



儿童电动平衡车真的适合儿童吗？

中消协：不当使用风险大，别再给孩子当玩具了

文/羊城晚报记者 马灿
插图/伍岩龙

如今,电动平衡车产品十分流行,但因其引发的安全事件并不少见。暑期临近,面对日益火爆的电动平衡车市场,最近中消协发出消费提示,电动平衡车产品不属于儿童玩具,不建议年龄较小的孩子使用。

现实 电动平衡车受青睐,家长误认为是玩具

电动平衡车,又叫体感车、思维车、摄位车等。目前这类电动平衡车很受小孩子的欢迎,已经形成一股流行之风。很多家长也把这类平衡车当做是玩具,用于提升孩子的运动能力。

7月14日,记者在京东网上商城以“儿童电动平衡车”为关键词进行检索,共找到4900多个相关产品,价格从299元到1699元不等,电动平衡车的宣传销售页面多以青少年、儿童为角色主角,甚至直接将产品描述为“智能儿童”平衡车。

值得一提的是,根据中国消费者协会的数据显示,家长们往往把电动平衡车当做玩具来选择,或者是当成锻炼孩子的运动器械来选购。而电动平衡车的产品说明书则一般将其描述为“运动娱乐工具”,有的平衡车将骑行者的使用年龄界定为“5至12周岁”。而在购物网站上,电动平衡车的销售页面多以青少年为角色主角,甚至直接将产品描述为“智能儿童平衡车”,这些都会误导家长们将这类产品理解为“玩具”。

经不住7岁女儿的恳求,消费者张先生春节前从网上给女儿买了辆销量不错的电动平衡车。疫情期间女儿不时在小区广场骑行玩耍,然而不久意外发生,孩子突然从平衡车上摔了出去,造成左臂粉碎性骨折,给孩子造成了极大伤害。

其实,随着电动平衡车的热销,在使用过程中发生事故的投诉虽时有发生,但电动平衡车在儿童群体中的销售依旧火热。在“某宝”上,千元以下的儿童电动平衡车最受欢迎,一款知名度较高的平衡车销量高达7000多辆,许多家长在购买时,关心的问题:“孩子容易上手吗?续航时间长不长?音效灯光怎么样?”而对于安全性、是否有资质证书以及如何做好骑行防护等问题,问及的比例并不高。

据中消协专家介绍,目前备受青少年追捧的电动平衡车,既不属于儿童玩具,也不属于运动器械,其产品属性和适用场景缺乏相应的规范,导致消费者将这类产品误以为是儿童玩具,忽视其中存在的风险。

问题 电动平衡车作为载人移动器具,交通安全隐患大

儿童玩具专家介绍,我国《玩具安全第2部分:机械与物理性能》(GB6675.2)中对电动童车的速度限制为“在玩具通常坐立或站立的位置加载质量为(25±0.2)kg的负荷,测定的最大速度不得超过8km/h”,而目前市面上销售的电动平衡车大都是按照《电动平衡车安全要求及测试方法》(GB/T34668-2017)的要求,速度时限为20km/h,最高时速相当于电动自行车的速度,远高于玩具的安全要求。

另一方面,电动平衡车完全依赖于驾驶员者重心的移动来实现加速、减速和转向,其安全性和稳定性远低于电动自行车。如果平衡车速度过快,消费者尤其是儿童很难平稳掌控,极易因失去重心而导致摔伤。

隐忧 经营者风险提示不显著,消费者防护意识不足

据介绍,电动平衡车经营者在销售时,为了推销其产品往往只注重宣传产品的便利和优势,而对产品的风险警示和防护提示不足,很多消费者都反映他们在学习电动平衡车时,经营者一直宣称该产品容易操作、是安全的,甚至有一些产品在广告中展示的骑行人员也没有佩戴任何安全护具,这就很容易让消费者忽视安全风险,忽略佩戴安全护具。

对此,中消协发布消费警示,电动平衡车产品属性不明确,不当使用风险大。安全专家称,电动平衡车不是儿童玩具,不建议为年龄较小的孩子购买。

由于目前市场上的电动平衡车普遍不是按照玩具安全标准规范设计生产,也未列入国家玩具安全认证,从其产品说明书的相关信息看,不属于儿童玩具产品。该类产品的速度大于8km/h、没有扶手、上身不固定、需要靠重心的细微变化来调节,平衡车的停止、前进和转弯都是靠着身体的前后左右倾斜来控制,这就要求骑行者具有较高的身体控制和平衡能力。

