

北京

消费者

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任

BEIJING CONSUMERS

2012.02

争做消保维权工作的典范

银行停办存折服务不通情理

药品广告莫轻信

当心落入积分陷阱

新茶陈茶这样辨别





春节前夕，市工商局党组书记张志宽来市消协看望消协全体职工



近日，市消协组织全体职工学习十七届六中全会精神



1月10日，市消协召开商品质量监督工作专家研讨会



1月11日，市消协召开2012年社会监督工作专家座谈会



2月8日，市消协副会长兼秘书长董青、副秘书长屈建辉等领导深入东城区调研消费纠纷人民调解委员会有关事项。



近日，市消协组织消协工作人员和消费代表参观安利消费教育生产基地



为了深入宣传中消协“消费与安全”年主题，市消协近日专门邀请部分媒体记者研讨2012年主题宣传工作



近日，市消协召开移动插座比较试验结果通报会

谁惯出电信傲慢的坏毛病

电信收费按分而不是按秒计算的霸王条款，早就深受消费者诟病，如今，又有人对这个规定发出挑战。据人民日报今天报道，最近，哈尔滨工商局启动“叫停电信收费不合法规则”行动，叫板电信行业的计费方式。面对挑战，电信行业也针锋相对地指责哈尔滨工商局越权执法，批评工商部门无视电信行业特性和法律政策环境。

电信部门可谓霸气十足，处处表现出了无视消费者权益、无视舆论批评、无视制度监管的坏毛病。去年不把央视的监督放在眼里，高调地批评央视“混淆视听误导公众”，即是明证。这一次更是强硬地将矛头指向了工商部门。

有人说这是一场“神仙打架”——是两个强势部门在掐架。我觉得，公众不能以旁观者心态来看待这场冲突。这是一场需要凝聚政府和民间力量驯服垄断巨头的博弈。目前，哈尔滨市40多名律师联名发表声援信，支持工商局的执法行动，70余名电信用户也联名表示坚决声援并参与工商部门的维权行动。

电信质疑工商部门是越权执法，难道工商部门没有权力执法吗？当然不是，工商部门的一大职能是“依法组织监督管理市场竞争行为，查处垄断、不正当竞争、流通领域的走私贩私行为，打击传销和变相传销等经济违法行为”——面对电信的垄断，怎么没有权力查处？

工商部门还有一大职能是“依法组织监督市场交易行为，组织监督流通领域商品质量，组织查处假冒伪劣商品行为，受理消费者申诉，组织查处侵犯消费者权益案件，保护经营者、消费者合法权益”——电信“以分而不是以秒计费”的方式严重侵犯了消费者的权利，工商部门收到过无数的投诉，怎么没有权力查处呢？面对这种严重的垄断行为和侵权行为，工商部门保持沉默，才是失职。

习惯了游离于监管之外、凌驾于法律之上、藐视一切监管的电信部门，还真的以为没有部门可以管、能够管得了他们了。是的，《中华人民共和国电信条例》规定，电信业的监督管理职责属于国务院信息产业主管部门——一方面，这种监督并没有排他性，并不是信息产业主管部门垄断了对电信的监督；监督权是一种广义的权力，其他权力部门，从工商到商务部门，再到舆论和公众，都有权行使监督权。另一方面，当下政企不分的体制下，实际上是很难寄望信息产业部门对电信企业进行有效监管的。这种情况下，更需要来自异体力量的监管。工商部门，就是一种异体的监督力量。

这一次电信对工商的高调指责表明，电信已经被惯出了一种藐视一切的坏毛病。这种坏毛病是谁惯出来的呢？当然是垄断的体制，长期缺乏监督，长期垄断着行业的资源，可以藐视消费者，可以不把媒体批评当回事，久而久之忘乎所以，甚至不把工商部门放在眼里了。这种毛病，其实就是垄断病。这一次，看看可以与其平等博弈的工商部门怎么给他们教训。（曹林）



北京消费者

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任
BEIJING CONSUMERS

主管	北京市工商行政管理局
主办	北京市消费者协会
编委会主任	王建华
主编	董青
副主编	屈建辉
编委	崔倩 罗刚 郎丹柯 李蕊 陈凤祥 金俊华 赵元东 吕凤梅 李建中 郝国庆 路士禹 杨立生 高云鹏 王连刚 王文华 张宝林 高贵民 赵宗武 关伯仲 阎大海 于文
执行主编	陈音江
执行编辑	彭会珠 陈亮 王亚宁 阳光 杨馥至
图片摄影	杨连一
美术编辑	宫晓伟
封面题字	中国社会科学院党组副书记、副院长 中国马克思主义研究基金会理事长 (原中共中央党校副校长) 王伟光
编辑出版	北京中轻热点文化传播有限公司
法律顾问	北京中银律师事务所 葛友山 北京汇佳律师事务所 邱宝昌 北京华烨律师事务所 陈玉龙 北京市常鸿律师事务所 常卫东
市消协地址	北京市宣武区莲花池东路 102号天莲大厦
邮编	100055
咨询投诉电话	96315
邮箱	bjxiaoxie@sina.com
编辑部地址	北京市丰台区大成路6号金隅大成时代中心公寓楼803室
邮编	100141
电话	68520118
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxfz315@126.com

准印证号：京内资准字1012——10080号
2012.02 第1期 (总第21期)

内部资料 免费交流

卷首语：

谁惯出电信傲慢的坏毛病

热点关注：

争做消保维权工作的典范

——访北京市消协副会长兼秘书长董青	01
银行停办存折服务不通情理	05
市消协敦促联通和电信尽快取消手机话费有效期	06
市消协发布30种USB闪存盘比较试验结果	07
电信企业计费规则遭质疑?	09
礼品回收游走在灰色地带	12
家电维修400电话九成是假的	14
电视购物大多超过出厂价10倍	16
君太百货遭消费者投诉	17

消费警示：

网购一定要“擦亮眼睛”	19
药品广告莫轻信	20
当心落入积分陷阱	20
谨防超市购物小票有玄机	21
美容等特殊诊疗要多查证	21
新车购买使用请做到七注意	22
家电维修门道多	23
四招帮你防范托运物品纠纷	24

案例点评：

食品问题高额索赔须理智	25
口头约定要警惕“假日陷阱”	26
房屋中介应按合同退还押金	27

《北京消费者》由北京市工商行政管理局主管、北京市消费者协会主办。刊物以报道消协动态、宣传消法、监督消费、引导消费为目的；以全面报道北京市消协系统动态、向消费者介绍选择鉴别商品的使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。

残疾人消费权益更应受保护 28

调解案例：

三笑理发店剪伤消费者耳朵 29
拔火罐被烫伤获赔三千元 29
新电动自行车无法上牌照 29
交钱学英语却迟迟不能上课 30
培训班不开班却拒绝退费 30
消费者买到问题药品获赔十倍 30
申办著名商标应先解决纠纷 31
中介违约转租赔3648元 31
面包里吃出死蟑螂 31
消协帮老人退回地砖款 32
消协依法调解拒收礼金 32
外地电话投诉圆满解决 32

老韩说法：

美“奔”质量存隐患，国际品牌也需规范 33
“分时度假”投诉依旧，消费者选购需谨慎 34

法律讲堂：

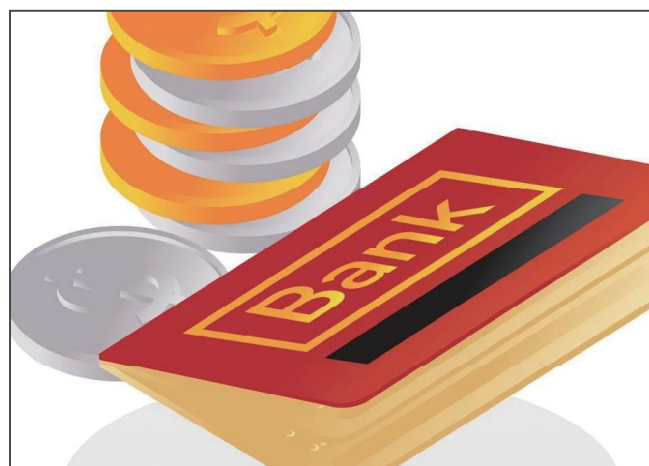
三亚宰客乱象为何愈演愈烈 35

工作研究：

网络消费中消费者权益保护的难点和对策 37

消费课堂：

选购安全食品从您做起 43
啥样的鸡蛋最新鲜？ 45
挑选优质黑木耳的方法 45
如何识别茶油好坏？ 46
新茶陈茶这样辨别 47
小心冬虫夏草保健品陷阱 47
如何辨别保健食品？ 48
怎样选购合适的针织衫 49



【热点关注】 银行停办存折服务不通情理

05



【案例点评】 食品问题高额索赔须理智

25



【消费课堂】 如何辨别保健食品

48

争做消保维权工作典范

——访北京市消协副会长兼秘书长董青



在过去的一年，北京市消费者协会为构建和谐消费环境，促进首都消费者权益保护工作的发展做出了积极努力，各项工作取得了较好的成绩。记者近日采访了北京市消费者协会副会长兼秘书长董青，他对新一年的工作充满期待，并且信心十足。

董青表示，2012年市消协将按照市工商局党组的统一工作部署，牢固树立五种意识，不断强化“首都消协”理念，增强工作的主动性、前瞻性，注重发挥在“开展消费教育、推动行业自律、加强风险预警、深化理论研究、促进法规完善”等工作中的作

用，切实提高首都消费者权益保护工作的层次和水平，为首都营造安全、放心消费生态环境做出积极努力。

弘扬北京精神

争做消保维权工作的典范

董青告诉记者，作为“首都消协”，2012年北京市消协系统将积极响应“爱国、创新、包容、厚德”的北京精神，认真把握首都的区位、政治、文

化、人才、信息优势，紧紧围绕北京城市发展总体功能定位：“国家首都、国际城市、文化名城、宜居城市”的性质和特点以及建设“人文北京、科技北京、绿色北京”和中国特色世界城市的标准和总体要求，充分运用法律赋予的职能和发挥全员的思想水准、价值观和执行能力，服从和服务于首都发展的大局。在这一指导思想下，努力寻求与之相契合的着眼点、着力点和结合点，讲政治、顾大局，守责任，不断提高消协组织的公信力；不断增强消费领域的亲和力；不断扩大消保维权的影响力，在争优创先的环境中追求卓越，做消保维权的典范。

董青还提到，作为首都的消费者权益保护工作者，应当具有广泛的包容性和强烈的合作意识。“保护消费者权益是全社会共同的责任”，但力量需要整合。要善于联络国内外消保维权组织一道开展工作，交流经验，沟通情况，取长补短。创新和完善联动机制，携手推进消保维权工作共同发展。

宣传年主题

营造安全放心消费生态环境

“消费与安全”是2012年中消协确立的年主题。为了更好地贯彻年主题思想，体现首都消费者权益保护工作的特点，北京市消协将在全市范围内开展以“消费与安全”为主题的系列活动。

董青介绍说，市消协将从以下几个方面展开宣传工作，一是以“3.15”为契机，利用广播、电视、报刊等媒体，以消费教育课堂、论坛、专题报道、联合征文等形式广泛宣传年主题，形成良好的舆论氛围。发挥消协组织协调机制，协调、组织各行业协会、有关部门等共同开展消费维权年主题活动。全系统把贯彻年主题与日常工作结合起来，并贯穿全年工作始终；二是积极开展“3.15”系列宣传咨询活动。按照市局总体工作安排，联合政府相关部门共同开展“3.15”系列宣传咨询活动。积极配合市局相关处室的行政执法要求，有针对性地发布相关比较试验及社会调查结果。发挥消协在有效监管中的作用，与执法部门联动，形成合力，共同维护消费者权益；三是继续开展消费维权“十大突出事例”评选活动。“3.15”期间，市消协将与有关单位及社会各界联合开展消费维权“十大突出事例”评选活动。表彰在消费者权益保护事业中做出突出贡献的事例，树立消费维权典范，提高公民消费维权意识和企业责任意识；四是继续评选“2011

年度首都诚信服务示范单位”。做好“诚信服务单位”的申报、评选、公示、审批等工作。树立诚信经营、规范服务的典型，提高经营者社会责任意识，推动行业自律，促进社会信用体系建设，营造良好消费环境。

科学指导消费

不断拓展消费教育领域

董青告诉记者，面对新形势下的消费环境，市消协要加强对当代消费文化的研究。学习贯彻“十七届六中全会”精神，认真研究在推进社会主义文化大发展中消协组织的定位和作用。选准工作切入点，研究新形势下消费教育的模式，大力开展国民消费教育，引导消费者树立正确的消费文化观，推动企业道德水准的提高。

市消协今天主要做好以下几方面的工作，一是宣传、普及《北京市消费教育大纲》。联合行业协会、龙头企业、编印带有行业特色的消费教育材料。继续完善、规范消费学校和消费教育基地。整合资源，对现有消费学校、教育基地进行重新审定和扶持。倡导消费教育学校完善消费设施，规定配备统一的教材，使消费教育更加正规化，科学化。二是继续以“六进”活动为载体开展各类咨询服务活动：开展消费教育大讲堂活动；开展消费体验活动；组织专家开展义务教育、培训。活动中注重消协与媒体、消费者三方面互动，日常宣传活动中强化与媒体的联络与合作，通过媒体加强与消费者之间的联系。三是办好“一站一刊”。发挥《北京消协网》网站和《北京消费者》杂志在消费教育、引导维权中的作用。进一步加强技术力量，在领导的支持下，创造条件、积极实现网站的三大功能：消费教育工作视频；社会调查功能；投诉情况公示。

四是适时发布消费警示和提示。并把握以下几个重点：重大节假日前夕；针对受理投诉中发现的突出问题；遇有突发性消费事件。此外，继续与中国移动公司合作，运用现代化技术手段及时发布消费提示、警示短信。

强化监督力度

从源头上改善消费环境

董青表示，改善消费环境必须从源头上强化对市场及市场主体的社会监督力度，要探索新形势下的社会监督方式，提高消协组织代表广大消费者实施社会监督的能力和水平。

今年，市消协将继续开展商品比较试验和消费服务满意度调查。加大对商品和服务质量监督的力度。一是开展生活消费品比较试验。紧紧围绕年主题及投诉热点、焦点，结合消费者“衣食住行”和特殊弱势群体的需求，在产品安全性能和服务质量上，有针对性的开展商品比较试验，并依据试验结果通过反馈、查询、建议、公开披露等方式规范生产经营行为，推动行业标准的建立和完善。二是继续开展电信行业消费者满意度调查。持续关注电信行业侵害消费者权益的问题，把“电信行业消费者满意度调查”作为一项长期工作。对电信行业中得到解决或尚未解决的问题深入分析，有的放矢，了解消费者的意愿，及时反馈，促电信行业健康有序发展及市场的规范。三是开展航空领域消费者满意度调查。继2011年向交通运输部、中国民用航空局发函建议“在机票和电子客票中全面加注中文说明”取得良好效果后，2012年将再次对航空服务予以关注，对民航服务展开消费者满意度调查，保持工作的延续性。四是开展出租汽车行业服务消费者满意

度调查。关注北京市窗口服务行业的维权动态，深入了解出租汽车服务行业的消费维权现状，反映消费者的呼声，维护消费者权益。为出租汽车行业的管理及发展提供建议，促进其行业健康发展。

破解行规行约

打开消费维权新视角

董青告诉记者，保护消费者权益工作，从落实科学发展观和构建和谐社会的要求出发，是保障公民基本权利的重要组成部分，不仅需要维护消费者的物质利益，还应更加注重其人身和精神权益的保护；不仅需要维护独立、个体的消费者利益，还应更加注重从行规、行约和制度规定层面破除侵害不特定多数消费者权益的“霸王条款”、“潜规则”；不仅需要防止经营者对消费者的侵害，还应更加注重防止垄断行业和公权力对广大消费者的侵犯。

在去年工作的基础上，市消协今年将加大对垄断行业和公共服务企业侵害不特定多数消费者权益行为的点评。一是深度探讨对垄断行业和公共服务业的监督机制。对消费维权领域的重大事件保持高度政治敏感性，及时发表消协观点，开展对公共服务行业侵害不特定多数消费者权益热点问题的点评。正确引导社会舆论，有针对性的对不公平格式合同及条款进行征集、调查、点评，及时向行政机关提出意见及建议。二是充分行使消协组织话语权。尽职尽责，就有关消费者合法权益的问题及时向有关行政部门反映、查询，提出建议。对损害消费者合法权益的行为，通过大众传播媒介予以揭露、批评。积极参与政府有关部门与消费者利益相关的法律法规的修改和制定。继续与相关部门合作，积极参与消费维权的法律、法规、格式合同

的制定和完善。三是进一步加大对预付费消费投诉的关注。针对预付费消费出现的问题开展调研、分析，探讨规范预付费消费正常有序发展的有效途径。加大对预付费侵权的披露，向有关部门提出监管建议，强调以政策法规、标准建立维护消费者权益的长效机制。研究解决预付费消费纠纷的法律依据，积极推动地方立法。四是加强对网络购物问题的研究。在2011年“对远程购物中食品安全问题的研究”及“网购中消费者权益保护的难点和对策”调研的基础上，进一步加大对典型网络购物投诉的分析和研究，及时发布警示提示信息，发表消协观点，提出相关立法意见及建议，促网购行业的健康发展。

做好投诉受理工作

完善消费纠纷化解机制

董青说，市消协高度重视消费者投诉受理工作，切实保护好消费者权益，今年市消协的主要任务是推动消费纠纷和解制，努力降低消费维权成本。主要有以下内容，一是建立消费纠纷人民调解委员会。将消费纠纷调解纳入维护社会稳定机制的重要组成部分，在全市消协系统建立健全消费纠纷人民调解机制。按照《北京市司法局、北京市工商局、北京市消费者协会关于建立消费纠纷人民调解委员会的实施意见》的部署，有计划有步骤的在全市筹建消费纠纷人民调解委员会。

二是推动、建立、完善消费纠纷和解制。积极主动受理消费者投诉，在全市消协系统倡导消费纠纷和解，把促成矛盾化解作为最终的调解目标，把和解率作为投诉工作的核心来抓。在部分区县消协辖区内推广消费纠纷和解制度，努力将矛盾化解在基层。三是大力发展快速化解矛盾纠纷的绿色通

