

2017 年第二季度国内、外流通领域不合格 消费品检测数据汇总及分析报告

作者单位：华测检测认证集团股份有限公司

作者：华测检测消费品检测数据及风险分析组

报告说明

本报告所统计的数据是由华测检测消费品检测数据及风险分析组所搜集的 2017 年第二季度（2017 年 4-6 月）欧盟、美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、日本、阿联酋等国家/地区的政府官方网站所发布的不合格产品通报数据，以及中国公众网络所公布的流通领域质量监测数据，此外还包括 CTI 华测检测实验室检出的有关流通领域的不合格产品数据。本报告主要包括以下几部分：

- 1、概述了报告目的，数据来源及搜集方式；
- 2、数据总揽：介绍了国内、外发布不合格产品的通报概况，各区域所通报的不合格产品类别以及该区域通报数量排名第一的不合格产品类别；
- 3、高风险产品预警：分别针对“中国制造的出口产品”以及“面向中国市场销售的产品”两类市场上的高风险不合格产品，统计分析通报区域分布、不合格产品的原产地分布、不合格产品类别、问题产品的不合格原因分析及改进建议等等，以期达到预警相关企业尽早熟悉并符合国内、外相应产品的标准和要求，以降低产品的风险，提高流通领域消费品的质量水平；
- 4、不合格产品风险分析：消费品或许由于某条测试标准不合格而导致最终的判定结论为不合格，但实际上不合格产品对消费者的影响（包括对人体可能造成的危害、质量及产品功能性、商业诚信及产品信息等三方面）并不明确，也无法客观的作为采购的依据。我们针对不合格产品进行系统性的、科学性的风险级别的判定，其级别涉及到对人体可能造成的危害、质量及产品功能性、商业诚信及产品信息三个维度，阐释该不合格项目对消费者可能造成的实际影响。监管机构可以根据风险的级别及影响做出召回、罚金、整改通告等相应的处置。消费者也可以根据不合格项目的实际影响做出合理的使用及采购决定。

注：本报告中使用的数据及资料来源详见参考文献；相关性分析及抽检结果的预测分析是用 IBM SPSS 统计分析软件来完成的。

免责声明

本报告所有内容，除注明引用第三方内容外，版权均属 CTI 所有。非经 CTI 事先书面授权，禁止引用或引证本刊内的任何信息。对本刊内容任何未经授权的变更、伪造、篡改均属非法，违反者将追究其法律责任。本刊仅限参考使用，并不取代任何法律规定或适用规章；本刊内容仅为资源共享、学习参考之目的，不担保该信息准确无误或满足任何特定标准。本刊不承担由于使用或无法使用本刊提供的信息所引致的任何直接、间接、附带、从属、特殊、惩罚性或惩戒性的损害赔偿。

目录

1 概述	1
1.1 目的	1
1.2 数据来源及搜集方式	1
1.3 本报告数据所涵盖的产品	1
1.4 产品分类规则	2
1.5 本报告数据涵盖的区域	2
1.6 本报告发布的频率	2
2 数据总揽	2
2.1 发布不合格产品通报的区域	2
2.2 通报涉及的不合格产品类型	3
2.2.1 各区域通报批次排名第一的不合格产品	4
2.2.2 各区域通报的不合格产品类别	4
3 高风险产品预警	5
3.1 中国制造的出口产品预警	6
3.1.1 中国输欧盟产品概况	6
3.1.2 源自中国制造的不合格产品类别	7
3.1.3 不合格灯具产品的危害分析	8
3.2 针对面向中国市场销售的高风险产品预警	9
3.2.1 中国通报的不合格产品类别	9
3.2.2 中国通报的鞋类产品的不合格项目分析	10
3.2.3 中国通报不合格产品的区域分布	10
4 本季度消费热点产品风险分析	12
4.1 问题鞋类产品的特征分析	12
4.2 产品各属性与抽检结果的相关性分析及抽检结果的预测	14
4.3 风险分析	16
4.3.1 不合格产品案例风险分析	16
4.3.2 监管单位处置建议	17
4.3.3 企业生产指导建议	17
4.3.4 消费选购建议	18
5 关于华测	18
6 意见反馈	18
附件一 不合格产品风险类型及等级判定矩阵	19
附件二 风险等级评估报告	23
参考文献	27

1 概述

1.1 目的

商品质量关乎消费者的生命健康和切身利益，关系企业信誉，关系国家形象。近年来我国一系列重大质量事件频发，暴露出质量监督工作存在的一系列问题。自 2015 年，华测检测认证集团股份有限公司（以下简称 CTI）作为第三方测试机构，与全国各地省（市）工商行政管理局/质检局/消费者协会等政府部门开展了流通领域的商品质量监督抽检的受托合作。2017 年第二季度，CTI 共承担了来自全国 14 个省 39 个地级市的流通领域的商品质量监督与抽查检验工作，主要涉及的商品种类有：日用及纺织品、电子电器、轻工产品、建筑和装饰装修材料、农业生产资料、机械及安防、电工及材料。

通过持续性的搜集国内、外官方政府发布的不合格商品通报数据，包括中国流通领域公众网站所公布的质量监测数据，以及 CTI 华测检测实验室检出的有关流通领域的不合格产品数据，汇总形成了华测流通领域不合格消费品数据库。从多角度分析不合格消费品大数据，统计不同种类问题产品的风险类别以及问题产品的不合格项目，采用风险分析的办法建立风险分析的模型，以期最终关注相应风险对消费者可能造成的影响，实现在关注及协助企业提升产品质量的同时能对消费者做采购决定时起到一定的帮助和建议。

