

国家市场监督管理总局

批准发布236项重要国家标准护航居民安康

近日,国家市场监督管理总局(标准委)批准发布236项重要国家标准,涉及卫生防护、健康安全、绿色可持续、消费等诸多领域,以标准引领,让相关生产生活有规可循,护航居民安全。

在卫生防护领域,新修订的《醇类消毒剂卫生要求》等8项国家标准进一步完善了消毒剂标准体系,将在保证消毒剂质量、做好家庭卫生消毒及防止医院感染等方面发挥重要作用。

在健康安全领域,《强光源防护镜》等2项国家标准,可以提高强光源防护镜产品质量,有效保护强光源用眼从业人员

眼面部安全;《悬空地板、踏步、步道及栈道玻璃》、《滑道通用技术条件》2项国家标准,可以规范景区悬空地板、玻璃栈道、滑道等设施的设计和制造,提升产品质量,保障游客生命财产安全;《机械安全 减小由机械排放的有害物质对健康的风险》国家标准,可以指导企业对机械排放的有害物质采取有效的风险控制措施,保护作业人员的安全与健康。

在绿色可持续领域,《节水型企业 多晶硅行业》《游泳场所节水管理规范》《可持续水管理评价要求》3项国家标准,将加强相关产业用水、节水管理,

提高水资源利用效率;同时还发布了《绿色商场》国家标准,将在推动商贸流通企业绿色供应链建设、实施绿色服务、引导绿色消费与开展环保公益活动等方面发挥积极作用。中国商业联合会行业发展部部长韩秀伟表示,《绿色商场》国家标准发布实施后,原有的行业标准将废止。国标的发布可以推进商贸流通企业转型发展,为商贸流通企业绿色经营能力的自评及新店建设提供参考,为行业树立绿色标杆,引导绿色消费,促进商贸流通业可持续发展。

在消费品领域,市场监管总

局(标准委)近日专门成立了全国婴童用品标准化工作组。近年来,人们对婴童产品的品类、功能、质量安全的要求不断增加,婴童用品行业顺应市场需求发展,逐渐形成一个针对特殊人群、跨学科领域、跨产品类别的产业。市场监管总局(标准委)会同教育部、工业和信息化部、卫生健康委等部门,共制定发布婴童用品相关国家标准120余项,其中强制性标准30项,较为全面地覆盖了安全座椅、纺织服装、家具、童车、饮用器具、学生用品等领域。婴童工作组由41名婴童用品领域的委员组成,涵盖了监管部门、行业协会、企业、

高校、科研院所、检测机构、消费者等各界代表。工作组将联系纺织品、制鞋、家具、服装、塑料制品、涂料等近20个传统产业领域标准化技术委员会,广泛倾听社会各界的声音,更全面深入地开展国内外标准比对,更科学严谨地规范婴童用品的质量安全要求,加快构建协调统一的新婴童用品标准体系,为保护广大儿童健康安全做好标准护航。同时,也将进一步联系对接国际标准化组织(ISO)和欧洲标准化委员会(CEN)等国际标准化组织,做好婴童用品国内外标准化交流沟通、互学互鉴。

(人民日报)

北京市消协:

部分直播带货商家涉嫌虚假宣传

北京市消协调查结果显示,受访者选择最多的直播带货平台仍然主要集中在淘宝、天猫和京东等大型电商平台,占比分别为62.46%、40.7%和40%。但值得注意的是,选择抖音、快手和微博等社交平台直播购物的受访者也越来越多,占比分别达到24.91%、9.12%和4.91%。

今年以来,直播带货模式异常火爆,在为企业复工复产、促进产品销售做出了积极贡献的同时,也暴露出了部分虚假宣传、信息公示不全以及售后没有保证等损害消费者权益问题。北京青年报记者了解到,6月16日,北京市消协发布了直播带货消费调查报告。在体验中,有9个样本涉嫌存在证照信息公示问题,有3个样本涉嫌存在虚假宣传问题,有1个样本执行“7天无理由退货”不到位。对此,北京市消协建议直播带货应纳入社会诚信评价体系,主播应有“黑名单”机制。

3个体验样本涉嫌虚假宣传

北京市消协近日委托北京阳光消费大数据研究院开展了直播带货消费调查。体验调查选取淘宝、天猫、京东、苏宁易购、拼多多、小红书、蘑菇街、抖音、快手和微博等10个直播平台作为体验调查对象。体验人员以消费者身份在每个直播平台各进行3次模拟购物体验,共完成30个直播带货体验调查样本。

体验调查发现,在30个直播带货体验样本中,有9个样本涉嫌存在证照信息公示问题,占比30%;有3个样本涉嫌存在虚假宣传问题,占比10%;有1个样本执行“7天无理由退货”不到位,占比3.33%。

