

“一盔难求”的电动自行车头盔 你买对了吗?

中国文教体育用品协会正在加紧推进电动自行车乘员头盔团体标准及行业标准的制定工作,并建议消费者,选购头盔应重点关注吸收碰撞能量性能、覆盖面积等指标



□ 本报实习记者 暴梦川

6月1日起,交管部门将对骑摩托车不戴安全头盔的交通违法行为进行处罚,对骑电动自行车不戴头盔的行为加强宣传引导。一时间头盔成为最火热的商品,在全国最大的头盔生产基地浙江省乐清市,甚至出现“一盔难求”的现象。但是,对于消费者来说,电动自行车头盔到底怎么选?什么样的头盔才能保证骑行安全?选购时应重点关注哪些指标?围绕这些问题,记者采访了文教体育用品协会。

骑乘电动自行车不戴头盔死亡率较高

中国自行车协会发布的“行业2019年经济运行分析报告”显示,根据各主产区行业协会调查统计并结合国家统计局规模以上企业数据,2019年电动自行车产量为3609.3万辆,同比增长10.1%。此外,当前国内电动自行车社会保有量已超过2.5亿辆,预计到2050年时这个数字将达到4亿辆。

与不断增长的电动自行车市场相比,电动自行车驾乘人员的安全防护意

识仍需加强引导。根据交通安全相关调查统计显示,近年来,电动自行车交通事故频发,其中因未佩戴头盔导致的死亡比例较高。

据吉林省公安厅交警总队统计,吉林省发生的涉及摩托车、电动自行车和行人(包括自行车)的交通事故死亡人数居高不下,占交通事故死亡总人数的52.8%。而山东省济南市近三年涉及电动自行车的死亡交通事故,不佩戴或不按规定佩戴安全头盔致颅脑损伤死亡的人数占总死亡人数的85.49%。

线上线下销售同样火爆

“我店里的电动自行车头盔都已经卖光了,现在顾客要买必须提前预定。”北京丰台区一家电动自行车商店的工作人员告诉记者,“自从严查电动车头盔这个规定发布以后,基本上每天都有几十名顾客来买头盔。”

记者走访市场发现,许多电动自行车商店这段时间的头盔需求量猛涨,甚至一些商场超市,也开始做起了头盔生意。在河北保定的一所商场内,一家商店甚至用锤子砸头盔的方式展

示自己产品的质量,同时宣传骑行电动自行车佩戴头盔的必要性。

而在某电商平台上,记者搜索“电动自行车头盔”发现,月销量过万的产品已经占满了首页,一款电动车头盔产品月销量高达17万笔,位居销量榜第一。该平台的统计数据显示,5月以来,摩托车及电动车头盔备受消费者关注,不仅搜索量达到了去年同期的8倍,成交额同比增幅也接近400%,而且二线及三线市场增速更为明显。

协会建议:选购应重点关注吸收碰撞能量性能、覆盖面积等指标

虽然市场火热,但是到底应如何选购电动自行车头盔成为不少消费者心中的难题。河北石家庄的消费者张昕蒙告诉记者:“为了买头盔,我从实体店到网店问了个遍,还是不太了解骑乘电动自行车该买什么样的头盔,和骑乘摩托车或是玩滑板所佩戴的头盔相比,有什么区别?而且现在市场上的产品价格差异大,不知道哪种质量更有保证。”

记者采访了中国文教体育用品协会的新闻发言人、副理事长张培生。他告诉记者,消费者在选购电动自行车头盔时应重点关注吸收碰撞能量性能、覆盖面积等指标。张培生表示:“目前还没有政府主导的电动自行车乘员头盔标准,而现在头盔生产企业主要执行的是相近头盔产品的标准或由头盔生产企业制定的企业标准。当前相近头盔产品执行的标准主要包括:GB 811-2010《摩托车乘员头盔》、GB 24429-2009《运动头盔 自行车、滑板、轮滑运动头盔的安全要求和试验方法》、GB 2811-2019《头部防护 安全帽》等。”

张培生建议消费者选择电动自行车骑行头盔产品时,可优先选择符合强制性国家标准GB 811-2010《摩托车乘

员头盔》A类品或者GB 24429-2009《运动头盔 自行车、滑板、轮滑运动头盔的安全要求和试验方法》的产品。

国标行标缺失 团体标准正在制定中

头盔佩戴相关法规监管的从严,将使得未来一段时间,电动自行车头盔的需求量迎来爆发性增长。有消息称,目前中国电动自行车头盔的需求缺口超过2亿。对此,中国文教体育用品协会表示,协会正在积极向政府申请政策扶持;鼓励出口型企业产品转内销;鼓励有能力转产的企业尽快转产,以弥补市场缺口。

