

解决在线消费纠纷 联网核查3C认证产品 今年市场监管亮出新招儿

在线消费纠纷有没有更好的解决之道?如何保证电商平台所销售的3C认证产品真实有效且持续符合认证要求?市场监管总局近日举行新闻发布会,对消费者权益保护、提升产品质量等民生关注的热点亮出新招儿。

联网核查电商平台销售的3C认证产品

为保护消费者权益,我国对涉及人身健康安全的产品实施强制性产品认证制度(简称3C认证制度),列入3C认证目录的产品,未经3C认证,不得出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。目前,列入3C目录的产品共17类103种,主要涉及消费品。

目前,市场监管总局已经与阿里巴

巴、京东、唯品会等电商平台建立了3C认证证书联网核查智慧长效机制。通过“认证认可信息共享公共服务平台”,向电商平台提供3C认证证书联网核查数据接口,实时核查平台所销售3C认证目录内产品的3C认证证书状态。未获得3C认证证书的,电商平台通过联网核查直接拦截,该产品不能上线销售。

据统计,2020年,参与联网核查的各电商平台联网核查3C认证证书共计6550万余次,涉及商家超过90万家。

解决在线消费纠纷

据介绍,全国12315平台推进在线消费纠纷解决(ODR)机制建设,积极将重点领域、重点企业引入ODR机制。

去年全国12315平台共发展ODR企业2.55万家,主动与消费者在线协商纠纷19.22万件。ODR企业发展数量同比增长4.68倍,直接与消费者协商解决纠纷同比增长2.15倍;与传统调解方式相比,和解成功率提高6.21%,平均办理时长缩短7.76天,按时办结率和群众满意率也都较上线前有了明显提升。

加强消费品质量监管

去年,市场监管总局聚焦与老百姓衣食住行密切相关的重点产品、重点指标,组织对98种消费品开展了国家监督抽查,共抽查9238家企业的9549批次产品,发现964家企业的979批次产品不合格,不合格发现率为10.3%。

去年,市场监管总局加大民用口罩

质量专项抽查力度,共抽查5000多家企业生产的近6000批次产品,依法处置1000多批次不合格产品。

对家用电器、儿童玩具等传统领域强化缺陷线索收集监测,提升分析识别和快速反应能力,加大重点产品缺陷调查和召回实施监管力度,督促生产企业切实履行产品安全主体责任。针对智能家居、消费型无人机、服务型机器人等产品,形成线上线下联动的消费品缺陷调查工作模式。

针对和消费品有关的重点产业链、产业聚集区,开展风险评估与质量诊断,加强共性产品缺陷问题研究,发现产品缺陷、提出产品安全规范建议、促进行业整体质量提升,从根本上帮助企业消除产品安全隐患,推进技术创新,促进产业高质量发展。
据新华社

无主灯设计渐流行

■本报记者 杨旭

当前,人们对家居环境的要求不断提高,对照明的需求也上升到舒适、个性。在日前的采访中,漯河浩天装饰工程有限公司负责人张兵告诉记者,无主灯设计已逐渐受到业主青睐。

相比传统主灯照明,无主灯设计摒弃了吊灯,通过组合筒灯、射灯和灯带等多种光源,营造多变的光影氛围。

那么,无主灯设计的优势体现在哪些方面?张兵表示,无主灯设计可以根据生活需求切换照明模式。“许多时候,卧室设计主灯主要是为了满足装饰需求。主灯照明会影响睡眠,关闭主灯又会使全屋陷入黑暗。如果睡觉时想留一盏灯怎么办?

无主灯设计就能解决问题。”张兵说,“如果厨房里只有主灯,夜间洗菜、切菜或者炒菜时身体可能会遮挡光源,形成视线盲区。”

同时,无主灯设计通过安装暖白光、自然光、正白光等不同色调的灯具,为生活场景营造舒适的氛围。

另外,目前的住宅房屋层高普遍较低,有些业主既要装地暖,又要装新风系统。在层高受限的情况下再装上一个华丽的吊灯,就会给人带来压迫感。而无主灯设计多用来搭配简约的装修风格,甚至可以不用吊顶,视觉上也更加舒服。

总之,无主灯设计是对传统主灯设计的颠覆,也是对极简主义的迎合。您愿意尝试吗?

