

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

2010.06
双月刊 第3期



电信资费改革 听听大家怎么说

■ 详情见P3>>



央视曾遭惠普空前公关
养生市场乱象六问
同一空调不同卖场差价大
揭秘车市购车多重陷阱

邀您参与“消费教育大讲堂”

随着市场经济的发展，我国百姓的消费水平、消费结构、消费方式发生了重大变化。在新消费需求和新消费现象不断出现的情况下，能否让消费者明明白白地消费，树立科学的消费观念，直接关系着相关产品和产业的健康发展。

为了深入宣传《消法》，大力开展消费教育，提高国民消费理念，营造良好消费氛围，促进经济社会发展和社会和谐进步，北京市消费者协会、《北京消费者》杂志及北京消费维权网拟邀请部分信誉良好、专业水平高且涉及消费热点的专业机构及企业协办“消费教育大讲堂”活动。

“消费教育大讲堂”将邀请中消协、北京市工商局、北京市消协领导及协办单位负责人出席并讲话，邀请企业所在区县的工商分局、消协分会及工商所领导参与。讲堂内容既针对汽车、房产、出国留学等高额消费领域，也涵盖手机数码、健康饮食、时尚休闲等日常消费方面。此外，《中国消费者报》、《消费日报》、《北京消费者》、《北京消费维权网》对活动进行详细报道。

活动旨在充分发挥各家专业机构（企业）的特色和优势，积极宣传《消费者权益保护法》，传播正确的消费知识和信息，更好地为广大消费者服务。欢饮您参与本次活动，同时感谢您对首都消费事业的支持。

电话：010—68520118

传真：010—68516799

网址：www.bjxf315.com/

联系人：陈亮 王亚宁 胡志勇

北京市消费者协会
《北京消费者》杂志



我们从来不缺张悟本式“神话”

张悟本被人称为教授，神医，京城最贵中医。如今在一片质疑声中，张悟本头上的光环正在退却，他的食疗神话也正在被大众当作一个“笑话”。

在我们有限的人生经历中，张悟本式的“神话”隔一段时间总会冒出来。在他之前，曾经有来自台湾的“食疗大师”林光常。结果，林大师的排毒理论和排毒套餐，最终闹出了人命。林大师被台湾有司以无证治疗为由收监。

在上个世纪90年代，还有位鼎鼎大名的神医胡万林。胡神医也是闹出了人命，最终被投进了监狱。而近年来，见诸媒体报道或者还在民间潜伏着的准大师、准神医们，更是不计其数。江湖郎中们的生命力真是顽强，如韭菜般一茬一茬割不完。

张悟本、林光常、胡万林这三个人的履历都有一个基本的特点，那就是没有受过正规而专业的医学训练，更没有相关的正式从业执照。然而，他们又往往夸大乃至虚构自己的学术经历，或是中医世家或是留洋学者，把自己的过去编造成传奇或神话，甚至大肆宣扬自己的治愈效果。张悟本一方面称自己开的不是医疗机构，却又拿出一份治愈率报告，这岂不是自相矛盾。他们的故事从一开始就在忽悠大众。

从张悟本的经历来看，他曾经从事过直销类型的商业活动。这个经历对于他来说是至关重要的。加入其中者，要不断地参加讲座、培训，说得好听是“观念营销”，说得难听这就是给别人“洗脑”。此后，张悟本干的也是植根于社区为大众普及中医常识。这使他极其熟悉大众心理。所以，江湖郎中成功学第一定律就是，用如簧之巧舌摧毁正确的观念，占领别人的大脑。

如果只是植根于社区，必定为大师们所不齿。这就揭示了江湖郎中成功学第二定律——善于利用传播手段忽悠大众。

根据此前的报道显示，1995年胡万林尚因杀人命案在新疆服刑。那年，郭周礼在《国际气功报》上写了一篇题为《一个囚徒创造的神话》的文章，以后某新闻机构向全国发了通稿。胡万林一时声名鹊起。到1997年，柯云路推出一本70万字的巨著——《发现黄帝内经》，继续“神化”胡万林。事实证明，张悟本背后存在着一个策划团队，出书、上电视均为有计划、有步骤的商业行为。林光常、张悟本们所做的一切都是亦步亦趋沿着胡万林的足迹走过来的。胡万林在狱内“面壁思过”，他所发明的商业模式却在高墙之外继续开花结果。

然而，一个大师的成功永远都离不开盲从的大众。大众之所以会如此容易上当，一是因为受教育不多而缺乏相关的知识和判断力，另外，就是民众对身体健康的重视，但对低收入人群来说，医疗体制的缺漏导致民众看不起病，只好向防病、抗病方面下工夫，这直接催生了养生概念的红火。而医疗体制不健全的社会后果是，其降低了公共医疗机构和医疗专家们的社会信誉，并进而动摇了公众对医疗机构和医学常识的信赖。

从胡万林到张悟本十几年过去了，我们的社会监管也仍然没有大的改进，而大众媒体虽然更加繁荣，却也更加浮躁、唯利是图而不负责任。

尽管，我们希望，张悟本是最后一个江湖大师，但我们也知道，在经过这轮媒体轰炸之后，诞生大师们的“韭菜地”并没有消失，大师们或许还会一茬又一茬地冒出来。（致渊）

北京

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 林跃文
编委	罗刚 朗丹柯 李蕊 陈凤祥 于彦斌 郭大刚 黄玉凤 赵元东 路志清 李建中 郝国庆 王江 崔瑞云 高云鹏 王连刚 郝希纯 张宝林 张志森 赵宗武 关伯仲 阎大海 何文军
执行主编	陈音江
执行编辑	崔倩 彭会珠 陈亮 胡志勇 王亚宁
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	北京市西城区阜外大街34号千3楼302室
邮编	100832
电话	68520118
网址	http://www.bjxf315.com
邮箱	bjxfz315@126.com

内部刊物以供交流

未经许可请勿转载

2010.06 双月刊 (总第11期)

本刊策划

1-6

电信企业应还利于消费者

电信资费改革大家谈

热点关注

7-18

央视曾遭惠普空前公关

养生市场乱象六问

食疗不能再被神化了

紫砂黑幕

权威发布

19-22

市消协发布60种木地板比较试验结果

市工商局公布14种全市下架食品名单

典型案例

23-26

汽车发动机漏油不保修?

过了保修期的“烦恼床”

这家物业公司有点不讲理

审美也玩价格打折游戏

网店退货承诺难兑现

保修期应从换货时算起

烫发变毁发竟拒绝赔偿

瓶装辣椒内竟有白条虫

面包吃出异物获十倍赔偿

义利果料面包吃出尼龙绳

老人订货未提货退不了款

洗浴中心皮鞋丢失索赔遭拒

《北京消费者》杂志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。

消费提示

27—30

笔记本电脑维修猫腻多
网上购物须谨慎
选购平板电视要注意四个方面
有奖销售商品要核实后再购买
消费者购买食用油要“看闻问查”
谨防低价羊肉片
春耕时节购买农资六注意
出游踏青六注意
切莫轻易购买送货上门产品



律师答疑

31—32

房产阴阳合同的法律风险

工作交流

33—35

正确发挥消协职能作用营造良好市场生态环境

空调消费

34—39

消费者亲身体验空调卖场
北京同一空调不同卖场差价2800元
空调坏了，是使用不当还是质量缺陷?
空调选购的四大原则
正确使用空调学三招
如何维护和清洗空调
市消协发布消费提示：
选购、使用空调也要讲究科学



汽车消费

40—43

揭秘车市购车多重陷阱
新能源汽车：混动、纯电动or替代能源?
夏天汽车养护的五大技巧



消费指南

44—47

银行七情况界定二套房
电视购物受欺消费者如何维权
炎炎夏日 消暑莫贪凉
夏季最养颜的美白水果大全等





电信企业应还利于消费者

——访北京市消费者协会副会长兼秘书长董青

5月13日上午，北京市消协召开进一步推进电信资费改革意见新闻发布会。市消协建议有关电信部门切实采取有效措施降低固定电话基本月租费，同时强调移动电话预付费业务在充值卡有效期满停止服务时，帐户内已存话费余额所有权应当归属消费者，消费者有自由支配和要求退还的权利。

为什么要降低固定电话基本月租费？帐户内已存话费余额为什么所有权应当归属消费者？北京市消协提出这些建议的依据是什么？带着这些问题，《北京消费者》杂志专访了北京市消费者协会副会长兼秘书长董青。

《北京消费者》：随着电信技术的发展，消费者的生活得到了很多方便与实惠，市消协为什么还要作出降低固定电

话月租、话费余额应归属消费者等建议？

董青秘书长：随着电信事业的飞速发展，消费者确实充分感受到了现代信息通讯技术的普及给社会经济发展和人民生活带来的益处。但由于客观存在的诸多原因，在电信行业服务过程中，仍然存在一些消费者不满意的问题。

仅在2009年，北京市消费者协会受理有关电信方面的投诉140余件。其中消费者反映比较集中的问题，一是目前固定电话业务长时间保持的基本月租费，引起消费者不满。二是移动电话预付费业务，电讯充值卡有效期满停止服务，且已存话费余额不退。针对这些问题，北京市消费者协会近期先后召开了电信行业专家、法律界人士研讨会，并分别与北京地区的

三家电信运营企业进行了沟通，在此基础上提出降低固定电话月租、话费余额应归属消费者等电信资费改革意见。

《北京消费者》：降低固定电话基本月租费，对消费者来说是件大好事。但通常消费者连一个辩解的机会都没有，只能被动接受。作为消费者的“娘家人”，您能具体谈谈降低固定电话基本月租费的理由吗？

董青秘书长：我觉得降低固定电话基本月租费主要有以下五个方面的理由：

一是电信运营企业在与消费者的交易过程中应当遵循“自愿、公平、等价有偿、诚实信用”的原则。在固定电话业务中，消费者每月即使在未进行通话的情况下，仍然要交纳基本月租费或在交纳基本月租费后，获得免费通话时间的补偿远远不够合理。目前广大消费者尤其是老年消费者因日常通话数量较少，对于基本月租费的收取标准反映尤为强烈。市消协认为，目前固定电话采用收取基本月租费的方式及标准有悖公平交易之原则，电信企业应当采取降低基本月租费或采用低资费套餐等形式给予消费者多种选择。

二是2009年11月工业信息化部和国家发改委联合发布了《关于调整固定本地电话等业务资费管理方式的通知》，其中一项主要的内容就是“固定电话月租费和本地通话费以及小灵通的基本月租费和本地通话费的资费，由现行政府定价改为实行上限管理”，这实际上是从政策上给予了电信运营企业固定电话业务“基本月租费”的下调空间，给予企业下调资费的自主权，应当在鼓励电信消费的同时，降低资费，还利于消费者。

三是目前北京市用户执行的21.6元的固话基本月租费标准已实施近十年，随着电信技术的成熟与普及，规模效应的形成，电信行业经营的平均成本应大幅下降，降低固话基本月租费标准的条件趋于成熟。电信企业应当通过技术、服务和管理创新逐步降低成本，努力促进电信资费总体水平稳步下降，让广大用户享受到电信事业发展与改革的成果。

四是随着电信市场化程度的加大，市场格局已经改变，移动通信业务大幅增长，消费者选择层面增加，部分固话用户在无形中流失，原有的月租费的收取已不足以让固话运营商盈利。因此，固话运营企业应弱化“月租费”的盈利目标，改变固话的盈利模式，努力推出其它增值服务，并使其作为企业发展的方向，实现企业的可持续发展。

五是电信企业应当在基本月租费问题上，参考并学习一些对消费者有利的国际通行做法。据有关专家介绍，在一些发达国家虽然也收取固定电话基本月租费，但是给予消费者

以非常优惠的补偿。如用户交纳基本月租费后即可享受免费拨打市话等服务。

《北京消费者》：日常生活中，不少消费者遇到话费还没有用完，就因充值卡有效期满而停止服务的情况，但很少有消费者能把话费余额退回来的。市消协为什么说消费者有自由支配和要求退还话费余额的权利？

董青秘书长：北京市消协认为，移动电话预付费业务，充值卡有效期满停止服务时，帐户内已存话费余额所有权应当归属消费者，消费者有自由支配和要求退还的权利。

一是消费者通过预付电话费，其实际上与电信企业之间已形成一种事实上的电信消费服务合同关系。因此，有关预付电话费纠纷应适用《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国合同法》等关于提供服务的相关法律规定。

二是预付电话费服务期限届满停止服务，消费者仍享有账户内余额的所有权。预付电话费服务实际上是分次履行的，特点是消费者先付费，后消费；经营者是先收费，后提供服务。在有效期内，通话可多次进行，每次通话单独结算，并从卡内总金额中扣除。就消费者而言，对于已享受的服务可从预付款中扣除相应费用；对于未享受的服务则无付费义务。所以合同履行期限届满，经营者提供服务的义务终止，但电话卡账户中的剩余金额，经营者应承担返还义务。

三是消费者应当对预付费服务后的余额享有支配和使用的权利。消费者对预付费余额的所有权体现在其可以任意支配该费用。目前，各电信运营企业虽采取了相应的解决方式，如同网内转存或实行“冷冻期”扣除服务费等，但都不能让消费者真正实现所有权的支配。市消协认为预付电话费到期后服务的终止与帐户内余额的归属是截然不同的两个概念，资费余额包含着电信运营商还未提供服务的对等价值，如果消费者要求退还，电信运营商应扣除相应成本后归还消费者，或采取经消费者认可的其它方案。

四是目前，电信企业一般向接受预付费服务的消费者明示一份格式条款，有的是印在充值卡上，用以明示“服务到期余额不退”。电信企业作为格式条款的拟定者，已经违背了合同法第四十条规定的“格式条款提供者利用其优势地位，随意免除应尽义务、加重对方责任、排除对方主要权利，致格式条款显失公平的，应视为无效”的法律规定原则。所以电信运营企业在服务期满，应当设定多种退费的途径，供消费者自由选择。

电信资费改革： 听听大家怎么说

5月25日，北京市消协再次召开进一步推动电信资费改革座谈会，邀请专家学者、法律人士以及运营商代表，就固定电话月租费和移动充值卡逾期账户内余额等消费者关心的热点问题进行了研讨。众多业内和法律专家认为，电信运营商对过期电话卡余额不退，这一行为是违法的，而且固话月租费应取消或大幅度降低。以下是部分与会代表的发言摘录。

建议固话月租降低50% 通过刺激消费实现双赢

中国信息经济学会理事长、教授级高工 杨培芳



通信运营商把技术进步的好处更快更多的返还给消费者，不仅是消费者和社会的需要，也是运营商进一步开拓新市场空间的需要。目前固定电话正在被移动电话分流，越来越不是主要收入来源。但是，固定宽带通信网络依然是最重要的通信设施，消费者长期通话还是固定电话更加健康环保，因此积极改革固话收费方

式有利于保持和拉动社会对固定通信的需求。

计划经济是供给推动消费，市场经济是消费拉动供给，运营商应该研究更人性化的办法，让老百姓愿意消费，敢于消费，才能创新企业运营模式和发展道路。运营商更应该研究消费者心理，让资费简化和透明，而不是设置复杂套餐和不公平的附加条款。

我不赞成取消电话月租费。因为它的成本曲线与一般工业产品或者自来水、石油、电力完全相反，大家对物质、能源的耗量越多，成本就越高，对社会负面影响就越大，而信息通信服务的使用量越多，单位成本就越低，社会功能就越强大。我建议将固话月租费降低50%，还要包括一定的通话分钟数，超量以后资费按阶梯方式自动下降，最后实现不限时、不限量的包月制。这样通过刺激消费，把运营商利益跟老百姓的利益结合起来，实现双赢。

可降低月租费或通话费 建议充值卡不约定期限

国家发改委宏观经济研究院市场与价格研究室主任

王学庆



就固定电话月租费来说，近年来，固定电话用户量的增加、宽带参加电话成本分流、光纤大幅度下降、交换机价格大大降低等，造成固定电话成本下降，而成本带来的好处肯定是全社会分享，应该在价格上有所下降。其次，从固定电话和移动电话竞争的角度上，固定电话适当调低点资费有好处的。而降低资费可以采取降低月租费或通话费，降低月租费是其中的一个方式，两种方式都可以采取。

观点二：建议充值卡不约定消费期限 如果有期限应提供折扣

移动充值卡付费属于预付费消费，消费者买了多少服务，就要有一定的服务量。在其他行业也有预付费消费，通常会给存在消费期限的预付费消费以优惠或者折扣。移动的预付费卡没有给消费者折扣涉及到移动传统垄断企业的遗留问题。购买充值卡的消费者在买的时候要被迫接受卖方关于有效期的条件，双方是不平等的。如果取消消费期限，少赚一点钱会让企业的形象更高，有利于经营者和消费者平等。我建议，运营商销售充值卡可以不约定消费期限，用户想什么时候消费就什么时候消费；如果是有限期的卡，不妨让利给消费者，考虑提供一些折扣，激励老百姓消费，让老百姓多消费。

余额不退没有法律支持

北京市律师协会消费者权益保护法专业委员会主任

葛友山

移动充值卡是消费者与运营商之间的一个合同，消费者以预付费方式支付，运营商提供服务，但这个服务有期限，

观点一：降低资费可降低月租费或通话费

就固定电话月租费来说，近年来，固定电话用户量的增加、宽带参加电话成本分流、光纤大幅度下降、交换机价格大大降低等，造成固定电话成本下降，而成本带来的好处肯定是全社会分享，应该在价格上有所下降。其次，从固定电话和移



动电话竞争的角度上，固定电话适当调低点资费有好处的。而降低资费可以采取降低月租费或通话费，降低月租费是其中的一个方式，两种方式都可以采取。

取消或大幅降低固话月租 话费余额所有权归消费者

中国消费者协会律师团团长，北京汇佳律师事务所律师
邱宝昌

观点一：应取消或者大幅度降低固话月租费

电信企业向用户收取月租费是乱收费，用户有权知道固话月租费究竟租什么。号码是国家资源、电话机用户自备、通信线路是电信公司的运营成本，这些都不是租赁的标的物。所以电信公司如果要收取所谓固话月租费，首先应向用户明确出租的标的是什么，否则则是向用户乱收费。如果电信公司认为月租费是用于铺设电信线路，也是不合理的。因为铺设线路是其提供电信服务必须具备的基本条件。铺设管线的费用是电信公司的经营成本，不应转嫁到消费者身上。另外，固话月租费涉嫌重复收费。电话费用本来就是按分钟收费的，消费者已经为使用电话支付了相应的费用，无需再另行支付月租费。建议固话月租费的收取应进行听证。固话月租费收不收、收多少，有关部门应组织召开听证会进行论证。

观点二：移动电话卡余额所有权归消费者

设定停止服务日期是移动通信公司单方制定的格式条款，对于移动电话用户来讲，不公平、不合理。违反了《合同法》第三十九条、第四十条以及《消费者权益保护法》第二十四条。而且三家运营商对于余额不退的问题处理方法一致，都设定服务有效期，规定移动电话余额不退，属于协同行为。即便到了停止服务的日期，用户手机卡里的余额仍属

于用户，移动通信公司不能将其无偿占有，应将余额退还给用户。无论是从公平原则，还是从《物权法》、《民法通则》的规定来讲，用户卡内的余额都是属于用户的。

赞成取消固话月租费 余额不退违背合同法

北京市人大代表 包玉良



北京是特大城市，消费群体高度集中。随着通信技术的进步发展通信带宽容量增大，固话通信企业规模效益显著，而且现在的固话入户线在建设住宅过程中都已按着通信部门的要求埋入，电信企业只需实施市网的市场接入和日常维护，建设成本大大降低，应该让利于消费者。目前实施的固话月租费已执行10年之久，

而且月租费额远高于国内其他省市，是很不正常的状况，应该遵循自愿公平等价有偿诚实信用的原则大幅度降低或者取消固话月租费，这样才更有利于企业在激烈的市场竞争中得以发展。国家工信部发改委的《通知》一改过去的做法实行上限管理，给予企业下调空间和自主权，北京的通信企业应该抓紧有利机会有所改进。

移动电话预付费业务充值卡期满停止服务余额不退的做法，显然是通信企业单方面制定的不公平格式条款。余额不退违背合同法相关规定应视为无效。作为负责任的国有企业不应该犯这样明显违法的低级错误，而且由来已久，消费者反映极大，应该尽快纠正，让手机上预付余额有效消费至尽。实现这一公平做法在技术上并不困难，只要运营企业端正经营思想真正遵守市场规则公平公正公开依法操作。

电信企业要让消费者有选择权

北京市政协委员 刘凝

电话月租费在法律上没有问题，但该收多少怎么收，依据在电信运营商，收取账户号码费是电信运营商的选择，成本很高的时候消费者承担很多，在成本降低时候，应当考



虑到让利于消费者。用户的余额没用消费完，电信企业就得一直给用户提供服务或者退费。如果号码有成本，电信企业可以考虑其他形式消化这个成本，不要设定服务期限和余额不退的方式去消化。电信企业在用户消费时候，要让消费者有选择权，不要通过格式合同限制或取消消费者的选择权。

余额不退国际上没有依据 建议退余额扣除打折部分

中国政法大学教授 吴景明



考察过很多国家的立法，不管在发达国家还是发展中国家，余额不退都没有法律依据。预付费消费有很多好处，企业可以获得发展资金，消费者能够享受消费折扣，很多国家都有预付费的消费卡，但是没消费完，余额肯定退还消费者。如在日本，使用预付费式消费卡可以打折，但如果

没有按期消费完，企业可以用不打折的价格扣除相关费用，再将余额退还消费者。这样能照顾到双方的利益，也是各国通用的一种做法。在国外，企业收取的预付费不归企业，而是放入托管银行的指定账户，而且规定托管的利息归消费者。但在我国，电话卡内余额不仅不退，利息也忽略不计，有不当得利之嫌。电信运营商和消费者之间的合同是一个格式合同，在格式合同当中运营商制订的一些条款，消费者在没有选择的条件下被迫接受了。

余额过期作废违反法律规定

中国法学会消费者权益保护法研究会副会长

何山

电信资费改革是一个长期任务，电信部门虽然有几个，



但都属于占有独断地位的垄断企业，应禁止它们占用独断地位控制商品价格。垄断企业应认真研究和回复消费者对于垄断价格提出的建议，对于固定电话月租费和余额到期不退的问题，电信运营商应该做出积极的反应让广大消费者得到一个满意的答复，更好的为广大消费者服务。

关于电话卡的余额作废问题，电信运营商也积极反应采取了相当多的办法，或转存延期或激活，都是很大的进步，但是还要进一步改革，建议把余额退给消费者，因为钱是消费者的，钱的产权是消费者，而不是电信运营商，这是最本质问题。从我国法律上讲，没收有极为严格的限制，是法院和国家的司法机关通过文件来没收公民的财产，别的行业部门没有权力没收，所以余额过期作废是违反法律规定的。而且设置一个固定的期限全部消费也不合理，这种做法不能适应市场的要求，必须得改。但是垄断企业改革不是简单的事情，涉及到政府、相关部门的管理，国家给了垄断企业好的运营地位，就应该把手中的权利和地位运用好，更好的为社会服务。

通过有效期控制号码资源和使用频率

北京移动有关负责人 陆筱训



随着电话的普及，号码资源出现一定的匮乏，目前神州行标准卡是通过有效期来控制号码资源和使用频率，以免浪费公司的有限资源。移动也关注客户的意见，制订解决措施让客户能够有更多的选择，从2005年推出有关措施，消费者可以将余额转移到任何一个在服务有效期内的移动号码，号码有效期内可以延长95天有效期，同时神州行转品牌项目继续使用。对于消协和专家学者提出解决余额问题的新思路和新建议，移动会认真研究，积极主动和上级部门进行沟通，进

