

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

2023.第4期

04

总第127期

崇尚节俭节约
坚决抵制浪费



P04 京津冀消协组织发布手动轮椅车比较试验结果

P35 “考公、考编”等成人教育培训消费提示

P14 京津冀消协组织倡议外卖餐食加贴“食安封签”

P43 热带水果波罗蜜，如何选、吃、存



近日，北京市消费者协会投诉部王青云同志帮助消费者化解消费纠纷，消费者专程从外地送来锦旗表示感谢。



3月28日上午，北京市第三中级人民法院与北京市消费者协会联合召开新能源汽车消费和案件审判观察新闻通报会，介绍新能源汽车消费案件的审理情况，发布加强消费者权益保护的典型案例，并作出维权提示。



4月12日，北京市消费者协会发布新能源汽车消费调查显示，消费者最担心新能源汽车的充电配套设施不完善、续航里程不足，过半受访者对新能源汽车的续航里程需求在500公里以上，新能源汽车虚假宣传、保养维修难、收费高等问题相对比较突出。

Prologue

卷首语

营造安全放心的网络消费环境

“不支持售后维权”的霸王条款无效，商家因“差评”公布消费者信息构成侵权……近日，最高法发布10起网络消费典型案例，为依法规范网络消费健康发展提供参考。

消费是驱动经济发展的关键引擎，也是人民群众对美好生活需要的直接体现。近年来，作为社会大众的重要消费方式之一，网络消费的规模不断扩大，网上零售占社会消费品零售总额的比重稳步提升。国家统计局数据显示，2022年全国实物商品网上零售额11.96万亿元，同比增长6.2%，占社会消费品零售总额的比重为27.2%。越是发展越要重视安全。深入推进网络法治建设，营造安全放心的网络消费环境，正是进一步提振消费信心、释放消费潜力的题中应有之义。

相较于线下消费，网络消费具有交易环境虚拟化、交易空间跨地域等特点，存在假冒伪劣、网络诈骗、个人信息泄露等隐患。以直播带货为例，有的直播间充斥着虚假宣传、虚标价格、虚报订单等若干“消费陷阱”，有时就连跟帖评论、“抢单”“购物”的，也是网络经营者雇来烘托气氛、误导消费的“水军”。维权难是网络消费的另一个突出问题。有些消费者经常遇到网络平台、网络经营者、产品供货方、第三方支付平台、物流等相互推诿扯皮的情况。现实生活中就发生过这样的案例：直播带货结束后，网络经营者直接关店，致使消费者在网上无迹可寻、无证可取。

消费环境，关乎消费者的信心，关乎消费的增长。近年来，民法典、电子商务法、消费者权益保护法等进一步完善了网络消费方面的法律规定，有关部门依法加强规范和监管，为消费者合法权益“撑腰”。

营造安全放心的网络消费环境，应当坚持“线上线下一致”原则。网络并非法外之地。新技术新业态发展到哪里，人民群众的需求在哪里，法治保障就应当跟进到哪里。无论线下还是线上购物，都受到法律保护。有关部门应按照与日常市场监管同样的标准和要求，依法规范网络消费健康发展。

落实到具体实践中，需坚持问题导向，抓住重点环节，堵漏洞防风险，不断织牢扎牢消费者权益保护网。比如，关于经营资质，有关部门、网络平台应严把网络市场准入关；关于消费者个人信息，应进一步督促网络平台、网络经营者、物流等履行保护义务；关于交易资金，网络经营者、第三方支付平台都有责任确保支付安全；关于产品，既要防范售卖时虚假宣传，也要畅通购买后的退换渠道。此外，有关责任主体及消费者还应树立证据意识，做好消费过程的留痕管理，一旦出现纠纷，做到可追溯、可查询、可举证、可追责。

环境好了，消费更安心，市场更广阔、更活跃。新征程上，要更好统筹发展与安全，提升网络消费环境法治化水平，引导网络经营者不断增强优质产品和服务供给，让消费者买得安心、用得放心，让网络消费活力不断迸发。（人民日报）

张洋



P06 北京市消协发布新能源汽车消费调查结果

近年来，我国新能源汽车产业获得快速发展，2022年我国新能源汽车销量达到688.7万辆，同比增长93.4%。随着“国补”停止，新能源汽车纷纷调整销售策略，下调产品价格的舆情引发部分消费者的关注，为了摸清消费者对新能源汽车的选择偏好，以及在购买、使用过程中遇到的问题，北京市消费者协会开展了新能源汽车消费调查。

■ 卷首语

- 01 营造安全放心的网络消费环境

■ 权威发布

- 04 京津冀消协组织发布手动轮椅车比较试验结果
06 北京市消协发布新能源汽车消费调查结果

■ 本刊策划

- 08 抵制餐饮浪费 文明理性消费
——北京市消费者协会发布节约粮食消费提示
09 遏制“舌尖上的浪费” 人人都是践行者
10 莫让外卖成为餐饮浪费“高发区”
12 杜绝浪费 莫把盛宴变“剩”宴
13 北京消协：大胃吃播涉嫌违法，达人探店或成广告

■ 热点关注

- 14 京津冀消协组织倡议外卖餐食加贴“食安封签”
15 京津冀消协组织开展“宠物安心成长”系列消费教育
16 整治弹出广告过滥直播卖货乱象明星虚假代言等《互联网广告管理办法》5月1日起施行
18 《化妆品网络经营监督管理办法》将于9月1日起施行
19 《家用和类似用途保健按摩垫》等4项家电新国标发布实施
19 市场监管总局发布：《医疗美容消费服务合同（示范文本）》
20 中国消费者协会和中国茶叶流通协会联合倡议：茶叶包装应该适度
21 北京市市场监管局发布规范“五一”节假日及旅游旺季期间市场价格和竞争秩序的提醒告诫书
22 北京电动自行车充电场所须明示电费和服务费，充电过程实时监控

- 24 明年起，违规“老年代步车”在北京禁行！
25 北京多部门监管体育行业预付费 青少年培训预付费100%存管

■ 消费时评

- 26 严管资金，掐住校外培训“七寸”
27 给快递运单个人信息加上“安全锁”
28 居家维修能否告别“天价”和“糊涂账”？
29 遏制“不合理低价游”，也需要“品质游”补位

■ 消费提示

- 30 北京市消费者协会发布“五一”假期消费提示 谨防低价陷阱 文明旅游消费
31 北京市消费者协会发布清明节消费提示
32 树立健康消费观 远离不良“校园贷”
33 关于防范养老诈骗的风险提示



P30 北京市消费者协会发布“五一”假期消费提示：谨防低价陷阱 文明旅游消费

“五一”将至，假期出游人数将会大幅增加。为确保广大消费者安全、放心出游，北京市消费者协会特提醒广大消费者选择正规旅游机构，谨防低价游陷阱，签好合同，文明旅游，理性消费，遇到问题依法维权。

- 34 关于“预付卡”的消费警示
- 34 如何科学选购和食用鱼油
- 35 “考公、考编”等成人教育培训消费提示
- 36 二手房“避坑守则”来了
- 37 当心！这4种退税手法是诈骗

消费课堂

- 38 防范贷款中介六大陷阱
- 41 春季，身体肌肤如何兼顾清洁与滋润？
- 42 如何辨识香米和“香精大米”
- 42 认清“彩虹”能效标识教你选购节能家用电器
- 43 热带水果波罗蜜，怎么选、吃、存

《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。

Beijing Consumers
保护消费者的合法权益是全社会共同的责任

北京消费者

2023年第4期
04
总第127期

主办
编委会主任
主编
副主编
编委

北京市消费者协会
唐云华
杨晓军
罗刚 吴海璐
崔倩 陈凤翔 赵祖升 李蕊
马传生 王妍 王延海 刘博
任军 陈立爽 杨立生 张金鼎
赵伟春 宋国兵 于洋 谢小松
许毅 陈义东 张格君

执行主编
采编部主任
执行编辑
图片摄影
美术编辑

陈音江
李君
陈亮 刘海宏 舒畅
杜颖
张霏霏

市消协地址
邮编
咨询投诉电话
编辑部地址

北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦
100055
96315
北京市丰台区广安路9号

邮编
电话
网址
邮箱

国投财富广场4号楼1611室
100073
010-63361378
<http://www.bjxf315.com>
bjxfz315@126.com

2023年 第4期（总第127期）
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

京津冀消协组织发布 手动轮椅车比较试验结果

为给消费者提供公正、客观手动轮椅车商品信息，督促经营者提高商品质量，北京、天津、河北省消协组织对手动轮椅车商品进行了比较试验。比较试验结果仅对购买的样品负责。

本次比较试验样品，通过多个实体店，以及天猫、京东、唯品会、苏宁易购、拼多多等多个网上购物商城，模拟普通消费者实际消费程序随机购买。本次比较试验共购买了20辆手动轮椅车样品，涉及20个品牌。

试验样品共设定6个检测项目：滑行偏移量、驻坡性能、静态强度、冲击强度、文件资料标识和包装、制动系统受力试验（手闸）。

比较试验结果显示：8辆样品滑行偏移量超出国家标准要求的限值，3辆样品驻坡性能低于国家标准要求，11辆样品静态强度低于国家标准要求，

6辆样品冲击强度低于国家标准要求，20辆样品文件资料、标识和包装的明示内容不齐全，20辆样品均通过了手闸制动系统受力试验。

8辆轮椅车滑行偏移量超过350毫米

滑行偏移量是手动轮椅车的重要检测项目。国家标准要求手动四轮轮椅车滑行偏移量不应超过350mm。滑行偏移量越大，轮椅车在行进时越容易发生偏移，本次比较试验测试结果显示购买的20辆轮椅车中，标称凯洋、中泰、佛山轮椅、ichigo ichie、A&I、衡互邦、助邦、津旺等品牌的8辆轮椅车滑行偏移量项目超过350mm，其中7辆车滑行偏移严重，未能滑行到测试坡道的终点即滑出测试坡道。

滑行偏移量检测结果

序号	标称品牌	标称规格型号	滑行偏移量（mm）
1	凯洋	KY608L	393
2	中泰	SYIV100-ZTA168	>350*
3	佛山轮椅	FS864L	>350*
4	ichigo ichie	SYIV100MK I 50-1213	>350*
5	A&I	J17-1801	>350*
6	衡互邦	无标识	>350*
7	助邦	SYIV100-ZB-26	>350*
8	津旺	SYIV100-GS801	>350*

注：测试结果中带“*”的，表示轮椅车未能滑行到测试坡道终点即滑出测试坡道。

3辆轮椅车驻坡性能项目低于8°

驻坡性能是考察轮椅车在坡面停留的能力。标准规定轮椅车在正面下坡和正面上坡两个方向上，开始移动时的角度不能小于8°。本次比较试验测试结果显示20辆轮椅车中，标称津旺、凤凰、助邦等品牌的3辆车驻坡性能项目低于8°。



驻坡性能检测结果			
序号	标称品牌	标称规格型号	驻坡性能
1	津旺	SYIV100-GSR01	上坡：9.1° 下坡：7.2°
2	鳳凰	PHW608	上坡：6.5° 下坡：5.9°
3	助邦	SYIV100-ZB-26	上坡：5.5° 下坡：7.1°

11辆轮椅车在静态强度试验中未通过

静态强度项目考核的是轮椅车在使用时各受力部位的机械强度，标准要求在受各部位施加一定的载荷后，不能出现断裂、脱落、功能失效、无法使用等现象。

本次比较试验中，标称SOMA/康扬、可孚、凯洋、A&I、长宁、友鹏、津旺、恒倍舒、衡互邦、助邦、雅德等品牌的11辆轮椅车在静态强度试验中出现了不同部件、不同程度的损坏和功能失效，其中8辆车脚托向下受力出现断裂或严重变形，不能正常使用。11辆车把手套出现脱落或位移，导致功能失效。

静态强度检测结果			
序号	标称品牌	标称规格型号	静态强度
1	SOMA/康扬	SM-250.5	把手套脱落
2	可孚	SYIV100-KJT106	把手套脱落
3	凯洋	KY608L	把手套脱落
4	A&I	J17-1801	脚托向下变形、把手套脱落
5	长宁	SYIV100-CN-001	脚托向下变形、把手套脱落
6	友鹏	SYIV100-TX-A3	脚托向下变形、把手套脱落
7	津旺	SYIV100-GSR01	脚托向下变形、把手套脱落
8	恒倍舒	SYIV90-HK-08	脚托向下变形、把手套脱落
9	衡互邦	无标识	脚托向下变形、把手套脱落
10	助邦	SYIV100-ZB-26	脚托向下断裂、把手套脱落
11	雅德	SYIV100-2000H	脚托向下断裂、把手套脱落

6辆轮椅车未通过冲击强度试验

冲击强度是考核轮椅车在使用时，可能受到冲击或撞击部位的机械强度。

本次比较试验中，标称可孚、凯洋、恒倍舒、衡互邦、长宁、友鹏等品牌的6辆样品手圈冲击后出现断裂，如果轮椅车手圈受到外力冲击而损坏，

轮椅车就会失去使用者自行行进功能。试验中标称“友鹏”品牌的1辆样品座椅冲击后出现椅面折叠机构连接螺丝脱开。

冲击强度检测结果				
序号	样品名称	标称品牌	标称规格型号	冲击强度
1	手动轮椅车	可孚	SYIV100-KJT106	手圈断裂
2	手动轮椅车	凯洋	KY608L	手圈断裂
3	手动轮椅车	恒倍舒	SYIV90-HK-08	手圈断裂
4	手动轮椅车	衡互邦	无标识	手圈断裂
5	轮椅车	长宁	SYIV100-CN-001	手圈断裂
6	手动轮椅车	友鹏	SYIV100-TX-A3	手圈断裂、椅座折叠机构连接螺丝脱开

20辆车包装内容、文件内容缺失

文件资料、标识和包装是购买者了解轮椅车基本参数、性能、使用方法和使用注意事项的最直接途径，该项目明示内容齐全是使用者正确、安全使用轮椅车的基本保障。

本次比较试验的样品检测结果显示，购买的20辆轮椅车样品，其文件资料、标识和包装均存在不同程度的内容缺失。其中13辆车指标说明内容缺失，13辆车标识内容缺失，20辆车包装内容、文件内容缺失。

全部通过制动系统受力试验（手闸）

制动系统受力试验（手闸）考核的是轮椅车手闸经过10次操作（要求位移最大或力值最大）后的状态，应无断裂、功能正常。检测结果显示20辆样品均符合标准要求。

消费提示

轮椅车属于二类医疗器械的管理范围，每辆轮椅车上都应有医疗器械注册号，京津冀三地消协组织提示消费者购买轮椅车时，要购买有医疗器械注册号的产品。并从以下几个方面挑选适合自己的手动轮椅车。

1、轮椅车都应标有最大使用者质量，选购轮椅车时，要根据使用者的体重、体型选择承重、尺寸合适的产品。

2、观察轮椅车外观质量，选购光滑无毛刺，布料部分缝线整洁结实，金属管件端部有封堵，小脚轮转动自如，折叠机构顺滑无卡滞，刹车效果明显的产品。

3、有些轮椅车附带有座便椅功能，选购时要检查便盆放置与椅架的配合度，不能过松或过紧，既要便于拿取又不能轻易脱落。

4、轮椅车在使用之前要仔细阅读说明书，了解轮椅车的性能、功能和使用注意事项，做到正确、安全使用轮椅车。

5、在上下轮椅时，一定要有陪护者协助，防止滑倒。必要时系上安全带。

6、按说明书要求，定期对轮椅车进行检查、保养和清洁，保持轮椅车的安全可靠、性能良好。

北京市消协发布

新能源汽车消费调查结果

近年来，我国新能源汽车产业获得快速发展，2022年我国新能源汽车销量达到688.7万辆，同比增长93.4%。随着“国补”停止，新能源汽车纷纷调整销售策略，下调产品价格的舆情引发部分消费者的关注，为了摸清消费者对新能源汽车的选择偏好，以及在购买、使用过程中遇到的问题，北京市消费者协会开展了新能源汽车消费调查。

一 基本情况

本次调查采用问卷调查方式，通过“北京消协”微信公众号、北京市消协网站向消费者发放问卷，调查消费者对新能源汽车的认知、购买或使用经历、意见建议等方面的情况。共计收回有效问卷3296份。

二 主要调查结果

（一）新能源汽车节能环保、易上牌照及免受限号等优势明显。与传统燃油汽车相比，近六成（59.34%）受访者认为新能源汽车节能环保；五成多（53.03%）受访者认为新能源汽车易上牌照，免受限号的政策；近四成（38.38%）受访者认为新能源汽车用车成本低；还有近两成

（18.72%）受访者认为新能源汽车性能好，行驶稳定。

（二）六成多受访者选择新能源汽车的主要原因是用车成本低。六成多（65.63%）受访者选择新能源汽车的原因是用车成本低；五成多（56.25%）受访者看重新能源汽车政策优势；四成多（46.88%）受访者认为新能源汽车节能减排，减少环境污染；两成多（21.88%）认为驾驶体验好；另有少数（6.25%）受访者选择新能源汽车是因为时尚新颖，或受周围人群影响等原因。

（三）过半受访者对新能源汽车续航里程需求在500公里以上。受访者对新能源汽车续航里程的需求较高。过半（50.3%）受访者希望续航里程在500公里以上，超三成（30.01%）受访者希望续航里程在400至500公里，只有一成多（15.59%）受访者接受续航里程在300至400公里，只有极个别（4.1%）受访者能够接受续航里程在300公里以下的新能源汽车。

（四）中偏低价格（10万元-20万元）新能源汽车最受欢迎。过半（55.40%）受访者希



望选购10万元至20万元的新能源汽车；超两成（22.09%）受访者希望选购10万元以下的新能源汽车；另外，希望选购价格在20万元-30万元（11.01%）和30万元以上（11.49%）新能源汽车的受访者均为一成多。调查结果显示，受访者对新能源汽车的价格比较敏感，中偏低价格的新能源汽车最受欢迎，选择高价新能源汽车的受访者相对较少。

（五）受访者最担心新能源汽车的充电配套设施不完善和续航里程不足。超八成（81.22%）受访者表示担心新能源汽车充电配套设施不完善；超七成（71.84%）受访者表示担心新能源汽车续航里程不足；四成多（46.78%）受访者表示担心新能源汽车安全性不高，如担心车辆自燃、制动故障、零件故障等问题；超四成（43.45%）受访者表示担心新能源汽车可靠性不高，如担心车辆耐久性、道路适应性、动力性能、电池性能不高等；还有二成多（24.97%）受访者表示新能源汽车维修、保养困难，个别（5.4%）受访者表示新能源汽车驾乘感受不佳。