虽然未来市场需求明朗,但是适用于电动自行车头盔相关的国家标准和行业规范,目前正处于空缺状态。对此,中国文教体育用品协会介绍,协会正在加紧推进电动自行车乘员团体标准及行业标准制定的有关工作。尽快补齐电动自行车安全头盔标准缺失的短板,并为今后完善相应的国标、行标奠定基础。在制定中的团体标准《电动自行车乘员头盔》,对吸收碰撞能量性能、覆盖面积有更合理的要求,增加了对头盔护目镜的要求,如透光率、屈光性能、强度等指标。

协会表示,随着头盔市场规范化呼声越来越高,监管要求越来越严。由于庞大的市场需求,将吸引更多生产厂家进入头盔生产领域,而头盔产品事关人身安全,因此,国家对市场规范化的要求将更加严格,协会也将以标准为抓手,促进产品质量提升、规范市场发展秩序。目前协会正在加紧制定电动自行车乘员头盔的团体标准,国家标准和行业标准的制定工作也将逐步推进。随着这项团标的及时出台和贯标,头盔制造行业的产品质量将得到有力提升,市场需求将得到满足,消费者权益也将获得进一步保障。

风御寒、夏季可以防雨防紫外线。在挑选时也要注意查看镜片清晰度,若镜片清晰度不够,则会影响到骑行视线,造成安全隐患。同时,消费者在选购带镜片的头盔时,一定要考察镜片的硬度、清晰度,是否防紫外线。

四是挑选合适的尺寸。品牌头盔都会有不同的尺寸,每个尺码对应相应的头围尺寸。戴上头盔,没有夹头的疼痛感,且调节好两侧的织带、扣具,扣上下下巴扣,晃动头部,头盔不晃动,说明头盔尺码比较合适。

代表建议

全国人大代表、浙江卫视首席主播席文建议:

尽快制定电动自行车乘员头盔强制性国家标准

“由于没有强制性国家标准,电动自行车头盔行业存在低价低质竞争乱象,电动自行车驾乘人员的安全无法得到有效保障。”全国人大代表、浙江卫视首席主播席文呼吁尽快制定电动自行车乘员头盔强制性国家标准。

电动车“头盔贵”“头盔少”近日成为街头巷尾、朋友圈的热门话题,“头盔涨价”甚至上了微博热搜。“头盔热”源于公安部交管局的一项部署:今年6月1日起,将查纠摩托车、电动自行车驾乘人员不佩戴安全头盔以及汽车驾乘人员不使用安全带行为。公安部作出部署后,各地纷纷响应。江苏、浙江出台了电动自行车管理条例,对骑车者佩戴安全头盔作了明确规定,明确了处罚标准。陕西、河南等地也作出具体部署。反映在市场上,头盔热销并随之涨价。

席文对头盔的质量和防护效果感

到担忧。“目前,摩托车乘员头盔和自行车、滑板、轮滑运动头盔已有相应的强制性国家标准,但电动自行车头盔标准却还是空白。”标准空白导致电动自行车头盔出现了低质低价竞争现象。席文介绍,他于2019年7月开始对电动自行车头盔生产和销售乱象进行调查,发现企业使用劣质垃圾料生产头盔比较普遍。“我从市场上购买了多顶销量较高的头盔,送往浙江方圆检测集团进行检测,结果全都达不到现有头盔标准的安全防护要求,有的甚至一撞就碎。”

标准的空白还导致了质量监管的尴尬。席文介绍,由于没有国家或行业标准,监管人员无法判断产品合格还是不合格,更难以对劣质头盔生产经营行为进行查办。“惩戒力度的不足,对企业的威慑效果也较小,导致劣币驱逐良币。”

行业趋势



“一盔难求”的背后蕴含着怎样的市场潜力?爆发式增长后市场将会呈现怎样的景象?未来市场需求方向如何?中国文教体育用品协会结合近期市场需求和行业企业发展态势,认为电动自行车头盔未来市场发展体现以下几个特点:

