

# 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

2024.第1期

1

总第136期



## 激发消费活力

P21 四协会倡议住宿业减少一次性塑料制品使用

P33 教育部提醒：校外培训安全问题不能小觑

P25 年夜饭不是“最低消费”的特例

P44 麻辣烫不安全不健康吗？



## 市消协党支部开展 “感悟真理力量 砥砺初心使命”主题党日活动

为巩固深化主题教育成果，用好马克思主义这个传家宝，2024年1月19日，市消协党支部组织全体党员干部赴中法大学旧址开展“感悟真理力量 砥砺初心使命”主题党日活动。

中法大学旧址位于东城区东皇城根北街，这里曾培养出一批具有爱国主义情感和进步思想的学生，其中很多人成为新中国成立初期文化和教育界的领军人物，是中国共产党早期北京革命活动地之一。大家怀着崇敬之情参观了分别位于旧址礼堂和教学楼的“马克思主义在中国早期传播专题展”和“马克思主义中国化的光辉历程专题展”。展览通过大量文献文物、图片资料、艺术作品，结合历史场景复原、沉浸式阅读享受、多媒体影音体验等展陈形式，全面系统展示马克思主义在中国的传播和发展。大家

在参观过程中，深刻感知到了中法大学旧址所承载的重要历史及其焕发着的新时代光彩，感悟着百年党史蕴含的真理力量。

参观结束后，大家纷纷表示，要持续加强学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，掌握并运用其中蕴含的道理哲理、立场观点方法，真正运用好马克思主义这个看家本领，提升各方面能力，投身消费维权事业高质量发展。要继承革命传统，发扬革命精神，工作生活中吃苦耐劳、严于律己，紧紧围绕“强党建、稳秩序、促发展、保安全”工作主线，自觉践行“首善标准、监管为民”文化核心理念，立足本职岗位，认真履职尽责，为服务首都市场监管事业高质量发展贡献力量。



## 激发消费活力，助力经济行稳致远

2024年是新中国成立75周年，也是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。习近平主席在今年的新年贺词中强调，“加快构建新发展格局，推动高质量发展，统筹好发展和安全”；“巩固和增强经济回升向好态势，实现经济行稳致远”；“我们的目标很宏伟，也很朴素，归根到底就是让老百姓过上更好的日子”。

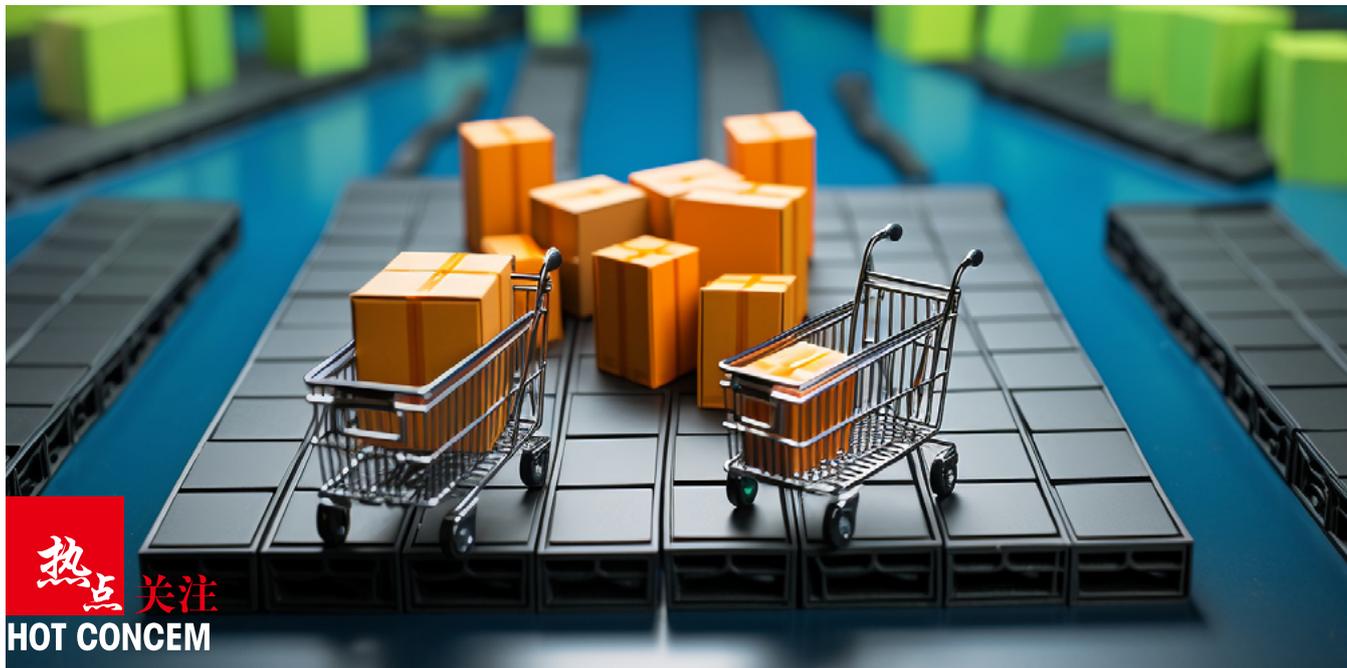
为充分发挥消费对经济发展的基础性作用，助推高质量发展迈出坚实步伐，中国消费者协会确定2024年全国消协组织消费维权年主题为“激发消费活力”。其核心涵义就是，各级消协组织要有力有效履行保护消费者合法权益法定职责，优化消费环境，让消费者敢消费、愿消费、乐享高品质消费，推动消费从疫后恢复转向持续扩大，为巩固和增强我国经济回升向好态势、实现经济行稳致远提供助力。

一是要提升消协组织维权能力，帮消费者解决后顾之忧，让消费者敢消费。消费涉及日常生活、关系千家万户，保障消费者合法权益不受侵犯，是人民群众在消费领域最关心最直接最现实的利益问题。新时代消费升级日益加速，消费领域新场景、新业态、新科技不断涌现，与之相伴的是，侵权手段花样翻新，令人防不胜防。消协组织要立足自身职责，创新维权方式，提升维权效能，以更便捷高效的投诉处理、更深入有力的消费监督、更坚决大胆的揭露批评、更有益有效的提示警示，切实保护消费者合法权益，助力消除消费痛点堵点难点，遏制不法经营行为，增强消费者购买信心，激发消费活力，释放消费潜能。

二是要协同共治优化消费环境，助消费者增强获得感，让消费者愿消费。当前，消费领域还存在预付商家“跑路”、大数据算法“杀熟”等现象，消费维权政策法律相对滞后，经营者与消费者信息不对称、力量不平衡，“一老一小”消费者权益保护仍需加强。消费环境与消费者的消费意愿不相符，与高质量发展的要求不匹配。消协组织要发挥社会共治平台作用，汇聚社会各方面力量，促进完善消费者保护体制机制，建立健全涵盖立法、行政、司法、社会保护以及消费者自我保护的消费维权治理格局，从政策、制度、法律、标准、舆论等多层次、多领域、全方位加强消费者权益保护，推动维权共建，强化保护共责，实现成果共享，构建消费者友好型消费环境，提升消费者获得感，促进消费活力迸发，为高质量发展筑牢基础。

三是要释放消费升级潜能，助力高质量发展，让消费者乐享高品质消费。高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，人民幸福安康是推动高质量发展的最终目的。消协组织要在推动实现经济质的有效提升上下功夫，促进高质量的供需对接，提升消费品质。要大力倡导绿色低碳消费，帮助消费者树立绿色消费观念，推动经营者对标高质量发展要求，提供更多绿色环保的产品和服务。要针对消费领域新场景、新业态、新模式，找准痛点堵点卡点，联合相关部门推动问题解决，加强引导规范，促进新型消费健康发展。要积极向有关部门建言献策，不断优化消费者权益保护法律政策环境，着力构建有助于产品服务提质升级的标准体系。要主动向生产经营者反映消费者需求，助力行业企业优化消费体验，提升消费供给对消费需求的适配性，以高质量供给满足消费者日益升级的美好生活需求，不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。

本刊编辑部  
2024年1月31日



**热点关注**  
**HOT CONCERN**

### P04 激发消费活力 促进和扩大消费

2023年，市消协深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，坚持首善标准，立足首都城市战略发展定位，紧紧围绕“强党建、稳秩序、促发展、保安全”的工作主线，坚决落实市局党组工作部署，以主题教育为契机扎实推进协会各项工作。2023年市消协围绕中消协“提振消费信心”年主题多渠道开展消费教育，防范化解消费安全风险；多举措加强投诉受理，提高消费纠纷化解效能；多维度推动社会监督，促进消费环境优化升级；多形式深化区域合作，推动消费维权协同发展；固本强基，凝聚力量，开创首都消保维权工作新局面。

#### 卷首语

01 激发消费活力，助力经济行稳致远

#### 本刊策划

04 提振消费信心 促进和扩大消费

#### 热点关注

- 08 中消协确定2024年消费维权年主题：激发消费活力
- 10 中国消费者协会秘书长解析2024年消费维权年主题：激发消费活力，推动消费持续扩大
- 12 中消协发布2023年第四季度消费维权舆情热点
- 14 六部门：进一步加强适老化无障碍出行服务 优先给老年人安排下铺
- 15 北京：3种方式帮老年人打车，95128热线优先派单！

- 16 市场监管总局近日发布《保健食品标志规范标注指南》引导消费者科学购买保健食品
- 17 11部门联合发布通知开展“信号升格”专项行动
- 18 市场监管总局等三部门 联手加强重点儿童和学生用品安全管理
- 18 建立并实施药品追溯制度《药品经营和使用质量监督管理办法》1日起施行
- 19 “睡眠保单”信息查询平台上线 便利消费者了解相关保单情况，优化保险配置
- 20 《未成年人网络保护条例》2024年1月1日起正式施行
- 21 中消协等四协会联合倡议：住宿业减少一次性塑料制品使用
- 21 12306推出春运学生、务工人员专区预约购票功能
- 22 与物业条例规定不符，北京废止这些文件！涉物业收费等

#### 消费时评

- 23 包装费不能成为“乱包费”
- 24 自动续费的“弯弯绕”咋就关不了？
- 25 年夜饭不是“最低消费”的特例
- 26 创业“假培训”频现 “真服务”要跟上

#### 消费提示

- 27 北京市市场监督管理局、北京市消费者协会发布春节消费提示
- 28 北京市市场监督管理局、北京市消费者协会发布春节旅游消费提示
- 29 春节将至，如何合理规避消费陷阱和消费风险？这些提示需注意！
- 30 市场监管总局发布消费和风险提示 这5类产品要科学购买和使用
- 32 买“国库券”可退培训费？小心诈骗！
- 33 教育部提醒：校外培训安全问题不能小觑



## P35 购买电动自行车注意 “四看两问”

电动自行车是广大市民出行的重要交通工具。如果购买时选择不当，容易引发交通安全问题，留下消防安全隐患。消费者要谨慎购买、安全使用，注意“四看两问”。

- 34 爱美之心人皆有，美容整形须谨慎
- 35 购买电动自行车注意“四看两问”
- 36 车用汽油清净剂产品知识科普及消费提示
- 36 预包装食品消费提示

### 消费课堂

- 37 “物业直租”真假难辨，租赁合同请仔细看好
- 39 冰雪运动热起来 当心被这三大“坑”绊倒
- 41 法官教你识别养老金融套路
- 42 购买保温杯 材质要选对
- 43 超市停业，充值卡内的余额可以退还吗？
- 44 麻辣烫不安全不健康吗？

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

面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。



主办	北京市消费者协会
编委会主任	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	<a href="http://www.bjxf315.com">http://www.bjxf315.com</a>
邮箱	<a href="mailto:bjxfz315@126.com">bjxfz315@126.com</a>

2024年 第1期（总第136期）  
京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流

# 提振消费信心 促进和扩大消费

## ——北京市消协2023年工作回顾

2023年，市消协深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，坚持首善标准，立足首都城市战略发展定位，紧紧围绕“强党建、稳秩序、促发展、保安全”的工作主线，坚决落实市局党组工作部署，以主题教育为契机扎实推进协会各项工作。

坚持旗帜鲜明讲政治，坚定捍卫“两个确立”，坚决做到“两个维护”。扎实开展习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，用党的创新理论武装头脑；坚持“以消费者为中心”的工作理念，大力推动协会行风建设；严格履行意识形态工作责任制，切实维护消费领域安全稳定。



9月27日上午，市消费者协会党支部组织党员赴中国现代文学馆开展主题党日活动，参观了纪念毛泽东同志诞辰130周年、抗美援朝战争胜利70周年“坐标——中国现代文学馆藏革命文物展”，亲身感受了“坐标”的力量。

### 多渠道开展消费教育，防范化解消费安全风险

2023年市消协围绕中消协“提振消费信心”年主题以及消费领域舆情热点，积极开展消费宣传教育。一是通过大众媒体对外发布调查报告、消费提示等新闻稿件33篇，中央电视台等媒体广泛报道。二是充分利用协会宣传阵地，截止12月底，通过“北京消协”头条号发布信息2902条，累计展现量10711515次；发布视频12个，累计展现量25747次；通过“北京消协”微信公众号推送信息748条，累计阅读量为192083次，在省级消协微信公众号排名前五；通过北京市消费者协会网站发布信息5160条，累计阅读量为1275739次；《北京消费者》刊物出刊12期，刊发稿件信息465篇。3·15期间通过“北京消协”抖音号开展消费维权直播活动，观看量11.6万人次。三是通过进社区等方式加强点对点消费教育，每月举办“月月315”法律咨询服务活动，现场为消费者答疑解惑，提高消费安全意识。



北京市消协网站



《北京消费者》期刊



6月15日，北京市消协、西城区消协联合西城区市场局消保科、西长安街市场监管所在府右街南社区开展“月月315”消费维权专家法律咨询服务活动。活动邀请了20名消费者代表和20名西单商圈商户代表，现场免费接受专家法律咨询服务及专业性指导。



8月15日上午，北京市消协、通州区消协联合通州区潞源街道市场所继续邀请消费维权领域专家律师开展“月月315”消费维权现场法律咨询服务，共有20余名消费者代表参与本次活动。



“北京消协”头条号



“北京消协”微信公众号

### 多举措加强投诉受理，提高消费纠纷化解效能

一是发挥投诉调解作用，截止9月底，市消协“96315 投诉咨询热线”登记消费者投诉咨询83667件，其中投诉23754件，办结16936件，为消费者挽回经济损失342.17万元。二是深化对投诉数据的分析运用，定期开展投诉分析，对每季度投诉排名前十的企业进行约谈，督促企业抓好整改，保障消费者合法权益。与系统相关单位签订《市场监管领域数据信息共享机制协议》，促进投诉信息互联互通。三是开展消费维权法律服务，组织专家律师为全市消协系统和消费者提供法律指导与支持，截至9月底，为市、区消协提供法律咨询56件/次，出具书面法律意见51份，累计为消费者提供法律咨询68小时。



### 多维度推动社会监督，促进消费环境优化升级

一是开展冲锋衣、儿童服装、儿童玩具、家用电器、净水机、休闲鞋背提包、有机红酒、茶叶和羽绒服等9项商品比较试验，试验结果向社会通报，帮助消费者科学选购。二是开展旅游消费体验式调查、互联网消费重点领域热点问题调查、反食品浪费消费调查、消费维权环境评价体系建设调查、老年群体消费维权问题调查、新型消费业态现状和维权问题调查等6项消费调查，组织开展专家研讨，结合调研结果提出针对性建议，其中旅游消费体验式调查成果已报市政府办公厅特刊。三是开展诚信服务承诺



4月28日，北京市消费者协会召开二手交易行业发展与消费者权益保护座谈会暨企业约谈会，对存在问题的7家二手房交易服务企业，7家二手车交易服务企业，8家二手奢侈品交易服务企业进行集体约谈。



3月17日，第三届京津冀消费维权高端论坛在北京举办。论坛对近两年来京津冀三地消协组织强化消费维权区域协作的工作情况进行了梳理盘点，向餐饮外卖企业赠送食安封签，启动京津冀消协组织“宠物成长消费教育”系列公益活动，发布了包括快递消费警示、“盲盒”调查报告等一系列与消费者日常生活密切相关的热点消费领域的消费警示、调查报告和比较试验结果来自京津冀市场监管局、消协组织、行业协会以及三地部分经营者、消费者代表等出席了本届论坛。



5月25日下午，北京市消费者协会组织召开直播电商行业发展与消费者权益保护座谈会暨企业约谈会，中国消费者报社、北京市市场监管局执法大队、消费者权益保护领域专家、学者及直播电商行业相关企业代表参会。

活动，推出诚信服务承诺单位227家。四是针对预付式消费问题，向大兴区体育局发送《关于进一步加强体育行业单用途预付卡监管，共同维护消费者权益的建议函》。五是针对舆情热点，对票务平台、体检机构、网络直播企业、盲盒经营企业、网盘经营企业等多家经营者进行调研和约谈，督促企业规范经营，提高服务质量水平。

### 多形式深化区域合作，推动消费维权协同发展

2023年京津冀三地消协组织积极推进维权协同，一是联合开展商品比较试验和社会调查，三地消协组织联合发布床上用品和手动轮椅车比较试验结果、婚介服务和盲盒消费调查报告。二是针对保价赔付问题共同约谈顺丰等快递企业。三是在京津冀地区多家快递公司面单上加印提示内容，随包裹发送至三地消费者手中，提醒消费者保护个人信息，谨慎参与返款获利等活动，快递面单使用