1.2 数据来源及搜集方式

国内、外流通领域不合格消费品检测数据汇总及分析报告旨在分析各种不合格消费品，我们的数据搜集方式参考 GB/T 30136-2013^[1]附录 A《常见的消费品质量安全风险信息采集渠道和存在形式》，主要包括以下两个方面。

（1）CTI 内部数据：内部数据主要源自 CTI-LIMS 系统海量数据存储。华测实验室一年报告数量约为 100 万份，鉴于本报告主要关注不合格消费品，因此华测内部实验室内部关于流通领域消费品的不合格数据是我们数据统计的主要来源之一。

（2）CTI 外部数据：依据 GB/T 30136-2013 附录 A，CTI 对于外部数据的搜集主要涵盖五个方面：①国内政府部门；②协会及相关组织；③消费者及媒体；④知名企业标准；⑤国外通报数据。世界各地对于消费品质量的关注都可见一斑，因此世界大多数国家均有发布不合格消费品召回案例的网站以及相应的案例说明，CTI 所汇总的国外不合格消费品数据源自类似于欧盟 RAPEX，CPSC 等网站所发布的不合格产品案例。

1.3 本报告数据所涵盖的产品

本报告主要关注与消费者息息相关的流通领域的消费产品，涉及到日用及纺织品、电子

电器、轻工产品、建筑和装饰装修材料、农业生产资料、机械及安防、电工及材料七大类型的消费品（暂不包括食品，药品，保健品，化妆品，汽车等产品）。CTI 内部关于消费品分类规则详见本文 1.4。

1.4 产品分类规则

为方便针对不同种类产品进行不同类别的统计和分析，CTI 参考国家质检总局发布的《产品质量监督抽查实施规范（2015 版）》的产品目录^[2]以及 2016 年修订版的意见，制定了 CTI 内部产品分类规则，并对产品分类进行了编码工作。后续无论是内部数据的汇总还是外部数据的搜集都将依据该规则进行不同种类产品的分类统计分析。

根据该产品分类规则，共将流通领域消费品分为 7 个一级分类，85 个二级分类，以及 458 个三级分类。

1.5 本报告数据涵盖的区域

鉴于本报告的数据来源主要包括内部数据和外部数据两大块，其中内部数据还涉及到 CTI 所测试的国内流通领域消费品的不合格数据，因此国内区域囊括了我国大部分省份。另一方面我们所搜集的外部数据主要源自国内、外官方所发布的不合格产品召回网站，外部数据涵盖的范围包括欧盟^[3]，美国^[4]，加拿大^[5]，澳大利亚^[6]，新西兰^[7]，日本^[8]，阿联酋^[9]、中国^[10]等全球^[11]主要发布不合格产品通报的区域。鉴于各个国家/地区的不合格数据通报频率不一，因此每期报告所具体涵盖的区域需要以报告具体分析数据为准。

1.6 本报告发布的频率

CTI 所编制的《国、内外流通领域不合格消费品检测数据汇总及分析报告》是以季刊的频率进行发布，数据统计分析也将主要以季度为单位进行汇总。

2 数据总览

本部分将就 CTI 所搜集到的 2017 年第二季度的数据进行总概述，具体介绍了国内、外发布不合格产品的通报概况，各区域所通报的不合格产品类别以及该区域通报批次排名第一的不合格产品类别。

2.1 发布不合格产品通报的区域

2017 年第二季度各国家/地区发布不合格产品通报批次的占比详见图 2.1。2017 年第二

季度中国通报的不合格产品的总批次将近是国外的 8 倍。

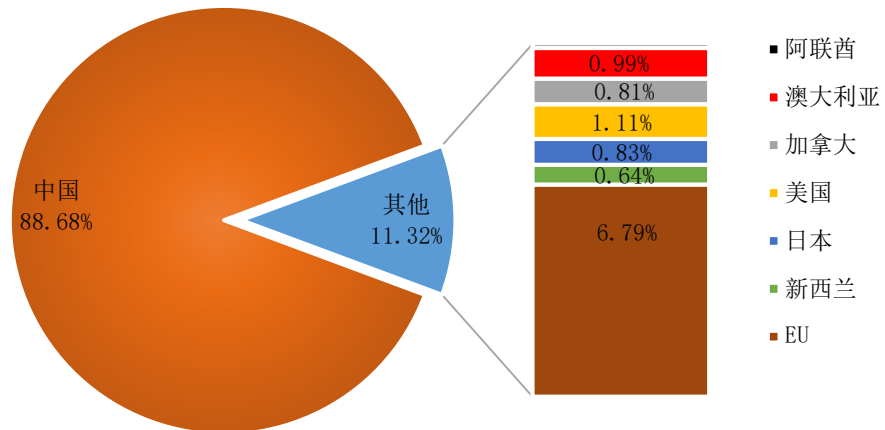


图2.1 2017年第二季度各地区发布不合格产品通报的占比

2.2 通报涉及的不合格产品类型

参考《产品质量监督抽查实施规范》的产品分类规则，2017 年第二季度全球通报的不合格产品共涉及 7 类一级产品，48 类二级产品，192 类三级产品。按照产品的二级分类，通报批次排名前六的产品类别分别是：服装、鞋类、电子产品、家用电器、玩具、纺织品，详见下图 2.2。

