

双11
提醒她拆完快递后顺手揉了揉眼睛,患上眼部带状疱疹
她拆开快递后直接吃土豆片,腹痛难忍、腹泻脱水

快递包装有点“脏”? 取拆不当或致病

“双11”临近,快递增多。然而,取快递、拆快递时,如果不小,很可能影响健康,甚至危及生命!快递包装有多“脏”?怎么取、拆快递更卫生?

拆完快递不洗手或致病

近日,湖北武汉65岁的陈女士(化姓)拆完快递后,顺手揉了揉眼睛,中午,眼睛就开始发痒。午觉后,眼睛已经红肿,并出现了疙瘩和凸起,疼痛难忍,后经医生检查,陈女士患上了眼部带状疱疹。可能是因为陈女士平时不爱运动,身体抵抗力弱,拆完快递后没有洗手,直接揉眼睛,从而导致病毒感染。

无独有偶。近日,河南郑州李女士网购了几袋土豆片,拆开快递盒后,没洗手就尝了一片。当晚,李女士腹痛难忍,腹泻脱水,被家人送往医院。后经医生检查,李女士送检的粪便样本中,检测出超标的大肠杆菌,但土豆片样本中大肠杆菌含量符合标准,因此,医生高度怀疑是李女士拆完快递后没有洗手,直接吃零食导致的腹痛腹泻。

快递包装究竟有多“脏”?

包装材料本身可能“暗藏玄机”。目前,快递的包装袋材质通常是聚乙烯、聚氯乙烯材料,如果符合国家标准则没有毒害,但某些包装袋可能是由回收料再加工做成,极可能残留大量有害物质。

同时,快递可能在运送过程沾染病原体,在完成包装之后,快递在揽件、中转和派送过程中,容易携带尘土、细菌及病毒等。

此外,快递配送员每天接触的人流量非常大,一旦在某个阶段接触到病原体,也可能直接或间接地增加收件人的感染风险,因此,在收快递的过程中,一定要做好个人防护和物品消毒。

新闻延伸

怎么取、拆快递更卫生?

A·少接触

①在取件地点上,选择在驿站、快递投放点或快递柜接收快递,减少与快递员面对面接触。

②在时间选择上,尽量避免取件高峰期,收到快递后,很多人都会迫不及待地直接用手将包装袋撕开,甚至直接用嘴去咬,容易导致细菌和病毒进入人体,造成疾病危害。

建议未拆封外包装前,减少身体躯干与快递的接触面积。

③取包裹时,避免双手抱取。

④在拆快递时,尽量用剪刀去剪,不要直接用手撕,更不要用嘴咬。条件允许时,建议在室外通风处拆卸包装,并将包装按要放置于回收处。

B·勤洗手

处理完快递后,应及时在流动水下,用肥皂或洗手液洗净双手,建议洗手过程使用“六步洗手法”,每个步骤双手来回搓擦5次以上,以充分清洁手部。

C·多防护

当取件驿站人流量较大,或包裹存放条件不佳容易受到污染时,有条件的话,取件与拆件可全程佩戴一次性医用口罩、戴一次性手套,用75%酒精、医用消毒湿巾等消毒包裹。

据央视新闻客户端

“双11”将至 警惕“跑偏”的“第三方测评”

一年一度的“双11”网购促销活动已拉开帷幕,许多消费者正待开启或已经启动了“逛逛逛”和“买买买”的购物模式。为帮助广大消费者理性看待互联网促销活动和商品测评类营销信息,中国消费者协会发布消费提示。

1

理性审视消费需求,切勿迷信“种草”流量

面对逛不完的网店、看不尽的商品、理不清的优惠措施,消费者有必要货比三家、综合考察之后再作决策。针对某些主播、博主推出的各类“测评红黑榜”“必备好物清单”“避雷清单”等,应当多平台、多渠道进行比较,客观理性看待各类测评榜单和测评内容;针对“第三方测评”主播、博主提供的引流优惠信息,特别是所谓“无脑购入”“家人们放心冲”等具有强烈情绪和引导性质的标题、口号时,消费者更应保持清醒,聚焦自己和家人的真实需要,不迷信“流量”,不轻信“流量”。

