

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12期

12

总第135期



填上“上门维修”服务那些坑

P19 北京首套房首付比例降至3成

P34 预付卡购卡消费需谨慎

P28 演出预售票不能成了“空头支票”

P43 冬季新宠冲锋衣，你买对了吗？



通州区举办第四届北京城市副中心消费论坛

12月4日，通州区在北京国际财富中心成功举办了主题为“潜心优化消费环境 智行提振消费信心”的第四届北京城市副中心消费论坛。中国消费者协会副会长兼秘书长彭新民、通州区人民政府副区长倪德才、北京市消费者协会副会长兼秘书长杨晓军、北京市市场监管局消保处副处长刘斌出席本次论坛。同时，通州区市场局、区消协、行业专家、媒体记者以及经营者、消费者代表等近150人参加此次论坛。

论坛现场，通州区市场局副局长韩涛发布了《2023年通州区实体店消费体验调查报告》和《通州区2023年消费者满意度调查报告》，两位行业专家分别进行了指导点评。随后由北京市消费者协会副会长兼秘书长杨晓军、北京市市场监管局消保处副处长刘斌、邮储银行北京分行副行长李红、对外经贸大学消费者保护法研究中心主任苏号朋和中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍等五位领导专家共同围绕活动主题进行圆桌会议，为营造北京城市副中心良好消费环境建言献策，取得了非常显著的实际效果。

下一步，通州区消费者协会将以此次论坛成效为契机，深入践行以消费者为中心的服务理念，着力解决好人民群众的急难愁盼，继续凝聚力量与智慧，为优化和创建辖区良好的消费环境做积极努力。



Prologue

卷首语

为“上门经济”守好“门”

上门做饭、上门喂猫、上门收纳……近来，社交平台上关于“上门经济”的讨论越来越多。消费者足不出户，通过互联网平台或社交媒体等渠道，就能把过去在门店才能享受的服务“搬”进家里，上门服务正成为许多人追求效率与便利的新潮流。

上门服务并非新事物，上门保洁、上门维修由来已久。但今天，新兴的上门服务呈现出更加多样化趋势——朋友来家，自己忙不过来，找个代厨上门张罗一桌好饭；平时工作累，没时间收拾家，请收纳师上门帮忙；出门在外，请人上门逗猫遛狗……日益分散化、多样化、个性化的消费需求，催生了各式各样的上门服务，上门经济激发着消费潜力，也折射出人们生活品质的跃迁。

拿上门代厨来说，在很多城市，花上100元左右的人工费，就能请厨师上门做一桌丰盛的晚餐，还能照顾到自己的口味、饭量，比在饭店吃得自在，服务好，性价比也不错。到了节假日、周末，优质上门代厨预约难，原因就在于此。

对上门服务的强烈需求，和网络平台不受时空制约的特点，推动相关行业快速成长，释放出无穷的经济活力。数据显示，我国上门服务相关企业数量增长很快，近5年相关企业年均注册增速超14.5%，涉及领域包括外卖、家政服务、洗衣、美甲、按摩、养老服务、照顾宠物等。涌入上门服务赛道的近2万家企业，不仅满足了消费者多样化需求，还拓宽了就业渠道，丰富了服务场景。伴宠专员、上门私厨、收纳师等新兴职业走俏，提供了就业新选择，也为人们利用业余时间增加收入打开新路径。

一头是对便利和品质的追求，另一头则是技术进步红利和服务理念变化，在上门经济两端的一呼一应之间，消费升级、供给创新、分工细化、效率提升融汇起的活跃经济图景扑面而来。

但也要看到，作为一种新业态，“上门经济”相关的行业标准、市场规范相对欠缺，服务过程中还存在一些风险点、矛盾点。比如一些从业人员未经专业培训，不具备相关资质，业务水平参差不齐，服务质量难以保证；另外，上门服务要进入私密空间，供需双方的安全问题也都面临一定考验；还有个别上门服务打擦边球，也侵蚀着消费者对“上门经济”的信心。

“上门经济”是服务于美好生活需要的。从消费趋势来看，上门经济深藏产业潜力，市场前景广阔。守好“上门经济”的“门”，就是为美好生活保驾护航。眼下，政府部门正在强化政策引导，为这一新业态的成长提供更好生态；在一些地方，“单打独斗”的上门服务提供者正朝着团队化、规模化演进，这无疑是行业规范化发展的重要一步。只有在社会有关各方共同努力下，“上门经济”才能在健康、可靠的环境中茁壮成长，从而为消费者持续提供优质服务。（人民网）

康朴



热点
关注
HOT CONCERN

P04 填上“上门维修” 服务那些坑

针对近年来“上门维修”服务中存在的“无病乱修”“小病大修”等“维修刺客”问题，北京市消费者协会近日发布消费提示，提醒广大消费者选择维修服务时要认真核查相关资质、服务内容和收费标准，提醒有关经营者要诚信守法经营、主动维护消费者合法权益。本期《本刊策划》栏目特推出《填上“上门维修”服务那些坑》专题，从不同角度对长期困扰消费者的“上门维修”乱象问题进行深入探讨。

卷首语

01 为“上门经济”守好“门”

本刊策划

- 05 北京市消费者协会发布消费提示——选择“上门维修”服务 要仔细查看服务内容及收费标准
- 06 下单5元上门维修收8000，“维修刺客”为何长期困扰消费者？
- 07 《北京市家用电器维修服务明码标价规定》发布——明确要求家电维修实行明码标价
- 11 家电维修明码标价必须执行到位

热点关注

- 12 我国全面启动消费投诉信息公示机制 消除信息不对称让消费者变得明明白白
- 14 明年起新能源车购置税减免政策调整技术要求：纯电续航里程不低于200km

- 15 首个绿色外卖国家标准明确：减少各种包装材料用量
- 16 教育部等四部门：加大“网红”玩具、学生文具抽查检查力度
- 16 国家药监局：药品说明书（简化版）鼓励选用四号及更大字体
- 17 市场监管总局发布《大型游乐设施安全技术规程》
- 18 国家金融监督管理总局指导推出人身保险“睡眠保单”信息“一站式”查询服务
- 18 保险大灾理赔行业自律规范发布
- 19 北京调整优化购房政策 首套房首付比例降至3成
- 21 北京发布旅游饭店温泉设施规范 温泉水变温过程不得“掺水”
- 22 市交管局：无牌“燃油三轮车”禁止上路
- 23 《北京市中小学教材管理办法》修订发布 教材不得夹带任何商业广告

- 23 与物业条例规定不符，北京废止这些文件！涉物业收费等
- 24 新一批15家北京老字号12日颁牌，新增教育领域老字号

消费时评

- 25 规范医美须先整治“18岁就得抗衰”式鼓吹
- 26 零食“学历造假”？欺世盗名应严惩
- 27 莫让“以租代购”成为收割消费者的新套路
- 28 演出预售票不能成了“空头支票”

消费提示

- 29 中小学生慎用“鼻吸能量棒”
- 29 科学选购和正确使用家用燃气具
- 31 谨慎挑选和使用电热地毯
- 32 仔细甄别装饰企业 防止消费陷阱
- 33 美容服务消费提示



P35 冬季食品安全也不能掉以轻心!

进入冬季，天气渐冷。是广大消费者饮食进补的高峰季节，也是食物中毒和肠道疾病的高发季节，冬季饮食怎样吃的开心又安心呢？民以食为天，食以安为先，为预防食源性疾病的发生及消费者饮食安全，特发布冬季食品安全消费提示。

- 34 预付卡购卡消费需谨慎
- 35 冬季食品安全也不能掉以轻心!
- 36 避开各种保健食品消费“陷阱”
- 36 临期商品别盲目囤货
- 37 冰雪季旅游消费警示

消费课堂

- 38 “萝卜刀”火爆校园，背后有哪些法律风险
- 39 三类“会销”骗局老人最易上当 小恩小惠要提防
- 40 聚能环中毒事件频发 警惕所谓“厨房神器”
- 42 带有泥沙的蔬菜水果是否属于禁止销售的食用农产品?
- 43 冬季新宠冲锋衣，你买对了吗?
- 44 如何挑选安全的不锈钢电热水壶

《北京消费者》由北京市消费者协会主办。刊物以报道消协动态、宣传消法、监督消费、引导消费为目的；以全面报道北京市消协系统动态、向消费者介绍选择鉴别商品的实用知识和方法为主要内容。

面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



主办 北京市消费者协会
编委会主任 周小丰
主编 杨晓军
副主编 罗刚 吴海璐
编委 崔倩 李蕊 闫毓珊 杜颖
 马传生 王妍 王延海 刘博
 任军 陈立爽 郑寒冬 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 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
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
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12期 (总第135期)
 京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

服务那些坑

填上“上门维修”



编者按：

近年来，家电维修等“上门维修”服务行业的乱收费行为时有发生，备受社会各界广泛关注。针对“上门维修”服务中存在的“无病乱修”“小病大修”等“维修刺客”问题，北京市消费者协会近日发布消费提示，提醒广大消费者选择维修服务时要认真核查相关资质、服务内容和收费标准，提醒有关经营者要诚信守法经营、主动维护消费者合法权益。本期《本刊策划》栏目特推出《填上“上门维修”服务那些坑》专题，从不同角度对长期困扰消费者的“上门维修”乱象问题进行深入探讨。



北京市消费者协会发布消费提示——

选择“上门维修”服务要仔细查看服务内容及收费标准

针对“上门维修”服务中存在的“无病乱修”“小病大修”等“维修刺客”问题，为保护消费者的合法权益，北京市消费者协会发布消费提示，提醒广大消费者选择维修服务时要认真核查相关资质、服务内容和收费标准，同时提醒有关经营者要诚信守法经营、主动维护消费者合法权益。

一是尽量选择官方售后。消费者在需要维修服务时，应首选所购品牌的官方售后服务网点（家装维修优先选择房产所在物业公司或由房屋原装修公司提供服务），不要轻信网络搜索到的所谓“官方售后”，谨防遭遇“李鬼”维修点。

二是查看相应维修资质。消费者在选择非官方的“上门维修”服务机构时，应事先查验该机构是否具有营业执照，是否具备相关维修资质。尽量选择信誉好、技术好、有资质、正规有实体店的维修机构，谨防各类“虚假维修”“过度维修”。

三是维修前后留好凭证。维修前要了解清楚维修内容、收费标准及是否有额外收费项目，如上门服务的维修人员没有预先出示配件价目表、告知收费项目，消费者应主动询问，并将服务价格、服务明细、配件信息等约定清楚，维修后要求维修人员出具维修明细清单，索要收费票据。

同时，北京市消费者协会提醒有关经营者严格遵守有关法律法规，诚信守法经营，主动维护消费者合法权益。

一是向消费者如实介绍维修服务相关价格信息，尊重消费者的知情权和选择权，有效保存上门前或者服务前主动告知消费者收取上门费用或者服务费用的相关资料，不作引人误解的虚假宣传，不通过谎报用工用料、故意损坏、偷换零部件或材料等方式多收费或乱收费。

二是应明码标价，不得在标价之外收取其它费用。维修结束后，经营者应当向消费者出具结算清单，列明所消费的服务项目、价格以及总收费金额等信息。

三是电商平台应当要求入驻的维修机构提交其身

份、地址、联系方式等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并定期检查更新；明知或应知入驻维修机构存在违法违规或侵害消费者合法权益行为的，要及时采取措施避免造成更多消费者权益受损。

四是电商平台应当建立健全信用评价制度，公示信用评价规则，为消费者提供对平台内维修机构进行评价的途径；对于竞价排名的维修机构信息，应当显著标明“广告”字样。（北京市消费者协会）



下单5元上门维修收8000， “维修刺客”为何长期困扰消费者？

近日，有网友称在电商平台下单了5元的卫生间防水维修，却被上门师傅收取8000元，该消息引发关注。一些网友表示也曾有过类似遭遇，在网络平台下单“上门维修”服务，标价只有几元至几十元，结果上门后还要加收材料费、上门费、特殊费用等一系列额外费用，最后实际收取的总费用远远超过报价。这让消费者直呼遭遇了“维修刺客”。

“维修费一般是事先说好的，不会乱涨价，但是维修用到的材料可能会另收费。”一位北京市居民告诉《新闻+》记者，“有些无理的收费，就让人不太舒服。”比如上门前维修人员说只收维修费，上门后却说要加收几十元的上门费，或者说某些材料要几百元几千元，因为很难买到，需要调货等等。“而且这种收费，维修人员说是多少钱就是多少钱，也没有可供参考的标准。”这位居民说。

“有些隐形的收费项目，上门维修经历得多了基本都会遇到。”另一位天津市居民向《新闻+》记者表示，“维修师傅会先报一个价格，但是临时他又会告诉你这个零件坏了、那个零件坏了。”比如有次空调不制冷了，维修师傅说不仅缺氟，稳压器也坏了，于是她多花300多元换了配件，但后来请自己公司的电工来看，旧的稳压器根本没有坏。“他挣的就是这个不透明的钱。”这位居民分析。

为什么上门维修没有固定的收费标准呢？中国家庭服务协会会员、从事家居维修行业16年的王兴告诉《新闻+》记者，有些类型的家政维修容易制定标准，比如家电维修，各类零部件的更换都可以明码标价，但是其余大部分类型的维修都很难有固定的价格。

“因为在维修过程中，实际遇到的情况会非常复杂。损坏的地方可能在不同位置，损坏的原因和程度也不尽相同，那么需要使用的修复方法，以及维修的时间、用料和成本也不一样。所以，很难给它定一个标准的价格，如何收费都需要根据现场的实际情况去判断。”王兴说，“所以我们行业一般都是维修师傅自己来定价。”

因此，由于每个维修师傅施工的习惯和收费方式不一样，报出的价格也会有所不同。“经验丰富的老师傅，

不同的损伤应该怎么收费，一般心里都有数，收费比较合理。但是，也不排除有些师傅就是想今天少干点活，多收点钱提前收工。这方面的监管也比较困难。”王兴介绍，“所以，同样的维修项目，费用有100元到200元的差距，是很正常的现象。”

其实，对于合理的收费，消费者一般会表示理解和接受。毕竟，维修人员很难在接单的时候，就准确无误地预估家里存在什么故障、需要更换哪些零部件。但是，如果上门维修的费用过高，远高于平台上的标价和提前约定好的价格，是否属于欺诈行为呢？

北京嘉维律师事务所合伙人刘秀芳律师认为，这需要具体问题具体分析。如果维修师傅在上门维修时，对完成该项维修工程所需要的步骤、流程、用料、价款，所需要的材料的详细信息，依据《消费者权益保护法》所规定的，消费者应知悉的全部事项进行明确、如实的告知，并完全尊重消费者的自主选择权利，获得消费者的书面同意及确认认可，完成维修合同的，那可能属于是正当的履行合同义务行为，不一定能达到法律上所规定的违法、欺诈的标准。

“但如果维修工为了追求经济效益，利用其专业优势或消费者专业上的劣势地位，故意夸大维修工程的复杂程度和所需用料量等，在维修材料使用剂量、产品性能等方面夸大其词，造成维修费用的虚高，导致消费者出现不必要的支出和损失。这种行为可能就严重侵犯了消费者的权益，存在欺诈消费者。”刘秀芳律师表示。

上海天璇（苏州）律师事务所李成律师也认为，不能一概而论。依据相关规定，一个行为构成价格欺诈需要满足三个条件：第一，在主观上，具有欺诈的主观故意，经营者对于欺诈结果持希望或者放任的态度；第二，在客观行为上，制定的价格具有欺骗性；第三，在结果上，无论交易是否成功，只要具有达成交易的可能性均属于价格欺诈行为。

“如果师傅上门以后小病大修、无病假修，甚至拆掉一些贵重的零部件，换上低劣的零部件，骗取顾客大额维修费用。这种情形存在主观上的故意性和行为上的欺骗性，在消费者不知情的情况下侵占了消费者的经济利益，

就构成了欺诈，消费者需要多加留意。”李成律师说。

另外，李成律师分析，维修平台以低价吸引消费者，实际上门后又层层加价，加收额外费用，也可能构成价格欺诈。如果经营者为凸显自身价格优势，通过不标示或显著弱化标示的方式，故意隐瞒增加消费者负担或减损消费者利益的特殊条件，诱骗消费者进行交易，这就属于《明码标价和禁止价格欺诈规定》中列举的一种价格欺诈行为。

那么，怎样判断维修师傅的收费是否合理呢？王兴支招：可以看维修师傅多长时间能够修完。一般来讲，如果维修时间很长，比如修了一整天，维修费用收取得高一些是合理的。但是，如果维修用了不到2小时，收费却在500元以上，可能就是不合理的。

“也可以多询问几家维修公司，比较一下价格，如果价格都差不多，可能就没有多收费。”王兴提醒，“现在的市场这么透明化，随时可以多找几家询问。”并且，消费者应尽量在透明的平台、能看到真实的用户评论的平台上找维修公司。王兴也建议，“施工之前要充分跟维修师傅沟通，问清楚还有没有其他费用，以及总价格会不会超出预期”。

李成律师也提醒，不法维修企业大多事先不会说明收费项目和标准，事后也不出具正规发票。消费者在选择维修公司前，需要明确具体收费情况，以及能否出具正

规发票等事项。如对方不肯明码亮价，那么就应该谨慎对待；支付费用后，应主动要求经营者开具正规发票并妥善保存。

为了避免遇到“维修刺客”被收取高额费用，李成律师建议消费者应谨慎选择维修企业，尽量通过家电品牌官网来选择，或选择标注“维修热线安全认证”字样的企业，切勿轻信社区信箱上的广告卡片。维修前，注意核对上门服务人员身份信息，明确具体收费项目及服务标准。维修后，应及时索取单据和正规发票。对维修服务中途提出加价或增加维修项目的行为，要收集好相关证据，在所属家电品牌的官方网站进行反映，或通过政府相关部门、消费者权益保护委员会进行维权。

