

儿童爬行垫存安全隐患

市消协购买35种样品进行实验发现9种样品甲酰胺超标 34种样品均含有挥发性有机物

本报讯(记者 张鑫)儿童爬行地垫是儿童及婴幼儿常用的运动辅助用品,越来越受到家长和早教机构的青睐。但目前市场上地垫产品品牌众多,价格相差悬殊。为了引导消费者科学理性消费,北京市消协今天发布儿童爬行地垫比较实验结果。

结果显示,35种样品中有15种样品机械与物理性能未达到相关要求,10种样品使用说明存在问题,部分样品甲酰胺含量较高,大部分样品测出挥发性有机物,存在安全风险。

本次比较实验的32个品牌

35种爬行垫样品由市消协工作人员从北京金源燕莎店、易初莲花(金源店)等实体店及天猫商城、京东商城等电商平台随机购买,其中,价格最高的产品单价692元/件,价格最低的产品单价12.38元/件,价格相差超过50倍。

市消协经测试,35种样品中有15种样品机械与物理性能未达到相关要求,主要表现在有可拆卸或易脱落的小零件。

垫子边角、拉链头等在规定拉力下被拉掉,产生小零件,如不慎被放入口中有可能造成婴幼儿的窒息,引起安全事故。国家相关

标准都禁止3岁以下年龄段的儿童玩具用品含有小零件。

由于我国大陆地区没有专门针对儿童爬行地垫的强制性标准,也没有对爬行垫中甲酰胺含量与挥发性有机物含量做出明确要求和限定,因此,市消协在此次比较实验中,参照欧盟REACH法规、欧盟玩具安全指令,以及台湾地区对于儿童拼接地垫中甲酰胺含量要求。其中,前者对于甲酰胺的要求限值为1000mg/kg,后者均为200mg/kg。

经测试,22种样品测出甲酰胺。其中,9种样品实测值超过

200mg/kg,3种拼接式爬行垫样品实测值超过1000mg/kg。

据记者了解,甲酰胺又名“氨基甲醛”,欧盟化学品管理局将其分类为具有生殖毒性的物质。使用甲酰胺,能够使塑料发泡,使产品不易断裂。儿童地垫中缓慢释放出来的甲酰胺会不断地通过呼吸道和皮肤进入儿童体内。

儿童爬行地垫产品在生产过程中会用到多种化学物质,其中挥发性有害物质的含量已经成为人们关心的重要话题。

本次比较实验中总挥发性有

机物指的是除水分以外,在一定温度下挥发脱离样品本体的有机物总和。由于目前我国大陆地区并没有专门针对爬行地垫产品含挥发性有机物的标准要求,本次比较实验参照类似标准将样品在一定实验条件下加热至一定温度,且保持一定的时间,用差值法计算总挥发性有机物的含量。

经测试,35种儿童爬行地垫样品仅有一种未检出挥发性有机物,其余34种样品均有不同程度的挥发性有机物产生,实测值均小于19g/L,国内类似标准要求限值为50g/L。

5万公斤菊花“开宴”

平谷区60栋温室大棚的食用菊花进入采摘期

北京市平谷区大兴庄镇西柏店村,60栋温室大棚的5万公斤食用菊花进入采摘期,即日起至12月底,市民可以到温室大棚观赏五颜六色菊花,拍照留影,进行采摘。

同时,品尝特色菊花茶、菊花点心、菊花饺子、菊花宴等食用菊系列饮品美食。

文/记者 陈斯 摄/通讯员 马春江



双11逢周末 花家地周日快递量是平时的七倍 连轴转3天 躺椅上“闭会眼”

由于今年双十一是在周末,物流配送也迎来高峰。

昨日晚间,记者来到京东花家地配送站,站长常小波刚刚在他的躺椅上眯了半个小时,“我这几天也就只能趁闲时稍微歇一下,等下一趟车来就得起来工作。”记者了解到,从11月10日晚间开始,常小波已经连轴转了3天。

常小波告诉记者,由于今年双11恰逢周末,很多地址为办公楼的配送都不得不积压到周一。

“在我们快递员来看,从11号到15号都是‘硬日子’,这几天都是配送高峰。”常小波表示,以往花家地配送站,每天快递量是4趟快递车,但是在周日晚上,光花家地配送站就送来了29趟快

递车的东西。“总共是14000单,比我们之前预测的9600单还增加了30%。”