其中,涉嫌存在虚假宣传问题的包括:体验人员通过天猫直播平台购买一款“谷益元红豆薏米粉代餐粉薏米红豆粉五

谷杂粮饱腹即食早餐代餐”时,主播宣称“三天可以减1~5斤”“减胳膊、减肚子、减腰、减腿,都可以减,都可以瘦”。体验人员通过京东直播平台购买一款“康奔沪牌新版欧米伽-3鱼油软胶囊”时,主播宣称该保健品“可以降低血脂,促进血液循环,预防心脑血管、动脉硬化、中风、心脏病、高血压,对老花眼、青光眼、视力模糊是有很好的效果的”“欧米伽-3可以把你的血管清理得非常非常干净”。体验人员在苏宁易购直播平台购买一款“云南丽江特级黑玛卡”时,主播宣称该商品“有病治病,没病强身健体”。

体验调查还发现,部分直播带货商家虽然标注“退货包运费”,但退货时实际支付12元运费,商家只补贴10元运费;部分微博直播带货过程中,除了主播语音介绍,平台和商家页面没有任何商品的文字或图片信息;个别直播带货商家要求先交定金,并提示“我已同意定金不退等预售协议”,否则无法提交订单。

电商平台直播带货仍是主流

北京市消协调查结果显示,受访者选择最多的直播带货平台仍然主要集中在淘宝、天猫和京东等大型电商平台,占比分别为62.46%、40.7%和40%。但值得注意的是,选择抖音、快手和微博等社交平台直播购物的受访者也越来越多,占比分别达到24.91%、9.12%和4.91%。这说明,直播带货目前仍然以大型电商平台为主,但社交平台的粉丝流量为直播带货奠定了良好基础,并且已经得到不少网购消费者的认可。随着社交平台经营属性的凸显,平台经营者无疑应该承担更多与其开展经营活动相匹配的责任与义务。

记者了解到,调查结果显示,受访者直播带货时最关心商品质量和商品价格,占比分别为63.86%和63.51%;其次是商品品牌、商品销量和主播人气,

占比分别为41.75%、32.63%和23.16%。

受访者在关心商品质量和价格等因素的同时,最担心商品存在质量问题,其次是担心售后没有保证、虚假宣传和人气数据造假等。调查数据显示,有64.91%的受访者表示担心商品质量问题,55.44%的受访者担心售后没有保证,50.18%的受访者担心虚假宣传,49.82%的受访者担心人气数据造假。

建议明确不同主体责任划分

为维护消费者合法权益,促进直播带货业态规范健康发展,北京市消费者协会建议:明确不同主体的责任划分。建议通过立法或制定行业标准等方式,进一步明确直播带货相关平台、商家与主播之间的责任划分,加大对平台、商家和主播等各方主体的监管和处罚力度。在强化平台责任的基础上,对主播加强教育和管理,通过系统性培训引导和规范化的考评机制,加强主播的职业素养和规范意识,通过内容监管、飞行检查等手段,做好对主播行为的管理和约束,提升直播带货的准入门槛。

此外,建议进一步强化直播平台对直播带货行为的监督管理责任,对平台内经营者的审核义务,对消费者的安全保障义务。

北京市消协认为,除了加强监管,直播行业以及直播平台要主动承担主体责任,去除侥幸心理,主动开展行业自查自纠和自律行动,鼓励行业内企业互相监督,对不诚信或违法违规行为要敢于自揭“家短”。对于随意夸大宣传、欺骗和误导消费者的直播带货行为,应纳入社会诚信评价体系;对在直播带货虚假宣传的主播,除了进行经济处罚,还应将违法情节严重、违法频次较多的主播拉入黑名单,实行直播市场禁入,提高违法违规直播带货成本,增强监管震慑力。

(北青报)

本报讯 6月16日,在北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作第119场新闻发布会上,北京市市场监督管理局副局长陈言楷介绍,北京市市场监管部门

以肉蛋奶、米面油、蔬菜水果、海鲜等生活必需品为重点,开展了全市食品安全专项抽检。目前已完成抽检样品2000余件,已完成检验的样品全部合格。据介绍,6月15日晚,北京市连夜对全市农贸市场和包括单位食堂在内的已复工复产餐饮服务单位开展了环境消杀工作。截至6月16日6时,全市共消杀农贸市场276家,关闭地下、半地下农贸市场11家;完成部分餐饮服务单位(含单位食堂)消杀33173家。预计16日24时完成全部餐饮服务单位的消杀。陈言楷表示,“各区一手抓消杀,一手抓保供,全市农贸市场和餐饮服务单位基本正常营业。”

据悉,北京自开展食品安全大检查以来,共出动执法人员20320人次,督导检查商场超市、便利店、食杂店、餐饮服务单位、农贸市场等各类食品经营主体13962户次,对检查中发现的进货票据留存不完整、进销货台账记录不全等食品安全问题45起,均已现场责令改正。

生活必需品价格监管也是近期的工作重点之一。据介绍,连日来,北京市市场监管部门综合运用重点检查、提醒告诫、行政处罚等手段保持价格监管高压态势。紧盯投诉举报,坚持接诉即办、逐点核查、快查快办,做到件件有着落、事事有回音。目前,北京共出动执法人员4076人次,检查包括商场超市、菜店、电商平台、药店、批发市场及其他零商户共4008家,经检查,未发现价格违法问题。

陈言楷表示,“一旦发现哄抬物价违法行为,将快查快办并及时曝光。”

北京对哄抬价格违法行为快查快办

消杀农贸市场276家督查商户13962户次