

有人表示通行费涨了，甚至出现畸高现象；也有人表示捡到了便宜，甚至出现未被扣款的情况。

高速收费涨跌互现让一些车主颇为不解

交通运输部将督促指导各地不断促进精准收费、精细服务

本报讯（记者杜鑫）新年伊始，全国29个联网省份的487个省界收费站全部取消，全国高速公路实施“一张网”运营。然而，《工人日报》记者近日采访发现，运营近一周，一些货车司机、私家车主却表示通行费上涨了，甚至出现畸高的现象；也有一些人表示捡到了便宜，甚至出现未被扣款的情况。

经常上高速的货车司机对高速收费比较敏感。有货车司机晒出的照片显示：同样一辆车，在同一路段行驶，去年12月31日收费120元，今年1月1日却是218元。还有个别极端案例：有司机跨了几个省，通行费只要1元；有司机则遇到了数万元的通行费。

据悉，从1月1日起，货车通行高速的计费方式由计重收费调整为按车（轴）型收费。交通运输部公路科学研究院副院长李爱民分析说，对于满载的车辆，通行费将明显下降；对于空载车辆和轻载车辆，通行费可能会增加。

根据广东省此前发布的政策解读，一辆6轴货车行驶100公里六车道高速公路，其满载状态下车货总重49吨，计重收费应收260元；其空载状态下车货总重19吨，计重收费应收238元；改为按车型计费后，无论满载还是空载，都收费245元。

交通运输部公路局路网管理处处长顾志峰表示，交通运输部要求各地收费标准按里程

加权平均的车货总质量为重要依据制定，实现“两个确保”：一是确保货车通行费总体负担不增加；二是确保同一收费车型在标准状态下的应交通行费不大于计重收费时的费额。

对于个别极端案例，顾志峰说，由于联网收费系统刚刚切换，个别地方运行不太稳定，出现了一些异常的通行费金额，已经督促地方查明情况，本着通行优先和不让货车司机吃亏的原则，及时妥善处理。对错计多收的通行费，已要求各地全额退还。

除了货车司机，一些私家车主也在社交平台上抱怨高速收费涨价。李爱民解释称，取消高速公路省界收费站后，在高速公路沿

线，每逢有交通量发生变化的路段（有出口或有入口），均新建了门架，实现了分段精准收费。而此前的计费方式是按照最短路径收取通行费。

以北京为例，一辆经京开高速公路出城去往黄村方向的小轿车，若在高米店驶出，共计约9.4公里，按过去的标准通行费为5元，按精准收费规则约为4.7元；若在金华寺驶出，共计约11.8公里，按过去标准也是5元，按精准收费规则约为5.9元。

对此，顾志峰说，该部将督促指导各地交通运输部门结合技术进步，进一步优化完善相关办法，不断促进精准收费、精细服务。

山东临沂发展智慧物流园

在临沂国际陆港智慧物流园，工作人员对不能自动扫描识别的超标快递进行二次分拣（1月5日摄）。

作为国家物流枢纽承载城市，山东省临沂市积极发展现代大型智慧物流园项目，目前，占地200亩的临沂国际陆港智慧物流园一期已建成投运。该物流园通过融合物联网、人工智能、大数据、云计算等现代科技，快递分拣效率和准确率大幅提高。

新华社记者 李紫恒 摄

因商标权属不清、失信等原因

10家“山东老字号”企业被黄牌警告

本报讯（记者丛民）因商标权属不清晰、列入失信名单等原因，10家“山东老字号”企业被黄牌警告；12家企业因机构注销、停止营业等原因，被取消“山东老字号”称号；3家企业因无商标所有权，被暂停“山东老字号”称号。这是记者日前从《山东省商务厅关于公布前三批“山东老字号”动态管理考核结果的通知》中获悉的。

根据《山东老字号认定及保护促进办法》有关规定，“山东老字号”认定有效期限为5年。截至2018年末，前三批“山东老字号”认定期限已超过5年。依照规定，山东省商务厅2019年开展了前三批“山东老字号”动态管理考核工作。

