

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

2022.第1期

01

总第112期



守护安全 畅通消费

2021年北京市消协工作扫描

P13 北京市消协发布运动鞋比较试验报告

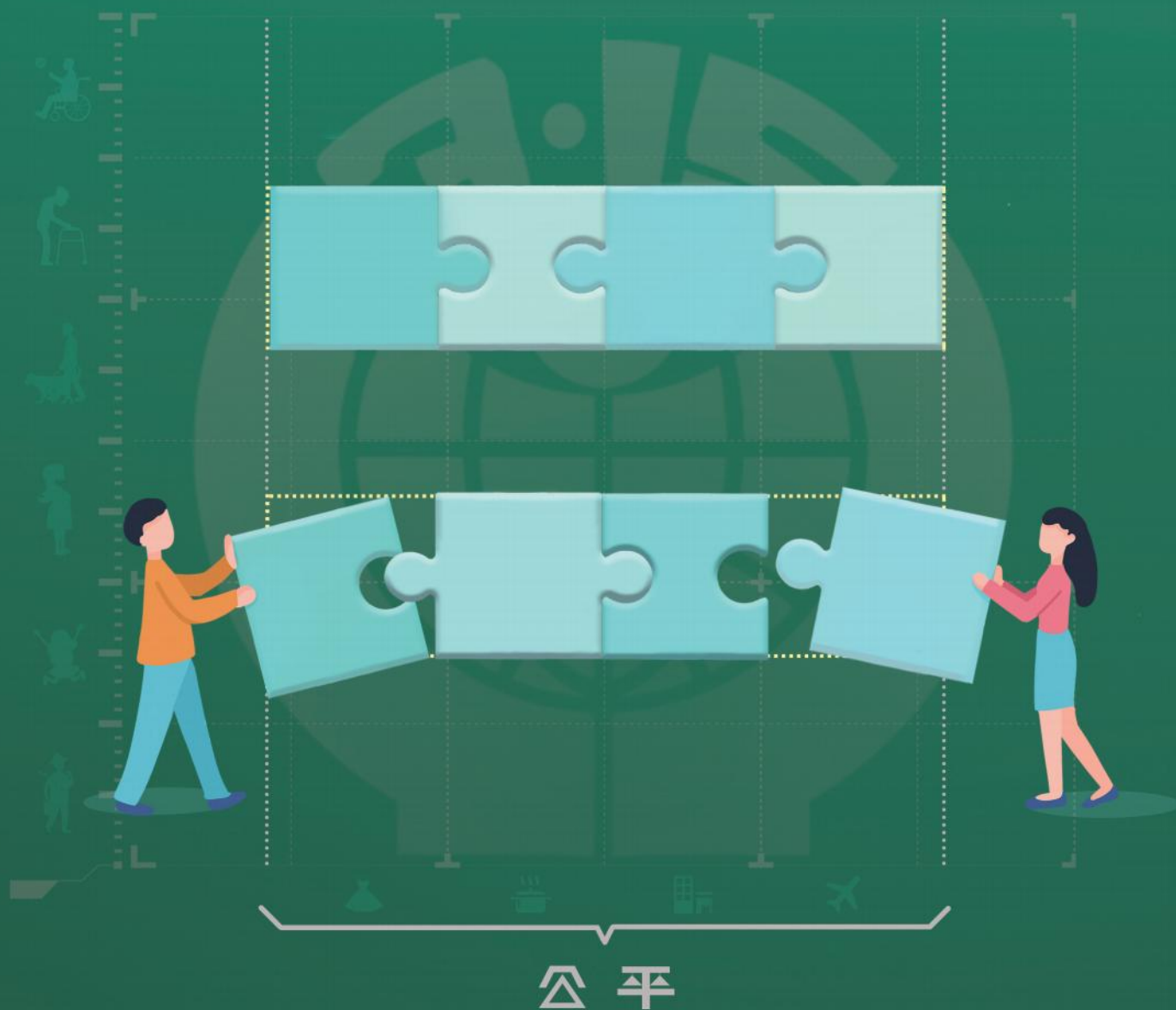
P18 2022年消费维权年主题：共促消费公平

P15 北京市消协发布吸油烟机比较试验报告

P43 国家药监局：牙膏不能治疗疾病

共促消费公平

—— 2022年消费维权年主题 ——



中国消费者协会
CHINA CONSUMERS ASSOCIATION

反对食品浪费必将在全社会蔚然成风

日前，国家发展改革委办公厅等四部门联合发布《反食品浪费工作方案》（以下简称《方案》）。《方案》剑指多个食品浪费环节，再次将“反对浪费，节约粮食”提上日程，是推动实施《中华人民共和国反食品浪费法》的重要举措，必将为加快构建更高层次、更高质量、更有效率的国家粮食安全保障体系奠定更加稳固的基础。

勤俭节约是中华民族的传统美德。《方案》坚持问题导向、目标导向，聚焦粮食生产、储存运输、食品消费等环节存在的损失浪费问题，提出了具有创新性、针对性的6方面18条具体工作，包括推进粮食节约减损，遏制餐饮行业食品浪费，加强公共机构餐饮节约等方方面面，覆盖面广，信息量大。

党的十八大以来，党中央高度重视节粮减损工作，以“光盘行动”为代表的全社会反粮食浪费行动取得积极成效。然而我们必须清醒认识到，虽然我国粮食连年丰收，但是从中长期看，粮食需求刚性增长，资源环境约束日益趋紧，粮食损耗浪费严重。作为世界上最大的粮食生产国和消费国，我国节粮减损的空间还很大。我们要保持忧患意识、居安思危，厉行节约、筑牢危机意识。

“扶墙进、扶墙出”的自助餐一直是食品浪费的重灾区。为解决自助餐“拿得多吃得少”浪费现象，《方案》明确，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。《方案》基于以往的经验，从建构长效机制的角度考虑，通过一定程度的经济处罚，对浪费食品的消费者进行警示和提醒，倒逼其养成“光盘”的用餐习惯，于无形中树立节约意识。

当前，“大胃王”吃播也成为粮食浪费的重灾区。反食品浪费法明确规定，制作发布传播暴饮暴食视频节目，且拒不整改者，最高罚10万元。此次《方案》再次对“吃播”等浪费食品的视频、节目发出禁令，“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。”对于继续浪费食品的“吃播”，依法惩治。坚决不允许部分主播以吃播为名，行浪费粮食之实！随着《方案》落地，进一步明确了平台责任，约束那些以吃得多、吃得怪来博取眼球的节目，更是能有效引导公众树立正确饮食消费观念，让中华美食文化回归正轨。

谁知盘中餐，粒粒皆辛苦。《方案》从浪费产生的全流程入手，从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，到建立机关食堂反食品浪费工作成效评估和通报制度，再到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……明确牵头部门和执法主体，兼顾约束和倡导，通过全链条协同发力，精准“下刀”，每一条举措都具有很强的现实针对性，织密扎牢反对食品浪费的篱笆，是既利当前、又惠及长远的一举多得之策。

一粥一饭，当思来处不易。“以节约为荣，以浪费为耻”的观念永不过时，只有全民凝聚起节粮减损的共识，让“厉行节约、反对浪费”的理念深入人心，让爱惜每一粒粮食成为每个人的自觉行动，紧绷节约粮食这根弦，才能端牢“中国饭碗”，更好保障国家粮食安全。（人民网）

孟哲



2 | 北京消费者 BEIJING CONSUMERS



P38 新“三包” 都给私家车“包”什么

私家车是家庭消费中的大额支出之一，如果在购买时遇到重大问题怎么办？在哪些情形下可以享受退换货？因三包原因退换货造成的损失又该由谁承担呢？

消费提示

- 32 低价≠实惠，享受物美价廉还需避开这些坑
- 33 市场监管总局发布羽绒服、电热毯等6类产品消费提示
- 34 理性食用火锅 安全是美味的前提
- 35 预付式消费 多做比较 谨慎选择
- 36 警惕手机低门槛分期消费陷阱
- 37 儿童青少年近视防控消费提示

消费课堂

- 38 新“三包”都给私家车“包”什么
- 41 金融诈骗“盯”上年轻人口袋
- 42 长期用含漱液 到底有没有副作用？
- 43 牙膏不能治疗疾病
- 43 如何放心食用鸡肉？

《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

2022年 第1期（总第112期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

守护安全 畅通消费

2021年北京市消协工作扫描



2021年是“十四五”开局之年，也是我国全面建成小康社会。这一年，北京市消费者协会按照市局总体的工作部署和目标任务要求，围绕市消协的中心工作，充分发挥消协社会组织平台作用，通过调解、约谈、宣传、调研等多种手段充分履行法律职责，着力建设、改善消费环境，做好消费者权益保护工作。

2021年，北京市消协关注消费需求，深化消费维权工作：加大比较试验、消费投诉、社会调查以及维权法律知识等数据的整合和成果转化力度；加强消费维权热点难点问题研究，探索新消费模式、新消费领域问题的治理机制。

2021年，全市各级消协组织受理消费者投诉39990件，办结37355件，办结率为93.41%，为消费者挽回经济损失2351.08万元；96315热线共登记投诉单37967件，办结26796件，投诉办结率70.58%；开展社会调查及发布调查结果9项，开展商品比较试验13项；“北京消协”微信公众号、头条号和网站等宣传载体发布信息7849条，阅读展现量到达2103.7万人次。

注重投诉分析 加强维权理论研判

过去一年来，市消协针对经营者履行社会主体责任意识不强，保障消费者权益的工作不到位等问题，积极研判，开展公益诉讼、企业约谈等工作。结合2020年预付款问题的跟踪调查结果和网络热点问题捕捉，在市检察院及相关单位的支持下，对某平台不公平、不合理的格式条款提起公益诉讼；针对市消协96315热线系统中投诉量排名前十的企业进行集体约谈，要求企业自查自纠，及时整改。



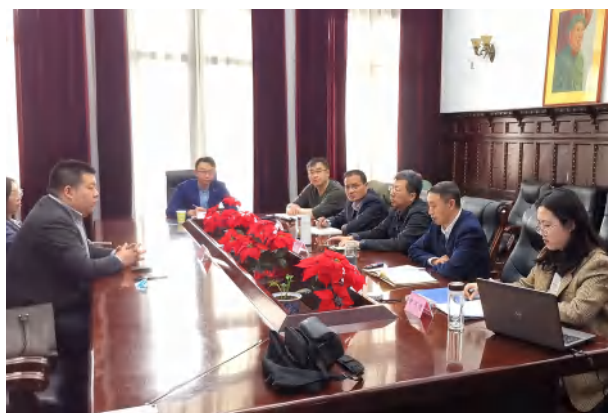
1月26日，中消协副秘书长王振宇、党群工作部主任邱建国、市消协秘书长杨晓军一行到丰台区市场监管局太平桥市场所及消协分会调研消协组织建设及投诉调解工作，丰台区市场监管局党组成员、副局长田承山陪同调研。中消协副秘书长王振宇表示，中消协对加强消协组织建设和强化解决消费者合理诉求工作非常重视，即将出台有关文件对工作进行针对性指导。



3月23日，北京市消费者协会秘书长杨晓军到海淀区消费者协会开展调研工作。在听取了海淀区消协2020年工作总结及2021年工作计划后，充分肯定了海淀区消协的工作成果，并围绕市委市政府和市局中心工作进行交流沟通，尤其就当前接诉即办、疫情防控宣传等问题交换了意见，同时还回应了基层消协遇到的具体困难及关心的问题。



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，就其投诉数量及存在的主要问题通报。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。



4月16日，北京、天津市消协以及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。这是京津冀消协组织首次联合约谈。



5月12日，市消协就电商领域涉嫌的不公平、不合理格式条款以及有关消费者权益保护法律问题召开专家研讨会。来自中国消费者协会、北京市高级人民法院、北京铁路运输检察院、对外经济贸易大学、北京工商大学、北京颐和中鸿律师事务所、北京阳光大数据研究院等有关部门和机构的专家参会，并就预付费问题、不可抗力问题、短信退订信息收费问题、电子合同成立而电商随意取消订单问题、合同因重大误解签订问题、格式条款问题等进行深入研讨。

聚焦民生关切 推进消费环境改善

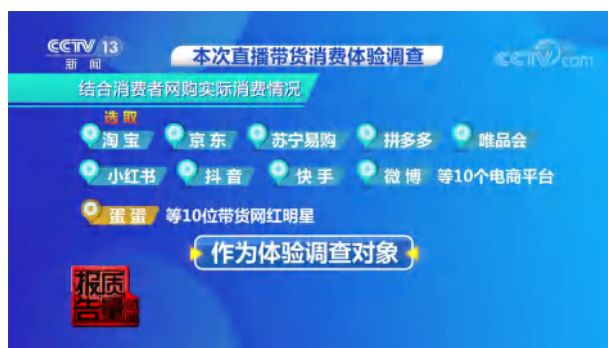
过去一年来，市消协依法履职，针对当前消费维权热点、难点问题开展消费监督和消费引导工作，督促经营者诚信守法经营，引导消费者文明理性消费。市消协先后组织开展功能服装、休闲服装、婴童服装、背提包、旅行箱、代餐粉、燕窝、酸奶、调味品、洗衣机、油烟机、羽绒产品、鞋等10类近千件商品的比较试验工作。并根据比较试验的结果，对如车企、智能门锁等问题企业分别进行约谈，督促其进行整改，推动比较试验工作向纵深发展，构建良好消费环境。针对互联网新型模式和新型业态，市消协先后开展大数据杀熟调查、网络直播带货调查、电商二选一调查、电商砍单调查和互联网捆绑搭售调查等。并且坚持问题导向，对调查中发现的问题及时向行业主管部门通报，促进相关行业消费环境整体提升。此外是积极倡导经营诚信自律，继续在全市范围内开展“诚信服务承诺单位”活动。2021年推出诚信服务承诺单位176家，形成承诺企业相互促进、自我监督的良好氛围，为推动诚信体系建设发挥积极作用。



10月18日，市消协召开代餐粉比较试验约谈会。市消协有关负责人在会上向企业通报了本次比较试验的总体情况，并就检测项目和检测方法进行了解读。同时要求企业严格对照《产品质量法》和行业标准从源头查找原因，并采取行之有效的措施认真整改。



6月16日，北京市消协联合河北省消保委发布了直播带货消费问卷调查结果。本次调查采取网络问卷方式，通过“北京市消协”和“河北省消保委”微信、网站等渠道，共计收回有效问卷样本5500份，其中北京2200份，河北3300份。



10月29日，北京市消费者协会和河北省消费者权益保护委员会联合发布直播带货消费体验调查结果。100个直播带货体验样本中，有33个涉嫌存在违法违规问题。调查结果显示，当前直播带货消费体验情况总体较好，但

同时也存在部分涉嫌虚假宣传、不按规定公示证照信息、言行低俗、价格误导以及没有显著提示私下交易风险等问题。对此，央视《每周质量报告》等媒体进行了深入报导。

拓展维权渠道 发挥媒体宣传作用

过去一年来，市消协先后针对《民法典》颁布实施、“守护安全畅通消费”年主题、3.15消费者权益保护日以及网络消费等热点进行专题策划活动。协会自媒体针对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，在网站专门设置“预付式消费”栏目，提醒广大消费者警惕预付卡消费“陷阱”，选用合同示范文本预付式消费。

2021年，市消协头条号、微信号和网站等宣传载体发布信息7849条，阅读展现量到达2103.7万人次。其中，“北京消协”头条号发布信息2104条（其中文章36篇，微头条2068条），展现量19817832次，阅读量1414002次；“北京消协”微信公众号推送信息752条，累计阅读量257990次；市消协官方网站发布信息4993条，累计阅读量961749次。此外，市消协还编辑制作《北京消费者》刊物及电子刊物12期。

3·15前夕，北京市消协秘书长杨晓军做客中央电视台《3·15月度揭秘》栏目，与主持人及嘉宾就“积分消费是‘馅饼’还是陷阱”话题进行了深入探讨。在节目中，杨晓军介绍了市消协开展“积分”调查的有关情况，建议商家在制定积分兑换规则和兑换积分过程中，要做到诚实守信、公平合理、广泛告知，充分保障消费者的知情权。





3月15日，北京广播电视台第六届“诚信北京”3·15晚会上，北京市消费者协会秘书长杨晓军发布“责任共担 畅通消费”3·15倡议，呼吁商家履行六件事：一是商品或者服务符合保障人身、财产安全，二是缺陷商品要召回，三是虚假宣传要杜绝，四是七天无理由退货要遵守，五是格式条款应以显著方式提醒消费者注意与消费者有重大利害关系的信息，六是收集、使用消费者信息要经消费者同意。



2021年1月19日，由北京市消费者协会指导，新华网股份有限公司主办的“互信守诺 协同共治”在线教育服务高峰论坛在北京新华媒体创意工场顺利召开。与会专家学者就在线教育行业目前存在的、特别是预付式消费服务方面的问题进行深入探讨，积极建言献策，不断完善在线教育行业信用体系建设，提升行业企业及从业人员信用意识，优化在线教育行业环境，营造诚实守信的社会氛围。



市消协官网全年发布信息4993条，累计阅读量961749次。



“北京消协”微信公众号全年推送信息752条，累计阅读量257990次。



“北京消协”头条号全年发布信息2104条，展现量19817832次，阅读量1414002次。



全年编辑制作《北京消费者》刊物及电子刊物12期

注重业务培训 提升工作能力水平

打铁还需自身硬。消协队伍建设是消协维权能力建设的重中之重。过去一年，市消协先后多次举办全市消协系统法律法规培训班与工作业务交流班，认真做好消协人员的业务培训，不断更新消费维权观念、更新法律法规知识，不断提高消协队伍的工作能力和水平。



6月21日，市消协举办全市消协系统第二期法律法规培训班，邀请北京市律师协会消费者权益法律专业委员会主任芦云为全市消协系统干部讲解《行政处罚法》及有关消保维权典型案例。本次培训采取线上线下结合的方式开展，城六区和通州区消协秘书长、投诉部主任及相关干部参加了线下培训，其他区消协工作人员通过腾讯会议参加了此次培训。



