

巾幗家政之星

本期关注

玩具小黄鸭：增塑剂达标率逐年上升

■ 中国妇女报全媒体记者 富东燕

“从2019年的25%、2020年的60%，到2021年的76%，再到2022年的94%，邻苯二甲酸酯达标率逐年上升。”连续4年，针对京东、淘宝、拼多多三大电商平台所售小黄鸭塑胶玩具的邻苯增塑剂含量，深圳市零废弃环保公益事业发展中心无毒先锋团队开展了调查。

“今年的电商平台调查结果显示，小黄鸭塑胶玩具中邻苯二甲酸酯含量的合规性，有了质的改变。”无毒先锋高级项目主任马晓辉说。据介绍，截至5月25日，本次发现的10款超标商品已全部下架，各电商平台已展开内部核查和相关治理工作。

邻苯二甲酸酯，是一种被广泛使用的廉价增塑剂，一旦过量接触，会对人体内

分泌系统造成危害，比如导致女童性早熟、男童雌性化，也可能影响男性和女性生殖系统。因此，国家标准GB6675.1—2014《玩具安全第1部分：基本规范》里对于14岁以下儿童使用的玩具中的邻苯增塑剂限量有明确要求。

4年时间里，为什么小黄鸭会发生质的改变？这种变化背后说明了什么？

无毒先锋行动发起人毛达认为，是各方的努力共同促成了达标率的大幅提升。“这其中包括生产商、商户、电商平台、市场监管部门，以及消委会、消协、行业协会、社会组织、消费者等。此外，还有法律法规的保障。”

深圳市玩具行业协会秘书长刘艳芳介绍，近年来，深圳市玩具行业协会通过玩具安全法规培训、玩具质量简报、供应商交流等形式，开展了多种形式的行业质

量提升行动，一定程度上保证了产品质量的安全。

在今年的检测中，淘宝平台达标率为100%。阿里巴巴平台治理部行业治理专家曾一鸣对此表示，儿童类目的商品非常多，更新换代也快，风险商品的定位并不容易。淘宝自身有一系列涵盖开店、玩具上架等各环节的严格规定，也开发了模型算法来定位风险品类和商品，与此同时，还需要多方共同合作，比如需要与政府监管部门定期进行信息互通、需要消费者在商品页面上对问题商品进行举报监督。“多个通道的信息汇总起来，我们才能更好地定位风险商品。”

事实上，做安全、优质的产品也符合企业的利益。宁波怡人玩具有限公司质量总监嵇伟兵表示，比起材料的成本，更会考虑供应链的总成本。如果

企业的品质管控失效，出现不合格或违法成本，总成本会远远高于前期材料成本。

另一方面，今年的调查报告显示，虽然不达标产品的比例较小，但不达标产品的个体风险仍然很高，在10个超标样品中，有7个样品的邻苯超标倍数超过100倍，最严重的甚至超标697倍。“1%的不达标产品可能对孩子就是100%的伤害。”中国质量认证中心儿童用品与资源循环认证部部长马奇舜表示，增塑剂超标属于化学伤害，短期内消费者不易察觉，因此，应该更加重视玩具的化学安全。她表示，当前儿童玩具可参考的国家标准、行业标准不少，而强制性认证是市场准入制度，是“质量底线”，自愿性认证是“拉质量高线”。它们共同促进玩具产品质量安全。

市场观察

“网红”隔离险遭遇理赔难

专家：保险公司拒赔不应违背常识、常理

■ 魏薇

最近，部分上海市民反映购买“网红”保险产品“隔离险”被拒赔，理由是上海没有中高风险地区，再度将隔离险推上了风口浪尖。

新冠肺炎疫情下，各家保险公司也主动扩展了意外险的保险责任，隔离津贴成了新卖点。这些具有隔离津贴的意外险也被称为“隔离险”。但近日这款保险却因理赔难遭投保人质疑，有的保险公司以材料不符合条款要求、需要集中隔离等各种理由拒绝赔付。

业内人士认为，隔离险引发的投诉对保险行业也是一次教训，对于突发事件和疫情等事件，需要谨慎确定费率和定价，理性客观做好产品责任的宣传和介绍。

一家三口被隔离，有人获赔有人被拒

曾经有多火，现在就有多尴尬。“我现在在压着很多客户，还没让他们提交理赔申请，因为各地防疫政策和隔离证明模板不同，保险公司理赔审核标准和要求也有点混乱，根据前期理赔经验的大部分客户用已有的材料交上去，就被拒赔，所以我就没让客户上传理赔材料。”李岚告诉笔者，因为上海刚复工，对于符合理赔条件的客户，现在正在让他们联系当地居委会重新证明。

不仅保险经纪人为难，投保人也为理赔焦头烂额。投保人兰女士说，今年2月，她为黑龙江省七台河市的父母和妹妹投保了众惠财产相互保险社（以下简称众惠保险）的“惠无忧保险”。