一步完善的措施，为客户更好的服务。

月租费严格遵循国际惯例和国家法律法规

北京联通市场部副总 杨勇



联通严格遵循国际惯例和国家法律法规的规定收取月租费。国际电联对资费项目有规定，包括月租费、安装费、通话费等。国际电联曾对179个国家调查，177个国家是收取固定电话月租费的，包括发达国家、发展中国家，全球的月租费平均是8美元。目前联通执行的是2001年北京市物价管理局的要求，营业区域内三分钟

0.22元，基本月租费是21.6元，同时提出了市区电话25次的免费通话。联通提供八十多的可供用户选择的套餐，用户可以在八十多套餐里面选择到适合自己的使用情况。

政府定价部分包含电话的基本租费

北京电信市场部副经理 崔立军

关于固定电话月租费是否合理问题，中国电信集团公司规定了电信市场指导价，其中政府定价部分包含电话的基本租费，是遵循文件来定资费标准的。为了解决用户的问题，电信做了很多融合的套餐，实际是降低了月租费，让家庭用户和企业用户得到了更多实惠。电信会把大家反应的问题进行研究，还会把相应的问题反应给集团公司，包括行业的主管部门，最后给老百姓最大的服务。





惠普节目在未播出前，由于泄密，也遭遇了空前的公关。力量之强大，令人咋舌。但节目，最终还是在3.15晚会上播出来了！

3.15晚会惠普节目刚刚播出后，我的手机响了，是惠普dv2000、v3000笔记本消费者发来的一些短信：“好，太好了！”“激动呀！”、“蔡记者，看到报道了，谢谢你！”那一刻，所有的感触涌上心头。我抑制不住，埋下头，泪水止不住地流了下来。

而时至今日，我已没有任何的喜悦抑或开心、激动……我不知道，惠普事件到底什么时候才能解决，但我希望消费者的愤怒能够逐渐消散，不再伤心和失望，国家的相关法律法规能逐步得到完善。

——央视3.15晚会记者蔡敏

独家

央视3.15晚会记者蔡敏谈惠普曝光的背后故事

央视曾遭惠普空前公关

5月19日上午，20多名消费者带着自己的惠普“问题电脑”，来到北京国贸附近的中国惠普大厦。他们高举维权标语，要求惠普退还购机款。

这一天，距今年3.15晚会已经过去了2个月零4天，距消费者最早发现惠普dv2000、v3000系列笔记本黑屏、花屏，已经将近3年！

虽然，央视3.15晚会播出的第二天，惠普就开始接连出台多套解决方案，并对消费者进行了公开道歉。但实质上，惠普的解决方案并没有让广大惠普消费者和媒体满意，很多惠普用户即使望穿秋水，问题至今没有得到根本解决。

一个轮回之后，我们不得不想到央视3.15晚会曝光惠普事件的初衷。3.15晚会为什么要确定这一选题？央视记者进行了哪些调查采访？他们又怎样看待今天的这一结果……？

为了探寻3.15晚会曝光惠普的更多背后故事，引导消费者更好地维护自身的合法权益，我们特采访了负责惠普事件采访报道的中央电视台财经频道《消费主张》栏目记者蔡敏。

《北京消费者》：3.15晚会的线索很多，你们当初是怎么选择惠普这一选题的？在节目的采访与录制过程中是否做了一些特殊的准备或调查？

央视记者蔡敏：2010年3.15晚会筹备期间，接到反映惠普笔记本质量问题的投诉非常多，从去年10月，就有消费者开始陆续投诉，并由此引起了我们的关注——惠普笔记本发

生黑屏、花屏，是个案，还是共性质量问题？

2009年11月初，我前往武汉、深圳、杭州、宁波等四地展开调查，采访了“惠普维权第一人”高淑娟等消费者，并对当地惠普金牌服务部进行暗访，掌握了大量第一手资料。其实，此次消费者集体投诉的爆发并非完全巧合。其背后是，笔记本保修期已过的消费者和跨国巨头惠普之间利益的博弈。在接受采访时，出现黑屏、花屏的惠普dv2000、v3000笔记本消费者指出，他们的笔记本不但屡修屡坏，而且过了两年的保修期后因黑屏、花屏维修，惠普还要向他们收取高额的维修费。这让广大消费者非常不满——你惠普产品明明有缺陷，凭什么还让我们消费者买单？

2009年11月15日，根据采访到的事实，我回京后很快编出了一期时长20分钟的节目。然而，节目的深入性和精彩度都还远远不够。于是在2009年11月、12月，我又先后在上海、苏州、江阴等9个城市再次展开调查、采访，回京后，又5次前往惠普总部进行暗访。节目调查历时两个月，积累了大量的素材。晚会上惠普工程师“一个月3000张笔记本维修单，dv2000、v3000会占一半”的爆料同期，以及惠普客户体验管理专员袁明“中国学生宿舍蟑螂太恐怖”的雷人语言，就是在多次的采访中获得的。

《北京消费者》：央视3.15晚会曝光惠普事件以来，在全国引起了强烈反响。作为惠普事件的报道记者，你觉得这一事件能产生如此反响的原因是什么？



央视记者蔡敏：惠普问题笔记本事件涉及众多消费者的利益，单就先后加入惠普QQ维权群的维权用户就有近万人。而大量发生黑屏、花屏问题的dv2000v3000系列笔记本，惠普到底卖出了多少，时至今日，惠普都没有公布具体数字。但据IT业内人士透露，惠普dv2000、v3000系列笔记本2006年底上市，是其2007年、2008年市场主流销售机型，全国销量估计起码在二三十万台。

此外，惠普作为世界最大的信息科技（IT）公司之一，全球500强企业，理

应给用户提供更好的产品，更好的服务。但事实上，在产品出了问题之后，惠普不但没有严格按照《微型计算机商品修理更换退货责任规定》（即微机“三包”规定）解决消费者的投诉，反而一再拖延、推卸，隐瞒真相，置之不理。

惠普的傲慢、冷漠，彻底地惹怒了中国消费者。

《北京消费者》：3.15晚会的线索很多，你们当初是怎么选择惠普这一选题的？在节目的采访与录制过程中是否做了一些特殊的准备或调查？

央视记者蔡敏：2010年3.15晚会筹备期间，接到反映惠普笔记本质量问题的投诉非常多，从去年10月，就有消费者开始陆续投诉，并由此引起了我们的关注——惠普笔记本发生黑屏、花屏，是个案，还是共性质量问题？

2009年11月初，我前往武汉、深圳、杭州、宁波等四地展开调查，采访了“惠普维权第一人”高淑娟等消费者，并对当地惠普金牌服务部进行暗访，掌握了大量第一手资料。其实，此次消费者集体投诉的爆发并非完全巧合。其背后是，笔记本保修期已过的消费者和跨国巨头惠普之间利益的

博弈。在接受采访时，出现黑屏、花屏的惠普dv2000、v3000笔记本消费者指出，他们的笔记本不但屡修屡坏，而且过了两年的保修期后因黑屏、花屏维修，惠普还要向他们收取高额的维修费。这让广大消费者非常不满——你惠普产品明明有缺陷，凭什么还让我们消费者买单？

2009年11月15日，根据采访到的事实，我回京后很快编出了一期时长20分钟的节目。然而，节目的深入性和精彩度都还远远不够。于是在2009年11月、12月，我又先后在上海、苏州、江阴等9个城市再次展开调查、采访，回京后，又5次前往惠普总部进行暗访。

节目调查历时两个月，积累了大量的素材。晚会上惠普工程师“一个月3000张笔记本维修单，dv2000、v3000会占一半”的爆料同期，以及惠普客户体验管理专员袁明“中国学生宿舍蟑螂太恐怖”的雷人语言，就是在多次的采访中获得的。

《北京消费者》：惠普从之前的对消费者不理不睬，甚至怪学生宿舍蟑螂致笔记本故障，到央视曝光后的致歉，说明了什么？

央视记者蔡敏：惠普dv2000、v3000系列笔记本黑屏、花屏，源于惠普的第三方供应商英伟达显卡出现了质量问题。早在2008年8月，惠普在官方网站上就承认了dv2000、v3000系列笔记本有“硬件方面的问题”，表现症状正是黑屏、花屏，无法正常开机。当时惠普的解决方案是，在笔记本2年保修期内提供免费维修，但这样的方案对于消费者来说，没有任何实际意义。问题的关键是，dv2000、v3000系列笔记本保修期本身就是2年，况且屡修不好，过了保修期后又

该怎么办？

在晚会节目中，面对消费者的投诉，惠普客户体验管理专员袁明一再强调，用户更应从自身找原因。“还有一个咱们谁都解决不了的，中国学生宿舍的蟑螂，那是非常恐怖的，那个蟑螂都这么长，这属于都叫环境。”这一镜头播出后，全国观众为之哗然、愕然。迅速，惠普质量门升级为“蟑螂门”，而惠普与蟑螂的“爱恨情仇”，也一时成为人们热议的话题。一位网友为此创作的歌曲《蟑螂之歌》，在短短三天之内，网上点击率就超过了60万次。

3.15晚会播出后的第二天，中国惠普总裁张永利在媒体强大的压力下，公开道歉，并接连出台多套解决方案。虽是亡羊补牢之举，但也表现出了积极的态度。不过，态度积极归积极，实质上，惠普的解决方案并没有让广大惠普消费者和媒体满意。惠普在一点点做着让步，但试想，如果这个事件不是在关注度极高的3.15晚会上被曝光，惠普会有这么“积极”的姿态吗？中国惠普总裁会一而再再而三地道歉吗？

惠普节目在未播出前，由于泄密，也遭遇了空前的公关。力量之强大，令人咋舌。但节目，最终还是在3.15晚会上播出来了，所以我想，今年3.15晚会后惠普做出“道歉”的这些举动，应该是有预案的。

《北京消费者》：听说现在还有不少消费者仍然在为惠普事件而困惑，目前是否还有消费者继续向你反映惠普的情况？

央视记者蔡敏：今年5月5日，晚会节目中报道的江苏江阴市峭岐中学惠普笔记本用户，给我发来了一封名为“求助”的邮件。邮件中说：

“自从315晚会曝光惠普笔记本电脑缺陷问题以后，我们全体受害者欢舞雀跃，热情高涨，觉得维权的事情有希望了。4月1日愚人节，惠普南京分公司授权业务代表刘名到我校听取意见，我们一致要求退款。他说好的，会和总部反映，一个星期后给我们答复。但过一个月还没有联系我，昨天我打电话给他，他说还在商谈之中。我们又被惠普愚弄了一回。

维权路走到今天，我不知道我们的维权何去何从，是等待还是妥协？蔡记者，帮我们指条明路吧……”

5月5日，距今年3.15晚会结束已近二个月了。

而就在5月19日上午，我了解到，又有20多名消费者带着自己的惠普“问题电脑”，来到北京国贸桥附近的中国惠普大厦前举牌维权，要求惠普退还购机款。

5月19日，距今年3.15晚会结束，已经过去2个月零4

天，距消费者最早发现惠普dv2000、v3000系列笔记本黑屏、花屏，已经将近3年！

事实上，时至今日，很多惠普用户即使望穿秋水，问题仍然没有得到根本解决。

《北京消费者》：你觉得消费者应该如何更好维护自己的合法权益？你今后还会关注惠普事件的进展吗？

央视记者蔡敏：惠普事件之所以至今没有解决完，在于惠普并没有满足消费者的诉求。消费者认为，dv2000、v3000系列笔记本黑屏、花屏是质量缺陷，惠普应该主动召回，或者给予退款、退机。但惠普目前的解决方案，都是在所谓严格执行“三包”规定框架内采取的一些措施。中国还没有电子产品的相关召回制度，而“三包”无疑成了惠普的挡箭牌。不过，对此所有消费者也都感到无奈，谁让我们国家的法规还不健全呢！

记得3.15晚会惠普节目刚刚播出后，我的手机响了，是惠普dv2000、v3000笔记本消费者发来的一些短信：“好，太好了！”“激动呀！”、“蔡记者，看到报道了，谢谢你！”当时看着短信，所有的感触涌上心头，那一刻，我抑制不住，埋下头，泪水止不住地流了下来。

而时至今日，我已没有任何的喜悦抑或开心、激动。“惠普维权第一人”高淑娟女士在经历了“从穿短袖打到穿棉袄”的漫长官司后，问题笔记本终于退了，也得到了部分赔偿。但她是个案，有些人证据保留的还不全，大量的受害者不可能都去和惠普打官司。我不知道，惠普事件到底什么时候才能解决，但我希望消费者的愤怒能够逐渐消散，不再伤心和失望，国家的相关法律法规能早日得到完善。

个人档案

蔡敏，中央电视台财经频道《消费主张》栏目记者。先后在《文化导报》、《中国消费者报》供职，2003年进入央视工作至今。从事舆论监督报道近10年，由其采编制作的《虾仁为什么这样红？》、《祸起福寿螺》、《祛痘灵真灵吗》、《神奇手术“切”出了什么》以及关注茅台天价白酒、完美保健食品不良反应等节目，在央视播出后引起社会广泛反响。连续4年参与3.15晚会报道，2009年被评为中央电视台3.15晚会优秀记者，2010年获得中央电视台3.15晚会特别贡献奖。



张悟本的悟本堂虽于6月2日被拆除，但养生市场乱象并未因此而停止，各种食疗、足疗、手诊等名目繁多的养生场所、养生书籍仍比比皆是。

记者调查发现，在养生乱象中，中医学说被夸大；专业养生师缺失；民众健康素养率低；媒体宣传养生学者时，过分重视其个性而不是他的医学水准。

专家建议，卫生部门加强监管媒体与出版的健康信息，并提高民众健康素养。

养生市场乱象六问

6月2日，争议中的悟本堂被以“违章建筑”之名拆除，曾自称“中国食疗第一人的养生大师”张悟本走下神坛。

身患糖尿病多年的孙华（化名）也不再喝张悟本所推荐的绿豆汤，她开始将病愈的希望寄托在另一家养生机

构——大道堂中医养生研究院。

孙华正在服用大道堂生产的养生产品“养生宝”，“已吃了几万块，效果不明显”，但孙华说，她还会继续服用，因为比吃药便宜。

这正是北京协和医学院公共卫生学院院长黄建始教授所担心的。他认为透过

“张悟本事件”人们必须看清这样一个现实：中国民众的健康素养很低，“只有6.5%的民众在健康素养方面考核及格”；卫生部门对相关乱象监管不够。

黄建始说，不解决这两个问题，在张悟本之后，还会涌现李悟本、王悟本等各种“悟本”。

一问：乱象几种面貌？

调查发现，一些修脚师为揽生意更名“养生师”，各种足疗手诊比比皆是。

“张悟本算是给养生市场做了广告，”6月4日，北京一家养生馆的服务员对记者说，现在中医养生、保健和食疗成了最时髦的词，店里现在那些养生师都是原来修脚、按摩的，“最近才改的称呼，这样能吸引更多顾客。”

店员还向记者推销一种特效养生红豆杉枕，售价980元。

左安门内大街，一排美容美发店，均打出中医保健、休闲养生的广告招牌。

还有一家新开的养生馆，店门显眼处张贴着布幅“神奇太极养生减肥术”，称“太极推拿，特技点穴，汇集道家、儒家的养生术、中医推拿与祖传秘方于一体，标本兼治减肥、糖尿病、脂肪肝、经血不调、便秘、子宫肌瘤等疾病”。

随后，记者又来到孙华女士所说的大道堂中医养生研究院，咨询窗口上贴着一则说明，“本院不是医疗机构，只对顾客养生咨询调理，促进人体平衡，欲求医治病者请到医院就诊，凡发烧怀孕未满百日者本院暂不接待。”

孙华说，以前并未见有这张说明，“可能是张悟本被曝光之后贴的”。

大道堂的咨询须知显示，院长刘逢军的咨询收费标准为10分钟820元，3到5分钟收301元，1分钟以内31元每次。

据孙华介绍，31元的收费是最近才有的。“而且最近普通挂号费也从50元降到5元了。”

记者以咨询者身份想约院长刘逢军。工作人员称刘院长的咨询号一周前已排满。

一名普通“养生师”为记者“面

诊”，观察不足10秒，说“你其他一点毛病没有，肝气不足，脸色发暗。肝不好你所有机能都能出问题，甚至会引发各种癌症。”

“面诊”后他为记者开具了154元的养生宝。

记者在咨询室外简单统计，几名养生师短短半小时内为10多位顾客咨询，均称咨询者气血不足，开具养生宝调养。

在刘逢军写的《中国龙文化养生之道》中，几乎所有的病都可以调养，通过补气能恢复健康。

调查中记者还了解到，目前除了这些养生咨询外，还有足疗、手诊等名目繁多的养生方式，比如手诊，看一下手掌便开出1000多元的调理品。据说还有很多高级官员光顾这些养生场所。

二问：学说是否科学？

专家表示，养生基于中医理论，很多观点无从证伪，宣传时又被夸大

张湖德从来不光顾这些养生场所。在他看来这类“养生”只是为了赚钱，食疗赚钱就搞食疗，中医按摩赚钱就搞中医按摩。“养生按摩会所里的那些小姑娘，几乎不懂穴位和经络。”

张湖德，北京中医药大学（前身是北京中医学院）养生教研室主任，参与编写了中国最早的高校养生教材《中医养生学》。

张湖德说，养生在国外被称为预防保健；而在国内，它是在中医药理论基础上发展出的一套使人延年益寿的学问。

《周礼·天官志》、《吕氏春秋》都有所提及。而战国时期的《黄帝内经》，为中医养生学奠定了理论基础。

“现在一些养生名人所说的食疗，只是中医饮食养生方法中的一部分。”张湖德说，除了食疗外，还有食养、食补、食忌。

张湖德认为养生是一个很完整的系统，包括精神养生、环境养生、运动养生、饮食养生等10多项内容。“要形神共养，不能单一而为。”

中国医学科学院健康科普研究中心主任袁钟也同意这样的观点。他说，“中医养生有着几千年的历史，但它很大的一个问题是许多观点无从证伪。”

袁钟举例说，比如本草纲目曾说旧房子房梁上的尘土可以入药，有明目醒脑的作用。但这样一句毫无科学依据的话，能在现在推广吗？

“而中医养生的作用，现在就是被许多别有用心的人做了虚假宣传，成了包治百病的灵丹妙药，”袁钟说，因为看病难、看病贵，今天许多老百姓更容易相信这种“价廉物美”的灵丹妙药。

袁钟现在即不看养生电视节目，也不看养生书，“太粗糙”。袁钟记得以前电视里一个专家说脑血栓，用手指压住静脉，就能好，“这不是扯淡吗，这样肯定耽误病情，和谋杀有什么区别”。

三问：资质何以鉴定？

卫生部称，目前国家并未正式认可养生师这一职业资格认证

在如今的养生市场，人们总能看到各类养生师的身影。

记者在大道堂中医养生研究院咨询时，看到里面的工作人员一个个都佩戴着养生师的牌子。

大道堂的“咨询须知”这样说，2004年和2005年，国家劳动和社会保障部、卫生部有关培训部门与1993年成立的北京大道堂中医养生研究院共同合作，举办了四期养生师培训班。

刘逢军还曾对媒体说，全国所有的养生师都是他的学生。

记者在人力资源和社会保障部职业技能鉴定网站上，并没有找到关于养

生师的文件以及养生师的职业资格认证，更没有与大道堂合作培养养生师的消息，卫生部相关负责人接受记者采访时称，目前并无国家正式认可的养生师这一职业资格认证。

大道堂一名负责人不愿对上述问题作出回应，只表示他们关于养生师的资格培训是针对内部员工的培训。

记者要求采访院长刘逢军。该负责人表示，须请示领导。此后便没有回复。

在采访中张湖德表示，其实目前，有正规学历和养生专业知识的专业养生师非常少，全国也就只有几百个。

“中国高等院校曾经开设过养生专业的，一共只有5家。”

张湖德所在的北京中医药大学就是其中一家。

1984年，张湖德向学校提出开中医养生学的课程。领导给了他500元，作为支持。“这与其他学科开课费比起来少多了。这是中国高校第一次开讲养生学课程。”

1987年，张湖德又向学校提出开设中医养生系。随后三年，北京中医院招了三届中医养生专业学生，每届30多人。

进入养生系的学生，必须学习养生学、中医学、中医基础理论、方剂学等30门学科。经过5年时间方能培养一个合格的养生专业学生。

但当时的养生市场并未成熟，该校养生专业的招生时断时续，进入21世纪后，这个专业被取消了。

“主要原因是，就业问题无法解决。”张湖德回忆说，只有不到10%的养生专业毕业生，继续从事中医养生行业，主要留校任教。

张湖德的一个学生曾遍访医院与学校均称没有与此专业对口的工作，最后只能留校做了一名远程教育的录音师。

张湖德认为，正是专业的养生人才奇缺，反而给了现在这些养生人士机会。他说，目前这些所谓的养生人士也就是一些养生爱好者。

需求。

也正是察觉到市场有这需求，吴晴（化名）他们便开始策划相关的养生书籍。

32岁的吴晴曾是一家图书出版公司养生类图书资深的策划编辑，如今已退出这个圈子。

她起先策划的书籍是介绍国外的养生观点。但她发现，那些观点只能吸引文化层次高的人，不好赚钱。于是开始寻找国内的养生人士。

据吴晴介绍，他们需要这些养生人士，个性鲜明，观点标新立异。他们的养生知识、医学水准则是次要的。

鄢良说，他也写过养生书《中医养生宝典》，但只发行1万册，大部分送给亲戚友人，“不畅销，是因为写得太专业。”

吴晴告诉记者，作者的语言一定要具有煽动性，“这样才能运作成畅销书”。书畅销了，就可以出光碟、开讲座，随后进行纸媒和电视的互动宣传。

“只有书没有电视，吸引不了最广大群众的眼球，只有电视没有书，后续开发的产业链就会断掉。”吴晴说，养生大师包装成功后，就可以进行养生品的商业开发，“那是最赚钱的”。

五问：卫生监管空白？

卫生部下属机构表示，今后将加强预警工作，及时发现媒体不良健康信息。

袁钟既是中医科学院健康科普研究中心主任，也是中国协和医科大学出版社社长，同时还参与多家出版社的编审工作，“有的图书公司会拿出几十万，让我写序。我一看内容，发现错漏百出，就拒绝了。”

袁钟发现，目前媒体在传播养生知识时，缺少鉴别力，缺少门槛，“哗众取宠的人都能上电视。”

袁钟曾看了张悟本在某电视台做

的养生节目，发现犯了很多常识性错误。便联系电视台，要求严格审核节目和张悟本的资质。该台工作人员，不置可否地说了两句，便挂了电话。此后张悟本的节目仍在该电视台播出。

袁钟也曾就张悟本所出的书，向相关出版社联系，告知书中存在错误。出版社工作人员对此也不置可否。

袁钟有时也能理解，媒体为何钟爱这些非专业人士，无论是胡万林、林光常还是张悟本，他们都敢打包票称自己能包治百病，能形成卖点。“而专业人士有自己的职业道德底线，知道哪些话不该说。”

但在调查中，记者发现很难找到对此负责的相关职能部门。

记者联系中医药管理局。该局相关负责人称，目前养生市场的乱局多为书籍、电子产品的良莠不齐，这主要是出版部门的监管职责，“我们也试图从医药管理角度来加强市场监管，但制度还在制订中，目前不够完善。”

记者随后联系卫生部。卫生部下属的中国健康教育中心主任毛群安也认为，主要是媒体的责任，“他们没有做好把关工作。”

袁钟对此有不同看法，“传播文化时可以发表个人观点，但个人观点若涉及治病时，就需要通过科学检验和权威部门鉴定。如果没有鉴定，卫生主管部门就需要介入查处。”

记者随后上网查询了中国健康教育中心，发现其有这样一项职能“协助卫生部负责医药卫生类报刊杂志、电视频道和出版社监督管理”。

在随后的电话中，毛群安表示，今后确实会增加监控社会不正确健康信息的预警工作。及时发现出版社或媒体中出现的不良健康信息，并通知相关部门处理。

另一方面，鄢良在负责制订另一项标准——全国保健服务业的行业标

准。这是由国标委负责，今年1月已立项，鄢良为立项小组组长。他说，“养生服务也需要有标准可循。”