（六）新能源汽车虚假宣传、保养维修难、收费高等问题相对比较突出。近七成（68.69%）受访者认为新能源汽车消费存在虚假宣传车内配置和

续航里程问题，五成多（56.19%）受访者认为新能源汽车保养维修难且收费高，近四成（37.5%）受访者认为新能源汽车存在产品质量问题，近三成（28.09%）受访者认为新能源汽车存在销售价格不透明问题，还有一成多（12.53%）受访者认为新能源汽车销售合同不规范，只有不到一成（9.47%）受访者认为新能源汽车消费没有明显问题。

三 建议

（一）新能源汽车经营者要诚信守法。一是把好产品质量关，将消费者对新能源汽车的消费需求作为攻关方向，对生产、销售的产品及时排查隐患，保障消费者的人身和财产安全。二是严格规范产品标识和宣传说明，不作虚假或引人误解的宣传，以显著易懂方式提醒有关安全注意事项和正确使用使用方法，主动做好售前、售后服务，保障消费者的知情权。

（二）消费者应提升自我保护意识。消费者选购新能源汽车，一是要了解相关消费知识，结合自身实际需求，不盲目相信宣传噱头和追求新奇功能。二是认真签订购车合同，并将购车费用、型号、交车日期、售后政策等内容写进合同。三是遇到新能源汽车消费问题，应及时收集证据，向当地消协或相关部门投诉，依法维护自己的合法权益。

崇尚节俭节约 坚决抵制浪费



编者按：

“一粥一饭当思来之不易，半丝半缕恒念物力维艰。”为贯彻落实习近平总书记关于制止餐饮浪费行为的重要指示精神，推动节约粮食、文明就餐的良好社会风尚，共同维护国家粮食安全，北京市消费者协会近期发布关于节约粮食的消费提示，倡导广大消费者和粮食、餐饮经营者，遵循国家倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，崇尚节俭节约，坚决制止“舌尖上的浪费”。本期《本刊策划》栏目特推出《崇尚节俭节约，坚决抵制浪费》专题，通过宣传崇尚节俭、反对浪费理念，引导消费者自觉养成文明就餐、理性消费的习惯，在全社会形成文明、科学、健康的餐饮消费风尚和良好社会风气。

抵制餐饮浪费 文明理性消费

——北京市消费者协会发布节约粮食消费提示

每一粒粮食都是人类赖以生存的宝贵资源，是关系到国民生计的重要战略物资。为贯彻落实习近平总书记关于制止餐饮浪费行为的重要指示精神，推动节约粮食、文明就餐的良好社会风尚，共同维护国家粮食安全，北京市消费者协会倡导广大消费者和粮食、餐饮经营者，遵循国家倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，崇尚节俭节约，坚决制止“舌尖上的浪费”。

一、厉行勤俭，不忘初心。

“俭则智荣，奢则愚耻”，辛勤劳动、艰苦奋斗是我们的优良传统，我们要弘扬厉行勤俭节约的风尚，树立“节约粮食、爱惜粮食”的理念，以节约为荣、以浪费为耻，抵制个人享乐、铺张浪费、讲排场、比阔气、搞攀比等不良行为，树立科学饮食新理念，打造节约型餐饮，制

止餐饮浪费行为。我们要始终保有粮食安全的危机意识，从自身做起，从家庭做起，从一日三餐做起，自觉把节粮惜粮内化于心、外化于行。

二、适量点餐，理性消费。

“适量点餐，剩餐打包”，我们要以坚决杜绝浪费食物为己任，倡导“吃多少点多少”的理性消费理念，就餐时根据人数和实际情况，合理点餐，按需取量，做到餐厅不多点、食堂不多打、厨房不多做。我们要积极践行“光盘行动”，采取“剩余打包”等措施，从我做起，从一日三餐做起，坚持做到吃光盘中餐、餐餐不剩饭，拒绝“剩宴”，带动身边的人加入光盘行列，积极杜绝餐饮浪费，营造“爱惜粮食光荣、浪费粮食可耻”的浓厚氛围。

三、小事做起，养成习惯。

“餐桌举止无小事，一筷一勺见文明”，我们要自觉遵守公共道德规范，普及餐桌礼节，规范使用公筷、公勺、分餐夹等，逐步养成餐具专用、合理分餐的用餐习惯；不在餐饮公共场所高声喧哗、随地吐痰，不在禁烟场所吸烟，不乱扔杂物，弘扬文明就餐新风尚。我们要争当厉行节约、反对浪费的文明使者，减少使用一次性餐具，抵制“豪宴”炫富、“吃播”浪费等行为，监督身边亲朋好友，制止浪费现象，自觉以餐桌小文明带动社会大文明。

四、诚信经营，拒绝浪费。

餐饮企业要加强行业自律，诚信经营，主动学习、适应、引领绿色发展理念和服务方式，加强餐饮从业人员培训，提高从业人员认识。在经营场所中，以生动醒目的方式张贴适量点餐、光盘行动等提示牌，打造节约就餐的良好氛围。在经营过程中，要合理设计菜单、菜品数量和分量，主动推出半份菜、小份菜，不以节约为由变相涨价；在顾客订餐、点餐、加餐等环节，及时提醒顾客理性消费，并在餐后主动提供打包服务，提供“剩菜打包”方便，对外卖食品也应杜绝过度包装等浪费行为，为消费者提供健康、环保的消费环境。

五、爱惜粮食，科学管理。

“宁流千滴汗、不坏一粒粮”，粮食企业要居安思危，增强忧患意识，以高度的责任感和使命感，学习爱粮节粮知识。积极采用先进技术，帮助农户科学收割、晾晒、运输、储存，加强防霉防虫防鼠，减少粮食产后损失，促进增效增收。同时强化粮食生产、收购、储存、运输、加工、消费全链条的科学管理，不坏不丢一粒粮，有效减少粮食损失浪费，切实保障国家粮食安全。

“一粥一饭当思来之不易，半丝半缕恒念物力维艰”，让我们携起手来，从我做起，从小事做起，崇尚节俭，理性消费，文明就餐，杜绝浪费，形成文明、科学、健康的餐饮消费风尚和良好的社会风气。

遏制“舌尖上的浪费” 人人都是践行者

近日，市场监管部门公布第三批8起制止食品浪费行政处罚典型案例，涉及未主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒，诱导、误导消费者超量点餐等违法行为。

遏制餐饮浪费对于保障国家粮食安全、倡导社会文明、建设节约型社会具有重要意义。国家市场监管总局发布制止食品浪费行政处罚典型案例，表达了加大监管力度，依法治理食品浪费的坚定决心，也传递了市场监管部门积极作为、担当有为的强烈信号。

此次公布的8起制止食品浪费行政处罚典型案例，包



括5起未主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒案，3起诱导、误导消费者超量点餐案。如江西省景德镇市市场监管局执法人员检查发现，某烤肉店的扫码点餐小程序显示页面上，直接弹出就餐人数选项，生成每人4元的“调料费”必选菜品，部分消费者在不吃或者不知情的情况下会导致过量点餐。上海市黄浦区市场监管局执法人员检查发现，某餐厅让服务员在消费者点菜过程中告知不能只点一道菜，并通过推荐话语诱导消费者超量点餐，最终造成食物浪费的情况。

市场监管部门在查明事实的基础上，依法责令当事人改正违法行为，并给予警告等处罚，督促其完善内部管理制度，承担起主体责任和社会义务，筑牢反食品浪费防线。

随着扩大消费政策的推动、旅游市场的复苏，餐饮市场正不断回暖。国家统计局发布的数据显示，今年1-2月，全国餐饮收入同比增长9.2%，北京一些老字号餐饮企业顾客盈门，收入增长20%以上，餐饮业呈现出较强复苏势头。与此同时，一些地方“舌尖上的浪费”故态复萌。比如，在聚餐、婚宴等场合，少数消费者因疏忽或碍于面子，导致“舌尖上的浪费”现象时有发生。对此，应

引起高度警惕，并采取切实措施加以解决。

《反食品浪费法》等法律法规，为开具“反浪费罚单”提供了法律依据，但面对纷繁复杂的执法实践，如何加强监管，怎样适用法律等问题，仍需要通过典型案例加强指导。市场监管部门发布典型案例，有利于引导各地市场监管部门提振锐意进取、担当有为的精气神，规范执法行为，提升监管效能。同时，也对广大经营者敲响了警钟，督促其在服务顾客时，积极履行防止食品浪费的法律义务，尽到规劝、引导等职责，推动全社会树立“节约粮食、爱惜粮食”的理念。

遏制“舌尖上的浪费”是一场攻坚战、持久战，还需多措并举、多管齐下，构筑源头治理、综合治理新格局。近日，市场监管总局（标准委）批准发布《饭店业信用等级评价规范》，将制止餐饮浪费的内容写入饭店业信用等级评价规范，引发舆论高度关注。用好信用等级评价“指挥棒”，有利于激发广大餐饮经营者履行反餐饮浪费的责任的内生动力，变“要我为”为“我要为”，采取积极行动，用心用力制止“舌尖上的浪费”。

（北京青年报）

莫让外卖成为餐饮浪费“高发区”

随着我国外卖餐饮市场规模不断扩大，“叫外卖”已成为很多人、特别是年轻消费者的生活方式。然而记者走访发现，在餐后的垃圾回收处，时常有外卖被吃一半、扔一半，“舌尖上的浪费”仍较严重。

近年来，各地积极开展“光盘行动”，大力整治浪费之风，厉行节约观念更加深入人心。但专家提示，这项工作需常抓不懈，莫让外卖成为餐饮浪费“高发区”。

警惕点餐“超必要”现象

截至2021年12月，我国网上外卖用户已达5.44亿，外卖市场规模持续扩大。然而，“外卖经济”升温的同时，其背后的餐饮浪费现象也不容小视——写字楼垃圾回收处多份外卖余量超过一半，没喝几口的奶茶直接被扔进垃圾桶……记者近日走访发现，一些浪费情景令人触目惊

心。

此前，安徽农业大学经济管理学院教师宋亮等，以安徽省在校大学生为例进行餐饮外卖食物浪费水平调研，结果表明，仅31.5%的受访者表示外卖就餐几乎不浪费。

调研发现，一些点餐的“隐形套路”成为消费者超量点餐的“推手”：

——“加单”反省钱，点餐“超必要”。多位消费者称，满减折扣、“天天神券”、外卖红包已成为点外卖的“标配”，种种促销活动常常让自己“越算越浪费”。“有的时候点得越多越便宜，不少消费者会为了凑满减、用红包而‘强行加单’。”长期在食品行业工作的朱琳说。天津消费者张女士说，一些平台商家还会推出0.1元送小吃等活动，很有诱惑力，虽然超出自己的饭量，但有时还是忍不住想点上。

——小份价格高，大份搞促销。记者在一家商户的点餐页面看到，该餐厅的招牌菜之一“传家肘子”小份菜50克重，标价78元；大份菜1000克重，标价138元。两者价格相差近一倍，大份菜的菜量却是小份菜的20倍。多位消费者表示，十分欢迎小份菜，但有的分量太少、性价比不高，明显不划算。

——强凑起送价，点完吃不了。“多数外卖商家起送价在20元左右，一些商家起送价超过50元，必须点够分量才能配送。有时朋友们中午会点麻辣烫，虽然每份食材很便宜，但凑够起送价送来就是满满一大碗，吃不完又很难打包带回家。”朱琳说。广东消费者孟女士说，一些饮品店的起送价也高于单杯产品的价格，“想喝奶茶时点一杯送不了、点两杯喝不完”。

有关专家指出，随着近年来餐饮外卖行业的快速发展，不少消费者选择点外卖就餐，亟须警惕点餐“超必要”现象造成规模较大的餐饮浪费。

外卖浪费为何禁而不止？

近年来，各地纷纷出台反食品浪费的相关条例，不少商家也严格遵守，然而外卖浪费现象依然较为突出。专家认为，这反映出目前平台治理和餐饮业发展面临的一些问题。

——餐饮企业经营压力。天津市餐饮行业协会会长李家津、某餐饮品牌创始人韩云峰等表示，目前外卖点餐平台少、入驻商家多，商家往往居于弱势。竞争加剧和成本压力加大，使商家想方设法增加销量，在推行小份菜等举措时有所顾虑。“有时不得不参加一些免运费、打折活动，成本还是要商家承担，做外卖的利润被压得很低。”餐饮个体经营者杨先生说。

——菜量标识不够明确。记者在一外卖平台上随机选取20家中式餐厅统计发现，其中11家在菜品说明中未标识原料、分量或标识不全。“大多数消费者并不希望浪费食物，但比起堂食能‘眼见为实’，点外卖时消费者看不到实物，从商家给出的餐品图片上也难以估计菜量，这在客观上就容易造成‘超必要’点餐。”天津社会科学院社会学研究所副研究员王小波说。

——小份菜普及率有待提升。数据显示，2022年“小份”这个关键词在某外卖平台的日均搜索量超过13万次，消费者对外卖小份菜的需求十分旺盛。朱琳等消费者表示，小份菜出单率较高，顾客评价普遍不错，但很多商家还是没有设置小份菜选项，一些商家提供的小份菜种类有限，仍需持续加力推广。

——个性化服务仍需完善。一位河北消费者表示，有时备注了不要葱姜蒜、不要辣椒等个人需求，但商家并未阅读，餐品送来后不知如何处理。专家指出，目前部分商家在满足不同年龄、口味消费者的个性化需求方面还存在欠缺，客观上也容易造成餐饮浪费。

多措并举减少外卖浪费

记者了解到，针对外卖浪费，近年来外卖平台企业一直在推进相关反浪费举措，例如鼓励商家丰富菜品规格，提供小份菜、单人餐等多种选择，在确认订单页提示消费者“适量点餐、避免浪费”等。专家认为，下一步还需多方发力，促进相关举措更好落实，形成勤俭节约的外卖新“风尚”。

某外卖平台相关负责人表示，平台商家可完善套餐设置、进一步优化菜品，根据点餐人数、类型设置菜品多样、内容丰富的套餐，更好照顾和满足消费者个性化、差异化的需求。王小波建议，未来可通过更有力的引导和激励，加快推广小份菜、单人餐等，倡导形成合理点餐、防止浪费的良好风气。

完善图片说明、使消费者一目了然也很重要。王小波建议，平台与商家可进一步细化完善对菜品分量、成分的标识说明，让消费者的菜量有更加清晰的概念，尽量避免浪费行为发生。李家津等认为，未来平台可推出“菜量自动提醒”功能，在消费者设置用餐人数后根据不同餐厅的情况给出菜量提示，帮助消费者进行选择。

朱琳、韩云峰等认为，针对外卖浪费，相关平台企业要进一步承担起应有的社会责任。平台可牵头优化满减等促销机制，避免过度价格竞争，形成良性的商业环境。

“未来可进一步推动反食品浪费法落地落实，通过不断完善法律机制、加强行业监督等方式防止食物浪费。”王小波说。（新华社）



杜绝浪费 莫把盛宴变“剩”宴

据国家发展改革委官网消息，为弘扬中华民族传统美德，提倡节俭、反对浪费，保障国家粮食安全，树立文明新风尚，国家发展改革委会同有关部门在深入开展调研、广泛听取意见的基础上，研究起草了《关于防止和减少餐饮浪费的公告（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见，时间为2023年4月10日至24日。《征求意见稿》要求，承办宴会的餐饮企业应严格遵守反食品浪费要求。

《征求意见稿》提出，近年来，各地区各部门持续推进反餐饮浪费工作，出台标准规范，开展“光盘行动”，加强监督执法，取得一定成效，但餐饮浪费现象仍然存在，部分领域还较为严重。《征求意见稿》提出了以下八方面具体要求。

一是严格明码标价。餐饮企业（含酒店餐饮）应严格落实明码标价规定，向消费者明示所提供餐饮及服务价格。提供宴会套餐的，应标明套餐内各菜品价格，有折扣的应标明折扣。提供不同规格菜品的，应分别标明价格。禁止餐饮企业设置最低消费。

二是推行明白标量。推动餐饮企业标示菜品主要食材分量或数量，套餐标示建议用餐人数，限额以上餐饮企业应率先实行。鼓励餐饮企业通过设立菜品展示窗、制作仿真菜等形式对菜品信息进行展现，引导消费者合理点餐。提供餐饮信息服务的互联网平台应优化菜品信息展示功能，引导餐饮企业标示菜品分量或数量，提示消费者适量点餐。

三是减少宴会餐饮浪费。承办宴会（一般指五十人以上用餐且多桌使用同一菜单）的餐饮企业应严格遵守反食品浪费要求，适量合理搭配宴会菜单，并明白标量。承办宴会的餐饮企业与消费者签订宴会服务合同时，应单列反餐饮浪费条款，承诺履行以下义务（包括但不限于）：允许消费者从零点菜单等各类菜单中自主选择宴会菜品；允许消费者选择不同规格、分量的宴会菜品；允许调减宴会套餐菜品，并按菜品原价或参照套餐折扣价减免相应费用；配备公筷公勺公夹，餐后主动提醒消费者打包，主动提供环保打包盒（袋）。鼓励承办宴会的餐饮企业提供宴会分餐服务。

有关部门对宴会套餐特别是酒店宴会套餐、单桌1500元以上（不含酒水）宴会套餐实行重点监管，适时

抽查宴会套餐及套餐菜品是否明码标价、是否明白标量、是否质价相符、是否存在明显浪费情况，抽查餐饮企业是否违规设置最低消费。

四是完善用餐评价体系。提供餐饮信息服务的互联网平台应完善用餐评价体系，增设餐饮企业履行反餐饮浪费义务相关指标，引导消费者结合用餐体验进行评价评分。发布各类推荐榜单和向用户推送购买链接时，优先选择反餐饮浪费成效显著的餐饮企业。

五是加强行业自律。餐饮行业协会应加强行业自律，制定反餐饮浪费指南，细化量化烹饪、配餐标准，完善有关服务规范，引导餐饮企业积极履行反餐饮浪费义务。在相关部门指导下拟订反餐饮浪费合同条款范本，推动全行业施行。开展宴会套餐合理性评估，指导餐饮企业优化宴会套餐。餐饮行业协会依法依规开展行业内评比评价时，应将餐饮企业反餐饮浪费情况纳入评比评价内容。推进饭店业信用等级评价工作，建立反餐饮浪费与饭店信用挂钩机制。

