

注意！这30批次电动自行车不合格

近日,浙江省市场监督管理局发布30批次电动自行车不合格情况的通告。

不合格样品具体为:

1. 标称天津市百大科技有限公司生产的“赛鸽”牌电动自行车,规格型号:TDT615Z,不合格项目为:车速限值;车速提示音;反射器、照明和鸣号装置。
2. 标称天津市林达科技有限公司生产的“蒲公英”牌电动自行车,规格型号:TDT9898Z,不合格项目为:电气装置;反射器、照明和鸣号装置。
3. 标称无锡市真龙机车科技有限公司生产的“乐跑”牌电动自行车,规格型号:TDT100Z,不合格项目为:整车质量;车速提示音;充电器与蓄电池;反射器、照明和鸣号装置。
4. 标称天津嘉陵电动车有限公司生产的“嘉陵”牌电动自行车,规格型号:TDT004Z,不合格项目为:反射器、照明和鸣号装置。
5. 标称无锡赛鸽电动车科技有限公司生产的“赛鸽”牌电动自行车,规格型号:TDT038Z,不合格项目为:整车质量;反射器、照明和鸣号装置;电气装置;充电器与蓄电池。

6. 标称江苏可迪电动科技有限公司生产的“白天鹅”牌电动自行车,规格型号:TDT33Z,不合格项目为:整车质量;充电器与蓄电池。
7. 标称无锡冈田车业有限公司生产的“龙腾爱马”牌电动自行车,规格型号:TDT022Z,不合格项目为:车速限值;车速提示音;电气装置。
8. 标称江苏优速车业科技有限公司生产的“优速”牌电动自行车,规格型号:TDT141Z,不合格项目为:整车质量;充电器与蓄电池。
9. 标称锡山区龙翔电动车厂生产的“老百姓”牌电动自行车,规格型号:TDT924Z,不合格项目为:整车质量。
10. 标称无锡牛电车辆制造有限责任公司生产的“海戈”牌电动自行车,规格型号:TDT019Z,不合格项目为:整车质量;充电器与蓄电池。
11. 标称江苏大隆建豪新能源工业有限公司生产的“恒光”牌电

动自行车,规格型号:TDT082Z,不合格项目为:整车质量;反射器、照明和鸣号装置。

12. 标称天津萨博车业有限公司生产的“五星黑马”牌电动自行车,规格型号:TDT185Z,不合格项目为:车速限值;整车质量;车速提示音;反射器、照明和鸣号装置。
13. 标称杭州朗腾车行有限公司销售的“杜卡森”牌电动自行车,规格型号:TDT35Z,不合格项目为:整车质量;电气装置;充电器与蓄电池。(备注:产品涉嫌假冒)
14. 标称邦德渤海电动科技(常州)有限公司生产的“邦德富士达”牌电动自行车,规格型号:TDT069Z,不合格项目为:整车质量;反射器、照明和鸣号装置。
15. 标称天津市畅捷自行车有限责任公司生产的“尚品”牌电动自行车,规格型号:TDT571Z,不合格项目为:车速限值;反射器、照明和鸣号装置。
16. 标称天津赛鸽电动车科技有限公司生产的“赛鸽”牌电动自

行车,规格型号:TDT005Z,不合格项目为:反射器、照明和鸣号装置。

17. 标称南浔陈坤电动车商行销售的“国风”牌电动自行车,规格型号:TDT224Z,不合格项目为:整车质量;反射器、照明和鸣号装置。(备注:产品涉嫌假冒)
18. 标称无锡市本钿科技有限公司生产的“新本冈田”牌电动自行车,规格型号:TDT085Z,不合格项目为:整车质量;充电器与蓄电池;反射器、照明和鸣号装置。
19. 标称杭州市上城区振海电动车行销售的“自由行”牌电动自行车,规格型号:TDT810Z,不合格项目为:整车质量;充电器与蓄电池。(备注:产品涉嫌假冒)
20. 标称无锡新欧鸽新能源科技有限公司生产的“欧鸽”牌电动自行车,规格型号:TDT610Z,不合格项目为:车速限值;整车质量;结构;车速提示音;反射器、照明和鸣号装置;电气装置;充电器与蓄电池。

