应当取得本栋楼内其他业主的书面同意。此外，房屋还应当符合建筑、消防、治安、卫生等方面的安全条件并依法办理房屋出租登记。

征求意见稿规定，短租房经营者还应在住宿者入住前，当面核对住宿者身份证件信息，即时通过规定的信息系统申报登记信息；此外，还明确了互联网平台核验责任，规定发布短租房的互联网平台应当核验短租房经营者提供的业主身份证明、经营者身份证明、房屋权属证明、治安责任保证书等材料，实地查看房屋状况，登记并实名认证经营者身份，逐一登记订单签订人和实际入住人员身份信息和有效联系方式，并按照相关部门要求报送入住人员、房屋等信息。

北京房地产中介行业协会秘书长赵庆祥认为，当前“一人预订、多人入住”“张三预订、李四入住”现象非常普遍，给流动人口管理、治安管理带来重大安全隐患。新规明确了房主、经营主体、平台、租客等各方主体的责任，以及出租登记、平台信息核验、入住者信息报送等要求，将有力保障租客租住安全，从源头有效解决短租房带来的矛盾问题。（经济参考报）



北京：个人随意倾倒建筑垃圾最高罚200元

居民装修过程中产生的建筑垃圾应如何处置？费用由谁承担？近日公布的《北京市建筑垃圾处置管理规定》（以下简称《规定》）对相关内容予以明确，并将于今年10月1日起施行。记者了解到，个人如果随意倾倒、抛撒或者堆放建筑垃圾，将处200元以下罚款。居民小区应按照随产随清的原则及时清运建筑垃圾，或设置建筑垃圾临时贮存点，并做到每5日内至少清运一次。

建筑垃圾是指新建、改建、扩建和拆除各类建筑物、构筑物、管网等，强制拆除违法建设以及装饰装修房屋过程中产生的弃土(包括但不限于开槽渣土、级配砂石)、弃料以及其他固体废物。《规定》明确，任何单位和个人不得随意倾倒、抛撒或者堆放建筑垃圾，不得将建筑垃圾与其他生活垃圾、危险废物混合，不得未经许可从事建筑垃圾运输、消纳等活动。

在《规定》第五章“法律责任”中，对上述条款制定了罚则。主要包括两种情形，一是“随意倾倒、抛撒或者堆放建筑垃圾的”，将由城市管理综合执法部门责令限期改正，给予警告，对单位处10万元以上100万元以下罚款，对产生建筑垃圾的个人处200元以下罚款；二是“将建筑垃圾与其他生活垃圾、危险废物混合的”，如果是单位出现此类情形，由城市管理综合执法部门责令立即改正，处1000元罚款，再次违反规定的，处1万元以上5万

元以下罚款；如果是个人出现此类情形，由生活垃圾分类管理责任人进行劝阻，对拒不听从劝阻的，生活垃圾分类管理责任人应当向城市管理综合执法部门报告，由城市管理综合执法部门给予书面警告，再次违反规定的，处50元以上200元以下罚款。

此外，《规定》明确了建筑垃圾的一般处置要求。居民装饰装修房屋过程中产生的建筑垃圾，应当按照生活垃圾分类管理责任人规定的时间、地点和要求单独堆放，并承担处置费用。生活垃圾分类管理责任人按照《北京市生活垃圾管理条例》的规定确定。

同时，生活垃圾分类管理责任人应当对居民装饰装修房屋产生的建筑垃圾制定治理方案，明确建筑垃圾投放规范、时间和地点、监督投诉方式等事项，按照随产随清的原则及时清运建筑垃圾；确因客观条件不能对建筑垃圾随产随清的，应当按照方便贮存和保洁的原则，设置建筑垃圾临时贮存点，采取措施防止扬尘污染，并做到每5日内至少清运一次。

如果生活垃圾分类管理责任人未制定居民装饰装修产生的建筑垃圾的治理方案，或者未明确建筑垃圾投放规范、时间和地点、监督投诉方式等事项的，由城市管理综合执法部门责令立即改正，处3000元以上3万元以下罚款。（北京青年报）



北京城六区92处公厕周边增设路侧限时停车区

近日，海淀区新街口外大街与文慧园路交汇口，公共厕所前设置了一块“可临停15分钟”的公厕停车标牌。

“以后我们上厕所就不用担心被贴条了。”正在车公庄附近拉活的“的哥”王师傅上完厕所准备离开时对记者说。

据悉，7月30日起，北京城区公厕周边增设了路侧限时停车区。记者从北京市交管局获悉，首批92处路侧限时停车区已完成标线施划、标志设置等工作并投入使用，在这些特定区域内车辆可临停15分钟。同时，交管部门也将规范管理超时停车、长期占用临时停车区域等行为。

城六区一些热点地区基本覆盖

北京市交管局秩序处政委高玉辉介绍，长期以来，市民驾车出行往往会遇到“如厕停车难”的问题。为此，市公安交管部门组织各交通支队对城区公厕附近的停车资源和交通环境进行实地踏勘，并会同市城管委等部门，在充分排查调研的基础上，先期在城区的92处公厕周边增设路侧限时停车区，设置限时停车标志。

目前，首批92处已完成标线施划、标志设置等工作并投入使用，第二批109处正在施划中。今后还将根据公厕位置及道路条件分批增加。

从具体分布上看，已设置的临时停车区域分布在城六区，其中东城区10处、西城区12处、朝阳区20处、海淀区18处、丰台区20处、海淀区12处，基本覆盖了一些热点地区。记者通过高德地图搜索发现，西城区北礼士路附近2公里内已设置了3个路侧限时停车区。

现场有路牌指引， 还可通过导航软件查询

记者在北京大学人民医院西门外的一处公厕附近看到，道路旁醒目位置竖起了临时停车区域的指示标牌。标牌上除了有临时停车的标志，还增加了“可临时停车15分钟”的标语。

司机如何才能找到有临时停车区域的公厕？据了解，交管部门已联系高德、百度等地图导航平台，完成了公厕周边限时停车区的地图标注及快速检索。记者在导航平台输入“司机公厕”关键词，附近带有“可以临时停靠15分钟”标记的公厕就显示出来了。选择相应点位后，导航可以将司机指引至设有临时停车区的公厕。

记者看到，在地图页面上也标注了停车要求——限时15分钟。高德地图相关技术负责人告诉记者，目前，这些信息都是基于交管部门提供的数据，下一步随着公厕周

边施划的限时停车区数量增加，他们也将适时更新。

临停不能超过15分钟， 需停车入位不能乱停

7月30日上午，记者在西城区、海淀区多个公厕外看到，已有不少机动车在临停区域内停车，停车时长均能控制在15分钟之内。不过，乱停车的情况也有发生。

7月30日12时，北礼士路一处公共卫生间对面，一辆银色私家车的司机停车去完洗手间后，并没有立即驾车驶离，而是停车休息了长达30分钟。

交管部门提醒，在临时停车区域停车依然需要遵循相关要求，首先就是停车时间不能超过15分钟，此外，要停车入位、不能乱停车。北京市交管局设施处相关工作人员表示，目前，根据公厕周边道路条件的不同，限时停车区采取“临时停车泊位”和“临时停车区域”两种模式。

“临时停车泊位”是在公厕门前或周边，设置虚线边框的限时停车泊位及黄黑色的禁止长时停车标线；“临时停车区域”是在公厕门前或周边，在路侧的路缘石上施划黄黑色的禁止长时停车标线。

“劝导与执法”相结合限制违停行为

如何限制违停行为？北京市交管局秩序处相关负责人表示，交管部门会在加大巡逻管控的同时，采取“劝导与执法”相结合，“现场执法与非现场执法”相结合的管理模式，对超时停车、长期占用临时停车区域等行为进行规范管理，确保公厕周边临停区域的周转率，最大限度保障驾驶员如厕的停车需求。高玉辉呼吁广大市民，不要长时间占用公厕周边的限时停车区，在方便自己的同时，也为别人提供方便。（新京报）

