网购如何防“踩坑”
——中消协支招牢记“三个不”

随着网络购物的快速发展，各类新型消费陷阱时有发生。面对“限时特惠”“品牌同款”等情形，消费者如何增强风险防范意识？“3·15”国际消费者权益日即将来临，中国消费者协会发布消费提示，网络购物牢记“三个不”，即不轻信夸大宣传、不点击不明链接、不脱离平台交易。

谨慎识别促销活动真实性

“原价999元，限时特惠99元”“限时秒杀倒计时”，很多看似优惠让利的促销活动是否真实，消费者一时难以辨别。实际上，部分商家通过虚构原价、夸大折扣等方式诱导消费。

中消协消费指导部主任吕金波表示，此类行为涉嫌违反我国价格法、消费者权益保护法中关于明码标价和禁止虚假宣传的规定。消费者可以使用正规比价工具或平台历史价格查询功能，核实商品真实价格波动情况。理性对待“限时”“限量”营销话术，避免因冲动下单造成经济损失。留存商品促销页面截图、商家承诺记录等证据，便于后续维权。

防范假冒伪劣风险

“品牌同款”“正品代购”，网络平台部分商家以“低价清仓”“工厂直销”为名销售假冒品牌商品，或通过仿冒商标、模糊描述误导消费者。

中消协建议，消费者优先选择品牌官方旗舰店或平台认证的自营店铺，查验店铺公示的营业执照等资质。收到商品后仔细核对品牌标识、防伪码、产品批次等信息，发现异常立即拒收。保留购物凭证、商品详情页及聊天记录，作为维权依据。

警惕新型诈骗手段

近期频发“冒充客服退款”“快递丢失理赔”等电信诈骗案件。不法分子通过非法获取消费者订单信息，诱导点击钓鱼链接、提供短信验证码或下载不明软件，导致消费者资金被盗。

中消协建议，消费者切勿轻信陌生电话、短信，所有售后问题都应通过平台官方渠道联系客服；拒绝向他人透露银行卡密码、短信验证码等敏感信息；谨防“屏幕共享”操作，避免远程操控导致账户失控；谨记正规网购平台的退款、赔付款都是从顾客支付账户原路返回，没有所谓的“退款链接”，也无需下载其他App，要求另行下载App或扫码入群等大概率是骗子。

强化个人信息保护

部分商家违规收集消费者身份证号、人脸数据等个人信息，或通过快递面单非法收集、买卖用户地址、电话，导致骚扰电话、诈骗风险增加。

消费者如何强化个人信息保护，防范隐私泄露？中消协建议，消费者非必要不提供详细住址，可填写代收点或快递柜地址；丢弃快递包装前，务必清除或涂抹面单上的个人信息；谨慎授权App获取通讯录、定位等权限，定期清理缓存数据。

依法主动维权

当消费者遭遇虚假宣传、商品质量缺陷、拒不退换货等问题怎么办？

中消协建议，消费者要积极维护自身权益。维权途径可依次选择协商解决、平台介入、投诉举报、司法诉讼。先通过平台客服发起投诉，要求商家履行退换货或赔偿义务；若协商未果，可申请交易平台介入处理；平台处理不佳可通过“消协315”投诉平台或者热线电话向消协组织投诉，也可以向相关监管部门举报；如果涉及金额较大、情节严重，可向人民法院提起诉讼。 （来源：新华网）

提个醒

春季登山 绷紧这些安全“弦”