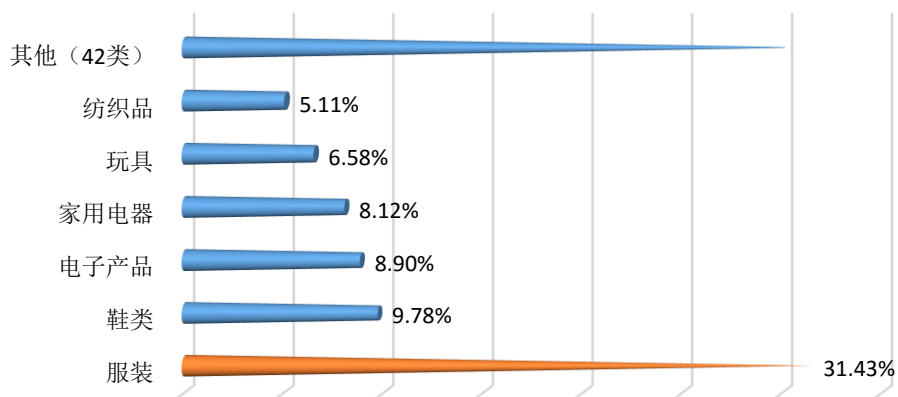


图2.2 2017年第二季度全球通报的主要的不合格产品类别

2.2.1 各区域通报批次排名第一的不合格产品

通过下表 2.1 可以看出 2017 年上半年和 2016 年下半年各国家/地区通报批次排名第一的不合格产品的详情。

2017 年第二季度，中国、日本通报批次最多的不合格产品是服装类产品，欧盟、澳大利亚和新西兰地区通报最多的不合格产品是玩具类，阿联酋通报最多的不合格产品是家用电器类。可以看出，中国、欧盟、日本、澳大利亚、阿联酋这几个国家/地区重点关注的产品基本不变。

表 2.1 各国家/地区通报批次排名第一的不合格产品的详情

通报批次排名第一的不合格产品								
通报国家/地区	2017 年第二季度		2017 年第一季度		2016 年第四季度		2016 年第三季度	
	产品	占比	产品	占比	产品	占比	产品	占比
中国	服装	34.14%	服装	33.05%	服装	22.63%	服装	23.61%
欧盟	玩具	45.83%	玩具	40.95%	玩具	34.03%	玩具	35.76%
日本	服装	36.17%	服装	18.87%	服装	31.03%	服装	20.88%
美国	家具	15.87%	玩具	16.92%	家用电器	16.67%	电子产品	28.17%
加拿大	家具	15.22%	玩具	14.55%	服装	25.53%	电子产品	16.95%
澳大利亚	玩具	21.43%	玩具	29.31%	玩具	26.42%	玩具	22.41%
新西兰	玩具	25.00%	玩具	23.53%	电子产品	21.43%	玩具	25.00%
阿联酋	家用电器	100%	家用电器	73.33%	家用电器	54.55%	家用电器	71.43%

注：各国/地区通报批次排名第一的不合格产品所占比例，具体指的是各国/地区通报批次排名第一的不合格产品的批次，占该区域具体某时间段通报的不合格产品总批次的比例。

2.2.2 各区域通报的不合格产品类别

2017 年第二季度 CTI 所搜集国外 7 个国家/地区通报发布的流通领域的不合格产品数据，其中欧盟通报的不合格产品较多，见图 2.1。下面以欧盟的不合格产品通报数据为例进行分析。

由图 2.3 可以看出，2017 年第二季度欧盟通报的主要的不合格产品包括玩具、照明光源及灯具、服装、日用化工品、电子产品和婴童用品。在《2017 年第一季度国内、外流通领域不合格消费品检测数据汇总及分析报告》^[12]中，欧盟通报的主要的不合格产品包括玩具、服装、照明光源及灯具、劳护用品、电子产品和婴童用品。由此可见，欧盟地区持续高度关注玩具、照明光源及灯具、服装、电子产品和婴童用品这几类产品。

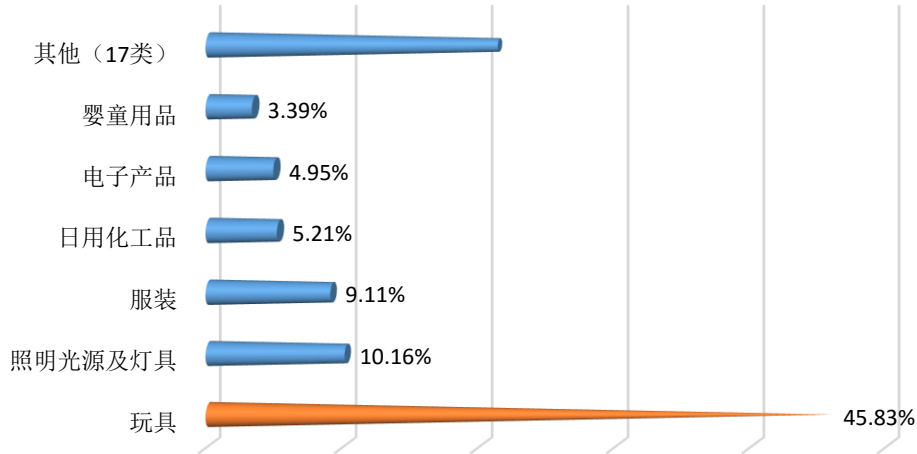


图2.3 2017年第二季度欧盟通报的主要的不合格产品类别

2017年第二季度国外其他国家（除去欧盟，包括美国、日本、加拿大、澳大利亚、新西兰、阿联酋）通报的主要的不合格产品类别见图2.4。这几个地区通报的不合格产品数量较少一些，故汇总在一起。国外通报的不合格产品主要包括：玩具、家用电器、服装、家具、婴童用品和饰品等。