21. 标称锡山区好迪电动车厂生产的“依莱派”牌电动自行车,规格型号:TDT125Z,不合格项目为:整车质量;反射器、照明和鸣号装置;电气装置;充电器与蓄电池。

22. 标称无锡市佰通电动车业有限公司生产的“京骑”牌电动自行车,规格型号:TDT820Z,不合格项目为:整车质量;结构;充电器与蓄电池;反射器、照明和鸣号装置。

23. 标称无锡上达嘉陵车业有限公司生产的“ZGYMH”牌电动自行车,规格型号:TDT136Z,不合格项目为:车速限值;整车质量;结构;车速提示音;电气装置;充电器与蓄电池。

24. 标称广州市广爱电动车有限公司生产的“易初莲花 YI CHU LIAN HUA”牌电动自行车,规格型号:TDT988Z,不合格项目为:电气装置;反射器、照明和鸣号装置。

25. 标称无锡永能新能源科技有限公司生产的“华承”牌电动自行车,规格型号:TDT165Z,不合格项

目为:车速限值;整车质量;车速提示音;电气装置;反射器、照明和鸣号装置。

26. 标称江西宇沃科技有限公司生产的“沃伽”牌电动自行车,规格型号:TDN001Z,不合格项目为:车速限值;车速提示音;电气装置;反射器、照明和鸣号装置。

27. 标称广州乐益达车业有限公司惠州分公司生产的“tomofree”牌电动自行车,规格型号:TDT015Z-1,不合格项目为:反射器、照明和鸣号装置。

28. 标称深圳市倍瑞实业有限公司生产的“本铃 BENLING”牌电动自行车,规格型号:TDT001Z,不合格项目为:电气装置;反射器、照明和鸣号装置。

29. 标称济宁擎狮新能源车业有限公司生产的“飞鸽”牌电动自行车,规格型号:TDT0004Z,不合格项目为:车速限值;电气装置;反射器、照明和鸣号装置。

30. 标称济宁擎狮新能源车业有限公司生产的“亮咖”牌电动自行车,规格型号:TDT0004Z,不合格项目为:车速限值;车速提示音;电气装置;反射器、照明和鸣号装置。

(来源:《中国消费者报》)

还没上市,约5亩葡萄就提前近两个月售罄

农产品采摘权网上竞价,可推广复制吗?

动动手指,参与网上竞拍就能承包一整片葡萄园的采摘权,最低起拍价仅1元。这样的水果自由,如今在浦江就有机会实现。

日前,京东资产交易平台,为期24小时的“浦江县2024年度葡萄采摘权转让”顺利结束。上线的4个标的中,包含约3亩巨峰葡萄采摘权的1号标的,从1元起拍,经过24轮激烈竞价,以45001元的价格成交;另一片约2亩的4号标的,以2.2万元起拍价成交;还有两个标的因无人竞价而流拍。这是浦江县首次通过线上渠道面向全国转让葡萄采摘权。

如今,浙江农产品销售已从传统线下售卖拓展到电商销售、直播带货。此次采摘权线上竞价,能否进一步拓展农产品的销售渠道?这样的数字助农新模式,在全省能推广复制吗?

采摘权变商品,挖掘农产品价值潜力

竞价结束后,浦江县供销社主任陈钦银心里的石头终于落地。“试水的4个标的成交了2个,喜忧参半,对我们来说已经算一个好的开端。”

拍卖结束当天,两个成交标的的农户就和浦江县供销社下属企业签订采摘权交易合同。5个工作日内,农户拿到总成交价20%的资金。“还没上市,葡萄就提前近两个月卖光了,等采摘期结束,

我们就能拿到全款。”1号标的的农户曹文格喜出望外。

今年6月初,浦江首批共13亩葡萄园分为4个标的统一上线,挂牌转让总底价21.2万元,葡萄采摘权保底产量每亩1500公斤以上。这批特殊产品一经面世便自带流量,至竞价开始前,4个标的共吸引了近4000次围观。

这不是浦江首次探索农村集体资产线上竞价。今年4月,浦江县供销社下属企业浦江县慧农产权交易有限公司,与京东资产交易平台共同打造“浦江资产数智化云交易平台”,一批乡村闲置公房、农贸市场的租赁权等率先上线,不仅实现了跨区域交易,降低了暗箱操作风险,还竟出了高价,帮助集体资产增值。

租赁权可以竞价,农产品的采摘权是否可以?