9月28日，市消协在京都信苑饭店举办“北京市消协系统2021年第三次维权培训”。培训采取线上线下结合的方式开展，各区消协干部根据安排参加了线上或线下的培训，培训内容为专家讲解法律法规，同时各区消协交流了维权工作经验和工作举措。

北京市消协发布

代餐粉比较试验报告

随着人民生活水平的不断提高，人们更加注重身材管理，代餐粉、代餐奶昔这类产品的市场销售量越来越大。代餐粉减肥，顾名思义，就是用来代替正餐的减肥方法，因为商家声称代餐粉自身均衡的营养，明显的饱腹感，吃了以后不会饿，并且可以保证基础的营养需求，完全可以不再吃饭。在实际的使用中，可以根据自己想要的减肥速度，选择代一餐或是二餐。

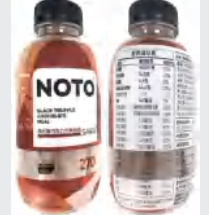
代餐粉是市场上热销的一类新产品，厂家知名度低，对使用者带来营养不良或不健康等风险隐患是未知的，面对市面上品牌、种类繁多的代餐粉产品，为了较全面地了解市场上销售的代餐粉的质量状况，向

广大消费者提供客观的消费信息，引导消费者科学、理性地消费，北京市消费者协会对代餐粉开展了比较试验。本次比较试验结果仅对购买的样品负责。

一 样品来源及基本信息

本次比较试验样品从天猫电商平台购买，涉及Smeal NOTO、Keep、桂格、绿瘦、芊动、活力达、诺特兰德和汤臣倍健8个品牌，产品属于固体饮料，均为电商平台上销量靠前的产品，样品涵盖范围较广，具有较好的代表性。

代餐粉比较试验样品信息表

序号	样品名称	商标	规格	单价(元)	生产企业(含委托企业)	生产日期	样品照片
1	桂格SMART抵卡控CALORIES奶昔固体饮料(浓醇可可味)	桂格SMART抵卡控	53克	19.4	委托方：百事食品(中国)有限公司 受委托生产商：浙江吉美食品科技有限公司	2021/02/03	
2	红豆薏米蛋白固体饮料	绿瘦	50g	11.4	湖北绿瘦生物科技有限公司	2021/04/10	
3	黑松露巧克力代餐奶昔	Smeal NOTO	75克	19.8	委托方：NEW ZEALAND SMEAL LIMITED 中国运营商：司密澳(上海)生物科技有限公司 受委托生产商：长春豪邦健康科技有限公司	2021/04/05	

4	高纤蛋白奶昔（伯爵奶茶味）	Keep	60g	8.9	委托方：北京卡路里科技有限公司 受委托生产商：西乐健康科技股份有限公司	2020/10/12	
5	蛋白奶昔 蛋白固体饮料 （巧克力味）	芊动	400g	55.4	研制：北京康比特运动营养研究所有限公司 受委托生产商：北京康比特体育科技股份有限公司	2021/01/06	
6	蛋白代餐奶昔 固体饮料 （巧克力味）	活力达	400克	54.4	委托方：北京活力达生物健康科技股份有限公司 受委托生产商：掌门健康科技（天津）有限公司	2020/12/23	
7	强化维矿代餐奶昔 固体饮料 （红豆牛奶口味）	FAT DIRECT诺 特兰德	400克	71.9	济南斯伯特生物科技有限公司	2020/09/05	
8	蛋白纤维营养奶昔 固体饮料 （巧克力味）	每日每加 Gymslim 纤体能	420g	72.0	汤臣倍健股份有限公司	2020/06/21	

二 试验标准及项目

比较试验依据GB/T 29602-2013《固体饮料》、GB 7101-2015《食品安全国家标准 饮料》标准，标签标识依据GB 7718-2011《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》和GB 28050-2011《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》。比较试验检测项目营养指标有：能量、蛋白质、脂肪、碳水化合物、膳食纤维、钠、维生素和矿物质等，卫生指标有菌落总数、大肠菌群、霉菌等。委托中检科（北京）测试技术有限公司对样品进行检测。

三 比较试验结果

（一）产品标签标识

产品标识是向消费者传达商品的基本信息、产品性能等相关属性，以及如果安全正确地使用产品，是商品的名片和质量承诺，也是消费者理性选购商品的主要依据和维护自身权益的重要凭证。

本次比较试验中，共有4款样品的产品标识不符合GB 7718-2011或GB 13432-2013的要求。

标签不符合标准要求的样品

序号	样品名称	品牌	不符合情况
1	红豆薏米蛋白固体饮料	绿瘦	食品名称的外文与中文不对应
2	高纤蛋白奶昔（伯爵奶茶味）	Keep	根据GB 7718-2011 4.1.5.4要求，预包装食品标签净含量大于50克，小于或者等于200克时，净含量的最小字符高度为3mm，该产品标签标示净含量为60克，净含量的字符高度小于3mm。
3	蛋白代餐奶昔固体饮料（巧克力味）	活力达	食品名称的外文与中文不对应。
4	强化维矿代餐奶昔固体饮料（红豆牛奶口味）	诺特兰德	1. 食品名称的外文与中文不对应 2. 净含量字符的最小高度不满足要求（400g最小高度为4mm） 3. 净含量未与食品名称在包装物或容器的同一展示版面标示 4. 营养成分表中叶酸NRV%计算错误 5. 营养成分表标示值与计算值不符。

（二）核心营养素

蛋白质、脂肪、碳水化合物和钠是营养标签中的核心营养素，人体通过代谢将食品中的蛋白质、脂肪、碳水化合物等营养素转换成能量，从而维持机体的正常生理活动。

本次比较试验中，活力达蛋白代餐奶昔固体饮料（巧克力味）钠的标签值为300mg/100g，实测值801mg/100g；诺特兰德强化维矿代餐奶昔固体饮料（红豆牛奶口味）钠的标签值为314mg/100g，实测值460mg/100g，其他样品核心营养素均符合标准要求。

（三）维生素类

维生素是人体几乎不能合成的、需要从食物中获得的、调节机体生理功能所必需的营养素。本次比较试验中，有2款样品的维生素指标标签值与实测值不符合标准要求。他们是绿瘦红豆薏米蛋白固体饮料维生素A标签值为217 μgRE/50g，实测值为407 μgRE/50g；Keep高纤蛋白奶昔（伯爵奶茶味）维生素B6标签值为1.08mg/100g、实测值为0.367mg/100g，维生素C标签值为121.7mg/100g、实测值为57.0mg/100g，烟酸标签值为19.28mg/100g、实测值为7.084mg/100g，叶酸标签值为218 μgDFE/100g、实测值为140 μgDFE/100g。其他样品维生素指标均符合相关要求。

（四）矿物质

磷、镁、钙、铁、锌是维持人体正常生理功能所必需的微量矿物质营养素。本次比较试验中，仅对标签中有标识值的产品及其对应矿物质元素进行检测，经检测样品矿物质元素符合相关标准要求。

（五）卫生指标

本次比较试验中，代餐粉固体饮料检测项目为菌落总数、大肠菌群、沙门氏菌、金黄色葡萄球菌、霉菌和铅。经检测，样品均符合标准要求。

四 消费提示

本次比较试验样品的卫生指标检测全部符合相关标准要求，未发现食品安全风险隐患。

营养素指标体现了产品营养成分的含量。固体饮料标准未规定营养素限量，比较试验中的8款固体饮料样品营养素含量差异性较大。消费者在选购中可以参考产品标签和营养成分表，根据需求选购适合自己的产品。

代餐粉产品含有一定的维生素和矿物质，满足了有减肥需求的消费者部分营养需求，同时建议消费者更需要均衡膳食，采取包括运动等多种方式相结合的手段控制体重。

该类产品不适用于长期使用。对于特殊人群如孕妇、哺乳期妇女、婴幼儿、儿童及青少年、老年人、病人等，不推荐使用该类产品，如果需要请咨询专业营养师或者医生。

运动鞋比较试验报告

运动休闲鞋以其舒适和多用途的特性深受广大群众的欢迎，是人们日常活动中最常穿用的鞋子，广泛应用于非竞技类运动、跑步、散步、健身、上下班通勤、日常休闲等活动时穿用，也是近年来最畅销的鞋类产品。

运动休闲鞋质量的好坏直接关系到广大群众穿着舒适性和身体健康，尤其是涉及儿童的生长发育。为了较全面地了解市场上销售的运动休闲鞋的质量状况，向广大消费者提供客观的消费信息，引导消费者科学、理性地消费，北京市消费者协会对运动休闲鞋开展了比较试验。

本次比较试验委托广州恒仓检测技术有限公司对样品进行检测，试验结果仅对购买的样品负责。

一 样品来源

本次比较试验的样品均为线上购买，由北京市消费者协会组织工作人员以普通消费者的身份，从天猫、京东、唯品会、拼多多等4个电商平台购买，共计49个品牌的80款样品，分别为50款成人鞋和30款童鞋。单价从59.01元至1800元不等，样品涵盖范围较广，具有较好的代表性。

二 测试标准及项目

本次比较试验主要依据QB/T 2673-2013《鞋类产品标识》、GB/T 15107-2013《旅游鞋》、QB/T 2955-2017《休闲鞋》、GB 30585-2014《儿童鞋安全技术规范》、QB/T 4331-2012《儿童旅游鞋》标准。

测试项目：

成人鞋：产品标识、剥离强度、成鞋耐折性能、外底耐磨性能、外底与外中底粘合强度、衬里和内垫



耐摩擦色牢度、甲醛含量、帮底粘合强度、外底防滑性能(静态摩擦系数)、材质鉴别等。

童鞋：产品标识、剥离强度、成鞋耐折性能、外底耐磨性能、衬里和内垫耐摩擦色牢度、外底硬度、外底与外中底粘合强度、物理机械安全性能（包括露钉尖、锐利边缘和锐利尖端、鞋内断针、可拆卸附件的小零件测试、小附件抗拉强力、有效跟高）、富马酸二甲酯、邻苯二甲酸酯、甲醛含量、帮底粘合强度、外底防滑性能(静态摩擦系数)、材质鉴别等。

其中，帮底粘合强度、外底防滑性能不是标准规定项目，是从商品实用性角度出发而增加的项目，给消费者提供更多的参考依据。

三 比较试验结果

经测试，本次比较试验80款样品中有16款样品未达到测试标准或比较试验方案的要求。不符合的项目有5项，分别是产品标识、成鞋耐折性能、外底耐磨性能、衬里和内垫耐摩擦色牢度、邻苯二甲酸酯，其中产品标识不符合情况最多。

1、产品标识不符合标准要求的样品

DECATHLON/迪卡侬的运动休闲鞋、BeLLE/百丽的儿童旅游鞋、NIKKO的登山鞋、FILA的鞋子（未标称产品名称）、HOBIBEAR的精品童鞋、乔丹的跑步鞋、New Balance的男/女运动鞋、Clarks的女休闲鞋、Hotwind的女士时尚休闲鞋、New Balance的儿童运动鞋、FILA的跑步鞋。

2、其他项目不符合标准要求的样品

序号	样品名称	标称品牌	款号/货号	标称生产企业	销售方	单价(元)	不符合项
1	小童时尚跑鞋	RED DRAGONFLY /红蜻蜓	货号: X103XP313	温州红蜻蜓儿童用品有限公司	京东/红蜻蜓母婴旗舰店	82.07	外底耐磨性能(20min)
2	男休闲鞋	Cabbeen	货号: 320120452201	卡宾服饰(中国)有限公司	天猫/卡宾男鞋旗舰店	369	耐折性能(4万次)
3	精品童鞋	HOBIBEAR	货号: GS7342	未标称	拼多多/阿童木官方旗舰店	68	外底耐磨性能(20min)
4	儿童旅游鞋(运动鞋)	DISNEY MICKEY MOUSE	货号: 811101032	福建利讯集团有限公司(授权商)/福建利佳烽华品牌管理有限公司(生产销售)	唯品会	89	邻苯二甲酸酯, 外底耐磨性能(20min)
5	男休闲鞋	SAINT ANGELO	货号: TLP193741U52140	报喜鸟控股有限公司	唯品会	386	衬里和内垫摩擦色牢度

企业反馈:

在拼多多平台购买的款号为ML574PTR产品名称为男/女运动鞋的样品, 经新百伦贸易(中国)有限公司反馈产品的防伪码与其正品产品不一致, 非该公司正品。

泉州市开元体育用品有限公司在拼多多平台销售的阿童木2021春夏男女童鞋不符合标准要求, 企业向北京市消费者协会反馈产品为假冒伪劣产品, 经拼多多平台核实企业承认样品为该公司产品, 向北京市消费者协会申请撤回错误声明, 并郑重向我会致歉!

四 消费提示

1.选一选。消费者选购运动休闲鞋时, 建议尽量选择有信誉的大、中商场或专卖店, 购买知名企业知名品牌的产品。线上购买时, 建议选择售后保障较好的平台, 尽量从平台自营或品牌直营店铺购买。留存购物凭证, 以便商品出现质量问题时能有效地维护自身的合法权益。

2.看一看。选购时注意查看商品的标识标签, 包括鞋子、吊牌、鞋盒上的商品信息是否完整、准确, 对于商品包装粗糙、标识信息不全不规范(如缺少企

业名称或联系方式、产品名称、鞋号、材质、三包规定等)的产品, 应谨慎购买。同时对比检查左右鞋有无外观或质量的缺陷, 查看表面的色泽、纹路、毛绒是否均匀一致, 鞋帮面有无裂面或涂饰层有无脱落, 胶合/缝合部位是否整齐、有无开胶/断线, 鞋底是否平整无开裂、开胶等。

3.闻一闻。闻一闻鞋子的气味。切勿购买有刺激性气味的鞋子, 刺激性气味表示鞋上可能残留着有害化学物质, 应选购无气味或气味不明显不刺鼻的鞋子。

4.摸一摸。用手全面触摸鞋子内外, 查看是否有扎手、割手现象, 鞋内有无粗糙不平的部位; 拉拽鞋上小附件, 检查安装是否牢固。

5.试一试。试穿鞋子时, 要两只脚都穿上, 走一走、蹲一蹲、跳一跳, 感受是否合适、舒服, 有无挤脚、磨脚或磨后跟的情况。尽量选择柔软、透气的帮面材质; 鞋底的硬度和厚度要适当, 太软则支撑性不好, 容易损伤踝关节和韧带, 太硬太厚则不利于行走时鞋底弯曲; 鞋底要具有一定的回弹性和防滑性。尽量选择平底鞋, 不要高跟的, 穿着高跟鞋会引起重心偏移, 容易产生屈膝、弯腰等现象, 导致肌肉和韧带的劳损。

吸油烟机比较试验报告

随着人们的生活节奏日益加快，生活质量日益提高，拥有一个干净整洁的家居环境越来越受到消费者的重视，吸油烟机产品具有日常维护简单、安全环保等特点，产品普及率显著提高，生产企业和销量也迅速增加，而吸油烟机产品质量良莠不齐，消费者的用户体验也褒贬不一。

为了引导消费者理性选购，保护消费者合法权益，指导消费者合理选择产品。北京市消费者协会委托中家院（北京）检测认证有限公司，开展了吸油烟机比较试验。

一 比较试验样品情况

比较试验样品由北京市消费者协会工作人员以普通消费者的身份，从电商平台随机购买，涉及14个品牌，30个产品型号。购买价格从999元/台到3699元/台不等。

比较试验样品基本情况

序号	品牌	型号	购买平台	购买价格（元）
1	云米	CXW-260-VC503	小米有品	1499.00
2	帅康	CXW-258-S9699S	京东	2988.99
3	帅康	CXW-268-S8907	苏宁易购	2199.00
4	方太	CXW-258-JCD7	京东	2898.98
5	方太	CXW-258-JCD6	苏宁易购	2869.00
6	欧琳	CXW-268-F201N	京东	1898.99
7	海尔	CXW-219-EC905T	苏宁易购	3099.00
8	米家	CXW-260-MJ02	小米有品	999.00

9	美的	CXW-120-JV600	苏宁易购	2299.00
10	老板	CXW-260-27A3H	京东	2598.98
11	老板	CXW-260-27N0	苏宁易购	2599.00
12	西门子	CXW-220-LS65SA955W	苏宁易购	2999.00
13	华帝	CXW-240-i11153	苏宁易购	2699.00
14	樱花	CXW-360-7A01	京东	2288.99
15	西门子	CXW-220-LS66SA8B1W	京东	1889.04
16	德意	CXW-258-856A	京东	2999.00
17	德意	CXW-268-836A	京东	1999.00
18	美的	CXW-125-T65	京东	2999.00
19	美的	CXW-140-J63	京东	3579.00
20	美的	CXW-260-T70	京东	3699.00
21	康宝	CXW-280-BE108	京东	1396.00
22	康宝	CXW-280-BE106	京东	1794.00
23	帅康	CXW-258-CJ900	京东	1074.00
24	帅康	CXW-258-S8807S	京东	2999.00
25	海尔	CXW-258-E900C18U1	京东	2689.00
26	海尔	CXW-258-E900C16	京东	2599.00
27	华帝	CXW-240-i11135	京东	2099.00
28	万和	CXW-318-J728A	京东	1599.00
29	云米	CXW-260-VK706	京东	2599.00
30	云米	CXW-260-VK703	京东	3579.00

二 比较试验检测项目及依据

本次比较试验检测项目：噪声、风量、最大风压、瞬时气味降低度、常态气味降低度、全压效率、待机功率、关机功率、油脂分离度。检测依据：GB 29539-2013《吸油烟机能效限定值及能效等级》；GB/T 17713-2011《吸油烟机》；GB 19606-2004《家用和类似用途电器噪声限值》。