六是倡导节俭风尚。倡导节俭风尚。倡导绿色、节约、文明、健康的烹饪方式和餐饮方式。倡导餐饮企业提升菜品质量，精细适量配餐，提供小份菜等多种规格菜品，合理配备公勺公筷公夹，提供形式多样的分餐服务和免费餐后打包服务。倡导消费者合理点餐、餐后打包。鼓励餐饮企业与消费者约定光盘奖励方式，给予完成光盘的消费者奖励。推动移风易俗，拒绝铺张浪费，促进形成简约、文明、健康的婚宴新风尚。

商务活动组织者应简约备餐、点餐，引导参加者文明、健康用餐，造成明显食物浪费的，有关部门可约谈提醒商务活动组织者所在单位，浪费情况比较严重或影响比较恶劣的，可公开曝光，并依法依规追究相关人员责任。

机关、人民团体、国有企业事业单位组织团体活动用餐及食堂供餐，党员干部、公职人员操办婚丧喜庆事宜，应严格落实中央八项规定及其实施细则精神，从严控制规模和用餐标准，带头厉行节约，反对浪费。

七是持续宣传引导。加强有关法律法规、政策规定和餐饮标准规范的宣传解读，普及科学健康膳食知识，推广防止和减少餐饮浪费典型经验做法，营造勤俭节约、抵制浪费的社会氛围。持续做好“光盘行动”等公益宣传，

引导消费者增强节约意识，自觉践行“光盘行动”。

八是加强督促指导。商务、文化和旅游部门加强对餐饮行业协会和餐饮企业的指导和规范，督促其遵守有关规定并响应相关倡议。市场监管等有关部门加强反餐饮浪费情况检查监督，对违反本公告要求的餐饮企业进行约谈提醒，对违法违规行为依法严肃查处，公开曝光浪费食品

的典型案例。发展改革部门会同有关监管部门将有关违法违规信息依法依规纳入全国信用信息共享平台并在“信用中国”网站予以公示。发展改革部门会同住房城乡建设部门推行非居民厨余垃圾处理计量收费，对厨余垃圾减量效果显著的餐饮企业给予适当优惠，对超出厨余垃圾定额的实行惩罚性加价。（人民网）

北京消协：大胃吃播涉嫌违法，达人探店或成广告

近期，网络上各种“大胃王”直播引流以及存在虚假夸大宣传的“网络种草”“达人探店”等美食分享行为，不仅涉嫌误导消费者，而且涉嫌违反《反食品浪费法》有关规定。为弘扬中华民族节俭美德，保护消费者合法权益，北京市消费者协会在此倡议并提醒广大消费者节约粮食按需点餐，珍惜美食杜绝浪费。

一、“大胃吃播”涉嫌违法

近年来，不少美食类直播内容通过“大胃王”的噱头吸引流量，部分“吃播”存在严重食物浪费现象。北京市消费者协会在此提醒：网络主播在提供网络表演及视听节目服务过程中，不得出现铺张浪费粮食，展示假吃、暴饮暴食或其他易造成不良饮食消费、食物浪费示范的内容，此类行为已涉嫌违反《反食品浪费法》。请广大消费者理性对待“大胃王”吃播视频，切勿跟风模仿。

二、“达人探店”可能构成商业广告

商品销售者或者服务提供者通过互联网直播方式推销商品或者服务，构成商业广告的，应当依法承担广告主的责任和义务。北京市消费者协会提醒有关平台、商家和网红达人：通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。平台要对“网络种草”“达人探店”等行为加强审核，否则，同样要依法承担相应责任。

三、珍惜美食杜绝浪费

餐饮浪费违背中华民族传统美德，违反《反食品浪费法》。北京市消费者协会在此倡议：请广大消费者在享受美食时，坚守中华民族节俭美德，树立节约粮食意识，养成按需点餐习惯，自觉践行“光盘行动”，引领社会积极风尚，勇于举报餐饮浪费，做制止餐饮浪费的先行者、践行者、宣传者、监督者。

北京市消费者协会欢迎广大消费者主动监督，消费者一旦发现餐饮浪费、虚假宣传、损害消费者合法权益的行为，可及时向有关部门投诉举报，共同营造珍惜美食杜绝浪费的良好氛围。



京津冀消协组织倡议 外卖餐食加贴“食安封签”

近日，北京、天津、河北省消协组织联合向外卖餐饮服务企业，发出推广使用“推行网络外卖‘食安封签’提振消费信心”的倡议，建议企业施行为外卖餐食加贴“食安封签”制度。同时，为引导企业养成自觉使用“封签”的习惯，三地消协在有关单位的支持下向外卖餐饮企业赠送500万枚“食安封签”。

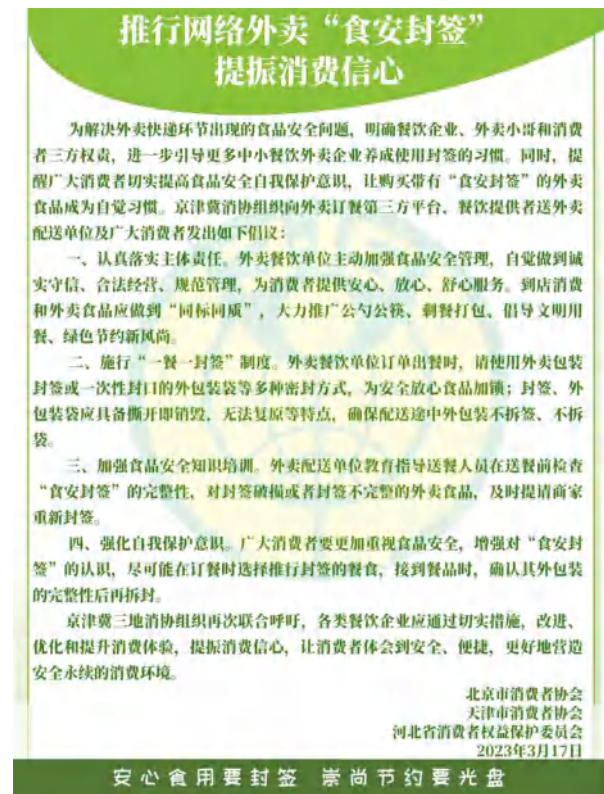
近年来，外卖餐饮市场规模快速增长。随着用户数量的增加，问题也随之产生，外卖食品被偷吃、恶意加入

异物等事件屡见报端。一旦发生外卖餐食安全问题纠纷，餐饮企业、外卖小哥及消费者责任很难分清。为解决外卖快递环节出现的食品安全问题，明确三方权责，相关部门陆续发布规定，鼓励餐饮外卖对配送食品进行封签。如此做法解决了外卖配送过程中被污染的问题。

然而，京津冀三地消协在对外卖食品使用封签情况调查中发现，其使用率并不高，且多数企业所使用的封签并不规范，以书钉、透明胶带、普通不干胶进行封口的居多，不能确保配送途中外包装不拆签、不拆袋。

为此，近日京津冀三地消协组织向外卖订餐第三方平台、餐饮提供者、外卖配送单位及广大消费者发出倡议，建议施行加贴“食安封签”制度。封签、外包装袋应具备撕开即销毁、无法复原等特点，确保配送途中外包装不拆签、不拆袋。同时，建议送餐人员在送餐前检查“食安封签”的完整性，对封签破损或者封签不完整的外卖食品，及时提请商家重新封签。建议广大消费者增强对“食安封签”的认识，尽量选择订购实现密封的外卖餐食，接到餐品时，确认其外包装的完整性后再拆封。

同时，为引导企业养成使用“食安封签”的习惯，京津冀三地消协组织在美腕、美团、饿了么等单位的支持下，从即日起，向有关餐饮企业赠送500万枚“食安封签”让企业免费使用，该封签经过特殊设计，使用特殊材质，具备撕开即刻损毁，无法重复使用的特点，尽可能的确保配送途中外包装不拆袋。凡是有使用需求的企业，均可登陆“京津冀消费维权联盟”抖音、快手、小红书号私信留言，京津冀三地消协将按照先到先得顺序向广大外卖餐饮企业赠送“食安封签”。





京津冀消协组织开展 “宠物安心成长”系列消费教育

近日，京津冀消协组织启动“宠物安心成长”系列消费教育活动，活动将在京津冀消费维权联盟网上宣传平台（今日头条、抖音、快手、小红书搜索：京津冀消费维权联盟）上开展，活动拟推出70余期消费教育短视频内容。

现今，宠物已经成了很多家庭的组成部分，有数据显示，2022年全国城镇犬猫数量达到1.1655亿只。随着宠物数量的增加，我国宠物行业市场规模持续增长，2022年城镇宠物消费市场规模已达2706亿元。同时，宠物诊疗消费也随之增加，数据显示，56.4%的宠物主表示曾有过宠物诊疗消费，预计2023年宠物医院市场将达到376亿元。然而，我国宠物消费市场起步较晚，各类商品品质、服务质量良莠不齐，大部分养宠消费者都是新手，对科学养宠、选择适合的宠物用品等知识还处于懵懂阶段。

此次“宠物安心成长”系列消费教育活动由“百加世”协助制作，活动邀请乐嘟宠物圈主编陈晨、维尔福宠

物课堂创始人靳峰、全心全意转诊中心技术院长王怀印、CKU全犬种审查员杨玲、CGGC世界宠物美容大会主席高源、亚洲小动物兽医师协会陈鹏峰、中国宠物训练联盟技术部负责人宁蔚等业内专家从如何科学养宠，如何挑选宠物用品，如何进行宠物医疗，如何提升宠物生活品质等环节，生动具体地进行多角度讲解，旨在向养宠消费者提供科学消费观念、维权意识、消费技能等，避免因盲目消费造成权益受损。

近年来，京津冀消协组织以全国消协系统首个区域联合的线上消费教育平台——“京津冀消费维权联盟”为载体，坚持不懈开展消费教育工作，平台通过精心策划、真实直观、喜闻乐见的短视频，展现京津冀及全国消协系统重要工作内容，同时，追踪热点以案说法向消费者提供科学消费观念、消费知识等。其中，仅“网络游戏专题消费教育”系列短视频在京津冀消费维权联盟网上宣传平台的播放量就达到6000万次，网友点赞数量近170万次，跟帖及私信评论量近5万条，取得了良好社会效果。

整治弹出广告过滥直播卖货乱象明星虚假代言等 《互联网广告管理办法》5月1日起施行

为切实维护公平竞争、规范有序的市场秩序，保护消费者合法权益，更好地为互联网广告业健康发展营造良好的市场环境，近日国家市场监管总局公布了《互联网广告管理办法》（以下简称《办法》）。对于社会各界诟病比较集中的互联网广告问题，如弹出广告“过多过滥”、直播卖货乱象频出、明星网红虚假代言等，《办法》都予以进一步规范，着力增强互联网广告监管的力度。

调整传统电商监管思路

《办法》的发布，在互联网领域绝对是一个重大事件。原因很简单，就是互联网广告市场体量实在是太大了。

今年年初由中关村互动营销实验室联合普华永道等发布的《2022中国互联网广告数据报告》显示，2022年我国互联网广告市场规模预计约为5088亿元，虽然这是近七年首次出现的负增长，但是由于基数太大，其体量仍然惊人。

互联网广告，与传统的四大传播媒体（报纸、杂志、电视、广播）相比较，具有得天独厚的优势，是实施现代营销媒体战略的重要一部分。很多互联网巨头如腾讯、百度等都把它视为流量变现的主要手段，互联网广告在这些巨头公司的营收中占据着不小的比例。

在这样的背景下，传统的市场监管模式和监管思路受到了不小的挑战。

据市场监管总局相关负责人介绍，2016年原国家工商总局制定了《互联网广告管理暂行办法》（以下简称《暂行办法》），对规范互联网广告活动、促进互联网广告业发展发挥了重要作用。但随着互联网技术发展和广告模式创新，《暂行办法》已经难以适应互联网广告监管执法和互联网广告行业发展实际，迫切需要修订。广告法、电子商务法、反不正当竞争法等法律相继修订、出台，给互联网广告监管执法提出了新要求，同时也提供了新的法律依据。互联网广告在广告形式、经营模式、投放方式等

方面不断发展变化，其多样性、多元性、广泛性的特征更趋明显，在传统电商大发展背景下所形成的监管思路和监管方式，需要作出新的调整。

此外，互联网广告行业在快速发展的同时，参与互联网广告活动的主体也日益多元，迫切需要进一步细化各类广告活动参与主体的法律责任，明确行为规范，以更好维护互联网广告市场的秩序。为此，市场监管总局对《暂行规定》作了全面修订完善，出台了《办法》。

整治互联网广告“沉痾”

对于近年来备受社会公众诟病的各种互联网广告乱象和问题，《办法》都给予了回应，亮明了态度。

比如，针对弹出广告“过多过滥”问题，《办法》进一步对“一键关闭”情形进行了细化规定，增设了广告发布者的法律责任，强化对违法行为的惩戒力度。

根据《办法》第十条规定，开屏广告需要确保一键关闭，不得有以下情形：没有关闭标志或者计时结束才能关闭广告；关闭标志虚假、不可清晰辨识或者难以定位等，为关闭广告设置障碍；关闭广告须经两次以上点击。

同时《办法》第二十六条规定，以弹出等形式发布互联网广告，未显著标明关闭标志，确保一键关闭的，依照广告法第六十二条第二款规定予以处罚。广告发布者实施前款规定行为的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，拒不改正的，处五千元以上三万元以下的罚款。

针对群众反映集中的智能家电、导航设备、智能交通工具等屡屡弹出广告、影响消费体验甚至交通安全的问题，《办法》明确规定，利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络，不得在搜索政务服务网站、网页、互联网应用程序、公众号等的结果中插入竞价排名广告。未经用户同意、请求或者用户明确表示拒绝的，不得向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告，不得在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接。

针对互联网广告精准投放、“千人千面”的问题,《办法》明确,利用算法推荐等方式发布互联网广告的,应当将其算法推荐服务相关规则、广告投放记录等记入广告档案,为规范此类广告行为提供依据。

此外,《办法》还旗帜鲜明地列举出互联网广告发布的“禁区”和“红线”:禁止利用互联网发布烟草(含电子烟)广告;禁止利用互联网发布处方药广告;发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品广告等法律、行政法规规定应当进行审查的广告,应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查,未经审查,不得发布;对须经审查的互联网广告,应当严格按照审查通过的内容发布,不得剪辑、拼接、修改;已经审查通过的广告内容需要改动的,应当重新申请广告审查;等等。

规范明星直播卖货行为

广告经营主体是互联网广告活动的主要参与者,规范广告经营主体在内的各类广告参与主体行为,是规范互联网广告市场秩序的重要基础。

《办法》进一步优化和细化广告主、互联网广告经营者和发布者、互联网信息服务提供者的责任内容。尤为值得关注的是,《办法》调整了对互联网广告发布者的认定条件。《办法》依据广告法规定和监管实践,将发布行为作为互联网广告发布者的认定标准,不再将是否能够核对广告内容、决定广告发布作为判定条件,确保互联网广告发布者定义与广播、电视等传统广告媒体相一致。

《办法》还进一步细化了互联网平台经营者责任,明确互联网平台经营者提供信息服务的,要履行记录并保存相关信息、主动发现和删除违法广告、建立投诉受理机制、配合开展广告监测和互联网广告行业调查、协助开展日常监管等互联网信息服务提供者义务。

《办法》对于“直播卖货”行业的某些“模糊地带”也进行了明确规范:商品销售者或者服务提供者通过互联网直播方式推销商品或者服务,构成商业广告的,应当依法承担广告主的责任和义务。

对此,中国人民大学法学院教授刘俊海分析指出,只有利用网络直播发布互联网广告的,才构成《办法》中规范限制需要承担相应责任的互联网广告行为。而且直播营销人员以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明,构成广告代言的,应当依法承担广告代言人的责任和义务。这意味着带货明星及主播将为直播间售卖的商品承

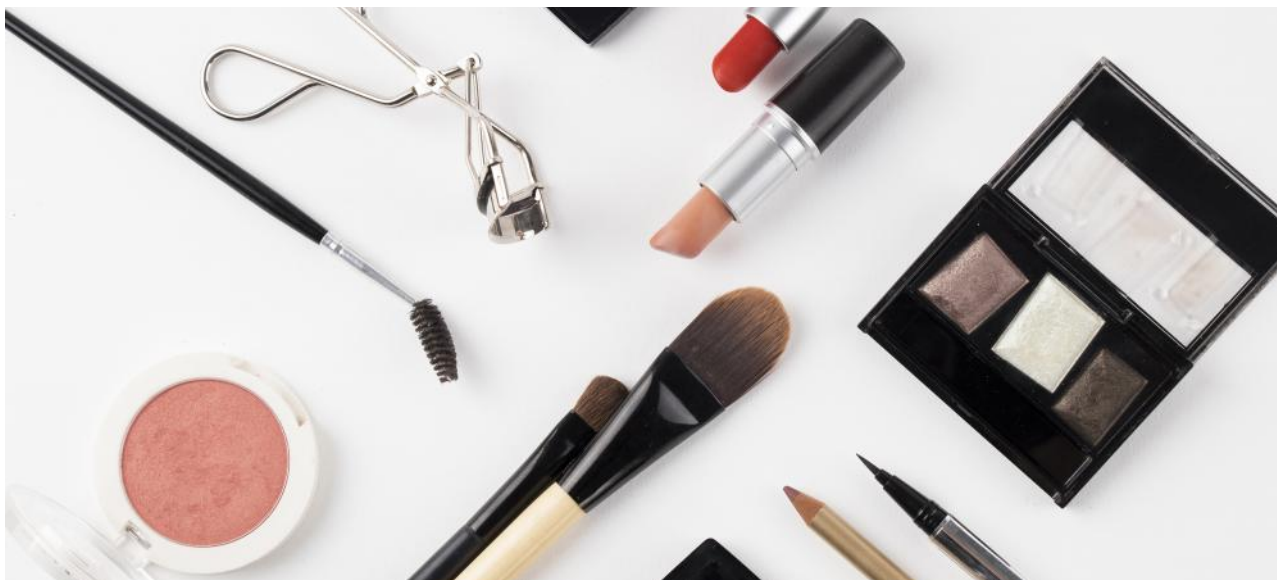
担更大责任。

“近两年不断爆出网红、明星直播带货翻车的事件,《办法》对于直播各个环节主体责任和义务的明确,有助于当下对直播乱象的治理。”刘俊海说。

针对知名艺人、娱乐明星、网络红人等虚假违法代言问题,《办法》规定,直播营销人员以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明,构成广告代言的,应当依法承担广告代言人的责任和义务。也就是说,那些明星代言、网红代言等想钻网络直播带货的法律空子也被堵上了。

