

Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任

北京

消费者

2021.第12期

12

总第111期



节约粮食
反对浪费

P12 北京市消协发布滚筒式洗衣机比较试验报告

P18 中消协：任何品牌在消费者面前都没有特权

P15 北京市消协发布调味品比较试验结果

P38 勿将玩具当儿童化妆品使用



北京市消费者协会倡议广大经营者和消费者：

节约粮食 反对浪费

勤俭节约是中华民族的传统美德，粮食安全关乎百姓饭碗和社会福祉。为贯彻落实《节约粮食行动方案》精神，北京市消费者协会向广大经营者和消费者发出倡议：节约粮食、反对浪费、理性消费、从我做起。

1 倡议经营者主动提供“小份”服务，提示消费者适量点餐。有关餐饮服务经营者应主动提供“小份菜”、“小份饭”等服务，在菜单或网络餐饮服务平台的展示页面向消费者提供食品分量、规格或者建议消费人数等信息，主动提示消费者适量点餐。

2 倡议经营者建立健全反食品浪费制度，科学采购和使用食材。有关单位食堂要制定实施防止食品浪费措施制度，加强食品采购、储存、加工动态管理，主动采取预约用餐、按量配餐、小份供餐、按需补餐等方式，科学采购和合理使用食材。

3 倡导消费者按需购买食品并按要求储存，避免造成浪费。消费者应根据自身实际需要购买食品，并按照标注的储存方式和储存条件合理储存，尽量采用小分量、多样化、营养搭配的烹饪方式，充分利用食材，避免造成浪费。

4 倡导消费者自觉养成节约粮食反对浪费习惯，文明理性消费。消费者应秉持勤俭节约的光荣传统，破除讲面子、讲排场、比阔气的思想，外出就餐时，要根据就餐人数和实际需要，适量合理点餐，采取“光盘行动”、“剩余打包”等措施，自觉践行节约粮食，反对浪费，从我做起。



Prologue

卷首语

第三方测评，如何让消费者更安心

移动互联网的普及、电商平台的发展，极大丰富了广大网民的购物选择，也在一定程度上给消费者带来了“选择的烦恼”。近年来，作为品质产品的淘选者，第三方测评平台如雨后春笋般涌现，在为消费者提供各种产品使用体验的同时，通过定性、定量分析各项指标，帮助他们择优汰劣，成为颇受消费者欢迎的购物参考。

与此同时，新业态的快速生长也带来了监管的新课题。由于没有从业资质、准入门槛等硬性规定，第三方测评平台随意确定评测标准、虚假测评、恶意公关等行为时有发生。比如，经测评“好看又好穿”的篮球鞋，穿没多久就严重开胶；经鉴定“不用再货比三家”的保湿喷雾，喷到脸上后皮肤出现泛红刺痒。近段时间，有关个别第三方测评平台推荐不靠谱的话题持续引发讨论。在测评行业快速发展的当下，如何培育良好的行业生态，成为各方关心的现实问题。

第三方测评，贵在保持相对独立的第三方身份，重在做好测评服务，化解消费者对商品功效、价格、安全等方面的担忧。如果是为了赚得流量、牟取利益，隐瞒或曲解测评数据，甚至搞虚假测评，那就完全背离了第三方测评平台创立的初衷。长此以往，不仅会持续影响消费者提升消费体验，也会打击企业提升产品和服务质量的积极性，造成“劣币驱逐良币”的后果。最后，第三方测评也会丧失权威，自毁前程。

今年初，广东省公布2020年查处的反不正当竞争典型案例，其中一个就是某测评平台通过设置不合理的比较条件，得出不利检测结果，进而丑化相关公司形象。开展测评业务，必须以法律法规为依据、以公正公平为遵循。侵害消费者知情权和自主选择权，对竞争对手进行商业诋毁，无异于饮鸩止渴，平台免不了要负民事责任，或受到行政处罚。

欲茂其末，必深其根。一位行业从业者总结，测评的信誉是一点点积累起来的，“为了眼前的一点利益放自己的水，根本划不来”。朴实的话语，道出了促进行业健康发展的关键。观察市场上一些广受好评的测评平台，无一不是以严格的机制保证评测过程客观中立、结果真实可靠。对这些平台而言，严防利益冲突，确保检测结果质量达标，是对产品生产方的基本尊重，是对消费者的高度负责，也是对自身公信力的有效维护。用户信任是测评核心竞争力，专业公正是测评发展压舱石，这应当成为整个行业的发展共识。

从更宏观的层面看，不断提升测评服务质量，既是对消费升级的积极回应，也是推动各个行业提质增效的催化剂。放眼实践，有的平台不断完善评测标准，吸引了多家品牌厂商上门谈合作，主动要求对产品进行抽检；有的通过曝光存在安全隐患的问题产品，促进了多个产品品类国家标准的提高、市场监管的加强。事实证明，测评平台只有严格自律、诚信至上，才能促使行业参与主体见贤思齐，督促相关企业始终在高质量发展的轨道上行进。

无论做什么产品、提供什么服务，质量永远是第一位的。公信力不会凭空产生，谋求长远发展的第三方测评平台，理应为消费者提供更好服务。坚持以维护消费者正当利益为根本，当好供需双方之间的裁判员，第三方评测才有可能让更多消费者安心，不断创造新的消费增长点。（人民日报）

吕晓勤



热点关注
HOT CONCERN

P12 北京市消协发布 滚筒式洗衣机比较 试验报告

滚筒式洗衣机因其使用方便、清洁效果好等特点早已进入千家万户。目前洗衣机不仅能清洗衣物，部分洗衣机还具备除菌、除螨等功能，能够为卫生健康生活起到一定的保驾护航的作用。为了解家用滚筒式洗衣机的性能、质量状况，引导指导消费，北京市消费者协会对市场销售的部分主流品牌滚筒式洗衣机产品开展了比较试验。

卷首语

01 第三方测评，如何让消费者更安心

本刊策划

- 05 中办国办印发《粮食节约行动方案》
- 08 多部门印发《反食品浪费工作方案》
- 10 《北京市餐饮反食品浪费行为规范》正式发布
- 10 坚决杜绝“舌尖上的浪费”使节约粮食成为自觉行动
- 11 网上网下都不能给浪费开口子

权威发布

- 12 北京市消协发布滚筒式洗衣机比较试验报告
- 15 北京市消协发布调味品比较试验报告

热点关注

- 18 国家企业信用信息公示系统实名认证查询正式上线
- 18 中消协：任何品牌在消费者面前都没有特权
- 19 弹窗广告“霸屏”、直播消费维权难……互联网广告新办法提出硬核规定！
- 20 驾驶证电子化等4项公安交管便利措施全面推广
- 21 《北京市平台经济领域反垄断合规指引》（2021年版）正式发布
- 22 新能源汽车保险专属条款 电池、自燃等纳入保障范围
- 23 北京交管部门推出 机动车“出厂即查验”新举措

- 24 北京将建全民健身示范街道，要求六成以上居民每周一次体育锻炼
- 24 北京营商改革5.0版推299项任务
- 26 北京市新版影院疫情防控指引发布
- 26 故宫等40余家单位向未成年人免费开放
- 27 2022年公园游览年票开始发售
- 27 明年起北京全市禁放烟花爆竹

消费时评

- 28 再大的“鹅”也不能飞出法律之网
- 29 互联网广告别做“强扭的瓜”
- 30 星巴克的“金标准”岂能徒有其表
- 31 “红娘”造假，怎能牵出好姻缘



P42 蚝油不是油 选用有讲究

烹饪美食，很多家庭偏爱用蚝油来提味增鲜。无论是炒菜、凉拌还是调馅、烧烤，似乎都少不了这个美味“氛围制造者”的参与。然而，蚝油并非“万能提鲜剂”，其购买、使用和储存还有很多容易被人忽略的“冷知识”。

消费提示

- 32 取暖方法千万条，安全使用第一条
- 32 食品安全第一位 火锅用餐需理性
- 34 谨防家电维修套路
- 35 注射医疗美容医疗器械消费风险提示
- 35 合理使用信用卡理性消费的风险提示
- 36 黄金珠宝消费警示
- 37 如何防范虚假宣传
- 37 谨防误食！软泥玩具消费警示

消费课堂

- 38 勿将玩具当儿童化妆品使用
- 39 化妆品消费科普知识问与答
- 40 牛排吃对了 美味又健康
- 42 蚝油不是油 选用有讲究
- 44 保健品排毒治便秘 靠谱吗

《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
编委	崔 倩 陈凤翔 赵祖升 李 蕊 马传生 王 妍 刘 博 任 军 顾 飞 李 洋 杨立生 陈立爽 赵伟春 宋国兵 于 洋 曹立军 钟小明 陈义东 张格君
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4号楼1611室
邮编	100073
电话	010-63361378
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxf315@126.com

2021年 第12期（总第111期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流



反 对 浪 费 节 约 粮 食



编者按

今年4月29日，十三届全国人大常委会第二十八次会议审议通过了反食品浪费法，防止食品浪费从此有法可依。近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《粮食节约行动方案》，方案强调要采取综合措施降低粮食损耗浪费，坚决刹住浪费粮食的不良风气。

勤俭节约是中华民族的传统美德，粮食安全关乎百姓饭碗和社会福祉。为贯彻落实《节约粮食行动方案》精神，北京市消费者协会向广大经营者和消费者发出倡议：节约粮食、反对浪费、理性消费、从我做起。

遏制粮食浪费，正确引导消费理念，本期《本刊策划》栏目特推出“节约粮食 反对浪费”主题宣传，推进移风易俗，让节约粮食、反对浪费在全社会蔚然成风。

中办国办印发《粮食节约行动方案》

中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《粮食节约行动方案》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。

《粮食节约行动方案》全文如下。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视节粮减损工作，强调要采取综合措施降低粮食损耗浪费，坚决刹住浪费粮食的不良风气。近年来，各地区各部门认真贯彻落实党中央有关决策部署，不断加大厉行节约、反对食品浪费工作力度，取得积极成效，但浪费问题仍不容忽视，加强粮食全产业链各环节节约减损的任务繁重。为贯彻落实党的十九届五中全会关于“开展粮食节约行动”的部署要求，推动实施《中华人民共和国反食品浪费法》，制定本方案。

1 总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持系统治理、依法治理、长效治理，坚持党委领导、政府主导、行业引导、公众参与，突出重点领域和关键环节，强化刚性制度约束，推动粮食全产业链各环节节约减损取得实效，为加快构建更高层次、更高质量、更有效率、更可持续的国家粮食安全保障体系奠定坚实基础。

到2025年，粮食全产业链各环节节粮减损举措更加硬化实化细化，推动节粮减损取得更加明显成效，节粮减损制度体系、标准体系和监测体系基本建立，常态长效治理机制基本健全，“光盘行动”深入开展，食品浪费问题得到有效遏制，节约粮食、反对浪费在全社会蔚然成风。

2 强化农业生产环节节约减损

（一）推进农业节约用种。完善主要粮食作物品种审定标准，突出高产高效、多抗广适、低损收获的品种特性，加快选育节种宜机品种。编制推进节种减损机械研发导向目录，加大先进适用精量播种机等研发推广力度。集成推广水稻工厂化集中育秧、玉米单粒精播、小麦精量半精量播种，以及种肥同播等关键技术。

（二）减少田间地头收获损耗。着力推进粮食精细

收获，强化农机、农艺、品种集成配套，提高关键技术到位率和覆盖率。制定修订水稻、玉米、小麦、大豆机收减损技术指导规范，引导农户适时择机收获。鼓励地方提升应急抢种抢收装备和应急服务供给能力。加快推广应用智能绿色高效收获机械。将农机手培训纳入高素质农民培育工程，提高机手规范操作能力。

3 加强粮食储存环节减损

（三）改善粮食产后烘干条件。将粮食烘干成套设施装备纳入农机新产品补贴试点范围，提升烘干能力。鼓励产粮大县推进环保烘干设施应用，加大绿色热源烘干设备推广力度。鼓励新型农业经营主体、粮食企业、粮食产后服务中心等为农户提供粮食烘干服务，烘干用地用电统一按农用标准管理。

（四）支持引导农户科学储粮。加强农户科学储粮技术培训和指导服务。开展不同规模农户储粮装具选型及示范应用。在东北地区推广农户节约简捷高效储粮装具，逐步解决“地趴粮”问题。

（五）推进仓储设施节约减损。鼓励开展绿色仓储提升行动和绿色储粮标准化试点。升级修缮老旧仓房，推进粮食仓储信息化。推动粮仓设施分类分级和规范管理，提高用仓质量和效能。

4 加强粮食运输环节减损保障

（六）完善运输基础设施和装备。建设铁路专用线、专用码头、散粮中转及配套设施，减少运输环节粮食损耗。推广粮食专用散装运输车、铁路散粮车、散装运输船、敞顶集装箱、港口专用装卸机械和回收设备。加强港口集疏运体系建设，发展粮食集装箱公铁水多式联运。

（七）健全农村粮食物流服务网络。结合“四好农村路”建设，完善农村交通运输网络，提升粮食运输服务水平。

（八）开展物流标准化示范。发展规范化、标准化、信息化散粮运输服务体系，探索应用粮食高效减损物流模式，推动散粮运输设备无缝对接。在“北粮南运”

重点线路、关键节点，开展多式联运高效物流衔接技术示范。

5 加快推进粮食加工环节节粮减损

（九）提高粮油加工转化率。制定修订小麦粉等口粮、食用油加工标准，完善适度加工标准，合理确定加工精度等指标，引导消费者逐步走出过度追求“精米白面”的饮食误区，提高粮油出品率。提升粮食加工行业数字化管理水平。推进面粉加工设备智能化改造，推广低温升碾米设备，鼓励应用柔性大米加工设备，引导油料油脂适度加工。发展全谷物产业，启动“国家全谷物行动计划”。创新食品加工配送模式，支持餐饮单位充分利用中央厨房，加快主食配送中心和冷链配套体系建设。

（十）加强饲料粮减量替代。推广猪鸡饲料中玉米、豆粕减量替代技术，充分挖掘利用杂粮、杂粕、粮食加工副产物等替代资源。改进制油工艺，提高杂粕质量。完善国家饲料原料营养价值数据库，引导饲料企业建立多元化饲料配方结构，推广饲料精准配方技术和精准配制工艺。加快推广低蛋白日粮技术，提高蛋白饲料利用效率，降低豆粕添加比例。增加优质饲草供应，降低牛羊养殖中精饲料用量。

（十一）加强粮食资源综合利用。有效利用米糠、麸皮、胚芽、油料粕、薯渣薯液等粮油加工副产物，生产食用产品、功能物质及工业制品。对以粮食为原料的生物质能源加工业发展进行调控。

6 坚决遏制餐饮消费环节浪费

（十二）加强餐饮行业经营行为管理。完善餐饮行业反食品浪费制度，健全行业标准、服务规范。鼓励引导餐饮服务经营者主动提示消费者适量点餐，主动提供“小份菜”、“小份饭”等服务，在菜单或网络餐饮服务平台的展示页面上向消费者提供食品分量、规格或者建议消费人数等信息。充分发挥媒体、消费者等社会监督作用，鼓励通过服务热线反映举报餐饮服务经营者浪费行为。对餐饮服务经营者食品浪费违法行为，依法严肃查处。

（十三）落实单位食堂反食品浪费管理责任。单位食堂要加强食品采购、储存、加工动态管理，推行荤素搭配、少油少盐等健康饮食方式，制定实施防止食品浪费措施。鼓励采取预约用餐、按量配餐、小份供餐、按需补餐

等方式，科学采购和使用食材。抓好机关食堂用餐节约，实施机关食堂反食品浪费工作成效评估和通报制度。开展单位食堂检查，纠正浪费行为。

（十四）加强公务活动用餐节约。各级党政机关、国有企事业单位要落实中央八项规定及其实施细则精神，切实加强公务接待、会议、培训等公务活动用餐管理。按照健康、节约要求，科学合理安排饭菜数量，原则上实行自助餐。严禁以会议、培训等名义组织宴请或大吃大喝。

（十五）建立健全学校餐饮节约管理长效机制。强化学校就餐现场管理，加大就餐检查力度，落实中小学、幼儿园集中用餐陪餐制度。加强家校合作，强化家庭教育，培养学生勤俭节约、杜绝浪费的良好饮食习惯。广泛开展劳动教育，积极组织多种形式的粮食节约实践教育活动。

（十六）减少家庭和个人食品浪费。加强公众营养膳食科普知识宣传，倡导营养均衡、科学文明的饮食习惯，鼓励家庭科学制定膳食计划，按需采购食品，充分利用食材。提倡采用小分量、多样化、营养搭配的烹饪方式。



（十七）推进厨余垃圾资源化利用。指导地方建立厨余垃圾收集、投放、运输、处理体系，推动源头减量。通过中央预算内投资、企业发行绿色债券等方式，支持厨余垃圾资源化利用和无害化处理，引导社会资本积极参与。做好厨余垃圾分类收集。探索推进餐桌剩余食物饲料利用。

7 大力推进节粮减损科技创新

（十八）强化粮食生产技术支持。推动气吸排种、低损喂入、高效清选、作业监测等播种收获环节关键共性技术研发。突破地形匹配技术，研发与丘陵山区农业生产模式配套的先进适用技术装备，抓好关键零部件精密制造，减少丘陵山区粮食机械收获损耗。加强对倒伏等受灾作物收获机械的研发。引导企业开展粮食高效低损收获机械攻关，优化割台、脱粒、分离、清选能力。

（十九）推进储运减损关键技术提质升级。发展安全低温高效节能储粮智能化技术。提升仓储虫霉防控水平，研制新药剂。推广粮食安全储藏新仓型，推进横向通风储粮技术等应用。研发移动式烘干设备，加快试验验证。研究运输工具标准化技术，开发散粮多式联运衔接和接卸技术装备、粮食防分级防破碎入仓装置和设备。

（二十）提升粮食加工技术与装备研发水平。发展全谷物原料质量稳定控制、食用品质改良、活性保持等技术，开发营养保全型全谷物食品。研究原粮增值加工等关键技术，发展杂粮食品生产品质控制、营养均衡调配、生物加工等关键技术。布局以粮食加工为主导产业的国家农业高新技术产业示范区，推动产业向高端化、智能化、绿色化转变，提升副产物利用技术水平。

8 加强节粮减损宣传教育引导

（二十一）开展节粮减损文明创建。把节粮减损要求融入市民公约、村规民约、行业规范等，推进粮食节约宣传教育进机关、进学校、进企业、进社区、进农村、进家庭、进军营。将文明餐桌、“光盘行动”等要求纳入文明城市、文明村镇、文明单位、文明家庭、文明校园创建内容，切实发挥各类创建的导向和示范作用。

（二十二）强化节粮舆论宣传。深入宣传阐释节粮减损法律法规、政策措施，普及节粮减损技术和相关知识。深化公益宣传，精心制作播出节约粮食、反对浪费公

益广告。在用餐场所明显位置张贴宣传标语或宣传画，增强反食品浪费意识。充分利用世界粮食日和全国粮食安全宣传周等重要时间节点，广泛宣传报道节粮减损经验做法和典型事例。加强粮食安全舆情监测，主动回应社会关切。做好舆论监督，对粮食浪费行为进行曝光。禁止制作、发布、传播宣扬暴饮暴食等浪费行为的节目或者音视频信息。