浦江人将目光投向了当地的农业金牌产业浦江葡萄。近年来,浦江葡萄种植规模不断扩大、产值不断提升,但在消费终端的认知度和影响力仍然有限,终端销售面临的市场竞争压力较大,这也是浙江区域农产品面临的普遍问题。

线上竞价的首要目标,就是拓展农产品销售渠道。此前,浦江葡萄的销售主要依靠外地客商收购,规模较大的果园渠道较为稳定;量分散的家庭农户则面临售卖途径单一、订单需求不稳定、议价能力差等问题。

此前,不少农户也曾尝试利用电商或线下采摘等渠道拓展销路,但巨峰葡萄不适宜长途运输,电商销售范围多为长三角。

“以前农产品多通过电商售卖的形式销售,两者的区别在于,普通电商是一口价的模式,而竞价是一个价值发现、价值提升的过程。”京东资产交易平台浙江省负责人张路媛表示,农产品与竞价模式有一定的适配性,能够充分挖掘农产品的价值。

据了解,此次竞价的起拍价多根据葡萄的心理价位设置,4号标的的葡农算了笔账,成交价核算后平均每公斤葡萄的售价近8元,“刨除采摘、打包等成本和市场波动,与我们往年的收购价基本持平,未来还有盈利空间。”这对众多散户来说,是省心又实惠的选择。

品牌化+数字化,让土特产出圈

“这次竞价不只我期待,我们村里的葡农都等着看呢,他们都说我运气好。”曹文格所在的浦江县黄宅镇曹街村,是浦江葡萄的主产地之一,前期摸排时,不少农户对于采摘权竞价意愿强烈。

1号标的也是这次竞价中最特别的一个,该区域被设置为“一元起拍”。“这是我们与平台共同商定的营销方式,希望能用一个意想不到的低价,让更多人关注这次活动,才有机会全面展示自己的产品。”陈钦银说,竞价前该

标的引发了超3000次围观,也间接为其他标的带来了流量。

“采摘权竞价一方面借助数字化工具,优化了浦江葡萄产业的资源配置,打破了农产品生产与消费的信息壁垒;另一方面,也通过新颖的数字化营销方式吸引媒体与消费者关注,扩大了浦江葡萄的品牌曝光度与知名度。”浙江省乡村建设促进会会长蒋文龙认为,线上竞价是品牌化与数字化双轮驱动农业产业发展的一种新模式。

地域农产品IP的品牌传播量,通过线上渠道被无形放大。

社交媒体上,短视频科普加上互联网热梗,让不少外省消费者第一次了解了浦江葡萄的“前世今生”;#浦江葡萄101创始人#等词条,将潜在竞拍者转化为选秀观众,葡萄园化身练习生,让消费者沉浸式体验了一把“养成系”的快乐。

“数字化和品牌化双轮驱动的创新模式,实质是一种农业新质生产力的培育,值得各地‘土特产’借鉴。”蒋文龙说,浦江的探索在全省具有推广意义。

浙江农业数字化水平较高,各地普遍重视区域农产品品牌打造,为线上竞价提供了较好的基础。整片果园打包竞价的形式,适宜企业采购、团建,满足了消费新场景和需求。仙居的杨梅、桐乡的桃李、杭州塘栖的枇杷等土特产,都可尝试借鉴。

(来源:浙江在线)

快递公司收取保鲜服务费是否合理?

