

金台视线

甲醛治理，不能“假检测、假清除”

本报记者 史一棋

当下，甲醛污染问题成为民众在房屋装修后普遍关注的话题，甲醛检测、甲醛治理等服务也应运而生。然而，不少读者反映遭遇了甲醛“假检测”“假清除”问题。比如，广东深圳市读者张腾称曾遇到不法商家，一方面利用自己对甲醛危害的恐惧心理，刻意渲染，制造“甲醛焦虑”；另一方面操控甲醛检测数值，引导购买甲醛治理服务。还有山东济宁市网友“土豆”反映，个别公司没有治理资质，却谎称能够完全清除甲醛，欺骗消费者。

面临甲醛检测治理市场“假检测、假清除”问题，专家、读者呼吁：室内空气检测行业与公众利益密切相关，有关部门须进一步明确检测标准和操作规程，规制“一手检测、一手治理”的商业模式；对侵害消费者合法权益和身体健康的商家，应严肃查处。

“假检测、假清除”， 甲醛治理市场面临诚信 缺失

“有公司声称如果购买他们家的治理服务，检测费用全免，除完甲醛第二天不但检测合格，还可以立即入住。”张腾对记者说，然而在屋子里停留十几分钟就觉得味道刺鼻，时间长了会嗓子痛、咳嗽，“甲醛显然没有有效去除。”

制造“甲醛焦虑”，是很多商家诱导客户购买服务的惯用手法。“居住新装修未检测甲醛的房间里，导致患急性白血病”“装修、家具甲醛超标，孩子查出白血病”……一些不良商家为推销服务，在甲醛危害上添加加醋，甚至在网络上散播耸人听闻的谣言，助长民众焦虑情绪。

一些商家还试图用虚假数据蒙蔽客户。

今年7月，广东广州市的陈先生在某环境治理机构购买了一次“全屋甲醛检测”服务。在工作人员抽取空气样本期间，陈先生打开手机自带的检测仪，发现有一个隐藏页面中，甲醛含量的基数已被设置成了“+0.03”。陈先生从相关从业人员处了解到，“如果基数设置为‘+0.03’，无论真实数据是多少，检测结果都会高出每立方米0.03毫克”，商家即可借此引导客户购买甲醛治理服务。

除了人为调控检测仪基本数值外，有些机构还会利用显色液等手段操控仪器数值，滴得越多甲醛浓度就越高，相反则越低，检测仪变成欺骗的道具。在一些地方，甲醛治理市场诚信缺失，初检时人为提高检测值、复检时再人为降低检测值，如此操作成为商家们心照不宣的秘密。今年2月，四川成都市读者杜女士在搬入装修过的新房前，花费2990元购买了全屋甲醛检测和治理服务。治理后，工作人员检测甲醛浓度为“合格”。然而在搬入新家后不久，她的儿子开始出现头晕、胸闷气短等症状，“之后我就找了两家权威的第三方机构检测，结果均显示甲醛浓度超标了一倍多，我们只能立刻搬出，在外面租房住。”杜女士说。

更需警惕的是，一些不法分子通过线上违规开具甲醛检测和治理的企业资质、个人能力证书牟利，从线上到线下形成一条灰色产业链。记者在某主流电商平台检索“甲醛检测证书”，发现有不少可开具相关企业资质以及个人能力证书的网店，一些商品图片上甚至用大字标榜“官方网站可查真伪”。记者随机咨询一家网店的客服，是否可以办理从事甲醛治理行业的企业资质证书，对方表示需提供营业执照，并称“一套费用600元，包含三年年审”。记者追问是否需要评定，客服随即发来一个微信账号，并表示“不严格的，基本上都能通过”。记者再问是否可以办理甲醛治理方面的个人能力证书，对方表示只