（二十三）持续推进移风易俗。倡导文明节俭办婚丧，鼓励城乡居民“婚事新办、丧事简办、余事不办”，严格控制酒席规模和标准，遏制大操大办、铺张浪费。

（二十四）开展国际节粮减损合作。积极参加联合国粮食系统峰会、减少食物浪费全球行动等活动，向国际社会分享粮食减损经验。推动多双边渠道开展节粮减损的联合研究、技术示范和人员培训等合作交流。推动国际粮食减损大会机制化。

9 强化保障措施

（二十五）加强组织领导。各地区各部门要站在保障国家粮食安全的高度，切实增强做好节粮减损工作的责任感和紧迫感，将节粮减损工作纳入粮食安全责任制考核，坚持党政同责，压实工作责任。各牵头部门要结合自身职责，紧盯粮食全产业链各环节，提出年度节粮减损目标任务和落实措施。各有关部门要结合自身职责，密切配合、主动作为、形成合力，确保节粮减损工作取得扎实成效。

（二十六）完善制度标准。强化依法管粮节粮，全面落实《中华人民共和国反食品浪费法》，制定粮食安全保障法。完善相关配套制度，加快建立符合节粮减损要求的粮食全产业链标准，制定促进粮食节约的国家标准和行业标准。行业协会要制定发布全链条减损降耗的团体标准，对不执行团体标准、造成粮食过度损耗的企业和行为按规定进行严格约束。

（二十七）建立调查评估机制。探索粮食损失浪费调查评估方法，建立粮食损失浪费评价标准。研究建立全链条粮食损失浪费评估指标体系，定期开展数据汇总和分析评估。开展食品浪费统计研究。

（二十八）加强监督管理。研究建立减少粮食损耗浪费的成效评估、通报、奖惩制度。建立部门监管、行业自律、社会监督等相结合的监管体系，综合运用自查、抽查、核查等方式，持续开展常态化监管。（人民日报）

多部门印发《反食品浪费工作方案》

为深入实施《中华人民共和国反食品浪费法》，推动完成《中共中央办公厅、国务院办公厅关于印发〈粮食节约行动方案〉的通知》（厅字〔2021〕40号）部署的工作任务，国家发展改革委办公厅、商务部办公厅、市场监管总局办公厅和粮食和储备局办公室联合制定了《反食品浪费工作方案》：

推进粮食节约减损

（一）推进粮食消费前各环节减损。在粮食仓储环节，指导配置农户科学储粮装具，持续发挥粮食产后服务中心功能。建设绿色低温仓储设施，提高仓房的气密性、隔热性，分类、分品种、分仓储藏。在粮食物流环节，推广散粮运输专用工具，发展规范化、标准化、信息化散粮运输服务体系。在粮食加工环节，推动提高粮油产品出品率，推进粮食无害化处理和资源合理化利用，提升粮食加工业数字化管理水平，促进淘汰落后产能。（粮食和储备局、国家发展改革委等部门按职责分工负责）

（二）完善粮食节约减损标准体系。加快构建符合节粮减损要求的粮食全产业链标准体系，鼓励有关行业协会、企业制定相关团体标准、企业标准。在仓储环节着重加强仓储设施建设、虫霉防治和减损降耗等相关标准研制；在运输环节着重于降低包装、装卸抛洒、散漏损失率等相关标准研制；在加工环节着重于限制产品过度加工、科学界定产品加工等级以及副产物综合利用率等相关标准研制。（粮食和储备局、市场监管总局等部门按职责分工负责）



（三）开展粮食仓储环节浪费调查评估。探索粮食仓储环节损失浪费调查评估方法，研究制定粮食仓储环节损失浪费评价方法和评估指标体系，开展数据汇总和分析评估。（粮食和储备局、统计局、国家发展改革委等部门按职责分工负责）

遏制餐饮行业食品浪费

（四）加强餐饮行业管理。各级商务部门采取措施鼓励餐饮服务经营者提供分餐服务、向社会公开其反食品浪费情况。督促餐饮外卖平台、餐饮服务经营者以显著方式提醒消费者按需适量点餐。支持自助餐服务单位实施对消费者浪费行为适当加收费用的措施。建立健全餐饮行业反食品浪费的制度规范。加强对旅行社管理人员和导游人员培训，引导游客文明用餐，合理安排团队用餐。（商务部、文化和旅游部和各地方有关部门负责）

（五）完善餐饮行业标准与规范。推动餐饮行业出台反食品浪费的团体标准和行业自律规范。宣贯落实《绿色餐饮经营与管理》《宴席节约服务规范》，制修订《餐饮企业节约管理规范》《餐饮服务企业打包服务管理要求》。加大中央厨房、智慧餐饮等领域标准研制力度。将反食品浪费作为重要内容列入正在制修订的旅游餐饮业、住宿业和景区标准中。（商务部、文化和旅游部、市场监管总局等部门按职责分工负责）

（六）大力推动餐饮行业自律。指导餐饮等行业协会发出制止餐饮浪费的倡议，支持餐饮行业协会有对浪费行为的会员采取必要的自律措施，引导会员自觉开展反食品浪费活动。（商务部等部门按职责分工负责）

（七）开展反餐饮浪费政策效果评估。指导餐饮行业协会对餐饮浪费情况进行监测，加强分析评估。督促餐饮行业协会每年向社会公布有关反餐饮浪费情况及监测评估结果。（商务部等部门按职责分工负责）

加强公共机构餐饮节约

（八）推进机关单位食堂反食品浪费。推动落实《“十四五”公共机构节约能源资源工作规划》，大力开展反食品浪费行动。建立机关食堂反食品浪费工作成效评估和通报制度，将反食品浪费纳入公共机构节约能源资源

考核和节约型机关创建活动内容。加强公务接待、会议、培训等公务活动用餐管理。曝光餐饮浪费典型案例及推动工作不力的单位。鼓励有条件的公共机构使用餐厨垃圾就地资源化处理设备。（国管局负责）

（九）开展学校食堂餐饮节约行动。推动落实《教育系统“制止餐饮浪费培养节约习惯”行动方案》中明确的五项具体行动。组织编写《高校食堂反食品浪费工作指南》，提出学校食堂食品原材料采购、储藏、加工、制作和销售等环节节约减损工作方案。研究制定《高校智慧食堂建设规范》，开展全流程智慧食堂试点建设工作。（教育部、国管局负责）

促进食品合理利用

（十）建立食品捐赠需求对接机制。引导食品生产经营者等在保证食品安全的前提下向有关社会组织、福利机构、救助机构等组织或者个人捐赠食品。有关组织根据需要，及时接收、分发食品。指导有关慈善行业组织依法研究制定食品捐赠需求对接相关团体标准和行业自律规范。（民政部、市场监管总局负责）

（十一）健全临期食品销售体系。优化食品标识制度，鼓励食品生产者在食品包装上明确标识“最佳食用日期”和“保质日期”，支持食品生产经营者以优惠价格销售临近“最佳食用日期”的食品。指导超市、商场等食品经营者加强日常检查，对临近保质期的食品分类管理，作特别标识或者集中陈列出售。（商务部、市场监管总局等部门按职责分工负责）

（十二）推进厨余垃圾资源化利用。指导地方建立厨余垃圾收集、投放、运输、处理体系。加大对厨余垃圾资源化利用企业的支持，加强厨余垃圾资源化利用产品的市场推广，推动堆肥、沼液、沼渣等产品在农林业生产中应用。（住房城乡建设部等部门负责）

严格执法监督

（十三）加强反食品浪费日常监督检查。加强对食品生产经营者反食品浪费情况的监督，督促落实反食品浪费措施。鼓励单位和个人举报食品生产经营者食品浪费行为。开通举报热线，收集问题线索，加强执法监督。（各级市场监管部门负责）

（十四）加强反食品浪费执法。各地市场监督管理部门开展反食品浪费日常监管和执法，加强执法稽查培训，依法依职责执行《反食品浪费法》有关规定。各地市

场监督管理部门或地方政府指定的部门对未主动向消费者进行防止食品浪费提示提醒的餐饮服务经营者，给予警告；对诱导、误导消费者超量点餐造成明显浪费的餐饮服务经营者，给予警告或处以罚款；对生产经营过程中发生严重浪费食品的食品生产经营者，进行约谈、责令改正或处以罚款。文化和旅游部门将反食品浪费作为重点列入星级饭店、A级景区和旅行社的明查暗访检查项目，加强重大典型案件的督察督办。（市场监管总局、商务部、文化和旅游部和各地方有关部门按职责分工负责）

（十五）严格食品浪费相关信息监管。禁止广播电台、电视台、网络音视频服务提供者制作、发布、传播宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品的节目或者音视频信息，对拒不改正或情节严重的，处以罚款、通报批评或节目停播整顿，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法依规追究责任。（广电总局、网信办等部门按职责分工负责）

强化组织实施

（十六）加强组织领导。国家发展改革委加强对全国反食品浪费工作的组织协调，会同有关部门完善工作机制，加强工作调度，分析评估总结食品浪费情况，开展粮食节约和反食品浪费综合性示范。各地要加强对反食品浪费工作的组织领导，按照法律要求，明确反食品浪费目标任务，建立健全反食品浪费工作机制和监督检查机制，对食品浪费情况进行监测、调查、分析和评估。各专项工作牵头部门要提出年度目标任务和落实措施，评估本领域食品浪费情况，及时总结工作进展和成效。（国家发展改革委牵头，各有关部门按职责分工负责）

（十七）宣传推广典型经验做法。以世界粮食日和全国粮食安全宣传周活动等为契机，对各地区、各部门、各行业反食品浪费的经验做法进行集中报道。以餐饮环节反浪费和促节约为切入点，推出一批互动性强的融媒体作品。聚焦《反食品浪费法》实施，加强政策解读和法律宣传。开展反食品浪费相关标准、技术和知识的宣传普及。（广电总局、网信办等部门按职责分工负责）

（十八）营造勤俭节约社会氛围。旗帜鲜明反对铺张浪费不良风气，引导公众树立正确饮食消费观念。曝光浪费现象，对食品浪费行为进行舆论监督。深化反食品浪费公益宣传，精心制作播出节约粮食公益广告，努力营造勤俭节约、浪费可耻的浓厚氛围。（广电总局、网信办等部门按职责分工负责）（国家发展和改革委员会）

《北京市餐饮反食品浪费行为规范》正式发布

近日，北京烹饪协会正式发布《北京市餐饮反食品浪费行为规范》（T/BJCA 001—2021）团体标准（以下简称《规范》）。规定了餐饮企业生产经营管理和服务所有环节中反食品浪费的要求，适用于北京市行政区域内的餐饮经营单位。同时，倡导消费者自律，应遵守餐饮反食品浪费相关行为规范，理性消费、节约消费，践行“光盘行动”，抵制铺张浪费。《规范》将于2022年1月1日实施。

《规范》明确了“餐饮浪费”的术语和定义。“餐饮浪费”定义是“在餐饮经营、服务和消费中，对可安全食用或饮用的食品不珍惜、不合理利用或者不必要的废弃，导致食品数量减少或者质量下降等。”

餐饮经营者是贯彻落实反食品浪费的重要力量，《规范》从基本要求、宣传引导、采购与储存、加工制作、就餐服务、外卖服务、厨余垃圾以及餐厨废弃物处置

等方面，进一步规范餐饮经营者反食品浪费行为。

《规范》提出，餐饮经营者不得参与制作、发布、传播宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品的节目或者音视频信息，诱导食品浪费。餐饮服务经营者应当明示服务项目及其收费标准，不得设置最低消费额，不得诱导、误导或者迫使消费者超量点餐；鼓励对实施“光盘行动”的消费者给予奖励或者优惠；鼓励设置专门的文明用餐劝导员，对明显过量点餐、取餐的行为进行提醒、劝导；积极采取打折优惠、返券等激励措施，引导消费节约行为。

《规范》提出，自助餐服务应当建立备餐评估、供餐巡查等制度，根据用餐人数合理布置餐台，配备不同规格的餐饮用具，引导消费者少量、多次取餐；应当向消费者主动告知消费规则和防止食品浪费要求，可以采取事先约定的方式，对造成浪费的消费者收取处理厨余垃圾相应费用。（中国经济网）

坚决杜绝“舌尖上的浪费” 使节约粮食成为自觉行动

粮食安全是国家安全的重要基础，是治国理政需要解决的首要民生问题。餐饮浪费现象直接危及粮食安全。习近平总书记指出：“餐饮浪费现象，触目惊心、令人痛心！”我们必须时刻紧绷粮食安全这根弦，把节约粮食作为新时代公民道德建设的重要内容，在全社会营造浪费可耻、节约光荣的浓厚氛围。

民以食为天。维护国家粮食安全这根弦必须时刻紧绷。党的十八大以来，得益于党中央对抓好粮食生产、保障粮食安全的高度重视，我国每年粮食总产量都超过0.65万亿公斤，人均粮食占有量稳定在470公斤以上，超过人均400公斤的国际粮食安全标准线。充裕的粮食供给，在新冠肺炎疫情防控中发挥了压舱石作用。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。当前，从国际上看，受蝗灾、洪水、病菌等自然灾害影响，全球

粮食产量及分布受到影响，国际粮食市场不确定性增加。从国内看，虽然我国是农业大国，但由于人口基数大、农业产业和农业科技在世界粮食生产领域的比较优势不明显、人均耕地拥有量不高等原因，粮食供需长期处于“紧平衡”状态。同时，由于劳动力等粮食生产要素成本上升，我国粮食生产面临多重压力。这些情况都对维护粮食安全提出了新要求。厉行节约、反对浪费，坚决杜绝“舌尖上的浪费”势在必行。

从本质上看，餐饮浪费现象是对人民群众劳动成果的践踏，违背新时代公民道德建设基本要求和中华民族勤俭节约的优良传统。必须把节约粮食作为公民道德建设的重要内容，切实采取有效措施，培养人们的节约习惯，坚决制止餐饮浪费行为，使节约粮食成为人们的自觉行动，夯实维护国家粮食安全的基础。

加强宣传教育，增强惜粮意识。通过宣传教育，努力让每个人都深刻认识到节约粮食的重要性，切实培养人们节约用餐的习惯。一是加强家庭教育。从娃娃抓起，从细小处抓起，从身边事抓起，让节约用餐成为一种家庭文化。二是加强学校教育。把勤俭节约理念贯穿教育教学各环节、各方面，在食堂管理、德育教育、学科教学、校园文化建设等各方面传播节约用餐理念。三是深化单位教育。利用工作例会、宣传栏、公共食堂等传播节约用餐理念，反对餐饮浪费行为。四是强化社会教育。通过形式多样的精神文明建设活动，大力倡导勤俭节约美德。

深入开展群众性节约粮食道德实践活动。广大党员干部要率先垂范，充分发挥模范作用，带头践行“光盘行

动”，使之成为社会风尚；举办形式多样的公益活动，评选“光盘行动”先进组织和先进个人，让节约用餐行为得到鼓励和赞赏；加强对餐饮浪费现象的规劝，让奢侈浪费行为得到遏制，让节约用餐在全社会蔚然成风。

建立健全节约用餐机制。党政机关要带头践行节约用餐要求，规范工作用餐和公务接待标准，引领节约用餐新风尚；鼓励餐饮公司取消最低消费标准及捆绑消费规定，推出小份菜、半份菜以及拼盘菜，引导消费者节约用餐、理性消费；引导餐饮行业协会制定节俭导向的餐饮企业管理、餐饮餐具制作、餐饮消费和服务以及餐厨垃圾处理标准，推行绿色节约的餐饮消费模式。（人民日报）

网上网下都不能给浪费开口子

《粮食节约行动方案》印发，以多项针对性举措为实现节粮减损指明了路径。其中，遏制餐饮消费环节浪费、把节粮要求融入市民公约、倡导文明节俭办婚丧等内容更是切中社会关切。

“俭约，所以彰其美也。”于个人而言，有所节制、勤俭惜福，是素养品性的体现，简约适度、物尽其用更是一种健康的生活理念。以更大视野来看，勤俭节约与社会公德紧密相连，折射着一个国家、一个社会的价值标准和文明程度。尤其是近些年来，在国家的大力倡导下，光盘行动蔚然成风，科学膳食颇受推崇，“小份菜”“半份菜”成为餐饮流行……种种新风不仅实打实省下了粮食，更不断重塑着人们的生活习惯。

但也要看到，生活好了，日子美了，浪费的表现也在超越餐桌，向社会生活的各个领域延伸。有的是不经意而为之，有的则是在极尽乖张、挑战公德。比如，在直播间胡吃海塞，却在镜头外拼命催吐；为一顿下午茶豪掷千金，却一口不吃只为打卡晒图；去“大牌”市场拗造型摆拍，转头就把刚买的菜丢进垃圾桶……在这些人眼中，吃穿用度不再是为了满足生活需求，某种程度上成了炫富作秀的工具。更令人恼火的是，他们往往打着精致生活、高端消费的旗号，动辄收揽千万量级的粉丝。一边恬不知耻地糟蹋物资，一边引流赚得盆满钵满，不断传递出骄奢浪费的错误观念，由此形成某种恶性循环。

线下也好，网上也罢，都不能给浪费开口子。一段

时间来，《反食品浪费法》《宴席节约服务规范》等具有针对性的法律法规持续落地，有效遏制了面子消费、攀比心态。此前，各平台对“大胃王”“炫富咖”也采取了删除作品、关停直播、封禁账号等处罚。厉行节约道阻且长，各方仍要再进一步，真正将德法共治落在实处。特别是各类信息传播平台，要从社会公共利益的角度出发，对有关铺张浪费的内容继续清理，对那些暗戳戳渲染透支消费、奢靡风气的行为也得有所“限流”。对每个人来说，更要意识到“节约光荣、浪费可耻”永远都不过时，看清消费主义陷阱，摆脱攀比盲从的裹挟，才能让自己的生活更加轻松、更有品质。

简约生活是传承美德，也是一种新时尚。大家都行动起来，从自己做起，从点滴做起，将勤俭节约内化于心、外化于行，让崇俭抑奢成为全社会共同的文明追求。（北京日报）



北京市消协发布

滚筒式洗衣机比较试验报告

滚筒式洗衣机因其使用方便、清洁效果好等特点早已进入千家万户。目前洗衣机不仅能清洗衣物，部分洗衣机还具备除菌、除螨等功能，能够为卫生健康生活起到一定的保驾护航的作用。

为了解家用滚筒式洗衣机的性能、质量状况，引导指导消费，北京市消费者协会对市场销售的部分主流品牌滚筒式洗衣机产品开展了比较试验。

一 比较试验样品情况

比较试验样品由工作人员以普通消费者的身份从电商平台购买，涉及23个品牌的40个样品。购买价格从1499元/台到5999元/台不等。

比较试验样品基本情况

序号	品牌	类型	型号	购买价格 (元)
1	LG	滚筒式	FCX90Y2T	3561.8
2	西门子	滚筒式	XQG90-WG42A2Z81W	3097.5
3	伊莱克斯	滚筒式	EWF12903WB	4399
4	松下	滚筒式	XQG90-N90WJ	3287.98
5	松下	滚筒式	XQG90-3R9ET	2617.1
6	格力	滚筒式	XQG62-B1401Ba1	4229
7	博世	滚筒式	XQG90-WGA242Z01W	2899
8	LG	滚筒式	FCY10R4W	3849.05
9	TCL	滚筒式	XQG100-P300B	1499

