

Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会共同责任

北京

消费者

2021.第04期

04

总第103期



网络消费

同样需要清朗空间

P07 中消协：“扫码点餐”不应成为“单选题”

P30 电子烟隐患多，未成年人碰不得

P27 取消漫游套餐费岂能“不告不理”

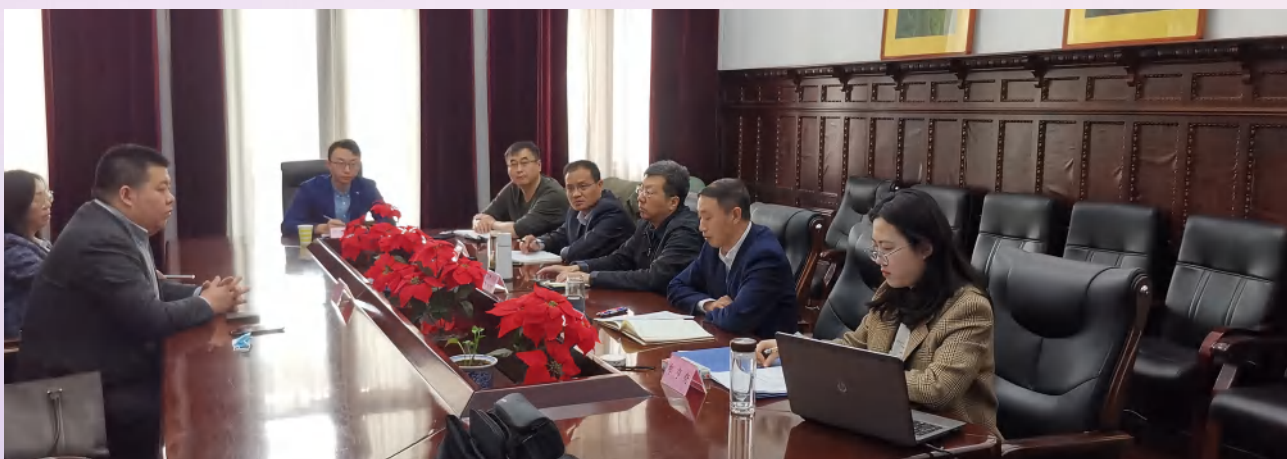
P38 手机清理软件“坑”过你吗？



北京消协组织约谈投诉量前十名企业

4月15日，北京市消协联合朝阳区消协、海淀区消协，对今年1月1日至3月31日期间，在市消协96315热线系统中投诉量排名前十的企业进行集体约谈。

会上，市消协就2021年一季度96315热线系统中投诉前十名企业的投诉数量及其存在的主要问题通报。据查，京东等投诉前十家企业的投诉之和占总投诉量的42.21%。市消协要求参会企业高度重视消费者权益保护工作，针对屡次出现的问题举一反三、自查自纠，认真分析企业投诉中的问题并制定有效措施，及时整改，真正达到投诉数量有所下降的目的。同时，强调企业要主动并不断加强与辖区消协的联系沟通。最后，市消协要求被约谈企业在5个工作日内提交整改报告。参会企业纷纷表示一定重视消费者权益的保护，认真整改，积极配合好消协组织，妥善处理好消费者的投诉。



京津冀消协组织联合约谈恒大地产

针对消费者投诉购房后合同签署不及时等问题，4月16日，北京、天津市消协以及河北省消保委在天津约谈恒大地产，这是京津冀消协组织首次联合约谈。

近来，天津消协陆续接到消费者投诉，购买恒大地产公司开发的商品房，缴纳房款后仅签订一份《商品房认购书》，开发商迟迟未办理后续登记手续。考虑到恒大地产京津冀区域涉及几十个开发项目，根据“消费者权益保护法”赋予消费者组织的公益性职责，按照中国消费者协会《消协组织消费维权约谈经营者办法(试行)》相关规定，天津市消费者协会依托京津冀消费者组织协作维权机制，联合北京市消协、河北省消保委就销售商品房未及时签订合同等问题对恒大地产公司进行约谈，要求其排查类似问题，及时网签售房合同，维护消费者合法权益。恒大地产公司相关负责人感谢三地消费者组织监督，表态落实相关要求服务好消费者。

为诚信社会筑牢制度篱笆

严惩失信行为，是建设法治社会、弘扬社会主义核心价值观、优化营商环境的题中应有之义。近年来，为打击失信行为，切实解决群众反映强烈的“执行难”问题，国家出台了一系列政策法律。其中，限制失信被执行人乘坐飞机、高铁等高消费及非生活和工作必需的消费行为（俗称“限高”）就是重要的措施之一。

然而，一些被执行人在被“限高”之后，想方设法寻找制度漏洞，规避执行措施。不久前，失信被执行人赵某通过“黄牛”购买了一张高铁票并顺利出行，北京市西城区人民法院对其做出了司法拘留15日的处罚。2020年底浙江省海盐县人民检察院发现，“黄牛”林某利用购票、验票环节中的漏洞，给全国300余名被“限高”的失信被执行人购买了机票、高铁票。可以说，“老赖”能够乘高铁、坐飞机出行，很大程度是因为有一些“黄牛”为其提供“专业服务”。“老赖”与“黄牛”绞尽脑汁规避“限高令”，赤裸裸挑衅司法权威，造成的负面影响不容小觑。

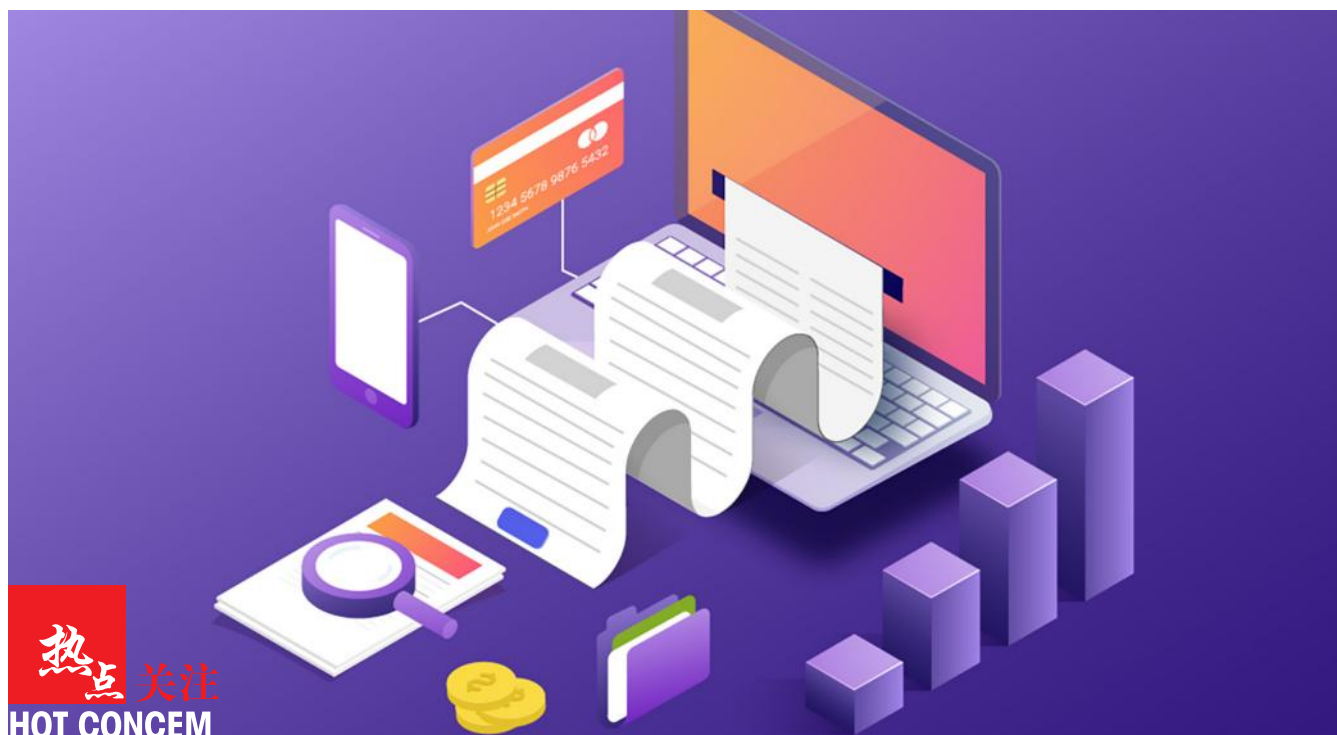
生效法律文书的执行，是整个司法程序中的重要一环，事关人民群众合法权益的及时实现、司法权威和司法公信力的有效提升，关乎经济社会发展的诚信基础、全面依法治国基本方略的贯彻落实。如果生效法律文书得不到执行，失信者逃脱惩罚，当事人合法权益就不能真正实现，司法的公平正义也无从谈起。因此，要严厉打击规避“限高令”的违法行为，进一步压缩“老赖”与“黄牛”的活动空间，为构建诚信社会筑牢制度的篱笆。

法律的威慑力在于其不可避免性。堵住“限高令”执行的制度漏洞，离不开多方协作。从“黄牛”钻空子成功购票，到“老赖”顺利通过验票环节，都说明构建失信联合惩戒机制是一项系统性工程，仅靠一两个部门“单打独斗”往往效果不彰。严格执行“限高令”，督促“老赖”及时履行裁判义务，需要法院、公安、交通运输等多部门联合行动，通过加强不同证件信息的互联互通、提升身份识别能力、敦促第三方购票平台强化监管等措施，及时堵上各个环节的漏洞，才能确保“一处失信、处处受限”真正落地。

与此同时，“黄牛”和“老赖”联手突破“限高令”的现象也提醒我们，诚信制度“防火墙”不可能一劳永逸、万无一失。就像电脑经常升级病毒库才能有效预防无孔不入的病毒一样，诚信制度“防火墙”也须与时俱进、不断升级，才能杜绝被攻破的风险。因此，构建社会信用体系，相关部门与各大互联网平台应根据新情况、新挑战，逐一梳理容易出现问题的薄弱环节，该加强的加强，该完善的完善。只有制度、技术处处用力、及时升级，才能让“老赖”在法律、行政、经济等手段联合惩治下寸步难行，任凭“黄牛”机关算尽也无缝可钻，让不良经济活动在制度刚性面前知难而退。

诚信建设是实现高质量发展的地基，也是完善社会主义市场经济的必需。筑牢制度的篱笆，努力打造不敢失信、不能失信、不愿失信的社会环境，以实实在在的举措让守信者处处受益、让失信者处处受限，我们才能让诚实守信成为全社会共同的价值追求和行为准则。（人民日报）

胡昌明



热点
关注
HOT CONCERN

P05 三部门联合召开 互联网平台企业 行政指导会

为规范市场秩序，近一段时间以来，市场监管部门重拳出击——接连对唯品会、美团、阿里、360等一批互联网平台企业施以重罚；召集34家互联网平台企业召开互联网平台企业行政指导会；要求这些企业向社会公开《依法合规经营承诺》，接受社会监督，以此来为互联网平台企业装上“紧箍咒”。

卷首语

- 01 为诚信社会筑牢制度篱笆

本刊策划

- 05 三部门联合召开互联网平台企业行政指导会
- 05 阿里因“二选一”被罚182亿元 刷新反垄断罚单记录
- 06 360搜索发布虚假违法广告案被顶格处罚200万元
- 07 外卖平台食派士涉“二选一” 垄断行为被罚116万元
- 07 中消协：“扫码点餐” 不应成为“单选题”
- 08 人脸识别第一案落锤 如何拒绝“丢脸”“偷脸” 仍待解

热点关注

- 10 扬子江药业因实施垄断协议被罚 7.64亿
- 11 北京规范公立医院特需服务 特需床位不得超10%
- 12 网上问诊：隐私泄露难防，维权标准待定
- 13 北京将成“五一”出游最热门城市 机票和酒店预订热度上涨
- 14 量子产品系虚假宣传 电商平台还在卖
- 16 零蔗糖≠无糖 元气森林“偷换概念”引消费者不满
- 17 房企不得代收、代缴契税和住宅专项维修资金
- 17 链家等6家涉嫌炒作学区房中介门店被停业整改
- 18 入学政策还没出 中介卖学区房的歪招儿就来了

- 19 珠宝鉴定乱象：假证书几元就能买，量大还有优惠
- 20 北京：金融组织提供产品，必要时可与消费者签署风险提示书
- 21 北京燃油车占电动车泊位7月起可加价收费
- 22 北京海淀停车场提供错时共享停车位 可享补贴
- 23 一支笔含十种毒——警惕“高颜值”文具暗藏高风险
- 25 西城区消协参与西城区消费纠纷人民调解员等级评定

消费时评

- 26 对手机应用程序过度索权说“不”
- 27 取消漫游套餐费岂能“不告不理”
- 28 航空公司别做“店大欺客”的傻事
- 29 打“无糖”擦边球 又是营销小把戏



P30 电子烟隐患多 未成年人碰不得

北京市消协建议，尽快建立健全有关电子烟产品的相关标准并完善监管规则，从生产、工艺、销售等多个方面对电子烟产品进行明确具体规定，为行业监管和市场规范提供标准依据。相关部门应持续加强对电子烟产品的监管力度，严厉查处违规生产、销售电子烟的行为。

消费提示

- 30 国务院教育督导委员会办公室发布校外培训风险提示
- 30 电子烟隐患多，未成年人碰不得
- 31 北京消协发布清明节消费提示
- 32 春季尝鲜正当时 食用野菜须谨慎
- 33 春风十里绿茶香，谨慎消费勿上当
- 34 切勿轻信低价营销噱头，理性选择驾培机构
- 35 购买使用家电产品，这些法律知识请牢记
- 37 关于儿童摇摆车质量安全消费警示
- 37 关于学生用笔质量安全消费警示

消费课堂

- 38 手机清理软件“坑”过你吗？
- 39 无糖食品可以放心吃吗
- 42 警惕！老年人应注意这几类消费陷阱
- 43 看成分选择身体乳
- 44 恰逢春茶上市，这样挑才能买到好绿茶！

《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	唐云华
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	杜颖
美术编辑	张霏霏
封面题字	十三届政协常委、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

2021年 第4期 (总第103期)
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流



网络消费

同样需要清朗空间

编者按：

1994年4月20日，中国正式接入因特网。那一年，被公认是“中国互联网元年”。今天，当我们迎来中国互联网的27个年头，发现IT技术在造就了一大批互联网巨头，深刻改变百姓生活的同时，也滋生出了一些骄纵和傲慢的情绪，而这种情绪作用在消费者身上，就是“二选一”、“大数据杀熟”、信息泄露……

为规范市场秩序，近一段时间以来，市场监管部门重拳出击——接连对唯品会、美团、阿里、360等一批互联网平台企业施以重罚；召集34家互联网平台企业召开互联网平台企业行政指导会；要求这些企业向社会公开《依法合规经营承诺》，接受社会监督，以此来为互联网平台企业装上“紧箍咒”。

本期，我们特别策划了这组专题——网络消费，同样需要清朗空间！我们期待，在社会各界的高度关注、共同治理下，每一位消费者都能够真正实现安全消费、放心消费。



三部门联合召开互联网平台企业行政指导会

4月13日，市场监管总局会同中央网信办、税务总局召开互联网平台企业行政指导会。会议贯彻落实中央经济工作会议和中央财经委员会第九次会议部署，肯定了平台经济的积极作用，分析存在的突出问题，要求充分发挥阿里案警示作用，明确提出互联网平台企业要知敬畏守规矩，限期全面整改问题，建立平台经济新秩序。

会议指出，我国平台经济总体态势向好。但在快速发展中风险与隐患也逐渐累积，危害不容忽视，依法规范刻不容缓。强迫实施“二选一”、滥用市场支配地位、实施“掐尖并购”、烧钱抢占“社区团购”市场、实施“大数据杀熟”、漠视假冒伪劣、信息泄露以及实施涉税违法行为等问题必须严肃整治。其中，强迫实施“二选一”问题尤为突出，是平台经济领域资本任性、无序扩张的突出反映，是对市场竞争秩序的公然践踏和破坏。强迫实施“二选一”行为限制市场竞争，遏制创新发展，损害平台内经营者和消费者利益，危害极大，必须坚决根治。

针对强迫实施“二选一”以及其他突出问题，会议明确提出，平台企业要把握正确方向、增强责任意识，坚持国家利益优先，坚持依法依规运行，坚持履行社会责任，做到“五个严防”和“五个确保”：严防资本无序扩张，确保经济社会安全；严防垄断失序，确保市场公平竞争；严防技术扼杀，确保行业创新发展；严防规则算法滥用，确保各方合法权益；严防系统封闭，确保生态开放共

享。各平台企业要对照税收法律法规、政策制度，全面排查涉税问题，主动开展自查自纠。

会议要求，各平台企业要在一个月内全面自检自查，逐项彻底整改，并向社会公开《依法合规经营承诺》，接受社会监督。市场监管部门将组织对平台整改情况进行跟踪检查，整改期后再有发现平台企业强迫实施“二选一”等违法行为，一律依法从重从严处罚。

会议强调，政策底线不可逾越，法律红线不可触碰。加强对平台企业违法违规行为的规范治理，并不意味着国家支持和鼓励平台经济的态度有所改变，而是要坚持“两个毫不动摇”，尊重平台经济发展规律，进一步发挥平台经济的重要作用，建立公平竞争、创新发展、开放共享、安全和谐的平台经济新秩序，推动实现平台企业更加充满活力、线上消费更加便捷优质，平台经济更加繁荣有序。

爱奇艺、百度、贝壳找房、滴滴、当当网、多点、京东、快手、美团、每日优鲜、奇虎360、去哪儿网、搜狗、微店、58同城、新浪微博、字节跳动、哔哩哔哩、叮咚买菜、饿了么、国美、盒马鲜生、拼多多、携程、小红书、阅文、苏宁易购、阿里、贝贝网、蘑菇街、网易（严选）、云集、唯品会、腾讯等34家互联网平台企业代表，以及北京、上海、江苏、浙江、广东、深圳等地市场监管局有关负责人参加会议。（市场监管总局）

阿里因“二选一”被罚182亿元 刷新反垄断罚单记录

2020年12月，市场监管总局依据《反垄断法》对阿里巴巴集团控股有限公司（以下简称阿里巴巴集团）在中国境内网络零售平台服务市场滥用市场支配地位行为立案调查。

市场监管总局成立专案组，在扎实开展前期工作基础上，对阿里巴巴集团进行现场检查，调查询问相关人员，查阅复制有关文件资料，获取大量证据材料；对其他

竞争性平台和平台内商家广泛开展调查取证；对本案证据材料进行深入核查和大数据分析；组织专家反复深入开展案件分析论证；多次听取阿里巴巴集团陈述意见，保障其合法权益。本案事实清楚、证据确凿、定性准确、处理恰当、手续完备、程序合法。