春季来临，气温逐渐上升，许多人开始选择徒步、登山等户外活动。登山远眺、亲近自然，固然是一件喜乐之事，但因游客安全意识不足所致的摔伤、坠崖、冻伤事件也屡有发生。

做好登山前准备工作

与城市相比，野外山区环境复杂多变。

初春时节，山区气候乍暖还寒、大风降温时有发生。

春季冰雪消融还是滑坡崩塌等冻融地质灾害的高发期与森林火灾的高发期。

因此，一定要做好充足的准备工作，尽量降低遭遇危险的概率。

确认身体状况。登山前首先要客观评估自己的身体状况，确认自己身体状况良好，无不适宜登山的疾病。

掌握天气状况。及时观看天气预报，初春时节虽然城市已是春暖花开，但大部分山区温度还很低，部分山区甚至还会有雨雪天气，因此登山前一定要掌握该地区的天气情况，切勿在恶劣天气登山。

尽量选择正规景区。在没有向导的情况下不要擅自进山，也不要冒险进入未开放或未开发的山地区域或封闭管理区域。网络上爆火的很多“野生景点”属于未开发景区，贸然前往这些地方极易造成伤亡事故。

做好线路规划。登山前，要详细了解山区路况、攀登难度、行走长度、爬升海拔、危险区域、预计活动时长等信息，提前规划上下山线路以及备用撤退路线。

做好物资准备。选择硬度适合的登山鞋、宽松舒适的衣服、地图、指南针、手机（充电宝或移动电源）、电筒、绳索、食品、急救药品、雨衣、抗过敏药物（避免春季花粉过敏）等。

登山中其他注意事项

早晨或上午上山，午后及时下山。

结伴而行，以便相互照应。

不要在有崩塌、落石风险的危岩体或土崖下露营、休息或久留。

注意环境变化，适时增减衣物，做好保暖，防止身体失温。

走路不观景，观景不走路，拍照时切勿跨越安全护栏，随时观察路面情况，防止踏入地面岩溶裂隙孔洞，扭伤脚腕。不要靠近没有护栏的悬崖、天坑、落水洞、陷穴等。

露营一定要做好安全防范，远离森林防火区、河道、地质灾害易发区和饮用水源保护区。

遇到草木繁盛、树叶堆积等易燃物聚集地，要在场地周边清理出至少10平方米的安全区域。如果必须使用火源，最好在山坳中避风处，且在使用后一定等火源熄灭并掩埋灰烬后再离开。

万一遭遇大风、降温或暴风雪天气，应立即搭建庇护所，找避风避雨处休息。

山中迷路被困怎么办

首先一定保持冷静，先认真分析周边环境、自身状况，判断能否解决意外事件。如果可以，要尽快离开险境，以防意外再发生。若扭伤或摔伤，应及时包扎用药，以降低伤害，并找安全地点休息。

第一时间寻求外界帮助，若有可使用的通信设备，马上向110/119或当地有关单位求援。若没有，可利用灯光、镜子或发光物向外发出信号，亦可在空旷处以可利用材料摆出求救信号或标志。

被困后尽量待在有明显标志物的地方等待救援，利用已有的器材确定位置，若无器材，可根据周围的山头、河流、大树等参照物判断相对位置，以便救援人员寻找。

与救援队伍取得联系后，尽可能提供你的大概位置、前进路线、可看到的标志物、你与标志物的相对位置、联系方式、目前的身体状况、信号约定等与你有关的具体信息。 （来源：科普中国）

对对碰直播刺激火爆 拆零带货暗藏风险

从盲盒代拆，到同色对对碰，当下直播带货的互动玩法越来越多，对对碰、推推乐、掷骰子等带货模式通过盲盒的不确定性和碰中奖励叠加的刺激性，满足了消费者的新鲜感和好奇心，成为许多消费者释放压力、寻找乐趣的消费新方式。然而，随着这些玩法的爆火，一系列问题也接踵而至，如不少对对碰直播间将整盒、整袋装的食品拆成单个碰色，消费者收到的商品无生产日期、生产厂商等信息，食品安全难以保障。

对对碰是一种结合拆盲盒和消消乐玩法的直播带货新模式，消费者在直播间购买一定数量的盲袋或盲盒，主播在镜头下一一拆开，拆出两个颜色相同的商品即为碰中，碰中一次可奖励多拆一个，直到没有相同的颜色，消费者可以获得所有拆开的商品。