10	三星	滚筒式	WW1WN64FTBW/SC(XQG10-1WN64FTBW)	3462
11	小天鹅	滚筒式	TG100PURE	1999
12	小天鹅	滚筒式	TG100RFTEC-T61C	3529.6
13	小天鹅	滚筒式	TD100V66WIADT	3898.8
14	云米	滚筒式	WM10FE-B6A	2288.99
15	卡萨帝	滚筒式	C1 HB10S3EU1	5999
16	西门子	滚筒式	XQG100-WN54A1X02W	4369.05
17	西门子	滚筒式	XQG100-WN54A2X40W	5276.1
18	华凌	滚筒式	HD100X3	2599
19	创维	滚筒式	XQG100-B40LD	1899
20	米家	滚筒式	XHQG100MJ01	1898.99
21	松下	滚筒式	XQG100-EG13T	4298
22	美的	滚筒式	MG100A5	1897.99
23	美的	滚筒式	MG100V70WD5-Y1Y	3093
24	美的	滚筒式	MG100A7	2587
25	美菱	滚筒式	G100M14528BX	2968.99
26	格兰仕	滚筒式	GDW100T5V	2599

27	海尔	滚筒式	EG100HB129S	2670.5
28	海尔	滚筒式	EG100MATE3S	2498.98
29	海尔	滚筒式	EG100BDC189SU1	3959
30	海尔	滚筒式	EG100HBDC7SU1	3664.65
31	海信	滚筒式	HD1014S	1898.99
32	海信	滚筒式	HG100DF14D	2498.98
33	海信	滚筒式	HD100DC14DI	4599
34	容声	滚筒式	RH100DS1428B	1898.98
35	容声	滚筒式	RH10146D	2357.1
36	康佳	滚筒式	XQG100-BD14365S	3599
37	博世	滚筒式	XQG100-WNA254VA0W	5279
38	博世	滚筒式	XQG100-WAP282602W	3896
39	惠而浦	滚筒式	EWDC406020RG	3298.99
40	澳柯玛	滚筒式	XQG100-B1269SA	2499

二 比较试验测试项目及依据

本次比较试验委托中家院（北京）检测认证有限公司依据GB 12021.4-2013《电动洗衣机能效水效限定值及等级》、GB/T 4288-2018《家用和类似用途电动洗衣机》、GB 21551.5-2010《家用和类似用途电器的抗菌、除菌、净化功能 洗衣机的特殊要求》、《滚筒式洗衣机液体洗涤剂洗净性能试验方法》、《滚筒式洗衣机除螨虫性能试验方法》对样品的耗电量、用水量、洗净比（标准固体洗涤剂）、漂洗性能、脱水率、洗涤筒有效容积、磨损

性能、除菌性能注1、洗净比（液体洗涤剂）、除螨虫性能注1等项目进行了测试。

本次比较试验结果仅对购买的样品负责。

注1：“除菌性能”与“除螨虫性能”试验项目，仅当被测样机宣传具有该功能时才进行实验。

三 比较实验结果

（1）滚筒式洗衣机电量、水量消耗较少，均能达到GB12021.4的1级要求，被测样机的耗电量、用水量差异明显。

（2）滚筒式洗衣机部分产品能够在仅消耗较少电能的情况下，使用标准固体洗涤剂和液体洗涤剂均达到较好的洗净效果。

（3）额定容量为10kg的滚筒式洗衣机共计33台，洗涤筒有效容积差异明显。其中，9台产品洗涤筒有效容积达到66L以上，24台的产品洗涤筒有效容积在62L至66L之间。有2台额定容量为9kg的产品相比部分额定容量为10kg的产品，具有更大的洗涤筒有效容积。

（4）滚筒式洗衣机的磨损性能与洗净效果存在相关性，磨损性能和洗净比能同时达到最高星级评价的产品较少。

（5）具有除菌功能的滚筒式洗衣机共计37台，具有除螨程序的滚筒式洗衣机共计27台，除菌、除螨效果较好。除菌率均能达到99%以上，除螨率均能达到100%。

各项性能评价：

（1）本次试验的滚筒式洗衣机耗电量均较低，均能达到国家标准1级要求，但各样机之间存在明显差异。

对滚筒洗衣机单位功效耗电量的影响较大的因素是洗涤水加热温度和洗涤时间；一般50%以上的电量用于加热洗涤水，洗涤水温度设定的越高则耗电越多；同时，洗涤时间越长则耗电越多。

单位功效耗电量越低代表样机的用电量越少，节能效果越好。

（2）本次试验的滚筒式洗衣机的洗净效果均较好，但分别仅有10台和12台产品能够使用标准固体洗涤剂、液体洗涤剂在较少的用电量的情况下获得

较好的洗净比。

洗净比越高代表样机的洗净效果越好，去除污渍的能力也越强。

（3）本次试验的滚筒式洗衣机用水量均较少。单位功用水量越低代表样机的用水量越少，节水效果越好。

（4）本次试验的滚筒式洗衣机全载的漂洗效果大多略低于半载的漂洗效果。漂洗性能越高代表样机的漂洗效果越好，洗涤剂残留也越低。

（5）本次试验的滚筒式洗衣机脱水率差异较大。脱水率越低代表样机的洗涤结束后织物中含有的水分越少。

（6）本次试验的33台额定容量为10kg滚筒式洗衣机的洗涤筒有效容积差异明显，滚筒式洗衣机内部空间越大，有效容积越大，实际洗涤织物的装载量越大。

（7）滚筒式洗衣机的磨损性能与洗净效果存在明显相关性。磨损性能越低代表样机的磨损越小，对织物的损伤程度也就越小。

（8）本次试验的滚筒式洗衣机除菌效果较好。其中，37台具有除菌功能的产品除菌率均能达到99%，34台产品除菌率能达到99.9%。除菌率越大，对洗涤织物上的细菌的去除效果越好。

（9）滚筒式洗衣机的除螨效果较好，27台具有除螨程序的样机，除螨率均能达到100%。

四 消费提示

（一）选购

（1）根据使用情况，确定容量

市场上销售的家用滚筒式洗衣机主要以洗涤容量标注并宣传，容量一般为6kg到15kg。购买前应根据家庭实际人口和日常洗衣习惯，选择额定洗涤容量合适的滚筒式洗衣机。选择同一容量的洗衣机的同时可以再参照洗涤筒容积大小，更大的洗涤容积能容纳更多的衣物。另外若有分区洗涤需求，可以选择复式洗衣机，将母婴或老人的衣物分开洗涤，复式洗衣机一般相对较高，选购时注意安装位置。

（2）根据自身需要，选择功能

滚筒式洗衣机的功能较丰富，首先可以通过烘干需求选择滚筒式洗衣机或滚筒式洗衣干衣机；其次，滚筒式洗衣机不仅能对普通材质衣物进行洗涤清洁，还有对羊毛、真丝、羽绒、户外类衣物进行洗涤的程序和功能，对织物进行除皱、蓬松化、除异味的护理程序，以及除菌、除螨、除过敏原等卫生健康的护理程序。

（3）查明测试报告

注意查看滚筒式洗衣机是否明示与其性能相关的检测报告和数据。产品的耗电量、用水量、洗净比、除菌率等性能项目是否通过相关测试，并明示数值。可以根据自己需求，通过各项性能数据大小进行选购。

（二）使用及维护

（1）洗衣前，要先清除衣袋内的杂物，防止铁钉、硬币、发卡等硬物进入洗衣筒内部；有泥沙的衣物应清除泥沙后再进行清洗。

（2）洗涤结束或长时间不用时，应打开机门盖，排出内部的水分，保持干燥，避免营造潮湿环境，滋生细菌。

（3）滚筒式洗衣机，使用频次较高时，可三个月进行1次筒自洁功程序，通过内筒高速运转来去除套筒中残留污渍，以降低滋生细菌的概率。



调味品比较试验报告

随着生活水平的不断提高，消费者对食品的追求不再满足于裹腹，对食品的外观、味道也有了更高的要求。调味品能够增加菜肴的色、香、味，促进食欲，增进菜品质量，满足消费者的感官需要，从而刺激食欲，增进人体健康。

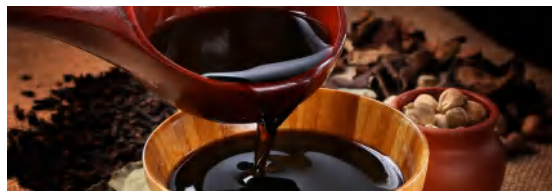
为了解调味品产品质量的真实状况，北京市消费者协会（以下简称消协）组织比较试验，对同类产品不同品牌之间的情况进行比较，为消费者提供客观详实的消费信息，指导消费者合理选择相应产品，保护消费者的合法权益，科学引导指导消费。

一 样品来源

本次比较试验样品由消协工作人员以普通消费者的身份，在物美（玉蜓桥店）、永辉超市（鲁谷店）、家乐福（凯德mall大峡谷店）、沃尔玛购物广场（宣武店）、超市发超市（双榆树店）和京东超市随机购买，共计50个品牌，其中生抽8个品牌，0概念酱油8个品牌，鸡精8个品牌，蚝油8个品牌，黄豆酱9个品牌，牛肉酱9个品牌。

二 承检机构

本次比较试验承检机构为北京市产品质量监督检验院。



三 比较试验结果

1、酱油

本次共选取16款酱油产品进行比较试验，涉及好记、千禾、鲁花、厨邦、老才臣、伊例家、李锦记、东古、欣和、海天、太太乐、金龙鱼等常见品牌。依据GB/T 18186-2000《酿造酱油》、企标和产品明示质量要求进行检测，检测项目包括酱油产品理化指标、污染物、真菌毒素、微生物、食品添加剂。

检测结果显示酱油样品，所检项目均符合产品执行标准要求。在比较试验过程中伊例家品牌名称为金标生抽（调味料）的产品，经查询其执行的企业标准和配料表，其实质为以酿造酱油为基础，添加各种食品添加剂后形成的调味料，并非为酿造酱油。15款酱油产品中食盐含量大多在20g/100mL左右，李锦记低盐酱油产品，其食盐含量在10g/100mL左右，不同工艺酱油产品食盐含量差别较大。同时发现老才臣、东古、厨邦品牌产品检出防腐剂，其中老才臣、东古品牌检出苯甲酸，厨邦、东古品牌检出山梨酸，东古品牌检出苯甲酸和山梨酸，以上食品添加剂检出含量均符合国家食品安全标准添加使用要求。

序号	样品名称	品牌	购样地点	价格	标注生产厂家
1	木桶酿造180天特级生抽	好记	物美大卖场（玉蜓桥店）	19.8	好记食品酿造股份有限公司
2	千禾一品鲜特级生抽酱油	千禾	永辉超市（鲁谷店）	12.5	千禾味业食品股份有限公司
3	自然鲜特级金标生抽	鲁花	物美大卖场（玉蜓桥店）	23.9	山东鲁花生物科技有限公司
4	金品生抽特级鲜味生抽[酿造酱油]	厨邦	物美大卖场（玉蜓桥店）	21.5	广东厨邦食品有限公司
5	鲜味生抽 酿造酱油	老才臣	家乐福（凯德mall大峡谷店）	17	北京市老才臣食品有限公司
6	金标生抽（调味料）	伊例家	家乐福（凯德mall大峡谷店）	19.9	江苏伊例家食品有限公司
7	薄盐生抽（酿造酱油）	李锦记	沃尔玛购物广场（宣武店）	28.2	李锦记（新会）食品有限公司

8	生抽王（酿造酱油）	东古	家乐福（凯德mall大峡谷店）	7.6	鹤山市东古调味食品有限公司
9	味达美尚品金标生抽（酿造酱油）	欣和	永辉超市（鲁谷店）	10	烟台欣和味达美食品有限公司
10	千禾零添加酱油380天	千禾	永辉超市（鲁谷店）	12	千禾味业食品股份有限公司
11	海天老字号零添加头道酱油（酿造酱油）	海天	永辉超市（鲁谷店）	10	佛山市海天（高明）调味食品有限公司
12	0添加酱油 酿造酱油	老才臣	物美大卖场（玉蜓桥店）	12	北京市老才臣食品有限公司
13	六月鲜特级原汁酱油（酿造酱油）	欣和	永辉超市（鲁谷店）	10	烟台欣和企业食品有限公司
14	原味鲜头道生抽酿造酱油	太太乐	物美大卖场（玉蜓桥店）	10	青岛灯塔味业有限公司
15	丸莊黑豆纯酿酱油	金龙鱼	物美大卖场（玉蜓桥店）	10	丸庄金龙鱼（泰州）食品工业有限公司
16	李锦记醇味鲜特级酿造酱油	李锦记	超市发超市（双榆树店）	9	李锦记（新会）食品有限公司

2、鸡精

本次共选取8款鸡精产品进行比较试验，涉及家乐、加加、铃兰、海天、和太乐、太太乐、佳仙、厨邦等常见品牌。依据《SB/T 10371-2003》鸡精调味料和产品明示质量要求进行检测，检测项目包括鸡精产品理化指标、污染物、微生物、添加剂、动物源

性成分（鸡源性）。

检测结果显示鸡精样品，所检项目均符合产品执行标准的要求。8款样品氯化物数值分布在24.4 g/100g -38.7 g/100g之间，SB/T 10371-2003《鸡精调味料》要求氯化物（食盐含量）小于等于40.0g/100g，鸡精中食盐含量非常高。

序号	样品名称	品牌	购样地点	价格	标注生产厂家
1	薄盐鲜鸡精调味料	家乐	物美大卖场（玉蜓桥店）	17.5	联合利华（中国）有限公司从化分公司
2	鸡精调味料	加加食品	永辉超市（鲁谷店）	7.8	加加食品集团股份有限公司
3	鸡精	铃兰	永辉超市（鲁谷店）	6.9	山东金旦旦食品有限公司
4	四海鲜鸡精调味料	海天	永辉超市（鲁谷店）	7.9	佛山市海天（高明）调味食品有限公司
5	和太乐乌鸡精调味料	和太乐	超市发超市（双榆树店）	7.9	江西倍得力生物工程有限公司
6	太太乐鸡精调味料	太太乐	家乐福（凯德mall大峡谷店）	10.5	上海太太乐福赐特食品有限公司
7	三鲜鸡精调味料	佳仙	沃尔玛购物广场（宣武店）	1	重庆佳仙九七食品有限公司
8	厨邦鸡精调味料	厨邦	京东自营超市	8.4	广东厨邦食品有限公司

3、黄豆酱

本次共选取9款黄豆酱产品进行比较试验，涉及良食记、海天、厨邦、六必居、王致和、欣和、老才臣、天源酱业、红山等常见品牌。依据GB/T 24399-2009 黄豆酱和产品明示质量要求进行检

测，检测项目包括黄豆酱产品理化指标、污染物、微生物、食品添加剂、真菌毒素、塑化剂。

检测结果显示黄豆酱样品，所检项目均符合产品执行标准的要求。

序号	样品名称	品牌	购样地点	价格	标注生产厂家
1	豆瓣酱（黄豆酱）	良食记	物美大卖场（玉蜓桥店）	10.9	秦皇岛市丰泽园酱业有限公司
2	黄豆酱	海天	物美大卖场（玉蜓桥店）	14.5	佛山市海天（高明）调味食品有限公司
3	厨邦原晒香黄豆酱	厨邦	永辉超市（鲁谷店）	8.5	广东美味鲜调味食品有限公司
4	六必居黄豆酱	六必居	超市发超市（双榆树店）	6	河北争荣生物科技股份有限公司
5	豆瓣酱（黄豆酱）	王致和	家乐福（凯德mall大峡谷店）	22.3	天津市虎豹调味品酿造有限公司
6	葱伴侣黄豆酱	欣和	家乐福（凯德mall大峡谷店）	14.7	济南宜和食品有限公司
7	干黄酱	老才臣	超市发超市（双榆树店）	6.2	北京市老才臣食品有限公司
8	干黄酱（黄豆酱）	天源酱业	家乐福（凯德mall大峡谷店）	5.9	北京六必居食品有限公司怀柔酿造厂
9	东北大豆酱	红山	超市发超市（双榆树店）	3	黑龙江香其食品股份有限公司

4、蚝油

本次共选取8款蚝油产品进行比较试验，涉及老才臣、加加、水塔、李锦记、欣和、鲁花、海天、厨邦等常见品牌。依据GB/T 21999-2008 蚝油和产品

明示质量要求进行检测，检测项目包括蚝油产品理化指标、污染物、微生物、食品添加剂。

检测结果显示蚝油产品，所检项目均符合产品执行标准的要求，检测数据无显著性差异。

序号	样品名称	品牌	购样地点	价格	标注生产厂家
1	老才臣鲜味蚝油	老才臣	物美大卖场（玉蜓桥店）	7.8	北京市老才臣食品有限公司
2	加加上等蚝油	加加	永辉超市（鲁谷店）	8.9	加加食品集团股份有限公司
3	水塔上等蚝油	水塔	永辉超市（鲁谷店）	4.9	广东顺德新惠美庄食品有限公司
4	旧庄蚝油	李锦记	家乐福（凯德mall大峡谷店）	24.7	李锦记（新会）食品有限公司
5	味达美醇鲜蚝油	欣和	家乐福（凯德mall大峡谷店）	13.8	烟台欣和味达美食品有限公司
6	鲁花生鲜蚝油	鲁花	沃尔玛购物广场（宣武店）	16.5	莱阳鲁花醋业食品有限公司
7	财宝蚝油	海天	超市发超市（双榆树店）	19.8	佛山市海天（高明）调味食品有限公司
8	厨邦渔女蚝油	厨邦	沃尔玛购物广场（宣武店）	19.8	广东美味鲜调味食品有限公司

5、牛肉酱

本次共选取9款牛肉酱产品进行比较试验，涉及吉香居、眉州东坡、川南、味聚特、六必居、劲道、虎邦、厨邦等常见品牌。依据产品执行标准和产品明示质量要求进行检测，检测项目包括理化指标、微生

物、食品添加剂、塑化剂、动物源性成分（牛源性成分）。

检测结果显示牛肉酱样品，所检项目均符合产品执行标准的要求，9款样品均有检出“牛源性成分”。其他指标无显著性差异。

序号	样品名称	品牌	购样地点	价格	标注生产厂家
1	牛肉豆豉（半固态调味料）	吉香居	物美大卖场（玉蜓桥店）	13.9	吉香居食品股份有限公司
2	福辣牛肉酱	眉州东坡	物美大卖场（玉蜓桥店）	14.9	四川王家渡食品有限公司
3	牛肉下饭酱/原牛肉下饭香	川南	家乐福（凯德mall大峡谷店）	14.1	四川省川南酿造有限公司
4	香菇牛肉酱（半固态复合调味料）	味聚特	永辉超市（鲁谷店）	16.9	四川省川南酿造有限公司
5	香菇牛肉酱（复合调味料）	六必居	永辉超市（鲁谷店）	15.9	北京六必居食品有限公司怀柔酿造厂
6	劲道鲜辣牛肉酱	劲道	永辉超市（鲁谷店）	16.9	仲景食品股份有限公司
7	鲁西牛肉辣酱	虎邦	家乐福（凯德mall大峡谷店）	13.9	虎邦食品（武城）有限公司
8	酱牛八方香菇牛肉多	吉香居	超市发超市（双榆树店）	14.8	吉香居食品股份有限公司
9	厨邦牛肉拌面酱	厨邦	京东自营超市	13.5	广东美味鲜调味食品有限公司

四 消费提示

1、本次比较试验涉及酱油、鸡精、蚝油、黄豆酱、牛肉酱五大类。其中大部分酱油食盐含量在20%左右，一款薄盐生抽食盐含量在10%左右，鸡精食盐含量在25%-40%，蚝油在10%左右，黄豆酱在10%-15%，牛肉酱食盐含量在5%左右。