年龄较小的孩子由于身体协调与平衡机能还没有发育完全,风险防范意

识和自我保护能力不足,在使用过程中容易发生意外。因此,“出于健康安全考虑,不建议家长为年龄较小的孩子购买和使用。”安全专家说。

同时,电动平衡车非交通工具,切勿在道路上骑行。如果骑行电动平衡车的速度比较快,遇到紧急情况很容易失去平衡而摔倒;若没有任何安全保障措施,就会给骑行人员带来比较严重的伤害。因此,骑行电动平衡车时,应注意控制速度并与其他人保持一定的安全距离,切不可盲目追求“飞一般的感觉”。

此外,中消协还呼吁有关部门加强对电动平衡车设计、生产、销售各环节的监管和引导。由于电动平衡车的规范生产和销售直接关系到消费者的人身安全,因此,建议有关部门进一步明确电动平衡车的产品属性,完善有关电动平衡车的技术要求和安全标准,尤其是要严控电动平衡车的最高设计车速、超速保护、低电量保护、驻坡能力及保护、充电锁止、防飞转保护等与消费者人身安全密切相关的技术指标,为保障消费者安全正确使用电动平衡车建立完善的技术法规和监督依据。

后疫情时代,你会否为“可持续”产品埋单？

文/羊城晚报记者 施沛霖 图/品牌提供

今年的新冠疫情,再次给人们敲响警钟——如何与自然平衡共处、共建地球绿色未来,成为人们必须面对的重要命题。不少企业纷纷践行可持续发展理念,减少自己的产品对环境的危害以及宣传绿色环保概念。2020年度,时尚行业也在可持续发展领域不断加码。贝恩咨询公司在预测奢侈行业六大趋势时指出:未来消费者的环保和社会意识将加强,品牌展示的道德属性将像美学属性一样受到关注。



今年起,时尚品牌热衷推出可持续系列

可持续材料的应用

作为高耗能、劳动密集型的时尚行业,如何降低制造工艺和废弃物对环境影响的问题,一直是行业在环保领域的主攻领域,最为重要的措施便是可持续材料的研发和使用。

今年,Gucci古驰推出首个可持续系列,包括多款中性风格轻旅行概念单品,如旅行箱、配饰、鞋履及成衣单品。全部产品以利用尼龙废料与再生尼龙为主要面料,还采用了无金属皮革、循环涤纶纱线和衬料、循环黄铜等循环材料。整个系列都依据可持续生产标准,选用循环再生、有机与生物基材料,减少对环境的破坏。

与Gucci相似的是,鞋履品牌ASH也在今年推出了首个环保鞋履系列RE/ASH。该系列所使用的可持续和环保的材料包括再生皮革、再生聚酯、生物多元醇、玉米淀粉、无金属皮革等



某护肤品牌在海南开展为期一年的海滩塑料垃圾捡拾项目

投资再生回收技术

使用可持续的再生材料是从源头上减少碳排放和保护环境,提升废弃物的二次利用效率则是在供应链末端降低对环境污染物的产出。

上月,欧洲时尚科技初创公司Worn Again Technologies获得了800万欧元的融资,主要投资人为瑞典快时尚集团H&M和瑞士生产商Sulzer。该公司的聚合物再循环技术致力于从可重复利用产品中回收原材料,重新转化为可使用的原材料,借此提高废弃物的再利用率,减少对全新原材料的需求。

塑料瓶再生及空瓶回收

有调查表明,地球上平均每分钟就有100万个塑料瓶售出,其中只有9%会被回收,而要让塑料完全依靠自然力量在大地中降解,这个过程将花费百年以上。

相比于使用替代的再生材料,国外有年轻的品牌将废弃的塑料瓶回收、再生为服饰鞋履,也有效提高了废弃物的利用效率。除了鞋履面料完全来自可循环利用的塑料瓶外,这家公司的鞋垫也来自循环再生的环保材料,鞋

底采用无碳橡胶鞋底,全鞋采用无缝3D编织科技制作而成。

为保护海洋环境,化妆护肤品牌碧欧泉也在2020世界海洋日推出了Water Lovers计划,携手世界自然基金会成立“中国海洋保护计划”,通过治理三亚市海洋塑料垃圾问题,为海洋环境减负。与此同时,碧欧泉的空瓶回收计划也同步持续进行。