六问：素养如何提高？

卫生部已开展全民健康促进工作；专家表示，民众只有掌握正确健康知识，乱象才无生存空间

作为北京协和医学院公共卫生学院院长，黄建始教授更关心的是民众健康素养的提高。他认为“只要掌握正确的健康知识，骗子就没有机会了。”

黄建始说，卫生部早几年曾组织专家编辑出版了《中国居民膳食平衡宝塔》和《健康66条——中国公民健康素养读本》，但有关部门并未对此进行大力推广。

“至2009年，只有6.5%的民众在健康素养方面考核及格，”黄建始认为，健康教育常识的普及工作任重道远。

记者查询得知，中国疾控中心曾出台了一个《全国健康教育与健康促进工作规划纲要（2005年—2010年）》，纲要要求，广泛开展农村健康教育与健康促进，至2010年，东部、中部、西部地区农村居民基本卫生知识知晓率分别达到80%、70%、60%。

记者联系疾控中心，得到的答复是，该规划执行已由卫生部其他部门负责。随后又了解到，卫生部下属的中国健康教育中心有这样一项职能，“开展大众卫生科学知识传播活动，

向社会提供预防保健的相关知识范围，建立健康教育与卫生新闻宣传信息网络，推广经验及成果。”

记者采访该中心主任毛群安，他说，健康教育是需要过程的，我们也在组织相关专家到基层去进行保健养生方面的科普宣传，但并不是一时半会就能起到作用。在这个过程当中难免被骗子钻了空子。

就在调查临近尾声时，记者又发现，张悟本的《把吃出来的病吃回去》火了后，一本叫《把吃出来的病喝回去》的养生书又成为各大书店的畅销书。

该书作者的头衔有“国学大家”、“中国首席中医养生专家”、“易学家”、“作家”、“历史文化学者”。该作者想教给人们的是“喝水与养生的关系”。

他是否会成为下一个“张悟本”，谁也不得而知。

（新京报记者：陈宁一 黄玉浩）





食疗不能再被神化了

专家强调：不能代替治疗、并非无毒无害、用前辨明体质

“养生热潮”铺天盖地，除了捧火诸多“神医”，也捧红了不少“食物明星”。当“食疗”的理念被一些所谓的专家“神化”为包治百病的灵丹，并通过书籍、电视节目传播出去时，普通的蔬果便成了患者眼中的“救星”，一些人甚至停药“食疗”。诸多专家均表示，中医里的确有“食疗”养生保健的说法，但如果过分夸大食疗的功效，导致百姓盲目相信一本书、一个节目、一种食物，不但不能“把吃出来的病吃回去”，还有可能“吃出新的病来”。

正是看到一些所谓专家打着中医旗号、宣传伪科学知识的现状，6月7日，中华中医药学会授予了11位名中医“首席健康科普专家”称号，以便为百姓提供正确的预防保健知识和养生指导。那么，到底什么是食疗？我们请来其中多位专家，为读者还原“食疗”的真面目。

什么才是真正的食疗

中华中医药学会秘书长李俊德说：“所谓食疗，是指在中医理论的指导下，根据疾病的病理生理特点，给患者制定饮食配方，达到辅助治疗的目的。”这里涉及三个关键：根据患者特

点、疾病特点、起辅助治疗作用。也就是说，食疗是个体化、辅助性的，不能大而化之，也不能代替治疗。

北京中医药大学营养学教研室周俭教授一直从事食疗的研究，她告诉《生命时报》记者，食疗也叫“食治”，在我国有非常悠久的历史。《黄帝内经》中就提出“虚则补之，药以祛之，食以随之”，明确了饮食调理的辅助意义；孙思邈的《千金要方》第二十六卷专论食治；李时珍的《本草纲目》收载了谷物、蔬菜、水果类药物300余种，动物类药物400余种。

中华中医药学会首席健康科普专家温长路教授则打了一个比方：生姜是我们常见的食物，也是一种药材。我们把它当食物用时，要遵从食物的原则：配菜时稍微放些，可以去腥提鲜，喜欢吃姜的人可以每个菜都放点，不喜欢吃的人不放也没关系；我们把它当药物用时，要遵从药物的原则，比如受寒感冒的病人，可以喝点热姜汤，但这里姜的用量和饮用次数就有讲究了。

中华中医药学会首席健康科普专家、卫生部中日友好医院中医科教授晁恩祥格外强调，治疗的主体是药，食疗是“帮手”。比如海上的大船，需要靠

船长指明方向，但也需要有大副协助船长顺利完成航行。但如果是一艘小船，可能一个人驾驶就够了。“这就是说，真正有病的人，尤其是那些得了重症、急症的，需要的还是药物治疗；如果处于亚健康状态，或是疾病后的调理，则可以首选食疗。”

对食疗的四大误解

但现实生活中，人们却对这些戴着药物“帽子”的食物，产生了诸多误解：

误解一：能用药物治好的病，就能找到相应的“食物医生”。温长路说：“中医有‘药食同源’的说法，但不代表能吃的都是药。”药物疗效强，用药正确时效果突出，用药不当时容易出现较明显的副作用；食物的疗效不及药物那样突出和迅速，配食不当，也不至于立刻产生不良的结果。药物作用强但一般不会经常吃，食物作用弱，但天天都离不了。需要药物治疗的时候，一定要及时用药，绝不能贻误。

误解二：一个方子谁都能用。现在信息传播速度快，人们获得治疗方法不再单纯通过医生，而是可以通过网络、书籍、电视等媒介。“降糖食疗方”、“癌症痊愈食疗方”等，往往会在该类病人间“广为传诵”。对此，周

俭表示，中医食疗讲究因人而异、辨证施治，即便表现出来的都是高血压、糖尿病，可能每个人的病因都不一样。

“更何况，每人的基础体质也不一样，有人适合喝绿豆汤，有人一喝就拉肚子。”晁恩祥也表示，不论中药方还是食疗方，都是很复杂的。“我一天看几十个病人，不可能开出同样的方子，食疗也是一样。”

误解三：食疗是绝对安全的。很多人觉得，药物多少都有些毒副作用，而食物是安全无毒的。对此，周俭并不认同。“食物药性确实比较弱，拿最近很火的绿豆打比方，其性凉，大量吃可能导致脾阳受损，日久会出现胃痛、怕冷、腹胀、腹泻等问题。”中国农业大学食品学院副教授范志红也表示：无论食物还是药物，只要其中的药效成分多到一定水平，就有毒性。这就是毒理学的基本原则：剂量决定毒性。“生茄子中含有茄碱这种毒素，就是土豆发芽时产生的毒素，生茄子吃的量大了之后，就和吃发芽土豆一样危险。”

误解四：食疗无需医生，可以自己操作。许多人看了一两篇文章，就给自己的体质定性：或寒或热、或实或虚、或燥或湿。而后根据自己的体质进行食疗，这是不正确的。因为个人身体的状态十分复杂，大多数人的脏腑都是寒热夹杂，或湿热并重，或表虚里实，或表实里虚，各人都不尽相同。“就算是同一病人，今日和明日的状态也不会相同。不能简单判定体质就擅自应用各种食疗方。”晁恩祥说。

由于大量养生节目、书籍的夸大宣传，不少百姓不信看病吃药，只信“食物医生”，甚至一个食疗方全家一起用。晁恩祥对此非常无奈：“不少患者来看病的时候问：大夫，我能不能不吃药，回家吃萝卜去？如果萝卜真能治好病，还要医生干什么？食疗和诊病一样，讲究辨证施治，不能千人一面。”北京中医医院副院长王国玮教授也直言不讳：“即便某些食物确有疗效，但起效会比药物慢很多，很多人根本等不到

那天。说吃个三五天、一两周就见效的，绝对是忽悠。吃的不对症、不卫生，反而会对身体造成伤害。”温长路担心，如此片面夸大食疗功效，不仅会毁了食疗，也会逐渐毁掉中医在人们心目中的地位。

分析到百姓对食疗功效如此“迷信”的原因，受访专家表示主要有三点。第一，中国人历来有食养的传统，现在生活好了，大家渴望一种安全有效的养生方式。第二，食疗功效被夸大，让很多人看到了通往健康的捷径。“不上医院、不吃药，靠吃点瓜果蔬菜就能把病治好，满足了老百姓急于求成的心态。”李俊德说。第三，食疗的概念本身很模糊，让骗子有了可乘之机。一些对疾病有调理、辅助治疗功效的食物，都被言之凿凿地说成能治病，也是食疗“信徒”众多的原因之一。

食疗掌握四个原则

那么，在食疗的应用过程中，我们又该掌握哪些原则呢？

首先，食疗不是“反治疗”。晁恩祥说：“治疗配合正确的食疗，可以事半功倍，但食疗决不可代替治疗。”

其次，因人而异、辨证施膳。根据个人的性别、年龄、体质等，以及病情的寒热虚实正确辨证，进行选食配膳，才能达到预期的效果。否则，不仅于病无益，反而会加重病情。周俭说，寒凉食物对应热病，温热食物对应寒病，活血化淤食物对应血淤，化痰止咳食物对应痰凝。例如冬天怕冷的阳虚体质，可以吃点羊肉；心烦口干、易长痤疮、舌苔厚腻的湿热体质，可以吃点苦瓜、黄瓜等。

其次，因时因地制宜。季节不同，食疗方法也不同，比如春季是身体新陈代谢最活跃的时期，而有旧病的人却易复发。按照中医观点，春季与肝脏相关，因此春三月首重补肝，如果违反此道，就会“伤肝”。中华中医药学会首席健康科普专家、北京西苑医院老年病研究所张国玺教授举例说，生活在

潮湿环境中的人群适量吃一些辛辣食物对祛除寒湿有益，但这不适用于生活在干燥环境中的人群。

最后，贵在坚持。王国玮说：“养生是一种低调的奢华。”它的奢华，在于很多人因各种原因走不到它的终点。疾病形成非一朝一夕之功，治病、养身更是如此。真正愿意为健康付出的人，应该让食疗贯穿生活的始终。

李俊德最后表示，“食疗热”说明了大家对自身健康的关注，这是好事，但个别人、个别节目把整个养生市场搞得有些乱。科普教育的审查需要综合多部门来进行，包括新闻、工商、卫生等各行业主管部门。另外，作为出版机构和电视台，应对其作者、嘉宾的资质进行审核，养生涉及到的是人的健康，不懂医学的人怎么能讲呢？

普通百姓也不用因此对食疗失去信心，毕竟这种经千百年流传下来的养生方法，在正确使用的情况下，还是能为健康带来巨大益处的。民众需要做到的是增加辨识能力，电视要看权威媒体，买书必须认清专家资质。

(作者 胡楚青 郑丹)





“售价上千元的美的‘天然紫砂煲’，实为普通泥土和化学物质混合而成”。央视《每周质量报告》栏目近日播出“紫砂黑幕”调查报道，披露了一些生产厂家用普通陶土和化工原料加工假冒紫砂煲，欺骗消费者的现像。随后，该节目进一步揭开部分“紫砂壶”加工点的黑市制作工序，从而揭开了紫砂产品的层层黑幕。

紫砂黑幕

千元紫砂煲被曝化工增色 美的公司接受消费者退货

央视报道称，美的在产品宣传册中称紫砂煲内胆叫“紫金风火内胆”，是“全部选用纯正紫砂烧制”，“富含丰富微量元素，补铁补血，有益身体健康”。但美的紫砂煲实际上使用的内胆，是由普通陶土添加“铁红粉”、二氧化锰等化工原料染色而成。

对此，广东美的生活电器制造有限公司表示，美的紫砂煲是由该公司旗下的子公司美的电炖锅公司生产。“作为紫砂煲的后来者，该公司按照行业惯例，将紫砂煲‘内胆’宣传为‘天然紫砂内胆’，属于不实宣传，对于媒体的曝光，我们表示欢迎和诚恳接受。”

美的生活电器表示将立即采取整顿措施。“美的电炖锅公司将立即停产整顿，停止销售。将按照国家有关规定，在全国商场和售后服务网点设立退货点，接受消费者退货，同时设立消费者咨询处理热线4008899316。”

记者走访北京部分卖场，发现华堂商场已将美的紫砂煲撤架。商场导购表示，“刚接到商场领导的通知，暂时不销售紫砂煲。”

紫砂矿早已被禁采 行内都用泥巴代替

江苏省宜兴原矿紫砂茶具既不夺茶香，泡茶又不容易变

味，因而备受爱茶人的追捧。但由于宜兴市的紫砂矿破坏严重，当地自2005年起实施紫砂矿的“禁采令”。然而目前市面上销售紫砂茶具的商家，仍然高声标榜自己的出品是“天然”“原矿紫砂”。央视记者调查发现，这些紫砂壶其实是用泥巴加色素制成。

“原矿紫砂”是采用形成于几亿年前的纯天然紫砂矿料加工而成，不添加其他任何物质的紫砂。宜兴紫砂又称五色土，分为紫泥、红泥和绿泥三种泥料。目前，市场上销售的紫砂茶具，绝大部分宣称来自宜兴原矿紫砂。

不过，宜兴紫砂矿产早在5年前就被当地政府下令禁止开采。央视记者走访见到，被誉为“中国陶都”、紫砂陶器发源地的宜兴市丁蜀镇陶瓷城、双桥村和尹家村等地，经营紫砂壶的店铺随处可见，大大小小有几千家，不少店铺都打着“原矿紫砂”的招牌。

这些店铺一般都是前店后厂、自产自销。一处紫砂壶加工点的老板透露，如今黄龙山的矿已被封掉，行内都用泥巴制作紫砂。而在丁蜀镇双桥村和尹家村一带，就有十几家练泥厂专门生产紫砂泥。

所谓紫砂用原料调色而成 经营者不用“化工壶”喝茶

央视记者在一家颇具规模的练泥厂见到，各种矿料在院子里堆成一座座小山。厂里负责人承认，这些矿料大多数都

不是黄龙山的原矿紫砂，“真正原矿的没有了，都是放点‘色素’加工的。”

在该练泥厂的生产车间，一名工人将一些红色的粉末倒入水中搅拌、混合。据介绍，红色粉末称为“铁红”，全称“氧化铁红”，又叫“铁红粉”，是一种工业原料，被广泛用于涂料、橡胶、人造石等生产领域。

该工人承认，“铁红粉”一般用来加工“红泥”。厂里加工“红泥”所用的原料较差，为了模仿原矿紫砂，只好添加一些“铁红粉”增色。该练泥厂还添加“锰粉”、“(氧化)铬绿”等化工原料来生产“紫泥”和“绿泥”。

一些厂甚至用更特殊的“黑色素”生产所谓的紫砂泥。“黑色素”即一种陶瓷色料，用其进行紫砂调色比一般化工原料好。主要成分包括铬、铁、钴、锰、镍等。一名工厂负责人称，市面上大部分“看上去很黑的紫砂壶”，都是用他生产的“紫砂泥”。

由于政府实施了“禁矿令”，宜兴原矿紫砂越来越少，一些练泥厂开始掺杂使假，大量使用浙江、安徽等外地矿料或者普通陶土，通过添加化工原料或陶瓷色料进行调色，加工生产所谓的“原矿紫砂泥”。

宜兴的生产商和销售商，都知道“紫砂调色”这一个公开的秘密。“在这里做生意都是心里有数的，紫砂壶并非原矿制造。”当地一家标榜“宜兴紫砂”销售店的负责人说。

央当地人称这种添加化工原料的紫砂壶为“化工壶”，一些经营此壶的人都不用它喝茶。一名店主说，“化工壶”含有化工原料，有一定毒性。

标称名家制作“化工壶” 大多都是低价“代工壶”

在丁蜀镇陶瓷城，央视记者发现包装精美的“化工壶”附带的各种职称收藏证书，同样充斥着假货。

当地人事部门对制壶者进行专业技能评定，从低到高共分为工艺美术员、助理工艺美术师、工艺美术师、高级工艺美术师、研究员级高级工艺美术师等五个级别。

“制壶者的职称越高，售价也能随之提升。”当地一名销售人员说，没有职称的人常常自封“助理工艺美术师”，“工艺美术员”夸大两级，宣称是“工艺美术师”。

判定一把紫砂壶的作者，最重要依据是看壶的底部、盖内、把下等处留下的印章或刻字。作者印章是紫砂壶最重要的身份证明。真正的制壶艺人，会把印章视为名声一样珍贵，同样的印章一般不会多刻。

然而，一名刻章者说，紫砂壶印章代工也很普遍，专供一些拥有职称的制壶者使用，把委托别人加工的“代工壶”

当作自己的作品出售。

“一些具有职称或名气的制壶者，先是大量复制自己的印章，再委托职称或名气不如自己的人低价加工‘代工壶’，然后打上印章当作自己的作品高价售出，以此提高‘产量’，赚取高额差价。”大量的“代工壶”充斥市场，这在当地也不是秘密。

专家说法

“化工紫砂壶”有毒

上海材料研究所检测中心对央视记者随机购买的15件紫砂壶和紫砂杯进行检测。结果发现，15件紫砂茶具当中，除了两件原矿紫砂茶具外，其余13件样品重金属溶出量都出现了异常。其中黑色壶的锰离子溶出量达到2.62mg/L，蓝色壶的钡离子溶出量高达6.39 mg/L。

“在一些未遭受污染的天然泥料中，钡、锰、钴、铬等一些重金属的溶出量微乎其微，几乎很难检出。”上海材料研究所检测中心化学室主任马冲先表示，通常在泥里面的钡含量仅为零点零几，相比而言，“化工紫砂壶”含有高出几百倍的钡。马冲先说，“长期摄入钡、锰、钴、铬等金属离子，会危及人体健康。”

中国保健专家委员会副主任委员西木认为，检测出来的金属如果是人工合成大量的形态，的确是中毒的。“重金属、有害金属，都会破坏人体的酶系统，继而产生许多毒性，包括神经毒性。即便是长期慢性，也有致癌的作用。”

■小贴士

如何辨别紫砂壶的好坏

第一靠手感，高质量的紫砂壶摸上去，手感应该有细沙的感觉，不会太滑。

第二听声音，用盖子碰一下壶身，声音听起来很沉稳，不像敲搪瓷的高音。

第三看色泽，真正的紫砂茶壶使用越久，色泽越光亮。但也有厂家靠抛光来磨亮茶壶的表面来造假，部分不法商家为了增加色泽，甚至在茶壶表面涂上鞋油。所以市民在购买时可尝试用热水烫一下茶壶表面，如果是假货，则会褪出一层油，甚至会有臭味。

北京市消费者协会发布 60种木地板比较试验结果

木地板在地面装饰材料中占据着重要的地位，其塑造的自然温馨氛围，是其它材料无可比拟的，其气质典雅、回归自然、舒适环保、富有个性，因此受到消费者的青睐。北京木地板行业品牌众多，竞争激烈，为了解木地板产品质量状况，科学引导指导消费，促进地板行业的健康发展，营造和谐的消费环境，北京市消费者协会于近期再次对北京市场上销售的60种木地板产品进行了比较试验。

一、试验样品及来源

本次试验样品由北京市消费者协会工作人员以消费者的身份从北京辖区的建材市场及建材超市随机购买。产品涉及北京、天津、上海、浙江、江苏、辽宁、广东、江西等8个省市的51家企业生产（经销）的60种实木地板样品和实木复合地板样品。这些样品基本代表了北京市场销售的主要木地板品牌，比较试验结果基本反映了北京市场上销售的实木地板、实木复合地板的质量状况。

二、检验标准及项目

本次木地板样品委托北京市木材家具质量监督检验站（国家家具及室内环境质量监督检验（筹备）中心）进行测试。依据GB/T15036-2001《实木地板》、GB/T 18513-2001《中国主要进口木材名称》、GB/T16734-1997《中国

主要木材名称》、GB/T6491-1999《锯材干燥质量》标准及相应的检验方法对实木地板的漆板表面耐磨、漆膜附着力、木材树种、残余应力等项目进行测试；依据GB/T 18103-2000《实木复合地板》、GB18580-2001《室内装饰装修材料人造板及其制品中甲醛释放限量》、GB/T17657-1999《人造板及饰面人造板理化性能试验方法》标准及相应的检验方法对实木复合地板表面耐磨、漆膜附着力、硬度、甲醛释放量等项目进行测试。

三、试验结果

本次比较试验中，30个实木地板样品中28个样品所有测试项目符合国家标准，占总数的93.3%。30个实木复合地板样品中29个样品所有测试项目符合国家标准，占检测总数的96.7%，比较试验结果显示：经过近几年地板行业的不断规范与发展，其质量水平大幅提高，消费者可以根据自身情况放心选购。具体情况如下：

1、表面耐磨。表面耐磨主要指的是木地板表面漆膜的耐用性能。地板表面耐磨差的原因：一是个别生产厂家为降低生产成本而调低淋漆厚度或选用质量较差的漆；二是油漆工艺不过关。本次比较试验只有佛山市顺德区鹿林木制品有限公司生产的长颈鹿牌1830×189×15规格的表层栎木实木复合地板样品表面耐磨指标不

符合国家标准。

2、漆膜附着力。该项指标表现的是地板的油漆质量，对木地板的保护效果至关重要。漆膜附着力高表明地板与漆膜之间结合良好，可以延长地板的使用寿命，降低地板使用条件的限制；漆膜附着力低的地板在使用中可能造成油漆开裂甚至剥落，影响使用寿命。本次比较试验中，所有样品漆膜附着力均符合国家标准要求。

3、木材树种。实木地板的树种直接影响其销售价格和使用中的稳定性。据了解，我国地板销售渠道树种标称混乱，其原因是生产或经销企业对使用树种学名的科学意义认识不足、进口产品树种名称音译有误或擅自起名称。本次测试30个实木地板样品中，28个样品标称树种与检测树种相符，只有北京百得能贸易有限公司经销的junckers industrier A/S生产的君客牌1830×129×22规格的桦木实木地板（实测为水曲柳）和北京圣居宏业商贸公司生产的圣居牌910×122×18规格的红花梨色实木地板（实测为纳托山榄）标称树种与检测树种不符。

4、硬度。GB/T 18103-2000《实木复合地板》标准中未对实木复合地板的硬度进行要求。本次比较试验依据GB/T17657-1999《人造板及饰面人造板理化性能试验方法》，对30个实木复合地板样品进行了硬度测试，即在实验机

机上用压头对地板施加压力，直至产生损坏为止。测试结果显示：大部分型号的实木复合地板硬度在32—45MPa（兆帕。产生“1兆帕”的压强，需在1平方厘米的面积上，施加约10公斤的压力）之间，都能够满足家庭使用的要求。

5、甲醛释放量。甲醛释放量在实木复合地板中是一项重要的环保指标。该项指标超标会刺激人的呼吸系统、皮肤及

视网膜。在本次测试样品中，30个实木复合地板甲醛释放量全部符合国家标准。

6、残余应力。木材干燥设备、工艺落后，干燥质量差，造成木材内部残余应力过大，应力较大时，会造成地板安装后随环境温度、湿度等外因变化，导致地板变形、开裂。目前，GB/T15036-2001《实木地板》中未对该指标进行规定，但为了推动行业标准的完善，我们依据

GB/T6491-1999《锯材干燥质量》的规定，即实木地板残余应力指标适用于干燥质量二级（不超过3.5%），对实木地板的残余应力进行测试。经测试，30个实木地板样品残余应力均超过了11%。据了解，造成残余应力过大的原因主要是企业干燥工艺不过关或未对残余应力进行处理加工。因此，我会建议有关部门对实木地板标准进行修订。