“一碰、两碰、三碰，宝，欧气满满！”“恭喜宝欧中，再加一袋！”在对对碰直播间里，主播激情满满的夸赞和充满乐趣的氛围，不仅将下单者的情绪价值拉满，也引得直播间的观众纷纷刷屏“羡慕”，玩法更是从对对碰演变到掷骰子、推推乐、抽纸牌、九宫格等，多样的形式叠加上拆碰过程中获得商品数量未知的刺激，让不少消费者为之买单。

“对对碰主播看似以游戏激励的形式提供情绪价值，但其本质依然是一种销售行为。”江苏同大律师事务所律师李小亮表示，在对对碰直播过程中，消费者下单购买盲袋或盲盒，支付相应价款获得商品，商家以此实现商品销售并盈利，其互动性和趣味性只是销售手段，并未改变销售的核心性质。同时，李小亮认为，这类销售方式容易诱导消费者过度消费，消费者可能因刺激性和不确定性冲动下单，忽视自身真实的商品需求和经济能力，导致不必要的财产损失。如果商家存在欺诈行为，如操控结果、虚假宣传中奖概率等，就侵害了消费者的知情权和公平交易权。

直播间和主播以游戏娱乐等具有吸引力的形式销售商品本无可厚非，但不少直播间把原本一袋装或一盒装的食品，拆成单个贴上颜色标签，以对对碰的形式销售。

有消费者反映，其在“嗯嗯DIY潮玩”直播间花费49.9元拍了一单“个人单对对碰”好时巧克力，规格为“富婆拆 拍1 拆915克*1袋（灯牌保18）”并许愿绿色。主播以贴有颜色标签的纸牌代替单条巧克力进行对对碰，最后一共翻出26张纸牌，消费者随后收到了26条好时巧克力，内有巴旦木牛奶、曲奇牛奶、曲奇奶香脆乐多等5种口味。但巧克力包装袋上没有规格、净含量、生产日期等信息，翻看购买时的视频记录发现，主播除了展示巧克力的盒装、单条样式外，并未对生产日期、保质期等作任何说明。

消费者从“嗯嗯DIY潮玩”直播间购买的对对碰商品是好时官方旗舰店内一盒装的“210克好时巧克力排块”，笔者咨询旗舰店客服人员该商品是否可以单条销售或混合口味销售，客服人员回复称，此款巧克力最小销售单元为同一口味的整盒（净含量210克），通常一盒14条，无法单条销售。笔者在官方旗舰店购买了一盒曲奇奶香脆乐多口味的巧克力，商品外包装盒上配料、经销商、生产日期、保质期等信息标注齐全。

对比好时官方旗舰店与“嗯嗯DIY潮玩”直播间购得的巧克力，同口味的巧克力单条包装基本一致，但仅凭外观不能辨别出生产信息及真伪。笔者询问“嗯嗯DIY潮玩”直播间客服人员巧克力的生产日期情况，对方表示，生产日期都是2024年7月到8月的，请放心购买。

针对这一情况，江苏省盐城市市场监管局分管食品的副局长徐文龙表示，该行为涉嫌违反《中华人民共和国食品安全法》，产品包装和产品信息标签规范是保护消费者的知情权和落实食品安全责任的重要体现。《中华人民共和国食品安全法》要求，食品标签必须清晰标注在食品包装或容器上；预包装食品拆装销售归类为散装食品销售，也应在散装食品的容器、外包装上标明食品的名称、生产日期或者生产批号、保质期以及生产经营者名称、地址、联系方式等内容。