三 比较试验结果

全部样品性能指标符合标准和能效标识明示值要求，具体如下：

（一）全压效率：其数值越大说明吸油烟机产品的电机效率越高，相对的就越节能。

（二）常态气味降低度：数值越高说明单位时间内油烟和污浊空气的排出、净化效果越好。

（三）待机功率、关机功率：数值越低说明其越

节能。

（四）油脂分离度：油烟分离是指油脂分离程度，当油烟机在规定试验条件下，从油烟气体中分离出油脂能力的多少。

（五）风量：风量主要考核油烟机的换气速度，风量越大，油烟的排出速度越快，及时地把厨房的油烟排出。

（六）最大静压：最大静压主要考核油烟机对抗公共烟道阻力的能力。风压越大，建筑物的公共烟道中的阻力和室外的倒灌风对排烟效果的影响越小。如果排烟管较长或接到公共烟道中，由于排烟压力损失很大，就需要更大的风压，才能保证将油烟排出。

（七）瞬时气味降低度：瞬时气味降低度主要考核油烟机在短时间内的气味降低效率，主要针对用户在爆炒时，瞬间产生大量油烟的情况。气味降低度越高，速度越快。

（八）噪声：符合标准要求，部分样品实测值高于明示值但在允差范围内。

油烟机比较试验性能项目实测值汇总表

序号	品牌	型号	全压效率 (%)	风量 (m ³ /min)	最大静压 (Pa)	常态气味降低度 (%)	瞬态气味降低度 (%)	油脂分离度 (%)	待机功率 (W)	关机功率 (W)	噪声 (dBA)
1	云米	CXW-260-VC503	24.9	16.8	407.8	99.4	70.3	93.6	1.31	—	69.2
2	帅康	CXW-258-S9699S	29.9	17.2	408.1	98.9	72.9	94.1	0.47	0.45	70.1
3	帅康	CXW-268-S8907	25.4	19.3	451.7	98.1	78.2	92.8	1.58	—	72.1
4	方太	CXW-258-JCD7	30.1	17.1	425.5	98.8	84.9	93.9	0.74	0.59	66.3
5	方太	CXW-258-JCD6	30.9	17.4	435.9	99.0	84.7	93.5	0.74	0.60	66.5
6	欧琳	CXW-268-F201N	26.7	17.7	396.1	98.0	67.3	94.6	0.53	0.39	67.6
7	海尔	CXW-219-EC905T	23.8	16.9	383.6	97.8	83.5	94.3	—	0.44	67.3
8	米家	CXW-260-MJ02	27.0	16.9	432.3	99.2	78.3	93.5	1.20	—	70.0
9	美的	CXW-120-JV600	36.0	19.8	725.0	98.2	74.6	92.7	0.72	—	69.7
10	老板	CXW-260-27A3H	26.4	18.1	441.5	99.1	81.0	93.3	—	0.64	68.0
11	老板	CXW-260-27N0	25.4	18.0	431.0	98.7	72.8	92.8	—	0.69	67.2
12	西门子	CXW-220-LS65SA955W	24.8	18.1	406.7	99.1	80.0	93.0	0.70	0.65	66.3
13	华帝	CXW-240-i11153	36.5	19.4	808.5	97.0	75.6	94.3	0.88	—	69.1
14	樱花	CXW-360-7A01	26.0	19.7	510.6	98.7	86.0	94.4	0.67	0.31	67.9
15	西门子	CXW-220-LS66SA8B1W	26.6	18.8	419.1	98.6	84.0	93.6	—	0.46	70.2
16	德意	CXW-258-856A	36.1	16.3	889.4	99.1	75.6	93.5	0.55	—	68.3
17	德意	CXW-268-836A	35.5	19.3	1097.1	98.8	78.3	92.6	0.43	—	69.4
18	美的	CXW-125-T65	40.7	18.1	695.8	98.7	80.1	94.0	0.50	0.53	68.0

19	美的	CXW-140-J63	35.2	16.8	713.5	99.2	79.5	93.3	0.84	0.69	67.9
20	美的	CXW-260-T70	26.1	17.4	403.1	99.2	83.1	93.8	0.65	—	68.5
21	康宝	CXW-280-BE108	26.2	18.7	455.0	97.9	88.7	94.2	0.36	0.33	70.7
22	康宝	CXW-280-BE106	25.4	17.2	447.7	98.4	89.8	92.6	0.37	0.34	69.8
23	帅康	CXW-258-CJ900	26.0	19.1	458.1	98.7	88.2	93.5	0.50	0.49	70.8
24	帅康	CXW-258-S8807S	26.5	17.4	422.9	99.3	93.1	92.4	0.52	0.47	70.3
25	海尔	CXW-258-E900C18U1	38.0	16.5	775.9	99.0	87.5	94.1	1.19	—	68.0
26	海尔	CXW-258-E900C16	36.8	16.9	769.8	99.0	82.0	94.5	0.97	—	68.2
27	华帝	CXW-240-i11135	26.3	18.1	443.6	99.4	76.5	93.8	0.79	—	67.8
28	万和	CXW-318-J728A	25.6	17.9	442.7	98.6	76.9	93.6	0.70	0.70	71.7
29	云米	CXW-260-VK706	30.1	18.0	428.4	99.1	79.6	92.6	1.47	—	66.3
30	云米	CXW-260-VK703	28.1	17.6	443.4	98.9	81.4	93.1	1.40	—	66.4

四 消费提示

（一）选购

1. 根据空间情况，确定类型

吸油烟机按其外观形状可分为中式、T型、侧吸式、潜吸式4种类别。目前市面上主流的吸油烟机宽度主要有750mm到900mm多种尺寸，一般欧式烟机（T型、侧吸式、潜吸式）宽度为850mm，选购时一定要看准产品参数。

消费者在购买吸油烟机时，可以按照自己的使用习惯选择合适类型的吸油烟机产品；按照自己厨房橱柜预留尺寸选择合适尺寸的吸油烟机。

侧吸式吸油烟机产品作为基于中国厨房环境设计创新的产品，即能提供较大吸力又能节省空间，进一步提高了消费者的体验感。

2. 根据房屋楼层，确定风量

市场上销售的吸油烟机风量一般为15到24m³/min，风压一般为260Pa到700Pa。购买前应根据房屋所在楼的高度和楼层、厨房面积的大小，选择风量合适的吸油烟机，吸油烟机的风量并非越大越好，够用即可，因为吸油烟机风量增大的同时噪声往往随着变大。高层建筑或厨房较大的消费者可选用瞬时气流降低度及风量大一点的吸油烟机。选择合适自己的吸油烟机，以实现省电、噪声、排烟效果的平衡。

3. 根据自身需要，选择功能

为了方便用户使用，近几年出现了热融油自清洁吸油烟机、蒸汽洗自清洁吸油烟机，这些吸油烟机

可以通过定期运行自清洁程序进行机器内部的清洁处理；免拆洗吸油烟机可以通过前置滤网减少进入吸油烟机内腔，用户可以定期清洗前置滤网，能有效延长吸油烟机内腔的清洗周期。另外手势控制、影音娱乐功能、菜谱推荐等附加功能也越来越多。消费者需要根据自身的需要来进行选择，通常产品功能越多，价格相对越高。

（二）使用及维护

1. 许多用户在烹调时，结束了就立刻关吸油烟机，这并不能发挥它的作用，正确的使用方法是只要烹调一开始就打开，一直到整个烹调结束后等5~6分钟再关机。这样可以将厨房内残留的有害气体最大程度的排出去，不使其滞留在厨房内，以防危害人体健康。

2. 在使用吸油烟机的时候，不要直接让吸油烟机对着燃烧的燃气灶，如果需要端起锅，先第一时间关闭燃气，谨防被火苗被吸油烟机吸附，防止火灾的发生。

3. 长时间不使用吸油烟机的时候，一定要把吸油烟机的插头拔下来，很多的火灾都是因为长期吸油烟机不拔插头引起的。

4. 要经常检查电源软线的情况，如果发现吸油烟机的电源软线出现损坏，一定要联系吸油烟机售后，由专业人员进行检查和更换，不能自行维修和更换。

5. 建议消费者优先购买能效等级较高与自身厨房环境相匹配的吸油烟机产品。

——2022年消费维权年主题——

共促消费公平

为深入贯彻党的十九大、十九届历次全会和中央经济工作会议精神，认真落实党中央、国务院决策部署，维护广大消费者合法权益，助力新发展阶段经济社会平稳健康发展，在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上，中国消费者协会确定2022年全国消协组织消费维权年主题为“共促消费公平”。

年主题涵义

“共促消费公平”具有以下四个方面的涵义：

（一）严格落实法律规定，实现更有保障消费公平。公平是实现消费者法定权益的价值基础。我国《民法典》《消费者权益保护法》等明确民事主体在民事活动中要遵循“公平原则”。近年来，很多消费领域不公平的问题依然存在，且随着消费新业态、新模式的不断出现，消费者要求被公平对待的呼声更加强烈。消协组织要全面履行法律赋予的职责，既要在推动解决消费纠纷等常态化工作中促进消费公平，还要从中国特色社会主义本质要求出发，积极联动社会各方力量，推动完善相关法律制度，共同促进消费公平，让消费者权益法治保障基础更加坚实。

（二）积极引导“科技向善”，实现更深层次消费公平。经济发展、技术进步以及消费业态的快速升级，不同程度上满足了消费者个性化、多样化消费需求。但是资本的“野蛮生长”和“无序扩张”使得一些平台和经营者违背“科技向善”的伦理价值追求，对消费者的消费信息、消费心理、消费行为、消费能力等进行不当采集、筛选、使用，破坏了公平竞争、诚实信用的市场秩序和安全便利、放心舒心的消费环境。共促消费公平就是要强化底线思维，加强监督规制，引导经营者牢固树立“科技向善”的价值理念，促进各类消费业态、模式规范发展，保障全体消费者享有平等的消费权利，摆脱过度差异化和歧视等带来的消费不公，实现更深层次的消费公平。

（三）强化特殊群体保护，实现更大范围消费公

平。中央提出要把全面推进乡村振兴作为实现中华民族伟大复兴的一项重大任务，“十四五”规划明确要保障未成年人、残疾人和老年人等特殊群体基本权益。共促消费公平是促进全体消费者的消费公平，既要推进基础性、普惠性、兜底性民生保障供给，也要强化未成年人、老年人、残疾人、低收入人群等特殊消费群体的保护力度，补齐少数民族地区、农村、乡镇和县域地区消费环境的建设短板，使他们享有均等的机会和平等的身份参与消费活动，在基本公共服务消费需求不断满足的基础上跟上时代消费步伐，共享改革发展的成果，实现更大范围的消费公平。

（四）践行绿色低碳消费，实现更可持续消费公平。消费公平不仅包括代内消费公平，同样包括代际消费公平。2021年底的中央经济工作会议提出，要在消费领域增强全民节约意识，倡导简约适度、绿色低碳的生活方式。共促消费公平是落实中央经济工作会议精神的的具体举措，要倡导消费者积极践行绿色低碳生活和可持续性消费方式，意味着我们当前的消费要为子孙后代的可持续消费负责，更加关注他们的消费公平诉求，为他们留下更多的地球资源，让子孙后代能够与我们一样公平地享有消费权利，实现更可持续发展。

年主题依据

（一）共促消费公平，是实现共同富裕目标的重要手段。习近平总书记多次强调，共同富裕是社会主义的本质要求，是中国式现代化的重要特征，要坚持以人民为中心的发展思想，在高质量发展中促进共同富裕。共同富裕不仅强调物质利益的共同富足，还包括社会权利的公平保障。消费公平是社会公平的重要体现，推动共同富裕取得更为明显的实质性进展，应当以社会公平保障为前提，将消费公平与否作为衡量社会公平正义的重要标尺。逐步实现基本公共服务均等化，共促消费公平，有助于经济社会平稳健康发展，把走向共同富裕的步子迈得更加扎实。



（二）共促消费公平，是践行以人民为中心发展思想的重要举措。党的十九届六中全会指出，践行以人民为中心的发展思想，不断实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益。坚持以人民为中心、促进社会公平正义，是中国共产党领导和中国特色社会主义的鲜明底色。共促消费公平，就是坚持以人民为中心的深刻实践，就是要回应消费者实现消费公平的呼声，满足消费者得到公平对待的诉求，促进生产、消费更健康更可持续的循环，促进人的全面发展，让消费者的获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。

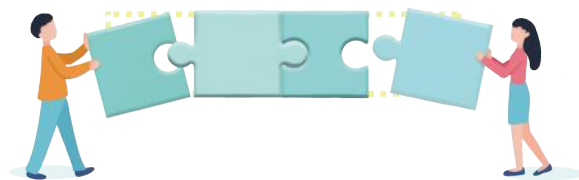
（三）共促消费公平，是落实法律赋予消费者权利的重要抓手。《消费者权益保护法》规定，经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益；不得设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。共促消费公平，就是要协同各方力量，督促经营者严格落实法律规定，重视消费者合法权益和正当利益，公平对待每一位消费者，共同维护公平竞争的市场环境，共同营造安全放心的消费环境，让消费者愿意消费、放心消费。

年主题目标

（一）凝聚社会力量，推动社会共识，筑牢消费公平社会基础。认真履行法律职责，发挥消协公益性社会组织平台作用，汇聚消费维权各方力量，强化消费公平共识，消除消费领域不公和歧视，统筹推进经济发展和民生保障，夯实消费公平基础，为推动社会公平贡献消协力量。

（二）加强理论研究，促进制度完善，夯实消费公平法治保障。近年来，暴露出诸多消费领域发展不平衡、不充分、不公平、消费者“急难愁盼”的热点难点问题，消协组织要针对有关问题加强理论研究和研判，推动完善相关法律法规和标准，辅助政府部门决策，不断强化消费维权制度基础。

（三）突出问题导向，坚持维权主张，加大消费公平救济力度。面对消费者反映集中、诉求迫切、危害性大、影响面广的消费不公平问题，从典型案例入手，综合运用点评约谈、调查调解、警示批评、信用公示、支持诉讼、公益诉讼等维权方式，切实提高维护消费公平的工作效能，同时合理配置维权资源，努力补齐农村地区、特殊群体、新兴领域的维权力量短板，让人民群众能够在公平



消费中获得良好消费体验。

（四）强化消费教育，加强宣传引导，壮大消费公平监督力量。加强系统化消费公平教育，帮助各个层面消费者掌握科学合理消费知识，提升自主依法维护消费公平的意识 and 能力。加强对公平消费的倡导和引领，引导社会各界和消费者对消费不公平现象勇敢说不，拒绝经营者为追求利益最大化而榨取消费者剩余，对消费不公平现象形成强大监督力量，共同维护社会公平正义。

消协组织年主题重点工作安排

围绕“共促消费公平”年主题，中消协和全国消协组织计划开展以下五方面的工作：一是积极开展年主题宣传，协同各方力量，营造浓厚社会氛围，夯实消费公平基础，引导节约适度、绿色低碳消费，促进可持续消费。二是强化维权热点问题的政策法律分析与议程设置，围绕个人信息保护、虚假信息披露、产品质量安全等案件加大公益诉讼、集体诉讼工作统筹指导力度，有效参与《反垄断法》《产品质量法》《消费者权益保护法实施条例》等法律法规和标准制修订。三是围绕新能源汽车、网络游戏、校外培训、老年消费、未成年人消费、残疾人消费、农村消费、个人信息保护、预付式消费、公共服务消费等领域开展民生领域消费监督活动，开展不公平合同格式条款点评活动，完善消费舆情常态化监测、分析、处置、反馈机制和提升城市消费者满意度行动指南，提升消费监督效能。四是强化消费教育引导协作，推动重点行业建立公平对待消费者自律公约，落实《消费教育大纲》要求，继续推进网络消费教育基地建设，联动开展“晓宇说消费”系列活动，深化“消协帮您选”共建共享机制，不断满足消费者多样化、个性化的消费信息需求。五是推进消费投诉信息综合利用，推动将投诉渠道建设纳入基础公共服务，严格投诉协同处置规则和属地责任，提高消费纠纷化解效率，加大消费投诉信息公示工作指导力度，综合运用职责解决重大、疑难案（事）件，联动开展民生重点行业企业的投诉分析，守护安全底线，共促消费公平。

（中国消费者协会）

四部门发布 《互联网信息服务算法推荐管理规定》

近日，国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部、国家市场监督管理总局联合发布《互联网信息服务算法推荐管理规定》（以下简称《规定》），自2022年3月1日起施行。国家互联网信息办公室有关负责人表示，出台《规定》，旨在规范互联网信息服务算法推荐活动，维护国家安全和社会公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益，促进互联网信息服务健康发展。

近年来，算法应用在给政治、经济、社会发展注入新动能的同时，算法歧视、“大数据杀熟”、诱导沉迷等算法不合理应用导致的问题也深刻影响着正常的传播秩序、市场秩序和社会秩序，给维护意识形态安全、社会公平公正和网民合法权益带来挑战。在互联网信息服务领域出台具有针对性的算法推荐规章制度，是防范化解安全风险的需要，也是促进算法推荐服务健康发展、提升监管能力水平的需要。

《规定》明确，应用算法推荐技术，是指利用生成合成类、个性化推送类、排序精选类、检索过滤类、调度决策类等算法技术向用户提供信息。国家网信部门负责统筹协调全国算法推荐服务治理和相关监督管理工作。国务院电信、公安、市场监管等有关部门依据各自职责负责算法推荐服务监督管理工作。地方网信部门负责统筹协调本行政区域内的算法推荐服务治理和相关监督管理工作。地方有关部门依据各自职责负责本行政区域内的算法推荐服务监督管理工作。

《规定》明确了算法推荐服务提供者的信息服务规范，要求算法推荐服务提供者应当坚持主流价值导向，积极传播正能量，不得利用算法推荐服务从事违法活动或者传播违法信息，应当采取措施防范和抵制传播不良信息；