市场需求近期呈爆发性增长,市场饱和后会逐渐平稳。目前运动头盔国内产量为5000万顶左右,产能7000万顶左右。由于电动自行车未来的增长预期及头盔佩戴相关法规监管的从严,会带来一段时期电动自行车头盔爆发式增长。头盔系安全性消耗品,市场饱和后,难以保持长期高速增长,但由于头盔只要发生了碰撞便需更换,还会有持续性的消费,同时随着头盔产品的功能、品质的提升,还会带来产品更新换代的消费新需求。

未来头盔产品品类更加多样化、智能化。随着人们对生命安全的重视,头盔将成为保障相关人群生命安全的必需品。因此,为适应不同车型、不同群体及不同元素追求的多样化需求,头盔品种也将越来越个性化、多样化。同时互联网技术的不断应用,将支撑头盔产品向多功能(如广播音乐、遮光防晒等)、智能化(如导航)方向发展。

中国文教体育用品协会对目前头盔市场需求和行业企业发展态势进行分析后认为,未来头盔需求和后市场会逐渐平稳,头盔市场越来越规范化,监管将越来越严格。但头盔产品的品类会更加多样化,高端产品向多功能、智能化发展。

(郝鹏 秋红)

未来头盔将更加多样化、智能化

选购小贴士

头盔怎么选 关键看四步

为了广大消费者能够更好的选购电动自行车头盔,中国文教体育用品协会提醒消费选购电动车头盔时:

- 一要检查头盔证件是否齐全。每一顶头盔都应该有合格证、警示语、使用说明。其中合格证上要体现产品名称、型号、生产日期、批次号、执行标准、检验结果、生产厂商及厂址地址等信息。
- 二要检查品质是否达标。当头部受

到撞击后,头盔的主材EPS可以通过挤压变形或开裂吸收或分流冲击力,使头部免受致命的冲击力,保护我们的安全。如果头盔没有使用EPS,也就没有安全性可言。

劣质头盔仿EPS外观,使用类似泡沫板的材料,颗粒虚,发泡密度低,根本无法抵御冲击力,选购时可用手捏一捏,正规的EPS材料坚硬、肉眼基本无法看

到形变。

三是关注重点部分。外壳方面,头盔外壳材料虽然是ABS材料,有的工厂使用的是回料,回料顾名思义就是回收其他的ABS塑料,重新注塑为帽壳,使用回料的帽壳,其帽壳强度和性能会打折扣,安全性也会大大降低;镜片方面,电动车骑行者大多会选购大镜片(也称为大面罩)头盔,该类型头盔冬季可以防

肉类及替代肉消费市场观察

创新销售渠道 罐头上线“异军突起”

□ 本报实习记者 闫利文/摄

肉,作为日常生活中必不可少的食材,消费者对其需求只增不减。农业农村部农产品市场分析预警团队牛羊肉首席分析师朱聪预测2020年我国牛羊肉消费量分别为845万吨和534万吨,与上年相比分别增加了1.4%和1.2%。而消费者对于肉类食品需求的上升也在促使肉及肉制品行业不断地创新。

疫情之下,面对足不出户的生活,储存食物无疑成为众多消费者的选择。消费者对于肉类的“欲望”转移到了各类罐头上。作为易于储存且安全美味的食品,罐头也一度成为国内外消费者家庭囤货必备。罐头生产企业也纷纷抓住这一机遇,在保持稳定出口的基础上积极拓展国内销售市场。尝试新的销售方式,转变传统经营模式,研发多样化产品……罐头行业企业在不断探索着新的发展方向。

“带货网红”引流 销售渠道时尚化

“小时候的记忆”“想吃”“根本停不下来”“买它”……各种各样的推荐语在电商平台的直播间层出不穷,与之对

应的是刚上货就被消费者秒光的景象。这样的场景在疫情期间随处可见,主播带货已经成为各行业探索新零售渠道最新尝试,罐头行业也不例外。

5月4日晚,奥运冠军、上海团市委兼职副书记吴敏霞和淘宝主播李佳琦组成“霞琦灵光”组合,为上海品牌带货,直播间上架的上海梅林午餐肉刚上架即秒光。记者了解到,除了上海梅林,欢乐家、昆明德和等多家行业内龙头企业也邀请知名“带货网红”为自己的产品代言代销,均取得了非常不错的网络销售业绩。