北京市消费者协会实木地板比较试验结果

序号	标称生产企业	标称商标	型号规格	表面耐磨	漆膜附着力	残余应力	木材树种		质量评价
				优等品： $\leq 0.08g/100r$ 且漆膜未磨透；一等品： $\leq 0.10g/100r$ 且漆膜未磨透；合格品： $\leq 0.15g/100r$ 且漆膜未磨透	优等品：0~1级 一等品：2级 合格品：3级		标称树种	测试结果	
1	北京联合兄弟科技发展有限公司	比尔卡特	900×120×18	0.04g/100r漆膜未磨透	2级	12.6%	白栎	相符	★★★
2	浙江久盛地板有限公司	久盛	760×125×18	0.06g/100r漆膜未磨透	3级	12.2%	纤皮玉蕊	相符	★★
3	浙江世友木业有限公司	世友	610×124×18	0.07g/100r漆膜未磨透	2级	12.8%	纤皮玉蕊	相符	★★★
4	浙江宝木木业	新恒益	910×122×18	0.08g/100r漆膜未磨透	2级	11.9%	番龙眼	相符	★★★
5	浙江富得利木业有限公司	富得利	910×122×18	0.08g/100r漆膜未磨透	2级	12.5%	圆盘豆	相符	★★★
6	上海广日地板有限公司	广日	910×122×18	0.05g/100r漆膜未磨透	2级	13.0%	櫟栎	相符	★★★
7	广州沐年木业有限公司	沐年	910×(114~123)×18	表层为油蜡	1级	11.9%	柚木	相符	★★★★
8	上海菱格木业有限公司	天格双菱	900×116×18	0.07g/100r漆膜未磨透	2级	12.4%	柚木	相符	★★★
9	上海泰尚建材(康隆地板)有限公司	康隆	910×121×18	0.07g/100r漆膜未磨透	2级	12.3%	番龙眼	相符	★★★
10	广东省佛山市顺德区伦教群安木制品厂	迪克	910×122×18	0.10g/100r漆膜未磨透	2级	12.2%	刺槐	相符	★★
11	圣恩纳(天津)有限公司	圣恩纳	900×130×18	0.10g/100r漆膜未磨透	2级	12.8%	櫟栎	相符	★★
12	杭州明成木业有限公司	明成	910×123×18	0.06g/100r漆膜未磨透	3级	13.6%	斑纹漆	相符	★★
13	浙江永吉木业有限公司	永吉	910×122×18	0.12g/100r漆膜未磨透	3级	13.1%	番龙眼	相符	★★
14	上海泛美木业有限公司	泛美	900×120×16	0.08g/100r漆膜未磨透	2级	12.8%	斑纹漆	相符	★★★
15	博纳圣木业(北京)有限公司	森怡嘉华	910×123×18	0.02g/100r漆膜未磨透	3级	13.6%	印茄木	相符	★★
16	上海汇琴实业有限公司	琴牌	910×152×18	0.08g/100r漆膜未磨透	2级	14.2%	櫟栎	相符	★★★
17	北京富年达地板有限公司	富年达	1500×120×18	0.08g/100r漆膜未磨透	1级	12.1%	柚木	相符	★★★★
18	junckers industrier A/S	君客	1830×129×22	0.06g/100r漆膜未磨透	2级	17.4%	桦木	水曲柳	★
19	吴江市桃源丰润木业厂	吉利	910×122×18	0.12g/100r漆膜未磨透	2级	12.8%	纤皮玉蕊	相符	★★
20	浙江湖州南浔红高粱地板厂	林之缘(富大)	910×122×18	0.07g/100r漆膜未磨透	3级	12.6%	番龙眼	相符	★★
21	北京圣居宏业商贸公司	圣居	910×122×18	0.05g/100r漆膜未磨透	2级	13.0%	红花梨色	纳托山榄	★
22	浙江省林产有限公司	万森	910×120×18	0.09g/100r漆膜未磨透	2级	14.1%	印茄木	相符	★★
23	上海华泾地板有限公司	骏牌	910×123×18	0.11g/100r漆膜未磨透	2级	13.5%	圆盘豆	相符	★★
24	嘉丰木业(苏州)有限公司	北美枫情	910×130×15	0.06g/100r漆膜未磨透	2级	12.7%	海棠木	相符	★★★
25	上海誉丰实业有限公司	誉丰	750×125×18	0.08g/100r漆膜未磨透	2级	12.4%	纤皮玉蕊	相符	★★★
26	上海博壮木业有限公司	设计家	910×122×18	0.07g/100r漆膜未磨透	2级	13.4%	番龙眼	相符	★★★
27	上海益明木业有限公司	华明	910×123(125)×18	0.08g/100r漆膜未磨透	3级	12.4%	番龙眼	相符	★★
28	佛山市南海甘蕉藤木综合制品厂	金刚鹦鹉	900×95×18	0.11g/100r漆膜未磨透	2级	13.2%	异翅香	相符	★★
29	安信伟光(上海)木材有限公司	安信	909×122×18	0.09g/100r漆膜未磨透	2级	12.0%	桦木	相符	★★
30	中山市保得利贸易发展有限公司	保得利	910×125×18	0.06g/100r漆膜未磨透	2级	11.0%	铁苏木	相符	★★

注：1、“质量评价”根据测试结果进行综合判定，“★”越多，表明产品质量越好；2、比较试验结果只对购买的样品负责，本表中排名不分先后；3、本次比较试验测试标准：GB/T15036-2001《实木地板》、GB/T 18513-2001《中国主要进口木材名称》、GB/T16734-1997《中国主要木材名称》、GB/T6491-1999《锯材干燥质量》。4、GB/T6491-1999《锯材干燥质量》规定，实木地板残余应力指标适用于干燥质量二级（不超过3.5%）。

北京市消费者协会实木复合地板比较试验结果

序号	标称生产企业	标称商标	表层木质	型号规格(单位:mm)	表面耐磨	漆膜附着力	硬度	甲醛释放量	质量评价
					优等、一等≤0.08g/100r 合格≤0.15g/100r	割痕及割痕交叉处允许 有少量断续剥落	单位: Mpa	≤1.5mg/L	
1	安信伟光(上海)木材有限公司	安信	榆木	909×123×12	0.04g/100r漆膜未磨透	无剥落	38	1.0mg/L	★★★
2	佛山市南海甘蕉藤木综合制品厂	金刚鹦鹉	非洲楝	910×145×15	0.06g/100r漆膜未磨透	无剥落	37	0.3mg/L	★★★★★
3	上海博壮木业有限公司	设计家	柚木	910×126×15	0.06g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	36	0.4mg/L	★★★
4	中山市保得利贸易发展有限公司	雅舍	非洲红檀	910×145×15	0.05g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	44	0.5mg/L	★★★
5	嘉丰木业(苏州)有限公司	三月枫	山纹白蜡木	910×130×15	0.04g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	37	0.3mg/L	★★★
6	上海誉丰实业有限公司	誉丰	白栎	910×125×15	0.06g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	41	0.4mg/L	★★★
7	德尔国际地板有限公司	德尔	柚木	910×127×15	0.06g/100r漆膜未磨透	无剥落	39	0.3mg/L	★★★★★
8	江西绿保木竹有限公司	金福昌王	沙比利	910×125×15	0.05g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	36	0.5mg/L	★★★
9	上海益明木业有限公司	华明	香脂木豆	910×127×15	0.05g/100r漆膜未磨透	无剥落	41	0.4mg/L	★★★★★
10	广州力恒木业制造有限公司	宏耐	海棠木	910×125×15	0.04g/100r漆膜未磨透	无剥落	34	0.4mg/L	★★★★★
11	北京国林金鹊木业有限公司	金鹊	香脂木豆	910×125×15	0.03g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	37	未检出	★★★
12	广东省佛山市顺德区伦教群安木制品厂	迪克	栎木	910×125×12	0.04g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	39	0.1mg/L	★★★
13	北京森泰木业	欧朗	黄花梨	910×125×15	0.05g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	41	未检出	★★★
14	吉林省敦化市阳光木业有限公司	森莱仕	黑胡桃	910×130×15	0.08g/100r漆膜未磨透	无剥落	44	未检出	★★★★★
15	浙江永吉木业有限公司	永吉	柚木	910×125×15	0.04g/100r漆膜未磨透	无剥落	44	0.3mg/L	★★★★★
16	上海广日地板有限公司	广日	香脂木豆	1200×165×15	0.05g/100r漆膜未磨透	无剥落	37	未检出	★★★★★
17	中国吉林森工工业集团有限责任公司	金桥	柞木/栎木	800/900×138/148×14	0.06g/100r漆膜未磨透	无剥落	32	0.6mg/L	★★★★★
18	阿姆斯壮世界工业(中国)有限公司	阿姆斯壮	山核桃	1210×125×15	0.07g/100r漆膜未磨透	无剥落	48	0.1mg/L	★★★★★
19	大亚(江苏)地板有限公司	圣象康树	经典红橡	2200×145×15	0.05g/100r漆膜未磨透	无剥落	32	0.3mg/L	★★★★★
20	上海书香门第实业有限公司	书香门第	桦木	910×127×15	0.04g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	45	0.3mg/L	★★★
21	北新建材(集团)有限公司	北新	白栎	920×148×15	0.05g/100r漆膜未磨透	无剥落	38	0.2mg/L	★★★★★
22	北京京泽爱迪木制品有限公司	圣殿	水曲柳	1220×145×12	0.03g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	32	0.1mg/L	★★★
23	TSH集团Ekowood	ekowood(意高)	橡胶木	2200×195×14	0.04g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	32	0.1mg/L	★★★
24	新生活家木业制品(中山)有限公司	生活家	柚木	910×125×15	0.06g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	39	未检出	★★★
25	佛山市顺德区鹿林木制品有限公司	长颈鹿	栎木	1830×189×15	0.09g/100r漆膜已磨透	割痕交叉处无剥落	41	0.1mg/L	★
26	北京罗西艺美贸易有限公司	罗西艺美	缅甸柚木	500×500×17	0.08g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	65	0.2mg/L	★★★
27	嘉禾韦伦(集团)装饰材料有限公司	韦伦嘉禾	橡木	910×126×12	0.07g/100r漆膜未磨透	少量断续剥落	31	未检出	★★★
28	日本TEX东洋株式会社	东洋	柳桉	1818×303×12	0.05g/100r漆膜未磨透	割痕交叉处无剥落	49	未检出	★★★★★
29	浙江贝亚克木业有限公司	莱茵阳光	槐木	910×123×15	0.11g/100r漆膜未磨透	割痕交叉处无剥落	42	0.3mg/L	★★★
30	北京世纪罗威木材有限公司第一分公司	罗威	柞木	910×125×15	0.08g/100r漆膜未磨透	交叉处有少量断续剥落	35	未检出	★★★

注：1、“质量评价”根据测试结果进行综合判定，“★”越多，表明产品质量越好；2、比较试验结果只对购买的样品负责，本表中排名不分先后；3、本次比较试验测试标准：GB/T 18103—2000《实木复合地板》、GB18580—2001《室内装饰装修材料人造板及其制品中甲醛释放限量》、GB/T17657—1999《人造板及饰面人造板理化性能试验方法》。

木地板消费提示

1、消费者选购地板不宜过分追求树种的名贵。不同树种的实木地板价格差异较大。消费者应根据自己的经济能力和对颜色、纹理的喜爱决定购买何种地板，且挑选地板颜色要考虑与房间整体色调的协调。

2、消费者选购地板不宜过分追求色差、纹理一致。实木地板是天然木制品，客观上存在色差和花纹不均匀现象，这是木材的天然特性，也是回归自然的重要特征之一。

3、消费者选购木地板不宜盲目追求气派，选择过长过宽的地板。木地板是天然材料，虽经过人工处理，但其会随着环境变化出现微量胀缩，板面越宽越长出现问题就会越多，因此选择地板宜短而窄。

4、消费者选购地板可根据木地板比较试验结果参考木

地板的残余应力、含水率、硬度等指标进行选购。依据相关标准是木地板残余应力不超过3.5%，含水率应在8%-13%之间，消费者购买时应查阅检测报告或现场测定；地板的硬度特别是实木复合地板一般取决于芯层单板的材质软硬，消费者应尽量选择硬木类的材质。

5、建议消费者购买哪一家地板就请哪一家铺设，尽可能亲自在现场监督施工，以免发生问题后生产企业和铺装企业互相推诿责任。

6、木地板的使用过程中要注意维护：木地板切忌泡水，在清洁时不能用滴水的拖把擦洗；避免阳光暴晒；避免家具或其他重物、硬物刮擦地板；地板铺设后的房间要常开窗开门通风，定期清洁打蜡。

21种不合格食品全市下架

为了保障人民群众身体健康和人身安全，近期市工商局加大食品的检测力度，本次共抽取样本618个，不合格样本21个（不合格食品名单见附表），抽检合格率为96.55%，其中蔬菜、鲜肉、食盐、大米、食用油、食糖、水发产品、鲜奶、干果、坚果、谷物粉制品、方便面、干菜、小麦粉、即食米面食品、辣椒制品、蜂产品抽检全部合格。经技术中心评估，现决定对该21种食品停止销售。

北京市工商局提醒消费者：凡已购买下列不合格食品的消费者可凭购物小票和食品外包装向销售单位要求退货。

样品名称	商标	规格型号	生产日期	生产单位名称	不合格项目	当事人姓名和名称
珠子椒	贵三红	1.5kg/桶	2009.11.01	贵州遵义县貴山红 辣椒系列食品厂	亚硫酸盐	锦绣大地农副产品批发市场 一号馆D厅118-119号李金华
二荆条	贵三红	1.5kg/桶	2009.09.01	贵州遵义县貴山红 辣椒系列食品厂	亚硫酸盐	锦绣大地农副产品批发市场 一号馆D厅118-119号李金华
小米辣	贵三红	1.5kg/桶	2009.12.01	贵州遵义县貴山红 辣椒系列食品厂	亚硫酸盐	锦绣大地农副产品批发市场 一号馆D厅118-119号李金华
双安腐竹	双安	150g/袋	2010.01.18	河南省内黄县绿 园豆制品厂	硼砂	锦绣大地市场原一号馆C厅 临35号刘水花
球盖菇	顺石	≥750g/袋	2010.01.18	辽宁抚顺经济开发区顺石罐头加工厂	亚硫酸盐	锦绣大地市场2号馆1号厅 172-173号刘永伟
华群麻辣酱	华群	230g/瓶	2010.08.29	四川省眉山市华群 食品酿造有限公司	苯酸钾	锦绣大地农副产品批发市场 一号馆D厅027号甯阿英
华群麻辣鲜	华群	230g/瓶	2009.11.08	四川省眉山市华群 食品酿造有限公司	苯酸钾	锦绣大地农副产品批发市场 一号馆D厅027号甯阿英
金针菇	一腾	400g/袋	2009.12.30	茌平县万康食品厂	亚硫酸盐	锦绣大地市场2号馆1号厅 049号师中才
森野山珍	森野	1600g/桶	2010.01.10	昆明西山森野 食品厂	亚硫酸盐	锦绣大地市场2号馆1号厅 049号师中才
食用菌系列	图形	2000g/桶	2010.01.08	天津市蓟县正宗 食品厂	亚硫酸盐	锦绣大地市场2号馆1号厅 049号师中才
腌渍食用菌	雨利达	2.5kg/桶	2009.10.12	天津市雨利达食 品加工厂	亚硫酸盐、苯酸钾	锦绣大地市场2号馆1号厅 049号师中才
腌渍食用菌	抓脆	2500g/桶	2009.11.16	天津市蓟县联春 食品厂	亚硫酸盐、苯酸钾	锦绣大地市场2号馆1号厅 049号师中才
特级腐竹	/	散装	2010.01.10	内黄县二安乡富 盛豆制品厂	亚硫酸盐、硼砂	锦绣大地市场2号馆1号厅 021-022号孙志波
腐竹	大众	200g/袋	2009.11.15	河南大众豆制食品	硼砂	锦绣大地市场2号馆1号厅 021-022号孙志波
豆油皮	大众	150g/袋	2010.01.06	河南大众豆制食品	亚硫酸盐、硼砂、 吊白块	锦绣大地市场2号馆1号厅 021-022号孙志波
豆酱	加多利	750g/瓶	2009.09.27	揭阳市加多利食 品有限公司	苯酸钾	锦绣大地农副产品批发市场 二号馆二号厅130-133号 詹秀兰
方竹贡笋	金竹	1000g/瓶	2009.10.20	重庆市南川区森源 野生食品有限公司	亚硫酸盐	锦绣大地市场2号馆1号 厅162-163张马长
鲜豆油皮	江南缘	158g/袋	2010.01.03	北京大地永春商 贸有限责任公司	亚硫酸盐	锦绣大地市场2号馆1号 厅162-163张马长
腌渍食用菌	抓脆	3000g/罐	2009.12.05	天津市蓟县联 春食品厂	亚硫酸盐、苯酸钾	锦绣大地市场2号馆1厅 142号张荣景
食用菌系列	图形	2000g/罐	2010.01.17	天津市蓟县正 宗食品厂	亚硫酸盐	锦绣大地市场2号馆1厅 142号张荣景
食用菌系列	图形	2000g/罐	2010.01.21	天津市蓟县正 宗食品厂	亚硫酸盐	锦绣大地市场2号馆1厅 142号张荣景



汽车发动机漏油不保修？

消费者黄某：

2009年9月12日，黄某在北京瑞征汽车贸易有限责任公司购买了一辆价值103000元的江淮瑞风汽车，用了半年后发现机油泵漏油。黄某要求商家给予保修，商家检查后称机油泵密封垫失效所致，属易损零部件，只保修3个月或公里数不超过5000公里，而汽车现已跑了13825公里，超出了规定的公里数，要求消费者自付维修费850元，消费者认为机油泵是汽车的主要部件，而机油泵的密封垫和机油泵是一个整体，自然也不属于易损零部件，要求商家按发动机的保修1年的规定免费维修，商家坚持不给免费修理。

消协调解：

消协立即与消费者了解情况，并根据消费者提供的汽车维修手册，进行研究后确认机油泵是汽车的主要部件，不属于易损零部件。于是又与商家取得了联系，对汽车维修手册进行了探讨，商家以消费者提供的汽车维修手册是旧版为由，不同意免费修理，经过反复做工作，商家的态度有所转变。经调解双方达成一致意见，850元修理费由商家承担650元，消费者承担200元。（海淀区四季青消协分会供稿）

这家物业公司 有点不讲理

消费者乔先生：

2009年9月份，他家里厨房的水管有点漏水，便给物业打电话报修。因小区换物业办理交接手续，物业未能及时上门维修，导致水管大量漏水。后来物业却要求他补交235元水费。刘先生找到物业负责人讨说法，认为水管漏水是因物业没有及时维修而造成的，责任应由物业承担。物业公司以刘先生不交水费为由，对他家里停水停电，导致他一家无法正常生活。

消协调解：

消协工作人员接到投诉后，立即打电话联系物业公司负责人到消协分会解决纠纷，在分清责任的情况下，消协工作人员对双方进行了耐心的疏导，并进行有关法律法规的宣传。最后，物业公司负责人为刘先生家里恢复了供水和供电。（崇文区幸福消协分会供稿）



老人订货未提货退不了款

消费者信女士：

老年消费者信淑英女士在北京世纪缘生物科技有限公司为老伴订购了核桃油等保健食品，后由于老伴病重突然去世，保健品就没有提货。信女士与该公司联系，称因其老伴已经去世，原来为其定购的产品，现在已经没有人用了，希望该公司为其退货，遭到该公司拒绝。突然失去丈夫的信女士很悲伤，几乎失去了生活的信心，又遇到不讲理的公司，买的产品还未提货就不给退款，请求消协主持公道。

消协调解：

大兴区西红门消协分会迅速与北京世纪缘生物科技有限公司联系沟通。该公司以消费者在购买产品之前已经参加了该公司组织的外出活动，公司产生了一定费用为由，不同意退还货款。针对这种情况，消协工作人员晓之以理，动之以情。引导企业从消费者的角度考虑，妥善解决好此事。经多次调解，北京世纪缘生物科技有限公司向信女士退还了6440元的货款。大兴区西红门消协分会（大兴区西红门消协分会供稿）

审美也玩价格打折游戏

消费者张女士：

2009年10月6日，她在审美美容美发店剪发。美发店服务员极力推荐她办理一张优惠卡，并承诺烫发可以享受6折优惠。但当她后来再去消费时，却发现烫发总价涨了，打6折后还比原来贵了50多元钱。张女士与美发店经营者理论，往返数次都没有得到解决。

消协调解：

消协接到投诉后，立即与审美美容美发店沟通，指出其在经营中单方面更改消费服务内容，侵害了消费者的合法权益。经调解，美发店同意张女士继续在原价格基础上享受6折优惠，直至把卡上的2000元消费完为止。（宣武区消协供稿）



网店退货承诺难兑现

消费者张先生：

他在卓越亚马逊公司网站上订购“欧司朗”台灯，经营者承诺7日内有质量问题无条件退货。后因质量问题经营者承诺为消费者办理退货手续，却迟迟未退货款。后经营者又答复将他的货款退到礼品卡上，他只能持卡在网站上继续消费其它商品。张先生认为经营者这样做是强制消费，向朝阳区高碑店消协分会投诉。

消协调解：

消协接到投诉后，及时展开调解，对经营者的做法给予批评，告知经营者不能强制消费，要依据《消法》第二十三条规定：经营者提供商品或服务，按照国家规定或与消费者的约定，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，不得故意拖欠或者无理拒绝。在消协工作人员的帮助下，经营者认识到自己的问题，退还了消费者的货款。（朝阳区高碑店消协分会供稿）



瓶装辣椒内竟有白条虫

消费者张先生：

他花7.50元在超市买了一瓶辣椒，回家打开后发现辣椒里有白色条虫（产品在保质期内）。他者立即找到超市负责人说明情况，要求退货并按商品价格进行十倍的赔偿共82.50元。但超市只同意退货，不同意赔偿。

消协调解：

接到投诉后，消协立即联系双方当事人了解情况。在确定责任的情况下，消协工作人员对商家进行了纠正，并提出了批评。指出消费者的要求是合理合法的，依照《中华人民共和国食品安全法》第96条的有关规定：“生产不符合食品安全标准的食品或者明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失外，还可以向生产者或者销售者要求支付价款十倍的赔偿”。经调解，超市为消费者退货并按商品价格支付了十倍的赔偿，共计82.50元。（崇文区幸福消协分会供稿）



面包吃出异物获十倍赔偿

消费者李先生：

他在麦德龙商场购买一袋切片吐司面包，价款为6.99元。回家食用时吃出很大一片异物，消费者顿感身体很不舒服。于当日找到麦德龙商场，商家以面包非本商场生产，需与生产厂家联系为由，没有给予解决。次日，生产厂家一位负责人通过电话向李先生询问了具体情况后，让其先去医院进行检查，再给予解决。但随后却一直没有音讯。

消协调解：

消协接到投诉后，立即与双方当事人取得联系，了解纠纷的真实情况。调解人员通过仔细的观察，发现异物上的残留物等证实消费者反映情况属实。消协找到商场售后服务部门指出：依据《食品安全法》的规定，消费者要求十倍赔偿是有据可依的。此外，消费者是在商场购买的食品，本着谁销售谁负责的原则，商家应当承担责任。经调解，麦德龙商场一次性向消费者赔付了100元。（朝阳区十八里店消协分会供稿）

保修期应从换货时算起

消费者丁女士：

2007年5月，她购买了两组勃森牌散热器，保质期明确承诺为5年。2010年3月1日，散热器出现了沙眼，造成严重漏水，经销商同意为丁女士更换，但提出保修期仍要按2007年5月购买的时间计算。丁女士不同意便向密云县消协投诉。

消协调解：

密云县消协接到投诉后，立即与经销商进行联系。经查，消费者反映的情况属实。对此，消协通知经销商，明确了消费者的要求符合《中华人民共和国消费者权益保护法》规定。经调解，经销商及时为消费者丁女士更换了新的散热器，保修期变更到换货之日起计算。（密云县消协供稿）



过了保修期的“烦恼床”

