

广州宜家天河门店 售出2543件有健康风险产品

宜家回应:正在持续召回,并为顾客提供灵活的退货政策

近日,上海市市场监督管理局官方微博信号发布公告,宜家(中国)投资有限公司正在召回14260件炒锅和98403套筷子,召回原因是这两种产品均存在污染食品的风险,对消费者的健康造成伤害,产品标签标识项目不符合GB 4806.1-2016《食品安全国家标准食品接触材料及制品通用安全标准》的要求。这些不合格的产品在广州的销售情况如何?广州宜家向新快报记者回应称,天河门店已售出上述两款产品共2543件,召回行动正在继续中,并为顾客提供灵活的退货政策。

■新快报记者 梁茹欣 毛静 文/图



走访

广州门店仅召回三件不合格炒锅 关联公司因质量问题多次被罚

可能存在安全隐患的产品修改商品标签后,是否会隐身正常产品销售中?消费者的顾虑又要如何打消?对此,3月27日下午,记者来到位于黄埔大道东的宜家家居天河店。该店门口退换货售后服务区一处墙面上,张贴着本次召回产品的说明情况。记者以消费者身份咨询具体召回流程,一名工作人员表示,按照“最高使用温度”标签的指引,产品是可以正常使用的。如果仍担心存在安全隐患,可携带产品和购买小票到线下门店原价退款,目前已经召回三件不合格炒锅。

在宜家家居番禺门店,售后服务工作人员也向记者表达了相同的意思,“门店已经停止销售这两款产品,已购买的顾客可直接退货。之所以召回,是因为去年11月批次的产品出现问题。”但截至当日,该工作人员表示上述产品尚未有召回记录。当进一步问及不合格产品的出售数量和如何通知相应消费者退货时,这名工作人员则

称,“不清楚,我们主要负责前台顾客,后台数据和召回通知事宜并不了解。”

值得一提的是,宜家的货源主要依赖全球低价采购、找代工生产,此次并非首次出现产品质量问题。根据宜家家居官网显示,此前公司已多次进行产品召回,召回产品涉及镜子、转椅、咖啡壶、抽屉柜、杯子、餐桌、安全门、吸顶灯等。在黑猫投诉平台上,截至3月30日,宜家家居的累计投诉量达到923起,投诉内容包括产品质量差、售后消极、物流延期、安装不到位等。

此外,检索国家企业信用信息公示系统发现,今年以来,宜家多家关联公司还曾因产品问题被罚。其中,2月9日,宜家电子商务(中国)有限公司因销售的儿童读写台灯不合格,被徐汇区市场监督管理局罚款16万余元;2月24日,宜家贸易(中国)有限公司因销售的姆克道恩被子PH值项目检验结果不符合标准要求,被上海市浦东新区市场监督管理局罚款40万元。

起因

因存在安全隐患需修改商品标签 消费者质疑未能客观上消除风险

此次被召回的产品具体是,2018年10月至2022年9月生产的型号为30427237的FRUKTKAKA弗鲁卡卡印式炒锅,以及2022年1月至2022年7月生产的型号为00525814的KUNGSTIGER坤蒂格4双筷子。

对于召回,宜家给出的解释是,本批次炒锅涂层材质含有“聚四氟乙烯”,未标识涂层“使用温度不得高于250°C”(长时间空烧或者加热至油沸腾可能超过250°C);可能导致消费者误用,在长时间空烧或者加热至油沸腾的情况下会破坏涂层,增加部分涂层中的物质迁出的几率,存在污染食品的风险,对消费者的健康造成伤害。

此次召回的筷子也存在相同的问题:这批筷子含有“聚苯硫醚”,未标示产品“使用温度不得高于121°C”,在温度过高的情况下,聚苯硫醚可能发生状态改变,污染食物,对消费者的健康造成伤害。

根据GB 4806.1-2016《食品安全国家标准 食品接触材料及制品通用安全标准》规定,产品应提供充分的产品信息,包括标签、说明

书等标识内容和产品合格证明,以保证有足够信息对食品接触材料及制品进行安全性评估。另外,对于相关标准明确规定的使用条件或超出使用条件将产生较高食品安全风险的产品,应以特殊或醒目的方式说明其使用条件,以便使用者能够安全、正确地对产品进行处理、展示、贮存和使用。

在宜家家居官网,官方将此次召回称为“产品信息标签修改行动”,并称“在遵循‘最高使用温度’标签的指引下,消费者可以放心地在日常生活中安全使用这两款产品。”而这两款产品“最高使用温度”标签均只有一句话,即弗鲁卡卡印式炒锅“最高使用温度:不得超过250°C”,以及坤蒂格4双筷子“最高使用温度:不得超过70°C”。