道路停车电子收费将向支路以下道路延伸

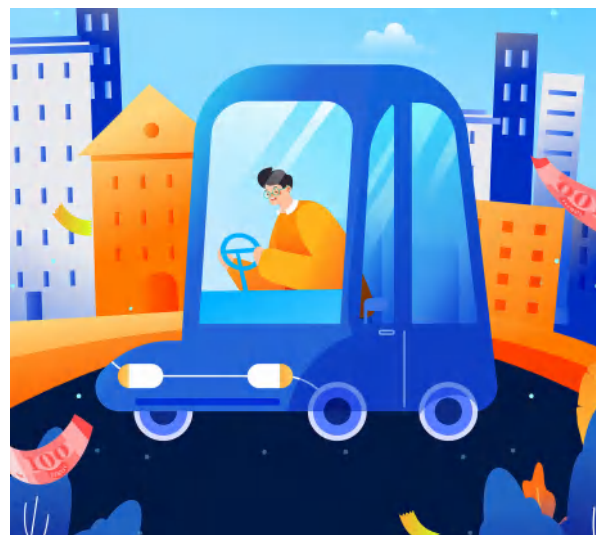
近日，北京市交通委相关负责人做客“首都之窗”介绍了北京市道路停车电子收费改革实施效果，目前全市已经有6.5万个道路停车车位实现了电子收费。下一步，北京道路停车电子收费将向支路及等级以下的道路延伸。此外，市交通部门正在研究道路欠费与信用、小客车调控挂钩。

记者获悉，截至目前，16个区和北京经济技术开发区共在648条道路上施划了6.5万个道路停车电子收费车位，并纳入政府非税收入管理，收入全额上缴区级财政。其中，城六区和通州共有540条道路、5万个道路车位实行电子收费。

北京市交通委员会静态交通处一级主任科员王燕燕介绍，下一步，北京道路停车改革向支路及等级以下的道路延伸，在既有改革成果的基础上出台支路及其等级以下道路的指导意见，明确责任主体、技术路线这样一些相关要求，进一步规范支路及等级以下道路停车管理工作。

此外，针对部分车主拖欠停车费的情况，北京市停车管理事务中心副主任欧阳松寿回应称，相关部门会通

过短信、现场提醒等方式对车主进行提醒。按照《停车条例》，如果停车人有欠缴道路停车费的，区停车管理部门可以追缴。“另外，我们也在考虑与个人信用进行挂钩，比如小客车调控或者是其他的手段。”欧阳松寿说。（北京青年报）





张智全

立好规矩不让民宿经营胡来

北京市住房城乡建设委、市公安局、市网信办近日联合起草了《关于规范管理短租房的通知（征求意见稿）》（以下简称《通知》），现向社会公开征求意见。《通知》明确了此类住房的各方主体责任，提出了出租登记、入住者信息报送等要求。业界认为，短租房、民宿将迎来最严监管。

近年来，随着“互联网+”的兴起，包括北京在内的不少城市民宿、短租房发展迅速，大量居住小区内的民宅以民宿、短租房等形式对外出租，对活跃交易、繁荣市场、方便生活、促进创业起到了很大作用。然而，如同硬币具有两面性一样，短租房经营在繁荣兴旺的背后，也泥沙俱下，因旅客入住时间不定、人员混杂、夜间活动等引发的扰民和治安问题日渐突出，导致短租房整个行业野蛮生长。在此背景下，北京率先在全国推出短租房经营监管举措，对短租房有违公序良俗的经营行立规矩、划红线，可谓正逢其时，无疑更有助于用最严的监管倒逼短租房经营“不忘初心”。

国家监管职能部门对短租房的认可和鼓励支持，其“初心”旨在通过短租房经营，盘活居民手中的闲置民宅资源，满足不同层次的消费需求，并以此促进旅游等关联行业的经济发展。相关主体只要依法依规地开展经营，不论是对提升自己收入，还是对方便旅客住宿，进而促进交易的活跃和经济的繁荣，就都是多赢。

遗憾的是，现实中不少短租房经营者为了利益最大化，无视自身应尽的法定义务和应承担的社会责任，既不履行办理房屋出租登记的手续，也不按照旅馆业要求进行信息登记，不仅给流动人口管理、治安管理带来重大安全隐患，而且给一些不法之徒利用短租房从事违法甚至犯罪活动开启了方便之门，致使不少短租房成为藏污纳垢的集散地，严重背离了短租房经营的“初心”。在这种情况下，依法对短租房予以最严监管，显然势在必行。

作为一种新生的市场交易行为，短租房经营也不可避免地会经历所有交易行为的三个发展阶段。一是由市场之手带动的自下而上的野蛮生长阶段；二是动用政府之手，加强管理的规范发展阶段；三是动态优化政府之手和市场之手，实现稳定发展的阶段。就目前我国短租房经营的现状而言，还处于野蛮生长向规范发展的过渡节点上，更需要通过强有力的监管，让其不偏离规范有序的发展轨道。

“欲知平直，则必准绳；欲知方圆，则必规矩。”短租房经营中出现的诸多乱象，折射出监管没能及时补位的尴尬。因此，确保短租房经营的可持续健康发展，及时强化监管不可或缺。此番北京拟出台的监管措施，除要求短租房须符合小区其他业主同意的条件，并满足建筑、消防、治安、卫生等方面的安全条件和依法办理房屋出租登记经营条件外，还明确了短租经营者的安全责任和互联网平台的核验责任，为短租房量身定制了一整套严密的监管制度篱笆，将有效解决短租房经营“于法无据、无例可循”这一根本问题，必能有力倒逼短租房经营“不忘初心”。

凡事预则立，不预则废。不可否认，短租房有着广阔的未来前景，但前提是必须予以有效监管。只有对短租房经营中出现的各种剑走偏锋乱象对症下药地予以根治，短租房行业发展行稳致远才会有坚实的基础。此番北京出台最严短租房监管措施的最大亮点和现实意义正在于此，值得肯定。（法治日报）

别让格式条款抬高维权门槛



张淳艺

想通过法律渠道要回某品牌共享单车99元押金，需提交中国国际经济贸易仲裁委员会进行仲裁，而案件受理费和处理费最低为6100元；网购发生争议后想维权，却发现只能去被告住所地法院打官司，而去被告所在地的交通费可能比商品金额还要高……一些企业通过格式条款提高消费者维权门槛阻碍消费者维权，这一问题引起法律界高度关注。（《工人日报》）

日常消费，争议在所难免，需要经营者和消费者约定解决办法，妥善处理问题。然而，一些企业为了维护既得利益，阻碍消费者维权，可谓机关算尽。往往从一开始签订服务协议时，就将种种不合理的格式条款埋伏其中，预设陷阱。

消费者要求退还共享单车押金，本来是一件很简单的事情。有的共享单车企业偏偏要化简为繁，规定争议必须提交贸仲委进行仲裁。这样一来，为了追回99元的押金，需要交纳最低6100元的案件处理费，无异于“追鸡杀牛”。有的电商企业约定争议由被告住所地法院管辖。如果为了几十元的商品去被告所在地打官司，仅来回的交通成本就比商品价值还高，显然得不偿失。

企业的用意就是通过格式条款抬高消费者维权门槛，让消费者知难而退，忍气吞声。然而，这些条款不仅不合情理，在法律上也是站不住脚的。《消费者权益保护法》明确规定：经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定。凡争议都需提交仲裁，加大了消费者的维权难度，提高了维权成本，这样的不合理条款依据法律应视为无效。

对于管辖争议来说，根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》，经营者使用格式条款与消费者订立管辖协议，未采取合理方式提请消费者注意，消费者主张管辖协议无效的，人民法院应予支持。电商提供的管辖协议，往往隐设在内容繁多的服务协议之中，消费者很难注意到。同时，单方面约定管辖，剥夺了消费者的管辖权益，阻碍消费者合理的权利诉求，也应认定无效。

近年来，已有不少消费者主张管辖协议无效获法院支持的案例。2015年，由于在某电商平台购买食品出现质量问题，北京的黄先生将平台及网店起诉至北京市海淀区法院，但平台以《服务协议》中的约定事项为由提出管辖权异议，认为案件应该移送到浙江省杭州市余杭区人民法院审理。对此，北京市海淀区法院明确给出否定答案，该约定事项属于霸王条款无效，消费者可在家门口提起诉讼。

企业通过格式条款抬高维权门槛的做法，严重损害了消费者的合法权益，扰乱了正常的消费秩序，必须依法予以叫停。除了消费者提高法律意识，积极与企业较真维权外，更需要消协这个“娘家”履职尽责，为消费者撑腰。

根据2015年11月1日起实施的《消协组织消费维权约谈经营者办法（试行）》，经营者如出现格式条款、通知、声明、店堂告示等存在侵害消费者合法权益的，消协组织可对经营者进行约谈。鉴于不合理格式条款侵害了众多不特定消费者合法权益，在约谈无果的情况下，消协可提起公益诉讼，维护消费领域公共利益，实现对消费者的集体救济。（北青报）



李英锋

用监管之手拆穿“表演式套路卖”

女商家带着哭腔说，自己的产品放错链接了，现在这个价格是错的，但系统崩溃改不回来了。她的丈夫知道后对她吼道：“39块钱你就把东西卖了？离婚！”在确认链接无法撤回后，与商家连线的网红主播号召直播间的粉丝：“她现在下不了车了，大家赶紧买！”妻子为了销量不得不降价卖货，却因此被丈夫辱骂；主播为了给“粉丝”低价折扣，自掏腰包补齐差价……从去年开始，这样的场景就出现在快手的一些网红直播间中，并逐渐被越来越多的主播效仿。（8月4日《法治日报》）