消费者张女士：

2008年，她在东城某医疗器械公司购买了一套单价为12950元的家用温热治疗床，在使用过程中发现部分地方不产生热度，厂家为她换了一次。但用了不长时间，治疗床还是不能正常使用，导致她在睡觉时胳膊受凉，最后胳膊弯曲不能伸直。她多找经销商要求退货，经销商认为治疗床已经使用二年，只能退4500元，双方产生争执。

消协调解：

经查，张女士购买的温热治疗床已经过了二年的保修期，但张女士在保修期内多次与经销商协商此事未果，给张女士身心造成极大的痛苦。消协工作人员一边安抚消费者，一边联系经销商。由于消费者购买产品已经过了保修期，经销商坚持不让步。对此，消协多次出面调解并指出：虽然商品已过了保修期限，但是商品影响使用，给消费者造成伤害的事实存在，作为商家要对商品的质量负责，而不能以“三包”期限作为推托责任的借口，这与《消法》等法律法规的立法精神不符。经消协调解，双方最终达成共识，经销商一次性退还消费者张女士7000元。（东城区安交消协分会供稿）



义利果料面包吃出尼龙绳

消费者何女士：

4月19日，她在陶然亭华强第三超市购买了一个义利果料面包。回家后掰开喂孩子吃，在食用过程中，发现面包内夹着一条一寸来长的白色尼龙绳。何女士很生气，就直接打电话找义利食品厂，厂家代表到何女士家看了后，确定面包是他们生产的，并承认是一时疏忽，同时答应赔偿何女士人民币10元。何女士不同意并非常气愤，与厂家产生了纠纷，打电话到宣武区消协求助。

消协调解：

消协接投诉后，立即联系超市和生产厂家解决问题。消协指出：义利是“老字号”著名商标，深受老百姓爱戴，不能因为一时疏忽就损害了“老字号”的信誉，“老字号”更应该自觉执行食品安全法。经调解，厂家最终同意按《食品安全法》规定，退赔消费者人民币41.8元。（宣武区消协供稿）



洗浴中心皮鞋丢失 索赔遭拒

消费者崔某：

4月8日，崔某在怀柔区桥梓村某洗浴中心淋浴，沐浴完发现自己价值360元的鳄鱼牌皮鞋丢失。崔某遂与该洗浴中心负责人商量赔偿，要求赔偿鞋款300元，遭到该洗浴中心拒绝。

消协调解：

消协接到投诉后，立即进行调查。经核实：洗浴中心负责人承认确有此事，消费者崔某也出具了2009年12月份购买的该皮鞋发票360元。对此，消协依据《消法》第七条“消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利”及第十一条“消费者因购买、使用商品或接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利”的规定进行调解，双方达成协议：洗浴中心赔偿消费者崔某鞋款200元。

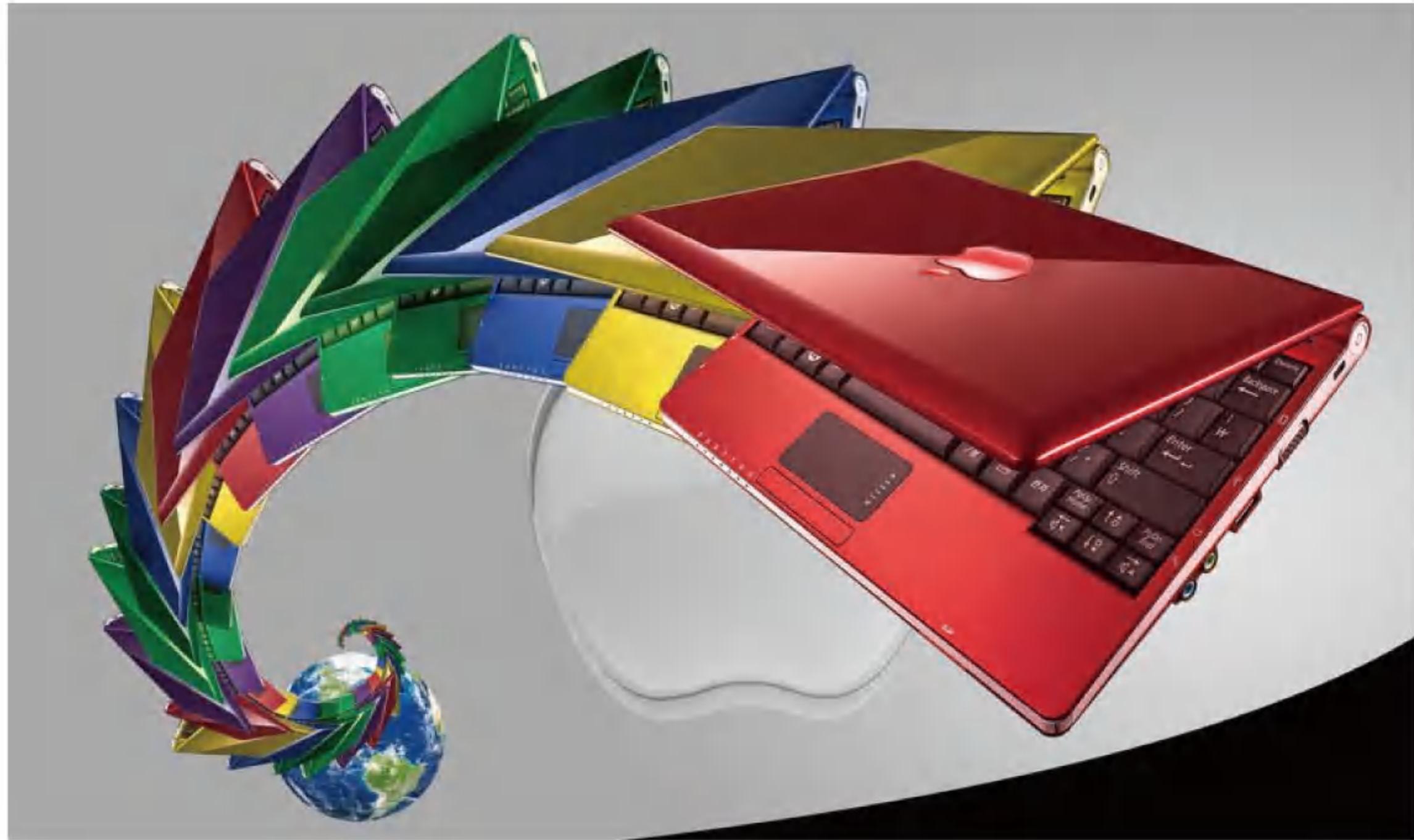
烫发变毁发竟拒绝赔偿

消费者侯女士：

3月1日，她到怀柔区某理发店烫发，由于理发技术人员失误，造成侯女士头部头发脱落，双方发生争执，就赔偿问题协商未果。侯女士认为，美发店美发严重影响了自己的容貌，对她身心的伤害负有不可推卸的责任。在与理发店多次交涉无果的情况下，侯女士投诉到怀柔区龙山消协分会。

消协调解：

消协了解事实后，调解指出：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。如果服务出现问题导致消费者权益受损，理应承担责任。最后，美发店赔偿侯女士700元，并退还服务费30元。（怀柔区龙山消协分会供稿）



笔记本电脑维修猫腻多

笔记本电脑维修难的问题已非一日之寒，3.15晚会爆出的笔记本维修问题就是很好的例证。最新数据显示，目前国内笔记本电脑年销量已达1300万台，消费者购买笔记本电脑第一年内的返修率高达8%-10%。而正规厂家维修费用贵、遍布市场的个体维修点质量又无法保证已成为困扰整个行业的一大难题。

笔记本电脑售后维修点存在的猫腻主要有：其一，推卸责任。在对笔记本电脑进行维修时，很多维修人员会先以各种理由将消费者的产品判定为“不在保修范围内”，或者直接认定是人为损坏，进而提出收费要求。事实上，很多不可抗力引起的笔记本电脑硬件损坏不属于人为损坏，比如说，电压不稳造成的配件损坏，是属于保修范围内的，而实际操作时，很多商家会说是消费者人为使用不当所致。

其二，退换困难。很多有着换机要求的消费者都有这样的体会：即使机器存在毛病，而且一时又修不好，换起来也是非常麻烦的事。不少商家会以包装、附件不完整、产品表面有划痕等理由拒绝更换产品，或者要求收取一定的折旧费。另外，旧机器拿走很久新机器迟迟不送来的现象也是司空见惯，不少商家甚至拿翻新机换给消费者。

其三，以旧充新。这其实是一种比较常见的欺诈手段，具体地说就是：维修人员在维修的时候，使用旧配件来替换坏配件，有时替换的甚至都不是一个级别的产品。

其四，设置隐患。很多消费者都有过这样的经历：电脑要么不坏，一坏就连着坏，上次维修还在保修期内，这次就要付钱了，其实，这很可能是维修工做的手脚。不少维修人员如果发现维修的电脑已经接近保修期限的话，经常会故意把一些焊接之类的简单工作做得不那么理想，这样用一段时间以后该故障点还可能旧病复发，到了那个时候，消费者的电脑就需要花钱维修了，维修人员不但为自己“人为制造”了一笔生意，临到维修时还可以“人为制造”出一些其他毛病，获取“营业额”。

面对混乱的笔记本维修市场，如何才能慧眼识金，选择到适合自己的电脑维修店，成为了摆在消费者面前的一个新问题。建议尽快出台规范化的电脑维修细则，使消费者在电脑出现问题维修时有据可依。（丰台区消协供稿）

网上购物须谨慎

近日，怀柔区消协接到吉林省汪清县汪清镇消费者崔先生（朝鲜族）的投诉。2009年12月23日，消费者通过网上购买一个“日本充气娃娃”，价格500元，已银行汇款的方式把钱汇到了北京市怀柔区于家园建安大厦底商109号（藏娇阁商行），称7日内到货。但过了7天也没收到货物，消费者崔先生多次打电话无人接听，消费者在万般无奈的情况下以信函方式投诉到怀柔区消协，想讨回一个公道。区消协在调查中发现，一是消费者投诉的经营主体不存在。经市场主体网格经济户口查询和对该辖区网格责任人的询问，均未查到“藏娇阁商行”一户。二是投诉的经营主体地址不存在。消费者投诉的经营主体地址为“北京市怀柔区于家园建安大厦底商109号”，经调查，怀柔区内不存在。

根据上述投诉情况分析，怀柔区消协再次发布消费提示“网上购物须谨慎”：提醒广大消费者一是网上购物前要了解销售商是否是合法的经营主体。通常情况，正规网站都标注有网上销售的经营许可证号和工商行政管理机关红盾检验标志，因此，要选择规模较大、诚信度高、口碑好、特别是有货到付款的正规购物网站购物；二是在不了解购买商品详情的情况下，尽量不要在网上购买高档或大件商品，不要被网上天花乱坠的广告信息迷惑，对那些价格和价值完全不符的商品，更要提高警惕；三是如若网上购物，切忌保存好付款凭证和网上交易清单，以利于投诉维权。交易时，应选择网站为责任方的付款方式，一旦消费者确认某种商品即由网站通知卖家按照消费者填写的地址进行发货，货物到达，消费者查验无误后，再在网上完成确认收货，并由消费者通知责任方付款给卖家的操作，这样可以规避卖家对售后不承担责任的风险；四是要对所需购买的商品多进行了解、比较，特别要警惕超低价商品。对那些明显有偏离商品价值的商品，更要保持清醒的头脑，一定不要轻易购买，以免上当，后悔不及。（怀柔区消协供稿）

选购平板电视要注意四个方面

随着平板电视的日益成熟和普及，广大消费者面对五花八门的平板电视，众多的品牌和技术指标一时让消费者难以选择，为此，房山区消协、工商分局发布消费提示：选购平板电视要注意四个方面，即选购平板电视时要着重注意四项指标：动态清晰度、色彩表现、视能耗和电视屏幕三包期限。

一是看电视的动态清晰度，即要认准“电视线”指标。真正反映平板电视显示清晰度水平的指标是“电视线”。早在2006年，原信息产业部发布的数字电视等离子体显示器通用规范、数字电视液晶显示器通用规范中，明确定义：显示器清晰度达到720电视线以上称为高清。

二是看电视的色彩表现。据专家指出，彩电色域覆盖率范围越大，代表能够表现的颜色越丰富，色彩的还原能力强，更利于接近自然色，保护人眼健康。

三是看电视的平均使用耗电量。中国电子商会消费电子产品调查办公室“平板电视能耗测试课题研究”结论指出，不同尺寸规格平板电视整机消耗功率水平参差不齐。以46英寸和47英寸液晶电视最为突出，测试中整机消耗功率最高为289瓦，与最低的相差118瓦，差幅达到40%。

四是确认厂家对平板电视屏幕的三包承诺期限。由于平板电视中最昂贵的部件为屏幕，使用时间超过三包期限，屏幕一旦出现问题消费者就要承担巨额的维修费用。由于平板电视机的屏幕未列于《部分商品修理更换退货责任规定》中彩色电视机的主要零部件内，因此消费者购买产品时，一定要注意查看厂家是否将屏幕三包期限延长至三年。（房山区消协供稿）



切莫轻易购买送货上门产品

近期，密云县消协先后接到几起农民消费者电话反映，称上了走街串巷、送货上门推销“燃气灶具”经营者的当，花了300元到400元购买了走街串巷推销的燃气灶具，当时承诺所卖燃气灶具保修三年，为购买者提供50元一罐的液化气。但实际未使用一个月所购燃气灶具就无法使用，再打电话与经营者联系时，电话已是无法接通，人更是无法查找，此时方知上当受骗。

县消协按照消费者提供经营者的情况，通过工商行政管理部门进行了信息查询，根本就没有消费者所提供的经营者信息。

为了避免消费者不再上当受骗，密云县消协发布消费提示，消协提醒广大消费者：在日常的生活当中购买商品或者接受服务时，为了自己的合法权益不受侵害，一定不要贪图便宜。一是要看经营者是否有营业执照和其他合法的手续；二是要看经营者所销售的产品是否符合国家的标准，生产厂家、生产日期、保质日期是否明确标注；三是要看经营者能否提供所售商品的有效凭证；四是要看经营者所提供的联系方式是否正确、畅通等等。经营者凡是不能做到这些，消费者一定不能购买其所销售的商品。除此之外，消费者对其他不清楚的问题，一定要及时向当地工商行政管理部门或其他有关部门进行举报或者投诉。只有这样才能使违法经营活动得到依法查处，消费者的合法权益才能受到依法保护。（密云县消协供稿）



消费者购买食用油要“看闻问查”

近日，一农村消费者来电话反映：村委会发放的福利油，在食用中感觉有异味，怀疑有质量问题，要求退货。受理人员提示消费者要出具诸如销售商名称、地址或购货票据等相关证据时，消费者均无法提供，只说是村委会福利发放。依照相关法律法规的规定，无法证明商品来源，且无明确被诉方的情况下，有关部门无法受理投诉。针对这一投诉案例，特作如下消费提示，提示消费者（含村委会或单位）在购买食用油时要注意“看闻问查”。

一看。看标志：按照国家规定，食用油的外包装上必须有商品名称、配料表、生产日期、QS标志等内容；看包装：看食用油外包装上的商品条码印制是否规范，是否有改动迹象，桶装食用油的桶口处是否有油迹；看色泽：食用油的正常颜色呈微黄色、淡黄色或棕黄色，色泽因其品种不同而略有差异；看透明度：在阳光和灯光下用肉眼观察，高品质食用油呈清亮无雾状，且无杂质、无浑浊，透明度好；看有无分层：油体若出现分层现象，说明该食用油可能是掺假的混杂油；看品牌和生产厂商，消费者尽量选择较大型油脂企业或具有当地驰名商标生产的产品，其质量比较可靠。

二闻。闻气味：味道不同原料的植物油气味各异，优质的油经过脱味（脱臭）处理，其味十分纯正，有杂味的为品质低的劣油，品质纯正的油品尝一下，如有酸败、臭、苦、涩味均为劣质油。

三问。在桶装油的包装上都明确的标有生产厂商的名称及地址电话，为避免购买假冒品牌食用油，消费者要拨打厂家标明的售后服务电话询问或防伪电话查询。

四查。消费者（特别是用于福利购油的单位）购买食用油时，要向销售商索取该批次油的质量检验证明、进货发票等与食用安全有关的证明。（房山区消协供稿）

谨防低价羊肉片

3月13日，一位消费者拿着一袋已下锅的羊肉片到景山消协分会投诉。其反映在一家商店的出租柜台购买的羊肉片味道不对，不像羊肉。

经初步调查，销售羊肉片的小贩无法提供有效的进货凭证。执法人员现场抽取样品，封存其余未售出的羊肉片和羊肉卷，并及时将抽取的样品送国家指定的检测机构检测鉴定。经检测鉴定，送检的羊肉不含羊肉成分，景山工商所已立案调查。

事关食品安全，东城区景山消协分会就如何辨别真假羊肉向有关专家请教，目前市场上羊肉的批发价格一般是在每斤17到18元左右，零售价格是20元上下。如果羊肉价格过于低廉，那么消费者最好别轻易购买。为此，东城区景山消协分会发布消费提示：谨防低价羊肉片。提示广大消费者，要加强法规和商品知识的学习，提高自我保护意识和能力。最简单的办法就是尽量到规模较大的连锁超市购买羊肉片或其他商品，切莫因贪图便宜而上当受骗。并根据专家介绍，指导消费者从色泽、纹理、脂肪分布三个方面来分辨真假羊肉。

色泽：羊肉的颜色是鲜红色，但比牛肉略浅；猪肉是粉

红色；鸭肉则是暗红色。此外，羊肉的脂肪部分应该是洁白细腻的，有些羊肉卷脂肪部分发黄，是冻得太久了，这种羊肉新鲜度很差，营养口感也不好。

纹理：猪肉纹路较粗，排列分布也不规则，会呈现网状结构；羊肉的纹路较细，呈条纹状排列分布。

脂肪分布：牛肉和羊肉区别于其他肉类的一大特征就是瘦肉中混杂脂肪，细看丝丝分明，俗称“大理石花纹”。猪肉和鸭肉则没有。一些假羊肉通过把肥瘦猪肉切碎再压紧切片，也能做出这种花纹，但纤维混乱，很容易辨识。（东城区消协供稿）



有奖销售要先核实时购买

近期，东城区东朝消协分会接到消费者打电话反映在某商场买的饮料，如：娃哈哈、乐天芒果饮料、米露等，发现瓶盖里写着“中奖了”，奖励一瓶饮料。但是消费者不知道去哪里兑奖，按照商场提供的地址（如：某某小卖部、某商店）去兑换，方知该地址根本没有接到兑换的通知，也不知道有兑奖之事，消费者感觉是上当了，不知怎么办，于是打电话向消协反映此事。

针对此种消费现象，东城区东朝消协分会发布消费提示：有奖销售商品要核实后再购买。提示消费者，如果为获奖而购买商品，消费者一定要了解厂家关于有奖销售的通知、办法，尤其注意兑奖的地点、单位、责任人，最好先打电话查实后再决定是否购买，否则，没有承诺人的获奖，没有法律保障，消费者最终很难兑奖。（东城区消协供稿）



春耕时节购买农资六注意

目前，农业生产开始进入春耕季节，为维护农民合法权益，维护农村社会经济秩序的长期稳定发展，怀柔区消费者协会发布消费提示，在此提醒广大农村消费者，购买农资产品切莫大意，请注意以下事项：

1、要注意到有固定场所、证照齐全的农资经营单位购买，不要贪一时便宜购买走村串户夸大功效或来历不明的商贩销售的农资产品。

2、要注意查看包装是否规范，标签是否完整，有无合格证、厂名厂址、商标标识、生产日期、有效期、执行质量批准号、生产许可证号及使用说明等。

3、要注意认真阅读农资产品的使用说明书，弄清适用范围和禁用事项以及正确的使用方法，严格按照使用说明书的要求使用，遇到不理解或不明白的，应及时向农资生产者、经营者或当地农业技术部门咨询。切勿凭经验盲目使用，以免因使用不当而造成不必要的损失。

4、要注意主动向经销商索取购货凭证，提高自我保护意识，防止因质量问题受到损害时难以追回赔偿。

5、要注意保留少量样品，如果出现质量问题，便于拿样品到相关部门进行检测。

6、要注意买到假劣农资时，应及时与当地政府有关监管部门、消协取得联系，以维护自己的合法权益。（怀柔区消协供稿）



出游踏青六注意

平谷区消费者协会发布消费警示，提醒广大消费者桃花节期间出游踏青六项注意。

一、选择好出游时间。根据自己的工作和条件状况选择好出游路线，尽可能避免因旅游高峰带来吃住行的质量降低。

二、路线选择，春游踏青活动，很多消费者就是奔着鲜花嫩草而来的，所以呢，出游前功课一定要做足，想看花就要和当地联系好，看花开的情况，比如，有的消费者想吃当年的第一茬的香椿，这就要看当年第一茬的香椿是否有了，并且可以采摘下树了。

三、消费者不要在无照的个人手中买贵重物品。消费者一般到旅游地都想购买地方特色商品，如金、银、珠宝、玉器等，而很多消费者对此商品没有辨别能力，一旦购买假货，合法权益很难得到维护。购买地方特色商品，应到正规的商场购买。

四、春游一般选择农家饭的居多，广大消费者一定选择清洁卫生的就餐场所。就餐点要看是否有卫生许可证、营业执照、环境是否良好，菜肴不要追求“新、奇、特”，尽量少食用所谓的“野味”和凉菜，以清淡为宜。

五、消费者在旅游途中购买任何商品都要索要发票或信誉卡，以便为事后维权提供有效凭据。

六、遇到争议，理性主张权利。一旦出现类似食物中毒症状，如呕吐、腹泻、腹痛，应及时拨打120电话求助；并向卫生监督部门投诉。旅游过程中发生的问题，消费者可以随时向旅游质监部门和69912315进行投诉解决。（平谷区消协供稿）



房产阴阳合同的法律风险

2009年的房屋价格就象坐过山车，涨幅之大、涨速之快让人咂舌惊叹，房屋成为老百姓绝对的热门话题，房屋交易过程中存在的法律问题也随之凸显，其中交易双方签署阴阳合同现象较为普遍，存在的法律问题也很多，现以一真实案例解析其中的法律风险。

中先生在东城区有一套商品房，面积为92平米，在2009年初通过朋友介绍将房屋卖给刘女士，双方议定价格为200万元，签订了房屋买卖合同，合同约定：刘女士首付50万元，因该房屋还有租户要一个月租赁到期，办理产权过户手续时支付100万元，剩余50万元在交房时一次性付清。合同签订后，刘女士当即支付了50万元，双方约定3日后到产权交易中心办理过户手续。

在产权交易中心，工作人员要求双方必须按照北京市工商局制定的合同范本重新签订合同方能办理过户，此时刘女

士提出两项请求，第一房屋打算写女儿名，想让女儿来签订这正式合同。第二，正式合同房款写低一些，可以省很多税费。中先生考虑了一下，刘女士提出的第一条无所谓，房屋是要卖，卖给母亲和女儿没什么区别。

对于第二条，中先生有些犹豫，毕竟这不是什么正大光明的事情。刘女士不失时机地说：“你的房没超过五年，还要交营业税，房款写得低你也少缴税钱”。“这能行吗？”中先生还是不踏实。“没事，我们实际履行的还是我们签订的这份合同，我给你还是200万元，咱们签订的合同在你手里，你还怕什么呀！”中先生想想也是，还是朋友，应该不会有太大问题。所以让刘女士填写了正式合同，价款写了180万元，中先生想反正是假合同，也没有看就签了字，刘女士的女儿也在合同上签字，之后双方办理了产权过户手续，缴纳了相关税费。刘女士又支付了中先生120万元，还对中先生

说，多付你20万元，省得你心里不踏实，剩余30万元等租户搬走后交房时一次性付清。中先生便放心回去等着一个月满收剩余的30万元房款。

一个月的时间很快就到了，租户也搬走了，中先生给刘女士打电话交房付款，刘女士带着女儿如约来收房，刘女士拿了房屋钥匙，接下来发生的事情让中先生始料不及，刘女士只拿出来10万元给中先生，中先生说你应该给我30万元啊，刘女士说你记错了吧，按照合同总房款180万元，我已经付了170万元，再给你10万元不是结清了吗？这时候中先生可气坏了，抢过来房屋钥匙，不给钱这房你别想要，刘女士也不示弱，不交房你就承担违约责任，连这10万元也没有了。