鸡精和酱油中食盐含量偏高，膳食中食盐摄入过多，可引起人体疾病。建议消费者关注调味料中“隐性盐”问题，合理搭配调味料的食用。

2、本次比较试验中“0概念”酱油均未检出常见食品添加剂，其他酱油产品部分检出食品添加剂，但都在国标要求的使用范围以内。食品添加剂在我国的使用均经过了科学细致的论证，消费者无需过度恐慌。同时随着生活水平的提高，消费者可结合自身情况，追求高品质产品。



国家企业信用信息公示系统实名认证查询正式上线

自2021年11月26日起，国家企业信用信息公示系统（以下简称公示系统）用户实名认证查询正式上线。今后，社会公众将可流畅访问且满足个性化使用需求，查询体验感将大大提升。

公示系统自建设上线以来，受到社会各界广泛关注。为了防“爬虫”，网站设置了安全级别。随着公众查询需求量越来越大，这一安全策略影响了网站登录速度。为了保障数据安全的同时满足正常查询需求，市场监管总局决定实施实名注册。自2021年4月起，在深入排查分析系统运行瓶颈的基础上，对公示系统进行用户实名认证查

询改造。系统相关功能开发完成后，开展了两个月的系统测试。

据介绍，今后，社会公众访问公示系统将实名注册登录和实名查询。实名注册登录功能包括用户注册、登录、实名认证服务、短信认证服务、邮箱认证服务、忘记密码、用户注销和用户信息加密等。实名用户访问公示系统后，可以查看企业的全部信息，并享受个性化服务，例如发送报告、信息分析、信息打印，以及个人中心的关注、订阅、异议等功能。（市场监管总局）

中消协：任何品牌在消费者面前都没有特权

近日，有关“加拿大鹅”的消费维权事件持续引发社会关注。面对商标绣错、缝线粗糙、面料味道刺鼻等外观可见质量问题，消费者先是遭遇“中国大陆店售货品均不得退款”等歧视性“更换条款”，后又因被要求出具质量检测证明而陷入维权僵局。

我国《消费者权益保护法》第十条规定，消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障等公平交易条件。第二十四条规定，经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货。《民法典》第四百九十七条规定，不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利的格式条款无效。上述经营者对消费者因产品质量问题主张权利设置各类不合理条款门槛，涉嫌违背相关法律规定，侵害消费者合法权益。

中消协认为，经营者应当守法诚信经营，心怀责任担当，努力为消费者提供优质高效的产品和服务，切实保障消费者合法权益，把赢得消费者信赖作为企业发展、品牌长青的首要考量。

尊重消费者权利、保障消费者权益是经营者的应尽义务，它不仅应体现在营销条款、协议、承诺、声明中，

更应落实到保证产品和服务质量、妥善处理消费者诉求的具体行动中。在这方面，任何企业、任何品牌都没有例外特权。若说一套做一套，动辄以大牌自居，摆傲娇、秀优越、搞双标、玩歧视，高高在上，店大欺客，必将失去消费者信任、被市场所抛弃。

放心消费、美好生活是消费者的必然追求，良好消费环境需要全社会共同创造。中消协同时呼吁广大消费者理性消费、主动监督，拒绝盲目品牌崇拜和炫耀性、攀比式消费，面对经营者的傲慢与偏见要敢于说不，遇到消费侵权行为要积极依法主张自身合法权益，为营造放心舒心消费环境出一份力，做会消费、善维权、有担当的新时代消费者。（中国消费者协会）



弹窗广告“霸屏”、直播消费维权难……

互联网广告新办法提出硬核规定！

弹窗广告“霸屏”、直播消费维权难、中小学校外培训广告制造焦虑……当前，一些互联网广告或强行植入，或传播社会不良情绪，消费者在直播间买到假冒伪劣商品维权难，屡屡遭到社会质疑。

近日，市场监管总局公布《互联网广告管理办法（公开征求意见稿）》，针对被诟病已久、处于模糊地带的诸多互联网广告行为，划清监管红线、提出惩治措施。

弹窗广告“霸屏”：要确保“一键关闭”

很多网民有这样的感受：用视频软件看个电视剧，不仅开始播放时需要“被强制”观看几十秒到百余秒不等的广告，甚至在观看过程中还要“被强塞”十几秒不能跳过的广告；有的软件在弹出广告时设置“连环套”，刚刚关闭了一个弹窗广告，紧接着又弹出一个新的广告；还有的软件在广告中伪造、虚设“关闭”按钮，当用户点击“关闭”后，却二次跳转到了相应的广告链接……

办法征求意见稿第九条提出，“不得以欺骗、误导方式诱使用户点击广告”，并且不再允许“没有关闭标志或者需要倒计时结束才能关闭”等影响“一键关闭”广告的行为。

浙江省公共政策研究院研究员高艳东认为，这将进一步明确违规弹窗广告的惩罚主体，即对于“无一键关闭按钮”的，广告主将承担责任；对于“广告内容上具有诱骗用户点击”的，广告主、广告经营者、广告发布者只要没尽到合理审查义务，都将承担责任。

“办法征求意见稿中提到的‘弹窗广告’主要针对的是互联网网页、视频网站的弹窗广告，但对开机自动弹出的弹窗广告还缺乏有效约束。”高艳东建议，进一步补足“开机弹窗广告”的约束条件，尤其是补充对一些包含夸张、虚假弹窗广告的管理规定。

直播消费维权难：相关人员要履行经营、广告代言等责任

直播购物提升了消费者的购物体验感。但同时，部分

消费者遭遇买到假冒伪劣商品、售后服务难保障的情况。由于卖家与平台之间、直播平台与电商交易平台之间的关系复杂，消费者的知情权、公平交易权和合理维权诉求大打折扣。

中消协去年开展的直播电商购物消费者调查显示，近四成消费者认为主播就是经营者，还有超过三成消费者并不清楚主播是何种角色。

办法征求意见稿第十七条明确提出，“互联网直播内容构成商业广告的，相关直播间运营者、直播营销人员应当履行互联网广告经营者、广告发布者或者广告代言人的责任和义务。”

“网络主播作为一种新型的代言模式，已经被纳入监管范畴，在办法中有所体现。”资深互联网行业专家尹生建议，进一步明确、规范“带货主播”与广告代言人的关系，有效维护消费者权益。

校外培训广告制造焦虑：明确禁止网上发布！

“你来，我培养你的孩子；你不来，我培养你孩子的竞争对手。”一些校外培训机构不断用这样的广告制造焦虑，借此诱导家长买课。

事实上，我国广告法已对教育培训广告设立专门条款，对培训效果承诺、受益者形象推荐、暗示命题人员参与培训等方面作出禁止性规定。办法征求意见稿第十条进一步明确，“不得利用互联网发布面向中小学、幼儿园的校外培训广告”，以及发布不利于未成年人身心健康的网络游戏等广告。

中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端认为，相比于传统平面广告和电视广告，网络广告强调互动性、沉浸性，对受众观念、认知产生的影响更为深刻，因此要更警惕因商业驱动而造成的社会情绪负面影响。管理办法配合国家“双减”政策，明确提出规范教育培训广告，站位高、定位精准。

直播中发布药品、保健食品等广告：不允许！

“躺着就能瘦！”一些“带货主播”在直播中制造“容貌焦虑”“身材焦虑”，有的宣称产品有防疫功能、减脂效果等，有的还推销一些药品，夸大的宣传往往误导消费者。

办法征求意见稿第十七条明确提出：“不得利用互联网直播发布医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械或者保健食品广告。”

复旦大学中国研究院特聘副研究员刘典认为，明确将保健食品、医疗、药品、特殊医学用途配方食品和医疗器械等产品“踢出”允许直播带货的“白名单”，并且要求上述产品在发布非互联网直播渠道的广告时要进行严格的事前审查。

他建议，管理办法还应加强对“无医疗许可之名，却行医疗保健之实”产品的监管力度，进一步扫清借网络空间进行不法营销的“灰色地带”。

听信“达人分享”投诉无门：应显著标明“广告”

当前，一些短视频平台上的“达人分享”“专业测评”吸引了众多粉丝，有的主播通过亲身“试吃”“试用”进行点评推荐，有的主播在探店过程中顺带推销商品。不少消费者听信主播推荐购买产品或服务，但事后出现问题往往投诉无门。这些形式算不算广告？谁来监管？

办法征求意见稿第八条明确，“通过互联网媒介，以竞价排名、新闻报道、经验分享、消费测评等形式，或者附加购物链接的其他形式推销商品、服务的，应当显著标明‘广告’。”

世辉律师事务所合伙人王新锐认为，这一条款针对性非常强，也是对广告法第十四条的细化，即广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告，不得使消费者产生误解。办法征求意见稿对比较典型的“看起来不是广告，但其实就是广告”情形进行明确界定，对于减少消费者误解、遏制无良商家非法牟利将起到积极作用。

（新华网）

驾驶证电子化等4项公安交管便利措施全面推广



按照公安部统一部署，12月10日，驾驶证电子化、二手车异地交易登记、“交管12123”APP核发货车电子通行码、交通事故证据材料网上查阅4项“我为群众办实事”公安交管便利措施全国全面推广应用。

驾驶证电子化全面推行，已有6300多万名群众享

受在线“亮证”服务。在已有220个城市推广应用的基础上，12月10日起全国全面推行驾驶证电子化。目前各地公安交管部门已通过全国统一的“交管12123”APP为6300多万名群众核发电子驾驶证。12月10日当天，为390多万名群众核发电子驾驶证。电子驾驶证在全国范围内有效，为驾驶人以及相关行业和管理部门提供“亮证”“亮码”服务。驾驶证电子化成为法定证件智能化、数据融合实战化、服务管理便捷化的成功实践，进一步满足群众信息化时代“掌上办事”新需求，确保了公安电子证照权威性、公信力，办理交管业务、接受执法检查时出示使用，提升了证件使用便捷度，提升了交管部门执法服务效能。同时，电子驾驶证在客货运输、汽车租赁、保险购置等领域广泛应用，更加便利群众办事和驾车出行，更好服务优化营商环境。

二手车交易登记“跨省通办”全面推行，100多万名车主免于两地往返。在已有218个城市实行二手车异地交

易登记的基础上，12月10日起，公安部会同商务部、国家税务总局在全国全面推行二手车异地交易登记，已有100多万名车主享受改革实惠便利。对异地交易二手车的，实现由转出地、转入地“两地跑”变为转入地“一地办”，车辆档案由“两地往返转”变为“网上实时转”，进一步减材料、减环节，避免了车主跨省跨市来回跑路、费时费力费钱，更好促进二手车流通，助力形成国内大循环发展格局。

网上核发货车电子通行码全面推行，解决6万多名货车驾驶人通行“急难愁盼”问题。在已覆盖天津等245个城市基础上，在全国全面推行“交管12123”APP网上核发货车通行码，目前已核发6万多个货车通行码。货车驾驶人可直接网上申领、网上出示电子通行码，有效解决货车进城难、办证难等问题，进一步赋能货运行业，助力现代流通体系建设，推进经济社会高质量发展。目前，53个地市、226个县对全城24小时禁止货车通行政策进行了调整，全部取消了24小时货车全城禁行规定，有效缓解

了货车进城难问题。

交通事故证据材料网上查阅全面推行，在线提供2万次查阅服务。在北京、天津、河北、江苏等14个省份推行交通事故证据材料网上查阅基础上，在全国全面推广应用，目前已提供2万次查阅服务。交通事故当事人可以通过互联网交通安全综合服务管理平台、“交管12123”APP查阅、复制交通事故现场图、勘查笔录、鉴定意见等证据材料，实现“现场查阅”延伸到“网上查阅”，为当事人提供更多查询渠道和便利，更好保障当事人知情权，促进事故处理公开公正，进一步推进交管政务信息公开。

为确保4项改革措施全国全面推广顺利启动，公安部交管局专门下发通知，制定工作方案，组织升级系统，开展业务培训，确保改革取得实实在在效果。各地公安交管部门高度重视，全力以赴抓部署、抓落实，细化方案、明确任务、倒排工期、积极协调，保证了各项改革措施稳妥有序、落地落实。（公安部）

《北京市平台经济领域反垄断合规指引》 （2021年版）正式发布

2021年12月7日，由北京市市场监管发展研究中心和中国政法大学竞争法研究中心组成课题组研究制定的《北京市平台经济领域反垄断合规指引》（2021年版）正式对外发布。

本《指引》以《反垄断法》为依据，根据国家市场监督管理总局制定的部门规章，结合国务院反垄断委员会《关于平台经济领域的反垄断指南》和实践经验，按照《反垄断法》对垄断行为的分类，阐述了垄断行为的构成要件和垄断行为的认定思路，引导企业建立和加强反垄断合规管理制度，自觉规范经营行为，防范反垄断法律风险，保障企业持续健康有序发展。

详细指导，强化合规意识。《指引》结合互联网业态特点，就反垄断法规制的涉嫌垄断行为的基本内容、行为表现和风险提示进行了说明，并列明相应案例，指导平台企业进行反垄断合规管理。

以案释法，提高识别能力。《指引》共列举12个案

例和8个示例，真实案例来源我国及欧盟、美国反垄断执法机构公开的处罚案件，其中我国案例8个，美国及欧盟案例4个，真实案例为避免误解，不指出经营者名称。编写了8个模拟示例，针对平台经济领域经营者具有违法可能性的行为采取模拟示例的形式，经营者根据示例行为描述，检视自身行为合规，提高垄断风险识别能力。

回应热点，准确研判风险。针对平台经济领域竞争行为的特点和趋势，正面回应了“二选一”、“大数据杀熟”等互联网领域的业态和竞争行为，对存在潜在排除、限制竞争的纵向非价格垄断协议进行了剖析，旨在提高经营者垄断风险防范意识。

预警提示，增强底线意识。《指引》结合平台企业特点，归纳平台经营者垄断行为的表现形式，分析反垄断执法考量的因素，对经营者做出15处风险预警提示，培养反垄断合规和风险预警意识。

在内容方面，《指引》在《反垄断法》框架基础

上，由合规建设、合规重点、行政性限制竞争行为、配合调查、法律责任及相关法律规定组成。

为确保《指引》内容的准确性和代表性，课题组经认真研究、实地调研，借鉴欧美反垄断指南的经验与模式，结合我国国情和平台经济发展水平，创新性地采用非

法条形式并引入场景案例。同时，召开三次反垄断领域专家、律师参加的研讨会，广泛征求并充分吸纳了各方意见建议，确保《指引》能够凝聚共识、发挥实效。

（北京市市场监管局）

新能源汽车保险专属条款 电池、自燃等纳入保障范围

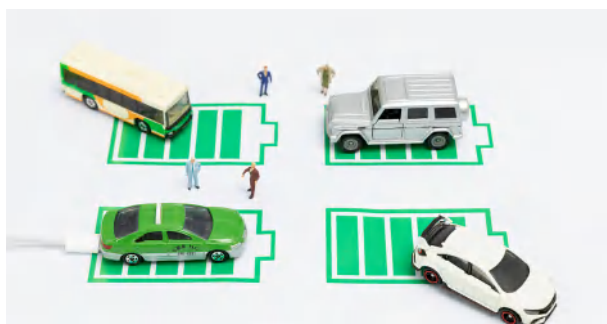
据中国保险行业协会消息，为充分发挥保险保障功能，服务国家“碳达峰、碳中和”战略目标，支持国家新能源汽车产业发展，在中国银保监会的指导下，中国保险行业协会开发完成行业《新能源汽车商业保险专属条款（试行）》（以下简称《条款》）。

中国保险行业协会表示，近年来，我国汽车产业技术进步日新月异，新能源汽车产业突飞猛进。新技术带来新挑战，新能源汽车以动力电池作为储能装置，车辆辅助设备延伸至充电设施，在车辆使用过程中，除了传统的交通意外风险，动力电池起火、爆燃引发的重大事故构成新的风险因素，对于这些风险，需要进行产品创新，在保险保障和保险服务上实现升级换代。因此，如何在技术不断迭代更新、投保经验数据累积较少的情况下科学设计保险产品，成为新能源汽车产品开发过程中必须解决的课题。

《条款》明确提出，新能源汽车是指采用新型动力系统，完全或者主要依靠新型能源驱动的汽车，包括插电式混合动力（含增程式）汽车、纯电动汽车和燃料电池汽车等。

同时，《条款》明确了新能源汽车损失保险保险责任。其中，第六条指出，保险期间内，被保险人或被保险新能源汽车驾驶人（以下简称“驾驶人”）在使用被保险新能源汽车过程中，因自然灾害、意外事故（含起火燃烧）造成被保险新能源汽车下列设备的直接损失，且不属于免除保险人责任的范围，保险人依照本保险合同的约定负责赔偿。一是车身；二是电池及储能系统、电机及驱动系统、其他控制系统；三是其他所有出厂时的设备。使用包括行驶、停放、充电及作业。

第七条指出，保险期间内，被保险新能源汽车被盜



窃、抢劫、抢夺，经出险地县级以上公安刑侦部门立案证明，满60天未查明下落的全车损失，以及因被盗窃、抢劫、抢夺受到损坏造成的直接损失，且不属于免除保险人责任的范围，保险人依照本保险合同的约定负责赔偿。

第八条指出，发生保险事故时，被保险人或驾驶人为防止或者减少被保险新能源汽车的损失所支付的必要的、合理的施救费用，由保险人承担；施救费用数额在被保险新能源汽车损失赔偿金额以外另行计算，最高不超过保险金额。

中国保险行业协会表示，此次《条款》在广泛调研、反复论证的基础上，起草完成。在保险责任上，既为“三电”系统提供保障，又全面涵盖新能源汽车行驶、停放、充电及作业的使用场景。在条款开发上，既考虑当前的主流技术路线，又对新能源汽车产业的新业态留有创新空间。

一是多元化的保险场景。《条款》结合新能源汽车充电使用的特点，开发《自用充电桩损失保险》《自用充电桩责任保险》，既涵盖本车损失，又包含充电桩等辅助设备自身损失以及设备本身可能引起的财产损失及人身伤害；集中解决新技术应用中，辅助设施产生的风险。这是

车险首次承保车外固定辅助设备，是车险领域内的一次创新和探索。

二是定制化的保险责任。《条款》以列明式的表述，突出新能源汽车“三电”系统的构造特征。如电池及储能系统、电机及驱动系统等，文字内容一目了然，方便消费者阅读理解。同时，将保障范围扩大至车辆特定的使用场景，如自助充电、专用车辆工程作业等，升级优化传统车险的内涵与外延，增强了条款的适用性、针对性。

三是人性化的保险保障。结合新能源汽车充电过程中的风险，设计《附加外部电网故障损失险》，承保由于外

部电网输变电故障、电流电压异常等导致的车辆损失，通过保险机制，分散风险。

中国保险行业协会称，下一步将在中国银保监会的指导下，积极组织行业主体，坚持以满足群众需要为出发点，持续加强源头创新和协同创新力度，以科技赋能为途径，不断加速与新能源汽车产业链、价值链的技术和数据融合，不断创新优化产品服务，积极履行社会责任，践行保险行业担当，充分发挥保险辅助社会治理、服务经济社会功能作用，不断满足人民群众日益增长的保险保障需求。（央广网）

北京交管部门推出机动车“出厂即查验”新举措

近日，市交管局试点推出国产小型客车“出厂即查验”的便民服务新举措，减少了车辆注册登记环节，方便市民群众办理新车上牌手续。

近年来，市公安交管部门认真落实公安部交管局“放管服”改革部署要求，先后推出41项“自助办”、“网上办”、“就近办”便民服务措施，方便市民群众办理各类车务手续。针对办理车辆注册登记流程环节多、手续复杂的实际情况，从2019年起，市公安交管部门已在全市49家4S店建立机动车登记服务站，实现购买车辆、购置保险、自助缴税、登记上牌等全流程“一站式”服务，为购车人办理新车上牌手续提供了方便。

