

余伟伟、侯天真:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
安全力、曹云霞、雒县汇达置业有限公司:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
黄国杰、王葆霞、商丘弘盛建材销售有限公司:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
周路:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
王俊梅、曹伟:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
关琳、商丘市三鑫房地产开发有限公司:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
侯俊峰、商丘市乐都房地产开发有限公司:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
李业民、刘爱荣、雒县鑫业置业有限公司:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
牛建峰、王鹏飞、马卫华:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
徐建波、杜开云:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
刘金会:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

河南省鹿邑县人民法院  
再释明:本院受理原告鹿邑农村信用合作联社诉借款合同纠纷一案,已审理终结,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起60日内来本院领取民事判决书,逾期即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省商丘市中级人民法院,逾期不上诉即发生法律效力。

### 市场观察

## 新发布的儿童节消费数据表明 成年人买怀旧礼物 儿童自主买书



6月1日,拼多多发布了儿童节消费数据。数据显示,在“六一”儿童节到来前的15天内,购买儿童节礼物相关商品的成年人同比增长了317%,其中,有39.1%的成年用户选购了怀旧零食、怀旧校服等“怀旧专属”的儿童节礼物。

数据显示,在统计周期内,独立支付购买包括盲盒、乐高、手办等礼物的00后用户同比增长了137%。

## 原创儿童音频节目走红 撬动儿童内容消费市场

近几年,儿童数字内容大量涌现,尤其在音频领域表现突出。日前,音频平台喜马拉雅联合“文艺地标”言几又书店发布的《2020亲子阅读趋势报告》显示,内容畅销榜中,国产原创内容上榜率超过68%。

喜马拉雅方面表示:“一批中国原创儿童音频节目上线后持续火爆,收获了不少忠实的小听众。”在喜马拉雅的儿童频道,有三种题材的儿童IP最受学生喜爱。一种是讲述以人文历史、古代诗词为背景的穿越类儿童故事,如《吴有唐朝上学记》,上线三辑累计播放量超千万;一种是讲述以科学知识为背景的儿童故事,如《神探迈克狐》,上线半年累计播放量超过八千万;还有一种是讲述以日常生活、社会热点为现实题材的儿童故事,如《神奇女侠生啦啦》,上线第一季累计已有近五千万播放量。

《吴有唐朝上学记》作者李子木回顾创作初衷时表示:“我们自小学习古诗,很多孩子都有过背诗的经历,然而背了这么多古诗,我们对诗句的写作背景能有多少了解?又有



几个人能说出诗人所处的时代发生过什么重大事件呢?”带着这样的疑问,李子木将唐诗、诗人经历、历史与语文教学相结合,用稚嫩的语言写出了《吴有唐朝上学记》儿童音频故事。每集故事播出前李子木会先讲给女儿听,女儿觉得好玩幽默,能记住诗人的故事、能脱口背出诗句,才算合格。

如今,这些中国音频原创儿童作品IP价值日益凸显,《神奇女侠生啦啦》《吴有唐朝上学记》《神探迈克狐》这些深受消费者追捧音频原创作品,都将在年内出版儿童图书,持续撬动儿童内容消费市场。

(新华)

## 良好消费习惯从娃娃抓起 银行儿童账户渐增



6月3日,是同小朋友10岁的生日,除了生日蛋糕,同同还收到了一份特殊的礼物,一张银行卡。同同的爸爸赵先生表示,送银行卡当礼物,主要是让孩子更深刻地体会到生活的“烟火气”,同时学会计划预算,把有限的资金花得其所。

记者从银行了解到,给不满16周岁的少年儿童办银行卡,很简单,未满16周岁办理银行卡,需监护人持身份证、户口簿同前往银行办理

理;年满16周岁,可凭身份证办理银行卡;儿童卡具有存取款、转账、消费、账户查询等基本功能,还可以办理货币基金、国债、教育储蓄等多种投资,考虑到儿童的自我消费意识不成熟,有的银行规定账户每天最高限额为1000元。