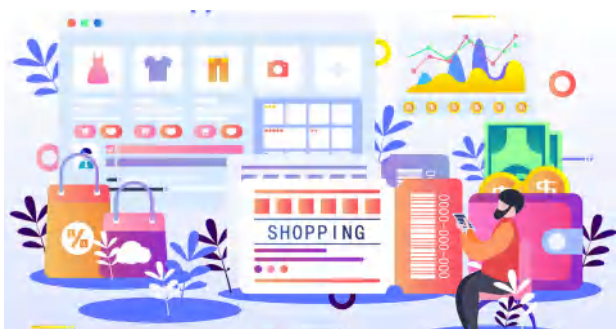
建立健全用户注册、信息发布审核、数据安全和个人信息保护、安全事件应急处置等管理制度和技术措施，定期审核、评估、验证算法机制机理、模型、数据和应用结果等；建立健全用于识别违法和不良信息的特征库，发现违法和不良信息的，应当采取相应的处置措施；加强用户模型和用户标签管理，完善记入用户模型的兴趣点规则和用户标签管理规则；加强算法推荐服务版面页面生态管理，建立完善人工干预和用户自主选择机制，在重点环节积极呈现符合主流价值导向的信息；规范开展互联网新闻信息服务，不得生成合成虚假新闻信息或者传播非国家规定范围内的单位发布的新闻信息；不得利用算法实施影响网络舆论、规避监督管理以及垄断和不正当竞争行为。

《规定》明确了算法推荐服务提供者的用户权益保护要求，包括保障算法知情权，要求告知用户其提供算法推荐服务的情况，并公示服务的基本原理、目的意图和主要运行机制等；保障算法选择权，应当向用户提供不针对其个人特征的选项，或者便捷的关闭算法推荐服务的选项。此外，对向未成年人、老年人、劳动者和消费者等主体提供算法推荐服务的，《规定》明确了具体要求，如不得利用算法推荐服务诱导未成年人沉迷网络，应当便利老年人安全使用算法推荐服务，应当建立完善平台订单分配、报酬构成及支付、工作时间、奖惩等相关算法，以及不得根据消费者的偏好、交易习惯等特征利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇等。

《规定》要求，具有舆论属性或者社会动员能力的算法推荐服务提供者应当在提供服务之日起十个工作日内通过互联网信息服务算法备案系统填报备案信息，履行备案手续；备案信息发生变更的，应当在规定时间内办理变更手续。算法推荐服务提供者应当依法留存网络日志，配合有关部门开展安全评估和监督检查工作，并提供必要的技术、数据等支持和协助。

国家互联网信息办公室有关负责人指出，算法推荐服务治理需要政府、企业、社会、网民等多方主体共同参与，推动算法推荐服务公正公平、规范透明，促进算法推荐服务向上向善，营造更加清朗的网络空间。

（中国网信网）



市场监管总局发布

《食品生产经营监督检查管理办法》

近日，市场监管总局发布修订后的《食品生产经营监督检查管理办法》（以下简称《办法》）。《办法》经2021年11月3日市场监管总局第15次局务会议通过，自2022年3月15日起施行。

为加强和规范对食品生产经营活动的监督检查，督促食品生产经营者落实主体责任，市场监管总局组织对原《食品生产经营日常监督检查管理办法》进行了修订。《办法》强化监管部门监管责任，构建检查体系，确定检查要点，充实检查内容，明确检查要求、严格落实食品生产经营主体责任，切实把全面从严贯穿于食品安全工作始终。《办法》共7章55条，重点内容包括：

一是落实“四个最严”要求，实施“全覆盖”检查。规定县级以上地方市场监督管理部门应当每两年对本行政区域内所有食品生产经营者至少进行一次监督检查。对检查结果对消费者有重要影响的，要求食品生产经营者按照规定在食品生产经营场所醒目位置张贴或者公开展示监督检查结果记录表。对发现食品生产经营者有食品安全法实施条例规定的情节严重情形的，依法从严处理；对情节严重的违法行为处以罚款时，依法从重从严。同时，将监督检查情况记入食品生产经营者食品安全信用档案；对存在严重违法失信行为的，按照规定实施联合惩戒。

二是划分风险等级，强化食品安全风险管理。结合食品生产经营者的食品类别、业态规模、风险控制能力、信用状况、监督检查等情况，将食品生产经营者的风险等级从低到高分A、B、C、D四个等级，并对特殊食品生产者以及中央厨房、集体用餐配送单位等高风险食品生产者实施重点监督检查，根据实际情况增加日常监督检查频次。同时，按照风险管理的原则，制定食品生产经营监督检查要点表，并综合考虑食品类别、企业规模、管理水平、食品安全状况、风险等级、信用档案记录等因素，编制年度监督检查计划。

三是落实“六稳”“六保”，营造法治化营商环境。针对监管实践中对食品安全法规定的“标签瑕疵”认定难题，细化食品安全法的规定，综合考虑标注内容与食品安全的关联性、当事人的主观过错、消费者对食品安全的理解和选择等因素，统一瑕疵认定情形和认定规则。同

时，落实新修订的行政处罚法，完善监督检查结果认定标准，依据是否影响食品安全并结合监督检查要点表确定的一般项目、重点项目，依法启动执法调查处理程序或者责令整改。对属于初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚；对当事人有证据足以证明没有主观过错的，不予行政处罚。

四是强化法治保障，以制度力量压实监管责任。落实党中央、国务院《关于深化改革加强食品安全工作的意见》，将飞行检查、体系检查的监督检查方式纳入法治轨道，规定市场监督管理部门可以根据工作需要，对通过食品安全抽样检验等发现问题线索的食品生产经营者实施飞行检查，对特殊食品、高风险大宗消费食品生产企业和大型食品经营企业等的质量管理体系运行情况实施体系检查。同时，落实食品安全法及其实施条例，进一步完善了监督检查的程序性规定以及责任约谈、风险控制等方面的管理要求。

市场监管部门将以实施《办法》为契机，强化食品安全风险意识，进一步加大监督检查力度，压实监管部门责任，督促问题隐患整改到位，坚决筑牢食品安全防线，坚决守护人民群众“舌尖上的安全”。（市场监管总局）



市场监管总局规范固体饮料标签标注 加强固体饮料质量安全监管

近日，市场监管总局发布《关于加强固体饮料质量安全监管的公告》（以下简称《公告》），进一步规范固体饮料标签标注，严格固体饮料质量安全监管，切实维护消费者合法权益。

固体饮料是当前市场消费量较大的食品。市场监管总局在巩固深化固体饮料专项整治成果的基础上，结合党史学习教育和“我为群众办实事”实践活动，聚焦人民群众普遍关心的“放心消费、品质消费”问题，就固体饮料标签标识、警示信息标注、严禁虚假宣称等作出细化规定，督促生产经营者落实主体责任，指导监管部门加强食品安全监管，引导消费者科学理性消费。

《公告》规定，固体饮料产品名称不得与已经批准发布的特殊食品名称相同；应当在产品标签上醒目标示反映食品真实属性的专用名称“固体饮料”，字号不得小于同一展示版面其他文字（包括商标、图案等所含文字）。

《公告》强调，直接提供给消费者的蛋白固体饮料、植物固体饮料、特殊用途固体饮料、风味固体饮料，

以及添加可食用菌种的固体饮料最小销售单元，还应在同一展示版面标示“本产品不能代替特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品、保健食品等特殊食品”作为警示信息，所占面积不应小于其所在面的20%，警示信息文字应当使用黑体字印刷，并与警示信息区域背景有明显色差。

《公告》要求，固体饮料标签、说明书及宣传资料不得使用文字或者图案进行明示、暗示或者强调产品适用未成年人、老人、孕产妇、病人、存在营养风险或营养不良人群等特定人群，不得使用生产工艺、原料名称等明示、暗示涉及疾病预防、治疗功能、保健功能以及满足特定疾病人群的特殊需要等。

此外，《公告》鼓励行业协会等社会组织发挥行业引导和自律作用，规范企业生产、销售和宣传行为；鼓励学校加强未成年人食品安全和营养健康教育，倡导家长等消费者科学认知、理性消费。（市场监管总局）

用“盲盒”诱导食品过度消费，当抵制！

近日，肯德基与盲盒销售商泡泡玛特联合推出的“DIMOO联名款盲盒套餐”，引发消费者抢购及社会广泛关注。根据这款盲盒套餐的销售规则，要想集齐整套玩偶，至少需要购买6份套餐，而其中稀有隐藏款出现概率是1:72。为此，有消费者不惜一次性斥资10494元购买106份套餐；还有消费者为“求娃”而购买“代吃”服务，雇人代买代吃套餐而获得盲盒，甚至不排除将吃不完的食物直接丢弃。

在商品销售中，买赠、积分、打折、红包等花式促销方式层出不穷。只要合理合法，正常的让利促销既使商家提高了销量，也令消费者得到了实惠，本无可厚非。但肯德基作为一家餐饮企业，其经营的快餐食品属于限期使用的商品，按需购买即时食用是这类商品的特点，通常消费者不会超量购买，以限量款盲盒销售则是以“饥饿营

销”手段刺激消费，容易导致消费者为了获得限量款盲盒而冲动消费，并因超量购买造成无谓的食品浪费。

倡导节约粮食，反对餐饮浪费，是中华民族的优良传统，也是新时代消费风尚。2021年4月29日《中华人民共和国反食品浪费法》正式实施，明确要求餐饮服务经营者自觉抵制食品浪费，提示消费者适度消费，必要时采取措施防止消费者浪费；不得诱导、误导消费者超额消费，造成食品浪费。中消协认为，肯德基作为食品经营者，利用限量款盲盒销售手段，诱导并纵容消费者不理性超量购买食品套餐，有悖公序良俗和法律精神。

物质丰裕的社会应与文明的精神追求相匹配，情绪价值的需求不应建立在物质浪费，尤其是食品浪费的基础之上。中消协倡导消费者积极树立正确的消费观，增强节约意识，践行反餐饮浪费，选择简约适度、绿色低碳的生

活方式，承担起节约资源、保护环境的社会责任；同时审慎看待自身消费需求，提高明辨是非的能力，进行科学理

性的消费活动，共同抵制盲目消费、冲动消费、超额消费等不良消费行为。（中国消费者协会）

教育部印发通知部署做好寒假期间“双减”工作

寒假将至，为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，巩固“双减”工作成果，严防校外培训旧态重演，保障广大中小学生学习愉快充实、温馨祥和的假期，近日，教育部印发通知部署各地教育部门认真做好寒假期间“双减”工作。

通知要求，各地要就寒假“双减”工作作出系统部署，制定工作方案，细化分工、压实责任、全面覆盖。要严格执行日常巡查，严防义务教育阶段线下学科类培训机构违规开班、面向3至6岁学龄前儿童的培训机构违规开展线下学科类（含外语）培训、非学科类培训机构以“素质拓展”“思维训练”等名义超范围开展学科类培训等问题发生。严查隐形变异行为，严厉打击以“家政服务”“众筹私教”“研学”等名义进行变相违规培训。通过全网巡查、全时段巡查与重点监管相结合的监测机制，集中整治违规开展学科类培训和学前阶段线上培训问题。

通知强调，要坚决落实严罚重处，对巡查中发现的违

法违规培训行为严惩重罚，定期更新黑白名单，将违规培训机构纳入黑名单，让违规者“一处失信，处处受限”。加大曝光力度，形成警示震慑。要广泛接受社会监督，各地要畅通线索获取渠道，可聘请人大代表、政协委员、新闻媒体、社区群众等作为社会监督员，丰富线索获取来源。对举报线索，要认真核查、加快办理、及时反馈。

通知提出，要做好学生假期安排，各地要指导学校严格控制寒假书面作业总量，引导学生合理安排学习生活。有条件的地方根据实际需要，因地制宜积极探索寒假托管服务，坚持学生自愿参加，帮助家长解决寒假看护难题。严禁学校寒假期间组织集体补课、讲授新课。要大力营造良好氛围，积极宣传科学育人观念，发布消费提醒，引导家长理性看待、慎重选择校外培训。要密切家校联系，指导家长积极承担家庭教育责任。要充分利用博物馆等各类校外活动场所，组织开展丰富多彩的寒假活动，让孩子度过一个有意义的寒假。（教育部）

公安部再推9项交管便民利企新措施

私家车新车上牌免查验，小客车登记全国“一证通办”，车辆信息变更“跨省通办”，大中型客货车驾驶证全国“一证通考”，恢复驾驶资格考试“跨省可办”……公安部近日发布新制修订的3个部门规章，推出9项交管便民利企新措施。

记者从公安部召开的新闻发布会获悉，3个部门规章中，《机动车驾驶证申领和使用规定》和《道路交通安全违法行为记分管理办法》自2022年4月1日起实施，《机动车登记规定》自2022年5月1日起实施。

此次公安部推出9项交管便民利企新措施，包括3项便利车辆登记新措施：推行私家车新车上牌免查验，推行小客车登记全国“一证通办”，推行车辆信息变更“跨省通办”；4项便利驾考领证新措施：推行大中型客货车驾驶证全国“一证通考”，恢复驾驶资格考试“跨省可

办”，优化驾驶证考试内容和项目，新增轻型牵引挂车准驾车型；两项减证便民服务新措施：推行申请资料和档案电子化，推行部门信息联网共享核查。

公安部还进一步完善执法监督管理机制，加强公安交管执法规范化建设，对发现民警辅警和工作人员违规办理机动车登记、参与驾驶人考试作弊、参与买分卖分等问题的，严格按照有关规定给予处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

据介绍，近年来公安部陆续推出“全国通办、一证快办”等69项交管便民改革措施，窗口改革已惠及9亿多人次，互联网服务惠及32亿多人次，为群众和企业节省办事成本800多亿元。今年6月1日起推行的12项交管改革措施，已惠及两亿多人次，其中8000多万名驾驶人申领电子驾驶证。（中国青年报）

市市场监管局打击违规生产销售 电动自行车及蓄电池违法行为取得成效

2021年以来，北京市市场监督管理局积极履行职责，开展违规生产、销售电动自行车专项治理行动，进一步强化对本市生产、销售电动自行车产品质量监督，严厉打击相关违法违规行为取得明显成效。截至目前，依法查处相关违法行为191起，查扣销售不合格及非法拼装电动自行车3572辆，罚款222.5万余元。

在整治中，市市场监管局组织开展先暗访摸排，再协调属地市场监管部门跟进查处的方式，对违法行为进行查处。专项整治以来，市场监管部门共检查经营主体2万余家次，以及全部电动自行车及蓄电池销售、存储、维修经营主体台账。同时，根据摸排线索以及产品质量监督进行抽查。截至目前，共查处相关违法行为191起，查扣销售不合格及非法拼装电动自行车3572辆，罚款222.5万余元。

针对网络销售领域非法销售电动自行车解限速装置、发布电动自行车改装信息等问题，北京市市场监管部门对京东、阿里等电商平台企业开展约谈告诫3次，要求电商平台严格履行主体责任，依法合规开展经营活动。相关互联网经营主体开展了自查整改，通过关键字屏蔽等手段阻断违法渠道，累计下架商品1200余件。

行刑衔接，严厉打击违法犯罪。北京市市场监管局

与公安部门建立联合执法协作机制，结合行政处罚和刑事打击手段，严厉打击电动自行车领域违法犯罪行为。组织执法人员和技术专家配合市公安局查处多起生产销售伪劣电动自行车案，同时将前期查办的6起非法改装和销售不符合国家标准的电动自行车仓储窝点的涉案当事人依法移送公安机关，追究刑事责任。

部门联动，严控产品目录。北京市市场监管局会同市交管局、生态环境局强化了目录的清理，对于日常监督检查以及与国家数据筛查中发现不符合标准、证书注销车型动态调整删除，并向社会公告。今年以来，已累计删除车型1194款，对于发现存在违法行为的申报主体，要求其认真整改，并加强对其产品申报管控。目前本市现行目录包括370个品牌、3801款车型。

下一步，市场监管部门将持续开展违规生产、销售电动自行车专项治理行动，联合公安、交管等部门，多部门联动，继续加强电动自行车专项执法，不断强化对本市电动自行车产品的质量监管，强化对网络销售行为的监管，严查生产、销售不符合标准的电动自行车及经营性拼装改装电动自行车等违法行为，保持对违法行为的高压震慑态势，维护好首都的市场秩序。

（北京市市场监督管理局）

《网络餐饮服务餐饮安全管理规范》4月实施 生食水产品不宜外卖配送

供餐企业应有固定的经营场所；生食水产品等对配送温度要求严苛的食品不宜外送；外送食品打包应使用开启后无法复原的封签或一次性外包装袋；外卖配送箱每日消毒应不少于一次，清洁消毒情况应有记录……记者从北京市市场监管局了解到，近日，《网络餐饮服务餐饮安全管理规范》（以下简称“规范”）正式发布并将于今年4月1日起实施。该规范对本市网络提供餐饮服务过程中的

餐饮安全管理提出明确要求，内容多处涉及消费者关心的热点问题。

该“规范”规定了通过网络提供餐饮服务过程中餐饮安全管理的一般要求、平台管理、供餐要求和配送要求，覆盖了网络餐饮服务的各个环节。北京青年报记者注意到，在对入网餐饮服务提供者的要求中，“规范”明确提出入网餐饮服务提供者应有固定的经营场所，场所的

布局设置要符合《餐饮服务单位餐饮服务场所布局设置规范》的要求。同时，不应委托、转包给其他单位或人员供餐。

“规范”对于外送食品的温度和不适宜外送食品种类也进行了明确。入网餐饮服务提供者，应合理安排出餐顺序，先出品易于保存的食品；生食水产品等对配送温度要求严苛的食品不宜外送；食品制作后应立即打包配送。需暂存的易腐食品暂存时间不应超过1小时，暂存温度热藏宜为60℃以上，冷藏宜为8℃以下；应随餐提供食品制作时间、建议食用时限等与食用相关的信息。

在外送食品的打包环节，“规范”规定热食类、冷食类食品应分隔放置，需低温保存的食品宜有保温措施；饮料类、汤羹类应分别单独包装；直接入口食品和非直接入口食品应分别打包，不应放入同一餐具或容器内；应使用外卖包装封签或一次性封口的外包装袋等密封方式，封签、外包装袋口在开启后应无法复原。