经查，阿里巴巴集团在中国境内网络零售平台服务市场具有支配地位。自2015年以来，阿里巴巴集团滥用

该市场支配地位，对平台内商家提出“二选一”要求，禁止平台内商家在其他竞争性平台开店或参加促销活动，并借助市场力量、平台规则和数据、算法等技术手段，采取多种奖惩措施保障“二选一”要求执行，维持、增强自身市场力量，获取不正当竞争优势。



调查表明，阿里巴巴集团实施“二选一”行为排除、限制了中国境内网络零售平台服务市场的竞争，妨碍了商品服务和资源要素自由流通，影响了平台经济创新发展，侵害了平台内商家的合法权益，损害了消费者利益，构成《反垄断法》第十七条第一款第（四）项禁止“没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易”的滥用市场支配地位行为。

根据《反垄断法》第四十七条、第四十九条规定，综合考虑阿里巴巴集团违法行为的性质、程度和持续时间等因素，2021年4月10日，市场监管总局依法作出行政处罚决定，责令阿里巴巴集团停止违法行为，并处以其2019年中国境内销售额4557.12亿元4%的罚款，计182.28亿元。同时，按照《行政处罚法》坚持处罚与教育相结合的原则，向阿里巴巴集团发出《行政指导书》，要求其围绕严格落实平台企业主体责任、加强内控合规管理、维护公平竞争、保护平台内商家和消费者合法权益等方面进行全面整改，并连续三年向市场监管总局提交自查合规报告。（市场监管总局）

360搜索发布虚假违法广告案 被顶格处罚200万元

4月13日，北京市市场监管局对今年中央电视台3·15晚会曝光的360搜索发布虚假违法广告案完成立案调查，对北京好搜点睛科技有限公司依法做出罚款200万元的行政处罚决定。

3月15日晚，中央电视台3·15晚会曝光了360搜索涉嫌发布虚假违法医疗广告后，北京市市场监管局会同朝阳区市场监管局立即赶赴360公司总部，连夜开展现场核查。经询问360公司总部相关负责人及工作人员，确定违法广告发布主体为360全资子公司——北京好搜点睛科技有限公司。执法人员随即对当事人北京好搜点睛科技有限公司的经营行为展开深入调查，依法制作了询问笔录，调取了相关证据材料。

经查，涉案广告代理商在代理并上传广告过程中，

需要通过“360点睛软件”提交北京好搜点睛科技有限公司审核通过后方可发布。但该公司未落实广告审核发布制度，未对已发布的广告内容进行核对，造成发布虚假违法广告的事实。该公司上述行为违反了《中华人民共和国广告法》第四条、第二十八条、第三十四条等相关规定，北京市市场监管局依据《中华人民共和国广告法》第五十五条规定，对该公司做出顶格罚款200万元的处罚决定。相关广告代理商涉嫌违法的案件线索已移送属地市场监管部门处理。

下一步，北京市市场监管局将加强综合执法，聚焦民生领域和重点平台，依法查处各类违法违规商业营销宣传行为，全力维护首都广告市场良好秩序，切实保障人民群众合法权益。（市市场监管局）

外卖平台食派士涉“二选一” 垄断行为被罚116万元

据上海市市场监督管理局官方微信公众号消息，针对上海食派士商贸发展有限公司（以下简称“食派士”）在互联网餐饮外送平台服务市场实施“二选一”垄断行为，上海市市场监管局依法对食派士处以其2018年销售额3%的罚款，合计人民币116.86万元。

据了解，根据举报，2019年6月，上海市市场监管局依据《反垄断法》对食派士涉嫌滥用市场支配地位行为开展调查。2019年8月，上海市市场监管局依法决定对食派士正式立案调查。

上海市市场监管局介绍，经查，食派士为互联网餐饮外送平台，主要向用户提供英语餐饮外送服务资源信息以及餐饮外送服务，经营模式为通过网页、手机APP“食派士”（Sherpa's）等互联网媒介连接用户与线下餐饮企业，并提供服务。2017年1月至2019年10月期间，食派士利用其在上海市提供英文服务的在线餐饮外送平台服务市场的支配地位，对平台内合作餐厅商户提出“二选一”要求，与所有合作餐厅商户签订含有“排他性送餐权条款”规定的合作协议，并通过制定实施“独家送餐权计划”等形式，要求合作餐厅商户立即停止与其他竞争对手平台合作，否则从食派士平台下架该商户。

上海市市场监管局指出，调查表明，食派士通过实施上述“二选一”行为，锁定了相关市场内大量合作餐厅商户资源，严重削弱了竞争对手的竞争能力，损害了平台

内商户和消费者利益，具有明显的排除、限制竞争效果，且没有正当理由，构成《反垄断法》第十七条第一款第（四）项禁止的“没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易”的滥用市场支配地位行为。

上海市市场监管局表示，综合考虑食派士违法行为的性质、程度和持续时间等因素，依据相关法律规定，2020年12月25日，上海市市场监管局依法作出行政处罚决定，对食派士处以其2018年销售额3%的罚款，合计人民币116.86万元。

据资料显示，上海食派士成立于2014年11月18日，业务范围覆盖北京、上海、苏州三城市。公司大股东为北京到家时代餐饮管理有限公司，持股100%。北京到家时代餐饮管理有限公司成立于2006年10月16日，注册资本为269万元人民币，在北京所做项目为“到家美食会”，官方简介称专注于为城市中高收入家庭提供特色餐厅外卖服务。

上海市市场监管局表示，将继续深入贯彻落实党中央关于强化反垄断和防止资本无序扩张的决策部署，在市场监管总局的指导下，加强平台经济领域反垄断执法，强化对市场主体的反垄断合规指引，进一步维护公平竞争的市场秩序，营造良好的法治和营商环境，促进平台经济规范健康持续发展。（中国经济网）

中消协：“扫码点餐”不应成为“单选题”

近期，中国消费者协会收到消费者反映，到餐厅用餐时，有些餐厅不提供人工点餐，甚至不提供现场菜单，消费者只能关注公众号或小程序后进行“扫码点餐”。对此，中消协发表如下观点：

一、仅提供“扫码点餐”涉嫌过度收集消费者个人信息。《民法典》第一百一十一条：“自然人的个人信息受法律保护。任何组织或者个人需要获取他人个人信息

的，应当依法取得并确保信息安全，……。”《消费者权益保护法》第二十九条规定：“经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。……”消费者到餐厅就餐，并无必要提供手机号、生日、姓名、地理位置、通讯录等与餐饮消费无关的信息。一些餐厅不再提供人工点餐，要求现场就餐消费者先

关注公众号或小程序，再进行扫码点餐，借此获取消费者的个人信息，不仅违反法律规定的收集、使用个人信息的合法、正当、必要原则，涉嫌对消费者个人信息的过度收集，而且，如果保管不善，消费者个人信息还有被泄露、丢失的风险。

二、仅提供“扫码点餐”侵害消费者的公平交易权。根据《消费者权益保护法》第十条第一款规定，“消费者享有公平交易的权利。”第十六条第二款规定，“经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益；不得设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。”餐厅经营者不提供人工点餐服务，只提供扫码点餐，不仅有违商业惯例，也使现场就餐消费者只能关注或绑定经营者的公众号或小程序，被动授权经营者获取其个人信息。这种做法侵害了消费者的公平交易权，是设定不公平、不合理的交易条件，对现场就餐消费者的一种强制交易行为。

三、不提供现场菜单有损消费者的知情权。《消费者权益保护法》第八条第一款规定，“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。”消费者反映，部分餐厅在只提供扫码点餐的同时，还不向现场就餐者提供直观可查的现场菜单和菜品价格，消费者只有扫码关注餐厅后才能看到具体菜单，知晓菜品价格。菜单是消费者决策的重要参考依据，与是否接受餐饮服务直接关联，餐厅应当提供直观可查的现场菜单，供消费者

了解菜品和价格，决定是否用餐。不提供现场菜单，扫码关注后才能浏览菜品和价格的做法，侵害了消费者的知情权。

四、新技术应用不应成为特殊消费群体的消费阻碍。由于智能手机操作的复杂性，扫码点餐并不具有普适性。老年人、未成年人往往需要他人协助，才能完成扫码点餐过程，一定程度上影响了他们的消费体验和消费实现。他们对“扫码”背后潜在风险的防范意识也比较弱，更易成为个人信息泄露、甚至支付安全问题的受害者。经营者可以使用新技术提高运营效率、为消费者提供便利，但首先应做到依法依规、切实维护消费者权益。新技术应用不应成为限制消费者权利的工具，不应成为攫取消费者个人信息的借口，更不应成为阻碍大众消费的壁垒。

餐饮业属于服务业，餐饮业创新应当多从消费者角度换位思考，诚信经营，公平相待，在尊重消费者意愿的基础上，努力为消费者提供更多、更好的服务。技术进步应当让消费者享受发展红利，而不是成为经营者商业欺凌的工具。我们期待餐饮行业组织、餐饮经营者积极行动，抵制不良手法，杜绝违法行为，以实际行动维护消费者合法权益；也希望有关行政部门，采取有力措施，加强引导和监管，督促餐饮企业守法经营、加强自律，严厉查处侵害消费者权益不法行为，促进行业健康有序、规范发展。

中消协及各地消协组织将持续对此加强社会监督，依法维护消费者合法权益。（中国消费者协会）

人脸识别第一案落锤 如何拒绝“丢脸”“偷脸”仍待解

4月9日，备受关注的“人脸识别第一案”终审落槌宣判。杭州市中级人民法院判决，被告杭州野生动物世界（以下简称“动物园”）删除原告郭兵办理指纹年卡时提交的面部特征信息和指纹识别信息。

“一审和二审都要求被告删除违法收集的面部识别信息，二审还增判了删除办卡时采集的指纹信息这一项，表明司法判决支持审慎使用个人生物识别信息的立场。”该案原告代理律师、浙江垦丁律师事务所律师麻策说。

“希望通过该案激发更多消费者的个人信息保护意识，对行业内规范人脸识别应用起到警醒作用。”麻策坦

言，“‘人脸识别第一案’落槌，但这不是终局。”

二审增判删除指纹识别信息

2019年4月，浙江理工大学特聘副教授郭兵支付1360元购买杭州野生动物世界双人年卡，确定指纹识别入园方式。

2019年7月、10月，野生动物世界两次向郭兵发送短信，通知年卡入园识别系统更换事宜，要求激活人脸识别系统，否则将无法正常入园。郭兵认为人脸信息属于高

度敏感个人隐私，不同意接受人脸识别，要求园方退卡。

协商未果，郭兵于2019年10月28日向杭州市富阳区人民法院提起诉讼。

2020年11月20日，富阳法院作出一审判决，判令野生动物世界赔偿郭兵合同利益损失及交通费共计1038元；删除郭兵办理指纹年卡时提交的包括照片在内的面部特征信息。

郭兵与野生动物世界均表示不服，分别向杭州市中级人民法院提起上诉。

杭州中院作出终审判决，要求杭州野生动物世界删除当初所采集拍摄的面部照片；同时，增判了一项，要求杭州中院强调：生物识别信息作为敏感的个人信息，具备较强的人格属性。其不当使用将给公民的人身财产带来不可预测的风险，应当做出更加严格的规制。

已经收集的“脸”要不要删

值得一提的是，郭兵要求确认店堂告示、短信通知中相关合同条款无效等诉求被法院驳回。而郭兵表示，确认这一格式条款内容无效，正是案件的重要诉求。

“这正是人脸识别技术中更为核心的问题。”麻策说，“即这项技术应用的边界在哪里？”

杭州中院在二审判决中强调，经营者只有在消费者充分同意、知情的前提下才能收集和使用，且应遵循“合法、正当、必要”原则。

麻策表示，动物园可以采用多种入园方式，“刷脸”入园不具有必要性。动物园方面曾表示，启用人脸识别系统是为了应对人流量大，方便消费者快速入园。但麻策认为，这种理由“站不住脚”，“是全年人流量都大，还是某些特定的节假日？园方并没有当庭说明。”

“我们不排除人脸识别。”麻策说，“但能不能给消费者更多知情权，让消费者在充分知情后作出选择？”

个人遭遇人脸识别滥用如何维权

“人脸识别第一案”从一审到终审，历时两年。郭兵坦言，自己拥有较多的法律知识积累，尚且感到维权困难重重，普通人想要拒绝人脸识别滥用更为困难。

记者了解到，目前检察机关在涉及人脸识别的公益诉讼方面已有探索。3月29日，江苏省镇江市京口区检察院向该区相关监管单位发出公益诉讼诉前检察建议，督促其推动整改售楼处采集公民人脸信息问题，确保公民隐私

信息不被侵犯。

今年生效施行的民法典确立了我国民事法律制度对个人信息权益的保护。值得一提的是，去年10月，个人信息保护法草案提请十三届全国人大常委会第二十二次会议审议。全国人大常委会法工委发言人表示，人脸识别等新技术的应用和发展，给个人信息保护带来许多新挑战，全国人大常委会法工委将就有关问题进一步广泛听取意见，深入研究论证。个人信息保护法草案近期有望提请全国人大常委会二次审议。（记者 卢越）

编辑手记

个案尘埃落定，个人信息保护的讨论还在持续

历时近两年，“人脸识别第一案”终审宣判。

在这起案件中，司法判决强调了法院严格依法保护个人信息的立场，表达了重视生物识别信息等个人信息的态度。但应该看到，个案引发的关注还在持续。

在一审和二审中，郭兵要求认定动物园将指纹识别及人脸识别作为唯一入园方式的规则无效，这一诉求被法院驳回。而郭兵认为这正是他在此案中的关键诉求。郭兵的“脸”被删除了，其他被采集的“脸”删不删？此后的消费者还要不要“刷脸”？

依据法律要求，公民个人信息的采集和处理应遵循“合法、正当、必要”原则。但现实中，一些商家认为自己已经张贴告示，消费者已“知情同意”，采集信息就是“你情我愿”。实际上，一些商家的目的并不“正当”，收集行为也不“必要”。更何况，一些商家的人脸信息采集具有隐秘性，消费者往往不知情。

在今年的“3·15”晚会上，多家商户被曝光在未告知或征得同意的情况下获取客户的人脸识别信息进行商用，而整个采集过程中，消费者都“蒙在鼓里”。这样一来，也就难以举证存在违法收集、使用个人信息的情形，给消费者维权带来难度。

即使确定存在违法行为需要删除个人信息，如何确认是否彻底删除？个人信息案件的执行，也将是留给未来的一个课题。

数字经济时代，技术应用如何在与消费者选择权的平衡中寻求边界，这是人脸识别技术应用中更为核心的问题。值得关注的是，个人信息保护法正在制定中，也必将对个人信息进行全方位保护。“人脸识别第一案”终审虽然落槌，但个人信息保护的大幕正在拉开。（工人日报）

扬子江药业因实施垄断协议被罚7.64亿

2019年11月，市场监管总局根据举报，对扬子江药业集团有限公司(以下简称扬子江药业集团)涉嫌达成并实施垄断协议行为立案调查。



经查，2015年至2019年，扬子江药业集团在全国范围内(不含港澳台地区)通过签署合作协议、下发调价函、口头通知等方式，与药品批发商、零售药店等下游企业达成固定药品转售价格和限定药品最低转售价格的协议，并通过制定实施规则、强化考核监督、惩罚低价销售经销商、委托中介机构监督线上销售药品价格等措施保证该协议实施。

扬子江药业集团上述行为排除、限制了竞争，损害了消费者合法权益和社会公共利益，违反《反垄断法》第十四条“禁止经营者与交易相对人达成下列垄断协议：(一)固定向第三人转售商品的价格；(二)限定向第三人转售商品的最低价格”的规定。

2021年4月15日，市场监管总局根据《反垄断法》第四十六条、四十九条规定作出行政处罚决定，责令扬子江药业集团停止违法行为，并处以其2018年销售额254.67亿元3%的罚款，计7.64亿元。

药品价格关系国计民生，涉及减轻群众就医负担、增进民生福祉等重大问题，市场监管总局将持续加强医药领域反垄断执法，有效预防和制止垄断行为，切实保护市场公平竞争，维护消费者合法权益和社会公共利益，促进社会主义市场经济健康发展。(市场监管总局)

北京规范公立医院特需服务 特需床位不得超10%

为推进国际交往中心建设，本市将放开本市公立医疗机构特需医疗服务项目价格，促进国际医疗服务发展。北京青年报记者了解到，近期，北京市卫健委发布《关于加强和规范北京市公立医疗机构特需医疗和国际医疗服务管理的通知》(以下简称《通知》)，明确本市将严格控制公立医疗机构用于特需医疗服务的床位数，其不得超过医

疗机构登记床位总数的10%。医疗机构开展特需医疗服务情况要向社会公示。

放开公立医院特需医疗服务项目价格

根据《通知》，由政府举办的公立医疗机构属于非营利性医疗机构，主要提供基本医疗服务并完成政府交办的

其他任务。不过，为满足对外开放和建设国际交往中心需要，满足国内外患者多层次医疗需求，允许公立医疗机构在特定区域内向患者提供部分特需医疗服务，支持医疗机构在国家允许的比例范围内设置和发展国际医疗部。

按照国家和市委市政府决策部署，放开本市公立医疗机构特需医疗服务项目价格。公立医疗机构要根据市场需求和自身条件，保证基本医疗服务规模和质量不受影响，不能因开展特需医疗服务影响基本医疗服务。

《通知》要求，根据区域卫生规划和各级各类医疗机构功能定位，严格控制公立医疗机构用于特需医疗服务的床位数，不得超过医疗机构登记床位总数的10%；除特需夜门诊和特需节假日门诊外，副主任医师及以上职称的在职医师特需门诊出诊单元数量不超过医疗机构出诊单元总量的10%。医疗机构内设的国际医疗部在完成政府委托的涉外医疗服务任务外，为社会提供的医疗服务属于特需医疗服务，服务总量包含在全院10%控制范围内。

一级和二级公立医疗机构以为辖区居民提供基本医疗服务为主要功能，原则上不得开展特需医疗服务。三级公立医疗机构在基本医疗服务量减少的情况下，原则上不得增加提供特需医疗服务的规模。

医生未完成基本医疗服务不得出特需

为科学规范特需医疗服务管理，在医生安排方面，《通知》明确，公立医疗机构要合理分配具有副主任医师以上职称的医师参加疑难病例诊治、病房查房、手术和教学科研任务的时间，做好具备门诊出诊资格医师的出诊管理，严格加号管理，认真执行专家停诊审批和停诊后补诊制度。副主任医师及以上职称的医师未完成基本医疗服务任务的，医疗机构不得安排其在特需医疗部提供诊疗服务。

医疗机构要科学调控普通门诊、专家门诊和特需门诊的诊疗力量，结合各科室医师数量和门诊开诊情况，确定具有副主任医师及以上职称医师从事普通门诊、专家门诊和特需门诊的比例，并根据临床实际情况和患者需求变化实行动态调整。鼓励退休医生从事普通专家门诊。