记者了解到,该站点平时人员在40人左右,双11期间,站点人员已经增加到70人左右。

记者了解到,今年双11,无人仓、自动化分拣等技术的使用,很大程度上提升了物流效率。

不过,由于订单同样增长迅猛,商家发货和配送终端仍然面临较大压力。记者从北京市邮政管理局获悉,初步预计,今年“双11”期间,北京邮政行业邮件、快件处理量将达到1.41亿件,同比增长35%,最高日处理量达到2500万件,是日常处理量的4倍多。

文/记者 王思思

“腾讯汇赢”亮相腾讯全球合作伙伴大会,助力区域品牌新未来

11月8日,2017腾讯全球合作伙伴大会在成都西部国际博览城成功召开。350名国内外行业领袖,500家主流媒体、过万名合作伙伴与行业精英,围绕“开放·共创”这一主题共话内容生态与前沿科技。腾讯各业务线优质产品在大会上悉数亮相,腾讯新推出面向区域市场的一站式全链营销解决方案“腾讯汇赢”也成为现场

备受瞩目的亮点之一。**中国消费市场正成为全球经济增长新引擎**

近年来,中国消费者购物需求日渐增强,对品牌的重视程度也逐步提高。这一现象伴随中国消费升级的发展趋势,正在从经济发达地区向各级区域延伸。目前一些区域品牌正力求走向全国市场,而一些国际品牌也正在寻

求市场下沉之道,蕴含着巨大消费者潜力的区域市场,已成为品牌营销的下一片蓝海。

对于区域品牌而言,能够深入消费者内心,才可在激烈的市场竞争中获得溢价能力。随着互联网媒体在整体媒介中的占比增长,以及区域营销受重视程度的不断提升,互联网媒体作为新时代品牌力的有力展现渠道,使数

字化营销成为区域品牌营销的重要途径。

精准直击需求,全面助力品牌营销

腾讯覆盖98%的中国网民,腾讯产品占据中国网民55%+的移动消费时长。腾讯汇赢充分发挥腾讯营销平台全用户、全场景、强社交的独有优势,整合全媒体优质资源,以精准的大数据定向,深度的精品内容合作,灵活的自

助交易平台,构成了一站式的全链营销解决方案。

腾讯汇赢旨在“发现你的品牌力”,为品牌提供便捷、高效、精准的全链营销解决方案。包括房产、汽车、旅游、商超、金融在内长期深耕区域市场的行业,品牌角逐日益激烈的今天,可以通过腾讯汇赢把握数字化趋势,运用新的方式扩大品牌影响,实现销售突围。

助力冬奥 全民骑游延庆启动

由中国文化管理协会主办,中国文化管理协会互联网文体推广委员会、跨刻体育、沐雨骑行承办的“同心圆梦·一带一路文体推广系列活动”启动

仪式暨全民骑游助力冬奥活动(延庆站),日前在延庆千家店镇百里山水画廊启动。数百名骑行爱好者在深秋的美丽景色中进行了一场别开生面的“促

文化、扬冬奥、赏秋意”的骑行健身之旅。

本次自行车赛通过在群众体育方面的实践、促进体育与旅游资源的结合、宣传2022年

北京冬奥会。本次骑行路线总长44公里,贯穿延庆区千家店镇百里山水画廊风景区。据活动主办方介绍,该系列活动将以体育为载体,达成地区与地

区之间、国与国之间、民族与民族之间的人文精神的传递与文化传播,除本次骑行活动外,还将安排水上运动、马拉松等其他文体活动。

货基新势力待释放 老牌战将鹏华添利宝业绩突出显实力

Wind数据显示,截至11月9日,鹏华添利宝自2015年7月21日成立以来的总回报超高,年化收益超高,均分别超越同期同类产品平均水平。

作为鹏华货币基金绩优战队王牌成员,即使在货币基金经历多重波动的今年,截至

11月9日,Wind数据显示鹏华添利宝今年以来的7日年化收益率超高。且鹏华添利宝背后有一支成立近15年之久的固收老牌劲旅做支撑,在专业研究能力、大类资产配置以及风险控制等多方面为鹏华添利宝助力,全方位把握市场机会,获取丰厚回报。

中银基金:做时间的朋友 量化投资长跑制胜

近年来,A股市场不断波动,量化基金业绩却领先其他基金产品,是穿越牛熊的“长跑健将”。据悉,中银基金旗下中银量化价值混合基金正在发行,值得投资者关注。

拟任基金经理赵志华道,量化投资方

法极具纪律性、一致性,赚的是企业成长的钱,长期业绩更佳。据Wind数据,2014年到2016年,普通股票型基金和偏股混合型基金中,量化基金的涨幅较高。赵志华建议,投资者可在基金成立后定投,进一步摊薄风险,稳健增值。