此外,《办法》还进一步细化了监管措施,新增了对广告代言人管辖的规定,提出对违法互联网广告实施行政处罚,由广告发布者所在地市场监督管理部门管辖。广告发布者所在地市场监督管理部门管辖异地广告主、广告经营者、广告代言人以及互联网信息服务提供者有困难的,可以将违法情况移送其所在地市场监督管理部门处理。广告代言人为自然人的,为广告代言人提供经纪服务的机构所在地、广告代言人户籍地或者经常居住地为其所在地。广告主所在地、广告经营者所在地市场监督管理部门先行发现违法线索或者收到投诉、举报的,也可以进行管辖。对广告主自行发布违法广告的行为实施行政处罚,由广告主所在地市场监督管理部门管辖。这些规定,都为有效规范广告代言活动夯实了基础。(法治日报)





《化妆品网络经营监督管理办法》

将于9月1日起施行

为进一步强化化妆品网络经营监管工作，规范化妆品网络经营行为，保证化妆品质量安全，国家药监局近日发布《化妆品网络经营监督管理办法》（以下简称《办法》），将于2023年9月1日起施行。

据了解，为进一步规范化妆品网络经营行为，国家药监局组织制定了《化妆品网络经营监督管理办法》，旨在进一步细化、明确上位法相关规定，研究适用于化妆品网络经营监管的新方法、新手段。

《办法》明确化妆品网络经营的监管对象和监管部门，明确化妆品电子商务经营者包括化妆品电子商务平台经营者（以下简称平台）、平台内化妆品经营者以及通过自建网站、其他网络服务经营化妆品的电子商务经营者，明确国家药监局及县级以上负责药品监督管理的部门负责化妆品网络经营监管工作。

其次，明确平台对平台内经营者的管理责任。规定了平台开展实名登记、日常检查、违法行为制止及报告、质量安全重大信息报告等管理责任要求。明确平台内化妆品经营者的法律义务，规定了平台内化妆品经营者应当履行的进货查验、产品信息展示、风险控制、问题产品召回、产品贮存运输等义务。明确化妆品网络经营监管要

求，对化妆品网络经营监管中涉及的监督检查职权、行政处罚管辖权、网络抽样检验、证据采用、网络经营监测等作出明确规定。

《办法》突出源头治理，加大对网络经营违法行为的打击力度。其中规定，对于平台内化妆品经营者违法经营化妆品的行为，平台应当立即依法采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施及时制止，第一时间控制风险。对于涉网重大质量安全问题，平台在采取必要措施制止后，还应当将违法线索报告平台内化妆品经营者实际经营地监管部门依法调查处理。不得以平台治理的手段代替监管部门行政管理措施，仅对网络经营违法行为“一删了之”。

《办法》规定，平台内化妆品经营者应当在其经营活动主页面全面、真实、准确、清晰、及时披露与注册或者备案资料一致的化妆品标签等信息。对于消费者普遍关注的产品安全和功效宣称内容，《办法》进一步要求，平台内化妆品经营者披露的有关产品安全、功效宣称的信息，应当与其所经营化妆品的注册或者备案资料中标签信息和功效宣称依据摘要的相关内容一致。

（中国消费者报）

《家用和类似用途保健按摩垫》等 4项家电新国标发布实施

近期，市场监管总局（标准委）批准发布了《家用和类似用途保健按摩垫》《浴室电加热器具（浴霸）》《家用和类似用途热泵热水器用全封闭型电动机-压缩机》《家用和类似用途中央电暖系统 第1部分：通用要求》4项家电领域推荐性国家标准，新标准的发布有助于提高保健按摩垫、浴霸、热泵热水器用压缩机、中央电暖等产品的质量，规范市场上相关产品的生产和销售，推动家电产业持续健康高质量发展，保护消费者的合法权益。

按摩垫是与人体密切接触的家用电器，其产品的安全性、舒适性是消费者良好体验的关键。新修订的《家用和类似用途保健按摩垫》（GB/T 26254—2023）增加了按摩垫的按摩手法术语，规范了化学物质限量、噪声限值、对抗扰度、电磁场辐射等要求。新修订的《浴室电加热器具（浴霸）》（GB/T 22769—2023）规范灯暖型和风暖型两种产品的要求，增加了“温升梯度”指标及试验方法，修改了风扇式器具热性能、噪声要求及相应的试验方法。该标准对温度均匀技术、快速升温技术、降噪技术等起到显著的助推作用，符合当前的市场现状需求。新修订的《家用和类似用途热泵热水器用全封闭型电动机-压缩

机》（GB/T 29780—2023）增加了R32和R290两种制冷剂、转速可控型压缩机的相关性能要求、压缩机性能系数分级等，删除了活塞式压缩。以上3项标准的修订，提高了产品的技术水平，为推进产业结构调整与优化升级提供强有力的技术保障。

新制定的《家用和类似用途中央电暖系统 第1部分：通用要求》（GB/T 42389.1—2023）填补行业发展中标准空白，为提高产品的技术水平起到了关键性支撑作用。标准规定了家用和类似用途中央电暖系统的术语和定义、分类、系统架构、技术要求、说明资料、安装与售后服务及评价方法。为系统制造商、系统集成商在开发设计、匹配集成、安装调试等方面提供指导，为保障产品及系统可靠性，降低使用风险，提高用户体验、保护消费者的利益提供技术支撑。

下一步，市场监管总局（标准委）将组织做好新国标的宣贯和实施，面向消费者开展宣传，及时向社会和广大消费者提供关于家电产品质量的相关信息，帮助消费者选择安全可靠、性价比高的家电产品，充分发挥标准服务于社会发展的积极作用。（市场监管总局）

市场监管总局发布 《医疗美容消费服务合同（示范文本）》

为规范医疗美容服务行为，促进医疗美容行业规范健康持续发展，维护消费者合法权益，近日，市场监管总局制定发布了《医疗美容消费服务合同（示范文本）》（以下简称示范文本）。

近年来，随着医疗美容行业规模快速扩张，发展不规范问题日益显现，一些机构非法行医、虚假宣传等情况较为突出。签订书面服务合同，可以引导规范美容医疗机构经营行为，同时对双方的权利义务予以明确，减少消费



纠纷。

示范文本的发布，实现了医疗美容服务书面合同从无到有的突破，让医疗美容消费服务合同签订有据可依、有据可查。示范文本从行业特性和现有经营模式出发，以督促机构规范经营、减少消费纠纷为切入点，对合同双方权利义务进行了明确。一是以维护消费者生命健康为重点。通过督促机构主动公开相关资质、医师执业资格、相关药械等信息，并明示查证溯源渠道，引导消费者到正规机构接受医疗美容服务。二是加强对机构经营行为的规范。针对医疗美容行业存在的问题，示范文本特别强调了法律法规的有关规定，引导机构规范经营；同时针对一些严重违法行为设定了惩罚性赔偿条款，机构实施违法行为

将可能承担高额的惩罚性赔偿责任。三是倡导理性消费。示范文本专门提示消费者应增强对医疗美容服务风险的了解和认知，并规定了消费冷静期，赋予消费者在冷静期内解除合同并要求全额退款的权利。此外，示范文本还设立了争议解决条款，倡导消费者依法维权，不得干扰正常医疗秩序、侵害医务人员合法权益。

社会公众可登录市场监管总局官网进入“合同示范文本库”下载查阅示范文本电子版。下一步，市场监管总局将指导各地抓好落实，加大示范文本宣传推行力度，引导广大美容医疗机构与消费者积极使用示范文本签约、诚信履约，推动医疗美容服务市场有序运行、良性发展。（中国青年报）

中国消费者协会和中国茶叶流通协会联合倡议： 茶叶包装应该适度

4月3日，中国消费者协会和中国茶叶流通协会联合发出倡议：茶叶包装要适度，推动绿色文明消费。

倡议书称，中国是茶叶的故乡，有着深厚的饮茶文化。“茶为国饮”，深深融入中国人的生活，提升了中国消费者的生活品质，但茶叶产品在包装方面也出现了一些过度奢华、铺张浪费的现象，损害了消费者的权益，影响了茶叶产业的形象，不利于茶叶产业的健康发展。

党的二十大报告指出，“倡导绿色消费，推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式”。2023年9月1日，《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》将全面实施。在消费者权益方面，《消费者权益保护法》也规定，“国家倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，反对浪费”。“厉行节约经营者有义务，反对浪费消费者有责任”已经成为包括经营者和消费者在内的社会各界的共识。中消协近期开展的消费者感知调查表明，消费者对茶叶过度包装的问题反映较为集中，希望茶叶产业在杜绝过度包装、推进绿色文明消费方面做出表率。

中消协和中茶协，以反对茶叶过度包装为出发点，本着规范茶叶产品依法生产与推动茶叶产业发展满足消费者需要并重的原则，联合向经营者与消费者发出“倡导茶叶适度包装，推动绿色文明消费”的倡议。

严守国家规定，坚决依法经营。茶叶经营者应当遵守《固体废物污染环境防治法》《循环经济促进法》《清洁生产促进法》《反不正当竞争法》《广告法》《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》等法律和国家标准的规定，依法依标生产。认真开展自查、自检工作，尽早贯标、用标、达标，确保标准实施时整改到位，推动茶产品回归商品本身的属性。对于带有附件、配件等的商品，本着必要原则依法进行合理组合，不打“擦边球”，不存侥幸心理。

公平公正竞争，尊重消费权益。尊重《消费者权益保护法》赋予消费者的各项权益。通过规范商品包装、科学定价、合理营销等方式，为消费者提供物美价廉的产品。按照明码实价的原则对附件和配件分别标注，让消费者自主选择。自觉抵制以商品包装为噱头诱导或误导消费者做出购买行为。尊重消费者的知情权、自主选择权和公平交易权等权利。不利用过度包装进行不正当竞争，不损害其他经营者的合法权益。

弘扬节俭风尚，推进绿色消费。茶叶经营者应牢固树立“安全实用、节约资源、绿色简约、消费友好”等理念，弘扬节俭风尚。积极探索建立包装循环利用机制，坚持源头治理和末端治理相结合的原则，提倡简约而不简单



的商品包装新观念。持续提升产品创新研发能力和生产工艺水平，为消费者提供更多品类、更多规格的健康、营养茶产品。在茶叶包装方面，根据不同茶叶品类、品牌、品种、品质的要求，做到包装材料适当、结构优化、用料适度、无害加工、绿色生产。倡导茶叶经营者将茶叶原料生产、加工包装等全生产链条的能效、水效、环境绩效、碳排放等信息进行公示，供消费者选择和社会监督。

行业自律自治，共享科技成果。茶叶经营者要充分认识反对浪费、特别是反对过度包装等具体工作的重要性 and 紧迫性，把反对浪费特别是反对过度包装等作为合作选品的重要标准。茶叶行业应在统一产品标准、促进通用配

件等方面开展合作，取得共识，共同减少因为产品规格、标准不统一造成的消费者重复购买等浪费现象。积极研发使用有利于资源节约的包装新材料，积极推广符合节能环保要求的新技术、新设计、新工艺，积极采用可回收、易处理、易降解、可再利用的包装。鼓励茶叶经营者对外开放有利于生产绿色低碳产品的标准、专利、工艺配方等，供其他经营者使用，以增强社会效益。

加强科学引导，提倡理性消费。倡导茶叶经营者对产品包装进行人性化设计，提升新型包装和简约包装比例，降低包装体积重量，节约包装成本，做抵制茶叶过度包装的“守法者”“弘扬者”“创新者”和“分享者”。倡导消费者树立科学、理性的消费观念，尽量购买和选用资源节约型产品，做反对茶叶过度包装的“先行者”“践行者”“宣传者”和“监督者”。呼吁消费者走亲访友时，自觉选择简单适度的包装产品，拒绝为过度包装买单；购物时尽量自带购物袋，减少包装物的消耗及污染。同时，对消费中遇到违反茶叶过度包装国家标准的浪费行为，主动投诉举报，共同促进节约资源、保护环境的生活方式和消费模式的形成。（中国消费者报）

北京市市场监管局发布规范“五一”节假日及旅游旺季期间市场价格和竞争秩序的提醒告诫书

“五一”假期临近，住宿餐饮旅游等消费需求将集中释放，为进一步规范全市经营者及相关单位（以下统称经营者）的价格和竞争行为，维护消费者合法权益，营造良好的市场氛围，现就“五一”节假日及旅游旺季期间价格和竞争行为提醒告诫如下：

一、严格遵守《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《明码标价和禁止价格欺诈规定》等规定，不得违反自愿、平等、公平、合理、诚实信用的原则。遵守法律法规规定和商业道德，依法合理制定价格，开展公平竞争。

二、认真落实明码标价相关规定。标价要做到真实准确、货签对位、标识醒目，价格变动要及时调整。不得在标价之外加价出售商品或者提供服务，不得收取任何未予标明的费用。经营者通过网络等方式销售商品或者提供

服务的，应当通过网络页面，以文字、图像等方式进行明码标价。

三、经营者不得利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。通过实体店线下经营、电商平台、线上旅游平台、APP、直播营销等各种方式销售商品或提供服务，均要重点防止出现低价诱骗高价结算、先提价后打折、虚假折价、虚假标价、不履行价格承诺、诱导交易等价格欺诈行为。网络交易平台经营者不得利用技术手段等强制平台内经营者进行虚假的或者使人误解的价格标示。

四、经营者不得相互串通，操纵市场价格，损害其他经营者或消费者的合法权益。不得实施排除、限制竞争的价格垄断行为。

五、宾馆酒店、民宿、露营场所等经营者要严格规

范价格和竞争行为，按规定明码标价，不得收取未予标明的费用。要切实履行价格承诺，重点防范电商平台、直播销售等渠道预订房间订单生效的情况下，单方面毁约或者擅自提高价格等行为。宾馆住宿场所提供客房用品收费的，应标明收费范围、收费标准，提供洗涤订票等有偿服务的，应标明收费项目及收费标准等信息。

六、公园、旅游参观点、博物馆、名人故居等单位，要做好门票价格、导游讲解和游乐设施等收费公示，严格规范景区内小商品、餐饮等延伸服务经营者价格行为。不得出现不执行政府定价，私自设立“园中园”，擅自增设收费项目，变相提高门票价格，价格欺诈，不按规定明码标价、不执行对特殊人群的相关减免、优惠措施等行为。

七、古装旅拍等摄影行业经营者提供服饰租赁、照片拍摄等服务应当明码标价，拍摄套装所包含的服装套数、底片数量、精修张数、加片费用等均应标示清楚，避免出现隐形消费。

八、各客运公司、出租车公司、网约车公司、铁路、高速公路等单位要自觉规范价格行为，维护交通客运市场的价格秩序。要落实好重大节假日高速公路免收小型客车通行费政策。

九、停车场经营单位要按规定做好明码标价工作，对军车及残疾人驾驶的本人专用车辆等特定车辆免收停车费。

十、餐饮经营者点菜单、价签或店内其他点菜工具对同一种类、同一规格菜品的标价应当统一，不得出现“两套菜单”不得出现“时令价”等模糊标价。

十一、粮油肉蛋菜奶等民生商品和涉疫药品、医疗用品等涉疫物资经营者要积极履行社会责任，落实保供稳价要求，不得囤积居奇、捏造散布涨价信息、哄抬价格。

十二、各卖场、商场、市场、网络交易平台经营者等交易场所提供者应加强对场所（平台）内经营者的规范和引导，加强对价格促销方案的事前审查力度。各行业协会要积极引导经营者合法经营，共同维护市场价格和竞争秩序。

十三、经营者不得对经营者自身，商品性能、功效以及商品销售状况、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和相关公众。不得通过组织虚假交易、组织虚假排名等方式，帮助其他经营者进行虚假宣传。

十四、经营者不得擅自使用与他人知名商品名称、包装、装潢、企业名称字号等相同或近似的商业标识，误导消费者，损害公平竞争的市场环境。

十五、经营者不得编造、传播或者指使他人编造、传播虚假或引人误解的信息，损害其他经营者的商业信誉、商品声誉。

十六、经营者利用网络从事生产经营活动应加强自律，不得实施不正当竞争行为。重点防范网络直播虚假宣传、刷单炒信、诱导消费者好评返现等行为。

经营者应当认真对照上述要求，及时开展自查自纠，妥善处理各类纠纷。全市各级市场监管部门将加强重点环节、重点领域执法检查，紧盯投诉举报线索，依法查处价格违法和不正当竞争行为。对情节恶劣的典型案件，将依法从重处罚并公开曝光。（北京市市场监管局）

北京电动自行车充电场所须明示电费和服务费 充电过程实时监控

北京市制定的《电动自行车充电设施运营管理服务规范》近日在北京市市场监管局网站公布。记者了解到，新标准将逐步推动本市电动自行车充电设施接口统一接入市级管理平台，为近500万辆电动自行车提供安全可靠的

充电服务。这一新标准将从7月实施。

充电设施应与井盖保持1米以上距离

电动自行车充电设施该如何设置？按照新标准的要

求，电动自行车充电设施不应设置在高温、易燃易爆场所；不应设置在地势低洼或建筑物雨水管口、河道等附近，应与污水、自来水、燃气、电力等地下设施管道、井盖保持1米以上安全距离。此外充电设施不应占用人行通道、疏散通道、消防车道，宜设置在电动自行车停放场所内。充电设施周围也不应存放易燃易爆物品、危险化学品、放射性物品等危险物品。

此外，交流充电桩的充电插座安装高度距地面应为0.8米至1米，充电场所的应有遮雨措施。

充电过程实时监控

为保证充电安全，客户端应显示充电设施实时信息，包括设施运营状态及设备使用、闲置、故障等信息。充电设施运营单位公示的24小时服务电话应有人值守，为用户提供充电业务咨询、投诉、报修等服务。

新标准提出，无论使用的是交流充电桩、智能充电插座、充电柜还是换电柜，充电过程都应实时监控，一旦充电过程中监测到异常，应及时告知用户。此外，交流充电桩和智能充电插座充电区域还应设置集中充电区域标识，避免无充电需求车辆占用充电区域。充电结束后应及时告知用户充电已完成，提示用户完成插座、充电器和车辆之间的物理分离。