道。鼓励企业建立化解矛盾纠纷的机构，加强企业社会责任感。指导企业依靠自身力量，完善售后服务体系，快速化解消费争议。在企业中培育典型，大力推广绿色通道的维权经验及做法。四是定期召开全系统投诉工作分析会和办案工作人员培训会。加强培训，做好投诉分析。通过交流，学习，提高全系统投诉调解工作的质量与水平。

联合各界力量

不断完善消费维权的格局

董青告诉记者，面对日益变化的消费环境，消协工作人员一定要与时俱进，加强学习。一是加大系统人员培训力度。按照市局提出的“做好消费者权益守护人”的要求，开展全系统维权工作人员的理论及业务培训，提升业务素质。二是密切联系基层，加强与区县消协交流与联动。做好基层工作调研，及时了解地区消费者权益保护工作现状。定期召开工作会议，交流工作经验，研究工作的开展，为促进消协组织各项工作的建设发展奠定基础。三是动员社会各界，共同维护消费者权益。在发展消费维权志愿者队伍上创新工作思路，对于大学生志愿者要给予过多的关注，吸收更多的大学生加入到志愿者队伍中来。此外，要充分发挥市消协理事单位的作用，相互配合或共同开展相关消费维权活动。四是进一步扩大交流合作机制，发挥区域间消协组织的整体作用。积极筹备“京、津、沪、渝”及“港、澳、台”地区维权联动机制建设。组织交流合作，在“投诉直通车、消费指导、信息共享、立法立规、人员培训”等方面进行深入研究。对区域经济发展与交流起到积极的推动作用。

北京市消协发布观点——

银行停办存折服务不通情理 且未充分尊重消费者选择权

近期，有关媒体大量报道个别银行对消费者——储户停止办理存折的服务，造成许多储户，特别是中老年储户的不满。虽然，银行解释其原因是为了推进绿色环保，且节约储户柜台排队时间等，但从诸多业内人士披露情况看，这种做法的背后，不排除有银行追逐利益最大化的因素。

从目前银行服务对象的实际情况分析，经常使用存折的用户以中老年人，退休人员，农村人口居多，因此，取消存折服务受影响最大的也将是这一群体。目前的存折对用户了解收入支出情况一目了然，对这部分群体的便利显而易见，而取消存折对他们将极为不便。而目前让众多中老年人较为熟练的使用各种类型的终端机也不现实，加上有些终端机操作程序复杂，按键数字较小，加上长期使用后数字磨损，模糊不清等因素也给他们增加了使用难度。因此，不顾及用户的实际利益，不考虑用户的现实情况，采取一刀切的方式取消存折这一传统服务方式极为不妥。说明个别银行在推出其新的服务政策时，未能充分尊重消费者的选择权，其做法显得霸道，不通情理。

不可否认，在逐步推进市场化的今天，银行业的商业属性日渐强化，但同样也应看到，银行业具有社会公共服务的属性。特别是脱胎于长期计划经济体制下的一些国有控股银行，在其推出新的服务

经营策略时，既要考虑自身的发展、企业的效益，也要兼顾长期支持银行业发展的广大用户的利益，方便广大用户，照顾特殊群体，以体现我们国家现行体制下银行服务业所承担的社会责任。同时，应当采取多种方式，改善服务设施，对那些使用存折较多的用户，提供更加便捷的服务，为逐步推进银行服务业信息化进程创造条件。

在此，北京市消协呼吁个别对储户停止办理存折服务的银行取消其上述做法，以用户利益置上为原则，倾听广大服务对象及媒体意见，改正其做法。同时市消协建议政府金融监管部门对个别银行的做法予以制止，为社会营造一个和谐氛围发挥其应有职能作用。



北京市消协敦促联通和电信

尽快取消手机话费有效期

中国移动公司宣布从2012年1月1日起，对新入网用户将不再推出设置话费有效期产品，而对那些有“有效期限制”的老用户可在其后进行自主选择。北京市消协对此表示公开欢迎的同时，也敦促联通和电信方面尽快跟进相关措施。

根据工信部的指示，国内三大运营商都将取消手机话费有效期。中国移动公司率先宣布从2012年1月1日起，对新入网用户将不再推出设置话费有效期产品，而那些有“有效期限制”的老用户可在2012年的二季度后进行自主选择。北京市消费者协会近日对此发表观点，对中国移动的举措表示欢迎，同时希望中国联通公司、中国电信公司能够本着尊重消费者合法权益的态度，也尽快取消“移动电话话费有效期”，同时，完善移动电话话费余额的处理方式，在服务期满后，设定多种返还途径，并允许消费者自主选择。

北京市消协表示，尽管历时六年，经过消协组织、媒体、专家学者及广大消费者的共同努力，取消这一不合理规定的过程显得曲折复杂漫长，但终将促使这一侵扰广大消费者多年的不公平条款得以改正，对运营商而言，这仍然是一个值得给予肯定的进步，而对于广大消费者来说，应该是维护自身合法权益的一次成功案例，更是消费者合法权益的正当回归。

据介绍，目前三大运营商的预付费用户都设置了余额有效期限制。一般情况下，到运营商规定的有效期后，用户卡内的余额将不可使用，手机号码也进入保号期；超过保号期再不充值延期，就会被锁定号码；锁定有效期过后，用户的号码将会自动

注销，账户中的余额不再返还用户。因此，用户要想延长话费有效期只能是通过不断充值激活沉淀余额。这种做法导致很多长期通话较少的用户如老年人、聋哑人被迫不断充值，这也被不少消费者指责为“霸王条款”。

早在2005年“3·15”期间，北京市消协就曾代表北京、上海、天津、重庆4城市消费者向中国联通、中国移动、中国网通、中国电信4大电信公司正式递交《关于电信卡过期，余额应退还消费者》函，要求归还消费者各类电信电话卡卡内的余额。

市消协一直认为，电信企业侵吞过期卡内余额构成了不当得利，而“电信卡余额不退”并非国际惯例。在电信卡问题上，有些国家根本不设置有效期，有些国家允许通过其他方式消费卡内余额。

延伸阅读

充值卡设截止日期仍有“霸王”嫌疑

取消手机话费余额有效期仅是一步，目前在通信运营商和用户之间还存在其他“霸王条款”。昨天，消费者姜先生反映，近期在中国移动办理了“预存话费返话费”，面值100元的话费卡上虽然没有“有效期”，但却出现了“截止日期”，显示必须在2013年前充值，一旦逾期将被视为放弃卡上金额。

对此，北京市消协认为，根据人民银行等七部门下发的《关于规范商业预付卡管理的意见》，不记名商业预付卡有效期不得少于3年。中国移动和其他运营商还应进一步规范管理类似的预付费卡，使之符合国家相关规定。

市消协发布USB闪存盘比较试验结果

USB闪存盘普遍虚标容量

闪存盘作为大家喜爱的IT产品，与消费者的工作、生活密切相关，产品质量受到广泛关注。北京市消费者协会根据消费者反映，购买的USB闪存盘实际可使用容量与包装上的明示容量相差较大，为了解实际产品质量状况，市消协对30个品牌的USB闪存盘进行了比较试验。测试结果显示：USB闪存盘普遍存在虚标容量的现象，所有样品均未达到产品包装明示的容量；同时USB闪存盘产品的性能差异大，拷贝速度快慢相差数倍。

国家标准GB/T 26225—2010《信息技术 移动存储 闪存盘 通用规范》于2011年1月14日发布，2011年5月1日执行，本次比较试验样品在新国标出台前从市场上购买，并参照国标报批稿进行测试。

通过比较试验我们发现：USB闪存盘生产企业普遍虚标容量，误导消费者；有关标准规定的容量误差范围大，存取速度偏低。

1、企业虚标容量，误导消费者。在30个样品中，所有样品标称容量与实际可使用容量不符，且企业未在产品包装或说明书中明示可使用容量，剥夺了消费者的知情权，消费者无法根据标称确定实际可使用的容量。测试数据显示，大部分样品的可使用容量在标称容量的93%以下。

2、有关标准规定的容量误差范围大，存取速度偏低。GB/T 26225—2010《信息技术 移动存储 闪存盘 通用规范》中规定：“产品实际可使用容量大于标称容量的90%或者在产品包装上明示可使用容量”，即容量允许误差在10%以内。由于存储容量误差范围大，为生产者降低产品标准提供了保

护。如标称32GB的产品达到28.8GB即符合要求。测试数据显示，有17个样品容量准确率在93%以下，只有3个样品准确率达到了98%，样品中容量准确率最高与最低之间的差距达到7%。同时，标准中规定了USB闪存盘拷贝速度：数据读取速度不低于600KB/s，数据写入速度不低于500KB/s。也就是说，根据标准的最低要求，一个容量8GB的USB闪存盘，以600KB/s的速度读出全部数据，至少需要3个半小时的时间；若按照500KB/s的速度将8GB的数据塞满这张USB闪存盘，需要的时间就会变成4个半小时。目前已经出现了32GB及更高规格的USB闪存盘，更大的容量所耗费的时间就要翻翻。测试数据显示：所有样品的存取速度远远高于国家标准的要求。标准的滞后已不能适应科技创新和产业升级的需要。

市消协建议：

1、有关标准在制定时要具有一定的先进性，有利于促进技术水平的提高，有利于引导企业提高产品质量，促进行业健康发展。

2、建议将GB/T 26225—2010《信息技术 移动存储 闪存盘 通用规范》中，USB闪存盘可使用容量允许误差缩小，读取、写入速度提高。

3、建议生产企业在产品包装上应同时明示闪存芯片的容量和可使用容量，并且提供读取、写入速度等真实的产品质量信息，保证标识信息与实际产品相符。

市消协提醒消费者：

1) 在正规商场或超市购买闪存盘产品，选择有信誉的企业生产的产品，不要贪图便宜在游商等不正规的渠道购买。挑选闪存盘产品时认真检查产品包装上的标识信息，选择标识信息较全的产品，注意检查产品外观及包装和说明书的印刷质量，尽量避免假冒产品。同时应妥善留存购物凭证，以便

出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。

2) 在购买时可综合考虑闪存盘的容量、速度、品牌、价格、服务等因素，不要只看容量和价格，可根据不同的使用目的选购不同档次的产品，也可根据需要选择具有不同附加功能的产品，如具有杀毒功能或加密功能的产品，从而保证存储信息的安全性和可靠性。

北京市消费者协会发布30种USB闪存盘比较试验结果

序号	标称生产/经销企业	标称品牌	规格型号	标称容量 (GB)	实测容量 (GB)	准确率 (%)
1	北京博科思商贸有限公司	迪士尼(Disney)	小U	8	7.84	98.00
2	威宝国际贸易(深圳)有限公司	威宝(Verbatim)	随身碟	16	14.89	93.06
3	北京东达信科贸有限公司	跳鼠王(KINGGAR00)		8	7.44	93.00
4	北京先成科技发展有限公司	创见(Transcend)	JF-V70	8	7.53	94.13
5	未标注 KINGMAX(胜创)	魅影碟		16	15.01	93.81
6	深圳市忆捷创新科技有限公司	忆捷(EAGET)	碟豹F3	8	7.63	95.38
7	深圳市巅峰科技有限公司	现代(HYUNDAI)	黑狐	8	7.88	98.50
8	中国大恒(集团)有限公司	闪迪(SanDisk)	Cruzer Blade	8	7.44	93.00
9	深圳市朗科科技股份有限公司	朗科(Netac)	U235	8	7.45	93.13
10	索尼(中国)有限公司	SONY(索尼)	精巧型	8	7.45	93.13
11	无中文标注	Lexar		16	14.92	93.25
12	联想(北京)有限公司	联想(lenovo)	T110	8	7.58	94.75
13	无中文标注	hp(惠普)	v175w	8	7.51	93.88
14	深圳佰科盛业科技有限公司	BIZKEY(佰科)	俊逸V6	8	7.44	93.00
15	北京紫光顺风信息技术有限公司	紫光	M809	8	7.83	97.88
16	世平伟业国际贸易(上海)有限公司	TOSHIBA(东芝)	U2P-008GT(A)	8	7.43	92.88
17	商科信息科技有限公司	台电科技	红色	8	7.35	91.88
18	深圳市人乘科技有限公司	SSK(飏王)	SFD122-F	8	7.49	93.63
19	金士顿科技公司	金士顿(Kingston)	DT101G2	16	14.93	93.31
20	北京爱国者存储科技有限责任公司	爱国者(aigo)	L8298	8	7.51	93.88
21	劲永国际国际股份有限公司	PQI(劲永)	i812	8	7.51	93.88
22	微星科技 MSI(微星)	M-04		8	7.45	93.13
23	北京三奇承信科技有限公司	艾利和(iriver)	DOMINO	8	7.44	93.00
24	麦克赛尔(上海)贸易有限公司	麦克赛尔(Maxcell)	商务闪存盘	8	7.29	91.13
25	方正科技集团股份有限公司	方正国雅青花瓷		8	7.51	93.88
26	威刚科技股份有限公司	威刚(ADATA)	C802	8	7.54	94.25
27	美国必恩威科技股份有限公司台湾分公司	PNY(必恩威)竹韵熊猫精装版		16	15.10	94.38
28	湖南纽曼数码科技有限公司	纽曼(Newsmv)	V13	8	7.45	93.13
29	深圳市力杰数码科技有限公司	力杰(Cenda)	S2	8	7.44	93.00
30	易升科技	易升(ESUNINFO)		8	7.44	93.00

分秒之争 电信企业计费规则遭质疑

近日，黑龙江省哈尔滨市工商局在“叫停电信收费不合法规则”的行动中提出，话费计费标准应体现自愿、平等、公平、诚实信用的原则，电信企业按分计费的做法多收了消费者的话费，侵害了消费者的财产安全权和公平交易权，必须予以纠正。

此举再度引发社会各界对话费计费标准的关注。消费者质疑：话费以分钟为单位，但在通话时，不可能每次都刚好在60秒时结束，超出1秒按1分钟计算，剩下的59秒消费者并没有享受到通话的服务，为什么还要付费？电信企业则认为，根据1995年原邮电部颁布的《全国数字移动电话(GSM)计费原则暂行规定》，电信企业目前通行的话费计价方式为每次通话以分钟为计费单位，不足1分钟按1分钟计算，因此按分钟计费是于法有据。

一个争议已久的问题再次浮出水面：电信资费该不该以秒计费？

计费原则早应修改

中国政法大学民商经济法学院吴景明教授

《全国数字移动电话(GSM)计费原则暂行规定》制定于1995年，当时是移动电话的起步阶段，移动电话入网率很低，制定的计费原则也是依据当时的技术、入网数量等现实情况。在这17年间，我国移动电话普及率从当年的寥寥可数达到了目前世界第一的水平，通讯成本也大幅降低，但执行的计费标准却还是依据17年前的现实情况来制定，因此

这一计费原则早已经到了要改变的时候。

垄断企业获取垄断利润最明显的表现就是，成本降低了，价格却不降低。《民法通则》规定，民事活动应遵循公平、公正、诚实信用的原则。《消费者权益保护法》也规定，消费者在接受服务时，享有公平交易的权利，有获得价格合理、计量正确等公平交易条件。《民法通则》与《消法》是全国人大颁布的国家法律，是上位法，作为部门规章性质的《全国数字移动电话(GSM)计费原则暂行规定》不能与其冲突。即使该计费原则在当时合法，现在显得不合理，就应该修改。

资费标准应鼓励消费

中国信息经济学会杨培芳理事长

电信服务资费标准的制定应该从促进整个社会发展的角度去考虑，在信息化社会，信息传播越多，越能促进社会进步，所以应该围绕鼓励消费者更多地使用电信服务制定收费标准。按秒来计算通讯资费单位的改革并不符合通讯资费改革的方向。因为算得越细，越复杂，越便于企业推出各类套餐，并非对消费者有益。而且这种资费计算方式其实是延续了工业时代的陈旧思维，信息不是水电，不需要省着用，应该用信息社会的资源利用方式来制定通讯资费标准。

所谓用信息社会的资源利用方式来制定通讯资费标准，就是通过资费标准制定中的倾斜，鼓励

消费者更多地使用电信服务，让消费者打得越多越合算。第一阶段可推出阶梯式的收费方式，但与阶梯电价水价相反，电信费用阶梯得向下走，因为电信资源是无限增值性的资源，要鼓励大家多用。比如可以把固话月租费降低，并附赠20分钟的免费通话时间，超过20分钟时间到50分钟这段时间每分钟收1角，达到100分钟每分钟则收5分，以此下去，使得消费者打得越多越合算。第二阶段则可彻底实现话费包月制，交纳一定数额包月费，电话随便打。

收费办法须听证

中国青年政治学院法律系张严方教授

1995年原邮电部出台《全国数字移动电话(GSM)计费原则暂行规定》时，我国还处在从计划经济向市场经济转型时期，和目前市场经济环境已经不吻合。当时手机属于奢侈品，计费标准与之相适应。而现在手机则是大众消费品，计费标准也应该与现状相适应。电信收费标准牵涉到广大消费者利益，由于1995年邮电部制定这个暂行规定时还没有价格听证的法规，也没有举行听证会。现在相关法规已经出台，由政府定价或者指导定价，牵涉到公共利益的收费，都需要进行听证。因此，相关主管部门应该举行正式听证会，在听取消费者意见后推出新的资费计算标准。

要彻底解决垄断企业的不合理收费，需要推进市场化。在电信企业产权多元化的基础上，通过充分有效的竞争和公开、透明的监管、监督，让市场竞争机制真正发挥作用，这样才能让电信企业自我规范，破除各类不合理收费。

工商叫停系依法行政

中国消费者协会律师团邱宝昌团长

针对哈尔滨市工商局发起的“叫停电信收费不合法规则”行动，有媒体刊文称，根据《电信条例》，电信业的监督管理职责属于国务院信息产业主管部门，在各地由通信管理局进行监管。即使用

户有不满或投诉，按照现行法律和管理体系，工商局也无权“叫停”电信收费。

对此，中国消费者协会律师团团长、北京市消协法律顾问邱宝昌认为，工商局并非越权执法，是依据《消费者权益保护法》进行行政执法，保护消费者权益。《消费者权益保护法》调整的是经营者和消费者之间的关系，电信企业和消费者之间就是这种关系。《消费者权益保护法》的法律层级是高于《电信条例》的，而且并没有法律规定工商局不能监管电信领域当中的消费问题。