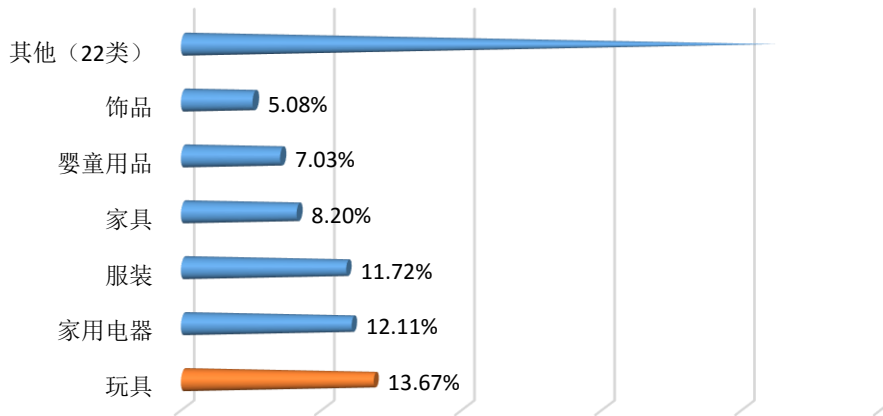


图2.4 2017年第二季度国外(除去欧盟)通报的主要的不合格产品类别

3 高风险产品预警

分别针对“中国制造的出口产品”以及“面向中国市场销售的产品”两类市场上的高风险不合格产品，从发布通报的区域、不合格产品的原产地、不合格产品类别、问题产品的不合格项目及危害等多个维度来综合分析，以期达到预警相关企业尽早熟悉并符合国内、外相

应产品的标准和要求，以降低产品的风险，提高流通领域消费品的质量安全。

3.1 中国制造的出口产品预警

由于各个国家/地区发布不合格产品的通报数据的格式未统一，各不相同，很多地区无法直接获得所通报的不合格产品的原产国；但欧盟地区的非食品类消费品快速预警系统（简称 RAPEX 系统）完全统一了欧盟境内所有国家通报不合格产品的格式，且通报的产品信息齐全。因此，我们以欧盟所通报的不合格产品数据为例进行原产国分析，见表 3.1；2017 年第二季度，美国成功跻身不合格原产地的第二名：原产地为美国的不合格产品占欧盟全部通报的 3.65%。

表 3.1 欧盟通报的不合格产品的主要原产国

产品原产国	不同时间段通报的不合格产品的原产国占比			
	2017 年 第二季度	2017 年 第一季度	2016 年 第四季度	2016 年 第三季度
中国（包括台湾）	73.70%	72.40%	67.85%	70.86%
德国	0.52%	3.06%	2.09%	2.98%
土耳其	2.34%	1.95%	5.01%	2.32%

注：不同时间段的不合格产品的原产国占比，具体指的是欧盟通报的不合格产品的原产国，占欧盟具体某时间段通报的不合格产品总批次的比例。

3.1.1 中国输欧盟产品概况

“中国制造”不合格产品一直高居欧盟非食品类消费品快速预警系统（简称 RAPEX 系统）通报榜首（见表 3.1），且欧盟一直以来都非常关注“中国制造”。一方面反映出中国对外贸易规模不断扩大，中国制造的消费产品在欧洲市场拥有很高的市场占有率；另一方面也折射出中国制造企业对欧盟相关法规指令认知度的缺失。

2017 年第二季度，欧盟通报不合格消费品 384 批次，源自中国（包括台湾）制造的高达 73.70%，详见图 3.1 所示。欧盟地区通报的不合格产品，“中国制造”持续排名第一，近一年欧盟通报的不合格占比详见图 3.2。RAPEX 对“中国制造”的高度关注和严密监控对“中国制造”造成了巨大负面影响，也给广大出口企业带来巨大的直接和间接的经济损失。

