

Beijing Consumers

北京

消费方

2023.第1期

01

总第124期



锣开春节
玩美假期

P05 中消协公布2023年消费维权年主题：提振消费信心

P21 新规实施！全国铁路按年龄实行儿童优惠票

P27 不能让智能电视机成为“套娃机”

P39 液体乳种类多 如何科学选购

提振消费信心

2023年消费维权年主题



中国消费者协会
CHINA CONSUMERS ASSOCIATION

协力促进消费持续恢复向好

中央经济工作会议指出，要充分挖掘国内市场潜力，提升内需对经济增长的拉动作用。

当前，总需求不足是经济运行面临的突出矛盾。必须大力实施扩大内需战略，发挥好消费的基础性作用和投资的关键作用，实现社会再生产良性循环。

近年来，我国消费的基础性作用不断增强，最终消费支出占国内生产总值的比重已连续11年保持在50%以上，是经济发展的“稳定器”和“压舱石”。2022年1至11月，受到疫情等因素的影响，社会消费品零售总额399190亿元，同比下降了0.1%，消费市场承压。当前推动经济运行整体好转，尤其需要充分发挥消费对经济的持久拉动作用，全面促进消费，加快消费提质升级，巩固经济恢复基础。

促进消费恢复向好，具备诸多有利条件。近几年，虽然消费领域受疫情冲击较大，但影响只是短期的、外在的，短期冲击并不会改变百姓对高品质商品消费的追求，也不会改变消费结构升级的态势。我国拥有14亿多人口，人均GDP超过1万美元，正处在消费结构升级加快发展时期。随着消费升级进程加快，居民消费理念已经从“有没有”转向“好不好”，高品质、个性化、多样化消费渐成主流。随着疫情防控措施优化，居民消费环境和消费条件将得以改善，特别是对文化旅游、医疗健康、养老育幼等服务消费的需求将较快增长，消费潜力将逐步恢复释放。

促进消费恢复向好，还需多方协力。消费是最终需求，居民消费意愿受到多种因素影响，促进消费也需要协同发力。就住房消费看，伴随城镇化加速推进、家庭人口结构变化，刚性和改善型住房需求潜力仍然较大，近期一系列促进房地产市场平稳健康发展的政策密集出台，包括房地产企业融资、消费信贷、租赁住房供给等，随着政策落地见效，居民住房消费需求将逐步恢复。就服务消费看，这些年服务消费需求增长较快，居民青睐高品质服务消费，但是市场上优质供给并不充分，还需要从机构培育、行业监管等多方面，打牢市场根基，丰富消费选择，创新消费场景，提供更多优质、高效的服务。

中国消费市场空间广阔、潜力巨大，消费结构升级正在加快推进。近期，各地陆续出台举措提振市场信心，进一步促进消费复苏。江苏南京推出消费节，发放消费助力券，激活居民线上线下购物热情；四川成都打造夜间经济消费场景，让市民感受文化魅力的同时开心消费；广东深圳推出消费电子和家用电器购置补贴活动，市民最高可获得销售价格的15%作为补贴……相信随着各项促消费政策逐步见效，消费需求将不断释放，消费必将在促进经济加快恢复发展中展现更大作为。（人民日报）

欧阳洁



P28 北京市市场监管局、北京市消协发布元旦、春节消费提示

为了让广大消费者度过一个平安、祥和、舒心的传统佳节，北京市市场监管局、北京市消费者协会发布元旦、春节消费提示，提醒消费者在节日期间科学、理性、绿色消费，注重消费安全，共同营造欢乐祥和的节日消费氛围。

■ 卷首语

01 协力促进消费持续恢复向好

■ 本刊策划

- 04 提振消费信心 扩大国内需求
- 05 中消协公布2023年消费维权年主题：提振消费信心
- 07 提振信心，让消费者敢消费愿消费
- 08 把恢复和扩大消费摆在优先位置
- 09 多措并举着力扩大国内需求

■ 热点关注

- 10 最高法发布意见加强消费者权益保护 整治消费领域顽疾
- 11 市场监管总局指导免税行业改善售后服务体验 促进消费恢复扩大
- 12 市场监管总局开展全国涉疫药品和医疗用品 稳价保质专项行动

- 13 工信部出台规定规范互联网信息服务移动互联网应用走向良性循环
- 15 四部门发文：明确新冠病毒感染患者治疗费用医保相关政策
- 15 国家药监局：加强新冠防控药品拆零销售质量监管
- 16 银保监会：拟规定个人消费贷款期限不得超过5年
- 18 教育部等十三部门：规范面向中小学生的非学科类校外培训
- 19 警惕违规竞赛套路蒙骗 打击与招生入学挂钩的违规行为
- 20 三部门印发通知：严禁养老机构违法违规开展医疗服务
- 20 北京市市场监管局：整治拒收现金行为，便利老人日常消费
- 21 新规实施！全国铁路按年龄实行儿童优惠票
- 22 景区服务质量新地方标准4月实施 旅游景区应建实名制分时预约系统

- 23 铁路部门推出便民利民措施 联程车票可一并办理退票免收手续费

■ 消费时评

- 24 外卖封签不能“虚晃一枪”
- 25 “指尖精彩”，更要安全无碍
- 26 远离“保本高收益”欺诈陷阱
- 27 不能让智能电视机成为“套娃机”

■ 消费提示

- 28 北京市市场监管局、北京市消协发布元旦、春节消费提示
- 29 中消协发布“消费积分清零”行为警示：牢记“四不”原则，远离消费欺诈
- 30 “赴澳旅游消费锦囊” 安全宜游安心消费



P41 APP被“自动续费”的钱还能退回吗？

随着移动互联网融入大众生活的方方面面，在诸多消费场景中，APP“自动续费”服务一直饱受诟病。近年来，工信部、中消协等部门对APP自动续费取消难的问题予以通报、要求整改，但部分APP仍存在不同程度的打“擦边球”现象。

- 31 警惕不法贷款中介诱导消费者违规转贷
- 33 跨年迎新春，食品安全莫大意
- 34 选购保健食品应做到三“认清”三“防范”
- 35 购买空气净化器消费提示
- 36 竞享冰雪乐趣 护航冬季旅游
- 36 医疗美容消费谨防陷入“套路贷”
- 37 “低价”话费充值有陷阱

消费课堂

- 38 智能手表测血氧靠谱吗？
专家回应：不太准，还是血氧仪更靠谱
- 39 液体乳种类多 如何科学选购
- 41 APP被“自动续费”的钱还能退回吗？
- 43 告别踩坑！这份燃气灶选购及使用攻略，你一定要看
- 44 有毒还犯法，花市上的干枝杜鹃千万不要买

《北京消费者》由北京市消费者协会主办。刊物以报道消费动态、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 王延海 刘 博 任 军 顾 飞 杨立生 陈立爽 赵伟春 宋国兵 于 洋 曹立军 许 毅 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	十三届政协常委、民族和宗教委员会主任 王伟光
编辑出版	北京中轻热点文化传播有限公司
数据支持	北京金鼎影响力市场调查中心
法律顾问	北京中银律师事务所 葛友山 北京华烨律师事务所 陈玉龙 北京常鸿律师事务所 常卫东
市消协地址	北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦
邮编	100055
咨询投诉电话	96315
邮箱	bjxiaoxie@sina.com
编辑部地址	北京市丰台区广安路9号 国投财富广场4号楼1611室
邮编	100073
电话	010-63361378
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxfz315@126.com

2023年 第1期（总第124期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

提振消费信心 扩大国内需求



编者按：

党的二十大报告明确提出，要把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，增强国内大循环内生动力和可靠性，提升国际循环质量和水平。中央经济工作会议提出，“着力扩大国内需求，要把恢复和扩大消费摆在优先位置”，进一步强调了消费复苏对于中国经济持续恢复的重要作用。为贯彻党的二十大和中央经济工作会议精神，全面促进消费，着力扩大内需，推动高质量发展，在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上，中国消费者协会日前确定2023年全国消协组织消费维权年主题为“提振消费信心”。

中消协公布2023年消费维权年主题：提振消费信心

为贯彻党的二十大和中央经济工作会议精神，全面促进消费，着力扩大内需，推动高质量发展，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2023年全国消协组织消费维权年主题为“提振消费信心”。

一 年主题涵义

“提振消费信心”具有以下三个方面的涵义：

一是立足主责主业，推动消费者权益保护协同共治，打造更加安全放心消费环境。保护消费者合法权益不受损害是法律赋予消协组织的职责使命，也是提振消费信心、激发消费潜力的重要方面。让消费者后顾之忧、放心消费，消协组织必须坚持消费者立场，认真履行各项法定职责，切实维护消费者合法权益。同时要充分发挥消费维权社会平台作用，联合立法、司法、行政、行业、媒体、专家等各方力量，从政策、理论、法律、标准、社会舆论等多维度、全方位加强消费者权益保护，实现消费维权协同共治，打造更加安全放心消费环境，扫除扩大消费道路上各种障碍。

二是坚持需求导向，顺应消费需求多元化趋势，推动消费供给提质升级，推动高质量发展。党的二十大提出，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。近年来，伴随我国经济快速发展，人民生活水平不断提高，消费需求呈现个性化、多样化、高品质的特点。与此同时，消费供给的质量和速度未能同步跟进，制约了消费市场扩容提质。按照中央经济工作会议要求，消协组织应促进实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革的有机结合，从消费供需两端入手，积极开展消费调查、消费体验活动，及时掌握消费需求，通过建立健全消费者评价机制，促进生产企业与消费者对接沟通，对照提高供给标准、提升供给质量。同时，推动新产业、新技术、新产品、新业态健康发展，通过加强消费教育、消费引导，帮助消费者了解相关知识，促进新供给创造新需求，将经济发展中的堵点、痛点、难点、空白点转化为新的增长点。

三是坚持问题导向，找准主攻方向，解决“急难愁

盼”，推动消费提质升级。围绕全面促进消费、加快消费提质升级的目标要求，消协组织要以改善消费条件、优化消费环境为主攻方向，聚焦消费者的“急难愁盼”问题，提升消费者投诉的便利度，加大消费者投诉问题的解决力度。要从消费者和经营者两端发力，加强消费教育，引导消费者科学消费、理性维权；加强消费监督，促进企业诚信自律，主动对接消费者需求，自觉履行消费者权益保护主体责任。通过构建和谐的消费关系，推动消费提质升级，助力经济平稳健康发展。

二 年主题依据

第一，“提振消费信心”，为全面建设社会主义现代化国家开好局起好步提供助力。今年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，习近平总书记强调，要从战略全局出发，抓主要矛盾，从改善社会心理预期、提振发展信心入手，抓住重大关键环节，纲举目张做好经济工作。当前我国经济发展尽管面临内部外部多重压力，但经济韧性强、潜力大、活力足，长期向好的基本面没有变，总体而言，机遇大于挑战。消协组织要立足自身职责，选择从提振消费信心入手，将加强消费者权益保护、促进消费需求和供给高水平对接、化解消费难题推动消费提质升级作为关键环节进行破题，坚定实施扩大内需战略，充分发挥消费拉动作用，为我国建设更加强大的国内市场、促进经济平稳健康可持续发展、实现全面建设社会主义现代化国家开好局起好步提供助力。

第二，“提振消费信心”，为推动高质量发展提供动力。党的二十大强调，要坚持推动高质量发展为主题，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，增强国内大循环内生动力和可靠性，提升国际循环质量和水平。我国拥有超大规模市场优势，内需市场是经济发展的主要依托。消费作为我国经济增长的主要拉动力，最终消费支出在国内生产总值的占比连续11年保持在50%以上。消协组织要从增强消费对经济发展的基础性作用出发，找准消费者需求升级与生产者消费供给上对接不利的关键堵点，推动加强需求侧管理和深化供给侧结构性改革

革，提振消费信心，激发消费潜能，促进实现消费市场的畅通发展和提质扩容。在此基础上，促进消费与生产、分配、流通等环节有效对接，进一步畅通国内大循环，稳固国内基本盘，进而充分利用全球要素和市场资源，实现国内国际双循环的相互促进和良性互动，推动我国经济运行稳致远，社会安定和谐。

第三，“提振消费信心”，是践行以人民为中心发展思想的有力举措。世界之变、时代之变、历史之变，使我国经济发展面临内部外部多重压力。受三年疫情影响，人们的生活方式和消费信心受到冲击、发生改变。优先恢复和扩大消费，不仅是中央经济工作会议的明确要求，也是广大消费者的殷切期盼。提振消费信心，就是要紧扣人民最关心最直接最现实的利益问题、人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，真抓实干，开拓进取，为消费者排忧解难，切实保障消费者合法权益，持续增加高质量产品和服务供给，不断优化消费环境，让消费者安心、放心、舒心消费，不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感，让中国式现代化建设成果更多更公平惠及全体人民。

三 年主题目标

一是统筹凝聚各方力量，促进消费维权共建共治更加有力有效。充分发挥消协组织的桥梁纽带和维权平台作用，推动与立法、司法和政府相关部门加强消费者权益保护协同联动，引导新闻媒体和消费者主动发挥监督作用，督促行业企业积极发挥自律作用，全方位加强消费者权益保护，筑牢消费维权共建共治“保护网”。

二是加强政策法律和标准研究，保障消费维权法治基础更加坚实稳固。强化消费者权益保护与促进经济社会健康发展的政策理论研究，围绕消费领域突出问题积极探索解决对策。主动参与同消费者权益保护密切相关的重要法律法规以及创新产品、新兴服务等相关标准的制修订工作，不断提升立法立标效果。

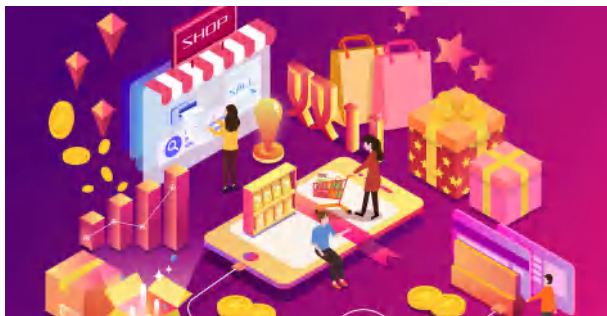
三是创新消费教育方式，增强消费者科学消费理性维权能力。发布消费提示警示，倡导消费者树立绿色低碳可持续消费理念，主动规避消费陷阱增强维权意识。统筹开展商品比较试验，进一步完善数据库建设，帮助消费者做出科学评价、理性选择。适应网络经济快速发展趋势，积极推进网上消费教育基地建设，扩大消费教育阵地，引导消费者科学消费、理性维权，敢于监督、善于维权。

四是提升维权工作效能，助力打通难点堵点持续优化

消费环境。聚焦重点领域、围绕重点项目，积极开展监督调查，及时了解消费者需求，解决难点问题。提升投诉受理和处理便利化水平，加大投诉解决力度，围绕重大典型案件，以案释法、以点带面，打通消费堵点，解决“急难愁盼”，保障消费者后顾之忧。

四 消协组织年主题重点工作安排

围绕“提振消费信心”年主题，中消协和全国消协组织计划开展以下方面工作：一是广泛深入开展年主题宣传，扩大社会影响，促进形成共识。二是开展企业保护消费者权益社会责任研究和新形势下消费者权益保护现代化研究，制定企业保护消费者权益良好行为规范，出台消协组织现代化建设指导意见。三是针对直播带货、预付费消费、大数据“杀熟”等问题和领域开展理论与实务研究，揭露批评有损消费信心的行为，发表消协观点，提出立法、监管建议，推动相关制度不断完善。四是完善消费教育大纲，推进网上消费教育基地建设，创新方式、丰富载体，实现消费教育品牌化可视化传播，以消费者喜闻乐见的方式普及消费知识。持续开展治理过度包装、反对餐饮浪费等活动，倡导企业加快生产方式绿色转型，呼吁消费者践行绿色低碳生活方式。围绕加快消费提质升级，开展智能化产品、电子设备、养老产品、婴幼儿产品等产品比较试验，及时更新数据库信息，优化“消协帮您选”微信小程序内容，为消费者选择优质产品提供客观真实的参考依据。五是持续开展百城市消费者满意度测评，推动城市消费环境改善优化。关注消费薄弱环节以及消费新业态、新模式，重点开展预付费消费、农村消费环境等方面的监督调查，推动解决影响消费信心的突出问题。六是推动全国消协组织投诉处理系统优化升级，实现消协组织、经营者、消费者三方实时在线互动，提升投诉处理网络化、智能化、便利化水平。综合运用投诉信息公示、体察、约谈、支持起诉、公益诉讼等手段，想方设法提高消费纠纷解决率和消费者满意度。（中国消费者协会）



提振信心，让消费者敢消费愿消费

为全面促进消费，着力扩大内需，推动高质量发展，在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上，中国消费者协会日前确定2023年全国消协组织消费维权年主题为“提振消费信心”。

消费是我国经济增长的主要拉动力之一，最终消费支出占国内生产总值的比重连续11年保持在50%以上。但疫情以来，消费市场受到波动，消费信心受到一定影响。

不过，我国经济韧性强、潜力大、活力足，长期向好的基本面没有变，消费需求仍然存在。把恢复和扩大消费摆在优先位置，不仅是中央经济工作会议的明确要求，也是广大消费者的殷切期盼。而恢复和扩大消费，需要多方发力，提振消费信心，让消费者敢消费愿消费。

