

安徽省消费维权权威期刊

安徽消费者

1

AN HUI CONSUMERS

2015年1月8日出版

总第64期



主办 / 安徽省消费者协会

编辑出版 / 《安徽消费者》编辑部

新闻热线 / 0551-64675176 64675171

维权前沿

让消协成为消费者的坚强后盾

——访国家工商总局党组书记、局长张茅

权威发布

安徽省工商局、安徽省消费者协会

通报保险服务消费者评议活动结果

典型案例

省食安办通报农村食品市场

4起违法典型案例

市场调查

年轻人的消费心理

诚信示范

安徽省知名企业

诚信示范·消费维权联席会议成员单位简介



安徽省知名企业诚信示范·消费维权联席会议召开 省消协五大平台助力发展

2014年12月10日，安徽省知名企业诚信示范·消费维权联席会议第一次会议在安徽电信公司召开。安徽省内13家联席会议成员单位出席会议，省工商局党组书记、局长、省消协会长金启建出席会议并发表重要讲话，会议由省工商局党组成员、巡视员沈基明主持。



▲省工商局党组书记、局长、省消协会长金启建

►省消协与省内知名企业联手推进诚信建设和消费维权工作正式启动

责任担当应该成为企业的自觉意识、自觉行为
发扬徽商精神，把诚信·维权融入到企业家精神和企业的品牌建设之中
省消协五大平台助力发展



▲联席会议现场

►会议要求各成员单位：

珍视机遇、承担责任，开启企业发展新征程
尽职履责、严格自律，切实发挥示范带头作用
加强联系、合作交流，共同维护消费维权平台
携手共赢、诚信示范，提升品牌影响力，带动各行业诚信守法经营，共同营造放心的消费环境

安徽省知名企业诚信示范·消费维权联席会议 成员单位自律公约

诚实守信，依法经营是良好企业的社会责任。为贯彻落实党中央关于全面推进依法治国的决定精神，我们响应安徽省消费者协会的倡导，自发建立“安徽省知名企业诚信示范·消费维权联席会议制度”。为加强自律，引领各行业诚信经营，自觉维护消费者合法权益，经协商，制定如下自律公约。

一、诚实守信依法经营，合同规范公平竞争。严格依照《消费者权益保护法》等法律法规和标准，履行经营者法定义务；与消费者交易遵循自愿、平等、公平、诚实信用原则；不利用优势地位订立不平等条款，不以垄断或优势地位损害消费者利益。

二、信息披露真实充分，价格合理明码实价。宣传内容客观真实，不夸大功能和效用，不作引人误解的虚假宣传；合理定价，明码实价，明折明扣，不搞虚假促销。

三、产品可靠使用安全，售后服务方便快捷。产品质量符合标准，生产和使用符合环保要求，不破坏社会和自然环境；加强人员培训，保证配送安装调试到位，提供高质量售后服务，完善沟通渠道，热情解答消费者咨询。

四、化解纠纷及时公正，尊重人格保护隐私。设立机构配备人员，热情接待听取诉求，积极化解消费纠纷，主动承担担保责任，公正解决消费争议；主动开展消费教育，帮助提高消费技能；合理采集消费者个人信息，建立严格的信息管理制度，保护消费者的个人隐私。

五、加强自律互相促进，引领行业健康发展。强化内部管理，完善消费者权益保护制度；强化法治自律意识，规范自身经营行为，加强沟通，相互学习，引领各行业依法诚信经营，形成维护消费者权益合力，共同营造放心的消费环境。

五大平台

诚信示范共建平台：“诚信单位”评选推荐；省直20家单位“构建诚信·惩戒失信合作备忘录”“红榜”推荐

消费纠纷和解平台：省消协与13家成员单位建立处理消费纠纷绿色通道

诚信示范宣传平台：省消协官方网站和《安徽消费者》杂志及国内外媒体“诚信示范”宣传推介

社会活动联动平台：省消协与成员单位通过开展活动产生社会影响，树立诚信标杆，提升品牌形象

企业发展交流平台：成员单位的生产经营和品牌建设信息互相交流

成员单位

中国电信股份有限公司安徽分公司	中国太平洋财产保险股份有限公司安徽分公司
国网安徽省电力公司	中国太平洋人寿保险股份有限公司安徽分公司
中国石化安徽石油分公司	惠而浦（中国）股份有限公司
中国工商银行股份有限公司安徽省分行	安徽汽贸投资有限公司
安徽省旅游集团有限责任公司	安徽商之都股份有限公司
安徽古井贡酒股份有限公司	安徽省华信生物药业股份有限公司
安徽江淮汽车集团有限公司	



主 办 安徽省消费者协会
编 辑 出 版 《安徽消费者》编辑部
法 律 顾 问 安徽省消费者协会律师团

编 委 会
主 任 金启建
副 主 任 江 来
编 委 张路明 罗 勇 胡 茵 周 鹏
吕 岩 樊具山 杨玉岭 王 冰
何德启 侯建华 王吉星 唐凤阳
胡晓玲 陈阳胜 李光萍 张顺理
陈 波 王晓震 吴 钊 兰文军

主 编 江 来
编 审 张路明
责 任 编 辑 孙 初
编 辑 金小武 王 灿 刘 勖 王文博
董 杰

《安徽消费者》编辑部
地 址：合肥市宁国路 112 号工商大厦 1305、1316 室
邮 编：230001
电 话：0551-64675176、6475171
传 真：0551-64675176
在线阅读：www.ah315.cn
E-mail：ahxfz315@126.com
准印证：00-163

《安徽消费者》主要发行范围或覆盖场所
省直各部门；各市、县政府部门；各级消协
安徽省消费者协会理事会成员单位
安徽省知名企业“消费维权·诚信示范”联席会议成员单位
安徽省“诚信承诺企业联盟”入盟单位
安徽省具有影响力的企业和企业家
省内各高校、大型社区、消费场所
安徽省主要机场、旅游景区

声 明

版权所有，《安徽消费者》编辑部保留所有权利。未经书面许可，不得以任何形式复制、翻印、使用《安徽消费者》的任何图文。

■本刊选用了部分国内资料图片，
敬请作者及时与《安徽消费者》编辑部联系，并领取稿酬。

contents 目录

■ 自律公约

01 安徽省知名企业诚信示范·消费维权联席会议
成员单位自律公约

■ 维权前沿

04 让消协成为消费者的坚强后盾
——访国家工商总局党组书记、局长张茅

06 安徽省消费者协会
赴京参加中消协银行服务工作座谈会

07 安徽省工商局、安徽省消费者协会
通报保险服务消费者评议活动结果

■ 权威发布

08 省评审委：银行业房贷合同存不公平条款

09 安徽省工商局 2014 年下半年肥料成品油
商品质量抽查检验情况通报

11 食品和食品添加剂国家抽检
安徽省 9 家企业不合格

■ 消费热点

评论 / 聚焦

12 实现食品安全社会共治任重道远

13 酷派手机被曝存“后门”
回应称“管理疏忽”

■ 动态信息

14 国家工商总局验证承诺 部分电商平台仍存售假

14 安徽基层市场监管部门全部加挂食药监机构牌子

15 安徽省食药监局等四部门联手整治豆芽小菜

■ 典型案例

16 省食安办通报农村食品市场 4 起违法典型案例

19 一起网络交易维权案

20 药品无效退赔维权案

■ 消费提示

22 中消协：远离餐饮火灾隐患 确保消费安全

23 安徽省食药监局购药安全消费警示

24 安徽省工商局发布消费警示：
当心网络陷阱诱骗国际长途话费

25 买进口有机食品 中国认证不可少

26 专家提醒消费者：移动支付安全性有待加强

27 合肥市中级人民法院：消费者消费维权需提交哪些证据

► **26** 专家提醒消费者：移动支付安全性有待加强

■ 信息速递

28 马云：今天的企业你要想成功，必须离消费者近

29 上海自贸区首家专业健康险公司太保安联开业

30 女子漂流被摔成八级伤残 怒告 5 家单位索赔

■ 民生

资讯

31 上海：7 天无理由退货纳入立法 今年施行

32 缓解小微企业融资难 安徽启动新型银政担合作试点

33 亳州：九部门“组团”为农民工讨薪

34 2015，这些改革和你有关

■ 生活

应急救护

36 生活应急救护小知识

生活感悟

38 安守一颗平常心，人生才能笑看风云

消费故事

39 消费者心理学的小故事

■ 市场调查

40 年轻人的消费心理

■ 法律法规

43 国家工商总局有关部门负责人
解读《网络交易管理办法》

■ 有诉必应

47 投诉回音

48 曝光台

49 消费警示

■ 诚信示范

50 国网安徽省电力公司

51 中国石化股份有限公司安徽石油分公司

52 中国工商银行股份有限公司安徽省分行

53 安徽省旅游集团有限责任公司

54 安徽江淮汽车集团有限公司

55 中国太平洋财产保险股份有限公司安徽分公司

56 中国太平洋人寿保险股份有限公司安徽分公司

57 安徽汽贸投资有限公司

58 惠而浦（中国）股份有限公司

59 安徽省商之都股份有限公司

60 安徽省华信生物药业股份有限公司

安徽省知名企业 诚信示范·消费维权联席会议

成员单位

中国电信股份有限公司安徽分公司

国网安徽省电力公司

中国石化安徽石油分公司

中国工商银行股份有限公司安徽省分行

安徽省旅游集团有限责任公司

安徽古井贡酒股份有限公司

安徽江淮汽车集团有限公司

中国太平洋财产保险股份有限公司
安徽分公司

中国太平洋人寿保险股份有限公司
安徽分公司

安徽汽贸投资有限公司

惠而浦（中国）股份有限公司

安徽商之都股份有限公司

安徽省华信生物药业股份有限公司

安徽省“消费维权·诚信示范”联席会议企业专版宣传

封二	安徽省“消费维权·诚信示范”联席会议召开 省消协五大平台助力发展
封三	安徽古井贡酒股份有限公司
封底	中国电信股份有限公司安徽分公司

让消协成为消费者的坚强后盾

——访国家工商总局党组书记、局长张茅

消费维权水平是一个国家经济文明的重要体现，是市场经济成熟发达的重要标志。

消费维权工作不仅事关消费者私权和整体经济利益的维护，也事关行业创新和规范发展，事关消费潜力的有效释放，对促进国家经济健康稳定发展具有重要作用。

消协组织要建立与相关单位和政府部门的磋商机制、对地方消协的统筹指导机制、与科研院校和检测机构的合作机制、与首都各大媒体的沟通协调机制、与专家律师的专业支持机制、与消费者的互动机制、与行业组织的督促规范机制、与民间消费者组织的指导协作机制、与国外消费者组织的交流借鉴机制，推动形成消费者保护社会共治格局。

2014年12月26日，是中国消费者协会成立30周年纪念日。

30年来，中国消费者协会在保护消费者合法权益，维护公平正义方面做了哪些工作？当前，消费者权益保护工作面临着怎样的形势？有哪些需要推进？本报记者采访了国家工商总局局长张茅。

记者：古语有云，三十而立。这30年，中国消费者协会和各级消协组织在推动消费者维权事业方面发挥了什么作用？取得了哪些成绩？

张茅：30年来，中消协和各地消协组织认真履行《消法》赋予的职能，广泛进行普法宣传，教育预警咨询服务，主题凝聚维权共识，鼓励倡导可持续消费，推动完善政策法律，关注热点推动改革，调查点评强化监督，调处纠纷促进和解，揭露批评引领舆论，支持起诉法律援助，在消费维权方面做了大量工作。

据中国消费者协会统计，30年来，中消协和各地消

协组织共受理消费者投诉1400多万件，投诉解决率超过94%，为消费者挽回经济损失130多亿元。妥善解决了日航事件、三菱汽车事件、造成未成年人伤残波及全国的OK镜事件、国际友谊花园商品房面积缩水等群体投诉案件。

中消协和各地消协组织还在电信、商品房、汽车、保险、金融等领域开展了不公平格式条款点评活动，持续推动了行业自律和整改；推动交强险费率、机动车商业保险条款、电信资费、银行收费、燃气表更换、返券促销、旅游加价、汽车诉讼等方面的制度调整、政策规范；督促苹果公司改正维修服务问题等。

30年为民奔波，30年不懈维权，使消协组织赢得了党和政府的肯定，获得了广大消费者的好评，成为消费者放心消费的坚强后盾。

经过30年实践，中国保护消费者权益体系形成了立法保护、司法保护、行政保护、社会保护等不同层次的四个方面，四者相互配合，协同动作。新闻媒介也积极发挥

舆论监督作用，充分反映消费者呼声，及时揭露批评各种损害消费者利益的行为，为推动消费维权事业蓬勃发展发挥了不可忽视的重要作用。

记者：中消协和各级消协组织是消费者的“娘家”。如何理解消费维权工作对促进经济发展、维护百姓利益的重要意义？

张茅：消费维权工作是民生工程的重要体现，是经济增长的重要支撑，是社会和谐的重要保障，也是法治建设的重要链条。

发展是党执政兴国的第一要务。在当前中国经济转型过程中，更多依靠投资驱动正向更多依靠消费驱动转变。消费者决定消费，消费促进发展。消费环境更便利、更安心，消费才有底气。消费者更有力量，发展才能更有动力。消费维权工作是促进经济发展、引导消费升级的重要保障。

市场经济条件下，消费每天都在发生。有消费就会有矛盾，因为消费者与经营者追求的目标有差异，掌握的信息不对称，消费者处于弱势群体地位。有矛盾不怕，关键是要妥善解决矛盾。在众多法律中，《消费者权益保护法》的知晓度最高。

中消协和各级消协组织通过形式多样、内容丰富的普法宣传活动，让人们了解了消费者权利，知道了惩罚性赔偿，增强了全社会的法律意识、举证意识、维权意识，有助于劳动者、投资者以及社会各方面通过法律途径表达利益诉求，有助于帮助消费者树立依法维权观念、提升法治意识，有助于监督经营者守法经营，营造安全的消费环境。

消费维权工作不仅事关消费者私权和整体经济利益的维护，也事关行业创新和规范发展，事关消费潜力的有效释放，对促进国家经济健康稳定发展具有重要作用。

记者：这些年，消协组织伴随我国经济社会发展不断壮大，同步见证了消费领域翻天覆地的变化、人们消费生活的日新月异。但是，与此同时，各种新兴消费问题层出不穷，加之经营者侵权形式多样，手段更加隐蔽和复杂，使消协组织面临更多挑战。如何才能应对这些挑战？

张茅：一要创新维权理论。消协组织要在加强立法建议、参与司法活动、辅助行政决策、开展社会监督等方面加强工作研究；在“让消费者愿消费”方面，在落实法定新职责方面，在破解消费维权难点方面扩大可为空间。

二要探索机制建设。消协组织要建立与相关单位和政府部门的磋商机制、对地方消协的统筹指导机制、与科研院校和检测机构的合作机制、与首都各大媒体的沟通协调机制、与专家律师的专业支持机制、与消费者的互动机制、

与行业组织的督促规范机制、与民间消费者组织的指导协作机制、与国外消费者组织的交流借鉴机制，推动形成消费者保护社会共治格局。

三要落实法定职责。消协组织要认真履行法定公益性职责，积极开展咨询服务、引导可持续消费模式；参与立法立标、监督检查，反映诉求、查询建议；处理消费者投诉，促进消费和谐、社会稳定；揭露批评违法行为，督促企业行业规范经营，营造消费维权舆论氛围；支持起诉、提起诉讼，保护消费者个体和整体利益等方面加强研究，探索新的工作方式和工作制度，确保职责落实到位。

四要拓展工作模式。消协组织要加强与消费者等各方的联系，扩大消费者保护的群众基础；要加强信息技术和现有信息资源的利用，为政府决策提供支撑；要加强行业、法律等各方面的专业委员会建设，提升维权工作的专业化水平。

记者：那么，下一步，消协组织的工作目标是什么？

张茅：消费维权水平是一个国家经济文明的重要体现，是市场经济成熟发达的重要标志。保护消费者合法权益是工商部门和各级消协组织的重要使命。

下一步，各级工商和市场监管部门在消费维权方面要主动作为，充分发挥市场监管的职能作用，通过行政决策、行政监督、行政执法，依法加强对消费者的行政保护；各级消协组织要全面履行职责，强化社会保护力度。要积极争取有关单位的支持配合，依法为消协组织明确定位，提供人员、经费保障，更好地发挥消协组织的桥梁纽带作用。

十八届三中全会关于全面深化改革、四中全会关于全面推进依法治国的重大决策部署，为消费维权工作提出了重要课题和新的要求。各级消协组织应充分认识存在的问题，努力开拓，积极进取，全面履职，在提升法治意识、参与社会治理、改善消费环境等方面发挥积极作用，不辜负党和国家的重托，不辜负广大消费者的期盼。

来源：《人民日报》(2014年12月25日10版)



安徽省消费者协会

赴京参加中消协银行服务工作座谈会

2014年10月22日，中国消费者协会在京召开银行服务调查评议工作座谈会，国家发改委价格司、人民银行消保局、工商总局消保局、工商总局市场司、银监会消保局、中国银行业协会、中国社科院金融研究所、北京大学金融法研究中心的有关负责人、法律专家以及商业银行代表应邀到会。安徽省消费者协会作为唯一地方消协代表参加了会议，并做主题发言。



▲中国消费者协会秘书长 常宇

►全国消协组织要依法履行《消法》赋予的各项公益性职责，加强包括银行服务在内的重点服务领域的社会监督工作，切实维护广大消费者合法权益

中消协和各地消协组织愿意配合政府有关部门加强对银行服务的监督检查，支持银行业规范自律，促进银行企业诚实守信、依法经营、履行责任

中国消费者协会通报了本次银行服务调查评议活动中发现的主要问题：窗口高峰期开放不足；服务收费不规范、不合理；产品服务宣传不规范，误导消费情况时有发生；部分服务涉嫌强制交易；人性化服务和安全服务理念相对薄弱；个人信息保护措施不力、不到位；自助服务网点少，安全保障措施弱；投诉解决不及时、信息沟通不畅通。

安徽省消费者协会副秘书长江来（主持工作）介绍了“银行信用卡服务调查”情况，披露了部分银行存在的差额还款全额计息、溢缴款存款无利息而取款要收费、分期还款提前还仍收全额手续费、对消费者不激活的信用卡收取年费等显失公平的合同条款和做法，反映了信用卡收费项目多、涉嫌重复收费、销售服务不规范、服务缺乏人性化等问题。



▲会议现场

►与会专家：银行企业要不断创新服务理念，提高服务质量和管理水平，在保障消费者基本银行服务需求的同时，努力为消费者提供差异化的服务，在切实服务好消费者的过程中追求企业正当利益。