同时，公立医疗机构开展特需医疗服务，应设立独立区域，不能与基本医疗服务区域混用，并有明显标识加以区别。特需医疗服务区域要满足临床需要，保证医疗质量。特需门诊设有挂号、治疗、药房、收费区域，提供相应的常规辅助检查，特需病房实施整体护理，设施条件齐

全，符合特需医疗服务患者需要。

医院开展特需医疗服务情况要公示

《通知》要求，医疗机构开展特需医疗服务情况要向社会公示。公立医疗机构要在服务场所显著位置通过多种方式公示特需医疗服务项目内容及价格标准，严格执行价格公示、费用明细清单制度，同时在医疗机构官方网站公示相关内容，使用医疗机构正式票据，自觉接受社会监督。公立医疗机构不得在特需医疗服务区域以外提供特需医疗服务，特需医疗服务患者不得在基本医疗服务区域享受优先检查、优先手术等服务。

根据《通知》，选择特需医疗服务坚持患者自愿原则。医疗机构要在各种预约平台、自助机或挂号窗口，明确提示患者区分普通门诊、专家门诊和特需门诊，并在挂号条上明显标注。要建立和完善患者住院书面申请（协议）制度，不得强制或诱导患者选择特需医疗服务。

此外，《通知》提出，公立医疗机构要加强管理，完善院内特需医疗服务规范、服务标准和管理制度，加强内部质量管理和考核监督。医疗机构要落实行风建设主体责任，加强对医务人员的医德医风教育，医师不得自行与商业挂号网络平台合作，不得违规收取高额挂号费。

（北京青年报）



网上问诊：隐私泄露难防，维权标准待定

快速发展的互联网医疗，为患者看病吃药带来很多便利，但防不胜防的信息泄露问题却让人难掩隐忧。有律师表示，互联网医疗的患者隐私权保护维权案例还属凤毛麟角，主要原因在于患者可能并不知道个人信息已被泄露或泄露后应参照什么样的标准进行维权。

“生活在小城市，想到大城市去好医院看病，交通、挂号、排队都要耗费不少精力，网上问诊确实方便，但就怕隐私信息被泄露。”近日，身患疾病的吉林四平市民王丽（化名）在当地医院久治无明显效果后一直想到更好的医院看看，但因工作太忙、专家号难挂，便开始考虑网上远程问诊。

“我虽然没用过网上医院，但不管是自己还是家人身体出现问题，都会到网上查询相关病例以做参考，每年的常规体检报告也是在App上查询下载的，所以特别担心有一天自己的健康信息会被曝光，或者可能已经被曝光，不知道它们最终会流向哪里、用到何处。”因为对个人隐私泄露的担忧，王丽一直犹豫要不要远程问诊。

信息泄露防不胜防，网络医疗顾虑重重

疫情暴发后迎来快速发展的互联网医疗，为患者看病吃药带来很多便利，但防不胜防的信息泄露问题却让人难掩隐忧。如何更好保护患者隐私权成为互联网医疗未来

发展的瓶颈。

去年4月，国家计算机病毒应急处理中心监测发现20余款App存在涉嫌隐私不合规行为。发布信息显示，这些App的违法违规行主要包括未向用户明示申请的全部隐私权限、未说明收集使用个人信息规则、未提供有效的更正删除个人信息及注销用户账号功能。

此前，曾有媒体披露几家大型医学网站在内的医疗App获取隐私信息的惊人范围，包括允许程序输入电话号码、允许程序获得用户当前精确的位置信息用来定位、允许程序访问摄像头拍照或录像等8项个人隐私权限。一家移动安全服务商曾对10款热门医疗类App进行专业的安全检测，其结果显示这些App的安全性都很低，甚至有App没有采取任何防护措施。

一份国家卫生健康委发布的《短信拦截医院数据售卖事件分析报告》显示，2019年7月9日，在暗网论坛以3元/条价格售卖的医院实时挂号数据，是由第三方预约挂号网站的短信平台导致的泄露。该事件中，卖家称数据隔天提供，每日10万条，挂号信息包含用户的姓名、手机号、对应科室等，是医疗诈骗和精准营销类黑产需要的核心数据。

数据价值逐利，盗取贩卖层出不穷

2017年，浙江省松阳县人民法院一审判决一起特大侵犯公民个人信息案。据媒体报道，该案中有超过7亿条公民信息遭泄露，8000余万条公民信息被贩卖，其中包括某单位医疗服务信息系统被入侵后导出的大量孕检信息。王某辉、陈某亮等7人被法院判决构成侵犯公民个人信息罪，获刑三至五年不等，并被处以罚金。

随着互联网医疗的飞速发展，相关平台和医疗机构积累了大量患者基本信息、化验结果、电子处方等数据。由于这些数据比其他常规性数据使用价值更高，系统安全保障措施又相对落后，使得互联网医疗领域成为不法黑客的重点攻击对象之一。

不少患者认为，医疗数据把姓名和身份证信息去掉后就安全了，可公开使用，但事实是利用大数据分析技术，一些看似零碎分散的信息，很可能碰撞出完整的个人



信息。在这种情况下，患者可能根本不知道自己的隐私信息已被泄露。

除了隐私信息易泄露，诸如“在线医生”“在线专家”身份难辨真假、医托陷阱密布等问题也层出不穷。一个互联网诊疗App的前员工表示，在互联网医疗中，人们更愿意去询问男科、妇科、生殖等平时难以启齿的问题，同时这些问题由于其隐秘性和难以界定的症状，也是医骗的重灾区。

中国裁判文书网显示，2019年以来，法院终审宣判在微信端冒充医学专家卖假药、销售“医疗服务”且被定性为诈骗罪的案件共22件，其中涉及“假医生”328人，至少涉及受害人2.9万，被骗走的钱财高达1.9亿元。网络医疗平台是否值得信任，是否会通过夸大患者病情、推荐高价药品的形式获利等，值得探讨。

维权案例凤毛麟角，保护隐私须合力

“患者隐私权是指患者拥有保护自身的隐私部位、病史、身体缺陷、特殊经历、遭遇等隐私，不受任何形式的外来侵犯的权利。”广东广和（长春）律师事务所律师王雨琦说，《执业医师法》第37条第9项规定，医师在执业活动中，违反本法规定，泄露患者隐私，造成严重后果的，由县级以上人民政府卫生行政部门给予警告或者责令暂停六个月以上一年以下执业活动；情节严重的，吊销其执业证书；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

王雨琦表示，尽管我国现行的《民法典》《执业医师法》《刑法》等法律法规中对患者的隐私权都有所涉及，但并无专门系统性的法律法规，且内容也不够具体，可操作性不强，不过国家相关部门和相关机构已经意识到

该问题的重要性。

2018年4月25日，国务院办公厅印发了《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》，提出要研究制定健康医疗大数据确权、开放、流通、交易和产权保护的法规，严格执行信息安全和健康医疗数据保密规定，建立完善个人隐私信息保护制度。

据统计，2020年，互联网医疗领域共出台56条政策，国务院办公厅两次发文提到互联网诊疗，并将其界定为消费新业态，要求进一步放宽互联网诊疗范围，大力推进新业态，完善对新业态的包容审慎监管。今年全国两会期间，有代表建议，应加强访问者的权限控制和访问后的行为追溯，对访问行为实行实时监控，并研究制定医疗数据安全相关条例。

目前，作为一种消费新业态，互联网医疗的患者隐私权保护维权案例还属凤毛麟角，主要原因在于患者可能并不知道个人信息已被泄露或泄露后应参照什么样的标准进行维权。

今年1月，陕西白水县医院工作人员楚某某，将同办公室工作人员发给自己的病历资料照片通过微信发于家庭群，致使该病例照片在微信等社交平台中被大量转发传播后，被公安局处以行政拘留9日并处500元罚款处罚。该案例或可作为互联网医疗数据泄露的一例。

王雨琦建议，国家相关部门应尽快制定专门的、内容全面的、可操作性强的法律法规，将患者隐私权保护落到实处。同时，在互联网医院建设方面，也应提高平台软硬件技术水平，提高医务人员法律意识和服务意识，提高患者自我保护和维权意识，形成保护隐私数据的合力。（工人日报）

北京将成“五一”出游最热门城市 机票和酒店预订热度上涨

劳动节放假安排发布，许多人出游热情高涨。多家旅游平台数据显示，北京将是“五一”假期最热门的出发地和目的地，多条北京相关热门航线机票和酒店预订热度上涨。

同程旅行数据显示，截至上周的机票预订数据显示，

北京将是“五一”假期期间最热门的出发地和目的地。受旺盛需求刺激，部分从北京出发的热门航线机票价格上涨，平均票价（不含机建燃油费）甚至超过了2019年同期。例如“五一”期间北京至昆明机票的平均票价较2019年同期上涨了72.5%，南昌至北京机票平均票价较

2019年同期上涨了59.2%。

去哪儿数据显示，今年“五一”假期机票预订量已大幅超过2019年同期，与2020年同期相比增长超过25倍；机票平均支付价格为924元，比2019年上涨超过2



成。北京相关热门航线机票销售火爆，4月30日和5月1日北京至三亚的部分航班经济舱已售罄，目前只有上万元的公务舱在售。

早在春节期间，“五一”酒店预订就已经出现明显增长，原因在于大量抑制的出行需求没有释放。虽然不久前的清明假期中很多旅客探亲、出游，但受限于假期时长，大部分旅客还是会选择在“五一”假期出行。从5月1日前后一周的机票平均支付价格来看，4月26日为最低点，平均支付价格为655元；4月30日的机票平均支付价格达到1020元，比5月1日当天的机票平均支付价格还贵10元。“五一”假期返程游客量最多的是5月5日，机票平均支付价格为1024元。如果旅客在5月6日返程，机票均价则回落至809元。截至昨晚，国内多个热门目的地机票基本已涨至全价。如果避开“五一”假期，游客可享受到更低的票价。（北京日报）

量子产品系虚假宣传 电商平台还在卖

量子力学是20世纪人类在物理学领域内最重要的发现之一，但一些商家抓住消费者崇拜科学的心理，打着高科技的噱头，将原本普通的商品卖出高价。北京青年报记者注意到，即使经过媒体批评和专家辟谣，大量注明为“量子产品”的商品仍旧在电商平台上继续销售。

“量子产品”仍在电商平台销售

在某电商平台，北京青年报记者搜索“量子”关键词发现，生成“联想词”的第四位才是量子力学，排在其之前的是“量子能量袜”“量子膜”“量子灯”。而检索到的商品结果，除了一些科普图书外，这一名词下最多的就是各种瘦身美体的束腰、连裤袜、袜子等纺织品。

在这些产品的介绍中，“量子”的功能可谓“巨大”：一会儿能“平衡磁场，改善微循环，促进新陈代谢”；一会儿能“激发休眠细胞，代谢坏细胞”；一会儿是能“改善胸部扁平，增加免疫力”；一会儿能与“人体内细胞中的水分子共振”；一会儿能“刺激皮下脂肪的排

除，排除重金属”等等。

记者了解到，从物理学角度讲，量子是质量、体积以及能量等各种物理量的最小单元，是一种特殊的状态。而在商家的介绍中，某塑形衣因为含有“四颗量子”因而具有了“暖宫减脂”的功效。按照商家的介绍，似乎商品中黑色的圆片就是量子本身。

秀“量子效能”袜子身价涨一倍

连量子是什么都没有搞清楚的商家为何非要标榜自己的产品是“量子产品”呢？

在某电商平台上，所谓“量子袜”成了一大类商品，不论是男用短袜，还是女士的束腰连裤袜都被打上了“量子”的名头，究其产品，很多声称有“量子贴”。

记者注意到，根据商家提供的图片，“量子贴”就是在块深色的圆片上有点状凸起。而在另外一家店铺，同样的图片则被解释为“防滑贴”。不过，标注为“量子贴”商家的袜子比后者贵了一倍有余。同样是防静电男

袜，标称“量子能量”的售价为89元/5双，而未注明“量子”的同类产品则为49元/6双。

为什么会贵这么多？因为商家能秀出“神奇”的效果。根据一家店铺的介绍视频，该袜子能让灯泡在不通电的情况下亮起。那么，这是不是真正的“量子产品”起到的效果呢？

业内人士对北青报记者解释称，这已经是所谓的“量子保健品”的“老把戏”了。“这些灯泡是一种应急灯泡，只需要手触端点就能亮起。即使手部不接触，只要接触的是导体，都能亮起。”随后，记者还在电商平台上找到了相关的灯泡产品，在介绍中，这款灯泡手摸能亮、遇水能亮，此外商家也暗示，该款灯泡可以用作“石墨烯、托玛琳”等材质的实验用灯泡。

这种类似“变戏法”的把戏，在量子保健品中屡见不鲜。此前，央视曾曝光一位母亲为孩子花上万元买足浴盆，推销人员称在“量子科技”帮助下能排出身体毒素。用了后，水真的变浑浊了，其实，这是利用了简单的电解反应，让足浴盆内的重金属溶解在水里了，是有毒的。

另外一大类商品则是量子美容仪。商家宣称其能“一分钟祛眼袋”“填充细胞”“消除皱纹”等。而中国医学科学院皮肤病研究所医生林彤指出，所谓的“量子美容仪器”实则采用的是射频原理，通过电流在皮肤组织中的活动，产生局部热效应，从而刺激胶原纤维新生，归根结底就是一种射频仪。

所有“量子+生活用品”都是虚假宣传

据央视报道，中国科学院物理研究所研究员范桁表示，量子是一种特性，并不是一种成分，实际上是微观物质或者微观粒子一种状态，平常生活中具体属于量子呈现的特性非常困难。试验设备类似于一个大冰箱，这个大冰箱作用就是让器件芯片降到接近零下273.15摄氏度，才能观测到量子效应，一般生活中是很难见到量子效应的。

专家表示，这些所谓的“量子”产品不过是在蹭量子热度而已。量子民用肯定是假的，跟保健、美容都离得很远。目前量子科技主要应用于超导量子计算机、量子密钥、量子通讯、量子激光武器，包含金融、国防、通讯等领域的全球量子通信网也正在加紧构建。由于量子态所需的极端苛刻环境与高昂的经济成本，截至目前量子科技没有走进日常生活，所有打着“量子”旗号进行营销的日常生活产品，全部为虚假宣传。（记者 张鑫）



说法

以量子为噱头营销 伪科普提供热度？

这并非专家学者的首次辟谣，在此之前对于相关骗局的处理打击并不在少数。尽管“量子”产品一再“翻车”，但在电商网站上依旧可以搜索到各种各样的“量子商品”，相关知识的伪科普更是为其提供源源不断的热度，导致以“量子”为噱头的营销难以遏止。

事实上，这些行为已经侵犯了消费者权益，北青报记者了解到，根据《消费者权益保护法》第四十五条明确规定，消费者因经营者利用虚假广告或者其他虚假宣传方式提供商品或者服务，其合法权益受到损害的，可以向经营者要求赔偿。广告经营者、发布者发布虚假广告的，消费者可以请求行政主管部门予以惩处。

此外，根据《广告法》，广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。违反《广告法》发布虚假广告的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款。（北京青年报）

零蔗糖≠无糖 元气森林“偷换概念”引消费者不满

以“0蔗糖”作为卖点的元气森林原本就饱受“伪健康”争议，日前元气森林发布混淆“0糖”概念的致歉声明，再度引发消费者不满。虽然元气森林表示对网购过乳茶的用户发放20元现金红包，但是北京青年报记者发现，此举并未完全得到消费者谅解。不少网友吐槽等待客服处理时间过久，也有消费者质疑为何不给在实体店购买的客户给予补偿。

元气森林的主打产品包括苏打气泡水、燃茶和乳茶等，主要以“无糖”或“低脂肪”、“喝不胖”为卖点。此次将元气森林推上风口浪尖的产品为乳茶，因其曾经大肆宣传“0蔗糖 低脂肪”的概念，引来了许多想喝奶茶又怕长胖或者担心血糖不稳的消费者青睐。

实际上，元气森林乳茶的含糖问题引起争议并非首次。今年1月14日，元气森林官方微信公众号曾发文表示，“乳茶中有三类糖：乳糖、结晶果糖和天然代糖”，意在渗透科普“洗白”自身打造的“0糖”概念。此次元气森林的公开致歉声明则明确表示，其乳茶产品标识和宣传中没有说清楚0蔗糖与0糖的区别，容易引发误解，“乳茶有奶所以是有糖的”。元气森林表示，近期已对乳茶产品做了修正升级，即从2月4日起生产的大部分乳茶和3月18日起生产的全部乳茶，包装从原来的“0蔗糖 低脂肪”改为“低糖 低脂肪”。

随后，一部分网购过元气森林乳茶的消费者收到一则来自其官方旗舰店的短信，称凡是2021年4月10日之前在元气森林电商官方旗舰店购买过乳茶的用户，将会发放一个现金红包，并表示对“很多拆箱或者未拆箱的乳茶进行无条件退货”。不过，很多消费者对此并不买账。有网友表示，从上午10点多联系客服，在转人工服务后下午3点才等到回复称“目前接待量较大，打款需要排队，并要登记支付宝信息”。另有网友称转了人工服务后等了一天，再

转人工又要重新排队，“有多少人为了20元钱一直联系客服？”

对于此次元气森林发布致歉声明，部分网友似乎并未接受：“觉得自己被圈进了‘无糖骗局’，这样会对消费者形成无糖的心理暗示，吸引消费者购买你们的商品。”还有不少网友评论称，“奶茶控”怕长胖，但更怕买到又长胖又欺骗人的产品，“配料表上写得清清楚楚，宣传却玩文字游戏打擦边球”。

随着去年开始无糖气泡水的爆红，“0糖0卡”成为了食品领域炙手可热的口号。人手一瓶“0糖0卡”气泡水、茶饮料成为很多人解渴首选。北青报记者昨天走访多家便利店渠道看到，货架上几乎有8成饮料都标注0脂、0卡、0糖的字样。值得一提的是目前在售的元气森林乳茶仍是旧版“0蔗糖、低脂肪”包装。这意味着，官方承诺的“有多箱拆箱或者未拆箱的乳茶进行无条件退货”的承诺在便利店渠道并未实施。

专家说法

食品工程博士云无心在接受北青报记者采访时表示，顾名思义，“0糖”就是指不含糖。在日常生活中，许多人把“糖”理解为蔗糖（或者说白砂糖），但实际上，在食品营养领域，“糖”是各种单糖和二糖的统称，除了蔗糖，还包括果糖、麦芽糖、乳糖、葡萄糖等。此外，果葡糖浆、高果糖浆、冰糖、红糖、蜂蜜、浓缩果汁等，实质内容也是“糖”。

按照国家标准，“0糖”或者“无糖”的定义是每100克或者100毫升食物中的糖含量不超过0.5克——这里的糖，是指各种单糖和二糖，不管是天然存在的还是人为添加的都算。但是，很多商家把“无糖”概念偷换成了“没有添加糖”，比如“无糖奶茶”的检测经常发现“含糖”，往往就是来自于牛奶的乳糖或者植脂末中的糖浆。