如果怀疑遭遇了价格欺诈，消费者该如何维权呢？李成律师表示，首先可以向工商部门投诉举报。一般可拨打12315投诉热线，或者通过12315的官方微信、支付宝小程序投诉，上传聊天记录截图等相关证据材料。投诉举报一旦查证属实，县级以上市场监督管理部门就可以对商家采取责令改正、没收违法所得、罚款等措施。

另外，也可以依法要求商家退款退货并承担相应的赔偿责任。这里的赔偿责任包括《消费者权益保护法》中规定的三倍赔偿条款，也就是我们常说的“退一赔三”。当然，如果对投诉处理结果不满意，消费者还可以通过诉讼途径维护合法权益。（央视网）

《北京市家用电器维修服务明码标价规定》发布—— 明确要求家电维修实行明码标价

家电维修服务与百姓生活息息相关。为化解消费者在家电维修过程中的顾虑，北京市市场监管局近日发布《北京市家用电器维修服务明码标价规定》（以下简称《规定》），明确要求经营者实行明码标价。这一规定对家电维修市场带来哪些影响？如何净化市场环境，提升消费体验？记者进行了采访。

保护消费者知情权、选择权和公平交易权

说起自己的一次家电维修经历，北京市民王亮连连叹气：“家里某品牌燃气灶打火后再松手就熄灭，我在微信公众号填写了报修单，维修人员检查后说，电磁阀和电子点火器需要更换，收了580元的维修费，其中上门费80元、电磁阀160元、电子点火器340元。他说是公司统一价，也没开发票。”王亮当时觉得维修费挺高，但无奈家

里做饭急着用灶台，就支付了这笔维修费。

维修人员走后，王亮上网查询发现，一个电磁阀最高不过30元，电子点火器贵的也就30元左右。对比之下，维修人员的报价高得离谱。他买的同品牌类似灶台，全新售价才2000元左右，而这次维修却花了580元。

目前，家电维修服务实行市场调节价，由经营者依据经营服务成本和市场供求状况依法自主制定。但个别经营者明码标价意识淡薄，出现了随口要价、价外加价等不规范行为。

有关专家认为，家电维修收费的主要问题是价格不透明、信息不对称。此外，家电维修维权举证难，维权成本高，助长了部分维修机构和维修人员的不规范行为。

近年来，消费者对家用电器维修服务乱收费的投诉举报数量较多，其中很多都与明码标价不规范相关联。另外，一些经营者还提供加急服务、夜间服务、高空作业服务等，相关服务价格也有待进一步规范。

为整治行业乱收费问题，《规定》要求经营者提供家电维修服务或者销售相关产品时，根据行业特点和交易习惯，自行选择标价签（含电子标价签）、标价牌、价目表（册）、展示板、电子屏幕等形式明码标价。对于同时提供多项服务或者销售多个不同品类相关产品的，经营者可以通过电子查询系统事先公示价格。对于通过网络方式提供服务或者销售产品的，经营者也应当履行相应明码标价义务，通过网络页面，以文字、图像等方式明码标价。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为：“要求家电维修服务经营者明码标价，同时规定收取‘上门费’必须提前主动告知消费者，这保护了消费者的知情权、选择权和公平交易权，是《规定》的最大亮点。”

“如果消费者遇到不合理收费现象，要及时收集证据，比如收费凭证以及官方公布的收费标准等，与维修机

构或品牌方进行协商。如果协商不成，可以向消费者协会或行政主管部门投诉，进行调解解决；如果调解还不能解决，可以通过申请仲裁或到法院维权。”有关专家说。

北京市市场监管局相关负责人介绍，根据《中华人民共和国价格法》《价格违法行为行政处罚规定》《明码标价和禁止价格欺诈规定》等法律法规和规章的规定，家电维修服务经营者违反明码标价规定的，由市场监管部门依法责令改正，没收违法所得，可以并处五千元以下的罚款。

加大查处和打击力度，真正做到从源头加强监管

“家里冰箱不制冷了，我就在网站上搜索这个品牌的官方售后电话，拨打电话进行了登记，很快维修人员就上门了。”北京市民赵子茵回忆，当时有3名维修人员上门，检查后说冰箱主板坏了，经过一番操作，主板被拆了下来，维修人员说：“主板烧了，换一个要1200元。”

“听到这个报价我有点犹豫，但冰箱已经被拆了。维修人员说，如果不换我就给你安装回去，但你需要支付800元的拆装费。”赵子茵为了减少麻烦，就同意了更换。

维修人员走后，赵子茵发现冰箱还是不制冷，她又仔细查看自己的搜索页面，发现搜索结果下面标记着“广告”字样，并不是真正的官方售后。后来，她重新联系冰箱厂家的官方售后，维修人员告诉她，新换的主板是坏的，通过官方渠道更换需要900元。

朱巍说：“家电维修有一定专业性，消费者很难判定产品是否真的有问题，或者很难判定问题的严重程度。整治家电维修乱象，规定明码标价只是第一步，还有很多工作要做。”

随着数字经济的发展，一些家电维修服务经营者通过网络搜索平台、电商平台等，提供家电维修服务。

有关专家认为，监管部门要对违法违规损害消费者合法权益的家电维修行为加大查处和打击力度。相关平台也要纳入依法监管的范畴，真正做到从源头加强监管。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为：“平台作为第一责任人，应该为消费者站好岗，放好哨。如果消费者经过平台搜索后吃亏上当，平台应先行承担赔偿责任。”

专家提醒，消费者也要提升自我保护能力，在选择家电维修服务时，不要轻信网上的联系方式，要分清是否为官方维修商。



建立健全售后服务机制和服务渠道， 用标准化服务改善消费体验

“上门检测费30元，如果用我们的清洗或维修服务，这30元可以作为优惠券抵扣，每项服务的价格在平台上都能查到。”北京市民林筱然家里的抽油烟机出现不明噪声，在到家服务平台上联系了某家电维修清洗公司，看到商家回复觉得挺合理，又特意看了一下其他消费者的留言评价：年售7000次以上，评分4.9，99%的用户给出5星好评。林筱然就下单了。

“师傅上门检查说抽油烟机没有坏，就是油渍积累太多，需要清洗。清洗费150元，上门费抵扣30元，最后花了120元，我觉得这钱花得挺值的。”林筱然说。

记者了解，一些互联网平台通过提供完整的商品和服务信息、严格审核消费者评价等方式，减少家电维修市场的信息不对称。为了提高消费者体验，美团平台在家电维修、洗涤护理等领域推出了商品服务标准化、履约过程可视化、服务人员信息在线化等举措，提升供需匹配的效率和质量。

啄木鸟家庭维修运营总监刘涛说：“我们与平台共同探索了清洗服务流程标准化、服务收费标准化、服务范围标准化三大标准化体系，用标准化服务改善消费体

验。”

有关专家提醒，规范家电安装维修市场，家电企业要重视自己的品牌形象，建立健全售后服务机制和服务渠道，不断提升服务能力和服务标准，保障维修人员或售后委托机构的服务水平，确保为消费者提供优质的售后服务。

美的集团质量体系及可持续发展高级工程师杨虎介绍，为了提升消费者售后服务体验，美的实行小家电和部分大家电365天以换代修，并致力于建立以用户为中心的服务闭环，通过用户体验报告，促使企业内生变革，通过数字化、智能化方法进行流程重构，升级服务。

相关行业组织也要建立健全行业服务标准制度，引导行业诚信自律，规范发展。针对家电维修行业存在的问题，多地消协部门在行动。近日，浙江省消保委集中约谈了9家家电维修相关企业，并提出整改建议。在规定的期限内，9家企业按照要求对问题进行整改，在“小病大修”“收费规则不透明”“服务不规范”等方面有明显进步。

刘俊海说：“净化家电维修市场需要监管部门、电商平台、家电企业、维修公司、协会组织等多方共同努力，形成社会共治的局面，为消费者提供优质的服务体验。”（人民网）

相关链接：

《北京市家用电器维修服务明码标价规定》解读

一、文件出台的背景是什么？

近年来，家用电器（以下简称家电）维修服务行业乱收费行为时有发生，社会较为关注，群众反映较多。另外，2022年7月1日起施行的《明码标价和禁止价格欺诈规定》，对经营者的明码标价行为提出了一些新要求。为进一步规范家电维修服务经营者的价格行为，维护消费者和经营者的合法权益，促进市场公平竞争和健康发展，结合《明码标价和禁止价格欺诈规定》的新要求和本市实际，市市场监管局在充分征求有关方面意见建议的基

础上，研究起草了《北京市家用电器维修服务明码标价规定》。

二、文件制定的依据有哪些？

依据《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《价格违法行为行政处罚规定》《明码标价和禁止价格欺诈规定》等有关法律、行政法规和规章，同时参考和衔接了国家发展改革委2005年制定的《家用电器维修服务明码标价规定》的相关内容。

三、文件预计取得的效果是什么？

文件出台后，一方面将有利于引导家电维修服务经营者规范自身价格行为，尤其是明码标价行为，预防和减少违反明码标价规定、价格欺诈等价格违法行为的发生，营造公开、公平、诚信、可预期的价格环境，促进市场竞争和行业健康发展；另一方面，将有利于依法加强对相关经营者明码标价行为的监督和管理，引导消费者强化维权意识，更好地保护消费者的合法权益。

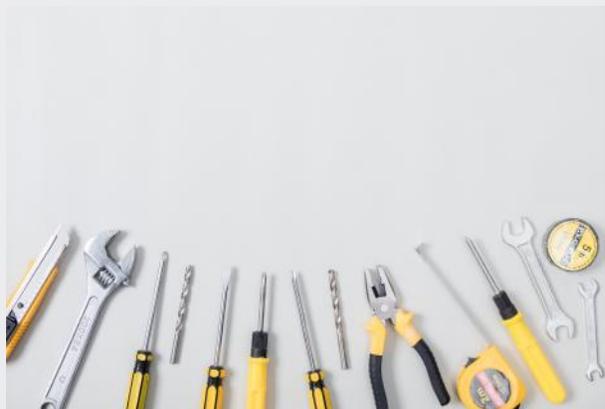
四、文件的主要内容包括哪些？

文件分为总则、明码标价规则、法律责任、附则等四个部分，共二十一条。主要包括以下内容：

一是总则部分，共七条。主要规定了文件制定的目的和依据，适用范围，相关经营者具有明码标价义务，家电维修服务的价格管理形式和定价要求，明码标价的基本原则、基本要求，网络交易平台经营者的特别义务，市场监管部门的监督管理和查处职责，鼓励行业协会承担的相应职责。

二是明码标价规则部分，共十二条。主要规定了家电维修服务明码标价的方式要显著，应当标注不同交易条件及其对应的价格，价格变动要及时更新，标价的内容和形式，附带服务的标价要求，不得加价收费或者收取未予标明的费用，不得混合标价，对上门维修服务和一些特殊服务标价的特别要求，先消费后结算时的特殊标价义务，通过网络方式提供服务或者销售产品的标价要求等。同时，规定相关经营者应当保存必要的价格资料，明确价格促销时应当遵守相应的规则。

三是法律责任部分，共一条。规定家电维修服务经营者不按规定明码标价的，或者利用价格手段实施价格欺诈行为的，由市场监管部门依照相关法律、法规、规章实施行政处罚。



四是附则部分，共一条。规定了施行时间和废止有关规范性文件。

五、文件有哪些创新特点？

文件依据有关法律、法规、规章的规定，结合行业特点和消费者反映的一些突出问题，明确经营者提供上门维修服务或者加急服务、夜间服务、高空作业服务等相关特殊服务时，应当充分履行相应的明码标价义务。一是结合家电维修服务行业上门维修这一特点，规定上门维修人员应当在服务前主动出示相关价目表或价格手册等，方便消费者选择相应的服务或产品，查询价格信息；二是针对消费者反映的一些突出问题，规定经营者提供上门维修服务或者加急服务、夜间服务、高空作业服务等相关特殊服务，依法单独收费或者加收费用的，除了应当按规定明码标价外，还应当在上门前或者服务前主动告知消费者，经消费者确认后方可提供相应服务并收费；三是为了确保经营者充分履行相应的告知义务，规定家电维修服务经营者应当有效保存相关的资料，以便于后续查证。

六、文件包含哪些关键词？

文件包含“家电维修服务”“明码标价”等关键词。

七、专有名词诠释——什么是“明码标价”？

“明码标价”不能简单理解为仅标示价格，家电维修服务经营者还应当标示与价格密切相关的其他信息，尽可能减少信息不对称，使消费者和其他经营者对价格所对应的商品或者服务价值有更为清晰的认识，减少价格欺诈等违法行为的发生。

八、文件的适用范围是什么？

在本市行政区域内从事家电维修服务经营者的明码标价等价格行为，适用本规定。法律、法规、规章和上级文件另有规定的，从其规定。

九、文件内容中有哪些注意事项？

文件依据《明码标价和禁止价格欺诈规定》的新要求，对家电维修服务经营者明码标价的形式、内容做了相应调整，规定了市场监管部门的相关职责，对有偿提供附带服务及特殊服务的标价要求、向消费者出具结算清单的具体要求、以网络方式提供家电维修服务的标价方式等都进行了明确。（北京市市场监管局）

家电维修明码标价必须执行到位

最近，为进一步规范家电维修服务经营者的价格行为，北京市市场监管局发布《北京市家用电器维修服务明码标价规定》（下称《规定》），规定收“上门费”必须提前主动告知消费者，维修服务经营者应当如实介绍维修服务相关价格信息，不明码标价最高可罚5000元。

小“病”大修、漫天要价，家电维修领域的诸多乱象，消费者可谓苦其久矣，很多人都曾踩过坑、上过当。这次北京出台专门的行业条款，直指乱收费问题，有助于规范行业，保护消费者的合法权益，因此收获了大家的一片点赞。

严格来说，这些乱收费现象，并不缺乏法律法规来治理。比如关于明码标价，《价格法》《价格违法行为行政处罚规定》等，都有相关保障消费者知情权的条款。

然而在现实中，由于家电维修行业较为特殊，专业化较强，维修人员和消费者之间存在着严重的信息不对称。而且，一些上门维修的需求，往往紧迫性较高，哪怕价格贵，消费者往往也只能妥协，这就给维修人员乱收费提供了便利。

这次出台细化的行业规定，针对性更强，更符合行业特征，有利于将明码标价的相关法律法规进一步落到实处。

比如，《规定》明确要求，家电维修服务，应该对服务项目、服务内容、价格或计价方法明码标价；提供修理辅料、零配件，也要标明品名、价格和计价单位等信息。

在一些家电维修售后维修投诉中，有的维修人员在提供安装服务时，打着免费的旗号，给消费者造成误导，实际上却对零配件收取高额费用。《规定》落地后，哪些服务收费，维修人员必须提前告知，交代清楚，不能巧立名目。

再比如，围绕“上门费”的收取，《规定》特别提到，收“上门费”必须提前主动告知消费者，消费者确认之后才能上门服务并收费。

并且要注意，主动告知是经营者的义务。《规定》明确，家电维修服务经营者，要“有效保存上门前或者服务前主动告知消费者收取上门费用或者特殊服务费用的相

关资料”。也就是说，一旦发生纠纷，举证责任在经营者，其必须拿出证据，证明自己做到了明码标价。

放眼《规定》全文来看，关于明码标价的内容，占据了大部分篇幅。只有明码标价，收费标准透明，消费者的知情权和选择权才能得到充分保障，减少维修人员乱收费的空间。

不过也要看到，治理家电维修领域的乱象，仅有收费标准的透明化还不够。像大家吐槽比较多的过度维修问题，主要原因不是收费不透明，而是信息不对称，消费者不知道维修人员更换下来的零配件，是不是真的出故障了。

对此，需要企业行业加强自律，监管部门针对一些过度维修行为，更应该加强查处和打击的力度，该重罚的就要处罚到位，提高其违法违规的代价。

另一方面，现在很多用户寻找维修服务，都是通过互联网平台，因此互联网平台作为撮合维修服务的中介方，有义务加强对入驻的维修服务经营者进行审核把关，并不断完善投诉机制，方便消费者维权。如果经营者存在不明码标价等行为，平台也应该对商家严肃处罚。

总之，治理家电维修乱收费问题要多管齐下，让收费透明，让服务内容透明，让维权更方便。唯有如此，消费者才能修得放心、修得安心。（光明网）



我国全面启动消费投诉信息公示机制

消除信息不对称 让消费变得明明白白

信息不对称一直是消费者维权难的重要原因，也是制约居民扩大消费的痛点之一。消费者购物前都希望查一查商家以往被投诉的信息，了解一下商家解决消费纠纷的情况，从而为自己作出正确选择掌握更多主动权。

为加快建设全国统一大市场、优化消费环境，国家市场监督管理总局近日对外公布了《市场监督管理投诉信息公示暂行规则》(以下简称《暂行规则》)，同时上线全国12315消费投诉信息公示平台，从而在全国正式启动消费投诉信息公示机制。通过在平台晒出消费者评价、汇聚商家诚信度、投诉纠纷解决情况等实时大数据，让消费者明明白白消费，让经营者诚信守法经营。