工商银行和兴业银行代表受评议银行做出回应：认真落实新《消法》新责任，主动听取消费者的意见，对照问题积极整改，不断完善服务措施，不断提升服务质量。

安徽省工商局、安徽省消费者协会

通报保险服务消费者评议活动结果

2014年12月30日，省工商局、省消协联合召开全省保险服务业消费者评议结果通报会。省工商局党组成员、副局长朱斌出席会议并讲话，省工商局消保处、公平交易局、省消协负责人，省保监局、省保险行业协会、12家保险公司负责人参加会议。会议由省工商局消保处处长邢云峰主持。



▲省工商局党组成员、副局长 朱斌

►保险企业要正确对待调查所暴露出的问题，要以真诚的态度，建设性的举措共同推进我省保险市场规范有序的发展

全省各级工商部门和消费者协会在今后一个时期，要继续加强跟踪、调查、监督和查处保险行业中侵害消费者权益的案件

各级工商部门、消费者协会要与保监局、保险协会一起，共同努力促进我省保险消费市场的健康有序发展，推动保险消费者权益保护工作迈向新高度

省消协副秘书长江来（主持工作）就本次消费者评议活动情况进行了通报。通报分三大部分，一是本次活动的组织开展情况；二是发布消费者评议结果；三是省工商局和省消协对保险行业的建议。

省工商局公平交易局刘存俊局长就保险服务业中存在的一些违法违规现象，如捆绑销售、商业贿赂、行业垄断、不公平格式合同等方面问题，以及各级工商部门开展的执法检查、案件查处情况进行了通报和介绍。



▲会议现场

►省保监局：要求各家保险公司要加强自律，积极进行整改，努力提升消费者满意度。

省保险行业协会：保险企业将进一步把保险消费者权益保护工作放在更核心的位置，逐步完善制度，健全机制，强化公司主体责任，加强诚信建设。

省评审委：

银行业房贷合同存不公平条款

省评审委：银行业合同格式条款三大问题——免除自身责任；加重消费者责任；排除消费者权利。

2014 年 12 月 16 日，安徽省合同格式条款评审委员会就《个人购房借款 / 担保合同》存在的不公平格式条款约谈有关银行。这是按照工商总局的工作部署，安徽省工商局今年开展的对银行业合同格式条款进行规范监管的重点工作，其目的是规范银行业的合同行为，维护合同公平，服务民生。

从 2014 年 7 月开始，省工商局征集了我省七家银行的格式合同文本，同时督促银行业对所提交的格式合同文本进行了自查自纠，并向省评审委提交了自查自纠报告。在此基础上，省工商局对多家银行提交的格式合同文本进行分类、整理，并将消费者投诉、反映问题居多的银行业“个人购房借款 / 担保 / 抵押合同”提请省评审委各成员单位进行审查。省评审委依据工商总局的“银行业相关不公平合同格式条款评审意见”和有关法律、法规进行评审后一致认为，这些格式合同普遍存在免除自身责任、加重消费者责任、排除消费者权利等问题，并对银行的《个人购房借款 / 担保合同》进行了认真梳理，形成了这次约谈的评审意见。

参加这次约谈会的省评审委成员有省政府法制办行政复议处、省高院行政庭和安大研究生院的相关负责人，以及省工商局政策法规处、公平交易局、消费者权益保护处、合同监管管理处、市场规范管理处和省消费者协会等相关部门负责人；相关银行法律事务部、信贷部等相关负责人参加。

会议期间，省评审委通报了对有关银行《个人购房借款 / 担保合同》的评审意见，相关银行对评审委提出的意见进行了解释和说明。双方主要针对格式合同文本中存在的免除自身责任、加重消费者责任、排除消费者权利等问题条款进行了说明和讨论。省评审委具体针对合同中出现

的显失公平、权利义务不对等、内容表述不明晰等情形，阐述了观点和依据，并要求有关银行进行规范和整改。

省评审委评审意见认为，银行业格式合同的所有条款既要体现保护贷款的安全性，又要体现维护消费者的合法权益，尤其不能损害广大消费者的合法权益，如格式条款对贷款人违约情形认定的扩大化、对提前还贷设定的不合理要求、对罚息、复利不合理规定等。

下一步，省工商局将对我省七家银行的“个人购房借款 / 担保 / 抵押合同”发出“修改通知书”，要求对格式条款中存在的显失公平、权利义务不对等、表述不明晰等内容，依法进行修改，并将修改情况报省工商局。



安徽省工商局 2014 年下半年肥料成品油商品质量抽查检验情况通报

安徽省工商行政管理局于 2014 年下半年，依法对全省市场上销售的肥料、成品油等商品质量进行了抽查检验。现将抽查检验情况通报如下：

肥料商品质量抽查检验情况

肥料商品质量抽查检验于 2014 年 9 月至 10 月在合肥、蚌埠、阜阳、宿州、淮南、滁州、六安、铜陵、黄山等九个市，抽样 147 组，经检验，合格 129 组，合格率为 87.8%；不合格 18 组，不合格率为 12.2%。

本次所抽肥料涉及到安徽、江苏、浙江、河南、四川、山东、湖北、江西、新疆、上海、云南、山西、北京、甘肃等省、直辖市特别行政区的生产企业。

本次抽查的肥料商品不合格 18 组中，为养分含量、酸碱度、氯离子、水分项目指标不合格。其中，复合肥料抽查 113 组，不合格 13 组，不合格率 11.5%；其余复肥产品（复混肥料、掺混肥料）抽查 18 组，不合格 3 组，不合格率 16.7%；有机-无机复混肥料抽查 1 组，不合格 1 组，不合格率 100%；有机肥料类抽查 3 组，合格率 100%；过磷酸钙 2 组，合格率 100%；尿素抽查 10 组，不合格 1 组，不合格率 10%。

成品油商品质量抽查检验情况

成品油商品质量抽查检验于 2014 年 9、10 月份在宿州、淮北、蚌埠、马鞍山、宣城、铜陵、黄山、池州等八市的加油站共抽查 46 组汽柴油样品，经检验合格 42 组，合格率为 91.3%，不合格 4 组，不合格率为 8.7%。其中，车用乙醇汽油 20 组，合格 20 组，合格率为 100%；车用汽油 3 组，合格 2 组，合格率为 66.7%；普通柴油 18 组，合格 15 组，合格率为 83.3%；车用柴油 5 组，合格 5 组，合格率为 100%。

抽查结果表明，中石化、中石油为代表的国有控股公司加油站销售的成品油质量较好，抽查的 20 组样品，全部合格，合格率为 100%；社会性加油站共抽查了 26 组样品，合格 22 组，合格率为 84.6%，不合格 4 组，不合格率为 15.4%。

本次抽查中，3 组普通柴油不合格，不合格项为闭口闪点、硫含量；1 组车用汽油不合格，不合格项为硫含量和甲醇含量。

根据国家工商总局《流通领域商品质量抽查检验办法》、《安徽省工商系统流通领域商品质量抽检工作细则》规定，对本次抽查检验中发现的不合格商品，安徽省工商行政管理局已通知相关地方工商行政管理部门（市场监督管理部门）依法查处，并监督有关经营者整改。

安徽省工商局 2014 年下半年
肥料商品质量抽查检验不合格表

商品名称	被监测人	标称企业	标称商标
有机－无机复混肥料	刘安树（六安市）	河南莲花味精股份有限公司	莲花
复合肥料	黄山市清明山农资销售有限公司	湖北祥云（集团）化工股份有限公司	祥云
复合肥料	黄山市清明山农资销售有限公司	史丹利化肥股份有限公司	史丹利
复混肥料	孙成柱（肥东县）	合肥嘉农化工有限公司	五谷王
复合肥料	詹茂良（肥东县）	淮安科苑肥料有限公司	茹苑
复混肥料	詹茂良（肥东县）	安徽定兴肥业有限公司	定兴王
复合肥料	展清商店（肥东县）	江西开门子肥业股份有限公司	白俄罗
复合肥料	阜阳市恒瑞农资有限公司	凤阳县金星化肥有限公司	依福特
复合肥料	阜阳市益德农资销售有限公司	上海惠尔利农资有限公司	申花
复混肥料	阜阳市颍东区苏屯代销社颍铜化肥门市部	河南福尔鑫肥业有限公司	福尔鑫
复合肥料	王红梅（阜阳市）	无锡市丰谷特种复合肥有限公司	年年家家富
复合肥料	凤台县农业生产资料公司化肥门市部	湖北祥云（集团）化工股份有限公司	祥云
复合肥料	谢家集区杨公绍元农资经营部	安徽辉隆集团五禾生态肥业有限公司	/
尿素	淮南市三农物资供销有限公司曹庵连锁店	安徽泉盛化工有限公司	泉河
复合肥料	宿州市埇桥区王集源鑫农资店	香港阿波罗肥业有限公司	卡莱威
复合肥料	邵友伦（宿州市）	无锡市太平洋化肥有限公司	良友
复合肥料	刘艳（宿州市）	/	连连富
复合肥料	余明燕（蚌埠市）	山东金沂蒙生态肥业有限公司	金沂蒙

安徽省工商局 2014 年下半年
成品油商品质量抽查检验不合格表

商品名称	被抽查经销企业名称	主要不合格项目	规格型号
普通柴油	淮北市石台镇纵庄邵德朗加油点	闪点（闭口）、硫含量	0#
普通柴油	淮北市新世纪加油站	硫含量	0#
普通柴油	淮北市矿山集镇徐庄霞光加油站	闪点（闭口）、硫含量	0#
车用汽油	祁门县闪里加油站	甲醇含量、硫含量	93#

食品和食品添加剂国家抽检

安徽省 9 家企业不合格

国家食品药品监督管理总局 2014 年第二阶段食品和食品添加剂的国家监督抽检完成，我省 9 家企业不合格。省食品药品监管部门将对本次抽检中的不合格产品及其生产经营企业依法处理。

不合格食品名单（食用油和油脂 / 肉及肉制品及其制品）

序号	标称生产企业名称	标称生产企业地址	被抽样单位名称	被抽样单位地址	食品名称	规格型号	商标	生产日期	不合格项目	检验结果
1	阜阳鸿达粮油有限责任公司	阜阳市经济技术开发区纬六路	长丰县水湖镇闫玉行粮油店	合肥市长丰县水湖镇吴山路中段	纯豆油	5L/ 瓶	旺劲龙	7/6/2014	溶剂残留量	22 mg/kg
2	安徽华禹食品有限公司	安徽省马鞍山市和县经济开发区	安徽安德利百货股份有限公司	合肥市庐江县文明中路 1 号	特香菜籽油	5L/ 瓶	伊长思		溶剂残留量	24 mg/kg
3	安徽天堂山茶油开发有限公司	安徽省六安市金寨县斑竹镇	安徽天堂山茶油开发有限公司	六安市金寨县斑竹镇	植物油（茶油）	500mL/ 瓶	天堂山	6/6/2014	过氧化值	8.2 mmol/kg
4	安徽舒城新素宝粮油收储有限公司	安徽省六安市舒城县城关镇	安徽舒城新素宝粮油收储有限公司	六安市舒城县城关镇	四级菜籽油	/	新素宝		苯并[a]芘	26.1 μg/kg
5	马鞍山雨润食品有限公司	马鞍山市经济技术开发区太白大道 1 号	沃尔玛（安徽）购物广场有限公司六安梅山路店	六安市皖西路与梅山路交叉口	拆烧	200 克 / 袋	雨润	9/3/2014	大肠菌群	2400 MPN/100g
6	安徽省马鞍山市皖北食品有限公司	安徽省马鞍山市经济技术开发区阳湖路 818 号	六安世纪联华超市有限公司	六安市皖西路 198 号负一层（西都时代广场）	雨山湖盐水鸭	450g/ 袋	雨山湖		菌落总数	1100000 CFU/g
7	马鞍山市皖北食品有限公司	马鞍山市经济技术开发区阳湖路 818 号	六安世纪联华超市有限公司	六安市皖西路 198 号负一层	白斩鸡	450 克	新皖北		菌落总数	360000 CFU/g
									大肠菌群	230 MPN/100g
8	芜湖乐泉食品有限	芜湖三山区绿色食品工业园	黄山大润发商业有限公司	黄山市跃进路新黄山商业步行街	卤猪耳	具体称重	和瑞		菌落总数	440000 CFU/g
9	马鞍山雨润百瑞食品有限公司	马鞍山市当涂县经开区云从路 2 号	锦江麦德龙现购自运有限公司上海闵行商场	上海市闵行区顾戴路 80 号	贝贝罗尼意式萨拉米	100 克 / 袋	雨润		单核细胞增生李斯特氏菌	未检出，检出，检出，未检出，检出

实现食品安全社会共治任重道远

亟需社会各方积极参与

“社会共治”，是此次《食品安全法》修法新增的一个重要原则，修法的原因主要在以下几个方面。

现阶段食品企业数量多、规模小、集约化程度低

据统计，截至 2013 年底，我国食品生产企业达 13 余万家，食品流通企业 810 余万家，餐饮服务企业 260 余万家，还有难以计数的食品生产加工小作坊、摊贩等。初级农产品方面则更为分散，种植、养殖环节主要靠 2 亿多农、牧、渔民散户生产，其中仅养猪户就有 6700 多万户，是美国的近 1000 倍，但规模在 500 头以上养殖户提供的生猪出栏量仅占全国的 31.5%，而美国的这一比例为 96.6%。

受生态环境水平、产业发展水平、企业管理水平、诚信建设状况等因素制约，食品安全基础薄弱的状况仍未根本转变，企业在履行企业社会责任与追逐利润之间也难保不选择后者，如六年前的三鹿集团、今年的福喜公司，都是业内大名鼎鼎的企业。

80% 县乡镇没有专职监管人员和机构

食品安全事件主要集中在基层，但监管人力和设备却主要集中在省、市层面，全国 80% 以上的县乡镇没有专职人员和机构负责食品安全监管。根据我国乡、镇和街道平均人口规模差异和分殊化的经济社会发展水平，按其分别需要 3 名、4 名和 5 名监管人员进行保守计算，全国共需增加约 15.5 万名基层监管人员。如此庞大的监管队伍，不可能全靠新招聘公务员解决。并且，人员数量倒在其次，监管者自身的业务能力提升到位才是更加艰巨的任务。自《食品安全法》实施以来，监管队伍力量薄弱，监管技术支撑不足，监管手段相对滞后，加之监管体制机制约束，监管能力不足的状况并没有得到有效改善，且即便 2013 年监管体制进行

了重大调整，这种局面在短期内也难有明显改观。如《国务院关于地方改革完善食品药品监督管理体制的指导意见》本来明确要求“省、市、县三级食品药品监督管理机构改革工作，原则上分别于 2013 年上半年、9 月底和年底前完成”，但时至今日，部分地区特别是县级改革仍没有全部完成。

发挥社会多方积极性参与管理

美国经济学家艾利诺·奥斯特若姆在研究中发现，社会系统的运作除了公共权力、私人权力之外，还有社会权力。无独有偶，我国的法学理论研究者也指出：“在经济转型国家中，最成功的往往是社会嵌入最紧密的国家。……因此，最重要的是通过一定的制度安排将国家嵌入社会，使公众参与公共事务，实现国家与社会的共治。”

面对复杂的食品安全状况和有限的管治能力，强调食品安全的社会共治，既理所当然，也势在必行。当然，“共治”并非否定之前的企业、政府这两大责任主体，而是鼓励食品安全各利益相关方在更加平等的基础上参与食品安全治理，这也是全球通行的科学管理理念。社会体制改革应体现发挥和依靠多元社会力量共同治理社会的理念。



酷派手机被曝存“后门”

回应称“管理疏忽”

当酷派手机还沉浸在与互联网巨头 360“联姻”的喜庆氛围中时，其后院却频频失火。

被曝“后门”漏洞涉及千万用户

2014 年年底，国内知名漏洞报告平台“乌云”上被连续递交了有关酷派 S6 手机的 6 项漏洞，包括酷管家密码绕过、拨打电话权限绕过、浏览器问题、通知栏管理权限绕过以及桌面永久崩溃等。

据了解，酷派 S6 手机手机于 2014 年 2 月份发布，当时酷派官方宣称其为“最安全的 4G 手机”。

在更早以前，有网友透露酷派手机内一个名为 CP_DMP 的 apk 程序，会专门负责往用户的手机上悄悄推送和安装应用程序，必须通过 root 手机后删除该程序才能解决。

乌云网公布的信息显示，酷派手机漏洞最初于 2014 年 11 月 19 号提交，其后位于硅谷的安全研究机构 Palo Alto Networks 研究员 Claud Xiao 也关注到此事，并证实确有大量酷派手机安装了后门。这个问题数日前被美国帕洛阿尔托 Palo Alto 安全公司重新提出，该安全调查公司声称，这一后门名为“CoolReaper”可在用户未允许的情况下安装未知应用、清除用户信息、通过伪装 OTA 软件升级安装其他应用，并且会上传设备信息至酷派服务器。目前这一后门所引起的安全隐患涉及超过 1000 万用户。

帕洛阿尔托表示，尽管 CoolReaper 后门已经带来严重的安全隐私问题，但是有用户关于这一问题的投诉都被置之不理甚至是被删除。

酷派回应称“管理疏忽”

针对外界所披露的漏洞和手机后门，酷派集团副总裁曹井升回应称，酷派手机并不存在所谓的后门。酷派承认，其部分手机在连接无线互联网时会将应用程序下载到设备上，但同时也解释称该程序实为酷派应用商店的支撑服务，主要为用户推送新版软件、分析发现终端上的恶意软件并向用户预警、提示卸载，其目的是为了给用户提供更好的安全体验，并称是属于管理疏忽所致。目前，系统漏洞已经处理好。

据一位关注此事并对 Palo Alto Networks 的研究报告做了细致研究的乌云网白帽子分析，该手机后门的功能十分强大，非少数人可完成，可能是一个团队后门也可能是企业后门。通过这个后门，安装者便可远程控制用户手机，其中涉及到广告推送等利益链条，利用这个可以获取不菲的收益。

据悉，以运营商定制市场起家的酷派手机，2013 年出货量全球排名第七，在国内排名第三。2014 年 2 月，酷派登顶国内 4G 手机第一。但因模式单一，只有手机终端一条生产线，且太过依赖运营商补贴，酷派手机一直无法获得更高的品牌价值与更大的市场话语权。

一直以来，酷派手机都主打“安全”性能，旗下的“大观”、“铂顿”等旗舰机型号称具有“硬件隔离”“全方位防护”“一键数据保护”等功能。前不久，酷派宣布与 360 公司组建合资公司，合作打造基于智能手机的移动生态系统。

此次酷派手机曝出后门漏洞，酷派官方给出“管理疏忽所致”，显然不能解答用户的全部疑惑。有网友认为，在漏洞已经对用户构成困扰情况下，酷派为什么迟迟没有采取行动，任由这种行为持续？