提振消费信心，需要让消费者有稳定的就业预期和收入增长预期，增加消费的“底气”。中国宏观经济研究院对外经济研究所副所长、研究员王蕴表示，各地需要进一步落实落细已经出台的各项稳就业、增收的政策，拓宽市场化就业渠道，通过稳岗补贴、创业贷款、税费减免等措施鼓励企业吸纳就业。同时，帮扶失业人员、需纳入低保的对象和临时遇困人员等，在保障和救助上应保尽保、应兜尽兜，保障好困难群众基本生活，鼓励有条件的地方对困难人员发放消费补贴。

提振消费信心，需要持续增加高质量产品和服务供给，创新消费模式，满足消费者的多样化需求，让消费者愿意消费。近年来，伴随我国经济快速发展，人民生活水平不断提高，消费需求呈现个性化、多样化、高品质的特点。以今年春节消费为例，什么值得买日前发布的《2023年年货趋势报告》显示，今年春节消费呈现吃喝玩乐用全面升级、健康消费成关键词等消费趋势。

但是，一些消费供给的质量和速度未能同步跟进，制约了消费市场扩容提质。因此，各地应在稳住汽车、家电等“大头”消费、发力文化旅游、餐饮消费的同时，积极加快培育新型消费。此外，企业也应围绕消费提质升级，多提供更加绿色、智能的优质产品，更好满足消费者不断升级的个性化、定制化需求。

提振消费信心，促消费政策的作用不可小觑。目

前，多地已经出台促消费组合拳，涉及发放消费券、发展“夜经济”、发展首店首发经济、稳妥有序推进步行街改造提升、开展年货节等方面。例如，在发放消费券方面，近期，河南、广州、重庆等多地发放消费券或消费补贴，重点支持文旅、餐饮、汽车、家电等领域消费。政策的顺势而为，有望充分发挥消费券的杠杆作用，迸发出刺激消费的乘数效应。

提振消费信心，需要为消费者排忧解难，打造更加安全放心的消费环境，让消费者无后顾之忧、敢消费。今年各地消协组织将以改善消费条件、优化消费环境为主攻方向，聚焦消费者的急难愁盼问题，提升消费者投诉的便利度，加大消费者投诉问题的解决力度。同时，中消协将针对直播带货、预付款消费、大数据“杀熟”等问题和领域开展理论与实务研究，揭露批评有损消费信心的行为，发表消协主张，提出立法、监管建议，推动相关制度不断完善。

让消费者的钱包鼓起来，企业提供的商品更丰富更优质，政府的促消费政策及时跟进，消费维权渠道更加畅通，消费信心自然能够得以提振，消费者也自然敢消费愿消费。（工人日报）



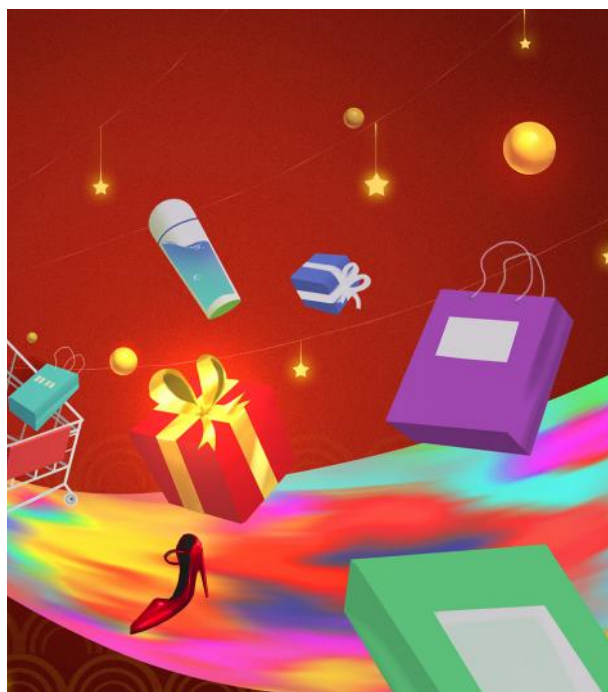
把恢复和扩大消费摆在优先位置

中央经济工作会议提出，“着力扩大国内需求，要把恢复和扩大消费摆在优先位置”，进一步强调了消费复苏对于中国经济持续恢复的重要作用。

吃穿住行用、游购文娱健，我们人人都在消费。消费作为最终需求，是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎，对经济具有持久拉动力，事关保障和改善民生。近年来，我国消费规模稳步扩大、结构持续优化，消费新业态新模式快速发展，消费对经济增长的基础性作用持续凸显，最终消费支出占国内生产总值比重连续11年保持在50%以上。

新冠肺炎疫情发生以来，国内消费特别是接触性聚集性消费遭受较大冲击，受不确定性增加、收入增长预期走弱、消费场景减少等因素影响，居民消费倾向回升速度偏慢，部分领域消费需求受到压制，中小微企业、个体工商户和服务业领域面临较多困难。2022年前11个月，我国社会消费品零售总额同比下降0.1%，10月份、11月份同比分别下降0.5%、5.9%。

短期波动不改长期发展大势。我国有世界规模最大的中等收入群体，人均国内生产总值已超过1.2万美元，是全球最具成长性的消费市场，全面促进消费潜力巨大。



近期，《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》《“十四五”扩大内需战略实施方案》等重要文件接连印发，随着疫情防控和经济社会发展得到更好统筹，政策效应逐步显现，正常经济秩序加快恢复，消费也将逐步企稳回升。

持续增强消费能力，关键是要多渠道增加居民收入。收入是消费的基础和前提，老百姓“钱袋子”鼓，消费底气才更足。数据显示，2020年至2021年，全国居民人均可支配收入年均实际增长5.1%，与经济增长基本同步，但明显低于疫情前2013年至2019年居民人均可支配收入7.1%的年均实际增长率。当前，要围绕保市场主体，持续加大对中小微企业和个体工商户的纾困帮扶力度，稳定就业市场。着眼中长期，要着力深化收入分配制度改革，激发高校毕业生、技术工人、中小企业主和个体工商户、进城农民工及国有企事业单位基层职工等重点群体活力，推动更多低收入人群迈入中等收入行列，稳步提升居民消费倾向和能力。

切实改善消费条件，为扩大消费夯实基础。要坚持消费硬环境和软环境建设相结合，一方面，加强消费基础设施和服务保障能力建设，完善城乡融合消费网络；另一方面，着力破除限制消费的障碍壁垒，健全消费标准体系，全面加强消费者权益保护，确保消费者安全放心舒心消费。

不断创新消费场景，把扩大消费同改善人民生活品质结合起来。随着我国社会主要矛盾的转化，人民对美好生活的向往更加强烈，推动高质量发展，就是从“有没有”转向“好不好”。要适应居民消费多样化、个性化和品质化的需求增长，提升优质产品和服务供给，积极推进实物消费提质升级，支持住房改善、新能源汽车、养老服务、教育医疗文化体育服务等消费，加快培育新型消费，推动线上线下消费融合，大力倡导绿色低碳消费，着力释放三四线城市和农村市场消费潜力。

满满人间烟火气，是经济最动人的图景。促进消费这一“慢变量”加速修复，需要发挥政策合力，因地制宜激发市场活力，让消费加快热起来，经济活起来。（经济日报）

多措并举着力扩大国内需求

近日，中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》，进一步明确了坚定实施扩大内需战略、培育完整内需体系的发展方向，释放出夯实国内基本盘、打造内需新动力的发展信号，为推动经济发展加速回到正常轨道、实现整体性好转提供了重要抓手。

坚定实施扩大内需战略、培育完整内需体系，是加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的必然选择，是促进我国长远发展和长治久安的战略决策。党的二十大报告明确提出，要把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，增强国内大循环内生动力和可靠性，提升国际循环质量和水平。当前，多措并举扩大国内需求，具有重大意义。

首先，畅通、拓宽、稳固劳动力收入渠道和路径，提振消费信心、增强消费意愿。通过深化劳动力市场化一体化体制改革，畅通劳动力和专业技术人才社会性流动渠道，能够促进区域间、城乡间、行业间要素流动，并加快完善本地劳动力输出服务保障体系，提高劳动力工资收入水平。同时，要培育新型农业经营主体优势，促进农业适度规模经营、提升农业生产效率，加大对农村劳动力创新创业帮扶力度，增加农村经营性收入。

其次，提高产品和服务质量，推动消费扩量提质。党的二十大后的首个中央经济工作会议指出，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。恢复和扩大消费的前提就是要改善消费基础条件。一方面，要提高居民消费基础设施产品和服务供给水平和能力，夯实居民消费基础。通过加大城乡基本公共服务供给，促进城乡基本公共服务均等化。不断加大乡村教育、医疗卫生服务体系、社会保障、社会性基础设施建设支持力度，提高乡村基本公共服务供给保障能力。另一方面，推动传统产业和新兴产业深度融合，实现产业链价值链创新链提质换挡，在更好满足消费结构升级需求的同时，推动消费结构、投资结构不断升级。要发挥传统产业规模大、配套齐全、消费带动力强等优势，夯实消费需求主力军地位。同时，深入推进计算机、云计算、大数据、区块链、物联网等新一代信息通信技术向制造业、战略性新兴产业广泛渗透，加快推动制造业企业、高新技术企业及其他企业数字化转型发展，实现

制造业、战略性新兴产业智能化、数字化、绿色化发展，着力实现消费与投资的结构升级。

再次，推动供给侧需求侧结构升级，释放巨大国内需求潜力。要把握好新一轮科技革命和产业变革的历史机遇，建立健全关键核心技术攻关新型举国体制，破解“卡脖子”难题，完善基础研究、应用研究的投入体制机制，加快新能源、人工智能、数字技术、绿色低碳、量子计算等前沿技术研发与产业化应用，培育一批面向光伏、新能源汽车、能源循环利用、污染防治等的战略性新兴产业，创造新消费和投资需求，释放巨大国内需求潜力。与此同时，通过发展消费新模式，推动线上线下消费深度融合，满足多样化消费需求。完善有关新能源汽车消费、光伏产业补贴政策，加大新兴产业消费投资力度。加快补齐农村和城市流通体系短板，发展农村电商和物流快递配送，加强农产品仓储保鲜设施建设，畅通工业品下乡、农产品进城渠道，促进产销高效对接。

此外，进一步扩大国内投资规模和强度，持续激发国内经济增长潜力。通过加快实施“十四五”重大工程，发挥基建投资在阶段性稳增长中的重要作用。同时统筹中央、地方政府财力，加大中央转移支付力度、鼓励地方积极筹措资金，实施更加积极高效财政政策和更为灵活便捷货币政策开展基础设施投资，向民生补短板领域项目倾斜，并加强对科技创新、产业链供应链安全、绿色发展、乡村振兴等领域的财政支出倾斜力度。

要实施好以工代赈、政府购买等重要工程项目，以重点工程项目投资吸纳当地群众就业，充分发挥其重要载体作用。一方面，增加政府投资重点工程项目数额，提高政府投资额度，尽可能多地通过实施以工代赈增加有效投资规模。另一方面，围绕新一代信息化基础设施建设、城市更新、乡村振兴等重要领域，充分挖掘相关项目主体投资潜力。在此基础上，通过延续实施扶持制造业、小微企业和个体工商户的减税降费和贷款贴息政策，延续普惠小微企业贷款延期还本付息政策和信用贷款支持计划等措施，鼓励和吸引更多民间资本参与国家重大工程和补短板项目建设，持续推动民营企业高质量发展，保护市场主体、激发市场主体活力。（光明日报）

最高法发布意见加强消费者权益保护 整治消费领域顽疾

最高人民法院12月27日发布《关于为促进消费提供司法服务和保障的意见》，提出多条具体举措，助力恢复和扩大消费，加强消费者权益司法保护。以最严举措保护食品、药品安全，严厉整治“霸王条款”、消费欺诈、预付式消费“套路”消费者等消费领域顽疾。

《意见》加强消费者权益司法保护，规定：消费者因检查商品的必要对商品进行拆封查验且不影响商品完好，电子商务经营者不得以商品已拆封为由主张不适用七日无理由退货制度。

因快递人员擅自使用快递商品、违规打开快递包装、暴力分拣快递等故意或者重大过失行为导致快递商品丢失、毁损，消费者请求赔偿损失，快递服务提供者依据免责条款提出免责抗辩的，人民法院对其抗辩不予支持。经营者向消费者盲发快递，消费者请求无条件退货的，人民法院应当依法支持。

《意见》加强老年消费者权益保护。规定：通过夸大宣传、虚构商品或者服务的治疗、保健、养生等功能，向老年消费者销售质次价高的商品或者服务，构成欺诈，

消费者请求生产经营者承担惩罚性赔偿责任的，人民法院应当依法支持。

《意见》加强预付式消费中消费者权益保护。消费者预存费用后，经营者卷款“跑路”构成欺诈的，应当依法承担惩罚性赔偿责任。

《意见》加强未成年消费者权益保护。网络游戏、网络直播服务提供者违反法律规定向未成年人提供网络游戏、网络直播服务，收取充值费用、接受直播打赏，消费者请求返还游戏充值费、打赏费的，人民法院应当依法支持。

《意见》要求妥善处理消费者出行纠纷。疫情或者疫情防控措施导致消费者不能履行旅游、客运、住宿等合同，消费者请求解除合同、退还定金和价款等费用的，人民法院应当依法支持。

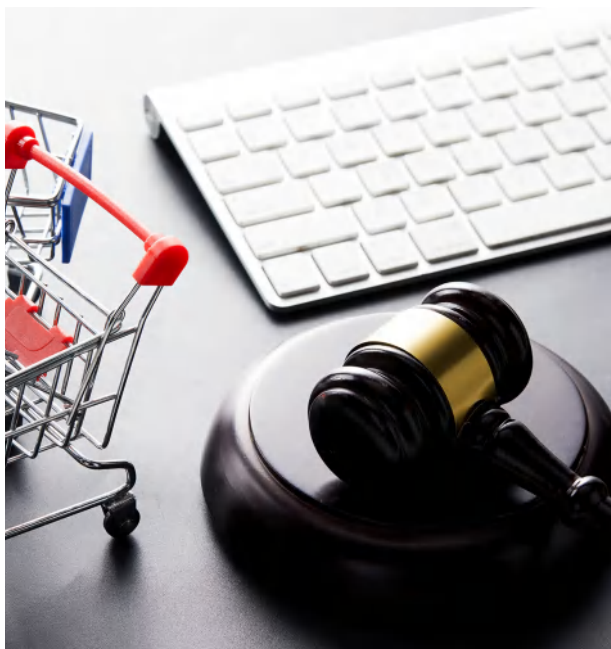
最高法发布的《关于为促进消费提供司法服务和保障的意见》，还同时加强生产经营者权益司法保护，保护企业产权、经营自主权和知识产权，鼓励公平竞争、科技创新。

《意见》规定，对于行政机关违法限制生产经营者建设汽车充电设施、物业管理公司无理阻碍业主建设汽车充电设施的行为，应依法予以规范，助力解决电动汽车消费中的痛点、堵点问题。

《意见》加强知识产权保护。严格实施知识产权侵权惩罚性赔偿制度，有效遏制知识产权侵权行为。依法整治知识产权领域虚假诉讼、恶意诉讼、滥用诉权等不诚信诉讼行为。

《意见》维护诚信公平的市场环境，规定：依法规制具有市场支配地位的电子商务平台经营者等市场主体实施收取垄断高价、强制“二选一”等滥用市场支配地位行为。

积极对接消费领域失信名单制度，推动共建失信违法生产经营者信息披露平台。妥善处理涉商品流通等案件，依法纠正违法设卡、阻碍物流等不当行政行为，推动跨区域物流畅通有序。（央视网）





市场监管总局指导免税行业改善售后服务体验 促进消费恢复扩大

近年来，我国免税行业快速发展，顺应了人民群众日益增长的美好消费需要。同时，随着免税品经营从线下向线上延伸，一些免税企业对法律政策的理解尚不到位，关于免税品网购“退货难”“退款难”等问题的消费者诉求开始增多。为落实中央经济工作会议“把恢复和扩大消费摆在优先位置”的要求，1月5日，市场监管总局对中国中免、海南免税、中免日上、中出服免税、中侨免税、王府井、深圳免税、珠海免税、海旅免税、海控免税10家免税企业开展行政指导。

会上，总局执法稽查局负责人指出，部分免税企业开展网上销售时格式条款不公平、信息披露不充分、售后服务不完善，容易误导消费者，排除和限制了消费者网购七日无理由退货、质量问题退货等权利，有损消费者合法权益，影响消费信心和预期，不利于免税行业健康发展。

网监司负责人指出，免税企业拟定格式条款时应当坚持公平原则，不得含有免除经营者自身责任、加重消费者责任、排除消费者权利等不公平不合理的内容。开展网上销售时要严格遵守《电子商务法》《网络交易监督管理办法》等规定，一是落实信息公示义务，全面真实准确及时披露商品信息，不得欺骗、误导消费者；二是完善平台规则协议，明确进入和退出平台、商品质量保障、消费者权益保护等方面的权利和义务；三是切实保障消费者权

