海关“六一”公布5类81批次进口儿童用品不合格情况

H&M、耐克、GAP童装被点名

新快报讯 记者陆妍思报道 在“六一”国际儿童节到来之际,海关总署对2020年6月-2021年5月期间查发的部分进口儿童用品质量安全不合格情况进行通报,涉及儿童服装、儿童玩具、儿童牙刷、童鞋及奶嘴奶瓶等5类81批次进口儿童用品,涉及的品牌包括H&M、GAP、ZARA、耐克、无印良品等。

在海关查发的案例中,耐克、无印良品、ARCELO BURLON、Bonton、GAP、GU、ZARA、H&M、mikiHOUSE、STORY LORIS等10种品牌的部分儿童服装耐湿摩擦色牢度不合格,可能会导致染料或有害物质通过皮肤、口腔等被人体吸收而危害健康。

儿童玩具方面主要存在问题包括产品包含邻苯二甲酸酯类增塑剂等材料,可能导致使用不当或误用而造成伤害;有毒有害物质超标,严重危害儿童的健康;部分产品的铬元素含量超标,可能对皮肤、呼吸道等造成损害。其中由乐高公司生产的一款弹射塑胶玩具没有3C认证标识,不符合我国质量安全强制性认证要求。

在儿童牙刷方面,DONTODENT(音:东特登)、G·U·M、LION、OXFORD、SIGNAL、SUNSTAR、The Twelve、韩国珠珠的秘密、和光堂、佳洁士、康贝、巧虎、莎卡、舒森等14种品牌的儿童牙刷存在单丝弯曲恢复率、磨毛合格率等方面不合格,可能对牙龈及口腔软组织造成损害。

此外,一款蓓特品牌的蓓特智能系列奶瓶由于挥发性物质超标被判定为不合格,容易导致头晕乏力、恶心呕吐、手足麻木、意识模糊等症状,严重危害婴幼儿的健康。

依据商检法及其实施条例有关规定,海关对查发的不合格进口儿童用品均依法依规采取销毁、退运等处置措施。儿童用品质量安全关系到少年儿童的身心健康,备受全社会的关注。海关始终致力于严把进口儿童用品质量安全关,保障消费者合法权益,严防不合格儿童用品流入国内市场。

海关提醒

消费者应理性购买相关进口儿童产品,在选购进口儿童用品时应当注意以下重点事项:

在购买婴童服装、童鞋时,尽量选择浅色、含涂层涂料相对较少和绳带安全的,并检查扣子和装饰性小物件是否牢固;对于缝制在可贴身穿着的婴幼儿服装上的耐久性标签,应不置于与皮肤直接接触的位置;购买后要先认真洗涤后再给儿童穿着。

在购买玩具时,应关注“CCC”标识、中文标签标识,并在使用时重点关注年龄分组和警示说明;尽量不购买含有小零件、包装薄膜过薄等具有潜在危险的玩具。

在购买儿童牙刷时,关注刷头、刷毛等直接接触儿童口腔的部件,选择刷毛柔软且刷毛顶端及刷头形状圆润的牙刷。

在购买奶瓶奶嘴时,一定要仔细查阅中文使用说明和材质说明,选择玻璃、硅胶等耐高温、无毒、环保、材质稳定的奶瓶奶嘴。

新快报记者实地走访广州多个社区团购自提点:

订单少配送额度高 同程生活“败退”?

近日,主打社区团购业务的同程生活主动关停湖南区相关业务。一时间,关于社区团购的话题再被放诸台前。受新冠肺炎疫情影响,社区团购一度火热,滴滴、美团、拼多多先后入局。这些互联网公司以强大的平台运营能力、供货资源和物流体系,迅速在国内跑马圈地。与此同时,一些中小体量的社区团购玩家颓势渐显。而作为“老三团”之一的同程生活,其生存态势也成为业内关注焦点。

■新快报记者 梁茹欣

■自提点团长给团购顾客取货。

60元起送 自提点配送门槛较高

在社区团购圈子里,同程生活的“资历”并不算浅。天眼查APP显示,同程生活2018年8月正式运营,曾接受多轮社会融资,投资方包括了欢聚时代、君联资本、BAI贝塔斯曼亚洲投资基金、同程资本、微光创投等。在经历2019年社区团购的第一轮洗牌后,同程生活与兴盛优选、十荟团并称为“老三团”。2020年,同程生活的GMV(网站成交金额)超过百亿元,并通过并购千鲜汇开始进驻珠三角地区。

新快报记者尝试在同程生活平台下单购买了一份果蔬,购买前产品显示次日能送达,但因社区当天未达配送标准,订单已显示延期状态。记者咨询客服了解到,根据配送距离或团点配送条件的不同,同程生活的自提点需要在当天下午6点前达到60元、80元或100元的配送额度,才能实现次日到达。据了解,美团优选、多多买菜、叮咚买菜等平台的下单门槛较低或基本没有,消费者选购的时间更长,当天晚上11点前下单可次日到达。