国家工商总局验证承诺 部分电商平台仍存售假

2014年“双十一”前，国家工商总局约谈了10家国内知名第三方网络交易平台，提醒平台所有者履行法定义务自查、自纠，明示监管部门将采取后续措施。随后，国家工商总局网监司实施了相应的抽检行动，针对天猫、京东商城、1号店、亚马逊、苏宁易购、聚美优品、唯品会及旗下的乐蜂网，委托第三方检测机构对上述B2C类电商平台2014年11月11日当天促销的商品进行了抽检。

抽检结果表明，在207批次的样品中，大部分为合格真品。同时，也发现了6个电商平台上的15个批次的样品属于假冒商品或高度疑似假冒商品，7个批次的样品质量不合格或标签不符合法律规定。检出问题样品涉及鞋、箱包、配饰、礼品、化妆品、数码配件六个品类，检出率为10.6%。涉及的品牌有新百伦（NEW BALANCE）、阿迪达斯（ADIDAS）、博柏利（BURBERRY）、

芝宝（ZIPPO）、雅诗兰黛（Estee Lauder）、伊丽莎白雅顿（Elizabeth Arden）、金士顿（Kingston）、蔻驰（COACH）、万宝龙（MONTBLANC）、希格（SIGG）等国际知名品牌。

已确证8个批次的样品为假冒商品，占问题样品的36.4%。其中，天猫3个；1号店2个，占确证样品的25.0%；乐蜂网、苏宁易购、亚马逊各1个，各占确证样品的12.5%。商品质量不合格或标签不符合的7个批次样品，涉及1号店上的“天天网官方旗舰店”、“GYMBOREE金宝贝专营店”、“上海凡家贸易有限公司”；乐蜂网上的“Seasheep官方旗舰店”；天猫上的“广州汉网贸易有限公司”；以及亚马逊上的“Seasheep清河县合润麟羊绒制品有限公司”。另有7个批次的样品涉嫌假冒商品。

安徽基层市场监管部门 全部加挂食药监机构牌子

截止2014年12月26日，安徽省基层市场监管部门已全部加挂食药监机构牌子。完成挂牌这“上篇文章”后，将围绕加强监管做好“下篇文章”，打通监管执法“最后一公里”。

2014年年5月，安徽省市县工商质监食品药品监管体制改革完成，县一级工商、质监、食药监部门合并，组建市场监督管理局，在基层工商所的基础上组建了市场监督管理所。10月，省政府办公厅转发国务院通知，

为保持食药监体系的系统性，市场监管部门可加挂食药监机构牌。11月，合肥市庐阳区食药监局在全省率先实现挂牌。目前，全省16个市和2个省直管县均已出台挂牌文件，并全部完成挂牌。

据了解，今后食品药品投诉举报一律归口12331受理，在标识标牌、公示公告栏、人员去向牌、机关工作职责制度、投诉举报指南、受理工作表格上，都要融入食品药品监管元素。

安徽省食药监局等四部门 联手整治豆芽小菜



毒豆芽

正常豆芽

菜市场里如果看到“白胖美”豆芽，您可别乱喜欢，因为，它可能是“病态美”。市场星报记者昨日获悉，省食品安全办、省公安厅、省农委、省食药监局4部门联合“出招”，严厉打击在豆芽菜制发过程中的非法添加行为，确保豆芽菜质量安全。

现状：豆芽菜部分添加严禁物

“豆芽，无论是炒着吃，炖汤吃还是烧菜吃，都挺好吃的，也有营养，但现在不少菜场卖的豆芽，又白又嫩，看着好看，质量有点不放心。”合肥市庐阳区的张阿姨管着一家老小的饮食用餐，豆芽是她常选的菜，但她担心选到“病态”豆芽。

记者采访中得知，不少市民都有张阿姨这样的担忧，害怕豆芽制作过程中添加严禁物品，对身体有害。据介绍，省食安办、省食药监局在今年第三季度食品安全风险监测中发现，我省部分地区豆芽菜样品中检出植物生长调节剂吲哚乙酸、吲哚丁酸和4-氯苯氧乙酸等。这些植物生长调节剂，主要作用是调节植物生长和增产增效。虽可以作为农药在农业生产中使用，但在豆芽菜的制发过程中严禁使用。

整治：四部门联合出击“治”豆芽菜

记者了解到，省食安办、省公安厅、省农委、省食药监局日前联合发出《关于严禁在豆芽菜制发过程中使用植物生长调节剂等事项的通知》，要求全省各地加大管理力度，近期组织对辖区豆芽菜生产户（作坊）再进行一次联合专项检查和抽检。

“凡现场检查和抽样检验中发现有违法行为的，要严格依据相关法律法规，予以行政处罚，对涉嫌犯罪的，要及时移送公安机关立案侦查，并积极配合开展调查取证、检验、检测、鉴定等工作。”省食品药品监督管理局相关负责人介绍说，公安机关对隐蔽性强并涉嫌犯罪的案件，根据需要提前介入，依法采取相应措施，并依据《最高人民法院最高人民检察院关于办理危害食品安全刑事案件适用法律若干问题的解释》规定，追究刑事责任。

提醒：购买豆芽菜识别方法有三种

豆芽菜好吃，可问题太多，咱们老百姓究竟该怎么选择安全的豆芽菜呢？

省食药监局昨日发出消费警示，辨别豆芽是否使用了添加剂，有三种方法：

一是查看豆芽菜根，用化学制剂浸泡过的豆芽，根短、少须甚至根本无须。

二是将豆芽折断，如果断面无水分冒出，则是自然培育的，如果有水分冒出，则很可能使用化学制剂浸泡过，

三是采用嗅闻法，闻豆芽有没有刺鼻的气味，如果闻到刺鼻味道，千万不要购买。

省食安办通报农村食品市场

4 起违法典型案例

2014 年 11 月 11 日，安徽省食安办、省食品药品监督管理局举行新闻发布会，通报近期全省农村食品市场“四打击四规范”专项整治行动工作督查情况，并公布本次专项整治行动查获的 4 起违法典型案例。



内用于制作“问题鸭血”的加工窝点。执法人员依法对窝点内用于生产加工的设施设备进行了查封扣押。经现场检查发现，该窝点无任何证照，环境很差，设备简陋，存在严重的食品安全隐患。现场查获用于生产的锅炉 1 台、台秤 1 台、血浆 400 斤、成品 500 余斤。执法人员当即对现场设备、成品和半成品鸭血进行了查扣，并对部分样品予以送检。现已对当事人立案调查。目前，省局稽查处对此案进行督办，凤阳县局正在办理移送司法机关过程中。

二、淮北市工商局捣毁一仿冒假酒窝点

淮北市工商局执法人员联合公安部门经过多日连



一、凤阳县市场监督管理局捣毁制售问题鸭血窝点

2014 年 9 月初，凤阳县市场监管局执法人员在检查中时发现某餐饮服务单位使用的鸭血存在质量问题，执法人员高度重视，立即展开严密摸排，锁定了一家向零售经营户销售“问题鸭血”的送货商。该局执法人员经多方走访调查、严密布控、连夜守候，于 2014 年 9 月 11 日上午 5 时，在鼓楼菜市查扣该送货商“问题鸭血”送货车一辆，该车上载有问题鸭血 7 桶。执法人员现场对送货车主进行了突击调查询问，顺藤摸瓜，一举捣毁了他们位于门台某村

续蹲守，在濉溪县临涣镇一举端掉了隐藏在一浴池后的大型灌装假冒侵权五年、六年口子酒窝点，现场查扣大量侵权白酒、包装物及灌装工具。其中，现场查获当事人已灌装待售的侵权五年、六年口子窖 474 瓶，口子窖酒外包装箱 1600 只、酒瓶共计 3008 只、包装纸盒 5832 只、包装盒底盖 11600 个、瓶盖 9500 个、瓶口木塞 8300 个、封装压盖机 3 台、铆钉机 1 台，桶装散酒 60 斤。经进一步调查核实，当事人已售出侵权五年口子窖酒 6000 瓶，累计涉案金额为 71 万余元，达到刑事追诉标准，该局按法定程序将该案移交公安机关处理，并及时将案件移交相关信息抄报淮北市人民检察院。



三、明光市市场监督管理局查获无中文标识进口婴幼儿配方乳粉

2014 年 10 月 24 日晚，根据消费者反映部分乡镇婴幼儿乳制品存在进货来源不明、索证索票不全的问题，滁州市明光市场监管局决定次日组织针对乡镇婴幼儿配方乳粉市场的专项整治。25 日上午，该局对石坝、津里、苏巷等乡镇部分销售奶粉的食杂店进行了暗访调查摸底。根据调查摸底掌握的情况，组织执法人员对 8 处婴幼儿乳制品专卖店实施统一行动，通过查主体资格、查进货查验记录、查进货票证、查婴幼儿配方乳粉标识、核对《婴幼儿

配方乳粉生产企业名单》和《境外婴幼儿配方乳品生产企业在华注册名单》等方法，先后依法查扣 5 户乳制品经营户经营的未索票索证、代理商与国家公布的注册名单不一致、进口无中文标识的奶粉 120 罐（听），货值 2 万余元。目前，该局正在对 5 户经营户销售的乳制品进行进一步的调查。

四、来安县市场监管局查处两起豆制品加工小作坊非法添加非食用物质案件

2014 年 10 月 15 日上午，来安县市场监管局执法人员在市食安办带领下，对位于来安县大英镇东柳村五四组 2 号的闫志军豆制品小作坊加工点和大英镇童郢村平浪组 12 号的徐守术豆制品小作坊加工点检查时，发现闫志军制作豆制品小作坊的一间房间内堆放了有化工产品使用的硫酸亚铁 2 袋，每袋为 21.1kg;2、另有 2 袋在袋包装上明显位置标注有严禁饲料和食品添加使用的“海蕾”卤片 2 袋，每袋 50kg;发现徐守术制作豆制品小作坊的一间房间内堆放了有化工产品使用的硫酸亚铁 1.5 袋，每袋为 21.1kg;2、另有 3 袋在袋包装上明显位置标注有中盐精制工业盐，每袋 50kg，其中有 2 袋未拆封，另 1 袋约剩余 0.5kg。

经初步调查取证，上述当事人涉嫌在豆制品加工过程中非法添加非食用物质。来安县局领导已向县公安局沟通协调通报了案件基本情况，目前该案件正在办理移送司法机关过程中。



45 天退货承诺好 切实履行更重要

芜湖市消费者协会

2014 年 10 月下旬，一消费者向芜湖市消费者协会反映，其于 2014 年 10 月上旬在通过网络在芜湖市某网店购买了沙发，当时购买时经营者在网店的广告宣传中，承诺 45 天内无理由退货。现在消费者使用后，发现沙发不合适，要求退货，商家却借口消费者已经将沙发包装物丢弃，无法运输等理由拒绝退货。

芜湖市消费者协会受理消费者投诉后，会同芜湖市工商局网监分局共同处理。

消协分析认为，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第 25 条：“经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但下列商品除外：（一）消费者定作的；（二）鲜活易腐的；（三）在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；（四）交付的报纸、期刊。除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。消费者退货的商品应当完好。经营者应当自收到退回商品之日起七日内返还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承担；经营者和消费者另有约定的，按照约定。”经营者承诺 45 天内无理由退货，高于国家消法规定，应履行自己做出的承诺。经营者以消费者已将沙发包装物丢弃为由不予退货，不能成立。消费者购买的商品只要是完好无损的在 45 日内就可以要求退货，经营者不得无理拒绝。但因为消费者已经将包装物丢失，确实影响运输。

经调解，消费者同意支付 600 元费用，经营者为消费者退货。

一起电动车虚假宣传维权案

芜湖市消费者协会

日前，绩溪县消费者协会接到投诉，消费者李某表示，两个月前在一把广告扇上看到一则广告称绩溪某电动车车行有一款一次充电可行驶 250 公里的电动车，于是前往该车行购买了一辆。然而在实际使用过程中，该电动车最多只能行驶 150 公里，给消费者的生活带来了很大不便。

接到投诉后，绩溪县消费者协会第一时间展开走访调查，多次联系该电动车车行负责人，据了解：消费者李某反映的情况属实。电动车车行负责人表示其“一次充电可行驶 250 公里”的广告词是依据厂家的出厂报告设定的，但“一次充电行驶 250 公里”要受到气温、路况、时速、载重等条件的限制。消费者协会工作人员多次与该车行负责人进行沟通，对其夸大宣传的经营行为进行了耐心教育。经调解，双方达成和解协议，电动车车行负责人一次性补偿李某 1000 元。

消费者协会认为，该商家的宣传内容具体、确定，消费者一旦购买，该宣传内容即视为合同内容的一部分，商家不兑现即视为违约。

一起网络交易维权案

合肥市高新法院 许丽丽

【案情简介】

2012 年 6 月，陈某通过淘宝网从王某所设网店购买了燃气热水器一台。2013 年 1 月 7 日，因该燃气热水器内部水管破裂造成漏水，致使室内地板及部分物件受损。后因双方就赔偿事宜协商未果，陈某遂诉请法院判令王某赔偿其地板损失 6800 元及燃气热水器退货款 2323 元。

原来，王某所设网店，未取得网络销售资质，也未办理任何工商登记手续，王某陈述，开设网店仅需提供个人身份信息即可，且其未取得热水器厂家授权销售，其销售的热水器也未经过质量鉴定，王某本人在开设网店之前曾在热水器厂家负责安装热水器，其后在经营网店过程中也未取得相关安装资质证书等，虽然，其销售的热水器经确认，是厂家正品，在安装使用过程中，王某也告知了陈某的家人使用的注意事项，但陈某认为，王某所销售的热水器系上海专用，在热水器安装过程中也未安装相关防冻装置，尽管王某告知了热水器的使用注意事项，但警示不足，导致热水器内部水管破裂造成漏水，应承担赔偿责任。双方在庭审过程中，围绕是否上海专用的热水器不能在合肥销售安装以及陈某的实际损失等问题产生了激烈的争论。

庭审结束后，经过法官耐心细致的调解说服，陈某与王某最终达成了调解协议，由被告王某回收陈某购买的热水器，王某支付陈某购买热水器款项及相应损失 2800 元。

【案例评析】

与现场消费相比较，网络消费维权案件由于我国

网络零售的法律、信用等体系尚不健全；行政主体不明确；经营主体管理不规范、不履行承诺等因素，消费者维权难成为网络消费的突出矛盾。

网商是虚拟的，不需要像现实中的商家一样进行工商登记，法院很难受理诉讼主体不明的案件。另外，购物证据不足。消费者手中除了汇款单，或者与买家的交易记录外就没有其他购物凭证，而汇款单又无法具体标明商品的功能、型号等内容。许多网上交易还是异地交易，给监管部门受理与查处造成困难。再加上诉讼成本过高，网上购物的金额通常不大，有的甚至只有几元、几十元。为了这样一起纠纷花大量的财力和精力，消费者也觉得得不偿失。

面对这种情况，消费者应提高自我保护意识。如选择合适的网站；在找到需要的商品后，先和店主交流，确定邮费和交易商品的细节问题；不要完全相信图片，尽量要求卖家出示原始图片或者是清晰的放大细节图；多看其他买家给卖家的评价，特别是中评和差评的内容以及卖家对此的解释；付款时最好在自己的电脑登录，选择第三方支付方式如：支付宝、财付通等；对于太便宜而且要预支付的商家不要轻信；留下交易记录，在发生纠纷时当证据；成功交易后，向卖家索要收据或者凭证，并妥善保管汇款单据等。

高新法院目前受理的网络购物合同纠纷案件仅有一件，因网络卖家主要集中在江浙、广东等经济贸易集中地区，故目前安徽地区该类案件数量较少，且即使发生网络维权，因维权救济渠道较多，消费者通过工商行政部门、消费者协会等，也能过顺利维护自身合法权益。

药品无效退赔维权案

马鞍山市消费者协会 张艳红

【案情简介】

2014年7月28日，马鞍山市消协接到一封来自江苏省无锡市消费者的投诉信，投诉人是八十岁高龄的鲍士宝老人，他反映2013年8月在看了马鞍山《益寿文摘》报刊登的广告后，购买了5盒治疗静脉曲张的清脉通药膏，但按其说明使用后，无任何疗效。投诉人认为该产品在广告宣传上存在欺诈消费者的行为，属虚假宣传。要求生产厂家和《益寿文摘》报社按照最高人民法院公布的《关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》的司法解释上的有关规定予以十倍赔偿。

【处理过程及结果】

市消协投诉部接到投诉后，立即查找投诉人提到的法条，并向投诉人做出解释，投诉人要求的十倍赔偿所依据的司法解释并不适用于调解工作，只适用于诉讼程序。如果消协出面协调，只能按照《消法》的有关规定操作。由于其购买时间是2013年8月，因此，只能适用老消法的退一赔一规定。由于无法联系生产厂家，作为商业广告发布者的《益寿文摘》报社应承担退赔责任。在工作人员向投诉人和被诉方清楚解释了此案适用的法律规定后，《益寿文摘》报社表示同意退一赔一，并且感谢市消协不偏不倚，依法公正的处理此事。9月27日，鲍士宝老人顺利的拿到了1770元退赔款，由于其行动不便，寄来感谢信感谢马鞍山市消协高效、专业的工作成功维护了其合法权益。

【案例评析】

根据新的《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，经营者提供的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三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。

一些商家在大众媒体上刊登虚假不实的广告，误导欺诈消费者，严重侵害了消费者的合法权益。新《消法》对此也作出规定，广告经营者、发布者设计、制作、发布关系消费者生命健康商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，应当与提供该商品或者服务的经营者承担连带责任。

丢失的快速

霍邱县消费者协会 龚学 邓震宇

【案情简介】

近日，消费者陈某来到霍邱县消协，投诉反映其寄出去的快递6天都没有到达，而且是从霍邱城关镇寄到六安市区这么短的距离，联系快递公司，对方互相推脱，没有明确答复，由于寄的是“临时身份证”，收件方急用，如果找不到会很麻烦，消费者只好选择了投诉。

【处理过程及结果】

县消协在受理投诉后，首先调取快递记录，记录显示快递在寄出的第二天到达六安市区，之后一直没有更新记录。县消协工作人员随后联系到了这家快递公司六安市的负责人了解情况，得知可能是由于快递包裹较小，跌落在某个角落，现安排人手查找，多方查找后，仍没有找到。快递丢失，关键点是如何赔偿问题。经县消协工作人员调解，力争按照合同违约赔偿消费者各项损失，共计200元，并制作了调解协议书，当场履行，经营者无异议，消费者满意。