在春晚小品《卖拐》中，大忽悠靠编假故事、表演套路把厨师骗得一愣一愣，生生把厨师忽悠瘸了，最终以高价把拐卖给了厨师，还换回了厨师的感激涕零。而今，一些电商与主播一唱一和演双簧，通过恶意砍价、吵架、辱骂、演戏等方式诱导“粉丝”购买电商团伙的劣质商品，还让“粉丝”误以为得了便宜和实惠，简直就是活脱脱的现实版“卖拐”。

诚然，对于“表演式套路卖”，相关电商平台已经出手整治，仅7月24日就通报了28名违规主播和128家劣质电商团伙名单，并对部分主播作出停止直播14天的处罚，也已经收到了初步效果。但这种电商平台的“自罚三杯式整治”毕竟有其天生的局限性。一者，电商平台既是裁判员，又是运动员，是利益相关者，电商平台也能从“表演式套路卖”中获得一定比例的分成，因而其整治决心和诚意令人存疑；二者，对违规主播封禁14天的处罚堪称轻微，震慑力不强，可谓罚酒三杯；三者，主播在遭封禁期间，还有后门可走，可在原账号留言区公布“小号”，将“粉丝”引流到另外一个号去观看直播，从而架空平台的封禁处罚。

治理“表演式套路卖”，不能光依赖电商平台自我规范，还需要监管部门依法介入，加强监管。实际上，“表演式套路卖”不仅是忽悠，也不仅是道德问题或诚信问题，还是侵权问题，触碰了法律底线。电商和主播连麦介绍推销商品，属于典型的商业广告活动，应受到广告法的调整约束。广告法第3条规定，广告应当真实、合法；第4条规定，广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者；第55条则针对虚假广告设定了罚则。

“表演式套路卖”虚构事实、编造营销故事、忽悠消费者，涉嫌虚假广告活动，对此，市场监管部门有权依法查处。消费者权益保护法规定，经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得弄虚作假或者引人误解。侵害消费者权益行为处罚办法进一步规定，经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面、准确，不得有“采用虚构交易、虚标成交量、虚假评论或者雇用他人等方式进行欺骗性销售诱导”等虚假或者引人误解的宣传行为。依据消保类法律法规，“表演式套路卖”已涉嫌消费欺诈，市场监管部门也可从这一角度切入治理。另外，如果电商和主播连麦演戏卖的产品存有“三无”、质量不合格等问题，市场监管部门还可依托产品质量法进行监管，如数额较大，情节严重，涉嫌犯罪，公安部门则应启动刑事调查程序。

小品《卖拐》博人一笑，“现实版卖拐”可是真坑人，对于电商与主播连麦演戏忽悠消费者的行为，监管部门该好好管一管了。（检察日报）

网商售假判赔百万违约金不冤



张 涛

某商家因出售假冒知名化妆品被京东商城下架、撤店，商家将京东商城平台运营商京东公司起诉至法院，随后京东公司提起反诉，要求该商家支付违约金。经过公开审理，近日北京市大兴区人民法院依法判决商家赔偿京东公司违约金100万元。据悉，这是北京法院首例对商家网上售假判处惩罚性违约金案件。

对于商家售假的事实，双方并无异议，但对于京东公司的处罚措施，商家提出质疑，认为京东公司作为平台提供者和规则制定者，有借抽检售假为由关闭第三方商家店铺来谋取巨额利益之嫌。

《合同法》第一百一十四条规定，当事人可以约定一方违约时应当根据违约情况向对方支付一定数额的违约金，也可以约定因违约产生的损失赔偿额的计算方法，约定的违约金过分高于造成的损失的，当事人可以请求法院或者仲裁机构予以适当减少。根据最高人民法院的司法解释，当事人约定的违约金超过造成损失的百分之三十的，一般可以认定为合同法规定的“过分高于造成的损失”。不过，京东公司和商家约定的“百万违约金”，不同于传统意义上的违约金，而是体现了平台的自治权利。

近年来，电商行业蓬勃发展，一些商家售假行为严重侵害了消费者权益，也损害了电商平台的商誉。基于《电子商务法》的规定，电商平台经营者对平台内经营者有资质审核义务，否则可能承担连带责任。同时，从维护平台商业信誉，净化网络购物环境的角度出发，平台也需要对进驻平台商家加强管理，清理“害群之马”。约定带有惩罚性质的高额违约金，有助于提高商家违法成本，遏制网络售假行为，维护正规商家、消费者和平台的共同权益。

上述案件中，某商家与京东公司签订在线服务协议，约定其在京东商城开设店铺，出售某知名品牌化妆品。商家公然售假违反了法律规定和平台规则，有违基本商业伦理，属于明显主观恶意。其行为一方面增加了平台的治理成本（包括对商家进行调查取证、提起诉讼，以及受理消费者投诉，予以先行赔付等），也扰乱了平台的经营秩序，给平台商誉带来巨大损失，需要付出代价进行修复。基于以上两点，法院判决商家赔偿百万元违约金是合法合理的。

无独有偶，近期多起类似案件中，法院判决均支持电商平台打假，肯定平台规则效力。比如，在抽检发现景德镇一公司名下店铺售假后，某电商平台对该公司6家涉案店铺采取了相关限制措施，扣划货款共计112416.51元，并将上述扣款以现金券形式赔付给对应订单的消费者。为此，景德镇某公司将平台告上法庭，近日上海市第一中级人民法院作出终审判决，认为景德镇某公司售假已构成违约，平台对其开设的店铺采取限制措施、扣款赔付消费者等行为均有合同依据。

正如中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江指出，电商平台主动打假，说明电商平台的法律意识和责任意识都在逐步提升，也说明我国电子商务在高质量发展方面迈出了积极步伐。在不违反法律法规的前提下，电商平台行使自治权、制定惩罚性违约金应该得到合理保护。就此而言，网商售假判赔百万违约金并不冤，这样的硬核规则对平台和消费者是有利的，最终对商家也是有利的。（北青报）

预付消费需谨慎 严防商家迷惑阵

近年来，预付卡式消费在零售业、餐饮、美容美发、洗浴、住宿、健身等多种服务行业广泛使用，在便利支付、价格优惠、促进消费等方面发挥了积极作用，但背后同样存在较大消费风险。预付卡消费也成为消费投诉的热点，问题集中在虚假宣传、变相涨价、霸王条款、突然关门消失、单方面终止服务、服务“缩水”、退费难等方面，特别是经营者卷款“跑路”后，消费者维权难以保障。为避免消费者“花钱买气受”，太原市消协提示广大消费者：谨慎理性办理预付卡，提高风险防范意识，合理消费、按需办卡、看清条款、签好协议、保存证据。

一要谨慎选择商家。办理预付卡前应认真查证商家的证照、经营资质是否齐全，出具的发票是否与执照上的单位名称一致，要选择市场信誉度高、经营状况稳定、存续时间长、品牌知名度高、口碑较好、具备一定规模的商家。

二要务必签订合同。消费者办理预付卡时，应向发卡人要求签订合同（协议），必须清楚了解消费卡的使用范围、期限、功能、退款条件、违约责任等相关条款。对于不公平、不合理的霸王条款及时提出异议或当场拒绝，避免不必要的麻烦，同时保存好合同

协议等凭证。

三要理性充值额度。不要被商家宣传的优惠折扣迷惑而冲动消费，通常优惠越大，服务期限越长，承担的风险也就越高。为降低商家跑路、转让的风险，消费者应尽量降低预付额度，缩短使用周期，尽快消费，每次消费完还要留意卡内余额，做到心中有数。对于无记名卡，一定要注意保管好，以免丢失，给自己造成损失。总之，消费者要牢记最为关键的四个字：少充快用。

四要关注商家状况。消费者在使用预付卡有效期内，应密切关注商家经营情况是否正常，有无不提供服务等情况。在持卡消费时，若发现商家经营异常情况的，要及时向相关部门反映，以便采取有效措施减少损失。

五要主动及时维权。消费者办卡后，一定要索要票据，妥善保管好发票和消费凭证，发生消费纠纷时，可以依据合同（协议）约定与经营者协商解决，也可以向属地消协或有关行政部门投诉，一旦发现商家有涉嫌诈骗预付款等欺诈行为或存在卷款“蒸发”情况，及时向公安部门报案，维护自身合法权益。（太原市消协）