如今,全球各大品牌都在流行“漂绿”行动,在麦肯锡发布的2019年服装首席采购官调查报告《时尚产业要素:大规模可持续采购》指出,绝大多数受访者认为,未来五年,实现大规模可持续采购是其企业发展的重中之重。有超过一半的受访人员表示,到2025年,其所在公司计划使用可持续性材料生产至少一半产品。

那么有多少消费者愿意为可持续产品埋单呢?在麦肯锡发布的另一篇《2019年度全球时尚生态报告》中显示,42%的千禧一代希望在购买前了解产品的原料和生产方式,体现了年轻一代对社会责任事业的热爱。

但现实其实并没有那么简单和美好,在2019年上半年,只有不到1%的时尚单品为真正的可持续商品。可持续材料在供应中面临着材料短缺、成本增长及材料质量难以保证的问题。虽然迄今为止,可持续材料只是在小范围地试用,但随着人们环保意识的推进,可以预料,可持续发展将成为各时尚品牌在后疫情时代的重要赛道。

羊城晚报

美食

美食潮流

西餐餐渗透本土味 粤菜灵感如影随形

文/羊城晚报记者 施沛霖
图/受访者供图

广州的夏日虽然高温炎热,但也不乏浪漫气息,高级西餐也能融合粤菜的清新?近日,广州有不少西餐厅大厨都在本土食材这个大主题下足功夫。



雅致舒适的用餐环境



行政主厨洪彪抱着一个45斤重的大冬瓜



清酒鸭胸

精致法国餐里的广东味

合青苹果粒、子姜与西芹粒置于冬瓜肉之上,为蟹肉沙拉带来爽口感,最后再铺上一层用料料理技术制成的“蟹鱼子”。

品尝时搭配大红浙醋及夏日特有的夜香花,让美食爱好者在享受蟹肉沙拉带来的清凉、清新的感觉之余,也能唤起对冬瓜盅及各种广州地道美食的美好记忆。

如果说蟹肉沙拉是以经典粤菜作为创作的灵感,那么主菜“全羊”则是传统法国菜中的广东风味。羊里脊、羊排与羊膝分别用三种经典法式烹饪技术制成,但是其中却带有一丝广东人吃羊的智慧——羊里脊先用柠檬叶腌制,再以低温慢煮至柔嫩三分熟,随后用焦香黄油将其煎香并带有一丝焦脆的味道。

而羊排先用广东本地食用羊肉的“最佳拍档”——腐乳涂抹,再用香草脆皮包裹,放入烤箱中烤至表面酥脆,但是内里仍然鲜嫩多汁。

羊膝则以传统法式清地方式呈现。烹饪过程中加入粤式清汤羊肉的佐料,如萝卜、香芹、京葱、姜与白胡椒等。羊膝去骨后,用娃娃菜包裹

羊肉,变成经典法式菜包造型,在菜包上浇淋清汤羊肉汁,再放入烤箱中烤至表面晶莹剔透,味道浓郁。品尝时再搭配加入柠檬叶制成的酱汁,更添一份清香的广东味道。

最后的甜品,大厨不会放过广东夏季的标志性水果——荔枝。把荔枝放入白葡萄酒中煮熟,随后将荔枝肉搅拌成泥,放入泡沫器中,在二氧化碳的作用下,荔枝肉变成柔滑如软雪糕般的慕斯,再配以新鲜的荔枝,制成雪葩。食用时搭配用草莓泥煮到软糯的大黄和大黄果冻,为这道甜品增添丰富的口感。

而另一道甜品的灵感则是源于广东人的共同夏日童年记忆——茅根竹蔗水。大厨把这个本土符号谱写成法国恋曲:用竹蔗、茅根与马蹄煮成香浓的茅根竹蔗水之后,配以雪燕,铺上清清爽爽的马路粒以及雪莲子,为这道甜品添上耐嚼的口感。

本地海鲜入饌带来清爽之风

前不久,广州四季酒店位于100楼的佰鲜汇(Catch)餐厅经过全新打造,再度迎客。由曾在米其林星级西餐厅任职的新任主厨曾志仁掌勺,推出环球海鲜盛会全新夏季菜单,以色、香、味俱全的佳肴诠释由鲜美海鲜以及轻法式西餐所带来的巧妙融合和滋味碰撞。