【案例分析】

这起案例的焦点是如何赔偿问题，依据《邮政法》第四十七条规定：邮政企业对给据邮件的损失依照下列规定赔偿：（二）未保价的给据邮件丢失、损毁或者内件短少的，按照实际损失赔偿，但最高赔偿额不超过所收取资费的三倍；挂号信件丢失、损毁的，按照所收取资费的三倍予以赔偿。依据这个标准是指如果购买保险，按保险赔偿；如果没有购买保险，赔偿标准不超过快递费的三倍，显然无法弥补消费者的损失。那么可否依据其他标准赔偿呢？依据《合同法》第三百一十二条规定：货物的毁损、灭失的赔偿额，当事人有约定的，按照其约定；没有约定或者约定不明确，依照本法第六十一条的规定仍不能确定的，按照交付或者应当交付时货物到达地的市场价格计算。法律、行政法规对赔偿额的计算方法和赔偿限额另有规定的，依照其规定。是指依照违约责任赔偿损失。所以本案的关键点就是选择适用法律问题，经消协工作人员的沟通协调，双方按照合同法的违约责任赔偿。由此可见交寄物的价值如何认定，直接影响到快件的损失额的确认。故县消协建议广大消费者，交寄贵重物品时尽量购买保价，对交寄物进行取证，以便日后维权。

中消协

远离餐饮火灾隐患确保消费安全



近年来，火锅店、烧烤店的火灾安全事故时有发生，引起了社会的广泛关注。

2012 年 5 月，南京一家自助火锅店的服务员在给一桌顾客添加火锅底下的液体燃料时，因酒精加得过多，溢出的酒精遇明火导致爆燃，9 名顾客灼伤。

2013 年 9 月，石家庄一大学新生在学校路边店点了一份十元火锅，火锅店服务员在添加液体酒精时发生爆燃，导致该学生全身起火，严重烧伤。

2014 年 9 月，浙江义乌的一家自助烧烤店的服务员直接用玻璃瓶向酒精火锅炉里添加酒精，就在酒精接触到火锅炉的一刻，火焰径直喷射出来进而引发大火，导致一位女大学生全身 80% 烧伤。

这些令人痛心的安全事故，凸显出部分餐饮服务经营者在安全生产、规范服务等方面法律责任意识淡薄。

安全放心的消费环境需要全社会努力共建。中国消费者协会认为，餐饮服务经营者作为消费维权第一责任人，应当把广大消费者的安全健康放在首要位置，在生产经营活动中严把安全生产关，规范服务流程，落实应急预案，确保消费者的安全健康。政府有关部门

要切实履行监管职责，加强餐饮服务领域的监督检查，排查安全隐患，督促整改落实。包括行业组织、新闻媒体在内的社会各界，要加大形成监督合力，与政府部门协同共治，保障消费者餐饮安全。中国消费者协会同时提醒广大消费者：

一是外出就餐尽量选择消防设施完好的餐馆，发现就餐场所消防安全存在隐患、服务流程不合规范时，应当及时提出，必要时可以向有关部门反映；

二是餐桌上尽量不采用明火烧煮方式，如果必须使用明火，在确保就餐场所应当通风条件良好的前提下，尽量选用不易挥发、燃点较高的燃料。如果餐场所通风较差，室内空气质量会因为明火燃烧快速变差，严重时可以致人窒息；

三是要适当普及消防安全知识，出入餐馆等公共场所，注意安全疏散通道，万一发生火灾等安全事故，如具备防灾技能的，在确保自身安全的前提下，协助做好前期扑救工作，一旦发现扑救无望，要尽快报警，并迅速撤离到安全地带。



安徽省食药监局

购药安全消费警示

近期，因发布虚假信息，欺骗误导消费者，有 10 家销售药品的互联网站（详见附件）已被移送通信部门依法查处。为了保护公众用药安全，现我局将下列 10 家违法网站予以曝光，并提醒消费者：为了您的健康安全，购买药品应选择正规渠道，并在医生指导下合理用药。

发布虚假信息互联网站名单

序号	具体网址	网站标示名称或单位	网站标示产品名称或技术
1	http://www.yrsbjxy.com	易瑞沙代购网站	印度易瑞沙
2	http://www.kbdyd.com	印度易瑞沙专业代购	印度易瑞沙吉非替尼片
3	http://www.fh258.net	飞扬医贸 -- 印度抗癌药代购	易瑞沙吉非替尼片
4	http://www.yruisha.net/index.html	艾氏药业	三唑仑片
5	http://hongyanhg.com/products.asp?id=2711	西安市宏彦化工有限公司	可卡因
6	http://www.hbjiedu.com	云南海冰戒毒网	脱毒舒胶囊等
7	http://www.jdyz.com.cn/ylwm	将林丸脱毒舒胶囊检测尿板直销网	脱毒舒胶囊等
8	http://www.fh258.net	飞扬医贸印度抗癌药代购	印度易瑞沙等
9	http://www.jfjdd.cn/su1	中国前列腺康复网	前列泰纯中药强效组方
10	http://baobao79.com	麦视康品牌官网	美国麦视康视力恢复仪

安徽省工商局消费警示

当心网络陷阱诱骗国际长途话费



近日，安徽省工商机关陆续接到一些消费者的反映，称自家的住宅电话费突然出现高额国际长途话费，少则几百元，多则上万元。工商人员经过了解发现，这些消费者家中的电话具备国际长途直拨功能，电脑可以连接电话线上网，多数时候，用户无意浏览了一些网站，导致电话费增多。安徽省工商局提醒网络用户提高警惕，在上网时采取一些必要的防范措施。据悉，工商人员调查发现，这些消费者的国际长途话费均来自一些国外的收费成人网站，它们往往设下网络陷阱诱骗消费者，消费者要浏览就需要下载专门软件，这类软件往往不用中文告知消费者，一旦点击确

认，这种软件就会把电话切换到国际长途，从而导致消费者支付高额话费。工商人员介绍说，这种网络陷阱所产生的高额国际长途话费不仅给消费者造成了经济损失，而且还影响了消费者上网的积极性，使其上网时缺少安全感。安徽省工商局提醒网络用户提高警惕，在上网时采取一些必要的防范措施，如，不随便下载陌生软件，特别是拨号软件；在登录外文网站时，要仔细阅读网站的相关提示；如果不小心落入陷阱，要立即退出相应的网站，断开网络链接，以避免产生更多的国际长途话费，造成更大的损失。



晚饭后这五种食物不要碰

黑巧克力。刺激大脑，影响入眠。
坚果。高脂食物，堆积脂肪。
酒类。干扰睡眠，有害无益。
糕点。营养匮乏，无甚价值。
辛辣食物。影响睡眠，刺激肠胃。

买进口有机食品

中国认证不可少

近年来，市民网购进口有机食品越来越火。不过，其中的陷阱也不少。日前，出入境检验检疫部门通报了进口有机产品监管情况，有一些进口产品并未获得任何国家或地区的有机产品认证，但为了提高产品销售价格，也在包装或宣传中标注“ORGANIC”或有机字样，误导消费者。

进口有机食品需获两国认证

所谓有机食品，是指来自于有机农业生产体系，根据国际有机农业生产要求和相应的标准生产加工的、并通过独立的有机食品认证机构认证的一切农副产品，包括粮食、蔬菜、水果、奶制品、禽畜产品、水产品、调料等。记者在网上搜索“有机食品”一词，一下冒出了众多网页，点进去发现，几乎每家电商平台均建立了“有机食品”频道。根据中投顾问产业研究中心的最新预测，未来十年，有机食品有望占到整个中国食品市场的1%-1.5%。

根据江苏出入境检验检疫局日前通报的进口有机产品监管情况，从2014年4月到11月，江苏口岸共查出违规进口食品14批，主要是果泥、婴幼儿方便食品、蜂蜜等。

据介绍，违规进口产品主要问题是未获得中国有机产品认证，但产品包装上有“ORGANIC”字样和国外有机产品认证标志，涉及婴儿奶粉、饼干、蜂蜜、麦片、果酱、啤酒等产品。进口食品即使是获得了出口国家认证机构的认证，也必须再获得中国主管部门认可的有机认证，方可作为有机食品在中国境内销售，否则只能作为普通的进口食品销售。

上述检验检疫人员指出，网购产品中存在的所谓进口有机产品，鱼龙混杂，有些获得境外有机产品认证的产品，其生产和加工标准与我国标准不同，不能

保证其符合我国有机产品国家标准的规定；此外还有一些进口产品并未获得任何国家或地区的有机产品认证，但为了提高产品销售价格，也在包装或宣传中标注“ORGANIC”或有机字样，误导消费者。

要认准中国标识

针对网购进口有机食品越来越火的现象，业内专家提醒，进口食品并不意味着100%安全，网购进口食品有风险、需谨慎。来自检验检疫部门的消息显示，近年来，从仅获得境外有机产品认证（而未获得中国有机产品认证）的进口产品中，也检测到我国有机产品国家标准中禁止使用的农药。

收到有机食品后，该如何鉴别？业内人士表示，所有进口食品都必须有出入境检验检疫机构签发的《进口食品卫生证书》才能够进行合法销售，上面注明了该进口食品的详细信息，并盖有出入境口岸检验检疫部门的公章。消费者可查看要选购的进口食品是否具有该证书，并向出入境检验检疫机构查询。

进口食品包装上必须印有或贴有符合国家标准的中文标识，上面在标明产品基本信息的同时，还标明了该食品的国内销售商或代理商名称、联系电话、详细地址等。消费者可以通过出入境检验检疫机构，查询其登记备案信息，并注意所购进口食品与其销售代理产品的品牌、品名、批次等信息是否一致。如果发现网上销售的进口食品没有中文标识，则不要购买，因为其并不是经过检验检疫的正规进口产品。

消费者也可以向销售单位索取认证证书、销售证等证明材料，查看所购买的有机产品是否在证书列明的认证范围内。获得中国有机产品认证的产品，已经实现“一品一码”，每个产品的最小包装上均附有唯一的17位专用代码，消费者可以上网输入代码一辨真伪。

专家提醒消费者

移动支付安全性有待加强



《2014 年中国互联网金融发展报告》数据显示，2013 年我国手机支付用户规模达 1.25 亿，同比增长 126%，手机支付、网络银行、金融证券等相关各类移动应用累计下载量超过 4 亿次。其中支付宝钱包下载量占比达 58%，交易便捷使得移动支付进入爆发式增长期。

然而，虽然移动支付因着便捷的先天优势而快速增长，但它的便利是以牺牲一定安全性为代价的。网络专家王秀荣指出，由于智能手机操作系统的脆弱性、平台开放等特点，移动支付易受手机安全漏洞和各类木马的威胁，安全性能和稳定性能不足，因而对于大多数消费者而言，移动购物并不等同于移动支付。

这就在于互联网与移动互联网的互通性，当在手机等移动设备上浏览商品时，并不一定要在手机上完成支付流程，在手机上下单，同样可以在互联网上进行支付。甚至在人们的移动购物过程中，付款往往是最不重要的一环，而价格比较和排名才是消费者最常用的。以现在较受欢迎的“融合新汇”手机客户端为例，该电子商城是行业信息最全、最具权威性的细分行业品牌，因此用户数量增速明显，

并且由于其主打销售的数码配件产品已经成为生活必需品，也使得该平台获得广泛青睐，消费者也更加乐于在该平台完成商品的挑选比较过程，在传统互联网上完成支付环节。

造成这种情况的最大原因还是安全性，王秀荣说，这种局面的改善要靠运营商、银行、第三方支付平台做好技术防范措施，并通过应用大数据加强对第三方支付资质的评估与监管，此外统一的手机安全支付标准也应尽快出台，确保安全。2014 年来，移动支付出现了面对面支付、扫码支付、声波支付等全新手段，这是移动支付的进一步发展，但其安全性还有待加强。

的确，移动互联网带来了便利，这点每个人都深有体会，所以移动互联网全面爆发也催生了手机用户的快速上涨，但是绝不能忽视其中的漏洞，尤其是在涉及财产安全方面更加不能掉以轻心。消费者应该学会在互联网时代保护自己的权益，科学使用，保持理智，只有这样才能真正将移动互联网的便利最大化实现的同时，避免损失。



合肥市中级人民法院

消费者消费维权需提交哪些证据

根据《民事诉讼法》及民事诉讼证据规则，“当事人对自己提出的主张，有责任提供证据”的规定，消费者向法院提起消费者权益争议纠纷诉讼时，对自己提出的主张必须提供相应的证据，加以证明，既要提出当事人之间存在民事法律关系的事实，同时还要有当事人的民事权益受到损害的事实。

例如在一产品质量损害赔偿案中，原告提出自己曾在被告处购买一瓶化妆品，使用后面部出现红肿、痛痒等症状，经医院诊断系涂搽该化妆品所致，花费医疗费 2000 元，故要求被告赔偿其经济损失，在这个案件中，原告要求被告赔偿就需要至少提出三个证据才能使本案成立：

- 一是与被告的买卖关系确实存在的证据，如购货发票。
- 二是医院的诊断证明。
- 三是医疗费单据。

根据消费者权益争议纠纷特点，应着眼于以下几方面的证据收集

1. 反映当事人法律关系的形成、发展的证据材料，如商品的购货发票、接受服务的票据、加工承揽、保管合同的文件。
2. 反映损害事实存在的证据，如有产品质量问题的样品、标的物检验鉴定结论等。
3. 能够证明经济损失情况的材料，如损失清单、单据、现场勘查记录等。

鉴于消费者对某些制造过程较为复杂的产品不甚了解，很难提出证据证明被告的过错，为充分保护消费者行使诉权，《产品质量法》规定“因产品存在缺陷造成人身、他人财产损害的，受害人可以向产品的生产者要求赔偿，也可以向产品的销售者要求赔偿。”因此，原告只须证明其损失是由于产品原有的缺陷所致就可提出赔偿要求。

消费者向法院举证通常采用的方法

提供证人，说明证人的身份和可以证明的事实，提交书证、物证和视听资料，书证和物证应当提交原件原物，但如提交原件原物有困难的，可以提交复制品、照片、副本、笔录等，提交外方书证，应附中文译本。



马云又演讲啦！

马云：

双 11 商标大家随便用

阿里巴巴集团执行主席马云在接受央视采访时提及了阿里注册“双十一”商标的问题，并表示注册双十一商标实为保护，欢迎大家来使用。

今天的企业你要想成功，必须离消费者近

其实今天的企业你要想成功，必须离消费者近，通过互联网了解你的销售，了解你的消费者，你才会成功，了解你的客户，你才会成功，原来广东大批企业包给别人干的，销售包给别人干，都包给别人干，你没有机会了，离消费者近，电子商务给小企业带来巨大的机会。

假货我认为解决只能靠互联网

对电子商务来讲，假货我认为解决只能靠互联网，今天在淘宝上面，阿里巴巴市场上面，大家说你们假货很多，说假货多的人，从来肯定基本上在淘宝上没买过东西。淘宝和电子商务最大的差异在于，上世纪是别人说什么你买什么，这世纪是你自己决定你是否有这个能力参与这件事情。购物，你想买一个劳斯莱斯，二十五块钱就想买一个劳力士手表，这是不可能的，这是你自己太贪了。

英国学生用垃圾制作跑鞋 提醒人们关注“消费文化”

据英国《每日邮报》报道，伦敦 3 名学生收集市内塑料垃圾制作出一双双彩色跑鞋。这种稀奇古怪的跑鞋乍一看，似乎是由高档材料制成的，但仔细观察就会发现其原始材料不过是垃圾而已。

据英国《每日邮报》报道，伦敦 3 名学生收集市内塑料垃圾制作出一双双彩色跑鞋。这种稀奇古怪的跑鞋乍一看，似乎是由高档材料制成的，但仔细观察就会发现其原始材料不过是垃圾而已。这 3 名学生用垃圾制作跑鞋的目的在于引起人们对乱扔垃圾这种坏习惯的关注。

这 3 名学生分别为查尔斯·杜菲、威廉·格宾斯和比利·特维，他们通过用垃圾制作跑鞋来提醒人们关注“消费文化”以及塑料垃圾对环境的负面影响。他们说，这次活动是以一个讽刺的视角来审视我们扔掉东西的高频率，比如扔掉一双旧鞋仅仅是因为得到了一双新鞋，而曾经我们对于购买的态度“耐用和可靠”已经不复存在了。

他们还说：“塑料已经如此根深蒂固地融入我们的生活和环境中，以至于它已经变得越来越难以从自然环境中辨别、区分开来。我们用拖网将河岸的垃圾拖上来，制成跑鞋，并利用这些跑鞋作为一种讽刺的工具，以此来告诉人们垃圾和消费之间的直接相互关系，以及当代商品用后即被扔掉的现实。”



健康险迎来“蓝海”时代 上海自贸区首家专业健康险公司太保安联开业

中国太平洋人寿保险股份有限公司安徽分公司 赵孝蓉

2014 年 12 月 18 日，注册于上海自贸区、成立于保险“新国十条”颁布后的首家专业健康险公司——太保安联健康保险股份有限公司在上海举行开业仪式。

太保安联由中国太平洋保险集团和德国安联保险集团共同合作组建。太保安联健康险拟任董事长兼总经理孙培坚表示，公司将以客户需求为导向，致力于产品创新、服务创新、技术创新，深耕健康服务产业链，铸就以专业服务能力为核心的专业能力，努力成为引领行业之先的专业健康保险公司。

政策利好推动，商业健康险转型蓝图愈加清晰

2014 年以来，商业健康险行业春风劲吹。2014 年 8 月 13 日，保险“新国十条”鼓励保险公司大力开发各类商业健康保险产品；2014 年 11 月 17 日，国务院办公厅发布《关于加快发展商业健康保险的若干意见》（以下简称《若干意见》），首次为商业健康保险做出顶层设计。2014 年 11 月 25 日，上海针对保险“新国十条”的细化政策出炉。

2014 年 12 月 8 日，中国保监会召开学习贯彻加快发展商业健康保险若干意见动员会。保监会主席项俊波称，2014 年 1-9 月，商业健康保险保费收入 1260.36 亿元，同比增长 46.97%，成为市场最大的增长动力。而一项专项调研也显示，高净值人群在选择保险产品时，健康医疗保险是最主要的投保类型。

项俊波指出，全行业要充分认识《若干意见》出台带来的政策机遇和改革红利，充分发挥商业健康保险的“生力军”作用，更好地服务于医药卫生体制改革和发展健康服务业。支持大型保险集团和社会资本投资设立专业健康险公司，支持健康服务业产业链整合和投资。

孙培坚表示，公司将以上海自贸区为平台，借助政策春风，全力打造健康管理优势，引领目标人群的健康价值管理，构建行业领先的健康管理大平台。

深度介入健康管理产业链，服务医改全局

保险专家认为，这些频频发布强势推动的利好政策，为专业健康保险公司深度介入健康管理产业链，大力推动健康管理服务扫清了政策壁垒；此外，国家鼓励保险机构参与健康服务业产业链整合，发挥商业健康险这支“市场化杠杆”的作用，利用市场的力量提高医疗保障水平，推进医疗改革，从而多方面促进深化医疗改革进程。