按照《机动车登记规定》（公安部124号令）和《道路交通安全法实施条例》相关规定，新车在办理注册登记时，需对机动车进行查验，以确认车辆唯一性、复核相关技术参数。而“车辆查验”环节只能在有资质的机动车检测场或4S店进行，购车人需往返机动车检测场及4S店，办理“车辆查验”后方可申领新车号牌。为进一步方便群众办理新车注册登记手续，在公安部交管局指导下，市公安交管局试点推出了国产小型客车“出厂即查验”新举措，将车辆查验前置到车辆生产环节，实现车辆在生产线上完成查验。购车人可免办“查验车辆”手续，直接在机动车登记服务站现场通过“交管12123APP”选取号牌号码后，办理登记上牌，进一步减少新车登记上牌的流程环节，为购车人节省了时间。



据市交管局车辆管理所负责同志介绍：为落实车辆查验监管责任，交管部门将机动车查验监管系统与汽车生产厂商的生产线系统对接并加装监控设备，在汽车生产线上采集车辆外观、车辆识别代号、轮胎、标牌照照片，完成查验数据采集核验，建立新车预查验监督制度，通过现场检查、视频巡检、数据分析、抽查复核以及嫌疑情形核查等措施，加强对各查验环节“事中、事后”监管力度，确保预查验工作顺利、高效、规范开展，落实安全监管责任。

“出厂即查验”车辆注册登记新模式的实施，不仅方便群众办理新车上牌手续，而且优化了汽车生产厂家的营商环境。目前，先期在北京现代汽车有限公司杨镇工厂试点，并将逐步扩大试点范围。未来，群众购买车辆“足不出户、选车上牌”将成为可能。（北京市交管局）

北京将建全民健身示范街道 要求六成以上居民每周一次体育锻炼

近日,《全民健身示范街道建设规范》在北京市市场监管局网站上公开征求意见,本市将建“全民健身示范街道”,要求6成以上居民每周能参加一次体育锻炼,经常参加体育锻炼人数比例超过半数。

按照征求意见稿要求,社区健身将有专人指导。街道所辖社区应引导、支持、鼓励居民成立全民健身团队,每个社区不少于3支,至少有1名社会体育指导员。街道所辖社区应每千人配备社会体育指导员3至4名,开展全民健身指导服务。

在健身场所保障方面,街道应建有至少一处符合要



求的文体中心或街道全民健身中心,并拥有任意3项基本配置。记者注意到,可供街道选择的基本配置包括:拥有两片标准场地的室内乒乓球室,面积不少于150平方米的健身操房,拥有跑步机、健身车、哑铃、杠铃等力量练习器的器械健身房,拥有4片标准羽毛球场地的室内羽毛球馆以及符合标准的小型游泳场地。不符合要求的街道,应保证15分钟健身圈,利用辖区内场地设施资源,向专业、合法的体育健身场所、学校、机关、企事业单位,采取购买、共享、租赁的方法,弥补室外全民健身场地设施的不足。

除了专人指导和场地,全民健身示范街道还应定期组织开展系列全民健身活动。例如,街道应每年至少组织1次体质促进项目活动。街道辖区居民每周一次参加体育锻炼人数比例应达到60%以上,经常参加体育锻炼人数比例应达50%以上。全民健身示范街道每年应组织至少200人参加体质测试,并为参加体质测试的居民建立测试档案。(北京晚报)

北京营商改革5.0版推299项任务

申报执照、刻制公章、领用发票都在网上“一次填报”,涉税信息与其他事项“一表申请”,房建、市政、交通等全部领域招投标“一网通办”……政务服务越来越多的“一”,让企业和百姓办事越来越方便。

近日,北京被国务院列为营商环境创新试点,又将有一批新招、实招陆续落地。据市发改委介绍,市政府已经印发《培育和激发市场主体活力持续优化营商环境实施方案》,这是本市第5次集中出台营商环境改革举措,方案包括12个方面299项任务,改革领域、范围、力度都超过前4版。

营商之变 本市设置的办事证明全部取消

“贴心!暖心!”这是北京联飞翔科技股份有限公司负责人对北京“多税合一”申报改革的评价。

改革前,他需要分别提交11个税种的相关申报材料,改革后从一个入口登录仅需一次申报就可以完成,“多个税种同时申报的便利是每个企业每次报税都能享受到的。”他说。

能不能办事更方便,让企业有更多时间潜心研发生产?这是北京营商改革的初衷。自2017年以来,与企业

相关的工商、税务、社保、监管等众多领域一一破题改革，办事效率的提升一目了然：审批事项精简51%，申请材料压减74%，办理时限压减71%，本市设置的办事证明全部取消，清理规范中介服务事项300项，市级行政许可事项平均跑动次数从1.5次压减至0.1次以下，清理隐性壁垒200余项，率先将44项审批事项改为备查事项、345项审批事项改为告知承诺事项。

创新试点

10个领域探索“北京经验”

近日，北京等6个城市被国务院列为营商环境创新试点。试点不是为了“栽盆景”，而是要多育良种、移植全国，探索可复制可推广经验是这次创新试点工作的基本要求。

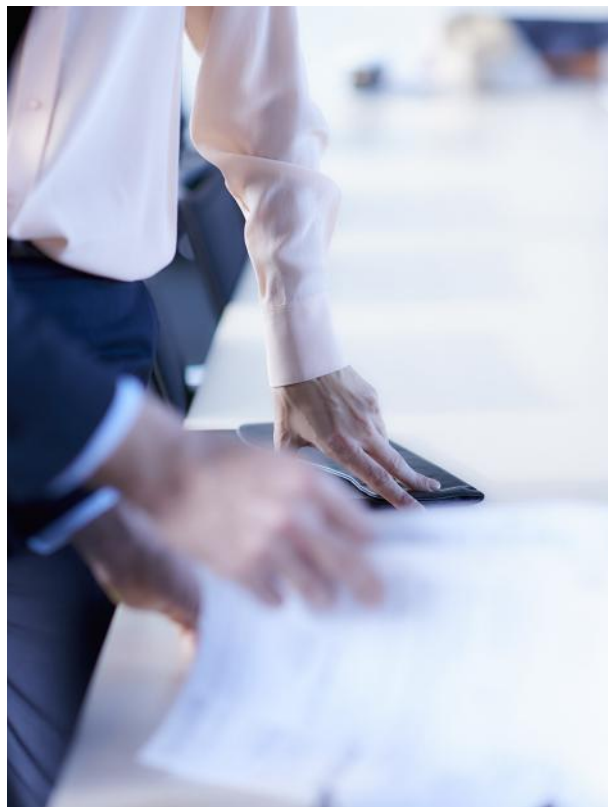
“目前本市已初步形成《关于开展北京市营商环境创新试点工作的实施方案》，并明确具体的改革任务清单。”市发改委相关负责人介绍，《实施方案》坚持首善标准，突出北京特色，将各项改革任务具体化、清单化。在推进国家任务落实的基础上，进一步深化改革，重点围绕商事制度改革、工程建设项目审批、招标投标、不动产登记、投资贸易、监管执法、市场主体退出、知识产权、数字经济、数字政务等十大领域创新突破，力争形成一批可复制可推广的北京经验。

记者获悉，本市将率先推进招投标全领域、全流程、全要素电子化改革，在房建、市政、交通、水务、园林等全部领域，实现投标、开标、评标、中标公示、合同签订、履约验收、资金支付等全流程“一网通办”，大幅提升市场开放度、透明度、便利度，为各类市场主体进入市场创造更加公平的机会；率先制定数据交易规则，积极与国际规则对接，形成系统完整的数据交易制度体系，先行推动金融、征信、医疗等高价值数据交易，开展数据跨境流动试点，为北京打造全球数字经济标杆城市提供有力支撑。

升级赋能

5.0版改革举措近期公布

过去三年多，北京已经连续推出优化营商环境1.0版、2.0版、3.0版、4.0版共672项营商改革措施。如今，新一版即将公布。



近期，北京市政府已经印发《培育和激发市场主体活力持续优化营商环境实施方案》，这是本市第5次集中出台营商环境改革举措，也可称为5.0版，近期将对外公布。

“方案包括12个方面299项任务，改革领域、范围、力度都超过前4版。”相关负责人说，新一轮改革的鲜明特点是继续以提升企业和人民群众获得感为目标，以深化“放管服”改革为总抓手，以数字化引领、协同化推进、场景化应用为突破，强化制度创新和技术赋能，大力推进优化营商环境迭代升级，再次充分体现了我市持续深化改革的决心和力度。

看得见的是数字，看不见的是改革思路的转变：从迎接考核到满足百姓需求，从倒逼改革到主动作为，北京全力打造国际一流营商环境，掀起了一场政务体系的“自我革命”，同时锤炼出一支由全市91个单位、16个区近500名工作人员组成的工作专班队伍，持续推动营商环境改革不断深入。在北京减量发展的背景下，营商优化有力支撑了经济社会持续平稳健康发展。

相关负责人说，北京将高质量完成试点改革任务，形成一批可复制可推广的制度创新成果，带动全国营商环境市场化、法治化、国际化水平不断提升。（北京日报）

北京市新版影院疫情防控指引发布

日前，市电影局制定、市疾控中心发布了新版《北京市电影放映场所疫情防控指引》，电影放映场所要加大排片时间间隔，延长场间休息时间，不同影厅错时排场，避免进出场发生观众聚集。

依据指引，影院要推广在线实名制购票及电子票，电影放映原则上每场上座率不得超过75%；进入影院必须全程科学佩戴口罩；影院应设立唯一出入口，在观众入场和离场时实行分流通管；加大排片时间间隔，延长场间休息时间，不同影厅错时排场，避免进出场发生观众聚集；每场放映结束后要对影厅进行充分清洁与消杀，公共区域每天不少于2次清洁消毒，3D眼镜等物品每场消毒一次。

影院应自主或联合物业服务单位设立隔离观察间，发现疑似或确诊病例，要立即启动应急预案；疫情期间，尽量减少举办非放映活动；中高风险地区的影院原则上一律暂停放映。

影院员工疫苗接种要做到应接尽接，因身体原因不能接种疫苗人员要及时调换岗位，不得从事频繁接触服务对象或相关物品的重点岗位工作；重点岗位工作人员每周至少进行一次核酸检测，其他人员原则上每两个月至少检测一次；建立工作人员健康监测制度，坚决杜绝工作人员带病上岗。（北京日报）

故宫等40余家单位向未成年人免费开放

本市检察机关在履行公益诉讼职责中发现，北京部分爱国主义教育基地未落实未成年人保护法的规定，存在向未成年人收费问题，损害众多未成年人合法权益。市检察院启动公益诉讼专项监督活动，督促、协同相关职能部门，推动故宫、八达岭长城、天坛、圆明园等40余家爱国主义教育基地先后向未成年人免费开放。

今年修订后的未成年人保护法中明确规定，爱国主义教育基地应当对未成年人免费开放。为助推各职能部门和相关单位依法履职尽责，把未成年人保护法落到实处，

市检察院在全市检察机关启动“检爱同行、共护未来”爱国主义教育基地违规收费公益诉讼专项监督活动。

活动中，检察机关对北京市80余家区级爱国主义教育基地、209家市级及以上爱国主义教育基地逐一排查，确定向未成年人收费的单位，与多家行政主管部门磋商协调，形成共识，共同推动爱国主义教育基地向未成年人免费开放，充分发挥爱国主义教育基地培养未成年人爱国主义精神、民族情怀方面的独特作用。

行政机关相关职能部门迅速行动，积极履行定价、监管职责，多家爱国主义教育基地积极配合，立行立改，完善票务服务管理体系。截至目前，故宫、八达岭长城、天坛、圆明园、陶然亭、北京宋庆龄故居、北京天文馆、龙潭公园、北京古观象台对未满18岁未成年人免费开放，八达岭长城景区扩大到对未满19周岁的中国公民免费参观；大、中、小学生20人以上参观颐和园、香山、植物园、玉渊潭、中山公园5家公园，集体预约可免门票。

专项监督活动开展以来，全市检察机关未成年人案件检察部门共办理公益诉讼案件17件，督促协同相关职能部门促进40余家爱国主义教育基地落实规定，案件办理成效显著，特别是故宫发布对未成年人试行免费开放的公告后，得到了未成年人及其家长、业内专家的一致好评。（北京日报）



2022年公园游览年票开始发售

12月15日起，2022年公园游览年票正式集中发售。在未来的一个月里，市民可前往市属11家公园及双秀公园共计24处年票发售点购买或充值。若错过集中发售期，也可在平日前往玉渊潭公园、景山公园、中山公园、陶然亭公园4处常年发售点购买。

与往年相同，2021年本市公园游览年票仍然分两类，一类是面值100元的公园游览年票，适用于10家售票的市属公园和双秀公园、国际雕塑园、大观园、地坛公园、月坛公园、水立方、北京世园公园；另一类是面值200元的联合年卡，除包含公园游览年票外，还有京津冀

名胜文化休闲旅游年卡，覆盖北京云佛山滑雪场、西山国家森林公园、云居寺、上方山国家森林公园等。

市民游客可登录北京市公园管理中心网站及畅游公园微博、微信公众号和11家市属公园新媒体了解相关办理事宜，也可在各公园门区观看发售通告，了解相关情况。年票发售时间将持续至2022年1月15日。年票发售期间节假日不休息，票源准备充足，并设玉渊潭公园、景山公园、中山公园、陶然亭公园4处常年发售处。

（北京日报）

明年起北京全市禁放烟花爆竹

近日，北京市烟花爆竹安全管理工作协调小组办公室召开2022年度北京市烟花爆竹安全管理工作新闻发布会。北京青年报记者昨日获悉，从2022年1月1日起，北京市全市实行禁放。

根据2017年12月1日北京市第十四届人民代表大会常务委员会第四十二次会议，第二次修正的《北京市烟花爆竹安全管理规定》，本市五环路以内（含五环路）区域为禁止燃放烟花爆竹的区域。五环路以外区域，由区人民政府根据维护公共安全和公共利益的需要，划定禁止或者限制燃放烟花爆竹的区域。近年来，五环外各区结合禁放控制工作实际，不断扩大禁放区域面积，2020年1月起大兴区实施全面禁放，2021年1月起石景山区和顺义区实施全面禁放，均取得良好成效。

今年4月份以来，北京市各区从维护城市安全、减少大气污染的大局出发，积极推动区域禁放工作，截至目前，五环外各区均已发布禁放烟花爆竹通告。除房山、门头沟将于2022年1月1日起实施全面禁放外，其他区均已实施全面禁放。从2022年1月1日起，北京市将实施全域禁放烟花爆竹（环球影城度假区内，经公安机关许可的焰火表演项目除外）。同时，北京市2022年春节期间，不设立烟花爆竹零售网点。

此外，根据《北京市烟花爆竹安全管理规定》，国

家、本市在庆典活动和其他节日期间，需要在禁放区域内燃放烟花爆竹的，由市人民政府决定并予以公告。

2021年10月27日，市公安局在全市范围内启动了打击查缴非法烟花爆竹专项行动，依托京津冀烟花爆竹安全管控工作机制，积极协调各部门、各单位密切配合，以“清查收缴、重点整治、卡口查控、破案打击”为重点，坚持贯彻“查点上私售、查面上私存、查道路私运、查个人私买”的“四查”措施落实。专项行动以来，共查案件39起，收缴非法烟花爆竹4392箱，刑事或行政处罚42人（其中，刑事拘留6人、行政拘留29人、行政罚款3人、批评教育4人）。

下一步，北京市烟花办将积极协调会同各部门、各区政府，采取“周密组织部署、强化宣传发动、严厉打击非法、全面排查隐患、严格禁放看护”等工作措施，全力推进全市烟花爆竹禁放管控工作。在此，提示广大市民朋友，积极支持北京市烟花爆竹安全管理工作，从自身做起，遵守禁放规定，自觉抵制非法烟花爆竹，积极举报非法储存、运输和销售烟花爆竹行为，消除身边的安全隐患。对于举报有功人员，公安机关将按照“每箱20元，最高2万元”的标准予以奖励。举报电话：110、010-62074289。（北京青年报）



何 勇

再大的“鹅”也不能飞出法律之网

12月1日，“加拿大鹅”就中国大陆地区退换货政策发布声明，称在符合相关法律法规规定的情况下，所有中国大陆地区专门店售卖的产品可以退货退款。

今年10月27日，上海的贾女士在国金中心商场“加拿大鹅”专门店，购买了一件型号为9512M的羽绒服，价格为11400元。贾女士称回家后发现衣服的商标绣错了，中心太阳处多绣了一根弧线。贾女士表示购衣时曾被店员要求签署“更换条款”，条款中显示除非相关法律另有规定，所有中国大陆地区专门店售卖的货品均不得退货。随后，“加拿大鹅”方面表示，所有中国大陆地区专门店售卖的货品均不得退货是中国区通用的条款。

“加拿大鹅”的傲慢无礼态度，激怒了全国消费者，掀起了舆论声讨浪潮。在相关部门介入后，“加拿大鹅”才改变了态度，承认中国大陆适用7天无理由退货条款，并发布公告，对中国大陆地区专门店“更换条款”中第一条的含义作出新解释，确认在符合相关法律法规规定的情况下，所有中国大陆地区专门店售卖的产品可以退货退款。

众所周知，产品质量有问题，消费者要求更换或退货退款，是基本的商业逻辑，也是再正常不过的合理要求，属于消费者的基本权利。《消费者权益保护法》第二十四条规定：“经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货；七日后符合法定解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合法定解除合同条件的，可以要求经营者履行更换、修理等义务。”“加拿大鹅”不允许消费者对质量有问题的商品进行退货退款，显然直接侵犯了消费者合法权益。

“加拿大鹅”要求消费者签署的“更换条款”中，单方面规定售卖的商品不能退货退款，这种格式条款免除了经营者的责任，实质上是一种霸王条款，属于无效条款。《消费者权益保护法》第二十六条规定，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，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。

在市场经济环境下，商家与消费者是互惠互利、相互依存的关系。商家为消费者提供产品、服务，创造社会价值，消费者在享受便利的同时回馈商家，让其获得商业利润从而生存发展。商家需要凭借产品质量和品牌优势，获得消费者的认可与支持，在激烈的市场竞争中赢得一席之地，如果玩弄“店大欺客”的把戏，利用“霸王条款”侵犯消费者权益，就会被消费者用脚投票，最终将落得个出局的结果。

事实上，不论是中国本土企业，还是跨国企业，只要在中国经营，就必须遵守中国的法律法规，这是一条不可逾越的基本底线，也是企业做大做强的前提。跨国企业既然看重庞大的中国市场，就得守中国规矩，容不得玩双标，歧视中国消费者。对企图飞出法律之网的企业，除了舆论批判外，更重要的是要亮出法律之剑，依法惩罚。

（中国消费者报）

互联网广告别做“强扭的瓜”



若 瑜

新起草的《互联网广告管理办法》，要通过法规对处于强势或可能越界使用的技术手段加以规范，把更多的主动选择权交还给消费者。31条新规发布，预示着互联网广告或将迎来重大变化，有关企业的商业模式可能需要随之调整。

如果视频网站播放长达90秒的倒计时广告，不是会员也可以一键关闭，你还会购买会员吗？如果生活平台上的“达人分享”、免费的“专业测评”，被打上了“广告”字样，你会怎样想？如果明确告诉你，直播间里一直喊你“家人”的主播是在做广告，你还会毫不犹豫地下单吗？