兰女士称，今年3月，她的家人接到居委会和街道办打来的电话，因为大数据

显示兰女士父母和妹妹是密切接触者，兰女士父母居住的整栋单元楼和其住所随后被封，他们三人均被要求居家隔离。

在隔离结束后，兰女士收集齐材料并上传至保险公司的微信公众号上。“约两周后，理赔结果出来，我母亲和妹妹的保险已经结案，分别收到1600元和1400元赔偿金，但是我父亲被拒赔了。”兰女士说。

兰女士表示，客服给出的拒赔理由是哈尔滨防疫政策是密接需要集中隔离。“三个人一起隔离，为什么我父亲赔不了，理赔标准视理赔人员心情而定吗？”

西安的何女士反映，4月17日，她接到了西安市有关防疫部门的电话，被确定为密接人员。当天，她被送到酒店隔离。隔离结束后，她提交了理赔材料。几个工作日，何女士发现，她的提交页面显示“已结案”，还收到了众惠保险发来的短信，称其不符合保险条款约定。“客服说我提交的材料有一页没写清楚，让我重新报案，但我发现页面根本打不开，一会儿打开是空白页，根本没办法重新申请。”

保险公司承诺应赔尽赔

上述消费者购买的“惠无忧”保险产品，保费为59元/年。该产品的保险责任除了意外伤害身故及残疾保险金、猝死保险金、新型冠状病毒肺炎保险金等之外，还包括新型冠状病毒肺炎强制隔离津贴，保险金额为每天200元，最多60天，每次最多30天，保险期间内最多2次。

保单中的“特别约定”中第九条显示，在保险期间内，被保险人因下述两种情况，经保险人认可的各级政府、各级卫健委、街道、管理委员会等国家行政机关或国务院卫生行政部门委托的有关部门的卫生主管机构（但物业管理公司及小区等机构出具的材料不予认可）的通知，要求前往指定的集中隔离点或被要求居家实行强制隔离的，保险人按照保险合同约定给付200元/日的新冠集中隔离津贴。



触发隔离津贴的两种情况：一是被保险人因被当地防疫部门追踪为新冠肺炎确诊或疑似患者的密切接触者而被当地防疫部门要求强制隔离的；二是被保险人居住地或工作所在地、旅行途径或目的地被国家确定为中高风险地区，而被当地防疫部门要求强制隔离的。

众惠保险有关负责人称，针对涉及疫情的理赔，众惠会坚守保险合同的约定，遵守保险条款，只要符合理赔要求和理赔条件的，会应赔尽赔快赔。由于各地防疫政策不同，所以在理赔过程中，可能用户提交一些证明材料不符合公司的理赔要求和理赔条件，众惠会通过公众号在提交材料里表明客户需要补充哪些材料。

保险创新也要兼顾风险

谈到“隔离险”理赔纠纷不断的原因，武汉科技大学金融证券研究所所长董登新在接受采访时指出，主要是由于保险条款存在漏洞。他认为，保险条款应该将承保范围、赔付条件尽可能地看清楚，不能模棱两可，同时双方信息应该是对称的。如果由于条款解释得不清楚，导致消费者无法接受拒赔理由，那么保险公司应当承担一定责任。

北京寻真律师事务所律师王德怡认为，保险公司在设定拒赔条件时，应给予被保险人特别的提示。同时，保险公司拒赔不能违背常识、常理。

他指出，在实践当中，很多人被要求

隔离，并没有得到相关政府部门的书面文件，相关的书面证据难以取得。保险公司不能忽视这些实际状况，要求被保险人提供比较严格的书面证明材料。在王德怡看来，应该坚持实质重于形式原则，在被保险人无法提供书面隔离文件的情况下，可以用其他的证据如小区转运通知、乘车过程、实际被隔离的活动轨迹等证明被隔离的实际情况，上述证据也应该被采纳。

有关“隔离险”虚假宣传、理赔难等现象也引发了监管关注。今年1月，银保监会财险部向各银保监局、财险公司下发了《关于规范“隔离”津贴保险业务经营有关问题的紧急通知》，要求保险公司在产品销售过程应充分履行说明义务，对保险责任、责任免除以及理赔条件等进行充分说明，并依法依约对免除保险人责任的条款作出足以引起投保人注意的提示和说明。

5月30日，中保协向财险行业发布《中国保险行业协会关于财险行业扎实推动稳经济各项政策落地见效的通知》，要求各财险公司不断加强和改进隔离险等疫情相关保险理赔工作，提高理赔效率，在合同范围内实现应赔尽赔。对疫情严重地区开通理赔绿色通道，做到应赔快赔。