保险消费种类多 谨慎选购避误区

近日，有消费者投诉称其多年前在某保险公司业务员的推销下，购买了一份人身保险，但购买时保险公司未能提供合同，在即将到保险期限时双方就投保年限产生分歧，造成消费纠纷。面对市场上五花八门的保险种类，常德市消委会提醒广大消费者在购买保险产品时要按需购买，理性选择，警惕消费风险。

一是要根据需求买保险。消费者在购买保险时，要结合自身资产状况、保险诉求等，根据实际需求合

理筛选购买。对于一些新奇小众的险种，如某些保险公司推出的“1元”起售等，消费者不要仅凭一时兴起投保，要辨别是否为博眼球的营销炒作，是否涉嫌博彩，谨慎选择，理性消费。

二是要认真核查资质。消费者在购买保险时要核实营销员资质，提高自我保护意识。若保险销售人员推荐非保险金融产品，需提高警惕，查验相关资质。如果由他人代办保险，事后要向保险公司核实，谨防

买到虚假保险。

三是要警惕不实宣传。对于诱导投保人“退旧保新”、宣传“一经承保全部理赔”等夸大宣传的服务保证，消费者一定要擦亮双眼。还要警惕一些个人或团体以牟利为目的，假借不同身份通过网络平台、短信、微信及张贴广告等方式发布“可办理全额退保”信息，以怂恿、诱导等手段让消费者委托其代理“全额退保”事宜，并以此收取消费者高额手续费的行为，避免可能带来的风险。

四是要签订正规合同。在购买保险时，不要只听信保险业务员口头上的介绍，要签订书面保险合同。如保险业务员不出示保险合同、保险费率等相关资料

的，消费者应拒绝购买。在签订保险合同时，一定要充分阅读保险合同条款，尤其是专业性强的格式条款，认真了解产品细则，确认产品属性，了解保险责任、免责范围、退保损失等，避免糊涂签约，充分保障自己权益。

五是要及时依法维权。消费者在购买保险后，要确认个人信息是否正确、完整录入，避免日后理赔时产生消费纠纷。如因保险合同或服务产生纠纷的，可以直接向保险机构进行投诉，也可以直接拨打12315热线行投诉，或者到当地消费者组织寻求帮助，也可以直接向人民法院起诉。（常德市消委会）

请注意！外出旅游，这些事项要谨记

当前正值暑期旅游高峰期，为提高游客的安全防范意识，为海南自贸港和国际旅游消费中心建设营造良好的旅游环境，省旅文厅日前发布暑期旅游安全提示，提醒来琼游客暑期旅游做好个人防护，安全健康绿色出游。

科学安排行程

出游前，通过权威渠道了解目的地最新疫情防控政策；了解景区开放、限流措施，尤其要了解门票预约、分时段游览等措施；了解旅游目的地天气变化情况。合理规划旅游线路和时间，自觉遵守当地政府及有关部门发布的公告警示提示，不要擅自进入未开发、未开放的无人岛、保护区等区域开展游览、露营、探险等活动。

倡导预约错峰出行

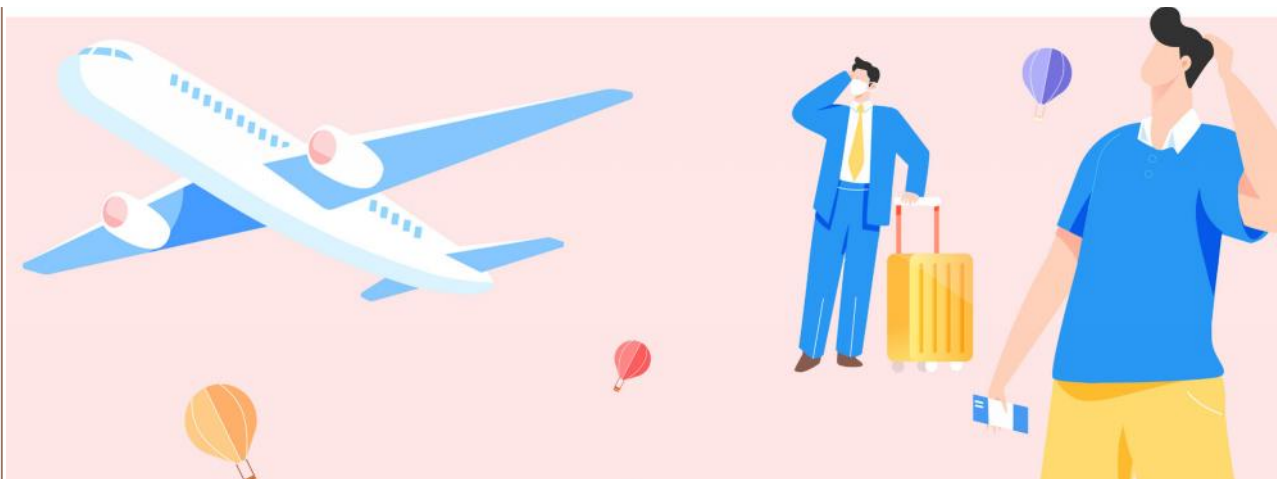
做好自我防护，戴口罩、勤洗手、测体温、勤消毒、不聚集、勤通风。游览时遵照景区规定，间隔入园、错峰旅游，避免扎堆。户外活动时，加强个人防护，做好防暑防晒工作。注意饮食安全，选择具有合法资质的餐馆用餐。

提高防范意识

参团旅游时，选择具有资质的旅行社，与旅行社签订正规合同并索取发票、行程单，明确约定旅游行程及自费项目等。自驾游时，做好车况检查，杜绝疲劳驾驶和酒后驾车，做到安全驾驶、文明行车。根据个人年龄、健康、心理等状况，谨慎参与高空、高速、涉水、探险等高风险项目。不在没有安全保障的水域游泳，谨慎选择划船、漂流、浮潜、深潜等涉水活动，并在专业人士指导下进行。增强自身安全防范意识，鼓励购买意外险。

健康绿色出游

主动遵守旅游目的地和景区疫情防控规定，自觉接受测量体温、查验健康码、分时限流、保持间距等要求。不在景区、林区、树叶堆积等区域进行烧烤、明火取暖、乱丢烟头，防止引发森林火灾。爱惜生态环境，不在公共场合吸烟。保护文物古迹，不乱刻乱画，遵守公共秩序，不大声喧哗，不随地乱扔垃圾，做好垃圾分类处理，不随意投喂动物，爱惜公共设施。讲究卫生、拒绝野味、理性消费，自觉减少一次性物品使用，树立文明、健康、绿色旅游新风尚。（海南日报）



做好个人防护 警惕低价旅游团

近期，针对暑期旅游高峰期，云南省文化和旅游厅发布11项暑期旅游提示，做好个人防护，错峰出行，警惕低价旅游团，安全健康文明出游。

提示一：合理规划行程、做好出行准备

请广大游客关注云南旅游、气象、交通和卫生等部门发布的宣传和提示，了解当地的疫情状况和防控措施，做好旅游攻略，合理规划行程线路和出游的时间，尽量避开热门景点或者景点的高峰时段，不要去14天内仍有病例发生的地区，采取景区入园门票预约政策，错峰出行。

提示二：选择正规旅行社、警惕低价旅游团

游客报名参团时要选择有相应资质的旅行社，注意查看《工商营业执照》《旅行社业务经营许可证》和《税务登记证》等，确认经营范围，判断对方是否正规，正规旅行社在定价与线路安排上都有清晰的标准，并了解对方的规模和口碑，好的旅行社会带给游客更好的旅游体验。

要根据自己的身体健康状况选择合适的旅游线路产品，切莫相信“熟人介绍”及通过微信朋友圈、俱乐部等组织的旅游团，拒绝参加“不合理低价游”“免费游”“买保健品或保险送旅游”等旅

游产品，这些旅游产品一般是通过购物安排、另行付费项目等方式来获取回扣，以弥补差额团款，这样的价格会让游客付出更为高昂的代价。

提示三：旅游合同要签订、法律条款要注明

参团外出旅游时，一定要到旅行社的办公场所或门店与旅行社签订正式的电子旅游合同（2017年7月云南已启用电子旅游合同，旅行社必须在旅游监管平台上与游客签订合同），明确双方的权利和义务，避免阴阳合同损害游客合法权益。合同应当包含旅行社、游客双方基本信息、行程安排、游览项目、服务标准、旅游费用、违约责任和纠纷解决方式等内容，云南禁止旅行社安排及推荐游客进店购物和参加自费项目。游客在签字、盖章前，应仔细阅读合同条款及出团通知书，充分了解合同责任，以避免日后发生合同纠纷。