此次被除名和警告的企业存在的问题主要集中在三个领域，即停止营业、被列入失信名单和商标权属不清晰。本次考核中受到黄牌警告和暂停“山东老字号”称号处理的企业，限期在1年内完成整改，对到期达不到整改要求的，将取消“山东老字号”称号。本次考核中取消“山东老字号”称号的企业，由所在市商务局负责收回“山东老字号”牌匾和相关证书，企业将不再享受“山东老字号”的所有权益。



三部委联合发文开展价格争议纠纷调解工作

据新华社北京1月6日电（记者罗沙 白阳）记者6日从最高人民法院获悉，最高法、国家发展改革委、司法部近日联合印发关于深入开展价格争议纠纷调解工作的意见，促进价格争议纠纷及时有效化解，不断提高价格争议纠纷调解公信力。

意见指出，价格争议纠纷是平等民事主体之间因商品或者服务价格产生的纠纷。价格争议纠纷调解主要涉及交通事故赔偿、消费者权益保障、医疗服务、物业服务、旅游餐饮服务、工程建设造价、农业生产资料、保险理赔等民生领域。开展价格争议纠纷调解工作，畅通调解渠道、完善制度机制，强化保障

措施，是满足人民群众多元解纷需求的重要抓手。

意见强调，深入开展价格争议纠纷调解工作，以建立制度完善、组织健全、规范高效的价格争议纠纷调解体系，提供价格争议纠纷化解公共服务，构建调解和诉讼制度有机衔接的价格争议纠纷化解机制为目标，创新调解方式、建立健全对接机制，完善价格争议纠纷调解工作制度，加强对价格争议纠纷调解的司法保障。

意见要求，不断畅通调解渠道，建立形式多样、层次分明的调解网络。发生价格争议纠纷的，可以通过价格主管部门所属的价

格认定机构、相关人民调解组织、依法设立的其他调解组织三种方式开展调解，充分发挥行政主管部门、人民调解组织、专业性行业性调解组织等在价格争议纠纷调解方面的作用。

根据这份意见，价格争议纠纷调解机构或组织主持调解达成的调解协议，经当事人签字或盖章后，具有民事合同性质，当事人应当按照约定履行。双方当事人认为有必要申请司法确认的，可以依法向人民法院提出申请。经人民法院确认调解协议有效，一方当事人拒绝履行或者未全部履行的，对方当事人可以向人民法院申请强制执行。

2019，这些消费维权热点关乎你我权益

阅读提示

过去一年，加拿大鹅事件、奔驰女车主维权事件等，之所以成为热点，是因为其不仅仅关乎当事消费者的权益，也关乎你我的权益，更涉及相关行业或企业长期累积的问题。

奔驰女车主维权事件揭开金融服务费“行规”

去年4月11日，“奔驰女车主哭诉维权”的视频在网络上流传。视频中，一位坐在汽车引擎盖上的女子表示，她在西安利之星奔驰4S店购买一辆奔驰车后还没开出4S店院子，就发现车辆发动机存在漏油问题。此后，她多次与4S店沟通解决，却被告知无法退款也不能换车，只能按照“汽车三包政策”更换发动机。

奔驰女车主维权事件中，除了“三包”维权争议之外，该车主称在不知情的情况下被开通奔驰金融，被迫交纳了1.5万元金融服务费的经历也引起了许多消费者的共鸣。

业内人士指出，金融服务费在汽车销售行业已成了一种“行规”。对此，国家市场监管总局相关司局负责人表示，奔驰4S店为消费者办理贷款已向奔驰金融机构收取相应报酬，再以“金融服务费”“贷款服务费”等名义向消费者收取费用，违反了法律规定。任何汽车销售企业收取任何名义的费用，都必须严格遵守《价格法》《消费者权益保护法》等法律法规，确保事先明码标价、消费者自主选