还有一些商家把“糖”的概念偷换成“蔗糖”，比如用麦芽糖、糖浆、浓缩果汁作为糖的来源，却也宣称“无糖”。有的商家宣称“无蔗糖”，则是利用了许多消费者把“蔗糖”等同于“糖”的认知，对消费者形成误导。云无心建议消费者，如果看到宣称“无蔗糖”的食品，应认真地去看看配料表，是否使用了其他的糖进行了替代。（北京青年报）



房企不得代收、代缴契税和住宅专项维修资金

记者近日从北京市住房城乡建设委了解到，为保障购房人合法权益，北京市住建委日前发布《关于禁止房地产开发企业违规收取契税和住宅专项维修资金有关问题的通知》，明确要求房地产开发企业不得代收、代缴契税和住宅专项维修资金。

北京市住建委有关负责人表示，在日常监管工作中，通过12345市民热线、信访、热线咨询等多种渠道收到群众反映，部分开发企业在商品房销售和交付时，会将代收契税和住宅专项维修资金作为前置条件。但有的开发企业代收后未及时缴纳，造成购房群众无法办理不动产登记，侵害了购房群众利益。

通知规定，在新建商品房交易过程中，房地产开发企业不得代收、代缴应由购房人缴纳的契税和住宅专项维

修资金。同时，房地产开发企业不得将代收购房人应缴契税或住宅专项维修资金，作为商品房销售和交付的前置条件。

通知规定，购房人缴纳契税或住宅专项维修资金，确有代办需要的，购房人可委托开发企业或第三方办理，但相应款项不得转入开发企业或其他第三方账户。

针对目前已代收契税和住宅专项维修资金，通知要求，北京市各区住房城乡建设主管部门应及时排查辖区内已代收契税和住宅专项维修资金项目情况，具备缴纳条件的，责令开发企业立即向有关部门缴纳；暂不具备缴纳条件的，应退回购房人或转存入属地政府指定的代收资金监管账户，待具备缴纳条件后，及时通知购房人办理缴纳税款。（新华网）

链家等6家涉嫌炒作学区房中介门店被停业整改

记者近日从北京市住建委了解到，根据北京市政府部署，北京市住建委会同相关部门开展房地产经纪机构专项执法检查，针对群众反映强烈的房地产经纪机构炒作学区房行为，对海淀区万柳、翠微，西城区德胜、金融街，东城区交道口等价格快速上涨区域进行专项执法检查，包括链家、我爱我家等6家炒作学区房的门店暂停营业整改。

此次专项检查，北京市住建委共检查海淀区蜂鸟家园、翠微南里小区，西城区京畿道、六铺炕小区，东城区交道口小区等周边经纪机构门店20家，抽查经纪机构网上、门店发布的房源154套。链家置地海淀第一百三十分公司、万柳中路第二分公司，我爱我家黄寺大街第四分公司、海淀第十二分公司，中原第三百八十分公司，21世纪不动产盛晖嘉园店等6家涉嫌存在炒作学区房的门店暂停营业整改。

同时，对链家置地、麦田、中原、丽兹行、海客天下等房地产经纪公司涉嫌存在的以隐瞒等不正当方式诱骗消费者交易、擅自对外发布房源信息、未书面告知规定事项等违法违规行为立案17起。

据了解，下一步北京市住建委将联合公安、税务、市

场监管等相关部门开展综合执法检查，同时要求各区住房管部门加强属地监管责任，同步开展区域内综合执法和行业监管，保持对房地产经纪机构制造紧张气氛、炒作学区房、哄抬房价行为的高压监管态势，同时，将经纪机构违规参与经营贷、配合购房人签署阴阳合同等行为纳入检查重点。

北京市住建委相关负责人表示，对于检查中发现的违法违规行为，将依法从严处罚，直至“停店、停网、停业”，即：要求门店暂停营业整改、暂停企业房源发布、暂停区域新代理网签直至清出市场等多种方式进行打击，坚持露头就打、逢炒必办，坚决落实“房住不炒”总基调，保证房地产市场平稳运行。（新华网）



入学政策还没出 中介卖学区房的歪招儿就来了

2021年幼升小入学政策尚未发布，部分房屋中介人员先来“蹭车”推销学区房了，有歪解历年入学政策的，有用各种所谓内部数据分析入学概率的，还有用最近销售数据举实例的。对此，中国教育科学研究院研究员储朝晖给家长支招：“最合适的就是最好的，不要用‘学区房’挤压孩子的自主发展空间。”

卖房子先聊“入学概率”

暗访过程中，记者碰到一些中介给房子算“入学概率”。在朝阳门南小街的一家我爱我家门店，中介竭力推荐购买南弓匠营胡同的房子，理由是紧邻史家小学高年级部，入学概率比其他地方都大。“这边每平方米均价不到15万元，您再不买还得涨。”中介说。豆瓣胡同的一家中天置地门店干脆打出了“100%”的概率，一位中介说：“不管是不是多校划片，住豆瓣胡同一带的孩子往年都进了史家小学。您懂了吧？”

“想买房，数学必须得好。”正打算换房的刘先生抱怨说，几乎每个中介推荐房子的时候都要给客户算入学概率。在广安门内大街上的一家房产中介门店，一位中介拍着胸脯说：“自2020年7月31日后在西城区买的房子，全部以多校划片方式在学区或相邻学区内入学。但只要您预算够，我肯定能帮您上最好的小学。不瞒您说，我和同事们都得研究这些入学政策。西城区内所有学区情况，好学校的特点、往年招生情况都在我脑子里。”

每套房都是“熊猫房”

“在中介嘴里，能上好学校的房子都跟熊猫似的。”市民牛女士说，最近问了几家中介，都是统一口径“出一套卖一套，有些家长连房子都不看就付钱”。

万柳中路附近的一家房产中介门店，墙上贴着海淀区教委、海淀区房管局的温馨提示：“2019年1月1日后，在海淀区新登记并取得房屋不动产权证书的住房用于申请入学的，将不再对应一所学校，实施多校划片，并根据学位情况派位入学。望周知。”中介对此不回避也不多谈，但会不遗余力地宣传这片房子的紧俏。

刘先生看了大约半个月学区房，听过了各种段子：“今年幼升小的入学政策马上就要公布了，最近几年可是一年比一年严。这套房您现在再不出手，就真的没学位了”“虽然现在买房也是多校划片，但这个小区离名校最近，出一套，好多人盯着呢”……

学区房降温要靠组合拳

其实，无论是入学概率，还是稀缺属性，都算是中介的一种过度包装。比如东城区教委工作人员明确表示，没有任何住房在入学时可以享受高概率，都是计算机派位。除了最近几年一直明确的过道房、车库房、空挂户等均不得作为入学条件外，城六区更是通过明确“六年一学位”，实施“多校划片”等措施，为学区房降温。本市还通过集团化办学和学区制改革等方式，扩大优质教育资源覆盖面，三分之二以上的中小学校已纳入学区制管理。

然而一部分家长们还是会扎堆儿奔城区看房。刘先生直言，不惜踮踮脚儿买学区房，也是希望给孩子一个更好的平台，更高的学习起点。

面对这种尴尬局面，中国教育科学研究院研究员储朝晖认为，孩子成长发展，内因是自己，学校只是外因。实际上，有些家长把孩子送入了名校，但不一定能获得预期的成才效果。另一方面，家长也应该量力而为，没有必要孤注一掷地花上千万元，购置一套所谓的学区房。要想让学区房真正降温，需要各方共同努力。教育主管部门也应该进一步加大宣传解读力度，减少中介歪解的机会。

（北京日报）



珠宝鉴定乱象：假证书几元就能买，量大还有优惠

对很多消费者而言，鉴定证书是辨别珠宝真假和质量最直观明了的凭证。然而，一些虚假的珠宝鉴定证书价格只要几元钱，量大还有优惠。消费者要擦亮眼睛，可通过鉴定机构官方网站而非证书上的网址查询证书真伪，也可通过登录国家认证认可监督管理委员会官网，输入证书上CMA标志下的机构证书编号查询检测机构的资质是否有效。

随着生活水平的提高，越来越多的人将珠宝作为饰品消费的重要选项。除了审美因素外，人们买珠宝时最关心的是真假和质量。

对于不具备相关鉴定知识的很多消费者来说，鉴定证书就是辨别珠宝真假和质量最直观的凭证。商家往往将鉴定证书作为珠宝的“身份证”随珠宝一同售卖。然而，有了鉴定证书，珠宝就一定是真的吗？

一些珠宝鉴定证书真假存疑

“原价5999元的挂坠给家人们‘炸’3单，只要899元”“9.9元秒足金”“专柜价格千元商品‘宠粉价’只要几十元”……在某短视频平台上，输入“珠宝”二字，可在开播的珠宝售卖直播间发现不少这样的“超值优惠”。

记者逐一询问这些珠宝是否配有鉴定证书，主播无一例外地给出了肯定回答，并在镜头前展示了各自的“权威”鉴定证书。

直播中，一家珠宝店的主播芳芳声称：“所有货物都有保障，官方认证官方检测”。该主播展示的证书背面显示，鉴定机构为“国家珠宝玉石质量监督检验中心”。但记者经过仔细比对，证书的检测项目、排版方式、机构地址均与国家珠宝玉石质量监督检验中心官网展示的真实证书相去甚远。该中心工作人员表示：“中心只对送检样品负责，无法保证直播中所有标注了我中心出证的鉴定证书均为真实证书。”

另一家珠宝店的主播小胖拿出了“华检质信（北京）珠宝玉石鉴定中心”出具的鉴定证书。然而，记者通过地图软件在北京并未搜索出此鉴定中心。按照证书上的地址查找，依旧没有找到。负责管理地址所示建筑的物业公司工作人员告诉记者：“楼内并没有从事珠宝鉴定的机构，

几年前整体翻新了一遍，现在都是做家居的，这个房间编码根本不存在了。”

对此，有业内人士坦言，不要轻信网上买到的超低价名贵珠宝，即使有鉴定证书也不能保真。内行看质量，外行看证书。虽然多数不具备相关专业知识的消费者都会抱着谨慎的态度索要、查看证书，但珠宝鉴定证书是可以做的。比如，翡翠有A货（纯天然翡翠）、B货（人工处理翡翠）、C货（人工染色翡翠）之分，但有些商家为了便于售卖获利，无论是B货还是C货，都可以做成A货的证书。

虚假鉴定证书只要几元钱

记者在網上以“珠宝鉴定”为关键词进行搜索，找到不少提供“拍照鉴定”“跑腿鉴定”服务的店铺。记者随机选择综合排名较高的店铺，通过添加微信联系客服。

某好评率99.7%、评分4.9分的高端珠宝定制店铺、微信昵称为“御艺珠宝 高级珠宝定制”的客服称，与某珠宝宝石鉴定中心有内部关系，可以不怎么严格，证书9元一张。

某款鉴定产品月销量为1000+的店铺、微信昵称为“珠宝鉴定师-林夕”的客服也爽快答应做鉴定证书的请求。“可以做批量证书，一件一证的话比较麻烦，要把每一件的照片和重量都发过来，一张证10元。要是个编号



复制的5元一张，量大有优惠。”

在问及如何应对消费者对证书真实性的质疑时，林夕称：“可以扫证书上的二维码进‘官网’认证，网址虽然是假的，但一般人根本发现不了。”

根据林夕提供的鉴定证书上的二维码，记者尝试扫码查询，从外观上看，虚假网站和真实官网别无二致。将证书证签编号和验证码分别输入两个网址，虚假网站弹出证书图片，而真实官网却显示“证书不存在”。

“我们的翡翠假一赔百万，绝对保真，都有证书。你是不信，我也可以拿去鉴定。”某古玩市场一家主营缅甸翡翠的店主说着拿出了厚厚的几摞证书。当被询问是否可以直接向其购买证书时，店主旋即回答：“可以啊，10元一张。”

检测报告应使用国家计量认证标志

根据相关规定，向社会出具具有证明作用的数据和结果的检验检测机构应当依法获得资质认定，并且在检验

检测报告中使用时国家计量认证（CMA）标志。消费者可通过鉴定机构官方网站而非证书上的网址查询证书真伪，也可通过登录国家认证认可监督管理委员会官网，输入证书上CMA标志下的机构证书编号，查询检测机构的资质是否有效。

对于虚假鉴定证书，一位鉴定师表示，检测中心作为非执法部门，无奈太多，市场有待规范。

北京星竹律师事务所合伙人、律师郝旭东认为，消费者不可过度依赖鉴定证书辨别珠宝真假。伪造珠宝鉴定证书的成本极低，商家容易受经济利益驱使铤而走险。

郝旭东提醒消费者，在购买珠宝饰品时注意留存发票、信誉卡、保修卡、产品说明书等凭证或收据，一旦购买到使用虚假鉴定证书的商品可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务。除与商家协商外，消费者还可以通过向消费者协会投诉或举报、向有关行政部门投诉、提请仲裁、提起诉讼等方式维护自身的合法权益，“商家若有欺诈行为，应当承担惩罚性赔偿”。（工人日报）

北京：金融组织提供产品，必要时可与消费者签署风险提示书



地方金融组织向金融消费者提供金融产品或者服务，应当了解消费者的风险承受能力，必要时签署风险提示书。今天上午举行的市十五届人大常委会第三十次会议，表决通过了《北京市地方金融监督管理条例》，条例将于今年7月1日正式实施。

地方金融组织有保障“金融消费者的财产安全、知情、自主选择、公平交易、信息保护等权益”的义务。条例提出，地方金融组织向金融消费者提供金融产品或者服务，应当了解金融消费者的风险承受能力，如实、充分提示可能影响金融消费者决策的信息、金融产品或者金融服务的性质和风险，必要时签署风险提示书，依法保障金融消费者知情、自主选择等合法权益。

“一旦地方金融组织解散，债务到底该由谁来清偿？”针对很多金融消费者最担心的这一问题，条例提

出，地方金融组织的控股股东或者实际控制人可以出具书面承诺，在本组织解散或者不再从事金融业务活动后，承担未清偿的债务；地方金融组织可以将承诺情况向社会公示。

地方金融组织经营活动存在重大金融风险隐患，且严重损害金融消费者合法权益的，市地方金融监督管理部门可以有权采取一系列限制措施，并在必要时向社会提示风险。例如，可以责令其暂停部分业务，或是限制其重大资产处置，或责令其暂停控股股东转让股权或者限制实际控制人、有关股东的权利等。

一旦已形成重大金融风险，条例提出，本市应按照

金融风险应急预案启动应急响应，有关部门有权适时扣押有关财物，查封有关场所及其设备设施；采取冻结涉案资金、限制相关涉案人员出境等措施。

条例还特别提出设立“双罚制度”。对地方金融组织给予行政处罚的，可以根据具体情形，同时对负有直接责任的法定代表人、董事、监事、高级管理人员和其他直接责任人员处以罚款，没收违法所得。其中，违法所得5万元以上的，处违法所得1倍以上5倍以下的罚款；没有违法所得或者违法所得不足5万元的，处1万元以上5万元以下的罚款；情节严重的，可以处一定期限的市场禁入。（北京日报）

北京燃油车占电动车泊位7月起可加价收费

对燃油车占电动车泊位，停车场可以多收停车费了。作为推荐性北京市地方标准，北京市市场监督管理局近日对外发布《停车场(库)运营服务规范》。这一新规范提出，占用电动汽车泊位的燃油汽车和充电完成后超过一个计时单位仍未驶离的电动汽车，可采取阶梯式价格标准进行收费，单位时间收费最高不超过普通车位当前收费标准的150%。据了解，新规范将于7月1日起正式实施。

应在显著位置明码标价

无论是停车场还是停车库，均需“明码标价”。此次发布的新规范提出，停车场出入口、收费地点等显著位置

应使用标价牌或电子信息屏等方式进行明码标价。明码标价内容包含收费时段、收费标准、服务单位监督电话、车位总数等。

停车场出入口应设置醒目的出入口标志/引导牌；停车场内应设置显著的车行引导标志或在地面施划清晰的车行引导线；在人行道显著位置设置人行引导标志或施划标线，并注意与车行引导的区分；有电梯的停车场应在显著位置设置电梯引导标志/引导牌。

司机有需求时能找到人

不停车缴费、输入车号即可智能寻车、提前预约锁定停车位……如今的停车场已越来越“智能”。规范也对停车场提出了“智能化”要求。其中，公共停车设施应当按照标准配建停车诱导设施、进出车辆信息采集及号牌识别系统，与所在区域停车场诱导系统实时对接。鼓励有条件的停车场经营单位开展不停车收费/缴费、车位预约、场内停车诱导、反向寻车等功能的建设，鼓励借助互联网手段发布错时共享信息。

不过，在实行“少人化”“无人化”式管理的停车场，应保证在车辆驾驶者有相关需求时，能够与服务人员及时取得联系，包括但不限于现场服务、语音或视频远程服务。



为了避免“数字鸿沟”为老年人出行造成不便，规范提出“坚持传统服务与智能创新相结合”的要求，在停车服务场景中，保留必要的老年人熟悉的传统服务方式。

电动汽车泊位不少于10%

不应在场内鸣喇叭、长时间发动车辆；不应在场内吸烟；燃油汽车严禁占用电动汽车专用泊位；非残疾人用车严禁占用无障碍车位……规范提出，停车场经营单位应采取多种形式向车辆驾驶者提供告知信息。停车管理员则应对停放超过24小时的车辆进行登记与查询。

随着技术迭代和升级，电动汽车的普及率越来越高，为了让电动汽车“有位可泊”，新规范对电动汽车充电设施和泊位提出了明确要求。其中，具备电源条件的既有公共停车场、P+R停车场应按照不低于10%车位比例配建公用充电设施。公共停车场、P+R停车场按照不低于

10%车位比例设置电动汽车泊位，按照不少于1个专用泊位的原则划定电动汽车专用泊位。

停车管理员要对燃油汽车和有充电需求的电动汽车进行分类停车引导。比如，在非充电车位有空余的情况下，引导燃油汽车避免占用电动汽车泊位；在非充电车位无空余的情况下，可以引导燃油汽车占用部分电动汽车泊位，但不得占用划定的电动汽车专用泊位，并提示驾驶者留下联系信息；引导已完成充电的电动汽车及时驶离电动汽车专用泊位。

引导燃油汽车、没有充电需求的电动汽车勿占用电动汽车专用泊位，对多次告知仍不听劝导的，可通知公安交通管理部门开展执法。

而对于占用电动汽车普通泊位的燃油汽车和充电完成后超过一个计时单位仍未驶离的电动汽车，可采取阶梯式价格标准进行收费，单位时间收费最高不超过普通车位当前收费标准的150%。（北京日报）

北京海淀停车场提供错时共享停车位可享补贴

为错时共享停车发“补助”，加快西外大街西延、北清路快速化改造等20多条道路建设，北医三院、颐和园周边道路启动缓堵“小手术”，清河火车站启动交通治理……今年，海淀区将多措并举，构建北部地区主干路网架构，打通中部地区交通瓶颈，完善南部地区道路微循环。