据了解,在辽宁省中山市,拥有银行卡的小朋友不在少数。鞍山银行统计显示,目前在该行14岁以下儿童账户有15万个,随着移动支付的高速发展,儿童账户的数量在逐年增加,一到逢年过节,不少账户都会有进账流水。业内人士表示,眼下多数家长包办了孩子们的衣食住行,很多孩子对商品价格没有概念,也不知道自己一个月消费了多少钱。建议每个月可给小孩一笔小额资金,让孩子自由支配,从而养成合理消费的习惯。(张伟)

## 41批次进口儿童用品不合格被退运

# 不合格塑料玩具多存在薄膜厚度不符合国标要求问题



本报讯(实习记者 暴梦川)日前,海关总署对外公布2020年1—5月份海关查发的部分进口儿童用品质量安全不合格情况,共涉及儿童服装、儿童玩具、儿童用品等6类41批次进口儿童用品,涉及不合格项目达29类,对儿童的安全健康产生了重大隐患,其中包括H&M、ZARA、乐高、巧虎等国内外知名品牌。

从不合格清单发现,儿童服装类涉及13批次产品,存在甲醛、耐久性标签位置、pH值、耐湿摩擦色牢度、耐汗渍色牢度、耐唾液色牢度、使用说明等7类不合格问题。

其中出现4批次pH值不合格的产品,其会破坏皮肤酸碱平衡,从而引起皮肤过敏或诱发感染导致病菌侵入;而根据GB 18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》标准,pH值分为A、B、C三级,每级均有不同要求。

而耐湿摩擦色牢度则有4批次不合格的产品,安全隐患为染料或有害物质可能通过皮肤、口腔等被人体吸收而危害健康。根据GB 31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》中要求,耐湿摩擦色牢度分为A、B两级,每级均有不同要求。

儿童用品类涉及10批次产品,存在饰件、规格尺寸、脱色试验(植物油)、挥发物质、标识标签单丝弯曲恢复率、挥发性物质、鞋勾心长度下限值等6类不合格问题。

## 购买儿童用品别迷信“进口货”

“六一”儿童节是孩子们重要的节日,许多家长都会在这一天给孩子送去礼物。在我们的周围,有那么一些人迷信“进口货”。以为“外国的月亮比中国的圆”,吃的、用的比中国的好,有的甚至组团跑到国外去“扫货”。其实,“外国的月亮不比中国的圆”,“进口货”的质量并不一定“靠得住”。

有数据显示,2018年以来,仅厦门海关监管进口的儿童用品1046批次,货值4334.9万美元,其中不合格的就有13批,货值81.8万美元。据介绍,这些不安全进口儿童用品的商品主要是

### 延伸阅读

## 标准化护航儿童用品质量安全

根据中外玩具网公布的数据,2020年4月,全球主要市场共有54条玩具产品召回信息,其中欧盟非食品类消费品快速反应系统共发布46例,澳大利亚发布6例,美国和加拿大各发布1例。作为玩具出口大国,中国生产的玩具产品是召回的重灾区,这也使中国玩具生产企业蒙受巨大的经济损失。

在这样的形势下,建立一个既掌握我国婴童用品和企业实际情况,又熟悉欧美先进国家婴童用品标准法规和安全体系的专业婴童用品标准化技术机构的需求显得尤为迫切。

6月1日,记者从中国市场监管总局获悉,市场监管总局(标准委)批准成立

要服饰行业在新冠肺炎疫情暴发前后活得相对好的,应该只有运动和儿童这两个细分市场。而相比于巨头林立,格局已经基本确立的运动服饰领域,儿童服饰这一细分赛道在国内还处于百花齐放的状态,行业集中度不高,让这个板块成为不少业内人眼中最后一块蛋糕。