11月6日，京津冀消费维权联盟召开2023年年会。为更好地服务京津冀三地消费者，北京市东城区、西城区、通州区，天津市河东区、河北区、河西区，河北省承德市、廊坊市、保定市等基层消协签署了“京津冀区级结对消协组织合作协议”，协议规定，消费者在“六区三市”购买商品或接受服务时产生消费纠纷，均可向消费纠纷发生地或居所的基层消协投诉。

量达1亿件。四是对外卖餐饮服务企业发出推广使用“食安封签”的倡议，向外卖餐饮企业赠送500万枚“食安封签”。五是开展“宠物安心成长”消费教育活动，已推出70期宠物消费教育短视频，帮助养宠消费者树立科学消费观念。同时，市消协认真做好香港消委会访京调研相关支持工作，组织开展京港两地消费维权工作座谈，推动两地合作进一步深化。

### 固本强基，凝聚力量， 开创首都消保维权工作新局面

(一) 坚定不移推进全面从严治党。持续学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，全面加强协会行风建设，不断推动市消协党支部建设优化完善，切实为做好消费者权益保护工作提供坚强政治保障。

(二) 多措并举开展消费教育。加强自媒体建设，围绕市局工作主线挖掘宣传重点，积极关注消费有关的舆情热点问题，做好消费舆情应对，守好意识形态阵地，媒体宣传做到高站位、低姿态，达到高覆盖、讲实用的宣传效果。微信公众号、头条号确保工作日不间断发布消费信息提示，《北京消费者》刊物全年印发12期，加强“抖音”等视频号的建设维护。继续开展“月月315”法律咨询服务活动，探索更多活动场景。

(三) 强化消费者投诉受理与数据分析。梳理每月投诉数据，指导区消协工作；探索完善工作机制，对每季度投诉突出的企业采取调研、约谈、限期整改、公开劝喻等方式，促进消费者保护落到实处；做好全年投诉数据分析工作，形成有指向、有针对性、有现实意义的投诉分析报告，强化消费维权趋势研判和风险预警。

(四) 高标准完成商品比较试验和消费调查工作。结合向社会公开征集的数据信息，2024年计划开展电饭煲、不粘锅、护眼灯、投影仪、面膜及防晒霜、学习桌、散热器、花洒、调味品、休闲服装、户外用品、床上用品、儿童服装等六大类13种商品的比较试验。开展共享充电宝消费维权调查、反食品浪费调查、民宿消费调查、单用途预付卡消费调查、北京市家装家居消费调查、北京市大型舞台演出消费调查、“扫码强制关注使用”消费调查、旅游消费调查、网络直播带货消费调查等9项社会调查。

(五) 持续深化京津冀消费维权协作。推动完善京津冀消费维权组织联席会议机制，在消费教育、投诉受理、社会监督等工作中促进维权协同。

# 中消协确定2024年消费维权年主题：激发消费活力

2024年是新中国成立75周年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。为全面贯彻党的二十大精神，落实中央经济工作会议部署，切实保护消费者权益，更好满足人民群众美好生活需要，充分发挥消费对经济发展的基础性作用，助推高质量发展迈出坚实步伐，在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上，中国消费者协会确定2024年全国消协组织消费维权年主题为“激发消费活力”。

## 年主题涵义

“激发消费活力”年主题的涵义是，各级消协组织要有力有效履行保护消费者合法权益法定职责，优化消费环境，让消费者敢消费、愿消费、乐享高品质消费，推动消费从疫后恢复转向持续扩大。具体如下：

**一是提升消协组织维权能力，帮消费者解决后顾之忧，让消费者敢消费。**党的二十大报告提出，“必须坚持人民至上”，“要实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益，紧紧抓住人民最关心最直接最现实的利益问题”。保护消费者合法权益是《中华人民共和国消费者权益保护法》赋予消协组织的法定职责，消协组织依法履职是对“人民至上”理念的生动践行。消费涉及日常生活、关系千家万户，保障消费者合法权益不受侵犯，是人民群众在消费领域最关心最直接最现实的利益问题。新时代消费升级日益加速，消费领域新场景、新业态、新科技不断涌现，与之相伴的是，侵权手段花样翻新，令人防不胜防。消协组织要立足自身职责，创新维权方式，提升维权效能，以更便捷高效的投诉处理、更深入有力的消费监督、更坚决大胆的揭露批评、更有益有效的提示警示，切实保护消费者合法权益，助力消除消费痛点堵点难点，遏制不法经营行为，增强消费者购买信心，激发消费活力，释放消费潜能。

**二是协同共治优化消费环境，助消费者增强获得感，让消费者愿消费。**《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，“保护消费者的合法权益是全社会的共同责任”。党的二十大报告强调，要“健全共建共治共享的社会治理制度”，“建设人人有责、人人尽责、人人享有的社会治理共同体”。中央经济工作会议要求，“优化消费

环境”，“着力推动高质量发展”。当前，消费领域还存在预付费商家“跑路”、大数据算法“杀熟”等现象，消费维权政策法律相对滞后，经营者与消费者信息不对称、力量不平衡，“一老一小”消费者权益保护仍需加强。消费环境与消费者的消费意愿不相符，与高质量发展的要求不匹配。消协组织要发挥社会共治平台作用，汇聚社会各方面力量，促进完善消费者保护体制机制，建立健全涵盖立法、行政、司法、社会保护以及消费者自我保护的消费维权治理格局，从政策、制度、法律、标准、舆论等多层次、多领域、全方位加强消费者权益保护，推动维权共建，强化保护共责，实现成果共享，构建消费者友好型消费环境，提升消费者获得感，促进消费活力迸发，为高质量发展筑牢基础。

**三是释放消费升级潜能，助力高质量发展，让消费者乐享高品质消费。**高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，人民幸福安康是推动高质量发展的最终目的。中央经济工作会议指出，要激发有潜能的消费，培育壮大新型消费，大力发展数字消费、绿色消费、健康消费。消协组织要在推动实现经济质的有效提升上下功夫，促进高质量的供需对接，提升消费品质。要大力倡导绿色低碳消费，帮助消费者树立绿色消费观念，推动经营者对标高质量发展要求，提供更多绿色环保的产品和服务。要针对消费领域新场景、新业态、新模式，找准痛点堵点卡点，联合相关部门推动问题解决，加强引导规范，促进新型消费健康发展。要积极向有关部门建言献策，不断优化消费者权益保护法律政策环境，着力构建有助于产品服务提质升级的标准体系。要主动向生产经营者反映消费者需求，助力行业企业优化消费体验，提升消费供给对消费需求的适配性，以高质量供给满足消费者日益升级的美好生活需求，不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。

## 年主题目标

**一是凝聚社会力量，加强协同共治。**发挥消协社会共治平台作用，汇聚各方面消费维权力量，促进建立政府部门、社会组织、新闻媒体、广大消费者、企业主体等共同参与的消费维权共建共治共享新格局，努力开创消费维

权新局面。通过各类大众传播媒介，加大正面宣传引导和消费侵权行为监督曝光力度，凝聚社会共识，增强消费信心，唱响中国经济光明论。

**二是加强理论研究，推动制度完善。**围绕消费领域热点难点问题，特别是消费新业态、新模式发展中暴露出的消费维权新问题，加强理论研究和研判，形成维权观点，积极建言献策，辅助政府决策，推动相关法律法规和标准完善，不断优化消费环境。

**三是突出问题导向，提升维权效能。**面对消费领域问题点多面广的现实状况，聚焦消费者反映集中、诉求迫切、危害性大、影响面广的消费维权问题，从典型案例入手，综合运用点评约谈、调查调解、警示批评、支持诉讼、公益诉讼等维权方式，揭露、批评生产销售假冒伪劣产品和不诚信经营的违法行为。紧盯消费者急难愁盼问题，深入开展消费监督，深挖问题根源，标本兼治推动问题有效解决。

**四是强化消费教育，加强消费引导。**围绕消费维权领域热点难点问题，加强系统化消费教育引导，丰富教育形式和载体，帮助消费者掌握消费维权知识，增强依法维权意识，提升科学维权能力。开展比较试验，帮助消费者全面准确掌握产品信息，做到科学理性消费，督促生产者、经营者不断提高产品和服务质量，满足消费者更高需求。

### 消协组织年主题重点工作安排

围绕“激发消费活力”年主题，中消协和全国消协组织计划开展以下工作：一是深入开展消费维权年主题宣传，结合各地实际，组织多种形式的主题活动，大力营造全社会关心和支持消费者权益保护工作的良好氛围。二是高质量完成全国消协组织投诉与咨询信息系统优化升级并正式上线运行，提升全国消协组织投诉工作网络化、智能化、便利化水平。三是深入开展百城消费者满意度测评，做好测评结果的应用，促进地方党委和政府更加重视消费环境建设。四是联动地方消协组织开展“3·15金秋购物节”公益活动，以“诚信好、质量好、性价比好、购物体验好、售后服务好、投诉处理好”为特色，倡导经营者推出高于平时、让消费者有明显获得感的放心暖心举措，积极营造放心暖心消费环境。五是探索打造《消协有话说》工作品牌，以揭露批评、消费辟谣、警示提示为特色，紧扣消费热点，提出消协意见，更好履行社会监督法定职责。六是聚焦消费热点问题和消费领域重大事件，积极开展消费维权理论与实务研究，提出高质量的立法或监管

建议。七是组织开展重点领域消费监督，关注消费维权弱势群体、薄弱环节以及消费新业态、新模式，开展“霸王条款”、预付式消费、平台交易行为等监督调查，敦促企业积极承担消费维权主体责任。八是加强对全国消协组织比较试验工作的统筹指导，鼓励引导各地消协组织进行工作联动，及时更新比较试验数据库信息，组织开展老年用品、儿童用品等比较试验。九是做好重要消费节点消费舆情监测，跟踪分析消费舆情热点，表明消协组织观点，提出消协组织意见。十是以中消协成立40周年为主题开展系列活动，深入探讨和交流消费者权益保护工作，宣传展示40年来中消协及各地消协组织在消费者权益保护方面取得的成果，营造全社会参与消费维权浓厚氛围。

（中国消费者协会）

### 历年消费维权年主题

- 1997年 讲诚信反欺诈
- 1998年 为了农村消费者
- 1999年 安全健康消费
- 2000年 明明白白消费
- 2001年 绿色消费
- 2002年 科学消费
- 2003年 营造放心消费环境
- 2004年 诚信维权
- 2005年 健康维权
- 2006年 消费与环境
- 2007年 消费和谐
- 2008年 消费与责任
- 2009年 消费与发展
- 2010年 消费与服务
- 2011年 消费与民生
- 2012年 消费与安全
- 2013年 让消费者更有力量
- 2014年 新消法新权益新责任
- 2015年 携手共治畅享消费
- 2016年 新消费我做主
- 2017年 网络诚信消费无忧
- 2018年 品质消费美好生活
- 2019年 信用让消费者更放心
- 2020年 凝聚你我力量
- 2021年 守护安全畅通消费
- 2022年 共促消费公平
- 2023年 提振消费信心

# 中国消费者协会秘书长解析2024年消费维权年主题： 激发消费活力，推动消费持续扩大

1月23日，中国消费者协会公布了2024年消费维权年主题为“激发消费活力”。中消协秘书长彭新民在接受《中国消费者报》记者专访时，深度解析了消费维权年主题，并介绍了中消协2024年的工作计划。

## “激发消费活力”有三大涵义

**中国消费者报：**今年中消协的消费维权年主题是“激发消费活力”，这个年主题有哪些涵义？中消协为什么要选择这个消费维权年主题？

**彭新民：**2024年是新中国成立75周年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。为全面贯彻党的二十大精神，落实中央经济工作会议部署，切实保护消费者权益，更好地满足人民群众的美好生活需要，充分发挥消费对经济发展的基础性作用，助推高质量发展迈出坚实步伐，在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上，中国消费者协会确定2024年全国消协组织消费维权年主题为“激发消费活力”。

“激发消费活力”年主题的涵义是，各级消协组织要有力有效地履行保护消费者合法权益的法定职责，优化消费环境，让消费者敢消费、愿消费、乐享高品质消费，推动消费从疫后恢复转向持续扩大。

**中国消费者报：**能否具体解读一下“激发消费活力”消费维权年主题的具体涵义？

**彭新民：**具体来说，一是提升消协组织维权能力，帮消费者解决后顾之忧，让消费者敢消费。党的二十大报告提出，“必须坚持人民至上”“要实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益，紧紧抓住人民最关心最直接最现实的利益问题”。保护消费者合法权益是《消费者权益保护法》赋予消协组织的法定职责，消协组织依法履职是对“人民至上”理念的生动践行。消费涉及日常生活、关系千家万户，保障消费者合法权益不受侵犯，是人民群众在消费领域最关心最直接最现实的利益问题。新时代消费升级日益加速，消费领域新场景、新业态、新科技不断涌

现，与之相伴的是，侵权手段花样翻新，令人防不胜防。消协组织要立足自身职责，创新维权方式，提升维权效能，以更便捷高效地投诉处理、更深入有力地消费监督、更坚决大胆地揭露批评、更有益有效地提示警示，切实保护消费者的合法权益，助力消除消费痛点、堵点、难点，遏制不法经营行为，增强消费者购买信心，激发消费活力，释放消费潜能。

二是协同共治优化消费环境，助消费者增强获得感，让消费者愿消费。《消费者权益保护法》规定，“保护消费者的合法权益是全社会的共同责任”。党的二十大报告强调，要“健全共建共治共享的社会治理制度”“建设人人有责、人人尽责、人人享有的社会治理共同体”。中央经济工作会议要求，“优化消费环境”“着力推动高质量发展”。当前，消费领域还存在预付费商家“跑路”、大数据算法“杀熟”等现象，消费维权政策法律相对滞后，经营者与消费者信息不对称、力量不平衡，“一老一小”消费者权益保护仍需加强。消协组织要发挥社会共治平台作用，汇聚社会各方面力量，促进完善消费者保护体制机制，建立健全涵盖立法、行政、司法、社会保护以及消费者自我保护的消费维权治理格局，从政策、制度、法律、标准、舆论等多层次、多领域、全方位加强消费者权益保护，推动维权共建，强化保护共责，实现成果共享，构建消费者友好型消费环境，提升消费者获得感，促进消费活力迸发，为高质量发展筑牢基础。

三是释放消费升级潜能，助力高质量发展，让消费者乐享高品质消费。高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，人民幸福安康是推动高质量发展的最终目的。中央经济工作会议指出，要激发有潜能的消费，培育壮大新型消费，大力发展数字消费、绿色消费、健康消费。消协组织要在推动实现经济质的有效提升上下功夫，促进高质量的供需对接，提升消费品质。要大力倡导绿色低碳消费，帮助消费者树立绿色消费观念，推动经营者对标高质量发展要求，提供更多绿色环保的产品和服

务。要针对消费领域新场景、新业态、新模式，找准痛点、堵点、卡点，联合相关部门推动问题解决，加强引导规范，促进新型消费健康发展。要积极向有关部门建言献策，不断优化消费者权益保护法律政策环境，着力构建有助于产品服务提质升级的标准体系。要主动向生产经营者反映消费者需求，助力行业企业优化消费体验，提升消费供给对消费需求的适配性，以高质量供给满足消费者日益升级的美好生活需求，不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。

## 围绕年主题 创新消协工作

**中国消费者报：**围绕这一消费维权年主题，中消协将开展哪些工作？

**彭新民：**围绕“激发消费活力”年主题，中消协和全国消协组织计划开展以下工作：

一是深入开展消费维权年主题宣传，结合各地实际，组织多种形式的主题活动，大力营造全社会关心和支持消费者权益保护工作的良好氛围。

二是高质量完成全国消协组织投诉与咨询信息系统优化升级并正式上线运行，提升全国消协组织投诉工作网络化、智能化、便利化水平。

三是深入开展百城消费者满意度测评，做好测评结果的应用，促进地方党委和政府更加重视消费环境建设。

四是联动地方消协组织开展“3·15金秋购物节”公益活动，以“诚信好、质量好、性价比好、购物体验好、售后服务好、投诉处理好”为特色，倡导经营者推出高于平时、让消费者有明显获得感的放心暖心举措，积极营造放心暖心消费环境。

五是探索打造《消协有话说》工作品牌，以揭露批评、消费辟谣、警示提示为特色，紧扣消费热点，提出消协意见，更好履行社会监督法定职责。

六是聚焦消费热点问题和消费领域重大事件，积极开展消费维权理论与实务研究，提出高质量的立法或监管建议。

七是组织开展重点领域消费监督，关注消费维权弱势群体、薄弱环节以及消费新业态、新模式，开展“霸王条款”、预付式消费、平台交易行为等监督调查，敦促企业积极承担消费维权主体责任。

八是加强对全国消协组织比较试验工作的统筹指导，鼓励引导各地消协组织进行工作联动，及时更新比较

试验数据库信息，组织开展老年用品、儿童用品等比较试验。

九是做好重要消费节点消费舆情监测，跟踪分析消费舆情热点，表明消协组织观点，提出消协组织意见。

十是以中消协成立40周年为主题开展系列活动，深入探讨和交流消费者权益保护工作，宣传展示40年来中消协及各地消协组织在消费者权益保护方面取得的成果，营造全社会参与消费维权的浓厚氛围。

## 凝聚社会力量 加强协同共治

**中国消费者报：**中消协希望通过“激发消费活力”这个消费维权年主题达到什么目标？

**彭新民：**我们希望达成四个目标。一是凝聚社会力量，加强协同共治。发挥消协社会共治平台作用，汇聚各方面消费维权力量，促进建立政府部门、社会组织、新闻媒体、广大消费者、企业主体等共同参与的消费维权共建共治共享新格局，努力开创消费维权新局面。通过各类大众传播媒介，加大正面宣传引导和消费侵权行为监督曝光力度，凝聚社会共识，增强消费信心，唱响中国经济光明论。