外卖的配送环节也是消费者关注的重点，“规范”要求配送时使用的配送箱应无毒无害，具有保温性、气密性和缓冲性等特性；配送箱每日消毒应不少于一次，清洁消毒情况应有记录；配送过程不应使用公交车、地铁等公共交通工具进行配送。同时要求，在配送过程中配送员不应打开食品外包装，发生食品污染应终止配送，装卸时，配送设备设施的门、盖应随开随关；配送过程中应满足保证食品安全的温度要求。

此外，“规范”还对传染病流行等公共卫生事件和其他应急事件发生期间的餐饮安全进行了规范。餐饮服务提供者、平台、配送单位应遵守国家和本市的防控要求，明确岗位责任，建立并执行防控制度，制度应至少包括员工健康管理、人员信息收集与档案管理、设备设施和环境清洁消毒、应急处理流程和措施等内容。在配送过程中宜采用无接触配送方式，及时做好配送设备消毒。

（北京青年报）

共享单车新规4月起施行 租用共享单车需实名认证

遇共享单车淤积，企业应及时响应调度要求，一般30分钟内到达现场，60分钟内“清淤”完毕。共享单车企业还应识别、校验承租人身份证号和姓名，以此判断其是否满足租车条件。市市场监管局近日公布《互联网租赁自行车系统技术与服务规范》，新规将从2022年4月起实施。

想骑共享单车，需先完成实名认证。新规要求，共享单车企业的运营平台，应具备识别承租人注册身份证号码和姓名，校验承租人身份证号码和姓名与“全国公民身份信息信息系统”信息是否一致，判断承租人是否满足租车条件的功能。承租人客户端除了应具备周边可租车辆查询、租用、结算、在线支付等功能外，还应明确规定骑车人年龄、骑行规则，提示承租人遵守交通规则等。

为规范共享单车停放，新规提出，共享单车应具有定位功能，车载智能终端应包括卫星定位装置，定位精度误差应优于15米。客户端电子地图中应标注停放区位置，展示入栏管理区、禁止停放区、运营范围边界，宜实

现骑行路径规划并引导承租人还车至停放区。一旦共享单车被停放在禁停区，应具备向企业运营平台预警、报警等功能。据悉，规范特别提出了“共享单车入栏率应高于90%”的要求。

为防止用车高峰期出现共享单车“淤积”问题，新规专门对共享单车调度提出要求。企业应制定车辆调度计划，根据区域车辆租还流动规律和停放数量，编制早晚高峰期间和周期性车辆调度清运计划，并跟踪记录调度计划执行情况，加强车辆日常调度管理，缓解车辆潮汐现象。交通枢纽、轨道站点、重要商圈等重点区域应采用电子围栏与人工管理相结合方式，早晚高峰设置专职管理员，负责疏导和调度。对占压盲道、绿化设施带、废弃车辆应及时调度清理。投入运营的故障车辆应在48小时内拖离故障现场，送到固定的停车场或维修点。

企业应及时响应属地管理部门清理淤积车辆、规范停放秩序等调度要求，响应并到达现场的时间一般不超过30分钟，处置完成时间一般不超过60分钟。（北京日报）

家用燃气灶具新标准本月实施

燃气灶具除了应具备高能效、低排放等新特点外，还必须设有熄火保护装置，一旦火焰被风吹熄或被汤水泼灭，能自动关闭气源，避免燃气泄漏。记者从国家市场监督管理总局（标准委）了解到，《家用燃气灶具》强制性国家标准本月实施。

燃气灶具几乎是每个家庭必备的厨房设备。据统计，2020年全国燃气灶具年产量3850.8万台。燃气灶具的品牌集中度也越来越高，行业已从过渡期发展到成熟期，形成了以方太、老板、美的、华帝、海尔为代表的龙头品牌企业，行业前五的龙头品牌企业销售额已占到全国销售额的六成以上。

家用燃气灶具的上一版标准于2007年批准发布。但随着节能、环保、低碳、低排放要求越来越高，旧版标准已不能体现产品的要求和行业的水平，亟待修订。此次修订后的新版强制性国家标准，要求燃气灶具应具备高能效、低排放等特点，并将人身安全和健康放在首位，同时为新技术的发展留出了空间。

在热效率方面，新标准要求，嵌入式灶具不小于55%，台式灶不小于58%，集成灶在未开启吸排油烟装置的情况下不小于55%，开启排油烟装置的情况下不小

于53%。这些指标，均在旧版本的基础上进行了提升。消费者购买到的合规灶具，将具备高能效、大火力的排放特点，使节能变成现实。

此外，新标准还要求，所有类型灶具的每一个燃烧器均应设有熄火保护装置，当燃气灶的火焰因风吹或汤水泼洒等意外原因熄灭时，熄火保护装置会自动关闭气源，避免燃气泄漏事故的发生。熄火保护装置应满足开阀时间小于等于10秒，闭阀时间小于等于60秒，耐用性为标准动作6000次后。

新标准首次将集成灶和家用户外烤炉等新兴产品纳入其中，以满足群众的消费新需求。其中，按照新标准，集成灶应设置烟道防火装置，明火进入烟道后，30秒内应切断燃气通路和风机电源。

中国五金制品协会专职副理事长助理郭颖云提示，消费者应选择正规渠道购买合格燃气灶商品，务必使用品牌官方自带的安装服务，避免自行安装产生安全隐患。同时，定期清理燃气灶，保持燃气灶的日常清洁，在燃气灶具附近不要堆置杂物。尤其不要在厨房有明火的地方倒面粉、淀粉、咖啡粉、奶粉等，粉尘颗粒达到一定浓度，容易引起粉尘爆炸。（北京日报）

北京市老旧小区改造可申请提取公积金

1月13日起，为老旧小区加装电梯，住户也可以申请提取住房公积金了。近日，市住房公积金管理中心联合市住建委发布《关于住房公积金支持北京老旧小区综合整治

的通知》，明确住房公积金将支持北京老旧小区综合整治，增设电梯、楼体抗震加固增加阳台、上下水改造等都可纳入提取住房公积金范围。

两类项目三类人群可提取

何种老旧小区综合整治项目可提取住房公积金？根据《通知》，可纳入提取住房公积金范围的项目共有两类：一是危旧楼房改建项目；二是与住房直接相关的楼本体改造项目，具体包括增设电梯、楼体抗震加固增加阳台、多层住宅楼房平改坡、上下水改造、外套式加固增加面积及更换外窗项目。



《通知》规定，三类人群可因老旧小区改造申请提取住房公积金，分别为房屋产权人、已签订购房协议的公房承租人以及前两类人群的配偶、父母、子女。提取限额以支付的改造成本实际出资额为限，同时不得超过申请人公积金余额。申请人可通过住房公积金任意管理部或银行代办网点办理相关提取手续。

支持危旧楼房改建个人贷款

今后，住房公积金还可支持危旧楼房改建个人贷款。凡纳入北京市老旧小区综合整治范围，通过翻建、改建或适当扩建方式进行改造的危旧楼房的产权人或购买改建后房屋的公房承租人及其配偶，均可以申请公积金个人住房贷款。

《通知》提出，贷款额度不超过申请人还款能力和缴存年限确定的额度以及用于抵押房产评估价值的80%，最高不超过70万元。贷款首付款比例不低于危旧楼房改建中个人负担部分总额的10%。改建住房贷款期限最长15年。改建住房贷款执行首套房贷款利率政策。

交存房屋“养老钱”可使用公积金

住宅专项维修资金对保障住宅安全和延长建筑寿命起着重要作用，交存本市老旧小区的这笔房屋“养老钱”也可提取住房公积金。根据《通知》，纳入本市老旧小区综合整治项目范围的房屋，产权人可以申请使用本人及配

偶名下住房公积金，用于房屋住宅专项维修资金的续筹与补建。申请人可通过住房公积金任意管理部办理提取业务，提取的住房公积金额度将自动存入申请人名下房屋住宅专项维修资金账户内。

小贴士

因危旧楼房改建申请公积金个人贷款

贷款额度、首付款比例如何计算？

例如，李先生所住小区已纳入北京市老旧小区综合整治范围，且小区1号楼正在进行拆除重建改造。李先生个人负担部分总额为30万元，前来申请住房公积金个人住房贷款。

根据李先生的年龄测算，贷款期限最长为18年，但改建住房贷款期限最长不超过15年，因此贷款期限最长15年。

在危旧楼房改建中，李先生个人负担部分总额为30万元，按本通知规定，首付款比例不低于3万元，扣除首付款后的个人负担部分为27万元。经办人员根据李先生还款能力和缴存年限确定贷款额度为60万元，改建后的房产评估价值为200万元，用于抵押房产评估价值的80%为160万元。按照本通知规定贷款额度最高不超过70万元。

最终，李先生可申请27万元住房公积金个人住房贷款（扣除首付款后的个人负担部分、计算的最高贷款额度、用于抵押房产评估价值的80%，三者取其低，且不能超过最高贷款限额）。（北京日报）

北京市已有131家医疗机构提供互联网诊疗服务

记者从市卫健委获悉，目前本市已有互联网医院32家，提供互联网诊疗服务的医疗机构达到131家，去年在线服务患者约30万人次。

市卫健委介绍，本市优化候诊就诊秩序、服务流程。三级医院分时段预约挂号全部精确到30分钟以内。102家三级医院在重点科室候诊区装上了电子叫号系统，市属医院均已实现社保卡、京医通卡等“亮码就医、脱卡就医”，候诊、就诊秩序全面改善。

为方便“上班族”就医，宣武医院、天坛医院等65

家医院开设了夜间门诊，解决“上班族”就医难题。针对基层医疗机构空间有限问题，试点推出“缺药即送”服务。同时，本市鼓励居民首诊在基层社区就近挂号就诊，鼓励医疗机构开展互联网诊疗，要求各医联体积极运用互联网技术，开展预约诊疗、双向转诊、远程医疗等服务，上级医疗机构积极面向基层提供远程会诊、远程心电图诊断、远程影像诊断、远程查房和远程培训等服务。

（北京晚报）



庄红韬

“先囤后游”火爆，谨防退改纠纷添堵

为应对疫情对人们外出旅游的影响，很多在线旅游平台、旅行社、酒店和航空公司都推出了形式新颖、体验灵活的出行类商品，消费者可以提前购买，在有效期内择时要求兑现。这种形式既满足了疫情期间人们对出行安排灵活宽松的要求，也契合了新生代消费群体更加个性化、随性的消费需求。因此产品一经推出就受到了消费者的热情响应。然而，这种“先囤后游”式出行类消费模式兴起的同时，订单的退改政策作为产品服务的因素，正影响消费者的实际体验。

“先囤后游”之所以深受商家和消费者的喜爱，缘于其在当前环境下，为双方提供了极大好处。商家通过预售获得部分资金，对缓解资金压力起到了“输血”作用，同时锁定一定期限内的产品销售，有利于企业经营安排。消费者通过提前支付费用，既得到了优惠价格，获得较高性价比，同时也能在日程安排上有更充裕的选择。2021年双11期间，飞猪平台上，8家航空公司“随心飞”产品累计销量超10万件，多家航司的机票次卡类产品累计销量超10万件；冰雪旅游商品销量同比增长206%。消费者“用脚投票”表达了对“先囤后游”的支持。

然而，在热销的同时，“先囤后游”产品在实际使用兑换过程中也出现了购买易兑换难、订单退改困难等问题，尤其是个别企业和第三方平台为消费者退改设置了较高的门槛，高比例的退改费用。

客观而言，乐于应用“先囤后游”模式的消费者，很多是拥有更前卫的消费观念，愿意尝试新鲜事物，也是此模式潜在的持续消费群体。从消费者角度出发，受疫情管控等影响，取消预定产品实属无奈，消费者本身并无过错，高额的退改费用和繁琐的手续无疑加重了消费者对产品的负面印象，对后续推广和企业在消费者心目中的形象都是一种打击。

从另一方面来讲，企业设置退改门槛也有其自身理由。首先在疫情影响下，很多企业的业务受到影响。在通过提供优惠吸引客户的同时，设置一定退改条件，企业可以留住部分存在犹豫的客户。另外，通过“先囤后游”销售提前获得的资金，理论上只是预收款项，只有完成了对消费者的产品服务交付后，才能转化为企业实际收入。然而，以上因素不应成为平台和企业设置过高退改门槛来阻拦消费者的理由。须知很多消费者的违约也是被动的，提高退改门槛并不能改变其选择，而且过于苛刻的退改条件将抑制消费者未来继续“先囤后游”的愿望，长远来看，对企业未必划算。

“先囤后游”的不足之处，需要企业和消费者双方协调磨合来化解。企业作为处于强势地位一方，掌握更多资源，应设置合理的退改条件，方便消费者的同时，增加客户黏性，积蓄后续潜力。作为消费者，应了解与一般商品不同的是，此类商品在购买之后，还需要付出时间和精力去兑现。因此，囤货前要明确自己的预期和安排，不要贪一时便宜“囤货”过多造成“消化不良”。同时一旦购买产品，在条件允许的情况下应尽快兑换，早日“落袋为安”，也间接帮助企业实现了收入转化，利人利己。（人民网）

“抢票加速”服务，真管用还是大忽悠？



杨召奎

又到一年春运抢票高峰期，一些热门方向的车票难免会出现一票难求的现象，于是“抢票加速”服务再次大量上线。

1月5日，上海市消保委发布了4家平台抢票加速服务测试结果，发现不同平台抢票所需支付的费用不同，抢票机制也不同。平台把抢票成功率和用户等级、加速分级、车次选择等相挂钩，但其挂钩的规则和优先次序并不透明。消费者实际对抢票成功率的高低、真假根本无从辨别，只是被不断灌输“加钱=增加概率”的概念，被诱导着持续盲目付费。

例如，某平台设置了低速、快速、高速、光速4个不同档次的抢票加速包，每增加一个档次消费者需要多支付20元。同时，该平台还在订票界面标注了具体的抢票成功率，消费者购买的加速包越贵，显示的抢票成功率越高。如低速41%、快速44%、高速48%、光速62%。但抢票成功率是怎么得出来的，消费者并不知晓。

另一家平台则设置了普通用户抢票和会员抢票。普通用户抢票同样根据所谓的“抢票速度”设置分级，而PLUS会员抢票则需要消费者支付每年88元的费用。此外，还有抢靠窗座位、抢靠过道座位、5元/人的“24小时专人抢票”等抢票服务，都需要收费。

从以上事例可以看出，平台为了增收，可谓煞费苦心。平台的“抢票加速”服务之所以能让消费者买单，是因为掌握和利用了消费者的急躁和侥幸心理。消费者抢不到票，会产生急躁情绪，当看到平台宣称可以“较高成功率”抢到票时，就会抱着试一试的态度，愿意多支付一些钱来增加成功的概率。利用这种心理，平台灌输“加钱=增加概率”的观念，推出诸如各种加速等级包、VIP会员加速等各种“玩法”。

对此，铁路12306近日表示，消费者使用的“加速包”并不能拥有优先购票权，无论是哪款购票软件都需要在铁路12306购票系统排队。上海市消保委则指出，平台帮消费者抢票仅仅是在12306平台不断刷新余票信息，继而通过程序抢票，这项服务可以算是一项增值服务，也给一些消费者带来便利，但其技术含量和服务成本不高，抢票成功更多的是依靠运气。

即便如此，平台依然动辄收取数十元甚至上百元的抢票费用，赚取“概率钱”，同时还提前收费获得现金流。此外，有些平台还有好友帮抢、好友助力等加速任务，其目的是利用消费者人际资源，把消费者作为拉新引流的“利器”。

但问题是，这样的生意有违规风险。如果“加速包”不能加速或者抢票成功率没有宣传的那么高，就涉嫌虚假宣传，侵犯购买“加速包”的消费者的权益；如果可以加速，则损害通过正常途径购票的消费者的权益，有违公平。

在新浪黑猫投诉平台上，就有不少消费者反映平台的“抢票加速”服务存在诱导消费、虚假宣传、默认购买加速包、未抢到票不退购买加速包的费用等问题，涉及一些旅行网以及多家在线旅游平台。

因此，消费者应擦亮眼睛、理性消费，与其花钱购买所谓的“加速包”，倒不如使用12306平台的“候补购票”功能。同时，还要了解，第三方平台购票还可能出现出票迟延、退改签手续费过高、个人信息泄露、退款慢等问题。（工人日报）



丰收

种植牙集采是对“天价种牙”重要一击

1月10日召开的国务院常务会议决定，常态化制度化开展药品和高值医用耗材集中带量采购，进一步降低患者医药负担。会议指出，要逐步扩大高值医用耗材集采覆盖面，对群众关注的骨科耗材、药物球囊、种植牙等分别在国家和省级层面开展集采。这是国家层面首次提出对种植牙开展集采。

“种一口牙相当于一辆宝马车”，这句话曾是某知名医院口腔科主任医师对“种牙贵”的形象描述。很多患者也对“种牙贵”有切身体会。虽然引发关注已久，但一直未采取有效办法。去年以来，利好消息不断传来，宁波市医保局计划用医保历年账户支付种植牙项目，个别省份开展口腔医用耗材历史采购数据填报。

更大的动作是国家层面首次提出对种植牙开展集采。上述国务院常务会议要求，包括种植牙在内的高值医用耗材分别在国家和省级层面开展集采。这意味着种植牙将“双线集采”，国家集采将发挥国家力量，以全国患者之量换种植牙之价，砍价力度自然很大。省级集采因地制宜开展集采，也有降低种牙负担之效。

数据显示，国家组织药品集中带量采购以来，所采药品平均降价54%。截至去年底，累计节约费用约2600亿元。当这种集采经验用于高值医用耗材集采时，也发挥了强大的砍价作用，如冠脉支架降幅93%，人工关节降价82%。由于前期积累了大量集采经验，我们相信种植牙集采，也将大幅降低种植牙价格。

种植牙的主要费用由种植体、牙冠、基台、诊疗手术费、修复费用五部分组成，一颗费用大致为7000-22000元。有报告显示，种植体占种植牙总费用的40%，其中种植体占3000-12000元。这还是一般的种植体价格。上述口腔科专家透露，“最贵的牙植体8万元一枚”。集采能砍掉种植牙多少价格水分，值得关注。