邱宝昌认为，不足1分钟按1分钟收费是不公平交易，属于计价不准确。他建议，可以四舍五入，不足1分30秒按1分钟计费，超过1分30秒按两分钟计费，或者按秒计费，这样比较公平。

北京市消协：按分计费不公

北京市消费者协会副秘书长屈建辉认为，电信企业与消费者交易过程中应当遵循“自愿、公平、等价有偿、诚实信用”的原则，收费多少应该与提供的服务一致，如果消费者没有享受到相应的服务，就不该收取相应的费用。因此，按分计费毫无道理，将没有通话的时间纳入计费范围，损害消费者的合法权益，有悖公平交易原则。屈建辉指出，由于行业垄断，我国通话收费偏高且不合理是不争的事实，也是这么长时间以来电信计费问题久拖不决的一个重要原因。作为具有垄断地位的电信企业，既要保障充足的服务提供，又要充分考虑服务价格能被多数公众接受。他建议有关部门加强对垄断行业的监管，促进电信企业改进服务来降低普通老百姓的通话成本，惠及更多消费者。

上海市消保委：以秒计费不难

针对电信资费标准不合理的问题，上海市消费者权益保护委员会秘书长赵皎黎在接受记者采访时表示，通信以分为单位计费而造成“打1秒钟按照1分钟收费”，这种情况属“短斤少两”行为，已经构成侵权。《消法》规定，消费者在购买商品

或接受服务时，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。按分计费的标准侵害了消费者的公平交易权。“打多少时间就支付多少费用，才能体现公平交易，才能维护消费者合法权益。”赵皎黎认为，改变现有的计费方式，由按分变为按秒计算，并不是技术难题，实行按秒计费标准，将有效打破多年存在的按分计费的不合理行为。赵皎黎指出，通话计费标准改变的关键还要从源头处理，需要电信企业的高度重视，只有根据消费者需求制定更加人性化的标准，才能得到社会认可。

四川省消保委：最低消费不当

四川省保护消费者权益委员会秘书长刘亚兵在接受记者采访时说，计费方式是以分还是以秒计费，必须符合公平合理原则，公平合理是《价格法》的一个基本原则。从目前来看，电信收费以分计费合法却不合理，以秒计费更能体现公平合理原则。理由有三，一是我们现在的计时习惯的最小单位是秒，而不是分；二是现代科学和技术发展，已经完全能够满足以秒计费的要求，没有任何问题；三是消费者日常生活中的大量通话，实际上都在60秒之内，如果只有5秒钟的通话，却要按60秒收费，就是一种不折不扣的“最低消费”，是显失公平的。

在我国电信事业发展初期，国家给予电信企业一些优惠政策，其中就包括收费政策。但客观看，这是有悖于市场经济规律的。任何收费都只具有阶段性的合理性，不具有永久性的合理性。现在改进以分计费的方式，从时机上是合适的，于情来说是合理的。

黑龙江省消协：霸王行为不法

黑龙江省消费者协会秘书长于福龙认为，《消法》明确规定，经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则；消费者在接受服务时享有财产安全不受损害的权利，享有公平交易的权利，有获得价格合理、计量正确等

公平交易条件。长期以来，通信行业电话计费一直是每次以分为单位，哪怕是只打了几秒钟，也要按1分钟收费，而真正打到整分钟的微乎其微。如果通话时间只有1分零5秒钟，剩下的55秒钟时间，消费者没有享受到通话服务，电信企业却要强行按2分钟时间收费，此举不公平，是典型的霸王行为，消费者意见极大却无力拒绝和反抗。于福龙指出，目前，这种违反法律规定和社会公共利益的计费标准已经成了通信行业的行规，其侵权面广且时间持久，每个消费者都被强行扣过费，呼吁相关职能部门立即改正这种侵权行为，真正做到公平、公正、合理透明的收费。（据中国消费者报）



礼品回收 游走在灰色地带

春节刚过，记者调查发现，各地的礼品回收市场挺火，名烟名酒、高档补品、iPhone、iPad等，都在回收范围之内。红火的礼品回收背后存在怎样的问题？请看记者的采访。

节前节后是高峰，名烟名酒成回收主打商品

2月5日，记者看到沿街的玻璃窗上贴着“高价回收烟酒礼品”的牌子。记者对店主称手里有两条软中华香烟想处理，询问回收价格。

“那得看你拿来的是哪一种软中华。”见记者并未拿来香烟，老板没给准话。“就是超市里那种最常见的软中华。”记者说。“550块一条，不收单包的。”老板回答得很干脆。

一条软包中华香烟在正规零售渠道的销售价格在700元左右。记者问，“门口不是说高价回收吗？价钱怎么这么低？”“你去旁边店问问，也就给500块。”店主说。

一位店主告诉记者，现在很多私营的烟酒店都从事回收名烟名酒和其他高档礼品的业务，名烟名酒的回收价一般为正常零售价的七成上下。回收来的礼品一部分以略低于市场价的价格留在自己店里销售，另一部分加价卖给一些零售场所，比如饭店、酒吧、KTV等。

除了茅台、五粮液、中华香烟等传统高档礼品，雪茄、洋酒等“洋货”也在一些商店的回收范围之内。“但是回收的地方比较少，价格也低，主要是懂行的人少，怕被骗。”这位店主告诉记者。

“我们的行情就在节假日前后。”店主说，每年春节、中秋等节日之前是“出货”高峰，节后就是“收货”高峰。

店主说，从今年年初到现在，他已经回收了100多瓶酒，200多条烟，其中大部分已经卖出去了。

“用的不买，买的不用。”一位礼品回收店主告诉记者，来卖高档烟酒的多是收礼的人，而来买的大多是送礼的，“其实这些东西到最后也没几个人真正消费，都在我们这些店之间不断地循环”。

走访中，一些烟酒回收店老板坦言，干这行的大多是烟酒经销商，因为节日期间高档烟酒普遍供货紧张，一些商店就通过回收高档烟酒补充货源。而干这一行最大的风险就是收到假货，目前他们大多只是根据经验判断烟酒的真假。

网络成为新的传播平台，电子产品成回收新宠

记者在百度搜索引擎中键入“礼品回收”，可得到920多万条搜索结果。一家自称“上海××烟酒礼品回收公司”的页面中，礼品回收的范围之广令人咋舌：小到各类消费卡、代金券、高档烟酒，大到黄金、玉石、高档表，几乎涉及礼品范畴的物品都能在上面分门别类地找到价格。

北京一家礼品回收公司的网页上，冬虫夏草等图片占满了页面。记者拨通电话，对方表示，以往主要回收名烟名酒、冬虫夏草，今年回收的iPhone、iPad等高档电子产品也不少。一部市场价4000多元的iPhone4，回收价大概在3000元左右。

记者发现，如今不少从业者已经实现业务网上



网下联动。一家礼品回收网站不仅宣称自己有实体店，还“一天24小时，全年无休”。网站有“实时客服专员”在线交流，甚至还有免费客服电话。

一些网站在出售礼品时打着所谓“假一罚十”的招牌，除了礼品回收外，还提供礼品选择、包装、送货等服务。

有网友说，“礼品产业链也开始逐渐细分，产生了制造商、分销商、终端服务商、采购方、收受者、礼品回收方这一整条产业链。”

礼品回收属于“灰色地带”，回收烟酒涉嫌违法

采访中，几家打出烟酒回收标志的烟酒商店，其证照都只显示经营范围是烟酒零售，并无烟酒回收业务。

太原市工商局局长王拴成表示，工商注册经营范围中并没有礼品回收这一项，工商部门对“礼品回收”项目也不予受理注册。目前允许回收的只有废品。市面上的礼品回收，均属于超范围经营或无照经营，只要一经查明，就会依法处理或取缔。

山西省商务厅市场秩序处蒋鹏表示，“我国现行法规中对回收礼品没有明确的规范，礼品回收还属灰色地带。而且，大多数礼品回收经营都比较隐

蔽，监管查处起来有难度。”

然而，对部分实行专卖许可的商品的回收进行监管是有法可依的。蒋鹏以酒为例解释说，据商务部《酒类流通管理办法》规定，销售酒类必须有酒类商品零售(或批发)许可证，并且只能从正规渠道进货，并有严格的酒类溯源制度。因此，商贩不得私自从居民手中收购酒，回收高档酒在进货渠道上是不合法的。

至于香烟，太原烟草专卖稽查支队相关负责人介绍，烟草是国家专卖产品，从生产、流通到销售，都实行许可证制度，不允许商户或个人回收。《烟草专卖法》及《烟草专卖法实施条例》明确规定：取得烟草专卖零售许可证的企业或个人，应当在当地的烟草专卖批发企业进货，并接受烟草专卖许可证发证机关监督管理。

也就是说，无论哪种形式的香烟回收都属于违法行为，不论香烟真假都要受到查处。

礼品回收亟待规范，专家建议进行资质审查

中国消费者协会律师团团长、北京市消协法律顾问邱宝昌认为，过年过节后，将多余的礼品处理回收未尝不可。但是，有些类型的礼品回收应该被禁止，像食品、酒类、高档补品和保健品，以及香烟等。

比如食品，因为根据食品安全法的规定，食品生产经营企业要有资质、有记录、可追查，但回收的食品在安全性上很难鉴别，因此应该禁止。

邱宝昌说，由于商品的来源不明，消费者在礼品回收店购买商品时，有可能买到旧货或者假货。同时，如果一个人大量销售来源不明的高档礼品，有可能涉及洗钱。因此，在礼品回收方面，国家应该有所规范，对回收进行资质审查，对商品的来源要有严格的监管。

北京市海淀区检察院反贪局副局长罗猛则表示，回收礼品有可能涉嫌违法，也有涉及洗钱的可能。虽然行贿受贿认定时，赃物的去向并不影响犯罪的认定，但是如果对“销赃”的行为不加以打击，也会助长行贿受贿行为。（靳博 冀业）

家电维修 400电话九成是假的



近日，中国家用电器服务维修协会常务副会长兼秘书长赵泽蕊对腾讯家电表示，协会通过调查后发现，目前在搜索引擎上查到的400或800电话中有九成是假冒电话，严重影响消费者选择正规服务维修点。

为此，中国家用电器服务维修协会在北京召开“家电服务商联合消费者抵制黑网点”会议，会上赵泽蕊列举了近来发生的家电维修黑网点欺骗、欺诈消费者的事件，以及消费者通过网上和114查询的黑网点上门维修导致严重侵害消费者和家电服务商权益的事件。

赵泽蕊怒斥黑网点，有的没有工商登记注册，有的没有正规企业授权委托，有的虽有委托却不能规范维修，坑蒙拐骗。赵副会长劝告消费者当家电需要维修时，不要相信网上和114查询的虚假信息，一定

要拨打“三包”规定企业的电话800或400，或拨打协会电话010-66019741，投诉拨打12315。

赵泽蕊说，电讯和网络服务中，因利益导向，虚假服务信息泛滥，大量不具备资质的家电维修点假冒正规企业授权的“服务商”，在网上和114刊载虚假信息，不仅欺骗和损害消费者利益，而且扰乱了家电维修市场秩序，损害了规范的服务商的形象，造成极大危害。黑网点屡打不散，乱收费屡压不止，“李鬼”屡抓不绝，家电服务商对黑网点和乱收费以及电讯和网络服务中的虚假信息深恶痛绝，对这种损害行业企业形象和干扰市场秩序的行为表示极大愤慨。

为此，企业的服务商要联合广大消费者抵制黑网点。赵泽蕊说，今年9月20日，在中国家电服务

商权益保护日（简称9·20服务商权益保护日），协会将召开“首届中国家电服务商大会”，服务商大会的主要任务是，联合服务商力量共同承担推动家电服务业产业化发展的责任；培育打造一批上规模、上水平、有实力、经营管理好、消费者信誉高的服务品牌；通过联合，提升服务品牌的标准化、专业化、信息化、社会化的水平，提高为制造商、经销商、消费者服务的水平。

此外，协会还将联合服务商公示网点和收费价格。积极维护家电服务商的合法权益。服务商大会将通过协会的家电服务商权益保护工作委员会，受理、查验、调解有关侵权事件，维护服务商权益。

协会将整顿和规范家电服务业市场环境。协会在工商行政管理部门、商务主管部门的支持下，加强对违法广告和不良信息的监管力度；加强对网站、短信、查号台服务商对家电服务维修信息的核查、发布和撤销的责任要求；加强对互联网信息、手机短信、媒体广告、商业查号台信息的督察，及

时控制和遏制假冒伪劣服务信息的显示和传递渠道；加强对假冒伪劣服务维修信息发布者、获利者的查处；加强对企业市场行为的督察和监管，对违规企业进行及时查处；加强社会监督，接受新闻媒体和社会投诉，通过电台、电视台、报刊、网站等新闻媒体，宣传家电服务维修知识，公示规范网点和收费价格，引导消费者维护合法权益。

协会将推动实行网上和电话登记实名制。如果网络信息审查严格一些，如果政府部门监管力度更大一些，黑网点现象不是不可以杜绝。协会向有关政府主管部门提出坚决打击黑网点和乱收费以及电讯和网络服务中的虚假信息的建议，提出建立年度信息交换制度，及时得到家电服务业企业登记管理信息并公示公告；反馈登记企业遵纪守法情况，配合督察指导；公示公告“黑网点”、网络及电讯中的假冒伪劣服务信息，以利于家电服务业健康、有序、和谐发展。（乔红康）

相关链接

警惕400电话欺诈

将网络诈骗和电话诈骗结合的典型例子是机票预订，不少人喜欢通过航空公司的在线机票代理预订机票。当网民点击一个看起来很正常的机票预订网站，在这些网站提交订票信息时，往往会弹出服务器忙之类的出错信息，这是骗子在诱使你电话联系客服，一番电话之后，就会有人将票款转到骗子帐户。

其实，申请开通400电话很简单，只要提供以下资料就可以办理：1、固定电话、小灵通号码或者手机号码；2、营业执照复印件；3、法人身份证或经办人的身份复印件加盖公章；4、业务受理单。

安全专家防范建议：1、对超低价、超低折扣、中奖等诱惑要提高警惕，避免贪图便宜而落入圈套；2、收藏经常访问的在线购物网站，在网站提交含有个人信息的内容时，检查一下浏览器地址栏，看看是不是自己所熟悉的地址；3、启用专业安全软件，如永久免费的金山毒霸，及时更新，防止点击钓鱼网站链接；4、如果安全软件对正在访问的页面弹出警告，应立即中断交易；5、网购确定付款时，检查收款方帐户信息是否正确。不要轻易按对方电话的安排，使用ATM或网银转帐功能付款。

电视购物 大多超过出厂价10倍

2011年，中国电视购物市场规模达到455亿元，从事电视购物的运营商近150家，预计未来十年，电视购物销售额将达到5000亿元。中国商业联合会媒体购物专业委员会昨日发布《中国媒体购物行业发展报告》，会诊电视购物行业存在的五大病理。

现状:只能补钙却宣称能增高

《报告》指出，长期以来，中国电视购物存在五大病理。第一是行业诚信缺失，虚假宣传成风，表现为夸大功能、名人代言、特技对比和逃避监管。比如卫生部批文上某些产品的功能只有“补钙”，但其宣传却变成了“增高”，或者打着国外某“著名大学”的旗号，甚至杜撰几个科研机构忽悠消费者；第二是追求暴利，产品价格明显高于商品价值，据了解，大多数电视购物产品的售价都会超过出厂价10倍左右；第三是商品质量和售后服务没有保证；第四是行业混乱，盗用数据作案猖獗，由于行业无规则、门槛低、从业者混乱，三年来不法分子盗用客户数据作案越来越猖狂；第五是行业法律法规空白，国家主管部门不明确。

建议:电视购物商建立实体店

因早期产品选择把关不严、广告用词夸张、售

后服务承诺不兑现等行业弊病，消费者对电视购物行业的信任危机严重。对此，中商联媒购委提出了几条应对之策。首先，对浑水摸鱼的电视台及企业给予严厉曝光，每三个月向媒体通报一次违规产品；其次，与电视购物行业的几大厂商成立行业自律监测中心，带头建立良好的质量保证和服务机制。媒购委还建议电视购物商应建立实体店，采取实体店和电视购物结合的方式，让消费者遇到问题有据可依，切实让消费者体会到产品的优质和良好服务。

进展:行业标准正在申报立项

中商联媒购委会会长王文学表示，电视购物行业发展迅速，但受到了一些制约。如电视购物定位一直不明确，是电视节目还是广告一直是争论的焦点。2006年8月，国家工商总局和国家广电总局联合下发通知，叫停了介绍药品、医疗器械、丰胸、减肥、增高节目的电视购物广告。

据介绍，由媒购委起草的《广播电视购物行业标准草案》目前正在申报立项阶段，媒购委还将出台《媒体购物商务系统准则》行业国家标准，推动行业有序竞争；并将开展企业信用等级评定，建立全国信用、产品质量公示中心，为消费者购物提供可靠的依据。（肖丹）

成分标注不实 君太百货遭消费者投诉

近日，消费者田先生反映，称北京君太百货有限公司（以下简称“君太百货”）销售的Ebase（衣本色）公主外套吊牌标注面料成分与实测结果严重不符，涉嫌欺骗消费者。

Ebase公主外套标注成分与检验结果不符

据田先生介绍，2011年10月14日在北京君太百货为朋友购买了一件Ebase公主外套，吊牌标注面料为兔毛皮，当时价格为2384元。买回家后，朋友对其面料成分产生质疑。经国家轻工业鞋类皮革毛皮制品质量监督检测北京站检测，Ebase公主外套面料成分为兔毛皮与狐狸毛皮混用。

从田先生提供的购物小票与之前检测的Ebase公主外套及检验报告可以看到，外套吊牌显示，经销商为广州友谊班尼路服饰有限公司，生产商为珠海仁和时装有限公司，面料为兔皮毛，配料为100%聚酯纤维，里料为94%聚酯纤维、6%氨纶。国家轻工业鞋类皮革毛皮制品质量监督检测北京站出具的编号为T-2011-10279的检验报告显示，Ebase公主外套经检验，该衣面毛皮部分所有材料为兔毛皮与狐狸毛皮混用。