二是加强理论研究，推动制度完善。围绕消费领域热点难点问题，特别是消费新业态、新模式发展中暴露出的消费维权新问题，加强理论研究和研判，形成维权观点，积极建言献策，辅助政府决策，推动相关法律法规和标准完善，不断优化消费环境。

三是突出问题导向，提升维权效能。面对消费领域问题点多面广的现实状况，聚焦消费者反映集中、诉求迫切、危害性大、影响面广的消费维权问题，从典型案例入手，综合运用点评约谈、调查调解、警示批评、支持诉讼、公益诉讼等维权方式，揭露、批评生产销售假冒伪劣产品和不诚信经营的违法行为。紧盯消费者“急难愁盼”问题，深入开展消费监督，深挖问题根源，标本兼治地推动问题得到有效解决。

四是强化消费教育，加强消费引导。围绕消费维权领域热点难点问题，加强系统化消费教育引导，丰富教育形式和载体，帮助消费者掌握消费维权知识，增强依法维权意识，提升科学维权能力。开展比较试验，帮助消费者全面准确地掌握产品信息，做到科学理性消费，督促生产者、经营者不断提高产品和服务质量，满足消费者的更高需求。（中国消费者报）

## 中消协发布

# 2023年第四季度消费维权舆情热点

2023年四季度，消费市场持续恢复提升，有关部门多措并举营造放心消费环境，平台及商家推出多种举措不断提升消费体验，尤其是微短剧等一些文化消费内容迎合了消费者的喜好而获得广泛关注，直播电商领域的多种引流、促销手段也吸引舆论聚焦。在此期间，部分侵害消费者权益现象引发舆论热议。

中国消费者协会、人民网舆情数据中心、中国消费者杂志社共同梳理发现，消费者不满直播电商“低俗”“虚假比价”等问题，“摇一摇”跳转广告泛滥令消费者不堪其扰，变种“生鲜灯”存在“屡禁不绝”隐忧，短视频平台微短剧诱导付费，大学生“整顿”不合理餐具收费，网红零食“学历造假”导致消费者“踩雷”等有关案例涉及的消费维权问题较为突出。

### （一）消费者不满直播电商“低俗”“虚假比价”等问题

社会影响力：90.1

话题解析：

2023年四季度，消费者在电商直播间的不良体验引发舆论关注。有消费者称，有电商主播在带货美妆商品时内容低俗，引人反感，乃至有消费者向品牌方提出质疑称“品牌形象不要了吗”。此外，一些电商主播存在“虚假比价”争议行为，被质疑有误导消费之嫌。有消费者反映，一主播在销售一款洗发水时，出示的电商平台同款商品价格截图不完整，没有包含优惠信息；其在销售一款首饰时，用作对比的其余店铺的销售页面价格截图，实际上高于平台内官方旗舰店的价格。

舆论认为，直播间内主播等工作人员的不当行为，反映出其对保障消费者合法权益的漠视态度。对此，直播电商平台应尽到自我净化的责任，充分利用先进技术筛查、屏蔽涉嫌欺诈、低俗的直播内容。监管部门应创新监管方式方法，及时对违法违规主体加以惩治。要通过净化电商直播生态，让消费者在诚信环境中理性消费，不被各种套路“收割”。

### （二）“摇一摇”跳转广告泛滥令消费者不堪其扰

社会影响力：79.1

话题解析：

2023年“双11”期间，“摇一摇”跳转广告泛滥之势引发诸多网民热议。不少网民在社交平台吐槽“互联网的尽头是摇一摇跳转到购物平台”“条条大路通电商”。打开一款APP时稍不注意就会跳转到另一款购物软件，导致网民只能“万分小心，就怕手抖”。江苏省消保委的一份调查数据显示，有九成投票者厌恶“摇一摇”跳转广告，认为此功能侵犯了自己的权益。社交平台上，“如何关闭摇一摇广告”等话题近年来不时引发网民热议，不少网民“想关又不能关”，而部分企业不仅没有针对消费者诉求改进相关服务措施，反而抓紧推广“摇一摇”跳转广告。

2023年2月，工信部发布《关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》，明确要求规范此类“摇一摇”服务，但时至2023年底，平台类企业对于相关规定落实不彻底的现象依然存在。舆论认为，企业采取多种手段“引流”，需建立在对消费者权益的尊重之上，充分吸纳消费者的反馈意见，采取诸如调整“摇一摇”广告的触发参数等措施改善服务体验，而不是任意妄为甚至采取侵权手段，引来消费者厌恶。手机厂商也要采取相关措施，保障用户可以针对特定APP关闭相应的权限，回应消费者期盼。

### （三）变种“生鲜灯”存在“屡禁不绝”隐忧

社会影响力：78.0

话题解析：

多年以来，不管是农贸市场还是大商超，几乎都在使用“生鲜灯”。商品在灯光照射下呈现出良好品相，但消费者买回家后却发现有不少问题瑕疵，有上当受骗之感。2023年12月1日起施行的《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》明确禁用“生鲜灯”，引发舆论关注。12月初，市场上的商户大多将原本在档口悬挂的“生

鲜灯”替换成了正常灯具，确保肉类生鲜商品“素颜”出境，但也有消费者反馈称，一些商户采取给白炽灯“穿衣戴帽”等“伎俩”妄图“打擦边球”，给生鲜农产品“美颜”，侵犯消费者权益。

舆论呼吁，让“生鲜灯”绝迹，各方还应持续发力。农贸市场等应承担起主要的管理责任，督促商户合法合规经营。监管部门不仅要严惩违规使用“生鲜灯”欺骗消费者的商户，还要适时妥善回应社会各方关于如何界定合规灯具、明确变相擦边情形的舆论关切，以确保“禁令”落地见效，切实维护消费者权益。

#### （四）短视频平台微短剧诱导付费

社会影响力：75.2

话题解析：

2023年12月，“爸妈上瘾微短剧”相关话题引发舆论热议。当下快手、抖音、腾讯、爱奇艺等平台均推出大量微短剧视频，其中有的需充值平台会员或付费购买剧集才能观看全部内容，一些微短剧视频内容存在诱导消费等问题，导致不少中老年消费者遭遇侵权。社交平台上网民晒出的账单显示，父母的微短剧订单少则数千元，多的甚至达到数万元，其中不少订单均为自动扣款。南方都市报客户端报道称，中老年人对使用手机不熟练，在受到“解锁一集只需0.9元”等广告宣传诱导后，很难注意到“默认下一集自动解锁”等选项，导致其在不知情的情况下购买了全部微短剧剧集。待子女们发现后，却面临着申诉手续繁琐、能追回的金额聊胜于无的尴尬境地。有网民称，逐个投诉要花费大量的时间精力，有的商家甚至“换了马甲”或直接下架视频，导致维权困难。

微短剧这一新兴网络文化消费领域存在的乱象受到各方重视，2023年11月，广电总局宣布启动为期一个月的网络微短剧专项整治工作，加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》，抖音、快手、微信等平台也集体宣布将采取措施打击违规低质微短剧。舆论呼吁，微短剧市场规模不断扩大，相关部门需制定更加详细的规范以净化行业生态，影视从业者、平台方也应以责任意识推动微短剧行业高质量发展。

#### （五）大学生“整顿”不合理餐具收费

社会影响力：74.3

话题解析：

2023年10月，先后发生在山东、河北两地的大学生

“饭后带走付费餐具”事件引发网民热议，被称为是大学生“整顿”不合理餐具收费。消费者反感餐具费的缘由是商家并未事先告知，等到结账时才发现多出来一笔费用，但因“不想计较”“不想影响心情”，即使觉得不合理，也默默接受。大学生此番“整顿”，也让收取餐具费的合理性成为了舆论焦点。

针对“隐形”、变相收取餐具费等乱象，河北、山东等地出台的消费者权益保护条例均规定，商家应主动提供符合规定的消毒餐具、明确告知消费者收费标准，禁止变相收取不符合规定的费用。由于各地法规条例规定不一、纠治不同步、没有形成合力，导致一些餐饮乱收费项目在集中整治时有所收敛，但风头一过又再度出现。并且，当下对于餐具费缺乏统一明确的说法，也让商家和消费者之间难以达成共识，容易引发消费纠纷。舆论认为，个别大学生在应对不合理餐具收费上的做法看似“小题大做”，但其反映出的是消费者维权意识的提升，勇于向侵犯消费者权益的现象说“不”。这也给餐饮商户一个警醒，即在服务细节上更应体现对消费者权益的重视，而不是为一点蝇头小利“遮遮掩掩”，在账单上“背刺”消费者。

#### （六）网红零食“学历造假”导致消费者“踩雷”

社会影响力：72.6

话题解析：

12月下旬，上海市消保委对一款标有“东北农业大学”字样的网红零食展开调查，东北农业大学后续回应称，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。这一零食“学历造假”事件经媒体曝光后引发舆论热议。消费者反映没想到打着“农科院”旗号的零食有不少竟是假货。《工人日报》称，这类“学历造假”零食未必真的像其宣传那般绿色健康，甚至有的经检测质量不达标，存在



食品安全隐患。

此类“学历造假”零食多在电商平台售卖，且售卖品类五花八门，消费者难以辨别真伪。有观点认为，零食“学历造假”不仅违背了市场经营的原则，损害了相关科研院校的公信力，侵犯了消费者的知情权和选择权，也在无形中消减了消费者对那些真正由科研院所研发产品的信赖和认可。舆论呼吁，消费者在买到假冒科研院校出品的商品时，要保存好相关证据，以合法途径维护自身权益；

电商平台要肩负起“把关人”的责任，对冒用科研院校名义宣传的违规商家及时采取惩罚措施。

备注：社会影响力最终得分由舆论热度指数与话题影响力指数两部分加权构成。舆论热度指数以人民网舆情数据中心热度计算公式为基础，基于此话题在全渠道（网媒，平媒，微信，微博，博客，论坛，APP）的曝光量得出。话题影响力指数基于事件涉及人群、波及范围、安全危害三维度，综合打分得出。（中国消费者协会）

## 六部门：进一步加强适老化无障碍出行服务 优先给老年人安排下铺

近日，交通运输部会同国家铁路局、中国民用航空局、国家邮政局、中国残疾人联合会、全国老龄工作委员会办公室等6部门和单位印发了《关于进一步加强适老化无障碍出行服务工作的通知》(以下简称《通知》)，就进一步加强适老化无障碍出行服务进行工作部署。

### 《通知》主要提出了五方面任务要求：

**一是加强适老化无障碍交通设施规划建设。**包括要求各地将适老化无障碍出行环境建设纳入交通运输相关规划，因地制宜编制适老化无障碍出行环境建设发展规划；新建、改建、扩建的各类交通基础设施要落实相关无障碍标准规范要求，确保无障碍设施与主体工程同步规划、同步设计、同步施工、同步验收、同步交付使用，并与周边无障碍设施有效衔接、实现贯通；不符合无障碍设施工程建设标准的，应根据实际情况进行必要的改造；完善无障

碍设施标志标识，优化通行流线，加强设施运行维护管理等。

**二是加大适老化无障碍交通运输设备配置和改造力度。**包括要求各地加快推广应用低地板及低入口城市公交车，新投入运营的地铁列车、客运列车、客运船舶、民用航空器应按照有关标准要求设置无障碍设施设备；既有公共交通运输工具不符合无障碍标准要求的应进行无障碍改造，不具备改造条件的应采取必要的替代性措施；因地制宜推动建立城市无障碍公交导乘系统，规划配置适量的无障碍出租汽车等。

**三是改善适老化无障碍城市交通出行体验。**包括要求各地持续扩大95128约车服务覆盖面，加强适老化无障碍公共汽电站台改造，完善站台盲道、轮椅坡道等设置。督促相关经营者保持巡游出租汽车扬召服务，持续优化完善“一键叫车”功能，因地制宜设置“一键叫车”候客点，建立出租汽车“爱心车队”“敬老车队”等；持续打造敬老爱老城市公交线路，积极响应城市轨道交通“爱心预约”乘车服务需求，做好城市轨道交通无障碍设施设备维护管理等。

**四是持续优化综合运输适老化无障碍出行服务。**包括要求各地保留使用现金、刷卡、纸质票证等方式，优化窗口人工服务和志愿服务；落实铁路残疾人旅客专用票额等相关要求，优化铁路购票功能，优先给老年人安排下铺；结合实际开设爱心通道和无障碍服务窗口，为残疾



人、老年人提供优待服务；在各类交通场站等出行服务场所配备必要的无障碍设备和辅助器具；保留机场人工服务柜台，打造航空老年旅客特色服务品牌；提供上门收寄快递服务等。

**五是改进提升适老化无障碍出行信息服务。**包括要求各地加快推进出行服务网站、移动互联网应用程序(APP)实施适老化无障碍改造；推动各类交通场站自助公共服务终端设备改造升级，具备无障碍功能；鼓励引导地图导航定位产品完善无障碍设施标识和无障碍出行路线导航功能等。

**《通知》有关加强组织实施保障的内容如下：**

**一是加强组织实施。**包括要求各地争取地方人民政

府对无障碍环境建设的政策支持，督促交通运输建设运营单位落实相关要求，结合实际将适老化无障碍出行环境建设纳入本地开展的相关示范创建内容。

**二是强化宣传引导。**包括要求各地通过开展绿色出行宣传月和公交出行宣传周、全国助残日、全国“敬老月”等主题活动，营造适老化无障碍出行良好氛围；组建志愿者团队，开展专题培训和宣传教育等活动。

**三是推动多方共治。**包括要求各地加强适老化无障碍出行环境建设意见征询和服务质量监督，畅通12328交通运输服务监督电话等渠道，及时收集相关意见和建议，加强监督检查和督促指导。（中国新闻网）

## 北京：3种方式帮老年人打车， 95128热线优先派单！

老年人不出社区，就能在楼下助老暖心车站“一键叫车”，如果目的地为医院，还可享受最高优先级别派单。记者从市交通委获悉，本市优化适老化出行服务，满足多元化叫车需求，设在社区里的助老打车暖心车站已超过1500座。对于玩不转“扫码叫车”的老人，传统出租车电召平台近期优化升级95128老年打车专线，提供优先接单派单服务。

### 网约车平台：“一键叫车”成功率约80%

“为优化适老化出行服务，交通部门指导巡游出租汽车企业和网约车平台，积极拓展助老打车服务，发展集一键叫车、扫码叫车、电话约车、扬招叫车为一体的助老打车服务模式。其中，‘一键叫车’成功率约80%。”市交通委出租（租赁）汽车管理处一级调研员薛文来介绍。

目前，首汽约车、滴滴出行、高德打车三家主要网约车平台，在APP乘客端设置“一键叫车”功能，通过醒目的首约“助老模式”、“滴滴老年版”、高德“助老打车”模块，老年人可直接叫车，无须输入目的地。

2023年，通过“一键叫车”功能，全市共呼入订单668万余单，派车成功率约80%。据悉，本市交通部门

还将指导企业进一步优化“一键叫车”功能，简化操作流程，便捷老年人使用。同时，精准识别助老用车需求，提升相应派车优先级。

### 社区暖心车站：为老人优先派单

除了“一键叫车”外，延伸进社区的助老暖心车站，则可以让老人更从容地叫车。目前，全市启用助老打车暖心车站超过1500座。

海淀区石油大院社区，有41栋住宅楼、两片平房区，辖区内常住人口11700人，其中60岁以上老人占25.7%，80岁以上老人就有760人。“小区太大了，从最里头的楼门走到大门口打车，老年人得走十多分钟。”石油大院社区工作人员赵萌介绍，过去常有老人把电话打到居委会、物业，希望工作人员帮忙叫车；也有人反映，司机进小区后不熟悉内部路，来回沟通地点挺麻烦。

就在一个多月前，4个助老打车站出现在社区内，老年人下楼就能就近找到站牌扫码叫车，或者拨打叫车热线。记者在现场看到，助老打车站站牌橘色、白色相间，一人多高，立在楼宇间的十字路口，非常醒目。

今年80岁的杨淑兰阿姨，正在用手机扫码叫车去医

院，只见屏幕中间跳出一个写着“呼叫出租车”的圆圈，不用输入任何信息，点击圆圈就可一键叫车，司机会直接定位来助老打车站，老人上车后再告诉司机目的地。“这个操作很方便，不必再麻烦孩子，也不用跑到马路边叫车。之前社区工作人员帮我们完成了老年人认证。”杨淑兰说。

“延伸进社区的助老打车站，可解决老年人不会定位，对地理位置不敏感的问题。”滴滴老人打车项目组负责人韩立波介绍，老人扫码后也可以填写目的地叫车，对于完成实名认证的60岁以上老人，当目的地为医疗场景时，用车高峰期，平台会为老人优先派单。为了方便老人认证，平台升级推出亲情账号代替认证功能，老人子女也可帮助其认证。据了解，2023年通过暖心车站扫码叫车150万余次，成功率高于网约车平均水平。

### 95128热线：为老人优先呼叫6万辆出租车

走进北京出租汽车调度中心，可以看到牌匾上，两串醒目的红色电话号码：96106和95128。对许多市民来说，96106这个叫车电话已很熟知，但95128还相对陌生。

“就在上个月，我们优化95128老年人打车专线保障机制，安排优先接听老年人约车，并且优先为老年人派单。”北京奇华通讯有限公司技术总监王润男介绍，老年专线直接由话务员接听，不再需要任何语音自助操作。去年12月至今，老年专线每天平均受理近三百个电话订单，约八成是老年乘客本人，也有一些是老人的子女。其中，