需提供身份证号、姓名、本人自拍照片即可，不需要做能力测试。

部分机构检测结果存疑，市面上的很多家用甲醛检测仪产品也不可尽信。去年10月，上海市消费者权益保护委员会测试了15款热卖甲醛检测仪，其中仅3款在较低浓度测试中误差不大。而这些测试下来有问题的产品中，宣传语五花八门、极尽夸饰，甚至有不少还借用专业机构、权威媒体和知名大学的名义为自己宣传。

甲醛治理市场一定 程度上存在从业门槛 低、从业者资质不易辨别 的问题

消费者之所以会频频上当中招，一方面，是因为甲醛治理市场陷阱多、“套路”深；另一方面，甲醛检测、治理市场一定程度上从业门槛较低，从业者资质不易辨别。

有业内人士透露，一些机构购置几台检测仪、几瓶药剂就可支起摊子接活，“有的保洁员都改行干起了测甲醛、除甲醛的营生”。网友“土豆”反映，在众多社交平台上可以看到不少宣传加盟甲醛治理机构的帖子，“想做甲醛治理机构，只要成立公司、申请营业执照即可，短视频平台推广渠道开通后，就可以开始线上接单了。”某社交平台上以“除甲醛创业”为标题的短视频如是说。

行业门槛低，导致从业者水平参差不齐，无序竞争乃至乱象丛生。为了抢客户、揽业务，可能陷入价格战的恶性竞争中。张腾关注到，目前市场上不乏一些价格极低的甲醛检测、治理服务，它们往往以“特价优惠”“限时抢购”为噱头，吸引消费者的眼球。比如原本60元每平方米的治理价格，却被很多商家拉低到二三十元，这种远低于成本的报价背后存在的人员不专业、设备简陋、试剂不合格的风险，最终将由消费者承担。

目前，甲醛治理品牌主要以“加盟”模式进行市场扩张。较低的人行标准，简单的加盟方式，让甲醛治理市场成为“圈快钱”的角逐场。事实上，近年来不少甲醛治理头部品牌“翻车”。不久前，加盟商遍及全国的“森家环保”被曝除醛服务涉嫌违法违规，不顾消费者的生命健康，将“转化率”建立在虚报的甲醛检测数值上。在甲醛治理市场监管不足背景下，一些品牌出事后续改头换面，抹去“黑历史”卷土重来，加剧行业失信乱象。

此外，市面上还出现不少冒牌公司，盗用专业检测机构名义开展业务，给正规企业形象带来负面影响。李先生来自北京一家正规专业环境检测机构。今年5月，李先生接到顾客的电话，称其所在的公司检测价格不统一，上门检测人员与该公司人员信息不匹配。这时李先生才发现，原来是自己公司的名号被盗用了。“我们公司有专业的资质，自媒体账号也是经过专业号

认证的，但是这个冒名公司没有经过专业号认证。”李先生多方确认后才发现，该检测机构并未取得授权，而是冒用了李先生所在公司的名号，“这不仅损害了公司的名誉，还涉嫌欺诈客户。”

“甲醛检测和治理是具有专业门槛的工作，不是能速成上岗的，尤其它还涉及消费者身体健康，更应慎重对待。”中国人民大学生态环境学院副教授冯琳说。

严格审查企业资质， 筑牢室内环境安全防线

甲醛检测和治理需求日益上升，一方面，甲醛超标确实一定程度上危害人们的身体健康；另一方面，在商家炒作之下，很多消费者对甲醛有着过度焦虑、恐惧的心理。

记者调查发现，在一些主流短视频平台上检索“甲醛”，热门视频多来自自媒体账号，其中不乏对甲醛危害性夸大其词者，而专业权威的科普视频较少。

“甲醛在气体状态下无色，有刺激性气味，它的释放存在一定的周期，可能是几年，也可能是几十年，因此是无法一次性除干净的，需要长期开窗通风换气来进行治理。”四川大学材料科学与工程学院副教授陈金伟认为，有必要加强对民众的科普宣传，帮助人们树立起对甲醛的正确认知，提高消费者对伪除醛服务的辨别能力。