仲夏时节,鲜甜多汁的水果集中上市,成为很多家庭餐桌上的佳品,水果等生鲜快递运输服务需求大增。与此同时,一场关于快递保鲜服务费的争议也悄然升温。

近段时间,快递市场关于保鲜服务费讨论热烈。所谓保鲜服务费,并非是冰袋等冷媒包装费用,而是指专属标识、优先中转、优先派送和售后等服务费用,有快递公司按照寄递距离收取3元~5元服务费。

对此,有消费者认为,生鲜容易腐败变质,快递公司推出优先派送等服务并收取一定费用可以理解。但也有消费者质疑,快递费已经包含了运输成本,再收保鲜费属于重复收费。

生鲜物流成本高

7月2日,“重庆爆品”巫山脆李开园上市,盒马鲜生、宜品良果、顺丰和菜鸟速递等多家快递公司,都在果园边设置揽收服务点,实现全国千余城市“次日达”。

各家快递公司都宣称,当日发货当日揽收,川江浙沪皖等地主要城市第二天可送货上门。但寄递价格各异,以2.5公斤鲜李跨省寄送为例,顺丰的邮费为47元,京东为42元,而菜鸟速递仅为24元。

重庆冷链物流协会负责人表示,生鲜物流成本高是不争的事实,以重庆为例,一箱2.5公斤的杨梅,售价200元,但是快递费要30元左右。

“生鲜由于易腐败变质,对于交付的即时性和品质要求都很高,冷链物流配送比常温配送成本至少高出30%。”重庆某冷链企业负责人易先生称,一辆4.2米的冷藏车,可装载3吨到5吨货物,像重庆主城这样一个千万人口规模的城市,配送3个点位,费用基本在350元到450元之间。如果是常温物流,同样情况大概只需要250元到350元之间。

长途冷链运输,成本更高。比如租一辆13.5米的冷藏厢式货车,从重庆到北京单趟费用在1.7万元左右,比常温货运高一半多。

国家邮政局公布的数据显示,2023年,快递行业平均价格9.15元左右,同比下降4.1%,再创新低。快递企业增收不增利的问题已经十分明显。而生鲜物流成本虽高,但却是为数不多的增量市场,成为各企业发力的一个重点领域。

保鲜服务费存在争议

随着生鲜市场的规模扩张,生鲜物流需求快速增长,同时表现出终端订单小、品种多、频次高的特点,加之生鲜腐败变质等问题引发的消费投诉不断增多,一些企业开始拓展收费增值服务。

有快递公司针对生鲜推出了张贴专有标识、提供优先中转、优先派送、禁止投柜和个性化理赔等服务,

并收取保鲜服务费。

对此,有观点认为,为了保证鲜果质量,快递企业所投入的包装设计研发、所开辟的冷链专线、在机场开设的绿色通道等,处处都是开支,因此适当收取保鲜服务费可以理解。

不过,争议也随之而起。在黑猫投诉上,关于保鲜服务费的投诉有数百条。有网友指出,快递公司收了保鲜服务费却未履行保鲜义务。还有网友质疑快递公司是否优先中转、优先派送,消费者根本不知情,感觉这个钱花得不明不白。

有业内人士指出,保鲜服务是为了确保商品在承诺时效内安全送达,是一项基础服务,并不属于增值服务,不应该额外收取费用。

在此背景下,有快递公司近日推出“生鲜平价寄”服务,也提供专属标识、优先中转、优先派送和无忧售后等保鲜服务,确保江浙沪皖次日达、按需上门。价格方面,该快递公司明确不收取保鲜服务费。

该快递公司相关负责人表示,生鲜寄递市场服务单一、价格偏高,市场需要好用不贵的快递产品,既保障物流体验,又降低生鲜农产品流通成本。该公司今年计划全面进入生鲜产区,让消费者和商家有更多选择。

生鲜快递“卷”价格才刚开始

“保鲜费的提出,可以理解为是市场催生的高阶需求,也可以看作是快递物流企业尚未能消化和降低成本、提出的分层付费服务。”重庆工商大学教授莫远明说,既然是分层,必然就要在效率和质量上有更高要求,这是快递业核心竞争力的体现。比如,比普通物流早一天半天送到,不能出现融化解冻现象、到达时箱内温度必须低于户外温度等。

在莫远明看来,“生鲜平价寄”服务的推出,短期内很难带来生鲜物流价格的大幅波动,但从长远来看,会在行业产生“鲑鱼效应”,这或许是生鲜快递“卷”价格的开始。眼前的问题是,有的快递公司对生鲜快递加收保鲜服务费,有的不额外收费,那么到底该不该收费?能不能收费?保鲜服务到底是基础还是增值服务?这都有待消费者来检验。

值得一提的是,生鲜快递是典型的规模经济,只有形成一定的规模效应,冷链物流成本才会下降并且稳定下来。

“收费低,成本也要低,生意才能运转下去。卡好位、不激进扩张是现在我们生鲜业务的战术。”菜鸟速递相关负责人坦言,企业在生鲜领域目前的思路是,不贪大求全,而是聚焦在货量集中的100多个核心城市,以降低成本。

(来源:《工人日报》)

“外卡降费”落地,商户将收获哪些利好?