上海迪士尼禁带食品事件涉及消费者选择权

去年8月，因禁止游客携带食品入园，上海迪士尼乐园被一位法学专业大学生告上法庭一事，引发舆论热议。

对此，中国消费者协会法律与理论研究部主任陈剑表示：“无论是酒店谢绝自带酒水，还是上海迪士尼禁止携带食品入园，消费者不满的地方其实在于酒店或者园区内的餐饮价格过高。就上海迪士尼而言，其作为中国内地唯一一家迪士尼乐园，具有特殊地位，而禁带食品入园就是利用其特殊地位对消费者进行限制，这侵犯了消费者的自主选择权，消费者只能被迫接受其高价食品。”

上海迪士尼方面回应称：“关于外带食品与饮料的规定，与中国大部分主题乐园及迪士尼在亚洲的其他目的地一致；如果游客自己携带食品或饮料，可以在乐园外的休息区享用。”

但中国消费者协会专家委员会专家邱宝昌指出，迪士尼在全球有6个园区，在美国和

法国的3处园区都不禁止携带食物入园，上海迪士尼为什么就不采用对中国消费者有利的国际惯例呢？

去年9月11日，上海迪士尼方面明确表示，即日起，游客可携带供本人食用的食品及饮料进入上海迪士尼乐园，但不允许携带需加热、再加热、加工、冷藏或保温的食品（如方便面、带自热功能的食品等）及带有刺激性气味的食品（如榴莲、臭豆腐等）。

韦博英语关门事件引出预付费退费难顽症

去年11月，有着20多年历史的老牌教育培训机构“韦博英语”被曝出现“关门潮”。很多学员已无课可上，却难以要回学费。这再次引发社会舆论对预付费消费模式的质疑。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示，近年来，不少商家会采取“预付比现结便宜、多预付比少预付便宜”等方式吸引消费者，让消费者“先储值、再消费”，但“办卡容易退卡难”“办卡后就涨价”等问题一直困扰着广大消费者。此外，盲目扩张、资金链断裂、商家卷款跑路等导致消费者“有卡无法消费”的情况也屡屡发生。这两年，预付式消费还与金融信贷捆绑叠加，侵害消费者权益的问题更加突出。

事实上，2018年，国务院办公厅印发的《关于规范校外培训机构发展的意见》就已提出，培训机构不得一次性收取超过3个月的费用。

目前，北京、广东、广西等地都开始针对教育培训机构预付费乱象进行规范。

中消协发布2020春节消费提示
不要见码就扫，不轻信“中奖信息”

伴随着2020年春节的临近，中国消费者协会1月6日发布2020春节消费提示，不要见码就扫，不轻信“飞来横福”和“中奖信息”。

讲安全，保护人身财产安全和个人隐私

- 网络交易不要随意提供个人信息，不要见码就扫，注意保护个人隐私，不轻信“飞来横福”和“中奖信息”。
- 通过网络预订车票、门票等，要注意识别网站真伪，拒绝黄牛购票，严防消费诈骗。

买年货，选择正规商超，确保商品品质

消费者购买年货，应到正规商场超市选购，注意生产日期和保质期，线上购物要到正规电商平台，购买商品做到货比三家，不轻信商家的宣传噱头和低价诱惑。

订年饭，选好场址，明确细节，文明就餐

- 消费者预订年夜饭或在外就餐，应选择食品安全有保障的餐饮企业。
- 最好对餐饮场所实地考察，签订书面合同，明确消费细节，对菜品名称和实际内容要做到心中有数。

去旅游，选准线路，严防低价陷阱

春节出游的消费者，如果参团旅游，要选择正规旅行社，选准出游线路，签好旅游合同，严防低价诱惑。不轻信商家的各类宣传噱头，避免上当受骗。

文字：杨召奎 | 制图：肖婕妤

我国万人发明专利拥有量达到13.3件

本报北京1月6日电（记者杜鑫）2019年全年共授权发明专利45.3万件，实用新型158.2万件，外观设计55.7万件；国内每万人口发明专利拥有量达到13.3件，提前完成国家“十三五”规划确定的目标任务。这是记者从今天在京举行的全国知识产权局长会上获悉的。