据悉,曾志仁曾在中山、广州、澳门等多地的高级西餐工作过,当地不同的饮食文化为他的作品注入了很多创作灵感,结合现代人注重营养健康的饮食观念,此次他的作品口感相对轻盈。

柚子蟹沙拉结合日式做法,将蟹肉做成凝胶,充满鲜美的海洋味道,搭上爽口清新的柚子汁,很适

合夏日享用。而清酒鸭胸同样是运用充满和风味的日式烹调手法,香烤用清酒和日式酱油腌过的鸭胸,再配上略略甜味的焦糖味噌酱汁,在夏日品尝可令人胃口大开。

曾志仁说:“我们做西餐的优质食材并不完全依赖于进口,很多本地海鲜往往因为运送距离短,所以能够最大限度确保新鲜度,更重要的是减少碳排放,契合如今的环保绿色潮流概念。”

曾志仁用心打造的佰鲜汇特色海鲜汤,选择了本地常见的黄脚鲷、红衫鱼、三点蟹以及九肚鱼等日常在肉类市场也能采购到的海鲜做汤头,最后加上鲜美的贝类提升汤的鲜味,让人一饮难忘。

2020年7月16日/星期四/广州新闻全媒体编辑部主编
责编 邓伟东/美编 伍岩龙/校对 李红雨

潮流

凉茶也变身“网红” 天时暑热你饮咗未？

文/图 羊城晚报记者 宋昀满 实习生 刘裕华

生活在广东,逃不过“湿热”的气候,便逃不过“热气”。对于广东人来说,任何小病小痛都可以归咎为“热气”:嗓子疼、牙龈肿、皮肤痒……都可能是“热气”惹的祸,这时,你就要饮凉茶了。凉茶,色如梅汤,回味甚甘,一口下肚,不习惯的人会说苦,但广东人早已习以为常,因为他们大多都是喝凉茶长大的,老妈会整天问你“饮咗未”(粤语,喝了没?)。

广东凉茶,历史悠久品种繁多

店面仅两三平方米,桌上放着几个瓷碗,几个铁壶,几张写了凉茶种类的小牌子,最多再摆上两个金光闪闪的葫芦形大铜壶,这便是广州凉茶铺的装扮。顾客拿起一碗浓黑的凉茶一口闷,咂咂咂心满意足地离开。凉茶,为何能深受广东人的喜爱?

据记载,东晋医药家葛洪在医学专著《肘后备急方》中,潜心研究岭南各种温病医药,记载下很多治疗岭南热毒上火及传染病的药方。于是,岭南人民将经验和理论相结合,以药性寒凉、解暑消毒的中草药为原料,创造出具有清热消毒等功效的凉茶,不论盛夏隆冬,皆可服用。

明朝至清朝中期以前,凉茶已有较多记载;到了清朝晚期,凉茶挑子、凉茶铺在繁华地段林立。上世纪80年代,借助改革开放



盒马鲜生货架上的“日日鲜凉茶”,并标明“不卖隔夜茶”



位于正佳广场的1828王老吉·草本新茶

放东风,凉茶为不少外来人士解决水土不服问题,而且逐步被不同地域的消费者认可,广东凉茶很快在全国打出名号。2006年,广东凉茶更是入选为国家首批非物质文化遗产。

超市推出日日鲜凉茶,王老吉开现泡“网红店”

广东凉茶历久不衰,但绝不意味着它止步不前。如今的凉茶不再是只出现在凉茶铺,不少生鲜超市也发挥自身优势推出“新潮凉茶饮品”。

在盒马鲜生曜一城门店,记者见到了一款“日日鲜凉茶”。其说明书上写着“日日鲜产品”,若截至上市当天23:59仍未售完,则会下架处理。包装纸上还贴着“不卖隔夜凉茶”标签。近日,广州有凉茶铺被查出有非法添加西药的行为,这令消费者谭小姐有些担心,不过,“现在在日日鲜凉茶是当天上市,很新鲜,各种成分清楚标注出来,喝得放心”。

“怕上火喝王老吉”,盛名之下,王老吉也在寻求创新,眼见各种“网红”饮品店大行其道,王老吉也不甘落后,他们将凉茶与“网红”饮品店相结合,推出1828王老吉·草本新茶,记者走访其正佳广场门店,看见饮品清单上,除了1828经典凉茶、清感茶等传统凉茶外,还有鲜果茶、草本茶等。柜台上还有桂花、陈皮、甘草、菊花等多种产品在售。