商业健康保险可以提供更加细化、专业化的健康服务，有利于分诊制度的推行，减少医疗资源的浪费，还可通过参与“防、治、保”全流程的风险管控，帮助客户实现健康风险管理，成为企业的健康管理师、个人的私人医生，还可成为链接医疗机构与客户之间的纽带，长期维护客户关系，有助于将来形成稳定的“家庭医生”的医疗体制。

太保安联将在全国主要省市与重点医疗服务机构开展合作，建立遍布全国的合作医疗网络，并以客户需求为导向，建立市场领先的健康险全产品线，并针对企业客户的需求开发个性化的定制产品。

太平洋保险集团董事长高国富表示，太保安联健康险是太平洋保险布局健康险的一项重大战略举措，是公司实施“以客户需求为导向”战略转型的重要步骤。在海外人身险领域，安联素来长袖善舞。而太平洋保险深耕中国本土市场多年，有着丰富经验、销售网络和客户群体。在品牌、销售渠道以及专业运营方面的强强联手，两家集团公司将成为太保安联未来发展的坚强后盾。



女子漂流被摔成八级伤残 怒告 5 家单位索赔

湘潭县某医药公司员工谭女士在单位的组织下到宁乡玩漂流，不想单位的这项福利却让她付出了巨大的代价，谭女士在漂流过程中摔下船造成八级伤残。更让谭女士意外的是，她花了十几万的医药费却无处索赔，无奈之下她将医药公司、旅行社、漂流公司、株洲一保险公司及湘潭一保险公司告上法庭。

2014 年 11 月 12 日，湘潭县法院一审判决，漂流公司承担 35% 的赔偿责任，旅行社及株洲一保险公司担责 35%，谭女士自己担责 30%。

男孩吞食“水宝宝”后被切肠获救

江苏淮安一个三岁男孩因误食了一种叫“水宝宝”的儿童玩具，导致了肠部穿孔，医生只好将穿孔部位的肠子切除。孩子已经六天没有进食了，如果就珍再迟些，就会出现休克甚至危及生命。据介绍，“水宝宝”这种玩具未泡水前很小，放入水中后会不断膨胀变大，高温条件下会释放有害物质。

这种玩具大多属于三无产品。专家介绍，它是一种吸水性树脂，主要成分是聚丙烯酸钠，遇水就会膨胀，吸水性特别强，主要是应用在工程上用于堵缝等。此类物质在低温条件下比较安全，高温条件下会释放有害物质，有一定毒性。



三看一尝辨别真假羊肉卷

识别真假羊肉卷主要采取看颜色的方法。真羊肉卷一般是粉红色，下锅后不易变色且浮沫较少。

此外，还可看纹理、肥瘦来判断真假。真的纹理细腻，切片后含有白色条纹；假的纹理粗糙。真羊肉卷应该是肥肉一丝丝夹在瘦肉里的，分布自然均匀；假羊肉卷通常是肥瘦各占一边，互相分离，用手一捏容易分开。

如果实在看不出来，就只能亲口尝一尝了，真羊肉卷虽然有膻味但嚼起来却很香，假羊肉卷吃到嘴里发硬。

台湾曝 117 家厂商卖假羊肉

台湾华元与威峰两家公司被爆“挂羊头卖猪肉”，羊肉片疑似添加猪肉掺伪后，再切片以“羊肉火锅片”贩卖，新北市卫生局昨派员查核辖内华元及威峰的 15 家下游厂商，有无进货及下架封存。

“买羊肉，吃到猪肉！骗很大”高雄地检署获报不肖业者以猪肉掺羊肉贩卖，经搜索新北市华元、威峰公司、高市金龙公司，查扣 1.2 万公斤假羊肉。这些假羊肉流入传统市场、夜市或平价火锅店，2 家业者共 3 人依诈欺、违反食管法 10 万元（新台币）交保。

上海： 7 天无理由退货纳入立法 今年施行

“7 天无理由退货”明确纳入上海地方立法。2014 年 11 月 20 日，上海市十四届人大常委会第十六次会议通过修改《上海市消费者权益保护条例》的决定。

此前，什么样的商品适用“7 天无理由退货”一直备受争议。对于商品拆封后，是否算完好，商家和消费者都有不同的理解。

上海市人大法制委员会审议认为，确立消费者无理由退货制度的初衷，就是要让网购消费者享有与实体商场购物同等的检查、试用机会，以便自主决定是否交易；如果要求消费者退回的商品必须未拆封，那么规定“无理由退货权”就失去了意义。

此外，在维护消费者权益的同时，也要平衡商家的正当利益，消费者在选择无理由退货时，必须承担保证商品本身完好的义务。此次，条例明确“消费者为检查、试用商品而拆封且商品本身不污不损的，属于前款规定的商品完好。”

“经营者采用网络、电视、电话、邮购、上门推销等方式销售，消费者有权自收到商品之日起 7 天内无理由退货，而且无需说明理由，但以下四类商品除外——消费者定做的；鲜活易腐的；在线下载或消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；交付的报纸、期刊。

除上述四类之外，其他根据商品性质不宜退货的，经营者应通过显著方式告知消费者，设置提示程序，采取措施或技术手段，以便消费者确认。消费者在购买结算前确认的，就不适用无理由退货。”

该条例将于 2015 年 3 月 1 日起施行。



民生证券： 春节前行情不悲观 看好权重股

降息对市场整体影响：有条件的估值提升。降息对股市的影响具有一定的不确定性，它取决于降息所带来的无风险收益率下行与风险溢价变动之间的关系。从当前时点看，此次降息存在两大有利于满足估值提升的条件：第一，2014 年年报的业绩地雷风险时点尚远；第二，资产配置效应仍有望支撑股票风险溢价低位运行。因此，我们判断此次降息有助于支撑 A 股估值提升。

对市场结构影响：银行短期不利，九大行业受益。从结构上看，此次降息对银行股短期利空，静态测算盈利负面影响 5%，但经济企稳预期利好银行股估值修复。对于非银行板块，我们更看好财务费用占营业利润比重相对较高、风险溢价（贝塔值相对）相对较低的行业，这些行业主要包括轻工制造、交通运输、电力及公用事业、通信、交运、农林牧渔、电力设备。此外，地产和非银金融股也相对看好。

春节前的 A 股行情并不悲观，第一，降息表明春节前流动性环比宽松可期，而年底中央经济工作会议之前改革政策红利将持续释放；第二，地产调整下的资产配置效应余温仍在；第三，经济和基本面大幅下行风险不大，年报业绩风险时点尚早。但春节仍有可能是 A 股市场的重要关口，从中长期看股市的估值最终仍要回归基本面，对此仍应保有一丝谨慎。

软件开发： 人才匮乏职业优势明显增强

软件开发是根据用户要求建造出软件系统或者系统中的软件部分的过程。

就业前景：

目前，我国对软件人才的需求已达 530 万，并且以每年 20% 左右的速度增长。在未来 5 年内，合格软件人才的需求将远大于供给。我国软件人才的缺口已达 80 万，软件人才的就业前景非常乐观。

IT 业巨大的人才缺口使其成为名副其实的高薪职业。目前，具有 3~5 年开发经验的工程师，拥有年薪 10 万元是很正常的一个薪酬水平。而且根据相关数据表明 IT 人才的薪金每年都呈现 20%~30% 的增幅。



缓解小微企业融资难 安徽启动新型银政担合作试点

2014 年 12 月，安徽省新型银政担合作试点正式启动。一旦试点范围内发生代偿，担保机构、省担保集团、银行、地方政府将按 4：3：2：1 比例分担风险。

安徽省着力构建覆盖省市县三级的政策性融资担保体系，坚持以小微企业为服务对象，不以营利为目的，低费率、广覆盖，在缓解小微企业融资难方面起到了重要作用。新型银政担合作模式的启动，将有利于调动银行与担保机构合作的积极性，缓解小微企业和“三农”融资难、融资贵问题。

合肥

铁路调整列车运行图 合肥加开多趟动车组

上海铁路局于 2014 年 12 月 10 日零时起实施新列车运行图，长三角铁路列车开行将发生较大变化，作为长三角副中心城市，合肥在本次调图后增至深圳、厦门、南宁、哈尔滨等华南和东北地区主要城市的动车组列车，合肥至厦门、桂林的列车运行时间分别由目前的 28 小时 34 分、26 小时 01 分压缩至 9 小时 26 分、7 小时 49 分。

马鞍山

公共文化服务百姓“点单”政府配送

该市创新服务模式，变政府部门单方确定服务项目为以群众需求为导向的预约式服务供给模式。通过完善的四级（市、县区、乡镇街道、村居）公共文化服务联动网络，发挥群众在文化设施建设、管理和服务中的主体作用；以供需见面会、网络平台、文化志愿者下基层等方式汇集群众需求清单。根据清单政府或自行组织，或向市场采购服务，配送给群众，实现群众“点单”、政府配送，服务供给与群众需求无缝对接。

淮北

师大学生走上街头 科普营养健康知识

该活动由淮北师范大学营养与健康协会主办，主题为“扬帆远航·健康领跑”义务普及健康知识的志愿咨询活动。活动邀请专业注册营养师、皮肤科医生现场坐诊，义务为市民讲解皮肤健康知识。活动现场还发放了淮北市卫生局统一印制的健康处方。

宿州

房产市场回暖 房价重回去年三季度水平

截至 2014 年 10 月底，宿州市四县一区商品房施工面积共 1160.67 万 m²，新开工面积 656.33 万 m²，共完成投资 127.47 亿元，其中宿城完成 91.07 亿元，投资增势比 2014 年 9 月有明显上升。已备案的商品房住宅均价为每平方米 4364 元，仅下降一个月就回升至去年三季度水平。



亳州

九部门“组团”为农民工讨薪

亳州市人社局、住建委、工商局、总工会等九个部门在全市范围内启动农民工工资支付情况专项检查，时间为 2014 年 11 月 15 日至今年 2 月 10 日。

2014 年前十个月，亳州市共受理了农民工欠薪案件 572 件，涉及农民工 36000 多人，讨回工资 5.39 亿元。其中，公安机关参与处置 100 余起，立案 22 件。在市级劳动监察部门受理的案件中，有 16 家施工企业、3 家劳务分包企业和 11 名班组长被记不良记录一次。

蚌埠

城区人口超 110 万 成功跻身“大城市”行列

2014 年 11 月 20 日，国务院发布了《关于调整城市规模划分标准的通知》。新“城标”将城市划分为五类七档。蚌埠的城区人口达到 110 万人，对照新标准，是名副其实的“大城市”。

根据新“城标”，安徽目前没有一个城市能称得上“特大城市”，合肥也从以前的特大城市降级为大城市。

淮南

青年倡导“书公益” 情牵农村留守儿童

淮南市图书馆旁的酷莎美容美发店通过开展“书公益”的活动，向顾客和网友家庭募捐，将收集到的

满满 10 箱书籍、5 箱玩具，还有一大堆衣服，通过红十字会帮忙送到留守儿童手里。

池州

九华山机场 2014 年 旅客吞吐量突破 20 万人次

池州九华山机场 2014 年旅客吞吐量突破 20 万人次。池州九华山机场现已开通至北京、上海、成都、广州、厦门、泉州的航线。目前，九华山机场正在做好开通至深圳、天津、大连、温州、西安等城市航线的准备工作，逐步完善航空市场网络布局，推动池州及周边地区的旅游、经济文化发展。

滁州

净化校园周边环境

近期，滁州市区两级文化执法部门联合教育、工商等部门对市区中小学校及周边文化市场开展联合集中检查，重点查处了书店、音像店、网吧、书报刊亭、流动销售摊点等，收缴盗版、低俗、色情等非法出版物近千册（份、盘）。

安庆

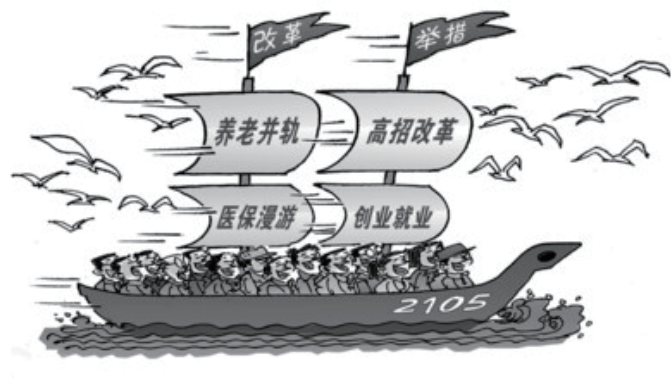
教师有偿补课将面临开除或解聘处分

安庆市教育局出台《关于进一步对违规补课行为进行处理的规定》，严禁八种违规补课行为，并将对严重违规有偿补课者处以开除或解聘等处分。



2015，这些改革和你有关

告别2014年的记忆，迎接2015年的曙光。新年新希望。养老“并轨”迈步、高招改革实施、医保“漫游”提速……2015年，多项与百姓息息相关的改革启航，载着充满期待的人们，“驶”向更公平、更公正的生活。



创业就业扶持举措“着陆” 适应经济增长换挡“新常态”

小微企业免征教育费附加、水利建设基金、文化事业建设费等；高校要建立弹性学制，允许在校学生休学创业，并加大对他们的资金支持……2015年，一系列鼓励、扶持创业就业的举措实施。

经济增长从高速转为中高速是经济新常态的第一大特征。伴随经济换挡，“就业难”也成为新常态，一个接一个的“史上最难就业季”已成事实。

当前，我国每年六七百万大学生毕业，其中创业比例仅占1%。专家指出，主动出击，以创业带就业，是适应经济发展新常态的顺势之举。随着各项扶持举措的“着陆”运行，创业比例有望进一步增加，自主创业也将成为新常态。

养老“并轨”方案公布 打破身份差异的“养老不公”

国务院副总理马凯表示，养老“并轨”改革方案已经国务院常务会议和中央政治局常委会审议通过，近期就要印发。约4000万的机关事业单位人员，将告别养老“免缴费”时代，建立与城镇职工统一的养老保险制度。

长期以来，养老“双轨制”下，因身份的不同导致社会分配不公，机关事业单位人员和企业人员的养老金标准存在明显差距。

从“双轨”到“并轨”，是人们对平等养老权利的期待。推进养老“并轨”改革，是增进社会公平、激发社会活力的必要之举。

高招改革正式启动 取消艺体加分堵住“造假暗门”

取消重大体育比赛获奖者、省级优秀学生、奥数获奖者等6项全国性高考加分项目；高校自主招生不得联考，考核统一安排在高考结束后、高考成绩公布前进行……2015年1月1日起，高招改革正式起航。

这意味着，2015年参加高考的莘莘学子将迎来更公平的竞争，饱受诟病的高考加分“造假暗门”有望被堵住。而那些确有学科特长和创新潜质的学生则拥有更自由的选择权和更大的选择空间，高校更有可能录取理想的“怪才偏才”。

医保“漫游”提速 省内异地直报将基本实现

2015年我国将基本实现地市和省（区、市）范围内异地就医住院费用的直接结算。各地医保不再各自为战，“漫游”入轨提速。2016年将全面实现跨省异地安置退休人员住院医疗费用直接结算。

目前全国22个省份基本实现省内异地就医直接结算。据测算，医保地级市内“漫游”可以解决60%左右的异地就医问题，省级“漫游”可解决将近90%的异地就医问题。

医保“漫游”提速，是2亿多异地安置退休人员、流动人口的一大福音，常年“漂泊”异乡的他们将不再为报销而“垫支”或“跑断腿”。

史上“最严”环保法实施 “治霾”入法向污染宣战

2015年1月1日起，修订后的环保法施行，被称为史上“最严”环保法。

法律条款从47条增加到70条，雾霾治理入法、首次设计“按日计罚”制度，明确生态保护红线、扩大环境公益诉讼的主体……此次环保法大修，直指违法成本低、环保意识弱等环境治理顽疾。

“重典”向污染宣战，能否止住明里暗里的排污？能否换来更多的青山绿水和蓝天？让我们拭目以待。

不动产登记启动 摸清家底倒逼反腐

2015年3月1日起，《不动产登记暂行条例》实施。7年前在物权法被明确提出的制度终于“靴子落地”。条例规定各级不动产登记信息纳入统一登记平台，实施实时互通，统一登记簿将永久保存，伪造不动产权证可追究刑责。

全国106个重点城市中，约有50%的城市启动不动产统一登记相关工作，目前国家层面不动产登记职责和机构建设基本完成。

对于那些来历不光明的不动产，登记或将是一面“照妖镜”，成为倒逼反腐的一把利器。

生活急救救护小知识



1、癫痫发作

在救护车到来之前，可让患者的头侧向一边，以防止呕吐物窒息。随后，找一把金属调羹或牙刷等不易咬碎的东西塞进他的上下牙之间，防止舌咬伤。对于成年人，最好在硬东西上裹一层毛巾或手帕，以免咬掉牙齿。

2、气道异物

自救：①用力咳嗽法。先吸一口气，然后用足力气咳嗽，有时就可把异物从气道内咳出。②腹部手拳冲击法。将右手拇指关节突出点顶住上腹部，相当于剑突与脐之间腹中线部位，左手紧握右手，然后用力向内作4~6次连续快速冲击。

互救：抢救者站在患者侧后位，一手放置于患者胸部，另一手掌根部对准患者肩胛区脊柱上，用力给予连续4~6次急促拍击。

3、煤气中毒

立即关闭煤气，开窗透气。抢救者在进入溢满煤气的房间前，应先吸足一口气，然后用湿毛巾或手帕捂住口鼻，以防自己中毒。在煤气没有散尽前，不要开灯、按电铃、打电话或使用打火机、火柴等，以免引发爆炸。然后，将中毒者移到通风的地方，松开中毒者的衣领、裤带。观察其意识、心跳和呼吸情况。如已没有心跳和呼吸，立刻进行人工呼吸和胸外按压；如还有心跳、呼吸，应立即拨打急救电话，送医院进行高压氧治疗，以免留下后遗症。

4、炸伤

如果炸伤眼睛，不要去揉擦和乱冲洗，最多滴入适量消炎眼药水，并平躺，拨打120。

如手部或足部被鞭炮等炸伤流血，应迅速用双手为其卡住出血部位的上方，如有云南白药粉或三七粉可以洒上止血。如果出血不止又量大，则应用橡皮带或粗布扎住出血部位的上方，抬高患肢，急送医院清创处理。但捆扎带每15分钟要松解一次，以免患部缺血坏死。