“这次事件对保险行业也是一个教训。”董登新分析称，保险的费率取决于事故发生概率，但是遇到突发事件或者疫情，它的发生概率很难测定，因此作为保险公司，其研发风险非常高，需要谨慎考虑保险产品的费率和定价问题。

朱萍：把家政服务办成暖心工程



朱萍，安徽红嫂家庭服务有限公司董事长，安徽省马鞍山市家庭服务业协会会长。

艰辛创业梦

2003年是朱萍人生的“寒冬”。那年，丈夫罹患癌症离世，留下她和女儿相依为命。她努力成为女儿的“大树”，鼓励女儿继续学习，自己做些小生意维持生活。2012年，朱萍在南京第一次接触月嫂服务，便敏锐地意识到，这是一个有发展潜力的行业，她决定回乡创业。

为了摸清这个行业，她经常去全国各地学习培训。一年下来，记录学习要点的纸堆得有一米多高。2013年，朱萍创办和县巾幗月嫂家政服务有限公司以及和县心一职业培训学校。在她看来，家政服务是朝阳产业，要办成暖心工程。2014年，公司被评为安徽省“放心家政”龙头企业，获马鞍山市“优秀家政企业”“诚信榜样”等荣誉。

朱萍积极贯彻家政服务提质扩容，推动转型升级，创新发展。依托培训及互联网技术，对用户、服务人员、合作伙伴在服务执行过程中的数据留痕，结合智能算法，持续提升服务产品的标准化，进一步形成互联网化的快速复制能力。重点启动“社区家政服务站”“居家机构养老”两大项目，建设服务+互联网的生活服务平台，致力于打造“1小时就业圈，15分钟幸福生活圈”，取得了良好的经济效益，被认定为全国家政服务业提质扩容“领跑者”行动示范企业。

引导就业梦

看到身边失业或生活困难的女同胞，朱萍感同身受。她主动与县相关部门对接，为县里的贫困妇女开设免费的脱贫技能培训班，为全县205名建档立卡贫困妇女量身定制家政服务、保洁、育婴培训，为留守人员、下岗人员、失业人员、大学生再就业共培训育婴员、家政服务员、保洁员、养老护理员1.5万余名，向南京、广东、上海等全国大中型城市输送近千名家政服务人员，就业率达到95%以上。

七年多时间，朱萍举办了几百余期技能培训，每期她都亲自授课。考虑到贫困妇女文化程度较低，她设法将抽象的理论化为形象的比喻，浅显的表达。嗓子哑了，她都不在乎。如今，朱萍的免费职业技能培训成了当地群众最爱听的“公开课”，也让家乡的再就业人员、失业妇女、留守妇女走上了工作岗位，走进了“人生的春天”。

共圆幸福梦

积极扶贫济困成为朱萍的习惯。2018年，她组织成立巾幗志愿服务队。逢年过节，朱萍总要用红包包好慰问金，带上米、油、牛奶等食品一起去慰问贫困户和孤寡老人。

2019年，她在和县阳光小区创办了当地唯一一家社区智慧养老中心，让附近老人就近免费在里面活动。新冠肺炎疫情期间，除了参与日常防控工作，朱萍还积极捐款捐物。分别向县红十字会、县人民医院捐赠了40斤消毒液及100箱方便面。

搭建扶贫电商平台，朱萍忙得不亦乐乎。2017年冬天，她搭建“饺子工坊”，为贫困户购置好冰箱、绞肉机、面粉、肉等材料后，通过自己的电商平台，线上线下销售了50万只水饺，帮助每户增收约十余万元。她将自强不息作为人生标尺，将行善助人变成一种习惯，哪里有需要，哪里就有她忙碌的身影以及助人行善的故事。

（供稿：全国妇联妇女发展部）

吸引千万粉丝、卖出5000万本图书，从电视主持到抖音电商“年度人物”

王芳：人生不应当设限，过了40岁也可以重新出发

在直播间的那一次，过往的经历似乎都成了图书带货的加分项。

王芳自小热爱阅读，主持人出身的她口才好、台风正，更重要的是，当妈妈之后，王芳琢磨出了一套育儿理念。

在过去很长一段时间，王芳忙于工作，很少关心女儿的学习。直到女儿三年级时，她才发现孩子的成绩并不理想，尤其是语文。作为学生时期名列前茅的“学霸”，王芳自创方法帮助女儿攻克学习上的难关，还将她的锦囊妙计写进了《穿越历史线 吃透小古文》等书中，用她独创的上百个实用方法教父母如何“不心急带出好孩子”。

于是，王芳就和出版单位的朋友商量，在抖音电商平台上合作直播带货。第一个月，王芳的直播间售出了2000本书。王芳用“老驴磨”来形容那附的感受，然而让她更骄傲的事还在后面：