提示四：对私账户勿转账、正规发票要索取

游客在支付旅游团费前，一定要了解清楚包价旅游合同中注明行程的费用明细，以及费用的区分（交通、用餐、住宿、导游费、门票等），正规旅行社，财务管理是比较规范的，团费应转入签约旅行社的对公账户，在转账支付的时候要注意核对，

警惕私人转账要求，否则会出现资金被骗的情况，不可掉以轻心。

旅游团费支付后，要索取正规发票，并仔细核对信息及款项是否与约定一致，是否为税务部门出具的正规发票。

提示五：旅游保险要购买、意外损失有保障

外出旅游可能会遇到人身伤害、财产损失、罹患疾病等情况，游客在签订旅游合同及支付旅游费用时，要向旅行社咨询清楚是否正规且足额购买了云南旅游组合保险及是否要求游客购买人身意外保险。虽然旅游保险不能包揽一切，旅行社也不负责赔偿因游客自身责任发生的事故损失，但通过旅游保险可降低游客意外风险损失。

提示六：疫情防控要执行、个人防护要做好

在云南旅游行程中，要严格执行云南省疫情防控政策，全程佩戴口罩，做好个人卫生，尽量少接触公共设施设备。在景区有序排队，保持人际1米以上安全距离，自觉配合测温、健康码查验、限流等措施。密闭通风不好的情况下，要尽量减少饮食次数，不建议携带没有自理能力的婴幼儿进行堂食，建议餐前预约，错峰用餐，来避免拥挤，如有发热不应该进入餐厅，注意咳嗽礼仪，推荐使用公筷和公勺。如无必要，尽量不要聚集，尽量不参加大型集会，并避免接触或食用野生动物和进口海鲜。旅途中出现发热、干咳、乏力等症状应该到就近的医疗机构就诊。

提示七：选择跟团游云南、诱导购物属禁止

游客在云南跟团旅游，要注意相关从业人员会以“企业复工复产政府补贴或扶贫项目、旅游市场秩序整治放心店、馈赠朋友礼品、为亲人祈福”为名诱导消费，以“玉器、银器、茶叶、当地原生药材”有“升值空间”及“能治百病”等虚假或夸大宣传的方式诱导购物，在旅途中请不要购买不需要的旅游商品，如发现请及时进行举报。如需购物，一定要多比价格，货比三家，还应检查商品，确保货品完好无损，配件齐全，要核查单据，妥善保管购物凭据以便自身维权。要避免因导游劝导而“不好意思不买”，

也切莫因“大家买了我也买”而盲目、冲动消费。

提示八：选择自驾出行游、交通安全要遵守

请提前做好车况检查，遵守交通法规，安全驾驶，文明行车。乘坐或驾驶时请系好安全带，不要让未满十二周岁的儿童乘坐机动车副驾驶座位。远道出行的自驾游游客要遵守《道路交通安全法实施条例》“连续驾驶机动车超过4小时应停车休息，停车休息时间不少于20分钟”的规定，避免疲劳驾驶。

提示九：文明公约要遵守、对待纠纷要理智

游客旅途中要遵守《中国公民国内旅游文明行为公约》，树立文明出游意识，维护环境卫生，遵守公共秩序，遵守我国及相关旅游目的地国家（地区）的法律法规，保护生态环境，保护文物古迹，爱惜公共设施，尊重他人权利，做文明的游客。旅途中发生纠纷时，游客要把文明理智记心头，冷静对待，注意收集和留存各种证据材料，及时与导游或旅行社进行沟通，双方通过协商采取积极补救措施处理，切莫采取过激言语及行为导致人为扩大损失或激化矛盾。

提示十：旅游安全应注意、发生意外报保险

旅游期间如发生意外，赶紧到就近的医院进行医治，并及时向保险公司报案，妥善保存医院出具的诊断证明书及有关单据，事后才能获得相应赔付。

提示十一：发票证据要保留、旅游维权要合理

有些旅行社会出现表里不一的状况，在行程开始前，表现的态度积极、主动，但在旅程开始后，态度会大转弯，旅行社及导游往往会擅自更改行程、强迫消费等，游客应注意留存证据，可及时拨打当地旅游投诉电话进行投诉，也可在旅游行程结束后，通过电话、信函、网络及到旅行社所在地的旅游质监部门等方式进行投诉，并提供证据、发票和记录，依法合理维权。特别注意的是：投诉时效为旅游合同结束之日起90天，超过时效的请求将不予受理，游客可选择向人民法院提起诉讼等途径依法维护自己的权益。

（云南省文化和旅游厅）

选择家政服务要做到“四要”

私下谈好的月嫂临时爽约，微信群里“签约”的保洁顺手牵羊，预付半年工资后家政人员却因公司垮台不再露面……近日，针对家政市场存在的问题，河北省消费者权益保护委员会发出提示，提醒广大消费者选择家政服务要做到“四要”。

要查验服务人员的相关证明。雇佣家政服务人员前，要查看身份证、健康证。建议消费者登录手机APP家政信用查，能查出家政公司是否在商务部平台注册备案，家政人员是否在商务部信用平台认证，进一步核实家政人员身份信息、职业资格、服务技能以及个人是否有不良纪录等信息。

要选择正规家政服务公司。选择家政服务时，消费者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，要选择证明齐全，信誉好，规模较大，服务规范的家政服务公司。家政服务一般是入户服务，涉及家庭财产、人身安全，也不排除家政人员入户工作期间发生工伤等不可预知情况发生，选择正

规的家政服务公司更有保障。

要细心签订服务合同。家政服务不同于购物消费，常因家政服务人员的行为习惯、技能水平等面临变更合同，甚至可能会出现需要解除合同等情况。消费者在接受家政服务时，不要轻信口头承诺，务必与家政公司签订书面合同。合同尽可能细化条款，明确约定服务时间、地点、内容、价格(节假日服务价格)、违约责任，特别是当出现消费者财产、人身安全等情形时，经营者应当承担的责任等。尽量不要未签合同就轻易交纳定金、押金之类的费用或办理金额较大的预付卡，尽量不选择预支服务项目，以防家政公司倒闭或改头换面时难以维权。

有特殊作业的要拟定针对性的条款。家政服务涉及高空作业时，风险较大。这类服务要看家政公司安全防护措施，签约时注意查看家政服务公司是否为其服务人员购买人身意外伤害保险，要在合同中明确这类服务的责任。(中国消费者报)

网购品牌女包没logo 消协建议这样维权

近年来，网络购物以其产品多样、价格实惠、方便快捷等特点，受到越来越多消费者的喜爱。但消费者在网购时，也会遇到各种问题。西城区消协提醒消费者，尽量在有证照公示的正规商家消费，如果遇到问题，依法理性维权。

消费案例

8月14日，消费者张女士在淘宝上买了一个某法国品牌女包。收货后，她发现包内、包外和金属环上都没有logo，而且包的外观与该品牌女包官网上的图片有细微差别。她怀疑是高仿包，但客服说是正品包，没有质量问题。

张女士认为，除非鉴定才能知道真正结果，但又考虑到维权成本太高，所以希望尽快退货，免得麻烦。于是，向西城区消协投诉。

接到投诉后，消协工作人员耐心倾听消费者的诉求，了解到她刚收到商品两天，而且商品完好，不影响二次销售，符合新《消法》第25条规定的“七天无理由退货”条件。消协工作人员明确告诉消费者，她这种情况可以与商家协商退货。问题很快得到解决，消费者表示满意。

消费提示

在网络购物环境下，消费者无法直观地感受和挑选商品，商家的销售记录便成为影响消费者购买决定的重要信息。销售记录较高的网店和商品常常会得到消费者的青睐，这也促使一些商家千方百计地设法虚构销售量来吸引甚至误导消费者。因此，消费者在网上购买商品时，应综合考量各种信息，对网店和商品做出全面的评价，并注意以下几点：

一要理性消费。根据自身需要选购商品，仔细查看商品描述信息和宣传图片，尽可能选择商品属性信息提供较为完全的商家消费。注意货比三家，多对比相同商品在不同商家标注的产品说明和价格，掌握商品的全面信息。对于直播购物等体验分享式销售形式，应避免冲动消费和从众心理。

二要甄别商家。选择资质齐全、信誉良好和售后服务完善的电商平台和网店，购买商品前要认真阅读平台和网店的服务声明，充分了解权利义务及售后政策，避免选择售后服务政策不完善的商家。

三要警惕销量“陷阱”。尽量避免选择开业时

间较短但评价率和信誉度较高的网店；警惕那些在较短时间内出现大量订单，且商品体验感受评价大多粗略敷衍的商品，避免陷入“刷单炒信”的消费陷阱。

四要保存凭证。购物时注意截图保留商品宣传图片、商家促销活动规则、订单页面、聊天记录、物流信息等交易信息；收到商品时，尽量开箱验视后再签收，如商品损坏或与网站宣传明显不符，应拒收并拍照留证，以备消费维权之需。