近年，有关部门不断更新室内空气质量标准规范。去年实施的最新版《室内空气质量标准》规定，关闭门窗1小时后，室内甲醛浓度不高于0.08毫克每立方米。在实际检测操作中，检测值通常受到多方面因素的影响。“甲醛检测首先要对室内环境进行封闭处理，如果刚好在封闭的这两天，装修材料释放的甲醛量多一点或少一点，检测值就会不准确。同时，气温高低也对甲醛释放量存在影响，如果在气温高的天气进行检测，可能数值也会偏高。”陈金伟说。

对于除醛机构既当检测、治理“运动员”又当“裁判员”的问题，法律法规也有明确规定，去年更新的《检验检测机构资质认定评审准则》中就要求“检验检测机构应当独立于其出具的检验检测数据、结果所涉及的利益相关方，不受任何可能干扰其技术判断的因素影响，保证检验检测数据、结果公正准确、可追溯”。据此，“左手接检测、右手接治理”的商业模式属于违规操作，更别提在甲醛检测数据上造假，已经触及“红线”。

冯琳认为，主管部门应提高甲醛检测和治理行业准入门槛，严格审查企业资质；监管部门应以更强有力的监管，规范甲醛检测和治理市场，筑牢广大居民室内环境安全防线。“对于甲醛检测和治理过程中的数据造假问题，应坚持‘零容忍’，及时完善相应法律法规，为行业设路标、划红线；对于存在的黑灰产业链要形成打击联动机制和常态化监管机制，让造假行径无处遁形。”

（余璇、何雪琪参与采写）

反馈

辽宁抚顺市新抚区——

推进解决教师公寓 居民出行问题

本报记者 辛阳 刘佳华

8月5日，本报“读者来信”版刊登《小区出行道路被堵塞多年》的群众来信，反映辽宁抚顺市新抚区第三教师公寓北出口通道被小区北侧的温莎公馆住宅项目堵死，严重影响小区居民出行的问题。对此，新抚区召开关于推进教师公寓居民诉求温莎公馆项目占路问题办理工作专题会议，推进解决问题。

经新抚区住建局实地测绘核实，原有紧邻南阳高级中学北侧的通行道路，已纳入温莎公馆项目用地范围，该项目于2014年取得相关规划许可，且在实地测绘比对后未超出项目用地红线，不涉及占路问题。为方便教师公寓居民出行，当地有关部门征求周边居民意见，于今年9月初确定步行楼梯施工改造方案，10月1日起施工，10月27日竣工。改造竣工后，楼梯上宽下窄，坡度适宜，方便居民通行（见下图）。



身边事

甘肃兰州市七里河区——

土堆危墙存在多年 只警示不处理

我是甘肃省兰州市七里河区武威路甘南小区的居民。在小区北侧和宝丰花园小区的交界处，有一处高8米多的大土堆，旁边还有一段危墙（见下图）。这种情况自2017年起就存在了。相关部门虽然立了一块“此地危险、注意安全”的警示牌，拉起了警戒线，却始终未根本解决问题。这条路是甘南小区居民的一条主要出行道路，平时人来人往，老人和小孩较多。希望有关部门重视并妥善处理。

人民网“领导留言板”网友 宋先生



建议

用好科技特派员制度

通过向农村派遣科技特派员，对推进乡村全面振兴、提高农业生产效益、促进农民增收，有着重要作用。但是，在有的地方，科技特派员这项政策落地效果不佳。笔者调查得知，有的是因为人员专业不对口，当地没有因地制宜选派符合地方发展实际、满足产业发展需要的科技人员担任科技特派员；有的是因为地方在营造环境、入驻条件以及专项经费上缺乏具体保障，影响科技特派员发挥专业优势；还有的是缺少税费、信贷、土地、规划等制度层面相应的优惠和倾斜政策，没有形成激励机制，未能有效激发科技特派员在乡村振兴、创新创业、科技成果转化等方面的积极性。