种植牙集采将是打向“天价种牙”的重要一拳，是降低患者种牙成本最值得期待的举措。因为不仅直接降低种植牙耗材费用——有人估计降幅70%左右，有专家还认为，一旦种植牙国家集采落地，将促使进口耗材本土化生产，从而降低生产成本。公立医院种植牙大幅降价，将倒逼民营医院降价。

种植牙集采一旦落地，“种一口牙相当于一辆宝马车”“种一口牙相当于在县城买套房”等现象有望成为历史。即便种植牙暂不纳入国家医保支付范围，也能明显降低患者负担。如果宁波等地用医保历年账户支付种植牙项目，则能进一步减轻患者经济负担。“牙好胃口就好”，对患者身心健康大有好处。

当然，国家及省级集采只能降低种植牙耗材费用，手术费、修复费等是否也能降低？由于种牙周期长，患者需多次就诊，造成综合治疗成本高，所以在集采之外还应努力降低种牙综合成本。

此外，种植牙市场还有不少乱象，如无种植资质、无专业手术室、无规范流程、乱收费等，都增加了患者的成本。应以种植牙集采为契机，针对“天价种牙”“黑牙科诊所”等种牙市场乱象开展一次彻底的治理专项行动，让患者有更多获得感。无论是国家层面开展种植牙集采还是省级层面集采，都既要确保种植牙耗材高效供给，也要对集采耗材质量加强监管。（北京青年报）

向算法“技术霸凌”说不



余建斌

算法歧视、“大数据杀熟”、诱导沉迷……针对这些算法不合理应用导致的问题，国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部、国家市场监督管理总局近日联合发布《互联网信息服务算法推荐管理规定》，自2022年3月1日起施行。该规定的出台，就是要规范互联网信息服务算法推荐活动，保护广大网民的切身利益，促进互联网信息服务健康发展。

“算法”是用计算机去解决问题的策略方法，早已和网民息息相关，甚至可以说塑造了人们眼中的网络世界。当前，互联网进入大数据、人工智能的发展阶段，数字生活几乎可以说已被算法主导。打开手机视频APP，都是你“爱看”的短视频，新闻客户端上，都是你“爱读”的消息，购物APP上，都是你“想买”的东西……算法通过为用户量身打造、主动推荐信息服务，使得个人获得了需求被满足的愉悦，商家更精准地触达到了客户，拼团、直播带货更加高效，确实为经济社会发展等方面注入了新动能。

但与此同时，在强势的算法面前，用户也时常产生着一种无法拒绝、无权选择的无奈感。你可能只是在这个主题的短视频上多停留了几秒钟，或是在这个购物平台上偶尔搜索了这件商品，但算法已经根据你的喜好进行了私人定制、个性推荐，随之源源不断地给你推送同类型的视频、商品和新闻。在算法打造的“围城”里，用户无法破墙而出，获得信息推荐个性化定制的同时，也失去了信息多样性的接收机会，便也成为了被收割的流量群体。

尤有甚者，随着算法应用的日益普及深化，类似“大数据杀熟”、诱导沉迷等算法歧视、算法不合理应用导致的问题也深刻影响着正常的传播秩序、市场秩序和社会秩序。有时苹果手机的用户看到的商品价格可能要比安卓手机的用户看到的高一些，或是利用算法推荐服务诱导未成年人沉迷网络……这些由算法造成的“技术霸凌”如果不及早消除，不仅仅伤害网民的合法权益，对互联网行业的健康发展也会带来损伤。其实，算法看似客观，但决定采取何种算法、使用哪些数据“标签”、达到何种目的都是人为设定。比如，大数据杀熟就是典型的算法歧视，电商平台获取用户购物记录、手机型号乃至性别等数据后，就可对用户进行精准画像，从而让同一件商品微调成“千人千价”。而这些算法的“技术霸凌”，用户往往难以知晓，因此也很难“避坑”。

此次《互联网信息服务算法推荐管理规定》的出台，明确了用户可以选择关闭算法推荐，也可以拒绝使用其个人的特征数据的算法推荐服务，同时也规定不得根据消费者的偏好、交易习惯等特征利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇等，从而遏制大数据杀熟的不良之风。可以说，这是从技术源头对算法滥用作出了正本清源。下一步，算法推荐服务治理需要政府、企业、社会、网民等多方主体共同参与，推动算法推荐服务公正公平、规范透明，促进算法推荐服务向上向善，从而营造更加清朗的网络空间。（人民网）

低价≠实惠，享受物美价廉还需避开这些坑

随着2022年春节的日益临近，很多消费者已经准备着手置办年货、更换新家具或者酝酿着去低风险的旅游景区游玩。商场、超市、旅行社、电商平台等经营者也纷纷推出各种各样的优惠活动，其中，最直观、最普遍的活动方式就是降价促销。但低价并不等于实惠，一些不法经营者可能借低价之机，销售假冒伪劣产品，甚至欺骗消费者，给消费者的春节生活“添堵”。对此，中消协整理了近年来消费者反映比较突出的几种“低价套路”，希望广大消费者加强防范，防止“中招”：

低价“问题”食品安全风险高、营养价值低

俗话说，“民以食为天，食以安为先”，消费者挑选年货美食，在考虑价格的同时，更要重视安全和品质。首先，要检查商家是否具有《食品经营许可证》和《营业执照》等经营资质，并查看《食品经营许可证》上载明的经营范围是否匹配，建议到证照齐全的正规商家处购买食品。其次，关注食品的标签信息，特别是商标、名称、生产日期、保质期、产品执行标准、食品生产许可证号、配料表和营养成分表等，了解产品基本情况，防范“山寨”食品、“三无”食品及过期食品，降低食品安全风险。

社区团购“薅羊毛”小心买到假货和劣质产品

消费者在进行社区团购时，一要认真甄别、查看商家资质，了解商家口碑及售后服务情况，尽量选择信誉良好、服务规范、售后有保障的团购商家，谨慎选择微商、社交平台及个人组织的微信团购群。二要仔细查看供货渠道和供货商资质，收货时要及时查验产品品质，如肉禽产品是否经过检验检疫、农副产品是否经过检测、是否符合食品安全国家标准、是否有产品合格证等。三要根据自身需要理性消费，不盲目囤积限期使用的商品，抵制低价的诱惑，避免过度囤积造成浪费。四要保留发票、电子订单、支付页面等消费凭证以及与团购平台“团长”的聊天记录、产品

的宣传介绍与服务承诺等信息，当自身合法权益受到侵害时，积极进行维权。

超低价促销暗藏“猫腻”让利为假，盈利为真

消费者一要警惕商家的超低价甚至免费促销行为，仔细辨别促销的真伪，特别要了解是否附带其他条件等。对于涉及分期付款的，要全面了解相关规则，并衡量自身的偿还能力。二要理性充值，对于“充多少送多少”“高额返现”等形式诱导消费者充值的，要结合商家的信誉度、消费者自身经济能力和消费需求等综合考虑，建议不要一次性充值较大金额。三要保护好个人信息和个人财产安全，不随意填写手机号、地址等个人信息；不随意点击不明链接、不随意扫描二维码。

远离“不合理低价游”当心“游游游”变成“买买买”

消费者在选择旅游产品时，应抛却贪图便宜的心理，不能单纯以价格为导向，要多关注旅行社的口碑以及旅游产品的品质，同时考虑自身身体状况和承受能力等因素，并与旅行社签订旅游合同，详细阅读合同条款，了解旅游行程安排及双方的违约责任。若发现旅行社的合同存在不合理之处，一定要提前与旅行社协商解决，切不可盲目签约。

共促消费公平、保护消费者的合法权益是全社会的共同责任，良好的消费环境也需要全社会共同维护。中消协对存在问题的经营者将依法加强监督规范，促进行业自律，遏制行业乱象，护航春节消费；敦促有关经营者摒弃各类不良营销手法，注重品质提升与信用建设，真正为消费者提供物美价廉的产品和服务。

中消协提醒广大消费者，要理性看待商家的打折促销行为，擦亮双眼，甄别所谓的“低价”是“真实惠”还是“设套路”，尤其要注意防范不法商家的超低价陷阱，精明消费，畅享实惠。（中国消费者协会）

市场监管总局发布羽绒服、电热毯等 6类产品消费提示

元旦、春节“两节”前夕，市场监管总局发布6类产品消费提示，包括节日灯饰、电热暖手宝、羽绒服、运动头盔、羊毛羊绒服饰、电热毯等，帮助广大消费者科学选购和使用相关产品。

灯饰消费提示

节日灯饰作为一种装饰性照明设备，可在室内和室外广泛使用。随着元旦、春节的来临，为烘托节日喜庆气氛，节日灯饰也成为消费者喜爱的年货之一。

市场监管总局提示消费者在购买和使用时应注意以下几点：

一是应选择企业名称或商标、规格型号、额定电压（范围）、额定功率、光源信息、安全警示说明等信息以及安装说明/使用说明、合格证等材料齐全的产品。

二是产品外观应完好无损坏，无毛刺，无粗劣材质感觉。导线（绝缘）应无破裂，无磨损。光源应无损坏，LED发光元器件不能随意拆卸。

三是选购组装灯饰时，要选择端口封好、安全部件齐全的产品；如果有控制装置，要选择具有安全隔离标记“”或安全特低电压标记的产品。

四是用于室外的节日灯饰，应具有相应的IP防护等级。

电热暖手宝消费提示

进入冬季，各类电热暖手宝受到消费者广泛欢迎。电热暖手宝选购或使用不当可能导致高温、漏电等事故。市场监管总局提示广大消费者在购买电热暖手宝产品应注意以下几点：

一是应注意选择安全性相对较高的电热线式或金属发热管为发热元件的暖手宝。

二是选择信誉良好、证照齐全的正常商家，购买时向经营者索取发票或购物凭证。

三是查验是否有商品名称、生产企业名称地址、出厂检验合格证、执行标准、生产日期等信息。

羽绒服装消费提示

羽绒服装是由经净化消毒处理的鸭/鹅绒和细小羽毛填充而制成的服饰。羽绒服装保暖性好，是消费者在寒冷季节首选的服饰类产品。

在选购羽绒服产品时，市场监管总局提示广大消费者要注意以下几点：

一“闻”：应选择无任何异味的产品。

二“看”：仔细检查羽绒服装的标签信息，重点关注绒毛种类（鸭绒或鹅绒等）、含绒量（绒子含量）、充绒量（填充鸭/鹅绒的重量）及蓬松度等指标。

三“捏”：用手捏填充物，如有枝状物的扎手感，则含有长毛片或羽毛梗，朵绒含量较少，保暖性能较差；按压衣物回弹时间越快，表明其蓬松度越高，保暖性越好。

四“拍”：拍打后仔细观察表面和接缝等地方，如有绒毛钻出或粉尘溢出，说明羽绒服装防钻绒性差，会出现越穿越薄等问题。

运动头盔消费提示

运动头盔作为运动者佩戴的头部安全护具，一般由壳体、缓冲层、舒适衬垫和佩戴装置组成，能够有效避免或减轻运动伤害，在高速度运动如冰雪运动、自行车、滑板、轮滑等项目中起到保护作用。

在购买环节，市场监管总局提示消费者要注意以下几点：

一是按需选择。应根据运动项目需要选择相应种类的运动头盔产品，如滑雪运动需考虑低温环境对头盔材质的影响。

二是查看标识。购买运动头盔前，仔细查看厂名厂址、产品用途、生产日期或批号、执行标准、头盔尺寸和重量、警示说明等信息，切勿购买无产品标识的头盔。

三是检查外观。选购时，观察壳体内外表面不应有不合理的突出物或尖锐物，缓冲层应均匀覆盖且紧

贴壳体，舒适衬垫应整洁且无异味，佩戴装置应牢固且便于解开。

四是提前试戴。要根据头围尺寸选择型号合适的产品，试戴时注意能够覆盖额头至后脑的主要保护区域，调节系带保证头盔稳定性并具有足够的视野。

羊毛羊绒服饰消费提示

羊毛羊绒服饰具有保暖御寒性能，备受消费者青睐。市场监管总局提示消费者在购买时要注意以下几点：

一是选择正规渠道销售的产品，注意查验商品或其包装上的标签标识是否齐全、规范。除标明产品名称、生产厂名厂址、质量检验合格证明之外，还应标注型号、成分及含量、安全类别、执行的产品标准、维护方法等内容。

二是重点关注羊毛或羊绒含量，不要购买价格明

显低于同类产品的服饰。

电热毯消费提示

电热毯通过电热元件进行加热，是冬季备受欢迎的电暖类产品之一。电热毯的选购或使用不当可能导致烫伤、起火等事故，市场监管总局提示消费者在购买和使用电热毯产品时应注意以下几点：

一是应选择正规商家销售的具有国家强制性认证“CCC”标志（3C标志）的产品，并确保企业名称或商标、规格型号、工作参数、安全警示说明等信息，以及使用说明书、出厂合格证等材料齐全。

二是选购时，要检查产品的外观有没有破损或缝隙，开关或旋钮等部件是否灵活好用，电源线及电源接口是否完好无破损。

三是索要发票或购买凭证，作为消费维权的依据。（国家市场监督管理总局）

理性食用火锅 安全是美味的前提

时下，吃火锅成为人们一大爱好，四五亲朋好友，围锅而坐，不同的食材被投入锅中，觥筹交错间，大快朵颐。为确保广大消费者饮食安全，湖南省市场监管局发布冬季火锅消费提示，理性食用火锅，安全是美味的前提。

一、消费者看过来

一要注意“选点”。外出到餐饮单位食用火锅时，应查看餐厅是否有食品经营许可证或餐饮服务许可证，尽量选择门口有笑脸标识、动态等级为优秀、后厨情况能一目了然的“透明厨房”式餐厅就餐。

二要注意“看材”。涮火锅的食材一定要注意新鲜、卫生，不食用来源不明的野生蘑菇等食品，防止食物中毒事件的发生。自制火锅底料、自制饮料和自制调味料的餐饮单位应将所使用的食品添加剂予以公示，消费者应注意查看公示信息是否齐全。

三要注意“选材”。普通海带的颜色是褐绿色或深褐绿色，海带颜色翠绿光亮的不能选；又白又大的

毛肚千万别吃，特别白的毛肚可能是双氧水、甲醛泡制过的，用手一捏很容易碎，加热后迅速萎缩。

四要注意卫生。生食和熟食不能混放在同一容器内，夹取生食采用专用工具，以免肉类中的病菌或寄生卵直接进入消化道，引起胃肠道感染；尽量选择分餐方式，使用公筷、公勺，避免个人餐具在公用餐盘中夹取食物或为他人夹菜。

五要荤素搭配。合理搭配，均衡营养，荤、蔬比例要控制；绿叶类蔬菜不宜煮过长时间，易会造成营养物质的流失，稍有变色即可食用；肉类要煮透，否则肉类中含有的细菌、寄生虫可能未被完全杀死，易造成胃肠道感染。

六要健康饮食。嗜好过度“咸香辛辣”、烫嘴烫心，会刺激口腔、胃肠；就餐时间太长会使胃液、胆汁、胰液等消化液不停地分泌，导致胃肠功能紊乱；饱食后立即饮用冷饮，胃肠道经历“冰火两重天”会诱发消化系统疾病。

二、火锅店主看过来

规范火锅底料和蘸料的管理。不采购质量低劣油脂，规范餐厨废弃油脂处置。禁止添加罂粟壳、石蜡等非食用物质，规范食品添加剂使用行为。

规范其他原材料的源头管控。加强供应商的资质索取审核力度，在食材运输及门店验收保管方面，严格按照操作标准，执行有效期管理，做到食材源头管控。

规范餐饮工具消毒工作。保持后厨清洁、卫生，对食品加工工具、盛放食品的器皿在每次工作结束后要及时清洗消毒。

规范餐饮人员岗位培训。保证店内工作人员持健

康证上岗，做好人员筛选和培训，确保工作人员具备专业技能和素养。

规范餐饮设施，提高安全意识。注意保持室内通风，留意消防通道，增强防火意识，避免发生消防安全事故。

消费过程中如有腹痛、腹泻、呕吐等明显的食物中毒症状，应及时就医，注意保留消费凭证、剩余食品等相关证据，第一时间拨打市场监管热线“12315”。

食品安全需要社会各界联动共治，消费者可以充分发挥社会监督作用，让我们共同守护“舌尖上的安全”。（湖南省市场监管局）

预付式消费 多做比较 谨慎选择

近年来，预付式消费模式逐渐成为服务领域的主流消费业态，在美容美发、健身养生、教育培训、洗车等服务行业普遍存在，并逐步扩展到餐饮、超市等行业，它是一种新型消费模式，具有“先付费、后兑现”一次性付款多次消费、消费周期长以及消费不连续等特点，是一种典型的信用消费。针对预付费式消费存在的诸多风险，为了引导消费者正确消费，避免消费纠纷再发生。为此，贵阳市消费者协会特别提醒广大消费者在选择预付式消费时，多做比较、谨慎选择，注意以下几点：

一是理性分析，拒绝不必要的消费。冷静地分析哪些是近期会频繁发生的消费，针对这一类消费考虑办理预付卡，要控制消费冲动，尤其不要被经营者的大幅度折扣吸引。

二是查看证照，了解商家资质。根据相关法律规定，商家必须在经营场所内悬挂或张贴《营业执照》等相关资质证照；消费者在选择预付式消费之前，应当先了解经营者的情况，是否证照齐全，尽量选择规模大、证照齐全、经营状况较好、服务质量佳、诚信度好的商家。不要轻信商家广告宣传和优惠幅度大而忽视了潜在风险，使自己权益受到损害。

三是避免冲动，办卡金额不宜过大。消费者在办理预付卡时应根据自己的实际需要，科学理性购买预付式消费卡，一次性充值金额不宜过多，谨慎选择金额过大，服务期限过长的预付式消费而承担过大的风险。应选择金额较小，期限较短的预付费卡，办理后尽快使用，即便商家出现因经营不善关门、转让等情况，风险小、造成个人损失也小。