益，建立便捷、有效的投诉举报线上处理机制，及时处理消费者投诉举报。

执法稽查局负责人强调，免税企业向境内消费者销售已进口的商品，适用境内法律，应当遵守《消费者权益保护法》各项规定，“免税不免责”。一是严格履行网购七日无理由退货义务，不得擅自扩大不适用无理由退货的商品范围，对法定不适用无理由退货的商品应当显著标识和供消费者确认。二是全面履行质量担保责任。除法律另有规定外，商品有质量问题的，消费者可在七日内主张退货，七日后主张换货、修理等，不得设置额外门槛和条件。三是完善商品信息披露。对免税品和非免税品要区分不同销售页面、明确标识商品类别、规范明码标价，不得打着“免税”旗号误导消费者购买非免税品。四是落实消费维权主体责任。畅通拓宽售后渠道，提升服务质量，提高解决效率，积极配合市场监管部门处理投诉举报，促使更多消费纠纷化解在源头。

满足人民的美好消费需要，是扩大国内需求、加快构建新发展格局的关键环节。保护消费者权益就是保护消费能力和市场内生动力。市场监管总局将一如既往支持免税行业健康有序发展，指导企业改善消费条件、创新消费场景，促进消费恢复扩大，服务推动高质量发展和保障高品质生活。（市场监管总局）

市场监管总局开展全国涉疫药品和医疗用品 稳价保质专项行动

日前，市场监管总局印发《市场监管总局关于印发〈全国涉疫药品和医疗用品稳价保质专项行动实施方案〉的通知》。

通知指出，疫情防控政策优化调整以来，各级市场监管部门认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，采取一系列有力举措，及时加强涉疫药品和医疗用品监管，从快从重查处社会反映强烈的哄抬价格、囤积居奇、虚假宣传、虚假违法广告、假冒伪劣等违法行为，有效发挥了市场监管服务经济社会发展大局的重要作用，受到社会各界高度认可。要坚持以人民为中心的发展思想，秉持“监管为民”的核心理念，用稳价格解民之所急、保质量解民之所难，以勇担当解民之所愁、勤作为解民之所盼，持续加

强涉疫药品和医疗用品稳价保质工作，更好维护人民群众切身利益、服务经济社会发展大局。

通知明确，2023年6月底前，打赢涉疫药品和医疗用品稳价保质攻坚战，为人民群众实现“三个保障”，使监管执法实现“三个担当”，助力各地市场实现“三个向好”。即，人民群众购药价格有保障、人民群众用药质量有保障、人民群众合法权益有保障。市场监管接诉即办有担当，市场监管公正执法有担当，市场监管服务大局有担当。市场秩序持续向好，市场环境持续向好，市场机制持续向好。

通知要求，各级市场监管部门要提高政治站位，增强紧迫感、责任感、使命感，充分认识此次涉疫药品和医疗用品稳价保质专项行动的重要意义。主要任务是“五个全面”：全面加强价格监管执法，坚决打击哄抬价格等违法行为。全面加强反不正当竞争和广告监管，整治虚假宣传等违法行为。全面加强网络交易监管执法，切实维护网络市场秩序。全面加强产品质量监管，加大知识产权违法行为查处力度。全面加强药械生产流通监管，坚守质量安全底线。提出四方面举措：发挥监测预警作用，提高监管效能。夯实属地责任，分阶段抓好任务落实。监管与执法并重，体现综合监管成效。加强行纪衔接、行刑衔接，曝光案例形成有力震慑。

通知要求各级市场监管部门提高政治站位，加强组织领导，把开展涉疫药品和医疗用品稳价保质专项行动作为一项重要政治任务抓紧抓实抓细。突出重点、狠抓落实，对重大问题、重大案件加强研判、直接查办、挂牌督办，落实属地责任。突出能力建设，通过专项行动，使监管执法在数据、技术、人财物等各方面获得提升，不断提高市场监管现代化能力水平。2023年一季度重点在监管执法方面取得突破，二季度重点在优化提升、长效监管方面取得成效。市场监管总局适时对成绩显著的地方予以表扬激励。加强舆论引导，营造良好氛围，积极推动社会共治、全民监督。（新华网）



工信部出台规定规范互联网信息服务移动互联网应用走向良性循环

近日，工信部公开征求对《工业和信息化部关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知（征求意见稿）》（下称《意见稿》）的意见。

事实上，2022年，国家相关部门已经针对应用软件预置、用户权益、互联网信息服务深度合成等进行了一系列的治理。从表面上看，APP的治理保证了用户使用体验，规范了行业健康发展，但是深究起来，APP治理还关系着网络信息安全以及网络空间治理。在未来，对于APP的治理和制度化建设或许会长期存在，信息服务应用如何在规范中生存成为互联网平台应该探讨的课题。

APP使用情况依然是重点

《意见稿》对于APP的规范大多集中在安装和使用环节，这两个环节也是APP和网络信息服务的重点环节。

从《意见稿》提出的治理内容可以发现，在下载安装环节，利用技术手段诱导用户下载是APP的常用方式。《意见稿》对于下载安装环节的整治集中在三个方面。首先是用户的知情权。《意见稿》提出，向用户推荐下载APP应遵循公开、透明原则，真实、准确、完整地明示开发者信息、产品功能、隐私政策、权限列表等必要信息，并同步提供明显的“取消”选项，经用户确认同意后方可下载安装，切实保障用户知情权、选择权。其次是网页推荐下载。《意见稿》指出，在用户浏览页面内容时，未经用户同意或主动选择，不得自动或强制下载APP，或以折叠显示、主动弹窗、频繁提示等方式强迫用户下载、打开APP影响用户正常浏览信息。无合理正当理由，不得要求用户不下载APP不让看全文。最后是卸载。《意见稿》要求除基本功能软件外，APP应可便捷卸载，不得以空白名称、透明图标、后台隐藏等方式恶意阻挠用户卸载。

值得一提的是，便捷卸载或许已经可以实现。《关于进一步规范移动智能终端应用软件预置行为的通告》指出，2023年1月1日起，生产企业应确保移动智能终端中

除基本功能软件外的预置应用软件均可卸载。

此外，APP的服务体验也是治理的重点。2021年3月，国家市场监督管理总局公布的《网络交易监督管理办法》就明确了网络交易经营者应在用户接受服务前和自动展期、自动续费等日期前五日，以显著方式提醒。然而，时至今日，依然有部分APP和平台在无提醒的情况下实行自动扣费。

在投诉平台上可以看到一些关于自动扣费的投诉。以百度文库为例，有用户购买文件后被自动免密扣费，但是用户并未开通百度文库自动免密支付；有用户注意到百度文库在本人不知情、APP无任何提示，且APP已卸载的情况下被连续扣费。

对此，《意见稿》提出，APP要做到服务续期及时提醒，采取自动续订、自动续费方式提供服务的，应当征得用户同意，不得默认勾选、强制捆绑开通。

此外，在广告方面，针对APP开屏或弹窗无法关闭，或容易误触后跳转的问题，《意见稿》提出要做到窗口关闭用户可选，即开屏和弹窗信息窗口提供清晰有效的关闭按钮，不得频繁弹窗干扰用户正常使用，或利用“全屏热力图”、高灵敏度“摇一摇”等易造成误触发的方式诱导用户操作。

可以看到的是，现在部分APP，如百度网盘等，都保持着高灵敏度“摇一摇”等功能，用户误触后会跳转至其他平台。《意见稿》的提出为这些APP和平台指明了方向。

持续加强用户个人信息保护

加强个人信息保护同样是《意见稿》的重点治理内容之一。对于互联网平台来说，APP行业增长的速度正在逐步放缓，争夺数据成为行业发展重要的信息源，这导致平台对个人信息的依赖程度日渐走高。然而，对于用户来说，APP要求授权的权限越来越多，个人信息变得越来越透明，因此如何获得用户的信任变得十分重要。

工信部数据显示，2022年第三季度，12321网络不

良与垃圾信息举报受理中心共接到不良手机应用有效投诉3.65万件次，其中涉及信息安全问题的投诉1.83万件，占比50.1%；涉及个人信息及权限问题的投诉1.46万件，占比40.0%；涉及网络安全问题的投诉0.36万件，占比9.9%。

如何处理互联网信息服务和应用中的个人信息安全问题一直是国家治理网络空间的重点。国家以《网络安全法》《数据安全法》与《个人信息保护法》为依托，出台了一系列数据治理相关的细则与规定，如2021年，《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》施行，明确了“必要个人信息范围”，并提出APP不得因为用户不同意提供非必要个人信息，而拒绝用户使用其基本功能服务。

《意见稿》同样对个人信息保护作出了规定。《意见稿》提出，不得仅以服务体验、产品研发、算法推荐、风险控制等为由，违规收集个人信息，或强制用户同意收集与服务场景无关的个人信息。用户拒绝提供非当前服务所必需的个人信息时，不得影响用户使用该服务的基本功能。同时，《意见稿》提出，通过简洁、清晰、易懂的方式告知用户个人信息处理规则，突出显示敏感个人信息的处理目的、方式和范围，建立已收集个人信息清单，不得采用默认勾选、缩小文字、冗长文本等方式诱导用户同意个人信息处理规则。

针对申请使用权限，《意见稿》提出，在对应业务功能启动时，动态申请所需权限，不得要求用户一揽子同意打开多个非必要权限。在调用终端的相册、通讯录、位置等权限时，同步告知用户申请该权限的目的。未经用户同意，不得更改用户设置的权限状态。

对于APP和互联网平台来说，《意见稿》是针对个人信息保护和数据合理利用的平衡措施。可以看到，近年来，相关部门依法查处的APP都存在索要非必要权限、未告知相关个人信息处理规则、违反必要原则收集、未

经用户同意收集使用个人信息等问题。收集信息数据无可避免，但是经过用户同意、界定数据收集范围是平台和APP的责任和义务。平台和APP应该做的是将数据收集控制在安全可控的状态，在保障数据要素流动的同时，保证收集的数据是个人信息而非个人隐私，主动保护用户的信息安全。

互联网应用治理是长线工程

《意见稿》的推出，是基于我国目前的移动互联网应用服务的发展情况。几年来，我国相继开展多项关于互联网应用和信息服务的治理，切实维护了用户的合法权益，也取得了积极的社会成效。但是利益当前，依旧有平台愿意铤而走险。《意见稿》的起草发布在某种程度上来说，是相关部门针对这一部分平台和APP进行的更加细致、扎实、制度化的监管。

对于用户来说，互联网应用和信息服务的治理为使用网络服务保驾护航。无论是APP的安装下载、使用场景还是用户权限，都是用户享受信息服务的直观体现。

《意见稿》在解决APP问题的同时，也引导APP和平台为改进问题而推出更为合理、合规的功能，这保证了用户的使用体验，也保护了用户的合法权益。

对于APP行业来说，互联网应用和信息服务的治理是为了建立平台的良性循环。APP提供信息服务包含开发、运营、分发等不同环节，某个环节出现风险都会波及整条产业链。互联网应用和信息服务治理推动着APP和平台完善内部管理和外部的服务，也是推动产业链的各个环节将依法合规及保障用户权益作为前提，形成良好的市场环境。

对于国家来说，互联网应用和信息服务的治理作为网络空间治理的一部分，是大势之所趋、人心之所向。而网络生态中的一些问题极易反弹反复，需要持续深入治理。互联网应用和信息服务治理可以看做网络空间治理的切口，补齐管理的短板，增强监管力度，才能让网络空间越来越清朗。

回望2022年，国家对于互联网应用和信息服务的治理一直在专项行动和规定、政策、法规的制度化建设中进行。专项行动和制度化建设并行也成为我国网络空间治理行之有效的方式。长远来看，这样的治理方式或许会长期存在。当互联网应用和信息服务治理成为常态，APP和互联网平台应该如何规范发展成为一个长期课题——寻求利益和社会责任兼顾或许是一个必然选择。（北京晚报）



四部门发文： 明确新冠病毒感染患者治疗费用医保相关政策

国家医保局、财政部、国家卫生健康委、国家疾控局四部门日前印发《关于实施“乙类乙管”后优化新型冠状病毒感染患者治疗费用医疗保障相关政策的通知》，规定对住院的新冠患者延续“乙类甲管”时的政策，全额保障新冠患者的住院费用。

通知明确，新冠患者在所有收治医疗机构发生的，符合卫生健康部门制定的新型冠状病毒感染诊疗方案的住院医疗费用，由基本医保、大病保险、医疗救助等按规定支付后，个人负担部分由财政给予补助。该政策以新冠患

者入院时间计算，先行执行至2023年3月31日。

此外，参保患者在基层医保定点医疗机构发生的与新冠治疗有关的（医保目录范围内）门急诊费用，原则上不设起付线和封顶线，报销比例不低于70%。具体规定由地方医保部门商财政部门根据医保基金运行情况研究确定，先行执行至2023年3月31日。

参保患者在其他医疗机构发生的新冠门急诊治疗费用，按照其他乙类传染病医保报销政策，对纳入医保范围的看病和药品费用，应报尽报。（人民日报）

国家药监局： 加强新冠防控药品拆零销售质量监管

为统筹做好《新冠病毒感染者居家治疗指南》中常用品的质量监管和供应保障，加强药品拆零销售监管，国家药监局近日印发《关于加强新冠防控药品拆零销售质量监管工作的通知》（以下简称《通知》）。

《通知》要求，落实企业主体责任，强化质量管理。各地药品监管部门应当督促指导辖区内药品零售企业严格按照《药品管理法》《药品经营质量管理规范》等法律法规要求，进一步强化药品质量安全主体责任意识，严把购销渠道关、储存养护关、药学服务关和配送追溯关，确保零售药品来源合法、销售合规、用药指导到位、去向可追溯，经营过程持续符合法定要求，严防假冒伪劣、过期失效药品以及其他不合格药品通过拆零销售流入市场，切实保障人民群众的用药质量安全。

加强监督指导，明确规范拆零销售要求。各地药品监督管理部门应当按照《药品经营质量管理规范》等有关要求，对药品零售企业拆零销售行为进行监督和指导，督促药品零售企业建立健全药品拆零质量管理制度和销售操作规程，配备药品拆零所需的场所和工具，安排经过专门

培训的人员开展拆零工作。拆零药品应当集中存放于指定区域，分包装标识应当注明药品名称、生产企业、规格、数量、用法、用量、批号、有效期以及药店名称等内容。药品零售企业应当做好拆零销售记录，主动提供药品说明书信息，并做好用药指导等工作。

另外，各地药品监管部门应当指导群众树立合理用药意识，引导消费者理性购药，避免盲目囤药造成的不合理用药风险和药品浪费，营造科学购药、安全用药、供应可及的药品经营环境。（人民网）



银保监会： 拟规定个人消费贷款期限不得超过5年

据银保监会网站消息，为进一步促进银行业金融机构提升信贷管理能力和金融服务效率，支持金融服务实体经济，中国银保监会对《固定资产贷款管理暂行办法》《流动资金贷款管理暂行办法》《个人贷款管理暂行办法》和《项目融资业务指引》等信贷管理制度（以下简称“三个办法一个指引”）进行修订，形成了《固定资产贷款管理办法（征求意见稿）》《流动资金贷款管理办法（征求意见稿）》《个人贷款管理办法（征求意见稿）》《项目融资业务管理规定（征求意见稿）》（以下简称“三个办法一个规定”），面向社会公开征求意见，有关部门负责人就上述制度回答了记者提问。

一、修订“三个办法一个指引”的背景是什么？

“三个办法一个指引”执行十余年来，在提高商业银行贷款管理规范化和精细化水平、防控信用风险和服务实体经济方面发挥了积极作用。近年来，随着我国经济社

会的持续发展，对金融服务实体经济提出了新的要求，“三个办法一个指引”中的一些规定也表现出一定的局限性和滞后性，需要更新调整，以更加适应当前信贷业务的发展趋势。银保监会对“三个办法一个指引”及相关政策在执行中存在的主要问题进行了修订，有利于进一步促进银行业金融机构提升信贷管理能力和金融服务效率，更好服务实体经济。

二、本次修订的原则是什么？

本次修订遵循问题导向、与时俱进、风险为本的原则。重点以提升服务实体经济质效为出发点，以有效防控金融风险为关键点，研究解决市场反映较为迫切的有关问题，并根据市场发展的新情况、新变化，积极调整政策的适用性、有效性。同时，注重科学把握政策调整节奏，强化风险控制机制，坚持审慎性要求，做好稳增长与防风险之间的平衡。

三、本次修订的主要内容是什么？

一是根据信贷业务实际，适度拓宽流动资金贷款与固定资产贷款用途及对象范围。二是进一步明确不同类型贷款的受托支付标准，优化受托支付管理要求，提高受托支付执行的有效性。三是根据新型业务场景，调整业务办理方式，支持应用大数据、非现场技术，开展贷款调查和管理。其中，对于小微企业办理的流动资金贷款，符合相关监管要求的可简化或不再进行现场调查。上述小微企业包括通过供应链金融业务获得贷款融资的小微企业。四是提升贷款办理的灵活性和便利性，进一步优化流动资金贷款测算要求，增加信用方式办理固定资产贷款相关内容，更好契合融资实际。五是明确贷款期限要求，引导商业银行有效防范贷款期限错配风险，优化贷款结构。六是整合其他相关信贷管理制度，提高制度的系统性。

四、本次修订对贷款用途范围和贷款对象进行了哪



些调整？

《固定资产贷款管理办法（征求意见稿）》明确，固定资产贷款是指向法人或非法人组织发放的，用于借款人固定资产投资的本外币贷款。固定资产投资是指借款人在经营过程中对于固定资产的建设、购置、改造等行为。同时，对于专利权等知识产权研发项目办理的贷款，可参照本办法执行。

《流动资金贷款管理办法（征求意见稿）》明确，流动资金贷款是指贷款人向法人或非法人组织发放的用于借款人日常经营周转的本外币贷款。流动资金贷款不得用于股东分红，不得用于金融资产、固定资产、股权等投资，不得用于国家禁止生产、经营的领域和用途。