双方争吵起来，最后刘女士报了警，中先生更气了，不给钱，还恶人先告状，等警察来好好评理，警察了解了事情的经过，也看了刘女士提供了房屋买卖合同正式文本，提醒中先生仔细看看合同，因双方属于经济纠纷，建议到法院诉讼解决。警察的话还是提醒了中先生，中先生急急忙忙回到家里，翻出了合同一看，傻了眼，正式合同文本中价款写了180万元，在房屋交付中约定在办理产权过户手续当日交付，不交付承担每日房屋总价款千分之一的违约金，这时他想起刘女士说的不交房承担违约责任的话来，追悔莫及，但他手里有和刘女士签订了合同，房款是200万元，这是没错的，在产权交易中心签订的是假合同啊，说好的是执行200万元的合同啊，怎么变成180万元啦，中先生认为这事一定要找个说理的地方讨个说法。

律师解析：

所谓阴阳合同是指在房屋买卖过程中买卖双方当事人对同一标的物签订的两份内容不同的买卖合同。其中用于办理过户手续的正式文本俗称为阳合同，另一份用于双方的真实意思私下约定俗称为阴合同。一般情况，双方签订阴阳合同的目的是为了逃避税费或者规避法律禁止性或限制性规定，从本案中

双方是为了逃避税费而隐蔽了交易真实价款。如果上述事实能够认定的话，按照我国合同法第52条规定，双方签订的合同应属无效，合同无效中先生收回房屋，退还购房款。

本案对于事实认定的举证存在困难。阴阳合同在法律上认定需要证据，而本案的举证责任在中先生，中先生应举证证明当时签订两份合同的目的是为了逃避税费，例如当时的录音、录像或者事后刘女士对此事认可的材料。事实上这样的证据中先生根本无法取得，在交易当时不会有录音录像，除非中先生早有预备，而事后刘女士也不会认可此事。刘女士对于签订两份合同可以有合理的解释，刘女士可以说当时确实签订了200万元的合同，但3日后交易时双方协商重新确定了交易价格，最后确定按照180万元来成交，这种情况并不违反我国法律，我国法律保护交易自由，而对于房屋来说交易在20万元左右调整也属于合理的正常范围。

中先生在本案中存在的问题，一、采用分期付款，应当在全款交清同时办理过户手续，在我国法律上，办理过户即房屋所有权发生了转移，存在买方拖延或拒付剩余房款的法律风险。二、变更买方，本案中买方由刘女士变更为刘女士女儿应当及时签订协议，或说明情况以作为证据，因未有书面证据，给诉讼主体设置带来困难及法律障碍，给买方混淆责任主体提供条件。三、签订阴阳合同，中先生本人虽然对于阴阳合同并不是十分了解，但其应知道这是违法行为，会给本身合法买卖带来麻烦，对于签订阴阳合同中先生有过错，应当承担相应的法律责任。四、对于正式文本未详细审阅即签字，对于任何一个法律文件，我们都要严肃对待，需要签字的应格外慎重，本案中中先生未审阅合同条款即签字，而合同条款中设置的交房日期及违约责任条款在法律上无相反证据证明一般认为签字即表示对合同条款进行确认，中先生有可能会承担未履行交房义务的违约责任。



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

本期主持律师：葛红伟

自1995年起从事法律事务，2006年创办北京市采信律师事务所，现为事务所主任。专业擅长房地产、业主维权及公司法律事务，担任国际能源公司、吉新宝科技有限公司等多家企业法律顾问，与搜房网、焦点房地产网等大型房地产网站长期合作。

地址：东城区王府井大街99号世纪大厦A512

电话：13366451557

网站：www.caixinlf.com



市场生态环境对于经济发展有着重要的影响。良好的市场生态环境能够促进经济又好又快发展，反之就会阻碍经济发展。“为首都创新和发展营造良好市场生态环境”是消费者权益保护组织的基本任务，怎样发挥消费者权益保护组织作用为首都经济发展服务是我们要认真研究和实践的一个重要课题。

一、对良好市场生态环境的认识

生态环境一词，是生态学中的一个词汇，反映自然环境状况一种态势。良好的生态环境有诸多要素组成，比如气候、土壤、阳光、水分、动植物以及这些自然要素与人类长期共处所产生的各种依存关系。良好市场生态环境，是市场经济活动借用生态学中生态环境的名词，用以说明良好的市场环境需要诸方面良好条件来保障。只有保护好市场生存发展的良好条件，正确处理好市场活动中相互影响、相互作用各个方面之间的相互关系，市场经济才能实现可持续发展。自然界有自然规律可循，市场经济也有其自身发展规律，遵循市场经济规律才能实现市场经济的良性发展，违背市场规律必将阻碍市场经济发展。

我们不能给良好市场生态环境下一个准确的定义，但我们认为良好市场生态环境应该是：市场中提供商品或服务的经营者以及消费者、市场行政管理的监管者、较完善法律制度、监督市场商品或服务的社会组织等方面均能够实现良好的运转，并在市场经济中正确扮演各自的角色，获得应有的市场地位，使得市场中所提供的消费产品和服务品种不断增加、质量不断提高、性价比不断提升的市场环境，从而市场可以健康、持续的发展。

作为从事消费者权益保护的工作者，从近些年工作实践来看，对营造良好市场生态环境、促进消费的增长和经济的发展的重要意义有一个逐步认识和提高的过程，从最初把维权的重点放在打击假冒伪劣商品，维护市场经济秩序转变到注重改善消费环境促进经济发展上。在学习实践科学发展观的活动中我们对消费维权的认识有了进一步的提高，明白了科学发展观的涵义，懂得了营造良好市场生态环境对科学发展的重要意义。

和谐的消费环境是良好市场生态环境的

有机组成部分，也是良好市场生态环境的重要基础和基本标志。因此，作为消费者权益保护组织要牢固树立“为首都创新和发展营造良好市场生态环境”的大局意识，充分履行《消法》赋予职能，做好本职工作，为首都经济可持续发展做出积极的贡献。

二、消费者权益保护组织在营造良好市场生态环境中的作用

《消法》于1994年1月1日起施行，这是一部基本法，又是消费者权益保护措施特别法。标志着我国法制化进程的加快和消费者权益保护法制建设的逐步健全和完善。自《消法》诞生以来，消费者权益保护组织按照《消法》赋予的职能开展了卓有成效的消费维权运动，对促进全社会共同搞好消费维权工作，维护社会主义市场经济秩序，促进社会经济又好又快发展做出了很大贡献。

作为基层消费者权益保护组织按照《消法》赋予的职责，在营造良好市场生态环境方面可以发挥以下几个方面作用：

(一)大力开展消费政策的宣传，做好新形势下消费教育工作。消费与发展有着密不可分的关系，没有消费就不能发展，发展是硬道理，事关每一个人切身利益。因此要把宣传国家的消费政策，增强消费信心，拉动消费，促进发展作为我们工作的一个重点，同时还要适应经济发展形势，转变消费观念，倡导科学、理性的消费方式，营造健康、文明的消费风尚，把科学、健康的消费知识、维权知识普及到更大范围，为提高国民消费素质出一份力量。

(二)开展对商品和服务的监督。一是对那些关系到人身安全的商品进行重点监督，开展调查和比较试验，依据调查、比较试验报告通过反映、查询、建议、公开批露等方式规范生产经营，引导正确消费。二是对涉及不特定多数消费者利益的服务行业、垄断行业

的突出问题开展社会调查、消费者满意度调查，组织消费体验等活动，并进行公开点评，引起社会的广泛关注，促使其改善服务。三是对一些新兴的消费方式开展调查研究，对侵害消费者权益的行为提出防范的措施以及治理的办法，除弊兴利，规范行业发展。

(三)做好消费投诉受理工作。

投诉受理工作是消协组织的基本任务，更是消协工作的立命之本。做好这项工作，一是要认真受理每一起消费投诉并依法妥善解决好。二是做好投诉分析，对带有苗头性、倾向性、普遍性的问题做出正确地判断，采取相应的对策，防范消费风险，维护消费者权益。三是要行使好消协组织的建议权，针对典型的消费问题积极向有关的组织、部门、行业、企业进行查询、反映、建议、劝喻，督促企业规范经营行为，提高服务质量。

(四)充分行使消协的话语权，积极开展“消费维权重大事件评论”。对社会上发生的大消费维权事件及社会消费热点、焦点问题进行论证，得出正确结论，及时、准确、慎重地发表消协的观点，正确引导社会舆论，维护社会公平正义。

三、西城消协在营造良好市场生态环境中的做法

发挥消协组织的作用，要结合当地经济发展实际，有针对性地开展工作。西城区是首善之区，有独特区位优势，为区域经济提供了良好的发展空间，同时也提出了更高的要求。西城区既有传统的商业服务业，也有新兴服务业态，在经济发展的进程中即有主流的积极的方面也会出现消极的不和谐的声音，不利于营造良好的市场生态环境，不利于区域经济发展。针对这些不利因素我们采取了以下做法：

(一)更加注重消费环境的改善。消费、投资、出口是拉动经济发展的三家马车，消费环境对经济发展起着十分重要的作用。因此，消协把消费维

权的着力点放在改善消费环境上。一是大力宣传国家的消费政策，增强消费信心，倡导科学、理性的消费观念，营造健康、文明的消费风尚。消协采取多角度，全方位，形式多样的宣传教育方式，进社区、进商场、进学校、进景区、进工地、进农村等把正确的消费理念和消费方式普及到更大范围，让广大群众和企业更多的了解、掌握保护消费者权益的法律、法规、消费知识，用以维护自己的合法权益。二是强化企业在维护消费者合法权益方面的责任。从某种意义上讲企业是维护消费者合法权益的第一责任人。《消法》中明确规定了企业的责任和义务有十项之多，企业要认真负责地履行自己的责任和义务，诚实守信，合法经营是企业的最基本职业规范。消协在区内商业服务业中建立了消费联络站，在一些骨干企业中建立了快速解决消费纠纷“绿色通道”机制。通过这些机制搭建沟通消费者与企业之间的桥梁，强化企业责任，反映消费者的诉求，把消费纠纷尽量在企业内部化解，更好地维护消费者权益，维护社会和谐。三是发动社会力量，共同维护消费环境。保护消费者合法权益是全社会共同的责任，仅仅靠消费者组织维权是不够的，共同的责任包括政府以及消费者组织、行业协会、企业、媒体、研究工作者、志愿者、消费者。在实际工作中我们尽其所能发动社会力量为消费维权活动出力量，同时也得到了政府等相关部门以及社会各方面的支持，从而使这项工作能够持续不断地开展下去并取得了显著的成绩。

(二)更加注重预防，防止消费侵权行为的发展。随着改革的不断深化，经营方式呈现多元化趋势，消费方式也呈现出多样化趋势，由此而产生的消费矛盾也日趋增多。面对新形势我们转变观念，注重预防，树立防范比治理更重要理念。一是通过受理消费投诉，归集整理分析投诉案例，研究带有苗头性、倾向性的消费侵权行为，及时地发出消费警示和提示。例如，随着节日长

假“黄金周”的到来旅游热升温，根据以往的经验“黄金周”是旅游投诉的高发期，我们归纳了易发投诉的主要问题并提出相应的对策，发布消费警示，提请广大旅游消费者注意。二是开展对商品和服务的监督，对经营者侵害消费者合法权益的行为予以批评指正，提出改进意见。改变过去被动受理消费纠纷的状况，防范先行，关口前移。为此西城消协推出了《关于对投诉较多的经营者实行劝喻的办法》。所谓劝喻是指消费者协会对经营者侵害消费者合法权益的行为进行约见沟通、提高认识、达成共识、改进服务的过程。消协对在一段时间内被消费者投诉、举报较多且负有责任的经营者进行沟通，指出经营者存在的问题，提出改进服务建议并制发改进服务《劝喻书》，促进其改善服务，更好地维护消费者合法权益和企业形象。劝喻的方式有三种，即口头劝喻、函件劝喻和公开劝喻。09年对两家投诉较多的手机商场送达了《劝喻书》进行了劝喻。两商家对消协提出的建议表示接受并制定了整改措施，通过整改收到了一定成效。三是充分行使消协的话语权。消协组织是替消费者说话的，要反映消费者的心声。《消法》第三十二条规定赋予消协组织对侵害消费者合法权益的行为有批评建议、通过媒体披露的职能。西城消协针对区内的热点消费问题联合相关行业协会，组织业内广大企业开展“改善服务树立品牌”的大讨论。通过大讨论活动把消费者的诉求传达给经营者，对不规范的经营行为提出批评，同时提出改善服务的意见和建议。通过讨论交流大家提高了认识，达成了共识，改善了服务，促进了发展。西城消协还利用宣传咨询、各种会议、消费课堂等

形式向社会传递政府的声音，通过媒体发布消费警示、提示，并披露一些严重侵害消费者合法权益的事件，为宣传国家消费政策、引导健康消费、防范消费风险、维护社会公平正义有效地行使了消协组织的话语权。

(三)更加注重科学发展。营造良好的市场生态环境，是贯彻科学发展观的具体体现，对于消费者权益保护组织来讲，更是我们神圣的责任和使命。在科学发展的问题上，一是引导企业树立科学发展观。科学发展观要求经济协调可持续发展，西城区是传统的商业服务区，改革开放后又注入新兴的服务业态，为经济发展增添了活力。随着市场经济的不断深化，行业竞争也日趋激烈，一些不规范的竞争性行为和侵害消费者权益的事件也日渐增多，有些企业还仿效这种错误的做法，有“劣币驱逐良币”的苗头，在广大的消费者心目中造成了较大的负面影响，企业信誉下降，制约了企业发展。针对一些企业的短期行为和不规范的经营现象，西城消协深入企业，指出企业经营中存在问题及影响企业健康发展的严重危害，引导企业树立科学发展观，用现代商业的理念和思维方式经营企业，逐步形成企业核心价值观，增强企业核心竞争力，这样在市场竞争中才能占据有利位置利于不败之地，企业发展才能步入良性发展的轨道。二是针对社会上难点、热点消费投诉，积极开展调查研究。婚庆服务业在西城区的发展形成了一定规模，在全市也有一定的影响力，形成一定的品牌效应。但是在行业的发展上也存在着不符合科学发展观因素，比如企业之间打价格战争夺市场份额；服务价格不明示；服务项目缩水；作品质量下降等现

象。这些现象在消费者当中产生了不良影响，引起社会媒体的广泛关注，批评的声音比较多，影响了企业的科学发展。针对这种状况西城消协通过深入企业走访、召开行业座谈会、开展问卷调查等方式了解行业发展真实情况，经过分析研究，找出存在的问题和结点，提出相应的策略和改进方案，与行业管理部门和企业进行沟通，达成共识，改进服务。类似这样的专题调研我们还在手机销售行业、预付费消费行业开展过多次，通过调研、论证对这些热点、难点问题有了一个比较清楚的认识，同时把我们的观点和措施向有关部门反映、建议，有些得到上级领导和有关部门的认可，取得了一定的成果。三是发挥行业协会、商会“自我教育、自我管理、自我服务”的作用，促进行业自律。我们与区商联会、饮食协会、食品安全协会等行业协会、商会联合开展相关的教育培训活动以及企业文化建设，通过这些活动不断强化企业责任意识和科学发展的意识，使行业与企业认识到要发展要盈利不能靠不公平的格式合同、霸王条款、潜规则作为盈利模式，而是要靠企业苦练内功，增加服务品种、提高服务质量、诚信经营、打造品牌来赢得广大消费者的认可，从而实现国家、企业、消费者多贏得局面。

营造良好的市场生态环境是个系统工程，需要行政监管部门以及参与市场经济活动的各个方面发挥作用，才能形成良性循环。缺少任何一方面的作用，市场发展都不会达到最佳效益，又好又快发展都会打折扣。作为消费者权益保护组织会以最佳的状态投入到营造良好的市场生态环境工作中去，为首都经济发展贡献一份力量。



编者按：

进入夏季以来，空调对于很多消费者来说是既爱又恨，爱的是炎热夏季，打开空调便可享受舒爽的凉风，恨的是空调的选购和使用暗藏很多陷阱，而且长期开着空调电费也会直线飙升。

如何选购和使用空调，如何让空调更省电自然成了众多消费者在夏季关注的一个话题。为了给消费者提供一些实用的空调资讯，我们以消费者的身份体验了北京部分空调卖场，对一些常用品牌及型号空调的价格进行了比较，同时还罗列了一些选购和使用空调的窍门及法则，以供消费者参考。

站半天也没有人搭理

走进中央电视塔东侧的广场，在中央塔脚下一个玻璃构成的大门向东开着，大中电器的标牌俨然其上。

来到地下二层，在扶梯旁边就是美的的空调展厅。一个看上去20多岁的销售员接待了我，她首先问我家里房子的面积，然后给我推荐空调的型号。最后他给我推荐了一款“天钻星”的挂机和一款“风尚星”的柜机，并且详细介绍了这两款空调的有关参数。虽然我对这些并不懂，但让人感到很舒服。

顺着过道向里面走，就是格力空调的一个大展厅，里面展示着很多款格力空调。我以为销售人员会主动迎过来和我说话，但遗憾的是没有人理我，当时展厅里并没有其他顾客在场，不是忙碌的应付不过来，何况当时有两个销售人员在场。我向其中一个销售人员问了一些情况，才懒洋洋地回答我。

都说自己是最好的

国美公主坟店的空调专区在四层，出了电梯左拐就是。展厅走向分成三列，共有18个品牌。格兰仕柜台内贴着送赠品的字样，销售人员介绍，由于五一活动还有一部分赠品，要是现在能定下来，可以帮忙申请好的赠品，同时周一到周五的时候活动很少，基本上要比现在的价格高上一些。而且质量是可以放心的，服务也是一流的，比如加氟等终身免费。

伊莱克斯柜台也挂着“热卖”的字样。店的一角用拆开的纸箱围着一堆小箱子，拆开的纸箱子上写着赠品两个大字。上面挂着条幅写着，贺礼中国、买大家电送小家电等。店员介绍说，伊莱克斯是国内最好的空调，而且合资产品基本上是不会坏的。现在买的话，还可以送赠品，不过现在赠品也少了，要是早点买的话还能送现金卡。

LG柜台的销售人员说，LG是行业内公认的静音王，

时间：2010年5月6日下午1：40

地点：大中电器中塔店

体验人：王亚宁

消费者体验 空调大卖场

顺着楼道往东走，两侧全都是各品牌的空调，一款松下的空调令我很感兴趣，是一个柜机，这个空调首先给我的感觉就是外观非常漂亮，我很想了解一下这款空调机的性能参数，但是松下的展厅里竟然一个销售人员也没有。旁边其它展厅内一个穿大中电器工作服的销售人员，虽然看到了我走进松下的展厅，却没有跟我说一句话。我看了一下他胸牌是临时的工作证，后来我问了一下大中电器的人员，他们说厂家的销售员都是临时的，哪怕在这里干了三年、五年。在三星空调的展厅内，看了一下三星的空调，销售人员过来跟我说：“先生，看一下三星空调？”当听到我说随便看一下，这个销售员就一句话也不跟我说了。

我还去了LG、TCL、大金等品牌的展厅，其中大金、TCL还有几家展厅也像松下的展厅一样，根本就没有销售人员，我在那里站了半天，也没有人过来搭理我。

时间：5月15日下午14：50

地点：国美电器公主坟店

体验人：胡志勇

LG都是真的直流变频，不像有些空调都是假变频，而且现在买是比较合适的，因为周一到周五的话，价格肯定要高一点的，现在一般能便宜好几百块钱，虽然LG现在的三包是整机三年，压缩机5年，比国内的是少几年，那是因为LG是合资的，基本上是坏不了的。

三菱电机的销售人员干脆说，三菱电机是家用空调里面最好的，也只有三菱电机敢说是最好的，而且三菱电机不参加任何商场得任何活动，三菱电机是全城统一价格。很多的技术都是三菱电机先使用之后，才是国内的其他牌子使用，包括空调的挂机形式都是三菱电机先发明的，现在很多空调技术也只有三菱电机才有的，比如全直流变频技术，实际上只有三菱电机是真正的全直流变频。当然价格也就要高的。

海尔、海信、志高、松下、长虹、三星、三洋及三菱重工等柜台前，我都没有见到销售人员。也许，是我来得不是时候。

北京同一空调不同卖场差价2800元

5月6日至7日，我们以消费者的身份分别体验了大中中塔店、国美公主坟店、国美六里桥店及苏宁湾子店部分同品牌同型号空调的价格。体验发现：同品牌同型号的空调在不同卖场的差价竟达到2800多元，有的空调型号在这个卖场价高在另一卖场价低，也有的空调型号在这个卖场价低在另一卖场价高。总之，同品牌同型号的空调在各卖场的价格未必一样，消费者在购买空调时应该货比三家，才能买到最实惠的空调。以下为我们体验到的价格比较，以供消费者参考。

品牌	型号	大中 中塔店	国美 公主坟店	国美 六里桥店	苏宁 湾子店	差价 最大值
海尔	HR-35GW/01CARDDBP	3599	3599	3599	3699	100
	HR-50LW/RAFDBP-S3	6099	6099	6099	6100	1
海信	KFR-35GW/09FZBPJ	3699	3999	3590	3899	409
	KFR-50LW/09FZBPC	7699	7999	7499	7999	500
长虹	KFR-32GW/DHW(W1-H)+1	2290	2390	缺货	缺货	100
	KFR-50LW/DHW(W1-H)+1	4990	4990	缺货	缺货	0
格兰仕	KFR-32GW/DLP16-130(2)	1799	1899	1899	缺货	100
	KFR-51LW/dLH16-230(2)	3899	3999	3999	缺货	100
三菱 重工	SPKZC36PH	2580	2880	缺货	3450	870
	SPKNX50AD	7880	6580	缺货	6880	1300
三星	KFR-32GW/URC	2190	2750	缺货	缺货	560
	KFRD-50LW/TGB	9200	9990	缺货	缺货	790
春兰	KFR-32GW/AZ3D-E1	1999	2099	1849	1899	250
	KFR-50LW/VF1D-E2	6820	5680	3999	5680	2821
志高	KFR-32GW/MD(M76B)	2390	2390	没标价	2690	300
	KFR-51LW/B(E32A)	4480	4180	没标价	4680	500
奥克斯	KFR-35GW/VA	3398	3898	3899	3898	501
	VA 柜 2 匹	6398	7398	7398	7398	1000
伊莱 克斯	EAS32HVDAB	3099	3099	3099	缺货	0
	EAS51HVDBB	7999	7999	7999	缺货	0
美的	KFR-32GW/DY-V2(E2)	2398	2398	2398	2398	0
	KFR-51LW/DY-V2(E2)	5988	5988	5988	5988	0
LG	LS-T322CDTA	1890	1890	1890	1890	0
	LP-W5075DAR	6780	6780	6780	6780	0
格力	KFR-32GW/K (32538) Fd	3600	3600	3600	缺货	0
	KFR-50LW/E(50568L)FdNa	5488	缺货	缺货	缺货	0

空调坏了 使用不当还是质量缺陷？

可能很多消费者都会遇到这样的情况：自己认为产品的质量不合格，可厂家认为产品功能使用正常，所以不存在质量缺陷；自己认为应由厂家负责任，可厂家认为应由消费者负责。如果发生类似的纠纷，到底是消费者说了算，还是厂家说了算？

案例一：噪音大还是小？

炎热的夏天，如果家中还搁置了一台不断发出噪音的机器，您是否会更加烦躁？可家住北京市东城区的田先生已被这个问题困扰了近两年时间。

2008年9月，田先生在一家家电卖场购买了两台某外资品牌的变频空调。空调送到家中后，他发现其中一台1匹的挂机外观有划痕，于是向厂家提出了换机要求，但遭到厂家拒绝。田先生考虑到外观的损伤并不影响机器的正常使用，所以没再坚持换机。