每个车位每月补贴150元

为缓解停车难，海淀区今年将加大对错时共享停车的鼓励力度，停车管理企业向周边居民提供错时共享停车后，可以申请每个错时共享停车位每月150元的补贴，降低居民的停车费用，提高停车场的积极性。在停车资源挖潜方面，针对停车空间有限的小区周边，探索综合利用公共用地、广场、绿地的地下空间建设地下停车设施。

道路停车改革覆盖面继续加大。海淀区年初已将万寿庄路、中关村南五街、会城门东路等20条道路1400余个车位纳入电子收费管理，还将推进第三批道路停车电子收费项目。同时，扩大移动视频应用范围，全面取代人工手持POS机，实现视频设备全覆盖。预计年底海淀区将累计完成近200条道路、约2万个车位实现电子收费。

医院景区周边“个性化”缓堵

海淀区今年将推进建设一批市民关注的市政道路，持

续改善出行环境。其中，巴沟路正在加紧建设，计划今年三季度完工；上庄路去年下半年实现开工，预计到今年底东半幅可基本完成。另外，阜成路北二街拓宽改造工程5月底前全部完工。此外，海淀区今年还将继续推进安宁庄北路、西外大街西延、北清路快速化改造等20多条道路建设。

海淀区还将通过一批缓堵“小手术”，对堵点乱点进行综合治理。其中包括中关村大街、后屯东路等14处堵点乱点。同时，持续加大学校、医院、景点周边的交通综合治理，选取海淀区东升实验小学、六郎庄小学、首师大附属玉泉学校共3所学校，北医三院、北京肿瘤医院、北京市中西医结合医院、海淀医院共4家医院，以及颐和园景区作为试点治理单位，严格落实“一校一策”“一院一策”的要求，分别制定个性化治理方案。

拟建于海淀区西北旺镇西玉河村的故宫北院区，项目周边共有10条道路正在推进建设。结合故宫北院项目，海淀区政府前两年就启动了配套市政道路的研究。目前，除了正在实施的上庄路、上庄东路和翠湖南路，周边还有7条道路同步推进。“我们在研究故宫北院区项目周边道路时，是结合附近住宅区出行需求统一考虑的，加上正在实

施的3条路，一共10条路，将使整个地区的路网实现质的提升。”海淀区住建委（重大办）相关负责人介绍。

整治清河火车站周边违停

作为冬奥会配套工程，清河火车站是奥运专线的起点站，也是地铁13号线的中途站和怀密线的起点站。今年，海淀区将以清河火车站为圆心，辐射周边，实施交通治理计划。

推动出租车蓄车区、公交枢纽及东广场共享自行车停放区等站区配套设施投入使用，完善站区功能。围绕站区周边停车乱问题，疏堵结合，开展安宁庄三条停车秩序治理，进行违停执法。

海淀区将在清理路面违停车辆的同时，协调清河火车站为周边居民提供错时共享停车位，保障居民停车需求。此外，通过施划非机动车停放区域，引导企业及骑行者共治共享，加强单车清理调运等措施，规范管理共享单车。动态调整站区周边道路信号灯配时，研究利用智慧交通优化站区周边交通组织，进一步提升通行效率。

（北京日报）

一支笔含十种毒 ——警惕“高颜值”文具暗藏高风险

卡通形象的卷笔刀、带吊坠的笔、白得发亮的纸张……“高颜值”文具正成为当下儿童文具市场最受欢迎的产品。

在3月29日全国中小学生安全教育日到来之际，“新华视点”记者调查发现，部分“高颜值”文具暗藏高风险，极易对儿童身体健康造成损害。

中国科学院合肥物质科学研究院曾对市场上深受中小学生喜欢的4个品牌香味荧光笔拆解部件逐个检测分析，发现挥发性气味来自荧光笔内的墨水，一共检测出15种挥发成分，其中10种为有毒物质，还包括高毒物质丙烯腈。研究显示，长时间吸入丙烯腈能引起恶心、呕吐、头痛、疲倦等症状。

“色、香、味”俱全产品引导文具市场新潮流

无论是校园周边的文具店，还是文体用品批发市场，“高颜值”成为商家兜售儿童文具的噱头。“色、香、味”俱全的文具正引领市场新潮流。

——颜色靓。记者走访多地超市、文具店了解到，在画画本、练习册、书法本中，“纸越白卖得越好”几乎成普遍现象。印制各类彩色卡通图案的包书皮、用艳丽颜料印制的铅笔袋等，成为中小学生的最爱。

然而，事实上纸并非越白越好。根据相关规定，纸张、作业本的白度不应大于85%。广东省市场监督管理局有关负责人说，白度过高的纸张会对眼睛产生刺激，还可能



造成损伤。

“有些附着在书皮、铅笔袋上五颜六色的劣质彩色颜料，可能含有致癌芳香胺，以及铅、汞、镉等多种重金属元素，长期接触可能导致致癌芳香胺向人体迁移，可能引起人体病变或诱发癌症。”广东一家文具检测机构负责人王星说。

——香气浓。记者在广州市越秀区一家文具店看到，一款12支装带香味的荧光笔标价29元，每支笔都有不同的气味，共包括柠檬果茶、蜜桃果冻、糖心红薯、冰糖乌梅等12种食物的气味。该文具店老板说：“小朋友特别喜欢这些气味，这款荧光笔一个月就售出了200多盒。”

王星说，儿童文具上各种不同的气味大多并非天然味道，而是由各种化工原料化合而成的物质发出的气味。比如，问题文具中常见的有中等毒性的合成原料乙苯会散发芳香气味，具有中等毒性的醋酸异辛酯具有水果香味。长期接触这些气味会增加健康风险。

——趣味强。记者在多家文体用品商场和小学附近的文具店看到，卖得最好的文具多数属于好玩的类型：橡皮擦被制作成辣椒、花生、玉米、麻将、南瓜、餐具等形状，中性笔、水彩笔的笔帽挂着长达数厘米的吊坠，吊坠形象有五角星、向日葵、卡通人物、蝴蝶结等。

北京一名小学教师李希说，这些形状可爱、构件复杂的文具常常被儿童当成玩具，在玩耍过程中拉扯、拨弄，甚至放入口中。小零件一旦被儿童吸入，可能导致呼吸道堵塞而窒息，或者被吊坠的尖锐处划伤。已经有一些学校的教师反映发现类似危险情况。

“高颜值”背后为何风险重重？

业内人士表示，我国每年生产的儿童文具有近万种花色品种，儿童文具市场技术含量低、准入门槛低，绝大多数企业是年产值2000万元以下的中小微企业。为获得市场优势，企业往往使用价格低廉、表面装饰性强的材料。

“一块普通白色橡皮批发价为0.3元，零售仅1元；但与其他加工工艺组合提升‘颜值’后，批发价可提高到1.25元，零售价提高到3至4元，利润能翻好几倍。”贵阳市云岩区一家文具店的老板说。

从各地市场监管部门的抽检情况看，“高颜值”文具成为各地问题文具重灾区。

为提高文具的色泽、观感和柔韧度，有的生产商在包装材料上过度添加增塑剂。

河北省市场监督管理局曾随机抽检市场上20批次聚氯乙烯材质的塑料文具盒样品，发现其中10批次产品中邻苯二甲酸酯含量不符合要求。去年下半年，浙江省市场监督管理局督促企业召回18万余支邻苯二甲酸酯含量超标的笔，涉及铅笔、中性笔等。王星说，在含有聚氯乙烯材质的文具上使用邻苯二甲酸酯等增塑剂的目的是，使文具“颜值”更高，色泽更漂亮，手感更柔软。

河北省市场监督管理局有关负责人表示，邻苯二甲酸酯是聚氯乙烯的主要增塑剂，长时间接触会干扰内分泌，影响生殖系统，对心血管、肝脏和泌尿系统产生伤害。

此外，国家对笔类文具的笔帽透气性做出了明确规定，大多要求笔帽上需要有一条连续且至少6.8平方毫米大小的空气通道，这是防止儿童吞咽笔帽导致窒息的“救命孔”。但是，现在很多笔套外表花哨，增加了吊坠、做成卡通人物、模拟其他形状，“这些附属装饰往往会把笔套上的通气孔掩盖或者堵住，埋下安全隐患。”王星说。

上海市市场监督管理局2020年对笔类文具产品质量抽检，共发现12批次产品笔的上帽安全项目不合格，涉及圆珠笔、水彩笔、水性勾线笔、水性记号笔等，并指出如果儿童误吞食笔帽，会造成窒息危险。

进一步完善生产标准，加强监管和警示

国家市场监督管理总局公布的数据显示，截至2020年6月15日，我国已实施儿童文具召回共计51次，涉及数量135.54万件。

专家指出，召回制度属于事后补救措施，必须进一步完善儿童文具标准，推动监管部门、社会共同发力。

随着学前教育的增加，很多幼儿园的孩子也开始更多地使用文具。目前，《学生用品的安全通用要求》（GB 21027-2007）主要针对的是学龄期间使用的文具，专家建议，将学龄前儿童使用的文具也纳入该标准的适用范围，并修订相应的安全要求，为监管提供依据。

同时，专家建议，在儿童文具产品的风险监测工作中，对文具的颜料、设计式样、气味等风险源进行一次系统研究，从儿童的智力、行为、接触的可能性、致残和致死的可能性等方面全面进行研究，为完善相关标准打好基础。

还有专家指出，应该及时制定针对文具产品自身的检测方法。目前，《学生用品的安全通用要求》对部分文

具指标的检测方法完全使用其他行业产品的检测方法，比如，对文具的锐利边缘测试按《国家玩具安全技术规范》规定进行；书包、笔袋所使用的面料和辅料中甲醛含量的测定，按照普通纺织品中甲醛含量的检测方法进行。

王星指出，当前文具产品检测方法缺失，是文具标准化工作的一个薄弱环节。单纯采用其他行业产品的检测方法不一定合适，尤其是化学性能要求的检测，由于样品不同，对样品的收集和前处理有差异，会直接影响检测结果的准确率。

中国人民大学法学院教授刘俊海建议，市场监督管理部门应加强对文具安全的监督检查，引导企业从产品研发、质量控制环节消除安全隐患。此外，应提醒家长和学生，买文具要注重安全性，不要过分迷恋“高颜值”，尽量挑选有质量保证的厂家和品牌。（新华社）

西城区消协参与 西城区消费纠纷人民调解员等级评定

3月26日上午9:30，西城区消协秘书长王兆泰、副秘书长王妍到西城区人民调解员协会，与评委会聘请的专家共同参与对24名申报西城区消费纠纷人民调解员的等级评定工作。区消协起草通过的《北京市西城区消费纠纷人民调解员等级评定实施细则（试行）》，正式作为评定专业性人民调解员的等级评定标准性文件。与会专家经过认真审阅申报材料、对工作年限、书面调解文书件数及表彰证书等情况进行综合研究评定。最终评定出二级人民调解员5名、三级人民调解员6名、四级人民调解员12名，无级人民调解员1名。经过评委会研究决定向北京人民调解协会推荐李智、芦云两位推荐一级人民调解员。区消费纠纷人民调解员等级评定结果将于近日在法治西城公众号上公示。

区消协以开展等级评定工作为抓手，推进消费纠纷人民调解工作提档升级。一是通过起草细则（试行）和参与等级评定积累工作经验，年内积极做好宣传动员，在消协分会及诚信服务承诺单位先行试点推进人民调解员等级评定工作的宣传力度，提高投诉岗位专兼职调解员知晓率和参与率。二是完善区消调委组织架构、人民调解员工作

职责和工作制度机制，健全调解人员花名册和设立消费维权调解工作站。三是通过对简易调解文书的规范要求，加强区消调委组织建设和人民调解员队伍建设，实现持证上岗、调解工作绩效与等级评定挂钩。四是将消费纠纷人民调解员等级评定工作与开展诚信服务承诺单位活动挂钩，鼓励诚信企业积极参与，完善企业和解机制建设，不断提高消费纠纷人民调解员在商业服务企业的覆盖面。五是积极开展消费纠纷多元调解工作，加强与行业协会的工作交流，吸纳相关行业专家顾问及律师加入到人民调解员队伍中来，不断提升区消协依法履行职能和开展维权工作的能力和水平，积极构建消费维权大调解工作格局。

（西城区消协）





倪 弋

对手机应用程序过度索权说“不”

随着移动互联网快速发展，各类手机应用程序（APP）迅速普及，在促进经济社会发展、服务民生等方面发挥了重要作用。但同时，APP超范围收集用户个人信息问题十分突出。特别是一些APP通过捆绑功能索取个人信息授权，用户拒绝授权就无法使用APP基本功能服务，变相强制用户授权，过度索权从“偷偷摸摸”升级为“明目张胆”。

近日，国家互联网信息办公室等四部门联合发布《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》（以下简称《规定》），明确地图导航、即时通信、网络购物等39类常见类型APP必要个人信息范围，要求其运营者不得因用户不同意提供非必要个人信息，而拒绝用户使用APP基本功能服务。

装个APP看视频，却要你对通话记录授权；下个APP来导航，竟要获取你的通讯录信息……一些APP动辄要求用户默认交出各种本不必要的隐私权限，使得用户的手机像个毫不设防的“大房子”，谁都能在这个“大房子”里砸个窗、拆个墙。如果任由APP过度索权乱象野蛮生长，不仅个人信息泄露势必成为大概率事件，其带来的数据安全风险也不容小觑。现实中，大量不法APP通过过度索权，形成了个人信息黑产，导致个人信息被不法分子利用，为电信网络诈骗、人肉搜索等互联网犯罪提供“温床”。

针对个人信息搜集，网络安全法明确规定了“合法、正当、必要”原则，这是APP必须始终遵循的铁律。但过去由于对APP采集个人信息范围的合法性、正当性和必要性缺乏足够精细的规范，导致对个人信息采集类型、范围、边界判断较为困难，使得个人信息保护工作多集中在事后追责。其实，从治理成本、执法效率角度看，对个人信息采集进行事前监管十分必要。在事前监管层面下的功夫越大，后续风险才会越小，也只有在足够具体和有针对性的规则面前，事前监管才能发挥更好效果。

此次出台的《规定》，进一步精准落实网络安全法中“合法、正当、必要”原则，将执法前移，从采集个人信息范围角度加大治理力度，为防止APP过度索权立规矩划界限，把实践中39类APP对个人信息索权类别，以具体明确的方式作出了规定，督促平台依法、依约采集个人信息，切实履行保护用户个人信息的主体责任。

铲除APP过度索权这一乱象的土壤，除了需要相关部门将事前监管和事后追责相结合、APP运营者依法依规落实主体责任外，还有赖于广大用户勇于监督、善于维权。正如《规定》所明确的，任何组织和个人都有权利向相关部门进行举报。这样既畅通了公众对个人信息的监督权利，也拓宽了相关部门保护个人信息的治理渠道。（人民日报）

取消漫游套餐费岂能“不告不理”



张淳艺

对于很多00后的手机用户来说，“长途漫游费”是个极为陌生的名词，因为早在2017年这项收费就已经被取消了。然而，记者近期接到消费者投诉，称亲人的手机一直被收取名为“亲情省”的漫游套餐费。对于已经被取消的业务为何一直收费，中国移动客服给出的解释却是“用户不取消会一直默认收费”。

前些年，由于“长途漫游”资费贵，一些运营商推出了“亲情省”“国内漫游计划”等套餐活动。每月交几元钱，用户就能享受给外地用户打电话和在外地接打电话的“优惠资费”。这本是一件好事，但2017年9月起三大运营商在全国范围内取消长途漫游费，部分用户的漫游套餐却一直被收费至今，不禁让人惊诧。皮之不存，毛将焉附？漫游费都成老皇历了，要这漫游套餐还有何意义？

对于为何已经被取消的业务还会产生套餐资费，北京移动客服表示，这是系统问题，只要不是用户主动取消业务，即使业务已经“不存在”，费用还是会照扣。这明显只是一种托辞。当年取消国内长途费和漫游费，各大运营商曾言之凿凿，“用户无需申请，系统自动生效”，事实上也的确做到了。咋到了取消漫游套餐费时，系统就又不管用了？恐怕，系统问题只是借口，关键还是利益作祟。

被默默收取漫游套餐费的绝非个别消费者，不主动取消就一直收费的“停办业务”也不只是漫游套餐费一项。由于所涉金额通常不大，加之话费账单缺乏明细，不少消费者都蒙在鼓里，对于莫须有的费用浑然不觉。运营商就是利用这种信息不对称，闷声发不义之财。

在民事诉讼活动中，遵循“不告不理”原则，即必须有原告人提出诉讼请求，法院才得受理；对未经起诉的事情，法院不予受理。但是在运营商的诚信辞典里，不应有“不告不理”的概念。《消费者权益保护法》明确规定，经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益。《用户入网服务协议》中，白纸黑字写着“如遇政府主管部门统一调整资费标准的，本协议按政府主管部门调整后的资费标准在规定的时间内执行”。漫游费取消后，运营商就应及时调整业务，主动取消漫游套餐。“揣着明白装糊涂”，继续收取漫游套餐费，却并未为消费者提供相应服务，这不仅违背诚信，更涉嫌违法。

运营商敢这样做，底气源于“收益高、代价小”。由于收费比较隐蔽，许多消费者难以发现。等到发现了，不少人又不愿花时间和精力维权，干吃哑巴亏。遇上较真的消费者，运营商大不了给点象征性的赔偿了事。对此，必须提高违法成本，打破运营商的“小九九”，倒逼其恪守诚信精神，尊重消费者权益。（中国消费者报）



熊志

航空公司别做“店大欺客”的傻事

4月5日，有媒体曝光多家航空公司“随心飞”套餐存在不少问题。更有网友说出了自己遇到的一些类似麻烦：此前购买了南航“快乐飞2.0”，目前已遇到14次航变，多次对她行程造成影响，曾有一次航班变动三次的情况。

自去年疫情以来，“随心飞”产品逐渐流行。航空公司打着不限次数、时间等宣传旗号，营造出一种想飞随时飞的便利氛围，成为拉拢消费者的重要流量入口，备受出行频率高的消费者的青睐。

然而，“随心飞”不随心，反而变得闹心，早已不是新现象了。中国消费者协会梳理的“2020年十大消费维权舆情热点”中，“随心飞”赫然在列。同时，相应的投诉维权纠纷，在各类平台上更是比比皆是。

从报道来看，“随心飞”的问题，包括使用限制多、兑换机票难等等，不一而足。比如，航空公司往往规定节假日不能使用，但即使是非节假日，消费者也未必能“随心”地兑换机票。兑换机票的数量，完全掌握在航空公司手里，并不透明。即便消费者成功兑换到机票，最终也可能像网友这样，面临航班取消的突发问题。

但，既然打着“随心飞”的旗号揽客，那就应该将承诺兑现，不能动辄自说自话地设置各种使用限制。这不仅仅存在缺少诚信的问题，而且涉嫌虚假宣传，直接侵犯了消费者的合法权益。