鱼刺卡喉

1、实行腹部挤压（如病人怀孕或过肥胖，则实施胸部挤压）。如患者无法站立，将其平放在坚固平面上，跨坐在病患腿上作腹部推挤五次，再检查有无将异物咳出。

2、如用手指掏挖异物时，只在看得到异物才掏挖，不可盲目掏挖。

脑溢血

急救口诀：头向侧转

典型症状：有高血压病史的人，由于气温骤降或情绪激动，突然发生口齿不清甚至昏迷。

1、家属要克制感情，切勿为了弄醒病人而大声叫喊或猛烈摇动昏迷者，否则只会使病情迅速恶化。

2、将病人平卧于床，由于脑压升高，此类患者极易发生喷射性呕吐，如不及时清除呕吐物，可能导致脑溢血昏迷者因呕吐物堵塞气道窒息而死。因此病人的头必须转向一侧，这样呕吐物就能流出口腔。

3、家属可用冰袋或冷毛巾敷在病人前额，以利止血和降低脑压。

失血性休克

★急救口诀：严密观察，防止失血。

★典型症状：因意外事故而导致

大量失血，血压为零。

1、对于休克病人一定要注意，在用担架抬往救治处时，病人的头部应靠近后面的抬担架者，这样便于对休克者随时密切观察，以应对病情恶化。

2、在将病人送往医院的途中，病人头部的朝向应与载人交通工具前进的方向相反，以免由于加速作用导致病人脑部进一步失血。

3、如休克者是大月份孕妇，应让她取侧卧位，否则胎儿以及巨大的子宫会压迫血管，致使回心血量减少，加重休克。

烫伤

1、用冷水局部降温10分钟。

2、用一块干净、潮湿的敷料覆盖。

3、伤处肿胀时，去掉手表、手镯、戒指等，将敷料轻轻固定包扎，注意不要太紧。

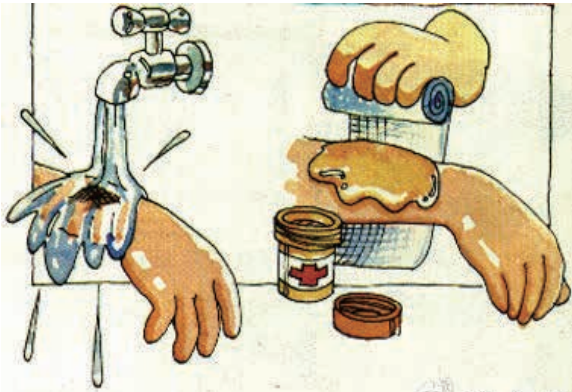
4、于伤处对侧系往绷带。

烧伤处理

1、若烧处皮肤尚完整，应尽快局部降温。如将其置于水龙头下冲洗约10分钟。这样会带走局部组织热量并减少一步损害。

2、用一块松软潮湿、最好是消毒的垫子包扎伤处。注意不要太紧。

3、若皮肤已被烧坏，用一块干净的垫子覆盖其上以保护伤处，减少感染危险。





安守一颗平常心，人生才能笑看风云

平静，随缘，客观，欢喜，坚强与启迪。人生总会有低谷，走过了你就赢了；人生无常，虽未必大起大落，却也常有坎坷跌宕；你若能保持一颗平常心，按本色做人，按角色办事，按特色定位，不以失为忧，不以得为喜，人生就可时时安乐；安守一颗平常心，人生才能笑看风云。

让自己更好，再让更多人爱你

试着去讨好爱的人，他并不会因此就爱上你。试着去讨好你的同事，这并不是你能力的象征。试着让自己为工作花掉一切休息期间，这并不能让你终获成功。倒不如把这么多你在意的时间，钱，热情和爱留给自己。让自己更好，再让更多人爱你。

只有独特的自己，才是被记忆深刻的

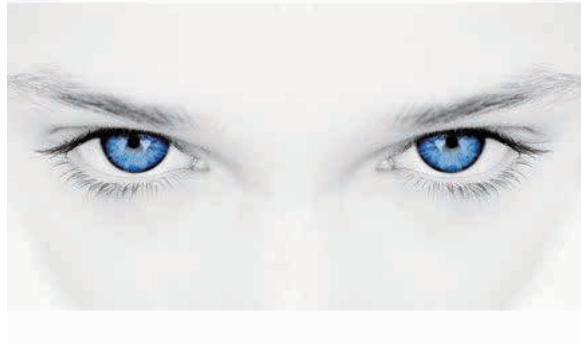
一个人细腻，敏感甚至偶尔矫情这不算坏事，谁都有这种时候。心里能被感动是好事，只要在工作学习时能保证效率就好。但切记不要太玻璃心，学会拒绝，不瞎操心；学会坚持，不因为别人一句话难受半天纠结自己；保持自我，不去迎合别人，更不去指责别人的人生。只有独特的自己，才是被记忆深刻的。

你肯为自己的外貌负责任了，男人才会开始考虑为你负责

大多数男人表示选女朋友最初都是看脸，只要漂亮就先处着，处着处着慢慢觉得这姑娘还贤惠能干，恰好年纪又到了，于是干脆就结了吧。所以女人别整天嚷着要男人负责任，你肯为自己的外貌负责任了，男人才会开始考虑为你负责。

心里种着一棵向日葵，生活便会一路向阳

心里种着一棵向日葵，生活便会一路向阳。人生之路，从来就不是一帆风顺的。比失败本身更可怕的是怨天尤人，当你遇到挫折，或者事情搞砸了时，与其抱怨和犹豫，不如寻找原因、重新开始。



消费者心理学的小故事

1、买烟

甲去买烟，烟 29 元，但他没火柴，跟店员说：“顺便送一盒火柴吧。”店员没给。

乙去买烟，烟 29 元，他也没火柴，跟店员说：“便宜一毛吧。”最后，他用这一毛买一盒火柴。

这是最简单的心理边际效应。第一种：店主认为自己在一个商品上赚钱了，另外一个没赚钱。赚钱感觉指数为 1。第二种：店主认为两个商品都赚钱了，赚钱指数为 2。当然心理倾向第二种了。同样，这种心理还表现在买一送一的花招上，顾客认为有一样东西不用付钱，就赚了，其实都是心理边际效应在作怪。

变换一种方式往往能起到意想不到的效果！通常很多事情换一种做法结果就不同了。人生道路上，改善心智模式和思维方式是很重要的。



2. 聪明的男孩

有个小男孩，有一天妈妈带着他到杂货店去买东西，老板看到这个可爱的小孩，就打开一罐糖果，要小男孩自己拿一把糖果。但是这个男孩却没有任何动作。几次的邀请之后，老板亲自抓了一大把糖果放进他的口袋中。回到家中，母亲好奇地问小男孩，为什么没有自己去抓糖果而要老板抓呢？小男孩回答很妙：“因为我的手比较小呀！而老板的手比较大，所以他拿的一定比我拿的多很多！”

这是一个聪明的孩子，他知道自己的有限，而更重要的，他也知道别人比自己强。凡事不只靠自己的力量，学会适时地依靠他人，是一种谦卑，更是一种聪明。

他说我站在一个非常重要的位置上~



3. 听的艺术

美国知名主持人林克莱特有一天访问一名小朋友，问他说：“你长大后想要当做什么呀？”小朋友天真地回答：“嗯……我要当飞机的驾驶员！”林克莱特接着问：“如果有一天，你的飞机飞到太平洋上空所有引擎都熄火了，你会怎么办？”小朋友想了想：“我会先告诉坐在飞机上的人绑好安全带，然后我挂上我的降落伞跳出去。”当在场的观众笑得东倒西歪时，林克莱特继续注视着这孩子，想看他是不是自作聪明的家伙。没想到，接着孩子的两行热泪夺眶而出，这才使得林克莱特发觉这孩子的悲悯之心远非笔墨所能形容。于是林克莱特问他：为什么你要这么做？”小孩的答案透露了这个孩子真挚的想法：“我要去拿燃料，我还要回来!!!”

这就是“听的艺术”。一是听话不要听一半。二是不要把自己的意思，投射到别人所说的话上头。要学会聆听，用心听，虚心听。

年轻人的消费心理

文 / 陈亮



改变消费者行为的许多生活方式都是由年轻消费者所推动的。

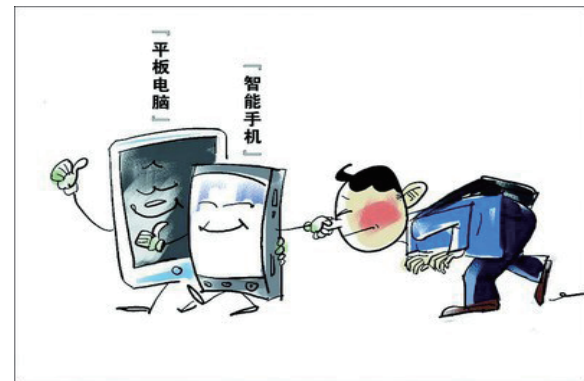
——美国消费者行为专家所罗门

本文所涉及的年轻人消费者是指从1980年到1999年期间出生的群体。也就是我们经常挂在嘴边的“80后”“90后”群体。作为营销咨询公司，营销策划公司，品牌策划公司，我们认为这个群体显然目前已经成为消费市场是新生力量和主力军。他们与上一辈相比，具有更独特的消费观念和消费行为。传统的营销理念已经无法铺货年轻人的心，而这个庞大的“消费新生军团”又让无数企业家折腰，因此对这个群体的调查、研究和分析也显得更有意义。

一、年轻人的特征：他们是一群独立地融入参与社会的一代

首先他们是彰显独立个性的一代，张扬个性、独

立自我已经成为年轻人的代名词。其原因可以从以下三个方面解释：从经济发展来看，他们生活在中国飞速增长的年代，物质生活相对富足的环境促使他们摆脱了上一辈人物质生活的束缚，也促使他们有更多的时间和精力去追求个性时尚的崭新生活模式；从家庭



环境来看，他们中绝大部分是家庭中的独生子女，甚至是典型的“421家庭”模式，他们从小就深受父辈和祖辈的呵护，也使他们从小就培养了较强的自我中心的观念；从文化价值观来看，他们绝大部分都接受过高等教育，又受西方文化的影响，这会塑造年轻人即有理想、有抱负又个性鲜明的性格特征。

其次他们又是积极融入参与社会的一代，年轻人也是社会的群体的一个重要部分，他们不想也不可能脱离这个群体而独立存在，他们希望能得到大家的认可，也希望能更快更好的融入这个社会，所以他们注重群体意识，积极融入参与社会活动。但这种群体认同与追求个性并不矛盾，他们更多的时候只是通过小群体的认同，与社会主流的价值观念还是会划清界限的，实际上是以群体化的形式来表现自己鲜明的个性。



二、年轻人的消费心理和行为习惯：他们是追求自我、变化多端的一代

年轻人由可以分为两类群体：一类是目前还在校园里读书或深造的人，他们经济尚未独立，没有工作、社会、工作压力我们暂且称之为“纯消费群体”；另外一类则是走上工作岗位的人，已经在经济上有一定的独立性，具有相对较强的购买能力的群体，我们称之为“生产与消费群体”。面对以上两种群体，他们可能在购买能力上存在差异，但在购买心理和购买行为上面还是一致的。主要有以下几个方面的特征：

1、追求个性时尚。年轻人对未来充满希望，对任何新事物、新知识都充满好奇，并且大胆追求。同时因为从小就是家庭生活核心，在成长过程中备受关注，很容易形成以自我为中心的价值观念。因此，



在消费中崇尚属于自我的消费选择——“我的选择我喜欢”，他们更注重的是在消费过程中带来的快感和成就感，不论收入是否丰厚，消费意识绝不落伍。

2、超前消费习惯。年轻人时候保持这乐观的消费心态，“花今天的钱，圆明天的梦”成为他们的真实写照。他们对未来保持乐观的态度，他们习惯接受分期付款、信用卡透支、“月光族”“年清族”的消费模式。他们追逐的是生活中的品质，而非银行卡的储蓄的多少。

3、注重群体意识。在年轻人的消费意识中，往往受周围与其特征或者价值取向相同的人的影响，他们把他们欣赏的人作为自己行为的参照物。这些参照物就是他们的“意见领袖”，他们按照意见领袖的消费模式来培养自己。

4、强烈品牌归属感。年轻人对品牌的态度不取决于社会大众的态度，而取决于他们的自我评价，以及由此产生的品牌归属感。对自己喜欢的产品，就会认为“这是我的品牌”，他们会对它具有很强的认可度和忠诚度，而对自己不喜欢的品牌，他们往往会视而不见。





5、“新”奢侈主义。与暴发户炫耀性消费不一样，年轻人更多的是追求高质生活和超前消费理念，他们在消费过程中，已经超越了产品的功能需求，更倾向与质量更好、品味更高的商品和服务。这不是炫耀性消费，而是对追求生活品质和时尚消费态度的满足。

三、针对年轻人的营销策略：从发现需求到满足需求

面对年轻人的新生消费观念，显然传统的市场理论和营销方法已经不再适合这群年轻人了，这就需要一些更符合他们的营销模式的产生：

- 1、树立意见领袖，引导消费
年轻人在面对消费时往往是一群比较感性的群体，他们极易受到那些与自己特征和价值取向相近的人的影响，特别是那些他们视为“意见领袖”的人物，他们的吃穿住行、一举一动都影响着喜欢他们的年轻人。
因此，在营销过程中，如果企业能有效地抓住目标群体的“意见领袖”，就会一举撬动整个年轻人市场，甚至可以让他们充当新产品的尝试者，让他们主动去进行口口相传。例如动感地带请了个性十足的周杰伦作代言人，就是因为周杰伦因为他那独特的音乐风格，不羁的个性已成为无数年轻人的精神领袖。因此动感地带的成功也就毋庸置疑了。
- 2、借助网络营销，捕获“E”族
网络对年轻人来说，是非常好的接触资讯的媒介、娱乐和信息交流工具，而且年轻人对于网络的应用已经到了炉火纯青的地步，从QQ、网上BBS、个人网站、网络游戏、MSN到现在的个人博客，年轻人始终站在互联网应用的最前沿。他们在网络上寻找自己所需要的潮流信息、交流思想、展现自我，通过网络了解商品、追求时尚。

面对上以亿计的年轻人组成的网民群体，面对年交易额高达千万亿且每年呈上升趋势的电子商务。不论是传统企业在互联网上的营销，还是互联网企业的业务模式创新，都不能忽视这个网络这个平台的威力。

3、发展娱乐营销，走时尚之道
娱乐已经成为年轻人生活的重要组成部分，他们热爱音乐、喜欢电影、爱看电视剧；他们享受酒吧、迪厅、KTV和滑冰场的快感；他们也迷恋打打杀杀的网络游戏，热闹的嘉年华。爱玩不是长处，会玩才是优点。

可以说娱乐营销可以适应于整个年轻人群体，对于企业来说，从产品的包装设计、定位、广告诉求和终端场景具有娱乐概念，无疑是产品获得成功的基础。例如OPPO音乐手机，在外观上凸显时尚概念，定位音乐手机又符合年轻人迷恋音乐的诉求，广告也是非常清晰优雅，这款手机深受年轻人的喜爱和追捧。

4、打造亚文化，建立目标群落
年轻人由于心灵上的不成熟，以及处于强烈的求知和认识社会的阶段，导致他们在群体内部形成分化，从而变成自己的小圈子文化，这些小圈子就变成了年轻人群体的亚文化。如现在流行的小资一族、BOBO一族、SOHO一族等。

各个群体有各自的个性和特征，也有不同的追求和品位。这些给营销带来的启示在于，越是年轻的群体，越需要做进一步的市场细分，否则，很多产品很难建立与群体的对应性和穿透力。

5、玩转体验消费，吸引消费
年轻人的好奇心特别强，对生活中非常规事件很有兴趣，对新事物愿意去尝试，他们非常注重内心感受，强调对于产品消费时的真切体验。年轻人对体验活动、试用等的兴趣度大于任何一个群体。
企业要赢得这部分群体的青睐，需要为他们创造各种体验的机会，例如每次汽车有新产品上市之前，都会办一系列的路演、试驾等体验营销活动，以“一次体验+一次口碑”实现销售的拉动。

四、结束语

年轻人市场潜力巨大，但年轻人消费心理和消费行为复杂多变，不易把握。研究年轻人的消费心理和消费行为，对商业企业和社会来说，都具有很重要的现实意义和实际价值。

国家工商总局有关部门负责人 解读《网络交易管理办法》

国家工商总局市场司具体负责网络市场监管工作的副司长杨洪丰就《办法》相关规定的解读。

个人开网店坚持实名制原则



《办法》对网络市场主体准入的规定与《暂行办法》中基本保持一致，略作修改，使其更为清晰明确。《办法》第七条明确规定，从事网络商品交易及有关服务的经营者应当依法办理工商登记，并明确限定自然人必须通过第三方交易平台开展经营活动。不过，对从事网络商品交易的自然人，也就是个人网店卖家，并未强制要求注册办照，但要求个人卖家必须通过第三方交易平台开展经营活动，并且必须提交姓名、地址、有效身份证明、有效联系方式等真实身份信息。同时，要求第三方交易平台经营者要对在平台上的经营者，包括“尚不具备工商登记注册条件”的自然人，进行审查登记，建立登记档案并定期核实更新，核发证明个人身份信息真实合法的标记。

按照现行登记注册法律法规的规定，从事网络商品交易及有关服务的经营者应当依法办理工商登记。考虑到网络市场发展现状和促进创业就业的需要，现阶段仅对尚不具备登记注册条件的自然人放宽准入条件，允许其暂不办理工商登记，但规定必须通过第三方交易平台开展经营活动并向平台进行实名登记，以保障网络交易安全、维护网络消费者权益。

虽然《办法》对个人卖家不强制办照，但对第三方交易平台作出了明确规定。其中第二十二条规定，第三方交易平台经营者应当是经工商行政管理部门登记注册并领取营业执照的企业法人。

第三方交易平台承载着数量庞大的经营者、消费者和商业数据，在网络商品交易活动中的地位举足轻重。平台运行情况直接关系网络市场秩序和社会公共利益，经营者需具备一定的规模和技术实力才能保证平台运行安全。因此，《办法》明确规定第三方交易平台经营者应为企业法人。



加大第三方交易平台的责任义务

据了解，相对于《暂行办法》，《办法》第二章

第二节“第三方交易平台经营者的特别规定”中对经营者应当履行的责任义务新增了5项内容。

比如，其中第八条规定，第三方交易平台在对申请进入平台的法人、其他经济组织或者个体工商户的经营主体身份进行审查和登记后，在其从事经营活动的网页醒目位置公开营业执照登载的信息或者其营业执照的电子链接标识。