数据显示,自2012年来,中国儿童鞋服行业零售额保持逐年增长的态势,2018年市场规模已经达到2615亿元,预计2020年、2021年、2022年中国儿童鞋服行业零售额将分别达到3302亿元、3710亿元、4169亿元。

### 童装消费面临新一轮升级

随着80后、90后年轻一代父母逐渐成为童装消费的主力军,他们对童装的面料、设计等都更为注重。新的消费观念不仅促进童装消费规模的快速增长

其中巧虎儿童牙刷存在3批次的规格尺寸不合格,根据GB 30002-2013《儿童牙刷》标准,对儿童牙刷的毛面长度、毛面宽度、刷头厚度、刷毛高度、单丝直径、牙刷全长等规格尺寸做出了详细且具体的要求。儿童牙刷规格尺寸的不合格会导致儿童误用,可能会伤及口腔软组织或造成牙表面损伤。

另外还有2批脱色试验不合格产品,根据GB-4806.7-2016《食品安全国家标准 食品接触用塑料材料及制品》中要求,脱色试验指标应成阴性为合格。

儿童玩具类则涉及18批次产品,存

在可触及的锐利尖端、玩具使用说明、玩具警告标识、悬挂连接器和悬挂装置的耐久测试、用于包装玩具中的塑料袋或塑料薄膜、无3C认证等6类不合格问题。

玩具使用说明不达标涉及4批次年代儿童玩具不合格。安全隐患为玩具使用说明不达标,这可能会导致使用者使用不当或误用,从而造成危险或伤害。

应特别引起重视的是,此次不合格清单项目中出现了6批次的用于包装玩具中的塑料袋或塑料薄膜不合格。海关总署指出——这几批次的塑料

这不能不引起有关部门的高度重视和迷信“进口货”的人们的高度警觉,不能被“进口货”模糊了双眼、迷住了心窍。何况有些人“不远万里”,走出国门,购买“进口货”,买回来一看,100%,大于85%的国家标准要求。奶瓶等食品接触产品的主要安全问题有:产品无中文标识标志,挥发性物质超过国家标准限值;纸尿裤的主要安全问题有:产品无中文标识或中文标识不符合国家标准的要求;儿童牙刷的主要安全问题是:部分品牌产品存在品质缺陷等等。

纸尿裤和儿童牙刷,直接影响到儿童的健康和安全,不能有丝毫的麻痹大意。据了解,对以上涉及安全问题的不合格儿童用品,厦门海关已依法作了退运或销毁处理。严峻的事实告

(周志宏)

薄膜没有达到相应的厚度,很容易易沾附与人体鼻腔及口腔位置,造成窒息等危害。

此前,中国质量认证中心华南实验室工程师周健在接受媒体采访时也曾指出,在其检测的玩具类产品中,有些玩具塑料薄膜外包装平均厚度低于标准要求的0.038毫米,厚度过薄容易导致孩子将薄膜吸入口鼻而出现窒息风险,还有一些玩具外壳材料较脆,破碎后容易刺伤孩子。对玩具中使用的无衬里的软塑料薄膜或软塑料袋,在其外形最小尺寸大于100mm的情形下,国家标准对塑料薄膜厚度和穿孔作出了专门的技术规定。

随着近几年我国进口儿童用品市场不断扩大、消费增长迅速、品牌日趋多元。为了保护婴幼儿的健康成长,避免因不合格产品导致儿童安全事故的发生。海关部门也提醒消费者在选购进口儿童用品时应注意的重点事项:一是在购买儿童玩具时,尽量避免选择带有小零件、锐利尖端或锐利边缘等潜在危险的玩具,并在使用前重点关注和阅读年龄分组和警示说明;二是在购买儿童服装时,尽量选择浅色、含涂层涂料较少的服装,购买后要事先洗涤再给孩子穿着;三是在购买儿童牙刷时,要重点留意刷头、刷毛等直接关系儿童口腔健康的部件,尽量选择刷毛柔软且刷毛顶端及刷头形状圆润的牙刷。