去往医院的老年乘客订单占到八成。

今年1月4日9时10分，调度中心话务员接到专线订单，一位阿姨要从高梁桥斜街去北医三院。话务员迅速在电脑系统中输入订单起始点、手机号等信息，并标注乘车人为老年人。两三分钟后，系统订单状态显示“司机接单”，接单出租车从1公里外赶往老人出发地。

“调度中心平台网内，有6万辆巡游出租车。我们会优先为老人呼叫3公里范围内车辆。”王润男坦言，与十年前最高每天两万多个电话相比，当前中心日均接听订单已经降至两千多个，但对于玩不转打车软件的老人来说，电话叫车仍是不可缺少的方式。而且，电召平台叫车为线下支付，对上了年纪的老人来说也更容易接受。

由于受到网约订单分流影响，用车高峰期，电召平台也有叫车难的时候。对此，交通部门要求各大出租车企业加大助老服务宣传，通过积分奖励等手段，鼓励司机接老年订单，不挑单。“我们也想提示老人，更清楚地描述上车地点，包括路东还是路西，周围明显建筑物，避免司机接单后找不到人。”北京出租汽车调度中心主任吴英茹说。

“目前，平台经济发展在很大程度上改变了市民打车习惯，线上约车成为主流，随着人口老龄化的加剧，老年人的打车需求，特别是就医打车需求，需要我们更加重视。”薛文来介绍，下一步，本市将发挥属地部门的统筹优势，在小区出入口、社区居委会、养老驿站、医院、助餐点等便于老人寻找的区域，支持网约车平台公司加密暖心车站覆盖范围，加强助老打车服务宣传，为老年人提供更好的适老化无障碍出行服务。（北京日报）

## 市场监管总局近日发布《保健食品标志规范标注指南》 引导消费者科学购买保健食品

“想给爸妈买点保健品，超市里各种保健品花样繁多，标志也不统一，该如何选择呢？”在北京工作的海淀区居民林芳说。

随着经济不断发展和人民生活水平的逐步提高，公

众的健康需求日益增长，保健品市场快速发展。此前，我国相关部门专门发布过保健食品标志，天蓝色，呈帽形，俗称“蓝帽子”，要求获批产品外包装上必须加注这个标志。但原有保健食品标志规定对图形比例、颜色标准等具

体内容未作详细要求，企业标注存在一定差异。市场上存在打“擦边球”的现象，一些不法商家利用类似图案来虚假宣传产品。

市场监管总局近日发布《保健食品标志规范标注指南》（以下简称《指南》），指导保健食品生产经营者进一步规范标注保健食品标志，正确引导消费，营造公平有序的市场秩序。《指南》中保健食品专有标志图形、颜色与原规定原则保持一致，进一步明确了保健食品标志框架、图形比例。基于美观性、实用性相统一原则，《指南》优化了标志中图形和文字细节要求。标志沿中间线呈左右对称结构，视觉效果均衡，考虑“保健食品”书写特点，在保持宽度的基础上，确定字样高度及宽度比例，并明确印刷颜色要求。

保健食品生产经营者应切实履行食品安全主体责任，按照《指南》规范标注保健食品标志，可在生产经营场所、专区专柜、广告中使用保健食品标志；可按照法律法规规定，结合自身实际在保健食品产品运输箱、中转箱

等包装材料上规范使用保健食品标志。

中国营养保健食品协会执行副会长厉梁秋介绍，保健食品标志为依法经注册和备案的保健食品的专有标志。当前，行业和企业呼吁进一步完善保健食品标志标注，此次市场监管总局发布《指南》，有助于提升保健食品的认知识度，引导消费者准确识别和理性购买保健食品。

专家表示，科学购买保健食品，要做到“一看二查三辨”。一要查看销售场所资质。到证照齐全的正规场所购买保健食品，特别要注意有没有营业执照和食品经营许可证（或食品销售备案编号）。网上购买时要选择资质齐全、信誉度高的自营、专卖等店铺，并保留好交易记录和相关凭证。二要查验外包装和说明书。选购产品时，要仔细查看外包装标签标志和产品相关信息，认准保健食品“蓝帽子”。三要辨别广告和宣传内容。保健食品不能代替药物，也不能代替日常饮食，要坚持平衡膳食。营养素补充剂类的保健食品，还要注意不要与同类营养素补充剂同时食用。（人民日报）

## 11部门联合发布通知开展“信号升格”专项行动

工业和信息化部、国家发展改革委、住房城乡建设部等11部门近日联合印发《关于开展“信号升格”专项行动的通知》（以下简称《专项行动》）提出，到2024年年底，超过8万个重点场所实现移动网络深度覆盖，2.5万公里铁路和35万公里公路、150条地铁线路实现移动网络连续覆盖。

《专项行动》分别从加强重点场景网络覆盖、加快重点业务服务提升、强化资源要素高效协同、促进监测评测水平提升4个方面提出了多项重点任务。

在加强重点场景网络覆盖方面，面向政务中心、高等学校、交通枢纽、城市地铁、住宅小区等11个重点场景，明确提出了2024年和2025年的覆盖目标；在加快重点业务服务提升方面，部署了优化互联网应用基础设施部署、完善互联网业务感知关键指标监测分析、加强新技术应用和产品方案研发等任务；在强化资源要素高效协同方面，部署了推进跨行业规划衔接和标准落实、保障重点场所通信基础设施建设通行权、加强通信基础设施用能保障等任务；在促进监测评测水平提升方面，部署了完善网

络质量评测体系和监测能力、强化通信网络抗毁能力等任务。

《专项行动》明确，持续推进居住小区、城中村、城乡接合部等移动网络信号覆盖和基于光纤到房间（FTTR）的室内Wi-Fi覆盖，重点覆盖活动中心、生活超市、地下停车场、电梯等关键点位，新建住宅小区关键点位基本实现移动网络全覆盖，支撑智慧家庭、智慧社区等应用。到2025年，实现70%以上住宅小区的移动网络信号覆盖和应用体验提升。

各地住房城乡建设、交通运输等行业主管部门组织交通枢纽、铁路公路、城市地铁等公共交通服务单位，重点商超、住宅小区、商务楼宇等业主单位，政务中心、文旅景区、医疗机构、高等学校、乡镇农村等运营管理和基层单位，在具备条件的情况下，向移动通信基站、光纤宽带等通信基础设施建设预留空间，鼓励各单位所属设施资源免费向通信基础设施建设开放，提供建设运维便利，确保通信基础设施建设通行权。（中国青年网）

## 市场监管总局等三部门 联手加强重点儿童和学生用品安全管理

据市场监管总局网站消息，市场监管总局、教育部、工业和信息化部近日联合发布公告，加强重点儿童和学生用品安全管理。为进一步保障儿童和学生健康安全成长，依照《产品质量法》《未成年人保护法》《中国儿童发展纲要（2021—2030年）》等规定要求，现就加强重点儿童和学生用品安全管理有关事项公告如下：

**一、严格生产管理。**儿童和学生用品生产单位应当严格按照《市场监管总局关于发布强制性产品认证目录描述与界定表的公告》（2023年第36号）和相关国家强制性标准要求组织生产，在产品使用说明书和标签标识中明确产品适用年龄、禁止使用情形、需要成年人监护或陪同使用等注意事项，并在标签标识或包装上的显著位置标注。

**二、规范销售行为。**儿童和学生用品销售单位应当严格履行产品质量安全主体责任，不得销售来源不明、无标签标识、无注意事项或注意事项不完整的产品；发现假冒伪劣儿童和学生用品线索与证物的，应当及时向市场开办者或当地市场监管部门报告。电商平台应当加强对平台内儿童和学生用品经营者的检查监控，禁止销售不符合法律法规和强制性标准要求的产品。对使用时存在安全风险或易引发暴力倾向的儿童和学生用品以及类似新产品，如圆珠笔刀、萝卜刀、激光笔、水晶泥、磁力珠、鼻吸能量棒、火漆印章、儿童真煮厨具等，不得在营销时宣传暴力

内容和做错误的诱导性示范。对校园周边商铺销售可能存在质量安全风险隐患的儿童和学生用品，市场监管部门要实施重点监管。

**三、加强教育引导。**各地教育部门要指导学校严格校园安全管理，加强宣传教育，禁止学生携带不符合产品质量安全标准、易引起暴力等不良行为倾向的儿童和学生用品进入校园；与市场监管等部门联合开展产品质量安全教育，引导学生提升质量安全意识，自觉选择符合标准、适合年龄阶段、有益身心健康发展的儿童和学生用品。

**四、强化监管执法。**各级市场监管部门要督促生产销售单位落实产品质量安全主体责任；将重点儿童和学生用品纳入监督抽查计划，并将抽查不合格信息及时归集至国家企业信用信息公示系统；加大缺陷产品召回监管力度，确认存在缺陷的，依法督促生产单位主动实施召回；严厉打击制售假冒伪劣儿童和学生用品等违法行为，涉嫌犯罪的，一律移送公安机关。

**五、推进社会共治。**工业和信息化部等部门指导相关行业协会引导督促儿童和学生用品生产销售单位依法生产经营，加强行业自律。有关部门和地方根据实际需要，及时发布社会关切的重点儿童和学生用品风险提示或消费提示。新闻媒体积极发挥科普宣传和舆论监督作用。（市场监管总局）

## 建立并实施药品追溯制度 《药品经营和使用质量监督管理办法》1日起施行

国家市场监管总局公布的《药品经营和使用质量监督管理办法》1月1日起施行，办法明确建立并实施药品追溯制度，药品经营企业不得经营疫苗、医疗机构制剂、中药配方颗粒等药品。

办法进一步明确各层级药品监管部门的职责划分，

明晰跨区监管责任，丰富行政处理措施，明确行刑衔接等要求，确保监管责任全面落实。

国家药监局药品监管司司长袁林表示，办法主要从三方面强化药品经营全过程全环节监管，确保监管无盲区：

——**完善药品经营许可管理。**办法明确药品批发企业、零售连锁总部、零售企业的许可条件和申请材料要求，简化药品经营许可审批程序，优化药品批发企业开办标准，并明确药品批发企业、零售企业经营范围核定标准，对申请仅从事乙类非处方药零售活动的，申请人提交申请材料和承诺书后，符合条件的，当日颁发药品经营许可证。

——**夯实经营活动中各相关方责任。**办法强化药品上市许可持有人、药品经营企业的质量管理责任，细化其对药品购销人员、购销行为、储存运输等的管理要求，强调药品上市许可持有人、药品经营企业委托储存、运输活动的质量管理要求，并对药品零售连锁提出总部对所属门店统一管理的要求。

——**加强药品使用环节质量管理。**办法对医疗机构药品的质量管理部门和人员、储存和养护、药品质量问题处理和召回、药品追溯等作出规定。要求医疗机构和其他药品使用单位建立药品质量管理体系，对本单位药品购进、储存、使用全过程的药品质量管理负责。

国家药监局政策法规司副司长邱琼说，早在2019年，药品管理法和疫苗管理法就明确，全面实行药品上市许可持有人制度，强化药品研制、生产、经营、使用全

过程监管，要求建立健全药品追溯制度，鼓励、引导药品零售连锁经营。随着药品经营许可准入管理进一步优化调整，《药品经营许可证管理办法》和《药品流通监督管理办法》颁布时间较早，已不适应上位法、药品全生命周期理念要求以及药品流通行业高质量发展需要，有必要进行全面修订。

办法同时规定了明确的禁售范围，即药品经营企业不得经营疫苗、医疗机构制剂、中药配方颗粒等国家禁止药品经营企业经营的药品。药品零售企业不得销售麻醉药品、第一类精神药品、放射性药品、药品类易制毒化学品、蛋白同化制剂、肽类激素（胰岛素除外）、终止妊娠药品等国家禁止零售的药品。

“办法明确了药品经营企业法定代表人、主要负责人承担质量主体责任，强化企业落实质量管理责任要求；推动药品现代物流规范发展，统一准入标准，明确开办药品批发企业和接受委托储存药品的单位应当具备药品现代物流的相关要求，后续国家局将出台细化药品现代物流标准的指导文件，促进全国药品现代物流协同发展等。”袁林表示，办法围绕促进行业高质量发展的首要任务，着力以法治化、市场化的标准优化营商环境，激发市场活力，不断提升药品流通监管水平。（新华社）

## “睡眠保单”信息查询平台上线 便利消费者了解相关保单情况，优化保险配置

近年来，随着百姓生活水平和保障意识不断提高，保险消费越来越普及。一些消费者投保后，时间一长，保单不知放到何处，自己也忘了买过的保险。如果消费者搬过家或更换了手机号，保单到期后，保险公司有时难以联系上消费者进行提醒。有的家庭长辈购买过年金险，没到领取时已经去世，儿女并不了解老人投保情况。这些可能“石沉大海”的保单会成为“睡眠保单”。

业内人士介绍，“睡眠保单”主要是指保险事故发生或保险合同到期但相关赔偿或给付保险金长期未领取，以及保险合同效力中止或效力终止但保单的现金价值长期未领取的人身保险保单。对消费者而言，“睡眠保单”可能意味着保险保障的中断或资金收益的损失。

为办好关系人民群众切身利益的“关键小事”，切实维护保险消费者合法权益，国家金融监督管理总局日前组织开展人身保险“睡眠保单”清理专项工作，指导建成行业统一的“睡眠保单”一站式信息查询平台，为广大保险消费者提供便捷的“睡眠保单”查询服务。

据悉，“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负责搭建和维护，对消费者免费开放，其查询功能已于不久前正式上线。消费者下载“金事通”APP，经实名认证、登录后，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。

“查询平台为消费者提供一站式服务。消费者获取

‘睡眠保单’信息后，可通过‘联系保险公司’按键与保单所属保险公司取得联系。”国家金融监督管理总局相关部门负责人介绍，通过关注和了解自身保单状态，消费者也可进一步优化保险配置、弥补保障缺失等。

此外，金融监管总局还指导各人身险公司对2013年1月1日至2023年6月30日期间产生的“睡眠保单”相关客户进行提醒，便于消费者知悉保单权益，自主进行领取。各地相关机构积极做好“睡眠保单”有关消费者服务。例如，国家金融监督管理总局上海监管局指导辖内部分人身险公司开展“寻找失效保单客户一免息复效”活动，对于

符合一定条件的个险或职团保单，给予复效利息减免，并通过短信通知、电话及信函等多种方式做好信息推送。

专家提醒，消费者可自己建立专门的信息文档，及时、全面记录投保情况，防止信息遗忘。当个人联系电话、通信地址、银行账户等发生变更时，消费者可通过保险公司客服电话、官网、官微等方式联系保险公司更新信息，同时关注保险公司的电话短信、信函邮件、微信推送等提示信息，留意自己的保单状态，如有疑问，及时拨打官方客服电话进行咨询。消费者也可告知家人投保信息，以便互相提醒。（人民日报）

## 《未成年人网络保护条例》 2024年1月1日起正式施行

国务院总理李强日前签署国务院令，公布《未成年人网络保护条例》（以下简称《条例》），自2024年1月1日起施行。

党中央、国务院高度重视未成年人网络保护工作。近年来，互联网的飞速发展拓展了未成年人学习、生活空间，同时也引发了全社会对未成年人网络保护问题的关注。《条例》旨在营造有利于未成年人身心健康的网络环境，保障未成年人合法权益，为未成年人网络保护提供有力的法治保障。《条例》共7章60条，重点规定了以下内容。

**一是健全未成年人网络保护体制机制。**明确国家网信部门负责统筹协调未成年人网络保护工作，并依据职责做好未成年人网络保护工作。明确国家新闻出版、电影部门和国务院教育、电信、公安、民政、文化和旅游、卫生健康、市场监督管理、广播电视等有关部门依据各自职责做好未成年人网络保护工作。明确县级以上地方人民政府及其有关部门依据各自职责做好未成年人网络保护工作。

**二是促进未成年人网络素养。**明确将网络素养教育纳入学校素质教育内容。要求改善未成年人上网条件，提供优质的网络素养教育课程。强化学校、监护人网络素养教育责任，建立健全学生在校期间上网管理制度。明确未成年人网络保护软件、专门供未成年人使用的智能终端产品的功能要求。规定未成年人用户数量巨大或者对未成年

人群体具有显著影响的网络平台服务提供者应当履行的未成年人网络保护义务。

**三是加强网络信息内容建设。**规定国家鼓励和支持制作、复制、发布、传播有利于未成年人健康成长的网络信息。明确网络产品和服务提供者发现危害或者可能影响未成年人身心健康信息的处置措施和报告义务。禁止任何组织和个人对未成年人实施网络欺凌行为。要求网络产品和服务提供者建立健全网络欺凌行为的预警预防、识别监测和处置机制。

**四是保护未成年人个人信息。**规定监护人应当教育引导未成年人增强个人信息保护意识和能力、指导未成年人行使相关权利。明确发生或者可能发生未成年人个人信息泄露、篡改、丢失时，个人信息处理者的安全事件应急处置要求。规定个人信息处理者应当严格设定未成年人个人信息访问权限、开展个人信息合规审计。明确加强未成年人私密信息保护。

**五是防治未成年人沉迷网络。**要求提高教师对未成年学生沉迷网络的早期识别和干预能力，加强监护人对未成年人安全合理使用网络的指导。规定网络服务提供者应当合理限制不同年龄阶段未成年人在使用其服务中的消费数额，防范和抵制流量至上等不良价值倾向。要求网络游戏服务提供者建立、完善预防未成年人沉迷网络的游戏规则，对游戏产品进行分类并予以适龄提示。（新华社）