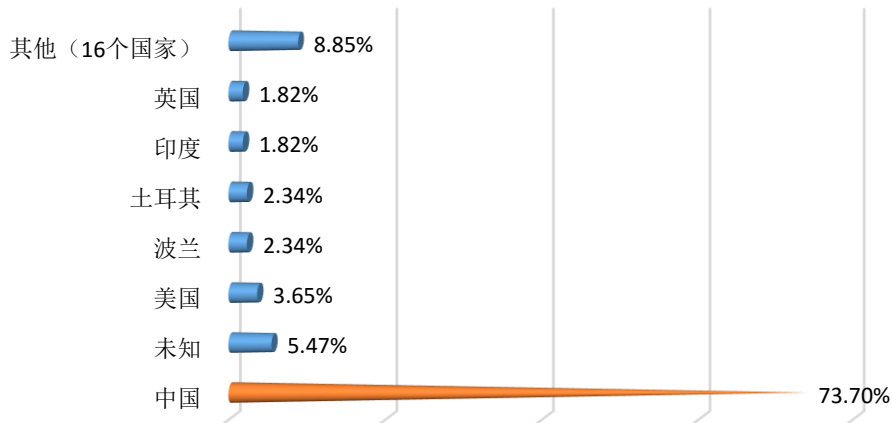


图3.1 2017年二季度欧盟通报不合格产品的主要原产国

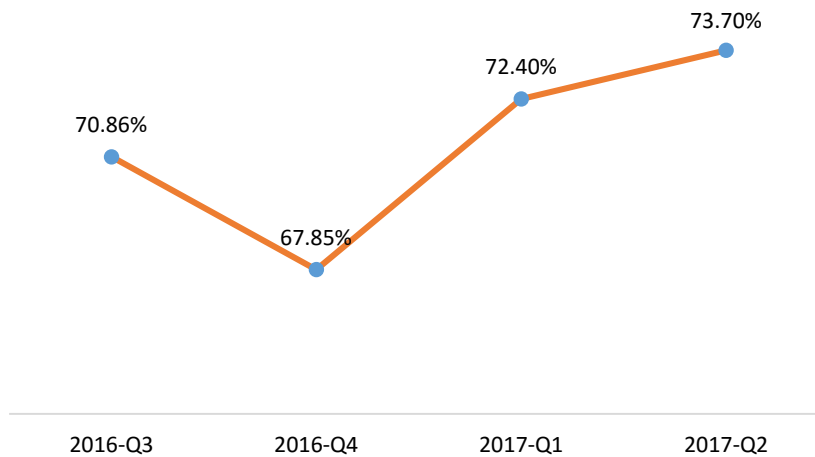


图3.2 2016下半年至2017上半年欧盟通报的不合格“中国制造”的占比

3.1.2 源自中国制造的不合格产品类别

2017年第二季度，欧盟通报的源自中国制造的不合格产品类别，详见图3.3，玩具产品仍然位居首位，占其通报（中国制造）的59.93%；环比2017年第一季度欧盟通报源自中国的问题玩具产品，增长12.62%。玩具产品一直是欧盟的监督管控重点，相关不合格产品的危害及其违反的法规，详见一季度报告^[12]。建议中国意欲输欧的玩具企业务必要熟悉并符合欧盟地区的玩具标准和要求，以降低产品输欧的风险。另一方面，中国企业要树立因质量问题引发信任危机的忧患意识，以行业协会为桥梁形成抱团，避免因内部压价而降低产品质量水平的恶性竞争。

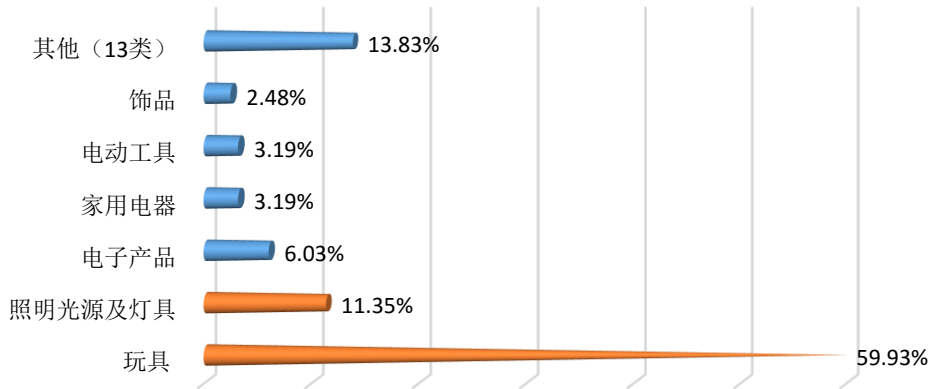


图3.3 2017年第二季度欧盟通报的中国制造的主要不合格产品类别

3.1.3 不合格灯具产品的危害分析

环比 2017 年第一季度欧盟通报源自中国的问题灯具产品占比（11.92%），2017 年第二季度欧盟通报的中国制造的不合格灯具占比仍在同一水平（11.35%）。问题灯具产品可能发生的危害包括：触电、火灾、烧伤、噎塞和其他人身伤害，见图 3.4，通报的产品主要是违反了低电压指令和 EN 60598 的要求。欧盟国家贸易保护色彩越来越浓厚，中国企业应密切关注欧盟相关标准的变更、升级等信息，并有效应对，降低被通报的风险，提升中国产品的国际声誉。

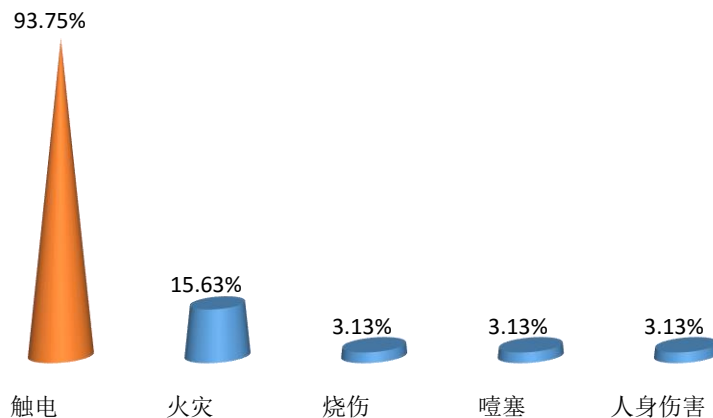


图3.4 2017年第二季度欧盟通报的问题灯具类产品（中国制造）的主要伤害类别

3.2 针对面向中国市场销售的高风险产品预警

近年来，随着电商购物越发普遍，网络购物中的商品质量问题也日益凸显。根据《流通领域商品质量监督管理办法》（2016年5月1日起实行），实体店和网购商品统一纳入流通领域商品质量监管范围，对线上线下经营者一视同仁，统一开展商品质量监管。

2017年第二季度中国采用网络抽检形式监督的主要不合格产品类别包括鞋类、服装、玩具、纺织品、箱包和家用电器，见图3.5。2017年第二季度，中国网抽的不合格鞋类产品环比增长24.39%，跻身为中国网抽不合格产品的第一名，不合格批次与不合格服装类产品持同一水平，不合格鞋类通报占比中国不合格总通报的40.48%。