此外，充电设施运营单位宜为充电设施购买火灾、安全责任以及公众责任等相关保险。

电费和服务费都应公开透明

对于消费者最为关注的收费问题，新标准提出，电动自行车充电设施收取的电费和服务费单价都应公开透明。收费明细应准确显示，应至少包含充电单价、充电量、电费金额、服务费单价、服务计费量、服务费金额和收费总金额等明细。

充电设施运营单位应及时向用户反馈收费明细支付结果，并为用户提供获取发票的渠道。如采用预付费方式，应提供退款流程，退款周期不超过7天。

避免非充电车辆占用专用充电区域

充电设施应建立日常巡检制度，将停车和充电秩序管理纳入日常管理范围，加强违规充电行为检查，避免非充电车辆占用专用充电区域、充电完毕车辆占用充电接口等行为。在巡检频次上，充电设施巡检频次应不低于3个

月一次，重点位置、核心区域、特定的时间等还应根据实际情况增加巡检频次。

为了最大限度保证居民“有地儿充电”“秩序充电”，新标准提出，应引导居民按照集中充电区域、非充电区域正确停放电动自行车，应在充电柜、换电柜前设置非停车区，避免影响柜门开启。同时，应引导外卖、快递行业使用单位内部、商务楼宇、骑手驿站等充电设施对电动自行车进行充电，避免其在居住区内充电设施集中充电。

充电设施应具备远程通讯功能

在充电设施管理方面，新标准提出，充电设施应具备远程通讯功能，提供公共充电服务的充电设施应具备接入北京市电动自行车集中充电设施监管平台的功能。记者了解到，逐步推动本市电动自行车充电设施接口统一接入市级管理平台，将为近500万辆电动自行车提供安全可靠的充电服务，从而不断提升群众获得感、幸福感、安全感。

另外，充电设施运营场所宜设置24小时可视监控系统，监控界面应覆盖全部充电设施及充电车辆，图像应具备储存、查询、回放功能且存储时间应不少于7天。

（北京日报）



明年起，违规“老年代步车”在北京禁行！

2022年，北京市共发生违规电动三、四轮车交通事故超百起。市交管局于4月12日再次强调，自2024年1月1日起，违规电动三、四轮车不得上路行驶，不得在道路、广场、停车场等公共场所停放。这些车辆中凡有违规上路行驶或停放的，执法部门将依法查处。

警方表示，所谓的“老年代步车”是生产厂商凭空编造的一个词儿，这种车辆绝大部分属于违规电动三、四轮车，也就是未经工信部许可生产，未列入《道路机动车辆生产企业及产品公告》，车辆性能不符合机动车安全技术标准，使用电力驱动用于载客或载货的三轮、四轮机动车。

警方强调，“老年代步车”吸引人们的卖点之一是价格低廉，但厂商为了压低价格和利益最大化，普遍采用低劣便宜的零配件，做工也较为粗劣。这类车普遍被设计成窄车身、轻底盘、高车体，车辆稳定性差，行驶中容易发飘和倾斜。

交管部门表示，这些车辆普遍缺乏基本的安全配置，车身强度低，外部、前后都没有防撞吸能结构，内部连最基础的安全带都没有，更不用说安全气囊和儿童座椅接口。车辆出厂前也未经过碰撞测试，安全性能无法保证。

更让人担忧的是，车内几块大电池随意拆装，充电器也是各种各样，电路、电压、故障防护等性能均不达标，容易引发充电起火或车辆自燃。

据统计，2022年，北京共发生违规电动三、四轮车亡人交通事故131起，死亡138人。

典型案例：

2021年3月，在亦庄开发区博兴路，一辆电动三轮车闯红灯通过路口，与一辆小轿车相撞，电动三轮车驾驶人当场死亡。

2022年3月，在房山区长疏路，一辆电动三轮车直行通过路口时突然左转弯，与对向驶来的一辆重型货车相撞，电动三轮车驾驶人不幸身亡。

2022年9月，在朝阳区化工路，一辆电动三轮车左转弯时，与一辆直行的小客车相撞，电动三轮车驾驶人经医院抢救无效于当日死亡。

北京市律师协会交通与运输法律专业委员会副主任魏镇胜说，所谓的“老年代步车”一旦发生交通事故，驾驶人会面临以下几个“多数”的情况：监管部门多数会将“老年代步车”认定为机动车，而“老年代步车”多数无牌上路，驾驶者多数无证，所以多数都被判定为主要责任，一旦发生重大伤亡事故，涉嫌交通肇事罪，会追究驾驶人刑事责任。

近年来，北京警方会同交通、商务、市场监管、城管执法等有关部门，坚持源头治理销售环节与路面规范通行秩序相结合，强力开展非法售卖“断源”行动和“整秩序、保畅通、净路面”整治行动，持续推进电动三、四轮车综合治理工作。

为净化本市道路交通环境，维护道路交通安全秩序，同时考虑到市民的切身利益，2021年7月，北京市公安局、交通委、市场监管局、商务局、城管委等五部门联合发布通告，加强本市违规电动三四轮车管理。

通告明确规定，禁止在本市范围内生产、销售违规电动三、四轮车。违法生产、销售的，由市场监管部门没收非法生产、销售的车辆，并依法实施处罚。构成犯罪的，依法追究刑事责任。自本通告发布之日起，任何单位和个人不得新增违规电动三、四轮车。

对通告发布前购买的违规电动三、四轮车设置过渡期，过渡期截至2023年12月31日。过渡期内上道路行驶时，应当遵守相关通行规定。违反通行规定的，公安机关交通管理部门将依法查处。

过渡期后，自2024年1月1日起，违规电动三、四轮车不得上路行驶，不得在道路、广场、停车场等公共场所停放。违规上路行驶或停放的，执法部门将依法查处。（北京日报）



北京多部门监管体育行业预付费 青少年培训预付费100%存管

4月18日，北京市体育局、北京市市场监督管理局、北京市地方金融监督管理局、中国人民银行营业管理部以及中国银行保险监督管理委员会北京监管局联合印发的《北京市体育行业预付式消费领域资金监管实施细则（试行）》（以下简称《细则》）对外发布。

对于青少年体育培训预付费，《细则》中明确规定，“青少年校外体育培训机构预收资金应将预收资金的100%作为存管资金。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。”

发售预付卡的经营者需备案， 消费者可查询备案信息

依据《中华人民共和国消费者权益保护法》《北京市单用途预付卡管理条例》《教育部等六部门关于加强校外培训机构预收费监管工作的通知》（教监管函〔2021〕2号）及《教育部等十三部门关于规范面向中小学生的非学科类校外培训的意见》（教监管函〔2022〕4号）等法律、法规和文件精神，并结合体育行业预付式消费管理实际，北京制定了上述《细则》。

据介绍，《细则》适用于在北京市行政区域内开展体育健身、体育培训、体育场馆服务等体育服务业务，在运营过程中采取先交费、后服务的预付费经营模式的法人、非法人组织或者个体工商户（以下简称经营者）。其中明确了预付卡概念，并从备案制度、预收资金监管以及监督管理等方面做出了规定。

根据《细则》，经营者应当向消费者出具的凭据包括双方名称或者姓名、联系方式，经营者收款账户信息、预收金额、支付方式、履约保障措施，兑付商品或者服务项目的内容、地点、数量、质量及兑付计算种类、收费标准、扣费方式、履行期限，以及经营场所自有或者租赁、租期等十二项，并鼓励签订北京市市场监管部门和体育行政部门联合推荐的体育健身行业预付费服务及成人体育培

训服务合同示范文本。青少年校外培训机构应使用全国通用的中小学校外培训合同示范文本。

《细则》要求，北京市所有发售预付卡的经营者，均应按照要求通过“北京市单用途预付卡服务系统”备案，并及时更新备案信息。消费者可通过北京市单用途预付卡服务系统查询已备案经营者的相关备案信息。

青少年校外体育培训机构预收费不得超过5000元

预收资金监管方面，《细则》要求经营者应将全部预收资金直接存入经营者的存管专用账户，同时将相关交易信息报送至存管银行，存管银行依规完成拨付。消费者支付现金的，经营者应于1个工作日内将预收资金存入存管专用账户，同时将相关交易信息报送至存管银行。值得注意的是，经营者发售的预付卡期限不得长于场地租赁期限，且不得早于预付卡服务期开始前1个月收取费用。

《细则》特别对青少年校外体育培训机构预收资金作出规定，强调应将预收资金的100%作为存管资金，培训收费时段应与教学安排协调一致，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。

同时，北京市体育局官方公众号发布了《细则》解读，表示既要防控北京市体育行业预付式消费领域风险，又要兼顾体育行业的发展；遵循市场规律，“不搞一刀切”。除青少年校外体育培训机构外，根据体育运动项目经营单位发售预付卡期限确定不同的预收资金存管比例。对于自申请设立预收资金存管专用账户前一年内无行政处罚、未列入异常经营名录的经营者，可降低预收资金存管比例；引导体育行业的诚信经营、注重服务质量，建立预收资金存管比例动态调整机制。

据介绍，《细则》自印发之日起施行，施行前已经开展预收费经营模式的经营者，按照《细则》规定应当备案或资金存管的，应当自《细则》施行之日起90日内完成。（新京报）



全宗莉

严管资金，掐住校外培训“七寸”

民心所向，政之所往。近日，教育部、财政部等五部门联合印发《校外培训机构财务管理暂行办法》（以下简称《管理办法》），提出全面规范培训机构财务管理，严防校外培训机构退费难卷款跑路，对校外培训机构资金全流程监管，给学生家长的“钱袋子”系上一根保险绳。

长期以来，校外培训是很多人难以言说的痛。“‘双减’前，一些校外培训机构缺乏经济活动风险意识，盲目追求规模扩张，将收取的学生培训费大量投向销售与广告、用于恶性竞争，造成机构资金链断裂，甚至破产倒闭，发生‘卷钱跑路’等损害群众利益问题。”正如教育部校外教育培训监管司有关负责人所言，近年来，培训机构频繁“爆雷”，校外培训乱象不断，让很多学生家长损失惨重。

针对此，有关部门早就对校外培训野蛮生长乱象亮起法治红灯。市场监管总局集中公布校外培训机构虚假宣传、价格欺诈典型案例，对多家校外培训机构处以顶格罚款、从重处理。2021年7月《中共中央办公厅国务院办公厅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》印发。“组合拳”之下，各地加强校外培训机构监管，积极探索财务管理方法举措，使培训机构风险防控能力明显提升，损害群众利益问题大量减少。

但从上世纪的“高考小作坊”一路飞速生长至今，校外培训已成为拥有千万从业者、万亿市场规模的庞大产业，其发展过程中不可避免存在这样那样的风险，监管手段也需与时俱进、开拓创新。相比校外培训机构制造焦虑、虚构需求、虚假宣传引入“入坑”等手段，一些机构刚交钱就倒闭，大课包退费难、卷款跑路等行为对广大家长伤害尤甚。此次《管理办法》的发布，紧扣财务管理这个焦点，正是“蛇打七寸”，戳中治理校外培训乱象的软肋。

科学高效的财务管理体系，是校外培训机构规范运营的重要基础，关系家长、学生、机构、机构人员各方权益能否得到保障。围绕校外培训机构的财务由谁来管，怎么管？如何确保校外培训机构资金充实，并坚决避免抽逃资金？如何实现对校外培训机构资金的全流程监管？如何防控校外培训机构债务风险，防止资金链断裂？包括校外培训机构不再举办时，在财务清算过程中如何保障学生和家长的合法权益？《管理办法》在深入开展调查研究，总结多地经验做法的基础上，分析原因，找准对策，一一划清监管责任、补齐监管短板、明确处理措施，力求全面做好校外培训机构财务监督工作。

严管就是厚爱。《管理办法》从财务层面为校外培训机构再加一把锁，看似更严格，其实更多是细化了管理制度，明晰了管理范围。知道哪些可以做、哪些不能做，培训机构就知道了边界，能够放手去发展，毕竟，一个行业要靠真实的社会需求和高效专业的服务才能赢得长远发展。（人民日报）

给快递运单个人信息加上“安全锁”



李英锋

近日，市场监管总局召开专题新闻发布会，就《快递电子运单》（GB/T41833—2022）和《通用寄递地址编码规则》（GB/T41832—2022）两项国家标准进行了解读。其中，涉及到的个人信息保护、绿色包装标准化和顺应数字化转型等创新举措引起广泛关注。（据4月11日《中国消费者报》报道）

新国标《快递电子运单》最引人关注的内容在于设立专章，强化了个人信息保护。标准填补了快递运单个人信息保护的机制性空白，切中了消费者的痛点，回应了社会重要关切，对保护消费者个人信息、规范快递业健康发展都具有积极意义。

消费者忧快递运单个人信息泄露久矣。尽管一些快递企业、电商平台已经开始使用隐私运单，对消费者的个人信息采取了加密处理措施，但各经营主体自行制定的加密标准并不统一，有些加密标准保护个人信息的效果难以令人满意。同时，还有一些快递企业或商家依然在使用传统的未加密快递运单，大量消费者的个人信息处于“裸奔”状态。对于消费者而言，个人信息的泄露很可能招致营销信息的狂轰滥炸，招致电信网络诈骗风险，招致财产损失乃至生命健康安全危险。

新国标聚焦个人信息泄露风险，明确三项措施，层层递进，环环相扣，给快递运单个人信息加了一把“安全锁”。该国标禁止显示完整的个人信息，要求快递企业、电子商务经营主体等采取措施，隐藏收寄件人姓名1个汉字以上，隐藏联系电话6位以上，隐藏地址的单元户室号，既统一了保护标准，也提升了保护级别，能够有效规范快递运单信息加密行为，优化信息保护效果。而国标推荐快递企业、电子商务经营主体等采用射频识别、手机虚拟安全号、电子纸等技术手段，对快递电子运单上的个人信息进行全加密处理，则能鼓励引导相关责任主体对消费者个人信息形成更全面、更严格的保护。国标除了给“信息隐藏”定规矩，还给“信息读取”划出了最小权限范围——“快递电子运单上隐藏的、加密的信息内容，仅限于快递企业及其授权的第三方、相关管理部门使用相关设备合法读取”。如此，快递运单个人信息的泄露环节减少了，泄露风险也降低了。

有了国标只是第一步，执行国标才是关键。快递企业、电子商务经营者等主体应增强自律意识，对照国标要求，加强人员培训和教育管理，完善升级快递运单信息保护机制，优化信息保护流程，做好“规定动作”，积极探索“推荐动作”，织密织牢个人信息保护的网，堵住个人信息保护漏洞，最大限度降低或排除个人信息泄露风险，给消费者营造一个安全、放心的快递消费环境。同时，相关部门、消费者协会、行业协会等也应加强对快递企业、电子商务经营者等主体的监督，以检查、约谈、行政指导、合标指引、曝光问题等方式督促、引导责任主体提高落实快递运单信息加密国标的广度、深度和质量，锁牢锁死快递运单个人信息“安全锁”，让消费者拥有更强的信息保护获得感。（中国消费者报）



吴睿鹤

居家维修能否告别“天价”和“糊涂账”？

10秒钟疏通张口就要700元，疏通剂哗哗一倒，几百元就到手，上门修马桶为何如此“暴利”——据4月9日中新网报道，近期某博主分享了自己随机找师傅上门修马桶的故事，而生活中因修马桶遭遇“天价收费”的例子更是屡见不鲜。

马桶堵了、水管坏了、锁打不开了，类似“小修小补”的民生问题，人们在日常生活中难免会遇到。由于没有专业维修工具、缺乏相关维修知识和经验，多数人都不会联系专业人员上门服务。不过，前来维修的人，有的收费挺透明，也挺公道，有的则总感觉是“有备而来”——通过话术“套路”消费者，随后“狮子大开口”漫天要价。上述博主分享的“被宰”经历，其实更像是人们类似遭遇的一个缩影。

实际上，修马桶遭遇“天价维修费”并非新鲜事。去年11月，上海警方就捣毁了一个“以疏通管道为名，推销高价管道疏通剂牟取暴利”的诈骗团伙，抓获犯罪嫌疑人37名，涉案金额逾600万元。在该团伙“运作”下，消费者往往需花费3000元至5000元为管道疏通服务买单，最多一单竟高达19000元。这样的案件令人瞠目，小小马桶竟能养活一个团伙甚至一条产业链？

应当看到，居民维修马桶，表面上是“协商议价”，公平公正，但由于双方信息不对称、协商地位不平等，出现“天价”似乎在所难免。修好马桶是居民的刚需，否则会影响到正常生活，居民的议价能力因此偏弱。现实中，修马桶等维修服务，往往缺乏配套的议价规则以及公开透明的劳务和耗材费用标准，这也导致协商定价成为事实上的单方定价，进而滋生“维修暴利”。有的东西，明明没坏就告知用户“该换了”，有的只是简单处理但说得很夸张、很复杂，有的则是材料费贵到惊人——凡此种种，外行人往往没有“招架”的能力，只能乖乖就范。这实际上已经涉嫌侵犯消费者的知情权、选择权和公平交易权。

挤掉维修马桶的“暴利空间”，一方面，是消费者在寻求类似日常维修服务时，须多个“心眼”，尽量“货比三家”，事先了解清楚关键项目的收费价格，避免“踩坑”，遇到不合理收费时，注意收集证据积极维权；另一方面也是更重要的一方面，即监管部门应有所作为，不能放任价格违法和不公平交易的存在，不能无视相关市场的混乱和失序。

从相关服务的提供层面来说，职能部门也可以有更多作为。比如，眼下，全国都在开展“一刻钟便民生活圈”建设，各地不妨将马桶堵、水管坏、锁难开等“小修小补”民生服务项目纳入其中，通过合理引导和政策优惠等，积极将居民的需求清单转化为“一刻钟便民生活圈”的满意清单，让“小修小补”的民生服务项目变成平价服务、良心服务。每一件民生小事的解决，都考验着职能部门的担当和智慧。期待类似服务早日告别“天价”和“糊涂账”。（工人日报）

遏制“不合理低价游”，也需要“品质游”补位



万周

4月10日，文化和旅游部办公厅发布《关于进一步规范旅游市场秩序的通知》（简称《通知》），要求各地扎实开展旅游市场秩序整治，集中打击高频违法经营行为，坚决遏制“不合理低价游”苗头和市场乱象扩散势头，着力提升旅游服务质量。

随着疫情防控措施的优化，一度遭受疫情重创的旅游业逐步复苏，与此同时，因“不合理低价游”诱发的导游辱骂游客、强迫购物等乱象又死灰复燃，不仅给旅游业复苏“添了堵”，也严重干扰了正常的市场秩序，影响了旅游业的整体形象。如此背景下，主管部门及时部署“不合理低价游”专项整治行动，可以说是正逢其时。