乡村全面振兴，关键在于人才。建议一方面完善科技特派员工作机制，坚持政府选派、市场选择、自愿参加的原则，拓宽科技特派员队伍来源，让不同专业领域的科技特派员更加符合基层需求。另一方面，完善优化科技特派员队伍扶持激励政策，持续加大支持力度，推广利益共同体模式，支持科技特派员队伍领办、创办、协办农民专业合作社、专业技术协会和农业企业。希望各级政府部门能充分发挥指导作用，让科技特派员脚踏实地，扎根基层，奉献所长，为乡村全面振兴贡献科技力量。

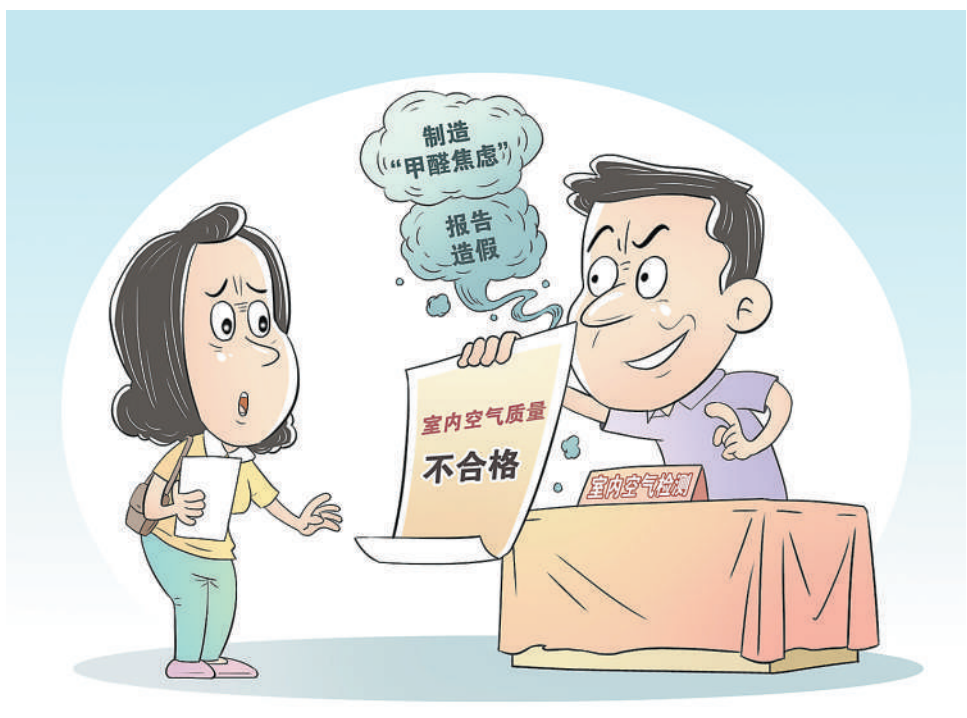
山东乳山市 张敬滋

本版责编：赵兵

征集

人民日报“读者来信”版与人民网“领导留言板”联合开展群众急难愁盼问题征集活动，欢迎提供线索，提出意见建议。

邮箱：rmrbdzlx@126.com
传真：(010)65368495



制图：王琪（人民视觉）

百姓关注

人民网“人民投诉”平台发布“双11”消费维权数据报告，不少网友反映——

享受政府补贴，为何就不可价保？

本报记者 赵兵 人民网记者 崔元苑

随着今年“双11”网购促销活动落下帷幕，各大平台销售数据逐渐出炉。相比于往年，今年的“双11”周期长、力度大、势头猛，无论是促销力度、产品质量还是商品价格，都出现了积极变化。然而，在肯定成绩的同时，老问题新问题也相互交织。

据统计，人民网“人民投诉”平台“双11”期间共收到1.7万余条投诉信息。其中，手机、家电、智能产品、美妆服饰等消费领域投诉量大；平台“国补”“以旧换新”等优惠规则不透明，保价服务藏“猫腻”，直播间虚假“破价”，“百亿补贴”商品货不对板，“高价预售”欺诈等问题反映突出。