五、本次修订对贷款受托支付相关要求进行了哪些调整？

对于固定资产贷款，明确向借款人某一交易对象单笔支付金额超过五百万元人民币的，应采用受托支付方式，并将受托支付时限在相关特殊情况下放宽至十日内。对于流动资金贷款，规定支付对象明确且向借款人某一交易对象单笔支付金额超过一千万元人民币，应采用受托支付方式。在借款人紧急用款场景下，允许贷款人可适当简化受托支付事前证明材料和流程，并予以事后审核。对于个人贷款，单次提款金额超过三十万元人民币的个人消费贷款，以及单次提款金额超过五十万元人民币的个人经营贷款，应采用受托支付方式。

商业银行可根据风险控制需要，在规定的受托支付相关标准基础上设置更为严格的标准。规定中的受托及自主支付账户均为银行账户。

六、本次修订对防控贷款资金挪用行为提出哪些要求？

一是贷款人应在合同中与借款人约定，借款人出现未按约定用途使用贷款等情形时，如个人经营贷被挪用于房地产领域等，借款人应承担的违约责任，以及贷款人可采取的提前收回贷款、调整贷款支付方式、压降授信额度、停止或中止贷款发放等措施，并追究相应法律责任。二是贷款人应健全贷款资金支付管控体系，加强金融科技应用，有效监督贷款资金按约定用途使用。发现借款人挪用贷款资金的，应按照合同约定采取相应措施进行管控。

七、本次修订对贷款期限进行了哪些明确规定？

为填补关于贷款期限的制度空缺，并有效防范贷款期限错配产生的风险，进一步优化贷款结构，本次修订明确：流动资金贷款期限不得超过3年。固定资产贷款期限原则上不超过10年，办理期限超过10年贷款的，应由总行负责审批，其中经营范围为全国的银行，可授权一级分行审批。个人消费贷款期限不得超过5年，个人经营贷款期限一般不超过5年，对于贷款用途对应的经营现金流回收周期较长的，最长不超过10年。

国家有关部门对于房地产贷款、个人住房贷款、个人助学贷款等的贷款期限另有规定的，继续执行相关规定。

八、本次修订对流动资金贷款测算要求进行了哪些调整？

考虑不同类型流动资金借款人差别较大，实际需求不尽相同，本次修订更加注重流动资金贷款的灵活性，支持商业银行积极发挥主观能动性。《流动资金贷款管理办法（征求意见稿）》明确，贷款人应根据借款人经营规模、业务特征及应收账款、存货、应付账款、资金循环周期等要素测算其营运资金需求，办法后附测算方法示例供参考。同时，增加了“贷款人应根据实际需要，制定针对不同类型借款人的有效测算方法”，以及“对于小微企业借款人，贷款人可通过其他方式分析判断借款人营运资金需求”的规定。

九、关于“三个办法一个指引”相关条款中规定的“书面形式”是否指的是纸质文本？

根据《中华人民共和国民法典》第四百六十九条规定，符合条件的“数据电文”视为书面形式。“三个办法一个规定”关于“书面形式”的有关要求，应符合《中华人民共和国民法典》的规定。

十、办理互联网贷款如何适用《流动资金贷款管理办法（征求意见稿）》《个人贷款管理办法（征求意见稿）》有关规定？

根据《流动资金贷款管理办法（征求意见稿）》第四十五条、《个人贷款管理办法（征求意见稿）》第四十八条规定，办理符合《商业银行互联网贷款管理暂行办法》有关规定的流动资金贷款、个人贷款，《商业银行互联网贷款管理暂行办法》另有规定的，从其规定。（央视网）

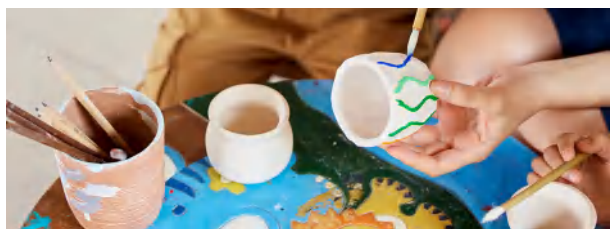
教育部等十三部门： 规范面向中小学生的非学科类校外培训

2021年7月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》，部署实施“双减”工作。一年多来，在全国各地及社会各方共同努力下，学科类培训治理取得阶段性进展。在此基础上，为回应社会关切，加快解决非学科类培训出现的问题，全面规范非学科类培训行为，维护广大学生及家长合法权益，近日，教育部等十三部门印发《关于规范面向中小学生的非学科类校外培训的意见》（以下简称《意见》），对非学科类校外培训治理作出系统部署。

《意见》指出，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，坚持“服务育人、问题导向、内外联动、部门协同”工作原则，着力统筹各方力量，多措并举，精准施策，全面规范非学科类培训，使其成为学校教育的有益补充，促进学生全面发展和健康成长。

《意见》强调，各地要明确非学科类培训主管部门、设置标准和准入流程。各省（区、市）要区分体育、文化艺术、科技等类别培训机构，明确相应主管部门。由省级主管部门牵头制定相应类别线上和线下培训机构的基本设置标准，明确底线要求，培训场所必须符合国家关于消防、住建、环保、卫生、食品经营等法律法规及政策要求，从业人员必须具备体育、文化艺术、科技等相应类别的职业（专业）能力资质。不得聘用中小学在职在岗教师，聘用外籍人员须符合国家有关规定。非学科类机构须依法取得有关主管部门的行政许可后，再依法进行法人登记。要对现有机构进行全面排查、对标整改。

《意见》强调，要规范非学科类培训日常运营。



非学科类培训内容应符合培训对象的身心特点和教育规律，不得开设学科类培训相关内容。培训时间不得与当地中小学校教学时间相冲突，线下培训结束时间不得晚于20:30，线上不得晚于21:00。非学科类培训机构要坚持公益属性，实行明码标价和信息公开。培训收费实行指定银行、专用账户、专款管理，不得使用培训贷方式缴纳培训费用，鼓励采取先提供培训服务后收费方式运营。培训机构不得一次性收取或以充值、次卡等形式变相收取时间跨度超过3个月或60课时的费用，且不得超过5000元。

《意见》强调，要加强非学科类培训日常监管。培训机构法定代表人和实际控制人为安全管理第一责任人，要切实履行好安全职责，遵守建筑、消防等安全相关规章制度，及时消除安全隐患。各地要建立联合执法机制，严肃查处违法违规培训行为。推进“互联网+监管”，将非学科类培训机构全部纳入全国校外教育培训监管与服务综合平台统一管理。推进行业自律，引导机构规范运行。

《意见》明确，要做好非学科类培训规范治理的配套改革。强化学校教育主阵地作用，促进学生学习更好回归校园。加强音乐、体育、美术等紧缺学科教师配备补充，开齐开足上好音体美课程；统筹利用科普、文化、体育等各方面社会资源，积极聘请退休教师、具备资质的社会专业人员或志愿者等参与支持学校课后服务工作，满足学生多样化学习需求。改进体育、艺术中考测试内容、方式和计分办法，扭转片面应试教育倾向，切实加强过程性考核，弱化选拔功能，注重对学生运动习惯和艺术素养的培养，不得将非学科类校外培训结果与大中小学招生入学挂钩。各地根据需求可以适当引进非学科类培训机构参与学校课后服务，要坚持公益性原则，引进的培训项目费用标准要明显低于培训机构在校外提供同质培训服务的收费标准。

《意见》要求，各地要在党委和政府统一领导下，将规范非学科类培训作为重大民生工程进行部署，抓好落地，要对责任不落实、措施不到位、群众反映强烈的地方及相关责任人进行严肃问责。（教育部）

警惕违规竞赛套路蒙骗 打击与招生入学挂钩的违规行为

随着“双减”工作深入推进，北京“双减”工作专班持续用力，久久为功，持续保持治理各类违规行为的高压态势。寒假期间，北京“双减”工作专班持续紧盯假期易发违规竞赛问题，打击与招生入学挂钩的违规竞赛，严处学校违规招生行为。

提醒提示一：

掌握合规竞赛白名单

教育部门的合规竞赛包括：1.列入教育部《2022-2025学年面向中小学生的全国性竞赛活动名单》的竞赛活动；2.市区教委及直属单位（少年宫等）组织或参与组织的中小学生体育、艺术和科技类竞赛活动。

北京“双减”工作专班提示，教育部门的合规竞赛有如下特征：

一是坚持“零收费”。主办方不向参赛者收取任何费用。

二是主办方是非营利主体。非营利主体是指在编办或民政部门登记注册的法人组织。也可以理解为，公司（即市场监管部门登记的营利主体）主办的赛事，一定不是教育部门合规竞赛。

三是办赛有连续周期性。每学年只举办一次竞赛，如果一年内反复举办的赛事，则不是教育部门合规竞赛。此外，合规竞赛名单每年都公开、公布、公示。

北京“双减”工作专班重申，任何竞赛以及竞赛产生的结果不得作为中小学招生入学依据。“双减”工作专班将不定期通报违规竞赛以及各类套路陷阱，保护学生和家长的合法权益，促进未成年人健康成长。

提醒提示二：

警惕违规竞赛套路

北京“双减”工作专班监测发现，一些违规竞赛存在几个常用套路：

套路一：对外不敢叫竞赛，名目马甲常更新。竞赛多以“俱乐部活动”“线上线下研学活动”“科普活动”

甚至字母代号暗语等马甲进行包装，通过机构网站、自媒体、家长微信群等渠道传播，宣称自身为某杯赛的延伸、获奖学生能直升名校，并以话术诱导裹挟家长报名。

套路二：通过第三方报名，暗示交钱保获奖。竞赛没有正常报名渠道，通过第三方机构代报名，家长从公开途径难以查证所谓主办方信息，第三方机构在代报名的同时也组织各类辅导、冲刺刷题班。更有第三方机构暗示可以保获奖，诱导家长花钱买奖，而这些获奖证书为主办方自制，证书本身无含金量。

套路三：设多轮比赛，报名费逐级上涨。竞赛不断设置初赛、复赛、大师赛等晋级模式，让人眼花缭乱。报名收费水涨船高，以高收费来显示竞赛级别。有的还通过“端午活动”“暑期研学”“冬令营”等方式，高频次开展线上线下活动，诱导学生反复参加。

提醒提示三：

参加违规竞赛有风险

北京“双减”工作专班特别提示，参加违规竞赛存在风险：

一是加重学生精力负担。违规竞赛的题目严重超纲超纲，目的是诱导学生不断报班刷题，浪费学生大量时间和精力。

二是加重家庭经济负担。违规学科竞赛组织管理混乱，核查时发现，线上代考、线下作弊、漏题透题、买卖证书情况屡有发生。通过虚假宣传诱导家长报名，参加多轮赛事，增加家庭经济负担。

三是难以保障学生安全。竞赛主办方往往是虚构的“组委会”，不具备法律责任承担条件。竞赛秘密进行，有时为了躲避监管，考场常临时“搬家”，一旦发生突发事件，后果不堪设想。

北京“双减”工作专班重申提醒：

要全面把握合规竞赛的基本特征，不轻信“组委会”虚假承诺，辨明竞赛真伪。如发现违规竞赛，及时举报，教育部门将会同执法部门根据举报线索核查，共同营造利于未成年人健康成长的环境。（北京市教育委员会）

三部门印发通知： 严禁养老机构违法违规开展医疗服务

为严禁养老机构违法违规开展医疗服务，切实维护老年人合法权益，国家卫健委办公厅、民政部办公厅、国家中医药局综合司近日联合印发《关于严禁养老机构违法违规开展医疗服务的通知》。

根据党中央、国务院决策部署，按照全国打击整治养老诈骗专项行动部署要求，国家卫健委、民政部、国家中医药局指导各地开展了养老机构内设的无资质医疗机构、无行医资质相关人员擅自提供诊疗服务违法行为排查整治工作，发现部分养老机构存在相关违法违规行为。

根据通知，严禁无资质机构和人员提供医疗服务。坚决杜绝养老机构内无执业资质的机构以相关名义提供医

疗服务。坚决杜绝养老机构内无行医资质的相关人员以相关名义提供医疗服务。要强化养老机构主体责任。

通知要求，严禁违规使用名称、超范围开展诊疗活动。养老机构内设医疗机构要严格按照相关文件要求规范命名医疗机构名称。坚决杜绝养老机构内设医疗机构的诊疗活动超出登记或备案范围。坚决杜绝养老机构内设医疗机构使用的卫生技术人员从事本专业以外的诊疗活动。

严厉打击相关违法违规行为。各地卫生健康、中医药部门要依法依规严厉打击养老机构内的无资质医疗机构、无行医资质相关人员擅自提供诊疗服务违法行为。民政部门要配合当地卫生健康、中医药部门做好相关工作。

严格规范开展医疗等服务。养老机构内设医疗机构的医师要在注册的执业范围内，遵循临床诊疗指南并遵守临床技术操作规范和医学伦理规范等开展医疗服务。对入住老年人负责救治或进行正常死亡调查的医疗机构要严格按照相关法律法规规定亲自诊查、调查并出具机构内死亡老年人《居民死亡医学证明（推断）书》。

通知要求各地卫生健康部门要将养老机构内设医疗机构纳入医疗卫生“双随机、一公开”监督检查范围，各地卫生健康、民政、中医药部门要加大宣传教育力度，切实提高相关机构人员依法执业意识。（新华社）



北京市市场监管局： 整治拒收现金行为，便利老人日常消费

为切实解决“老年人运用智能技术困难”难题，便利老年人日常消费。近三年来，市市场监管局围绕“查处利用格式条款拒收现金违法行为”，组织各区市场监管局开展一系列政策宣传及日常监督检查工作。

联合私个协志愿者进社区开展普法宣传。宣传员以

案释法，结合整治拒收人民币、支付安全、电信诈骗等常见消费者保护案例，讲解宣传《中国人民银行法》《人民币管理条例》及《侵害消费者权益行为处罚办法》等相关法律法规和规章，提升消费者尤其是老年人的维权意识。

加大对经营者合同签订行为的指导力度。聚焦公园

景区、商场超市、宾馆饭店等重点公共场所，要求经营者与消费者订立合同时要合理使用格式条款，不得以任何形式、理由拒收现金，并在能力范围内帮助老年人解决支付困难。

积极开展对“利用格式条款拒收现金等违法行为”的执法检查。近三年来，我市市场监管系统共出动执法人员近万人次，检查公共场所内各类经营主体近2万户次，

涉及商场超市、理发店、饭店、房地产中介、药店等与老年人生活息息相关的行业，未发现格式条款拒收现金的违法行为。

下一步，市市场监管局将继续指导各区局重点关注与老年人日常生活息息相关的行业，加大宣传引导和对重点公共场所合同格式条款的监管力度。（北京日报）

新规实施！ 全国铁路按年龄实行儿童优惠票

记者从中国国家铁路集团有限公司获悉，《中国国家铁路集团有限公司铁路旅客运输规程》于2023年1月1日起正式实施。按照新规，全国铁路按年龄实行儿童优惠票。

国铁集团客运部负责人介绍，国铁集团依据国家发布的《铁路旅客运输规程》，依法合规制定出台了国铁集团客规，包括总则、旅客运输、行李运输、特殊情况的处理以及附则等5部分内容，明确了铁路运输企业和旅客的权利与义务，以及办理旅客运输业务的要求和程序，并优化完善了相关规定，进一步提升国家铁路客运服务品质，为广大旅客提供更加美好的出行体验。

一是按年龄实行儿童优惠票。年满6周岁且未满14周岁的儿童可购买儿童优惠票，将惠及更多儿童旅客。根据测算，国铁集团客规实施后，每年享受儿童优惠票的旅客较此前预计增加1500万人次。每一名成年旅客可免费携带一名未满6周岁且不单独占用席位的儿童乘车，超过一名时，超过人数应当购买儿童优惠票，儿童年龄按乘车日期计算。旅客携带免费乘车儿童时，应当在购票时向铁路运输企业提出申明，购票申明时使用的免费乘车儿童有效身份证件为其乘车凭证。

二是优化学生优惠票购票规则。学生优惠票不再规定乘车时间限制。学生旅客凭附有标注减价优惠区间和火车票学生优惠卡的学生证，每学年（10月1日至次年9月30日）任意时间可购买家庭居住地至院校（实习地点）所在地之间4次单程的学生优惠票。

三是切实关爱重点旅客出行。明确了持中华人民共和国残疾军人证、中华人民共和国伤残人民警察证、国家综合性消防救援队伍残疾人员证的人员凭证可以购买优待票。明确视力残疾旅客可以携带取得导盲犬工作证，用于辅助视力残疾人工作、生活的导盲犬进站乘车。行动不便的老、幼、病、残、孕等特殊重点旅客可免费携带轮椅、折叠婴儿车进站上车，出行更加便捷。

四是让旅客享受更多优惠。旅客分段购买的、出发地至目的地间可联程接续的多段车票，如因一段行程中的列车晚点或停运，后续联程的车票可一并办理退票，并免收退票费；如因铁路运输企业责任造成旅客在中途站退票，按未乘区间票价退还票款；旅客办理补票、变更等客运业务时不再收取手续费。（新华网）



景区服务质量新地方标准4月实施

旅游景区应建实名制分时预约系统

旅游景区应建立实名制分时预约系统。游客可对景区打分评价，服务项目如得分低于3分，应限期整改。近日，北京市地方标准《旅游景区服务质量要求》进行了首次修订。新标准将从今年4月1日起实施。