“目前第三方交易平台上的网店一般没有自主添加标识的技术权限，都是由平台来统一加贴营业执照标识。由平台加贴营业执照标识与加贴证明个人身份信息真实合法的标记一样，是平台履行了经营主体身份审查义务的标志。”杨洪丰分析说。

又如其中第二十九条规定，开展自营业务的第三方交易平台经营者必须以显著方式对平台自营部分和其他经营者经营部分予以区分和标注。

在第三方交易平台上，存在自营和其他经营者经营两种经营方式，经营者的法律地位和应承担的责任义务区别很大，消费者对于这两种经营业态的信任度也有明显差别。为明确经营模式中经营者的责任义务、维护消费者的知情权和选择权，所以对此进行了明确规定。

此外，新增的第三方交易平台经营者应当履行的责任义务还包括：第三方交易平台经营者修改其与平台内经营者的协议、交易规则应当遵循公开、连续、合理的原则，并至少提前7日予以公示；拟终止提供服务的第三方交易平台经营者应提前公示并通知相关经营者和消费者，以切实保障相关经营者和消费者的合法权益；鼓励第三方交易平台经营者通过设立消费者权益保证金来提升服务质量、更好地保护消费者合法权益。

明确跨区域违法交易管辖权

近年来，跨区域的网络商品交易违法行为日益增多，关于网络交易的管辖争议一直以来困扰不断。针对这一新形势，《办法》对违法行为管辖权的规定作了一些修改、完善，使之更为科学合理。

《办法》规定，网络商品交易及有关服务违法行为由发生违法行为的经营者住所所在地县级以上工商行政管理部门管辖。对于其中通过第三方交易平台开展经营活动的经营者，其违法行为由第三方交易平台经营者住所所在地县级以上工商行政管理部门管辖。第三方交易平台经营者住所所在地县级以上工商行政管理部门管辖异地违法行为人有困难的，可以将违法行为人的违法情况移交违法行为人所在

地县级以上工商行政管理部门处理。

“这一规定与现行暂行办法中确立的管辖原则保持一致，既符合行政处罚法的相关规定，又有效地避免了‘一事二罚’的出现。”杨洪丰说。

同时，《办法》新增了对指定管辖的规定：两个以上工商部门因网络商品交易及有关服务违法行为的管辖权发生争议的，应当报请共同上一级工商部门指定管辖。对于全国范围内有重大影响、严重侵害消费者权益、引发群体投诉或者案情复杂的网络商品交易及有关服务违法行为，由国家工商总局负责查处或者指定省级工商局负责查处。

杨洪丰指出，这是由于网络商品交易及有关服务违法行为的管辖设定与线下存在差异，新增上述规定可避免出现管辖争议、提高执法效能。此外，《办法》还新增了对网络消费者投诉管辖的规定，即：网络商品交易及有关服务活动中的消费者向工商部门投诉的，依照《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》处理。



●相关链接

调整适用范围

在调整范围及名词定义方面，《办法》作了如下修改：

一是将《办法》适用范围明确为狭义的网络交易，即对互联网（含移动互联网）上的商品交易及有关服务进行规范，不包含电视购物、电话购物。

二是明确了“网络商品交易”的定义：通过互联网销售商品或者提供服务的经营活动。此外，根据网络

市场发展现状和网监执法实践反馈（如部分B2B平台上只发布商品信息而不发生交易过程），规定通过第三方交易平台发布商品或者营利性服务信息、但交易过程不直接通过平台完成的经营活动参照适用《办法》关于网络商品交易的管理规定。

三是对“有关服务”作了列举式的详细定义，使其涵盖范围更加明确。

四是将《暂行办法》中的“网络交易平台”这一概念更名为“第三方交易平台”并作了准确定义，旨在凸显其第三方身份的独立性，避免产生概念混淆。

细化消费者权益保护的七大措施

为适应新《消法》，《办法》细化了对网络消费者合法权益的各项保护措施，主要体现在网购售后服务、个人信息保护、格式合同管理等方面。

◆“刷信用”、“差评师”现象将受处罚

记者了解到，针对目前互联网上出现的一些卖家常常会虚构火爆交易数据、花钱买好的信用评价、删除差评，给消费者造成“假象”等一些网络市场特有的新型不正当竞争行为，《办法》增设第十九条，对“刷信用”、“差评师”等网络商品经营者、有关服务经营者不得从事的不正当竞争行为进行了扩充描述，对以虚构交易、删除不利评价等形式，为自己或他人提升商业信誉；以交易达成后违背事实的恶意评价损害竞争对手的商业信誉的6类不正当竞争行为进行明确规定，对于违反上述规定的，将予以警告，责令改正，并处1万元以上3万元以下的罚款。



◆微博推销商品应注明是否为广告

日常生活中，消费者在网上总是看到不少网络广告信息。此次《办法》第三十七条规定，为网络商品交易提供宣传推广服务应当符合相关法律、法规、规章的规定。《办法》指出，网络交易中，通过博客、微博等网络社交载体提供宣传推广服务、评论商品或者服务并因此取得酬劳的，应当如实披露其性质，避免消费者产生误解。

◆收货7日内可无理由退货

《办法》第十六条规定，网络商品经营者销售商品，消费者有权自收到商品之日起7日内退货，且无需说明理由，网络商品经营者应当自收到退回商品之日起7日内返还消费者支付的商品价款，但消费者定做的、鲜活易腐的、在线下载或消费者拆封的数字化商品、报纸和期刊等除外，消费者退货的商品应当完好，并承担退回商品的运费。其规定和退货、运费条件与新《消法》一致。

◆网络经营者不得擅自发送商业信息

手机电子垃圾短信不断，很多消费者每天都接到不少商业电子信息，个人信息泄露问题困扰着不少消费者。在继新《消法》加大对个人信息保护的基础上，《办法》对此进行了呼应。第十八条规定，网络商品经营者、有关服务经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息或者经营者商业秘密的数据信息必须严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供。网络商品经营者、有关服务经营者在发生或者可能发生信息泄露、丢失的情况时，应当立即采

取补救措施。此外还规定，未（经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性电子信息。



◆不得借助不公平格式合同强制交易

利用格式合同侵犯消费者合法权益的现象屡见不鲜，在网络交易中，由于其隐蔽性问题更为突出。《办法》第十七条规定：网络商品经营者、有关服务经营者不得以合同格式条款等方式作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用合同格式条款并借助技术手段强制交易。

◆第三方交易平台终止服务应提前公示

随着互联网的快速发展，一些网站由于各种原因进行了关停和重组。比如 2012 年团购网站出现了倒闭潮，致使很多已经团购的消费者得不到赔偿。《办法》针对网络交易中第三方支付平台的行为也做出了规范。特别强调，第三方交易平台经营者拟终止提供第三方交易平台服务，应当至少提前三个月在其网站主页面醒目位置予以公示并通知相关经营者和消费者，采取必要措施保障相关经营者和消费者的合法权益。

◆电子发票和凭证可作为投诉依据

《办法》对网购发票和凭证进行了规定，第十三条明确，网络商品经营者销售商品或者提供服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据；征得消费者同意的，可以以电子化形式出具。电子化的购货凭证或者服务单据，可以作为处理消费投诉的依据。消费者索要发票等购货凭证或者服务单据的，网络商品经营者必须出具。

关于对其他不适应无理由退货情形的解读

《消费者权益保护法》第二十五条第二款：除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。

该条款对经营者与消费者约定排除适用的情形作了规定，即根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的，不适用无理由退货。

对于网购而言，经营者通过设置专门的提示程序明确某件商品属于商品性质不宜退货，明示不适用无理由退货后，消费者仍然点击购买的，即视为“经消费者确认”。如果经营者仅是在网页上发布不适用无理由退货的声明，并未在消费者购买时作出“一对一”的提示说明，即使消费者点击购买，也不构成本条规定的“确认”。

本款规定的立法背景是，消费者权益保护法修正案草案曾规定了“其他根据商品性质不宜退货的”这一排除适用的兜底条款，全国人大常委会审议过程中，有意见认为这一规定过于宽泛，经营者与消费者对“根据商品性质”是否适宜退货的判定标准可能大相径庭，实践中不好掌握，易生新的纠纷。鉴于上述情况，增加了“经消费者确认”的内容。如果经营者未在消费者点击购买前告知消费者该商品不适用无理由退货，消费者自收到商品之日起七日内可以退货。

如对于天猫双 11 期间“预售商品不支持 7 天无理由退换货”的规定，虽然经营者在网页上发布了不适用无理由退换货的声明，但如果消费者在点击购买时，经营者没有进一步作出“一对一”的提示说明，即使消费者点击购买，也不构成本条规定的“确认”，消费者可以无理由退换货。



合肥大学生彭某：

2014 年 10 月 20 日通过“去哪儿网”订购了黄山风景区北海宾馆 2014 年 11 月 1 日的 1 个房间，并通过网站全额支付了房价 1000 元。后因学校临时有事要改变行程，彭某于 2014 年 10 月 28 日联系网站取消订房。但网站表示如取消预订无法退回房款。

黄山市消协：

2014 年 10 月 30 日接到省消协转办的投诉后，联系北海宾馆所在地风景区消协调解，景区工作人员前往北海宾馆和订房中心查看后，并未查到消费者提供的订房订单。因消费者是在“去哪儿网”订房，而北海宾馆也没有与“去哪儿网”有直接合作协议。

2014 年 10 月 31 日，市消协向省消协汇报了前期调解情况，请省消协协助联系“去哪儿网”了解网络订房流程及该消费者的订单情况以便下一步的调解。

2014 年 11 月 3 日，在省消协的协助下，了解到“去哪儿网”是通过黄山中海国际旅行社预订了北海宾馆的住宿。市消协前往中海国际旅行社展开二次调解。该旅行社表示他们在与黄山风景区订房中心的协议上，以及“去哪儿网”网站预订页面上都写明了一旦订房成功不能退款，已经告知消费者，不存在欺骗行为，并且订房取消是消费者违约应承担违约责任。消协告知：“一经付款不能退订”，是经营者通过格式条款的方式单方面排除消费者的合同解除权，属于无效条款；商家作为格式条款的提供方应本着公平、合理的原则制定格式条款，无效条款自始无效。《安徽省合同监督条例》：格式条款不得含有排除对方下列主要权利的内容：依法变更或者解除合同的权利。《消法》：经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责

任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。

经调解，双方达成退款协议。

山东威海武先生电话投诉：

武先生在淘宝网购买天长市公司的全钢通风橱一件，双方通过合同约定总价款 6720 元（含运费、上门安装费和税票）。商家用邮费到付的方式寄来了商品，武先生垫付了 375 元的运费。随即武先生多次联系商家安装，商家均以各种理由推脱，无奈武先生另外花 800 元请人安装。武先生要求商家退还多付的运费及安装费共 1175 元，商家不予退还。

天长市消协：

经核实武先生电邮过来的合同及相关票据，投诉情况属实，经调解，商家同意退还多收的运费和安装费 1175 元。在这起网络购物纠纷中，商家是典型的合同违约。商家违反了《合同法》第一百零七条规定“当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。”同时也违反《消法》第十六条规定“经营者向消费者提供商品或者服务，应当依照本法和其他有关法律、法规的规定履行义务。”

蚌埠张女士：

2011 年 10 月 7 日在蚌埠市购买了一台某品牌液晶电视机。2014 年 10 月 2 日，液晶显示屏出现问题（还在保修期内），于是，张女士向该品牌电视蚌埠市售后服务中心进行报修，10 月 4 日，售后服务中心人员来到张女士家中将电视拉走，但是过了半个月，服务中心工作人员却通知张女士电视是由于进水导致屏幕出现问题，不属于产品自身的质量问题因此不能免费进行保修，必须付几千元的液晶屏费才能进行更换。要求售后服务中心在免费给予维修。

蚌埠市消协：

要求售后服务中心向总部申请积极处理。最终经调解双方达成协议：由售后服务中心承担零件费用、消费者承担维修及运输费用，给张女士的电视机进行换屏；对换屏的电视，进行免费安装调试并按照国家三包，对更换的屏幕进行三包保修。

曝光台

省食药监追踪雨润“问题肉” 马鞍山 2 家公司难过“安检”

2014 年 12 月 5 日，国家食品药品监督管理总局公布了 2014 年度第二阶段 19 类食品及食品添加剂的监督抽检信息。其中，马鞍山雨润百瑞食品有限公司 2014 年 8 月生产的“雨润”贝贝罗尼意式萨拉米被检出不得检出的单核细胞增生李斯特氏菌，违反了 2014 年 7 月 1 日起正式实施的我国首部致病菌限量标准相关规定；马鞍山雨润食品有限公司 2014 年 9 月 3 日生产的“拆烧”（肉制品）被检出大肠菌群超标，被判为国家监督抽查不合格。

2014 年 10 月 16 日，马鞍山市食药监局在省局统一部署下，对马鞍山雨润百瑞食品有限公司展开调查。执法人员初步认定该公司生产的“雨润”贝贝罗尼意式萨拉米产品系消毒后再切片过程中被污染，现场检查中并未发现该不合格批次的贝贝罗尼意式萨拉米食品库存。随后执法人员现场下达了责令整改通知，要求企业立即停止该产品的生产，召回不合格批次的问题食品。督促企业对生产现场的环境、设备、设施实施全面清洗消毒，对生产人员的卫生防护重新制定制度，加强产品自检力度，加大对产品微生物指标（包括单核细胞增生李斯特氏菌）的检验频次。目前，马鞍山市局依法对该公司生产不合格产品行为进行了立案查处，现已下达听证告知书。

2014 年 10 月 30 日，马鞍山市食药监局接到省局通知后，立即组织执法人员对马鞍山雨润食品有限公司生产不合格食品“拆烧”的行为进行了调查处理。执法人员现场并未发现 2014 年 9 月 3 日生产的“拆烧”，经初步调查分析该公司生产的“拆烧”（肉制品）系在运输销售过程中被污染。执法人员随即下达了责令整改意见，要求企业召回该批检测不合格“拆烧”，并进行企业内部自查。督促公司针对不合格项目对“拆烧”的生产流程进行排查分析，加强食品生产、消毒、自检等环节的质量安全控制。马鞍山市局以“涉嫌生产不符合国家标准食品”对该公司进行了立案，目前案件正在办理当中。

2014 年 12 月 11 日，省食药监局再次派出飞行检查组对 2 家公司整改情况进行现场检查。要求 2 家公司加强生产过程严格管控，加强人员现场管理，严格执行批次留样制度，恢复试生产后由马鞍山市局监督抽样送检合格后方允许批量生产。

公告

安徽省消费者协会履行《中华人民共和国消费者权益保护法》和《安徽省消费者权益保护条例》等法律法规赋予的公益性职责，依法对商品和服务进行社会监督，维护消费者合法权益。我会开展的所有涉企活动均不收费，请企业注意甄别，谨防上当。同时，对冒用我会名义营利的单位或个人，我会将依法追究其法律责任。

我会唯一办公地点：合肥市宁国路 112 号工商大厦 13 楼。咨询、举报电话：0551-64675115、64675176

消费警示

谨慎办理健身卡

2014 年 10 月 31 日，消费者郑先生向安徽省消费者投诉，称其于 2012 年 12 月在金仕堡健身会所华安家园店（金仕堡健身皇室会所）办理了一张价值 3800 元的 5 年健身卡，金仕堡健身会所华安家园店当时承诺此张健身卡在合肥市内的所有金仕堡门店均可以使用。2014 年年初消费者希望可以在新家附近的金仕堡绿地蓝海店使用这张健身卡，却遭到了该店拒绝。近年来，安徽省消费者协会陆续接到多起此类投诉。目前案件正在处理中。

安徽省消费者协会认为，如果消费者所述属实，则金仕堡健身会所华安家园店的行为涉嫌违反了《中华人民共和国合同法》第六十条第一款“当事人应当按照约定全面履行自己的义务”之规定。依据《中华人民共和国合同法》第一百零七条“当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。”和第一百零八条“当事人一方明确表示或者以自己的行为表明不履行合同义务的，对方可以在履行期限届满之前要求其承担违约责任。”的规定，消费者可以要求金仕堡健身会所华安家园店承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

省消协调查发现，一些健身俱乐部的场地都是租赁来的，租赁合同一般不会超过 5 年，但此类健身服务商家在销售各种消费卡时，却存在发布虚假广告、虚假承诺现象，有的甚至承诺终身消费。消费者应当认清其中风险，此类健身场所一旦因违法经营等行为被吊销营业执照，或因自身原因停业，消费者合法权益将很难保障。

省消协提醒消费者在购买此类健身卡时应慎重考虑，不要轻信对方“终身使用”的承诺，同时考察清楚对方资质，与对方约定问题解决方案，并保留相关资料。同时省消协希望有关部门严格监管，维护消费者合法权益。

● 国网安徽省电力公司

深化优质服务 展现央企责任形象

国网安徽省电力公司是国家电网公司全资子公司，承担着优化全省能源资源配置、满足经济社会发展电力需求供应的重要职责。主要从事电网建设、生产、经营、科研、设计和培训等业务。

公司下设 16 个市级供电公司、72 个县级供电公司和 9 家直属单位，管理各类员工近 6.5 万人，服务电力客户 2300 多万户。

2013 年安徽省全社会累计发电 1978 亿千瓦时，增长 9.4%；全社会用电量完成 1528 亿千瓦时，同比增长 12.3%，增长率在全国排名靠前，连续 10 年保持两位数增长；统调最大用电负荷 2658 万千瓦，同比增长 17%。

加快电网建设，不断优化我省电网结构

确保电网安全运行和电力有序供应

推动省政府能源发展战略，“皖电东送”成效显著

服务我省新农村建设，实现农村“户户通电”、城乡同价

加强节能减排工作，落实国家关于高耗能行业调控措施，促进电力行业“上大压小”

电网输送能力、抵御事故能力、电网规模及覆盖范围有了较大程度提高

初步形成以 500 千伏线路为骨干、220 千伏线路覆盖全省的较为坚强的电网



● 中国石化安徽石油分公司

信用立企 为美好生活加油



中国石化销售有限公司安徽石油分公司，主营汽油、柴油、天然气等业务，承担了安徽省 72% 左右的成品油供应，是安徽省成品油市场供应的主渠道。公司现有员工 9000 余人，本部设 13 个管理部门、4 个专业中心，下辖合肥等 16 个市级分公司，拥有 1370 余座在营加油站，加油站网络遍布城乡各地。

公司秉承“为美好生活加油”的企业使命，坚持“人本、责任、诚信、精细、创新、共赢”企业核心价值观，全力实现“建设成为人民满意、世界一流能源化工公司”的企业愿景。公司坚持“重信守诺，言出必行”，兑现“每一滴油都是承诺”，把信用立企作为企业的发展之基，教育引导每一位员工做老实人、说老实话、办老实事，依法诚信经营，规范运作，为企业树立良好品牌形象。