“不合理低价游”问题由来已久。从表面上看，“不合理低价游”只是价格不合理，而实质上则是竞争手段的不合理。虽然在竞争激烈的情形下，低价可以吸引游客，但由于此举直接导致利润下降，必然会让旅游企业滋生“堤内损失堤外补”的歪念，将一些其他消费项目强制转嫁给游客。这种只顾眼前利益“一锤子买卖”，不仅侵害了消费者权益，也损害了行业声誉，得不偿失。

“花最少的钱享受到更好的旅游体验”是游客普遍存在的消费心理，旅游企业以低价招揽游客，不失为扩大营收、提升竞争力的有效手段，但这必须要在旅游价格的合理界限内，并且以保证服务质量为基本前提。“低价游”本身就是一把“双刃剑”，一旦价格低到不合理的程度，旅游企业必然面临“赔本赚吆喝”的利润困境，产生从游客身上“薅羊毛”的赢利冲动，最终陷入低价竞争的恶性循环。

针对旅游行业“不合理低价游”的乱象，近年来主管部门多次组织开展专项整治。通过约谈旅游企业、整改、下架其经营的“不合理低价游”产品等手段，在一定程度上让游客体验到了更有品质保障的旅游产品，也促进了旅游市场的健康有序发展。然而，每次专项整治后，个别旅游企业又重操“不合理低价游”旧业，导致治理难以实现长远收效。

从深层次看，“不合理低价游”屡治不绝，重要原因之一也在于旅游行业长期低水平竞争，没能实现向“品质游”的高质量转型发展。当前，旅游已成为一种流行的生活方式，人们对旅游有了更多“诗和远方”的期待，遗憾的是，面对游客“品质游”的追求，不少旅游企业不但不转型升级经营发展理念，反而死守“不合理低价游”的经营法则。通过正规方式难以在市场竞争中取胜，于是剑走偏锋，一面打出“低价游”的幌子，一面强制游客消费，甚至欺诈、威胁游客消费。

可见，遏制“不合理低价游”，在开展专项整治之外，还需要解决其背后存在的“品质游”没能及时补位问题。相关部门应以“革旧立新”为导向，积极推进标准化建设，对“零团费、低价团”等达不到基本质量标准的旅游产品，用合理机制将其淘汰出去，以此维护良好的市场环境。

同时，要持续深化供给侧改革，构建起品质有保障、服务有差别的旅游产品供给体系，引导旅游企业走出价格低水平竞争、旅游体验不佳的发展陷阱。如此，才能有效铲除“不合理低价游”的滋生土壤，促使旅游回归到靠产品和服务品质获取竞争优势的正常轨道。（北京青年报）

北京市消费者协会发布“五一”假期消费提示 谨防低价陷阱 文明旅游消费

“五一”将至，假期出游人数将会大幅增加。为确保广大消费者安全、放心出游，北京市消费者协会特提醒广大消费者选择正规旅游机构，谨防低价游陷阱，签好合同，文明旅游，理性消费，遇到问题依法维权。

一、谨防低价陷阱。选择参团旅行的消费者，要选择具有经营资质的正规旅游机构，事先详细了解旅游项目内容及收费标准情况，不要一味追求“低价”旅游产品，自觉抵制“零团费”“秒杀价”等“不合理低价游”，尽量不参加通过朋友圈、俱乐部等方式组织的游玩活动，避免掉入“不合理低价游”陷阱。

二、认真签订合同。选定旅游机构后，要与旅游机构签订合同，并仔细阅读合同条款内容，详细了解景点安排、行程路线、食宿标准、交通工具、自费项目、纠纷解决等内容。如果到外地参加“一

日游”，要注意选择正规旅行社，签订正规合同，避免遇到问题无法举证维权。

三、注意理性购物。旅行过程中要理性购物，不要被商家口头宣传和低价促销等所诱惑，要选择正规场所购物，仔细查看商品厂名厂址、生产日期、保质期、合格证等信息，不要盲目选购珠宝、玉石等贵重商品，不听信“开光、限量、绝版”等夸大宣传，不轻信“包治百病”等价格昂贵的“特效药物”，做到理性消费，谨防上当受骗。

四、文明旅游出行。在旅游出行过程中，要自觉维护公共秩序，不乱闯红灯和乱穿马路，不在公共场所追逐打闹；注意文明礼貌用语，不在公共场所抽烟，不乱扔垃圾；尊重当地文化习俗和宗教信仰，摒弃不良习惯；讲究社会公德，爱护公共设施，特别要注意保护文物古迹，不要乱刻乱画，不得攀爬触摸文物；在外就餐不要大声喧哗，自觉反对铺张浪费。

五、拒绝过度包装。建议消费者尽量不去购买过度包装的茶叶等商品，选择旅游商品要选择包装简约适度，以实用为原则，拒绝为过度包装买单，用实际行动践行低碳、绿色、环保、简约的消费理念。

六、依法理性维权。消费者在旅游过程中发生消费纠纷，不要冲动维权，要注意收集和留存相关购物证据，如发票、收据、支付记录等消费凭证，还要留存相关录音录像等资料，及时与旅游机构协商解决，也可向当地消费者协会或主管部门投诉，依法维护自身合法权益。





北京市消费者协会发布清明节消费提示

清明节是我国传统节日，是广大消费者朋友出行郊游、踏青访友、祭祀扫墓的季节。为保障广大消费者的健康安全和合法权益，北京市消费者协会提示消费者，注重文明祭扫，理性消费，安全就餐、文明出游，谨慎选择“代客祭扫”等新追思方式。

选择正规商家消费，依法理性维权

选购祭祀用品时，应到证照齐全和明码标价的正规商店购买，不要到非法殡葬用品场所、临时摊贩处购买来源不明、质次价高、带有封建迷信色彩、价格昂贵的祭祀用品。要留好消费凭证，一旦出现消费纠纷，依法维护合法权益。

文明绿色低碳祭扫，保护生态环境

祭扫应注意文明、低碳、安全，提倡以敬献鲜花、绿化植树等方式表达追思，形成文明绿色、低碳环保祭祀新风尚。摒弃炫富浪费、人情攀比的陈规陋习。以现代文明方式祭祀逝者。践行文明祭祀、绿色消费、节约资源和保护生态环境。

反对餐饮浪费，倡导文明用餐

外出就餐时，要选择《营业执照》《食品经

营许可证》齐全的餐饮服务单位。春季容易出现胃肠功能紊乱和过敏反应，聚餐时避免暴饮暴食，脾胃虚寒要慎食海鲜，若发现食品有异味或变质等现象，请谨慎食用；用餐时要公勺公筷，拒绝餐饮浪费，倡导光盘行动，养成文明用餐新理念、新习惯、新风尚。

合理制定出行计划，安全平安出游

外出踏青游玩时，要及时了解旅游沿线及目的地天气状况，选择有资质的旅行社参团旅游；自驾游时做好车况检查，自觉遵守道路交通安全法规，安全驾驶、文明行车；根据年龄、健康、心理情况量力而行参与旅游项目。爱护生态环境，文明踏青观景。不乱扔垃圾、不采摘攀折花草、踩踏碾压草地、随意投喂动物，用文明守护春色。

谨慎选择“代客祭扫”等新追思方式

近年来出现代客扫墓、代烧纸钱甚至代哭等祭扫服务，存在“代扫”者随意报价，私下交易等问题，为消费者自身权益带来风险，如消费者确需选择，请选择有整套标准、流程，收费公开透明的“代客祭扫”服务。

树立健康消费观 远离不良“校园贷”

随着互联网和普惠金融迅速发展，大学生的消费需求和信贷需求日益高涨，大量非银行机构和平台依托互联网逐渐渗透到大学生群体，向大学生开展贷款业务，这就是所谓的“校园贷”。“校园贷”具有数额小、效率高、门槛低、范围广等优势，吸引了众多有超前消费需求的大学生办理贷款。

但在“校园贷”风靡的背后，也存在着严重隐患。一方面，当前“校园贷”市场存在办理贷款业务门槛低、经营者资质参差不齐、身份审核形同虚设、合同信息不透明、风险提示不充分等一系列问题；另一方面，由于大学生三观尚未完全成熟，物质需求旺盛，对未知事物的好奇心强，但自身控制能力较差，风险防范意识薄弱，再加上社会经验缺乏，容易落入不法分子的圈套。

对此，我们提醒广大青年学生消费者们，理性考虑超前消费，审慎选择贷款机构，避免陷入不良“校园贷”陷阱。

一要树立正确消费观念。大学生应该树立正确的价值观和消费观，全面客观地认识自己，接受自己，不被外界的焦虑、压力、浮躁左右，不要将精神需求过度寄托于物质上，克服从众、攀比、虚荣等心理，理性认识自己的消费能力，根据自身经济条件制定消费计划，合理安排生活支出，培养理性消费意识和良好消费习惯。

二要学习金融理财知识。在金融数字化的背景下，大学生应当学习基本的理财知识，提高自身认识金钱、驾驭金钱的能力，能够熟悉常见的金融产品服务类型及其相关法规政策，了解个人信用记录的重要性，善于评估自身还款能力并珍视信用记录，学会对金钱的合理分配和使用，做到量入为出，清醒地认识到分期付款、超前消费、网络平台借贷的本质。

三要强化风险防范意识。不良“校园贷”为迎合大学生的消费需求，不断翻新其骗局和陷阱，“美容贷”“培训贷”“刷单贷”“多头贷”“高利贷”“套路贷”“裸条贷”等违法违规贷款层出不穷。大学生应妥善保护好自己的身份证号、银行卡号、手机号以及验证码等重要个人信息，不扫描来源不明的二维码，也不轻易向他人透露家庭住址、宿舍地址、父母联系电话；对高利贷、诈骗、敲诈勒索等违法行为有基本的认定，在自身权益受损的情况下及时向公安机关报案。

四要找正规银行机构贷款。2021年2月24日，中国银保监会、中央网信办、教育部、公安部、中国人民银行等五部门联合印发了《关于进一步规范大学生互联网消费贷款监督管理工作的通知》，规定未经银行业监督管理部门或地方金融监督管理部门批准设立的机构不得为大学生提供信贷服务。大学生如果确需申请贷款的，一定先和父母沟通，认真评估自己的还款能力，并检查该机构是否有相关部门批准的资质证明。贷款前还应仔细阅读合同内容，明确贷款的额度、利率、还款方式、违约责任等重要信息，确保合同条款合法、合理。

最后，我们呼吁社会各方力量加大对不良“校园贷”的关注，积极构建多方协同共治的格局，完善行业准入、运营监管体系，明确行业准入门槛，健全行业风险防控机制，排查整顿违规机构，针对大学生提供定制化、规范化、安全放心、真实透明、风险可控的金融产品和服务。同时，努力营造崇尚节约、反对浪费的校园文化环境，倡导大学生积极弘扬中华民族优秀传统文化，树立科学、理性的消费观，追求文明、高尚的精神生活，摒弃落后、低俗的物质攀比，将更多的时间和精力投入到实现人生价值的事情上。（中国消费者协会）

关于防范养老诈骗的风险提示

近期，一些不法分子利用“代理退保”“以房养老”“投资理财”等方式“套路”诈骗消费者，尤其令老年人“防不胜防”，严重侵害老年消费者合法权益。中国银保监会消费者权益保护局发布2023年第1期风险提示，提醒广大老年消费者提高风险防范意识，谨防三类养老诈骗陷阱。

案例一：“代理退保”陷阱

不法分子非法获取保单信息后，通过诋毁保险产品、承诺更高收益等手段，鼓动老年人退保并购买所谓“高收益”理财产品。待老年人陷入圈套后，不法分子不仅收取高额“代理维权”手续费，甚至侵占老年人的退保资金。

案例二：“以房养老”陷阱

不法分子打着“以房养老”旗号，诱骗老年人抵押房产购买所谓“理财产品”并承诺给付高额利息。实际上是以老年人房产办理抵押借款，获取资金后被不法分子挪作他用甚至挥霍。一旦资金链断裂，老年人不仅无法收回本金、获得收益，还将面临房产被强制拍卖的风险。

案例三：“投资理财”陷阱

不法分子打着“国家扶持”“政策补贴”旗号，通过虚构投资理财项目或夸大投资收益，以“低风险、高回报”为噱头进行诈骗。不法分子首先鼓动老年人“小额投资”，然后按时“高额返利”，进而诱使老年人追加投资金额，一旦收到大额资金便卷款跑路。

针对以上骗取老年人养老钱的三类陷阱，中国银保监会消费者权益保护局提示老年消费者：

一、不信“偏门”不贪“小利”，提高警惕防诈骗。一方面不信“偏门”，办理各类金融业务一定要通过正规机构和渠道；不贪“小利”，谨记“天上不会掉馅饼”的道理。另一方面多了解金融常识，从正规渠道了解金融产品和办理流程，提高

防范风险能力。

二、老年人不要被“保本高息”“保证收益”等说辞迷惑。正规的“以房养老”是国家施行的“老年人住房反向抵押养老保险”。具体来说，就是拥有房屋完全合法产权的老年人将房产抵押给保险公司，继续拥有房屋占有、使用、收益和经抵押权人(保险公司)同意的处置权，并按照约定条件领取养老金直至身故。老年人身故后，保险公司获得抵押房产处置权，处置所得将优先用于偿付养老保险相关费用。

不法分子宣称的“以房养老”只是假借国家政策之名行诈骗钱财之实，老年人要从正规途径了解以房养老政策，千万不要被“保本高息”“保证收益”等说辞迷惑，避免落入陷阱。

三、投资理财要选择正规机构和渠道。老年人要增强理性投资理财观念，谨记“投资有风险”，警惕各类标榜“低风险、高回报”的投资理财项目，切勿受“高收益”诱惑冲动投资。投资理财要选择正规机构和渠道，并对投资项目多方查证，谨慎对待。(中国银保监会)



关于“预付卡”的消费警示

近期，北京市消费者协会收到消费者王女士反映其在北京健乐博体育管理有限公司（以下简称健乐博）购买游泳培训课程，因该商家闭店导致无法提供服务的投诉。经我会调查发现，该门店现任经营者斯威森（北京）体育文化发展有限公司（以下简称斯威森）在美团上公示的证照信息使用的是前任经营者健乐博的高危险性体育项目经营许可证，为进一步了解相关投诉的处理情况以及斯威森与健乐博之间的关系，我会分别向属地行业主管部门和斯威森发送投诉查询函和投诉调查函。斯威森未在规定时间内书面回复我会。

消费者协会是依法成立的对商品和服务进行社

会监督的保护消费者合法权益的社会组织，依法履行受理消费者的投诉，并对投诉事项进行调查、调解等八项公益性职责。目前斯威森在美团上的店铺已被下架，我会将视情节依法采取下一步措施。

预付费纠纷一直是消费者维权的痛点和难点，一旦商家经营不善或闭店跑路，消费者的合法权益很难得到保障。北京市消费者协会再次提醒广大消费者：消费者应谨慎选择预付卡消费。购买前，要确认自己是否需要此类服务，理性消费；办理预付卡时，尽量选择信誉好的企业，要签订合同，索要发票；尽量降低预付额度，缩短使用周期，一旦发现权益受损及时依法理性维权。

如何科学选购和食用鱼油

鱼油富含多种营养成分，具有降低动脉粥样硬化风险、促进心血管健康、改善神经细胞生长发育、调节记忆功能等功效，目前已成为人们经常选购的保健食品之一。近日，山东省消费者协会、山东省食品药品检验研究院联合提醒广大消费者，选购和食用鱼油软胶囊等鱼油类产品时应注意以下六点：

一要牢记保健食品不能代替药品。鱼油软胶囊具有辅助降血脂或调节免疫力的辅助保健功能，属于保健食品，不是药品，不能代替药物治疗疾病。患有相关疾病的消费者在食用鱼油的同时，也要遵医嘱按需服用药物，以免延误病情，造成严重后果。

二要注意查看标志。广大消费者在购买鱼油软胶囊时要认清、认准保健食品标志（“蓝帽子”）及保健食品批准文号，可登录市场监管总局网站查询产品的注册基本信息。

三要仔细阅读标识说明书。提醒广大消费者结合自身实际，仔细阅读所购买产品的标识或说明书

中标注的保健功能，有针对性地选择。尤其是少年儿童、孕妇、海产品过敏者等特定人群，在选择鱼油软胶囊类保健食品时更应谨慎。

四要按照产品适用要求食用。鱼油软胶囊类保健食品不含全面的营养素，不能代替其他食品。建议广大消费者注意保持营养均衡的日常合理饮食，不要长期过量服用或食用超过所标示有效期、有效量和变质的鱼油软胶囊。

五要正确存放。建议广大消费者开启鱼油软胶囊外包装后，按照使用说明，在避光阴凉干燥处存放，避免囊壳发生粘连或内容物发生氧化，影响食用效果。

六要妥善保存交易凭证。建议广大消费者到正规的商场、超市及药店等经营场所购买鱼油类产品，并索要发票或销售凭据。当发现所购买产品出现质量问题时，要与商家积极协商解决，如协商不成也可拨打投诉举报电话或向当地消协组织寻求帮助，依法维护自身合法权益。（中国消费者报）

“考公、考编”等成人教育培训消费提示

近年来，在就业压力和岗位竞争影响下，不少职场人及即将毕业的学子们纷纷选择通过参加“考公、考编”等成人教育培训提升个人能力。成人教育培训产业市场持续火热的同时，也暴露出违规经营、虚假宣传、诱导办理培训贷款、退款困难等突出问题。为增强消费者对成人教育培训消费的认知，减少此类消费纠纷，广东省消费者委员会特发出消费提示，提醒广大消费者在选择成人教育培训时做到以下四点：

一、查验办学资质，警惕违规经营

教育培训机构超范围经营、无证经营的情况时有发生，严重侵害消费者知情权。对此，消费者要理性选择培训机构，挑选证照齐全、口碑较好、师资较强、经营状态稳定的教育培训机构。消费者可以通过多种社交平台、查询工具来了解培训机构的各类信息，确认其是否具备教育培训的资质与能力，并注重与其他学生交流经验，做好报班前的分析“攻略”。消费者还可以先进行短期试课，待认同授课方式和培训效果后，再签订正式合同，降低消费风险。