## 中消协等四协会联合倡议： 住宿业减少一次性塑料制品使用

塑料污染治理事关人民群众身体健康、事关生态文明建设和高质量发展。为认真贯彻党中央、国务院关于加强塑料污染治理的决策部署，全面落实《国家发展改革委生态环境部关于进一步加强塑料污染治理的意见》中“到2022年底，全国范围星级宾馆、酒店等场所不再主动提供一次性塑料制品；到2025年底，实施范围扩大至所有宾馆、酒店、民宿”等要求，引导住宿业共同参与塑料污染治理，在国家发展改革委、商务部、文化和旅游部的指导下，我们向全国住宿企业（包括宾馆、酒店、饭店、民宿等）发出如下倡议：

一、深刻认识住宿业在塑料污染治理中的社会责任，高度重视塑料污染治理工作。在管理运营中应全面落实国家及所在地相关政策文件和《绿色饭店》国家标准、《绿色旅游饭店》行业标准中对住宿企业塑料污染治理的具体要求。

二、住宿企业要积极落实国家及地方塑料污染治理政策中关于一次性塑料制品的禁限管理规定。其中，星级宾馆、酒店等场所应不再主动提供一次性塑料制品，主要包括一次性塑料梳子、牙刷、剃须刀、浴帽、小型洗涤护理

品容器（如浴液瓶、洗发水瓶、润肤霜瓶）等，可通过设置洗洁用品服务台、自助购买机、提供续充型洗洁剂等方式提供相关服务；非星级宾馆、酒店等场所应主动作为，扎实推进不主动提供一次性塑料制品工作。

三、住宿企业要加强宣传，通过前厅、客房、餐厅等对客服务区域及企业线上展示、销售平台设置宣传栏，鼓励引导消费者使用环保、可循环利用产品，减少一次性塑料制品的使用，倡导绿色消费，推动住宿业塑料污染治理取得更好成效。

四、住宿业线上预订平台经营企业，要通过页面提醒、弹窗提示等形式，鼓励引导消费者自行携带个人洗护用品，减少一次性塑料制品的使用，并加强对平台入驻商户的监督管理，引导商户在线上展示页面对自身开展减塑行动进行宣传展示，接受社会监督。

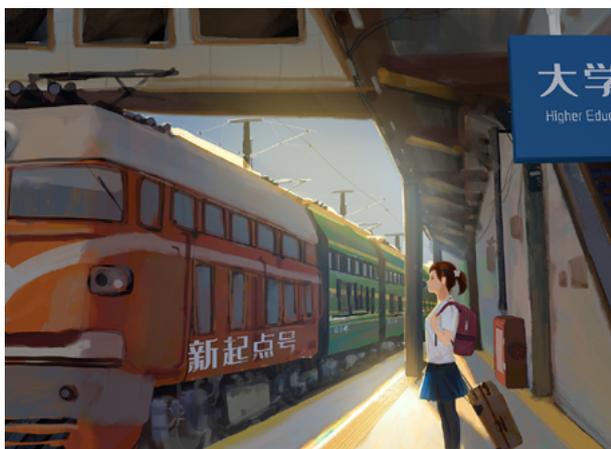
五、全国及各地住宿相关行业协会要加强政策标准宣贯和企业教育培训，树立一批减塑企业优秀案例在行业内推广，挖掘和推行一批一次性塑料替代产品及绿色商业模式。（中国消费者协会）

## 12306推出春运学生、务工人员 专区预约购票功能

1月10日零时起，铁路12306手机客户端推出春运期间学生、务工人员专区预约购票功能，符合条件的旅客可通过12306手机客户端专区预约购买春运期间往返火车票，这是铁路12306保障春运重点群体出行的便民举措。

据铁路12306科创中心相关负责人介绍，自10日起，符合条件的学生旅客（已通过学生优惠资质核验且有剩余

优惠乘车次数）可通过“学生寒假订票专项服务”专区预约购买春运期间（1月26日至3月5日）火车票，每名旅客最多可同时提交6个预约订单，每个订单可添加1个乘车日期的20个“车次+席别”的组合，可选席别为学生优惠票适用的硬座、硬卧、二等座。已通过实名制核验的务工人员可通过“务工人员春运预约订票服务”专区预约购买春



运期间火车票，每名旅客可同时提交6个预约订单，每个订单可选择“时间+车次+席别”的1个组合。

学生、务工人员通过铁路12306专区购买春运期间火车票，可提交开车前17天（含）以上的出行购票需求，最晚可预约3月5日的车票。符合条件的旅客可在开车前17天23时前在12306手机客户端提交购票需求，在开车前16天查询兑现结果，须在开车前第16天23时前，通过12306手机客户端预约专区支付票款，逾期未支付的，订单自动取消；兑现成功后逾期未支付达到5次的，不再提供预约购票服务。（新华社）

## 与物业条例规定不符，北京废止这些文件！ 涉物业收费等

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服务企业信用信息管理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，涉及物业服务企业的信用信息将按照综合监管实施方案一并实施。（北京日报）

## 包装费不能成为“乱包费”



李英锋

近年来，包装费已经成了一个“常议常新”的话题。每隔一段时间，包装费都会触碰消费者的疑点、痛点。从表面看，消费者在乎的好像是包装费钱多钱少的事，但实际上，消费者真正在意的是包装费该不该收、该怎么收。

一些平台或商家在发展初期，为了吸引消费者、提升竞争力，采取免收包装费的推广方式，而随着市场竞争格局、供需关系或经营成本等因素的变化，平台或商家适当收取一定的包装费在经营自主权的范畴内，也符合市场规律，是一种正常的市场现象。然而，包装费不能成为“乱包费”“强包费”“暗包费”，必须收得公平、诚信、透明、合法、合理。

当下市场存在不少有关包装费的乱象。比如，有的平台默认勾选包装费选项，消费者往往稀里糊涂地为包装费买单；有的商品本身就是预包装产品，自带完整的包装，但商家依然还要额外提供塑料袋等包装，额外收取一份包装费；有的商家在交易之前没有明确提示或告知消费者包装费的收费标准、收费方式等信息；有的商家针对多个零散小件商品本可以提供统一包装或少量包装，却按小件商品的数量提供多份包装同时收取多份包装费，或将多件商品一起包装后仍旧按件收取包装费；有的商品包装费定价过高，甚至高于商品本身的价格……

根据《消费者权益保护法》，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利，享有自主选择商品或者服务的权利，享有公平交易的权利，在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。显然，一些平台或商家不合理、不透明的包装费收法，在不同程度上侵犯了消费者的知情权、自主选择权、公平交易权等权利。

包装费再“小”也是钱，关乎消费者的权益和体验，更何况一些包装费并不“小”。商家应该正视消费者的关切和诉求，对消费者质疑和反映的包装费问题举一反三进行反思和整改，遵循知情、同意、必要、合理、绿色等原则收取包装费，公平制定包装费标准，确定包装方式，设定包装份数，把包装费说到明处、收到明处，把使用包装和收费的知情权、选择权真正交给消费者，并尽量使用环保材料或可回收包装配送。

市场监管部门、行业协会、消费者组织以及电商平台、外卖平台等，也有必要对包装费乱象进行联合治理，建立长效机制，指导相关经营主体完善收取包装费的标准和规则，划清法律底线，拉出负面清单。在此基础上，强化普法宣传和监督检查，畅通投诉举报渠道，鼓励引导支持消费者维权，并通过约谈、查处、整改、曝光、警示、限流以及失信惩戒等方式，督促相关主体增强自律意识，规范包装行为及包装费收取行为，消减有关疑点、痛点，让包装费的“容量”契合法治要求和消费者的需求。（中国消费者报）



林 风

## 自动续费的“弯弯绕”咋就关不了？

近日，“关闭自动续费仍被扣费”的话题登上热搜。一网友在2023年9月开通了某网盘的季度会员，随后立刻关闭了自动续费。可到了12月底，还是接到扣费68元的消息，被迫续上了下一季度的会员。记者了解到，自动续费涉及服务提供商、应用商店及支付平台等多个环节，各环节的取消通道不畅、扣费期限不统一是问题的根源之一。

不少网友纷纷留言自己在一些软件和平台上关闭自动续费的糟心经历。这些经历，归结起来主要呈现出三大问题：没提醒、步骤多、关闭难。一段时间以来，一些软件和平台为了抢占用户流量，大肆攻城略地，通常以“首月免费”“连续包月优惠”等噱头，吸引消费者开通会员、开启自动续费，暗地里却拿用户当“傻白甜”，在续费环节和流程上“做手脚”“设陷阱”。在关闭自动续费的环节和流程上，有的软件和平台，存在单独的某一问题，有的则是“集大成者”。类似不透明、耍套路的行为，如今已越来越受到法律规制。而随着此前“套娃”收费、会员取消难、“花钱还不免广告”等问题的曝光，用户也愈发追求服务品质，重视维护自身消费体验和权益。

其实，对于开通和关闭自动续费，法律法规的态度一直很明确。工信部2023年初印发《关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》，部署进一步提升移动互联网应用服务能力。其中提出，采取自动续订、自动续费方式提供服务的，应当征得用户同意，不得默认勾选、强制捆绑开通；服务期间提供便捷的随时退订方式和自动续订、自动续费取消途径。2021年5月起施行的《网络交易监督管理办法》中，也更早提出自动续费需在续费日期前五日，以显著方式提请消费者注意；在服务期间内，应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项。

显著、便捷、简便、随时取消或变更……法律法规白纸黑字，清楚明白，现实中又为何“左右为难”？或许，如记者采访所述，这背后可能涉及相关软件、平台、应用商店、支付平台等环节的取消通道不畅、扣费期限不统一。然而，考虑到如今互联网和大数据技术的更迭出新，这很可能不是一个“能不能”的问题，而是“想不想”。因此，接下来，除了要求各方首先强化自律，主动“对标”，相关部门还要不折不扣，加强执行和监管，鼓励构建关闭自动续费的“傻瓜模式”。相信，各软件、各平台只要心中有用户、舍得放下“小算盘”，有提升服务品质的长远追求，让自动续费的开通与取消简单、简便，也不是多么困难登天的事。

良好的体验，也是优质服务的一环。无论什么场景中，互联网带给人的应当是便捷舒畅，而不是套路烦恼。执法监管和网络市场各主体应以此次热议“自动续费”为契机，果断纠偏拆除各种“弯弯绕”，让用户拥有更舒心、更优质的网络服务体验。

（人民网）

## 年夜饭不是“最低消费”的特例



李霞

龙年春节临近，京城年夜饭预订火爆。据本报报道，有的餐馆设置了最低消费标准，人均消费须达数百元甚至上千元才能订包厢；有的则推出各式套餐，大多不低于2000元，只有选套餐才能坐进包厢。比如，海淀区某知名连锁餐厅规定，年夜饭包间最低消费为2088元，即便在大厅消费，也得达到大桌1588元、小桌人均200元。商家借年夜饭搞强制消费，不少市民直呼“无福消受”。

对标价蛮横的“霸王套餐”服务，餐厅方面给出的理由是：“推出套餐只是为了方便备菜和制作，客人并不会吃亏。”这种解释显然站不住脚。春节期间客流大、人手少，商家为方便备货、提升效率，适当固定菜品种类可以理解。但这些饭店的行为，已经不仅仅是固定菜品，还固定了食客的筷子方向，只能把筷子伸进那几盘菜里，而且要伸还得一块伸，这几盘菜既不能删减，也不能增加，食客更不能吃着这个套餐里的菜、想着那个套餐里的饭。

适应供需变化，大可以通过减少冷门菜品、提前告知顾客先订先得、适当扩充包间来实现，何必设置最低消费、倒逼消费者多花钱？大搞变相搭售和最低消费，虽然是明码标价，看似没让客人吃亏，其实侵害了消费者的自主选择权和公平交易权，只是保证了店家不吃亏。眼瞧着春节期间生意火爆，顺势抬高消费门槛，经营者想趁机捞一笔节日红利，确保自身利益最大化。年夜饭设置最低消费，饭店不是第一年这么干了。根据往年经验，这一设定不仅让食客多花钱，更有浪费的隐患，让一桌桌盛宴成为剩宴。动辄上千元的桌餐如何光盘，让不少人头疼，会间接助长舌尖上的浪费。

吃年夜饭是阖家团圆的大事，商家提供年夜饭是为消费者着想，但和消费者玩弯弯绕绕，还找一堆冠冕堂皇的理由，暴露难看吃相。年夜饭是一年中最具仪式感的餐饮活动，市民也都愿意这顿饭吃得丰盛些，店家埋头做饭、诚信经营，想来不会少赚。借机拿套餐当套路，反而可能砸了平日积攒的好口碑，把细水长流的生意搞成一锤子买卖。正值年节市民或许不计较，但这样无视顾客权益的店家，又怎留得住回头客？

最低消费属于霸王条款，不能任其借年夜饭卷土重来。2021年，《北京市反食品浪费规定》明确规定，餐饮服务经营者不得设置最低消费额，不得诱导、误导或者迫使消费者超量点餐。最低消费整治多年，年夜饭为何依旧毫不避讳？有关部门需要加强日常监管，对年夜饭市场也不能网开一面，应及时制止并依法惩治部分店家的违规违法行为，营造良好的消费环境。

年夜饭不能成“年夜饭”。政府和餐饮企业都需拿出诚意和担当，把趁火打“节”的商家管住，别给年夜饭的饭桌添堵，让市民吃得团圆舒心、品出浓浓的年味儿。（北京晚报）



何勇海

## 创业“假培训”频现 “真服务”要跟上

李越在一家餐饮培训机构报名参加培训，对方声称培训免费，只收取物料费，但他先后被要求购买烧烤车等物料和教材，花费高达1.6万元。近年来，一些机构以“免学费”“高收益”为诱饵，招揽有创业意愿的人员参加培训，实为“假培训、真骗钱”。某消费者投诉平台搜索信息显示，有关创业培训欺诈学员的投诉多达数千条，投诉内容包括饥饿营销、虚假宣传、诱导消费和包装资质等。（1月15日《工人日报》）

推动大众创业、万众创新是稳增长的重要引擎，是缓解就业压力的有效途径。然而，一些创业培训机构利用劳动者急于掌握一技之长的心理，以“免学费”等名目诱导他们参加培训，从中骗取费用。这无异于把创业者当“韭菜”收割，侵犯参加培训者的经济利益和合法权益，而在各地都把创业与就业结合起来，不断优化创业环境的当下，这也涉嫌破坏促进创业的大局，理当为全社会所不容。

对这种“假培训、真骗钱”，相关网络平台必须严格履行拦截义务。据报道，不少上当受骗者在网上看到相关创业培训广告，还有一些培训课程是在网上进行。《广告法》明确，广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。根据《互联网广告管理办法》，平台经营者作为互联网信息服务提供者，有义务对利用其信息服务发布的广告内容进行监测、排查。因此，治理创业培训骗局，首先应厘清并压实为培训机构引流的网络信息平台的法律责任，倒逼其加强监管，建立有效的投诉、举报受理和处置机制，设置便捷的投诉举报入口或者公布投诉举报方式，及时受理和处理投诉举报。

要斩断不法机构利用网络平台进行引流的链条，仅靠平台自觉拦截是不够的。网信、公安、市场监管等部门应进一步明晰职责划分和行政管辖权，监督落实网络平台的审查职责，提高平台拦截“假培训、真骗钱”信息不力的失责成本和违法成本。监管机构也应畅通投诉举报渠道，认真对待每一起投诉举报，做到早发现、早警示、早查处。各相关部门在对待创业培训骗局时，要上升到促进大众创业、万众创新的高度，要充分认识到，依法遏制创业培训骗局，也是为了打造大众创业的良好环境。

有网友认为，正规创业培训不足，让“李鬼”有了“插足”机会。此说有一定的道理。就业是民生之本，创业是就业源泉，一头连着万家灯火，一头连着宏观经济。各地相关部门应加大就业创业培训的力度，优化创业公益指导服务，并加大对政府提供的正规培训渠道的宣传，让公众充分知晓，帮助创业者客观认识自身兴趣、需求、能力特征等，合理选择适合的培训项目。特别是一些小微创业者想要提升创业能力，如果面临“无处学、无人教”的尴尬，也不知自己适合干什么，大约就只能“病急乱投医”了。

要避免被创业培训骗局割“韭菜”，创业者也要擦亮眼睛，切勿轻信“免学费”“创业不赚钱可全额退款”等不切实际的宣传。越是标榜“7天学会”“月入10万”之类低门槛、高回报的项目，对此越要多加警惕，避免上当受骗。如果遇到“假培训、真骗钱”，应在搜集保存相关证据后向监管部门投诉举报。无论想习得哪项技能，既要胸怀大局，也要脚踏实地，面向选准的方向“精耕细作”，如此才能在人生的道路上创造属于自己的风景。（北京青年报）

# 北京市市场监督管理局、北京市消费者协会 发布春节消费提示

2024年春节期间，北京市市场监督管理局、北京市消费者协会提醒广大消费者理性看待促销活动，关注网络交易安全，谨慎面对预付消费，保持勤俭节约美德，依法维护自身权益。

**一、理性看待促销活动。**为刺激消费，春节期间线上、线下的经营者扎堆进行各类促销活动，如积分返现、跨店满减、品类优惠券等形式，考验着消费者的“数学”能力。消费者应仔细了解促销活动规则，明确活动时限、优惠条件、适用范围、退换条件等内容，根据实际需求进行选购，勿因价格优惠而盲目购买商品。