境外银行卡刷卡手续费较高一直是优化外卡受理环境的难点之一。近期,维萨、万事达等国际卡组织推动相关降费措施落地,银行也纷纷跟进调整,外卡受理环境逐渐产生新变化。“外卡降费”落地对商户有何利好?又将对支付服务水平带来哪些影响?

“最近外卡刷卡手续费下降,大大减轻了商户负担。这不是我们第一次享受政策红利了,今年2月四川就推出了相关政策,为商户新增或升级外卡POS机设备进行补贴。”成都红旗连锁股份有限公司副总经理谭磊介绍,在政策支持下公司加快外卡POS机布设,超三分之二的门店可受理外卡,预计7月底实现近3700家门店全覆盖。

银行卡是国际通用的支付方式,提升卡基支付水平是对接国际、弥合国内外支付习惯差异的重要抓手。3月发布的《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》提出,切实改善银行卡受

理环境。

意见发布后,相关部门密切合作,多地出台相关方案,围绕“食、住、行、游、购、娱、医”划定重点商户,共同推动改善外卡受理环境。截至5月末,主要银行卡组织线下外卡POS机交易165.7万笔、金额29.7亿元,较2月基本实现翻番。

不过,在银行卡受理环境改造的过程中,外卡刷卡手续费较高一直是待解难题。

消费者每在商户刷一次银行卡,商户都要支付一笔手续费。在我国,刷国内银行卡,商户支付的手续费一般是交易金额的0.6%左右,而刷境外银行卡的手续费则在2.5%至3%左右,这直接影响商户受理外卡的积极性。

外卡手续费往往由国际卡组织、收单方、发卡方等参与方共同分配,降低商户的外卡受理成本离不开各方协同发力。

近期,中国支付清算协会发布相关倡议,引导各支付服务主体将国际卡组织费率优惠全部传导

至商户,切实降低外卡受理成本,得到行业各方响应。

记者了解到,维萨、万事达已发布降费通知,根据国际卡组织规则,收单机构也会相应下调除部分特定行业外商户外卡手续费。目前,主要商业银行特定行业外的商户外卡手续费已降至1.5%左右。

维萨、万事达已于6月15日完成在中国大陆地区降费工作系统改造。维萨表示将采取激励措施、引进新型受理工具等,帮助商户快速开展外卡收单业务;万事达则计划在3年内新增数百万万事达卡外卡受理商户,并推动非接触式“拍卡”交易。

据悉,国内收单机构已基本于6月底完成降费工作,下调了除部分特定行业外的商户线下刷卡交易手续费。工、农、中、建、交等国人大行均表示,已于6月15日跟进调整相应商户的收单手续费率,将国际卡组织的让利分毫不差地让渡给商户。

“我行实施费率优惠政策以

来,已惠及商户超4.5万户,助力营造更好的营商环境。”农业银行相关人士介绍,今年以来,农行收单商户外卡交易金额同比增长157%,笔数同比增长188%。

持续推动金融高水平开放,需要打造更加友好、包容的营商环境,进一步提升支付服务水平势在必行。

在相关政策引导下,多家银行持续强化外卡受理环境建设,扩大外卡商户覆盖面,开展商户宣导与培训,提升外卡受理服务水平。截至5月末,建设银行收单商户外卡交易金额同比增长111%,交易笔数同比增长175%;交通银行外卡受理商户数量较2月末净增221%,近3个月交易量同比增长132%。

工商银行相关人士介绍,目前,工行受理外卡POS机商户数已达20万户。工行将持续降低商户受理成本,惠及更多商户,更好完善外卡受理环境,提升外籍来华人员支付便利性。

(来源:新华网)