近日，市场监管总局就新起草的《互联网广告管理办法》公开征求意见，其中拟规定，互联网广告需确保一键关闭，禁止需要倒计时结束才能关闭；以竞价排名、经验分享、消费测评等形式推销商品、服务的，应当显著标明“广告”；内容构成商业广告的，相关直播间运营者、直播营销人员应当履行互联网广告经营者、广告发布者或者广告代言人的责任和义务。31条新规发布，预示着互联网广告或将迎来重大变化，有关企业的商业模式可能需要随之调整。

许多时候，互联网广告就像“强扭的瓜”。前段时间有个特别火的小品《互联网体检》，将无孔不入的互联网广告编成段子，什么超长倒计时广告、重复十几遍的洗脑广告、关也关不掉的恶意弹窗广告、诱导购买会员广告、“演戏式”直播带货广告……频频让观众会心大笑，背后却有深深的无奈。

平台凭借技术优势，设置种种对自己有利的条款，而消费者被迫处于相对劣势，自主选择权渐渐被无形压缩。新起草的《互联网广告管理办法》，要通过法规对处于强势或可能越界使用的技术手段加以规范，把更多的主动选择权交还给消费者，值得期待。

互联网广告是合理的存在。毕竟网站购买版权、自制节目、日常运营投入巨大，如果没有与之匹配的广告收入，其商业模式将难以为继，这本无可厚非。但现实中不可否认的是，部分企业在广告形式翻新上花的心思多，在提升会员服务质量上下的功夫少。某些音视频网站的会员福利已经简化为“少看广告”和“VIP观影特权”；某些以竞价排名、达人分享、专业测评为主要商业模式的网站，沉湎于流量变现的“钱景”之中，引发不少用户吐槽，伤害自身社区氛围。

近几年，有的广告主瞅准消费者上网绕不开互联网广告的现实，要么生硬推介，要么强行植入，一些缺少创意和打磨的广告令人生烦。按理说，广告主与消费者本应是供给与需求“双向奔赴”、相向而行，如果搞成强按牛头硬喝水，你情我不愿，不仅浪费广告费，还与初衷相背离，实在得不偿失。广告主亦需优化内容创意、提升传播品质。

此时推出相应新规，或许会成为促使相关平台、企业运营从粗放转向集约的一种外力和契机。要激励更多平台、企业把更多精力放在产品创新、优化会员运营和增强会员黏性上，互联网广告也可以变得更亲民、更可爱，实现双赢。（经济日报）



然 玉

星巴克的“金标准”岂能徒有其表

近日，有媒体记者在江苏省无锡市两家星巴克门店卧底调查发现，一些门店频繁触碰食品安全的红线：食材过期后仍继续用，做成多款畅销饮品售出；主管、店员“言传身教”篡改保质期，有的食材被人为“延保”一周；承诺“开封后不过夜”的糕点，第二天偷偷上架。此外，还有用擦垃圾桶抹布擦咖啡机、吧台等物品的情况。对此，星巴克发文表示，“高度关注，已于第一时间关闭了这两家门店，并立刻启动深入调查。”

在时下的都市生活中，星巴克的卓然地位不言而喻。在一些都市白领心目中，星巴克所提供的，不只是饮料、空间，更是某种身份标签和审美趣味。只是让人意想不到的，号称践行“金标准”的星巴克，居然徒有其表。记者一番暗访，就将其存在的诸多食品安全隐患显现出来，一些食卫领域司空见惯的劣行，如今同样在星巴克上演。

连锁餐饮企业的品控，一直是“世界难题”。其之所以复杂的主要原因来自两方面：其一是股权结构的多元化所带来的品牌方与运营方的拉锯，这在加盟店、合营店等模式中表现得尤为充分；其二是单店内部标准化管理和绩效考核激励的矛盾，既要保障食品安全，给用户良好的消费体验，又要考虑单店的营业额和利润率，在二者很难兼顾时，员工便通过“潜规则”剑走偏锋以求“两全”。而值得注意的是，星巴克基本都是直营模式，因此两家门店被曝光存在问题，更多还是基于后一种原因。

众所周知，大牌连锁餐饮企业内部都有一套完善的品控流程，员工要学习的操作手册都是厚厚一叠。在操作手册中，关于分区、分类、分人，量化、定时化等都有着非常明确的要求，这些标准化、流程化的操作规则，可以有效降低个体员工因为惰性和随意性而犯错的可能性。而这只是硬币的一面，硬币的另一面则是，公司要考核门店的营业额和利润率。于是，在不断的实践试探中，基层员工通过评估风险与收益，自然会选择对自己有利的操作方式。

总的来说，出现这样的问题其根源就在于，门店员工对于“收入最大化”有着共同的诉求，但对“维护食品卫生与安全”缺乏坚定的共识。这导致的一个直接后果就是店员很容易合谋来走“歪门邪道”控成本、保收入，而不会形成有效的内部监督来落实标准化管理要求，来强化品控。比如在无锡的这两家星巴克门店，主管、店员甚至会“言传身教”分享许多“潜规则”，可谓是集体下水。

从奈雪的茶、麦当劳到星巴克，一连串大牌连锁餐饮企业失守，说到底还是相关企业在食品安全方面诚意不足、决心不够、投入不多。绝大多数门店都没有“利益超脱”的负责监督食卫食安的专员，加之总店的飞行检查和日常抽查又流于形式，这必然导致单店内部抱团形成“暗箱”。症结显而易见，对策也就不言自明。对症下药，不该是一件难事。（法治日报）

“红娘”造假，怎能牵出好姻缘



辛音

日前，记者卧底婚恋网站采访，揭开的种种乱象令人吃惊。本该成人之美，竟然给客户挖坑；本该是月老牵红线，竟然越过规则的红线。婚恋服务中介平台积弊甚多，到了非整治不可的地步了。

据澎湃新闻报道，记者在世纪佳缘网一家线下门店发现，该行业销售岗流动性大，像“资深红娘”头衔和学历资历等身份，多为“包装”而成。比如，刚入职两个月的新手红娘居然自称“婚姻家庭咨询师、国家二级心理咨询师”；为促成买单，销售经理向客户吹嘘他是上级领导，并称其“10年工作经验，成功率88%以上，国外心理、情感深造背景”等。记者暗访多家婚恋平台线下门店时发现，销售红娘采用的“人设”话术基本类似。

红娘身份背景造假，各种贴金，无非是想让客户无形中对红娘的判断产生信任感、对美好的姻缘抱有期待感，从而加快刷卡支付的速度。然而，任何生意，都不能脱离诚信经营的准绳；给姻缘牵线的行业，提供的是给人带去幸福的服务，尤其不该“失真”。红娘谎话连篇，到底是真心撮合客户，还是借婚姻的幌子营销？

近年来，婚恋公司频频陷入“造假”风波。随着生活节奏的加快，依托互联网便利搭建起来的各类高效相亲平台，在不断做大的同时，问题更为突出。之前用户对此行业的吐槽，多集中在被介绍的恋爱对象身份信息不实，甚至出现欺骗感情、诈骗钱财的事件。此番曝光的会员隐私在后台“裸奔”，当“托”捞客、见人报价，红娘身份造假等等，全部指向婚恋网站信息虚假及客户基本权益受到侵害的问题。受利益驱动设下的重重套路，既是给客户挖的坑，也是给企业自身埋的雷。若任凭“红娘”假造成风、任凭客户权益屡遭侵犯，价格不菲的婚恋服务还有什么存在的价值？伤及的恐是企业自身，甚至是全行业的根基。

政策层面，对婚恋平台早有约束。2017年，民政部等三部门印发《关于进一步做好青年婚恋工作的指导意见》，要求推动实名认证和实名注册在婚恋交友平台的严格执行，加强对个人用户信息保护的监督执法，严厉打击婚托、诈骗等违法婚介行为；《网络安全法》、《互联网信息服务管理办法》等，也明确了婚恋交友网站作为网络服务提供者应尽的义务，包括实名审核、信息传播监管等。频繁的监管之下，身份造假和隐私窥探屡禁不止，说明还需采用更高级别的身份认证体系，形成更有效的监管协同机制，加大对违规违法行为的打击惩治力度。

客户到婚恋公司寻求服务，寻的是真爱，不是套路；红娘给陌生男女双方牵线，牵的是成人之美，不是虚假的“成交业绩”。依法整顿婚介服务市场，既是给鱼龙混杂的行业除去杂草，也是支持有需求的客户获得幸福。

（北京晚报）

取暖方法千万条，安全使用第一条

天气变冷，电暖器、电热毯、电暖宝等加热器成为不少消费者的热门选择。这些取暖器产品在给消费者带来温暖的同时，也暗藏着不少安全隐患。取暖方法千万条，安全使用第一条，南宁市市场监督管理局12315中心提醒广大消费者，在选购和使用取暖器产品时要特别注意安全使用，添“暖”不添“堵”。

一、擦亮眼睛，谨慎消费。消费者在购买取暖器产品时，应选择具有合法经营资格的企业或品牌。由于电取暖器技术门槛低，市面上各类取暖器品质良莠不齐。在夜市、地摊等场所购买，有可能会购入劣质电取暖器产品，对消费者造成伤害，容易引发烫伤、触电甚至火灾等意外。建议消费者选择正规家电卖场或品牌旗舰店，以防买到假冒伪劣产品。此类商家进货渠道正规，商品的质量、性能都有保障，一旦发生消费纠纷，也能有良好的售后服务。

二、注重品质，查验标志。消费者在选购电取暖器时，要综合考虑电取暖器的质量、性能、使用寿命以及售后服务等因素。选购取暖器产品时注意铭牌上的产品标识、规格、型号应与产品说明书一致；查

验产品上是否有标注国家强制性CCC认证标志、产品合格证、执行标准代号、厂名、厂址等信息。避免因贪图低价，购买到“三无”产品。

三、科学使用，注意安全。使用电暖器前应仔细阅读产品使用说明书，了解注意事项，严格按照产品说明书使用标准来使用。除了用来取暖，不少消费者还习惯用电暖器来烘烤衣服，这样容易使电取暖器因不能及时散热造成短路，严重的可能导致火灾。取暖器应远离可燃物，不得在取暖器表面覆盖任何物品；充电式取暖器在充电时注意不要弯曲电线；电热水袋长期使用，应及时清理和检查，防止杂物堵塞、材质老化；不用或外出时切记要拔出插头。

四、保存票据，及时维权。购物凭证是消费者投诉、维权的重要依据，消费者在购买电取暖器时应索要并保存好购物凭证，网购要留存产品信息、交易记录等截图。一旦发生消费纠纷，及时向有关部门投诉，如拨打12315热线或12345热线、登录“全国12315平台”投诉，以维护自身的合法权益。
(南宁市市场监管局)

食品安全第一位 火锅用餐需理性

气温骤降，火锅又成为了市民餐桌上的宠儿。无论是在家用餐，还是餐馆就餐，吃一顿火锅往往是最能驱赶严寒的方式之一。亲朋好友围坐在热气腾腾的火锅旁，吃着火锅聊着天，好是惬意。但美味的火锅也藏着陷阱，稍不留神就会埋下健康隐患，严重时甚至引发食物中毒，直接危害身体健康。为确保广大消费者饮食安全，滁州市市场监管局、滁州市消保委发布冬季火锅消费提示：食品安全第一位，火锅用餐需理性。

一、外出就餐，看仔细

外出吃火锅时，应查看餐厅是否有合格的经营许可证，尽量选择门口有笑脸标识、动态等级为优秀的餐馆就餐。

二、居家烹调，要留意

要从信誉度高、口碑好的商家购买食材，留意食品原料的品质，“一看二闻三手感”，保证食材的新鲜。一些不法商贩为了掩盖食品本身的腐败变质，使

用化学物质提升卖相。特别是选购毛肚、牛百叶、黄喉等水发产品时，警惕通过双氧水、甲醛等化学物质处理后的有毒食材。

三、美味菜肴，要煮透

很多人可能只是把食材放在锅底中烫一下，随后捞出来，外面看确实熟了，不能片面追求味道的鲜嫩，如毛肚、鹅肠、腰片等动物性食材涮锅时“七上八下”、“9秒”等等可能暗藏安全隐患。有科学实验提示，牛蛙、泥鳅等体内的寄生虫需要在100℃下加热10分钟方可杀死。1.8mm厚的肉片在沸水中加热15秒，其中心温度可接近100℃；寄生在牛羊猪肉的裂头蚴在沸水下，煮2分钟方可被杀死。切勿贪鲜而食用未煮熟煮透食物，因其可能含有致病微生物或寄生虫未经高温充分杀灭，可能会导致感染性疾病。

四、火锅汤底，不要喝

大家需要注意的是火锅无论什么时候，也不要喝里面的汤，觉得比较鲜美，其实火锅汤由于涮的时间比较长，本身不适合饮用，建议大家一定要注意。肉类、鱼虾类等食材在烧煮过程会释出大量嘌呤类物质，对于痛风患者，会加重病情。火锅在久煮情况下，汤内有一定量的亚硝酸盐（致癌物的“后备军”）。

五、饮食搭配，要合理

对于很多无辣不欢的人来说，吃火锅时，越是辛辣的火锅往往吃的越多，这样的辣椒一旦被你吃进肚子里，很容易刺激你的肠胃，再加上你本身如果肠胃就不舒服，很容易导致肠胃虚弱，随即会导致腹泻的出现。为此，即使你喜欢吃辣椒，最好也不要吃太辣的锅底，而对于本身不能吃辣的人来说，最好吃鸳鸯锅。此外，一定要搭配一些清淡的食材进行食用，以免辣椒刺激你的肠胃，导致肠胃不适、引起拉肚子。太强烈的辛辣物质会刺激胃的膨胀，造成消化道过度充血，损伤胃肠道粘膜，特别是胃炎和胃溃疡患者可能会因此而加重病情。

六、低盐少酱，好健康

吃火锅的时候要尽量低盐，很多人吃火锅的时候



喜欢用酱料，而且是那种越有味道的越好，其实这样的饮食习惯会严重的影响你的健康，建议大家可以用蒜末、葱、香菜、辣椒等香料增加风味，代替酱料。

七、多吃蔬果，身体棒

我们吃火锅的时候要多吃一些蔬菜和菌类，这样吃火锅对你的身体有很大的促进作用，大家需要多选择不同样的蔬菜，比如生菜、西芹、白菜、金针菇以及香菇等，营养十分丰富。多吃一些蔬菜、水果、粗粮，补充膳食纤维和维生素C。蔬菜烧煮的时间不宜过长，避免维生素流失。

八、避免冷饮，少刺激

避免喝冰啤酒、冷饮、冰镇饮料、白酒等，减少对肠胃的刺激，特别是享用辣味火锅时。吃火锅的时候，往往会搭配一些冰镇饮料、冰镇啤酒，确实，这样的搭配，会让你吃起来更加的爽，但是，冰镇的啤酒，热辣的火锅，冰火两重天的快感下，容易引起肠胃不适，产生肠胃问题。随即，很容易导致肠胃处于收缩，伴随着肠胃不适、引起腹泻的发生。

九、保护食道，少烫坏

因为口腔、食道和胃黏膜通常只能耐受50℃-60℃的温度，太烫的食物会损伤黏膜，致使急性食道炎和急性胃炎。忌追求滚烫的刺激，避免对食道的损伤。适宜的进食温度在10至40℃左右，能耐受的最高温度在50~60℃左右，超过65℃便足以烫伤粘膜。世界卫生组织将高于65℃的热饮列为2A级致癌物（很

可能致癌），与疟疾、无机铅化合物同属一类，虽然对人致癌证据有限，但对试验动物致癌证据确凿。火锅汤高达120℃，建议从锅中取出滚烫的涮食时，从锅中取出滚烫的涮食时，最好先放在小碟中晾凉，待感觉温热后再食用。

十、保护肠胃，有一套

涮锅前，可先吃点土豆片、山药片等淀粉含量高的食物，有利于保护肠胃。吃完火锅后，可喝一些酸奶，调理肠胃。

谨防家电维修套路

随着家电行业快速发展和技术进步，家电产品智能化程度越来越高，深受消费者喜爱。家电行业在满足消费者多样化需求，提升消费便利度的同时，也暴露出一些消费风险。近日有消费者投诉反映，一些不法商家打着厂家“特约维修商”、“指定维修商”等冒牌“李鬼”旗号欺骗消费者、谋取私暴利。成都市消协、市家电维修行业协会提醒广大消费者维修家电时应注意以下相关事项。

不要轻信网络刊登的家电维修服务信息

近来随着互联网的高速发展，家电维修服务网络平台大量涌现，消费者在面对众多的家电维修服务商时选择困难。很多消费者通过网络查询的家电维修服务商信息往往是通过竞价排名的结果，消费者容易受到搜寻结果的误导，盲目选择维修服务商，这些不法维修商在维修服务过程中通过虚报价格、谎报服务范围及项目、小问题大维修、夸大故障问题、不提供正式发票和售后服务保障等手段侵害消费者的合法权益。在此，市消协、市家电维修行业协会提醒广大消



十一、光盘行动，不要忘

商家还推出了小份菜、半份菜，提供给不同需求的顾客，遇到吃不完的菜品可以主动打包带走，既能吃到丰富的菜品，又避免了过分浪费。

广大消费者在消费过程中一旦发现身体不适或有腹痛、腹泻、呕吐等明显的食物中毒症状，应及时到正规医院就诊。同时注意保留好消费凭证、剩余食品等相关证据，第一时间拨打12315热线与监管部门联系，以便维护合法权益。（滁州市市场监管局）

费者：一是购买家电后要尽量妥善保存三包凭证和厂商售后发票及信息卡等，便于售后服务使用。二是消费者选择维修家电维修服务时，要到所属家电品牌的官方网站上查找服务商信息，不要轻信商业网站刊登的家电维修信息。三是正规家电维修企业的服务人员上门时会出示工作牌，消费者可根据工作牌信息查询真伪。

谨防家电维修“无病维修、小病大修”等套路

一些不法商家上门检测时，对只需要清洗或者调试即可解决家电使用问题，往往夸大故障原因，告知消费者需更换零部件，收取消费者维修服务费。市消协、市家电维修行业协会提醒消费者：遇到使用较为频繁的家电（电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等）故障时，消费者可参考产品说明书，在安全的情况下自行调试，如仍无法解决再拨打家电企业的官方电话或登录官网预约维修服务。维修人员上门检测后，双方应对故障原因、是否更换零部件、维修服务价格等问题进行确认后再实施维修服务；对维修服务中途提出加价或增加维修项目的行为，消费者要收集好相关证据，可在所属家电品牌的官方网站进行反映，或向政府相关部门、消费者协会进行维权。消费者在家电维修服务过程中如遇有问题，可拨打成都市家电维修行业协会官方电话86696315咨询。（成都市消协）

注射医疗美容医疗器械消费风险提示

医疗美容不同于生活美容。按照卫生行政管理有关规定，“医疗美容，是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑”。美容医疗机构，是指以开展医疗美容诊疗业务为主的医疗机构。美容医疗机构须取得《医疗机构执业许可证》后方可开展执业活动。

我国已批准上市的注射用交联透明质酸钠凝胶、胶原蛋白植入剂等整形用注射填充物类医疗器械，在使用过程中需要通过注射针等医疗器械注射到真皮层或皮下组织。与整形用注射填充物类医疗器械配合使用的注射针，也应当在我国取得医疗器械注册证。注射针具有创伤性和侵入性，若操作失误或者不规范将