坚持全量公示原则

“当前消费者仍然面临市场信息不对称的问题，消费领域信用体系和社会监督机制有待健全，一定程度制约了市场配置资源效率；一些经营者投诉居高不下，一些消费者反映强烈的痛点难点、制约消费扩大的堵点亟待破解。而传统的政府监管模式面临人少事多的瓶颈，需要推进制度创新、提升监管效能。在全国统一开展消费投诉信息公示工作，主动公开相关政府信息，目的就是让广大消费者放心消费，让各类经营者公平竞争、诚信经营。”市场监管总局执法稽查局相关负责人介绍《暂行规则》背景时说道。

根据《暂行规则》规定，需要公示的消费投诉信息包括：投诉人姓名、全国12315平台ID、电话号码后四位；被投诉人名称、地址、统一社会信用代码；投诉的商品服务、销售方式；投诉时间、争议发生时间、投诉问题、投诉请求；办结时间、处理结果、处理投诉的市场监管部门。处理结果包括达成调解协议、未达成调解协议、投诉人撤回或者双方自行和解三种。被投诉人依法免于或者尚未办理市场主体登记的，公示店铺(网店、直播间等)名称及地址。被投诉人实际经营地址和登记地址不一致的，可以一并公示实际经营地址。

“上述信息大多是类型化信息，不会侵犯个人隐私和商业秘密。需要说明的是，公示内容中的‘投诉问题’系消费者投诉时自行选择的类别，主要反映消费纠纷的缘由，并不等同于经市场监管部门调查认定的违法行为或者侵权事实。投诉不是举报，消费纠纷和违法侵权也不能简单画上等号。”上述负责人说。

据悉，市场监管总局此次制定《暂行规则》非常注重政府信息公开的中立属性，为客观全面披露消费环境，确保全国一把尺，坚持“全量公示”原则，以公示为常态、不公示为例外。无论经营者是否违法、投诉是否和解，都会公示，避免任何差别待遇和人工干预。

该负责人说：“消费者投诉和消费者评价一样有主观感受，正是这种千差万别的个性化投诉汇聚成动态大数据，为消费者提供了更多参考。”

避免滥用公示制度

为确保投诉信息的严谨性，避免公示制度被滥用，《暂行规则》也明确了四种不予公示的投诉情形：依法应当不予受理的；消费者与经营者通过全国12315平台ODR机制先行和解的；系虚假、恶意投诉的；其他公示后可能危及国家安全、公共安全、经济安全、社会稳定或者违反公序良俗的。

具体措施包括：明确公示机制的客观中性属性。《暂行规则》明确投诉信息包括消费者投诉的主观陈述和双方自愿的行政调解结果，不属于行政处罚、经营异常名录、严重违法失信名单等负面信用信息。

严格把握投诉的不予受理和不予公示范围。《暂行规则》统筹公示末端和受理前端，设置专门条款要求市场监管部门严格审核投诉材料，对于重复、匿名、不是为生活消费需要、不存在消费者权益争议等投诉不予受理，已受理的不予公示。

设置异议复核程序。经营者认为涉及自身的投诉公示内容有误或者不应公示而公示的，可以向作出公示决定

的市场监管部门书面申请复核。

公示正面信息。公示经营者的调解成功率，激励经营者公平良性竞争；对加入全国12315平台ODR机制的经营者，赋予“ODR绿色通道企业”显著标识并公布先行和解率，激励经营者把更多消费纠纷化解在源头和萌芽状态。

“双方和解表明经营者积极履行主体责任，和解率高可以打消顾虑、提振消费意愿。如果和解的投诉不予公示，这样做虽然降低了公示投诉数量，却使公示投诉中‘调解不成’的占比过高，反而会影响消费信心，放大制度滥用空间。因此总局综合各方建议，坚持全量公示，并引导消费者通过平台ODR机制与经营者先行和解，同步公开经营者‘先行和解率’，以此发挥信用约束与激励两方面作用。”市场监管总局执法稽查局相关负责人说，消费投诉信息公示不是简单的“黑名单”，投诉数量也不能简单等同于商品质量优劣或者服务好坏，市场占有率较高的经营者，发生消费纠纷的情况往往也较多。与投诉数量相比，还需要关注经营者对待消费者的态度、处理投诉的诚意、自身改进的情况。

做好信息归集工作

其实，此次市场监管总局在全国启动消费投诉信息公示机制，是建立在之前扎实的试点工作基础上的。

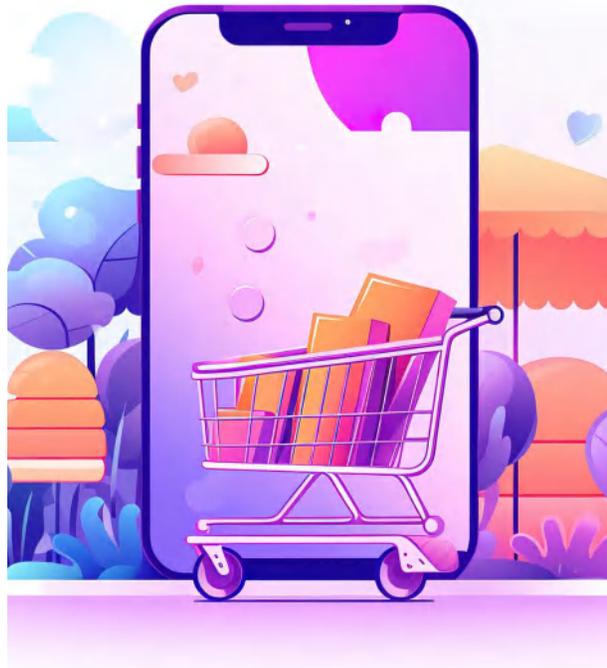
2016年以来，市场监管总局指导上海、重庆、江西等多地探索试点。在此基础上，市场监管总局研究形成统一公示规则、建设统一公示平台，自2022年11月起分两个阶段在吉林、上海、浙江、广东、四川、新疆6个省（区、市）试点，设立6个分网站。上述地区消费投诉数量占全国总量近一半，覆盖大多数投诉集中的一线城市和大型平台企业，涵盖东西部、南北方、大中小城市，对全国公示有很强的参考性。截至今年10月试点结束，6地累计公示70.08万家经营者的投诉信息146.91万条，平均调解成功率52.43%，较试点前提高了8.78个百分点；经营者预防化解、主动和解、配合调解的意识明显增强，尤其投诉量居高不下的经营者“源头减量”效果突出，让消费者切身感受到消费环境的改善有直观感受。

为了保障消费投诉信息公示遵循客观公正原则，确保数据归集、标准统一，市场监管总局专门建设全国12315消费投诉信息公示平台，将全国市场监管部门处理的消费者投诉信息统一归集公示，并采取“分散公示+综

合搜索”模式，按照办结时间、行政区划、行业类别、商品服务类别、投诉问题类别、投诉数量、投诉增速、调解成功率、先行和解率等客观维度自动统计、分类。公众也可以根据自身需要组合搜索，查询特定商家的投诉情况、掌握实时投诉热点、浏览本地最新投诉等。

此外，全国12315消费投诉信息公示平台还有专门的“企业服务”模块，为企业提供自身投诉信息的告知、查询、统计、分析功能，通过12315数据赋能引导规范和改进经营行为，提高商品服务质量，完善售后服务，提升消费纠纷的处理和预防能力。企业用电子营业执照即可登录平台使用。

中国人民大学法学院教授刘俊海分析，面对投诉持续较快增长，消费投诉信息公示机制以问题为导向、化压力为动力，引导经营者及时把消费纠纷化解在源头，提升经营者主动和解、配合调解意识，促使投诉“源头减量”。消费投诉信息公示机制把全国分散的投诉信息放在同一平台公开，可以更好地保障消费者知情权和选择权，完善市场配置资源机制；促使各行业优胜劣汰、提质升级，推进全国消费市场的高水平统一、高标准建设。当前，涉企信息以登记许可、行政执法、司法诉讼为主，消费者参与度不够，而消费投诉信息公示机制健全消费领域信用体系，提高经营者诚信水平，是完善消费领域信用体系的重要一环。（法治日报）



明年起新能源车购置税减免政策调整技术要求： 纯电续航里程不低于200km

据工业和信息化部官网消息，结合新能源汽车技术进展情况，工业和信息化部、财政部、税务总局日前发布《关于调整减免车辆购置税新能源汽车产品技术要求的公告》（以下简称《公告》）。按照此次技术调整后的政策要求，纯电动乘用车续航里程不低于200km。现行免征购置税政策要求纯电动乘用车续航里程为不低于100km。

我国自2014年9月开始实施新能源汽车免征车辆购置税政策，并分别于2017年、2021年、2022年三次延期，现行政策将于2023年底到期。该政策与新能源汽车推广应用财政补贴等优惠政策协同，为快速培育新能源汽车消费市场，带动产业发展发挥了至关重要的作用。

“当前，新能源汽车成本与传统燃油汽车相比仍有一定差距，购置补贴政策已于2022年底退出，继续实施减免车辆购置税政策对稳定和扩大新能源汽车消费十分必要。”工业和信息化部装备工业一司负责人表示，2017年以来，除插电式（含增程式）混合动力车型在2021年因为测试标准更新调整相关技术参数外，免征车辆购置税政策产品技术要求并未进行调整。近年来随着新能源汽车产销规模快速扩大，动力电池系统能量密度、纯电动乘用车续航里程、商用车单位载质量能量消耗量等技术水平明显提升。为适应产业发展实际，引导企业继续提升产品质量和性能，促进产业高质量发展，亟需调整和优化技术要求。

按照《公告》，2024年1月1日起，申请进入《减免车辆购置税的新能源汽车车型目录》（以下简称《减免税目录》）的车型，需符合新能源汽车产品技术要求。换电模式车型还需提供满足GB/T 40032《电动汽车换电安全要求》等标准要求的第三方检测报告，以及生产企业保障换电服务的证明材料。企业自建换电站的，需提供换电站设计图纸和所有权证明；委托换电服务的，需提供车型、换电站匹配证明、双方合作协议等材料。2024年1月1日至2024年5月31日为过渡期。

工业和信息化部装备工业一司负责人介绍，《公告》适当提高了现有技术指标要求，同时为引导行业企

业持续提升新能源汽车产品耐低温性能，还提出了对按照GB/T 18386.1《电动汽车能量消耗量和续驶里程试验方法 第1部分：轻型汽车》中“附录A”进行检测的纯电动乘用车和N1类纯电动货车，低温里程衰减率不超过35%的，电池系统能量密度可放宽至95Wh/kg，纯电动乘用车续航里程要求可放宽至120km。

同时，《公告》明确了换电模式车型相关要求。换电模式在降低购车成本、消除里程焦虑、提升安全水平方面有一定优势。为支持换电模式创新发展，结合行业发展和标准实施情况，《公告》明确，相关车型需满足GB/T 40032《电动汽车换电安全要求》标准。同时，为保证真换电、能使用，要求申报企业提供保障换电服务的证明材料。

《公告》提出，2024年1月1日起，2023年12月31日前已进入《免征车辆购置税的新能源汽车车型目录》（以下简称《免税目录》）且仍有效的车型将自动转入《减免税目录》。相关车型要及时上传减免税标识、换电模式标识，换电模式车型、燃料电池车型等按本公告要求补充相应佐证材料。2024年6月1日起，不符合本公告技术要求的车型将从《减免税目录》中撤销。2024年6月1日起，《关于免征新能源汽车车辆购置税的公告》（财政部 税务总局 工业和信息化部 科技部公告2017年第172号）、《关于调整免征车辆购置税新能源汽车产品技术要求的公告》（工业和信息化部 财政部 税务总局公告2021年第13号）中的技术要求废止。

“行业企业对新政策要求有充分预期。”工业和信息化部装备工业一司负责人表示，《公告》保持主体框架基本稳定，调整的指标充分参考已经实施的新能源汽车购置补贴、双积分、燃料电池汽车示范应用等政策，同时预留了过渡期。

该负责人同时指出，《公告》的行业影响主要有四个方面。

一是有利于稳定汽车市场。新能源汽车成本较传统汽车还有一定差距，通过消费端减免税政策支持，保持技

术条件要求基本稳定，有助于引导企业预期，稳定和扩大新能源汽车消费。从2023年上半年情况看，约90%以上的车型能够符合新的要求。

二是有利于引导技术进步。《公告》综合考虑技术进步、标准更新等情况，对已经广泛应用的成熟技术适度提高要求，对低温衰减、换电等新技术新模式给予倾斜支持，有利于提升产品技术水平和促进模式创新。

三是有利于引导节能消费。近年来车辆平均整备质量快速增长，给实现行业能耗目标带来较大压力。《公告》适度加严了电耗和油耗（插电式混合动力）要求，进一步引导节能消费。

四是有利于引导企业保障产品安全。《公告》明确产品质量保障、平台建设等安全管理相关要求，对发生安全事故的车型及时予以管控，有利于引导企业确保新能源汽车使用安全。

《公告》要求，企业要建立健全安全管理机制，强化产品质量保障能力，确保新能源汽车使用安全。要提升监测平台效能，做好风险预警提醒，及时上报车辆事故报告。对于发生安全事故、隐瞒不报的，视情节轻重取消车型减免税资格或暂停新车型申报《减免税目录》。

（人民网）

首个绿色外卖国家标准明确： 减少各种包装材料用量

为了指引餐饮企业开展绿色外卖服务管理活动、促进资源节约和环境友好型社会建设，日前发布实施的《绿色外卖管理规范》推荐性国家标准明确：外卖餐品经营企业应减少各种包装材料的用量，用环保的材料替代，避免或减少环境污染。

经国家市场监督管理总局（国家标准化管理委员会）批准，由中国饭店协会牵头制定的首个绿色外卖国家标准提出，绿色外卖是指在外卖活动各环节，推广低碳理念，推行环境保护、资源节约、循环低碳和回收利用，降低外卖活动对环境的影响。

具体来看，规范主要围绕外卖餐品制作、外卖餐品供应和绿色外卖管理优化三个环节，对餐品原材料采购，餐品加工、烹饪与餐厅运营，餐品包装与材料使用，外卖配送、垃圾处理，绿色外卖展示，绿色宣传、绿色质量管理等主要内容提出相关要求。

比如，餐品原材料采购方面，要求建立可追溯的供应链管理体系，减少食材损耗；外卖包装方面，在满足包装功能要求的前提下，选用对人体健康和生态环境危害小、资源能源消耗少的包装；外卖配送方面，要求选择合理路线，科学装备，以减少能源消耗等。

近年来，外卖已经成为现代人解决就餐问题的重要方式。中国互联网络信息中心数据显示，截至今年6

月，我国网上外卖用户规模达5.35亿人，占网民整体的49.6%。

面对不断扩大的外卖市场规模，进一步推动餐饮企业在建立绿色环保的供应链体系、减少包装使用量，以及进一步引导消费者适量适度点餐、形成绿色生活方式等对遏制“舌尖上的浪费”具有重要意义。

中国饭店协会会长陈新华表示，规范的发布实施是通过标准将绿色餐饮服务理念推广至外卖活动中，是对制止餐饮浪费、减塑行动的积极响应。接下来，协会将通过企业培训、会议论坛、典型案例推广、示范试点等方式做好标准宣贯和推广实施工作，为促进绿色化高质量发展作出新的贡献。（新华网）



教育部等四部门： 加大“网红”玩具、学生文具抽查检查力度

保障青少年学生身心健康发展，近日，教育部、市场监管总局、工信部、全国妇联四部门办公厅联合印发通知，部署各地进一步加强儿童玩具和学生用品安全管理。

通知指出，市场监管部门要压实生产销售企业主体责任，督促生产企业严格按照标准组织生产，督促电商平台经营者强化平台内经营者入驻资质资格审核，发挥技术机构、行业协会作用，引导企业依标生产、依规销售，不断促进产品质量提升。要加大质量安全监督管理力度，以儿童玩具和学生用品主产区、批发市场、农村集贸市场和电商平台等为重点，加大“网红”玩具、学生文具用品抽查检查力度。会同公安机关严厉打击制假造劣等违法违规行为。

通知强调，教育行政部门要会同公安、市场监管、城市管理等部门开展专项治理工作，重点查堵存在物理危

害、化学危害、可燃性危害以及不良行为引导的玩具产品和学生用品，为青少年学生身心健康成长营造良好环境。要指导学校严格校园日常管理，严禁劣质有害产品进入校园。对于集中采购的各类教玩具和学生用品，要建立“双审查”责任制，把牢质量、安全、健康的第一道关口。教育督导部门要开展经常性督导，发现问题及时报告，及时研究解决。

通知要求，教育行政部门和学校要定期组织开展有针对性的宣传活动，让学生正确识别和自觉拒绝危险有害玩具，做到不购买、不携带、不玩耍。要会同市场监管部门组织开展“产品安全质量知识进校园”活动，会同妇联组织加强包括玩具安全在内的安全知识宣传教育，督促家长履行家庭教育主体责任，引导孩子科学选择、正确使用玩具和学习用品。（央视新闻）

国家药监局： 药品说明书（简化版）鼓励选用四号及更大字体



近日，国家药监局药审中心发布《药品说明书（简化版）及药品说明书（大字版）编写指南》和《电子药品说明书（完整版）格式要求》，自发布之日起施行。

《药品说明书（简化版）及药品说明书（大字版）编写指南》提出，药品说明书（简化版）仅在药品监管部门核准的说明书完整版基础上进行删减，撰写内容及要求应与说明书完整版一致。为保证患者用药安全，满足不同情形的患者阅读需求，请根据药品说明书（简化版）具体内容及纸张大小，合理化安排，形成适用于患者阅读的说明书格式，鼓励选用四号及更大字体。药品说明书（简化