“以前只有一批预售，现在周期变长，活动安排更合理，不会焦虑了。”网友小然说。如今的“双11”已走过16个年头，消费者心态也更加“淡定”，各电商平台也不约而同将大促时间提前和延长，改善了消费者的购物体验。然而，价保商品退差价难、售后难的问题依然突出。

“商品价格一天降一价，价保也不支持”“购买的净水器价保期内降价后拒绝价保，客服解释说用的优惠政策不一样”……不少网友留言表示，价保服务并没有发挥应有作用。

记者调查发现，此次“双11”不少平台将大促分为多个阶段，消费者常常发现在第一批促销期间买的商品到了第二批促销时，由于商家优惠机制以及叠加红包、消费券的不同导致价格更低，向平台申请价保却不一定能得到支持。还有个别商家和平台滥用“价保解释权”，随意篡改价保规则。

今年，政府补贴叠加“双11”优惠，为市场注入了强劲动力。家电、消费电子品类在相关补贴政策的支持下，优惠力度更大，拉动销售进入高峰期。

但也有网友反映，补贴落地后的实际体验不佳。比如，有人认为“参加地方国补的家电产品并不多，很多都是老款或没啥气味的牌子”，有人发现“用‘国补’券买的小家电，平台商家以‘国补’为由拒绝价保”，等等。此

外，针对平台、直播间“双11”期间发放的各类红包和消费券，有消费者质疑，在抢到红包和消费券后，实际使用过程中可能遇到“不在使用范围”“已逾期”“不能叠加使用”等问题。还有读者表示，在某电商平台购物，只有填写银行卡号、办理电商平台的“某支付”后，才能领取政府补贴，变相抬高政府补贴的门槛。

今年另一大消费主题是“以旧换新”。网友表示，“电商促销期间，以旧换新活动非常实惠，值得下单”。但不少网友在手机、家电、汽车等“以旧换新”体验中遇到了获取补贴不顺畅、拒绝价保的问题。比如，有网友留言反映“购买滚筒洗衣机用了以旧换新补贴，商品大幅降价后，商家却说使用补贴不可价保”。

与此同时，预售价格更高，让许多消费者感觉受到了欺骗。“双11”期间一些产品预售结束后立刻降价，不少消费者发现，本来以为购买预售产品“得了便宜”，实则是“吃了亏”。

中山大学商学院教授庞勇认为，“高价预售”乱象实则拿“预售”当诱饵，使价格让利变

成暗中涨价，违背了市场规则和契约精神，透支的是消费者的信任，也伤害了平台和商家的口碑。

为此，今年国家市场监督管理总局发布的《“双11”网络集中促销活动合规提示》明确提出，围绕促销工具、折扣展示、优惠发放、结算支付等关键环节，全链条优化促销规则，保障活动规范、透明；严禁不按规定明码标价、价格欺诈等侵害消费者权益行为。

专家表示，电商平台应主动承担起责任，优化预售活动规则，使其更加简单明了，加强对商家促销方案的监管，加强价格监管、优化促销信息披露，确保预售活动的价格真实合理。“另一方面，电商平台应积极处理消费者投诉，制定诚信促销准则，对违规商家施以处罚，对信誉良好的商家则给予一定的流量奖励，切实保障消费者的合法权益。”庞勇说。

值得关注的是，今年“双11”销售渠道中，直播间人气依然高涨。然而，自9月以来，多名直播电商头部主播接连被处罚，直播带货遭遇“信任危机”，如何让直播电商生态持续健康发展，成为行业亟待解决的问题。

“随着今年网络直播位列新职业，直播间内容的专业化将会有更高的标准。以往网红主播在直播间里高声呐喊的场景，已经很难再轻易打开消费者的钱包，直播间制假售假的空间也将被压缩。专业性的内容和高质量选品，才是获得消费者信任的基石。”庞勇说。专家表示，“双11”的可持续增长，需要紧紧围绕消费者的真实需求这一核心，不断优化产品、服务、规则，让消费者真正得到实惠，实现商家、平台、消费者的共赢。