比如报道中提到的，消费者预定的航班取消或延误，原本不是自己的责任，却也被航空公司算作消费者违约，甚至被直接取消“随心飞”的资格。如此滥用格式条款，转嫁责任的做法，是赤裸裸的“店大欺客”行为。

不得不说的是，面对不断增加的消费者投诉，航空公司并没有形成完善的沟通机制，“人工客服平均等待时间超过5分钟”，成为消费者投诉时的常态。本质上，这就是故意忽略消费者权益的不作为。

前期产品处处是坑，后期又令消费者维权无门，如此“随心飞”岂能不让人闹心？

“随心飞”产品的推出，是疫情影响下航空公司积极“自救”的一种尝试。消费者纷纷购买相关产品，既是出于其性价比的考量，也包含着对疫后航空经济的一种鼎力支持。

然而，随着经济秩序和航空客流的逐渐恢复，航空公司将当初雪中送炭的消费者，当成一种累赘和包袱，这多少有些“过河拆桥”的嫌疑，毫无契约精神可言。

针对如此局面，相关职能部门以及消费者行业协会，显然不能袖手旁观。一方面，对于可能涉及的虚假宣传、滥用格式条款等“店大欺客”的行为，要主动介入，用法律代价倒逼航空公司完整地兑现承诺；另一方面，要健全和完善相应的投诉维权机制，为消费者提供畅通的维权通道。

这里也要特别提醒各大航空公司，在激烈的行业竞争下，市场口碑和消费体验，永远是保持企业长久经营的首要元素。眼里只有短期利益，或者为了商业利益最大化，利用企业和平台的优势自定规则、自当裁判，侵犯消费者的合法权益，这样的企业注定不可能走远。所以，不能做“店大欺客”的傻事。（人民网）

打“无糖”擦边球 又是营销小把戏



侯 江

4月10日，知名饮料品牌元气森林发布致歉声明，称在乳茶产品的产品标识和宣传中，没有说明“0蔗糖”与“0糖”的区别，容易引发误解。元气森林表示，近期已对乳茶产品做了修正升级，即从2月4日起生产的大部分乳茶和3月18日起生产的全部乳茶，包装从原来的“0蔗糖 低脂肪”改为“低糖 低脂肪”，3月18日起生产的全部乳茶不再添加果糖。

元气森林乳茶产品配料表中赫然在目的结晶果糖是不是糖？当然是。而且，它所产生的热量比蔗糖也低不到哪去。这种科普知识，网上一搜便有成千条结果，元气森林的产品研发、宣传销售等部门能不知道？那么，以“0糖0脂0卡”饮料起家的元气森林，一直标榜这款产品是“喝不胖的乳茶”，究竟是不是一直在偷换概念、误导消费者？这种做法，是仅仅用“容易引发误解”就能撇清的吗？想用如今的“升级”将之前的蒙蔽轻轻带过，这种道歉能被消费者接受吗？

近年来，市场上无糖酸奶、无糖饮料、无糖零食等受到消费者欢迎。然而用“0蔗糖”来偷换概念，暗搓搓在配料里加果糖等其他糖分，则是不少商家心照不宣的做法。为了让产品迎合市场需求而大卖，还故意抛出“GI低”等模糊认知，糊弄消费者。“0糖0脂0卡”的代糖食品中，甜味剂的确不是糖，但食物原材料本身也难免含有糖分；此外，代糖食品大量食用，还有可能导致胰岛素分泌紊乱、其他代谢障碍等。因此，对消费者来说，追求无糖，第一不能轻信“0蔗糖”；其次，非特殊人群也不能依赖代糖。消费者对“0蔗糖”产生误解，还真是危害不小。

去年7月，国家市场监督管理总局发布《食品标识监督管理办法（征求意见稿）》，第三十二条“食品标识不得标注下列内容”中，就有“欺骗或者误导的方式描述或者介绍食品”、“以‘不添加’、‘零添加’、‘不含有’或类似字样强调不含有或者未使用的”。同时，在法律责任层面，“食品标识中使用虚假、夸大、易使消费者产生误解的文字或者图案”应由市场监督管理部门依照《中华人民共和国食品安全法》相关规定给予处罚。对照之下不难得出结论：相关企业对“0蔗糖”概念的使用，根本就是明知故犯，并且涉嫌欺骗、误导消费者。

如今，通过玩文字游戏蒙骗消费者，不少商家还乐在其中。殊不知，食品安全的科普速度、相关法规的监管力度，正在不断拆穿这些商家浑水摸鱼的牟利伎俩。初衷不光明、手法不磊落的商家，不仅伤害了消费者的合法权益，更会伤害企业自身健康发展的“元气”。只有干净做生意、实在得利润，企业才能日益赢得消费者的信任，才能积累“元气”，不断开发好产品，更好地满足消费者需求，企业自身才会不断发展壮大。（北京晚报）

国务院教育督导委员会办公室 发布校外培训风险提示

《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》印发以来，大多数校外培训机构严格执行有关管理规定，依法依规开展培训业务。但近期也发现，仍有部分培训机构无资质、无证照开展培训活动，还有部分培训机构以充值优惠、买多送多等方式，诱导家长一次性缴纳超期高额培训费用。为避免“退费难”和培训机构“卷钱跑路”造成经济损失，特提醒广大家长，给孩子选择培训机构和缴纳培训费用时，要注意以下事项：

一、选择有资质的正规培训机构。如果您要为孩子选择培训机构，请务必首先确认该机构是否具有相关资质。正规校外培训机构须持有《民办学校办学许可证》，《工商营业执照》或《民办非企业单位登记证书》等证照，并张贴在培训场所醒目位置，且按照办学许可证审批的培训项目来开展培训业务。广大学学生家长可通过“全国中小学生校外培训机构管理服务平台”（网址：<http://xwpx.moe.edu.cn>）查询有资

质的正规培训机构名单。

二、不要一次性缴纳超期高额费用。请不要盲目听从销售人员的优惠推销或打折许诺，不要一次性缴纳时间跨度超3个月或60课时的培训费用，以免遇到培训机构倒闭或者卷钱跑路，造成经济损失。如有机构向您一次性收取超过3个月或60课时的培训费用，请及时向当地市场监管部门或教育行政部门投诉举报。

三、妥善保管好培训合同及发票。签订培训合同时，请尽量选用教育部和国家市场监管总局联合印发的《中小学生校外培训服务合同（示范文本）》。如选用其他版式合同的，请仔细阅读合同条款，对培训内容、质量承诺、培训期限、收费金额及退费标准与办法等条款，要逐项逐条审阅确认。要在签订合同后再付款，并索要正规发票或收据。要妥善保管好合同文本、票据等资料，以作为维权凭据。（教育部）

电子烟隐患多，未成年人碰不得

近年来，很多电子烟企业以年轻人作为营销重点，用“帮助戒烟”“健康无害”等违背客观事实的宣传误导消费者，并将电子烟标榜为“年轻”“时尚”“潮流”的代表诱导未成年人，使得电子烟有在年轻人群体流行的趋势。2018年以来，国家烟草专卖局和国家市场监管总局连续发布多个通告，要求各类市场主体不得向未成年人销售电子烟产品，呼吁社会各界保护未成年人免受电子烟侵害。对此，北京市消费者协会认为：

电子烟存在较大健康风险

2018年8月，在国家烟草专卖局和国家市场监管总局联合发布的《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》中指出，为加强对未成年人身心健康的社会保护，各类市场主体不得向未成年人出售电子烟。电子烟作为卷烟等传统烟草制品的补充，其自身存在较大的安全和健康风险。目前，大部分电子烟的核心消费成分是经提纯的烟碱即尼古丁，尼古丁属于剧毒化学品，未成年人呼吸系统尚未发育成型，吸入此类雾化

物会对肺部功能产生不良影响,使用不当还可能导致烟碱中毒等多种安全风险,未成年人一旦吸食电子烟将更加有害健康。

电子烟产品存在安全风险

目前,我国还没有正式颁布电子烟的国家标准,市场上在售的各类电子烟产品,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较强,电子烟产品质量参差不齐,部分产品可能存在烟油泄露、劣质电池、不安全成分添加等质量安全隐患。因此,对可能危及人身财产安全的电子烟产品,经营者应当向消费者做出真实的说明和明确的警示,尤其不得做出虚假或者引人误解的宣传,切实维护消费者的合法权益。

经营者不应向未成年人售卖电子烟产品

未成年人对新鲜事物抱有强烈的好奇心。当前,市场上电子烟产品的包装五花八门,烟雾有多种形态,口味更是千奇百怪,有的商家甚至标榜电子烟“健康”“时尚”,故意迎合年轻人追求新鲜刺激的心理,引导年轻人吸食电子烟。虽然部分电子烟产品上标注了“未成年人禁止购买”的提示,但很少有经

营者要求购买者出示身份证明,没有严格履行法律义务。电子烟经营者应诚信守法经营,在广告宣传上应严格自律,依法履行法律赋予的各项义务,杜绝向未成年人售卖电子烟产品,以实际行动保护未成年人。消费者如发现经营者向未成年人推荐或兜售电子烟的行为,及时予以劝阻和制止,并向有关部门举报。

尽快建立健全电子烟产品的相关标准

并完善监管规则

近年来,国家烟草专卖局和国家市场监管总局连续组织开展针对互联网电子烟信息的全面清理,电子烟实体店及电子烟自动售卖机等新型渠道的全面检查,严肃查处向未成年人售卖电子烟以及发布虚假违法电子烟广告等行为。前不久,工信部对《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉》公开征求意见,新规出台将进一步规范电子烟产品的市场秩序。北京市消协建议,尽快建立健全有关电子烟产品的相关标准并完善监管规则,从生产、工艺、销售等多个方面对电子烟产品进行明确具体规定,为行业监管和市场规范提供标准依据。相关部门应持续加强对电子烟产品的监管力度,严厉查处违规生产、销售电子烟的行为。

北京消协发布清明节消费提示

“杏花零落清明雨,卷帘双燕来还去。”随着清明小长假的临近,又将迎来祭祀扫墓、春游踏青的高峰。为保障广大消费者的生命健康安全和合法权益,北京市消费者协会结合当前的疫情防控工作发布以下清明节消费提示。

一、自觉做好个人疫情防护。当前仍处于疫情防控期间,要自觉遵守政府和有关部门规定,增强安全意识,不组织、不参加聚集性祭扫活动,防止疫情扩散和反复。祭祀活动时,要全程佩戴口罩,主动配合

交通、祭祀等公共场所的防控工作,服从现场工作人员的防疫指导。避免人员聚集和扎堆,保持1米以上安全间距。祭祀活动结束后,应及时做好清洁消毒工作。

二、倡导文明绿色祭扫方式。采取鲜花祭祀、网上祭祀、踏青遥祭、种植纪念树等低碳环保形式祭祀逝者,做到文明祭扫、绿色消费、节约资源和保护环境。

三、选择合法正规商家消费。在购买祭祀用品

时，消费者要选择有经营资质的合法正规商家，不要购买涉及封建迷信和人民币图样的祭祀用品。要留存好消费凭证，一旦出现消费纠纷，及时向消协或有关行政主管部门投诉，依法维护自身合法权益。

四、错峰祭扫避免交通拥堵。每到清明时节，公

墓等祭扫场所附近都非常拥堵，停车场也经常车满为患。建议消费者合理安排扫墓时间，尽量错开祭扫高峰，选择公共交通方式，不驾驶私家车到墓地祭扫，避免祭扫场所人员过多，交通堵塞，产生安全隐患。

春季尝鲜正当时 食用野菜须谨慎

时下春风和煦，万物复苏，各种植物纷纷吐露新芽，既是一年野菜旺盛生长的时节，也是误食有毒野菜引发食物中毒的高发季节。

一、野菜辨品种，人工栽培更放心

野菜，是指可以作为蔬菜食用或者用来充饥的野生植物的统称。北京地区是典型的北温带半湿润大陆季风气候，四季分明，春、夏、秋多有野菜生长。山林、道边、树丛、田地、公园、居住区绿地等都是人们容易采摘野菜的区域。

每年三月至五月，随着气温升高，各种野菜生长旺盛，带着泥土气息的荠菜、苦菜、灰灰菜、二月兰、蒲公英、马齿苋等等成了不少市民餐桌上的新菜品。



野菜种类繁多，不同的野菜有不同的营养优势和特点，不可一概而论。由于更长的生长周期，野菜通常比家菜更有风味，但是纤维、草酸以及一些生物碱等物质在给野菜带来独特风味的同时，也会影响一些营养素的吸收，甚至具有轻微的毒性。一些作为药用植物的野菜，除了已知的天然活性成分外，其毒理性研究和评价往往不完善，作为蔬菜过量食用，对健康的作用或许适得其反。因此，野菜的整体营养价值并不一定比人工栽培的蔬菜高，过分迷信野菜的营养价值毫无必要。

从营养角度分析，大多数野菜都有近缘的栽培品种，营养和口感也较为类似，其栽培环境比公园、林地等更有健康保证，超市里所售蔬菜吃着更放心。

二、环境卫生须注意，谨慎采摘保生态

野菜被公众视为“天然绿色食品”，但野菜也会受生长环境的影响。化工厂、垃圾堆、繁华马路等附近的环境质量不佳，所生野菜容易吸收铅等有害物质。公园和城市公共绿地等区域经常会喷洒农药，废水边的野菜也常受到土壤和水源污染，均不宜采摘食用。它们看上去干净鲜嫩，但食用可能会给身体健康造成潜在危害。同时，粗暴挖掘将使野菜无法再生长，还可能损害绿化景观，伤及娇嫩的珍稀植物。河流两侧河堤上的野菜如果过度采掘，会造成河堤水土流失，造成河堤抗洪安全性下降。

三、合法经营严把关，生产加工须合规

野菜生产经营者应严格控制原料，保证原料新

鲜，不得采购无合法来源的野菜，严禁生产加工销售有毒野菜。同时，经营者应采用合理储存条件、生产加工工艺，保证产品符合相关法律法规要求，出厂时检验合格。

四、选购野菜有讲究，食用野菜巧处理

野菜最好现采现吃，久放的野菜不新鲜，而且营养成分减少。不要在路边摊位或者流动摊位购买野菜，其安全性可能无法保证。

烹饪野菜时要注意洗净，最好用热水焯烫，去除一定的天然毒素；洗切和下锅烹调的时间不宜间隔过长，避免造成维生素及无机盐的损失；进食野菜时应当适度适量，否则可能因摄入过多膳食纤维而加重肠胃负担，导致身体不适。

五、食用须注意，如有异常快就医

虽然有的药食同源的野菜，如蒲公英、鱼腥草、马齿苋等具有不同的功效，但野菜多数性凉，特别是苦味野菜，易伤脾胃。又如自然生长的苋菜多数属于含硝野菜，对身体有害。很多野菜草酸含量较高，如柳芽、荠菜等，需漂烫焯水后食用。还有些野菜如苋菜、灰菜等含有的光敏性物质会引起过敏性皮炎。

若喜欢吃野菜，应结合自身体质有选择地适量食用。老人、婴幼儿、孕产妇、哺乳期妇女、过敏体质等人群，尽量不吃或少吃野菜。建议根据个人身体状况，遵医嘱食用。食用野菜后如有不适，应及时催吐，并携带剩余野菜和呕吐物就近就医。（市市场监管局）

春风十里绿茶香，谨慎消费勿上当

阳春三月“信阳毛尖茶采摘指数”可达二级，这标志着中国十大名茶——信阳毛尖正式进入开采期。很多外地消费者慕名而来，针对信阳毛尖茶的消费热点，信阳市市场监督管理局12315指挥中心发布消费警示：春风十里绿茶香，谨慎消费勿上当。

购买注意事项

一、注意茶叶生产时间。今年由于气候原因，信阳毛尖春茶产量少且价格偏高，一些不良商家趁机购买外地鲜茶叶在信阳进行加工冒充信阳毛尖。消费者在购买时应注意采摘时间的差别，很多地方新茶立春即开采，信阳毛尖在清明前后才开采，采摘时间不同，上市时间也相应不同，请广大消费者购买时注意茶叶生产时间。

二、注意茶汤颜色差别。信阳毛尖的茶汤多呈嫩绿或黄绿色，茶芽在杯中亭亭玉立，外形生动好看，外地茶则呈青绿色。

三、注意口感香气差别。信阳毛尖茶汤口感丰富，滋味鲜爽浓厚，相对耐泡，回甘快而强，花果

香、板栗香或清香明显，外地茶“高仿”信阳毛尖茶汤寡薄，味淡而涩，无明显回甘，香气弱且不持久。

维权注意事项

一、信阳市市场监管局和茶叶主管部门联合开展了春茶市场规范整治百日行动，严厉打击假冒伪劣、以次充好、价格欺诈、商标侵权等违法行为，不断加强信阳毛尖原产地产品的保护，切实维护广大生产者和消费者的利益。

二、消费者在购买茶叶时要仔细查看茶叶外包装及其标签上标明的产品名称、净含量、生产日期、产品标准代号以及生产者、经销者的名称、地址等内容，并保留好消费凭证，特别是通过微信或支付宝交易的要保存好转账记录、聊天记录等相关消费凭证。

12315指挥中心提醒广大消费者：如果您在购买毛尖茶或接受服务时遇到纠纷，应及时与商家沟通、协商，协商不成的，要及时拨打12315热线进行投诉举报。（河南省人民政府）

切勿轻信低价营销噱头，理性选择驾培机构

随着汽车广泛普及，机动车驾驶培训（以下简称“驾培”）消费需求持续扩大，促进了驾培行业蓬勃发展。然而，随着行业门槛降低、竞争激烈加大，个别驾校盲目追求利润空间，出现管理不完善、收费不透明、服务质量难保证等损害学员利益的情况，而随着驾培机构线上线下融合发展，也出现了一些新的消费矛盾问题。为加强引导教育，防范消费风险，保护驾培消费者合法权益，广东省消费者委员会、广东省道路运输事务中心联合发出以下消费警示：

警惕部分互联网驾校为抢生源

低价恶性竞争

在互联网快速发展的形势下，当前的驾培行业中，互联网模式的驾校或中介机构招生最多，已超越传统驾校和教练的自主招生渠道。部分互联网驾校或中介机构为抢占市场份额，以超低价为噱头获取生源，再引流到线下驾校培训，这种方式前期要投入大量补贴及广告费用，极大地消耗现金流，一旦企业资金链出现问题，原本掩盖在低价之下的各种质量问题将随之而来，轻则服务质量得不到保障，重则公司倒闭，消费者预付的学费将“打水漂”。

警惕一些驾校收费不透明套路多

少数驾校收费标准不一、项目不透明，在低价收取学费之外，还通过各种套路，收取其他额外费用。其中，有一次性收取学费，承诺保过的；有先交学

费，考试不过需另交补考费的；有教练让学员给考场安全员买烟、买水、送红包的；有要求学员送红包、送烟酒、请吃饭的；最多的是诱导学员在考前交“保过费”。这种乱收费现象，不仅损害消费者合法权益，还影响行业长远健康发展。