第九季“中国好猫步”漯河赛区海选开始报名

■本报记者 尹晓玉

记者日前获悉,漯河日报社主办、春之源优雅形礼学堂承办的第九季“中国好猫步”漯河赛区海选即日起开始报名。

春之源优雅形礼学堂的创始人赵双是一名“80后”。2017年,她和朋友一

起开办成人形体培训班。2020年6月,赵双和朋友在位于淞江路与嵩山路交叉口附近的财富中心写字楼内开办了春之源优雅形礼学堂。这里不仅为成年人提供变美变自信的舞台,还为孩子们搭建专业的形体礼仪教育平台。日前,通过多方协调,春之源优雅形礼学堂拿到了

第九季“中国好猫步”漯河赛区的海选承办权。

据了解,“中国好猫步”是中国文化信息协会少儿艺术专业委员会大满贯赛事体系的大师赛,是国内具备少儿模特领域标杆水准的知名赛事,也是国内历史最悠久的少儿模特赛事之一。

“通过T台走秀,让孩子更加自信。”赵双说,比赛将于4月10日、4月11日在漯河日报社二楼会议室举办。即日起,全市幼儿园的孩子和小学生均可免费报名参加海选。给孩子一次机会,让孩子站上更灿烂的舞台,成就更好的自己!大赛报名通道:18839576886。

漯河创业联盟会员参观际华3515

本报讯(记者 王培)3月23日,漯河创业联盟开启2021年首场企业走访活动,组织会员走进际华3515皮革皮鞋有限公司参观学习。

当天上午,漯河创业联盟会员首先来到该公司会议室。座谈会上,工作人员详细讲解了公司概况和生产经营情况。随

后,大家一起参观了企业生产现场。宽敞明亮的车间内,工人们穿着工装在各自的岗位上忙碌着。联盟会员们认真观察每一道生产工序,了解鞋子的制作过程。大家一边参观,一边交流。

不少会员表示,来到际华3515皮革皮鞋有限公司参观,了解他们严谨的工作作

风和优秀的企业文化,学到了很多。

随后,大家还来到公司品牌专卖店参观。一双双外观精致、做工精良的鞋子吸引了大家的眼光。有的会员对产品爱不释手,并现场购买。

漯河创业联盟成立于2019年,旨在为

广大漯河创业者搭建一个促进沟通、增进



墙布工艺知多少

■本报记者 杨旭
见习记者 何爽

大多数消费者购买墙布是喜欢其独特的质感。这种质感取决于材料本身,也与制作工艺有关。在日前的采访中,新丝路白璧·无缝墙布漯河店经理张川向记者介绍了墙布工艺。“按照工艺区分,墙布大致可分为提花、刺绣、印花、染色4类。”张川告诉记者。

提花墙布的制作工艺较复杂,不同颜色的经纱与纬纱相互交织,形成凹凸有致的图案,多为花、鸟、鱼、虫。这类墙布的光泽度、色牢度较高,悬垂性、透气性也不错。

刺绣墙布多以高档布料为基材,结合传统刺绣工艺,部分产品甚至由手工完成,色彩艳丽、编织细密,是墙布中的

精品。

印花墙布是一种传统墙布,在墙布原胚成型后,用染料在上面印染图案。因为制作工艺较简单,价格也较低,适合中低端消费。

染色墙布是素色版的印花墙布,同样先织造、后染色。这类墙布最容易实现批量生产,因此价格优惠。但印花墙布和染色墙布存在一个同样的问题,就是色牢度不高。

近年来,墙布市场竞争激烈,各大厂家在制作工艺上不断更新。“像金银丝墙布,在纺织过程中加入金丝、银丝,看起来富丽堂皇。”张川说,“还有高精密墙布,采用极细的经纱和纬纱织造,质感甚至可以媲美丝绸,是市场上高端产品之一。”

珠宝赏析专栏(漯河老庙银楼特约推出)

古韵金“好运连连”手镯

于古法工艺基础之上诞生的古韵金,在继承和发扬这一古老铸金工艺的同时,上升为对古韵的拓展,让金器再现“华而不炫、贵而不显”的风范。



古韵金系列新品依托古法金工艺,结合现代时尚美学,彰显新中式魅力,凸显内敛、低调的奢华之感,展现雍容大气的华夏古韵。

“出淤泥而不染,濯清涟而不妖。”在东方文化中,莲是花中君子,至清至纯,象征着高尚的人格——身处尘世依然心净如莲。莲又称荷,“荷”和“和”谐音。本期古韵金“好运连连”系列以莲花为灵感来源,延续亘古祥瑞文化,传承好运吉祥。一朵朵清静的莲花悄然绽放于手腕上,寓意一路吉祥如意、好运

连连。(如图)
“好运连连”系列采用了古法金技艺中花丝、修金等几大工艺手法,汇集多道烦琐工序交织而成——每一个角度都是精心的设计,娇美的莲花风姿绰约、栩栩如生。在保证黄金纯度的前提下,运用精湛的手工艺精雕细琢,让黄金表面散发优雅的色泽,再赋予中华传统文化之魂,最终呈现出雍容大气、华美浑厚之美。
小米



从小众爱好发展成过亿大生意 汉服经济正在“破圈”生长

艾媒咨询数据显示,2018年我国汉服爱好者数量为204.2万人,2019年达356万人,连续4年保持70%以上的高增长率。

热度飙升带动多元产业链

汉服从哪儿买?这个问题在10年前的答案还只能是“自己找裁缝”。如今,粉丝数超10万甚至百万的网店屡见不鲜。

杉水集是一家在淘宝经营了6年的老店,郭琦是这家店铺的创始人之一。2015年,出于对传统文化的热爱,郭琦和朋友开了家做传统文化元素服装的淘宝店铺,随着汉服产业越来越热,他们也逐渐向专业汉服转型。与一般带有传统文化元素的服装不同,专业汉服做工考究,形制出处和穿着规矩要有史料可依。郭琦和同事们