上海梅林罐头分公司综合办公室副主任朱雪莲接受记者采访时说:“从这两年开始,公司就尝试一些更加贴近年轻人的宣传、推广活动,涉及到了抖音、淘宝直播、闪电店等。现在看来效果还是很不错的。公司推出的一些新品也更加贴近年轻人,更具时尚化。”

疫情期间,消费者足不出户,关注点也集中在线上,因此线上产品的销量迅速增加。记者从多点APP处了解到,该平台1—4月的肉类罐头销量同比增长160%,GMV同比增长225%。其中,娃哈哈桂圆莲子八宝粥、梅林午餐肉、豆豉鲮鱼等产品最受消费者欢迎。

朱雪莲认为,目前,产品线上的发展趋势增长明显,现在的营销模式需要采取一些多元化组合的模式,相对来说,可能更贴近目前的消费需求。

中国罐头工业协会理事长查全在接受记者采访时也表示,直播带货等新兴电商模式确实为企业销售带来了新机遇,不仅能够促进行业总体销量的提升,对行业和产品也起到了很好的宣传作用,而且其最大的魅力更在于能够吸引新生消费群体,将会更好地促进国内市场的开拓。

肉厂生产罐头 严控食品安全关

创新产品销售方式的企业不仅仅局限于罐头行业,在疫情影响下,消费者对于肉类食品的需求并不会减少,但肉厂想要把肉送出去却也频频遇挫。面对这样的情况,不少肉厂也纷纷探索新型销售模式,转战线上生产即食罐头。

此前有媒体报道,湖南怀化新晃侗族自治县的老蔡食品有限公司复工后面临专卖店牛肉销量巨减等情况,公司负责人谋求破局,抓住线上经济蓬勃发展的机遇,调整经营模式,开发出新产

品并推出“湘老蔡罐装牛肉系列”,送货上门,并制作成罐头加热即食。

肉厂转型生产罐头并不仅仅是在疫情期间才涌现出来。开发新产品,转战线上渠道也不是头脑一热的决定。肉厂转型优势众多,但面临的问题也不容忽视。

谈到关于肉厂转战罐头的生产话题时,查全介绍,近年来随着我国餐饮业的迅速发展和国民消费升级,市场上对肉禽类罐头需求的增加,一些以往以肉禽养殖为主的企业在开始涉水罐头生产,对自产的肉禽原料进行深加工制成猪肉类、牛肉类罐头后进行市场销售。在产业链延伸中,他们具有天然的原料优势,将肉禽原料加工成预包装食品销售,有助于提升产品附加值,提高企业利润,形成多元化发展。但在生产中,建议该类企业首先需严格把控食品安全和食品品质,特别是罐头生产要严格按照罐藏食品生产技术要求进行,另外在产业链延伸中,应做好市场调研,明确市场产品需求,不宜盲目扩大生产。

注重产品研发 稳定出口拓内销

线上销售渠道的创新和肉厂的转



型,仅仅是罐头行业探索国内消费市场的一隅。但是,从罐头出现到现在,它的作用无法替代。随着国外罐头产品出口的的稳定,越来越多的企业也开始明确国内相关销售市场。未来我国罐头行业将如何发展?

查全表示,罐藏食品市场蕴藏着巨大潜力,培养新的经济增长点是罐头行业未来发展的重中之重。第一,要满足市场需求,开发多种产品。第二,开发高附加值产品。第三,开发新型罐藏食品包装材料。同时,要培养新的竞争优势。首先,是核心竞争力;第二,是成本优势;第三,是市场品牌优势。在有关销售渠道方面,我国罐头行业会在稳定出口的同时,积极拓展内销,如在餐饮、烘焙等行业的供应,在零售市场从改善产品口味和增加功能性方面进行努力,满足市场不同需求。

随着国内罐头市场的迅速兴起,发展内销市场成为行业的重中之重。查全建议,以往一些以出口为主的罐头企业,在进入内销市场首先应明确国内相关法律法规,比如食品标签、食品添加剂使用等食品安全国家标准,与国外相关法规在一些地方要求不同,企业应熟练掌握国内相关法律法规,避免在产品销售中造成不必要的损失。另外应积极发展内销渠道,建立销售团队,参加针对国内市场的一些高质量展会,在推广宣传产品中做到有的放矢,同时应对国内市场积极调研,了解市场需求,当前罐头行业主要存在的问题是产品同质化严重,企业在发展中应在产品质量、口感、包装等方面做好创新,形成差异化竞争,不仅有助于市场发展,也有利于提高产品附加值的作用。