诚人们,不能一味相信“进口货”,消费者在购买儿童用品等“进口货”的时候,要谨慎,不能盲目,更不能“跟风”,要看看了,认准了,并一定要到正规渠道购买,既不能贪图“便宜”或“方便”,也不能只买贵的,没买对的;有关职能部门必须依法履行责任,严格把关,确保消费者所购“进口货”,特别是文具、奶瓶等食品接触产品、纸尿裤和儿童牙刷等儿童用品的质量合格和使用安全,以免儿童身心受到伤害。

(周志宏)

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。

据悉,市场监管总局(标准委)高度重视婴童用品标准化工作,已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。

此次成立的婴童工作组由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。工作组还将联系纺织品、鞋服、家具、服装、塑料制品、涂料等近20个传统工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对比,更科学严谨地规范婴童用品的质量安全要求。

对此,此次成立的婴童工作组的重要职责之一就是进一步联系对接国际标

## 市场规模超3000亿元 服装品牌纷纷抢滩

# 童装市场增长势头强劲

越来越多的国内外服装品牌开始进军童装市场。目前,中国童装行业角逐者主要来自浙江、福建、广东,约20多个童装品牌。

与行业整体快速增长、扩容的现状对应的,是中国儿童服饰过于分散、集中度低,10亿体量的玩家屈指可数的现状,这意味着行业还存在很大的整合空间。

据了解,童装市场的受众主要是0—16岁年龄段人群,按价格划分为中高端、中端和低端市场。中国童装行业起步较晚,目前正处于成长阶段,具有市场前景增长迅速、成长空间加大等特

点。但是真正意义上的国产品牌尚没有形成,高端市场长期由国际品牌主导,国内缺乏知名大牌。”

### 国产品牌有机会也有挑战

在浙江省湖州市织里镇,聚集了近1.3万家童装生产企业,7000余家童装电商企业。从最开始只供线下渠道到借助淘宝等电商渠道,2017年,织里童装的线上销售额高达70亿元。

在青岛,即墨区政府此前宣布,该区将与中国纺织工业联合会共建世界级童装产业集群先行区,争取用5—10年时间,将即墨打造成全国首个世界级

童装产业集群。

中国童装市场的集中度远远小于英美等其他发达国家,仍有较高的增长空间。童装市场份额呈现分散化特征,单个品牌的市场占有率和竞争力有限。中投顾问的报告显示,国内童装前十品牌的市场占有率总和为11.3%。

这也给了中小企业一些竞争机会。“高端童装行业还没有形成强势领导品牌,市场中度比较低,童装行业已然成为我国服装业的最后一块蛋糕,谁都有可能成为童装市场的领导者。”前瞻产业研究院在报告中分析,“童装的最终购买

决策者归根结底并不是孩子本身,而是他们的父母。父母的个性化审美也会影响孩子身上,孩子穿什么往往也会彰显家庭品位。因此,越来越多的年轻父母不再对性价比敏感,而是更看重品牌、设计感和个性化。”业内人士说。

(综合)

### 丰台市场监管局之窗

#### 丰台市场监管局多措并举 强化药械流通安全

丰台区市场监管局药械市场科坚持问题导向,严控风险,消除隐患,相继采取多项举措督促企业落实主体责任,提升企业法律意识、责任意识、诚信意识,严厉打击企业违法违规行为,营造辖区良好药械流通环境。一是开展网络销售口罩专项整治行动。二是开展药店常态化疫情防控“哨点”作用专项检查。三是开展无菌和植入性医疗器械专项监督检查。四是开展中药饮片专项整治。五是开展新型冠状病毒疫情防控、呼吸机、医用防护用品、医用口罩、红外体温计五类疫情防控重点产品专项检查。(纪翔飞)