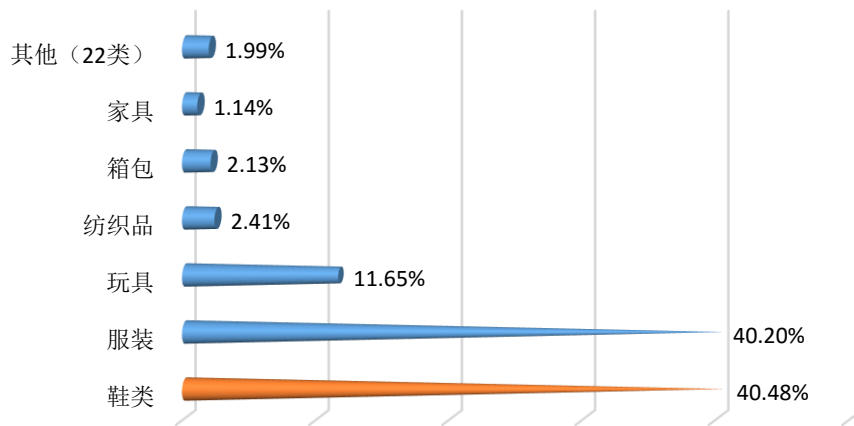


图3.5 2017年第二季度中国网络抽检主要不合格产品类别

3.2.1 中国通报的不合格产品类别

2017年第二季度中国通报的不合格产品批次比重最高的仍旧是服装类产品，占34.14%，环比2017年第一季度的通报，持同一水平。主要是由于该产品涉及所有的消费群体，国内市场流通量大，产品质量安全问题案例较多。通报批次较多的其他不合格产品类别包括鞋类、电子产品、家用电器、纺织品和照明灯源及灯具等，详见图3.6。

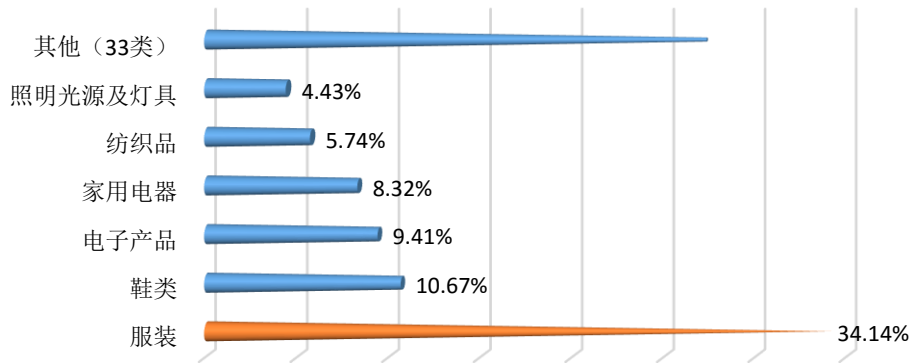


图3.6 2017年第二季度中国通报的主要不合格产品类别

3.2.2 中国通报的鞋类产品的不合格项目分析

2017年第二季度中国通报的不合格鞋类产品，环比第一季度的通报增长3.29%，所涉及的主要不合格项目包括：鞋类产品标识、物理机械性能、感官质量等等，详见图3.7。其中，所涉及的物理机械性能中主要不合格项目包括：成鞋耐折性能、帮底剥离强度和勾心等。耐折性能和剥离强度是鞋类产品的重要质量项目，是涉及鞋类产品的关键功能的指标；且勾心是鞋类产品的极重要质量项目，因其直接涉及人体健康和使用安全。

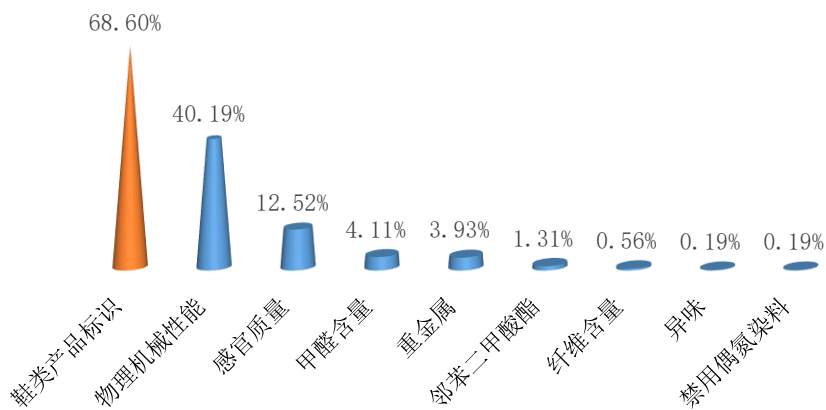


图3.7 2017年第二季度中国通报的不合格鞋类产品的主要不合格项目

3.2.3 中国通报不合格产品的区域分布

2017年第二季度CTI搜集内、外部共20个省/市发布的流通领域的不合格产品通报数据。其中，不合格产品通报批次最多的是江苏省，高达2701批次，是通报批次排名第二（四川省，通报410批次）多的6.6倍，详见图3.8；主要是由于江苏省在2017年6月下旬集