二、仔细签订合同，警惕虚假宣传

为招揽生源，一些“考公、考编”的教育培训机构常常使用“名师助阵、快速提分”、“不过全退、限时折扣”、“一对一个性化辅导”等宣传用语，肆意夸大资质信息和培训效果，误导消费者。而其所谓的“名师”可能是刚刚培训上岗的应届生，“不过全退”到了该退款时，就被商家以各种理由拖延，甚至人去楼空投诉无门。对此，消费者在与培训机构签订合同时，要仔细阅读合同条款，

不能贪图“不过全退”等优惠，应与培训机构就培训内容、课程设置、培训期限、时间安排、收费退费等方面进行约定。如果选择分期退费的方式，还应注明退费标准与办法，明确分期退费的期限、标准、周期和额度等，避免不必要的纠纷。此外，消费者还应要求培训机构将口头承诺写进合同，明确双方的权利义务，以便日后发生消费争议时有据可依。

三、留意付款方式，警惕培训贷款

一些培训机构在消费者付款时，会以“优惠分期付款”的名义，诱导消费者选择实为“小额贷款”的支付方式。此类贷款往往与培训机构是不同主体，即使经营者出现违约，消费者的“培训贷款”仍要继续还款。消费者如对自己签订的贷款协议不知情而停止“还贷”，可能会影响个人征信。对此，消费者在决定报班缴纳学费时，应根据自身经济实力合理选择课程。在选择付款方式时，留意合同中是否隐含贷款的条约，警惕“分期付款”变成“培训贷款”。

四、保留消费凭证，警惕退费困难

退费难是教育培训行业十分常见的问题，主要体现在流程冗长、证据不足、逾期未到账，甚至直接不退费。对此，消费者应提高风险防范意识，要妥善保管好合同文本、票据、发票等消费凭证，如遇消费纠纷可通过全国12315平台网站、当地12345等渠道，或向当地消费者委员会进行投诉，依法维护自身合法权益。

针对成人教育培训消费存在的问题，广东省消费者委员会呼吁，公考行业和相关成人教育培训机构，应强化消费者合法权益保护意识，不作虚假或夸大宣传，恪守服务承诺，履行合同约定，守法经营，诚信待客，逐步转变采取更可持续的经营模式，为消费者提供更有保障的服务质量，助力营造更加安全放心的消费环境，进一步提振消费信心和促进消费。（广东省消委会）



二手房“避坑守则”来了

受购房政策等因素调整，近期，二手房交易市场成交量放大。为使消费者对二手房交易有更全面的了解，科学理性消费，减少消费纠纷，湖南省消费者权益保护委员会特发布“二手房交易消费提示”。

提前了解购房政策。购买二手房时，应当对照当地购房政策，查询本人的购房资格，尤其注意政府有关部门关于购房政策调整后是否具备购房资格。如需住房贷款，请提前查询个人征信情况，咨询银行或公积金中心本人的商业或公积金贷款额度。避免合同签订后，个人无购房资格或难以贷款而需要进行违约赔偿。

理性选择房产中介。查看中介机构营业执照是否齐全，是否在房管部门官网备案，有无被房管部门处罚的信息，另外，可通过国家企业信用信息公示系统查看是否有不良经营记录。建议消费者择优选择经营信用良好、专业程度高的中介机构，了解该中介公司的服务内容、收费标准、服务质量等情况，以确保自己能够获得满意的服务和价格。

全面掌握房屋情况。一是访问房管部门官方网站、APP等或前往房管部门查询房屋权属证的真伪及信息，避免遇到难以正常交易的问题房源。二是查询房产的建成年代、建筑结构、房屋性质等基本情况。三是注意核实产权证上的房主与卖房人是否一致，所有权是否与人共享等。四是重点查看房屋是否存在抵押、设立居住权或查封登记，房屋需解除或注销前述登记后方可正常交易。消费者尽量不

要选择有权属争议或处于暂不可交易状态的房源，避免日后房财两空，权益受侵害。同时多了解房屋朝向、日照及遮挡、渗漏水、物业管理状况、邻里关系、市政规划等影响日后居住体验的环境问题；注意房屋的空置状态，如果带有租约，需等租约到期后新房主才可入住。购房者如果有户籍迁徙、入学需求，可到房屋所在地公安、教育部门查询该房产的户籍状况、入学资格。

谨慎完成交易流程。一是签订规范标准的合同文本，对交易条款进行仔细审查，对于不平等、不理解的条款要及时提出修改。同时，将前期卖方、中介方的承诺事项尽量写入书面合同或者补充合同中。注意房屋权属于多人共有时，所有共有人需要到场签字或提供亲笔签名画押的委托书，否则合同无效。二是切勿签订“阴阳合同”，利用“阴阳合同”来避税等是一种违法行为，在给当事人带来非正当利益的同时，也会给当事人在合同履行中带来极大的法律风险。三是尽量采用二手房转移登记资金监管服务，确保交易资金安全。目前，多地都已实施市区存量房交易资金监管工作，可有效维护存量房交易双方的合法权益。如果所在地暂时没有实施交易资金政府监管，买卖双方可以共同向开通资金监管服务的银行申请，签订二手房交易资金监管协议，确保房屋所有权交易变更前资金安全，资金专款专用。四是按照合同约定完成房屋交割手续。买卖双方最好当面完成房屋交割，依照合同查看房屋状况、保留的家具和设备是否与约定一致，确保原房东已结清水电费、燃气费、网络费、物业费等，并完成各扣费项目过户登记，按期完成户籍迁徙。

保留证据，依法维权。消费者要注意保留合同、税费票据等交易凭证，如果在交易合同履行过程中权益受到侵害，可拨打12345电话或向有关行政部门、消保委组织投诉，依法维护自身合法权益。（湖南省市场监管局）



当心！这4种退税手法是诈骗

近日，公安部网安局发布了“个人退税陷阱大揭秘”，对一些蹭个人所得税汇算退税热点进行诈骗的手法进行了揭秘。公安、税务部门提醒，对诈骗手法一定要警惕，并总结了4种个税退税诈骗手法。

退税类诈骗短信需当心

据介绍，这些年，纳税人对个税综合所得汇算逐渐熟悉，不法分子就利用纳税人想获取退税的心理，给纳税人发送“您有一笔退税待领取”之类的诈骗短信，纳税人收到这一类短信，可能不假思索就直接点击链接了。

诈骗短信内容一般为：国家税务总局某分局提示，2023年度个人所得税汇算申报工作已经开始，经税务系统显示，您有一笔1万元的退税，请您登录税务局指定的某某网站，根据提示操作办理，逾期将不予办理。

公安部门指出，这是诈骗分子以高额退税金作为诱饵，想通过钓鱼网站套取纳税人的银行和个人信息，卷走钱财，时刻谨记不要点击陌生网站链接，特别是不明号码发来的短信中列出的网站链接。

税务部门提示，税务部门在向纳税人开展个税汇算提示时，不会在短信中附带网站链接及具体的应退或应补税额，广大纳税人一定要注意甄别，不相信、不点击，以免上当受骗。个税汇算，请登录“个人所得税”APP（以下简称个税APP）或自然人电子税务局官方网站办理。如有疑问，也可以先拨打12366纳税缴费服务热线咨询。

专业人员帮你多退税？莫轻信！

一些纳税人相信网上所谓的“专业退税”，希望能多退一些税。不法分子声称：“只要提供个税APP账号密码和银行卡号，就可以帮忙操作办理个税汇算退税，按退税到账金额比例支付服务费，若没有成功不收取费用。”

公安部门指出，诈骗分子通过这种方式，骗取纳税人的个人账号、密码和银行卡信息，随之转移财产。

税务部门提示，请勿向任何人提供个税APP账

号、密码以及相关的银行账户、密码，以免自身利益受到损失。

谎称个税APP系统故障需“人工退税”

一些诈骗分子通过广撒网来搜索目标，根据对方的回复筛选退税已进入到国库处理阶段的人群，然后声称自己是税务机关的工作人员，告知受害者个税APP系统出现故障，需要进行“人工退税”。下一步就会要求受害者提供身份证、银行卡账号和验证码等个人信息进行身份核对。一旦受害者提交了个人信息后，骗子便消失无踪。

公安部门指出，遇到所谓的“人工退税”来电时，首先要保持警惕，不要轻信来路不明的陌生人，尤其是突然打来的电话；其次，在得知个税APP系统故障后，可以拨打12366办税缴费服务热线或在个税APP留言咨询，不要相信所谓的“人工退税”；最后，要时刻保护好自己的身份信息，避免泄露个人敏感信息，如银行卡号、身份证号码等。如果不确定某些信息是否真实或有疑虑，可以向当地的税务部门进行咨询或举报。

税务部门提示，税务部门在审核个税汇算退税时，不会向纳税人索要身份证、银行卡账号和验证码等信息，请广大纳税人一定要注意甄别，以免上当受骗。

填报虚假个税信息可减税？别信！

一些不法分子通过多种方式教唆受害者虚构或篡改自己的个人所得税申报信息，以“利用税收优惠政策”“减轻个人负担”等为由相引诱，或以虚假资质、名义等方式为被害人提供所谓的“服务”，诱导其支付高额费用。

公安部门指出，教唆填报虚假个税信息骗局具有欺诈性，给个人财产和社会安全带来了不可忽视的风险。

税务部门提示广大纳税人，依法如实办理个人所得税综合所得汇算是每一位纳税人的法定义务，请登录个税APP，查看自己综合所得收入、扣除以及扣缴税款等情况，切勿听信各类虚假传言，避免因虚假填报影响自己的纳税信用。（工人日报）

防范贷款中介六大陷阱

“办理转贷，至少可节省几十万元利息……”随着“提前还贷潮”的出现，不少贷款中介兜售起“转贷降息”的业务，还有的先以低价贷款手续费吸引消费者，放款后又以“走账”“走流水”为由收取巨额服务费，待消费者还款时再以合同为由设置障碍。针对这些陷阱，中国银保监会日前发布通知，各地即日起开展为期六个月的不法贷款中介专项治理行动。那么，贷款中介忽悠人的陷阱具体有哪些？金融消费者又该如何防范？

陷阱1

假冒金融机构

张某因有资金需求在网上点击了一个小额贷款广告后，陆续接到多家自称“银行贷款中心”工作人员的电话。对方表示，因张某征信良好，“银行”为其授信了一笔大额贷款，低息、当天放款、零手续费等。在来电人一番游说下，张某按要求来到某写字楼，经多方了解后确认该“贷款中心”与银行毫无关系，只是一家贷款中介。

法官释疑

贷款中介是指为借款人提供融资顾问、信息咨询等贷款居间服务的机构。目前，贷款中介已经广泛参与到各类金融信贷业务中，由于准入门槛过低、备案许可登记制度不明、地域差异性大、违法违规行为处置手段及力



度有限等问题，导致行业发展较为混乱，因贷款中介导致的各类陷阱及违法违规风险层出不穷。

目前，由于个人信息的泄露，贷款中介公司通过多种渠道获取后，经常假冒银行等正规金融机构以电话或短信等方式进行虚假宣传，误导消费者办理贷款业务。实践中，银行一般不会与贷款中介建立合作，消费者在接到电话称其是“银行信用卡中心”“银行贷款审核中心”“贷款合作中心”等说法时，其实都是诱骗借款人的虚假宣传，一定不要轻信。通常，银行授信均需

款资料后才能做出，因此对于在电话或短信中直接宣称“银行为您授信xx万额度”的说法，可认定为不正规宣传甚至欺诈行为。

此外，借款人要注意个人信息的保护，不要轻易点击弹窗贷款广告，不通过间接渠道提交贷款信息，如有贷款需求，应直接联系银行或通过银行官方App进行查询办理。如果消费者通过手机App办理互联网贷款业务，不要轻易将手机交由他人操作，应高度重视保护银行卡号、账户密码、短信验证码、身份信息、其他形式动态密码等个人金融信息，尤其要重点关注验证码、密码和人脸识别等的使用，避免信息泄露给不法分子。

陷阱2

虚构贷款用途

李某在参加老年人旅游活动中认识了导游王某，王某热心推荐了一款高收益股权投资产品，并表示李某不需要提供任何现金，可以由贷款中介公司用房屋办理经营贷款后进行投资，并且由专业担保公司为李某的房屋抵押提供反担保，李某只需按月收钱即可。基于信任，李某向王某推荐的公司提供了办理贷款的全套手续，并签署了合同。业务办理后，李某仅收到5个月的收益，便收到银行通知，称因贷款未能按期偿还，要求李某一次

性偿还全部贷款。李某多次与贷款中介、理财公司及王某联系未果，才明白自己已经受骗。

法官释疑

实践中，借款人因受到不法贷款中介的诱导而办理本不需要的贷款，或办理与实际用途不符的贷款等情况时有发生。在法院审理的涉房养老案件中，约80%的借款人均是在贷款中介或理财公司的营销下办理了贷款，并按照中介公司指示将贷款违规投入理财市场，并由此产生损失。民法典第六百七十三条规定，借款人未按照约定的借款用途使用借款的，贷款人可以停止发放借款、提前收回借款或者解除合同。

消费者应当合理评估自身消费、投资及贷款需求，防范“被诱导”及理财冲动，诚信申请并合理使用贷款，一定要知道虚构或改变贷款用途均属于严重违反监管要求及贷款合同约定的行为。近年来，银行贷后管理要求日趋严格，审查手段更为全面，一旦银行跟踪检查中发现违规使用贷款，随时可能提前收回贷款，导致借款人资金链断裂，征信受损，并承担违约责任。

陷阱3 伪造贷款材料

老股民王某偶然获得一条“内幕消息”，便想通过向银行借款的方式放手一搏，最终实现财务自由，但苦于不符合银行贷款条件。偶然间贷款中介张某与王某联系，表示在王某支付高额“包装”费用的情况下，可以保

证其100%贷款成功。后张某通过伪造银行流水、收入证明、抵押财产及法院离婚调解书的方式，帮助王某向银行借款80万元，并全部投入股市。后王某投资失败，借款到期无法归还。最终王某及张某均被以骗取贷款罪追究刑事责任。

法官释疑

根据我国《刑法》第一百七十五条中的规定，以欺骗手段取得银行或者其他金融机构贷款、票据承兑、信用证、保函等，给银行或者其他金融机构造成重大损失的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金；给银行或者其他金融机构造成特别重大损失或者有其他特别严重情节的，处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金。

实践中，为了获取贷款，非法贷款中介对借款人征信、流水、证明文件、基础交易合同等材料进行包装甚至伪造的情况较为普遍。对于借款人来说，虚构材料办理贷款可能触犯包括骗取贷款罪，贷款诈骗罪，伪造国家机关公文、证件、印章罪等诸多罪名，风险极高。刑法第一百九十三条规定，有下列情形之一，以非法占有为目的，诈骗银行或者其他金融机构的贷款，数额较大的，处五年以下有期徒刑或者拘役，并处2万元以上20万元以下罚金；数额巨大或者有其他严重情节的，处五年以上十年以下有期徒刑，并处5万元以上50万元以下罚金；数额特别巨大或者有其他特别严重情节的，处十年以上有期徒刑或者无

期徒刑，并处5万元以上50万元以下罚金或者没收财产：编造引进资金、项目等虚假理由的；使用虚假的经济合同的；使用虚假的证明文件的；使用虚假的产权证明作担保或者超出抵押物价值重复担保的；以其他方法诈骗贷款的。

此外，伪造贷款材料的过程极易导致消费者个人信息泄露，甚至导致个人信息被犯罪分子重复非法利用，引发一系列不可控风险等。因此，消费者在申请贷款时，应当保证申请材料的真实性，对贷款中介材料造假行为不默许、不放任，勿因侥幸心理，造成不可挽回的后果。

陷阱4 号称能“洗白”征信

因担心自己有两次信用卡逾期记录而无法办理贷款，刘某找到贷款中介公司。对方称可通过内部关系帮助“洗白”征信，并对其还款能力进行包装，保证当天办理大额优惠贷款，由此向刘某收取了1万元征信处理费、1万元包装费以及贷款金额2%的服务费。刘某付款后，顺利办理了某城商行的30万元贷款。但事后刘某了解到，该贷款中介公司在此过程中未进行任何征信“洗白”及还款能力包装，相关贷款产品在该城商行的App内均可自行办理，且不需要任何费用，符合条件的均可当天放款。

法官释疑

《个人贷款管理暂行办法》第十一条中对个人贷款申请明确要求，借款人信用状况良

好，无重大不良信用记录。实践中，非法贷款中介利用借款人信息不对称、急于用钱或征信有瑕疵等因素，以“增加额度”“优惠利率”“内部通道”“迅速放款”为名，收取与实际服务内容不对等的畸高费用。消费者如有借款需求，应通过正规金融机构、渠道咨询并办理。《征信业管理条例》第十六条规定，征信机构对个人不良信息的保存期限，自不良行为或者事件终止之日起为5年；超过5年的，应当予以删除。我国征信是由中国人民银行及其派出机构统一监督管理，只有上报的征信机构才能修改、更正，且相关程序极为严格，贷款中介公司不存在对征信进行“洗白”的可能。且银行对于逾期征信的影响有专门的审核标准，在其他条件均符合要求的情况下，90天以内的少数非恶意小额逾期，一般不会对贷款办理产生决定性影响。

陷阱5 手续费繁多“上不封顶”

张某为办理10万元贷款，与贷款中介公司及其推荐的另外三家公司一共签署了四份合同，分别约定了贷款服务费、包装费、渠道费以及账户管理费。贷款到账后，贷款中介又收取了走账费、取现费，导致张某实际到手使用的仅剩6.1万元，被扣除费用高达39%。

法官释疑

实践中，非法贷款中介往往先以低手续费吸引借款人，但

实际办理过程中，可能以不同收款主体、不同名目、不同合同的方式，收取服务费、账户管理费、放款手续费、渠道费、垫资费、保证金、押金等十余种费用，且累计费用畸高。贷款中介通过主体及合同的变化，将部分收费“合法化”，借款人难以防范，法院审查及认定也存在困难。而正规金融机构在申办贷款过程中一般不收取任何费用。因此，借款人在办理贷款时，应着重审查合同条款、收费条件、收费主体，特别是计算综合息费成本，切不可因急于用钱，忽视贷款风险，掉入融资陷阱。