造成一定的伤害后果。按照有关规定，相关注射必须在有资质的美容医疗机构内，由具有从事相关临床学科工作经历的执业医师操作，并严格按照医疗器械说明书进行使用。

对于可用于医疗美容的医疗器械，世界主要国家和地区均实行严格管理。建议消费者不要自行购买和使用可用于医疗美容的医疗器械，以免不当使用造成伤害后果。消费者在选择使用可用于医疗美容的医疗器械时，应当事先与美容医疗机构的专业医生进行充分沟通，对医疗美容的预期效果和可能发生的风险充分了解并合理评估后，理性选择医疗美容。

（国家药监局）

合理使用信用卡理性消费的风险提示

近期，辽宁银保监局收到多起与信用卡还款相关的消费投诉，反映银行信用卡消费（包括使用信用卡分期付款）利息、手续费过高，无法按期偿还，对个人征信造成负面影响。在此，特别提示广大消费者：

按需办卡，理性适度消费

一是消费者申请信用卡，应量力而行。盲目地申请使用信用卡会使征信查询记录过多，导致征信变花，增加未来申办房贷、消费贷等贷款的难度系数。对于长时间未使用或不需要的信用卡，应及时予以清理。二是使用信用卡或其他支付工具进行消费时，要合理使用自己的消费额度，养成良好的用卡习惯，摆脱信用卡依赖，避免超前消费导致的过度负债。

合理分期，避免滥用额度

信用卡分期业务指持卡人在发卡机构提供的分期期数范围内，按照与发卡机构约定的还款计划，按期向发卡机构归还应还款项并支付手续费，直至清偿完



毕为止。信用卡分期能在一定时间内解决燃眉之急，缓解还款压力，但分期业务不免手续费及滞纳金，若未按时还款，则会影响征信，严重的可能被起诉，列入高消费限制名单，影响就业、购房等日常生活。

按时还款，合法理性维权

按时还款是持卡人应尽的义务，如消费者未在双方约定的日期内还款，按照合同将负担还款违约金，甚至会被加收罚息。消费者如果无法按期履约，应按照合同条款约定与银行提前协商沟通解决，不要轻信第三方“代理投诉”，保护个人信息安全，依法依规理性维权。（银保监会）

黄金珠宝消费警示

转眼已临近2021年年末，新一年的元旦和春节即将到来，黄金珠宝的消费旺季也即将开始。安徽省皖南七市消保委联合发布黄金珠宝消费警示，提醒广大消费者面对琳琅满目的黄金珠宝，保持理性消费。

选择商家需谨慎，正规商场更保险

黄金珠宝属于贵重物品，消费者在购买时，最好能选择知名的品牌，到正规的商场购买，以保证黄金珠宝的质量和品质。有些小的珠宝店开在超市拐角处，经常会以凭超市的购物小票参加抽奖活动来吸引消费者，随手一抽就是“2000元代金券”，消费者以为是自己运气好，以很低的价格就购买到了吊坠、手镯等饰品。

建议消费者要警惕这类有奖推销套路，天上不会掉馅饼，理性对待商家的促销活动，尤其是针对黄金珠宝等特殊商品，其价格、价值难以准确判断，不要因冲动消费而上当。

直播间珠宝光彩夺目，买回实物差强人意

直播带货已经是现在网络上流行的销售方式，黄金珠宝在这个领域内也占到了一席之地，很多网上销售黄金珠宝的商家都是靠直播让消费者看货买货，直播当场达成交易。在直播间展示的珠宝，被强烈的灯光从四面八方照射地闪闪发光，加上直播人员“最后

几件”、“再也没有这个价格”等极具诱惑力的语言和直播间热烈的销售气氛，让有购买意向的消费者很难抵抗。但寄到家的珠宝究竟是怎样呢？很多消费者反映收到的宝石颜色暗淡、珍珠不是直播间展示的正圆、珠宝有瑕疵有划痕等问题比比皆是。

建议消费者在看黄金珠宝直播销售时保持理性，购买时先查看网店卖家的信誉度和其他消费者的评价，查看网店提供的售后服务，再决定是否购买。

黄金计价有差别，以旧换新看仔细

现在销售的黄金饰品有足金、硬金、K金、彩金等多种种类，不同种类黄金饰品黄金含量是不同的，计价方式也是不同的，有的是按克计价，有的是按件计价，也就是商场价签上的“一口价”，消费者在购买时一定要看清楚，特别是硬金和K金，颜色上与足金差别不大，更容易混淆。

商场在销售旺季时经常会以购会、免手工费、免折旧费等促销手段来吸引消费者以旧换新，有的消费者会被硬金、彩金等精致的造型吸引，或被销售人员误导，将原本的足金饰品换成了其他种类一口价的金饰，可换过之后又后悔了，再想换回足金就难了。因此建议消费者在以旧换新时一定要看清楚黄金种类，考虑清楚再交易。

售后服务很重要，纸质协议更安心

消费者购买黄金珠宝时，一定要仔细查看饰品是否有磨损、划痕，查看黄金珠宝的鉴定证书、三包凭证等资料是否齐全，对于足金饰品要当场复秤，避免出现出店后发现问题，谁的责任说不清楚等情况。

有的经营者为了促销，对黄金珠宝首饰日后以旧换新时，作出免折旧费、手工费或费用打折的承诺，对于经营者作出的这些优惠承诺，消费者应该要求经营者以纸质形式写在条款中，以保护自己的合法权益不受侵害。（安徽省消保委）



如何防范虚假宣传

近日，双十一活动刚刚告一段落，多家电商平台被投诉虚假宣传，日常生活中，消费者经常会遇到虚假宣传的情况，怎么判断是否属于虚假宣传呢，贵阳市消费者协会温馨提示，虚假宣传常见以下产品：

一、保健食品类。近年来，以老年人为重点人群，通过免费领、吸引听、夸大讲、诱骗购等手段销售保健食品的行为，引发较多家庭矛盾和社会矛盾，成为社会安全稳定的隐患，部分商家往往通过虚构专家、虚构荣誉，以高科技技术为噱头夸大疗效，宣称所售的保健食品包治百病，事实上，保健食品不是药品，并不能达到治疗疾病的效果。

二、减肥类产品。现在网络上各种减肥咖啡、减肥糖果、减肥果冻比比皆是，仔细查看产品详细信息，产品类型都属于压片糖果，或者速溶饮料之类，不排除部分产品可能因为非法添加有药物成分，确实有一定效果，但只要宣称“不节食、不运动，快速减脂、减体重、不反弹、可完全替代正常饮食”的，都涉嫌虚假宣传。真正健康、科学的减肥方式仍然是六

个字“管住嘴、迈开腿”。

三、近视治疗类产品。随着近年来近视越来越趋于低龄化，各种近视治疗类产品层出不穷，经常可以见到“不吃药、不手术、治疗近视”“近视克星”“度数修复”等宣传。近日，市场监管总局办公厅发布《关于开展儿童青少年近视防控产品违法违规商业营销宣传专项整治行动的通知》，明确指出，在目前医疗技术条件下，近视不能治愈，要严厉打击冒用中医药名义或者假借中医药理论、技术进行营销宣传欺骗消费者的行为。

四、美容美发类产品。2021年1月1日施行的《化妆品监督管理条例》明确规定，用于染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发的化妆品以及宣称新功效的化妆品属于特殊化妆品，必须取得特殊化妆品注册证后方可生产、进口。普通化妆品若无特殊化妆品注册证号，宣称有美白、祛斑等特殊功效，均涉嫌虚假宣传。（贵阳市市场监管局）

谨防误食！软泥玩具消费警示

目前市面上销售的软泥玩具质量参差不齐，有些只是由简单的塑料盒/瓶包装，包装上没有任何信息标识，属于典型的“三无”产品。鉴于儿童认知能力较弱，类似食品的软泥玩具很容易造成儿童误食，且该类玩具可能存在硼元素、防腐剂等有害物质，易对儿童健康造成伤害。

消费者应谨慎购买“水晶泥”“彩泥”“起泡胶”等软泥玩具，切勿购买无中文标明生产日期、生产厂家和质量合格证等信息的软泥玩具。一旦发现此类产品，请及时拨打“12345”进行投诉举报。如确需购买“水晶泥”“彩泥”“起泡胶”等软泥玩具，应选择正规商场购买，不要只图样式新奇、价格便宜，在路边摊等非正规经营场所购买。尤其要关注查

看产品主要成分、质量合格证、厂名、厂址、生产日期等内容标注是否齐全。同时，要主动索取并妥善保存购物凭证，为可能出现的消费纠纷提供维权依据。

消保委提醒家长，在儿童玩耍“水晶泥”“彩泥”“起泡胶”等软泥玩具时必须做好监护，谨防误食。由于“彩泥”“水晶泥”等软泥玩具外观上与果冻非常类似，儿童一旦啃咬或误食，可能导致窒息或其他危险。同时，儿童手上汗液较多或手上有伤口时尽量不玩软泥玩具，防止硼砂成分随汗液或通过伤口迁移至人体内。儿童使用软泥玩具后应及时洗手，以防将残留在手上的有害物质摄入体内。

（中国消费者报）

勿将玩具当儿童化妆品使用

目前，一些包括眼影、腮红、口红、指甲油等组成的“儿童梳妆台”玩具，在市场上十分热销。实际上，这类产品中，很多是由玩具生产企业生产的仅供玩偶等涂饰用的玩具产品，不作为化妆品管理。儿童将这类玩具误用为化妆品存在一定安全隐患。

要准确区分化妆品与玩具

化妆品与玩具是两种不同类别的产品，依据不同的法律法规实施管理，其管理措施和要求也不相同。依据《化妆品监督管理条例》，化妆品是指以涂擦、喷洒或者其他类似的方法，施用于皮肤、毛发、指甲、口唇等人体表面，以清洁、保护、美化、修饰为目的的日用化学工业产品。简单来说，施用于人体表面的产品是化妆品，应当按照化妆品的法规规定进行管理；单纯施用于玩偶等玩具的产品并非化妆品，应当按照玩具或者其他产品的法规规定进行管理。如果一个产品符合化妆品定义，无论其单独销售或者与玩具等其他产品一并销售，该产品都属于化妆品。

国家对儿童化妆品实行最严格的监管

依据《化妆品监督管理条例》，化妆品作为健康相关产

品，国家实行严格监管。对于儿童化妆品，国家药监局今年9月出台了《儿童化妆品监督管理规定》，提出比成人用化妆品更为严格的监管要求。生产化妆品，应当取得《化妆品生产许可证》；生产儿童护肤类化妆品，其生产车间的环境要求应当符合化妆品生产质量管理规范的有关规定。化妆品上市前应当按要求提交产品配方、检验报告、安全评估资料等技术资料，经注册或备案后方可上市销售；儿童化妆品的配方设计应当遵循“安全优先、功效必需、配方极简”的原则，且应当通过安全评估和必要的毒理学试验进行产品安全性评价。化妆品原料使用及终产品中微生物和有害物质的限量应当符合《化妆品安全技术规范》的要求。此外，国家对上市后化妆品进行抽样检验、不良反应监测、风险监测等，以监督其质量安全状况。

3岁以下婴幼儿不宜用“彩妆”

依据国家药监局发布的《化妆品分类规则和分类目录》，3~12岁儿童使用的化妆品可以包含美容修饰、卸妆等功效宣称，而0~3岁婴幼儿使用的化妆品的其效宣称仅限于清洁、保湿、护发、防晒、舒缓、爽身。也就是说，3岁以下婴幼儿使用

的化妆品，不包括“彩妆”这一类别。因此，如果彩妆化妆品标签宣称3岁以下婴幼儿可用，则属于违法行为。

与成人相比，12岁（含）以下的儿童，特别是3岁以下的婴幼儿，皮肤屏障功能尚未成熟，对外来物质的刺激更敏感，更容易受到损害。按照一般玩具产品标准生产出来的“口红玩具”、“腮红玩具”等产品中可能含有不适宜作为化妆品原料使用的物质，包括安全风险相对较高的着色剂等，如果给儿童使用，可能会刺激儿童的皮肤。此外，这类“彩妆玩具”可能存在重金属超标的问题，例如：铅超标。过量铅被吸收后可损害身体多个系统，例如：影响儿童智力发育。

在此，提醒广大家长朋友：儿童化妆品标签上应当标注产品全成分等，国产化妆品应当标注化妆品生产许可证编号，特殊化妆品应当标注特殊化妆品注册证编号，进口化妆品应当有中文标签。近日，国家药监局发布了儿童化妆品标志——“小金盾”。2022年5月1日起，申请注册或者进行备案的儿童化妆品，其标签必须标示“小金盾”；此前申请注册或者进行备案的儿童化妆品，其标签应当在2023年5月1日前完成标示“小金盾”。届时，请广大家长朋友在选购儿童化妆品时，关注“小金盾”标志。（国家药监局）

化妆品消费科普知识问与答

问：染发前为什么要做预警测试？

答：新使用的染发类化妆品中可能含有以前没有使用过的染发剂，为了确保染发剂不会对使用者带来不良反应，需要在正式使用前进行过敏预警测试。具体的测试方法应参照染发剂产品包装或说明书上标注的操作步骤进行。通常情况下，染发剂生产商会建议在正式染发前至少48小时进行预警测试，以确保有充分的时间让身体的生物机制发挥作用。在确认未出现不良反应后，才能进行染发操作。如果出现刺痛、灼烧、皮疹、肿胀等情况，则不要再使用该染发剂，即使以前使用过同品牌产品也不建议使用。

在出现不良反应时，消费者可以联系产品生产商进行咨询，也可以咨询专业的皮肤科医生，必要时应进行斑贴测试，以帮助确定导致不良反应发生的成分。明确过敏成分后，应避免使用任何含有这种成分的产品。

问：染发类化妆品是否可以用于身体的其他部位，如睫毛、眉毛、胡须等？

答：染发剂仅可用于染头发，不适用于如睫毛、眉毛、胡须等身体其他部位毛发的染色。如果将染发剂用于眼部或下巴等区域，一是难以避免产品不慎入眼、入口的风险，二是这些部位



的皮肤与头皮结构不同，可能会发生强烈的刺激性反应。

问：染发时要不要戴塑料手套？

答：为防止手掌、手指、指甲被染色，使用者请务必戴上染发类化妆品包装中提供的塑料手套。使用手套也是为了降低染发剂在皮肤上的暴露程度，从而尽量减少潜在不良反应发生的风险。

问：染发时间越长越好吗？

答：染发时间并不是越长越好。染发时长应当严格遵循产品说明书上注明的时间，因为该时间是经过厂家研究测试确定的最适宜时间。如果不按照使用说明的要求自行延长染发时间，可能会影响最终的染发效果，而且头发暴露在染发剂中的时间延长，可能会对头发的自然结构和强度产生一定影响，还可能增加头皮发生不良反应的风险。

问：染发的过程中，发色一直在改变，这正常吗？

答：不必担心，这是正常的。染发时，在一段时间内活性染发剂不断发生氧化，会在头发

上逐渐演变成所需要的颜色。

问：为什么染发剂不适合儿童使用？

答：常用的染发剂中含有对苯二胺、对氨基苯酚等芳香族化合物或过硫酸铵等物质，对皮肤有明显的刺激性、毒性和致敏性等，甚至可能会引起某些敏感个体急性过敏反应，如皮肤炎症、哮喘、荨麻疹，严重时还会引起发热、畏寒、呼吸困难等。

儿童的各种器官未发育完全，皮肤比较稚嫩，对化学物质的刺激也更敏感，所以儿童使用染发剂可能会产生比成人更严重的不良反应。

问：脱发的原因有哪些？防脱发化妆品的作用是什么？

答：成年人头发的数量一般是10万~15万根，正常人毛发的生长、退化和休止同时发生，每日可脱落50~100根头发，同时也有等量的头发再生。人们在梳理、清洁头发时，牵拉会导致已处于休止期而尚未脱落的头发脱落。如果每天脱落数目比通常要多，则会使头发逐渐变稀疏，称为脱发。日常护理不当、内分泌失调导致皮脂分泌过度、全身性疾病或毛发发育异常等情况都可以引起头发脱落或受损。脱发的原因很复杂，涉及年龄、免疫系统、病原体感染、药物不良反应、人体代谢异常、营养状况和

环境等因素。

对于某些患有较严重脱发疾病的患者，建议及时就医，在医生的指导下用药物进行治疗。脱发情况较轻的消费者，可以适当采用防脱发化妆品。

防脱发化妆品是指有助于改善或减少头发脱落的产品，主要有洗发水、精华液、发膜等种类。防脱发化妆品主要通过减少影响脱发的因素，实现改善发质或预防头发脱落的效果。这类产品中一般会添加某些允许化妆品使用的抑制细菌、调节雄激素、刺激毛囊、促进血液循环、提供营养成分、抑制皮脂分泌等的功效成分。

问：烫发化妆品可能引起哪些不良反应？

答：烫发化妆品可能引起两类不良反应：

一类是物理或化学性头发损

伤。对头发过度牵引或热处理，可能会导致短期脱发和断发，严重时还会导致永久性脱发。烫发或头发拉直过程中使用的化学物质，会使头发角质蛋白分子间的化学键断裂，这些制剂使用时间过长、过频繁或浓度过高，都会减弱头发弹性，使头发变脆而易断。

另一类是持久性烫发对头皮带来的损伤。烫发产品在头皮上停留时间过长，会刺激头皮发生局部不良反应，一般只局限在过度暴露部位，表现为瘙痒、灼热、发红、水肿、渗出或结痂。

问：祛斑美白类化妆品的作用机理是什么？

答：市场上祛斑美白类化妆品种类繁多，但从产品的作用机理上看，一般可分为两类：

一类是物理遮盖类，即通过将二氧化钛、氧化锌、滑石粉或

其他类似的白色粉状物涂抹覆盖于皮肤表面，遮盖皮肤上的斑点和瑕疵，以达到视觉上美白的效果。

另一类是化学美白类，即通过添加一些如维生素C及其衍生物、间苯二酚类、有机酸类、植物提取物等活性成分，帮助减轻或减缓皮肤色素沉着，以达到皮肤美白、增白效果。

问：祛斑美白类化妆品对肌肤有哪些帮助？

答：祛斑美白类化妆品对肤色暗沉、色斑等肌肤局部瑕疵具有一定的改善作用。适当使用此类化妆品，有助于淡化色斑。但是，如黄褐斑、雀斑、妊娠斑等与激素水平、遗传因素有关的肌肤问题，使用美白化妆品虽然可以起到一定的遮盖作用，但不能解决根本问题。

（中国医药报）

牛排吃对了 美味又健康

鲜嫩多汁、营养美味的牛排是无肉不欢族的解馋利器。然而，这个从西餐厅里走出来的“大片儿肉”，却也让很多消费者颇感困惑。西冷牛排、菲力牛排、眼肉牛排……这些“洋名儿”到底指牛肉的哪个部位？三分、五分、七分熟……具体要如何选择？牛排到底该怎么吃，不妨听听专家们的建议。

牛排品类知多少

牛排叫“排”，其实与排骨无关。所谓“排”，指的是块状肉。中国肉类食品综合研究中心副总工程师、教授级高级工程师臧明伍接受《中国消费者报》记者采访时介绍，作为重要的牛肉产品，牛排有很多品类：

原切牛排：是经屠宰分割，

直接包装的整块鲜、冻分割牛肉，根据分割部位不同，可分为西冷牛排、菲力牛排、肋眼牛排等。原切牛排品质最优，消费者可感受到牛排经典的原汁原味，但居家烹饪耗时费力、便捷性稍差。