**二、关注网络交易安全。**消费者在线上购物时，选择信誉较高的经营者，避免私下进行交易，注意保留聊天记录、交易记录等消费信息。注意防范各种“诱人”福利，勿要轻信点击领红包、退费返利等聊天群、短信和链接，勿要轻易输入个人信息，包括姓名、地址、电话、卡号及密码等内容，收到货品后，及时抹去收货方信息，再丢弃外包装。

**三、谨慎面对预付消费。**针对预付式消费，消费者应认真核实经营主体信息，明确预付式消费的名称、种类和功能，购买、充值、使用、退卡、挂失、转让的方式，收费项目和标准等内容。根据《北京市单用途预付卡管理条例》签订合同，及时索取交易凭证和发票。尽量避免购买大额度、长时间的预付消费产品，提高风险防范意识，以免造成经济损失。

**四、保持勤俭节约美德。**勤俭节约是中华民族的传统美德，春节期间应树立理性消费观念，按需消费，合理选购，勿要跟随“主流”冲动下单，不因价格优惠盲目囤积，以免造成浪费。在消费时践行绿色环保理念，反对产品过度包装。外出用餐和网络订餐时，按需适量点餐，杜绝餐饮浪费，自觉

践行“光盘行动”。

**五、依法维护自身权益。**消费过程中，消费者应主动保留交易记录，留存交易凭证，遇到消费纠纷及时与经营者协商解决，如协商不成，可向消费者协会或行业主管部门投诉，或向人民法院提起诉讼。（北京市消费者协会）





## 北京市市场监督管理局、北京市消费者协会 发布春节旅游消费提示

龙年春节将至，北京市市场监督管理局、北京市消费者协会提醒在此期间出游的消费者合理规划出行方式，警惕虚假旅游信息，避免掉入低价陷阱，注意人身财产安全，及时保留消费凭证：

**一、合理规划出游行程。**出行前，消费者应提前了解目的地的基本情况，合理规划行程。建议消费者错峰避峰出行，提前关注景点信息，避开人流量大的时段，优先选择公共交通工具，避免遇到道路拥堵、停车困难等情况。如选择自驾方式，应尽量避开车流高峰，提前做好路线和住宿。

**二、避免掉入低价陷阱。**消费者应理性选择旅游产品，警惕不合理的低价揽客行为。签订旅行合同时，应先仔细阅读合同条款，包括费用情况、支付方式、起止时间、行程安排、餐饮住宿等内容，着重关注退费条件、违约情形和责任划分的特别条

款，明确自费项目和非自费项目，避免参加约定以外的购物活动、另行付费旅游项目。

**三、注意人身财产安全。**消费者外出游玩时，尤其是滑雪、滑冰等冰雪项目，应做好自身健康状况预判，选择正规的经营场所，保管好自己的证件和贵重物品，重视场所的安全提示，遵守相关安全规定，以免发生意外事故。

**四、及时保留消费凭证。**在消费过程中，及时向经营者索要发票、收据等消费凭证，注意保存相关证据。如遇餐饮住宿、景区门票、停车场收费等哄抬价格及其他消费纠纷，及时与经营者协商解决，如协商不成，可向消费者协会或行业主管部门投诉，依法维护自身合法权益。

（北京市消费者协会）

# 春节将至，如何合理规避消费陷阱和消费风险？ 这些提示需注意！

龙年春节将至，如何合理规避消费陷阱和消费风险，度过一个快乐祥和的春节，大兴区消费者协会提示广大消费者：安全理性迎新春，欢欢喜喜过大年。

## 一、讲安全 保护人身财产安全和个人隐私

春节期间，无论旅游出行、购物还是餐饮消费，都应注意保护好人身财产安全。网络交易不要随意提供个人信息，不要见码就扫，注意保护个人隐私，不轻信“飞来横福”和“中奖信息”。通过网络预订车票、门票等，要注意识别网站真伪，拒绝“黄牛”购票，严防消费诈骗，警惕第三方平台的默认搭售。

## 二、买年货 选择正规商超

消费者购买年货，不要选择流动商贩，应到正规商场超市选购，注意生产日期和保质期，线上购物要到正规电商平台，合理行使“七日无理由退换货”的权利，购买商品做到货比三家，价比三家，不轻信商家的宣传噱头和低价诱惑，促销商品详细了解促销原因和促销规则，防止商家不予退换。防止商家非正常砍单行为，保留好订单、聊天记录或截屏等相关证据。

## 三、定年夜饭 选好场地明确细节

消费者预订年夜饭或在外就餐，要对餐饮场所实地考察，签订书面合同，明确消费细节和违约责任，对菜品名称和实际内容要做到心中有数。对于餐饮企业特殊约定的消费内容要事先了解清楚并确认。最好在合同中注明预付款项是定金，如果消费

者违约无权索要定金，商家违约要双倍返还定金，保留购物凭证，确保维权有据。

## 四、去旅游 严防低价陷阱

春节出游的消费者，要选择正规旅行社，选准出游线路，签署旅游合同，严防低价诱惑，对旅游景点、食宿场所以及进店购物等事项要在合同中明确，不轻信商家的各类宣传噱头，避免上当受骗。选择民宿、自助的方式要事先与房主做好入住的具体内容和细节的约定。如果消费者选择通过平台购买旅游产品，一定要确认好平台应尽的义务，保留好订单、聊天记录或截屏，防止因平台推卸责任的“甩锅”而蒙受损失。

## 五、看信誉 预付式消费要留神

消费者选择餐饮、美容美发、健身、洗车等预付式消费时，应全面考察企业信誉和经营状况，充值金额不宜过大，不要轻信商家口头承诺。理性消费、按需购买，切勿盲从，勿轻信超折扣宣传，以免遭受经济损失。（大兴区消费者协会）



# 市场监管总局发布消费和风险提示

## 这5类产品要科学购买和使用

市场监管总局发布儿童智能手表、激光笔、电动自行车头盔、萝卜刀、火漆印章5类产品消费提示和风险提示。希望广大消费者科学购买和使用相关产品，防范可能发生的安全风险。

### 儿童智能手表消费提示

儿童智能手表是供3岁至14岁儿童使用的带有提醒、通话、定位等功能的手表。消费者在选购和使用时应注意以下几点：

#### 一、选购

1. 查看重要信息。注意查看产品名称、厂名厂址、执行标准、安全警示标识等产品信息。具有通话功能的儿童智能手表，检查产品包装是否标明强制性产品认证（CCC）标志、进网许可证号和无线电发射设备型号核准许可号（CMIIT）。建议购买标明执行标准为GB/T 41411-2022《儿童手表》的产品。

2. 查看外观。产品外观应无划痕、毛刺、锐边等影响安全佩戴和使用的缺陷；字符图案准确、清晰，无明显瑕疵；表壳体牢固，无明显间隙。

3. 按需选择。选购时注意查看儿童智能手表是否具有防水、防震功能，软件是否具有社交功能等，应选择适合自身需要的产品。

#### 二、使用

1. 使用产品前，需仔细阅读说明书的注意事项，了解安全使用提示。

2. 佩戴时，尽量避免磕碰跌落。如发现电池挤压变形、异常发热、破损或异物刺穿时，应立即停止使用。

3. 手表充电时，应避免使用；充满电后，及时拔掉充电器。

4. 为保障信息安全和支付安全，家长应通过“家长控制功能”管理儿童使用产品的情况。

### 激光笔消费提示

激光笔是一种利用激光发射来进行指向的工具，常用于课堂教学、会议讲解等场合。消费者在选购和使用时应注意以下几点：

#### 一、选购

1. 注意查看产品标识中厂名厂址、产品名称、警示说明、执行标准等信息是否齐全，拒绝购买“三无”产品，并保留购物凭证。

2. 仔细查看产品的激光规格信息。激光按照危害程度从小到大分为1类、1M类、2类、2M类、3R类、3B类、4类。最好选购激光辐射类别为3R类及以下的产品。对于非专业使用人员，请勿购买3B类及4类大功率激光笔。

3. 避免购买激光笔作为儿童玩具使用。

#### 二、使用

1. 仔细阅读产品警示说明和注意事项，并严格按照产品宣称用途使用。

2. 使用时避免照射人体眼睛和皮肤，以免引起不必要的伤害。

3. 如发现激光笔笔杆发烫，需立即停止使用。

4. 办公或教学用激光笔，应放置在儿童无法触及的地方。

### 电动自行车头盔消费提示

电动自行车头盔是在事故中降低乘员头部伤害的装具，一般由壳体、缓冲层和佩戴装置组成。消费者在购买和使用时应注意以下几点：

#### 一、选购

1. 选购专用头盔。驾乘电动自行车时应佩戴专用头盔，不要购买和使用自行车、滑板、轮滑等运动头盔或安全帽替代电动自行车头盔。

2.查看重要信息。通过正规渠道购买。注意查看产品名称、厂名厂址、执行标准、产品型号规格、生产日期、使用说明等信息是否齐全。优先选购执行标准标注为GB 811-2022《摩托车、电动自行车乘员头盔》新标准的头盔，且购买时应向商家索取发票等有效凭证。

3.检查外观及结构。选购时，注意壳体应坚固平滑、边沿圆钝，无不合理凸出物。缓冲层应手感密实无异味。外表面最好有反光材料，以便在光线不佳时，容易被识别，减少交通事故发生。

4.提前试戴试用。要根据头围尺寸选择合适规格的产品，头盔应与头部贴合，佩戴稳定舒适并具有足够的视野，重量不宜过重。注意头盔的壳体和缓冲层要能够覆盖额头至后脑的主要保护区域；佩戴装置应牢固，且不会因为误操作而被打开。如果有护目镜，应有卡槽等定位功能，打开后不应自行滑落。

## 二、使用

1.正确佩戴。使用前仔细阅读产品说明书，按照说明书中的使用条件和佩戴方法正确使用，按要求确认头盔是否戴牢、系带是否紧实、卡扣是否松动等。

2.注意保管。日常存放时避免长时间暴晒。在清洁时，不要用有腐蚀性的溶剂擦洗头盔外表面。

3.定期更换。头盔如果发生过一次较大撞击事故，应停止使用。若产品说明书中有建议使用期限，超过期限应及时更换。

## 萝卜刀风险提示

萝卜刀是一款通过自身重力实现刀体滑动的仿刀玩具，近期在学生群体中广为流行。消费者在选购和使用时应注意以下几点：

### 一、选购

1.注意查看产品标识中厂名厂址、检验合格证明、执行标准等信息是否齐全，拒绝购买“三无”产品；应选购产品或包装上有强制性产品认证“CCC”标志的萝卜刀产品。

2.不要购买刀锋尖锐、手指可触及部位有锐利

边缘或毛刺、部件装配不牢固的萝卜刀产品。

3.仔细阅读产品或包装上标注的适用年龄、使用说明、警示内容等相关信息，根据儿童年龄等情况选购产品。

## 二、使用

1.仔细阅读产品说明和注意事项。按照产品使用说明正确玩耍。

2.避免在追逐打闹中使用。避开眼睛等身体重要部位，以免发生不必要的伤害。

3.对于年龄较小还没有形成安全意识的儿童，家长或监护人应加强监护并正确引导。

## 火漆印章风险提示

火漆印章是指通过加热将蜡等物质熔化后，用印章按压成各种造型的产品，主要包括加热器具、熔蜡勺、彩色火漆蜡粒、印章头等部件。近年来在儿童群体中广为流行。消费者在选购和使用时应注意以下几点：

### 一、选购

1.通过正规渠道购买产品。注意查看产品名称、厂名厂址、执行标准、产品检验合格证等信息是否齐全，避免购买“三无”产品。

2.选购时仔细阅读适用年龄和安全警示说明。了解加热方式，选择具有防烫保护设计的产品。如果儿童年龄较小，尽量避免选择以蜡烛等明火方式加热的产品。

## 二、使用

1.使用前，仔细阅读说明书。了解安全使用提示，需有成年人全程监护陪同使用。

2.需选择通风良好的场地，确保桌面牢固耐热。对于使用明火加热的产品，需远离易燃物品。

3.使用时，手不要触碰加热器具、熔蜡容器等部件的金属部分，防止烫伤。不要将非产品配件或易燃物放置在明火上，避免发生火灾。

4.使用后，产品应及时收纳。避免幼童误吞误食形似糖果的蜡粒，发生窒息等危险。

（央视新闻）

## 买“国库券”可退培训费？小心诈骗！

去年以来，有不法分子打着有关部门和中国消费者协会的旗号，冒充中国消费者协会工作人员，利用消费者着急退钱的心理，以退还教育培训机构的课程费为由，以购买“国库券”“基金”“证券”等方式诱导消费者转账，进行诈骗，导致消费者财产严重受损。该行为严重侵犯消费者财产安全，涉嫌犯罪。



中国消费者协会曾就类似事件于2023年1月18日、6月7日、7月27日发布公开声明，提醒消费者防止受骗，并将有关情况通报了有关部门。近期，仍有部分消费者反映上当受骗。为此，中国消费者协会郑重发布消费警示：

凡是退款前要求先支付费用的，都是诈骗！消费者一定要捂紧自己的“钱袋子”，警惕任何以退费为由要求再次付费购买相关产品的诈骗行为。

从消费者反映的情况看，不法分子通常假冒中国消费者协会工作人员与消费者建立联系，诱导消费者加入相关教育培训机构退款QQ群，并下载其指定的涉嫌非法APP。这类APP往往内设群聊功能，消费者进入群聊后，不法分子要求消费者购买国库券才能退费，还有不法分子伪装成“退费用户”发布退费成功的信息。一旦消费者受骗购买国库券完成转账，不法分子便以“操作失误”为由，冻结消费者APP账户，要求消费者再次进行大额转账，购买更多“国库券”用以解封账号。若消费者对上述环节产生怀疑，不法分子还会向消费者提供中国消费者协会在官网上公开的投诉咨询电话及地址，甚至误导让消费者到中国消费者协会领取退款。

上述行为致使消费者不仅未得到应退回的培训费，反而被不法分子诈骗，遭受双重损失。中国消费者协会强烈谴责此类卑劣行径，提醒消费者一定要擦亮眼睛，谨防上当受骗。同时，呼吁有关部门高度重视消费者的诉求，严厉查处此类诈骗案件，形成有效震慑。

中国消费者协会是依法成立的保护消费者合法权益的公益性社会组织，不从事商品经营和营利性服务，不以收取费用或者其他牟取利益的方式向消费者推荐商品和服务。消协组织是消费纠纷的调解机构，处理消费纠纷从不收取任何费用。

（中国消费者协会）

# 教育部提醒：校外培训安全问题不能小觑

寒假将至，为守护广大学生及家长安全健康，教育部校外教育培训监管司、公安部刑事侦查局、国家消防救援局消防监督司、中国消费者协会秘书处共同提示：

## 一、自觉抵制违规校外培训

寒假期间，校外培训机构不得违规组织开展学科类培训。违规培训逃避监管，不仅培训质量难以保证，安全管理更是隐患重重，危及学生及家长人身、财产安全，请广大学生及家长共同抵制违规培训和各种形式的诱导、广告，以免上当受骗。

## 二、坚决打击违规“黑竞赛”

“大师赛（DSS）”“希望杯（XWB）”“华杯赛（HBS）”等均属违规举办的“黑竞赛”。所有竞赛结果均被禁止作为中小学生招生入学依据和考试加分项目。不法分子散布“竞赛获奖，助力升学”谣言、贩卖焦虑、非法敛财，属严重违法违规行为，教育部门将会同有关部门严厉打击。

## 三、警惕防范资金安全风险

参加非学科类培训的广大学生及家长要通过全国统一的“校外培训家长端”APP选课、缴费、退费及投诉。一次性缴费不应超过3个月或60课时及5000元上限，要签订《中小学生校外培训服务合同（示范文本）》，切实避免“退费难”“卷款跑路”等风险。

## 四、严防电信网络诈骗

一些不法分子通过伪造政府部门公文或以培训机构名义，诱导学生及家长添加QQ号或加入QQ群，以校外培训退费名义实施电信网络诈骗。为

此，再次向广大学生及家长提醒，正规退费流程一般以原路返还的形式退至本人缴费账号，凡退款时附加购买商品或支付费用条件的，都是诈骗！如有疑问，可及时拨打110或有关培训机构主管部门电话求证、求助。

## 五、共同参与社会监督

欢迎广大学生及家长关注培训场地、设施配置、消防安全、从业人员资质等方面的风险隐患，可通过国务院“互联网+督查”、教育部官网、“中国教育督导”微信公众号及各地投诉举报渠道，举报提供违法违规问题线索。如涉及违规收退费等消费纠纷、消防设施器材损坏或故障、安全出口锁闭、疏散通道被占用堵塞、灭火和应急疏散预案不健全等问题，也可向当地消协组织、12345市民热线投诉反映。

假期是孩子们休息调整、自主发展的重要阶段，也是家长与孩子们欢聚一堂、敬老孝亲的最佳时机。希望广大家长朋友珍惜宝贵祥和的时光，科学合理安排孩子们的假期生活，不盲目跟风报班培训，与孩子们共同度过美好的春节！（教育部）