（来源：《中国消费者报》）

“孩子归我，不要你养”这种离婚协议有效吗

现实生活中，夫妻双方协商一致离婚通常会在离婚协议中写明财产以及孩子的归属问题，那么“孩子归我，不需要你养”这种约定有效吗？能不能反悔呢？

案情回顾

苏某的父亲哈某、母亲麦某因感情不和，于2017年7月协议离婚，在离婚协议书中约定婚生女苏某抚养权归母亲麦某所有，父亲哈某不承担抚养费，但享有探视权。双方办理离婚登记后，苏某的生活费等相关费用一直由麦某自行承担。后麦某以物价上涨，工作不稳定，收入没保障，无力承担其生活和学习费用等为由，于2024年8月向新疆维吾尔自治区巴楚县人民法院提起诉讼，请求判令哈某支付抚养费及教育费。

哈某辩称：苏某就读小学，费用较低；在离婚协议书中，自己与麦某明确约定不支付抚养费，是双方真实意思的表达，不违背法律规定，麦某诉求违背诚实信用原则；麦某主张的抚养费及教育费所依据的事实及理由不符合法律的规定和标准。

法院审理

法院经审理后认为，当事人对自己提出主张有责任提供证据，在苏某父母就苏某抚养费已达成协议的情况下，虽然不妨碍子女在必要时向父母任何一方提出超出协议的合理要求，但是主张抚养费给付一方应就给付的必要性进行举证，苏某父母哈某、麦某在民政部门已达成关于苏某抚养费的协议，哈某不支付抚养费，是双方真实意思表示，不违反法律规定。现双方生活状况未发生重大变化，麦某未能在法庭提供其存在经济困难的有效证据，故法院对苏某的主张不予支持，苏某的抚养费应由麦某负担。

法条连接

民法典第一千零八十五条规定，离婚后，子女由一方直接抚养的，另一方应当负担部分或者全部抚养费。负担费用的多少和期限的长短，由双方协议；协议不成的，由人民法院判决。

法官说法

一般来说，离婚协议一旦生效就不能反悔，但是协议中约定一方不付抚养费，离婚后又反悔的，法院考虑的因素在于：直接抚养方的经济状况、子女的实际需要、客观市场经济、对方的经济状况等。并且，离婚协议是带有人身性质的特殊协议，在解除了夫妻双方的身份关系，改变了子女的抚养状态，对当事人及子女有非常重大的影响，因此，没有特殊事由不得轻易反悔。所以说，男女双方必须审慎对待离婚协议，充分保障子女权益，避免后患无穷。

抚养费怎么支付

抚养费，包括子女生活费、教育费、医疗费等费用。一般情况下，由不直接抚养的一方按照双方约定的时间、金额进行支付。抚养费应当定期给付，有条件的可以一次性给付。

抚养费的数额，可以根据子女的实际需要、父母双方的负担能力和当地的实际生活水平确定。

协议离婚中一方不按离婚协议给抚养费的，应以子女的名义起诉。抚养义务是父母针对子女的义务，当父母不履行义务时，由子女进行起诉。诉讼离婚中一方不按判决书支付抚养费，可直接向法院申请强制执行，无需额外起诉。

（来源：中国法院网）

长知识

如何选择奶制品

奶和奶制品是公认的健康食品，它们富含钙和优质蛋白质，营养价值很高。有些家长觉得告别幼儿期，孩子可以和大人一样吃饭，就没必要再喝奶了。其实不然，乳制品对孩子成长的各个阶段都有着重要的作用。

那么，儿童每天要摄入多少乳制品？市面上琳琅满目的奶制品要怎么挑选，又该如何让孩子养成足量喝奶的习惯？

让孩子多喝奶的三大理由

奶类是一种营养成分丰富、组成比例适宜、易消化吸收、营养价值高的天然食品，有利于儿童骨骼健康和牙齿健康，促进体格生长发育。北京市疾控中心营养与食品卫生所高级工程师赵海燕帮大家盘点了乳制品的营养优势：