作为产品的销售方，君太百货在产品上架前，理应对产品的质量进行审核监督，确保产品质量合格。但是通过对Ebase公主外套的检测可以看出，君太百货显然在履行审核监督责任上存在缺失。

此前曾因价格欺诈被曝光至今未公布赔偿方案

笔者注意到，2011年4月，国家发改委部署各地价格主管部门，对部分省会城市的大型商贸流通企业的价格行为进行了重点检查。经调查发现，部分商贸流通企业存在优惠折扣价高于原价、返券促销价高于原价、不如实标示附加条件等价格欺诈行为，欺骗、诱导消费者与其进行交易，损害了消费者的合法权益。君太百货因降价促销时虚构原价名列被曝光名单。

发改委曝光企业违规行为的内容显示，君太百货销售的百丽品牌女鞋，标示原价每双768元、现价每双537元，经查原价应为每双614元；Clarks品牌男鞋标示原价每双1660元、现价每双996元，经查原价应为每双1245元。

笔者通过查询公开信息，截至2011年12月15日，未找到君太百货方面公开发布的对违规专柜的处理结果，以及对消费者赔偿事宜进行表态的文字内容。

就消费者爆料君太百货所售外套标注成分经检测与实际成分不符，以及虚构原价促销欺诈消费者被曝光至今未对消费者赔偿事宜进行公开表态等问题，笔者致函君太百货，希望能得到企业的积极回应，但遗憾的是，截至发稿时，仍未收到君太百货方面的任何书面回复。

商家涉嫌欺诈消费者可要求赔偿

笔者就商场销售的服装标示面料成分与实际检测结果不符、虚构原价进行促销等行为是否构成欺诈；如构成欺诈，消费者的合法权益如何维护等问题采访了北京西山律师事务所张桂霞律师，张律师表示，最高人民法院《关于贯彻执行〈民法通则〉若干问题的意见（试行）》规定，“一方当事人故意告知对方虚假情况或者故意隐瞒真实情况，诱使对方当事人做出错误意思表示的，可以认定为欺诈行为。同时，《禁止价格欺诈行为的规定》中明确规定，经营者收购、销售商品和提供有偿服务，采取虚构原价，虚构降价原因，虚假优惠折价，谎称降价或者将要提价，诱骗他人购买的，属

于价格欺诈行为。根据《消费者权益保护法》第四十九条规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的一倍。”

张桂霞律师提醒消费者，如购物遭遇到商家的欺诈行为时，可保留相关证据，先与经营者协商或请求消费者协会进行调解，也可以向有关行政部门申诉，如不能达成和解可向人民法院提起诉讼。

张律师建议消费者，如购物发现商家有欺诈行为时，可向当地质量、工商、物价等主管部门进行举报，共同维护正常的市场秩序，保护其他消费者的合法利益。（中国商报 朱大军）

相关案例

君太百货被判令退货

消费者高先生在君太太平洋百货公司（以下简称君太百货）购买了一件“世家”牌“100%竹纤维”床品后，以“面料实际上为100%粘纤”为由，将君太百货告上法庭，称其“欺诈”。近日，市一中院审理后认定，君太百货虽不构成欺诈，但产品名称不统一，应为消费者退货，并分担一半检测费。

高先生起诉称，他于2006年9月11日在君太百货购买了“世家”牌“100%竹纤维”床品一件。该商品对竹纤维做的介绍中，标注了一些诱人的功能，但经过他咨询了解，纺织品中并无“竹纤维”这一名称，也无相应的检测标准。他随后委托北京市纺织纤维检验所鉴定，结论是所谓竹纤维的面料其实为100%粘纤。

高先生认为，君太百货此举已经构成欺诈，要

求其双倍赔偿419元，承担160元检测费，公开赔礼道歉，并停止该欺诈宣传行为。

法庭审理时，君太百货辩称，因为竹纤维是粘纤的一种，所以没有任何欺诈。随后，君太百货提交的南通市纤维检验所的检验报告写明：面料成分为“再生纤维素纤维（竹纤维）100%”。

法院审理后发现，高先生送检得出的结论是粘纤，而君太百货出具的检测报告称该产品为竹纤维，是同一商品有了两种不同的合法名称。法院认为，对产品名称不统一的问题，应由有关行政部门作出统一规定并规划落实。君太百货出售的产品标注和介绍有随意之处，但该行为尚不构成欺诈行为，但法院支持高先生的退货请求，并责令君太百货分担一半检测费。

（京华时报）

市消协发布2012年第1号消费警示

网购一定要“擦亮眼睛”

随着互联网的普及，许多消费者选购年货时选择网购，北京2011年网络人均年消费9230元，全国排名第二。然而网购在带给人们方便快捷、物美价廉等实惠的同时，也带来了各种各样的问题，2011年北京市消协96315和工商12315受理的投诉（申）诉量为6191件，同比增长126.7%，现列举其中的几个案例，以警示消费者。

案例一、消费者张女士，网上订购4星级红枣，到货时没有开包验货，食用后发现为2星级红枣，消费者要求换货，对方不予解决。

案例二、消费者黄女士，网购鸡翅，网站承诺：三日内送到，时隔半个月仍未送到，消费者要求退款到支付宝账户，对方拒绝。

案例三、消费者徐先生，团购酒店套餐，一直无法预约成功，消费者要求退款到银行卡账户，对方拒绝。

案例四、消费者任先生，在某网购买的游戏币，消费时被游戏网以游戏币来源异常为由将账户封停。

为此，北京市消协发布2012年第1号消费警示：网购一定要“擦亮眼睛”。

1、选择信誉度高的卖家，可以从卖家的信誉星级、成交记录、评价详情等多方面来查看；其次，查看卖家的实物图片，确认是否属于实拍，有些卖家提供的图片是从网上复制下来或自行扫描的书本、杂志的图片，和所售商品并不一致。

2、注意运输时间。一般地，购买年货都有时间限制，网购要尽量提早，或尽量减少购物次数，以减少快递物流的压力，保障准时到货。同时，支付宝等第三方支付平台时间有限，运输时间不宜过长。

3、提高警惕，谨防钓鱼陷阱。当不确定对方发送的付款网页是否安全时，先在登录框内连续多次输入错误的用户名和密码，如果此时还可以登录成功，说明该网站可能套取你的密码。当用户在支付宝收银台付款，选择支付宝余额付款时，页面不显示余额数字。而真实的支付宝收银台是会显示账户余额的。

4、收货的时候一定要“先验货，再签收”。在快递公司员工送到货时当面打开货物确认，如确认快递所送货物是你需要的，没有任何问题，再签字；一旦发现商品有问题请不要签收，直接退货。尽量不要让别人代签收，因为这样一来一旦发生货物与描述不符，会很难确认责任。

5、别忘了索要相关凭证。发票或购物小票是维权的基本前提，网上下单时切勿忘记索要凭证。一旦发生纠纷，可作为维权依据。如果网站自身有投诉专区，消费者也可先通过网站进行投诉。

6、呼吁经营者以诚信为本，更加重视消费者的权益，在团购券未消费过期是否可以退款以及是否自动退款、适用范围是否有限制、退款是否原路返回等问题上，更多考虑消费者的感受。

药品广告莫轻信 购买药品请慎重

近来，老年人来信投诉买药品、医疗器材上当的情况较为集中。

福建省泉州市的洪先生的来信反映：因看到寄来的宣传画册上，称：“联合社会福利基金会、国际红十字会开展大型北京清大财富”所产“消糖王”优惠活动，凡服用“消糖王”15天无效的患者，全额退款，愈后10年内偶有复发的患者可凭金卡享受终身免费治疗”，信款地址是“北京市清华大学84-89信箱办公室”，老先生被宣传广告打动，况且又号称是清华大学研制，就汇款1000元以邮购形式买了三个疗程的药。但使用后无效，反而导致了并发症而住院治疗。洪先生以挂号信形式将血糖检查报告寄送过去，但对方虽已签收却谎称未收到，拖延退款，于是洪先生来信投诉。

年近80的宋女士，患有囊肿疾病，参加了某报纸

广告上看到的某治疗仪的活动，称可以治疗多种疾病，便毫不犹豫地花8000元购买了仪器，但买回后，仪器却没有显现“神功”，意欲退机，却退货无门。

报刊、住户邮箱、街边传单经常会看到一些药品宣传广告，象“消糖王”的广告就标之以“降糖迅速、无毒副作用、不需刻意控制饮食”等糖尿病患者最关心的字眼，诱使患病的消费者上当。但此类广告经常是有汇款地址或电话，而无从查找主体，消协常因无法查到主体，而无法调解，消费者权益受到严重侵害。

海淀区消协提示消费者：对报刊、住户邮箱、街边传单、户外小广告等形式散发的药品广告，要做到“宣传不轻信、活动不参与、药品不购买”，要去正规的具有《药品经营许可证》的药店购买药品和医疗器械。（海淀区消协）

当心落入积分陷阱

针对近期不少商家推出“积分换礼”活动引发投诉的情况，黑龙江省哈尔滨市消费者协会提醒广大消费者，当心落入商家的“积分陷阱”。

哈尔滨市消协指出，一些商家推出的“积分换礼”活动主要存在以下陷阱：一是积分容易兑换难。参加购物享积分兑换礼品活动，须通过热线和官网两种途径申请操作，而当兑换活动开始后，不仅热线电话打不通，网站也难登录；二是积分卡办卡门槛越来越低，有的商家甚至规定只要消费超过百元就能办理金卡、钻石卡、铂金卡，这些积分卡并不能带来多少优惠，逐渐成为“垃圾卡”；三是部分

商场积分规则不透明。不少商家只简单告知消费者会员卡内有多少积分，并不提供积分明细。商家还往往要求消费者在规定的时间内办理新卡，否则原卡积分全部清零。

哈尔滨市消协提醒消费者，为了积分而去消费，是一种不理性的消费方式。消费者在面对五花八门的积分卡产品时，应当从自身需要出发，仔细了解积分卡的各项服务条款，不要轻信商家和促销员的口头承诺。一旦发现权益受到侵害，要及时保留证据，向当地工商、消协等相关部门投诉举报。（黑龙江省哈尔滨市消协）

谨防超市购物小票有玄机

春节来临，消费者们置办年货常去超市，然而超市的小票却另有玄机。

金女士到超市时购买了鲈鱼，货场内标价为每斤27.6元，合计72.31元；但回家后发现超市小票的单价为每斤25.6元，乘以重量应为67.072元，但小票的总价却仍为72.31元，超出了5元多。金女士很疑惑，向海淀区消费者协会投诉，经调解，超市进行了赔偿。

从接到的投诉看，超市小票的玄机主要有三种：一是，商品“变身”，例如本来是购买的“黄瓜”，在小票上却摇身变成了“沙甲鱼”；二是单价“涨价”：店内的价签上标的是优惠价，而收银台核算时，小票上的价格却变成了原价；三单价“打折”，总价却“不打折”，就是金女士遇到的这种情况，小票上标的单价是优惠价，总价却以非优惠价核算，这种方式较为隐秘，消费者不易发现。导致这些情况的原因可能是商品刚调价，收银

系统还没来得及改，或者是商品贴错条码。

海淀区消协提示消费者，去超市购物，要保管好超市小票，要仔细核对小票，明明白白消费，欢欢喜喜过年：一是小票上的商品名称是否与所购商品一致；二是小票上商品价格与店内明示的价格是否一致；三是总价是否出现了差错。发现错误，及时向商家反映，提醒商家及时更改，这样既避免了自己的损失也使更多的消费者受益。如若协商不成，可向工商、消协部门投诉。



美容等特殊诊疗要多查证

陕西省西安市卫生监督所近日发出医疗消费警示，提醒广大消费者在进行医疗美容等特殊诊疗服务时，注意查看医疗单位是否有专项许可证。

一看医疗机构执业许可证。凡是正规的医疗机构都有卫生行政部门颁发的《医疗机构执业许可证》，并应悬挂于醒目处。

二看是否超范围执业。所有《医疗机构执业许可证》上都限定了医疗机构名称、诊疗科目、执业地点、审核时限等。医疗机构不得擅自更改名称、

地点、扩大执业范围。

三看医生的《医师执业证书》。所有从事诊疗活动的医师必须持有《执业医师证书》或《执业助理医师证书》，护理人员必须持有《护士执业证书》等医学资质证明。

四看医疗器械是否消毒。此外，要保存好诊疗证据，患者在就医时应保存好挂号票、门诊病历和收费单据等就医凭证，以备不时之需。

新车购买使用请做到七注意

近期，金东区消保委对辖区汽车城汽车消费纠纷调解有关资料进行归纳梳理及汽车消费投诉中常碰到的消费纠纷情况，对广大汽车消费者提出以下警示：

一、价格虚高的提醒。一是某些商家通过炒作概念，虚抬车价，如给待售汽车加装一个导航后摇身一变成无中生有的“至尊型”款式，销售价格随之攀升。二是部分品牌车型商家对外宣称其市场销售价格为全国统一价，甚至打出“最低”卖价，部分消费者轻信其宣传，而一部分精明的消费者，却通过还价在价格上优惠不少。因此，建议消费者充分利用厂家、商家所发布的渠道信息对自己预购的车辆型号、价格、款式，事先有个充足了解，确定一个清楚的心理定价，不为商家噱头所蒙蔽。

二、新车使用期的提醒。新车期发现质量问题最多，一般来讲，新车的轮胎必须经过200公里以上的行驶摩擦才能达到“最佳附着力”；刹车片必须经过400公里以上行驶，才能达到“理想的摩擦力”。新车使用过程中存在一个必要的人车磨合期。提醒消费者在试乘试驾和新车使用过程中要充分试车，注意观察车况，以便有问题及时发现，及时处理。

三、汽车个性化装修提醒。许多消费者对新购的车将进行贴膜、改装汽车雷达导航、报警器、汽车“美容”等个性需求的装饰，提醒消费者在装修时如购车的4S店有提供相应服务的最好选择原购车4S店，若没有，要在装修前和4S店预先进行的装修可行性方面沟通，以防出现后续问题商家推脱扯皮。二是尽量选择质量有保证的，尽量少用廉价的产品如廉价地胶，因有毒物质超标反而会造成车内

空间二次空气污染，影响身体健康。三是汽车装修要以安全适用为主，避免车内挂件太多及在前挡上随意贴挂饰，以防阻隔驾驶员视线、分散其注意力，影响行车安全。

四、商家欺诈的提醒。在汽车保养维修过程中，某些商家会使用旧零件代替新零件或者副厂生产的零件代替原厂生产的零件使用，消费者应该在维修保养中涉及零件更换等要妥善保管收据、更换清单和相关凭证，以便出现问题自我维权时有理有据。

五、对搭售行为说不。“买车搭售保险”、“买车搭售汽车精品”等种种附加条件等是一种典型的“捆绑销售”之举，也是不正当竞争的行为。消费者对此类消费要勇敢说不，并可以及时向工商部门举报。

六、注意保存证据。在出现汽车质量问题时，消费者要注意证据的收集，如对问题点通过拍照取证，购车时妥善保管好合同协议，维修保养过程中与商家关于质量方面的约定最好用书面形式并签字盖章，不用或少用口头约定，以防出现纠纷时口出无凭。

七、发生纠纷理性维权。消费者要依法、依据、依理积极和商家协调，避免如拉横幅、以车堵售车企业大门等过激维权方式，过激维权方式不利于消费纠纷的解决反而会进一步激发双方矛盾。消费者以建设性的态度和商家充分沟通、解决问题，若商家态度蛮横或者无理则及时向工商部门拨打12315投诉热线投诉、举报或走司法途径自我维权。（金华市金东区消保委）

家电维修门道多

近日，山东省苍山县冯女士向工商部门提出申诉，称其购买的九阳豆浆机出现质量问题，因未超出包修期，她找到超市进行维修，没想到取回修好的豆浆机时，她发现维修人员将豆浆机的电源线给弄丢了，冯女士要求赔偿，但维修人员不承认，维修单上未注明是否包括电源线，冯女士请求工商部门协调，让超市赔偿接线。经工商执法人员协调，超市免费为消费者提供一条电源线。

苍山县工商局在此提醒消费者，在进行家电维修时要注意以下几个方面：

一是在维修家电时尽量只提供损坏部件。如电脑主机坏了就不要将显示器一起送修，鼠标、键盘及电源线等都可通用，通用件可以不用附带，除非不能断定损坏部件时才一起送去。

二是维权单上应填全维修物品。家电维修时如果有附件，应让维修人员在维权单上注明所有物品的品种及件数，以免将来发生纠纷。在领回修好家电时，要查验全部物品是否齐全，有无被更换，以及是否全部可用。

三是维修后一定要索要修理凭证。按照《部分商品修理更换退货责任规定》第十一条规定，在三

包有效期内修理两次，仍不能正常使用的产品，凭修理者提供的修理记录和证明，由销售者负责为消费者免费调换同型号同规格的产品或者按本规定第十三条的规定退货。同时，《部分商品修理更换退货责任规定》第十四条规定，换货后的三包有效期自换货之日起重新计算，由销售者在发票背面加盖更换章并提供新的三包凭证或者背面加盖更换章。修理凭证是消费者两次维修不好拥有调货退货权和延长三包有效期的重要凭证，一定要高度重视。

四是维修家电要选择好时机。在城乡地区，一些规模小的超市比较重视财缘，讲究发市大吉，如果大清早就联系家电维修，被拒绝的可能性很大。因此家电维修最好选择下午或晚上，这时经营者更容易给予办理维修事宜。

五是超过三包期时维修家电要选择好渠道。超过包修期后，消费者要自行负担家电维修费用，建议消费者尽量选择家电售后服务点进行维修。如果距离较远要加收较多的路费或修理费用较高，也可选择附近正规的维修店进行修理，不可随意将家电送到无相关证照或技术资格的维修店。（山东省苍山县消协）