四是签订合同，细化约定服务内容。在办理预付卡时，消费者要仔细了解和阅读办卡说明，不要图方便或轻信商家的口头承诺，最好与商家签订书面合同，在合同中详细约定预付卡的使用范围、有效期限、服务项目、退款条件、违约责任等条款，同时要特别注意终止服务、转让等限制性约定，以免日后发生纠纷无据给维权带来困难。

五是及时维权，妥善保留凭证。消费者要注意记录经营者所持营业执照上的准确名称，保管好经营者的有关合同、宣传册页、预付卡协议、付款凭证和个人消费记录等，当发现商家有异常情况时，要及时向有关部门咨询、投诉或举报，有效维护自身的合法权益。（贵阳市市场监管局）

警惕手机低门槛分期消费陷阱

随着消费方式的转变，分期付款消费成为一种常见的消费模式，特别是在手机消费领域，商家以“0首付”“低利息”“零利息”“以租代购”等低门槛为噱头，吸引资金短缺的消费者进行分期付款消费，而背后却暗藏了诸多的消费陷阱。1月14日，东莞市消费者委员会发布消费提示，提醒广大消费者手机低门槛消费，背后往往暗藏高支付成本。

低门槛暗藏高成本

部分商家打着“0首付”“零利息”的旗号来吸引消费者，从宣传上看貌似是首付或利息免了，但商家在销售过程中刻意隐瞒了贷款公司或平台较高的手续费、逾期还款违约金和所谓的保险费、担保费等项目，最终本息总额高出手机原价一到两倍。同时，部分不良商家专门针对未成年学生、刚毕业青年等群体，以威胁逼迫等方式强制消费者消费，严重侵害了消费者的知情权和公平交易权。

分期付款凭证缺失维权难

与商家合作的贷款公司、平台等金融机构，大多是异地的公司。在分期付款的消费过程中，消费者已与商家、贷款公司、平台等发生多重法律关系，而且办理手续的整个程序，都是通过指定的手机App完成。消费者在整个消费过程有可能一张纸质协议或凭证都没有。一旦发生纠纷，消费者将面临证据缺失、异地维权等困难。

逾期还款信用受损

对于经济基础薄弱、消费能力有限的学生、青年，在分期过程中往往会逾期偿还本息，而逾期还款的高额违约金甚至会导致无力还款，并影响个人征信。部分平台以电话骚扰、胁迫家人、朋友以及寄送律师函等方式进行催款，给消费者正常生活带来严重影响。

东莞市消委会提醒广大消费者要警惕手机分期付款消费，并注意以下细节，有效防范消费风险。

第一，购买手机认准品牌店。实体店选购手机，应尽量到品牌授权专卖店、电器商城、大型商场选购；线上途径购买，建议选择售后服务平台完善的知名购物网站、品牌手机官网旗舰店，并通过第三方支付平台进行支付。

第二，要充分了解分期付款所涉及的细节和内容，衡量偿还能力。消费者在选择分期付款消费方式时，不要仓促签约，一定要弄清利息、利率、分期期数、手续费、违约金以及本息总额等具体细节问题，并要明确与自己签订贷款合同的贷款方的具体情况，选择有实力、信誉好的贷款方，再签订贷款合同。另外，要衡量好自己的偿还能力再选择分期付款业务，一旦不能及时还款，将影响个人征信。商家在推销各种分期付款消费项目时，应自觉履行告知义务，明确告知消费者产品价格、利息、各项费用、期限、总还款成本，以及因逾期可能产生的费用和不良影响。

第三，注意主动索要正规票据和保存相关凭证。消费者购买手机，应保存相关通信、交易记录或凭证，特别是与分期付款相关的贷款合同，要主动向商家索要并注意保存。另外，购买手机时，应主动要求商家如实填写三包凭证，特别是一定要在票据上注明所购手机品牌、型号、串号（IMEI码）、价格等信息，并查看各项信息是否与手机实物一致。

第四，及时举报违法经营行为。在消费过程中，如遇不法商家存在涉嫌虚假宣传或欺骗性销售等侵害消费者合法权益行为，消费者在保全证据的同时，应及时向相关行政部门、消委会进行投诉举报。如遇到强买强卖、高额放贷、威胁逼迫等违法行为应立即向公安部门报警求助。（广州日报）



儿童青少年近视防控消费提示

小眼睛关乎大健康。近年来，我国儿童青少年近视群体数量不断上涨，儿童青少年近视防控工作已成为国家重点工作之一，但在儿童青少年近视防控消费过程中，消费者存在着一些误区，自治区消费者权益保护服务中心提醒广大消费者要科学防控近视，理性选择近视防控相关的产品和服务。

读写作业台灯不是越贵越好

读写作业台灯价格越高，护眼功效未必越好，要避免盲目选择高价产品。在读写作业台灯的选购上，一定要在正规渠道购买标志齐全的读写作业台灯。产品选购时应认真查阅其说明书上的类别、分类、执行的标准号、生产企业名称、商标、CCC等标识。要达到较舒适照明效果，应选择色温在4000K及以下、显色指数82以上的台灯。最好选择标注无危害级别的产品，字眼包括：无危险类、RG0类（注：国际电工技术委员会对LED光源产品蓝光危害进行了安全级别分类，RG0类灯在标准所定义的极限条件下不造成任何蓝光危害），避免台灯上的蓝光危害。

佩戴框架眼镜是矫正屈光不正的首选方法

佩戴框架眼镜是矫正屈光不正的首选方法，青少年初次验光最好选择专业的眼科医院，或到正规、有资质的眼镜店、视光中心等机构配镜。取到眼镜后仔细感受戴镜后是否有严重的不舒服症状，如看地板不平或变形。另外还可以要求配镜机构对眼镜进行个性化调整，这样眼镜不会对鼻梁、耳朵造成压迫感，配戴舒适。过敏人群谨慎选择金属眼镜架。

近视可防、可控、不可逆

近几年，各类销售相关近视防控产品和服务的商家，打着“无副作用”“高科技”等旗号推销所谓能治好近视的产品和服务，在此提醒消费者“近视可防、可控、不可逆”。所谓“高科技”“无副作用”针灸按摩眼罩纯属“心理安慰”，针灸按摩能改

善血液循环，缓解视觉疲劳，但也仅限于缓解睫状肌过度紧张引起的假性近视，无法降低近视度数或治愈真性近视；各类所谓“高科技”眼镜称能治疗近视，可能只是商家自我炒作和虚假宣传。一旦孩子确诊为真性近视，唯一能做的就是利用科学的办法控制、延缓近视快速发展，避免将来发展为高度近视，降低眼底病变的风险。

温馨提示

消费者在选购相关商品和服务时要“精明消费”，保留好消费凭据。如发生消费纠纷，要保持理性，可先与卖家协商处理，如协商不成可向属地消费者协会投诉，请求协调处理。如发现消费的相关产品和服务有假冒伪劣、虚假宣传等情形，可向市场监管等行政部门进行投诉举报。

（内蒙古自治区市场监管局）



新“三包”都给私家车“包”什么

今年1月1日起,《家用汽车产品修理更换退货责任规定》正式施行,已经实施了多年的原《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》停止使用。私家车是家庭消费中的大额支出之一,如果在购买时遇到重大问题怎么办?在哪些情形下可以享受退换货?因三包原因退换货造成的损失又该由谁承担呢?

“三包”并非完全无条件

2021年7月22日,国家市场监督管理总局公布了《家用汽车产品修理更换退货责任规定》(简称新“三包”规定)。其中第一条即明确,三包规定是“为了明确家用汽车产品修理、更换、退货(以下统称三包)责任”。其针对对象是家用汽车,即私家车,具体来讲就是消费者为了自己生活消费需要而购买和使用的乘用车和皮卡车,不包含用于经营用途的汽车或特种用途汽车。

家用汽车作为成熟的产业链产品,车辆从生产到销售过程中往往涉及生产商、进口方、经销商、零售商等多方主体。作为消费者而言,因车辆而产生的纠纷可能涉及合同纠纷或产品责任侵权纠纷,由此涉及不同的法律责任和不同主体的责任承担问题。

从合同层面讲,民法典规定



依法成立的合同只对当事人产生约束力,因此消费者如追究合同责任,应该将合同的签约方作为对象追究责任。从产品责任侵权角度讲,产品责任法明确,对于产品质量相关损坏问题,销售者应当负责修理、更换、退货;给消费者造成损失的,销售者应当赔偿损失,对于产品存在缺陷造成人身、他人财产损害的,受害人可以向产品的生产者要求赔偿,也可以向销售者要求赔偿。产品责任法是三包规定立法的法律依据,因此三包规定中亦相应规定了修理、更换、退货是销售方的责任,即消费者就三包问题应该向销售方主张相关权利,而销售者承担三包责任后,有权再行向生产者或其他责任方主张责任。

实践中,不少消费者将三包俗称为“包修、包换、包退”,此种通俗概括实际上是容易引起歧义的,“包修、包换、包退”并非是完全无条件的,只有符合法定或约定的三包政策的情形,汽车销售方才负有三包义务。具体来讲,承担三包责任的情形有以下三种情况:一是质量问题,指家用汽车产品质量不符合法律、法规、强制性国家标准以及企业明示采用的标准或者明示的质量状况,或者存在影响正常使用或其他情形;二是严重安全性能故障,指家用汽车产品存在的危及人身、财产安全,致使无法安全使用的质量问题,包括安全装置不能起到应有的保护作用或者存在起火等危险的情形;三是经营者做出严于三包规定的规定、更有利于保护消费者合法权益的三包承诺情形的,则应按照承诺承担责任。

新三包责任的五大法律变化

亮点1

三包起始日自交付之日起计算

与原来相比,新三包规定对有效期和包修期的约定未变,即有效期不得低于2年或者行驶里程50000公里,以先到者为准;包修期不得低于3年或者行驶里程60000公里,以先到者为准。

但原三包明确规定，有效期和包修期为从开具购车发票之日起计算，在实践中，往往难以要求发票日期与车辆的交付日期保持绝对一致，实践中易发生三包期限认定的纠纷。因此，新三包规定在旧规定的基础上进一步补充明确，如消费者开具购车发票日期与交付家用汽车产品日期不一致的，自交付之日起计算。

亮点2

七天内有重大问题可退换

目前，多数日常用品已纳入三包规定，在产品售出之日起7日内，发生性能故障，消费者可以选择退货、换货或修理。但还有一些商品未列入其中，汽车就是其中之一。

今年实施的新三包规定明确，家用汽车产品自三包有效期起算之日起7日内，因质量问题需要更换发动机、变速器、动力蓄电池、行驶驱动电机或者主要零部件的，消费者可以凭购车发票、三包凭证选择更换家用汽车产品或者退货。销售者应当免费更换或者退货。家用汽车产品自三包有效期起算之日起60日内或者行驶里程3000公里之内（以先到者为准），因质量问题出现转向系统失效、制动系统失效、车身开裂、燃油泄漏或者动力蓄电池起火的，消费者可以凭购车发票、三包凭证选择更换家用汽车产品或者退货。销售者应当免费更换或者退货。

此外，家用汽车产品在三包有效期内出现下列情形之一，消费者凭购车发票、三包凭证选择

更换家用汽车产品或者退货的，销售者应当更换或者退货：一是因严重安全性能故障累计进行2次修理，但仍未排除该故障或者出现新的严重安全性能故障的；二是发动机、变速器、动力蓄电池、行驶驱动电机因其质量问题累计更换2次，仍不能正常使用的；三是发动机、变速器、动力蓄电池、行驶驱动电机、转向系统、制动系统、悬架系统、传动系统、污染控制装置、车身的同一主要零部件因其质量问题累计更换2次，仍不能正常使用的；四是因质量问题累计修理时间超过30日，或者因同一质量问题累计修理超过4次的。

笔者认为，七天内可退换条款算得上是此次新三包规定力度最大的条款，立法目的在于倒逼生产企业强化家用汽车质量、承担质量责任。但家用汽车是大型商品，在发生退换货的情况下，涉及使用过的车辆交接和大金额钱款返还，不排除此项条款将会是今后消费者与销售者之间集中发生三包争议的主要情形。

亮点3

明确新能源汽车的核心零部件范围

旧三包规定出台至今，新能源汽车迅猛发展，已在家用汽车市场上占有举足轻重的份额。实践中，新三包规定出台前的新能源汽车一般参照燃油车辆提供三包服务。但旧三包规定是以燃油车为对象进行规范的，在涉及可引起车辆退换货的重要三包责任认定上，由于缺乏新能源汽车核

心零部件的认定规范，实践中纯粹依靠车企的单方商业承诺保障消费者利益。

此次新三包规定不仅正式明确将新能源汽车纳入三包范围内，而且在涉及退换的条款中，均同时将新能源汽车的动力蓄电池、行驶驱动电机列为与燃油汽车发动机、变速器并列的、能够导致退换货的车辆核心部件，弥补了认定新能源汽车核心部件的空白。

亮点4

三包原因退换货造成的损失有赔偿

新三包规定明确，销售者为消费者更换家用汽车产品或者退货，应当赔偿消费者下列损失：车辆登记费用；销售者收取的扣除相应折旧后的加装、装饰费用；销售者向消费者收取的相关服务费用。相关税费、保险费按照国家有关规定执行。

一般而言，消费者在车辆交付的同时，即已购买车辆的交强险和商业险，并对车辆加装诸如贴膜、防尘地毯或行车记录仪等物品，后续又必然发生车辆登记的相关支出。在发生车辆退换货情况时，消费者此方面的投入即形成损失，此前的三包规定仅单方要求消费者退还车辆时应支付使用车辆的合理费用，未规定销售者对于消费者一方上述投入的赔偿问题，容易引发纠纷。

新规定在保留消费者应支付使用车辆合理费用的同时，规定销售者应支付消费者交付车辆后发生的各项损失，体现了公平原

则，也是合同法律中损害赔偿理念的具体表现。

亮点5

“未到4S店做保养视同脱保” 没戏了

新三包规定中还明确，经营者不得限制消费者自主选择对家用汽车产品维护、保养的企业，并将其作为拒绝承担三包责任的理由。通俗地说，就是今后4S店等销售单位不得再以消费者“未到4S店做保养视同脱保”来对抗消费者的三包权益，这实际赋予了消费者获得较为充分的自行选择车辆保养机构的自由。

在笔者过往的司法实践中，因消费者自行选择其他车辆保养机构进行保养、导致销售者一方拒绝承担三包责任，是引发三包纠纷非常突出的原因之一，也是三包纠纷进入司法程序后销售者一方最重要的抗辩理由。

提高维权意识 做好三方面“功课”

消费者为了顺利实现维权，有三个方面的“功课”不能马虎。

一是要妥善保管三包凭证等随车文件。三包规定明确要求三包凭证、产品合格证等随车文件依法应由生产者提供，销售者“应当建立进货检查验收制度，验明家用汽车产品的随车文件”，并将销售者交付随车文件作为履行车辆交付的必备手续之一。因此，消费者在交接车辆时，务必监督销售者提供车辆的



随车文件并妥善保管。此外，如果三包凭证遗失，消费者可以免费向销售者申请补办。

二是消费者要了解维权路径。因家用汽车三包问题发生的争议，三包规定第三十四条提示消费者可以通过下列途径解决：协商和解；请求消费者协会或者依法成立的其他调解组织调解；向市场监督管理部门等有关行政机关投诉；根据当事人达成的仲裁协议提请仲裁机构仲裁；向人民法院提起诉讼。

特别需要提醒的是：首先，以上途径并非是单一的，比如协商和解就可能贯穿于整个纠纷解决的过程，和解对于减少消费者维权风险、降低维权成本及精力均有显著作用，因此，不管是否已采取了投诉或诉讼等手段，和解仍不失为消费者维护自身权益的重要手段。其次，行政机关的监督职能有响应迅速的特点，且除了协调处理双方在经济方面的争议外，还具有对违反有关行政法律规定的销售者、生产者处以相应的行政处罚等职权。最后，仲裁方式需要通过合同约定选择，合法有效的仲裁约定一般将排除法院的诉讼管辖，消费者在签署购车合同时应该注意其中对于

争议解决方式所约定的路径。

三是提高证据意识。任何纠纷的最终处理，都离不开“以事实为根据、以法律为准绳”这一原则。消费者想要合理合法地维护自身权益，除适当了解相关法律知识、了解相关维权途径之外，最重要的是能够保留好相关事实的证据。充分的证据既有利于消费者有理有据地主张权利，减少经营者推卸责任的机会，也有利于有关部门迅速查明事实，防止纠纷和损失扩大。有关国家机关、仲裁机构等对纠纷做出的调查和认定都是以查清纠纷事实为前提，调查显然不能凭空臆断，而是依赖于纠纷过程中各方留存下来的各项证据。新的三包政策虽明确规定了经营者一方应当随车交付三包凭证等相关文件，但产品是否存在故障、与退换相关的故障时间及维修次数等，都需要消费者有维护自身权益的意识，对与三包有关的证据加以收集、妥善保管。尤其在当下，手机固定证据提供了便利，有助于消费者还原事实、保护现场。

新三包规定的出台，延续并完善了近年来关于新能源汽车三包、汽车维修记录档案、经营者承担三包责任后对消费者的损失赔偿等热点问题。相信接下来的一段时间内，规范和监督家用汽车经营者积极履行相关的三包责任，将成为有关政府部门的一项重点工作，经营者也应该充分利用三包责任的施行，争取以质量和服务取胜，赢得消费者的信赖。（北京日报）

金融诈骗“盯”上年轻人口袋

“借贷消费”“只赚快钱”“一夜暴富”……近期一些年轻人因为这些消费和理财观念，落入了“套路贷”或金融诈骗的陷阱。在监管加大力度整治金融乱象的同时，专家建议年轻人树立理性的借贷意识和理财观念，提升风险防范能力。这里有一份“避坑”指南，希望能帮助年轻人提升“财商”，保持理性。

部分年轻人易落入金融陷阱

“专业办理大学生贷款，只需提供身份证信息，无利息、零担保……”这则广告信息打动了看中一款游戏机的大学生小王。他按照广告上的联系方式加上了对方微信，并在其指导下在某贷款平台贷了4000元。但没有经济来源的小王，无法按期还款，只能通过多家平台“借新还旧”。欠款像滚雪球一样越滚越大，短短6个月小王的债务已增长到10余万元。