版)标题、提示内容、警示语、项目名称等要醒目,可适当加大加粗。

药品说明书(大字版)应与药品说明书(完整版)内容一致,结合具体内容及纸张大小,按照药品说明书(简化版)相应内容进行适当加大加粗,满足不同患者阅读需求。

另外,《电子药品说明书(完整版)格式要求》提出,电子药品说明书(完整版)应与药品监管部门核准的说明书完整版内容及格式一致,鼓励电子药品说明书(完整版)字体中文使用黑体或者宋体,英文及数字使用

“TimesNew Roman”。

电子药品说明书(完整版)应支持缩放功能,适用于不同的电子设备,不同电子设备之间不能有明显字体、版式的变化和差异。

鼓励申请人电子药品说明书(完整版)使用大字体、大图标、高对比度文字,建议使用.pdf格式,不建议使用.jpg等图片格式简单转化。

电子药品说明书(完整版)不应设有广告插件,特别是付款类操作,不应包含任何诱导式按键,以便患者和专业人士了解药品全面信息。(人民网)

市场监管总局发布 《大型游乐设施安全技术规程》

为保障大型游乐设施安全使用,预防和减少事故,保护群众生命财产安全,提升大型游乐设施质量安全水平,近日,市场监管总局发布《大型游乐设施安全技术规程》TSG 71-2023(以下简称《规程》)。

《规程》聚焦设备本质安全,整合现行的大型游乐设施相关制度规范文件,结合典型事故及故障案例分析,对大型游乐设施生产设计、制造、安装、改造、修理、使用、检验等提出针对性安全要求,进一步加强安全管理,严格安全把关。

在保障安全的前提下,《规程》结合行业实际情况,创新大型游乐设施检验模式,并与传统模式有效衔接,更好满足不同检验检测需求,减少重复无效检验,提高针对性和检验效率。

此外,《规程》还明确设计文件鉴定证书和型式试验证书的覆盖原则,在符合特定要求、保证安全的前提下,允许部分技术参数向下覆盖,并压缩企业检验受理时间,降低企业制度性交易成本,激发市场主体活力。

下一步,市场监管总局将以《规程》实施为契机,进一步强化落实大型游乐设施安全监管,压实生产、使用单位安全主体责任,守牢安全底线,保障人民群众旅游游乐安全。(市场监管总局)



国家金融监督管理总局指导推出人身保险“睡眠保单”信息“一站式”查询服务

为办好关系人民群众切身利益的“关键小事”，践行金融工作的人民性，金融监管总局组织开展人身保险“睡眠保单”清理专项工作，并指导建设完成行业统一的“睡眠保单”一站式信息查询平台，为广大保险消费者提供“睡眠保单”查询便捷服务，提升“睡眠保单”清理专项工作质效。

“睡眠保单”信息查询平台由中国银行保险信息技术管理有限公司（以下简称“银保信公司”）负责搭建和维护，作为一个便捷、安全、高效的信息查询公共入口，对广大金融消费者免费开放。目前，该查询功能已于2023年12月13日正式上线。消费者直接下载“金事通”APP，经过实名认证后，即可在APP首页“常用服务”项目下的“睡眠保单”模块，查询自己作为投保人和

被保险人的“睡眠保单”相关信息，并通过“联系保险公司”按键与“睡眠保单”所属保险公司取得联系。通过信息查询平台，消费者可“一站式”查询自己的“睡眠保单”信息，实现保险公司与消费者的“双向奔赴”、保单权益的“颗粒归仓”。通过关注和了解自身保单状态，消费者可进一步更新保单信息，优化保险配置，弥补保障缺失等。

下一步，金融监管总局将指导银保信公司不断完善平台功能，建立长效机制，持续提供和优化“睡眠保单”查询服务，同时推动金融行业提升主动担当服务意识和金融服务便民化水平，切实守护好人民群众的“钱袋子”，不断增强金融消费者的获得感和满意度。

（国家金融监管总局）

保险大灾理赔行业自律规范发布

12月12日，中国保险行业协会发布《财产保险重大灾害事故理赔服务规范（试行）》（以下简称《理赔服务规范》）和《车险大灾理赔指引（台风暴雨洪涝灾害）（试行）》（以下简称《车险理赔指引》）。《理赔服务规范》《车险理赔指引》是保险业协会系统总结保险大灾理赔经验的重要阶段性成果，也是保险业首个大灾理赔方面的全国性行业自律规范。

随着社会财富的不断增长，全社会通过购买保险防范化解风险的意识逐步增强，保险在防灾减灾中发挥着越来越重要的作用。

《理赔服务规范》以2022年原中国银行保险监督管理委员会印发的《财产保险灾害事故分级处置办法》为根本遵循，遵循全力保障人民群众生命财产安全和社会大局稳定的原则，共分为7章31条，从行业自律的角度，对财

产保险重大灾害理赔服务的原则性、基础性内容进行了规范，重点突出了大灾理赔的特殊性，强调大灾理赔服务中政府统筹协调的重要作用。《车险理赔指引》本着急用先行的原则，在《理赔服务规范》的框架下，对理赔实践较为成熟的车险领域进行规范，着重强调调查勘、定损、快赔、预赔等重点环节的车险大灾理赔管理。

《理赔服务规范》《车险理赔指引》具有3大特点：

一是突出大灾理赔服务的政治性和人民性。对重大灾害理赔的事前、事中、事后全流程进行规范，遵循能赔快赔、应赔尽赔、合理预赔原则，首次提出大灾理赔预赔付规范流程，明确大灾理赔服务单证材料简化要求，充分发挥保险保障功能，最大限度减少重大灾害事故对经济社会发展和人民生活的影响。

二是统一大灾理赔服务的规范和标准。在规范制定

过程中，保险业协会深入一线开展调查研究，充分总结各地区、各公司大灾理赔典型经验做法，特别是第一时间吸纳今年防汛救灾大灾理赔工作的成果，在车险查勘定损互认机制、小额案件快速查勘、灾中无差别救援、理赔优先赔付顺序等方面规范了流程，统一了标准，为做好大灾理赔服务提供保障。在统一标准的同时，《理赔服务规范》也因地制宜，为各地区细化和提升理赔服务举措预留了空间。

三是强化大灾理赔服务的行业协同作用，形成工作合力。保险业协会相关负责人表示，《理赔服务规范》

《车险理赔指引》的发布，对保险业进一步提升服务国家防灾减灾工作、服务社会治理及民生保障的能力，推动行业理赔服务提质增效具有重要意义。保险业协会将引导行业进一步发挥保险经济“减震器”和社会“稳定器”作用，做好《理赔服务规范》《车险理赔指引》的行业实施应用工作；在监管部门指导下，继续深入研究多灾因、多险种大灾理赔指引，持续规范理赔服务行为、提升理赔服务质效；加强防灾减灾宣传，助力增强全社会防灾减灾能力。（中国消费者报）

北京调整优化购房政策 首套房首付比例降至3成

北京购房政策调整优化的“靴子”终于落地。为落实“更好满足居民刚性和改善性住房需求”要求，昨天，北京市住建委、国家税务总局北京市税务局、中国人民银行北京市分行、国家金融监督管理总局北京监管局、北京住房公积金管理中心等五部门联合发布《关于调整优化本市普通住房标准和个人住房贷款政策的通知》，调整首套房、二套房的首付比例，首套房首付比例统一降至30%，二套房首付比例最低为40%。

此外，商业银行新发放房贷利率政策下限也将调整，按11月贷款市场报价利率（LPR）计算，首套房贷款利率最低为4.2%。

优政策

更好满足合理住房需求

7月24日召开的中共中央政治局会议上，在谈及房地产市场时，首次提出，适应中国房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，适时调整优化房地产政策，更好满足居民刚性和改善性住房需求。

一个月后，8月31日，中国人民银行、国家金融监督管理总局发布《关于调整优化差别化住房信贷政策的通知》，明确首套住房商业性个人住房贷款最低首付款比例统一为不低于20%，二套住房商业性个人住房贷款最低首

付款比例统一为不低于30%。各城市可根据房地产市场形势和当地政府调控要求，自主确定首套和二套住房商业性个人住房贷款最低首付款比例和利率下限。

“继‘认房不认贷’后，再次调整相关政策，既是落实央行、国家金融监督管理总局文件精神，也是适应北京房地产市场的实际情况，目的就是更好地满足刚性和改善性住房需求。”市住建委相关负责人表示。

降首付

首套房首付统一为3成

此次优化的一大内容，就是降低首付。

北京市目前的政策是，个人购买政策性住房以外的商品房，无论是使用商业性住房贷款还是公积金贷款，均区分普通住宅和非普通住宅、首套房和二套房，执行不同的首付比例。具体而言，个人购买首套房，普通住宅首付比例为35%，非普通住宅首付比例为40%；个人购买二套房，普通住宅首付比例为60%，非普通住宅首付比例为80%。

“执行差别化的首付比例，是2017年为抑制投资投机需求、落实‘房住不炒’定位所采取的调控措施，从当时看的确稳定了市场预期，让楼市快速降温。”业内人士分析，随着市场形势发生变化，继续执行当年的标准，的

确会误伤部分购房人，特别是改善型购房人。

通知提出，自新规执行起，个人购买政策性住房以外的商品房，无论是使用商业性住房贷款还是公积金贷款，不再区分普通住宅和非普通住宅，首套房的首付比例均为30%；二套房则按城六区和非城六区划分，首付比例分别为50%和40%。同时，贷款最长年限也从25年恢复至30年。

“购买城六区之外的住房首付比例略低，这既符合北京城市功能和布局优化调整的要求，也结合了近几年土地供应实际，以促进职住平衡。”市住建委相关负责人介绍，近几年北京在土地供应上，重点是向城市副中心和顺义、大兴、亦庄、昌平等平原新城倾斜。

以市民王先生为例，因为家有二孩，准备在大兴购买二套房，房款800万元。按照新规，其首付比例从过去的80%降低至40%，减少了320万元。

调标准

普通住宅认定不再看总价

此次优化的另一内容，就是调整普通住宅认定标准。

北京目前的普通住宅认定标准，制定于2014年，包含三个方面：住宅小区建筑容积率在1.0（含）以上；单套建筑面积在140平方米（含）以下；实际成交价格低于确定的价格标准，其中五环内单价低于39600元/平方米或总价低于468万元，五至六环之间单价低于31680元/平方米或总价低于374.4万元，六环以外单价低于23760元/平方米或总价低于280.8万元。

沿用了9年的普通住宅认定标准，已不适用当前形势。此前，就有购房人反映，家有三胎想换套大一点的房子，却不符合普通住宅标准，全家压力很大。

来自中指研究院的一份数据显示，2022年，北京四环至五环、五环至六环、六环外新建商品住宅成交套总价



均值分别为914万元、610万元、395万元，均高于普通住宅标准。

新的普通住宅如何认定？根据通知，仍须满足三个方面：住宅小区建筑容积率在1.0（含）以上；单套建筑面积在144平方米（含）以下；实际成交价格低于确定的价格标准，其中五环内单价低于85000元/平方米，五至六环之间单价低于65000元/平方米，六环以外单价低于45000元/平方米。

记者注意到，对比新老标准，最大的变化在于价格，不仅各环线的单价上限相比之前均明显提高，且不再看总价。“只看单价不看总价，一来是更多惠及‘卖小买大’的改善型家庭，不因总价上限被误伤；二来是更有利于控制部分区域小户型单价异动。”有专家认为。

机构人士预测，执行新标准后，目前市场上可被认定为普通住宅的商品房将从过去的约3成提高到约7成。

普通住宅认定标准调整后，对购房人有何好处？记者了解到，在二手房交易中，普通住宅与税收优惠挂钩，其中最主要的就是增值税。根据规定，个人出售2年以上的普通住宅，免征增值税；个人出售2年以上的非普通住宅，差额征收增值税，税率为5%。

根据通知，购房人可自2024年1月1日起按新标准享受税收优惠。

降利率

新发放房贷利率最低4.2%

新购房的利息负担也将有所减轻。记者了解到，商业银行新发放房贷利率政策下限也将调整，今起新发放的商业性个人住房贷款将执行新的利率政策下限。

具体看，城六区首套、二套房利率下限分别为不低于相应期限LPR+10BP（基点）、LPR+60BP；非城六区首套、二套房利率下限分别为不低于相应期限LPR、LPR+55BP。相较调整前首套房LPR+55BP、二套房LPR+105BP的利率下限水平，有明显下调。

央行最新公布的11月份LPR报价，5年期以上LPR为4.2%。按此计算，城六区首套房、二套房利率下限分别为4.3%和4.8%；非城六区首套房、二套房利率下限分别为4.2%和4.75%。

据悉，各银行应根据北京地区市场利率定价自律机制确定的政策下限，结合本机构经营情况、客户风险状况等因素，按照市场化、法制化原则，合理确定每笔新发放房贷利率水平。（北京日报）

北京发布《旅游饭店温泉设施规范与服务规范》征求意见稿

温泉水变温过程不得“掺水”

《旅游饭店温泉设施与服务规范》征求意见稿（以下简称《规范》）日前在北京市文旅局官网发布。《规范》对旅游饭店中的温泉设施和服务、水质、设施、餐饮服务、卫生和安全等方面做出了详细规定。其中提到，在温泉水的加温与降温过程，不应加入非温泉水。在不改变天然温泉水成分和含量的前提下，饭店可采用自然降温或热交换的方式对温泉水进行处理。除适用的消毒剂外，温泉水中不应加入化学添加剂。

根据《规范》，温泉采水口水质要求应符合规定。在温泉水的加温与降温过程，不应加入非温泉水。在不改变天然温泉水成分和含量的前提下，饭店可采用自然降温或热交换的方式对温泉水进行处理。除适用的消毒剂外，不应加入化学添加剂。应对温泉水源进行长期动态监测，监测内容应包括水位、水质、水量、水温等，定期对监测内容进行科学分析并及时公示监测数据。

在不改变泉质的情况下，宜对温泉水进行循环使用。温泉水用于旅游饭店服务项目时，与游客接触的沐浴温泉水质要求应符合相关规定。温泉池水每日应经循环净化消毒装置处理，根据水质选择不同的消毒方法和消毒剂，使用氯消毒应避免与温泉成分冲突。旅游饭店的质检部门应每天对室内外公共温泉池的水质进行观察和检测，并实行记录备案制度。各温泉池水温应符合已明示的温泉池水温度。

《规范》明确，旅游饭店温泉区域应设置服务台，为宾客提供接待、预定、问询、结账、贵重物品寄存和行李保管等服务。应在显著处设有温泉营业场所示意图、温泉水质、矿物质含量、功效、项目介绍、营业时间、价格及由具有中国计量认证资质的专业检测机构出具的温泉泉质检测报告等信息公示设施。

《规范》提出，应在宾客通过温泉池区的必经走道中，设有强制性浸脚消毒池和冲淋设施。浸脚消毒池长度不小于2米，宽度应与走道相同，深度不低于0.2米，视线好并设有提示牌。浸脚消毒池水应4小时更换一次。应在通往温泉池区的员工通道上，设置消毒毡。

《规范》明确，温泉池区应配有完善的注水、排

水、溢水设施。注水口处应设置警示标志。水池应设有保温和防渗透处理。池区应设置相应的台阶及扶手，方便宾客出入。池边应光滑、无棱角，地面应使用防滑材料，应有明显的温度、水深、湿滑等标识，昼夜可阅览。加料温泉池，应明示所加料品名称和属性。在具有特殊功能池区，应设有水质、物理特征，离子名称与功效等说明牌，位置明显、字迹清晰、美观大方。可有中外两种文字标识牌。

接待区可在温泉池服务功能区提供毛巾、浴巾、拖鞋等物品，便于服务宾客，应在温泉池附近设有饮水处，提供符合规定的饮用水，应根据接待能力分设相应规模的男、女淋浴间。地面防水应处理完好，地面排水应通畅，具有防滑功能；应配备防滑拖鞋。此外，应配有钟表等设施，方便客人查看时间。

旅游温泉酒店宜设置适合不同客人需求的休息区。休息区应无异味、无灰尘、无噪音，应提供适量的座椅，光线适宜，利于宾客休息，应提供无线网络和充电设施。宜配置饮水机，免费供客人饮用。（北京青年报）



市交管局：无牌“燃油三轮车”禁止上路

市交管局近日发布消息，随着违规电动三四轮过渡期截止时限越来越接近（过渡期截至12月31日），北京绝大多数违规电动三四轮车已淘汰，个别人心存侥幸，想要“钻空子”。警方重申，所谓“燃油三轮车”不受“过渡期限制”的想法，属于自欺欺人，一旦驾驶无牌证燃油三轮车上路，势必被罚。

没牌三轮贴着“燃油”字样 上路要查处

民警介绍，“燃油三轮车”只是人们的通俗叫法，按照车辆技术参数等可被认定为“燃油三轮摩托车”、“残疾人机动轮椅车”等，其中大部分“燃油三轮摩托车”属于机动车。对机动车，国家实行登记制度，车辆必须经公安交管部门登记后，方可上道路行驶。

“现在有人反映在小区里看见张贴有‘燃油’字样的三轮车，型号和挂有残疾人机动轮椅车牌照的车辆一致，但却没牌子，这种车一旦发生事故，极有可能被鉴定为机动车，驾驶人需要按照驾驶机动车的管理办法接受处理。”市交管局法制处民警王福磊介绍说。

驾驶“残疾人三轮” 需严格守法

“燃油三轮车”中还有一部分是合法登记的残疾人机动轮椅车。根据2010年北京市公安局等五部门联合发布的《关于加强三轮摩托车和残疾人机动轮椅车管理的通告》，本市残疾人购置残疾人机动轮椅车，应当由本人持

身份证、户口簿、《中华人民共和国残疾人证》、公安机关交通管理部门、卫生部门指定医疗机构出具的下肢残疾证明、户籍所在地街乡（镇）残联出具的购车证明等实名购买。每名残疾人只限购买一辆残疾人机动轮椅车。