不过，田先生的妥协并没有让他顺利地使用上空调。田先生发现，这台空调在使用时会产生较大噪音，甚至影响到家人的睡眠。于是田先生再次找到厂家进行协商，希望能换机。但厂家的维修人员上门试机后认为，空调制冷制热效果都正常，在运行过程中产生的声音也属正常范围，不予退换。就这样，田先生在与厂商的纠纷中度过了一个燥热的夏天，直到2009年底，厂家才答应为田先生更换一台压缩机。

新的压缩机换上以后，问题似乎得到了解决。可田先生没有想到，在正常使用了一段时间后，噪音又出现了，只是这次变成了间歇性，时有时无。此后，田先生又找到厂家进行了多次协商，可直到现在也未能解决。

“我倒希望空调彻底坏掉，无法运转，那样就可以很明确地判断是质量问题，厂家想推脱也推脱不掉。”田先生无奈地表示：“可现在噪音到底有多大，我们也拿不出数据，厂家也不给一个检测结果，我们认为空调有故障，但厂家说没有，这成了一个说不清楚的问题。到底谁才能给出空调是否存在故障的结论呢？”

记者调查：据记者了解，依据国家的规定，制冷量在2500W-4500W的分体式空调器，室内机声音要小于48分贝，室外机声音要小于58分贝，高于此标准的都属于不正常。中国消费者协会消费指导部主任王前虎表示，消费者有权向厂家要求出示噪音检测报告，与厂家协商解决办法，如遭厂家拒绝，可采取向消费者协会投诉等办法处理。

案例二：室内机漏水也正常？

2007年，消费者陈先生购买了一台某知名品牌的空调，可不久后，陈先生就发现，每次使用空调时，他还必须在空调下方放置一空盆，不然十几分钟后，地板上就会出现一大滩水。

“我仔细看过后发现，水竟然是从室内机上滴下来的。”陈先生向记者讲述道，可刚买的空调为何会往下滴水呢？陈先生百思不得其解，马上给厂家售后服务打了电话。

但厂家售后服务人员上门看了看后，告诉陈先生，空调没有问题，滴水是因为天气太潮湿，空气中的水蒸气在空调周围遇冷后产生了水，这属于正常现象。这个结论让陈先生感觉有苦说不出：北京的天气也不算太潮湿，难道在潮湿闷热的南方使用空调，家家户户都需要在空调下方放置容器接水么？尽管陈先生疑问重重，但由于自己并不是专业人士，只好作罢。

这种情况一直持续了三年多，最后陈先生实在无法忍受，又再次拨打了厂家的售后服务电话。但这次，厂家的售后服务人员告诉陈先生，漏水是因为缺少制冷剂，不过由于保修期已过，需要付费。

这让陈先生无法接受。为何在保修期内说是正常，保修期过了才说是缺少制冷剂呢？因为已经丧失了对厂家的信任，陈先生找到了住所附近的一家空调维修店。空调维修店的维修工上门检查了以后告诉陈先生，空调室内机滴水的原因是由于出水管堵塞，另外制冷剂的确是需要添加，不过维修店报出的维修价格比厂家要低将近1/3。

经过简单的维修后，陈先生的空调终于正常了。但让陈先生困惑的是，如此简单的原因，厂家的专业维修人员难道还排查不出来么？是大意还是故意？

记者调查：北京工业大学环境与能源工程学院制冷学部教授李红旗向记者介绍，空调制冷产生水的的确是很正常，但室内机滴水就肯定是有故障，这部分水应该从排水管排向室外，而不是室内。另外，消费者在找街边维修店的时候要谨慎，因为目前家电维修店水平参差不齐，其中不乏一些未经工商注册、维修技术不过硬的维修店，如果遇上这样的黑心店，不仅维修质量得不到保障，还有可能遭遇财产等其他损失。（作者：钟靖）



空调选购的四大原则

一、是看准品牌 现在市场上的空调品牌较多，有国内的，有国外的，大都有自己独特的广告宣传，让消费者难以抉择。建议在选购空调时，要选那些企业实力强，品牌知名度高，售后服务完善的产品。这是基于两种考虑，首先是可保证售后服务的落实，因为空调是一种大型家用电器，售后服务十分重要。按国家有关规定，压缩机应保修3年，而家电市场的竞争几近白热化，一些生产厂家往往存活期较短，有的三五年就倒下了。企业倒了，其承诺自然也就难以落实。如果一味贪便宜，购买企业实力较弱、品牌知名度不高的产品，则后患无穷。其次是从质量上考虑，因为企业实力强、品牌知名度高的空调，相对而言，质量比较稳定。这样的企业不仅技术力量雄厚，而且本身也特别重视质量，买这样的产品质量是有保障的。

二、是挑好商家 消费者在选定空调品牌之后，还要决定在哪里购买。在买空调时，选择商家尤为重要。因为严格说空调是一种半成品，不是从商店里买回来就能使用，而是要经过专业队伍安装、调试之后，方可使用。如果安装、调试不好，会带来一系列毛病，譬如，空气排不净、管道连接处泄漏、调试中人为造成故障。这些不仅会影响使用效果，更会平添许多烦恼。与此同时，厂家的许多售后服务措施也需要商家去执行、落实。因此选好商家至关重要。在对商家的选择中，业内人士建议，首先要选择那些实力雄厚，在当地有影响的大商家，因为这些商家经营品种多、销售多，一般都有专业安装、调试队伍，其安装、调试质量有保障，售后服务也较完善。其次是选择那些长期经销空调的商家，尽量不要到短期经销商那里去买，因为这样的经销商售后服务

将会大打折扣。

三、是量房购买 空调是一种消费大的家用电器，如果选择的功率太小，起不了作用；如果功率太大，又浪费。所以消费者在选择空调功率时，要量房购买。一是不要贪大，有的消费者喜欢购买大空调，这是不可取的，因为除了一些特殊因素外，家用空调都有它的使用范围。消费者在选购时要根据自己居室的面积来选择空调的型号，一般可按下面的公式计算房间所需的制冷量、制热量。制冷量 $\text{房间面积} \times 140\text{W}$ 至 180W ；制热量 $\text{房间面积} \times 180\text{W}$ 至 240W 。此外还应根据房间的朝向、楼层高低及密封程度做适当增减。二是要根据房间的设计情况，灵活购买。不要像有的家庭那样，买一台大空调放在客厅，以保全室，这样不仅难保全室，还会造成浪费。合理的做法是，应根据房型，买些小功率空调，各管各房。这样，表面看来，首期投入多，但长期看来，还是合算的。譬如一套 110平方米 的三室二厅，可买一台柜式2匹空调放在客厅，既可保客厅又可保餐厅，卧室可分装1匹的小空调。这样要比只买一台3匹的大空调放在客厅要合理一些。

四、是巧选时机 买空调与其他大部分家电商品不同，它有一个随着气温变动而上下浮动的价位。据了解，从上一年的10月份到下一年的3月底，是淡季；而从4月到9月则是旺季，旺季和淡季的价差在7%-10%左右，一台空调可便宜几百乃至上千元。在旺季里，其中的六、七、八三个月又是旺中之旺，一般而言，一些厂家还会根据当时的销售态势，再相应调整价格。所以，在买空调时，如果善抓时机，则可节约不少开支。

正确使用空调学三招

夏季居民用电量大，多因空调的使用，空调省电可以说是家电节电的一个重要手段。专家提出，在用电高峰，如果把空调在习惯温度的基础上调高1℃，可节约10%的电力负荷；使用空调的睡眠功能可以节电20%。如果一座300个房间的宾馆空调温度调高1℃，将解决几十户人家的用电问题。而每节约1度电，就相应地节约了0.4千克的标准煤，4升净水，减少0.272千克的碳粉尘、0.997千克的二氧化碳、0.03千克二氧化硫。更不用说从“耗电大户”空调入手节约用电，在节约能源的同时，也节约了可观的金钱。

科学实验证明，人体感觉舒适的室内温度，夏季在24℃—28℃，冬季在18℃—22℃。而在空气相对湿度50%、温度25℃时，人体感觉是最舒适的。以下方法可以参考。

第一招：不要一味地贪图空调的低温，空调温度设定适当即可，因为空调在制冷时，设定温度提高2℃，就可节电

20%，专家表示，对于静坐或正在进行轻度劳动的人来说，室内可以接受的温度一般在27℃—28℃之间，所以这个时候，大家可以将空调设定为睡眠档，这样也可以节省用电。

第二招：选择制冷功率适中的空调。一台制冷功率不足的空调，不仅不能提供足够的制冷效果，而且由于长时间不间断地运转，还会减短空调的使用寿命，增加空调出故障的可能性。那么选择制冷功率更大的空调就一定会更好吗？其实也不是。据介绍，如果空调的制冷功率过大，就会使空调的恒温器过于频繁地开关，从而导致对空调压缩机的磨损加大；同时，也会造成空调耗电量的增加。

第三招：开空调时关闭门窗。空调房间不要频频开门，以减少热空气渗入。同时对于有换气功能的空调和窗式空调，在室内无异味的情况下，可以不开风门换气，这样可以节省5%—8%的能量。



如何维护和清洗空调

空调机的维护、清洗是空调保养的主要关键，有利于提高制冷效果，有利缩短降温时间，有利空调整能，有利延长空调机使用寿命，是合理使用空调，加强规范管理的重要组成部分。以前空调用户对空调机维护、清洗重视不够，现在应当加强这一领域工作，促进空调行业发展。

开机前的维护

通常家用空调机使用到九月份就关机停用，到次年五月至六月才开机，停用半年多。所以空调开机前一定要做一次全面的“诊断”，查一查空调设备有否“毛病”，根据清查结果，在专业技术人员指导下，做好维护清洗工作，这次维护清洗要比较到位，含室外机和室内机的外壳、机体、过滤网，然后开始试运行，观测制冷速度和效果。

开机过程中的维护

空调开机后视环境条件、气候条件、开机时数，周围灰尘、空气洁净度、房间是否干净等诸多因素决定空调开机过

程中的维护次数。环境条件欠佳，天气炎热，空调机陈旧，空调开机时数长，空调开机过程中的维护次数增多，通常一个半月左右维护一次。若环境条件好，空调机比较新，空气中灰尘少，空调开机合理，与电风扇交替使用，可以适当延长维护周期，从空调开机到空调关机维护1—2次。维护应认真、仔细，不留死角。符合规范，提高制冷速度、制冷效果，达到节能、清新、舒适。

关闭后的维护

天气转暖，空调机开启，天气转凉，空调机关闭，这是常年规律。注意空调机关闭前应对室外机、室内机作一次全面仔细的检查。保养、维护、清洗要一环扣一环，不能脱节，易漏环节更应扣紧，严格检查，完成上述环节后，套好空调机机罩，防止灰尘污染，防止空调机滴水与进水，保持洁净，准备来年再用，这样做到清洁、节能、延长空调设备的使用寿命。对知名品牌的优质分体机，柜机要重点保护，充分发挥节能效果。

市消协发布消费提示 选购、使用空调也要讲究科学

夏天到了，几乎每个家庭都要使用空调，如何才能科学选购、使用空调呢？为此，市消协发布消费提示，选购、使用空调也要讲究科学。提醒广大消费者注意以下几方面：

一、树立“低碳”消费观念，选择适合自己的空调。一是在购买空调时，注意空调的匹数大小一定要根据使用面积来选定（匹数指的是电器消耗功率，1匹=1马力=735W，匹并不指制冷量。平时所说的空调多少匹，是根据空调消耗功率估算出空调的制冷量。）。一般来说：1匹空调适合12平方米左右的空间；1.5匹空调适合18平方米左右的空间；2匹空调适合28平方米左右的空间；2.5匹空调适合40平方米左右的空间；3匹空调适合50平方米左右的空间；5匹空调适合70平方米左右的空间。二是注意电表与耗电量相匹配。一般情况下，2.5安电表最大可承受5安电流，可用功率小于1100W空调；5.0安电表最大可承受10安电流，可用功率小于2200W空调；10.0安电表最大可承受20安电流，可用功率小于4400W空调。还应该注意尽量选择低功耗、变频节电的空调。

二、要经常开窗换气，保持室内空气新鲜。室温宜恒定在26℃左右，室内外温差不宜超过7℃，否则出汗后入室，将加重体温调节中枢负担，同时室内外温差过大，忽冷忽热，容易出现咳嗽、头痛、流涕等感冒症状。切不可对冷风直吹，因为该处空气流动比周围还低3-4℃。

三、老年人和儿童使用空调更应该多加注意。老人呼吸系统功能较弱，使用空调时，温度不能太低。老人从室外进入室内前，最好先将身上的汗擦干，且注意不宜长时间待在空调房间，最好将空调定时。儿童免疫功能较低，使用空调时，出门前半个小时就应关闭空调并开窗通风，让儿童适应室内外温度变化。

四、科学使用空调能够达到节能效果。注意细心调节室

温，制冷时室温定高1度，可省电10%以上，而人体几乎觉察不到温度的差别。在夏天，遮住日光对室外机的直射，可节电约5%。制冷时出风口向上或水平，调温效率会大大提高。勿挡住室外机的出风口。开机时，设置高风，以最快达到控制目的，当温度适宜，改中、低风，减少能耗，降低噪音。空调器不应频繁开关，而应当让空调器通过温度控制器来控制启动和关闭。空调器不使用时应关断电源，拔掉电源插头。

五、定期清洗，合理养护。要定期清洗过滤网，灰尘会堵塞滤清器网眼，降低冷/暖气效果，应半月左右清洗一次。如空调未定期清洗，会积聚灰尘、纤维，滋生大量细菌、病毒、霉菌、螨虫等。当空调开启时，这些灰尘和病原微生物就被空调吹送出来，造成室内空气污染，引起疾病的传播。清洁空调器时，请用软质布进行干擦，特别是控制面板、线控器、遥控器等控制部件和部位。如果主机很脏，请用40℃以下的温水浸湿然后拧干的柔软棉布擦掉脏物。清洗空调器时千万不能直接向空调器泼水，以免引起电气故障以及触电事故。不能使用汽油、去污粉等化学物品清洗、擦洗空调器。

六、使用汽车空调也应注意：怠速状态下不宜长期开启空调。汽车在行驶时，由于空气通过空调设备产生对流，所以车内一氧化碳的浓度很低，但当车子停驶而空调继续开车，车门窗又密闭时，车内空气不能对流，发动机排出的一氧化碳如果漏进车内，就会逐渐积聚，从而发生中毒。停车时开启空调，最好循环系统切换至外循环模式。熄火前先关闭空调，否则容易导致因潮湿造成霉菌在空调管道内的大量繁殖，当车主第二天带着空调启动时，也会给发动机造成损伤。

如今，随着人们生活水平的提高，越来越多的人开始考虑购买一辆属于自己的爱车。然而，在我国的汽车市场中，加价和变相加价现象屡禁不止，汽车销售和售后服务的“潜规则”让不少消费者感到迷惑。经过汽车厂家“扬长避短”的宣传和销售人员“亲切”的服务，本来不急于买车的你，却心甘情愿的递交了定金，掏空了自己的腰包。

如何才能看好自己的钱袋，成功躲开车市上的种种陷阱呢？下面小编就几种经销商常用的手段和应采取什么样的方式避免被“黑”与广大车友做一个分享。

揭秘车市购车多重陷阱



陷阱一：加价提车 延长提车时间

提车加价或加装几万元装潢在国内的汽车市场上可以说是屡见不鲜，尤其是一些新上市车型，厂商一般会以产能不足、店内无现车等理由，告诉消费者加价购车，可以提前提车。但加价后的后果往往是，钱加了，车没提到，造成一等再等的局面，更有甚者，还会让消费者再加几千元装饰，方可提车。在这种订金已交，退不能退的情况下，消费者只能乖乖就范。

点评：加价销售是一种不公平交易，尽管一些厂家也明令禁止经销商加价卖车，但往往都睁一只眼闭一只眼，任由其发展。加价现象不管是由产能不足造成，还是厂家采取一种“饥饿式销售法”，都对消费者的利益造成了损害。

支招：第一，如果您不是真的急于购车，可以先把购车计划往后拖一拖，等车市价格回复正常后，再考虑出手也不迟。第二，如果真的想购买，不妨考虑一下同价位的其他车型。第三，假如你就认准了这辆车，加价也买，那建议您在签署购车协议时，以书面形式明确提车时间，以防发生纠纷时，口头协议说不清楚。

陷阱二：购买车型与试驾车型变速箱形式不一致

开过车的人可能都有体会，同一款车型，自动档和手动档车型在动力性上还是有比较明显的差异的。而随着人

们对舒适性的追求，自动档车型似乎越来越受到人们的宠爱。当你想购买一辆自动档车型，并且要求试驾时，一些经销商往往会以目前没有现车为由，建议您试驾手动档车型，其目的就是为了让你感觉一下其比自动档稍强的动力，让你在错觉中做出买车的决定。

支招：在打算购买某款车型时，可以先找试驾公司的车做为试驾对象，一般情况下，他们的车已经度过磨合期，您可以更直观的体会到这款车的性能。如果非要到经销处试车，建议您提前打个电话询问一下是否可以试驾、试驾车型变速箱模式等等。这样去了就不至于不能试驾白跑一趟或者试驾车跟要买的车不是一个变速箱模式。

陷阱三：进口车没有原装配件 加价选装

随着人们生活水来的不断提高，一些比较富裕的消费者在选车时，往往更会看中进口车型，觉得进口车型的配置会更加丰富。但事实往往却是，交钱提车时，一些看车时介绍到的配置，销售人员告诉您不能安装了，建议用其他设备代替。

去年2月25日，李先生看中一辆进口SUV，车价是88万元，在销售员推荐下，加配通讯管理系统（简称PCM）、车载音响等，总价达102万元，当场付款订购。4月初，李先生去提车时，却发现车内没有安装

PCM。销售员说，PCM是德国进口，在中国用不了，只能用别的GPS代替。李先生要求退车遭拒。

几经交涉，销售员给车里外挂一个GPS，还说：“先凑合用！”如此凑合了近一年，今年2月初，销售员改口说：“PCM还是用不上，再加2.5万元再装一个原装货。”

支招：消费者在购买进口车型时，最好到有现车的店面去买，现场查看销售人员介绍的配置是否齐全。另外，对于加装配置，一些可有可无的配置，建议还是不要加装的好。如果没有现车，在签署购车协议时，最好也以书面形式写明如果没有指定配置，该怎样解决。这样，一旦发生纠纷时，可以避免很多麻烦。

陷阱四：购买新车拿不到“合格证” 让人揪心

近几年，汽车销售店将新车的合格证抵押给银行进行融资成为业内“潜规则”，这使得一些车主在购买新车时，迟迟拿不到车辆“合格证”，耽误了办理车辆的正常手续，让车主有车不能开。

去年2月，丁女士在4S店购买一辆汽车，当时要她先开车，合格证暂时给不了，先开着。丁女士担心，没有合格证无法上牌，也无法办保险，担心出事故。几次索要均无法拿到，新买车一直不敢上路。经工商协调，2月12日，车辆合格证交给了丁女士。

这种只顾卖车，不顾消费者利益的做法，当真应该引起相关部门的重视。建议消费者在交款买车前，最好协议明确能否当场拿合格证，如没有，最好不要急于购买。（佚名）

新能源汽车： 混动、纯电动or替代能源？

未来一段时间，我国的新能源汽车技术标准将陆续出台——新能源汽车未来在国产的发展路线将基本确定。

从目前全球的车型推出情况看，除了为传统内燃机燃烧效率提升的各种技术，未来汽车的发展焦点无疑还是在新能源方面。对新能源汽车进行最容易理解的分类，大致有油电混合动力车、纯电动汽车和替代能源汽车三大类。



电池进行充电，达到能量回收的目的。

按照混合动力单元对车辆的驱动形式分类，大致可把混合动力汽车分为串联式、并联式和混连式（类似电路的联接），

而按照电动机做功的比例，混合动力汽车又分为轻度混合动力、中度混合动力、全混合动力和插电式混合动力。

『BSG轻度混合动力汽车』

对于混合动力车型来说，由于保留了传动的内燃机，因此在实际的使用与传动汽车基本保持一致（插电式混合动力有一定的区别）。因此，作为过渡产品的混合动力汽车更容易被消费者所接受，其商业化的运作、推广也就相对更容易一些。

● 纯电动汽车

从广义的概念理解，纯电动汽车是指仅利用电能进行驱动的汽车。至于车内电量的来源，无论是利用电池、太阳能、燃

● 油电混合动力车

由于处在技术过渡阶段，目前，这种车型的数量在新能源车型中所占比例是最大的。不用我介绍，大家也都知道各大汽车品牌都先后推出混合动力车型。

通常意义上的混合动力是指油电混合动力，包括汽油、柴油和电能的混合。利用电能来减少汽油（或柴油）的消耗是混合动力汽车节油的方式：利用电动机瞬间高扭矩输出的特性，弥补、改善车辆启动、加速时能量消耗大的问题。同时，利用减速、刹车对



汽车之家 AUTOHOME.COM.CN

料提供电力的车辆都可以看做是纯电动汽车。但是，由于摄取电能的方式直接决定了车辆的内部构造和运作原理，为了方便介绍，我们这里指的纯电动汽车仅为利用车载电池作为电力来源的电动汽车。



汽车之家 AUTOHOME.COM.CN

『纯电动汽车』

纯电动汽车利用电源、驱动电动机、传动装置、形式装置等一些列结构，将电能转化为车辆行驶的动能。电动汽车本身不排放污染大气的有害气体，因此是十分环保的车型。即使是从生产电动汽车的整个周期上看，其各种有害气体和CO₂的排放量也比传动汽油车更低。

『MINI e』

目前，影响电动汽车发展的关键因素是车载电池。对于车载电池来说，能量密度、充电时间、连续放电率和自放电率、运行环境、安全可靠性和寿命维护都是关键性的指标。

● 替代能源汽车

未来将向大家详细介绍的替代能源主要以“替代汽油”为定义。



『TDI柴油车』

从目前技术发展的方向看，替代能源主要包括了柴油、氢能源、燃料电池、生物燃料和太阳能。每种燃料都有各自的特点，同时就现阶段而言，每种替代能源都有限制其继续发展的瓶颈，这些困能可能来自成本、能量收集等方面。『氢燃料电池车』

从能源使用的角度考虑，大部分的替代能源汽车距离最终的普及使用还有较长的一段路要走。但是，随着地球资源的消耗殆尽，替代燃料一定会成为继电力之后，另一种重要的汽车动力来源。

● 总结：

能源问题是全人类需要共同面对的问题，而汽车作为能源消耗的“主力”，更是需要不断地推出节省能源的车型。

(汽车之家)



夏天汽车养护的五大技巧

1、检查空调是否缺氟：

空调是汽车夏季使用较频繁的部件，也最容易发生故障，建议您盛夏之际一定要检查爱车的空调是否缺氟。一般情况下，制冷剂不足是空调失效的原因之一。其次要检查是否有泄露。一般干燥罐上都有玻璃观察孔，从气泡的流动情况即可初步判定其工况。最后还要检查一下是否缺冷冻润滑油。

★保养技巧：为了杜绝夏季传染病的流行，空调应注意定期消毒，一般每周消毒一次为宜。

2、尽量避免长时间行车：

高温酷暑条件下，应尽量避免长时间行车。行驶途中要注意适时休息。停车时应尽量选择在阴凉通风处，如条件允许也可打开发动机罩通风散热。若温度表的指针已经指近高温度区，这时就必须把车停下来“退热”，使发动机逐渐降温。必要时也可用冷水浇在散热