近年来，借款人出现了“年轻化”特征，尤其是随着各种消费场景产生的小额贷款日渐增多，游戏贷、医美贷、租金贷等在年轻人中比较流行。

招联金融首席研究员董希淼表示，少数大学生深陷高额债务，离不开不良贷款平台的推波助澜。一些非正规持牌机构打着“小额低息”“无需信用记录”等旗号诱骗消费者借款，贷款利率实际上远超市场水平，甚至诱



导“以贷养贷”。另外，一些青年群体愿意尝试新奇事物，却缺乏足够辨识能力，容易落入宣传诱导的陷阱。

河南的张女士接触到一款名叫“喵喵”的手机应用软件，用户通过软件认购和“饲养”虚拟猫咪，虚拟猫咪很快便可养成、出售，号称能在短时间内为投资人赚得10%左右的收益。张女士前前后后投入了15万元，然而“喵喵”App突然无法登录，她不仅没有得到高额回报，本金也被一卷而空。

中国人民银行发布的《消费者金融素养调查分析报告（2021）》显示，对全国约14万份成年受访者样本数据分析发现，在有金融投资行为的群体中，中青年群体对金融投资收益预期的非理性程度更大。

专家指出，部分年轻人由于风险偏好比较高、自身经济实力不足，可能会追求赚“快钱”，盲目购买“保本高收益”产品，容易落入金融诈骗陷阱。

提升“财商”加强自我保护

提升公众的金融素养和风险防范意识，是强化金融消费者权益保护的预防性措施。作为初入社会的年轻人，如何才能管理好来之不易的收入？可参考这几点：

量入为出，理性消费。要树立理性的消费观，合理安排生活支出，不要盲目攀比。如果确实需要借贷，要为自己的负债规划定一个安全警戒线，可参考28/36经验法则，即个人或家庭的房产类相关支出不超过同期收入的28%，总的负债不超过同期收入的36%。控制负债水平在此范围内，个人或家庭在日常生活中一般不会有明显压力。

火眼金睛，去伪存真。对广告中的“免费”“优惠”“稳赚不赔”“低成本、高回报”等字眼要高度警惕，自觉抵制诱惑，坚信天上不会掉馅饼。切勿轻信各种QQ群、微信群所谓“高手”“导师”，防止被骗。

银保监会曾多次提示：在实践中，承诺保证本金的金融产品收益率超过6%就要打问号，超过8%就很危险，10%以上就要准备损失全部本金。

自我保护，善于求助。如果不小心陷入不良“校园贷”或遭遇金融诈骗，应及时与家人、老师沟通，并保存相关证据，第一时间寻求监管部门、公安机关帮助，拿起法律武器维护自己的合法权益。（科技日报）

长期用含漱液 到底有没有副作用？

在预防和治疗口腔疾病时，医生经常会给病人开具各种类型的含漱液，那含漱液如何正确使用呢？它和我们在市面上自己购买的漱口水是一样的吗？长期使用漱口水到底有没有副作用？今天就为大家整理了一些不同漱口水的使用方法和注意事项。

啥叫含漱液？

含漱液是一种通过口腔黏膜给药而发挥局部治疗作用的液体制剂，一般为药物的水溶液，也可含少量甘油和乙醇。含漱液中常加适量着色剂，提示用于漱口。

含漱液到底起什么作用？

含漱液一般作为牙周炎、牙龈炎、口腔溃疡等口腔炎症的辅助治疗。

医院开的含漱液和超市里的漱口水有区别吗？

有区别。医院开的含漱液一般含有消炎、杀菌的药物成分，可以用于口腔炎症的辅助治疗。因其含有药物成分，长期使用可能会使口腔内菌群失调，造成其他的口腔疾病，所以不能长期使用，使用方法和用量需严格按照说明书进行。

而超市里的漱口水的主要成分分是酒精、香精、表面活性剂、氟化物等，能暂时减少口腔内的细菌，可以作为日常的口腔健康护理，但不能用于疾病的治疗，



用法用量没有特别严格的要求。

含漱液需要兑水稀释后再用吗？

根据不同类型的漱口水使用方法不同，比如复方氯己定含漱液、西帕依固龈液、西吡氯铵含漱液、康复新液等可以直接含漱，不用稀释。

但药物浓度比较高的漱口水，比如浓替硝唑含漱液、1%聚维酮碘溶液、复方硼砂含漱液等就需要根据说明书上相对应的比例稀释后再进行含漱，否则就会因药物浓度过高，对口腔黏膜造成损伤。

含漱液应该在口中含漱多久？

针对不同类型的含漱液，在口中的含漱时间从几秒到数分钟不等，具体时间建议大家仔细阅读说明书后再使用。

含漱液可以咽下吗？

大多含漱液中都含有消毒防腐成分，含漱时不宜咽下或吞下，否则会造成胃肠道吸收后的局部组织腐蚀。但某些含漱液，如西帕依固龈液可以吞咽，而康复新液则可以进行内服治疗。具体是否可以咽下，请务必依照药

品说明书或医师处方相关内容。

使用含漱液后还需清水再漱口吗？

为了维持口腔内的药物浓度，建议在清洁口腔之后再使用漱口水，且在使用完毕后不需要用清水漱口，也不能马上进食、饮水，否则会影响含漱液的治疗效果。

医生同时给开了两种含漱液，能一起使用吗？

一般来说，在使用一种含漱液期间，如果需使用其他的口腔含漱液，应该间隔一定时间。比如使用复方氯己定含漱液或复方硼砂含漱液期间还另外使用其他含漱液，应该至少间隔2小时，否则可能会发生药物之间的相互作用。

所有人群都能使用含漱剂吗？

不是。比如浓替硝唑含漱液孕妇和哺乳期妇女禁用，且儿童使用剂量减半。聚维酮碘含漱液6岁以下儿童不宜使用，而孕妇用药可能影响新生儿的甲状腺功能，故孕妇禁用。

复方硼砂含漱液新生儿和婴儿禁用，老年人、儿童、孕妇及哺乳期妇女慎用。康复新液孕妇及哮喘患者禁用等。

药师提醒：在使用含漱液之前一定要仔细阅读说明书或医师处方相关内容，咨询药师也是一个不错的选择。（北京青年报）

牙膏不能治疗疾病

目前，市场上有一些名称冠以“牙膏”的热销产品，宣称具有“抗幽门螺旋杆菌”、“通过抗幽门螺旋杆菌去除口臭”等功效。这些产品很多不是真正意义上的牙膏。那么，什么是牙膏？牙膏能治疗疾病么？这里，提醒广大消费者注意以下几点：

牙膏不能宣称具有医疗作用

牙膏是指以刷牙的方式作用于人体牙齿表面，起到辅助清洁作用的半固体制剂。牙膏具有美化、保护牙齿及周围组织等功效。根据2021年1月1日起实施的《化妆品监督管理条例》规定，牙膏参照普通化妆品的规定进行管理；牙膏按照国家标准、行业

标准进行功效评价后，可以宣称具有防龋、抑牙菌斑、抗牙本质敏感、减轻牙龈问题等功效。值得注意的是，牙膏不能明示或者暗示具有医疗作用，不能进行虚假或者引人误解的功效宣称。目前，国家药监局正在抓紧制定专门针对牙膏管理的部门规章《牙膏监督管理办法》，并将推动该规章尽快出台。

牙膏宣称“抗幽门螺旋杆菌”缺乏科学依据

幽门螺旋杆菌主要存在于人体胃部，没有证据证明，通过使用牙膏刷牙能够对存在于胃部的幽门螺旋杆菌产生影响。此外，

口腔是由多种细菌等微生物共存的复杂环境。有研究显示，口腔中可能存在的幽门螺旋杆菌主要集中在唾液和菌斑内。口腔中的幽门螺旋杆菌与牙周病、口臭、胃癌等消化系统疾病的相关性尚缺乏循证医学证据的支持。宣称具有“抗幽门螺旋杆菌”的牙膏等产品可能添加了广谱抑菌剂。如若长期大量使用广谱抑菌剂，可能导致口腔内菌群紊乱，不利于口腔健康。

最后，提醒广大消费者：牙膏不是药品，牙膏不能替代药品治疗疾病。如果患有疾病，建议遵医嘱进行治疗。

（国家药品监督管理局）

如何放心食用鸡肉？

鸡肉肉质细嫩，滋味鲜美，既能热炒、炖汤，又可冷食凉拌。鸡肉还是公认的高蛋白低脂肪肉类，易消化、好吸收。然而，对于食用鸡肉这件事，不少消费者有颇多顾虑。其中最主要的，就是担心那些生长迅速、价廉又肥嫩的肉鸡是否安全。如何更放心、更安全地食用鸡肉？可以听听专家的科普。

科普一

“速成鸡”并非激素鸡

鸡肉是生活中常见的盘中餐，尽管油炸鸡、红烧鸡、辣子

鸡、白斩鸡样样美味，但鸡肉却并非所有人的“心头好”，因为人们一直以来在“速成鸡”的安全性上，都有一些担忧与疑惑。

那么，“速成鸡”确实都是不安全的“激素鸡”吗？

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在接受记者采访时解释说，所谓“速成鸡”，其实就是肉鸡，也叫“快大型鸡”。这些鸡之所以长得快，并不是因为喂了激素，而是靠优良品种——科学的遗传选种技术和“好吃好

住”——现代化的养殖方式培育出来的。科学育种和饲养的肉鸡，吃500克饲料就能转化为大约350克肉，所以价格便宜。

上世纪80年代，饲料转化率单笼测定技术出现，肉鸡的良种选育加速发展。至今30多年间，肉鸡出笼时间从60多天缩短至30多天，平均每年缩短1天。目前规模化养殖的鸡，生长期大都在40-42天，体重一般可以达到2-2.5公斤左右。这个时段，鸡肉中的脂肪分布均匀，分割出来的鸡腿、鸡翅、鸡胸等部位大小适中。如果继续养下去，虽然还

可以长得更大，但对于养殖户来说很不经济，所以此时是出栏宰杀的最佳时机。

当然，因为集中养殖，肉鸡防病的压力也就更大了，所以才需要使用抗生素。用过抗生素的动物，肉中确实会有抗生素残留，但只要按照安全标准要求使用，并严格遵守休药期的规定，残留量则不足以威胁健康。

大多数时候，饲养的肉鸡确实不如家养土鸡或者能在山野间“放飞自我”的“溜达鸡”好吃。阮光锋解释说，这是因为散养的鸡生长时间相对较长，客观上有利于一些风味物质的积累，所以家养的土鸡往往细腻味鲜。而肉鸡，因为其肌间脂肪和某些风味物质的沉积较少，所以确实味道稍微逊色些。但是，无论肉鸡还是土鸡，都是饮食中较为优质的蛋白质来源。土鸡、“溜达鸡”，其实并没有太多所谓的“神奇功效”。

科普二

烹饪、食用方法很重要

食用鸡肉时，想要美味与健康兼得，选对方法很重要。为此，阮光锋提醒消费者注意以下四点。

首先是要选鸡的低脂部位，优先吃鸡胸肉。阮光锋说，鸡肉不同部位的脂肪和热量相差很大，脂肪最少的是鸡胸肉，大腿肉次之，鸡翅脂肪最高。

相关研究数据显示，100克鸡胸肉的能量是133千卡，而同重量鸡腿肉的能量则是181千卡。100克的鸡翅热量是194千



卡，脂肪含量约为17.3克。除了鸡翅，鸡爪的脂肪含量也不少，每100克热量高达254千卡。因此，鸡的有些部位必须要控制摄入量，否则可能带来肥胖风险。

其次是尽量吃去皮鸡肉，少吃鸡皮。

鸡皮的皮下组织脂肪含量较高。每100克鸡皮含46.1克脂肪。而每100克去皮鸡肉中的脂肪，大约只有0.7克。

第三是注意烹饪方法，少吃炸鸡、烤鸡，少喝鸡汤。

虽然鸡肉肉质细嫩，适合各种烹调，但最好选择较为清爽的烹调方式，如白斩鸡、清炖鸡。而香酥鸡、辣子鸡、炸鸡等，不仅营养成分损失，热量也比较高，不利于健康。

阮光锋还提醒说，红烧鸡肉也要少放油和盐。同时，因为烤鸡时温度较高，容易产生丙烯酰胺、苯并芘等致癌物质，所以也要少吃。

传统观念里，人们大多认为鸡汤更有营养，而炖汤后的鸡肉，鲜美程度下降，吃起来口感比较“柴”，常被人们嫌弃。其

实，无论鸡汤、肉汤还是鱼汤，汤的蛋白质含量远不及肉块本身。因为汤的主要成分是水，好喝的鸡汤中油和盐都很多。

第四点是注意鸡肉不能吃太多。我国膳食指南推荐每天摄入40-75克畜禽肉。吃太多了的话，能量摄入过多，不利于健康。

科普三

有些部位不能随便吃

鸡身上的很多部位都很美味，但并不适合所有人食用。阮光锋提醒消费者留心以下几点：

首先，最好少吃或不吃鸡脖子上的皮。鸡脖子是鸡身上腺体集中的部位，脂肪和胆固醇含量相对较高，容易导致肥胖，诱发高血压、高血脂、糖尿病等慢性病。

其次是鸡的某些内脏器官，可能残留有毒物质（残留量因养殖条件不同而有所差别）。比如鸡的肺泡，能容纳进入鸡体内的各种细菌，特别是嗜热菌，就算加热也不能完全杀死；胃脏（鸡胗）因为负责储存和磨碎食物，有害物质也可能在此残留。

此外，一只鸡和它吃入体内的有毒物质作斗争时，主要依靠肝和肾。因此，尽管鸡胗、鸡肝和鸡肾美味又有营养，但出于健康方面的考量，还是应该尽量减少食用次数和食用量。

最后是鸡屁股，除含有大量脂肪外，还聚集着无数个淋巴组织，淋巴中暗藏病菌、病毒、致癌物等有害物质，因此不建议食用。（中国消费网）

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：



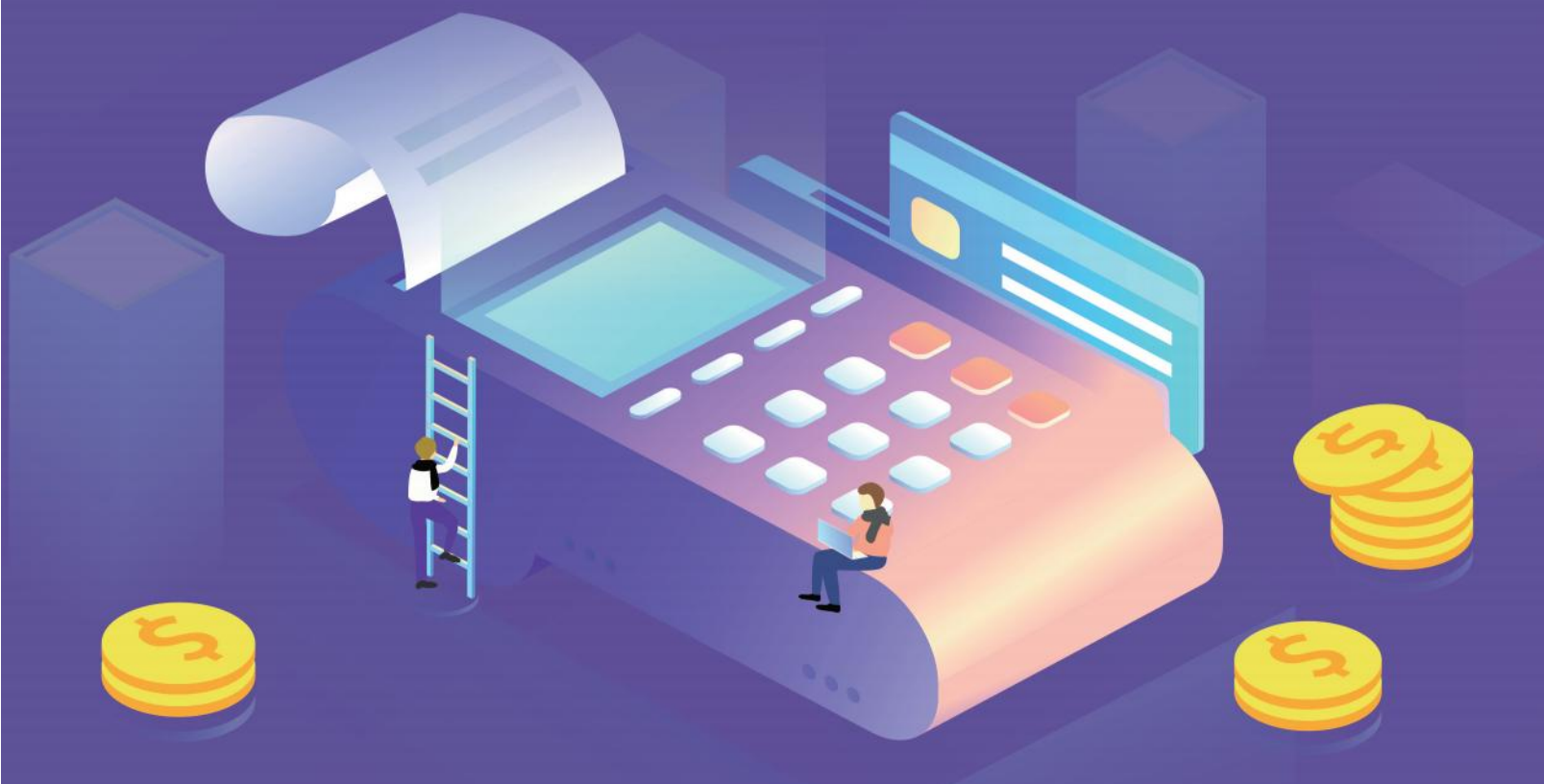
选择预付卡消费时，
要提高警惕，
当心掉进“陷阱”



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。



共促消费公平