交管局车管所民警刘健介绍，符合购买标准的残疾人购买机动轮椅车后，需到公安交管部门的非机动车登记站登记上牌，其中的登记项目包括17位车架号、购买人的残疾证号、车辆品牌型号等。有人想要将合法的车牌安装到其他车辆上，冒充正规的残疾人车，自己本车再打印一张牌子，让两辆车上路行驶。刘健说，在路面执法过程中，目前仍然上路的三四轮车已经很少，民警对这些车的检查也十分频繁，一旦发现车牌和登记信息不符，将依照现有法律法规查处。

拼装燃油三轮上路 依法查处

根据《北京市实施〈中华人民共和国道路交通安全法〉办法》等法律文件中的规定，正三轮摩托车的驾驶人需根据所驾驶的三轮摩托车类型持驾驶证D本或F本；对驾驶拼装燃油三轮摩托车的，交管部门将依法扣留并收缴车辆，强制报废，对驾驶人依法最高处2000元罚款，并吊销驾驶证；对未取得驾驶证驾驶燃油三轮摩托车的，依法最高处2000元罚款，可并处15日以下拘留；对未悬挂号牌上道路行驶的燃油三轮摩托车，依法扣留车辆并进行处罚；对于驾驶燃油三轮摩托车上路行驶存在违法行为的，交管部门也将依法查处。

交管部门强调，合法的正三轮摩托车需要考取驾驶证D本。申请正三轮摩托车准驾车型的，应满足年龄在18周岁以上，60周岁以下，符合《机动车驾驶证申领和使用规定》相关要求。年龄在70周岁以上的，不得驾驶正三轮摩托车。按照机动车通行规则及本市三轮摩托车管理要求，京B号牌正三轮摩托车只准在六环路以外区域上道路行驶，不能进入六环路以内。

对于部分燃油三轮摩托车悬挂、挪用残疾人机动轮椅车号牌、标志的，交管部门将对车辆进行核查、鉴定，经鉴定属于机动车的，将依法扣留车辆，参照上述标准进行处罚。（北京晚报）



《北京市中小学教材管理办法》修订发布 教材不得夹带任何商业广告

《北京市中小学教材管理办法（2023修订）》近日发布。市教委介绍，修订后的《办法》进一步规范调整本市地方课程教材的审核工作，明确审定通过的地方课程教材，才可列入本市中小学教学用书目录在全市范围内使用，审定后的教材不得擅自修改。教材出版不得夹带任何商业广告或变相商业广告。

《办法》明确，本市中小学教材实行国家、市、区和学校分级管理。此次修订《办法》进一步明确，中小学地方课程教材依据本市中小学地方课程建设规划、地方课程纲要、地方课程教材开发指南等编写修订。

市教委明确，地方课程教材编写团队由本学科和相关学科专家、教研人员、中小学一线教师等组成，各类编写人员应保持合理结构和相对稳定，每册核心编写人员原则上不超过8人。地方课程教材完成编写修订后，须按规定

进行审核，一般分初审和复审两个阶段。初审通过后须进行试教试用，选聘一线优秀教师进行审读，在教学环节对教材进行全面检验。试教试用的范围、方式等要求由市级教育行政部门具体规定，原则上应覆盖城乡不同区域。

地方课程教材经审定通过后方可出版、发行，出版单位要严格规范编辑、审稿、校对制度，保证教材编校质量；不得夹带任何商业广告或变相商业广告，不得搭售教辅材料或其他商品。市级教育行政部门应建立地方课程教材选用、使用监测机制，对教材选用使用进行跟踪调查，定期对地方课程教材的使用情况进行评价并通报结果。

此外，《办法》进一步落实校本课程教材审定要求，将校本课程教材由区级教育行政部门审核调整为区级教育行政部门审核、市级教育行政部门审定。（北京日报）

与物业条例规定不符，北京废止这些文件！ 涉物业费收费等

12月14日，北京市住建委发布《关于废止部分物业管理文件的通知》，废止了12个物业管理文件。据悉，被废止的文件与《北京市物业管理条例》规定内容不符，包含物业服务收费、《北京物业管理办法》配套文件、物业服务企业信用信息管理三个方面内容。

2020年5月1日，《北京市物业管理条例》（以下简称《条例》）正式实施，本市党建引领社区治理框架下的物业管理体系基本形成。市住建委近日结合当前基层物业管理工作实际，对物业管理领域相关文件进行了清理，12个物业管理领域的文件内容已与《条例》相关规定不符，因此决定废止。

具体来看，涉及物业服务收费的被废止文件共3件，包括《关于明确房改售房的物业管理收费口径的通知》

《关于按房改政策出售公有住房和安居（康居）住房物业服务费缴纳问题的通知》《关于经济适用住房物业服务收费有关问题的通知》。据了解，上述3个文件规定与《条例》第七十三条“我市物业服务收费实行市场调节价并适时调整”的规定不符。

市住建委表示，上述文件废止后，业主需按照与物业服务企业签订的物业服务合同约定支付物业费，涉及物业服务方式、服务内容、服务标准和服务价格调整的，通过召开业主大会的方式由业主共同决定。

另外，还有7个涉及《北京市物业管理办法》的配套文件被废止，包括《印发〈关于推进住宅区业主大会建设的意见〉的通知》《关于推行手机投票决策小区共同事项的通知》等。记者了解到，这7个文件的依据是已于2020

年6月8日废止的《北京市物业管理办法》，因此对应文件也予废止。对于以上文件涉及的有关工作，市住建委结合《条例》实施已制定相应配套政策，具体工作将依据新的配套政策实施。

被废止的文件还涉及物业企业信用信息管理2件，分别为《关于印发〈北京市物业服务企业信用信息管理办法〉的通知》和《关于加强物业服务信用信息管理的通知》。

据悉，这两个文件的制定依据同样是《北京市物业管理办法》。

此外，市住建委表示，为进一步依法保护物业管理相关主体合法权益，本市住宅物业管理项目已于2022年纳入综合监管试点改革，本市正在持续构建基于“信用+风险”的住宅物业管理项目监管体系，涉及物业企业的信用管理将按照综合监管实施方案一并实施。（北京日报）

新一批15家北京老字号12日颁牌， 新增教育领域老字号

12月12日，第八批北京老字号颁牌仪式举办，现场为新一批15家老字号企业颁发了北京老字号牌匾和证书，北京老字号队伍进一步壮大，涉及行业也更加丰富。本次新认定的北京老字号，恢复了一批耳熟能详的老字号，新增教育领域老字号“富连成社”。

北京作为拥有3000多年建城史、870年建都史的历史文化名城，孕育和保留了丰富的老字号资源。无论是现存数量、传承发展和品牌知名度，均在全国各省市中居于前列。本次新增的第八批15家北京老字号企业中，有来自餐饮行业6家、食品加工1家、商业1家、服务业2家、文化艺术2家、工业生产2家、教育培训1家。此次新认定的北京老字号实现了“有恢复”“有新增”“有规模”。

“有恢复”，即恢复了一批耳熟能详的老字号。东亚春是民国时期著名的八大春之一，拥有正宗的广府菜烹饪技艺，品牌重张后的东亚春恢复了多道民国时期的老式粤菜，同时适应当下消费需求，以新的形式、新的技术、新的产品呈现。以全羊宴、全羊席享有声誉的瑞珍厚近年来也恢复重张，重启后的门店继承传统的铜锅清水涮羊肉，传承历代名厨的匠人精神，结合天桥文化，融合新时代元素向现代品牌转换。

“有新增”，即新增教育领域老字号。富连成社曾有“京剧第一科班”之称，充分立足挖掘整理恢复富连成传统剧目艺术特色、人才培养体系，打通戏曲文化教育传承官方与民间、行业与院校之间的桥梁，培养了一批批当代戏曲艺术传承者与传播者。

“有规模”，即具备一定规模和行业影响力。中国药材深耕中药资源主业，集团化发展，在市场竞争中开拓药材经营新模式，在全国范围内乃至国际化方面进行业务布局，是综合实力和规模领先的综合性医药健康产业集团。前身为北京同仁医院制镜室的同仁验光配镜1906，以“重服务质量、立信百年”为经营理念，并将验光配镜与验光配镜技术人员的培养有机结合，为行业培养了大量人才。

首汽集团是新中国第一家专门从事外宾接待和执行中央政治任务的汽车公司，现今发展成“运营出行服务、汽车销售与维修、成品油销售”三大核心业务板块，并与“首汽约车、首汽租车、首汽智行”打造移动出行生态圈的全国性综合汽车服务集团公司，营收规模达百亿。

目前，北京市拥有老字号总数达244家。其中，在北京市商务局的指导下，北京老字号协会已认定北京老字号238家，同时动态调整北京老字号和中华老字号，努力打造一批有规模、有质量、有发展的老字号队伍。

北京市商务局相关负责人表示，未来将会同相关部门，落实好《进一步促进北京老字号创新发展的行动方案（2023-2025年）》，以十大行动30项举措4大保障措施来促进北京市老字号创新发展，进一步挖掘老字号潜力，顺应国潮新趋势，满足消费新需求，弘扬优秀传统文化，充分发挥老字号在建设自主品牌、坚定文化自信、促进品质消费等方面的积极作用。（新京报）

规范医美须先整治“18岁就得抗衰”式鼓吹



秋实

“各种App都在给我推送抗衰项目的医美广告，宣称‘越早抗衰越好’。”北京市某高校研究生林雅近日向记者吐槽，刚二十出头，医美广告竟然宣称已到“必须抗衰老”的年纪。林雅所吐槽的，正是医美抗衰老项目“盯”上年轻人的普遍现象。当下一些医美机构大肆贩卖容貌焦虑、年龄焦虑，鼓吹“抗衰越早越好”“18岁之后就要抗衰”，引得求美心切的年轻人盲目做医美。（12月7日《法治日报》）

可别小看这类营销话术的力量，它们称得上是催生医美乱象的直接诱因。人人都想容颜不老，即使不能青春永驻，也要比别人“看起来年轻”。尽管“抗初老”纯属医美机构制造出来的用语，没什么科学依据，但在焦虑心理的作用下，“抗衰要趁早”等观念仍然很容易被一些人接受。有的人认为美貌是最大的资本，为了“年轻几岁”一掷千金也无妨。只要这类鼓吹式营销仍然被社会接受，医美机构的抗衰老项目就不愁不好卖。

按照国家市场监督管理总局《医疗美容广告执法指南》规定，医美不得以广告形式对其诊疗效果作保证或承诺。不加说明地宣传“抗初老”，容易被理解为在医美项目的名称与效果之间画了等号，属于违规行为。但整治的困难也不容低估。公开打广告好防，关起门来一对一说话，不仅外人无从取证，而且商家在事后也容易否认。在网上一些人以“种草”的名义宣传医美项目、贩卖容貌焦虑，他们通常伪装成与机构无关的“个人体验”，不深究就难以知晓其与医美机构暗通款曲。

由此看来，细化全过程监管，才能避免误导性宣传“见缝插嘴”。摆在台面上的承诺、发布公共场所的广告等，或许还不算太夸张，但暗地里跟消费者口头宣传的内容，就可能十分离谱。这些项目最初标出的价格很低，但消费者一旦上钩，种种升单套路就会接踵而至。也就是说，每个服务环节都可能存在贩卖焦虑和鼓动消费的话术陷阱。

对消费者强化引导和帮助，可起到对冲话术误导和减轻焦虑情绪的作用。贩卖焦虑的套路经过长期谋划，消费者是否下单和充值，往往在一念之间就作出了决定。此外，担心、焦虑等情绪一旦出现，在强大的话术攻势下，平时很理性的人也可能作出错误的决定。对于消费者存在的心理弱点，既要强化知识普及和对医美营销话术的揭露，更要畅通举报维权途径，若时机成熟，不妨专门针对医美推出消费“后悔权”，让消费者有冷静和纠错的机会。

亮眼的统计数据、日益增多的各类美容机构、庞大的消费群体等，无不预示着医美是一个前景十分光明的行业。但巨大的医美需求与频现的医美乱象之间形成鲜明反差，让人想美容却不敢、已接受服务又感到后悔。让消费者能够安心地变美，已成社会的一大期盼。整治医美乱象，则应从整治贩卖焦虑开始，对于“18岁就得抗衰”式鼓吹，更应该一发现就严管，进而斩断误导宣传向行动发展的链条。（北京青年报）



赵志疆

零食“学历造假”？欺世盗名应严惩

一款名为“九0农大蔬菜卷”的膨化食品，在其网上的销售链接上，标有“东北农业大学”的字样，其产品的包装上也印有“农大”二字，似乎与“东北农业大学”关系密切。然而，东北农业大学表示，作为一所高等学校，不开展对外生产经营工作，学校与商品包装上所标的委托制造商和受委托制造商没有开展过任何合作。

“某某农科院”研制、“某某大学”开发……近年来，标注有农业科研机构的美食频频出圈，引得无数消费者追捧。在消费者眼中，有农业科研机构的身份和实力加持，这些食品无论是安全状况还是品质营养，都更加值得信任。令人没有想的是，在主打绿色健康的食品消费新热潮中，不乏欺世盗名的“假学历”。

今年，上海市消费者权益保护委员会随机选取了线上销售的13种宣称由“农科院”“农业大学”等机构参与研发的食品，并开展调查核实。其中，5款产品被相关机构明确回函否认有关联，4款产品确认参与研发，其余4款相关机构未作出明确回应。

随着生活水平的提高和健康意识的增强，消费者普遍更加关注食品的科技含量和“附加值”，“农大”和“农科院”因此成为食品领域的金字招牌。但是，欺世盗名的产品不仅是对消费者的严重欺骗，同时也是对农业科研机构的严重伤害——虚假宣传本就于法不容，更有甚者，以次充好攫取不义之财，却将被冒名的农业科研机构置于不义之地。

《广告法》《电子商务法》都明确规定：经营者不得欺骗或误导消费者，不得进行虚假或引人误解的商业宣传。“农科院食品”乱象频出，尽管不少农业科研机构对此深恶痛绝，但他们的维权之路却并不轻松。与此同时，攀名附利的行为不仅长期买卖兴隆，有些店铺甚至通过了电商平台的认证。实际上，这也是“农科院食品”鱼龙混杂的一个重要原因——如果网络平台能够强化内容审核，山寨美食何以肆无忌惮地欺世盗名？

值得一提的是，有些似是而非的“农科院食品”，其实是农业科研机构被人“算计”的结果。现实中，有些生产企业只是参加了一次行业峰会，就堂而皇之把科研机构的名字挂在商品醒目位置。随着产学研用深度融合，学界与业界的接触日益增多。对于科研机构来说，既要积极推广新技术、新应用，也要擦亮眼睛，防止被不良商家所绑架和利用。

以山寨为表现形式，欺世盗名的“农科院食品”质量堪忧。扭转鱼龙混杂的市场状况，监管部门有必要绷紧法律的红线，筑牢质量的底线。网络平台则应该强化主体责任，加大宣传推广内容的监督审核力度，不给山寨产品留下可乘之机。对于农业科研机构来说，既要勇于向山寨行为说“不”，维护自身的声誉和利益，也有必要更加审慎地参与市场行为，以更加优质的产品擦亮自己的金字招牌。（人民网）

莫让“以租代购”成为收割消费者的新套路



史洪举

近年来，手机租赁业务通过“以租代购”的模式以“低月租”为噱头，迎合了不少年轻人的需求。有平台方称，消费者每月只需要支付一杯奶茶钱，就可以拥有最新款或者更高端的手机。以“低月租”吸引消费者分期租赁，实际上却隐藏着环环相扣的套路。有消费者反映，大部分平台默认的租期是1年及以上，一旦逾期就必须支付高额的买断费。还有消费者遇到过暴力催收的情况。

作为追求时尚和潮流的年轻群体，以极低的首付甚至是1元首付就可使用一部价值几千元乃至上万元的最新款手机，着实能够吸引很多人的眼光。殊不知，这种“低月租”“一元购”不过是商家刻意给消费者挖的坑，是收割消费者的新套路。对此，既需要年轻群体擦亮眼睛，不为诱惑所动，也需要相关部门加大宣传力度和执法力度，将这些打擦边球的商家清理出市场。

据报道，看似对年轻消费者非常友好的“以租代购”“首付1元”实则暗藏很多陷阱。如大部分的租期都是一年以上，只有首月的租金是1元，其余的月租大多为几百元。到期后消费者要么归还手机，要么需要再花费几千元买断手机，而归还手机的话，还要再支付近千元的折损费。如果消费者真的返还手机，商家则会以存在屏幕细微刮痕，边框轻微老化和细微刮痕，后盖细微老化，扬声器无声等问题验收不合格，变相逼迫消费者买断手机。算下来，租赁费加上买断费，远远超过手机新机的官方售价。

这还不算什么，还有消费者遭遇更狠的宰割。如记者在黑猫投诉平台上以“租手机”为关键词进行检索，发现有近3万条投诉，涉及到期续租加价、买断价格远高于市场价、维修时发现手机实为“翻新机”“资源机”、暴力催收等，甚至有用户反映租到过“脏物”被警方没收。由此可见，看似可以让热衷新事物的消费者以较低成本使用新手机的好事情，却在部分商家的违规操作下变了味，成为商家收割消费者的新套路，甚至可以说，出租“翻新机”、暴力催收、出租“脏物手机”的行为，比起前几年人人喊打的“套路贷”“裸条贷”等恶行有过之而无不及。