调理原切牛排：以原切牛排为原料，添加水、香辛料和食品添加剂等，经腌制、滚揉、冻结

等工艺加工而成。食用方便且品质与原切牛排最接近。

重组牛排：是以小块牛肉为原料，添加水、香辛料和食品添加剂等，经腌制、滚揉、压模或定型、冻结等工艺加工而成，其加工成本和食用品质相对较低。

而那些令人费解的牛排“洋名儿”，则与牛肉的部位有关。

菲力牛排：从臀肉和腰肌肉取下的牛里脊，是牛脊上最嫩的肉，整体偏瘦，几乎不含肥膘，价格也相对较高。

眼肉牛排：有很多别称，比如肉眼牛排、肋眼牛排。价格略低于菲力，肉质嫩度也很不错，油花分布均匀细密，同时还带点儿筋花，所以比菲力更具脂香；眼肉牛排还会衍生出眼肉盖、眼肉芯以及战斧这三种。

西冷牛排：也叫沙朗牛排。其实是牛外脊，明显的标志就是带一条白色肉筋，相较于其他两种牛排，西冷牛排更有嚼劲，所以不太适合小孩子和老人吃，价格也略低于其他两种牛排。

除了这三款经典牛排之外，还有西冷和菲力的衍生品T骨牛排以及上脑（雪花）、板腱、牛小排等。一般来说，后面这三个部位因为都有一些筋会影响口感，所以被普遍认为品质稍差。

臧明伍表示，消费者可以从网上搜索一下专业的牛肉切割图，牛身上每个部位一目了然，至于选什么部位的牛排，依据自己的口味就可以。

判断优劣有啥招

牛肉的蛋白质含量高、脂肪



含量低，富含钾、锌、镁、铁等矿物质和B族维生素，是人们日常生活中优质动物蛋白的来源之一。

选购一款适合自己口味同时品质较高的牛排，臧明伍建议消费者注意以下三点：

看冷链。牛排多为冷藏或冷冻产品，冷链是保障其品质的重要条件，应尽量选择资质齐全、信誉良好、冷链系统较为健全的大型商超和电商平台售卖的牛排。

看外观。注意挑选包装完好、标签清晰的产品，原切牛排还应有动物检验检疫合格证章或入境货物检验检疫证明。同时，品质好的整体切割牛排肌肉纹理自然，每组肌肉纤维走向都一致，不会太过圆润规整。如果牛排形状是规则的圆形，纹理散乱没有一致走向，肌肉纤维短，色泽均一性差，且价格较低，基本上就可以认定为重组牛排。

读标签。若产品配料表仅含牛肉，则为原切牛排；若还含香

辛料和（或）食品添加剂且标称“西冷牛排”“菲力牛排”或“肋眼牛排”等，则属高品质调理原切牛排。如果标签上有没有这些部位的名称，而是有很多的配料，那么就有可能是碎牛肉或低价部位牛肉重组而成。比如黑椒牛排，大都是如此。

牛排买回家后烹饪时，也有一些指征可以判断品质优劣：

看颜色：煎牛排到五分熟左右，切开牛排，看中间肉质的颜色。正常的牛排，烹饪后的边沿颜色是肉棕色的。如果有其他的添加剂加入，牛排的颜色会更鲜艳一点。

重组牛排由于是用碎肉或其他部位的牛肉加工而成，解冻后会出现细微的空洞，对着光看，会更加明显。真正的好牛排自然解冻后，纹路朝向一致，物理切割形成的切口自然流畅，肉呈单纯的肉红色。进口牛排，由于长时间处于急冻温度下，一般呈暗红色。

品口感：整块切割、没有任何添加的优质牛排口感Q弹，肌肉纤维的嚼劲好，煎全熟后容易变老；劣质牛排怎么煎也不会太老，口感较渣、没弹性。

牛排要吃几分熟

用煎烤的方式锁住牛排内的湿润度，让外部熟肉和内部生肉产生奇妙的口感差，既能品尝鲜嫩牛肉的原汁原味，又能最大限度保留牛肉的营养价值。据说，这是西餐烹饪牛排经常保持三分、五分、七分熟而较少全熟的“理论基础”。

吃牛排选择几分熟，除了个人口味，还应该结合牛肉不同部位的特点综合考量。

菲力牛排：肉质瘦嫩，三分、五分和七分熟都可以；因为油脂很少，家庭煎烤每面3至5分钟就可以，煎得过火就会老涩。

肉眼牛排：肥瘦肉兼有，煎烤味道香，三分熟最好；家庭煎烤每面大约煎2至4分钟最好吃。

西冷牛排：虽然含肥油，但总体口感韧度强、肉质硬、有嚼头，适合年轻人和牙口好的人吃。风味独特，而且质嫩汁多，四至六分熟的火候口感最丰富；家庭煎烤大约每面煎30秒就够了。

据说，在西餐厅点全熟牛排，不仅会被服务员嘲笑，还会气到厨师。其实，这样的担忧大可不必。很多国人之所以选择全

熟牛排，主要还是害怕牛排中的“血水”。因为鲜红的血水不仅给人一种茹毛饮血的错觉，甚至还会让人担心因为食用生肉而感染寄生虫疾病。

这样的担忧并非没有道理。科信食品与营养信息交流中心科学技术部主任、中国互联网联合辟谣平台专家委员会成员阮光锋接受《中国消费者报》记者采访时说，寄生虫感染目前已经很少见，但如果吃烧烤和火锅时，不太注意肉制品是否被煮熟的话，就有可能吃进活的囊尾蚴而感染带绦虫病。

阮光锋介绍说，牛带绦虫是以牛作为中间宿主，人类为最终宿主的一种寄生虫，它的病原体是牛囊尾蚴，感染了囊尾蚴的牛是牛带绦虫病主要传染源。而人患病很可性就是食用了未完全熟

透的感染了囊尾蚴的牛肉。一般情况下，患者无明显症状，有些会有腹部不适、饥痛、消化不良、腹泻或体重减轻等症状，长期有可能引起肠梗阻、肠出血和肠穿孔。

既然如此，那么牛排还能点三分熟吗？阮光锋表示，这需要多方面考虑。牛肉是否有寄生虫，跟牛肉的质量和运输储存加工有关。一般来说，如果牛肉质量没有问题，储存加工过程也是卫生规范的，就不用担心。

消费者平时吃牛排的时候，如果去的餐厅比较正规，牛肉经过检验检疫，厨师的操作卫生规范，那么牛排选三分熟还是五分熟凭个人的口味喜好就可以。但如果去的是质量难以保证、操作也不规范的小餐厅，还是尽量吃熟透的牛排。（中国消费者报）

蚝油不是油 选用有讲究

烹饪美食，很多家庭偏爱用蚝油来提味增鲜。无论是炒菜、凉拌还是调馅、烧烤，似乎都少不了这个美味“氛围制造者”的参与。然而，蚝油并非是“万能提鲜剂”，其购买、使用和储存还有很多容易被人忽略的“冷知识”。

选：蚝汁含量是关键

生蚝，又称牡蛎，不仅肉鲜

味美，营养也十分丰富，素有“海底牛奶”之称。按照国家标准限定，蚝油必须是将生蚝蒸煮后的汁液浓缩，或直接把生蚝肉酶解，然后再加入盐、糖、淀粉或其他一些原料、添加剂，加工制成的调味品。所以，蚝油虽然名字叫油，但其实是属于汁类调味品。

品质较高的蚝油除了能调味儿，还含有一定量的氨基酸、矿物质锌、牛磺酸等营养元素，因

此颇受欢迎。

市面上的蚝油品类繁多、价格迥异。但它们到底是生蚝取肉熬汁的浓缩精华，还是各种增味剂与增稠剂的组合配伍，就需要仔细甄别了。

华东理工大学食品药品监管研究中心副主任刘少伟教授在接受《中国消费者报》记者采访时，提醒消费者注意以下几点：

一是选择正规购买渠道。一般来说，正规渠道销售的蚝油

等调味品，产品安全系数相对较高，而一些小作坊生产加工出来的蚝油等调味品，较易存在安全风险。

二是留心蚝汁含量。蚝汁含量越高，品质越优。不过，现行蚝油国家推荐标准虽然明确了蚝油必须含有蚝汁，却并没有强制要求厂家标注蚝汁含量。因此，消费者选购蚝油时，可以优先考虑那些标签上明确标注了蚝汁含量的产品。此外，按照我国国标法规定，配料表中原料顺序依据实际添加量多少进行排序。如果配料表中排在首位的是蚝汁，那就说明所有配料中蚝汁含量最高；而如果蚝汁没有排在配料表中第一位、第二位的位置，就需要认真考量这款蚝油的品质了。

三是查看生产日期。购买日期越接近生产日期的产品，其新鲜度越高，品质更优良。

吃：把握时机和火候

蚝油虽然味道鲜美，却是“性格拧巴的家伙”：一方面，它不耐高温；另一方面，又必须借助一定的温度它才能更好地释放鲜味。

刘少伟解释说，这种“拧巴”主要是因为蚝油中的谷氨酸钠成分。谷氨酸钠是一种呈鲜物质，70℃-90℃时溶解最好最鲜。不过，谷氨酸钠被加热至120℃以上时，就会形成焦谷氨酸钠，并失去鲜美的味道。

网传“蚝油中谷氨酸钠加热时生成的焦谷氨酸钠是一种致癌物，所以，蚝油一旦加热就会致



癌”。刘少伟强调，从现有的研究成果来看，焦谷氨酸钠并不会致癌。但考虑到上述原因，建议在起锅前再添加蚝油等呈鲜调味品，这样既能满足鲜味释放所必需的温度要求，又不至于因为长时间高温加热导致鲜味流失。

除了注意时间上要恰到好处，刘少伟还提醒消费者使用蚝油时注意以下几个知识点：

一是做凉拌菜时不宜直接放蚝油。可以先在锅中烧开适量的鲜汤或者清水，关火后加入蚝油拌匀，然后再浇到凉拌菜上，这样能保证蚝油在短时高温下释放最美的味道。

二是不能和鸡精、辛辣调料、醋、糖等调味品混合使用。因为这些辛辣和糖醋调料的味道本身就比较重，会掩盖蚝油的鲜味，同时还会有损蚝油的特殊风味；而鸡精和味精，本身和蚝油一样含有谷氨酸钠，所以无需再

画蛇添足。除了上述调味料外，类似八角、豆瓣酱、黄豆酱等味道浓烈的调味品，也不宜与蚝油“做朋友”。

三是食用蚝油要适量。蚝油虽然鲜美，但也是含盐“大户”，所以一定要限量食用。添加蚝油的同时，要注意减少酱油、食盐的添加量。

存：开盖就要放冰箱

蚝油是一种不太稳定的调料，一旦开盖，必须放到冰箱里（0-4℃）冷藏。

刘少伟告诉记者，蚝油中含有18种以上的氨基酸、多种矿物质和微量元素、酯、有机酸等物质。如果开盖之后蚝油长时间在常温下、特别是温度较高的厨房存放，很容易发生氧化分解，增加腐败、霉变的风险，甚至产生黄曲霉毒素等有害物质，增加致癌的风险。而这也是网上一度流传的“蚝油致癌”之说的一个主要原因。

因此，刘少伟提醒消费者，购买蚝油时，尽量选择小瓶装蚝油，缩短存放的时间，开盖后一定要放冰箱冷藏，并尽快食用。

蚝油浓郁粘稠，很多急性子的居家“大厨”习惯用“甩”的方式倒蚝油，但结果往往是“一甩甩半瓶”。因此，有些商家推出了家用蚝油挤压器来解决这个难题。不过，刘少伟建议使用这种挤压器后务必要及时冲洗干净并晾干，否则残留在按压嘴泵和传输管上的蚝油很容易发霉。（中国消费者报）

保健品排毒治便秘 靠谱吗

市面上的保健品种类繁多，宣传的功效也十分强大，可以排毒、减肥、治便秘，但是这些功能真的能实现吗？笔者整理了有关保健品的五问五答，一起来看看。

问：保健品真的可以排毒、减肥、治便秘吗？

答：在医学中并没有“排毒”这一概念，用保健品来排毒、减肥、通便没有科学依据的。所谓的“毒”，大多指的是食物消化吸收后的残渣或人体自身产生的代谢废物，以及环境中各种污染在体内的沉积。

正常情况下，我们的肝、肾、肺等器官都是天然的排毒系统，通过流汗、流泪、咳痰、大小便等方式将体内的代谢废物排出，若额外服用保健品来排出代谢废物或减肥都是在给身体增加负担。

问：如何才能挑选出正规的保健食品？

答：正规保健食品包装盒上应标出“蓝帽子”保健食品专用标志，下方标注批准文号。

国产保健食品的批准文号是“卫（国）食健字”，进口保健食品是“卫（进）食健字”。同时，保健食品的包装上必须注明：名称、净含量及固形物含量、配料、功效成分、保健作用、适宜人群、食用方法、日期标示（生产日期及保质期）、储藏方法、执行标准、保健食品生



产企业名称及地址、卫生许可证号，缺一不可。

问：如何认清保健品谣言？

答：想要认清保健品谣言其实并不难。年轻人可以上官网进行查询，老年人切记不要病急乱投医。

一般情况下，承诺无须去医院正规治疗就能够根治某些疾病的、买了就送各种礼物的以及上门推销的，大多数都不靠谱。建议大家还是去正规医院进行诊治，遵医嘱治疗，以免耽误病情。保健品吃出肝、肾损伤，甚至致命的情况比比皆是，大家一定不可掉以轻心。

问：长期服用治疗便秘的保健品对身体有害吗？

答：很多治疗便秘或者用于减肥的保健品都是有副作用的。有些保健品打着“纯天然”“纯植物”“无化学添加”的旗号，实际上其成分中可能混合着抑制食欲和降血糖的药物，甚至还有泻药等。

刚开始使用保健品时可能效

果明显，但长期服用后会对身体造成巨大危害。即使是真正不含化学成分的保健品，长期对机体产生导泻作用，也会导致内分泌系统以及肠道菌群的紊乱，并且加重代谢器官的负担，不利于身体健康。

问：缓解便秘的正确处理方式是什么？

答：症状严重且影响到生活质量时，建议到医院就诊，开具治疗便秘的药物。轻微的便秘可先不用药物治疗，也不要盲目应用保健品。应对便秘，需注意以下几点：

- 1.多喝水，加速新陈代谢。
- 2.适当加强运动，尤其是避免久坐。
- 3.进行肠道按摩。按摩方法是用掌心或者握拳分别以顺时针、逆时针的顺序按揉腹部，每个方向各100次。通过肠道按摩可促进肠道蠕动，进而促进排便。
- 4.饮食上注意。多吃全谷类的食物，如燕麦、玉米、糙米、全麦面包；多吃富含膳食纤维的食物，如韭菜、芹菜、红薯、豆芽、竹笋等；适当补充益生菌，如酸奶、益生菌饮料等，改善肠道环境，达到修复肠道环境与肠黏膜，增强肠道蠕动功能并促进排便的作用。
- 5.最重要的一点是要保持心情愉悦。很多时候，便秘是因为压力和紧张情绪造成的。

（健康报）

北京市消费者协会提醒广大消费者

警惕预付卡消费“陷阱” 尽量选用合同示范文本

近年来，有关美容美发、教育培训、体育健身等预付卡消费投诉纠纷一直居高不下，北京市消协提醒广大消费者：



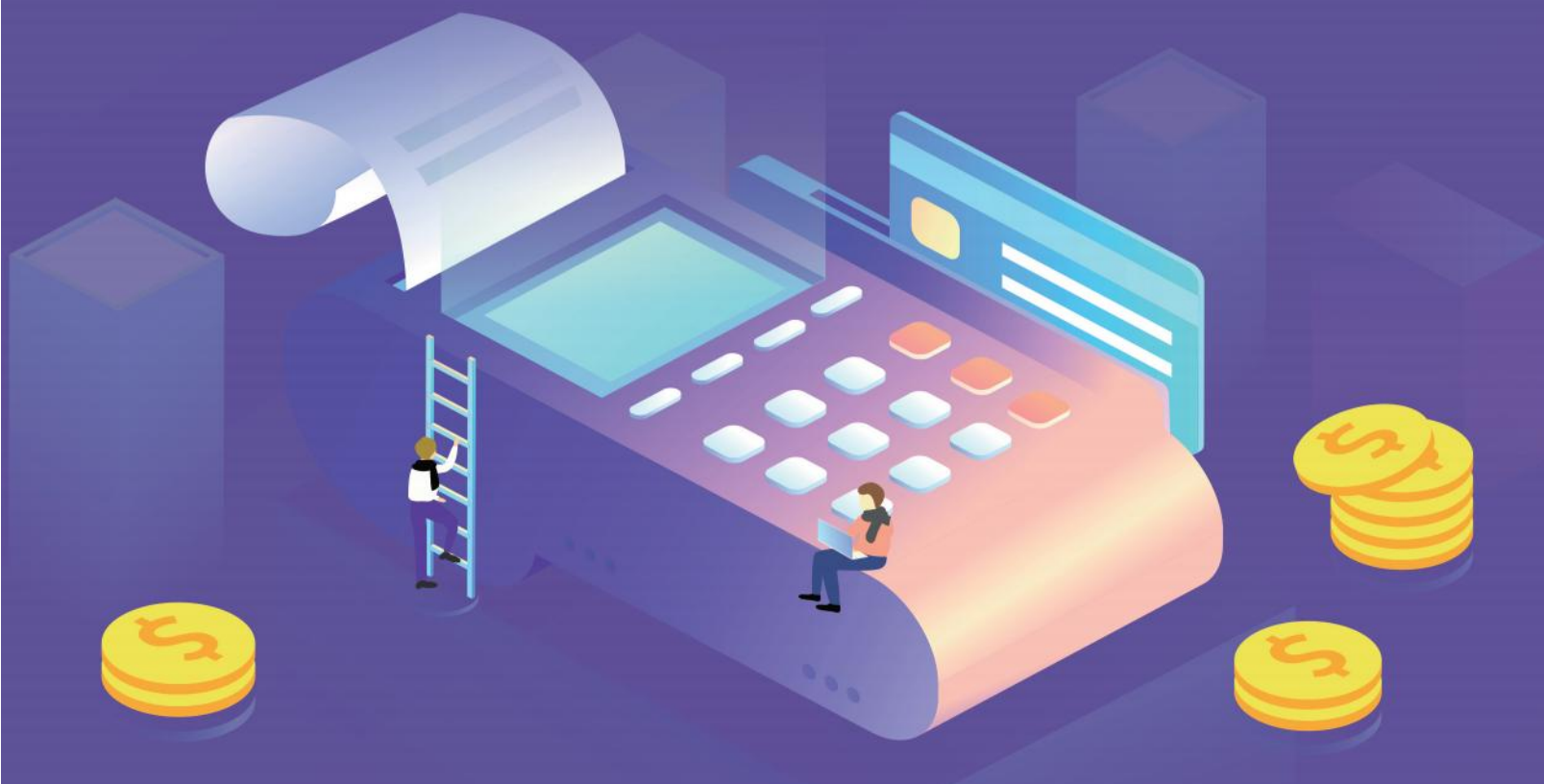
选择预付卡消费时，
要提高警惕，
当心掉进“陷阱”



要选择正规企业，
签订合同，
并索要票据，
保留好消费凭证



要慎重签订合同，建议消费者
登录北京市市场监管局官方网
站，下载合同示范文本，并仔
细阅读和检查合同内容。一旦
权益受损，及时收集好相关证
据，依法理性维权。





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