五要及时维权。与商家产生争议时应尽早向电商平台或网店经营者所在地的监管部门进行投诉。（西城区消协 王妍）

网络游戏“三注意”

暑假期间，网络游戏成为丰富暑期生活的重要娱乐项目，各类网游充盈市场，家长们开始为沉迷游戏的孩子而担心。上海市消保委提醒各位家长与青少年们，在网游消费中要注意以下三点：

1、履行监护责任

消费者秦先生于2020年6月26日发现孩子未经他同意向某网络游戏平台充值4500元，秦先生立刻联系平台售后申请退款，商家拖延答复。

疫情之下，孩子们免不了线上学习，家长将开通支付功能的电子产品交予孩子，孩子在无监管时可随意充值游戏账户，待家长发现已“损失”颇多，由此导致未成年人未经允许高额充值的消费纠纷日渐突出。各位家长要履行监护责任，帮助孩子树立正确的消费观念，引导孩子在玩游戏时保持理性。建议家长取消免密设定或仅限于小额支付免密，解绑大额银行卡或严格设定支付密码；开通大额短信验证码支付，确保自己在所有大额支出前收到短信提示；养成定期查看账单的习惯。

2、切忌违规操作

消费者小文同学于2020年6月26日发现无法登录

某网络游戏平台账号，账号中还剩余5000多元装备，小文随即联系平台要求解封，经了解，小文为了快速达到“成就”便在网上购买外挂软件，平台检测到该账号违规后处以永久封号。

一些消费者玩网络游戏时急于求成，会选择使用第三方辅助软件开挂等违规操作，一旦被游戏平台检测到并判定为违反游戏服务协议及相关条例，游戏账号会被采取封号等处罚措施，从而损失账号中的原有游戏财产。另外，第三方插件往往带有病毒风险，可能会造成信息泄露等相关问题，因此请消费者正常“练级”，以免受到不必要的损害。

3、支持正版游戏

消费者廖同学于2020年6月21日在某网络游戏中购买了2880元的游戏币，对方承诺可以退款，但一直没有收到，查询后发现该游戏没有正规版权号，提供的经营地址也查无此处。

如今的网游市场，存在着一些无版权号的盗版游戏，造成消费者完成充值后再也找不到商家。建议消费者通过正规渠道下载或购买正版游戏，不要随意点击下载不明链接中的APP，尽量选择信誉良好的游戏公司进行交易，切勿通过线下方式交易。

（上海市消保委）

健康营销“说法”多 别被虚假宣传迷惑

如今，在网络上广为流传的健康养生“知识”被不少商家利用起来作为营销“说法”。乍看上去，这些“说法”说得“头头是道”，但其中不少含有虚假宣传、夸大宣传，需要消费者细心辨别。“说法”里的“门道”多，消费者莫被虚假宣传迷惑了。下文中，我们通过部分被公开曝光的案例，揭开这些虚假宣传的真面目。

“甩脂机”、“小蛮腰抖器”甩甩就减脂？

医生：适量运动+合理膳食才是正道

据国家市场监督管理总局网站发布信息显示，浙江苍南耶耶商贸有限公司销售的“充电触摸屏健身瘦身腰带甩脂机”“腹部按摩减脂瘦腰减肚子小蛮腰抖器”，宣称用户只要用上“甩脂机”“小蛮腰抖器”，让神器抖动，不需忍受运动和节食的辛苦，就能达到“减脂”效果。

真相如何？“减脂”效果没盼来，却等到了处罚通知。因上述商品的广告语涉嫌违反《中华人民共和国广告法》第十七条之规定，属于非医疗、药品、医疗器械广告使用医疗用语违法行为，浙江省苍南县市场监督管理局对上述商贸公司进行了处罚。

正确的减肥方法是什么？深圳市营养学会临床营养分会主任委员、深圳市人民医院营养科主任医师葛茜在接受媒体采访时谈到，判断超重和肥胖的一个主要指标是体脂率，减肥也是要减掉脂肪，降低体脂率。男性体脂率高于25%、女性高于35%则属于肥胖，会影响身材，更会影响健康。体脂率在32%甚至35%以上就可算是较严重的肥胖。肥胖会提高罹患各种疾病的风险。如高血压、糖尿病、高脂血症等。”



减掉脂肪需要多多参加运动，但是只有全身运动特别是核心肌群的有效运动，才能真正提高身体的代谢率。“甩脂机”“小蛮腰抖器”这种局部脂肪组织震动，不能实现运动提高代谢率的作用，因此也不可能实现“减脂”。此外，实现“减脂”也要控制饮食中的热量，避免摄入高热量食物；增加饮食中的膳食纤维成分，提高饱腹感；保持良好的生活规律，按时进行运动、饮食等各方面的调整，必要时到专业医疗机构寻求帮助。

“滴眼液”、“贴眼贴”治愈白内障？

医生：手术治疗才靠谱

据媒体报道，武汉市武昌南湖77岁的杜婆婆独自一人居住，5年前视力下降明显，她到医院检查，被诊断为白内障和老花眼，医生建议她尽早手术。由于害怕手术，老人一直犹豫不决，后来在广告上看到一款眼贴，说是能治好老年白内障和老花眼，心动之下就赶紧买了回来使用。

虽然老人感觉视力越来越差，眼睛还特别胀痛，但对方销售人员说

是因为疗程还没到时间，于是老人就一直使用下去，持续用了5年。没想到，视力退化加剧，等女儿带她去医院检查时才发现，老人双眼几乎失明。在医生的建议下，杜婆婆接受了白内障手术，视力已经恢复到1.0。

和这种眼贴类似的，还有一些“滴眼液”也宣称具有治疗老年性白内障的功能。正确治疗白内障的方法究竟有哪些呢？

首都医科大学附属北京同仁医院青光眼科主任医师唐炯介绍说，老年性白内障的出现是由于晶状体随着年龄的增大而变得浑浊、老化，“这个浑浊是逐渐加重的，所以病人会感到视力的逐渐下降，并且是无痛的视力下降。”

目前白内障在药物治疗方面还没有特效药。部分眼药水，只能对早期的白内障起到延缓病情发展的作用，但无法逆转病情。“白内障的成因跟年龄相关，也与紫外线过多照射相关，但其他影响因素在临床研究中并没有发现，所以就没有特别有效的药物来治疗。”唐炯强调，白内障最有效的治疗手段是手术，也就是把原本浑浊的晶状体拿出来，换个透明的晶体进去，让白内障患者重获清晰的视力。

“幽螺莎星HP牙膏”抗幽门螺杆菌？

医生：药物治疗是正道

上海市嘉定区市场监督管理局发布的信息显示，上海利康消毒高科技有限公司销售的“幽螺莎星HP牙膏”在广告中宣称，能清除幽门螺杆菌，消除口臭，预防胃HP感染复发。

这款牙膏真有如此“奇效”吗？上海市嘉定区市场监督管理局给出了否定的答案。因违反《中华人民

共和国广告法》第四条第一款及第十七条的规定，上海利康消毒高科技有限公司被处罚款5万元。

用牙膏刷牙就能“远离幽门螺杆菌”，靠谱吗？中华口腔医学会副会长、解放军口腔医学研究所所长刘洪臣在接受《中国消费者报》采访时表示，消费者有三点科普知识需要掌握：第一，牙膏只是刷牙的辅助用品，起到清洁抛光牙面，使口腔清爽的作用；第二，牙膏不是药，不能作为药物利用，牙膏的药物作用是不准确的；第三，口腔内幽门螺杆菌与胃里的幽门螺杆菌是同源的。

正确治疗幽门螺杆菌的方法是什么？刘洪臣介绍说，幽门螺杆菌疾病有明确的药物治疗模式，宜同步配合药物漱口水治疗。正因为口腔的特殊环境容易滋生牙菌斑，导致龋病、牙周炎等口腔疾病影响全身健康，消费者需特别关注自己的口腔卫生，若患有口腔疾病要到医院检查治疗。

“百世乐”高电位治疗仪包治百病？

医生：电疗功效被夸大

浙江省市场监督管理局公布的信息显示，杭州兴世亚科技有限公司销售的“百世乐”高电位治疗仪宣称具有调解自律神经系统、内分泌系统和免疫系统，防治各类慢性病等功能，失眠、神经衰弱、高血压、糖尿病、心脏病等人群均适用。

这个治疗仪真的如此神奇吗？答案是否定的。上述宣讲因超出产品注册证核定的适用范围进行虚假宣传，违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款规定，被处罚款120万元。