## 爱美之心人皆有，美容整形须谨慎

近年来，不少外国人来韩进行美容整形，一些人因此卷入医疗纠纷，手术失败甚至闹出人命的情况也时有发生。中国驻韩国大使馆在此提醒来韩整容中国公民注意以下事项：

### 提醒事项

**一、切忌盲从广告宣传。**不被夸张用语、折扣优惠蒙蔽双眼。术前全面了解手术风险及可能的并发症、后遗症，客观理性做选择。

**二、谨慎选择中介机构。**如选择中介机构，务必谨慎确认其资质，签订协议时明确双方权利义务，谨防非法中介。

**三、选择正规医疗机构和专业整形医生。**可事先登录大韩整形外科医师会网站，确认相关医院是否登记在册、诊疗医生是否专业出身，多渠道了解

医院口碑和医生既往执业状况，严防“黑作坊”和“幽灵手术”陷阱。

**四、严格规范诊疗流程。**术前签订正规合同，合同中就主刀医生、手术效果、违约责任承担及纠纷解决途径等进行明确约定。及时索要诊疗记录，通过正规透明渠道缴费，开具正式发票。术后妥善保管合同、诊疗记录、缴费凭证、前后对比照片等资料。

**五、发生医疗纠纷时通过正当途径理性维权。**维权途径包括与院方协商解决、通过韩国医疗纠纷调停仲裁院进行仲裁、法律诉讼等。

**六、其他注意事项。**如术后容貌发生较大变化，或尚处术后恢复阶段，出境回国时应携带好手术证明材料，以免影响办理登机或后续出入境手续。



### 实用信息

#### 大韩整形外科医师会：

中文网址：<http://www.prskorea.co.kr/cn/>

韩文网址：<http://www.prskorea.co.kr/>

韩国医疗纠纷调停仲裁院：

电话：02-6210-0080

中文网址：<https://www.k-medi.or.kr/ch/index.do>

韩文网址：<https://www.k-medi.or.kr/Index.do>

外交部全球领事保护与服务应急热线：+86-010-12308

驻韩国使馆领事保护咨询邮箱：[seoul\\_lb\\_csm.mfa.gov.cn](mailto:seoul_lb_csm.mfa.gov.cn)

咨询电话：02-755-0535/02-755-0536

（中国驻韩国大使馆）

# 购买电动自行车注意“四看两问”

电动自行车是广大市民出行的重要交通工具。如果购买时选择不当，容易引发交通安全问题，留下消防安全隐患。近日，济南市市场监管局发布消费提示，提醒消费者谨慎购买、安全使用，注意“四看两问”。

**一看合格证。**看电动自行车是否有“产品合格证”，产品合格证上是否有中文清晰标明的产品名称、型号、制造商或商标、生产厂家及地址、制造日期、整车编码、电动机编码、驱动方式(电驱动或电助动)、最高设计车速、整车质量、电动机功率和额定电压、电池种类等信息，上述信息还应当具有可识读的二维码等信息码，可用手机扫码进行查验。

**二看外观。**看电动自行车外观是否与产品合格证一致，如果比合格证多出后视镜、后备箱、保险杠、储物框、双鞍座等现象，或销售者承诺挂牌后加装和改装上述内容，会造成购买的电动自行车质量不合格。

**三看标志。**看标志铭牌上的中文标明信息：产品名称、型号、制造商名称或商标、制造年月等是否规范、清晰耐久且易于识别；看整车编码是否在车架本体不可分隔的醒目部位(多位于前管和中接头处)表面；看电动机编码是否永久性地刻制在电动机外壳上。如果没有整车编码、电动机编码，则该车涉嫌非法销售。

**四看尺寸。**主要是6个尺寸：一是整车高度，小于或等于1100mm；二是车体宽度，(除车把、脚踏部分外)小于或等于450mm；三是前、后轮中心距离，小于或等于1250mm；四是鞍座高度大于或等于635mm；五是鞍座长度，小于或等于350mm；六是后轮上方的衣架平坦部分最大宽度小于或等于175mm。若尺寸不符合上述要求，涉嫌改装了原厂的零部件。

**五问车速。**购买前不要轻信商家所谓的“跑的

更远、跑的更快”等承诺，确保购买的电动自行车符合国家标准。电动自行车国家标准要求行驶速度最高不超过25km/h。不要听信商家关于可以加装电池调整限速器速度的建议，也不要擅自要求商家作上述加装调整。改装、拼装后的电动自行车往往会在蓄电池、限速器等关键零部件上使用非“产品合格证”上明示的零部件，可能产生车速过高等安全隐患。提醒广大购买者，私自改装电动自行车造成损坏的，不属于保修服务范围。

**六问售后。**购买时要向商家仔细询问售后服务和有关三包规定。根据中国自行车协会的《电动自行车售后服务规范》团体标准，电动自行车产品主要零部件在保修期限内发生性能故障，应按照最小单元维修的原则，进行更换或维修；达到整车退换货要求的，服务网点应给予退货或换货。电动自行车修复后，发生相同故障时，保修期限至少三个月，服务网点应提供免费服务，灯泡、保险片等易损件的更换除外。(济南市市场监管局)



## 车用汽油清净剂产品知识科普及消费提示

车用汽油清净剂又被称为汽油清净剂、燃油清净剂、汽油清净分散剂等，是添加在车用汽油中来抑制燃油系统内部沉积物生成的一种具有清净、分散、抗氧化和防锈性能的复合汽油添加剂，可以有效清洗车辆发动机燃油喷嘴和进气阀等处已经形成的沉积物，减少积碳的形成和积累，保证油路的清洁，从而保障发动机良好的工作状态。选购时建议：

**1.看包装标识。**确定该产品为车用汽油清净剂，主要用于清除燃油系统管路及喷油嘴积碳，防止进气阀和燃烧室形成积碳，避免汽油箱生锈和腐蚀等。市场上小包装车用汽油清净剂产品名称比较混乱，如××清净剂、××除碳剂、××燃油系统添加剂、××燃油系统清洁剂、燃油宝等，消费者

购买时一定要根据包装上的产品特性、使用范围等仔细辨别。

**2.看执行标准。**最新执行标准为GB 19592-2019《车用汽油清净剂》或企业标准，包装桶上应该有明确规定。

**3.看生产日期。**GB 19592-2019《车用汽油清净剂》于2020年5月1日起正式实施，最好选择该日期以后生产的产品，如果生产日期在2020年5月1日之前，应谨慎购买。

**4.看加剂比。**包装桶上应该有明确的加剂比例，消费者应按照使用说明书的配比进行添加。

**5.正规渠道购买。**消费者在选择汽油清净剂时，应选择具有品质保障的产品，并从正规渠道购买。（山东省市场监管局）

## 预包装食品消费提示

近日，山东省消费者协会联合山东预制菜产业联合会发布预包装食品消费提示，提醒广大消费者在购买和食用预包装食品时记住“选、辨、食、储”4点。

**一是选，即选择正规渠道购买。**在购买预包装食品时，应尽量选择正规商超、便利店等经营场所，避免在街边摊点、无证商贩处购买，以免食品质量和安全无法保障。

**二是辨，即仔细查看产品标签。**在购买预包装食品时，应仔细查看产品标签，了解产品的名称、规格、净含量、生产日期、保质期、生产许可证号、生产企业名称和地址等信息，选择符合国家标准和行业标准的合格产品，避免购买过期、变质、假冒伪劣产品。

**三是食，即按规食用。**在食用预包装食品时，

要按照产品标签上的食用方式进行食用，如是否需要加热、煮熟、搭配其他食材等，不要随意改变食用方式，以免影响产品的口感和营养。特别是即食、即热、即烹、即配等类型产品，要严格遵守产品标签上的食用时间，不要超过保质期或开封后的有效期，以免出现食物中毒或其他不良反应。

**四是储，即注意保存条件方式。**在购买预包装食品时，需要注意产品的保存条件，如温度、湿度、光照等，按照产品标签上的要求进行妥善保存，避免产品受到污染或变质。特别是需要冷藏或冷冻保存的产品，要及时放入冰箱，不要放置在高温或阳光直射的地方。同时，建议广大消费者不要过量或过频地食用预包装食品，应注意食品的营养均衡和搭配，多吃新鲜蔬果。

（山东省消费者协会）

## “物业直租”真假难辨，租赁合同请仔细看好

“物业直租”“没有任何中介”“不是中介”……市场上，总能见到类似承诺的租房广告，让消费者心动。记者调查发现，“物业直租”已成为一些中介宣传的一种噱头或者打出的幌子。对于真假难辨的“物业直租”，消费者要格外注意租房合同内容及背后可能的风险。

### 经历

#### “直租房”也有烦心事

“租房避坑，尤其是物业直租的这种房子，大家小心啊……”在租房一段时间后，郭玲燕逐渐对房间出现的一些问题感到心烦。“电总停，交了供热费还得开空调。”她在网上连续写下多个“XX新村物业直租避坑”帖子，分享自己这次不算畅快的租房经历。

尽管说是“物业直租”，但随着入住时间推移，郭玲燕发现并不是自己想象的那样。“其实就是中介租房，租出去就不怎么管了。”

在她眼里，即使自己所居住的房屋性质比较特殊，但也不是心里闹腾的理由。每个月缴纳的租金之外，需缴纳的管理费和水电费，也是一笔不小的开支。为此，她也投诉过了多次。记者发现，在郭玲燕的帖子后，还有一些同小区的租户也表示，自己的地暖不够热，有楼栋也经常出现停电等问题。“现在出租房子



的，几乎都是某某物业公司那样，不是你理解的那种物业，就是中介。”

有的“直租”房屋因为居住体验给人心里添堵，有的则是在退房时遇到了常见路数之一——找房间的各种“问题”。

谈起去年的退房经历，陆芸还耿耿于怀。“是物业直租，只不过我们当初是想跟房东直签，合同上是物业公司的个人代替房东签的。”她说，自己最开始并不懂这种操作是否规范，因为有合同在，所以也就租住了下去。然而在不久前退房时，她却遭遇了要扣押金1000元的闹心事。这让当时正在搬到新家的夫妻俩，都感到措手不及。

“说房子门坏了，墙脏了，有墙皮脱落等。”陆芸说，最终经过一番拉锯沟通，夫妻俩赔偿了500元刷墙费，才成功要到了

租房时缴纳的押金。这一次有些闹心的经历，也让陆芸开始回想租房的一些细节。自己的这次“直租”经历，本该是个人对公司的业务操作，经过对方一番变通，就成了个人对个人的行为。

“如果不得已跟他们签合同，就要他们公司的合同。”

### 调查

#### 多是中介推的噱头

市场上是否真有“物业直租”，广告中的“物业直租”是否靠谱？记者走访发现，有的小区确实是小区物业公司在直接面向市场提供租赁服务，但也有不少租赁广告背后，其实是中介使出的“障眼法”。

“物业直租，大飘窗，精装修，能养宠物……”某平台上，正在发布一则月租金3600元的整租广告。广告中表示房屋是开发商租赁中心直租，没有中介费。事实是否如此？记者去往该小区一层小区物业公司办公地。现场工作人员确认，招租广告发布者的身份确实是该公司人员，且该物业公司正面向市场招租。“我现在手里有的可租房子还有十多套，你看好了告诉我。我们不收取中介费，签合同是与公司签署，且可以开发票或者收据。”

随着调查深入，记者发现有的“物业直租”广告就不那么靠谱了。“声明：没有任何中介，

不是中介，物业直租！”另一则“直租”广告表示，房屋包物业取暖。记者去到现场，该人员在带领看房时表示，可以押一付一，签署合同是个人跟“值班室签”。“我们是个人对个人的。签个人和签公司，不都一回事吗？”记者联系该公寓现场墙壁上留下的管家。对方表示，这些发布招租信息的人是中介，“他们总冒充自己是房东，都是中介。”

这样的情况，不是个例，地铁六号线物资学院路旁某小区一直是租房热门，网络上不乏该小区“物业直租”的房源。当记者联系对方，询问是否为小区物业公司直接租赁房屋时，对方回复“我住在小区，是物业的。”如果看上了房子，在签署合同时，既可以与对方所在的物业管理公司签署，也可以与个人签署。

“跟我们没关系，我们不参与这事儿。”该小区物业客服工作人员表示，小区物业公司的日常服务中，并没有出租房屋这一项。“应该是中介，它有可能公司名字就叫某某物业管理公司，所以就那么喊了。”

中国政法大学传播法研究中心副主任、中国消费者协会专家委员会委员朱巍说，生活中的确有业主将房屋交给小区物业公司管理出租，市场上也有“物业直租”的房源。消费者之所以愿意选择“物业直租”，是因为物业对业主房源相对了解，且服务保障较为靠谱。“如果一些公司或机构所掌握的出租房源中，不涉及物业管理的部分，或者只是部分涉及，就打着‘物业直租’的

旗号，那就是一种误导。这种诱使他人相信且造成混淆的宣传行为，侵害了消费者的权益。”

## 提醒 租房之前看好合同

调查发现，一些中介拿着“物业直租”概念打擦边球，使障眼法，背后通常存在批量拿房的操作手段。尽管多家“物业直租”中介表示，不向租户收取中介费，但在实际操作中，有些细节存在一定风险。

“我们就是自己做的公寓。我拿了上百间房子。”前述公寓管家介绍，这些房子都是他从别人手里租过来而后一间间装修，再往外出租的。为了让房子租得快一点儿，他找了“一帮中介”帮着租房，“他们不收你中介费，是因为是我来给他们出中介费。你给他们签合同，最终也是跟我签，我收钱。”

在一份名为“北京房屋租赁合同”的合同上，记者看到出租方确实为这名管家。合同写明每月每间租金外，取暖费为1600元每季、网费50元每月、卫生费50元每月，电费1.5元每度，水费10吨未写明价格。合同规定，在商定租金支付期后，租金应于到期前7日内付清；超出租赁期7日内不交房租每日滞纳金按月房租的10%扣除，10日以上（包括10日）给予清退，且不退押金。

值得注意的是，合同承租方（乙方）部分需填写姓名、身份证号码、电话号码、紧急联系人及电话、户籍、从事行业、单位名称及地址等信息，但在出租方

（甲方）部分，则暂时只有姓名及电话号码。而在地铁六号线物资学院路站旁的某小区，当记者提出先看一眼大致合同时，对方在一个劲儿表示可放心租房的同时，回复“你交了定金，才能给你出合同。”这些，在无形中，可能埋下隐患。

一知名房产中介公司从业十年的租赁人员表示，如果合同只有对方的姓名和电话，显然是不利于消费者的。为了保障好消费者自身利益，在租赁房屋时，消费者最好要求对方提供一些证件资料。房产证、身份证或者相关的购房协议，都能起到核查兜底的作用。现实中，打着“物业直租”幌子的机构和个人，如果没有向租户收取中介费，那么其盈利点往往是“吃”房租差价或者利用空置期盈利。“比如，给业主一个价格，租给你一个价格，‘吃’其中的差价；或者利用好一定的空置期，每年就给业主11个月甚至更短月数的租金。”

这名租赁业内人士介绍，租房最好选择市场主要的大平台。对于不是真正“物业直租”的房子，消费者切记别一次交太多房租，以免出现对方“跑路”等被动损失。“之前有中介公司的操作手法就是，给业主月付租金但却收取租户至少三个月的钱，这种风险就最大。”在核查证件资料等基础上，消费者还要仔细阅读租赁合同内容有无隐形条款，尤其是违约条件部分的内容。一旦出现退押金难或者其他侵害权益的行为，消费者可以通过拨打12345热线、报警以及固定证据起诉等形式维权。（北京日报）

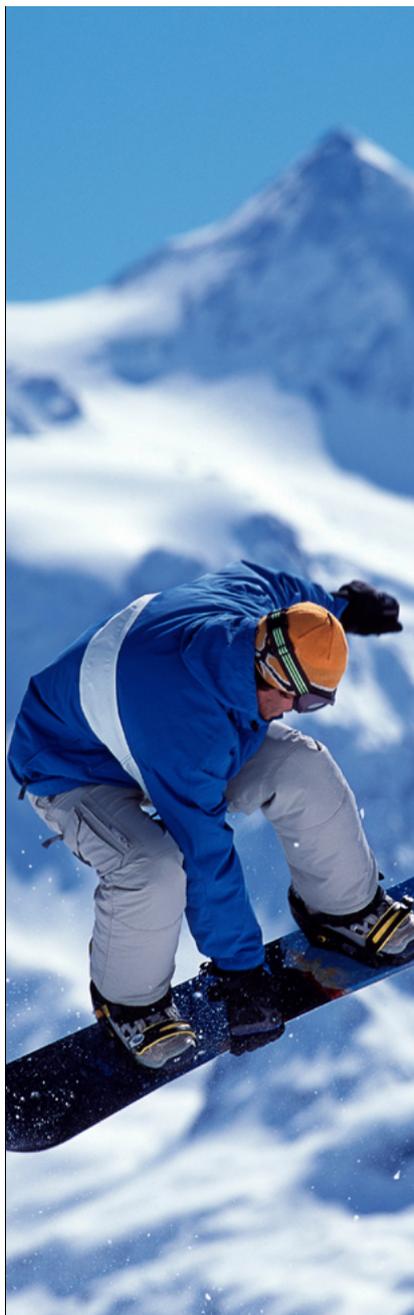
# 冰雪运动热起来 当心被这三大“坑”绊倒

这个冬季，无论南方北方，人们参加冰雪运动的热情都持续高涨，带火了相关产业。眼见着各地的雪场、冰场，卖装备的店铺涌现，连冰雪运动教练都多了起来。企查查数据显示，近10年，我国冰雪运动相关企业注册量呈整体显著增长态势。我国现存1.1万家冰雪运动相关企业，2023年新增1959家冰雪运动相关企业。冰雪运动火爆的背后，也隐藏着消费陷阱、消费误区，给一些消费者带来了不佳的体验，甚至造成了经济损失和人身伤害。