应制定游客流量控制方案

作为北京市地方标准，《旅游景区服务质量要求》2007年首次发布。近日，修订后的《旅游景区服务质量要求》在北京市市场监管局网站公布。景区游客流量控制、门票实名制分时预约等一系列新内容首次出现在新标准中。

例如，新标准提出，应公布旅游景区主管部门核定的最大承载量，包括日最大承载量和瞬时承载量，制定并实施游客流量控制方案。



在“票务服务”方面，旅游景区应建立实名制分时预约系统，提供门票在线预订、在线交易服务。门票设计宜突出北京文化特色，所含信息准确全面，形式多样，可使用电子门票、邮资明信片等。考虑到越来越多的游客习惯电子支付方式，新标准提出，在验票服务方面，宜提供电子门票验票服务，相关设施状态良好。

重点文物要有专人巡视

与此前实施了十余年的老版标准相比，修订后的新标准增加了“卫生服务”和“环境服务”等方面的诸多内容。

为避免“到此一游”等乱刻乱画破坏景区景观或文物古迹，新标准特别提出了“资源保护”的要求。其中，自然景观和文物古迹保护应手段科学、措施先进，有效预防自然和人为破坏，保持景观和古迹的真实性、完整性。旅游景区应采取有效措施阻止游客触摸、刻画、攀爬文物古迹，重点保护文物应设警示标志并有专人巡视。

考虑到绿色环保的要求，新标准提出，旅游景区不应使用不可降解的、对环境造成污染的一次性餐饮具。

为了发展“夜经济”，新标准提出，夜间亮化应在节能的前提下，符合安全与美观的要求，注重营造夜间景观，发展夜间旅游。

此外，厕所应布局合理、数量充足，标志醒目规范。应有足够厕位，男女厕位比例合理；宜设立无障碍厕位、家庭卫生间等。同时配备专人服务，保证室内整洁、无异味，洁具洁净、无污垢、无堵塞。此外，旅游景区密闭建筑、公共场所、卫生设施、游乐设备、餐饮场所等还应及时进行通风换气、清洁消毒。

游客评价低于3分限期整改

对旅游景区是否满意，游客可以打分评价。游客评价将作为景区改进服务的重要依据之一。旅游景区应向社会公开服务质量的监测、评价结果。

修订后的新标准增加了“旅游景区游客满意度调查表”。记者注意到，调查表中，共列出了人员、票务、卫生、环境等8个不同的服务项目，以及对旅游景区的总体评价。游客可根据满意度自行打分评价，“5分”为非常满意，非常不满意则为“1分”。此外，对旅游景区如有其他意见建议，也可填写在调查表中。

根据评价结果，旅游景区应及时采取有效措施，改

进服务工作，提高服务质量。其中，服务项目得分不低于3分为合格，对于低于3分的服务项目，应分析原因，限期整改。连续两个季度不合格的服务项目，服务人员应参加在职培训。对于投诉发生频率高的服务项目、环节，做出针对性整改。游客满意度得分、投诉处理率可纳入旅游景区服务质量年度考核。（北京日报）

铁路部门推出便民利民措施 联程车票可一并办理退票免收手续费

1月6日上午，国新办举行新闻发布会，国铁集团客运部主任黄欣在会上介绍，今年春运，国铁集团在总结以往好的做法的基础上，在乘车、候车、购票等环节，将推出一系列便民利民举措，全力打造平安、有序、温馨春运，努力让旅客体验更加美好。

在运力安排方面，要做到科学精准安排运力。统筹用好去年开通的新线和新站资源，以及新投用的复兴号动车组等先进装备，增强路网整体功能，提升客运能力。按照“充足安排、按需启动，响应快速、应急有备”的原则，科学安排客车开行方案。

在有序出行方面，要为广大旅客营造健康安全的出行环境。要认真落实好疫情防控和安全管理各项措施，强化车站客流组织，严格控制列车客座率，引导旅客有序分散进站候车，保持安全距离；加强重点处所通风消毒，保持站车良好环境；积极推广无接触式服务，加强旅行健康宣传提示，加强员工健康管理，引导旅客全程佩戴口罩，强化自身健康防护。

在站车服务方面，重点在三个方面推出一些便民利民的措施。一是在提升旅客购票服务体验方面，进一步优化12306系统功能，进一步扩大电子客票应用范围，在到站补票和列车补票业务环节全面实施电子化。二是学生优惠票不再规定乘车时间限制，每学年任意时间可购买4次单程的学生优惠票，方便学生在任何时候使用。三是因铁路责任或不可抗力造成旅客退票，联程车票可一并办理退票，而且免收退票手续费。旅客在办理补票、变更等业务

时，不再收取手续费；同时扩大非高峰方向票价折扣优惠列车范围。

在旅客出行信息服务方面，将在全国3200余组动车组列车上推行铁路畅行扫码服务，旅客通过扫描座椅扶手上的“铁路畅行码”，可顺畅查询列车正晚点、运行位置、接续车次、交通接驳等出行服务信息，还可以办理餐饮选购、补票升席、查找遗失物品等业务。同时，完善铁路12306消息通知机制，及时向已购票并预留了准确联系方式的旅客，精准推送列车停运和变更信息，方便旅客掌握列车开行动态，以便合理安排行程。

在中转换乘服务方面，春运期间旅客中转服务比较多，旅客特别关心中转方面的信息，安排全国站内便捷换乘的车站由过去80个增至100个，并完善车站服务设备设施与引导标识，提升旅客中转换乘效率，为旅客在春运期间便捷换乘提供方便。（央视网）





何勇海

外卖封签不能“虚晃一枪”

随着烟火气的逐渐回归，外卖平台相关数据显示，餐饮外卖订单和营业商家数稳步回升，订单日环比连续多天增加。作为守护外卖食品安全的一道“安全锁”，封签是不是也一同“返岗”了呢？记者调查发现，有部分商家出于在使用封签上打了折扣。7份外卖中，有1份用4个订书钉和一截小胶带封口；还有两份商家只是简单地打了个结，密封效果几乎为零。

外卖封签是为了防止外卖在配送过程中被人为拆启或意外破坏而采取的一次性封口包装件，可以保障外卖食品在配送环节的完整性和安全性。外卖封签多采用特殊材料制成，纸面设置锯齿暗纹，若遇外力撕毁将留下永久性痕迹，一旦拆开无法重新接回，这就能防止外卖在配送中被人为拆启或意外破坏，消费者也可凭此判断餐品在配送中是否原封不动。

外卖封签已在多地推广使用，小小的外卖封签如同一把“安全锁”，守护着消费者“舌尖上的安全”，让大家“点得放心、吃得安心”。2022年4月1日起实施的北京市《网络餐饮服务食品安全管理规范》，明确规定入网餐饮服务提供者对外卖食品打包时，“应使用开启后无法复原的外卖包装封签或者一次性封口的外包装袋等密封方式”；上海、江苏、安徽、内蒙古、天津、河北等地也要求或提倡使用外卖封签。究其根本，外卖封签既有利于保障食品安全、规范外卖市场，更是对消费者负责之举。

外卖封签落实不到位或者“虚晃一枪”，主要问题在于部分商家责任意识不到位，如据报道，有的商家觉得“太麻烦”；有的商家表示“太忙忘记贴了”；有的商家借口“自己在网上购买的外卖封签还没发货”；还有的商家则承认使用外卖封签会增加成本：“虽然封签的价格很便宜，但长年累月下来如果不用也能省下不少成本”。同时，对不使用外卖封签商家的相关惩罚力度较小，这也纵容了部分商家“铤而走险”。此外，还有部分商家认为消费者并不知晓外卖封签且没有养成检查封签的习惯，所以不使用外卖封签。

针对外卖封签被“打折扣”，首先，商家要清楚认识到“省封签的同时也省掉了外卖的安全和消费者的信任”，从而增强责任意识和食品安全意识，全面使用封签；其次，外卖平台应制定更严格的规则并加强监管，督促入驻商家落实封签制度；再次，相关部门应强化对外卖封签的监管执法力度，及时发现并要求整改；最后，消费者也要充分认清外卖封签的重要性，养成检查封签的习惯，切实维护自身的安全和权益。（中国消费者报）

“指尖精彩”，更要安全无碍



居东台

随着移动互联网的发展普及，人们对层出不穷的应用程序不再陌生，对花样百出的应用程序乱象同样也不陌生。近日，中央网信办部署开展“清朗·移动互联网应用程序领域乱象整治”专项行动，对手机APP、小程序、快应用等应用程序乱象进行深入治理，促进行业健康有序发展，营造清朗网络空间。

观察当代人的生活，应用程序的触角几乎随处可见。从购物消费、旅游出行，到办公学习、休闲娱乐……不夸张地说，截至目前，数百万款应用程序已经成为人们进出移动互联网的第一入口。也正因如此，一些不法分子盯上了这条“流量爆表”的网络主干道。有粗制滥造“山寨APP”骗点击率、下载量的，也有强制、捆绑“套装”下载安装的，更有通过技术手段暗藏“后门”玩套路的……各种明着暗着的不规范行为，对用户隐私和财产安全构成威胁，也给信息时代的“指尖精彩”蒙上一层阴影。

欣欣向荣的应用程序市场，决不能被野蛮生长的违规APP搞乱套。此次专项行动，目的就在于加强移动互联网应用程序全链条管理，全面规范移动应用程序在搜索、下载、使用等环节的运营行为。在搜索查找环节，除了重点打击“山寨APP”，还对虚假排名、低俗色情等不良信息进行严格整治；在下载安装环节，明确禁止强制捆绑、诱导套路等惯用伎俩，从严查处“挂羊头卖狗肉”规避监管的做法；在运行使用环节，群众反映强烈的频繁弹窗、强制自动续费、诱导充值等行为都将受到集中治理、严格规范、严厉打击。步步为营、环环相扣，才能挤压不法分子的牟利空间、生存空间。

网络世界是现实世界的延伸。因此，需要从更大更高的视野，来理解整治应用程序乱象的必要性和紧迫性。往小了看，这是移动互联网应用市场的规范性问题。但是往大了看，这是涉及到隐私保护、色情赌博、电信诈骗、数据安全、未成年人保护等更多层面的综合性难题。换言之，一款精心伪装的APP，可能造成的损失和危害是不可估量的。长期以来，有关部门针对涉黄涉赌、恶意程序、违规游戏、不良学习类移动APP等重拳出击，着眼的正是防微杜渐，力求从早从严、从紧从实筑牢安全屏障。

“打蛇打七寸。”在应用程序的生态链中，用户、开发者、应用商店相互连接、互为依存。对应用程序乱象“零容忍”，关键要切断黑灰链条。比如，云基础设施的提供者要自查自纠，屏蔽恶意链接，清查接入服务；应用商店要认真履行主体责任，完善应用程序上架审核流程，提升安全检测技术能力，及时清理违法违规移动应用程序，等等。当然，有关部门还要加强监管，畅通举报渠道，加强执法力度。

应用程序的本质是追求快捷、舒心、高效的体验，而不是成为风险、糟心、焦虑的源头。标本兼治、综合治理，我们才能在尺寸之间尽享风清气正、安全无碍的网络世界。（人民网）



郭子源

远离“保本高收益”欺诈陷阱

如果有人向你推荐一款保本且年化收益率超10%的投资品，你的第一反应是心动还是警觉？日前金融监管部门召开会议，传达学习中央经济工作会议精神，明确提出坚决防范化解金融领域重大风险。其中，要及时查处宣扬“保本高收益”的欺诈行为，严厉打击违法违规金融活动。

在市场经济条件下，“保本高收益”既不符合投资规律，也不符合经济学原理。很多人都幻想过这样一款完美的投资品——低风险、高收益、高流动性。但实际上，这三要素是一个“不可能三角”。高收益必然伴随高风险，也意味着该投资品让渡了一定的流动性；反过来，如果一款投资品具有较高的流动性，那么它必然让渡了一部分收益。

如果有机构宣扬“保本高收益”“低风险高收益”，十有八九是非法集资。近年来，中国人民银行党委书记、中国银保监会主席郭树清在多个场合多次强调：“收益率超过6%的就要打问号，超过8%的就很危险，10%以上就要准备损失全部本金。”当前，非法集资正打着互联网金融等幌子隐匿手段、翻新花样，但本质都是击鼓传花的庞氏骗局，通过高息诱饵骗取投资者的大额资金。

既然道理十分清楚，监管也反复强调，为何仍有投资者甘愿走入骗局？一方面，侥幸心理在作祟。世人皆知天上不会掉馅饼，但真有馅饼掉在自己头上时，多数人的第一反应不是怀疑警惕，而是感叹着实幸运。投资者一定要摒弃侥幸心理，否则后患无穷。另一方面，我国金融知识的普及程度仍有待提升，部分投资者缺乏金融素养，缺乏开展理性判断的知识储备。

要特别重视老年投资者的金融素养不足的问题。回顾其早年投资经历不难发现，彼时我国银行理财市场尚未打破刚性兑付，“保本、固定收益”是默认规则。此种模式助长了影子银行规模的高速扩张，还为经济发展埋下巨大风险隐患。为了防范化解风险，2017年多个金融管理部门联合发布“资管新规”，至此，刚性兑付被打破，“理财非存款、产品有风险、投资须谨慎”理念逐渐被市场接受。但尚有部分老年投资者仍未更新投资理念，极易落入“保本高收益”欺诈陷阱。

面对理财市场的新变化，投资者可坚持“三看”，用理性投资获取合理回报。一看产品是否宣扬“保本高收益”。一旦发现此现象，投资者要相互提醒、积极举报，让各种金融诈骗和不断变异的庞氏骗局无所遁形。二看产品是否正规。目前银行理财产品已经有了“防伪码”，投资者可登录“中国理财网”，输入相关信息查询产品真伪。三看产品投资方向与运作模式。选择一款投资品的前提，是要了解钱投向哪里，也就是与哪些投资标的挂钩。主要投资于货币市场的产品与主要投资于股票市场的产品，其风险收益水平必然差异较大。

还须持之以恒开展风险教育。监管部门要开展宣传教育，帮助投资者避免上当受骗；与此同时，投资者也要提升自身免疫力，摒弃侥幸心理，树立科学投资理念，为自己增加更多安全稳定的财产性收入。（经济日报）

不能让智能电视机成为“套娃机”



孔德淇

智能电视机正变得越来越复杂，就连年轻人也直呼“搞不懂”。据报道，现在的智能电视机大多内嵌了多套不兼容的会员体系，哪怕充了一个会员又一个会员，可能仍然无法看到想看的影视内容，让消费者陷入“套娃式充会员”陷阱。（1月5日《成都商报》）

随着与互联网端的打通，智能电视在承载传统功能的同时，其内含的影视资源的数量、品类也变得空前丰富。然而，电视内置的会员体系细分且复杂，各个软件端会员互不打通，手机端和电视端还要分开购买，二者价格差距甚至接近一倍。这也意味着，当下想观看自己喜欢的节目，不得不下载多款App、充值多个VIP。这已然成为不少人的“同款”烦恼，类似满含套路的操作在社交媒体上屡见质疑声。

“一充再充”的会员机制俨如俄罗斯套娃，一层套着一层，有“割韭菜”嫌疑，饱受诟病也在意料之中。然而，为何相关厂商依然坚持如此？据业内人士透露，一方面是因电视机厂商无力打通所有视频App，只能将这些平台杂糅到一台电视机中，另一方面则由于预装App、开机广告、第三方会员抽成都是智能电视机收入来源的一部分，其中会员抽成“占大头”。而当前，尚无法律法规或者国家标准、行业标准对电视会员业务予以规范，会员业务成为电视机厂商根据市场需求自行掌握的一项盈利方式。

在市场经济条件下，只要不僭越法律法规、不违背公共利益和公序良俗，盈利创收无可厚非。但也应看到，国家发改委和广电总局已明确提出了要遵循服务成本与社会承受能力相结合的原则。套娃式会员本质上是一场漫天要价、反复收费的“客厅营销”，不仅影响消费者的观感体验，伤害了他们的真挚感情，也超出一般消费者承受能力，扰乱了正常的市场秩序，涉嫌违反服务成本与社会承受能力相结合的原则。

网络视听资源再丰富，倘若对消费者缺乏基本的尊重，不把力气放在改善内容环境、提升用户体验上，只是盯着消费者的钱包，变着法子敛财，那显然是极短视行为。在影视消费文化越来越趋成熟、大量免费和价廉质优的影视资源层出不穷的当下，甘愿当“冤大头”的消费者将越来越少。一些对会员价格非常敏感的人，可能会转向手机或平板电脑端，观看价格更低的相同内容。

有鉴于此，为了保持整体营收规模，增加销量和市场占有率，电视机厂商无疑需摒弃“重重套路”，重新思考定价策略、做好产业平衡，另辟更合理的“创收”渠道。基于电视机内存在不同体系的会员，已有厂商在试图打造聚合型平台，涵盖多个平台的视听内容，以价格公道、资源集约的产品回馈消费者，释放出积极的纠偏信号。消协组织也不能仅仅呼唤“诚意”，该亮剑时必须亮剑。

说到底，内置收费规则该不该改革，付费影视产业朝哪个方向发展，舆论已不厌其烦地提醒相关厂商：应杜绝唯利是图和霸王条款，充分考量消费者体验和意见，少一些套路、多一些真诚。继续漠视用户意见，低估消费者“用脚投票”的决心，只会被市场所抛弃。（北京青年报）