避免“以租代购”陷阱，既需要消费者尤其是年轻群体擦亮眼睛，理性消费，在消费时看清合同条款，而非图一时享乐掉入陷阱。更需要监管部门及网络平台尽到各自责任，将违规商家拒之门外。如监管部门不妨重新审视这一经营模式是否存在危害市场秩序的重大风险并予以改进。同时推出相应的示范合同，对租期、租金、买断价格、违约责任等作出更加公平、合理的规范，以免商家利用优势地位单方制订极不合理的合同条款供消费者“跳坑”。支付宝等网络交易平台更应尽到把关义务，将不符合资质甚至是被投诉量较多的商家清理出平台，而非充当违规商家收割消费者的帮凶。（北京青年报）



张国栋

演出预售票不能成了“空头支票”

近日，周杰伦演唱会门票即将提前半年预售的消息引发热议。在预售开始之际，不少网友发帖质疑，提前半年收取门票费用，且票价不菲，并不合理。而开启预售48小时后，退票将收取订单价格的30%手续费，也让一些人感到不满：有人认为无法预判半年后是否会因为其他安排影响观演行程，30%的退票手续费过高。（据12月8日《法治日报》报道）

这并非孤例。随着演艺市场持续火热和网络票务平台的发展，不少演出和展览会提前放出预售票吸引消费者。一些明星演唱会甚至“一票难求”。从表面上看，预售票较平时更划算，从而吸引了不少消费者，但实际上，目前网上预售票套路不少，例如宣传内容与实际不符、退票退款难、预售周期过长等，引发的纠纷颇多。有消费者直言，预售票最开始有折扣价、可选座等优势，现在却成了“稀缺品”，要靠抢，一旦遇到问题，后续维权费时又费力。如此看来，这与其说是预售，倒不如说是“套路”，意在浑水摸鱼，乘机“捞一把”。

预售票，只要双方是“一个愿打，一个愿挨”，本无可厚非，但商家推出的预售票必须要尊重消费者的知情权、自主选择权和公平交易权，预售票也要合法合规，不能制定“霸王条款”，不能侵犯消费者的合法权益。依照相关法律法规，无论是预售还是即时售，消费者购买了门票，就与商家形成了合同关系。如果商家承诺的商品或服务货不对板，或者以“折扣预售”等方式作虚假营销，就侵犯了消费者的合法权益，甚至涉嫌欺诈，商家应承担相应的法律责任。

进而言之，当前需要规范的其实不是预售票这种销售模式，而是虚假宣传、“套路”消费这种行为。除了商家要自律，做到相关事项在售票界面明确告知，不能虚假宣传，不可玩文字游戏、不可“留一手”，保障消费者的正当退票权等，相关监管部门也应及时出手，有所作为，加大对票务市场的监管力度，对预售票中存在的乱象要加大惩治力度，这样才能有效地遏制演出票务市场预售票乱象，维护正常的市场秩序和广大消费者的合法权益。

如果商家存在故意拖延退票时间或者无理拒绝退票的情况，商家就需要承担相应的民事责任和行政责任。如果宣传内容夸大其词，应适用《广告法》的相关规定对其实施行政处罚，包括责令其改正、罚款甚至停业整顿。如果预售模式侵害了众多不特定消费者的合法权益，侵害了社会公共利益，消费者组织及各级检察机关可以依法提起消费民事公益诉讼。

无论如何，演出、展览会等实行预售票可以，但决不能以“套路”消费者为能事。这既需要商家的自律，也需要严格法律法规和监管部门作为的他律。否则，长此以往，势必搅浑票务市场，招致消费者“用脚投票”，真要如此，结果只能是没有赢家。（中国消费者报）

中小學生慎用“鼻吸能量棒”

近期，一种名为“鼻吸能量棒”的产品进入到中小学校园，吸引不少学生争相购买。其外形像一个打火机，内含有两根棒状的塑料管，号称通过吸入管中樟脑、薄荷等清凉的气味来刺激鼻腔和大脑，可以快速提神醒脑，缓解疲劳和困倦。“鼻吸能量棒”的外观设计和使用方式对于中小學生来说新颖独特，易于流行。然而在“鼻吸能量棒”进入校园的背后，也存在一些隐患。有专家指出，随意将“鼻吸能量棒”插进鼻孔里的行为是不正确的，不仅可能带入细菌，而且会破坏鼻黏膜，轻则引起

鼻炎，重则造成鼻腔溃疡、出血等。

中国消费者协会提醒广大学生家长 and 中小學生提高防范意识，慎用“鼻吸能量棒”，引导青少年科学、安全、理性消费，保证青少年身心健康发展。

中小學生正处于身体发育的关键时期，中国消费者协会倡导中小學生在学习劳累疲惫时，尽量通过健康科学的方式调整学习状态，养成良好的作息和饮食习惯，保证适当运动，注意劳逸结合，改善学习方法，提高学习效率。（中国消费者协会）

科学选购和正确使用家用燃气具

冬季是使用燃气的高峰时段，也是燃气安全事故的高发期。家用燃气具作为我们日常生活中的必需品，如果产品存在质量缺陷、安装或使用不当，都可能引发燃气安全事故。为提醒消费者科学选购和正确使用燃气具，预防燃气安全事故的发生，切实保障人民群众生命财产安全，广东省消委会特联合广东省燃气具协会发布家用燃气具消费警示。

一、假冒劣质产品安全风险大，切勿追求低价随意购买

由于燃气具的市场需求量大、门槛低，一些生产企业为降低成本，不按照强制标准规定的结构和功能要求设计，或使用不合格的零部件，以及不按规定的生产过程要求进行生产和检验，产品的安全性能难以得到保障，在使用过程中可能发生燃气中

一氧化碳浓度过高、燃烧过程不稳定、结构部件变形或烧损等情况，容易导致燃气具损坏、爆炸、火灾、人员中毒等事故发生，存在极大的安全隐患。此外，还有一些不良企业为了便于销售，获取更多利益，假冒知名品牌产品。虽然有关部门不断加大执法查处力度，但仍有挺而走险的不法分子在偷偷地生产销售假冒伪劣产品，须引起消费者高度警惕。假冒伪劣产品一般采用低价销售等手段吸引消费者，消费者须牢固树立质量安全意识，将人命关天的产品质量安全问题摆在最重要的位置，不片面追求低价，不为低价诱惑而忽视安全。

消费者在选购燃气具时，务必注意以下几点：

1. 认准CCC认证标志。燃气灶、燃气快速热水器、燃气采暖热水炉均属于国家强制性认证产品，所有在市场销售的上述家用燃气具产品都必须有规范的CCC认证标志。因此，消费者应购买带有

CCC认证标志的产品。CCC认证标志一般加贴于设备外壳的显著位置或印刷在产品铭牌上。消费者可通过“国家认监委”微信公众号，点击底部的“公众查询/认监委统一查询平台/强制性产品认证”进行查询。

2.通过正规渠道购买。从行业协会调查了解的情况来看，存在质量问题的燃气具多位于城乡结合部、乡镇的小五金店、小电器店，以及某些电商平台上的低价网店等渠道销售。消费者在选购时应尽量通过正规渠道，如品牌专卖店、大型商场专柜、电商平台官方旗舰店、电商平台自营店等购买。通过价格对比如果发现产品价格明显过低，需要小心查证，谨慎购买。坚决抵制、拒绝购买无厂名厂址、无质量合格证、无生产日期等“三无”产品。

3.按照气源种类选择。家用燃气具常用的气源包括液化石油气、天然气、人工煤气，这三类燃气的热值、燃气压力各不相同，如果燃气具类型与实际使用的燃气不符，燃气具将不能正常使用，甚至可能发生燃气安全事故，导致财产和人身损失的危险。因此，消费者应先了解使用何种气源，再根据气源选择相匹配的产品。产品适用的燃气的类型及供气压力通常标在产品铭牌上，一般T代表天然气、R代表人工煤气，Y代表液化石油气。

4.查看是否具有熄火保护装置。家用燃气灶必须安装熄火保护装置（非常重要）。燃气具在遇到意外熄火时，熄火保护装置能自动关闭燃气阀，防止燃气泄漏，能够有效预防燃气安全事故发生。因此，消费者务必确认产品带有熄火保护装置。

二、安装、使用不当也会引发事故，切勿放松警惕意识

燃气具的安装应在满足安装条件的情况下进行，包括供气设施、供电设施、以及安装位置等，否则，会导致燃气泄漏、供气压力不符合要求影响正常使用等危险，而供电设施问题可能导致电击伤人（触电）、着火等危险，安装位置问题可能导致烟气排放不畅、回流或者燃气具运行异常导致烟气中毒等危险。此外，使用不当，如未定期检查、未

及时修复故障、不定期更换产品或配件等也可能造成安全风险。因此，在安装使用方面，也应加强安全意识。

燃气具在安装、使用时，应注意以下几点：

1.由专业人员安装。燃气灶具应严格按说明书要求和相关规定，由专业人员进行安装。一般通过正规渠道购买的燃气具产品都会包含安装服务，消费者可在购买前后进行咨询确认。如使用管道燃气，消费者也可请燃气供应公司协助安装。切勿自行安装或委托非专业机构或人员安装。

2.及时更换老旧产品。国家强制性标准规定，从售出当日起，燃气灶的判废年限为8年。超过使用期限的燃气具应及时更换，避免出现因设备老化导致漏气发生。同时需要注意减压阀、连接软管等零配件也有使用寿命期限问题。

3.养成良好的使用习惯。在停止使用家用燃气具时，应检查燃气具开关及气源开关是否全部关闭，保持室内通风，避免意外事故发生。定期对减压阀、燃气连接管、燃气泄漏报警器、燃气灶、燃气热水器和燃气采暖热水炉等设备设施进行检查，消除事故隐患。

4.出现故障联系专业人员维修。家用燃气具运行时如出现冒黑烟、有明显爆鸣声、异味严重、火焰异常熄灭等故障，应立即停止使用并关闭燃气阀，联系生产企业或销售方进行维修，切勿自行拆开修理。

三、出租屋是燃气事故高发区，租房时切莫大意。

广东是外来务工人员数量最多的省份之一，出租房数量庞大。一些房东为了增加房屋的利用率，会对房屋进行改造，如加装隔断，改变房间用途，导致燃气具的使用环境出现问题；或是为了节省成本，配备非正规厂家生产的燃气具，或安装不规范，这都存在较大的安全隐患。

燃气供应、供电线路以及建筑布局等因素对燃气具使用过程的安全有重要影响。消费者在租房时，应注意查看燃气具情况，如查看燃气具的铭

牌，是否有CCC标志、是否为“三无”产品；燃气供应管道、阀门的完好程度，供电线路布线、电气开关的完好程度，尤其是接地装置的完好状态和接地功能的可靠程度，以及建筑结构、布局是否能够

保证燃气具运行时的烟气顺利排出室外，燃气热水器的烟管是否过长超过允许范围（建议增加烟管长度要求）等。（广东省消委会）

谨慎挑选和使用电热地毯

电热地毯（垫）是一种新型冬季取暖产品，如产品存在质量问题或使用不当，可能引发火灾、触电等安全事故。为切实保障产品质量安全、维护消费者合法权益，四川省市场监管局近期对电热地毯（垫）产品开展了质量安全风险监测并发布消费提示，提醒消费者谨慎消费、安全使用。

电热地毯（垫）是一种放置在地板上，用于加热毛毯表面的加热装置，主要由控制开关、发热元件、温度控制装置、柔性部件等部件构成。据风险监测，电热地毯（垫）主要有3类风险隐患。

烫伤风险。此次监测的电热地毯（垫）产品发热元件均为标称为石墨烯的发热膜，该类产品具有升温迅速，单位面积功率大的优点，但大部分产品使用了厚PVC作为表面材料，其热积累明显，表面温度过高，长时间坐卧或者脚踩，容易造成烫伤。

不防水结构造成的触电风险。便携式电热地毯（垫）产品按GB4706.108—2012《家用和类似用途电器的安全第2部分：电热地毯和安装在可移动地板覆盖物下方的用于加热房间的电热装置的特殊要求》要求，须通过完全浸没于水中的防水试验。因此，没有经过密封结构设计的控制器无法通过该条试验，内部线连接处使用胶布进行密封的产品也会因为进水而出现短路、触电等安全风险。

起火风险。若产品生产企业使用较为劣质的绝缘耐热材料作为插接件，内部线路易发生短路，加之产品耐热和耐燃性能不足，长时间使用易引燃毯

面及隔热材料，存在火灾风险。

四川省市场监管局提醒消费者，选购电热地毯（垫）时，要核实产品是否有强制性产品认证标识（CCC标识），同时，可在全国认证认可信息公共服务平台查询；推荐选购标识GB4706.108—2012标准及防水等级为“IPX7”的产品；推荐选购电源线长度不低于2.3米长的产品，且电源线上不应具有控制器；保存好购买的发票和凭证，所购买产品发生质量问题时可及时举报和投诉，有效保障自身权益。

在使用电热地毯（垫）时，一要防变形，应避免与重物或尖锐金属部件接触，防止内部发热膜被重物压变形或被尖锐金属刺穿；在收纳产品时不应过度弯折和卷曲毯面，存放时勿将重物放置在其上方，避免内部短路。二要防沾水，避免毯面沾水，如因泼洒等造成毯面打湿应立即停止使用，待其干燥后再使用。三要防烫伤，避免皮肤和毯面直接接触，防止烫伤，幼儿和老人需在有看护的情况下使用。（四川省市场监管局）



仔细甄别装饰企业 防止消费陷阱

近日，针对消费者反映的家庭装饰装修消费方面的装饰企业“卷款跑路”、不按合同约定工期施工等问题，山东省消费者协会联合山东省装饰协会、山东省家具协会共同提醒广大消费者注意以下四点：

细甄别。消费者在选择装饰企业做家庭装修时，应仔细考察经营者的资质和业内信誉、从业时间，企业口碑和投诉、诉讼方面等情况，仔细甄别装饰企业，尤其是要警惕各种低于行业成本的“优惠陷阱”，警惕“卷款跑路”，避免上当受骗。

防陷阱。鉴于各装饰企业的制式合同文本不一，部分不良企业可能隐藏“不公正条款”，消费者应仔细核对合同条款内容，重点关注施工范围、合同造价和工期、双方权利和义务、材料供应方式、材料品牌和规格、工程款支付和结算方式、质量标准、竣工验收标准、保修条件和违约责任，如有附加条款也要一并写进合同，尽量做到详细和规范，切勿相信任何销售人员和设计师的口头承诺。同时应注意核算报价要全面，例如合同上要明确有无增项，如果有一些项目暂时不确定做或不做，增

项没办法体现在合同上，建议消费者让装修公司写明增项都可能有哪些，大体价格是多少，谈妥后再签合同。

重环节。消费者应谨慎支付装修款，把握验收环节，按项目完成的进度逐项支付装修款。谨慎交付定金，不要轻易相信商家定金可退的承诺，应签订规范合同，并在合同中予以明确，从源头规避装修风险。每个施工节点都要验收，注意核对装修单位提供的装修材料实物是否与家装合同中约定的品牌、型号、规格、等级等相符，发现问题后及时提出要求，验收合格后再付款。尾款要在装修装饰工程全面完成且验收合格后再支付。消费者在装修期间应最大限度把可能多的装修款留在自己手上保留话语权，也可视情协商预留质量保证金，尽量半年后（也可双方协商时间）无质量问题再付款。

留凭证。消费者在向装饰企业支付装修款项后，要素要盖有装饰企业名称印章的正规发票，并注意妥善保管合同和付款凭证。当发生消费纠纷时，应积极与商家进行协商，依法提出合理诉求，协商不一致时，可拨打12345投诉电话或向当地消费者协会寻求帮助，依法维护自身合法权益。

山东省消费者协会联合山东省装饰协会、山东省家具协会共同倡议各装饰装修企业做到以下四点：一是不以虚假宣传、低价签单高额增项等方式诱导、欺骗消费者签订装修合同和缴纳预付款。二是尊重消费者知情权，对重要条款如合同价款、工程量清单、材料清单、退款、违约金赔偿等履行好提醒义务。三是主动为消费者提供“家装资金监管服务”，杜绝“合同陷阱”。四是诚信经营，践行承诺，妥善处理消费纠纷，共同维护广大消费者的合法权益，提振消费信心，营造一个风清气正的家居消费环境，打造“放心装修在山东”的行业名片。（中国消费者报）



美容服务消费提示

“爱美之心,人皆有之”。随着经济社会发展和人民群众生活水平的日益提高,美容消费逐渐成为消费者日常生活消费的重要组成部分。但美容行业有其特有的安全风险,要了解“生活美容”与“医疗美容”的差别,充分认识其中的风险和危害,要谨慎选择美容产品,全面知悉美容项目的内容及风险,谨防各类消费陷阱。为切实保护消费者合法权益不受侵害,咸宁市消费者委员会、咸宁市市场监督管理局特发布美容消费提示,提醒消费者要安全文明理性消费。

了解什么是“生活美容”与“医疗美容”

生活美容是指运用手法技术、器械设备并借助化妆、美容护肤等产品,为消费者提供人体表面无创伤性、非侵入性的皮肤清洁、皮肤保养、化妆修饰等服务的经营性行为。

医疗美容是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑,包括外科手术和激光光子治疗。医疗美容是一种医疗行为,它的风险要高于生活美容。

选择医疗美容前的注意事项

(一) 看机构资质。合法的医疗机构必须在显眼的场所公示其《医疗机构执业许可证》。同时,还需关注《医疗机构执业许可证》上的诊疗科目,比如医疗美容手术需要全身麻醉的,医疗机构必须取得麻醉科诊疗科目。