百世乐治疗仪到底能不能治疗“三高”等各类慢性疾病？事实上，该治疗仪的适用范围是辅助治疗失眠、头痛、颈肩痛、腰痛、关节痛及便秘症。由于属于第三类医疗器械，该治疗仪具有较高风险，需要采取特别措施严格控制管理以保证其安全、有效。

温州医科大学附属第一医院老年病专科主任杜晓红在接受媒体采访时指出，一些生物电流会让血液循环加快，但电疗功效被夸大了，很多商家的治疗宣传是不属实的。“首先，临床没有相关数据证明，电疗对健康或亚健康人群有保健效果。其次，电疗是针对特定患病位置进行的，治疗仪通过坐垫放电，如果确实有电流存在，这种做法并不适合有血栓病史、心脏换过瓣膜的人，以及有房性(心房)颤动的病人。”

“固元清”治痛风三天见效？

医生：改善生活方式才是关键

据中国消费者协会网站发布信息提到，茅先生因患痛风疾病，在浙江省慈溪市某生物科技有限公司看了相关产品“有效调整嘌呤代谢功能、平衡血尿酸”“承诺三天起效”等宣传后，分两次从该公司购买了5盒产品批号为食字类的“固元清”黄精苡仁汤。

服用后不久，茅先生感到极度不适，经医生诊断为药物性肝损伤住院治疗，合计花费治疗费用22400元。出院后，茅先生向当地消费者权益保护委员会投诉。调查人员认为，该公司对商品作引人误解的虚假宣传，造成消费者的误认误购，因此要求该公司退还货款并补偿茅先生25000元。

和“固元清”黄精苡仁汤类似，还有一些固元清酸胶囊在销售过程中也宣称有平衡血尿酸、治疗痛风的功效。这是真的吗？

经查验，国家药品监督管理局并没有批准名称为“固元清酸胶囊”及“固元清”黄精苡仁汤的药品。这是商家利用患者求健康心切进行的虚假宣传，把食品当作了药品来卖。

治疗痛风的正确方法有哪些？杭州市中医院风湿免疫科主任医师李亚妤在接受媒体采访时表示，患者总希望有“特效药”，其实改善生活方式是痛风非药物治疗的核心环节，一方面能降低血尿酸水平及减少痛风急性

发作，另一方面能促进及保持理想的健康状态，预防并发症。

在日常生活中，要避免生活无规律，限酒、减少高嘌呤食物的摄入、减少果糖摄入、多饮水、防止剧烈运动或受凉。对于合并高血压病的痛风患者，切勿自行使用利尿剂以及降压药，请在医生指导下用药。

“曹清华胶囊”治疗风湿有奇效？

医生：无法完全根治

据《健康时报》报道，西安阿房宫药业股份有限公司生产的曹清华薏苡除湿止痛胶囊(以下简称“曹清华胶囊”)宣称能“战胜类风湿、肿痛、晨僵、伸不直”，7天疏通关节，3个月内能让受损关节重生。现实中难缠的关节疾病，在曹清华胶囊广告里可谓药到病除。

真实效果是否也如广告中描述的这般神奇？未必。据统计，2007年至2018年间，曹清华胶囊因表示功效的断言、利用患者名义和形象为产品功效作证明等原因，被全国各省市地区食药监局、工商局通报高达上千次。

治疗风湿疾病的正确方法是什么？中国中医科学院望京医院骨关节二科主任温建民在接受媒体采访时曾指出，风湿病的原因尚不明确，无法从根本上完全治愈。一切打着“治愈、根治”旗号的治疗类风湿药品广告都是虚假广告。但不乏很多患者对于疾病无正确认识，总希望寻求根治之法。广告正是摸透了患者和家属的这种心理，通过巧妙的宣传来诱导消费者。

目前，临床上治疗类风湿关节炎的药物主要是减轻疼痛，改善关节功能、延缓疾病进展。温建民表示，每个病人情况不同，要量体裁衣，采用不同药物。用药、停药都应在医生指导下进行，切勿自行决断，更不要听信广告盲目用药，否则，不仅效果达不到，还可能出现其他副作用。

(人民网)



眼睛比皮肤更怕紫外线，太阳镜别选错了

紫外线照射眼睛，轻则会造成眼部不适，急性期可能损伤角膜，引发点状角膜炎、电光性眼炎，长期高强度紫外线照射有可能导致白内障、黄斑病变。一款合适的太阳镜不仅能帮你抵挡烈日骄阳的辐射，保护眼睛不受紫外线侵害，同时又能保证自己的时尚品位，彰显个性魅力。那么，太阳镜都有哪些分类和检测标准呢？消费者选购应该注意什么呢？

太阳镜的种类

目前，我国针对太阳镜检测的主要标准有《QB 2457-1999 太阳镜》和《GB 10810.3-2006 眼镜镜片及相关眼镜产品 第3部分：透射比规范及测量方法》，主要检测项目有表面质量、光学性能（球镜度、棱镜度）、透射特性（光透射比、交通讯号识别）等。根据太阳镜片光透射比的不同，太阳镜通常分为三类：

（一）浅色太阳镜：主要起到装饰作用，在阳光不强烈的时候也可使用，品种较为丰富，颜色较为绚丽；

（二）遮阳镜：能够有效防止一

般户外活动时强光和紫外线对眼睛的刺激；

（三）特殊用途太阳镜：例如滑雪、爬山、海滩游玩时所佩戴的太阳镜，在光线强烈的照射下，光透射比较小。

太阳镜的选购

选太阳镜的时候并不是颜色越深越好，长时间佩戴颜色过深的太阳镜，眼睛瞳孔会在暗的环境中放大，引起视觉疲劳。如果太阳镜的镜片质量不好，则会使眼睛吸收更多的紫外线，对眼睛伤害极大，甚至会诱发白内障等病症。因此，消费者在选购太阳镜时需要注意以下几点：

1、首先通过产品标签上的类别

选择适合自己的太阳镜，同时观察镜片是否有划痕、杂质、气泡、条纹等问题；其次观察标签上是否具有防UV标识，防UV的太阳镜能够有效阻挡紫外线中部分能量较高的光线，减少高能量光对眼睛的伤害。

2、选择棱镜度较小的产品

通常情况下，太阳镜的镜片本身

没有度数，但是由于加工时镜片各点的受力不均产生了不同的内应力，导致镜片产生了棱镜度，消费者戴上以后易产生晕眩感。购买时可要求店员用焦度计等仪器进行棱镜度检测，或是在日光灯管下，观察镜片上的光线是否呈直线，如直线扭曲严重，则具有较大棱镜度。

3、开车不要戴炫彩片太阳镜

近年来，炫彩片太阳镜十分流行，但该产品其交通讯号透射以往往达不到要求，容易产生红、黄、绿光的失真，开车佩戴时具有一定风险。

4、根据不同的场合更换不同的太阳镜

例如在户外阳光强烈的场所活动，需要佩戴遮阳镜或是特殊用途太阳镜，在室内时则建议更换为浅色太阳镜。另外，不建议儿童长期佩戴太阳镜，因为儿童眼球尚处在发育阶段，长期佩戴太阳镜减少了光线对儿童眼睛的刺激，不利于儿童眼球的健康发育。（浙江消保委）

注意！"免息分期"中免息不等于免费

近日，上海银保监局发布信用卡分期业务和投保个人贷款保证保险的消费提示，提醒消费者信用卡“免息分期”中免息不等于免费，不同分期期数对应不同的手续费费率；互联网申请贷款投保时，切勿盲目勾选“已知晓”等按钮直接跳过重要信息，以免产生不必要纠纷。

信用卡“免息分期”中免息不等于免费

案例表示，宋女士就其持有的信用卡，自第一期账单开始办理分期还款业务，在按期还款三十几笔后，宋女士发现支付的手续费和利息高于自己理解并计算的金额，故引发与发卡行之间纠纷。根据此类

信用卡业务投诉热点和消费误区，银保监局提示消费者要科学辨识信用卡分期业务，对分期业务收费做到心中有数，养成理性消费、合理负债的理念。

科学辨识信用卡分期业务。在实务中，经与银行达成一致，信用卡持卡人可以对未还账单申请分期偿还，也可以对购车、装修等大额

消费申请分期偿还。若持卡人急需现金周转，可以在信用卡预借现金额度内申请现金转账或现金提取。根据相关监管规定，预借现金业务原则上不享受免息还款期或最低还款额待遇，持卡人确需分期偿还的，可申请办理。