中通报了“2016年下半年江苏省流通领域商品质量抽检结果”。

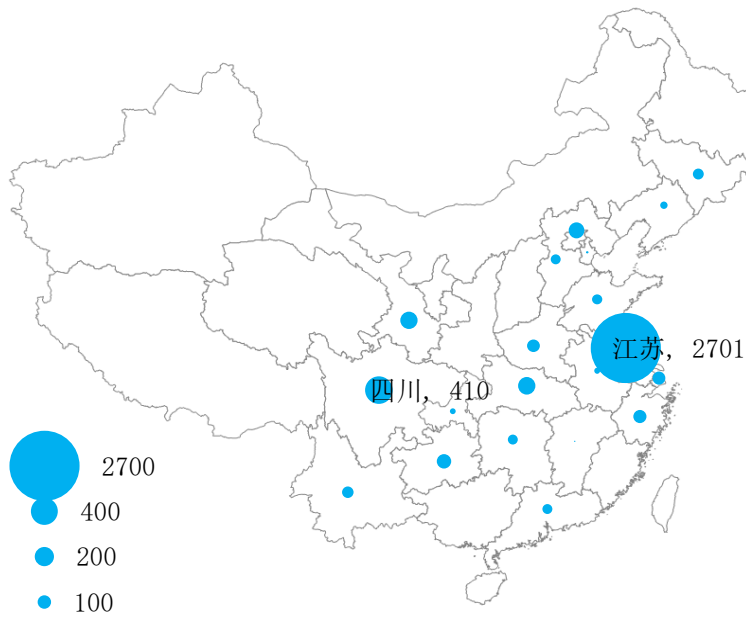


图3.8 2017年第二季度中国发布不合格产品的通报区域

2017年第二季度中国发布的流通领域不合格产品，其中原产地为广东省的不合格产品高达1272批次，见图3.9，原产地是浙江省的不合格产品也高达751批次，位居第二名，与以往持同一水平。

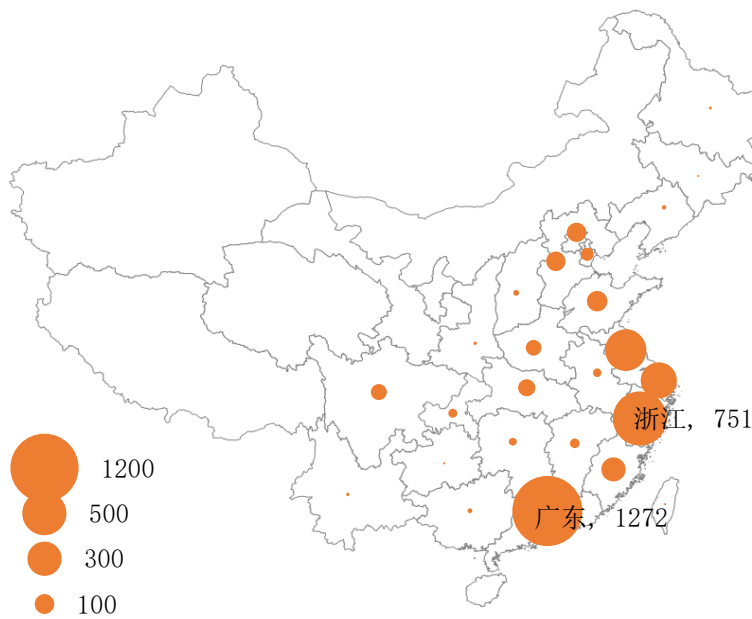


图3.9 2017年第二季度中国通报的不合格产品的原产地分布

4 本季度消费热点产品风险分析

千里之行始于足下，一双舒适的鞋是最重要的装备。自 2016 年 5 月 1 日正式将网购商品纳入流通领域商品质量监管范围，监管部门更是加大力度抽检。2017 年第二季度，网抽的不合格鞋类产品环比增长 24.39%，跻身为中国网抽不合格产品的第一名，不合格批次与不合格服装类产品持同一水平，不合格鞋类通报占比中国不合格总通报的 40.48%。

以下将统计分析问题鞋类产品的特征，数据源:2017 年第二季度 CTI 汇总的中国网抽结果为不合格的鞋类产品数据。

4.1 问题鞋类产品的特征分析

(1) 不合格鞋类产品细分类别特征

2017 年第二季度中国通报的网抽结果为不合格的鞋类产品，主要包括：休闲鞋、童鞋、胶鞋含运动类以及皮鞋、皮凉鞋，详见图 4.1 所示。由图可见，不合格休闲鞋占不合格鞋类总通报的 44.56%，不合格婴童鞋的比例也高达 22.10%。由此可见，线上销售的鞋类商品中，休闲鞋和童鞋暂时是重灾区，建议监管机构后续加大力度抽检。不合格胶鞋和皮鞋类产品不合格占比在同一水平，这两类的商品质量水平相当，但仍有较大提升空间。

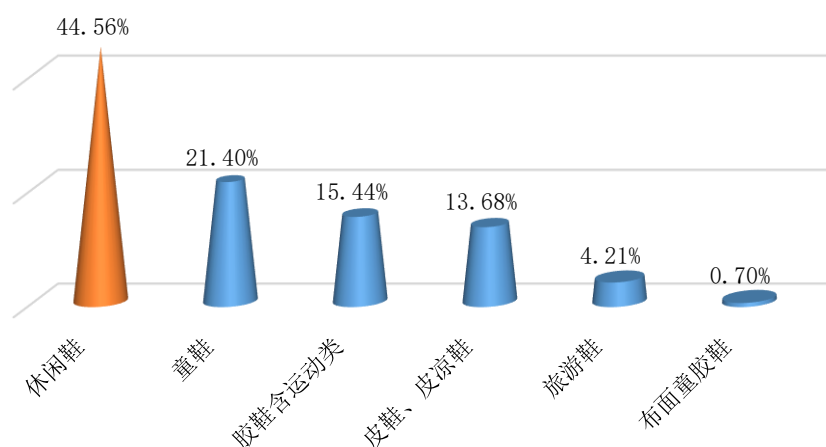


图4.1 2017年第二季度中国网抽结果为不合格的鞋类产品

(2) 原产地特征

2017 年第二季度中国通报的网抽不合格鞋类产品的主要原产地：浙江省和福建省，详

见图 4.2，其中，原产地为浙江省的不合格鞋类占 36.49%，原产地为福建省的不合格鞋类占 17.19%。浙江和福建两省是中国生产制造鞋类产品的大省，是中国的制鞋基地，拥有较为完善的产业集群，是当地的重要支柱产业。建议该区域的生产领域监管部门加大力度监管该类产品的生产企业，提升产品质量，以适应社会需求。