不过,部分消费者仍心存顾虑,认为即使产品上粘贴“最高使用温度”标签,客观上仍无法消除健康风险。例如,消费者日常生活中,有可能用炒锅高温油炸食物和将筷子放到开水里消毒等,加热温度难以准确掌控。

广州天河宜家门店回应

天河门店售出不合格炒锅和筷子2543件 会为顾客提供灵活的退货政策

就上述情况,记者近日致函广州宜家天河店。该店方面回复称,广州天河门店已售出上述两款产品共2543件,“当我们了解到这一问题之后就立刻采取了措施,召回行动正在持续进行中,也会为拥有相关产品的顾客提供灵活的退货政策。”

至于为何产品质量频频出现问

题,广州宜家天河店则表示,公司遵循严格的风险评估和测试程序开发产品,以确保产品符合其在售市场所适用的法律和标准。一旦发现可能存在的问题,就会立即对其进行调查,并在有需要时,立即采取纠正措施。而作为预防性措施,召回是宜家最强有力的行动来保护顾客。

绿色建材下乡试点地区扩容 业内呼吁加快中小企业绿色“转正”

新快报讯 工业和信息化部、住房和城乡建设部等六部门近日联合发布《关于开展2023年绿色建材下乡活动的通知》(以下简称《通知》),组织开展2023年绿色建材下乡活动,在2022年已批复第一批试点地区的基础上,再选择第二批5个左右试点地区开展活动。有业内人士表示,试点地区的扩容,有利于更多潜在企业加快绿色发展“转正”,让更多的消费者和乡村居民能够使用上绿色建材产品。

《通知》要求,参与活动的产品原则上应为获得绿色建材认证的产品。试点地区可结合实际制定本地清单名录,对于未获得绿色建材产品认证的产品,试点地区应明确产品技术要求,确保产品符合要求。对于符合认证条件的产品,各地区应加快开展认证活动。此外,试点地区要引导绿色建材生产企业、电商平台、卖场商场等积极参与活动,有条件的地区应对绿色建材消费予以适当补贴或贷款贴息。

据公开数据显示,自绿色建材产品认证制度全面实施以来,已有60余家机构获批绿色建材产品认证资质,发出绿色建材产品认证证书超过1500张。在采信应用方面,绿色建材产品认证已纳入财政部主导的政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升试点工作。目前在全国6个试点城市已经推动了200余个政府采购工程优先采购获证绿色建材,带动绿色建材应用超过400亿元。

目光转至广东,2022年广东省建材规模以上企业完成工业增加值超过1600亿元,工业销售产值接近7000亿元,绿色成为广东建材行业高质量发展的重要衡量标准之一。3月下旬,2023年全国绿色建材下乡活动(广东站)启动会已在佛山举办,启动会展示建筑节能门窗及配件、金属复合装饰材料、建筑陶瓷、卫生洁具等绿色建材。

不过,有业内人士指出,当前大部分乡村尚未有足够完善的政策支持,再加

上当地消费者绿色低碳消费意识和需求不强,推广起来存在一定的难度,这些因素都容易导致绿色建材下乡只受限于一个局部的、阶段性的活动。

对此,中国建筑材料流通协会副会长冯斯静向新快报记者表示,开展绿色建材下乡活动,除了政策的配套支持之外,还需要行业协会持续推广和宣传,以及企业积极主动作为。通过市场为主导、多方主体共同发力,才能达到预期效果。

其中,在政策层面上,由政府引导市场规范,包括在服务优化上形成一揽子的政策组合拳,以避免停留在短期的存量消费刺激上,而是激发出增量消费和开辟出新的增量市场,从而实现持续效益。

同时,企业要跟上绿色发展步伐,把握好当前的经济和政策形势,积极参与到绿色的认证评价,主动策划出相应的惠民让利行动,并且能够研发出更多适合乡村居民绿色产品,以及提升配套的服务质量,让乡村的家庭“能消费、愿

消费、敢消费、便消费”。冯斯静坦言,目前推动绿色建材下乡确实多有掣肘。一方面,去年受疫情因素影响,线下的活动力度有限,叠加绿色产品认证的品类有限,最终入驻到建材家居卖场里面的绿色产品较少。另一方面,协会在推广企业进行绿色建材产品认证的过程中,发现部分企业即使有绿色发展意思,但囿于认证周期时间较长、支出费用较高等因素而打起了“退堂鼓”。“就目前而言,大型企业的绿色意识较高,而中小企业由于自身能力受限,往往是‘心有余而力不足’。趁利好政策出台机遇,需要通过团体标准规范、宣传普及等系列举措,让更多有‘转正’意愿的企业走上绿色道路,也让广大消费者真正享受到绿色产品。”

(新快报记者 梁茹欣)



扫码了解更多“家·生活”资讯