四招帮你防范托运物品纠纷

最近，安吉县消保委连续收到多起涉及快递服务业方面的消费投诉。虽然，通过调解，大多数消费者的投诉得到了解决，但由于我县快递行业的不规范，部分消费者合法权益受损，未得到合理赔偿的现象较为突出。分析纠纷产生的原因主要有：一是个别快递业经营者无证经营；二是利用消费者大意，没有对货物进行保价，收货时货物丢失或损坏，只同意按货物运输费用的几倍赔偿。这种物品丢失、损坏投诉现象占快递业投诉的90%；三是消费者收货时，不提醒消费者验货，事后发现货物少了或者损坏了，则以消费者已签收为由不承担责任；四是发生纠纷后，收货方、承运方或者送货方相互扯皮、推卸责任。有的甚至将责任推到接货的业务员身上，说是业务员个人行为，与公司没有关系；五是承诺的时间不按时，造成消费者的损失不肯赔偿；六是手续不规范，货运单的条款存在多项免责条款等。

针对快递行业投诉的直线上升趋势，县消保委了解到其中不仅有经营者的问题，消费者也存在自我保护意思不够的现象。有些投诉只要消费者自我保护意识稍强一点，还是完全可以避免的。

一是选择正规的、信誉好的货运经销商，交货之前最好查看对方是否持有营业执照，对上门接货的经营者要特别慎重，最好到其经营点办理业务。

二是快递货物时应仔细查看快递单，并阅读里面的内容，填写单据时，注意要标明货物的数量（最好有一份对方确认的货物清单）、货物名称、价值、到货日期、运输方式、取货方式等。

三是托运货物最好保价。

四是收货时，切记先验收后签字，不管对方借故有多忙，也要认真查看物品是否完整无损，如果先签字后验收，事后发现货物有问题，索赔会很艰难。（浙江省安吉县消保委）



食品问题高额索赔须理智

【案情简介】

近日海淀区消协北下关分会近日接到一起过期食品的投诉。消费者李女士在某超市购买了一袋面包，价格为3.80元，自称食用后出现恶心、呕吐等症状并去医院就诊。李女士回到家后发现，所购买的面包已超过保质期49天，随后，李女士找到商家要求索赔3000元；商家不予，李女士将其投诉到消协。分会工作人员接到投诉后，在向消费者核实情况时得知，消费者从购买面包至到医院就诊时间中间相距48小时，所产生的医药费用为26元。

【调解结果】

经过调解，经营者给予消费者李女士10倍赔偿，并负责承担相应产生的费用，共计为消费者挽回损失100元。

【案例点评】

此调解虽以商家息事宁人的态度予以解决，但需要指出三点疑惑：（1）从购买食品到事发是两天的时间，该超市为大型超市，所售面包为老字号产品，遇到该产品投诉仅此一人；（2）消费者索赔3000元，无依据，消费者明显缺乏法律知识和意识，对待无依据的高额索赔，曾经出现过被经营者以敲诈罪诉至法庭，敲诈人获刑的案例；（3）面包的保质期为6天，消费者提出超过保质期49天，很值得生产厂家和商家玩味。

针对此事，消协工作人员就食品安全的索赔程序向消费者李女士宣传、讲解了相关知识，同时对其无依据高额索赔要求进行了批评。同时，消协也提醒广大消费者，在购买到出现质量问题的食品后，一定要依据法律及时维权，不能盲目索赔。对因此而受到的伤害，要保留证据，作为以后的索赔依据。



口头约定要警惕“假日陷阱”

【案情简介】

近日，消费者侯先生夫妇向海淀区消协清河分会投诉称他们刚从外地来到北京，匆忙之中从清河一家房地产公司租了房子，房租每月2600元，每月月底前交房租。因提前和该公司的财务说好去交房租的时间为节假日，侯先生夫妇去交房租时，该公司节日放假无人值班。后来该公司财务反悔，不承认先前答应节假日交钱的口头承诺。公司以侯先生夫妇未按约定交房租为由，要扣两月租金5200元违约金。否则第二天就派人强制让他们搬家。由于侯先生爱人有孕在身，受不了这样的打击，侯先生只能到海淀区消协清河分会投诉，求助解决。

【调解结果】

经了解，消协工作人员认为原定月底前交房租的约定有效，由于侯先生夫妇无法提供公司财务答应节假日当天交钱的证据，只能按双方所签合同的约定迟交三天交300元滞纳金，该公司扣两月租金无依据，经消协工作人员耐心调解最终双方接受调解意见。侯先生交了300元滞纳金继续承租该房此纠纷圆满解决，侯先生十分满意并写来了感谢信。

【案例点评】

依据《消法》第十六条规定：“经营者向消费者提供商品或者服务，应当依照《中华人民共和国产品

质量法》和其他有关法律、法规的规定履行义务。经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务，但双方的约定不得违背法律、法规的规定。”本案中，中介公司未按照双方约定履行义务，违背了相关法律规定，对于消费者的诉求，应当承担责任。



房屋中介应按合同退还押金

【案情简介】

近日,海淀区消协学院路分会接到姜先生投诉,称其在去年通过龙华诚信房地产经纪有限公司租住了一所建筑面积为120平方米的房屋,今年房屋到期,在退还押金时双方出现了分歧,房屋中介公司说在消费者入住期间,地面有一部分木板已经被弄得破损不堪,门把手也已经损坏,抽油烟机机体污渍过多以及室内整体保洁很差等等,这些地方需要维修的费用,均应该由消费者承担,拒绝退还押金。消费者则认为自己没有这些过错,称在合同所写的内容中提到,如果房屋的各项设施在正常使用自然磨损的情况下,与消费者没有任何关系,所以一切都得按合同里的条款履行。

【调解结果】

消协工作人员当即约见华诚信房地产经纪有限公司的负责人,双方各持一词气氛非常紧张。工作人员对双方分别进行沟通,经反复做工作,最终双方达成一致意见,商家同意退还消费者押金7000元整。

【案例点评】

依据《消法》第十六条规定:“经营者向消费者提供商品或者服务,应当按照《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规的规定履行义务。经

营者和消费者有约定的,应当按照约定履行义务,但双方的约定不得违背法律、法规的规定。”本案中,经营者应当按照合同约定履行义务,不得违背合同约定。应当为消费者退还押金。



残疾人消费权益更应受保护

【案情简介】

近日，海淀区消协北下关分会接到了一起房屋中介投诉，投诉方是瞿先生，其所居住房屋与中介公司签定了一年的租赁合同；但消费者所居住的是属于中介公司私自改变房屋结构的房屋，住房和城乡建设部的《商品房屋租赁管理办法》已开始执行，经营者畏惧法规的处罚，不得不提前与消费者解约，但双方就补偿款产生纠纷，始终无法达成一致。

【调解结果】

工作人员接到投诉后即刻展开调解，当按照约定时间调解时工作人员发现，以瞿先生为代表的消费者四人为侏儒残疾，其中以瞿先生的程度最重，他是坐轮椅而来；经过了解，瞿先生等四人为外地来京人员并同时在瓷娃娃关爱协会工作；工作人员根据此种情况相机做通了中介公司的工作，经过调解，经营者退还、补偿消费者1060元，并给予100元的赔偿。消费者瞿先生等四位残疾人对消协的调解非常满意；

【案例点评】

依据《消法》第十六条规定：“经营者向消费者提供商品或者服务，应当按照《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规的规定履行义

务。经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务，但双方的约定不得违背法律，法规的规定。”本案中，经营者为了自身的利益，而损害了消费者的权益，对于消费者因此而受到的损害，经营者应当承担违约责任。而对于残疾人员的关怀与否是衡量社会公益的标尺，消费者协会有对商品和服务进行社会监督和保护消费者合法权益的社会责任，从性质上来看更具有公益性。



■ 三笑理发店剪伤消费者耳朵

过年之前，消费者左先生到西城区陶然亭三笑理发店理发。但理发店的服务员在给左先生理发时，不小心将他的耳朵剪伤。左先生要求理发店支付医疗费、误工费及精神赔偿费共计3000元，但理发店拒绝赔偿。

无奈之下，左先生只好投诉到西城区消协天桥分会。消协工作人员详细了解左先生的情况后，依据《消法》第四十一条规定：“经营者提供商品或者服务，造成消费者或者其他受害人人身伤害的，应当支付医疗费、治疗期间的护理费、因误工减少的收入等费用……”，在本纠纷中，理发店不小心剪伤消费者的耳朵，对消费者的人身造成了伤害，应当承担全部责任，消费者有权获得赔偿的权利，理发店应按照消费者的要求进行赔偿。

经消协工作人员耐心调解后，理发店最终同意赔偿消费者医疗费、误工费及精神赔偿费共计3000元。左先生表示非常满意，并对调解工作表示十分感谢。

消协工作人员表示，作为经营者，经营中出现类似问题时，关键是态度，如果站在顾客的角度去思考问题，并依据消法积极履行自己的义务，才是正确的经营之道。同时提醒理发店、美容店经营者要吸取教训，加强对员工的素质和技能教育，切实规避此类服务纠纷的发生。

■ 拔火罐被烫伤获赔三千元

近日，消费者胡先生在万寿路地区某健身服务公司办理预付费会员卡。胡先生在该公司拔火罐时，由于工作人员失误而导致他被烫伤。胡先生要求该公司赔偿因此产生的误工费等相关费用，但该公司拒绝赔偿。

海淀区消协万寿路分会接到投诉后，立即与该公司取得联系。依据《消法》第十八条规定：

“经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者做出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法……”消协工作人员认为，经营者的不当行为造成消费者身体受到伤害，对造成的伤害经营者应当承担赔偿责任，不得拒绝。

经调解，该公司对消费者造成的伤害表示道歉，赔偿消费者误工费用等3000元，消费者表示满意。



■ 新电动自行车无法上牌照

日前，消费者刘先生在中关村某电动自行车商店购买的电动自行车，由于经营者的问题，导致消费者的电动自行车无法上牌照，消费者要求退货，商家不同意。消费者在与商家协商未果的情况下，投诉海淀区消协中关村分会。

消协工作人员在向消费者调查核实后，根据《消法》第二十三条规定：“经营者提供商品或者服

务，按照国家规定或者与消费者的约定，承担包修、包换、包退或者其他责任的，应当按照国家规定或者约定履行，不得故意拖延或者无理拒绝。”消协工作人员认为，因为经营者的原因导致消费者买完电动车而不能上牌照，对此，经营者应当承担赔偿责任。

经过工作人员的调解，次日商家为刘先生办理了退货，消费者对消协分会表示满意。

交钱学英语却迟迟不能上课

消费者曹女士前段时间在北京某教育咨询有限公司报名学习英语，一个月后交齐全部学费38185元，成为该学习中心正式学员，开始上课。随后，曹女士接到该中心发来短信，告之授课老师休息了，由另一个课程顾问负责其课程安排，而且之后一直没有老师通知她上课。

曹女士认为，该中心的做法完全违背了当初合同约定，于是坚决要求该中心退还全部学费。在遭到该中心拒绝后，曹女士将这家公司投诉到东城区消协东直门分会。

接到投诉后，消协工作人员非常重视，及时与该公司联系，查询此事，开始该中心态度强硬，以合同规定不退费为由，坚持不退学费。针对该中心的态度，消协工作人员严肃指出，该公司中途随意更换老师，且不继续安排学员上课，其行为违反了消法规定的第十条：“消费者有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障，价格合理，计量准确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。”因此必须要承担责任。经过消协多次调解，该中心终于同意退还曹女士学费35000元，消费者曹女士非常满意。

消协在此提醒广大消费者在与经营者签订“营销合同”时，一定要认真审阅，谨慎签约，必要时增加个人补充意见，只有这样才能维护自己的合法权益不受侵犯。

消费者买到问题药品获赔十倍

近日，密云县消费者张女士向密云县消协投诉，称其因病在密云县某医院就诊时，花了近500元买的药。回家服用后，她发现其所购买的胶囊药品，用手根本捻不碎，只好用小锤才将其砸开，怀疑有质量问题，随后便带着剩余的药品和怀疑有质量问题的药品，找到医院反映了自己所遇到的情况，医院领导对张女士所购买的药品存在的问题没有异议，但表示医院有自己的规定，即使赔偿的话，也应由消费者和药品经销商进行协商，医院不可能直接进行赔偿。

张女士不但未能与这家医院达成解决的意见，反而对这家医院产生了怨气。县消协工作人员在认真了解张女士反映的情况后，一方面耐心地做了消费者的安抚工作；另一方面则表示县消协一定会多方努力帮助其讨回公道。

县消协经了解得知，原来不是这家医院不解决张女士所反映的问题，而是认为张女士提出1万元赔偿额度过高，这家医院确实不能接受，才使问题没能得到及时解决。了解这一情况后，县消协便与密云县卫生局领导进行了沟通。对此，张女士反映的问题得到了密云县卫生局和这家医院领导的高度重视，这家医院的领导当即表示一定会给张女士一个满意的结果。

在县消协的帮助下，张女士反映的问题很快得到了圆满解决，医院一次性赔偿其医药费、误工费等各种损失合计人民币6000元。张女士非常满意。

培训班不开班却拒绝退费

近日，东城区消协东朝分会接到消费者朱女士投诉。据朱女士反映，她于去年7月初，在北京某教育科技发展有限公司开办的金融风险管理师培训班报名，交了4800元的培训费，因为学员人数少无法开班，要求退款，可对方要求扣除一定的手续费。朱女士不满投诉到东城区消协东朝分会。

接到投诉后，消协分会工作人员立即找到北京某教育科技发展有限公司进行查询，在情况属实下，消协干部强调指出，不是因为消费者的原因要求退款，而是培训中心的种种原因不能正常开课影响了消费者，故应将培训费全部退给消费者。经过消协的耐心教育，对方全额将款退给了消费者，朱女士对消协所做的工作非常满意。

■ 申办著名商标应先解决纠纷

近日，东城区消协接到消费者单先生投诉，称他特意找了一家大型装修企业装修厨房和卫生间，总共花了38000多元。但是没过半年，厨房和卫生间的瓷砖就开始脱落。单先生认为，这是装修工程存在严重质量问题，于是多次找该企业反映，该企业一直称领导不在，拖延解决问题的时间。无奈之下，单先生到东城区消协投诉，要求该企业赔付损失。

东城区消协投诉部负责人及时了解情况，并多次约见企业负责人，该企业称消费者当时已经在合同验收单上签字了，拒绝履行“三包”责任和赔付损失，并一走了之，纠纷调解进入僵局。

恰在此时，东城区消协得知该企业正在申办著名商标。消协抓住契机，会同商标科通知企业老总必须先到消协解决消费者的投诉问题，该企业终于坐到调解桌前，区消协、工商分局商标科的工作人员向该企业宣传《中华人民共和国消费者权益保护法》和《中华人民共和国商标法》的相关规定。最后，企业同意一次性赔付单先生27000元。当消费者拿到赔付款后，激动地说“工商、消协真是我们消费者的娘家，你们是消费者的保护神。”

■ 面包里吃出死蟑螂

1月10日，密云县大城子镇墙子路南沟村消费者张先生到密云县消协反映，其于1月9日在密云县某商场花9.80元买了一个面包，其外包装标注生产企业为北京市通州区一家面包加工厂。张先生回家打开外包装准备食用时，发现面包上有一只半公分长的死蟑螂，根本不敢食用，随即便找到密云这家面包经销处，如实反映了自己所遇到的情况，双方就面包中存在的蟑螂问题没有异议，但在赔偿额度上存在分歧，故未能达成和解。

县消协工作人员接到张先生反映的情况后，及时与该商场这家面包经销处取得了联系，并就消费者张先生反映的情况与其负责人交换了意见，指出了面包经销处就解决这一问题当中存在的不足，提出了县消协的解决意见和建议。最后，这家面包经销处的负责人采纳了县消协的意见，考虑到自身存在的不足，决定一次性赔偿消费者张先生购物款、误工费、交通费等各项经济损失合计人民币360元整。对这一问题的圆满解决，双方均表示感谢！

在此，县消协提醒广大经营者一定要从正当渠道进货，严格把好进货关口，切实履行好企业第一责任的义务，依法维护好消费者的合法权益。

■ 中介违约转租赔3648元

近日，东城区消协成功调解了一起因房屋中介消费引起的纠纷，消费者获赔3648元。

消费者郭女士通过北京中天置业房地产中介公司委托该公司将东城区永定门外新奥洋房的一套138平方米出租，双方约定消费者承租者不能是经营企业，该公司违反双方约定擅自将房子转租给经营企业，引起消费者不满，投诉东城区消协。

接到投诉后立即与双方联系核实情况，经过消协工作人员几次耐心调解，宣传《消法》及《中华人民共和国合同法》等相关法律法规。最终，北京中天置业房地产中介公司一次赔付消费者3648元，

达成令双方满意的协议，消费者对工作人员耐心细致的调解表示非常满意。



消协帮老人退回地砖款

近日，消费者吴毓兰老人给海淀区消协四季青分会送来了一面“消费者的保护神”的锦旗。原来早在2010年5月，吴毓兰老人在本辖区某建材市场花15000元购买地砖，装修完后发现所有的白色地砖都存在花纹对不上和脏污的问题，几次与商家沟通，商家派人进行多次清洗处理，但一直未能恢复原状，消费者要求商家退货并赔偿损失，经过多次协商未果的情况下，消费者投诉到海淀区消协。

接到投诉后，消协工作人员立即与商家取得联系，经了解得知消费者所反映的问题属实，经过耐心细致的做工作，商家认可地砖存在质量问题，对赔偿额度达成协议，商家最终全额退还消费者货款15000元，消费者不再追究其它赔偿。消费者对调解结果十分满意并冒着酷暑送来了锦旗。

消协工作人员认为，依据《质量法》第四十四条第二款规定：“因产品存在缺陷造成受害人财产损失的，侵害人应当恢复原状或者折价赔偿。受害人因此遭受其他重大损失的，侵害人应当赔偿损失。”本案中，经营者销售的地砖存在质量问题，对消费者造成了一定的损失，对此应当赔偿损失。



外地电话投诉圆满解决

日前，东城区消协永定门分会接到南京消费者张婉露投诉，称其在北京宝华裕隆贸易公司购买了一双价值3980元的皮靴，回到南京后只穿用一天就出现掉色问题，打电话给商家要求换货，但商家收到寄回的皮靴，认为不属于质量问题，并到检测机构进行鉴定，检测结果证明皮靴没有质量问题。但消费者仍然坚持换货或退货，并投诉到东城区消协永定门分会。