富含优质蛋白质 牛奶中蛋白质含量平均为3%，其必需氨基酸比例符合人体需要，属于优质蛋白质。

钙的良好来源 奶类的钙含量和生物利用率相对较高，容易被人体吸收，是钙的良好食物来源。

乳糖有益健康 奶类中的乳糖能促进钙、铁、锌等矿物质的吸收，并且可以促进肠内乳酸细菌的繁殖，改善人体肠道健康。

乳饮料不是奶要少喝

常见奶有牛奶、羊奶、马奶等，其中以牛奶的消费量最大。市场上常见的奶及奶制品有鲜奶、酸奶、奶粉、奶酪等。

鲜奶包括牛奶、羊奶等，最大限度地保持了奶的营养价值。鲜奶经加工后可制成各种奶制品，市场上常见的有液态奶、奶粉、酸奶、奶酪和炼乳等；酸奶是鲜奶发酵形成的，更容易消化吸收。酸奶的营养与鲜奶相当，但需要冷藏保存而且保存期较短；奶粉则是鲜奶干燥后制成的，个别营养素略有损失。奶粉的优点是便于储存，食用方便。

与液态奶相比，酸奶、奶酪、奶粉有不同风味，又有不同蛋白质浓度，可以多品尝，丰富饮食多样性。

市面上的乳饮料、奶茶都不属于奶制品，赵海燕提醒家长注意，学会区分乳饮料和奶，少给孩子喝乳饮料。

看产品类型 如果食品包装上有“饮料”或“饮品”等字样，则为乳饮料。

看产品配料表 食品的原料排位越靠前，含量越高。如果配料表的第一种成分是水，并且配料中的糖和食品添加剂比较多，则为乳饮料。

看营养成分表 每100毫升牛奶的蛋白质含量通常在3克左右，而每100毫升乳饮料的蛋白质含量在1克左右。

每天喝奶不少于300毫升

《中国学龄儿童膳食指南》建议，同学们每天要摄入奶及奶制品300毫升（克）以上，可选择多种奶制品。

赵海燕解释说，孩子每天要达到相当于300毫升液态奶，通过各种乳类互换来实现并不难。例如，饮用一杯牛奶或者酸奶（200至250毫升），也可食用2至3片17克左右的奶酪。此外，还可以选择30克高钙奶粉冲调饮用。建议家长们在选择酸奶时，挑添加糖含量较少的，奶酪选择含盐量低的。

量身定制孩子的奶品方案

市面上的奶制品品牌不一、口味各异，其中的营养成分也有细微差异，家长需要根据孩子的体质、营养需求正确选择奶及奶制品。

优选纯牛奶 选择牛奶时，要优先选择纯牛奶，认准外包装上的“鲜牛奶”或“巴氏杀菌奶”等字样，认真阅读牛奶的生产日期和保质期，选择较为新鲜的牛奶。

怕胖可选脱脂奶 超重和肥胖儿童应注意选择饮用脱脂奶和低脂奶。

乳糖不耐受的选择 如果喝完鲜奶感觉肚子不舒服，出现腹痛、腹泻或者腹胀，可能是乳糖不耐受的表现。要注意不要空腹喝奶，可以在饭后2小时内喝，或边喝奶边吃馒头、面包，尝试从喝少量奶开始，逐渐增加。或直接选择酸奶、奶酪或其他低乳糖产品代替鲜奶。 （来源：《北京青年报》）

如何去除身上的火锅味

三五好友围坐在一起吃火锅，无疑是一件幸福的事情。然而，当火锅吃完，大家散场后，却常会觉得身上弥漫着一股挥之不去的火锅味，这种味道似乎比精心喷洒的香水还要“留香”持久。那么怎么去除身上的火锅味呢？