北京市市场监管局、北京市消协发布 元旦、春节消费提示

为了让广大消费者度过一个平安、祥和、舒心的传统佳节，北京市市场监管局、北京市消费者协会发布元旦、春节消费提示，提醒消费者在节日期间科学、理性、绿色消费，注重消费安全，共同营造欢乐祥和的节日消费氛围。

一、置办米、面、粮油、礼品等年货时，要选择证照齐全、管理规范商场、超市、农贸市场或电商平台进行采购。要注意查看商品外包装，选择厂名厂址、生产日期、保质期等信息完整，合格证、生产许可证等标识齐全的商品。面对各类促销活动，要做到理性消费，不囤积、不盲从。

二、外出就餐时，要选择证照齐全、环境卫生、服务口碑好的餐饮单位。预定年夜饭时要详细了解菜品情况和规格，在协议中约定有关事项。购买“预制菜”或“半成品年夜饭”的消费者，要注意选择规范厂家（商家）的新鲜产品，并按照保质期要求食用，尤其注意生熟分开，避免交叉污染。要落实“光盘行动”，拒绝“舌尖上的浪费”。

三、网购商品时，要提前查看电商平台或者网络经营者的相关证照信息，了解售后服务保障措

施，不轻信和点击来源不明的网址链接。考虑到业务量、天气以及春节放假等因素，节日期间快递物流可能会出现延迟情况，消费者在网购时要提前作好安排。

四、按照风俗，几乎每家每户春节前都会进行大扫除，家政清洁服务成为消费热点。消费者在进行此类消费时要选择规范的家政公司。提前和家政公司作好沟通，告知具体的清洁要求，明确清洁标准和计费方式，初步确定所需的总费用，避免发生消费纠纷。接受服务时出现问题，要及时与家政公司沟通处理。

五、在消费时若办理预付卡，要按照《北京市单用途预付卡管理条例》的有关规定和经营者签订合同，切勿轻信口头承诺。尽量不要一次性充入过多的资金，以免造成经济损失。

节日期间购物，消费者还要记得向商家索要消费票据，如发票、收据、消费明细等。若发生消费纠纷，可先与商家协商解决，如果协商不成，可拨打12345进行投诉。

中消协发布“消费积分清零”行为警示： 牢记“四不”原则，远离消费欺诈

年底年初，中国消费者协会陆续接到消费者反馈有关经营者利用积分到期催办兑换相应商品或服务涉嫌误导消费的行为。

消费者通过注册成为某家品牌或经营者的正式会员后，完成消费即可获得相应积分，这些积分可以用于兑换一些商品或者服务，属于经营者给到消费者的一种福利。为了激发消费者的热情，经营者一般会推出不同的兑换活动，给积分设置一定的时间限定或使用要求。一些经营者利用消费者不忍浪费消费积分、期待品牌让利优惠等心理，进行短信营销推广，邀请会员参与积分商品兑换、打卡签到或邀请好友共同参与等方式进行互动。还有一些不法经营者则通过冒充品牌客服、模仿三大运营商服务号码向消费者发送短信等形式，骗取新用户注册信息，邀请消费者主动点击链接兑换所谓福利商品，甚至开展相关电信诈骗活动。

经中国消费者协会核实，与以往积分兑换活动不同，现出现一种“积分加现金”的兑换形式，该形式很容易误导消费者消费。不仅如此，中国消费者协会已经确认该积分兑换商城中的部分商品是假冒产品，还有部分的品牌产品属于库存积压多年的产品。如该链接商城中展示的某知名品牌的羽绒被产品，该品牌中国区代表明确向中消协表示从未生产羽绒被产品。该网上商城中其他品类产品可能存在的问题，中消协也在核实的过程中。

在此，中国消费者协会提醒消费者注意：

一、不要轻信积分到期作废，提醒兑换商品的短信等信息，更不要轻易点击陌生号码发来的所谓“商品兑换链接”“积分商城链接”。中消协建议消费者适当加强甄别意识，结合自己的消费经历和注册经验，对相关陌生号码、内容加以判断。

二、不要轻信所谓的积分兑换“补差价”福利

噱头。现在国内主流的品牌方和经营者，大部分均为利用积分进行无条件兑换商品或服务，若遇有通过补差价、需要结合现金等形式购买商品或服务的积分兑换活动，消费者一定要慎重消费，留心比对商品信息和实际价值，以免“失分又蚀财”。

三、不要未经核验就通过短信息或短信内链接直接进行兑换、消费和充值，对于需要输入验证码、实名认证个人和银行卡、账户密码等操作更要保持警惕。中消协建议消费者收到相关积分到期、清零、限时福利等提醒信息，一定要通过正规途径进行核实，该活动与以往电信服务公司等经营者组织的积分兑换活动完全不同。虽然有的积分商城在首页中提到本积分兑换活动不属于xx通讯公司，但并不显著，有时候其目的可能正是为了混淆视听！

四、不要通过短信、陌生人私信或即时通讯软件推送内容，添加所谓工作人员、客服人员的私人微信进行交易，也不要相信所谓授权即可操作或远程代为操作。中消协建议消费者适时开启手机短信拦截功能或软件隐私保护等防护模式，或安装反诈App，对陌生推送消息、营销骚扰信息和未知二维码等加以拦截。

中国消费者协会同时建议电信服务经营者对此类积分兑换商城短信内容、号段等进行监测核实、动态封堵，并对涉诈异常信息、活动加以处置。此类积分兑换商城的网站链接基本为境外链接，很难找到发送源头，消费者在被误导甚至被欺诈后往往很难进行维权。按照《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国反电信网络诈骗法》规定，未经消费者同意擅自发送垃圾营销、虚假宣传短信息的商业短信属于违法行为，应当依法坚决予以阻断、查处。（中国消费者协会）

“赴澳旅游消费锦囊” 安全宜游安心消费

澳门诚邀内地居民来澳旅游，因为澳门建设的世界休闲旅游中心，无论衣、食、住、行都配合旅客所想所需，而诚信、有礼的优质消费环境还可以让旅客们更安心消费，宾至如归。

为了让旅客能在澳安心消费，准备好在澳期间的行程规划，澳门消委会为你送上“赴澳旅游消费锦囊”，诚意推荐两个“标志”陪你同行，还有一个“中心”做你的维权后盾，Let's go 祝各位行程愉快。



“诚信店”优质标志

“诚信店”优质标志是澳门特别行政区政府消委会与全联旅游业商会向澳门符合资格的“加盟商号”联合发出的认证标志。贴有这个标志的商号承诺：“以诚、以信、以礼”为消费者提供安全与优质的商品与服务，事事以客为尊。

“诚信店”承诺严格遵守《诚信店认可计划》，为消费者提供更优质的服务。

根据《诚信店认可计划》，“诚信店”须遵守向消费者提供完善的售后服务等18项规定，并保证一旦与消费者发生争议，会在14天内作出回应，与消费者协议作出如维修、更换、减价、解除合同等具体安排，或将争议以调解或仲裁方式解决。

点击：<https://www.consumer.gov.mo/Shop/Regulation.aspx?lang=zh> 消费者即可知道在澳门购物消费，光顾“诚信店”如何能够获得更周全的保障。

“诚信店”涵盖衣、食、住、行领域超过1,000家商号，要了解这些商号的业务数据及位置，请点击：<https://www.consumer.gov.mo/Shop/Default.aspx?lang=zh>

消费者扫描张贴于商号的“诚信店”标志二维码/QR Code，即可确认该商号的“诚信店”资格。



“加盟商号”标志



（两个标志目前并行使用）

“加盟商号”表示该些商号已预先接受“澳门消费争议调解及仲裁中心”（以下称“中心”）的自愿仲裁制度约束。

如消费者提出将消费争议通仲裁方式解决，凡“加盟商号”必须接受仲裁，直至完成仲裁程序。按《澳门消费争议调解及仲裁中心规章》规定，“加盟商号”必须接受由消费者提出的争议金额在10万澳门元或以下的仲裁。因此，消费者在“加盟商号”消费无须担心争议解决不了。

同时，“中心”受理争议金额是不设上限的，

只要消费者与商号都愿意以调解或仲裁方式解决争议就可使用该服务，“中心”会为10万澳门元或以下的消费争议提供免费服务。

为旅客设立便利的跨域服务



为保障赴澳旅客消费权益，“中心”设跨域调解及仲裁服务（目前粤港澳大湾区内城市在实行，已逐步扩大服务范围），赴澳旅客的争议个案或索偿可使用“中心”的跨域服务，无需再往返两地，只需采用视频会议方式，按澳门特区法律解决发生在澳门特区的消费争议，消委会的调解及仲裁服务确保旅客在澳门消费无忧。

“消费锦囊”旅程更称心满意 欢迎大家赴澳旅游消费

内地与澳门在消费文化、市场运作、消费习惯方面可能有差异，为此，建议大家赴澳购物前，先

看看这个“锦囊”的提示及数据，相信可以让大家的旅程更顺利、消费更称心。

多个有效维权途径提供适当协助

旅客在澳如遇到消费争议，可以向澳门消委会或特区政府相关执法部门寻求协助。

消委会服务热线（电话：853 89889315）提供24小时电话录音服务；

“消保易”综合服务电子平台：旅客有任何投诉，只需利用手机等移动装置扫描“消保易”二维码登录平台，以文字或照（图）片留下资料，就可简易便捷地完成整个投诉程序。（中消协网站）



消委会微信号内的
“维权申诉”



消委会收到资料后会尽快跟进及作出回复

警惕不法贷款中介诱导消费者违规转贷

近期一些不法中介发掘“商机”，向消费者推介房贷转经营贷，宣称可以“转贷降息”，诱导消费者使用中介过桥资金结清房贷，再到银行办理经营贷归还过桥资金。然而，这种将房贷置换为经营贷的操作隐藏着违约违法隐患、高额收费陷阱、影响个人征信、资金链断裂、侵害信息安全等风险，中国银保监会消费者权益保护局发布风险提示，提醒广大消费者，警惕不法中介诱导，认清违规转贷背后隐藏的风险，防范合法权益受到侵害。

风险一：中介违规操作给消费者带来违约违法隐患。根据相关监管规定，经营贷须用于生产经营周转。银行与消费者贷款合同会明确约定贷款用途，但在“转贷”操作下，银行若发现经营贷款资金未按照合同约定使用，最终将由消费者承担违约责任，不但可能被银行要求提前还贷，个人征信也会受到影响。此外，在经营贷办理过程中，不法中介宣称可以提供办理各项证件、材料的服务，“帮助”消费者申请贷款，其实是通过伪造流水、包装

空壳公司等手段获得申请经营贷资格,此行为涉嫌骗取银行贷款,消费者甚至可能会被追究相关法律责任。

风险二：中介垫付“过桥资金”，息费隐藏诸多猫腻。不法中介所谓的“转贷降息”，需要消费者先结清住房按揭贷款，再以房屋作抵押办理经营贷。不法中介为牟取非法利益，往往怂恿消费者使用中介的过桥资金偿还剩余房贷，并从中收取垫资过桥利息、服务费、手续费等各种名目的高额费用，消费者“转贷”后的综合资金成本可能高于房贷正常息费水平。即使最终申请经营贷失败，消费者仍将被中介要求承担上述各项高额费用，同时还承担高息过桥资金的还款压力。

风险三：“以贷还贷”“转贷”操作有资金链断裂风险。经营贷与住房贷款在贷款条件、利息、资金用途、期限、还款方式等方面都有很大不同。比如，经营贷的期限较短，还款要求也很不一样，且本金大多需一次性偿还，借款人若无稳定的资金来源，贷款到期后不能及时偿还本金，可能产生资

金链断裂风险。

风险四：“转贷”操作有信息安全权被侵害风险。消费者选择“贷款中介”的“转贷”服务，需要将身份信息、账户信息、家庭成员信息、财产信息等相关重要信息提供给中介。部分中介获取消费者个人信息后，为谋取非法利益可能会泄露、出售相关信息，侵害消费者信息安全权。

银行机构要加大金融知识普及力度，向消费者充分提示风险，并进一步完善内部管理机制，加强中介机构管理和贷款审核，防止房贷违规置换经营贷风险。同时，银保监会消保局也提醒广大消费者，认清转贷操作的不良后果和风险隐患，增强风险防范意识，维护自身合法权益。

一是防范不法中介虚假宣传，提高风险识别能力。要警惕不法中介隐瞒不利信息、只谈诱人条件的虚假宣传欺骗和误导消费者。所谓的“转贷降息”看似利息更优惠，实际却隐藏违法违规违约隐患、高额收费陷阱、个人征信受损、资金链断裂、信息泄露等风险。

二是选择正规金融机构咨询，警惕不法中介的套路陷阱。要合理评估个人或家庭实际情况，若有提前还贷或者其他金融业务需求，应向银行等正规金融机构进行咨询了解相关情况。要了解金融常识，保护自身合法权益。

三是认真审核合同内容，按约定使用贷款。金融机构和消费者都应本着公平自愿、诚实守信的原则，金融机构应合规放贷，消费者要理性借贷。申请贷款时，提供真实有效的贷款申请材料；在合同签署时，认真阅读条款,重点关注利率、费用、权利义务、风险提示等重要内容，谨慎对待签字、授权环节；借贷后，注意按照约定用途使用贷款，避免挪作他用，产生违约责任，影响个人征信。

四是注意个人信息保护，避免造成财产损失。在办理金融业务时，不随意透露身份信息、银行账号、财产情况等个人信息，防止信息泄露的风险；不轻易登录不明机构网站和转发链接；不轻信自称某金融机构的陌生来电，避免个人信息被不法分子利用，甚至造成财产损失。（中国银保监会）



跨年迎新春，食品安全莫大意

节假日离不开美食的相伴，2023年元旦、春节期间，为使广大消费者在节假日期间玩得开心、吃得安心，广东省市场监督管理局发布元旦春节假期食品安全消费提醒：

一、选购食品方面：1.到持有有效《食品经营许可证》或经过《仅销售预包装食品备案》的食品经营单位购买，购买冷藏冷冻食品还要到具备冷藏冷冻食品经营项目、储藏条件好、符合卫生要求的正规商场、超市和市场购买，网购食品或半成品更要注意查看卖家的食品经营许可证及经营项目、食品生产许可证、产品生产日期、保质期等信息；2.要查看外包装，观察是否新鲜，是否在保质期内，包装是否完整无损、有无鼓包（胀袋、胖听）、有无颜色变化、有无异味等；3.要索取购货凭据或保留购物小票，以备维权所需。

二、就餐用餐方面：1.选择到持有有效《食品经营许可证》的餐饮服务单位就餐，不到无证小店和街边小摊就餐；2.慎食高风险食品，若选择食用凉菜、熟食卤味和生食水产品等冷食、生食类食品时，应注意查看食品经营单位是否有经营相关冷食和生食类品种的项目；3.不尝鲜、不贪口腹之欲，不食用野蘑菇、鲜黄花菜、河豚鱼、织纹螺以及一些可能具有毒性或有寄生虫风险的产品；4.禁止食用国家重点保护野生动物和其他陆生野生动物，包括人工繁育、人工饲养的陆生野生动物，以及有关法律禁止食用的其他野生动物；禁止以家畜家禽名义食用野生动物；5.禁止食用“长江野生鱼”“长江白鱼”“长江鲴鱼”等长江禁捕渔获物，共同保护长江母亲河。

三、网络订餐方面：1.查看商家证照信息、菜品原材料、店铺评价，不要仅仅关注菜品评价，谨慎下单；2.尽量选取近距离的餐饮单位订购，以缩短食物运送的时间；3.收到餐食后，要检查包装是否完整、是否有被开启的痕迹、餐食是否被污染等，并及时加工或食用，勿长时间存放；4.尽量不

网购凉菜、生食食品和冷加工糕点等高风险食品。

四、烹调食品方面：在家制备餐食时应注意以下几个方面：1.应洗净双手，厨具和餐饮具等要清洁并生熟分开；2.挑选新鲜、卫生的原材料，认真清洗并做到烧熟煮透；3.湿河粉、米粉（线）等谷类发酵制品、泡发的木耳或银耳等，尽量在购买当天或泡发当天食用完，凉菜要现做现吃；4.选取五指毛桃等材料煲汤的，一定要从正规渠道购买，不要购买来源不明的煲汤材料；5.冷冻食品烹饪前应彻底解冻，以防食品中心加热不透；6.外购熟食或外出就餐打包的食品，在下次食用前应先确认是否变质，已变质的食品要及时清理，未变质的食品要彻底加热煮透后方可食用。

五、食物储存方面：1.熟制食品在室温存放时间应不超过2小时；2.加工后的成品、半成品、原料应分开储存，防止交叉污染；3.未食用完的食品应该用保鲜膜密封，按存贮要求进行常温、冷藏或冷冻保存；4.需要冷藏或冷冻的食品要看是否符合相应的条件（一般冷藏温度为0-4℃、冷冻温度为-18℃以下）；5.冷藏食品一般3天以内食用较好；6.冰箱内存放食品不宜过满，要定期清理。

六、良好习惯方面：1.注意个人卫生，养成饭前便后洗手的良好习惯；2.注意科学搭配膳食，多食富含纤维素、维生素的新鲜蔬菜、水果等清淡健康食品，不暴饮暴食；3.冷饮、冰淇淋等寒凉食品少吃或不吃，胃肠不好的消费者尤其要注意；4.多人共同就餐时，提倡使用公筷公勺；5.践行“光盘”行动，杜绝餐饮浪费。