2

关注主体口碑信用,以便维权追责有的放矢

不少“第三方测评”账号本身就经不起测评,不同平台的博主对于同一款商品可能有着不同的感官评价甚至是截然相反的结论,同一博主在不同时期测评同类型相关产品时也有可能得出不一样的结论。还有一些“第三方测评”账号发布的信息并非原创,均为网络搬运或复制杂糅相关信息整合而成,可信度和科学性有待商榷。大量发布作品的“第三方测评”账号背后,许多是不能承担责任的自然人,让轻信“第三方测评”的消费者在情感上受挫,在消费维权上也面临难题。

因此,消费者在浏览相关测评信息时,对于评论吐槽意见较多、带货推销倾向明显甚至有失公允的,要及时搜索查证、自觉远离;针对偷换测评概念、测评结果自相矛盾等涉嫌误导欺骗消费者的行为,可保留证据向相关互联网平台和有关部门进行投诉举报,依法主张自身权益。

3

留意宣称测评方法,避免“诚意”变“套路”

一些“第三方测评”账号披露的测评过程全靠主观评价,缺乏科学的测评方法,无法提供真实可信的实验凭证;一些博主、主播的点评话术充斥着“必入”“智商税”“谁买谁后悔”“错过等一年”等词句,看似情真意切,其实套路深沉,不仅误导消费者,有些还涉嫌不正当竞争或商业诋毁。

消费者在浏览有关“第三方测评”信息和推荐产品时,要留意查验有关测评项目是否合理,测评信息或数据来源标注是否清晰,相关数据结论有无常识性错误或逻辑谬误,还可以翻阅查验该账号作者往期成果、点赞情况和网友评论留言,综合比较信息的真实性和合理性。

4

当心概念营销变味,警惕“跑偏”的“第三方测评”

部分“第三方测评”账号在经营过程中没有把握好公正客观和经营盈利的关系,为了商业利益变身流量代言人,以“科普”“分享”为名行“营销”“带货”之实,涉嫌侵犯消费者知情权和公平交易权。还有少数博主、主播和经营者偷换检验检测指标项目概念或虚假展示检验检测报告,更有甚者直接伪造虚假检验检测报告,推销涉嫌价高质次的仿冒、伪劣商品,一经查实均须承担相应法律后果。

中消协发布消费提示,应理性看待互联网促销活动和商品测评类营销信息



理性辨识 新华社发

相关新闻

多地发布“双11”消费提醒:切勿平台外交易

近日,各大电商平台已陆续拉开“双11”网购促销的帷幕,贵州、浙江宁波在内的多地市场监督管理局或者消保委纷纷发布“双11”消费提醒。

贵州省市场监督管理局和该省消费者协会提醒消费者,在网络购物时理性选择商家,谨防网购诈骗;识别网购“套路”,认清虚假优惠,对各大电商平台推出的先买后还的借贷方式购物,消费者要量力而为,适度消费,盲目囤货不可取,按需购买不浪费。

宁波市消保委方面提醒,近期有不少消费者反映,其在网络电商平台看中商品后与经营者沟通期间,被诱导添加个人微信,或以其他方式进行平台外支付交易,最终造成维权难的现象。

宁波市消保委公益律师魏柴惟一表示,平台外交易存在较大的安全风险。《网络直播营销管理办法(试行)》第十条就指出,“直播营销平台应当以显著方式警示用户平台外私下交易等行为的风险”。虽然根据《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》第五条规定,“平台内经营者出售商品或者提供服务过程中,其工作人员引导消费者通过交易平台提供的支付方式以外的方式进行支付,消费者主张平台内经营者承担商品销售者或者服务提供者责任,平台内经营者以未经过交易平台支付为由抗辩的,人民法院不予支持”。但对于消费者来说,实际维权过程仍可能面临较大困难,例如责任主体难确定、售后服务难保障、关键证据易缺失等问题。

新华社客户端、澎湃新闻、中国质量报