警惕少数驾校夸大宣传与花式承诺

少数驾校或中介在广告中宣称“快速学车，**天拿证”“超低报名费，绝无二次消费”“随带随学，一人一车”“练车包接送”等，以此吸引学员报名，但实际消费情况大多与其宣传不符，不少承诺难以兑现，服务质量大打折扣。有些驾校不仅没有兑现让消费者在数十天内拿证的承诺，甚至在其报名几个月后都没有安排练车；有些驾校承诺3人一辆车，但实际人多的时候是6个人用一辆车，更有甚者，一天20多个人一辆车；还有的承诺“练车包接送服务”，但实际只接不送，等等。

针对上述情况，省消委会、省道路运输事务中心特别提醒广大消费者：切勿轻信低价营销噱头，理性选择驾培机构。

一是认准有资质的正规驾校。广大消费者要注意选择经过道路运输管理部门许可，取得营业执照、经营许可证、收费许可证、税务登记证等有效证照、证照齐全的正规驾校。

二是注重查看规模、口碑和信誉。在选择驾校时，消费者可通过向有关部门咨询、在网上查询信息、向老学员了解及实地考察等方式，掌握各驾校的价格、服务、口碑、评价等，注重挑选规模大、知名度高的驾校，降低消费风险。

三是理性看待低价。驾校是重资本行业，其成本由土地和车辆设备的费用、人工成本和运营成本等多部分组成，过低的价格无法满足学员培训的成本，往往通过后期额外收费来弥补，或利用减少学时、降低服务质量等方式来降低成本。



四是切勿轻信虚假宣传。中介机构或者驾校营销人员的主要作用就是招生引流，一些人员为达到招生目的，往往夸大宣传、虚假承诺服务。面对天花乱坠的宣传时，广大消费者一定要保持冷静，理性思考，辨别其合理性和可行性。要特别谨慎看待“保过”“**天拿证”这样的宣传，因为学车是技术性很强的项目，考试环节多，学习链条长，不确定因素多，“保过”“**天拿证”这样的承诺并不可信。

五是提防中介转包陷阱。在报名过程中，消费者要分清承接对象，提防中介转包陷阱。如果通过中介机构报名，则最好与驾校工作人员或教练直接对接，确认相关费用、服务承诺是否与中介机构宣传一致。

六是注意签订服务合同。在报名缴费前，消费者一定要要求与驾校签订合同，对双方权利和责任进行

明确界定，尤其是对收费标准、收费项目、培训科目学时以及退费程序、违约金等容易产生纠纷的问题予以明确约定。

七是切勿配合参与培训学时弄虚作假。部分驾校为了牟取更多非法利益，在培训过程中不按国家有关规定严格落实计时培训，存在培训学时弄虚作假的违法违规行为。为了更好地保护消费者合法培训考试权益，避免出现不必要的麻烦，请广大消费者切勿配合参与驾培机构违法违规行为，切勿提供相关照片、视频供其制作虚假培训记录。

最后，再次提醒大家，消费过程中要注意消费凭证的收集和保存，当合法权益受到侵害时及时向行政主管部门或消费者组织进行投诉，维护自身的合法权益。（广东省消委会）

购买使用家电产品，这些法律知识请牢记

近日，海宁市消保委处理一起消费投诉，消费者诉称在某商场购买的热水器，安装后发现生产日期是3年前的库存机，产生纠纷，要求更换新机，后经调解，达成协议，由商家向厂家申请后，在国家规定的三包期限届满后，再延长保修3年，纠纷终止。今年一季度，市消保委受理的有关家电类商品，比去年同期增加136.36%。针对该现象，海宁市消费者权益保护委员会发布消费警示：

购买使用家电产品，这些法律知识请牢记。

1.家电类产品有安全使用年限，并非“一买永逸”。

根据中国家用电器协会曾在2020年1月10日发布《家用电器安全使用年限》系列标准，涵盖冰箱&葡萄酒柜、空调、洗衣机&干衣机、吸油烟机、燃气灶、电热水器六大品类八种产品，不同的商品期限从8-10年不等，安全使用年限是在设定的产品正常使用条件下，推算出来的确保使用（者）安全的基本年限，而企业宣传的产品质保年限，是企业自己对消费

者做出的产品整机或关键部件的修理、更换、退货承诺，因此安全使用年限与产品质保年限是二个不同的概念，不能混为一谈。

建议，消费者在购买上述耐用商品时，向销售人员了解该产品的相关知识，并查看使用说明书，不能存在“没坏就不用换”的传统思维，该类商品超期使用后，一旦出现问题，就有可能涉及人身与财产安全，需要谨慎对待。

2.收货后及时查看外观与生产日期，防止错失“维权良机”。

根据《民法典》第六百二十三条规定，当事人对检验期限未作约定，买受人签收的送货单、确认单等载明标的物数量、型号、规格的，推定买受人已经对数量和外观瑕疵进行检验，但是有相关证据足以推翻的除外。

建议，消费者在收到商品后，一定要在第一时间查看商品的外观与生产日期，如果发现外观明显存在异常现象的，及时向经营者提出，经营者也会积极处

理，但如果消费者不及时反映，事后又没有足够证据证明签收前就存在问题的，会陷入维权困境；同时，目前没有“库存商品”的明确时间界线及必须在销售凭证上注明生产日期的强制性法律规定，消费者因不及时查看并提出异议的，产生纠纷后，很难获得理想中的结果。

3.耐用商品六个月内出现瑕疵， 举证责任实行“倒置原则”。

根据《消费者权益保护法》第二十三条第三款规定，经营者提供的机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务，消费者自接受商品或者服务之日起六个月内发现瑕疵，发生争议的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任。

建议，消费者在使用过程中，一旦发现存在问题，及时向经营者提出，国家对消费领域的一些特殊情况作了特别规定，消费者可以根据上述法律规定，在规定的期限内，要求经营者承担举证责任，如果经营者不能证明是消费者使用不当造成的，就应该承担三包责任。

4.列入规定的三包商品， 实行“谁经销谁负责”原则。

根据《部分商品修理更换退货责任规定》第三条规定，列入目录的产品实行谁经销谁负责三包的原则。销售者与生产者、销售者与供货者、销售者与修理者之间订立的合同，不得免除本规定的三包责任和义务及《消费者权益保护法》第四十条规定，消费者在购买、使用商品时，其合法权益受到损害的，可以向销售者要求赔偿。销售者赔偿后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供商品的其他销售者的责任的，销售者有权向生产者或者其他销售者追偿。

建议，消费者在维权过程中，第一时间找准目标，部分销售者会向消费者解释，商品是厂家生产的，所以要找厂家，但根据法律规定，销售者是第一责任人，通常情况下，生产厂家与消费者不可能在同一个城市，遇到该类情况时，消费者应该先

向销售者提出合理诉求，避免增加不必要的维权成本。

5.商品出现缺陷情况下， 消费者维权有“选择权”。

根据《消费者权益保护法》第四十条第二款规定，消费者或者其他受害人因商品缺陷造成人身、财产损害的，可以向销售者要求赔偿，也可以向生产者要求赔偿。属于生产者责任的，销售者赔偿后，有权向生产者追偿。属于销售者责任的，生产者赔偿后，有权向销售者追偿。

建议，消费者在遇到特殊情况时，消费者可以根据实际情况，选择投诉对象，由于家电产品使用周期长且“缺陷”原因很有可能会产生人身与财产的损伤，后果较为严重，万一遇到经营者歇业的、赔偿能力欠缺的，也可以直接向生产者索赔，生产者生命周期长、抵御风险能力强，消费者的权利可以获得双重保护。

6.生产者承诺质保期高于国家规定， 视为“法定责任”。

根据《浙江省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》第四十条规定，国家规定或者经营者承诺更有利于保护消费者权益的，应当按照国家规定或者经营者承诺执行。

建议，消费者在遇到质量问题向经营者反映时，经营者认为已经超过国家规定质保期，不能保修时，可以查看产品说明书或质保卡，部分生产者因对自己的产品有信心或者吸引消费者购买，会在国家规定的质保期限基础上再延长保修时间，这是有利于消费者的承诺，国家以法律形式加以确认，经营者必须履行，不得以“只是自己承诺、不是国家规定”为由而逃避责任。

最后提醒，由于家电类产品大部分是耐用商品，使用时间长、金额也较高，因此一定要养成保留购物凭证及相关说明书、质保卡的习惯，否则一旦出现消费纠纷后，上述提醒也将失去意义。

（浙江消保委）

关于儿童摇摆车质量安全消费警示

儿童摇摆车，又叫电动摇摆车，是一种塑料外壳经电机驱动制作成可以上下摇动的儿童玩具车，该类产品多为卡通造型、色彩艳丽，深受婴幼儿的喜爱。其主要构件为塑料外壳及驱动电机，关键部件存在质量问题或使用不当，可能引发使用者摔伤、触电等安全事故。

针对儿童摇摆车存在的质量安全风险，日前，湖北省市场监督管理局组织开展了儿童摇摆车产品质量安全风险监测，发现部分儿童摇摆车产品在机械防护性能(机械危险、锐利边缘、锐利尖端)、电气安全性能(对触及带电部件的防护、内部布线、电源连接和外部软线、接地措施)等方面风险较大，存在不同程度的安全隐患。

针对儿童摇摆车存在的安全隐患，为保护婴幼儿安全，湖北省市场监督管理局提示广大消费者，在选购和使用儿童摇摆车产品时，要注意以下几点：

一是前往管理规范、设施齐全的儿童游乐场所，

正常游玩前注意查看使用说明书和注意事项等；

二是儿童在乘坐儿童摇摆车时，必须保证儿童处于看护人的视线范围内，此外在儿童乘坐前，家长应对儿童摇摆车进行检查，比如尽量选择驱动装置被有效遮蔽保护且不易被儿童触及的电动摇摆车；

三是严禁儿童肢体抓握或接触正在运行的儿童摇摆车外露驱动装置，以免造成儿童肢体被挤夹甚至严重时导致肢体被绞断等伤害事故发生；

四是注意查看儿童摇摆车是否存在容易划伤儿童皮肤的锐利边缘或锐利尖端，以及容易夹伤手指的间隙或孔洞；

五是注意儿童摇摆车上是否有易被儿童摘下的细小零部件，以免被低龄儿童误食或放入鼻孔造成窒息的危险；

六是尽量选择有安全束缚装置的儿童摇摆车，避免儿童在玩耍过程中发生跌落、滑落、撞击等安全隐患。（湖北省市场监管局）

关于学生用笔质量安全消费警示

笔是书写的工具，是学习生活中不可缺少的文化用品，笔帽是用于保护书写笔尖或具有标记用途的活帽，广泛用于各类学生用笔。未成年学生在使用笔的过程中，出于转移压力、集中思维或者是单纯觉得好玩等原因，经常会去吮吸、咀嚼或把笔帽放进嘴里，笔帽安全不符合GB 21027-2007《学生用品的安全通用要求》的学生用笔产品，可能存在导致窒息的风险。

针对学生用笔存在的质量安全风险，日前，湖北省市场监督管理局组织开展了学生用笔产品质量安全风险监测，发现部分学生用笔产品在笔的上帽安全(笔帽尺寸、笔帽通气面积、笔帽空气流通)方面风险较大，存在不同程度的安全隐患。

学生用笔的上帽安全在日常学习生活中并未引起足够重视，绝大多数人不知道笔帽顶端的小孔是“救命孔”。

针对学生用笔存在的安全隐患，为保护使用者的安全，湖北省市场监督管理局提示广大消费者，在选购和使用学生用笔产品时，要注意以下几点：

一是优先选择笔帽尺寸较大的产品，在有笔夹和无笔夹产品之间优先选择有笔夹且能提供空气通道的产品；

二是在购买学生用笔产品时，要注意包装上的警示标志或警示说明，选择和使用符合学生年龄段的学生用笔产品；

三是尽量选购不带有“活”的笔帽或具有可拆卸小部件的学生用笔；

四是低龄学生在使用笔时，家长和老师应提示学生笔帽的潜在安全风险，督促和培养养成良好的用笔习惯，不对笔制品吮吸、咀嚼或放进嘴里。

（湖北省市场监管局）

手机清理软件“坑”过你吗？

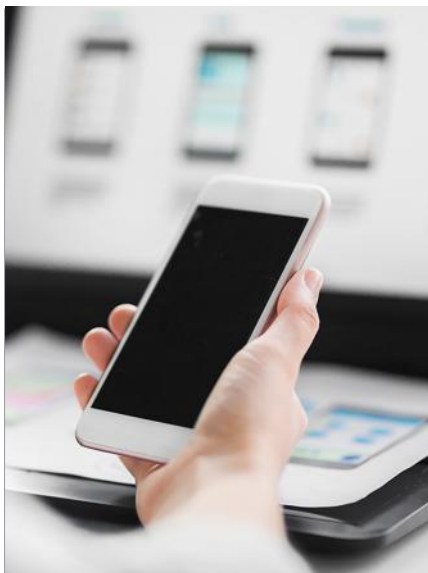
表面上是“安全提示”，能清理手机垃圾，实则骗取点击量，读取隐私信息，有的甚至设下精准陷阱进行诈骗……日前，4款手机清理APP因违规收集老年人个人信息遭曝光。对此，工信部第一时间开展技术检测，严厉查处手机APP违规行为。

为何越“清理”越卡顿？

70多岁的李奶奶在用智能手机看新闻、小说时，总是会收到“内存不足”“病毒文件”“垃圾清理”等“安全提示”，她根据提示下载清理软件清理后，却发现“安全提示”越来越多，手机也越来越卡。此外，李奶奶还发现，手机里经常出现一些“诱人”的广告，如红包领钱、金币赚钱、走路挣钱等。

这不是李奶奶一人的困惑，很多老人在使用智能手机时，都遇到过同样的问题。为何手机垃圾清理得越多，使用起来却越慢呢？

中国电子技术标准化研究院网络安全中心的专家对这一现象进行了检测。在一款小说阅读软件里，正常阅读过程中出现了清理软件广告，点击后，手机下载安装了一款叫“内存优化大师”的APP，自动清理过程中继续跳出“清理手机缓存”的提醒，再次点击后，手机又下载安装了“超强清理大师”，不断地提醒、下载、清理，同样的路



径接力重复，手机上又安装了“智能清理大师”和“手机管家Pro”。仅仅几分钟，4款清理类软件就在手机上“安家落户”。在对最后安装的这款“手机管家Pro”进行测试后，专家表示：“这款APP实质上打开清理的功能非常简单，甚至有些都没有什么清理效果。”

信息安全不容忽视

专家测试发现，各类清理“大师”表面上是在清理手机垃圾，实际上却在后台大量窃取用户信息。

专家在对“手机管家Pro”的测试中发现，短短8.75秒，该APP就读取了890次用户应用程序列表、1300多次手机用户识别码（IMSI）、900多次手机设备身份识别码（IMEI）。

专家指出，这类手机清理软

件通过高频读取手机信息并不断上传，使CPU高负荷运行，导致手机卡顿，从而达到让用户不断点击下载APP的目的，形成了恶性循环。

值得注意的是，一旦这类APP长期在老人手机中驻扎，就会不断在后台发送用户数据信息，对老人们进行用户精准画像，将其打上“容易被误导和诱导”的群体标签。于是，各种低俗、劣质甚至带有欺骗套路的广告和内容就会源源不断地推送到老人的手机上。更严重的是，平台可能会将收集到的用户信息打包卖给不法分子，从事电信诈骗违法犯罪行为。

对此，工信部已第一时间作出处理。通过技术检测，查实“内存优化大师”“智能清理大师”“超强清理大师”“手机管家Pro”4款APP存在欺骗诱导用户下载、违规处理个人信息两项违规动作，已要求主要应用商店予以下架，并组织北京、天津、上海、广东四省市通信管理局对涉事企业主体进行调查处理。

业内人士指出，目前的智能手机通常都有出厂自带的手机管家或类似清理软件，能有效清理“垃圾”、优化内存，用户无须另行下载第三方此类APP。

对用户来说，如何正确识别正规手机APP，保障自身信息安全？有专家建议：第一，到手机自带的正规应用市场或官

方网站下载软件，遇到弹窗不随便点击；第二，对手机进行安全设置，建立“防火墙”；第三，下载应用之后及时卸载软件安装包，释放内存空间，减少卡顿。

织密监管“防护网”

近年来，APP超范围收集使用个人信息、欺骗误导用户下载等普遍存在的问题引起有关部门高度重视，工信部已连续两年开展APP侵害用户权益专项整治行动。

截至2021年3月，工信部共完成73万款APP的技术检测工作，连续发布12批次对外通报，责令整改3046款违规APP，下架179款拒不整改的APP，治理工作取

得了积极成效。

目前，保护公民个人信息安全的相关法律法规正在不断完善中。国家互联网信息办副主任杨小伟透露，目前正在加紧制定出台《数据安全法》、《个人信息保护法》，为数据安全和个人隐私保护提供法律保障。

近日，国家网信办、工信部、公安部、国家市场监督管理总局四部门联合印发《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》，明确了39种常见类型APP的必要个人信息范围，要求其运营者不得因用户不同意提供非必要个人信息而拒绝用户使用APP基本功能服务，其中13类APP无需个人信息，即可使用

基本功能服务。

工信部相关负责人表示，下一步将从四个方面进一步构建覆盖基础电信企业、各类电信业务经营者、互联网服务提供者的全行业服务监管体系：一是加强专项整治，加大曝光和处置力度；二是完善制度标准，会同相关部门尽快出台《移动互联网应用程序个人信息保护管理暂行规定》；三是加强技术手段建设，大幅提升全国APP技术检测平台自动化检测覆盖范围和检测深度；四是加强行业自律，督促企业进一步强化个人信息保护红线意识，为广大用户营造更安全、更健康、更干净的APP应用环境。（人民日报）

无糖食品可以放心吃吗

无糖食品作为一种自带健康光环的食品，其国民接受度越来越高。除了糖尿病患者、血糖偏高的人之外，如今许多健康人群出于健康的目的，也开始有意识地减少糖分的摄入，选择低糖食品或者无糖食品。那么，哪些食品是无糖食品，“无糖”是真的不含糖吗？

1 并非完全不含糖

无糖食品的概念起源于国外市场。所谓无糖，可以理解为用不易被人体吸收的木糖醇等多元糖醇和功能性低聚糖替代易造

成蛀牙、肥胖、高血糖的简单糖（蔗糖、果糖和麦芽糖等）。其作用是使食物既有糖的味感，又没有简单糖的高能量，更有益健康。

无糖食品进入国内市场后，很快有了一席之地。它的走红，其实不难理解。随着生活水平的提高，世界范围内的肥胖症患者、糖尿病患者日渐增多，他们对于无糖食品有着刚需。还有越来越多的人认为，为自己和家人、朋友选择无糖食品，更为健康。