消协工作人员经过几次调解后，商家终于同意退货，并按时将货款邮寄到南京，消费者收到退款后打来电话，对永定门分会维护消费者权益，认真负责的调解工作表示感谢。

消协依法调解拒收礼金

近日，东城区消协幸福分会接到消费者张女士投诉，称她与某装修公司签订了装修协议，并交了16000元装修款。在装修期间，张女士忽然发现房屋内墙壁上贴好的瓷砖全部被损坏，剩余瓷砖也有一部分被损坏，而且两个卫生间的防水都没有做好。

于是，张女士立即找装修公司说明情况，并要求赔偿经济损失38000元整。对此，装修公司提出异议，只同意赔偿5000元。在消协工作人员的耐心

调解下，双方做出让步，装修公司同意赔偿张女士经济损失15000元整，此消费纠纷得以顺利解决。

装修公司被段永利同志依法调解，秉公执法的精神所感动，临走时偷偷放在桌上一个厚厚的信封，消协工作人员段永利发现后立即上交，原来里边装的是2000元现金。消协领导及时联系商家，将2000元现金如数退还当事人，并对段永利廉洁奉公、拒收礼金的高尚行为进行了表扬。



《老韩说法》栏目又和大家见面了。

“老韩”真名叫韩卫林，是北京市朝阳区消协投诉部主任，1998年调入消协以来，始终工作在消费维权第一线，先后接待来访、咨询5000多人次，经手调解处理各类消费纠纷1000多件，为消费者挽回经济损失2000多万元。

《老韩说法》栏目将深度剖析一些热点、疑难典型案例背后的因果关系，用案例更好地宣传《消法》，帮助消费者提高自我保护的消费能力。同时欢迎投稿，栏目邮箱：bjxfz315@126.com

老韩说法

开篇语

美“奔”质量存隐患 国际品牌也需规范

【案情简介】

消费者李先生于2011年2月，在北京某汽车经销商处购买梅赛德斯—奔驰原装进口轿车一部。厂牌型号：梅赛德斯—奔驰2996cc轿车R300；产地：美国；价税合计：69.8万元。购买后的一周内办理完相关手续，在给轿车加油时发现持续严重漏油。李先生立即与经销商电话联系，经销商答复：“把车开回销售处”，在遭到消费者和加油站负责人的强烈反对后，由经销商负责将车拖回本部。就轿车质量问题的解决方案，双方多次协商未果，故消

费者向朝阳区消协投诉。

消协受理投诉后，在及时进行调查并走访咨询相关鉴定机构的前提下，召集：消费者、经销商、梅赛德斯—奔驰（中国）代表进行公开调解。并对轿车进行了现场检查，结论是：轿车在生产组装时，误将其他不同规格奔驰轿车的油泵上封盖安装本车，导致漏油。

最终在消协主持下，双方达成一致意见：由德国专家更换本轿车油泵盖，并出据一次性彻底修复承诺书。此外，梅赛德斯—奔驰（中国）一次性补偿消费者6万元整。

【老韩说法】

分析本案，观点有三：

一、首先消费者刚刚购买轿车就出现持续严重漏油，虽未检查界定原因，但宏观定性属于原有质量问题毋庸置疑。因为消费者从购车到在一周内办理相关手续的过程均是和经销商共同办理，同时轿车的整个外观没有任何损伤。至于德国代表强调在检查前不刨除外界因素（即人为因素）的猜疑，缺乏客观依据（即反映出推卸责任的不诚信意识表现）。

二、因轿车质量问题，侵犯了消费者合法权益。消费者提出上述要求可以理解，并且合理。区消协提出原则上根据《消法》第45条规定

“对国家规定或者经营者与消费者约定包修、包换、包退的商品，经营者应负责修理、更换或者退货。在保修期内两次修理仍不能正常使用的，经营者应当更换或者退货。”执行是正确的，并且最终的问题确定及解决方案也说明了是对《消法》第45条进行客观实际的诠释。

三、德国奔驰汽车公司所生产的产品，虽然是国际知名品牌、历史悠久，但是这次暴露出来的产品质量问题，充分说明同样存在内部管理，操作流程上的漏洞，也需加强规范管理。同时一旦出现质量问题，侵犯了消费者合法权益，同样应该诚信经营，以人为本，承认错误，付出相应代价，给予消费者公平。

“分时度假”投诉依旧 消费者选购需谨慎

【案情简介】

近日，消费者李先生夫妇多次接到位于朝阳区建外SOHO的道齐（北京）投资顾问有限公司电话：“邀请参加公司推广自助游活动介绍，只做宣传，不搞推销，并赠送两张香港往返机票”。可是一到现场，工作人员根本不提赠送机票之事，而是一对一专人推销海南盛腾旅游俱乐部“优惠”分时度假产品。李先生夫妇在被长时间“洗脑”心理作用与疲劳战术的“忽悠”作用下，根本没有经过慎重考虑，就与该公司签订了分时度假《承购合同》，并当场刷卡交付全额七万元整。

李先生夫妇回家经过反复考虑后，认为该公司缺乏诚信、“忽悠”销售，并于第二天一早就打电话要求退款，但遭到该公司拒绝，因此只好向消协投诉。

朝阳区消协受理投诉后，高度重视，及时约见经营者，经查事由与消费者陈述基本相符，故消协明确表态：经营者缺乏诚信，存在不规范操作，误导消费之嫌，侵犯了消费者的合法权益。在消协运用情、理、法原则的有效调解下，经营者表示尊重消协调解意见，不仅为消费者全额退款七万元整，同时还同意承担消费者的刷卡费2100元整，以示诚意。

【老韩说法】

分时度假，经营行为如出一辙。老题再议，只是因为投诉依旧，故点评依旧，老话仍需重叙。分析本案不难看出，纠纷原因完全是由于经营方在经营活动中缺乏诚信，误导“忽悠”销售，不公平交易，侵犯了消费者的合法权益。

其一、被诉方从一开始就采取虚假宣传，诱导消费者参与活动，随后又误导“忽悠”销售产品。根据《消法》第十九章：“经营者应当向消费者提供有关商品或者服务的真实信息，不得作引人误解和虚假宣传……”之规定，应予全额退款。

其二、“分时度假”整体行业经营状况，经营利润不透明，所谓“优惠”完全是文字游戏，根本不存在，侵犯消费者的知情权，应予全额退款。

其三、经营方始终故意把消费者置于环境杂乱、人多声杂、长时“洗脑”、“不留余地”的环境下“忽悠”销售，侵犯了消费者的公平交易权。根据市工商局《北京市消费类预付服务交易合同行为指引》中第十条：“消费者在交付预付费用后7日内，尚未使用预付费用接受服务的，有权无条件解除合同；经营者应当一次性返还全部预付费用。消费者在交付预付费用后7日内接受经营者提

供的免费体验或试用服务的，不影响消费者行使无条件解约权。”之规定，应予全额退款。

结合我国近十二年来，“分时度假”经营行为不规范、不诚信，且恶性循环，严重影响了和谐消费环境。特此强调以下三点：

一、必须尽快出台针对“分时度假”经营行为的相关法律法规及行业规范。学习外国有关立法方面的先进经验，加强国际接轨，要从实际出发，发现问题、立法跟进、完善法律、标本兼治（要尽快改变消协在受理相关预付费类投诉中，由于无法可依，导致虽然努力解决了不断出现的投诉，但究其性质仍属于治标不治本、事倍功半现象的延续。）。)

二、“分时度假”整体行业经营状况，经营利润不透明，故既加大了消费者购买产品的成本，同时也导致了行业的不正常发展，应当给予规范。

三、长期以来，“分时度假”产品其严密的格式合同，仅仅保护经营者的权利，对消费者的权益置若罔闻，严重的侵犯了消费者的公平交易权。因此，应将市工商局《北京市消费类预付服务交易合同行为指引》中第十条，（即“冷静期”）做为强制规定加以执行，以确保消费者的合法权益得到保障。

三亚宰客乱象为何愈演愈烈

【案件回放】

2012年1月28日，微博实名认证用户罗迪发布微博称：“朋友一家3口前天在三亚吃海鲜，3个普通的菜被宰近4000元。他说是被出租车推荐的。邻座一哥们指着池里一条大鱼刚问价，店家手脚麻利将鱼捞出摔晕，一称11斤，每斤580元共6000多元。那哥们刚想说理，出来几个东北大汉，只好收声认栽”。该微博发布后，引起网友的热议，网友纷纷转帖并留言称自己也遭遇过类似情况，从而引爆游客在海南三亚被宰丑闻。行政管理部门无视当地宰客风盛行之实，先后以“零投诉”“无法举证”冷漠应对，由此引发社会强烈反响。三亚政府部门在发布会上表示，由于没有更确切的证据，海鲜宰客事件查办工作存在很大的困难，同时宣称，对于恶意攻击三亚的人，将被依法追究。有关管理机构负责人进一步指出，对于海鲜排档一顿饭动辄几千上万的价格是否合理，只要是明码标价，又有消费者签字，就不能算欺客宰客，也就不能进行相应处罚。

【律师点评】

《消费者权益保护法》规定，消费者享有人身、财产安全不受损害的权利；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；自主选择商品或者服务的权利；公平交易的权利；人格尊严得到尊重的权利。消费者有权获得质量保障、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。当消费者确定要点某道菜时，餐馆有义务事先告知消费者菜品价格，而不是消费后再强行定价，否则就构成强制交易，涉嫌剥夺消费者自主消费的权利，消费者有权拒绝支付价款。我国法律对于强买强卖性质的违法或犯罪行为是严

厉惩处和打击的，《治安管理处罚法》第四十六条明确规定了强买强卖所应承担的行政责任，《刑法》第二百二十六条明确规定了强买强卖所应承担的刑事责任。

三亚宰客之风早已是有目共睹、怨声载道，严重侵害了广大消费者的合法权益，严重扰乱了正常的市场秩序和社会秩序，严重败坏了我国唯一的热带滨海旅游城市的形象。三亚政府部门自称旅游市场“零投诉”、“无法举证”，只能说明他们对于公共治理的“自我感觉良好”，根本就不把公共舆论当一回事，恰好暴露出海南旅游宰客顽症的根结所在。由此我们不难理解，三亚宰客乱象愈演愈烈的根源之一就是行政监管部门的“不作为”。

针对闹得沸沸扬扬的宰客事件，三亚市相关监管部门负责人日前表示，只要是明码标价，又有消费者签字，就不能算欺客宰客，只是在成立合同关系后的“价格过高问题”，也就不能进行相应处罚。如此刻意规避责任的荒谬说法，彻底颠覆了最起码的民事行为准则，根本无视消费者身处险境时无力反抗、投诉无门的种种不堪景象。根据《合同法》等相关法律规定，即使有消费者签字，也要看有无重大误解、是否显失公平、是否有胁迫、欺诈或乘人之危等情况，即使商家与顾客真的是“一个愿打一个愿挨”（其实这种可能性基本不存在），暴利价格也必然扰乱正常的社会经济秩序。暴利价格在我国现行法律法规中是明确禁止的，《价格法》第14条第（七）项明确写入“暴利”一说。暴利行为的根本特征是违背市场交易的自由原则，产生暴利的主要行为是欺诈和垄断。原国家计委（现已更名为国家发展改革委员会）颁布的《制止牟取暴利的暂行规定》明确界定了暴利与合理利润的标准，而且各地相继出台了具体实施和处罚细则。

鉴于三亚宰客风潮引起社会广泛质疑，三亚有关官员表示，“对三亚恶意攻击的人，将依法追究。”对此，我们非常疑虑的是，那些公开披露曾在三亚被宰经历的网友是否属于“恶意攻击”，难道为了掩盖行政监管缺失的真相，他们还要面临“法办”的下场不成！根据修订后的《工商行政管理机关受理消费者申诉暂行办法》第二十四条规定：“……对于难以鉴定或者检测的，经营者应当提供无过错的证据；不能提供无过错证据的，应当承担责任。”这是将本属于消费者承担的举证责任转给经营者的举证责任转换的制度，体现了对于消费者的特殊保护政策。在消费者权益争议的申诉中，消费者处于明显的弱者地位，经常由于各种原因无法提供确凿证据（如经营者以威胁消费者人身安全方式拒绝提供消费票据）。但绝不能因为消费者无法提供挨宰的证据，就要被三亚主管部门“依法追究”！

在三亚旅游业的宰客乱象的背后，我们看不到当地权贵部门的反躬自省，却不断听闻对消费者的苛求，去完成各种几乎不可能完成的证明任务。诚如网帖所言，稍有指点就以迅雷不及掩耳之势将游鱼海鲜“捞出、摔晕、算钱”，稍有疑问就闪出“几个东北大汉”摩拳擦掌，消费者如何进行所谓的举报、举证甚至保存证据的行为？更何况还有那么一摊子百般推脱、形同虚设的举报受理系统和官僚体制。我们确有必要问一句，那些被认定“不算宰客”的消费单据确实是消费者在下单之前签字的

吗？在签字和人身安全之间是否有着蕴含心酸往事的因果关系？

在此我们还是要提醒消费者在面临被宰时怎样应对。消费者应当据理力争，讲事实、摆道理，如感到事态严重，则应在第一时间报警，以及向工商行政管理部门或消费者协会等维权部门投诉。消费者应当掌握的常用维权电话是：工商投诉12315；价格投诉12358；质量投诉12365；政府热线12345。在发生严重对立的情形下，消费者更要注意说话语态与方式，避免爆发进一步冲突，可以选择沉默应对。消费者应当注意保留发票、收据、餐单等相关证据，并且尽可能在不被对方发现的情形下，用手机对重要证物拍照以及对现场情形录音。在诸如三亚、北戴河这样的移民旅游城市（经营者大都不是本地人），消费者切记尽量到远离热点景区的主体生活区域的繁华地段进行消费，吃饭一定要到正规大饭馆、购物一定要到正规大超市，住宿一定要到正规大宾馆，旅游一定要到正规大公司，这样至少能够确保明码实价结账以及追究法律责任。千万不能听信出租司机、三轮车夫等“吃开口饭的”极力推荐的位于偏远角落的海鲜店，否则上了贼船就下不来了。尤其是对于那些久有盛名的旅游城市，诸如北京周边某夏季避暑滨海城市一直就有“十月磨刀、两月宰人”的说法，广大消费者还是以脚投票、远离为好。



本期主持：耿军律师

本栏目由北京市律师协会消费者权益法律专业委员会协办

耿军，1966年6月出生。中国人民大学经济法硕士研究生学历。首批《中华人民共和国法律职业资格证书》获得者。现任北京市律师协会消费者权益法律专业委员会秘书长。耿军律师法学基础扎实，实践经验丰富，工作勤勉尽责，能够切实维护当事人的合法权益。至今代理了大量的诉讼、仲裁案件以及承办了大量非诉讼业务，并担任多家房地产、贸易、投资、建筑等大中型公司的常年法律顾问。主要业务领域包括诉讼、仲裁及非诉讼法律业务等。

网络消费中消费者权益保护的难点和对策

海淀区消协副秘书长 陆熙瑜

网络消费因其商品信息丰富、交易方式快捷、交易成本低等特点，带来了消费观念、消费模式的变革。同时也为网络消费中消费者权益保护提出了严峻的课题。本文旨在探究如何对网络消费行为进行有效的干预，加强对网络消费的权益保护，从而有效引导这轮新兴的网络消费“风潮”的“动能”，转化为中国经济发展的强大“动力”。

一、网络消费中消费者权益保护的难点剖析

分析网络消费中消费者权益保护的难点，其产生的原因主要有四个方面：

（一）网络消费的“天性”决定了消费者在网络消费中处于弱势的必然性。

1、网络消费的非现场性。一方面网络交易通过图片和视频的展示取代了产品的实物陈列，在节省了仓储、备货等成本的同时也割裂了消费者和商品之间的直接联系。消费者只能通过直观的产品展示和其他消费者的购买评价作为自己决策的依据，但消费者在网络上获得的商品信息可能与实际见到的物体本身存在认知上的差别。同时，网上交易支付的双方也互不见面，交易的真实性不容易得到考察和验证。“网络隔离”为虚假的经营者信息、虚

假的商品信息提供了“遮羞布”，为不法行为戴上了“假面具”，为售后服务和求偿权的实现制造了“距离障碍”。

2、网络消费的开放性、不设防性。开放与共享是网络的特点，但这种开放性，和管理的松散性，却为安全防范和监管带来了前所未有的困难。如网上交易除了上网记录以外，缺乏其他有效的凭证，消费者投诉时，往往找不出相应的具有法律效力的证据，加大了维护消费者权益的难度。同时也为消费者财产和个人信息的安全带来了风险。

3、网络合同的附和性。网络格式合同最大的特点是附和性，经营者在提供格式条款后，消费者要么全部接受，要么全部拒绝，没有协商的余地，因此“网络具有天然地适用格式合同的条件及优势”。

（二）法律法规的制约缺位，加重了消费者在网络消费中的弱势地位。

一个市场要想得到长期的健康的发展，必须要有相应的成熟的法律机制为其保驾护航。需要通过国家立法程序为行业树立一种通行的行为准则，从而能够为矛盾和冲突的解决提供决策依据。但是目前，一方面因为法律具有滞后性，对于网络消费者这一新兴的事物，我国在立法领域依然存在很多空

白，经常使得在处理网络消费过程产生的纠纷时面临无法可依的局面；另一方面，有些法规或政策操作性不强，在实际监管中无法参照执行。

2000年9月25日公布施行的《互联网信息服务管理办法》第四条规定：“国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务”。而当时对“经营性互联网信息服务”的定义是“指通过互联网上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动”，十多年过去了，互联网发生了翻天覆地的变化，这个定义明显已经不合时宜。

2005年4月1日起施行的《电子签名法》赋予了可靠的电子签名与手写签名或者盖章具有同等的法律效力，也明确了电子认证服务的市场准入制度。但该法没有解决电子商务中所涉及的电子证据法律地位如何确定、侵权行为地如何确定、诉讼管辖权等等诸多的问题。