2000本销量的周期从一个月变为一天、一小时、十分钟到现在的两分钟。去年一年，王芳卖出了5000万本书，九成粉丝有两次回购。

快速吸粉的背后是慢下来的“苛刻”选品

和快消品不同，图书阅读有时间成本，而且不易形成复购，所以图书直播的门槛并不低。在王芳看来，这种高门槛表现在专业度上，尤其在选品方面更考验基本功。“在抖音电商带货不是一件容易的事，需要时刻充电学习。我现在每天都精力充沛，像打了鸡血一样，学习的劲头比当年考大学时还足呢。”作为图书主播，王芳的阅读量不可谓不大，然而也比不上直播间海量的品种。“直播外我要求自己每天读够一定的量，对于没有读到的书，我要求出版单位把内容浓缩到一万字左右的讲稿，让我讲述时有的放矢。”

对于重点品种，王芳还是要求自己必须从头读到尾。“进行重点推荐的时候，你读没读过书，读者很快就能发现，所以这不能糊弄。”

对于选品的标准，王芳列出了几条：首先是看作者、出版单位，引进图书还要考虑译者。之后

考虑的就是这本书的品相，“我希望读者阅读的时候，除了精神的享受，还能获得视觉上的愉悦”。最后则是考虑图书的细节，“比如一本书的目标读者是6岁—12岁的读者，那就要考虑它的插图与拼音情况，看是否方便读者阅读”。

以前做主持人时，王芳平均一年参与1000多期节目，曾一度累到住院，如今做图书带货，她依旧是出了名的“拼命三娘”。王芳直播间的日常直播会选择80个图书品类上架，而进入候选池的品类则按照3倍的数量准备。“选品是重中之重，我只卖少儿类和文教类书籍，力求直播间品类的精准性。读者是孩子，所以我们的选品要求会更高，有时候选品会能开一个通宵。”王芳说。

“能够成为‘后浪’，我为自己感到骄傲”

“带货这段时间以来，我最大的感触是：人生不应当设限。就像我以前永远也想象不到，40多岁的我，还可以去学习新东西，每天都在成为更优秀的自己。”王芳的声音中充满了成就感，她告诉记者，在抖音电商传播知识、科普育儿理念、推介优质图书，这个过程能让更多粉丝成为更好的家

长，也让自己得以成长。

予人玫瑰，手有余香。得益于像王芳一样的每一位内容创作者持续不断地分享，在当下互联网环境里，有关书籍的讨论声量正不断增强。4月23日发布的第十九次全国国民阅读调查，首次提及短视频，表示“视频讲书”方式读书成为新的阅读选择。2021年，抖音电商与国家图书馆、品牌出版社以及文化机构共同发起了“抖音全民好书记划”，在平台上线万本新书和好书，投入千万元资源补贴，助力读者买新书、购好书。今年4月发布的《抖音电商图书行业发展数据报告》显示，每月近3000万创作者在抖音分享知识，“书籍推荐”类内容同比增长441%。

短视频和直播之所以书香弥漫，离不开平台的主动引导与运营，这也意味着兴趣电商这一电商新业态正在图书领域开花结果。5月31日，抖音电商第二届生态大会于线上举行。抖音电商总裁魏雯雯宣布，将升级兴趣电商到全域兴趣电商，通过覆盖全场景、全链路购物需求，满足用户对美好生活的多元需求。会上，王芳被评为“年度人物”。王芳表示，她将不忘初心，秉持有温度、有内容、有思想的讲书方式，把好书带给更多人。

同时，抖音电商也持续关注女性从业者的发展，在抖音电商“寻找同行者·与她同行”项目的助力下，像王芳一样的女性创作者有了更多被看见和关注的机会。“抖音电商给了我重新创业、再度出发的机会。在这个直播带货的时代，能够成为‘后浪’，我为自己感到骄傲。”借自己的经历，王芳鼓励女性创业者们“不为自己设限，放弃既定轨道勇敢转型，在新的领域打出一片天地”。

（数据来自抖音电商）



（王芳受访者供图）

■ 中国妇女报全媒体见习记者 田梦迪

“当主持人的时候，我一年主持1000多期节目。那时我常想，等到45岁，我就该退休了。”曾在内蒙古卫视、北京卫视等多个电视频道担任主持人的王芳告诉中国妇女报全媒体记者，“从来没想过，46岁的我会在抖音电商一年卖出5000万本图书，开启自己全新的事业。”

误打误撞进入“图书圈” 半年做到行业翘楚

直播两年，涨粉千万。

对于2020年刚进入这个领域的王芳来说，这样的成绩是那时的她难以想象的，因为做图书带货对她而言纯粹是“误打误撞”。2020年，王芳的电视节目公司因为疫情陷入停顿，在朋友的建议下，她开始尝试直播，“当时的想法是希望在抖音上推广自己的书，能够有一些收入给员工发工资”。王芳将目光投向抖音电商图书直播，当她站