对于既想吃甜食，又想减肥，还想养生的人来说，“无糖

饼干”“无糖蛋糕”“无糖酸奶”“无糖奶茶”等一系列食品，的确是个好选择。但是在选择之前，我们也不要想当然，产品包装上的“无糖”或许并不是你想象中的“无糖”。

按照国际惯例，无糖食品是指不含食糖，即不含蔗糖（甘蔗糖和甜菜糖）和淀粉糖（葡萄糖、麦芽糖和果糖）的甜食品，且需使用含有食糖属性的食糖替代品。根据我国国家标准《预包装食品特殊膳食食品标签通则》的规定，无糖食品要求固体或液体食品中每100克或100毫升的含糖量不高于0.5克。食品中的糖是

不可能完全去除的,因此,无糖食品中的“无糖”只意味着其中的含糖量不超过规定的标准。

2 味道也可以很甜

通常情况下,无糖产品中会含有糖醇、低聚糖、高倍甜味剂等甜味剂,它们有甜味的口感,但不会影响血糖,可减少食用者对热量的摄入。

甜味剂,是一种能赋予食品甜味的食品添加剂。甜味剂按营养价值可分为营养型甜味剂和非营养型甜味剂;按甜度可分为低甜度甜味剂和高甜度甜味剂;按来源可分为天然甜味剂和合成甜味剂。

具体来说,食品中所使用的甜味剂主要有以下3类。

糖醇

糖醇是一种多元醇,用糖氢化还原制取,不是糖但具有某些糖的属性。常见的糖醇有木糖醇、山梨醇、麦芽糖醇、赤藓糖醇、甘露醇、乳糖醇、异麦芽酮糖醇等,其甜度比蔗糖稍低。作为营养型食品配料有一定黏度和吸湿性、耐热性,所产生的热量低于蔗糖,在2~3kcal/g之间,所以被称为营养型甜味剂。

糖醇在口腔中不受微生物作用,不产酸,故不会导致龋齿;糖醇不是糖,代谢时一般都不受胰岛素的控制,对血糖值上升无影响;能为糖尿病患者提供一定热量,有利于糖尿病患者或普通消费者,因此被广泛应用于无糖食品。

功能性低聚糖

功能性低聚糖指含有2~10个糖苷键聚合而成的寡糖,主要包括低聚木糖、低聚异麦芽糖、菊粉(长链果聚糖)、低聚果糖、低聚半乳糖、大豆低聚糖等。它具有一定甜度、黏度和水溶性等糖类的特性。甜度为蔗糖的40%~60%,甜味柔和自然,可作为婴儿奶粉等食品的营养增补剂或蔗糖的代替品使用。

由于人体不具备分解消化低聚糖的酶系统,功能性低聚糖不能被人体胃酸、胃酶降解,不被小肠吸收,能直接进入大肠,所提供的能量值很低或根本没有。功能性低聚糖可以促进肠道蠕动,抑制有害菌,促进益生菌繁殖,润肠;不能被人体口腔腐败菌利用;非胰岛素所依赖,不会使血糖升高,因而被广泛应用于食品、保健品、饮料、医药、饲料添加剂等领域。

高倍甜味剂

其甜度是蔗糖的30~600倍,所以被称为高倍甜味剂。在同等甜度的情况下,它所产生的热量可以忽略不计,所以被称为非营养型甜味剂。它有天然与人工合成之分。天然提取的甜味剂目前主要包括甜叶菊提取物、罗汉果提取物和索马甜等;人工合成的甜味剂常见的有糖精、安赛蜜、阿斯巴甜、三氯蔗糖等。

高倍甜味剂具有甜度高、热量低、不易发生龋齿、多不参与代谢过程,对血糖无影响等优点,广泛用于食品添加剂,尤其是可应用到防龋齿食品,以及糖

尿病患者、肥胖症患者等特殊消费者群体的食品中。

需要注意的是,糖醇和高倍甜味剂虽然都属于“代糖”,但只有用糖醇制取的食品才能称为“无糖食品”。单纯用糖精、阿斯巴甜、安赛蜜等高倍甜味剂配制的食品,一般称作无热量食品或低热量食品。

下面以零度可乐为例来说这个概念性的问题。市售某品牌可乐的配料表为:水、果葡糖浆、白砂糖、食品添加剂(二氧化碳、焦糖色、磷酸、咖啡因、食用香精);零度可乐的配料表为:水、食品添加剂(二氧化碳、焦糖色、磷酸、咖啡因、阿斯巴甜、安赛蜜、蔗糖素、苯甲酸钠、柠檬酸钠)、食用香料。可以看出,二者的差别是零度可乐中的果葡糖浆、白砂糖去掉了,甜味由阿斯巴甜、安赛蜜、蔗糖素(三氯蔗糖)等甜味剂来提供。所以,零度可乐可称为无热量饮料,但一般不称作无糖饮料。

3 甜味剂对人体是否安全

任何一种食品添加剂在批准使用前都要经过严格的安全评估。我国食品安全国家标准食品添加剂使用标准(GB 2760-2014)中明确规定了允许使用的甜味剂品种、使用范围和最大使用量。因此,正规厂家生产的添加甜味剂的食品,是可以放心食用的。但是部分高倍甜味剂,如糖精、甜蜜素、甜菊糖等的食用安全性在国际上仍有争议,建议尽量减少摄入。

近来比较火的“0卡糖”食品，其实就是添加了赤藓糖醇、甜菊糖苷等甜味剂。根据国家标准，脂肪和糖每100毫升含量低于或等于0.5克，即可标注“零脂”“零糖”，每100毫升饮料能量低于或等于17千焦（4卡）即可标注“零卡”。所以即便是“0糖0脂0卡”饮料，也不等于完全不含糖、没有热量。

总之，任何甜味剂都需适度食用，防止摄入过量。大量摄入甜味剂有可能造成人体肠道菌群结构和组成改变，引起腹胀或腹泻。成人的免疫力较好，问题不大，而对于器官尚未发育完全的幼儿来说，加了甜味剂的饮料是不能喝的，否则很可能引起严重的腹泻。另外有研究发现，长期大量食用含有甜味剂的食物可以引起小鼠葡萄糖耐受性降低，导致血糖升高，长此以往还可能出现胰岛素抵抗，甚至导致糖尿病和肥胖症。

另外，有必要重点说说“阿斯巴甜”这种高倍甜味剂。国家标准要求，添加了阿斯巴甜的食品，其配料表中必须标注“阿斯巴甜（含苯丙氨酸）”。这是因为有一种基因遗传性疾病患者——苯丙酮尿症患者先天缺乏一种酶，导致苯丙氨酸代谢障碍。而阿斯巴甜在人体胃肠道酶作用下可分解为苯丙氨酸、天冬氨酸和甲醇。因此，特别提醒苯丙酮酸尿症患者，因自身不能代谢苯丙氨酸，千万不要食用添加阿斯巴甜的食物。

4 怎样选择无糖食品

无糖食品的关键在于不添加

蔗糖。但消费者不能因为标记“无糖”，就随意摄入。有些无糖食品被食用后，依然存在升血糖、高热量等问题。比如，无糖饼干、无糖蛋糕的原料是淀粉，且在制作过程添加了牛奶、鸡蛋和大量油脂。人食用之后，其中的淀粉和油脂会逐步代谢转化成小分子的葡萄糖，血糖自然会随之升高。此外，奶茶杯上的“无糖”只能代表它没有额外加糖，但组成奶茶的各种配料本身就含有糖分。

那么，如何选择无糖食品呢？

1.要选择正规厂家生产的无糖食品，相对而言，正规厂家制作规范，投料也比较准。

2.看配料表，不仅要看有无蔗糖含量，还要考虑食物本身是否含糖。如前所述，无糖糕点是用淀粉做成的，而淀粉本质就是糖，在人体内可分解为葡萄糖。

3.有的食品虽然标注了“无蔗糖”，但配料表上标有白砂糖或葡萄糖。其实，蔗糖和白砂糖是一回事，只是叫法不同而已。还有的标注有“糊精”“麦芽糖”“淀粉糖浆”“玉米糖浆”等，均是糖类。大家要注意甄别，不要被商家的文字游戏所误导。

总之，选择无糖食品时，一定要注意食品标签上注明的内容，搞清楚营养指标所代表的意义。优先选择添加糖醇类的天然糖类替代品及功能性低聚糖的食物，尽量少选含有“糖精”“甜蜜素”“甜菊糖”等甜味剂的产品。



延伸阅读

什么是糖

生活中，我们会遇到各种各样的糖，主要包括以下5种类型。

“单糖”包括葡萄糖、果糖、半乳糖等，可以被身体直接消化吸收，升血糖等速度特别快。常见含单糖的食物有蜂蜜、牛奶、甜菜等。

“双糖”包括蔗糖、麦芽糖、乳糖等，在人体需分解成单糖再被身体吸收，升血糖的速度比单糖略慢。常见含双糖的食物有白糖、红糖、奶糖、糕点、小麦、糯米等。

“低聚糖”又称“寡糖”，包括普通低聚糖和功能性低聚糖。常见含低聚糖的食物有大蒜、洋葱、大豆等。

“多糖”是由超过10个的单糖组成的聚合糖高分子碳水化合物，如淀粉、纤维素等。常见含多糖的食物有谷类、马铃薯、米、面等。

“代糖”主要分为糖醇和高倍甜味剂两类，作为食品添加剂得到广泛应用。（北京日报）

作者单位：首都医科大学附属北京朝阳医院、河南省安阳市第二人民医院

警惕！老年人应注意这几类消费陷阱

近年来，浙江省杭州市临安区消保委多次接到关于老年人消费的投诉，内容集中反映为：一些不法商家针对老年人防范意识薄弱，维权能力较低的消费心理弱点，对老年人进行洗脑式消费宣传，致使老年人不能理性购物、科学消费，给他们心理、身体和经济上都造成巨大损失。对此，杭州市临安区市场监管局、区消保委提示老年消费者在生活中应谨防类似的消费陷阱。

有病切忌乱投医。当前，部分不法商家针对老年消费者对于健康的渴望，常常做出不切实际的许诺和夸大的宣传，宣称能够做到“包治百病”“药到病除”，消费者遇到此类宣传，应当提高警惕，可以要求商家出示行医资格证和药物的注册信息。同时建议老年消费者，如遇到一些身体上的问题，要选择正规医院就诊，切不可有病乱投医，不能轻信一些自称为“保健专家”的人员夸大其词的宣传。

消费承诺别轻信。当前，商家针对消费者有着各种各样的优惠措施，部分商家也会有免费赠送、半价促销等“大出血”的措施，部分无良商家也混杂其中，作出各种承诺，但实际上未予兑现，甚至否认曾作出承诺。老年消费者针对这种情况，一方面要经得住诱惑，不贪图小便宜，理性消费；另一方面也要留意、保存商家资质和相关信息，一旦出现此类情况及时维权。



高利率诱惑要防范。大部分老年人的收入主要靠退休金与养老金，并大多把钱存在银行。一些不法商家捏造虚假金融项目，抛出高利率诱惑，而老年人往往对互联网金融知识了解不多，被高额的回报率所吸引，放松了警惕，不断往里投钱，最后损失惨重、血本无归。世界上没有免费的午餐，老年人一定要擦亮眼睛，了解情况之后再谨慎投资，做好风险防范。

免费旅游“不免费”。当前，打“免费旅游”旗号的商家在市面上不少见，而一些保健品公司抓住老年人“贪图小便宜”的心理，为推销产品组织“免费旅游”。而实际上“免费”才是“最贵”的，商家往往在旅游过程中给老人免费做体检，夸大一些“问题”，诱导老年人购买保健品。建议老年人在外出旅游的时候，尽量选择正规的旅游社，不要贪图小便宜，以防导致更大的损失。

网购产品要留心。随着时代的发展，许多老年人现在也选择使用智能手机，部分老年消费者还选择用手机进行购物。而当前网络上存在部分不法商家，专门针对老年消费者打出广告，以夸大的宣传、虚假的折扣销售假冒伪劣产品。在此，建议老年消费者购物时选择正规的平台商家，不要轻信网上弹出的购物链接或陌生短信。

低价“体验”存陷阱。当前，一些美容、保健机构常打着免费体验、低价促销的幌子吸引人们进店，一旦进店体验后，店员便抓住老年消费者渴望健康长寿的心理，不断推销、兜售保健项目。当发现老人资金不足又有办卡的意愿时，商家常以赊销或店员垫付的方式诱使老人办理预付费卡。建议老年人在选择办卡消费的时候，要留意保存支付证据，如商家出现停业的情况，要及时告诉家人并进行消费维权。

警惕讲座“假专家”。当前，市面上有不少针对老年人的养生讲座，还常常以各类小礼品吸引人。但一些所谓的“养生讲座”中的“专家”并没有什么医学资质，而是专业的推销人员，目的就是推销产品。老年人要认清“专家”的资质，在讲座上不要轻信所谓“专家”的宣传，如需就医或者咨询，还是要选择正规的医院医生。

（中国消费者报）



看成分选择身体乳

春回大地，生机盎然。但春天气候不稳定，早晚温差大，气温忽高忽低，空气干燥，易造成皮肤起皮、敏感。特别是洗澡后，身体皮肤易出现干痒等不适症状，一款合适的身体乳可以有效缓解皮肤干燥。

相较于面部皮肤，身体皮肤的皮脂腺数量较少，油脂分泌更是不能与面部皮肤相提并论。在气候干燥的春天，身体皮肤角质层的含水量减少，皮肤缺乏弹性，易出现皲裂等问题。

《中国皮肤清洁指南》建议，对于所有人群，尤其是婴幼儿、老人以及皮肤干燥和湿疹易发人群，洗澡后应尽量在3分钟内涂上保湿产品。日常生活中，面对多种成分、香型、品牌的身体乳，选择哪种使用才能既缓解皮肤干痒，又不导致油腻？

要想买到一款适合自己的身体乳，看懂产品标签上的成分表必不可少。追求滋润性、保湿性的，可选择含甘油、丙二醇、泛醇、透明质酸钠、尿素等水溶性保湿成分的身体乳；想要使用感清爽的，可选择油脂成分近似皮肤表面脂质的产品，如含角鲨烷、霍霍巴油、乳油木果脂、神经酰胺、卵磷脂等成分的身体乳。

需要注意的是，甘油、尿素等属于吸湿性保湿剂，它们如同“海绵”一般，不仅能从外界环境中吸收水分，还能吸收皮肤中的水分。当环境湿度降低时，这些成分从外部环境吸收水分的能力会大大减弱。因此，在春天，单独使用主要成分为甘油、尿素等吸湿性保湿剂的身体乳，无法达到相对持久的保湿效果。使用此类产品时，需适当搭配含封闭性保湿剂的产品。封闭性保湿剂可在皮肤表面形成封闭的油膜保护层，从而减少皮肤水分流失。该类物质多为油脂成分，包括动植物油脂、人工合成脂类及矿物油脂，如橄榄油、霍霍巴油、角鲨烷、凡士林、聚二甲基硅氧烷等。

如果除保湿需求外，还有美白、去角质、止痒等其他需求，可关注产品标签上是否含有这些成分：

有美白需求的消费者，可选择含有熊果苷、白藜芦醇、烟酰胺等成分的身体乳，这些成分可从源头抑制黑色素的产生，阻碍黑色素向皮肤表层转运。

有去角质需求的消费者，可选择含有水杨酸、果酸等角质剥落成分的产品，使用时要注意控制频次，若出现刺痛感应立即停止使用。

若皮肤干燥并伴有瘙痒，往往是屏障性皮肤干燥，建议在医师的指导下合理使用相关产品。

想要保持身体皮肤湿润健康，除了正确选用身体乳，还要注意洗澡水温不可过高，适当降低洗澡频率，并尽量选用非皂基沐浴露。（中国医药报）

恰逢春茶上市，这样挑才能买到好绿茶！

国人喝茶，多以绿茶为主。绿茶作为不发酵茶，不管从营养价值，还是其独特的鲜爽滋味来说，已经成为人们日常不可缺少的茶饮。既然绿茶是生活中的必需品，那就要更加谨慎的挑选。

说到选绿茶，很多人会心生烦恼，如何鉴别优质绿茶？在哪才能买到高性价比的绿茶？

别急，听东城区消费者协会和老吴与您慢慢道来。选购绿茶最重要的就是分辨方法，可以采用望、闻、问、沏四个步骤来分辨。

望：看茶的外形

绿茶的种类不同，外形的差别也大。眉茶条索匀均，整洁光滑；珠茶颗颗紧结，滚圆如珠。



闻：闻茶的香气

茶叶的香气有很多种，有清香，板栗香，花香，果香，紫菜香等。优质绿茶一般只有茶香，无杂味。



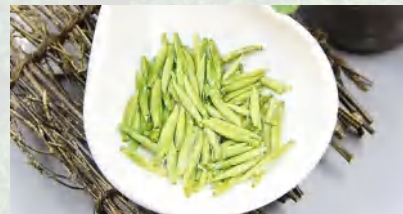
问：问茶的来路

每一种茶叶，都应该有一个相对比较清楚的来路，特别是应季的绿茶，买的放心，喝的才能安心，所以买茶要认准大品牌。



沏：开汤沏茶

优质绿茶的汤色清翠碧绿，茶汤浓醇鲜爽，回味带甘。叶底明亮、细嫩、厚软，呈嫩绿色，叶背有白色茸毛。



3分钟就能迅速掌握的绿茶选购方法，值得你拥有！（东城区消协）



西城区消协开展 消费纠纷人民调解工作座谈会

2021年4月16日，为了积极引导企业健全和完善和解工作机制，守护安全，畅通消费，提升售后服务水平，西城区消协开展2021年诚信服务单位表彰授牌仪式暨消费纠纷人民调解工作座谈会。区消协秘书长为获得“2020年度诚信服务先进单位”的北京市复兴商业城有限公司和天福号食品销售有限公司颁发表彰证书，同时向“2021年度诚信服务单位”7家企业颁发标识牌。要求企业将牌匾公示上墙，并公示投诉监督电话，自觉接受消费者和社会各界监督。

座谈会上，复兴商业城介绍落实中消协倡议的线下无理由退货承诺，表示加强和培养企业内部调解员队伍，向前一步，关口前移，维护消费者的合法权益，及时受理消费者投诉。餐饮企业代表同和居介绍企业尊重顾客知情权和选择权，积极履行告知义务的工作经验。区消协给企业提出三点要求：一是要依法履行消费维权第一责任人的责任，在经营中要尽到必要的安全提示，切实保障消费者人身、财产、个人信息安全。二是自觉开展消费教育活动，积极支持消费维权公益事业，不断优化服务流程，及时和解消费争议。不断提高服务质量，为消费者提供质价相符的商品和服务。三是诚信服

务承诺单位要带头参与消费纠纷人民调解等级评定工作中来，按照区消协的业务指导做好调解工作，夯实基础，提升调解文书的规范性。区消协目前在诚信服务承诺单位先行试点，逐渐在辖区的大型商业服务企业加大宣传力度，壮大和规范消费纠纷人民调解员队伍的同时，对企业自身培养员工提升业务素质也起到激励作用。





北京市消费者协会
BEIJING CONSUMERS ASSOCIATION

守护安全 畅通消费



共同营造放心消费环境