## “野生教练”不靠谱

冰雪运动对参与者的技术要求高，也容易对参与者造成意外伤害，因此，刚接触这项运动的人大多会花钱请教练学习。近两年，随着人们对冰雪运动参与度的不断提高，冰雪运动教练的数量也多了起来，但他们的资质参差不齐，有的甚至还是浑水摸鱼的初学者。

“去年还不好约滑雪教练，今年找教练的渠道多了，教练也多了。”一位滑雪者对记者说，“但靠谱的教练并不好找。上周我在网上约了一位教练，教孩子后刃推坡，发现跟之前学的动作不一样。询问过几家滑雪俱乐部，才得知这个教练教的是错误的动作，可能导致扭伤、摔伤。”



某滑雪俱乐部负责人贺晗对记者坦言，目前冰雪运动的教练市场的确存在教学质量没保障、教学安全有隐患等问题，有些人刚学滑雪一年就能当教

练。究其原因，主要是冰雪运动刚刚兴起，没有统一规范的教练认证体系。据贺晗介绍，目前教练市场上有两种教练证书：一种是社会体育指导员（滑雪）国家职业资格证书，简称国职证；一种是CASI（单板滑雪指导员认证），可通过报考国外滑雪教练体系认证获得，但持证上岗的教练不多。

“一般情况下，教练雪龄、教龄长的更好。雪龄是指自己滑雪的时间，要5年以上，教龄要3年以上，这样的教练在我们俱乐部才能算是比较有经验的。”

此前，记者在各大社交媒体看到，不少教练在视频号里发教学视频。贺晗表示，大家看到的一些教学视频，教练动作难度高、滑行水平棒。其实，这些动作可以剪辑，仅仅看视频选教练不可靠。

《中国消费者报》记者在北京南山滑雪场调查时发现，雪场有自己的教练，在雪场内经营的滑雪俱乐部也有教练，还有一些滑雪者从网络平台或是朋友介绍，私下聘请了独立教练。

贺晗表示，隶属于雪场、俱乐部等机构的教练相对更有保障，一旦在教学过程中产生意外，教练和机构都可以担责。但是“野生教练”没有机构制约，通过网上发广告，微信联系，一拉黑根本找不到人。这

些教练的一些教学方法也存在隐患。比如，有的教练进行“推、拉、扶”式教学，很多初学者在教练的“保驾护航”下很开心，离开教练就站在原地再也不敢动了，或是不断摔跤。其实，学会如何摔倒是滑雪初学者的第一课，也是滑雪中十分重要的安全保障。

### 冰雪场地藏安全隐患

“孩子从中级道滑下，已经到了雪道终点平缓处，速度也降低了，但是一个人突然从后面雪道冲下把孩子撞倒，幸好只有小腿被撞青紫。原来这个人刚学滑雪就上中级道，刹不住。像这样不讲规矩的人在雪场、冰场大有人在，人为地增加了安全隐患。”北京的消费者张志对记者说。

不顾他人安全在冰雪场地肆意穿行，初学者就进入中级雪道滑行……这样的问题在每个雪场都存在。在社交平台上，随处可见“雪道尽头是骨科”的说法。冰雪运动虽然魅力无穷，但的确充满危险。冰雪场地中一些参与者毫无风险意识，加上场地管理不够严格，导致风险系数增高。

针对滑雪场的安全问题，国家应急广播中心发布提示：“根据自己的滑雪技能水平，选择难度适当的滑雪场和雪道，初学者应注意避免难度大的雪道”“控制滑行速度，避免超出自身的控制能力；保持滑行安全距离，防止与其他人相撞”“每个滑雪

场都有一套安全规则，如雪道标记、速度限制和行为准则。熟记并遵守这些规则，对于保护自己和他人的安全至关重要”……

这些滑雪场的安全规则，冰雪运动参与者应熟知，冰雪场地也应有安全提示。记者在北京军都山滑雪场看到，安全巡视员拿着喇叭不断引导滑雪者按照雪场规范滑行，切实保障了滑行者的安全。记者询问北京多家冰雪运动场馆得知，所有的冰雪场地都要配备有安全巡视员、医护团队。但也有消费者反映，自己和爱人去年12月1在呼和浩特太伟滑雪场滑雪，结果爱人骨折，雪场没有医护团队，没能在受伤的第一时间进行处理。

贺哈提醒说，在选择冰雪场地的时候不仅要看场地的硬件，还要看管理水平，比如安全巡视、紧急救援、医疗服务等是否配备且服务到位。

### 价格背后藏玄机

现在冰雪场地的门票价格、教练费用都明码标价，看似没什么陷阱，不过却暗藏一些小门道。

记者了解到，滑雪教练费用较高，教授形式也较多，有一对一，一对二，还有小班课、大班课。在南山滑雪场，教练按小时收费，平时300元一小时，周末400元一小时。贺哈告诉记者，教练的价格基本统一，不过不少学员会遇到这样的问题：明明约的一对一授课，教练却建议学员

拼课，称价格便宜且效果一样。其实，教练上一对二的课比一对一的收入要高些。但对学员来说，拼课的费用是便宜了，但教练却将精力分给了多个人，性价比并不见得高。

至于冰雪场地，通常都是按小时收费，不过不同的场地，计算时间的规则会有不同。记者在北京军都山滑雪场看到，大家进出雪场都要打卡计时，租设备、换衣服的时间并不计算时间，可以说门票的价格就是纯玩雪时间的价格。但有消费者对记者抱怨，她在山西的一个雪场滑雪，从进门就开始计时，租设备、换衣服少说要20分钟，出来再换衣服、还设备又要20分钟。这些时间都算在雪场门票的价格里，等于损失了将近一个小时的门票钱。

记者还发现，有些冰雪场地的门票虽说是明码标价，但里面的一些游乐项目却要另外收费。比如，北京奥森南园雪场和冰场，购买30元门票进去后，每个项目要单独收费，轮胎滑雪100元一小时，冰滑梯一人一小时100元等；北京什刹海冰场分为3个区域，门票相互不通用，出场地后需要再次购票。

冰雪运动的兴起与人们生活水平的整体提高密不可分，但任何消费者都不希望花冤枉钱。随着冰雪场地、设施的增加，竞争必然会激烈起来，只有完善的服务、公道的价格，冰雪场地才能在热火朝天的市场中吸引更多的消费者。（中国消费者报）

# 法官教你识别养老金融套路

近年来，随着我国人口老龄化加剧，一些不法分子利用老年人防骗意识低和金融知识缺乏等弱点，打着以房养老、投资老年人专用软件、文物收藏等各种幌子，向老年人非法集资或诈骗，给老年人带来严重的财产损失和精神伤害。

对此，北京市通州区人民法院法官带你擦亮“火眼金睛”，一起了解养老金融项目中的那些典型“陷阱”。

## 以房养老 为幌非法集资为实

以房养老，是老年人将拥有产权的住房抵押给银行或保险公司等特定金融机构，将取得的贷款用于养老，老年人在世时拥有房屋居住权，去世后则将住房用于还贷，由金融机构对住房的剩余价值进行安排。这种模式本可作为促进解决养老问题的可行方式，然而，一些不法分子将其作为一项投资理财项目，打着“以房养老”的旗号，诱骗老年投资人办理房产抵押贷款并投资相关金融产品，宣称可每月在家坐享高额收益，导致不少老年人最终陷入“房财两空”的困境。

法官表示，现实中养老项目良莠不齐，存在许多为非法集资而虚设的“空壳机构”。老年人识别养老投资理财产品



的真假，除了要对项目内容严加甄别外，更为关键的是要关注发行机构的资质条件。

据介绍，根据《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》及《商业银行理财业务监督管理办法》等相关法律法规，在我国境内向社会公众提供个人理财服务的合法机构应当是具有专业资质并受金融监督管理部门依法监管的金融机构或国务院银行业监督管理机构认可的其他机构，也就是常说的“持牌”机构。

法官提醒，老年人在签订投资合同之前，可让子女协助自己通过国家市场监督管理总局的企业信用信息公示系统查

询相关公司的注册信息、营业执照，要求公司提供资质证书，了解其信用记录和经营情况等，判断该公司是否真正具有融资资质。

关于非法集资的常见手段，法官表示，大部分项目会承诺在一定期限内以货币、实物、股权等方式还本付息或给付高额回报，增加投资的诱惑性和吸引力。对此，老年人应强化风险防范意识，提升识骗防骗能力，当面对高额利息诱饵时，要多想想该项投资是否稳健，多留心其潜在风险，多提醒自己高收益也意味着高风险，天上掉“馅饼”往往就是最深的“陷阱”。

## 众筹开发手机软件 实为骗局

此前，刘某伙同李某、王某等人开发了一款广场舞应用软件，在线上推出聊天交友、舞蹈教学、舞场定位等老年人感兴趣的功能。在吸引到部分老年人使用后，刘某将广场舞组织者发展为其业务员，以众筹开发老年人手机应用软件为由吸引“银发一族”投资，并承诺有高额年化收益。就这样，刘某等人先后从1200余人处非法吸收公众存款达8.7亿余元。法院经审理认为，被告人刘某等人违反国家金融管理制度，与他人合伙非法吸收公众存款，数额巨大，被告人的

行为已构成非法吸收公众存款罪，依法应予刑罚。

“随着老年人‘触网’程度加深，不法分子也将犯罪的触角伸向了手机软件，在开展非法集资活动的同时，利用App非法获取老年人的个人数据信息。”法官提示，老年人不要轻信非正规渠道下载的社交软件、娱乐小程序、投资理财软件等，不轻易点击来历不明的链接、网页，不在公共场合随意扫描二维码操作，并谨慎上传个人信息、进行人脸识别等，严防信息泄露。

对于手机软件，要关注权限条款的具体内容，不要轻易开放通讯录、位置、相册等敏感信息权限，如遇隐私泄露等情况，要及时关闭权限、卸载软件。对于借助手机应用程序

或网络平台开展的投资等，老年人遇到存疑问题难以辨别时，需及时向家人和朋友寻求帮助，避免“一个点击血本无归”的情况发生。

### 文物收藏风险较高 更应审慎

“文物带有浓厚的文化色彩，承载着时代的文化记忆，尤得老年群体青睐，但从投资角度来看，文物收藏是一种风险相对较高的投资方式。”通州法院法官表示，当前不法分子将自己塑造为古董收藏家、鉴宝大师等专业人士，利用老年人将收藏品急于变现的心理，虚构拍卖、假意鉴定等，巧立名目骗取老年人认证费、鉴定费、服务费等钱款，或者谎称物品系古董，利用老年人

缺乏鉴别经验的特点，在骗取老年人信任后以较高价格向老年人兜售。

法官称，根据我国文物保护法规定，出土文物不得民间买卖，非法倒卖国家禁止经营的文物的，可能会构成非法倒卖文物罪，“老年人在收藏文物时务必守住合法收藏的底线”。

同时，法官提醒，文物收藏专业性强，市场中的流通文物可谓泥沙俱下，老年人选择收藏时务必谨慎甄别，在非专业领域不轻易入手藏品，并量入为出，切莫因大额支出导致生活困难。此外，老年人对自己所持文物的价值应有一定认知，切莫被不法分子许下的高额拍卖价值蒙蔽双眼而支付高额前期费用。（法治日报）

## 购买保温杯 材质要选对

在冬季，很多人习惯外出时用保温杯饮水。如今，市面上的保温杯种类很多，如何才能选出安全性高的保温杯？保温杯不宜装哪些液体？记者就此采访了相关专家。

“制作保温杯的材料有不锈钢、玻璃、陶瓷等。不锈钢材质的保温杯相对安全，因为它们一般经过除锈、钝化等多道工序，可以避免产生有害物质。不锈钢材料主要有201、

304和316这三种。”中国石油大学理学院副教授周广刚在接受记者采访时介绍。

201不锈钢的主要成分是铬、锰、镍，耐腐蚀性相对较差。这种不锈钢即使经过抛光颜色也偏黑，被广泛应用于对材质要求不高的装饰领域。

304不锈钢的主要成分是铬、镍，有良好的耐蚀性和耐热性。这种不锈钢一般用于制作餐具、家具、医疗器材等。

316不锈钢在304不锈钢的基础上添加了金属钼，抗腐蚀性更强。它主要被应用于食品工业、钟表饰品、制药行业、航天、医疗器材等领域。

304和316不锈钢都属于食品级不锈钢，可以作为制造保温杯的材料。“在选购保温杯时，建议消费者选择标注304、316或‘食品接触用不锈钢’字样的杯子。这类杯子的安全性更有保障。”周广刚说。

那么，保温杯不宜装哪些液体？

一是酸性饮料。橙汁、可乐等酸性饮料容易与不锈钢发生化学反应，导致有害物质析出。这或会对保温杯的内壁造

成损伤，也可能导致保温杯的密封性能下降，影响保温效果。

二是茶水。茶水在高温和恒温的条件下容易发酵，进而导致水体中有害物质增多。

三是中药汤。中药汤成分复杂，容易与保温杯发生化学反应，影响药效，甚至产生有害物质。（科技日报）

## 超市停业，充值卡内的余额可以退还吗？

“办卡消费”已成为商家的一种重要营销模式，购物、餐饮、健身、美容美发等各类充值办卡优惠活动遍布大街小巷，可一旦遭遇服务不满意、商铺关门时，退卡退款就成了人们的烦心事。近日，河南省许昌市魏都区人民法院审结了一起因超市停业，消费者起诉返还充值余款的合同纠纷案，判决被告某公司于判决生效之日起三日内退还原告徐某某预付款511.7元。

法院经审理查明，徐某某于2020年在许昌市某路口附近的某超市充值现金1000元购买购物卡一张。后徐某某使用该卡在某超市消费。2021年7月，徐某某到该超市购物时，发现超市不再营业，该购物卡无法使用，卡内剩余金额511.7元。另查明，该超市所属公司成立于2019年3月，公司负责人为刘某某。徐某某催要购物卡内余额未果，遂将某公司诉至法院。

法院审理后认为，被告对



外销售超市购物卡并收取预收款，但却未能按照约定提供相应服务，该情况导致持有购物卡的消费者徐某某权利落空。原告作为消费者有权要求解除合同。被告经法院合法传唤，无正当理由拒不到庭参加诉讼，视为对权利的放弃，应承担由此产生的法律后果。法院遂作出上述判决。

### 法官提醒

消费者应结合自身需求，理性、适度消费，充值办卡前要充分了解经营者情况，谨防“优惠”背后隐藏的消费陷阱。同时要保存好相关凭证，

定期核实充值卡内消费记录、余额，如发现异常或对服务不满应积极联系商家退款，协商不成时应及时通过法律途径维护自己的合法权益。

根据《消费者权益保护法》相关规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等有关情况。消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。（人民法院报）

## 麻辣烫不安全不健康吗？

进入腊月，天气寒冷，一碗热乎乎的麻辣烫吃下去，暖胃又暖心。但也有不少人说麻辣烫过油过辣，既不安全也不健康。麻辣烫真的如此吗？

中国农业大学食品科学与营养工程学院教授范志红在接受记者采访时表示，只要在原材料安全和加工卫生方面把好关，并注意食材合理搭配，麻辣烫说得上是一种相当不错的快餐食品，比煎炸食品健康得多。

首先，并非所有麻辣烫都“超级辣”。一碗麻辣烫里，辣椒虽然与麻酱一样是必不可少的“灵魂调料”，但如何加、加多少，完全丰俭由人、多寡随意。食客们可以选择只放少量辣来调味儿，多放富含钙和维生素E的麻酱添香，也可以加适量蒜汁，既调味儿还能杀菌。

其次，麻辣烫食材种类多样，有多种绿叶菜、豆制品，以及藻类、菌类、薯类、鱼类、蛋类等食材。只要合理搭配，比一般快餐菜肴更易达到酸碱平衡的要求，也符合食物多样化原则。

第三，麻辣烫加热温度其实不算高，更不会产生油烟和脂肪高温氧化问题。而且，涮菜过程中可以去除蔬菜中的部分草酸、亚硝酸盐和农药残留，



虽然损失了部分维生素C，但也减少了抗营养因素和有毒物质。

最后，麻辣烫的调料可以做到健康低脂。涮菜时，一般不用放油，调拌时也可以少放油。原料含脂肪少，热量也较低。

当然，麻辣烫也不是一点儿缺点都没有。比如烫菜水反复使用，水中亚硝酸盐和草酸含量可能会逐渐累积。范志红认

为，虽然这只是从理论出发得出的结论，目前尚缺乏测定数据支持，但从安全角度考虑，提倡麻辣烫商家定期更换涮菜水，或者采取小锅现煮现烫的做法。

吃麻辣烫时，还要注意食材的细菌增殖问题。需要泡发的食材应尽量在冷藏条件下泡发，避免滋生致病菌和细菌毒素。泡发好的豆制品、木耳、海带等食材，以及各种肉丸、肉片、豆制品等，都不要在高温下久放，应该放在冷藏条件下，避免细菌超标。

如何安全健康享用麻辣烫？范志红提醒消费者注意以下几点：

一是食材巧搭配。多吃蔬菜和菌菇类，尽量少吃脂肪含量较高的肉制品及方便面、油条等油炸制品，减少钠含量较多的鱼丸蟹棒等鱼糜制品。

二是食用注意温度。刚捞出锅的食物太烫，而人的口腔、食道和胃黏膜不能耐受60℃的温度。世界卫生组织明确指出，65℃以上的热饮、烫食是致癌因素。为了保护口腔和食道黏膜，可以把食物晾几分钟，等到不烫嘴了再食用。

最后，涮菜水中尽量不加盐或少加盐，涮菜过程中尽量少加咸味调味汁，避免盐摄入过量。（中国消费者报）

# 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/](http://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