2010年7月1日，国家工商总局正式公布《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》规定：个人开网店应向网络交易平台提交姓名和地址等真实身份信息，具备登记注册条件的，依法办理工商登记注册。要求经营者应该在工商行政管理部门登记注册并领取营业执照，并在网页醒目位置公开其营业执照的电子链接标识，这一系列的管理举措，无疑将有效地整肃网络的欺诈行为，规范网络交易行为。但从法律效力等级上讲，《网络商品交易及有关服务管理暂行办法》是由国家工商管理总局制定并负责解释的，属于部门规章，其效力不高，并且是一个暂行办法。对于正在发展并不断变动的网络交易市场来说，这是一个探索的过程，管得过松或者过紧都不利于网络交易市场的发展。因此，当这个规则成熟之后，应尽快提请全国人大常委会制定《网络交易法》，从法律层面对网络交易行为进

行规范。

2011年4月12日，商务部发布了《第三方电子商务交易平台服务规范》。该《规范》主要针对购物网站的服务提出要求，鼓励平台经营者设立冷静期制度，允许消费者在冷静期无理由取消订单。其中明确提出，网页上显示的商品信息必须具有真实性。此外，《规范》中还提到：购物网站对买卖双方的交易信息有保存义务，保存期限至少要两年；掌柜如果选择撤柜，必须提前三个月告知网站，并有义务配合网站处理好涉及消费者或第三方的事务，但却没有明确的罚则。

（三）监管难以到位，使得网络消费中消费者权益的保护更加薄弱。

网络的发展迅猛，而法律的滞后，也使得对网络交易的监管面临尴尬处境。依据1997年12月30日实施的《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法（公安部第33号）》规定，互联单位、接入单位、使用计算机信息网络国际联网的法人和其它组织，应当自网络正式联通之日起三十日内到公安部门进行备案；根据2000年9月25日国务院公布施行的《互联网信息服务管理办法》规定对于网络的准入由当地电信局进行备案或登记。根据2003年7月1日施行的《互联网文化管理暂行规定》，网络文化经营单位设立应由文化部核发网络文化经营许可证。2005年4月1日起施行的《电子签名法》规定电子认证服务监管由信息产业主管部门进行。2007年3月28日，商务部又发布了《关于网上交易的指导意见（暂行）》。2008年7月25日公布的《国家工商行政管理总局主要职责内设机构和人员编制规定》增加了网络商品交易及有关服务行为监管的职责。因此，目前网络监管多部门都在参与，依据的大多是部门规章，而法律没有明确规定各自的监管职能。

网络的特殊性，又常与传统的行政属地管理模式

式相冲突。例如，目前海淀区有备案的网站5万多，其中大约有2万备案主体是海淀区注册的企业，按照分级分类标准，工商部门以一个季度为周期，会对所有网上经营的企业进行至少一遍的网上巡查。而剩余的备案主体为个人的网站，由谁来监管？而往往消费纠纷发生在备案主体为个人的网站，消费者向公安部门报案后，常因涉案金额小不能立案，而转向消协投诉，而消协因主体不是有营业执照的经营主体，而无法受理。

监管难以到位的另一个重要原因是执法手段单一落后。大多数执法部门对于电子商务的监管缺乏现代化、智能化平台，无法对电子商务的设立、交易、违法行为进行快速、准确的收集、存储、分析、加工和整理，从而大大削弱了对电子商务的监管力度。

（四）诚信体系不健全，使得网络消费中消费者权益保护少了一道防线。

市场经济是诚信经济。诚信是市场经济的基础和生命线，是资本和资源、甚至可以说是生产力。网络交易作为一种商业活动，信用同样是其存在和发展的基础。法律的规制、政府的监管都是被动的服从，而诚信经营是一种自律，网络消费环境的根本改善最终要依靠诚信自律。但当前，由于信用制度不健全，诚信机制不完善，失信者得不到惩戒，侵害消费者权益后逃之夭夭，因而导致失信成本低，从而导致网络交易的不诚信行为屡见不鲜。

二、加强网络消费中消费者权益保护的对策

针对网络消费中消费者权益保护的难点剖析出的问题，我们认为有六个层面的对策：

（一）法律规制层面

根据目前法律法规对网络消费中消费者权益保护的现状，要想加强对网络消费中消费者权益的保护，这方面的法律的规制必须要加强。我们认为可

以从以下几方面加强消费者权益的保护。

1、强化网站的登记备案和制度和网络运营商的审查监督义务。网上消费纠纷中由于卖方难以确定，侵犯消费者权益事后又玩“捉迷藏”，使得消费者维权中处处碰壁。因此有必要严格网站的备案登记制度，明确规定提供虚假备案信息的查处和惩罚措施，提供虚假备案登记信息，应由公安部门追查到底。同时严格网络运营商的审查监督义务。主要表现在事前审查事后监督。第一，事前对网络经营者进行身份认证，确保信息的真实准确；第二，事后对网络经营者的经营状况，信用情况等信息定期监督审查，建立信息披露平台，同时协助消费者维权，当经营者不履行义务时，运营商对网络消费者造成损失应承担补充赔偿责任，甚至是对权益实际受到损害的消费者进行先行赔付。适时，可以推行网络交易的电子营业执照的亮照经营制度。这样消费者在权益受到侵犯以后，能够获得卖方的真实信息，将极大地助力消费者维权。

2、设立第三方网络消费保障金制度。网络消费时消费者往往会碰上商家恶意拖延、注销而使维权难以实现的情况；目前团购风靡时下，消费者对网络团购最大的担忧来自“预付资金风险”，付了钱，消费权益却无从保障，这让一些消费者望而却步。因此建议通过法律法规作出相关规定，设立一个具有公信力的第三方平台，规定商家或网站需要提供一笔保障金专项用于消费担保，同时建立第三方负责的预付款监管机构。

3、设定最长履行期限和“犹豫期”。我国相关法律法规中没有对经营者的合同履行期限未做规定，也没有偏向消费者履行期限的规则。根据欧盟2000年10月31日生效的《消费者保护（远程销售）规则》：“供应商必须自消费者向其发出订单的30天内履行合同。无论出现任何原因，供应商未能在规定期限内履行合同，必须尽快通知消费者并

返还所涉款项，通知与返还期限在履行期届满30天内。”该规则同时规定“消费者有权在最少7个工作日内撤消任何远程契约，且不需要给付违约金与说明理由。在撤消契约中，消费者承担的费用仅限于返还货物的直接费用。”我国在未来的立法中，应当考虑这两个规则，有条件的确定最长履行期限和“犹豫期”。前者可以促使经营者及时处理信息，尽快履行合同；后者可以确保消费者“退货权”的实现，同时保障经营者的合理利益。

4、实行网络消费举证责任倒置。证据距离是实行举证责任倒置的一个主要因素。而在网络消费中，信息更多的掌握在经营者一方，信息严重不对称。因此经营者距离证据更近，让更容易举证一方负举证责任，不仅公平，而且还更加有效率，更加节省举证成本，举证不能的机率也大大减少。因此建议，进一步扩大举证责任倒置的范围，将网上消费包括在内。

5、解决诉讼管辖问题。民事诉讼中管辖法院的确定是以“原告就被告”为原则，“被告就原告”为例外，那么当网络消费者在不确定经营者所在地时，应当允许适用原告户籍所在地或经常居住地的法院管辖，并且增加网络交易运营商住所所在地法院的管辖权。这样更有利于网络消费者积极维护自身的合法权益。

6、确定备案主体为个人的网站的监管部门。对实地经营，有经营场所的商家由工商部门监管，而没有经营场所的流动摊贩由城管部门监管。而对于网络监管，工商部门只负责注册企业的网络商品交易及有关服务行为监管，对于备案主体为个人的网站的监管属于缺位状态，建议法律法规予以确定，并根据网络交易聚众性强的特点，加大查处力度，使一些小额纠纷能够得到及时的解决，避免小额纠纷投诉无门。

7、加强对消费者隐私权的保护。目前，我国

没有专门法律对网络隐私权加以保护，而国际社会对网络环境下隐私权保护的力度已大大加强。经济合作与发展组织（OECD）1980年出台的《隐私保护与个人数据资料跨境流通指导原则》、1998年发布的《全球网络隐私保护宣言》，欧盟1995年形成的《个人数据保护指令》等，都对个人网络隐私权保护进行了详细的规定，美国、英国、德国等国家已经有了保护公民网络隐私权的法案，我国也应该尽快把网络隐私权保护问题纳入立法的轨道。立法内容应当考虑以下几点：（1）规定经营者的义务。制定隐私保护政策与措施并予以公示，对消费者面临的隐私风险有说明和提示义务，对所收集的个人信息合理使用与限制、禁止使用的义务；（2）收集个人信息行为必须有合法资质。经营者必须在法律的规定范围内，经主管部门许可与当事人同意后才可以进行收集；（3）个人信息的使用必须安全。经营者对其收集的个人信息的使用必须是合法的，且未经被收集人许可，不得对其信息进行公开或转让。（4）规定侵犯网络隐私权的法律责任。现阶段，在实际的操作中对于侵犯网络隐私权的行为往往适用传统隐私权的保护规则，仅把网络隐私权视为名誉权加以保护，这不利于网络隐私权的保护和网络交易的发展。

8、加强对网络支付安全的保障。除了采取当事人自律规范、从网络技术上确保交易安全等措施外，更要从法律上明确银行网络、经营者的赔偿责任，平衡其与消费者之间的权利义务。从目前各国信用卡的法律规范来看，大都偏重于保护消费者。例如，美国的《Z条例》（Regulation Z）就规定：“消费者承担的责任有限，对欺诈产生的损失，经营者承担较大风险；对事件的调查责任主要由发卡行和信用卡公司承担。”我国在制订电子货币支付相关法律时，可以借鉴其他国家的法律内容，采取对消费者权益实行重点保护的立法原则。

（二）行政监管层面

在市场经济不发达的阶段，政府强有力的监管对于减少网络消费中侵犯消费者权益事件的发生有着重要作用。在法律法规不健全的情况下，更需加强部门之间的协作，政府和行业管理部门要正确处理消费者的投诉，让监管不留死角，投诉有门可诉，不法行为有地制裁。

世界各地在互联网的监管上也从未松懈。在互联网管理法规的数量上，美国以130多项法规居世界之首，作为最早对互联网内容进行约束和管理的国家，美国一直在探索有效管理互联网的方法，目前正在实施“网络空间可信身份标识国家战略”，研究可靠、公认和通用的身份识别技术。德国联邦内政部总体负责网络监管，其直属的联邦刑警局下设一个“数据网络无嫌疑调查中心”的机构，类似我们常说的“网上警察”。它的工作是，无需根据具体的嫌疑指控，就可以24小时不间断地跟踪和分析互联网上的信息，以发现可疑的网上违法行为。

因此我国政府行政部门应该进一步强化监管手段，明确监管职责，加大执法力度，进一步整肃网络消费环境。

（三）商家、行业自治层面

作为从事网络交易的主体，商家也应注重企业履行社会责任工作，积极为改善网络消费中消费者权益的保护进行探索和实践。实体经营的深圳铭店网在全国首推的“实人制服务”、“极致保障承诺”就是一种很好的尝试：“实人制服务”将服务人员的真实资料完全置于互联网开放的环境之中，让每位消费者购买的每件产品都有了明确的售卖负责人，从而成为产品质量的第一责任人。“极致保障”承诺，当消费者因为铭店产品问题提出诉讼时，可在消费者所在地进行维权诉讼。这种网上商家高度自律的做法，值得有关部门推广和提倡。另

外麦网销售，免费提供一次退换货服务，也赢得了消费者的口碑。淘宝网也在推行“开店实名制”、“风险保证金”等制度，据《2010年淘宝消费者保障白皮书》显示，淘宝网全年接到1260万通电话来电，一次性解决率上升到86%，全年接受并处理消费者维权超过216万起，其中消费者成功维权金额1.69亿元，金额保障比率为89.14%。2010年卖家保证金赔付为2009年赔付笔数的8.2倍。随着淘宝等一些“领头羊”公司逐步走向规范，必将带动整个电子商务行业的全面规范。

另外，网络交易因其特性，导致行业自律往往比行政手段规制更具有有效性。因此，有必要充分发挥行业自治的力量和作用。英国互联网发展这些年快速而有序，网络色情传播等案件数量较少，一个叫“互联网监看基金会”的机构功不可没。这是一个由政府牵头成立的互联网行业自律组织，多年来在打击网络色情等方面作出了突出贡献，也为英国互联网管理探索出一个良好的行业自律模式。各家网络服务提供商作为“互联网监看基金会”的会员，有责任对自己提供的内容进行审查，并根据相应法规对那些不适合青少年的色情等内容进行分级标注。网络用户如果发现了不良内容，可以登录该基金会的网站进行报告和投诉，基金会随之进行调查和评估，如果认定是非法内容，则会通知相应网络服务提供商将非法内容从服务器上删除，并根据情况将问题移交执法机构处理。十多年来，“互联网监看基金会”与政府部门通力合作，做出了卓有成效的工作。该机构在今年3月刚刚发布的2010年年报中表示，那些处于该机构打击范围内的网络色情内容，现在已在英国的网络上几近消失。

因此建议政府部门牵头建立电子商务企业行业协会，使得消费者遇到网络消费纠纷能够有效投诉，并得到及时解决，将极大解决行政监管部门人员有限的困难。

（四）社会监督层面

网络的开放性为社会监督提供了很好的基础。虽然不法行为因为网络的开放性而有藏身之所，但同时网络的开放性与互动性也使社会监督具有更大的广泛性，有利于将不法行为公之于众。例如目前已有淘宝等第三方交易平台、网上交易保障中心等第三方保障平台根据消费者的投诉举报形成了侵犯消费者权益的网站不良信用记录或“黑名单”，消费者通过关注“黑名单”信息既可以避免网购上当受骗，又可以及时了解当前已出现的侵犯消费者权益的典型欺诈行为，消费者也可以查看对商家和商品的评价而作出选择，但是这种自发的评价体系容易发生恶意评价或互换好评等情况。

因此对于网络的社会监督，建议逐步完善。从网络交易平台自发的评价体系，到引入社会第三方评价机构做担保，到建立严格的网络经营者信用信息体系，将经营者个人信用信息、消费者投诉、举报和行政查处、司法判案信息一并纳入到信用信息体系中，建立专门的网络经营者信息体系板块，可供消费者免费、方便地查询和核对，将信用缺失者的信用记录置于公众监督之下，从而大大提高其失信成本，起到对经营者无形的震慑作用。而这个过程，离不开一个统一的覆盖全社会的社会化信用体系的建立。

网络是虚拟的，它看得见却摸不到，网络消费的基础是诚实信用，个人的力量是渺小的，单靠个人的道德约束实现公平交易是不可靠的，除了运用法律的力量，政府的监督之外，以政府为主导，以社会化信用体系为主体、以个人信用为基础，三管齐下，才能让网络市场拥有良好的信用机制，才能使社会监督的“他律”促成商家的“自律”，使得网络消费良性发展。

（五）消费者教育层面

广大消费者是维护自身合法权益、加强网络诚

信建设的最广泛、最重要的力量，因此要特别加强对消费者的教育。要引导消费者识别网络消费陷阱，避免权益受损；要强化消费者维权意识，一旦遭遇消费侵权、网上欺诈等情况，迅即向工商、公安机关举报投案；要教育消费者有效的维权方法，自觉维护自身合法权益，敢于同各种非诚信行为、侵权行为做斗争，做一个适应市场经济发展要求的理性消费者。

（六）科技进步层面

完善的网络技术是维护网络消费安全、增强网络消费中消费者权益保护的关键。如防火墙技术、审计技术、访问控制技术、安全协议等的发展，必将会加强网络消费的安全系数。另外，电子证据生成系统，能够保证所提交电子证据的原生状态，防止恶意篡改，提升此类数据的证据效力，消费者网络维权更会“如虎添翼”。相信科技进步会进一步“给力”网络消费中消费者权益的保护。

正如瑞典斯德哥尔摩大学传媒学教授安德斯·鲍威尔所说，“互联网的秩序迟早会到来的”，相信通过各个层面的努力，网络消费的良好秩序也终将建立，网络消费的消费者权益保护将日趋完善，网络消费也将更加安全、轻松和愉悦。



选购安全食品从您做起

苏丹红事件，瘦肉精泛滥，牛奶吃出三聚氰胺，食品问题成为大家最为担心的问题，作为一名普通消费者，可以从哪些方面来规避这些恼人的食品安全问题呢，下面我们来教您一些日常生活中可以用到的选购安全食品的小常识。

选购地点要防“小”

许多“上班族”常常是在匆匆出门后，才开始考虑早餐问题。于是，车站附近的小作坊、小摊贩便成为“上班族”早餐首选之地。

油条、锅贴、生煎……煞是热闹。再仔细看看这些小作坊、小摊贩，暂且不说食物本身是否卫生，光是看看周边环境，就使人难以接受，漂着一层油脂的脏水四溢，鸡蛋壳、葱头随处可见，这样的环境岂敢安心用餐？

据统计，80%以上的食品质量问题都出自于不规范的小企业或小作坊。原因很简单，这些小摊小贩的食品生产加工门槛低、设备简陋。

对此，市民不要到不规范的小作坊、小摊贩上购买食品。特别是一些现制现做食品的小摊，最好少购买。建议选购时，还是要选正规企业的知名品牌，防止非法经营的小摊小贩。

反季食物要防“异”

异常鲜艳的鸭蛋可能添加苏丹红，过分雪白的食品可能被漂白过，特别瘦的肉可能添加瘦肉精，异样黄的黄鱼可能被染过……一些生产加工者为了满足消费者追求颜色和形状等外观上“卖相”好的心理，而使用化学催熟剂或食品加工剂，因此消费者在选购时，要特别注意防范异常的不自然的

食品，不要过分追求颜色好看、样子硕大。

此外，过分大的草莓可能被催熟，过分粗壮的无根豆芽可能加过化学品，表面看上去很大的西瓜一打开里面的籽都是白嫩的……营养专家提醒，反季节水果蔬菜不要吃。

在日常选择食品方面，新鲜蔬菜可选择叶子鲜亮、不蔫、略有虫眼的，这些特征说明蔬菜采摘时间较短，有虫眼的也说明农药较少。

在熟食方面，可看色泽、闻香味或用筷子触动一下质感。在鱼类方面，推荐吃鳊鱼、鲤鱼和鲫鱼，而虾类和鱼类都可选择体型较小的。相对而言，小龙虾不太健康，建议市民少吃。

售卖方式要防“散”