七、其他注意事项：1.留心食物中毒表征，一旦出现恶心、腹痛、腹泻、发热等不适反应时，应立即停止食用可疑食物，尽快就近就医，并保留可疑食物；2.及时举报投诉，如发现违法违规经营食品行为，请及时拨打投诉举报电话“12345”“12315”。（广东省市场监管局）

选购保健食品应做到三“认清”三“防范”

随着天气转冷，“冬令进补”成了热词，尤其是中老年人，更应注重自身保健。近期，浙江省宁波市消保委接连受理多起关于保健食品的投诉，投诉的原因主要有：购买的保健食品服用后，实际效果与商家宣传不一致，网购保健食品出现问题后维权难，因听信保健食品有治疗作用，在使用后反而引起身体不适等。

宁波市消保委接到消费者王先生来电反映称，他在一个网络商城有大约1600积分不能使用，也无法提现。当初，他通过当地养生协会会长的介绍，在一个保健食品网络商城购买了有关肽和姜黄的保健食品，当时会长说购买产品有积分送，按照兑换规则，积分可用于购买产品，也可以提现，但现在积分无法兑付，联系商家却被拉黑，找养生协会会长也联系不上了。

花钱买保健食品的本意是为了保健养生，结果经济受损失不说，还带来一连串烦心事，甚至还延误了病情。对此，宁波市消保委发布消费警示，提醒广大消费者在购买保健食品时，要提高警惕，科学选购，注意做到三个“认清”和三个“防范”。

认清保健食品的保健功效。保健食品是食品，不是药物，不能代替药物治疗疾病。它具有特定的保健作用，有一定的针对性，并非人人适合，不要轻信宣传和承诺的保健食品疗效。保健类商品也不是传统意义上“冬令进补”的膏方类滋补品，“冬令进补”最好在医生指导下进行。

认清保健食品的识别标志。消费者选购保健食品时，要认准产品包装上的保健食品“蓝帽子”标志和注册号/备案号，要看清保健食品的标签和说明书。要根据保健食品的保健功能、适宜人群、不适宜人群等信息科学选择，并按标签、说明书的要求食用，切忌盲目购买和使用。保健食品产品信息可在市场监管总局网站查询。

认清保健食品的购买渠道。线下购买保健食品要到合法正规的店铺，销售保健食品的店铺应取得食品经营许可证，其经营范围应注明保健食品销售，购买后要保管好购物凭证。网上购买保健食品要通过正规的电商平台，仔细核对其食品经营许可证、保健食品注册证书或备案凭证信息，切勿轻信来源不明的微商、朋友圈、微信群、小程序等。海外代购或者跨境购保健食品，应注意选购风险，要详细阅读电商平台上的风险告知书。

从投诉反映的情况看，主要有以下几种类型的消费陷阱和消费套路，消费者要重点防范。

防范夸大养生保健效果诱导。部分养生保健服务经营者以能治疗各种疾病、夸大服务效果来诱导老年人大额充值，但实际服务并无宣传效果。

防范冒充医学专家兜售保健食品。一些电话推销人员抓住老年人病急乱投医的心理，冒充医学专家向患病老年人兜售“特效药”“救命药”等“神丹妙药”，而所谓“神丹妙药”实际并无治疗效果，仅为普通保健食品。不仅骗取了老年人钱财，更耽误了治疗时间。

防范以“高科技”旗号兜售“低质”产品。一些经营者利用老年人追求健康和长寿心理，打着“高科技”的旗号，谎称普通产品具有保健等功能诱导老年人购买，如在生活用品中使用“量子”等新型科技概念骗取老年人钱财。

此外，宁波市消保委提醒中老年消费者，平时应多学习一些保健相关知识和消费维权知识，做到平衡膳食，保持良好心态和适量运动，切勿过分依赖保健食品；遇到问题多听听家人的意见看法，如对所购的保健食品质量安全存有疑问，可向当地市场监管部门或者消保委反映，进行投诉举报。

（中国消费者报）

购买空气净化器消费提示

空气净化器是指能够吸附、分解或转化各种空气污染物，有效提高空气清洁度的产品。其核心性能指标包括：洁净空气量、净化能效、噪声、累积净化量、有害物质释放量、微生物去除、能效等级等。使用空气净化器净化室内空气是国际公认的改善室内空气质量的方法之一。黑龙江省七台河市消费者权益保护中心对消费者购买和使用空气净化器时提出以下建议：

选购常识

看净化器及包装标识是否齐全。要看一下产品或包装有无名称、型号，制造厂名和地址，安全注意事项等信息。同时，净化器属于“3C”认证产品，还应有CCC认证证书和认证标识。

净化需要选择净化方式。国际通行的空气净化原理有物理式、静电式、化学式、负离子式和复合式等五种。灰尘、异味、花粉等大颗粒物，可以通过物理净化方式来过滤；而过敏物质、病毒、甲醛等有害物质，则需要化学净化方式来净化。一般来说，同时使用多种净化方式的空气净化器，其净化效果会更好。

选净化能效高的净化器。净化能效是净化器的重要指标。对颗粒物的净化效能高效级为 η 颗粒物 ≥ 5.00 、合格级为 $2.00 \leq \eta$ 颗粒物 < 5.00 ；对气态污染物的净化能效高效级为 η 污染物 ≥ 1.00 、合格级为 $0.50 \leq \eta$ 气态污染物 < 1.00 。选购时要看好。

选择使用寿命长的产品。采用过滤、吸附、催化原理的净化器。内过滤胆是衡量净化器寿命重要部件，应选择具有再生能力的净化过滤胆(包括高效催化活性炭)，以延长使用寿命。

使用常识

正确放置。使用时，空气净化器要放在干燥通

风的地方，距墙壁1米以上，保证污浊空气吸入净化器后通过过滤或吸附等各种方式有效净化，达到理想净化效果。

预防事故。空气净化器通电后电压很高、周围有害气体比较多，不要离人体太近。人员要离出风口0.3米以上。臭氧消毒净化器尽量不要在有人的房间里开启。不用时要拔下电源插头，不要无人开机，以防事故。

及时保养。安装了清洗信号灯的静电吸附式净化器，信号灯亮时表示集尘已满，要清洗集尘极板。高效过滤功能的净化器，如果滤芯变黑，就要马上更换滤芯。（中国质量新闻网）



竞享冰雪乐趣 护航冬季旅游

寒冷的冬天，“北国”一片冰天雪地。黑龙江省双鸭山市消费者权益保护中心提示广大消费者在冬季进行冰雪旅游时要注意以下事项：

一、事先了解滑雪场的经营时间和收费项目。

由于滑雪场的营业时间长短受气候影响较大，雪场的营业时间各不相同，消费者在前往游玩时要注意了解开业和关闭时间，避免舟车劳顿后商家却不营业的麻烦。此外，消费者对雪场的收费项目也应大致了解，清楚所购门票包含哪些项目，做到明明白白消费。

二、自愿购买保险防止意外发生。由于到滑雪场游玩的游客较多，一些滑雪项目又具有一定的危险性，老人和儿童要慎重选择此项运动。有些滑雪场对游客年龄更是作了明确规定，建议消费者事前了解清楚。鉴于滑雪是一项危险运动，许多雪场会推荐消费者购买人身意外保险，消费者可根据需求自行选择是否购买，经营者不可强制要求。

三、要仔细检查租赁的滑雪用具。滑雪娱乐项目众多，许多项目都需要租赁用具来完成，例如雪圈、雪服、滑雪板等。消费者要仔细检查租赁的雪具是否有损坏以及大小是否适用，如发现问题及时

与商家沟通调换。

四、自驾游客出行前应检查车辆蓄电池、防冻液、轮胎、车灯等状况，带好防滑链。行驶中要保持车距，不急刹车、急转弯。游客在冰雪地面上徒步时应穿防滑性好的鞋子，稳步前行，以防摔倒。老年人不宜体验冰雪竞技等激烈运动项目，尤其是患有心脑血管及呼吸系统疾病的老年人更要注意寒冷天气对身体的影响。

五、注意食品安全与服务质量。因为地域差异和饮食习惯的不同，消费者更要注意饮食卫生。在选购食品时，要注意选择持有有效食品经营许可证的饭店和食品商店，查看包装食品和散装食品的标签是否标明厂名、厂址、生产日期和保质期等。在行程、用餐、住房以及车辆使用等方面，如果服务质量出现问题，可与旅行社协商解决，协商不成可到当地旅游管理部门投诉。

六、保留好消费凭证很重要。滑雪场游玩时会产生门票、租赁押金、保险费等费用，消费者付费后要及时向经营者索取相关凭证，并注意保存。一旦发生消费纠纷，消费者要提供证据及时维权。
(中国质量新闻网)

医疗美容消费谨防陷入“套路贷”

近年来，医美消费需求逐渐增加，医美消费纠纷也随之显著增多。为提醒广大消费者谨慎选择医美消费，近日，安徽省合肥市市场监管局、市消保委联合发布消费提示，提醒消费者结合自身实际理性、适度消费，谨防陷入“套路贷”。

选择正规机构，加强自我保护。医美属于医疗范畴，具有一定的风险和不确定因素。消费者一定

要选择正规、专业和信誉好的医美服务机构和有资质的主治医师，认真审查相关机构、从业人员的资质，增强自我保护意识，切勿贪图便宜选择没有资质的医美机构和医生。通过网上平台购买医美产品一定要选择正规注册品牌，切勿选择“特供三无”类产品。

明明白白消费，留存消费凭证。医美消费因涉

及医生、材料等选择，价格差异较大。消费者在接受医美服务前，一定要签订医疗美容服务合同，明确医疗美容的项目、内容、权利、义务，特别要约定解除合同的相关事宜，避免责任不清造成纠纷。不在价格未明晰的情况下轻易消费，不支付经营者明码标价公示内容外的任何费用。就诊过程中保留必要证据，包括就诊记录、付费凭证、医美设计方案等就诊资料，以便日后出现纠纷时能提供证据进行索赔。

结合自身实际，理性适度消费。医疗美容花费较高，应量力而行，理性消费。消费者选择医疗美容前要充分考虑个人和家庭的经济承受能

力，不盲目听信商家宣传推介，对商家推荐的医疗美容个人信用贷款，要根据实际情况慎办或不办，谨防陷入“套路贷”。

合肥市市场监管局、市消保委提醒广大消费者，遇到医美侵权问题，应该及时保存好相关证据，必要时可以申请医疗鉴定。争议发生后，应及时与医美经营者协商解决。若协商不成，可以请求消费者组织或者其他专业调解组织调解，也可以向有关行政部门投诉。此外，还可以通过申请仲裁或到法院提起诉讼的方式依法维护自己的合法权益。（中国消费者报）

“低价”话费充值有陷阱

29.9元充值100元话费实际是话费券，很多消费者被误导下载APP，上当受骗。近期，四川省自贡市市场监管局、自贡市保护消费者权益委员会陆续接到消费者对部分网络科技有限公司有关网络话费充值的投诉，反映“充值后话费迟迟不到账”“出现问题联系不上商家”等问题。自贡市市场监管局、市保护消费者权益委员会发出消费警示，提醒广大消费者警惕弹窗广告里的“低价”话费充值陷阱。

广告误导。往往是在刷视频、玩游戏、抽奖活动时出现一个弹窗广告，显示“29.9元充值100元话费券”，但页面上含糊使用规则或未载明使用规则。消费者认为支付29.9元就能直接享受到100元话费，可得到的却是多张5元或10元话费券，且每月只能使用1张，充值满100元、满200元才能抵扣。这样算下来，消费者要用一年多时间充值2000元才能使用完话费券。部分网络科技有限公司以“29.9元充值100元话费券”弹窗广告为诱饵来吸引消费者，进而诱导消费者不断充值消费。

捆绑APP。点击弹窗广告页面上的“立即充值”“立即支付”按钮后，往往会弹出各种

APP下载链接，如“整点花”“可可赚”“每刻计步”“奇妙盒子”“甄惠生活”等很少听闻的APP，让消费者在充值话费前先下载这些APP，诱导消费者成为会员，获取消费者的个人信息，甚至收取会员费等。这样一来，“29.9元充值100元话费券”实则变成了给小众APP打广告、引流量。

存在非法融资风险。目前，这类充值话费券的弹窗广告无孔不入，可能是用非正规的方式、渠道投放在一些网页或APP上，诱导消费者掉进“低价”话费陷阱，涉嫌侵害消费者知情权、公平交易权。按照网络科技有限公司制定的规则，用完100元的话费券需向该公司支付2029.9元，且一个“科技公司”可吸纳数以万计的客户，收取会员费和客户的充值话费后不及时为客服充值，可能有占用资金甚至“跑路”的风险。

自贡市市场监管局、市保护消费者权益委员会提醒消费者提高警惕，不要轻信“低价”优惠”充话费的弹窗广告，不要轻易点击不明链接，谨防泄露个人信息等陷阱，当合法权益受到侵害时，及时拨打12345、12315热线向有关部门投诉反映。

（中国消费者报）

智能手表测血氧靠谱吗？ 专家回应：不太准，还是血氧仪更靠谱

近期，人们对血氧仪等健康检测仪器的需求激增，智能手表、手环等也具有一定的血氧测量方法，那么它们和药械字的血氧仪有什么区别？它们的健康监测功能靠谱吗？《中国消费者报》记者进行了调查。

血氧饱和度监测受关注

《新型冠状病毒肺炎诊疗方案第九版》中指出，在对新型冠状病毒感染过程中血氧检测十分必要……于是，人们开始关注血氧饱和度指标，并购买血氧仪进行日常监测。与此同时，具有血氧饱和度等监测功能的智能手表、手环，也迅速受到关注。

京东博能数码店销售人员对《中国消费者报》记者说：

“最近，无论是网店还是实体店，来咨询智能手表、手环的顾客都增多了，咨询内容基本是针对健康监测功能，尤其是血氧饱和度的监测功能备受关注。销量有所增加，但是还没有出现暴增的情况。”

北京消费者刘清雯对《中国消费者报》记者说：“智能手表、手环有很多功能，比如发信息、通话，但是对我来说，健康监测功能是不可或缺的，这也是促使我购买的重要因素。现在我准备给家里每位



老人都买一个能监测健康数据的智能手环。”

据了解，目前健康监测已经成为智能手表必不可少的功能。记者在各电商平台上查看了20款智能手表、手环，无一例外都具有健康监测功能，其中有18款宣称可以监测血氧饱和度。根据潮电智库统计，2022年三季度全球销量排名前10位的智能手表机型中，心率监测等健康监测功能已成标配。

智能产品价格差别大

记者调查发现，市场上智能手表、手环大都有血氧饱和

度监测功能，价格上却有较大的差距，主要是由于产品其他功能的多寡所决定的。

记者发现智能手环的价格普遍低于智能手表。京东博能数码店销售人员说：“智能手环的价格相对智能手表便宜的原因主要是智能手环的功能相对少一些，但是质量、性能方面差别不大。”

记者在电商平台上看到，华为手环7 NFC版，宣称支持心率、血氧、睡眠、压力等健康监测，还有96种运动模式，支持短消息的接受、回复，京东自营价239元；小米手环7 Pro，宣称支持全天心率、血氧健康监测，具备运动模式，京东自营价369元；荣耀7手环宣称具备健康监测、运动模式的功能，京东自营价249元，而具备心率、血氧监测功能和女性健康管理功能的荣耀6手环价格为129元；小米智能手表S1，在健康功能上不仅可以监测心率、血氧，还能够测量身体成分，测试身体的体脂率、骨骼肌等健康状况，另外还有听音乐、电话、微信等功能，小米京东自营店的售价1599元；华为Watch D，除基础的血氧、心率监测功能以及体温测量功能之外，还有睡眠监测系统，京东售价为2488元。

可以看出智能手环的主要功能集中在血氧、心率等基础

健康数据的监测，以及运动管理、监测。而智能手表的功能更多，价格更贵。记者在电商平台看到，一台指夹型家用脉搏血氧饱和度仪的价格一般在100至300元之间。

监测结果仅供参考

智能手表、手环监测出来的血氧数据是否靠谱？记者询问了多家制造商的客服。京东小米自营店服务人员表示，智能手表、手环测血氧的功能平时使用没有什么问题，但和血氧仪这种专业的医疗器械相比有差距，建议不作为医疗器械使用。

华为电话客服表示，智能穿戴设备可以用于日常生活健康监测，也可以在就医时起到提供日常身体状况辅助数据的作用。淘宝苹果授权专营店工作人员表示，血氧传感器功能

只能用于日常监控，实际检测要以医生或是专业的医用器械为主。京东博能数码店销售人员表示，智能手表健康监测的数据仅供参考，不能作为医疗使用。

北京消费者王先生对记者说：“我在使用智能手表监测自己的健康状况时发现，手表带系的松紧度不同，监测出来的数据也不同。”

据了解，脉搏血氧仪带有两个发光二极管，面向病人的待测部位，通常是指尖或耳垂。一只二极管释放波长为660纳米的光束，另一只释放905、910或者940纳米的光束。含氧的血红蛋白对这两种波长的吸收率与不含氧的差别很大。利用这个特性，血氧仪可以计算出两种血红蛋白的比例。