器上，千万注意不要弄湿线路。

★保养技巧：您最好能养成定期清洗散热器片的好习惯，这样可以提高发动机的散热效果，也可以减少发动机产生过热现象，进行维护保养时，应注意风扇皮带不能粘油，以防打滑。

3、高温路面行车胎压会增高：

夏季由于天气炎热、气温偏高，因此车上一定不要携带易燃易爆物品，不要在车内抽烟，以免发生火灾。出车前，要经常查看电路是否短路、漏电，插头是否松动；检查油路接头是否漏油、排气管是否放炮，如有问题，应立即检修；要注意保持蓄电池通气孔畅通。夏季公路路面温度常常在70摄氏度以上，汽车轮胎如长时间在高温路面行驶，胎内气压增高，此时若轮胎有损伤或薄弱处很容易发生爆胎。

★保养技巧：车内要配备有效的灭火器材。保持规定的轮胎气压，高温炎热，尤其是午间酷热时应适当降低车

速。阀门。

4、防止燃油系统故障：

由于气温高，汽油容易蒸发，导致混合气浓度有所增加。因此，可适当调节供油量孔，或相应降低浮子室油面高度。**★保养技巧：**汽油机燃油系统因夏季昼夜温差影响容易发生气阻，致使油路供油不足甚至中断供油。为防止气阻现象发生，可用石棉垫将汽油泵与排气管隔开，或用湿布将汽油泵包住降温。

5、油箱盖一定要拧紧：

在高温下，油及水的蒸发都将增加，油箱盖要盖严，油管要防止渗油；经常检查水箱的水位，曲轴箱的机油油面、高度，制动总泵内的制动液液面高度及蓄电池内电解液密度和液面高度等。

★保养技巧：当工作油液不足时，要及时按规定补充。



银行七情况界定二套房

继房贷新政出台后，北京各商业银行对二套房贷款的认定进一步收紧。记者了解到，近期大多数银行在实际操作中已经对“认房又认贷”有了统一的操作标准，对七种情况界定为二套房，其中，“假离婚”躲避二套房政策的漏洞也被堵上。

记者从伟嘉安捷等个贷机构了解到，除了已有一套个人住房再购买一套住房属于二套房外，目前七种情况也被划归二套房。只要属于其中任一种情况，申请房贷都要被认定为二套房，贷款首付款比例不得低于五成，利率不得不低于基准利率的1.1倍。

业内人士认为，“认房又认贷”无疑是将二套房的认定进一步严格。伟嘉安捷相关负责人告诉记者，有一部分客户，有过房贷，但后来房子卖掉了，成了“无房户”，他们如果按“只认房”算，再买房还算第一套，但按目前银行执行的“认房又认贷”算，他们再买房就算二套房了。还有一部分人，由于一直没办产权证等原因，导致房屋权属登记系统中没有记录有过房产，如果“只认房”，就可能被误当成“没买过房”，但假如他们申请过房贷，“认房又认贷”就能判定。

七种情况被认定为二套房

1、自己有住房 以子女名义购房

案例：安先生名下有一套住房，夫妻俩想为正在上高中的儿子（现未成年），购置一套房留作日后结婚使用，想以儿子的名义再申请贷款购房。

解析：根据“国十一条”中的条款，家庭成员包括借款人、配偶及未成年子女，也就是说未成年子女也是

被划为家庭范畴的，所以安先生家庭用儿子的名义申请贷款购房时，也会按照二套房政策执行的，即需首付50%、利率上浮1.1倍。如果卖掉这套房产再贷款购房的话，则可以按首套房贷款政策执行。

2、未成年有房产 成年后再购房

案例：常先生父母曾在其未成年时过户一套房产给他。现如今常先生为了避免日后房价再上涨，想以自己的名义再贷款买一套房。

解析：像常先生这种情况，如果再贷款购房的话，是会被认定为二套房的，因为根据目前银行认贷又认房，常先生如果不出售现有房产的情况下，再贷款购房是属于二套房，将按照二套房的政策执行。而如果按过去政策，未成年时的房产只要没贷款，再申请房贷不算二套房。

3、全款购住房 再贷款购房

案例：丁女士名下现有一套住房，为之前全款购买，因为父母在老家年岁已大，想在其现在居住的小区再买一套房来接老人居住，以便照顾他们。

解析：虽然丁女士没有贷过款，但只要是在房屋产权交易系统中能够查到丁女士名下有房产，在不卖掉且申请贷款的情况下，是会被认定为二套房的。

4、贷款买房 出售后再买

案例：鄂先生2000年曾贷款购买过一套房产，现考虑到孩子上学问题，想将此房产出售后，去孩子学校附近再买一套房来居住。

解析：目前银行对二套房认定是“认房又认贷”，也就是说虽然鄂先生将这套房产出售后，家庭名下没有住房，但因为其之前有贷款记录，所以之

前贷款购买的房产出售后，再购买时也会被算作二套房。

5、先商贷买房 再用公积金

案例：范女士第一次贷款购房时使用的是商业贷款。后来单位为其缴存了公积金，她想卖掉现在的房子用公积金贷款再购买一套房。

解析：目前公积金贷款政策也比较严格，只要借款人有过贷款记录，不论结清或出售，即便从未使用过公积金贷款，首次使用也会被算作二套房，所以，范女士如使用公积金再购房的话，首付比例也将为50%。

6、婚前一方有房 婚后再买房

案例：关先生结婚前曾贷款购买过一套房，现已与韩小姐结婚多年，想用韩小姐的名义再贷款购买一套住房。

解析：结婚后虽然户口没有落在一起，但是夫妻肯定在民政局有过结婚登记，而银行在批贷时除要求借款人提供户口本外，还会要求借款人提供婚姻状况证明，而结了婚的夫妻不能提供单身证明，所以另一方再购房时也会被算作第二套房。

7、夫妻贷款购房 婚后由一方买房

案例：艾先生和简小姐结婚后同贷款申请过住房，两人离异后，该房产判给了简小姐，艾先生想通过公积金贷款购房。

解析：艾先生向银行申请贷款的话，是会被算作二套房的。因为目前银行对二套房的认定是既认房又认贷，也就是说只要央行的征信系统里能够查到借款的贷款记录，那么即便离异后房产判给另一方，这三方在贷款购房时也会被认定为二套房。

（作者：杨娟娟）

电视购物受欺消费者如何维权

电视上明明说的是“真金、真钻”，可当消费者通过电视购物买到手里却发现，所谓钻石只是成本几元钱的工业用钻，所谓真金根本检测不到金，这是诸多电视购物者遇到的不幸遭遇。而引发如此遭遇的根源就是电视购物的虚假广告。消费者电视购物受欺，如何有效维权呢？

□找谁维权

搞清楚找谁维权是维权行动是否有效的关键因素

《广告法》第38条规定：“违反本法规定，发布虚假广告，欺骗和误导消费者，使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的，由广告主依法承担民事责任；广告经营者，广告发布者明知或者应知广告虚假仍设计、制作、发布的，应当依法承担连带责任。广告经营者，广告发布者不能提供广告主的真实姓名，地址的，应当承担全部民事责任。社会团体或者其他组织，在虚假广告中向消费者推荐商品或者服务，使消费的合法权益受到损害的，应当依法承担连带责任。”

综上，承担虚假广告的法律责任的主体和条件具体如下：

首先，发布虚假广告的广告主——产品销售者。其次，若广告经营者和发布者——广告公司和电视台明知或应知虚假仍设计、制作、发布的，与广告主一起承担连带责任。再次，广告经营者和发布者——广告公司和电视台不能提供广告主的真实姓名、地址的，应当承担全部民事责任。最后，若有社会组织在虚假广告中推荐产品的，承担连带责任。

□通过什么渠道维权

找准维权渠道是及时、有效维权的重要保障

消协的维权作用到底多大？《消费者权益保护法》第32条规定，消协可以参与行政监督、检查；向行政部门反映、建议；对投诉事项进行调查、调解；支持诉讼；通过传媒揭露、批评等。根据该法规定，消协并没有行政执法权，也无最终裁决权，对纠纷只能进行调解，即使达成了调解协议，该协议也没有强制执行的效力。因此，当消费者通过消协无法及时维权时，应当及时调整维权途径。

工商、质检、公安部门的维权作用有多大？根据相关法律规定，上述部门作为行政执法单位，有权对虚假广告的行为进行行政处罚，构成犯罪的，依法追究刑事责任。但此类机关处罚措施，并不能给消费者带来直接的赔偿。对于消费者受到的损失，上述执法机关只能进行调解，调解不成的，消费者还得通过诉讼解决。

法院的维权效果怎样？法院作为消费者民事权利的最后保障，当消费权益受到侵害时，可以起诉相关侵权主体，以达到维权目的。同时，法院的生效裁决也是终局裁决，具有强制执行力。但诉讼维权的缺点是程序复杂，诉讼周期较长。但在其他途径都无法有效维权的情况下，诉讼维权不失为最有效的维权方式。

□怎样搜集维权证据

正确、及时地搜集证据，并有效地进行财产保全是维权成功的重要依据和保证

在维权过程中，有些消费者发现自己的合法权益受到侵害，往往都是直接和广告主或发布者接触，要求维权。其实这样的方式并不可取，因为，这样等于告诉侵权主体“我要维权了”，狡猾的侵权人往往在极短的时间内删除了虚假广告内容，甚至于人间蒸发，反而不利于有效维权。正确的方法是，一旦发现侵权，首先要做的是尽快保全相关证据。比如：录制虚假广告的电视节目；找到购物发票或合同；找到汇款凭证等。必要的时候可以向法院申请诉前财产保全，冻结、扣押侵权人的相关财产，以防侵权人蒸发。

当证据保全和财产保全工作都做好后，再通过有效的维权渠道进行维权，这样一方面为维权提供了充分的证据；一方面也保证了赔偿能得到有效执行。

□如何追究责任

根据相关法律规定选择一种或几种方式行使请求权

根据我国《民法通则》、《合同法》、《产品质量法》、《消费者权益保护法》等法律规定，虚假广告的民事责任主要有：继续履行、双倍损害赔偿、支付违约金、适用定金罚则、修理、更换、重作、退货、减少价款等，消费者应依具体情况依法选择一种或几种方式行使请求权。

解决上述四个问题，电视购物受欺的消费者的合法权益就能得到有效的维护。有效的维权不仅能有效地打击虚假广告的责任人，也能有效地保证消费者的合法权益。

（作者：钱钧）

炎炎夏日 消暑莫贪凉

俗话说：“春困秋乏夏打盹。”烈日炎炎的夏天，给人的感觉就带着慵懒之气。而充足的睡眠、适当的运动、必要的避暑措施，对于我们安然度过这个漫长的夏季是很有帮助的。

关键词 睡眠

晚睡早起午打盹

夏天天亮得早，日照时间长。北京中医医院治未病中心传统医疗部主任李建指出，夏季昼长夜短的气候特点使许多人面临睡眠时间少的问题，由于夏季睡眠往往是晚睡早起，人们大多会出现睡眠不足的问题，身体也容易感到疲劳而且不易恢复。同时，由于天气炎热人出汗比较多，心气外泄，体内阳气不足，人更容易感到疲惫乏力。

专家提醒，人的生活起居要顺应自然、随日月运行而改变。夏季不妨晚睡早起，但晚睡尽量不要晚于23时，一定要保证睡眠的时间和质量。如果感觉睡眠不足，午间最好补个午觉。但午睡的时间不宜过长，如果午觉睡上两三个小时，人反而会感到疲乏。因此，夏季的午后不妨就打盹20到30分钟。精力旺盛的人有的打盹5到10分钟效果就比较好，而老人午睡时间可以适当延长。

要注意的是，办公室一族如果午间在办公室内打盹，一定要避免着凉，因为夏天里很多办公场所冷气比较足，而人在睡眠时汗毛孔处于舒张状态，受到寒气侵袭很容易生病。因此，如果室内使用空调或者电扇，睡午觉时最好披一件薄衣服。

专家强调，其实无论是夜晚还是白天补觉，看睡眠是否充足，关键是要看人的精神是否饱满。而早起时按压涌泉穴、足三里、梳头或是到户外散步，也都有助于精力的恢复。而晚上睡觉前，为改善睡眠质量，可以在睡前一两个小时适当散步或听音乐、聊天、冲

澡、泡脚、按摩等。音乐不宜听激烈或欢快、热烈的，最好选择轻音乐。

关键词 纳凉

给凉席穿件“布衣裳”

进入夏天后，人们纷纷取出闲置了大半年的各种凉席，有草席、竹席，有的人还偏爱石板床、光板床等。专家提醒，这些纳凉用品都属于阴寒之品。夏天由于气温较高，人在夜晚睡眠时汗毛孔大多处于舒张状态，因此也很容易受风寒。如有的人开窗睡觉或者睡凉席后，早起就开始打喷嚏、流鼻涕，感染了呼吸道疾病；本身脾胃功能就不好的人，早起会感觉肚子发凉、肚子疼甚至闹肚子。因此，夏天睡觉最好别整夜开空调或者开窗，以免受凉。

专家特别提醒，夏季切不可太过贪凉，其实出汗是对人体的一种调节，从身体调养的角度来说是很好的。选择凉席最好挑选透气的草席、亚麻席。准备睡觉的时候，最好在凉席上铺个床单，或者用被罩把凉席罩起来。老人一般气血不足，“火力弱”，不主张用凉席，而且夜间睡眠最好别吹空调或者风扇，保持空气流通就好。

关键词 空调

温差不超过6到8℃

北京的夏天空调、风扇使用得非常普遍。因为贪图凉快，人们习惯把室内或车内的温度调节得比较低。然而，室内外明显的温差对于人体的调节机制也是一种挑战。专家提醒人们，夏季室内的温度保持在26℃即可，不宜过低。而室内外的温差也不宜超过6到8℃。如果温差过大，人体的调节中枢不能及时适应变化，人反而容易患上中暑、感冒或是消化道疾病。

专家还指出，现在北京的很多商场冷气都开得比较足，很多商场在进门

处就感觉到凉气扑面而来，冷风很足，有的出风口往往是直吹人体。这样的情況虽然在酷暑里让人感觉惬意，但对于体质较弱的人则难以适应，甚至出现不适。因此建议商场大门处的冷风出风口不要对着人直吹，最好设个“寒热过渡区”，让人体有个逐渐适应的过程。

另外专家还提醒，夏天尤其要注意房间通风。尤其7、8月份，北京不时有湿度比较大的桑拿天气，这时更要注意开窗通风，让湿气散发出去。

关键词 洗澡

冲凉并非要冲冷水

夏天人体出汗多，冲凉是很多人消暑的首选，有些人甚至喜欢冲冷水澡。对此专家指出，夏季洗澡水温最好不冷不热，和外界温度差不多，保持在30多℃。夏季养生的关键是养心，如果洗澡时水温太热，会使心跳加快，不利于养心。如果水温过低，则会起收敛的作用，导致血管和皮肤表面的毛孔收缩，使寒气闭在体内，这种冷热刺激下人容易发作心脏疾病、脑血管疾病。

关键词 运动

夏练三伏散步最好

夏天天气炎热，人运动时消耗增加，往往会加重心脏负荷。因此夏季运动要“悠着点”。时间上要尽量避免暴晒，最好选择早晚运动，避开上午10时到下午16时阳光最强烈、温度最高的阶段；而且尽量要在阴凉处活动。白天较热的时间段，可以选择室内活动。

夏季比较适合的运动有游泳、散步、慢跑等，不宜进行太过剧烈、消耗过大的运动。运动的强度要看个人体质和接受程度，所谓“冬练三九，夏练三伏”也不是人人都适宜的。夏练三伏只适合体质较好、身体强壮者；体质较弱者如果高温中运动量较大，则会加大中暑或突发疾病的几率。运动后要做好放松活动，及时调整。





夏季最养颜的美白水果大全

美白，是无数mm美肤的终极目标。可是，商场里的高档美白护肤品的价格相当昂贵，大多数的mm都无法承受。没关系，我们可以靠吃水果来美白。水果中富含多种维生素、有机酸、胡萝卜素、无机盐等天然美白肌肤的营养物质，集美丽、健康、营养于一身，价格也相当便宜。夏天吃真是最适合的季节了！

1、柠檬

柠檬是水果中的美容佳品，因含有丰富的维他命C、有机酸、矿物质等多种美白肌肤的营养物质。但是，柠檬酸味太重，直接入口有些难以下咽，可以将其果汁挤出，直接入菜、或制成柠檬饮料，都是不错的选择。

2、樱桃

樱桃的含铁(铁食品)量为苹果(苹果食品)的20倍，梨的30倍，而铁是血液中血红素的重要成分，血液充足肌肤当然白里透红！樱桃也含有丰富的胡萝卜素，在体内可以转成维他命A，能使皮肤柔软细致，祛除粗糙皱纹。

3、柚子

每100克柚子含有约123毫克维他命C，因引被称为维他命C的宝库，可以去油解腻，当然也有美容(美容食品)养颜的功效。而柚皮因为富含精油(油食品)，煎汤后加入洗澡水，也有美容效果。

4、猕猴桃

猕猴桃含有丰富的维他命C和维他命E，不仅能美白肌肤，还能提高肌肤的抗氧化能力，在有效增白皮肤，消除雀斑和暗疮的同时增强皮肤的抗衰老能力。

此外猕猴桃还含有大量的可溶性纤维和矿物质，对肌肤健康很有好处。

5、沙棘

沙棘素有维生素C之王的美称，每100克沙棘果汁中，维生素C含量高达825-1100毫克，其含量是是猕猴桃的2-3倍。

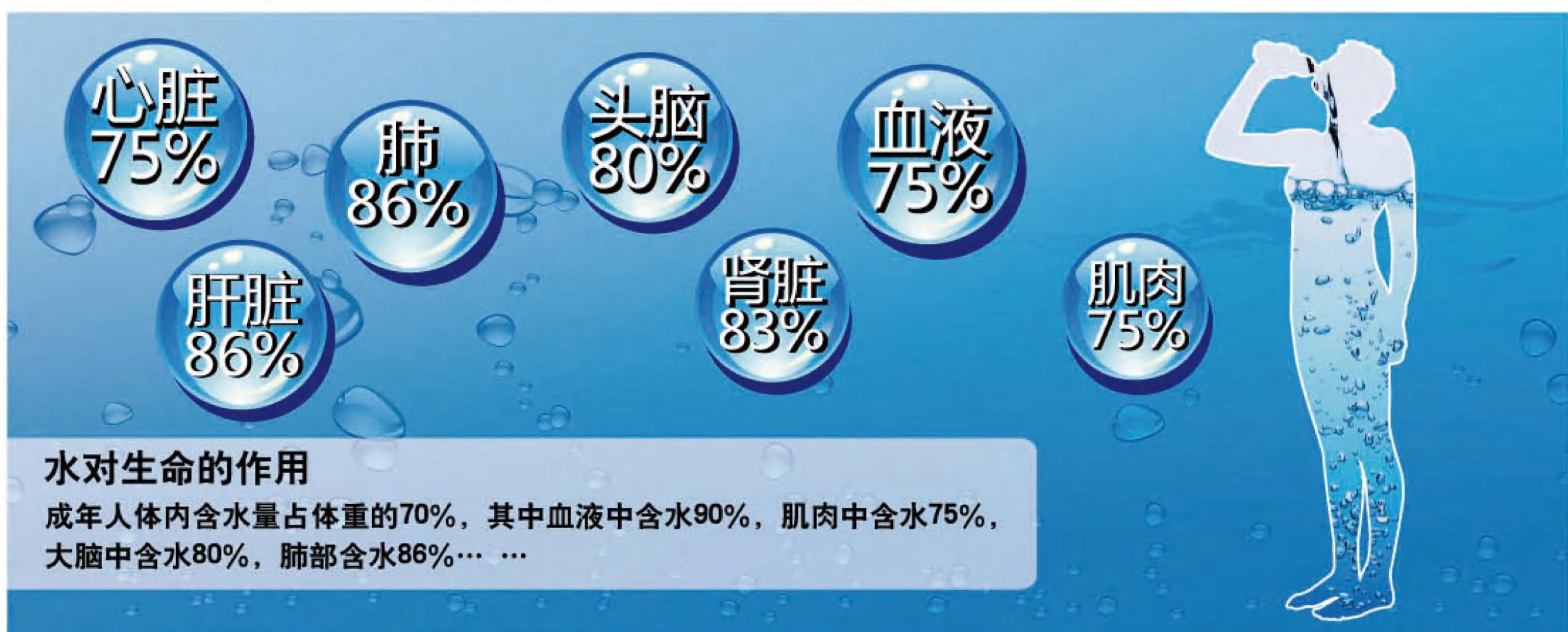
另外，沙棘中还含有多种维生素、脂肪酸、微量元素、亚油素、沙棘黄酮、超氧化物等活性物质和人体所需的各种氨基酸，堪称是美白肌肤的极品水果。 (摘自精品网)

您家换水了吗？

现在安装一台全球领先的智能净水机
相当于把净水工厂带回家！

东研智能净水机
中国净水协会推荐产品

人体70%不能失守的健康



东研活净水在生活中的应用价值



泡茶 | 不结垢，茶色澄清，味道更香醇！



泡咖啡 | 味道更香浓！



榨汁 | 味道更鲜美！水果味更足！



熬药 | 更易溶解中药的有效成分！



清洗蔬果 | 去除农药，颜色鲜亮！



美容 | 滋润肌肤，保持美丽容颜！



制冰块 | 晶莹剔透，硬度够，不易融化！



蒸饭 | 口感更好，味道鲜美。米饭更有光泽！



泡奶粉 | 更易溶解口感更香浓！



熨烫 | 熨斗无水垢，延长熨斗使用寿命！



烹饪 | 增强原料色、香、味！



洗洁具 | 干净不结垢，容易清洗！

北京 | 天津 | 济南 | 太原 | 成都 | 唐山 | 重庆 | 西安 | 杭州 | 沈阳

家庭智能净水解决方案 | 办公和营业场所净水解决方案 | 家庭和商用智能卫浴解决方案

客服热线：4006-100-888

www.east-pure.com

北京东研二十一世纪环境科技有限公司

地址：北京建国路甲92号世茂大厦B座21层

東研国际



北京市消费者协会商品检测指定实验室

北京市轻工产品质量监督检验一站

北京市轻工产品质量监督检验一站（以下简称轻工质检一站）是由原北京市五金文百产品质量监督检验站和北京市玩具产品质量监督检验站合并的权威检验机构。2001年底，原北京市皮革产品质量监督检验站又并入轻工质检一站。

国家轻工业日用杂品质量监督检测中心、国家轻工业文房四宝质量监督检测中心、国家轻工业玩具质量监督检测北京站、国家轻工业鞋类皮革毛皮制品质量监督检测北京站也挂靠在轻工质检一站。

此外，全国日用杂品标准化中心、全国文房四宝标准化中心也设在轻工质检一站。全国家用卫生杀虫用品标准化技术委员会、全国刷类标准化技术委员会、全国伞类标准化技术委员会、全国口腔护理用品标准化技术委员会牙刷分技术委员会秘书处也设在轻工质检一站。

轻工质检一站早已通过国家实验室认可，并通过北京市质量技术监督局、国家认监委的历次资质认定。轻工质检一站是一个综合性的质检机构，共有282个授权项目，设有鞋类检测室、皮件检测室、化学分析室、玩具检测室、药效试验室、生物饲养室、小家电检测室、电动自行车、自行车、童车检测室、物理性能检测室、标准档案室等。

轻工质检一站承检范围有：玩具产品、童车产品、皮革产品、家用卫生杀虫用品（蚊香、电热蚊香片等）、牙刷类产品、镜类产品、雨伞类等产品、日用五金产品、小家电产品、文体办公用品、电动自行车、自行车产品、五金工具产品、文房四宝产品、日化产品等。

目前，轻工质检一站正在组织制定《燃香类安全通用技术要求》、《燃香类有害物质测试方法》、《童伞安全技术要求》、《儿童牙刷》、《磨尖丝牙刷》等国家标准。

北京轻工质检一站

检测站

北京轻工产品质量监督检验一站

北京市消费者协会
二轻产品质量监督检验站
4-栋内302