陷阱6 串通设局欺诈借款人

高某为“盘活”固定资产，在贷款中介公司的怂恿下，以垫资方式办理了房屋按揭贷提前还款，并通过伪造虚假交易合同及公司证照的方式办理了某银行经营贷。贷款发放至中介公司掌握的受托账户后，中介公司以规避资金监管为名，口头告知高某需将款项转账至6个人账户后取现。此后，其中4人的款项均于当日取现后交至高某，但另有2人的款项，中介公司一直以账户被银行“监管”为由拖延到账。期间，垫资公司则持续向高某计收高额垫资费用。后高某向公安机关报案，但款项至今未能追回。公安机关查明6个账户均是由中介公司职员或关联人员控制，不存在任何监管，而垫资公司与贷款中介公司也属同一人实际控制，长期通过拖延到账等方

式，增加借款人的垫资费用。

法官释疑

按照监管要求，经营贷均需要通过受托支付的方式由银行将款项发放至第三方账户。在虚构贷款用途的情况下，该账户则常由贷款中介公司提供并掌握，账户收到款项后，极易出现中介公司串通他人卡扣贷款资金、临时增加收费标准，甚至携款潜逃的情况。在需要垫资的情况下，部分借款中介公司还可能串通垫资公司甚至部分银行工作人员，恶意拖延贷款进程，收取高额垫资费。因此，借款人应警惕向无关账户的转账要求，对以“刷流水”“走账”为由伪造贷款材料、规避资金监管等转账行为不予配合，严格把控资金风险。同时，借款人应当提高证据意识、风险意识及维权能力，在出现贷款中介临时增加额外费用或资金无法到账，可能陷入不法中介陷阱时，不能存有侥幸心理，要及时固定证据，并通过报警、诉讼等法律途径维护自身合法权益。

此外，广大金融消费者应时刻注意信息安全，防范不法中介虚假宣传行为，提高风险意识和防范能力。树立合理消费观念，理性借贷，如确有资金需求，可前往银行或通过银行App等正规渠道直接办理。如确需通过贷款服务公司办理的，应当注意核实中介机构资质及规模，依法依规，诚信办理。特别是在签署服务合同时，要注意审核服务及合同条款内容、综合息费标准，注意资金安全，警惕各类贷款陷阱。（北京日报）

春季，身体肌肤如何兼顾清洁与滋润？

随着天气转暖，各地也由冬入春。气候的变化带来身体的变化，身体肌肤的保养也要做出相应的调整。那么，进入春季，身体肌肤会遇到什么问题，又该如何应对呢？

需要应对的肌肤问题

初春时节气温高低不定，空气湿度相较于其他季节也会更低，再加上北方持续供暖，以及南方空调、取暖器的使用，进一步加重了室内空气的干燥程度。随着万物复苏，日照时间延长、紫外线加强，空气中的花粉等过敏原也会增加，都对人们肌肤的保湿能力是一个严峻的挑战。

肌肤表面覆盖有一层天然形成的皮脂膜，能够保护肌肤自身的水分，抵御外界刺激。春季外界环境干燥，如果清洁不当，可能导致皮脂膜受到损伤，从而对肌肤失去保护功能。这时候，肌肤自身的水分迅速流失，外界刺激容易入侵，可能出现皮肤干燥、起皮、瘙痒、泛红等情况。

随着春季气温逐步升高，身体肌肤裸露在外的机会不断增加。与此同时，肌肤自身不断进行正常的新陈代谢，当自身代谢与外界灰尘叠加影响后，皮肤表面会出现废弃角质堆积，容易出现痤疮等问题。

如何选对清洁产品

春季要注意及时清洁肌肤，洗去肌肤表面多余的代谢



产物，维持皮脂膜健康。需要注意的是，不当清洁反而容易损伤肌肤表面的皮脂膜，比如洗澡时水温过高，过于用力、频繁地搓澡、去角质，选用含有过强清洁力的沐浴露等，都有可能对皮脂膜造成损伤。

因此，清洁时要注意方法和清洁产品的选择，避免清洁过程对肌肤造成损伤。由于皮脂膜本身的pH值在4.5—6.5之间，呈弱酸性，如果使用呈碱性的沐浴露容易造成皮脂膜损伤，而选择弱酸性的沐浴露能在清洁的同时，避免引起皮脂膜的pH值波动，降低清洁对皮肤的影响。如今市场上呈弱酸性的沐浴露产品比较丰富，消费者可以根据自己的需求选择。

如果肌肤已经受到损伤，消费者应注意挑选具有保护受损肌肤成分的产品。例如，舒肤佳的纯白沐浴露，呈弱酸性pH配方，并且添加了肌肤保护因子，在清洁肌肤表面的同时，还能为

肌肤提供深入保护。

如何做好护理

在完成肌肤清洁后，可以使用身体乳等产品为肌肤补充水分和营养，帮助维持肌肤角质层的含水量，补充肌肤结构中所必须的脂质。对于肌肤干燥问题比较严重的消费者，可以针对性地选择一些有较好保湿成分的产品，如海藻糖、泛醇等成分，均具有抓取大量水分并将水分子牢牢锁在肌肤表皮层的功能。

除此之外，选择含有滋养成分的身体乳也可以帮助补充皮脂膜的脂质，尤其是一些小分子的脂质分子如维E等，可以快速渗透，缓解肌肤干燥引起的多种问题。

对于有美白需求的消费者，则需要在物理防晒的基础上，使用具有美白功效的产品。烟酰胺是常见的美白成分，市场上也有不少身体乳都添加了该成分。但需要注意的是，每种产品烟酰胺的添加量是不一样的，比如OLAY超白瓶身体乳注明添加了5%高纯度烟酰胺，搭配抗氧成分稳定VC和VE。而有的产品只是在配方中有烟酰胺成分，但含量并不高。

身体肌肤占全身肌肤面积的80%，有比面部更迫切的护理需求。因此，把握春季正确清洁，并且根据需求兼顾护理，才能更好地迎接即将到来的夏季。

（中国消费者报）

如何辨识香米和“香精大米”

俗话说：“酒香不怕巷子深。”大米是不是也越香越好呢？今年央视“3·15”晚会曝光“部分大米掺杂香精冒充‘泰国香米’”，那么该如何辨识香米？香精大米究竟是怎么一回事？4月6日，江西省市场监管局就此发布消费提示。

香米是一种具有特殊芳香的优质稻种，常见的香米有泰国茉莉香米、五常稻花香米等。香米中的香味，来源于其自身含有的正己醇、1-辛烯-3-醇、苯酚、4-甲基苯酚、正己醇等化合物，这些化合物的形成与种植环境有很大关系，只有在一些特殊的地理位置才能种植出香米。

“香精大米”则是指在普通大米生产过程中人工加入香精，使其具有香米风味。国家标准《食品添加剂使用标准》（GB2760—2014）明确规定

“大米中不得添加食品用香料、香精”。因此，“香精大米”属于违规产品，是不得制作与售卖的。

“香精大米”有危害吗？

“香精大米”中非法添加香精，可能具有以下安全风险：长期摄入违规添加香精、过量添加香精、违规添加非食品用香精的食品，可能会对人体产生一定的刺激作用，影响人体的代谢与吸收，影响肝脏功能等。香精可能会掩盖大米本身的质量问题，导致消费者难以辨别大米是否新鲜、是否存在质量问题，而带来误食风险。

消费者选购香米时，务必注意查看标签。查看条形码判断产地，如果前面两位数是“885”，则指的是泰国；如果是“69”，则表示产地是中

国。对于泰国香米，还可查看包装上是否有“原产地绿色标志”，其外形为绿色圆形底盘，有金色谷粒和稻穗，并写有泰文“泰国茉莉香米”；对于中国大米，则可看产品标签上的执行标准，大米的国家执行标准是GB/T1354，还有一些地理标志产品，如GB/T19266为五常大米，GB/T18824为盘锦大米，GB/T20040为方正大米。

此外，还可以采用一些简易方法辅助辨别，如闻起来香味比较浓烈，水泡一会儿香味消失或明显减弱，则说明大米可能加了香精。

消费者一旦在购买的大米中发现存在违规添加香精的，可保留消费凭证、支付记录等证据，并及时向市场监管等部门或消费者组织投诉举报。

（江西省市场监管局）

认清“彩虹”能效标识教你选购节能家用电器

随着我国“碳达峰”“碳中和”目标的提出，智能家电成为人们越来越多的选择。认清“彩虹”能效标识，选购更节能环保的家用电器。

能效标识的含义能效标识

又称能源效率标识，是附在耗能产品或其最小包装物上，

表示产品能源效率等级等性能指标的一种信息标签，目的是为用户和消费者的购买决策提供必要的信息，以引导和帮助消费者选择高能效节能产品。

中国能效标识的含义有哪些？

能效标识的名称为“中国能效标识”（英文名称为China

Energy Label），能效标识应当包括以下基本内容：

- （一）生产者名称或者简称；
- （二）产品规格型号；
- （三）能效等级；
- （四）能效指标；
- （五）依据的能源效率强制性国家标准编号；

(六) 能效信息码。

哪些家电需要张贴能效标识?

根据《能源效率标识管理办法》(国家发展和改革委员会原国家质检总局第35号令)规定,国家发展改革委、原国家质检总局和国家认监委组织制订和修订了《中华人民共和国实行能源效率标识的产品目录(2016年版)》,以及国家发展改革委、市场监管总局《中华人民共和国实行能源效率标识的产品目录(第十四批)》、《中华人民共和国实行能源效率标识的产品目录(第十五批)》其中涉及电动洗衣机、储水式电热水器、家用电磁灶、自动电饭锅、家用微波炉、家用电冰箱、空气净化器、

家用燃气灶具等产品。

“彩虹”能效标识分几级?

能效等级是表示家用电器产品能效高低差别的一种分级方法。在中国能效标识中,按照不同产品,能效等级分为不同种类。以常见的液晶电视为例,分为1、2、3三种不同的等级,其中有1、2、3三个标识,表示能耗从低到高。而冰箱、洗衣机等产品,则分为1、2、3、4、5共五种不同的等级。究竟这些数字代表着什么意义,又该如何选购呢?

五种等级标识中,等级1为最节电的水平,相对而言,可以理解为达到国际节电水平;等级2表示比较节电;等级3表示处于

市售产品的平均水平;等级4表示产品的能源效率要低于市售产品的平均水平;最高等级5,表示仅符合能效标准的最低值,属于市场准入门槛的范畴内,达到了上市销售的认可,但耗电量最大。

《能源效率标识管理办法》的制定是为了加强节能管理,推动节能技术进步,提高用能产品能源效率,能效标识的实施,对提高耗能设备能源效率,提高大众节能意识,有效引导和帮助消费者选择高能效节能产品。在“双碳”政策的驱动下,绿色、健康、环保等理念深入人心,绿色节能将成为家电消费的主旋律。(新华网)

热带水果波罗蜜, 怎么选、吃、存

波罗蜜又称树菠萝、木菠萝, 肥厚柔软、清甜可口, 是一年四季都可以吃到的热带水果。进入4月, 海南波罗蜜的春季果实开始上市。春天的第一口“蜜”如何吃更美味更安全, 可以看看研究热带水果的专家如何说。

选购: 熟果气味更香浓

波罗蜜是隋唐时从印度传入我国的热带水果, 在海南、广东、广西、云南等地均有分布。因为果实硕大、香味浓郁, 所以, 波罗蜜又有“蜜冬瓜”的别称。《本草纲目》中记载: “波罗蜜生交趾南番诸国。内肉层叠

如桔, 食之味至甜美如蜜。”南宋范成大《桂海虞衡志》中说“波罗蜜大如冬瓜, 削其皮食之, 味极甘”。

广东省园艺学会原副理事长、广东海洋大学叶春海教授在接受《中国消费者报》记者采访时介绍说, 市面上常见的波罗蜜大致可以分为两类: 一类果肉较硬, 属于干苞类型。成熟的果实果皮较硬, 略有弹性, 一般需要借助刀具才能打开。果肉纤维少, 手感虽然稍硬但容易拿取, 犹如一个个小饺子, 颜色金黄, 吃起来干爽脆嫩、味道香甜。

另一类果肉较软, 属于湿

苞类型。成熟的果实果皮柔软, 用手按压容易下陷, 可以直接用手掰开。果肉纤维较多且较长, 果肉黄色, 如同奶油般绵软, 吃起来柔软而甜滑, 也有些味道酸甜。

如何挑选一枚品质较好的波罗蜜, 叶春海建议消费者留意以下几点:

看颜色。成熟的波罗蜜果皮色泽呈金黄色, 如果还没完全熟透, 表皮往往会带一点青绿色, 买回去后需要放两三天才会慢慢变黄变熟。

摸外皮。质优的波罗蜜外皮完好无损, 带有较多“刺突”或

“钉凸”状物。一般来说，处在生长发育期的波罗蜜，表皮的“刺”或“钉”往往较尖锐。而成熟后的波罗蜜，表皮的“刺”或“钉”会变较软，摸起来不那么扎手。需要注意的是，部分波罗蜜外皮上带有小黑点，一般是波罗蜜成熟的正常现象。但如果小黑点非常多甚至连接成片，可能是过熟腐烂了，最好不要购买。

闻气味。成熟的波罗蜜香味比较浓郁，如果需要长途运输，可以选择稍微青熟一点的波罗蜜。

食用：果肉果核都能吃

波罗蜜营养价值丰富，《本草纲目》中记载能“止渴解烦，醒酒益气，令人悦泽”。据说，因为吃完波罗蜜后嘴里的芬香气味短时间内较难去除，所以波罗蜜还有个“齿留香”的雅号。

现代研究表明，波罗蜜果肉中含有较多糖类、蛋白质、游离脂肪酸、维生素及矿物质等。每100g成熟的波罗蜜果肉中含膳食纤维1.0—1.5g、蛋白质1.2—1.9g、钙20—37mg、镁20—30mg、磷38—41mg、钾191—407mg、Va175—540mg、VC7—10mg，无愧于“热带水果之王”的美誉。

叶春海介绍说，波罗蜜要熟透了才好吃，没有熟的波罗蜜，果实会分泌出一种胶体，这些胶粘在果实上不易清洗且影响口感。如果切开后发现没有成熟，可以用保鲜膜密封后在阴凉通风的地方放置3—5天，波罗蜜就能被催熟了。



波罗蜜果实全身都是宝，很多部位都可以拿来食用。除了我们常吃的果苞果肉外，果苞之间的黄色条状物叫“果腱”，有些也可以食用，别有一番风味。波罗蜜的果核煮熟后味道像板栗一样鲜美，同样可以食用。《本草纲目》中记载，波罗蜜的“核中仁，补中益气，令人不饥轻健”。

目前，市场上的波罗蜜干制产品较为常见的主要是波罗蜜脆片，涉及的主要加工技术有油炸、真空冷冻和微波膨化等。除生食和干制外，波罗蜜还可制成果酱、果汁、果脯、果酒、蜜饯、罐头、冰淇淋等。

“硕果何年海外传，香分龙脑落琼筵。中原不识此滋味，空看唐人异木篇。”如今，波罗蜜已不像明代诗人王佐的这首《波罗蜜》诗中所说的那般神秘，大江南北的商超集市里都可以买到。不过，叶春海提醒消费者，因为波罗蜜果肉中存在较多的还原糖，一般情况下它的总还原糖含量在12—25%之间，因此，糖尿病患者应慎食或少食。

保存：自制果干存更久

成熟但未打开的波罗蜜可以放置3天甚至更长时间。而切开后没有吃完的波罗蜜，尽量不要暴露在常温空气中，以免被细

菌污染。

叶春海提醒消费者保存波罗蜜果肉时注意以下几点：

最好存放至冰箱冷藏室。把剥开的波罗蜜果苞放在保鲜盒里，然后放到冰箱的冷藏室，需要时拿出来食用即可。

波罗蜜不宜在冰箱冷冻室久藏。低于零摄氏度温度冷冻，会使果肉结冰变硬，即使解冻也会影响口感。

需要注意的是，波罗蜜果肉冷藏时一定要密封好，以免与冰箱中其他食品串味，相互影响味道。尤其是冰箱中有类似海鲜、河鲜类的食品时，更要注意分开存放。

如果购买的波罗蜜果实较大短时间不能吃完，还可以把它们加工成波罗蜜干以延长保存时间。叶春海介绍说，可以把波罗蜜果肉放到烤箱或微波炉用小火慢烤，中途需要注意停火翻面以保证受热均匀，逐渐烘干水分，同时，注意掌握时间和火候，以防烤干。

相关链接

波罗蜜还是菠萝蜜

波罗蜜隋唐时期从印度传入中国时，被称为“频那拏”（梵文Panasa对音），宋代改称波罗蜜。宋朝《诸蕃志》记载波罗蜜已在广州地区开始栽培，当地居民用“波罗蜜”为其命名。2022年，叶春海在编纂《中国大百科全书·园艺卷》时，将这个水果的名称表述规范为“波罗蜜”。因此，长期以来一直沿用的“菠萝蜜”其实是错误的。（中国消费者报）

市消协邀请专家律师 每月为您解答消费维权难题

月月315

一、活动目的

为更好地保护消费者合法权益，为消费者排忧解难，市消协计划于2023年邀请专家律师为消费者免费提供“月月315”消费维权法律咨询服务。现场法律咨询活动计划于每月15日（如遇非工作日顺延）进行，欢迎有需求的消费者到场咨询（活动具体时间、地点请及时关注市消协公告）。

二、参与方式

为保证咨询质量，每场咨询活动仅提供6个咨询名额（预约者优先），消费者在参与法律咨询时，可携带必要的基础材料前往。此外，市消协将安排专业律师定期以电话形式为您远程提供法律咨询服务，消费者可通过在线申请#月月315#法律咨询服务，将近期在消费中遇到的纠纷或困惑以邮件形式发送至**bjxx0315@163.com**，或直接在评论区留言并留下您的姓名及联系方式。

三、首场法律咨询活动安排

时间：4月18日（周二）上午9:00-12:00

地点：北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦三层北京市消费者协会316办公室

预约方式：发送主题为“预约法律咨询”的邮件至**bjxx0315@163.com**，留下您的姓名、联系方式并简要概述您需要咨询的具体事项。预约成功者将收到邮件回复确认。

市消协本年度现场法律咨询服务还将计划走进社区，为广大消费者提供更为便利的法律支持。具体活动安排请关注市消协网站，微信公众号。

北京市消费者协会
2023年4月10日

参与活动律师简介：

芦云，北京颐合中鸿律师事务所合伙人律师、北京市律师协会消费者权益法律专业委员会主任。中国消费者协会律师团律师，最高检民事行政案件咨询专家，中华全国律协民委会委员。



北京消协
微信公众号
二维码



北京消协
头条号
二维码



北京市消费者协会
BEIJING CONSUMERS ASSOCIATION