此外，2019年注册商标640.6万件，有效商标注册量达到2521.9万件，平均每4.9个市场主体拥有一件注册商标；累计批准地理标志保护产品2385个，注册地理标志商标5324件；专利、商标质押融资总额突破1500亿元。

值得一提的是，2019年知识产权审查质量和审查效率持续提升，高价值专利审查周期压缩至17.3个月；商标注册平均审查周期压缩至4.5个月，超额完成国务院确定的年度目标任务。专利审查质量用户满意度指数达到84.8分。知识产权保护社会满意度达到79.8分，再创新高。全年累计减免专利商标相关费用79.3亿元。中国在世界知识产权组织发布的“全球创新指数”中的排名提升至第14位。

国家知识产权局局长申长雨表示，2019年知识产权在国家治理中的作用更加凸显，知识产权高质量发展取得新成效，知识产权塑造良好营商环境和创新环境取得新进展，知识产权支撑高水平对外开放更加有力。

55.6万个建制村提前一年实现直接通邮

本报北京1月6日电（记者甘皙）记者从今天召开的2020年全国邮政管理工作会议上获悉，2019年，预计全年邮政业业务总量和业务收入分别完成1.6万亿元和9600亿元，同比分别增长30%和21%，业务收入占GDP比重接近1%；快递业务量和业务收入分别完成630亿件和7450亿元，同比分别增长24%和23%。新增社会就业20万人以上，支撑网上零售额超过8万亿元。同时55.6万个建制村直接通邮提前1年完成，乡镇快递网点覆盖率达到96.6%。

据悉，2019年，邮政业积极服务乡村振兴战略，成果丰硕。中央部署的55.6万个建制村直接通邮任务提前1年完成，西藏、新疆、青海、四川、内蒙古、重庆、云南、甘肃等地攻坚克难，为目标实现作出积极贡献。农村地区快递网点超过3万个，公共快件箱达6.3万个，乡镇快递网点覆盖率达到96.6%。

同时，2019年，国家邮政局继续实施西部和农村地区邮政基础设施建设项目，推动改造网点和县局房382处。全国已建成快件园区402个。主要城市智能快件箱已达40.6万组，城市快递末端公共服务站达到8.2万个。



浩吉铁路最后一个AT所建成

由中国铁建电气化局三公司承建的国内首个供电线采用国家电网标准设计的铁路AT所——浩吉铁路庙坪AT所近日建成，标志着浩吉铁路AT所全部建设完成。

在铁路沿线，每隔10公里左右要设置一台自耦变压器，被称为AT所。自耦变压器并联于铁路上下行线路的接触网，用于提高接触网末端的电压。相比直供加回流供电系统，这种供电方式可使变电所间隔距离放大，降低建设成本。

宋银海 郑传海 曹筱璐 摄

本报记者 杨召奎

刚刚过去的2019年，在消费维权领域发生了不少热点事件，诸如加拿大鹅事件、奔驰女车主维权事件、上海迪士尼禁带食品事件、韦博英语关门事件等。这些事件之所以成为热点事件，是因为其不仅仅关乎当事消费者的权益，也关乎你我的权益，更涉及相关行业或企业长期累积的问题。

加拿大鹅事件牵出海淘商品鉴定难题

2019年1月，北京市消费者线女士反映其在网易考拉（现为考拉海购）上购买的加拿大鹅羽绒服疑似假货问题，引发舆论广泛关注。

此事件戏剧性的一幕是，同样的商品，经3次鉴定竟出现“假—真—假”的情况。即便到现在，公众也不清楚该羽绒服到底是真是假。

中国政法大学副教授吴景明表示，加拿大鹅羽绒服真假问题在网上争论得很激烈，反映的是消费者在传统消费中面临的举证难、鉴定难、维权难等问题，在海淘中更是难上加难。

针对海淘商品鉴定难的问题，业内人士指出，经营者应主动公开产品的产地、物流等全链路信息，满足消费者知情权。政府有关部门可建立统一的跨境电商商品追溯机制，开发统一的溯源平台或APP，实现生产、仓储、配送、销售等整个流程的可追溯，让每一件海淘商品有迹可循。