散装食品能满足市民按需购买的心理，受到消费者欢迎。每逢过年过节，一些超市、卖场的散装食品柜台异常火爆，特别是散装糕点等供不应求。但由于散装食品缺少包装和食品标签，往往容易忽略它的生产日期、保质期、产地等各种食品信息。

对于散装、“裸卖”的食品，市民难以看到这些食品的原料、产地、生产日期和保质期等，也因此，容易发生食品质量问题。

此外，加入甲醇的散装假白酒致残致死人命案，历年来是我国食品安全的最严重事件之一。一旦发生类似食品安全事件，对于散装食品，要追溯溯源将会变得非常困难。因此，专家建议市民，散装食品还是尽量以少购买为宜。

选择原料要防“假”

如果看到价格特别低廉的食品，那么消费者

就要多长个心眼了。因为这些超乎寻常的低价食品很可能是商家通过一些非正规的渠道批发而来急于销售的，这些食品本身的质量如何，则需要打上一个大大的问号。

一些不法经销商、批发商经常利用消费者“贪小、贪便宜”等心理，出售即将到保质期的食品。尤其是价格低得离谱，甚至比成本价还低，其中的加工原料等，就有可能暗藏猫腻了。

认清绿色食品包装

如今，绿色、健康消费成为很多市民购物时的首选。但是针对目前市场上五花八门的“绿色食品”，很多消费者只是盲目地购买，并不会认真仔细辨别真伪。在此要提醒大家认清绿色食品包装标识。

绿色食品外包装要同时印有绿色商标标志、“经中国绿色食品发展中心许可使用绿色食品标

志”字样的文字和批准号，还应贴有中国绿色食品发展中心统一印制的防伪标签，其编号应与产品标签上的编号一致。绿色食品的标志图形，是由上方的太阳、中心的蓓蕾和下方的叶片组成，标志为正圆形，意为保护、安全。消费者在购买时要认清这些图形和批号，避免上当。

饮食习惯防“单一”

俗语说：“少吃多滋味、多吃少滋味”。意思是，再好的东西吃多了，也会变得没味道。其实，盯着一样东西吃，不仅会吃腻，而且还容易吃出问题来。所以不要只盯着一样食物“猛”吃。

饮食需要多样化，才能保证营养均衡，这同样还可以“稀释”可能遇到的食品安全风险。

因此，即使有毒物质在体内累积，只要不天天只吃一样，就不会导致毒素累积过量、集中发病等。

小贴士：正确认识食品添加剂

食品添加剂是为了改善食品色、香、味和口感，增加营养、延长保质期，以及为了改善食品加工工艺，而添加到食品中的天然或合成的食用安全物质。食品添加剂，首先是保证安全性，所以国内外均规定了严格的毒理学审批程序。

食品添加剂是生活水平提高的产物，它使吃饭从简单的充饥变成一种享受，食物的色、香、味、形、质等都因为食品添加剂的出现而发生了重大变化。20年前，我国把食品添加剂叫做化学剂，那时也就只有小苏打、香精等很少的产品。我国迄今已批准的食品添加剂有22个门类近1500个品种，按其功用主要有食用着色剂、食用香精、甜味剂、酸味剂、增鲜剂、防腐剂、营养剂、乳化剂、增稠剂、面粉品质改良剂等。所以，能够列入使用名单的食品添加剂品种，均是“过五关、斩六将”慎之又慎确定下来的，并被严格规定了使用范围和最高使用的限量，只要按照规定使用，食品添加剂的安全性是有保证的。

啥样的鸡蛋最新鲜？

如今，走进超市会发现，简简单单的一个鸡蛋，竟一下子出了10多个品种，琳琅满目，那么到底该如何选择鸡蛋，什么样的鸡蛋最好。

首先要明确的是，不论哪种鸡蛋，等量的蛋白、蛋黄，其营养含量都是差不多的。挑选鸡蛋，并非挑选其营养含量，更多的是挑选新鲜程度高和农残、药残、细菌少的鸡蛋。对于包装好的鸡蛋，首先要购买大品牌放心产品；其次要看生产日期，最好购买7天以内的。这样的鸡蛋能保证新鲜。而对于散装鸡蛋，一般有三种方法挑选。

第一，看外观。

蛋壳上有沙点的鸡蛋最好不要买，因为它的蛋壳薄，容易使细菌进入鸡蛋内部。

第二，听声音。

拿起鸡蛋在耳边摇晃，如果没有声音，就是较新鲜的鸡蛋；有水晃荡的声音就是陈蛋。

第三，用水泡。

鸡蛋买回家，放得时间长了，可以将其放在水

中检测。倒一小盆清水，将鸡蛋放进水里，如果鸡蛋迅速沉底则说明是新鲜的蛋，漂浮在水面上的鸡蛋就不能吃了。

另外，打开鸡蛋后，新鲜鸡蛋的蛋黄接近半球型，有弹性，同时可以看到蛋白分成浓稀两部分，鸡蛋越新鲜，蛋白分界越明显。

此外，有人说蛋壳粗糙的鸡蛋更新鲜，专家解释说，从蛋壳的光滑程度不能判断鸡蛋是否新鲜。因为很多厂家为保证鸡蛋清洁，在出厂前会对鸡蛋进行清洗消毒，再涂上一层油脂，这样的鸡蛋外壳都很光滑。这样做的原因是，鸡的产道和粪道结合在一起，鸡蛋表面很容易残留鸡粪，如果不清洗，鸡粪中的细菌通过蛋壳表面的气孔进入，从而导致污染，所以挑选洁蛋更安全。

还有人说将鸡蛋对光照，半透明是新鲜的，不透明是陈的。专家表示，这也并不尽然，有些鸡蛋含钙量高，蛋壳厚，透明度自然也低，但未必是陈蛋。

挑选优质黑木耳的方法

木耳具有降血脂、降血糖、清理肠道等多重功效，受到老百姓的欢迎。面对市场上价格参差不齐、质量不一的木耳，下面教你三招挑选优质黑木耳。

一看颜色。好的木耳正反两面颜色对比明显，腹面黑亮，背面呈黑灰色或黑褐色，如果两面都是乌黑色，有可能喷洒了化学药剂。

二看形状。木耳形状直接反映种植的温差情况，温差大则木耳显得边圆耳厚，干物质积蓄得

多，营养价值较高。此外，木耳呈单片状为最优，朵状较次。

三看膨发率。将木耳泡入水中，一斤干木耳正常可泡出13斤—15斤湿木耳，如果泡出的量过少，木耳可能掺假。

好的木耳背面筋脉少，吃起来口感顺滑，可以参照“黑、圆、厚，单片碗状，背部少筋”的标准挑选木耳。

如何识别茶油好坏？

1、看品名和分类

根据国际通行的植物油脂理论，野生初榨茶油按其等级可分为茶籽毛油（原油）、精制级茶油等。最新的国家食用油标准也明确规定：毛油（原油）不能直接作为人体食用油。

2、看加工工艺

野生初榨茶油，是将人工采集的油茶果在很短的时间内通过物理冷榨工艺获得的纯天然油脂，与将油茶饼作为原料，用化工溶剂制取油脂的浸出法有着本质区别。按照我国新的食用油管理办法，食用油脂加工方法必须在标签上注明“压榨法”或“浸出法”。

3、看产地

产地对于价格和质量的影响很大。野生初榨茶油，品质好次的原因在于树种、气候、经纬度等地理条件。五百里井冈野生初榨茶油的树种主要是遂金籽（原产自遂川县），该油茶品种只有在五百里井冈山区才能产出独特的茶油风味，油茶香味绵长和非常高的多酚含量是该树种最知名的特点。

4、看包装

野生初榨茶油对光敏感，光照如果持续或强烈，野生初榨茶油易被氧化，因此，建议购买PET瓶包装，或不易透光的礼盒包装，这样，保存的时间会较长，且野生初榨茶油中的营养不易被破坏。

5、看品质

野生初榨茶油品质的好次，一方面是内在的各项理化指标要求达到国家绿色食品标准，另一方面需要通过感官进行测定。把需要品评的野生初榨茶

油倒入小的玻璃杯中，手掌紧贴杯底，轻轻晃动，用手掌的温度慢慢将野生初榨茶油加热。

6、观：油体透亮，呈黄色，或金黄色。浸出精炼的茶油因色素及其它营养成份被破坏而色浅；

7、闻：有浓郁的茶油香味；

8、尝：口感爽滑，喉咙的后部有明显的茶油清香。



新茶陈茶这样辨别

各地早春茶陆续上市，价格有所上涨。业内人士提醒，因为春茶刚上市，数量不多，价格较高，所以有些不法商贩会用陈茶冒充新茶销售。在外观和颜色上，新茶的叶子一般比较整齐，但颜色不会特别绿，而是略显金黄色，另外，新茶带有一股新鲜爽口的清香味，而陈茶没有，新茶冲泡以后一般是透明、清澈、明亮的，口感略带甜味，如果茶叶水较浑浊，带有柴草味，则可能是陈茶。

若是准备贮存茶叶，要检查一下茶叶的含水量，含水量越低越好。检查方法是用手指轻轻捏一捏，如果成粉末状，说明含水量较低，可以贮藏。茶叶保存可用保温瓶贮藏法：将茶叶放进保温瓶中，盖

好盖，密封；低温冷藏法：将茶叶装进铁罐、封口、用塑料袋套好，再封口后放进冰箱里；干燥剂保管法：将干燥剂放在罐子盖上，用胶带封口。



小心冬虫夏草保健品陷阱

近年来，伴随一浪浪保健热潮，与野生人参、鹿茸合称为中药宝库“三大宝”的冬虫夏草价格飙升。炒作之下，冬虫夏草甚至变成包治百病的神药。但不少专家提醒人们正确认识冬虫夏草，莫要盲目花钱误落陷阱。

【陷阱之一】称人工培育冬虫夏草已获成功。

专家指出，具有完整形态的人工冬虫夏草的研究还未取得完全成功。其中最大的障碍之一是，人工培育的虫体有相残性，必须单虫分离，因此，在完成虫体的人工驯化前，人工大规模培育还不可能。

【陷阱之二】不少厂家以虫草之名推出制品，同真正意义上的冬虫夏草还有很大区别。我国已经正式报道的虫草菌有30多种，较常见的是分布于吉

林、河北等省的蛹虫草(也称北冬虫夏草)。不过，被视为传统珍贵药材的冬虫夏草特指生长于青藏高原及其边缘地区的冬虫夏草。专家指出，尽管冬虫夏草具有很多独特的保健和医疗功效，但它不可能包治百病，无论开发还是服用，目前人们趋之若鹜的现象是不正常的。

何谓冬虫夏草

冬虫夏草是生长在青藏高原及其边缘地带高海拔地区的麦角菌科真菌，寄生在鳞翅目昆虫蝙蝠蛾幼虫体内。被真菌侵染的幼虫冬季钻入土内，逐渐形成菌核，夏季从菌核或死虫的身体上长出菌体的繁殖器官来，形状似草，故称冬虫夏草。用它入药可对人体起到滋养强壮、舒缓神经、抗癌免疫和调整血压等作用。

如何辨别保健食品？

目前对于保健食品的投诉主要集中在虚假广告、夸大作用为主，甚至有些商家利用消费者对于保健食品概念的模糊将其产品当作药品来出售，欺骗广大消费者。因此我们在这里提醒广大的消费者要注意以下几点：

1、审批的保健功能只有27种。目前受理和审批的保健食品功能主要有以下27类，即：(1)增强免疫力 (2)辅助降脂 (3)辅助降糖 (4)抗氧化 (5)辅助改善记忆力 (6)缓解视疲劳 (7)促进排铅 (8)清咽功能 (9)辅助降血压 (10)改善睡眠 (11)促进泌乳 (12)缓解体力疲劳 (13)提高缺氧耐受力 (14)对辐射危害有辅助保护功能 (15)减肥 (16)改善生长发育 (17)增加骨密度 (18)改善营养性贫血 (19)对化学性肝损伤有辅助保护 (20)祛痤疮 (21)祛黄褐斑 (22)改善皮肤水分 (23)改善皮肤油分 (24)通便功能 (25)对胃粘膜损伤有辅助保护功能 (26)调节肠道菌群 (27)促进消化。功能标识如果超出上述类别的食品可能就是虚假保健食品。

2、索看《保健食品批准证书》和进货渠道正规的保健食品应当能够提供卫生部或国家食品药品监督管理局批准该食品为保健食品的《保健食品批准证书》复印件，同时应能向消费者提供正规的进货来源。

3、检查保健食品外包装标识保健食品外包装上印有专门的“保健食品标识”（绿色草帽形状），其下方印有“保健食品批准文号”，批准文

号的标识方式为“卫食健字（××××）第×××号”（2003年前批准的）、“国食健字（××××）第×××号”（2004年以后批准的）。其外包装上载明的保健食品名称、保健作用、功效成份、适用人群和保健食品批准文号应与《保健食品批准证书》所载明的内容相一致。2002年以前批准的保健食品市民可通过卫生部网站，输入批准文号进行核对、查询。

4、保健品不是药品所有保健食品不是药品，不得描述或暗示有治疗疾病的作用，即保健食品不能替代药品。市民要以治疗为目的时，不宜购买保健食品，应到医疗机构诊断后，购买药品。

此外，市民在购买保健食品时，一定要到正规的商场、超市、保健食品专卖店、药店等具有合法营业证照的单位购买，购买时还应索要购货凭据或发票，以作为举报或投诉的依据。市民若购买到虚假保健食品时，可向市卫生监督部门投诉、举报。



怎样选购合适的针织衫

初春时节，针织衣物始终是时尚舞台的主角，演绎时尚的柔软和温暖。比起全棉系列的温文尔雅和正装系列的端正严肃，针织衣物表现出夸大、新颖的全新质感，新型面料技术实现了针织廓型更多的可能性，与各种材质的混搭组合，使得针织无论在街头摇滚、摩登中性，还是性感华丽的风格中都能信手拈来。针织服装具有透气凉爽、穿着舒适的特点，近年来在市场上颇为走俏。那么我们应该如何挑到称心如意的衣服呢？

从外观看，购买针织服装，需特别注意的是：要仔细观察服装的表面有无严重的织造、染色疵点，如洞眼、跳纱、漏针、色斑、水印等，并留心察看关键部位的缝合处是否有开线、开缝等现象，以免影响穿着；在挑选纯棉、麻等天然质地的针织品时，应尽量选购尺寸稍大些的为宜，以防缩水。针织内衣得挑选，就棉纱而言纱线支数越高越好（或纱线号数越小越好），纱线支数越高，说明纱线越细，面料的丝质感越强，穿着就越舒适。其次面料的纹路歪斜问题，任何面料的直横向纹路都不可能十分垂直，这是因为针织工艺所造成的，但是纹路歪斜不能过大。纹路歪斜过大，产品穿着水洗后会起扭曲变形，影响服用。

从脸型看，小脸的MM适合高领、半套头领、小立领的针织衫，领部可以装饰有珠片或珠管花的款式。搭配今年流行的毛衣链，让具有多层叠搭效果的毛衣链将你的高领针织衫装饰得更时髦，同时也能彰显出你的知性美气质；方脸的MM可以尝试连体的小包领、低领、圆领毛衣。这样的针织毛衣可以搭配衬衫穿。在衬衫的外面套件针织毛衫会显得既淑女而又可爱；圆脸的MM不妨多穿

V字领、小圆领、小一字领的深色针织毛衣。如深蓝色、棕色、灰黑色都能够起到修饰视觉的作用。搭配今冬至IN的细条纹窄针织长围巾，简单的条纹款就能充满英伦气质。圈圈点点、花花草草比较适合Lolita风格的女生，天生一张无辜的娃娃脸，搭配这样的毛衣才会出彩。知性上班族还是以纯色调为主，可以选择腰部有隐秘花纹、条纹设计的，但领口尽量保持简洁干净。

根据身材挑选针织衫，由于V字领对脸型以及身材都有较好的修饰作用，恰好露出锁骨的V字领性感又不过火，衣领下的褶皱线可以在视觉上丰满胸部，所以比较适合较为丰满的女性；太薄太贴的上衣，上身较瘦的丝瓜体型佳人较不适合穿，选择宽松，或者针织手感微粗、或横条纹的针织衫，将上半身撑出一点分量，看起来会更有架势；穿浅色/亮色的针织上衣，或运用两件式（内深外浅）穿法，也会让别人看不出你的纤瘦；手臂比较粗的人，针织衫的袖子要宽。





乌木金丝楠莲花宝座

图片由北京东方神木文化中心提供
咨询电话：010-51715019

首部消费维权电视电影 《干戈玉帛》成功首映



市工商局副局长黄晓文在首映式上讲话



部分领导和嘉宾正在观看影片《干戈玉帛》



主演李光复和主人公原型韩卫林在讲述影片的拍摄感想



参加《干戈玉帛》首映式部分领导和嘉宾合影留念

12月15日，国内首部以消费者权益保护真实案例为题材的影片《干戈玉帛》首映式在蓝色港湾传奇时代影城隆重举行，中央电视台电影频道、中国消费者协会、市工商局、市消费者协会、朝阳区政府相关负责人及各界代表300余人参加了首映仪式。

《干戈玉帛》主人公原型为朝阳区消协投诉部主任韩卫林。韩卫林同志多年来一直兢兢业业奋战在消费维权第一线。他以自己在工作实践中总结出的“五心”理念为指导，“九大技巧”为抓手，全心全意做好消费纠纷调解工作，赢得了广大消费者的信赖和认可，被誉为“老百姓的主心骨，消费者的保护神”。

影片以韩卫林同志协助消费者维护自身合法权益的真实事例为内容，颂扬了韩卫林同志，以及消协系统全体工作人员无私关爱消费者的高尚品质，同时也向消费者介绍了维护自身合法权益的途径、方式方法和注意事项，具有很强的教育意义。

《干戈玉帛》于12月21日在中央电视台电影频道播出后，引起强烈社会反响。中央电视台电影频道将在2012年3.15期间重复播放此片，敬请收看。