从各地博物馆和文献资料中研究不同朝代的汉服,从文物中挖掘到许多设计灵感。随着专业化制作水准的提升,杉水集的粉丝数逐渐突破10万人,也有了专门的代工厂。

“汉服经济”频获资本加码

第一财经商业数据中心联合天猫发布的《2020汉服消费趋势洞察报告》显示,近3年来汉服线上销售规模大幅增长,仅在天猫就增长6倍;2019年,汉服在淘宝的成交金额首次突破20亿元;截至2020年1月,通过阿里旗下平台下单购买过汉服的消费者人数接近2000万;我国有4.15亿人是汉服的潜在消费者。随着需求的不断扩大,汉服市场迎来大爆发,汉服行业正在成为资本人局的新赛道。去年9月,



汉服品牌“重回汉唐”相继完成两轮股权融资和战略融资;去年10月,知名汉服品牌“十三余”完成Pre-A轮融资,融资金额达到数千万元。随着汉服品牌商家频频获资本加码,原本的小众爱好已演变为一门大生意。
据《北京日报》

“非卖品”明码标价 大批量兜售 货源成谜 化妆品小样销售成监管盲区

几十种大牌化妆品的试用小样摆在开放式货架上,不时有人用手机比对着网上同类商品的价格信息。化妆品小样起初只是对于品牌消费者的一种馈赠。如今,小样脱离母品牌,成为某些门店独立销售的生意,但这些市面上流通的小样并非像官方赠品一样来源清楚。

值得注意的是,日前,杭州嘉里中心的美妆集合店Only Write被消费者举报涉嫌走私。当地市场监管局联系海关部门协助调查,店内近3000件涉嫌走私化妆品被扣押,其中大部分为大牌化妆品小样。

“非卖品”质量问题谁负责

商家销售小样“非卖品”除涉嫌不当得利外,更重要的是货源不明,存在质量安全隐患。业内人士透露,化妆品企业几乎不会为小样设立专门的生产线,原厂小样都经常出现断货情况。小样无论如何进货,货源肯定都不稳定,很难支撑起规模化销售。

在各大电商平台上,名牌化妆品小样同样以诱人的价格进行销售,不少商家还

特别标注“支持专柜验货”。但记者走访多家商场的专柜获悉,小样属于“非卖品”,专柜均不提供鉴定服务。单独购买小样的消费者,一旦遭遇质量问题无法向品牌方投诉维权。

记者注意到,天猫平台新发布的《天猫样品商品发布规范》已正式生效,其明确要求商家须提供样品的进货凭证以供审核,但平台这一规定能否真正发挥对商家的约束力还有待观察。对于销售化妆品小样的行为,显然还需要更为严厉的市场监管。
据中新网

身着“古装”的年轻人越来越多

市民小邵六七年间攒了55套汉服,“最便宜的单衣大约200元一件;最贵的是一套定制的,要3000多元。”再加上发簪和配饰,她在汉服上的花费近20万元。而在汉服圈,小邵这样的“深度爱好者”有很多。

大牌小样来源难说清

SK-II、海蓝之谜、兰蔻、科颜氏……

去年我国家电零售额8333亿元

近日,中国电子信息产业发展研究院发布的《2020年中国家电市场报告》(简称《报告》)显示,2020年我国家电市场零售额达到8333亿元,电商渠道对家电零售的贡献率首次超过50%,网络零售对家电消费的促进作用进一步提升。报告预测,2021年家电市场将止跌上扬,在各种利好因素下,市场规模有望恢复到2019年水平。

受新冠肺炎疫情冲击,2020年我国家电市场先抑后扬。第一季度以35.8%的降幅大规模收缩,随后逐渐好转;到第四季度,线上线下市场全面恢复,零售额创下年度最高,达到2941亿元。2020年,家电市场全年零售额为8333亿元,同比下降6.5%。其中,彩电市场零售额为1288亿元、空调1616亿元、冰箱972亿元、洗衣机736亿元、厨房电器1584亿元、生活

电器2137亿元。除生活电器外,其他品类较上年有不同程度下滑。

疫情期间,网络零售对家电消费起到了非常重要的作用。2020年,线上家电产品零售额为4199亿元,同比增长14.48%,比上年提高3个百分点;线下渠道家电产品零售额为4134亿元,同比下降21.13%。网络零售占整体家电市场零售额的比重由2019年的41.17%提升至50.4%,这是网络零售年度渗透率首次超过50%,与线下家电零售渠道平分秋色。

报告还显示,2020年传统家电产品销售出现下滑,但生活类小家电产品,如洗碗机、手持吸尘器、美发美容仪、破壁机、空气炸锅、按摩椅、清洁机等出现了不同程度的热销,活跃了本来沉闷的家电市场。
据人民网