北京泓诚咨询有限公司医疗器械许可申请咨询业务负责

人严程对《中国消费者报》记者说：“对于血氧饱和度的测量值，家用血氧仪检测出的数值比智能穿戴设备更为准确。一般家用血氧仪都是经过‘药械字’注册的，也就是说，有医疗器械生产许可，说明该类产品经过临床实验。智能手表、手环是电子产品，不需要经过临床试验，向有关部门注册就可以生产、销售。”

某医疗器械企业技术负责人介绍说，血氧监测技术自20世纪70年代就已经相对成熟，技术门槛较低，但这并不意味着智能手表的血氧监测技术已达到医疗水平。而且，测量时手腕的活动、皮肤温度、脂肪厚度、血管等因素，对智能手表的血氧监测精度均会产生影响，因此，智能手表的监测精度理论上没有测量指尖的医疗血氧仪高。（中国消费者报）

液体乳种类多 如何科学选购

液体乳，既是我们早餐中重要的健康饮品，也是春节期间探望亲朋好友的绝佳选择。《中国居民膳食指南（2022版）》推荐每人每日摄入300~500g乳及乳制品（约为1杯牛奶的量）为宜，无论是老人还是小孩儿，都喜欢简单又方便、有营养又特别好吸收的液体乳，但对液体乳的消费

常识，很多人可能还不完全知晓。今天，四川省市场监管局会同食品安全专家，与大家分享一下这液体乳的健康消费小知识。

一、液体乳有哪些分类？

液体乳是优质蛋白和钙的重要来源，产品看起来五花八门，但归纳起来其实就灭菌

乳、巴氏杀菌乳、调制乳和发酵乳这几类，他们在原料、工艺和执行标准上的差异也都比较明显。

（一）灭菌乳分为超高温灭菌乳和保持灭菌乳。超高温灭菌乳指以生牛（羊）乳为原料，添加或不添加复原乳，在连续流动的状态下，加热到至少132℃并保持很短时

间的灭菌，再经无菌灌装等工序制成的液体产品。保持灭菌乳指以生牛（羊）乳为原料，添加或不添加复原乳，无论是否经过预热处理，在灌装并密封之后经灭菌等工序制成的液体产品。市售的灭菌乳应符合《食品安全国家标准 灭菌乳》（GB 25190-2010）的规定。

（二）巴氏杀菌乳是仅以生牛（羊）乳为原料，经巴氏杀菌等工序制得的液体产品，不包括高温杀菌乳、巴氏调制乳。市售的巴氏杀菌乳应符合《食品安全国家标准 巴氏杀菌乳》（GB 19645-2010）的规定。

（三）调制乳是以不低于80%的生牛（羊）乳或者复原乳为主要原料，添加其他原料或视频添加剂或营养强化剂，采用适当的杀菌或灭菌等工艺制成的液体产品。市售的调制乳应符合《食品安全国家标准 调制乳》（GB 25191-2010）的规定。

（四）发酵乳分为发酵乳及风味发酵乳。发酵乳是以生牛（羊）乳或乳粉为原料，经杀菌、发酵后制成pH值降低的产品；风味发酵乳是指以80%以上生牛（羊）乳或乳粉为原料，添加其他原料，经杀菌、发酵后pH值降低，发酵前或发酵后添加或不添加食品添加剂、营养强化剂、果蔬、谷物等制成的产品，不包括现制现售酸奶。市售的发酵乳应符合《食品安全国家标准 发酵乳》（GB 19302-2010）的规定。



二、如何选购液体乳？

（一）购买途径多留意

各种液体乳储运条件不一样，正规的大型市场和网购平台管理水平较高，更能保证储运条件，同时货源渠道更加规范。小型超市选购液体乳时，注意检查外包装是否破损泄露，是否有胀袋现象。同时查看标签信息，重点关注产品的生产日期及保质期。第三方网购店铺优惠多，但低于正常价格太多的乳制品，就要留个心眼。如果是临期产品促销，一定记得在保质期内喝完。

（二）产品选择要谨慎

1.乳糖不耐受人群选择发酵乳

乳糖不耐受人群由于体内缺乏乳糖酶，不能完全消化分

解奶中的乳糖，可能会出现胀气、腹泻或腹痛等现象。这类人群选择发酵乳更合适。

2.高血脂、脂性腹泻患者或需要控制体重人群可选择低脂或脱脂奶

低脂或脱脂奶对高血脂、脂性腹泻患者或需要控制体重的人群来说是较好的选择，补充优质蛋白质及钙等营养物质的同时可以减少脂肪的摄入，但不建议迅速成长期中的儿童选择该类产品。

3.乳蛋白过敏人群避免选择乳制品

对于乳蛋白过敏人群，若食用了乳制品，可能会出现一些不良的胃肠反应、皮肤瘙痒、轻微的头痛、头昏等症状，严重的时候甚至可能会失去意识。因此，一旦确诊发现自己对乳蛋白过敏，就一定要“忌口”远离过敏源，不要拿生命安全去做尝试。

三、如何储存液体乳？

大家购买液体乳后请务必按产品标签进行储存。巴氏杀菌乳、“活菌”发酵乳保质期较短，一般为2~30天，购买后应冷藏，并在保质期内食用。若不具备适宜冷藏条件或需要携带外出的消费者，最好不要选择该类产品。经过热处理的发酵乳、灭菌乳等可在常温下存放，保质期一般不超过六个月，开封后尽快食用，未食用完的产品一定记得密封后冷藏保存。

（四川省市场监管局）

APP被“自动续费”的钱还能退回吗？

随着移动互联网融入大众生活的方方面面，在诸多消费场景中，APP“自动续费”服务一直饱受诟病。自2021年9月以来，多款APP自动续费取消难的问题就被《人民日报》等媒体曝光，工信部、中消协等部门也予以通报、要求整改。但是部分APP仍存在不同程度的打“擦边球”现象，在人民投诉平台上关于此类问题的投诉也一直居高不下。

近日，在人民网联合中国消费者协会推出的《消费洞察》栏目系列访谈中，围绕被“自动续费”，你的会员费用是否还能退回这一主题，中国消费者协会投诉部副主任郭耀宗，中国消费者协会律师团律师、北京市律师协会消费者权益法律专业委员会主任芦云结合人民投诉平台网友问题进行解答。

默认开通自动续费等行为涉嫌违法

有消费者反映，通过App办理相关付费业务时，默认、模糊地签署了开通免密支付自动扣费功能，导致被迫自动续费。还有消费者反映，开通VIP服务时，未输入密码即完成自动扣费、自动续费，或页面未显著标明将按年度自动扣费，就被自动扣款。

对此，郭耀宗分析，第一种情况，默认签署开通了免密支



付自动扣费功能，这种看似是消费者自己选择的，但实际上是经营者替消费者作出了选择。在网络消费场景下，很多消费者在作出决策时并不会特别仔细阅读条款，如果消费者不点击同意，就无法进行下一步操作，所以很多消费者就养成下意识直接点击确定的习惯，而不是不同意或者取消。

对于第二种情况，郭耀宗

分析，未输入密码即完成了自动扣费或续费，页面未显著标明按照年度自动扣费就被自动扣款了，这侵犯了消费者的知情权、自主选择权和财产权。《消费者权益保护法》第8条第一款规定，消费者在享有知悉其购买所使用的商品或者接受服务的真实情况权益。另外，《电子商务法》第19条规定，电子商务经营者搭售商品或者服务应当以显著方式提醒消费者注意，不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。此外，《网络交易监督管理办法》第17条也作出了更为细致的规定，除了规定应当以显著方式提醒消费者注意之外，还规定不得将搭售的商品或者服务的任何选项设定为默认同意，不得将消费者以往交易中选择的选项在后续的独立交易中设定为消费者默认同意。

“默认开通自动续费属于以上法律规章中提到的搭售服务。如果经营者提供相关服务条款，默认勾选自动续费的选项，并且没有显著提醒到消费者，就有可能涉及到违反《电子商务法》和《网络交易监督管理办法》，需要承担相应的法律责任。”郭耀宗说。

扣费前未明确告知消费者可解除合同

在服务过程中，经营者在到期前未尽提示义务，消费者在

未收到任何提前通知的情况下被自动扣费，还有经营者仅通过邮件或站内信进行提示，消费者一般关注不到，未形成有效提示，看到消费账单后，已经扣费完毕。

对此，芦云表示，在《消费者权益保护法》里面，对于消费者的知情权是有规定的。在司法实践中，也会由于经营者没有尽到相应的告知义务，判定经营者承担相应的责任。立法背景就是因为经营者和消费者在进行交易时，消费者往往处于相对弱势的地位，所以要求经营者在提供相关商品或者服务时，要对所提供的商品或服务进行具体的告知。

“双方在交易时，如果经营者没有把涉及到消费者的重大权利和义务的内容告知对方，消费者可以主张这些条款我没有注意到，其规定不作为合同或者双方约定的内容。其实这也是为了保障消费者对所消费的内容或相关的权利义务有一个充分的了解。”芦云说，如果经营者没有进行有效告知、详细说明，并以显著的方式提醒消费者，使消费者在不太了解或不太知情的情况下作出错误判断，消费者可以主张解除相关合同。

“解除合同的后果就是可以要求对方进行退货。所以在整个操作过程中，首先作为消费者，应当仔细查看相关条款和内容，特别是弹出的对话框或收到的信息，消费者要注意仔细查看。”芦云说。

“对于经营者来讲，在履行对于消费者的告知义务上，应该按照《消费者权益保护法》和《民法典》的规定，要进行有效的告知，而且要以显著的方式去提醒消费者，消费者才能作出符合自己意愿的表示。”芦云强调。

经营者提供格式条款要遵循公平原则

在维权过程中，不少消费者发现，部分平台以格式条款的形式单方规定提前扣费，或者规定扣款不可撤销，甚至指定特定仲裁委员会或特定管辖法院解决争议，消费者想要维权，要额外支出异地诉讼产生的食宿费、差旅费，高额仲裁费等，这使消费者维权变得更为艰难。对于这种情况，从平台和经营者的角度，应该如何进行约束？

郭耀宗分析，格式条款一般是平台为了重复使用而预先拟定的，在订立合同时并没有与消费者进行协商。这对于双方来说，有助于减少磋商的时间成本，提高交易的效率。但是如果加以约束，作为格式条款的拟定方，平台容易利用主导地位 and 优势地位，违背合同自由和平等、公平正义的原则，违背消费者的意愿，设置上述提到的提前扣费或扣款不可撤销、指定仲裁以及管辖法院等不合理条件，损害消费者权益。

郭耀宗表示，关于格式

条款的规制，《民法典》和《消费者权益保护法》都有明确的规定，主要包括两个方面：一方面对于涉及到消费者重大利益的事项，要进行合理提示，让消费者注意到这些条款的存在，而不是事后消费者才发现竟然存在这么多对自己不利的条款；另外一方面，经营者提供的格式条款要遵循公平原则，也就是说，即使经营者尽到了提示义务，比如进行加粗或者加黑的处理，但是也并不意味着这些格式条款一定有效。如果经营者违反了公平原则，严重损害了消费者的权益，法律规定此类条款也是无效的。

“2022年3月份，最高人民法院发布了《关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》，明确规定了五种格式条款无效的情形，进一步约束经营者利用不公平格式条款侵害消费者权益的行为。这些法律规定也形成了较为完善的格式条款规制制度。”郭耀宗说。

最后，郭耀宗强调，法律只是净化市场环境的必要条件，而不是充分条件，要真正约束好这些行为，还需要作为格式条款拟定方的经营者增强自律意识和社会责任感。“一锤子买卖不是长久经营之道，经营者不能为了蝇头小利而使消费者丧失信任，一旦失去消费者的信任，平台就没有了生存的基础。”（央广网）

告别踩坑！

这份燃气灶选购及使用攻略，你一定要看

近年来，因燃气灶质量问题或使用不当造成的意外事件时有发生。1月12日，江苏省消保委发布燃气灶选购及使用消费提示，建议广大消费者在选购燃气灶时注意以下几点：

根据自己实际使用的气源条件选择相应的产品。目前我国城市燃气主要有人工煤气、天然气和液化石油气这三种，不同地区的同一类燃气可能也有差异。消费者在选购之前必须清楚自己所居住地区使用的燃气类型，选择对应的灶具。

观察产品包装、标志和外观来大致辨别产品质量。家用燃气灶具实行强制性产品认证管理，选购时要注意查看是否具有CCC标识。优质燃气灶具产品通常具有外包装材料结实、说明书与合格证等附件齐全、印刷内容清晰、产品整体结构稳固、份量较重、板材较厚、加工精良、边角处光滑无毛刺等特征。建议消费者尽量选择市场占有率高、口碑好的知名品牌，在商品质量、售后服务等方面更保障。

要注意燃气灶是否配备熄火保护装置。判断是否有熄火保护装置最简单的方法是观察炉头位置是否有两根探头。根据现行有效的国家标准GB 16410-2020《家用燃气灶



具》要求，家用燃气灶必须有熄火保护安全装置，以便在发生突然熄火时起到保护作用，防止燃气泄漏。

要看燃气导管结构。当家用燃气灶具的燃气导管采用软管接头时，应符合GB 16410-2020《家用燃气灶具》中所示的两种结构（ $\Phi 9.5\text{mm}$ 和 $\Phi 13\text{mm}$ ），俗称“宝塔头”结构。燃气导管结构不合格，易导致燃气管脱落、漏气等风险。

尽量选择节能环保的产品。一般家庭餐饮习惯适合于

使用火力比较猛（设计热负荷大）的燃气灶，根据实际使用效果来看，消费者应选择单个炉头设计热负荷在 3.8kW 至 5.0kW 范围内的产品。建议消费者根据自己的生活习惯挑选不同热负荷值的家用燃气灶，尽量选择一级能效的产品，响应绿色消费理念。

另外，消费者在安装、使用燃气灶具时还应格外注意：燃气灶具的安装和调试应当由专业人员进行操作。消费者在使用前需要仔细阅读说明书，使用时注意及时清洁，防止炉盖堵塞。灶具在正常使用状态下，其火焰应为蓝色且清晰无连焰、脱火现象，消费者须注意观察。管道燃气宜使用硬管或金属软管连接，使用橡胶、塑胶等非金属软管的消费者需要注意加固接头，防止软管脱落。软管长度不应超过两米。注意灶具及部件的使用年限。按照《GB 17905-2008家用燃气燃烧器具安全管理规则》和《GB 29993-2013家用燃气用橡胶和塑料软管及软管组合件技术条件和评价方法》的规定，燃气灶具使用年限以企业明示为准，且不应超过8年，连接灶具的非金属软管储存年限不应超过1年，使用年限不应超过3年。（中国消费者报）

有毒还犯法，花市上的干枝杜鹃千万不要买

每年一到这个季节有件事我们都会反复说，一到寒冬一呼号，堪比寒号鸟，那就是花市上的干枝杜鹃千万不要买。

为什么呢？因为无论是干枝杜鹃还是卖家起的干枝梅、干枝桃等花里胡哨的名字（为了避讳审查），它们大多都来自同一种植物，叫【兴安杜鹃】，也有少部分是兴安杜鹃的亲戚迎红杜鹃。它们目前尚未实现大规模的商业化栽培，所以市场上卖的基本都是野外直接砍回来的，做的是无本万利的生意。

兴安杜鹃在我国分布于东北地区，野生植株生长缓慢、生长周期长，即便人工栽培也仅能产出一些盆苗，基本不可能作为一种售价低廉的切花大量供给市场，所以有些商家号称“人工种植”也是根本站不住脚的。

2021年9月份开始，兴安杜鹃正式被列为了国家二级保护植物，也就意味着采伐和销售兴安杜鹃在如今都有触犯法律的风险。

除此之外兴安杜鹃的花还有毒，花药的毒性尤其大，放在屋里对人和宠物都未必安全。

所以请告诉你的亲戚朋友父母长辈，无论是从保护野生植物、遵纪守法还是保护我们



自己的角度来说，都一定不要购买干枝杜鹃。它们最好的归宿，就是东北大地的白山黑水之间。

每年冬天临近春节之时，一种号称能枯木逢春、见证奇迹的干枝花就会偷偷摸摸现身于各大网络销售平台。

商家给它起了很多个名字，干枝杜鹃、干枝花、干枝鲜花、干枝梅花、干枝桃花……却独独不敢用它真正的名字——兴安杜鹃。即使是在商品详情页，你也看不到它本

来的样子。直到翻至买家评论区，你才能看到它本来的样子。

商家这么做的目的十分明显，因为他们十分清楚，非法采集售卖野生兴安杜鹃是违法的。

在经过了十多年的滥采滥伐、掠夺式破坏后，大兴安岭地区原本资源丰富的野生兴安杜鹃，终于超出了物种所能承受的极限，资源急剧锐减。2021年9月7日，新版《国家重点保护野生植物名录》中，野生兴安杜鹃被列为国家二级重点保护植物。

兴安杜鹃主要分布在黑龙江、吉林、内蒙古等高纬度寒冷地带，每年的生长期仅有三个多月。五六月份开花，七月份结果，期间新枝条萌发生长。到九月，花芽分化结束，开始进入休眠状态。

“兴安杜鹃从种子发芽到植株开花，在人工管理良好的条件下，也要等上4至5年。”科普博主翟萌萌告诉记者，从2017年开始，媒体关注到兴安杜鹃遭人盗采一事，网络平台随之进行调整，将相关关键词屏蔽，但一些卖家打着其他干枝的旗号仍在悄悄售卖。“如果真的是人工繁育的植株，卖的时候就没必要躲躲藏藏。”（人民网）

厉行节约
反对浪费