身兼“数职”平台团长忠诚度不高

团长是社区团购的重要部分,拉新、引流、营销都由团长实现。

上周末,新快报记者在天河区华景新城走访发现,每隔几百米便有一个同程生活的自提点。这些团长基本是社区内超市商铺的老板,个别是全职妈妈。除了同程生活,他们大多还身兼四五个平台的团长。华景北路某自提点团长李姐(化名)向记者表示,目前她是10个平台的团长,平日里的顾客主要是美团优选、橙心优选、盒马鲜生的居多,同程生活的订单相对较少。

在问及相关提成时,李姐无奈地表示:“不赚钱,赚个热闹。”据李姐说,他们请了人帮忙,每天早上忙到晚上,还要管理微信群、商品推荐、提醒顾客提货、处理纠纷和协助售后等。“每个月赚三四千元是没问题的,但因为提成很少都没有人愿意做,我们现在也在找人看谁愿意接手。”

当天下午5点左右,陆续有顾客前来取货。记者观察发现,该自提点的供货基本是果蔬蛋肉类产品,极少是日用品。每个平台的采购订单表数量都不多,大约是10份。在多个社区团购微信群上,团长们分享的“好物链接”“限时抢购”大多是美团优选、橙心优选、盒马集市、京喜拼拼等,关于同程生活平台的产品较少或基本没有。

监管趋严旨在引导行业有序发展

艾媒咨询报告显示,2020年社区团购市场发展增长率超过百分之百,市场规模达到720亿元。随着社区团购的不断成熟发展,诸多企业、资本都在积极开拓市场、深化布局,中国社区团购市场规模也将保持高增长趋势,预计到2022年,中国社区团购市场规模将超过1220亿元。

面对如此可观的市场前景,滴滴、美团、拼多多等大体量企业争相入局,其中大额补贴成为目前市场的重要获客利器。作为“老三团”之一的同程生活所面对的压力不少。去年12月,同程生活CEO何鹏宇曾向媒体表示,相较于互联网巨头仅为5个点的毛利,甚至零毛利、负毛利,同程生活的毛利维持在20多个点,价格上有一定压力。

社区团购采用激进的价格补贴策略打压对手、争夺团长和末端物流,也引起市场反弹与舆论质疑,认为其损害了“小菜贩”利益,损害超市、夫妻店等实体经济生态。去年末,“九不得”新规出台后,“低价倾销”的做法被严令禁止。今年3月,市场监管总局对橙心优选、多多买菜、美团优选、十荟团、食享会等5家社区团购企业不正当价格行为作出行政处罚。社区团购的市场监管力度不断加码。

业内人士认为,目前的整体政策还是认同社区团购带来的效率提升和社会价值,监管趋严旨在遏制非良性扩张和不正当竞争,对行业发展进行有效引导,并非遏制社区团购这一业态。在监管越严的情况下,未来社区团购平台可能会转向在仓配、品类以及团长等方面展开竞争。

欧莱雅曲线入股完美日记

新快报讯 记者陆妍思报道 近日,欧莱雅中国全资子公司广州欧莱雅百酷网络科技有限公司(下称“百酷网络”)新增投资高榕资本管理基金,而高榕资本在新消费领域最成功的投资案例之一便是“完美日记”母公司逸仙电商成功赴美上市。这就意味着,全球美妆巨头欧莱雅曲线入股“完美日记”这个国货美妆代表品牌。

天眼查APP显示,5月27日,百酷网络变更了对外投资信息,新增投资了成都市天府新区高榕四期康永投资合伙企业(有限合伙)。2020年11月,百酷网络向成都高榕四期认缴出资1亿元人民币,持股比例为21.78%。

据了解,成都高榕四期为创投基金高榕资本管理基金。高榕资本是国内十分活跃的风险投资机构之一,专注于早期和成长期投资,重点投资新消费、新技术等创新创业领域。高榕资本在新消费领域投资的企业有得物APP、时尚电商蘑菇街、电商平台拼多多等。近年来,高榕资本在新消费领域最成功的投资案例之一,便是国货美妆品牌“完美日记”的母公司逸仙电商成功赴美上市。2018年5月,高榕资本领投了逸仙电商的A轮融资。2020年11月,逸仙电商登陆纽交所,成为美股中国美妆集团第一股。近日,逸仙电商发布了截至3月末的2021年第一季度财报,报告期内,公司业绩继续保持稳健增长,实现营收14.4亿元,同比增长42.7%;实现毛利9.92亿元,同比增长58.8%。完美日记品牌战报显示,今年一季度,名片唇釉开售即售出67万件,登上天猫唇釉品类TOP1,小细跟口红蝉联天猫口红品类TOP1,动物眼影稳居天猫眼影品类TOP1。

业内人士分析,通过风险投资机构有助于欧莱雅更早地接触到中国本土的创业公司。其实不只欧莱雅,近年多个全球美妆巨头均积极在中国美妆护肤领域挖掘创新性企业。2020年至今,日本美妆巨头资生堂集团、德国个护用品集团拜尔斯道夫都在中国设立了创新投资和初创企业孵化中心,旨在加强与中国本土初创企业的密切合作。