火锅味为何会上身

一些人认为，火锅味浓是因为添加剂多，事实上这种说法毫无根据。

火锅煮沸的香气主要来源于油脂、辣椒和其他香辛料。其中的挥发性风味物质，含有较高的醇类化合物、醛类化合物和脂类化合物，这是火锅香味的关键。

这些物质在高温蒸腾下挥发，弥漫在空气中，成为火锅香味的主要来源。

火锅涮、煮中有大量动物油脂和挥发性香料，蒸煮中产生的水蒸气会牢牢锁住这些脂溶性、挥发性的风味成分。

在蒸煮过程中，失水量越大，蒸腾到空气中的挥发物就越多，以至于味道就越浓。

在涮火锅时，蒸腾产生的挥发气味，在食客周围不断增香。人们穿着的衣物、头发乃至皮肤表面具有一定粗糙度和多孔性，能够有效地捕捉和吸附这些气味分子。各种油脂颗粒不仅增加了火锅味的附着力，还使其更难被清除。

什么衣服更容易吸附火锅味

细心的朋友可能会发现，每次吃火锅时，衣服吸附的火锅味浓度有所不同。这与服装材质、吸附面积、用餐时长等因素密切相关。不同材质的衣物对火锅味的吸附能力不同。一般来说，结构复杂且空隙更多的衣服材质，“吸味”的能力也更强。在羊毛、棉布、纱布吸附火锅气味的对比实验中，羊毛的吸附能力是最强的。

实验发现，在同一种锅底的熏染下，棉质服装的味道散得相对慢些。聚酯纤维（涤纶）由于具有亲油性，会吸收气味中的脂性化合物，散味也会比较慢。

因此，冬天穿着的毛衣、羽绒服等对气味的吸附力是比较强的。如果担心大面积的外套容易沾染火锅味又不便清洗，可以采用塑料袋等将衣物事先装起来，实现物理隔绝。

为什么香水味不如火锅味持久

气味的滞留时间，取决于挥发物的载体材质、浓度、作用时间和挥发速度。

现代香水工业虽已研发出多种留香技术，但还是没有火锅味持久，这是为啥呢？

这源于两者完全不同的作用机制：香水采用“空降战术”，通过乙醇这种挥发性载体将芳香分子喷洒在衣物表面；而火锅味实施的是“蒸汽熏蒸”，以蒸汽这种沉降渗透性载体，利用持续热源进行深度渗透。

决定香水留香时间的最主要因素是不同香型原材料的挥发性和作用时间，即香水所用原料本身的挥发速度。而这跟原料的蒸气压、嗅觉阈值、分子量大小紧密相关。

柑橘类香型因分子量小，通常在2小时内挥发殆尽，木质调可维持4-6小时。而火锅中的辣椒素、花椒酰胺分子量都要高很多，自然更难挥发清除。

另一个因素就是作用时间的差异。一次完整的火锅宴通常持续90-120分钟；相比之下，香水喷洒仅在10秒内完成，后续缺乏持续的能量补给。

如何去除火锅味

去除火锅味的根本是去除布料上吸附的火锅风味成分。然而，大件的衣物不便清洗，如何在这种情况下尽快去除火锅味呢？

通风法 将衣物挂在通风处通常可以有效减轻衣物大部分的气味，但对于袖口等细节部位的除味效果并不是最好。

可以尝试在袖口喷一些柠檬水，再将衣服悬挂起来，也可以单独对袖口做清洗处理。

蒸气法 如果准备吃完火锅回家洗个澡，不妨先将衣物悬挂在充满蒸汽的浴室中，再放到通风处吹干。

高温蒸气可以带走衣物上的异味分子，从而达到除味的效果。

小家电辅助法 可以使用电吹风，配合蒸发的水蒸汽对着衣物表面吹几分钟，使用时要不断抖动电吹风，避免使一个地方温度过高将衣物烫坏。

有条件的话，可以将衣物装在底部剪洞的塑料袋中，用电吹风吹几分钟。狭小的空间中可以形成高速气流，提高吹风的效率。

也可以将衣物悬挂起来，使用蒸汽熨斗进行熨烫，也能达到类似高温蒸气除味的效果。

（来源：北京科学中心科普号）