对分期业务收费做到心中有数。

银行对信用卡分期业务通常会收取一定的利息或手续费（有时简称为息费），消费者如遇到银行宣传信用卡“免息分期”，请务必了解清楚其具体含义，因为免息并不等于免费。有的银行对分期业务会收取一定比例的手续费，不同分期期数对应不同的手续费率，消费者可以选择分期或者一次性支付手续费。消费者在办理信用卡分期业务时，请认真阅读合同条款，尤其是涉及手续费、违约金计算等，必要时可向银行询问确认，避免因分期过多造成高昂的个人财务成本，最终因入不敷出导致征信受损。

养成理性消费、合理负债的理念。理性消费是合理使用信用卡的前提。近年来，一些消费者在个人收入无法满足消费需求时，往往会办理多张银行信用卡进行循环透支消费，一旦个人账务管理不善，可能会陷入“以卡养卡”的债务怪圈。更有甚者，少数消费者在信用卡也无法满足自身需求时，会通过其他途径借款，极易落入非法高利贷陷阱，最终债务缠身，给个人和家庭带来严重伤害。此外，监管要求个人信用卡透支应当用于消费领域，不得用于购房，不得用于生产经营、投资等非消费领域。因此，请广大持卡消费者一定要树立量入为出的正确消费观和理财观，对消费、储蓄、负债做好合理规划。

互联网申请贷款投保时 切勿盲目勾选“已知晓”等按钮直接跳过重要信息

案例显示，杨先生在互联网上向某银行申请10万元贷款，并选择了投保某保险公司的个人贷款保证保险，



Focus

银行对信用卡分期业务通常会收取一定利息或手续费，消费者如遇到银行宣传信用卡“免息分期”，请务必了解清楚具体含义，因为免息不等于免费。

按照提示进入投保环节，在后续页面中出现了个人征信业务授权书、保险产品介绍、投保须知及投保协议等。杨先生急于获得贷款，未仔细阅读就直接勾选了“已知晓”并进行了下一步操作。杨先生事后发现，自己虽然成功获得贷款，但根据投保协议，除了每月还款金额外，还需支付一定数额的保费，融资成本比自己预想中的更高，从而引发争议。根据此类投诉热点，银保监局提示消费者：

正确认识个人贷款保证保险。个人贷款保证保险（或个人借款保证保

险）的投保人为借款人，被保险人为贷款人。购买个人贷款保证保险属于信用增进（下简称增信）措施之一，除此以外，增信措施还包括第三方担保、抵押或质押担保等等。个人消费贷款等实务操作中，借款人可以通过购买个人贷款保证保险方式用以增信从而获取相应贷款，因此借款人为此购买时请看清所购险种。

合理评估个人贷款及投保需求。

个人贷款保证保险作为增信措施之一，在实务操作中应遵循自愿原则，即贷款人不能强制消费者购买贷款保证保险，但借款人也可能因缺乏其他有效的增信措施而无法获得贷款。因此，请消费者务必结合自身的还款能力综合考虑是否贷款或投保。消费者若投保了个人贷款保证保险，则融资成本中除贷款利息外，还将包括保证保险的保费，请消费者切勿忽略这部分融资成本。

认真对待借贷和投保办理流程。

借款人在办理贷款手续时，如确需投保个人贷款保证保险的，除关注贷款协议外，还应仔细阅读个人贷款保证保险的投保材料，尤其关注保险责任、除外责任、缴费方式、缴费金额和缴费期间等关键内容，了解清楚后再签字确认。若通过互联网申请贷款并投保，则请务必留意贷款操作页面的各个流程环节，根据页面提示认真阅读投保须知、保险条款等，清楚自身权利义务，切勿盲目勾选“已知晓”等按钮直接跳过重要信息，以免后续产生不必要纠纷。

按时履约还款维护个人征信。

投保个人贷款保证保险并不能免除借款人的还款义务，如果借款人发生贷款逾期或违约，保险公司会先行向贷款人赔付，然后对借款人进行追偿，并可能上传计入个人征信系统，对借款人未来的贷款、出行、就业等产生不良影响。因此请消费者理性借贷，在办理贷款后遵守合同约定，按时还款付息、缴纳保费，切勿因过度负债、无力偿还贷款而影响个人信用记录。

（人民网）

走出误区，婴幼儿纸尿裤这样选！

随着消费观念改变、生活水平提高以及生活节奏加快，对生活品质的追求也逐渐显现，婴幼儿纸尿裤渐渐取代传统尿布，一次性纸尿裤因具有方便携带、不必清洗，更换方便等特点，越来越受到年轻父母的喜爱。市面上的纸尿裤品种繁多，商店的货架上琳琅满目，该怎么选纸尿裤？以下七点供您参考：

1. 尺码

首先要选择适合的尺码，选购时要注意纸尿裤是否可完全服帖在宝宝的肌肤上（约可容纳一根手指的宽度），不应出现红色勒痕。

2. 材质

好用的纸尿裤，质地要轻薄透气，边缘柔软、不会刺激及刮伤皮肤。

3. 吸水

尿湿时，衬垫能够将尿液吸附于其中，保持臀部皮肤的干爽，减少了患尿布疹的机会。还可以减少更换频率。

4. 立体护围

现在的纸尿裤都有立体护围，以保证不侧漏。在选择纸尿裤时，要看看立体护围所用的橡筋是不是够细，弹性够好，否则会勒红宝宝的皮肤，还有可能会造成尿液侧漏。

5. 弹性腰围

加了弹性腰围会使纸尿裤更贴近宝宝，防止后漏，有环抱式的弹性腰围和弹性的腰贴，也是穿着舒适防漏非常重要的要素。

6. 胶带

粘性要强，而且最好能够重复黏贴；另外撕开的声音不要太大声，免吓醒沉睡中的宝宝；不能太硬，否则容易划伤宝宝。

7. 购买

（1）消费者在选购时尽量到大超市和大商场等正规门店

因为正规商店一般有正规的进货渠道，储存环境、卫生条件可以得到保证；同时应选择大型企业、知名品牌的产品，这些企业的生产设备、工艺技术及产品设计先进、合理，生产过程及质量管理严格，生产环境好，使用的原材料质量好，产品质量稳定、可靠。

（2）产品包装标识应齐全

产品包装上应注明生产企业名称、地址、产品的执行标准、生产日期、有效期等。

（3）勿忘关注环保性能

婴幼儿纸尿裤属于一次性儿童用品。不少纸尿裤在生产过程中使用了不易于降解的材料，随意丢弃纸尿裤会对环境造成污染。在不影响婴幼儿安全舒适的情况下，要关注纸尿裤的环保性能，尽量选购易于降解的纸尿裤，以减轻对环境的压力。

纸尿裤的选择误区

1 纸尿裤厚薄，与吸水性没有必然联系

纸尿裤吸水性与材质有关。厚款纸尿裤的棉花或绒毛浆的含量大，摸起来感觉厚且柔软，但透气性较差；薄款纸尿裤大多采用高吸水树脂，吸水性会比较好。

特别提醒，冬天没必要因为

“保暖”，特意换厚款纸尿裤。因为厚款纸尿裤的棉花或绒毛浆的含量大，透气性较差、吸水后还容易结块，宝宝穿着会很不舒服。所以，保暖靠衣服，不要靠纸尿裤。

2 纸尿裤一般不会导致红屁屁

红屁股的“罪魁祸首”是屁屁长时间接触尿液和粪便，更多可能是宝爸宝妈没有勤换尿布。所以，不想宝宝红屁屁，首先要做到的是勤换纸尿裤，其次才是考虑要不要更换其它款式纸尿裤。

3 区分男孩、女孩不同类型的纸尿裤不是必要选择

市面上出现了不少以性别为分类的纸尿裤，有些宝爸宝妈疑惑这样有没有必要。按性别分的纸尿裤在设计上，会针对宝宝的生理特点做调整，宝宝穿起来可能会更舒适。当然，只要宝宝穿得舒服，不分性别的纸尿裤一样可以选。

4 纸尿裤不会影响宝宝养成如厕习惯

如厕训练通常在宝宝2岁半左右完成，美国儿科学会建议至少要在18个月之后进行如厕训练。想要宝宝学会厕所，前提是要他能够学会控制尿意和便意，在配合如厕训练，自然而然就能学会上厕所，摆脱纸尿裤。

5 拉拉裤与纸尿裤区别

纸尿裤和拉拉裤最主要的区别就在于拉拉裤是训练裤，它像小内裤一样可以自由穿脱，而纸尿裤穿的时候比较麻烦。拉拉裤一般是宝宝周岁之后使用，宝宝会走之后，大小便也需要训练了，那么拉拉裤就比较方便，就相当于给宝宝穿了一个棉内裤，既可以达到训练的目的又防止了宝宝尿裤子。

（安徽省消保委）



Beijing
Consumers

制止餐饮浪费行为 培养节约习惯





Beijing
Consumers

SAVE ON FOOD

一粥一饭

当思来之不易