(二) 核对人员资质。实施医疗美容的医师必须具有《医师资格证书》《医师执业证书》,两证不可缺。除此之外,按照《医疗美容服务管理办法》第十八条规定:“医疗美容服务实行主诊医师负责制。医疗美容项目必须由主诊医师负责或在

指导下实施。”医疗美容主诊医师必须满足相关工作的年限要求才具有美容主诊医师备案资质。外国医师来华短期行医还须取得《外国医师短期行医许可证》。核对使用的药物和器械,不管是进口还是国产的药物或者器械,都必须依法注册或备案,必须要有合格证明文件,必须要有中文标识,具体信息可以在国家药监局官网查询。

(三) 保存医疗文书和收费凭证。手术前,要详细了解手术情况及风险,保留好手术同意书、病历、消费凭证等资料。这些医疗文书不仅可以确保美容消费者知情的合法知情权益,还能在出现医疗纠纷时作为有力证据。

商家应当诚信经营

经营应当守法诚信经营。一是规范经营行为,如实介绍、宣传服务内容和效果,杜绝虚假宣传不得违背社会良好风尚;二是加大信息公开力度,主动公示机构资质和人员执业资格情况、使用药品和医疗器械信息、服务价格等内容,提升服务透明



度；三是规范价格行为，落实明码标价要求，不得在标价之外加价，不得收取任何未予标明的费用，不得违法实施价格欺诈行为；四是在卫生健康主管部门批准和备案的诊疗科目范围内开展医疗美容服务，不得擅自扩大诊疗范围；五是教育、引导和督促从业人员严格遵守相关法律法规和诊疗规范要求，使用来源合法的药品和医疗器械，保障消费者人身安全；六是建立健全服务前、服务中和服务后全过程风险告知和防范机制，积极稳妥化解医疗美容服务纠纷。

预付卡购卡消费需谨慎

近年来，面对复杂的经济社会背景，预付卡类消费纠纷时有发生。临近年末，消费者更需提高警惕，理性消费。无锡市锡山区商务局在此提醒广大消费者：预付卡消费套路多，应当谨慎理性，加强防范意识，守牢自己的“钱袋子”，特发布以下消费提示：

一、谨慎选择商家。消费者在购买单用途商业预付卡前，应认真查看发卡企业的营业执照和经营范围，确认经营主体资格，确认是否完成了预付



留存证据及时维权

广大消费者要科学理性消费，追求美丽的同时也不要忽略健康安全；要妥善保管好签订的相关协议、付款凭证、收据、发票等证据；每次消费时，要问清消费金额，掌握预付卡的余额，并留取消费凭证，防止预付卡金额被额外扣减。如果产生消费纠纷，自行协商未果，请及时拨打商家所在地12345市民便民服务热线或登陆全国12315投诉举报平台进行投诉举报，积极维护自身合法权益。（湖北省咸宁市消委会）

卡的备案登记，查看预付卡名称与备案名称是否符合。要选择证照齐全、市场信誉度高、经营状况好、规模较大，入驻“锡预付”平台发卡的企业，降低消费风险。

二、理性进行消费。在办理预付卡时，要确认自己是否真的有长期消费需求，不要被商家宣传优惠折扣而冲动消费，不要贪便宜大量购买，量入为出，适度消费，提高警惕，切莫因小失大。

三、签订书面协议。在办理预付卡时，不要轻信口头承诺，应要求签订书面合同或协议。合同中应有明确的消费卡使用范围、期限、功能、退款流程、违约责任、赔偿方式以及双方的法律责任、义务。同时，消费者要保存好合同（协议）、发票等凭证，详细掌握预付卡消费记录等情况，以便在发生纠纷时有理有据维护自身权益。

四、主动依法维权。办理预付卡后，一旦发生消费纠纷，消费者可凭借相关证据要求发卡企业按照约定条款履行义务，协商无法解决的，积极拿起法律武器维护自己合法权益。

（无锡市锡山区商务局）

冬季食品安全也不能掉以轻心!

进入冬季，天气渐冷。是广大消费者饮食进补的高峰季节，也是食物中毒和肠道疾病的高发季节，冬季饮食怎样吃的开心又安心呢？民以食为天，食以安为先，为预防食源性疾病的发生及消费者饮食安全，烟台市消费者协会联合青岛市消保委，潍坊市、威海市、日照市消费者协会胶东五市消费联盟共同发布冬季食品安全消费提示。

一是要增强食品安全意识。外出就餐时，要选择证照齐全、管理规范、环境温湿整洁的场所；聚餐时请使用公筷公勺或分餐制，荤素搭配；食用煮熟煮透的食物，做到饮食有度，并慎重选择凉菜；冬季是制作、食用腌制类食品的季节，腌制类食物在制作时，腌制发酵过程中会产生亚硝酸盐等有害物质，一次食用过多的酸菜、咸菜或腊肉，容易引发亚硝酸盐中毒。

二是要安全食用火锅。冬季来临，火锅成为广大消费者首选的餐饮方式之一。吃火锅时要坚持生熟分离，防止交叉感染；选择毛肚、牛百叶、黄喉等水发产品时，要警惕通过双氧水、甲醛等化学物质处理后有毒的食材；每次添加汤汁后要等再次煮沸后再继续煮食；食用火锅时，不宜过量进食胆固醇含量较高的内脏；火锅汤底不要喝，火锅涮的时间较长，食材在烧煮过程中会释出嘌呤类物质，且汤内有一定的亚硝酸盐；慎用海鲜、野蘑菇、鲜黄花菜等食品，防止化学性食物中毒，直接危害身体健康。

三是预防诺如病毒传播。冬季是诺如病毒等肠道病毒、流感病毒、呼吸道传染病的高发季节。诺如病毒具有传播速度快、发病急的特点。预防诺如病毒的传播应注意保持食物和饮用水的清洁，餐前便后要用肥皂仔细清洗双手；要及时清洗饮食用具，做到生熟分开；生食的水果和蔬菜要彻底清洗；食物要煮熟煮透，特别是生蚝之类的海产品更是要彻底煮熟；要经常开窗，保持室内空气流通；正确储存食品，食前重新加热。

冬季健康饮食温馨小贴士

冬天天气干燥，要注意及时补充水分。多喝水可以有效的帮助缓解感冒所引起的不适现象；同时还帮助缓解呼吸道干燥，增强机体免疫力。冬天时可以多饮用一些红茶、柠檬水、鸡汤等；冬季多喝水还能加快新陈代谢，起到抵御寒冷的作用，保持身体健康。

1. 适量摄入富含蛋白质、碳水化合物和脂肪的食物。

2. 适量吃些黑色食物利于补肾，如：黑芝麻、木耳、黑豆等。

3. 可适量吃些性质温热且能保护人体阳气的食物，如：韭菜、羊肉等。

4. 多吃萝卜等健康蔬菜，萝卜含有多种微量元素，富含膳食纤维，有增强机体免疫力和促进胃蠕动等功效。

5. 冬季不宜多吃黏硬、生冷的食物，以免损伤脾脏，导致腹痛、腹泻的发生。

(烟台市消费者协会)



避开各种保健食品消费“陷阱”

随着人民生活水平逐步提高，人们对身体健康愈发重视，保健食品销售十分火爆，为指导消费者科学、理性选购保健食品，襄阳市市场监管局特发布消费提示如下：

一、正确认识保健食品。保健食品系指表明具有特定保健功能的食品。即适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的的食品。消费者选购保健食品，要谨防虚假夸大宣传行为，对于宣称能“药到病除”“包治百病”“根治”的保健食品千万不要相信，特别是患有疾病的消费者更应遵循医嘱合理用药治疗，以免延误病情。

二、选择正规渠道购买。对于线下购买，应选择证照齐全的正规商超或药店，注意查看食品经营许可证，其经营范围应注明保健食品销售。对于线上购买，需选择正规的网络平台，仔细核对其食品经营许可证和保健食品注册证书或备案凭证信息，切勿轻信来源不明的朋友圈、微信群、不明小程序等微商信息。通过跨境电商购买保健品时，应当认真、仔细阅读电商网站上的风险告知书内容，结合

自身风险承担能力做出判断，同意告知书内容后方可下单购买。

三、认准保健食品标签。保健食品的标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能。选购保健食品要认清、认准产品包装上的保健食品的“蓝帽子”标志及保健食品批准文号，其中保健食品产品注册信息可在国家市场监督管理总局网站（<http://www.samr.gov.cn/>）查询。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。

四、注意保健食品禁忌。购买食用保健食品应在医生指导下食用，不能过量服用保健食品。盲目滋补，不但造成营养过剩或产生副作用，还容易增加胃肠负担。要详细查看产品标签和说明书，看看自己是不是该产品的“特定人群”、“不适宜人群”。老年人、体弱多病或患有慢性疾病的病人、儿童及青少年、孕妇要谨慎选择，避开各种消费“陷阱”。（襄阳市市场监管局）

临期商品别盲目囤货

“临期商品”作为一种特殊商品，不仅种类繁多，价格上也经济实惠，深受广大消费者青睐，但因临近保质期，如消费不及时，会出现使用安全问题。哈尔滨市消费者权益保护中心近日提醒广大消费者，一定要通过正规渠道选购临期商品，不要盲目囤货。

临期商品是指临近保质期但仍在保质期内的商品，根据相关法律规定，保质期在一年以上的食

品，临近保质期为最后45天；保质期半年至1年的食品，临近保质期为最后30天；保质期半年以内的，临近保质期为最后15天。哈尔滨市消保中心提醒消费者，选购临期商品一定要理性。

选择正规渠道。消费者在购买临期商品时，要尽量选择正规的大型商超，不要选择无证经营店铺或摊点，线上购物时也要选择口碑好、信誉度高、销售量大的电商平台和网店，要及时关注生产

日期，保质期等重要商品信息。经营者要向消费者告知其为“临期商品”和“保质期截止日期”等信息。

关注商品属性。针对不同的商品属性，消费者要综合判断临期商品的品质。例如需要冷冻保存或冷链运输的食品，由于储存条件的限制容易提前变质，需谨慎选择。

留意商品包装、储存及运输条件。临期商品储存时间较长、搬运次数较多，消费者在线下购买时由于商品要在标注的条件下储存。如发现冷藏冷冻食品在常温下保存的情况，切记不要购买。仔细查看商品外包装是否完整，避免出现外包装破损、食

品涨袋、漏气等现象。线上购买时要关注运输时间及运输条件，确保在保质期内到货。

按需适量购买。消费者要根据自己的日常需要确定购买数量，并在保质期内使用完毕。不要因为折扣和低价大量购买临期商品，以免商品过期、变质造成人身伤害。

索要并留存购物凭证。临期商品由于其特定属性，发生变质的可能性相对较大，因此消费者在购买临期商品后，应及时索要并保管好购物凭证。若发现临期商品在保质期内出现质量问题时及时向消保中心（消协）进行投诉维权。（中国消费者报）

冰雪季旅游消费警示

随着元旦假期的临近，很多消费者开始筹划来一场冰雪旅游。近日，山东省淄博市消保委发布冰雪季旅游消费警示。

提前做功课。自由行消费者在旅游之前要查清旅游线路，详细了解旅游项目，尽可能提前预订住宿房间和景点门票；如果选择参团游，要选择有资质、口碑好的旅行社。

理性消费。消费者选择参团旅游时，要坚决抵制不合理的低价旅游团。低于成本报价的旅游团往往自费项目多，购物点多，服务质量差；在旅途中，购买景区的旅游商品特别是当地特色产品，应注意辨别商品真伪和质量，价格要货比三家，按需购买，理性消费，不要被一些导游误导。

签订合同。消费者在签订旅游合同时，内容尽可能详细，要将旅游所包含的每项内容以及旅行社的口头承诺落实到合同当中，包括餐饮的标准、住宿的标准、乘坐的交通工具、旅游路线、游览的景点、景点收费标准、是否有购物店、购物时间等，谨防旅途中导游任意变更合同内容甚至擅自增加收费项目；消费者在签订合同时要拒绝签署对内对外不一致内容的“阴阳合同”以及不公平、不合理的

格式合同。

保障安全。冰雪运动易发生人身安全事故，尤其是滑雪，建议消费者在旅游前最好买一份意外伤害保险，作为防范风险的保障；要做好保暖、防滑工作；要熟悉滑雪场示意图、警示标识安全提示，注意收听滑雪场广播，服从工作人员指导，记住滑雪场紧急求救电话，随身携带好手机。

勇于维权。消费者在旅游过程中要索取、保存相关凭证，如遇到虚假宣传、强迫购物等侵害消费者合法权益的问题时，可以拨打当地旅游、市场监管等部门的投诉电话，勇于维权。

（淄博市消保委）



“萝卜刀”火爆校园，背后有哪些法律风险

近日，打着“解压神器”“解压玩具”标签的“萝卜刀”热卖并在校园走红。这种“萝卜刀”是塑料制品，一甩“刀片”就出来，再一甩就收回，刀体颜色鲜艳，并有手枪造型、夜光功能等多种款式，深受学生喜爱。网上也流出不少学生手拿萝卜刀做出砍、刺、捅等动作的视频。

“现在玩‘萝卜刀’，以后就会玩真刀”“对孩子造成不良影响的玩具，该禁就得禁”……这是许多作为学生家长的网友的看法，他们认为，即使是玩具，也可能对孩子的心理造成一定影响。孩子们喜欢模仿影视剧里的画面来舞弄玩具刀、玩具枪等。其中，拿着玩具刀做刺、捅、戳等动作，可能会从潜意识里激发孩子的暴力倾向。

“三角尺也能扎破白纸，是不是上学就不能带尺子了？”“难道我们只能让孩子在‘无菌室’里成长吗？”也有一部分网友表示，“萝卜刀”并没有什么危险，没有必要谈“刀”色变，毕竟，在80后、90后的童年里，特别是男生的童年里，都会流传着一把枪、一根棍子或者是一把“刀”的故事。

那么对于孩子扎堆玩“萝卜刀”，家长究竟应该如何应对呢？北京市海淀区人民法院法官胡美青表示，未成年子女是无民事行为能力人或限制民事行为能力人，缺乏对事物的理解能力和

处理能力。父母作为子女的第一任老师，应该用正确的方式管理、教育未成年子女，引导其进行有益身心健康的活动，注重增强其自我保护意识和社会责任意识。

“发现孩子玩耍‘萝卜刀’甚至玩耍过程中出现暴力倾向的，家长要履行好教育监护义务。”胡美青解释说，《民法典》规定，父母对未成年子女负有抚养、教育和保护的义务。因此，作为家长，应该注重教育孩子安全知识，让孩子了解使用刀具的风险和注意事项，防止误伤自己也避免用刀具伤害他人。尤其是对于年龄较小的孩子，最好将刀具放到小孩接触不到的地方，防止误拿误用，类似“萝卜刀”的玩具也应该在父母监督下进行玩耍使用。

此外，尽管“管制刀具”的前提是刀具得是金属材质的，“萝卜刀”模仿了弹簧刀自锁的结构却没有弹簧刀的杀伤力，但短视频平台上几乎所有有关“萝卜刀”的演绎就是突然甩刀、捅人，甚至“割喉”。

事实上，各大社交媒体平台上都有人通过试验展示，有几款“萝卜刀”虽然是塑料材质，但是尖头处很硬，稍微用力便能插破白纸，扎入苹果。有专家表示，“萝卜刀”确实存在一定安全隐患，其玩具顶部有些坚硬，孩子们在玩耍时如果不注意力道，或者奔跑追逐时不慎摔倒，

很容易伤到眼睛等身体脆弱部位。

现实中，如果孩子在玩耍“萝卜刀”的时候不慎伤人，谁该为此承担责任？

对此，胡美青表示，《民法典》规定，未成年子女造成他人损害的，父母应当依法承担民事责任。监护人尽到监护职责的，可以减轻其侵权责任。如果未成年子女使用“萝卜刀”伤害了他人，则父母应当承担赔礼道歉、损害赔偿等侵权责任。同时，监护人尽到监护职责的，可以减轻其侵权责任。

“监护人承担侵权责任的原因在于监护职责，如果监护人已经尽到监护职责的，虽然不能完全免除其侵权责任，但可以减轻。”胡美青介绍说，比如，如果未成年子女在课堂使用“萝卜刀”将他人扎伤，学校未尽到教育、管理职责，应当承担责任；实施加害行为的未成年人的父母作为监护人，也要对加害行为承担侵权责任，但因是在学校上课期间，父母的监护职责无法完全行使，因此可以适当减轻。

胡美青提醒，未成年人身心往往不成熟，过度沉迷或者不当使用“萝卜刀”不仅对未成年人的身心带来消极影响，还可能引发暴力伤害。父母或其他监护人，应及时并以适当的方式教育和影响未成年人，引导未成年人树立安全观。（法治日报）