重视信用管理，不断完善信用管理制度，加大对违约失信行为的承接力度

加大基础设施投入，提供更加优质服务。推进加油站形象改造，置备小药箱，增设等候休息区等便民设备，为客户营造了整洁、舒适的消费环境

“先检验、后入罐”的原则，严格油品入库管理

“专车专用，全程监控”，确保油库发油和加油站接卸油准确无误

资源紧张时期，千方百计组织力量，加强运力调配，确保油品供应不脱节

农忙等特殊时期，开辟车辆绿色通道，优先保障农用车等设施的用油供应

● 中国工商银行股份有限公司安徽省分行

文明诚信 构建多维服务格局

中国工商银行股份有限公司安徽省分行成立于1984年，是安徽省内经营规模最大的商业银行，目前拥有566家分支机构，员工1.36万人；依托覆盖广泛的渠道网络，为超过1400万的个人客户和超过11万的公司法人客户提供便捷高效的服务。

近年来，工行安徽省分行积极推进加快发展、转型发展、创新发展、科学发展，在全力支持安徽实体经济发展的同时，取得了良好的经营业绩。截至2014年三季度末，本外币各项存款余额为3604.96亿元，各项贷款余额为2657.25亿元，均居同业首位。同时，在个人金融、电子银行、国际业务等众多业务领域，树立和保持着市场领先优势。

在精神文明建设方面，工行安徽省分行连续第三届荣获“安徽省文明行业”称号，是全省金融系统唯一一家省级文明行业。

遵守合同约定，重视客户选择
真实、准确地披露公开信息，未对社会和客户作虚假、误导性的宣传和承诺
明确告知权利义务，尊重客户知情权
妥善保管客户档案资料，依法保护同业和客户的商业秘密
开展窗口服务质量专项整治工作，推动服务品质持续提升
实施网点竞争力提升工程，构建多维服务格局
构建网点负责人、服务管理者和95588客服电话“三位一体”的投诉举报体系
配合公民信用体系建设，及时上传客户金融信用记录
加大反洗钱监控和处置力度
各级经营机构建立消费者权益保护检查与整改机制



● 安徽省旅游集团有限责任公司

开启幸福之旅 引领品质生活



安徽省旅游集团有限责任公司是经省人民政府批准，历经两次战略重组（2003年11月安徽省旅游集团有限公司与安徽安兴联合总公司进行合并重组；2011年6月由安徽省旅游集团有限公司对安徽省粮食集团有限公司进行吸收式重组），新设立的以旅游、粮食商贸、房地产为主业的大型现代服务类企业，是安徽省属企业中唯一一家从事旅游产业经营的企业集团。

集团公司下设各类子公司22家，共有在岗职工3500人，资产总额逾110亿元，主营业务收入超40亿元。

2003年以来，旅游集团紧紧抓住国家“把旅游业培育成国民经济战略性支柱产业”和“保障国家粮食安全”的战略机遇，通过不断地整合、改革、创新和投入，集团公司的综合经济实力、专业化运营能力和品牌影响力显著增强。

按照“公司化治理、产业化经营、多元化投资、专业化运营”总体发展战略，历经两次战略重组、十年改革发展，经过“全面改革改制、优化主业结构、打造总部经济”三个阶段的积极探索，省旅游集团成功走出了一条“以旅游业为主导，以粮食商贸业为基础，以房地产业为支撑，以总部经济为引领”的转型升级之路，形成了“旅游景区、宾馆酒店、旅行接待、粮食收储经营、房地产开发、城建规划设计”六大经营业态

从2009年开始，集团公司连续五年跨入“中国旅游集团20强”行列，连续三年跻身“中国服务业500强”榜单，先后四年荣登“安徽省百强企业”排行榜，排名位次逐年晋升

● 安徽江淮汽车集团有限公司

以质取胜 保障消费者权益



安徽江淮汽车集团有限公司（以下简称江淮集团公司）成立于1997年5月18日，其前身合肥江淮汽车制造厂始建于1964年。目前，江淮集团公司拥有总资产353亿元（合并数），汽车年综合生产能力80万辆，员工3.3万余人。

江淮集团公司拥有江淮汽车、安凯客车两家上市公司和江淮专用车公司等十家全资、控股子公司，已形成商用车、乘用车、客车、零部件和汽车服务五大业务板块。主导产品在各自的细分市场均占据优势地位：轻卡销量位居国内第二，出口量连续十多年位居全国第一；公商务MPV、客车及客车专用底盘连续多年位居同类产品前列；重卡销量位居行业第六；皮卡、工程自卸车等产品增幅持续好于行业平均水平，表现出较好的成长性。

“十一五”期间，江淮集团公司取得了又好又快的发展，成功完成了“布局、转型”的战略任务。累计销售各类汽车138万辆，实现销售收入1069亿元，超过江淮汽车“十一五”前40年累计销量。“十二五”以来，江淮集团公司立足自身条件，紧抓战略落实，取得了持续的发展。2014年1-11月份，江淮集团公司销售各类整车（含叉车）42.7万辆；实现营业收入363.3亿元。

展望未来，江淮集团公司将顺应经济与市场走势，调整发展节奏，贯彻“以效益为中心，以战略为导向，以发展主线，以变革为动力”的指导思想，坚持“有效益、有品质、有技术、有特色、有规模”的五有方针，不断深化业务和产品结构调整；做强做大商用车，做精做优乘用车，强化轻卡、MPV核心业务的竞争优势，积极突破SUV、重卡、客车业务，稳健发展轿车业务；坚持技术驱动，加大在核心动力总成及关键技术环节的投入力度，构筑核心技术优势；坚持质量效益型路线，持续推进“精益生产”，将客户满意贯穿始终，以优良品质与卓越服务塑造“品质的JAC”，由产品竞争向品牌制胜跨越；强化绩效导向，深化机制创新，加大人才引进、培育力度，积极打造“求真务实、敬客经营、关爱员工”的企业文化，力争发展成为百万量级的综合型汽车企业集团。

● 中国太平洋财产保险股份有限公司安徽分公司

创新服务 稳健发展

中国太平洋财产保险股份有限公司安徽分公司是中国太平洋财产保险股份有限公司在安徽设立的省级管辖型分公司，下辖16家中心支公司和49家支公司。

中国太平洋财产保险股份有限公司是中国太平洋保险（集团）股份有限公司旗下的一家专业子公司，为客户提供全面的财产保险产品和服务，公司注册资本为人民币180亿元。

公司自成立以来始终秉承“诚信天下、稳健一生、追求卓越”的核心价值观，实施以客户需求为导向的战略转型，坚持推动和实现可持续的价值增长，开拓进取，锐意创新，积极为客户提供风险保障服务，主要经营指标在国内产险市场上持续保持领先地位。

中国太平洋保险集团先后在上海证交所和香港联交所成功上市，近年来分别入选美国《财富》、《福布斯》和英国《金融时报》世界500强企业。

推出“优享360”服务承诺

通过3G快速理赔技术、车险理赔全流程透明服务、车险人伤一对一服务体验等3项服务创新，使客户享受到在你身边的道路救援、贴心关怀的医疗救援、足不出户的简单理赔、限时赔付的高效体验、VIP专属的升级服务、便捷高效的车险直通车服务等6重客户尊享价值，实现投保、出险、赔付、沟通全程0担忧

认真履行社会责任，开展“关爱工程”

赞助兴建池州大渡口镇“太平洋保险希望小学”

将中国农村改革第一村“小岗村”作为员工教育实践基地，每年为“大包干”带头人捐赠养老金。

2013年中国太平洋财产保险股份有限公司安徽分公司获评安徽省“最佳产险服务机构”



● 中国太平洋人寿保险股份有限公司安徽分公司

诚信立业 合规经营



中国太平洋人寿保险股份有限公司成立于2001年11月，是中国太平洋保险（集团）股份有限公司旗下专业寿险子公司。2010年9月公司注册资本增为76亿元。

中国太平洋保险成立于1991年5月13日，总部设在上海，2007年12月25日在上海证交所成功上市，2009年12月23日在香港联交所成功上市。

中国太平洋保险以“做一家负责任的保险公司”为使命，以“诚信天下，稳健一生，追求卓越”为企业核心价值观，以“推动和实现可持续的价值增长”为经营理念，不断为客户、股东、员工、社会和利益相关者创造价值，为社会和谐做出贡献。

中国太平洋保险多次荣登《福布斯》全球上市企业2000强（2014年列第227位）、英国《金融时报》2012年全球500强和中国企业500强，并于2014年连续第四次入选《财富》世界500强企业，位列第384位。

2014年，公司实现保费收入28.66亿元，其中个险新保4.66亿元，位列全省第三

2014年获得由安徽省人民政府颁发的“2013年支持地方发展经营业绩考核二等奖”

2014年，太平洋寿险安徽分公司累计赔付金额9668万元

2013-2014年，公司连续两年取得监管零处罚的优异成绩

致力于各类公益活动，履行企业公民的职责
已建立60余所希望小学，总投资超过3,000万元；在特大洪涝灾害、非典、南方雪灾、5·12抗震救灾、云南地区干旱、青海玉树地震、舟曲泥石流期间踊跃捐款捐物，总额超过1亿元

建立了覆盖全省的销售服务网络，拥有千余名员工和近万名营销员

● 惠而浦（中国）股份有限公司

四大品牌 为你而来

惠而浦（中国）股份有限公司，成立于2014年11月。公司坐落在合肥高新技术产业开发区。目前主要股东：惠而浦公司（51%），合肥国有资产控股有限公司（23.34%），社会流通股（25.66%），注册资本76644万元。公司旗下拥有惠而浦、三洋、帝度、荣事达四大品牌，业务遍及全球40多个国家和地区，涵盖冰箱、洗衣机等白色家电，以及厨房电器、生活电器等系列产品线。

公司前身为合肥荣事达三洋电器股份有限公司（合肥三洋），该公司成立于1994年11月，有综合性家电制造基地、国际化自主品牌“帝度”、“荣事达”品牌；在此基础上，公司又与美国惠而浦战略合作。

惠而浦公司是世界上最大的大型家用电器制造商之一，创立于1911年，总部位于美国密歇根州的奔腾港，旗下拥有惠而浦、美泰克、阿曼纳等8大知名国际品牌，业务遍及全球170多个国家和地区。

依托惠而浦百年全球领导品牌的品牌和产品力，嫁接原合肥三洋强劲的本土运作能力，拥有惠而浦、三洋、帝度、荣事达四大品牌

建立国家级技术中心和认可实验室

除美国外的全球最大生产基地和研发中心

惠而浦今后将是战略性品牌，产品策略方面仍然坚持定位于高端市场，产品设计走欧美风路线；三洋帝度是长期持续坚持的主力品牌，产品风格偏向中国消费者喜欢的日韩风；荣事达则是有特色的高性价比品牌，聚焦重点市场，发挥产品品质优势，做更适应消费者功能性需求的产品

横跨冰、洗、厨卫、小家电等多领域、多元化、多品牌的国际化白色家电企业



● 安徽汽贸投资有限公司

创优企业文化 提高客户满意度



专业
诚信
务实
进取
企业精神



以不断创新的经营
理念领先市场

以更加优质的服务
满足用户需求

安徽汽贸投资有限公司成立于1983年。上世纪80年代早期，安徽汽贸就已成为国内主要汽车生产厂家在安徽为数不多的省级代理商；1995年建成省内首家具备四位一体功能的汽车专营店；在合肥投资兴建暑假汽车品牌的安徽首家四位一体专营店；在省内主要的二三线城市投资建店，并已延伸至长三角经济发达地区。

目前，集团已建成汽车4S店近40家，覆盖国内外知名中高端17个品牌。在合肥拥有18家汽车品牌4S店。在长三角经济发达地区和省内二三线城市有共计20多家4S店。

现所有4S店统一实行集团化管理、跨地域经营、品牌化运营、集团式的发展模式，目前，集团是安徽地区较有影响力的汽车企业。

从单一的汽车销售，发展成为以投资经营汽车品牌专营店为主导，同事兼营商业地产开发、汽车园区开发、二手车交易、汽车精品装潢、出租管理、汽车俱乐部等多项产业的集团公司

旗下已投资建立各类专业公司50多家，成为安徽汽车服务行业的领头羊

打造和谐、团结、奋进的企业文化

在为客户提供“全生命周期”的服务过程中不断提高客户满意度，逐步树立安徽汽贸——最具影响力的资深汽车服务品牌形象



安徽汽贸 亲子运动会



安徽汽贸 车主自驾游



安徽汽贸 婚车队

● 安徽商之都股份有限公司

城市名片 服务至上



上世纪九十年代商之都外立面



2014年商之都外立面

安徽商之都股份有限公司隶属于中国500强、国家重点培育的15家流通企业安徽省徽商集团，为大型商业连锁企业。

主要从事百货、超市、电器销售专业店的连锁经营业务。作为安徽本土最早成立的商业连锁企业之一，公司现已发展成为拥有百货、电器、超市、自有品牌、糖酒批零、电子商务的多业态、多门店综合性商贸企业。

拥有71家门店，其中直营店68家，包括12家百货门店、35家超市门店和21家电器销售专业店；加盟店3家，全部为百货加盟店。公司是安徽省领先的零售企业，门店主要分布于安徽省内。

在全国同业态企业中较早通过“质量/环境/职业健康安全”三标一体化管理体系认证。

- 全国“诚信单位”
- 全国“质量管理先进企业”
- “中国商业名牌企业”
- “商之都”、“红府”、“国生”均为“安徽省著名商标”
- 合肥旗舰店——国家“金鼎百货店”
- 合肥旗舰店、红府超市红星路店被授予“全国百城万店无假货示范店”；池州、淮南、巢湖、宣城、滁州、六安、亳州商之都7家门店分别获得“安徽省百城万店无假货示范店”荣誉
- “安徽省先进集体”
- “全国企业文化建设优秀企业”



上世纪九十年代商之都箱包皮具区



2014年商之都店堂内

● 安徽省华信生物药业股份有限公司

根植华夏 取信于民

安徽省华信生物药业股份有限公司是一家集生物制药、科技开发、多业经营于一体的高新技术企业、国家级创新型企业，也是目前中国最大的硒制剂生产基地。

华信药业始终以“科技为本，服务健康”的企业宗旨指导实践。自1994年以来，华信药业先后与北京大学、中国药科大学、中科院微生物所等机构合作，培育出“北大富硒康”、“雪源康”、“硒维康”等国内知名品牌，为万千百姓家庭带来了健康的福音。

致力于“中国硒制剂领导者”这一伟大愿景，专注科研，加大投入，不断创新，成功研发一系列硒产品，包括各类准字号补硒药品，这使得华信药业始终走在国内硒产业的前列。



投入巨额资金进行科技研发，增强企业的创新能力，累计在研项目23项

与北京大学合作进行的“天然小分子”抗癌药物的研、与合肥工业大学合作的特种生物资源霍山石斛胚胎快繁技术的研究，已被纳入国家863计划。截至目前，此项研究已取得2项国家专利。

高浓缩、双功能的富硒康升级产品，已经进入了最后的研发阶段

2008年，华信药业与北京大学生命科学学院签订了“世界硒蛋白、硒制剂发展追踪软科学研究项目”的合作协议

2009年10月，举行“世界硒蛋白、硒制剂发展追踪软科学研究项目”成果报告会

● 安徽古井贡酒股份有限公司

做真人、酿美酒、善其身、济天下



古井集团公司拥有员工8000多名，集酒业、商业、房地产业、农产品深加工、类金融等为一体，是国家大型一档企业。

古井集团是中国老八大名酒企业，是中国第一家同时发行A、B两支股票的白酒类上市公司安徽古井贡酒股份有限公司的母公司，坐落在历史名人曹操与华佗故里——安徽省亳州市。公司的前身为起源于明代正德十年（公元1515年）的公兴槽坊，2008年古井酒文化博览园成为中国白酒业第一家AAAA景区，2013年古井贡酒酿造遗址荣列全国重点文物保护单位。

古井贡酒是集团公司的主导产品，其渊源始于公元196年曹操将家乡亳州产的“九酝春酒”和酿造方法晋献给汉献帝刘协，自此一直作为皇室贡品，古井贡酒具有“色清如水晶、香纯似幽兰、入口甘美醇和、回味经久不息”的独特风格。

在白酒行业率先成立“古井贡酒院士工作站”和“古井贡酒博士后工作站”

秉持“质量问题大于天”的理念，做到产品质量“零缺陷”、恪守标准“零容忍”、产品检测“零风险”和科研技术“零偏差”

成立打假维权和售后服务部门，开通了服务热线和打假投诉电话

2014年上半年，在白酒行业14家上市企业中，古井贡以营业同比收入3.6%的同比增长率名列第一，收入规模位居行业第五

2014年安徽企业百强企业名单中，古井集团位居全省第51位，居省内白酒企业之首

● 中国电信股份有限公司安徽分公司

用户至上 用心服务

便捷

便捷渠道
自助服务

精品

精品网络
智慧服务

中国电信股份有限公司安徽分公司是省内规模最大、网络资源最丰富、服务应用最广泛的通信运营企业，拥有省内覆盖最广的 3G/4G 移动网，省内最大的固定电话网与宽带互联网，拥有国内领先的网络规模和技术优势，是全省最大的 3G 移动通信和有线宽带运营商。

业务品牌众多。中国电信旗下拥有“天翼领航”、“天翼 e 家”、“天翼飞 Young”等著名客户品牌、以及“号码百事通”、“翼支付”等多个知名产品品牌。

安徽掌上10000

网络覆盖全面。3G/4G+WiFi 无线宽带无处不在，持续扩大农村区域 3G 网络覆盖范围、城市区域 3G 网络覆盖深度；推动 4G（TD-LTE）规模商用；2010 年在全国率先推进光纤到户，互联网出口带宽达位居中部第一。

信息应用丰富。从电子政务到城市管理，从行业应用到企业服务，从数字校园到农村通信，中国电信安徽公司已将基业之树深深植根于江淮大地，成为数字安徽建设的主力军。

客户服务优质。拥有一支高水平的客户服务队伍，全省装维、营业等各类直接服务于客户的人员接近 1 万多人；服务网点遍布城乡；网厅和掌厅已成为服务主渠道，服务手段不断创新，开通了 QQ 客服、网厅在线客服、微博客服

主动承担社会责任。利用中国电信陆空一体的综合通信网络，顾大体、识大局，及时投入各类突发事件的应对及处置，有效保障了人民群众的生命财产安全；结合自身特点，捐助各类特殊群体，为其提供力所能及的帮助。

中国电信安徽公司正不断抓住信息化发展机遇，实施聚焦客户的信息化创新战略，积极推进企业转型，开创全业务运营时代发展新局面，为安徽的加速崛起贡献更大的力量！