三类“会销”骗局老人最易上当 小恩小惠要提防

“药品保健品”“收藏品”、“投资即返利”养老项目是涉老“会销”诈骗常见的三类骗局。这是东城法院近日通报审理的涉老诈骗案件的一大内容。

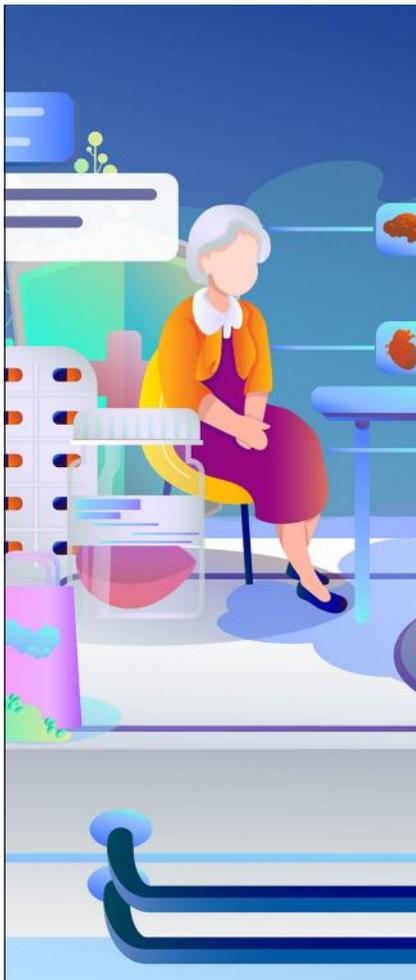
包住包游“会销”欺诈骗 小恩小惠诱骗购买

法院经调研发现，通过“展会”、“说明会”等形式展开的涉老“会销”诈骗案件，呈现犯罪团伙层级复杂、参与人员多，犯罪手段趋于精细化、专业化，犯罪场域、对象呈现跨区域、涉众化，犯罪内容更具诱惑性、欺骗性等特点。

东城法院刑事审判庭副庭长姬广胜介绍，犯罪分子瞄准老年人渴望健康、养生、长寿的心理或者利用老年人希望通过投资盈利、强化养老保障能力的心理，向老年人推销祖传秘方、特效药等或推销价格虚高的所谓藏品。但事实上，这些药品保健品往往夸大功效，甚至是“三无”产品，而所谓的藏品也往往不具备升值空间。

“犯罪分子也会通过免费讲座、体验等形式，吹嘘所谓在建养老公寓、养老理财服务等养老项目诱骗老年人投资理财，但最终养老项目石沉大海，承诺的高额利息无法兑现。”姬广胜解释。

相对于一对一的推销诈骗，



“会销”诈骗更便于犯罪分子打专业牌、赔本牌，往往更容易得逞。姬广胜分析，一方面，“会销”诈骗可以通过集中展示“专业人设”的包装宣传，对老年人进行洗脑；同时通过让老年人免费试吃试用，甚至包住包游等小恩小惠实现人员聚集，营造生意火爆、盈利丰厚、“不投资不购买就是吃亏”的氛围，利用心理学上的“从众效应”，让老年人“心甘情愿”掏腰包。

一场保健品“会销” 骗了30多位老人

东城法院刑事审判庭副庭长罗兰介绍了两起典型案例。在一起保健品药品“会销”案件中，四名被告人以免费旅游等为由吸引老年人参加北京周边地区旅游活动，其间在住宿酒店冒充医疗博士开办所谓健康讲座及诊疗活动，将原本作为食品生产、销售的凝胶糖果，虚假宣传为具有治疗眼部疾病或改善相关效果的药品销售，骗取30余名老年人共计人民币40余万元。

另一起收藏品“会销”案件中，被告人虚构能帮助被害人将收藏品高价拍卖等事实，邀请被害人前往公司、后以收取委托拍卖合同佣金、拍卖服务费、拍卖保证金等名义，骗取92名被害人共计人民币320.8万元。两起案件中的被告人均被判处相应刑罚。

►提醒

罗兰提醒，老年人一定要远离“免费体验或试用”“专利、高科技、特殊疗效、绿色环保”“科学检测、名义会诊、专家诊断”“免费、廉价吃住玩”“小本投资高回报”等宣传内容，“您认为参加活动，只要一分钱不出就能薅人家的羊毛，殊不知最后吃亏上当的，很可能还是您自己。”（北京晚报）

聚能环中毒事件频发 警惕所谓“厨房神器”

“聚拢火焰，节省燃气”“锯齿防滑，炒菜不滑锅”“搪瓷工艺，耐锈耐腐蚀”……看到这些广告，许多人下单购买了这款“厨房神器”。

记者调查发现，在部分电商平台上，一些店家低价兜售燃气聚能环，销量火爆。尽管相关部门长期宣传聚能环并无节能效果且存在重大安全隐患，但由于大量虚假宣传营销推广，消费者自行加装聚能环而引发的安全事故屡屡发生。

中毒事件频发各地多部门发布安全提示

今年7月初，北京市海淀区西北旺镇航天城社区居委会在微信公众号发布安全提示称，该镇域内发生一起因使用燃气灶聚能环（防风罩）引起一氧化碳中毒造成2人死亡的事故，要求居民立即停止使用聚能环。

近年来，全国多地因使用聚能环而导致一氧化碳中毒或死亡事件屡屡发生。2022年，北京市石景山区永乐东区、燕保京原家园等小区发生多起居民自行加装聚能环致一氧化碳中毒事件；2021年，大连市西岗区日新街道唐山街一户居民因使用聚能环发生一氧化碳中毒；2021年，内蒙古包头市昆



都仑区发生4起使用聚能环导致一氧化碳中毒事件……

大连华润等多家燃气公司发布公告称，使用聚能环并不能起到节能效果——燃气会因为聚能环的遮挡导致不能充分燃烧，不完全燃烧产生的热量只有完全燃烧时的60%，因此在使用过程中反而会造成大量的燃气浪费。若使用不当，还会因为燃气燃烧不充分引发一氧化碳中毒。

在一个实验视频中，北京市公用事业科学研究所高级工程师兰涛直观演示了聚能环存在的安全隐患：当灶台加装上聚能环工作一段时间后，检测仪发出尖锐报警声，此时一氧化碳浓度达到对人体有害的程度。

“此类聚能环在使用过程中会堵塞氧气进气通道，造成天然气燃烧不充分，产生大量一氧化碳。”兰涛说。

一些地方市场监管部门和应急管理部门多次发布安全提示，或明令禁止使用聚能环。

2022年，北京市市场监管局发布《关于燃气灶用聚火防风装置产品安全提示》，明确提示消费者“不应私自在燃具上安装出厂产品以外的可能影响燃具性能的装置或附件”。

北京市通州区应急管理局、石景山区应急管理局、海淀区物业管理协会等机构也提醒市民，“私自加装燃气灶聚火防风装置会产生很大安全隐患”。陕西榆林、新疆乌鲁木齐、黑龙江佳木斯等地已明令禁止使用聚能环。

网售生意火爆产品质量堪忧

记者采访发现，尽管相关部门长期宣传该产品的危险性，但大多数受访社区居民表示，

平时较少关注此类安全事故报道，日常在社区宣传栏等场所也没有看到安全提示，不太了解其危险性。相反，由于一些商家长期宣传聚能环具有提高烹饪效率、节约燃气功效，产品受到不少消费者青睐。

记者在国内多家电商平台搜索发现，当前通过网络销售聚能环的店家不在少数。例如，在国内某知名电商平台上搜索“燃气灶防风节能环”关键词，平台显示共有5000多件商品，价格最贵的200元左右，最便宜的只需3至4元。

一些电商平台商家以“买一送一”等低价优惠吸引买家，销售数据显示，多家店铺销量已破10万件。其中，销量最好的一款聚能环月销量达2万，用户评价超过2万条，售价为13.9元。

记者发现，部分商家宣称聚能环“聚火节能，不压火不熄火”“适用各种款式锅具，稳固防滑”“经过防锈防腐蚀处理，经久耐用无异味”，且保证不存在安全隐患，出现质量问题随时退换。

然而，用户评价显示，部分消费者购买聚能环后发现产品质量差，有的用铁皮冒充不锈钢；有的产品使用后涂层散发异味，油烟机提示有煤气泄漏；有的客服态度敷衍，对有质量问题的产品根本不予退换。当记者就产品质量合格证明询问商家时，均被回应“无法提供产品质检报告”。

记者下单购买了一款售价13.9元的聚能环。产品说明书上的“注意事项”只提及“严禁直



接在玻璃灶面上使用”，不但未提燃气燃烧不充分可能引发一氧化碳中毒的危险，反而声称“本品能使燃气充分燃烧，达到减少有毒气体一氧化碳排放量50%—80%”。

据天眼查显示，该生产厂商位于浙江省永康市，登记为个体工商户；在国家标准化管理委员会官网上查询该产品合格证信息发现，该产品不仅没有登记在案，反而涉嫌盗用别家企业信息。

加强安全隐患排查，做好居民安全教育

国务院公布的《城镇燃气管理条例》第二十八条规定：燃气用户不得擅自安装、改装、拆除户内燃气设施和燃气计量装置。《燃气工程项目规范》（GB 55009-2021）要求，家庭用户不应私自在燃具上安装出厂产品以外的可能影响燃具性能的装置或附件。

市场监管总局认证监管司有

关负责人说，聚能环不属于强制性产品认证范围。根据专家反馈，聚能环可能影响燃气灶具燃烧器火焰周围的空气流动，对正常燃烧工况产生不利影响，从而引发一氧化碳超标等问题。建议用户不要擅自原装燃气灶具上加装聚能环。

北京市海淀区市场监督管理局产品科科长王浩介绍，目前，国家及行业尚未制定聚能环等聚火防风装置类产品的标准或规范。在市场单独销售的聚能环等聚火防风装置属于产品质量法规定的“使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品”，应当按照法律规定在产品或者其包装上标明安全使用注意事项等中文警示说明。

北京消防有关负责人介绍，要积极引导广大群众选购正规厂家生产的合格燃气产品，在日常生活中养成良好的燃气使用习惯。例如，在通风良好的场所使用燃气，不要在燃气设施附近放置易燃物品；定期检查燃气设施是否漏气，燃气灶具的使用年限不得超过8年；不要私自修理燃气设施，应该联系专业人员进行维修和更换。

此外，还应进一步做好居民安全教育。专家建议，通过线下载安全使用手册、入户宣讲等形式强化居民的安全用气意识；充分利用好“互联网+”宣传新模式，将安全用气知识制作成简单易懂的短视频，依托社区住户群、朋友圈、短视频平台等多种线上渠道进行发布，以此扩大宣传面。（新华社）

带有泥沙的蔬菜水果 是否属于禁止销售的食用农产品？

新修订的《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》（市场监管总局令第81号，以下简称《办法》）于2023年12月1日正式实施。

销售者应该严格遵守相关法律法规和标准，确保销售的食用农产品安全、合格，保障消费者的健康和他安全。不符合国家相关法律法规和标准的食用农产品禁止销售。

一、哪些属于禁止销售的食用农产品？

禁止销售者采购、销售《中华人民共和国食品安全法》第三十四条规定情形的食用农产品。

1.用非食品原料生产的食品或者添加食品添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康物质的食品，或者用回收食品作为原料生产的食品；

2.致病性微生物，农药残留、兽药残留、生物毒素、重金属等污染物质以及其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准限量的食品、食品添加剂、食品相关产品；

3.用超过保质期的食品原料、食品添加剂生产的食品、食品添加剂；

4.超范围、超限量使用食品



添加剂的食品；

5.营养成分不符合食品安全标准的专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品；

6.腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品、食品添加剂；

7.病死、毒死或者死因不明的禽、畜、兽、水产动物肉类及其制品；

8.未按规定进行检疫或者检疫不合格的肉类，或者未经检验或者检验不合格的肉类制品；

9.被包装材料、容器、运输工具等污染的食品、食品添加剂；

10.标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食品、食品添加剂；

11.无标签的预包装食品、

食品添加剂；

12.国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品；

13.其他不符合法律、法规或者食品安全标准的食品、食品添加剂、食品相关产品。

《中华人民共和国食品安全法》第三十四条规定

二、可挑选的蔬菜水果带泥带沙不属于禁止销售的食用农产品

可挑选的果蔬类食用农产品带泥、带沙、带虫、部分枯萎，以及可挑选的水产品带水、带泥、带沙等，不属于《中华人民共和国食品安全法》规定禁止销售的腐败变质、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常等情形。

国家对禁止销售的食用农产品做出了明确规定。集中交易市场开办者要履行入场销售者登记建档、签订协议、入场查验、场内检查、信息公示、食品安全违法行为制止及报告、食品安全事故处置、投诉举报处置等管理义务，食用农产品销售者要认真履行进货检查验收制度等主体责任，让我们共同维护食品市场的健康秩序。（北京市市场监管局）

冬季新宠冲锋衣，你买对了吗？

天气渐凉，款式多样的冲锋衣成为冬季新宠。市场上宣称“冲锋衣”的服装琳琅满目，价格差异较大，常常使消费者难以抉择。部分“冲锋衣”产品或是采用冲锋衣的经典设计，或是宣称具备防水、透湿等功能，却采用FZ/T 81010《风衣》、FZ/T 81007《单、夹服装》等行业标准或企业标准。为切实保障广大消费者合法权益，四川省市场监管局日前提醒消费者科学选购，谨慎消费。

GB/T 32614《户外运动服装冲锋衣》将冲锋衣定义为采用防水透湿性能的纺织面料，加工制成的用于户外运动的、具有防水透湿功能的服装。其核心功能是“防水”和“透湿”，户外运动时穿着冲锋衣可确保服装外层的水无法渗透进来，同时汗液可及时蒸发出去。

防水性能是指服装抵抗被水润湿和渗透的能力，主要考核面料表面抗湿性和抗静水压，表面抗湿性好的面料可使滴落在面料上的水滴自然滑落，抗静水压好的面料可长时间保持服装里层不渗水、不潮湿。透湿率反映面料将汗液以水蒸气的形式传导到外界的能力，直接影响穿着的舒适性。

为使冲锋衣满足多种户外运动需求，GB/T 32614—2016《户外运动服装冲锋衣》将冲锋衣面料功能性要求分为Ⅰ级和



Ⅱ级，Ⅰ级更适用于专业户外运动。今年9月7日，市场监管总局、国家标准化管理委员会发布最新《户外运动服装冲锋衣》标准即GB/T 32614—2023，并将于2024年4月1日正式实施。与2016版相比，新标准进一步提高了面料的功能性要求。

四川省市场监管局提醒消费者，在选购和使用时要注意查看产品是否标注产品名称、规格型号、安全类别、维护方法、生产厂家厂名和厂址等信息，无产品质量检验合格证明、中文标明的产品名称、生产厂家厂名和厂址的“三无”产品建议不购买。

关注是否标注安全标准和产品标准。安全标准应当标注GB 18401—2010（适用14岁以上）或GB 31701—2015（适用14岁及以下儿童）；建议选购产品执行标准为GB/T 32614—2016或GB/T 32614—2023的冲锋衣，专业户外运动优选Ⅰ级。如标注其他标准，可通过全国标准信息公共服务平台（<https://std.samr.gov.cn/>）查阅，标准未涵盖透湿率、静水压、表面抗湿性时，不建议作为冲锋衣用途购买。

查看冲锋衣缝制细节。观察服装针脚是否整齐，接缝处是否有压胶，压胶是否平整。通过试穿感受风雨帽、魔术贴、抽绳等设置是否合理，便于使用。

正确穿着和维护。依据标注的维护方法进行洗涤干燥，选择中性洗涤剂手洗或机洗，不宜采用长时间浸泡、干洗、强力甩干、拧绞等清洁方式。多次洗涤将影响冲锋衣的防水透湿性，可通过湿毛巾擦拭等方式适当减少洗涤次数。建议不穿时悬挂存放。（四川省市场监管局）

如何挑选安全的不锈钢电热水壶

不锈钢电热水壶是一种便捷的小家电，可将水加热至沸腾。一般具备快速沸水、水沸腾后自动断电，以及防干烧断电等功能。由于不锈钢的金属特性稳定、化学性质良好，广受消费者青睐。为了帮助消费者科学选购和使用不锈钢电热水壶，特作如下消费提示。

一、认准执行标准

电热水壶在设计、生产过程中需要遵循食品安全标准、产品质量标准和电气安全标准。

在食品安全方面，电热水壶中与食品直接接触的原材料、不锈钢材料的迁移物，应符合《食品安全国家标准食品接触用金属材料及制品》（GB 4806.9—2016）相关规定。

在产品质量方面，电热水壶需符合《电水壶性能要求及试验方法》（GB/T 22089—2021）中对于容积偏差、沸水断电温度、沸水断电时间、复位时间、热效率等使用性能的指标。

电气安全方面，电热水壶应符合《家用和类似用途电器的安全第1部分：通用要求》（GB 4706.1—2005）和《家用和类似用途电器的安全液体加热器的特殊要求》（GB 4706.19—2008）等强制性标准。



二、不锈钢电热水壶的选购

一要关注产品的执行标准。检查是否符合我国的相关规定。

二要观察电热水壶的外观。应尽量选择塑料或不锈钢外壳较厚且外观美观的产品。

三要了解电热水壶的材质。根据我国食品安全标准GB 4806.9—2016规定，电热水壶中与食品直接接触的不锈钢材质应为“奥氏体型、铁素体

型、奥氏体·铁素体型”等材料。

四要查看产品的标签和标识。是否标注了生产厂家的详细信息以及产品符合的执行标准。

五要确认电热水壶是否有CCC标识。电热水壶需经强制性产品认证。

三、不锈钢电热水壶的使用

使用不锈钢电热水壶前，务必仔细阅读产品说明书，并严格按照说明书的要求进行操作。避免误操作导致意外情况发生。

在加水时，切勿超过电热水壶的最大容量，以防止溢出导致短路或火灾。

在使用过程中，避免因无人看管导致干烧造成危险。勿触摸壶体或电源线，特别是确保儿童不会接触到电热水壶。

在清洁不锈钢电热水壶时，使用普通的洗涤剂即可。避免使用具有腐蚀性的清洁剂，以防止对不锈钢内胆造成腐蚀，从而降低产品的使用寿命。

此外，切勿使用不锈钢电热水壶来烹饪含有酸、碱、盐等强电解质成分的食物，以免腐蚀壶体并增加有害重金属元素的析出风险。

（市场监管总局）

倡导科学健康消费理念 提供权威实用消费资讯



北京消协在您身边

www.bj315.org/



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