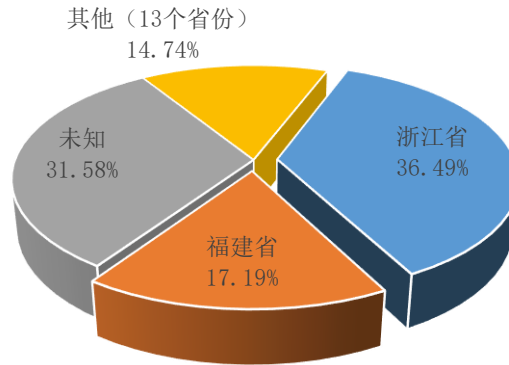


图4.2 2017年第二季度中国网抽不合格鞋类产品的主要原产地

（3）价格区间分布

2017年第二季度中国通报的网抽不合格鞋类产品，其中问题产品的价格集中在70元以下（包括70元），该价格区间的不合格鞋类产品占总通报的72.28%，见图4.3。因此，建议流通领域的监管部门重点监管价格在70元以下的鞋类产品。

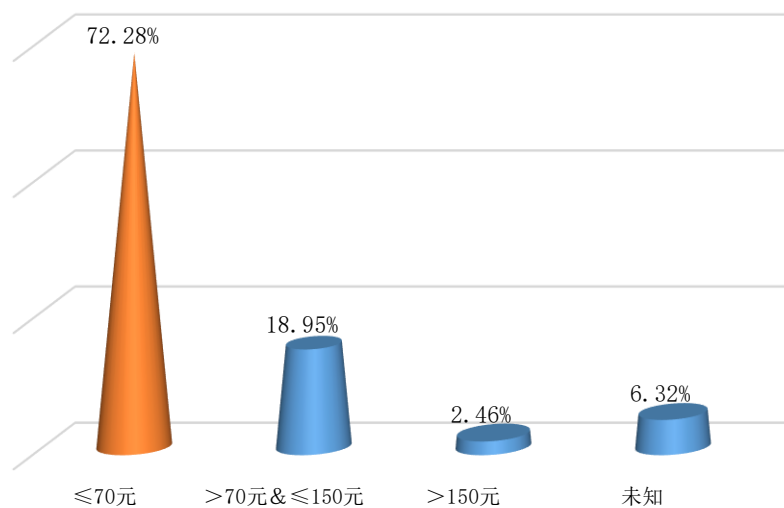


图4.3 2017年第二季度中国网抽不合格鞋类产品的价格区间分布

(4) 品牌特征

经统计 2017 年第二季度中国通报的网抽不合格鞋类产品数据,发现此类产品品牌众多,市场高度分散。尴尬的是,如此众多品牌,但寿命一般不过三、五年。建议生产企业,务必以质量求生存,提高产品档次,找到差异化的竞争策略,成为有品牌影响力和知名度的企业,输出有质量保证的产品。

(5) 不合格项目分析

统计 2017 年第二季度中国通报的网抽不合格鞋类产品数据,以更为弱势的儿童消费者穿着的童鞋产品为例,主要涉及的不合格项目包括:鞋类产品标识、底墙与帮面剥离强度、甲醛含量、外底硬度、外底耐磨性能、帮底剥离强度、感官质量等等。不合格占比最高的是产品标识(高达 71.43%),标识标志是传达产品性能及正确、安全使用的窗口,是传递产品信息的桥梁。产品标识不合格会直接导致选购失败,导致消费者经济损失。生产者、经销商对标识标志要求认识模糊不清、理解不透,有意或无意漏标、错标,而最终导致产品不合格,因小失大。

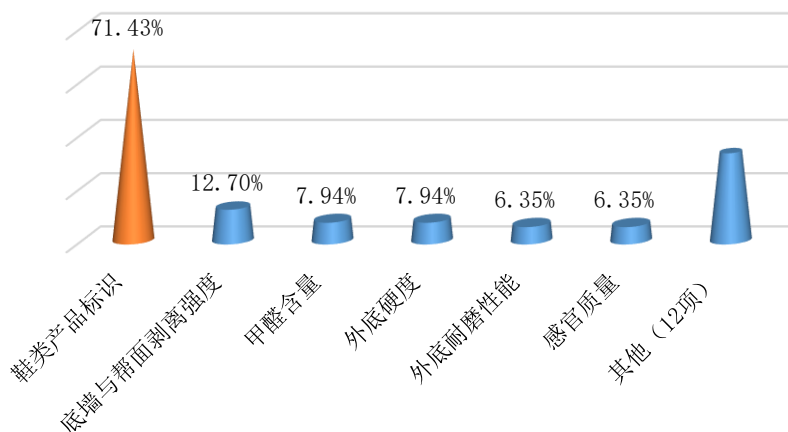


图4.4 2017年第二季度中国网抽问题童鞋产品的不合格检测项目

4.2 产品各属性与抽检结果的相关性分析及抽检结果的预测

本部分将对2017年第二季度CTI承检的鞋类产品数据,进行产品各属性与抽检结果的相关性分析,产品属性具体包括原产地、价格区间、抽检结果。运用SPSS软件的二元logistic回归LR向前法,以抽检结果为因变量,产品各属性为自变量来建立预测模型,通过模型预测产品是否合格;结合ROC曲线优化预测模型,依据产品各属性来预测产品是否合格的准确率

达到87.6%。

因产品类别、原产地、抽检场所、价格区间都是无序多分类变量，抽检结果为二分类变量，故采用SPSS软件的卡方检验来检验产品各属性是否与产品合格有关。

(1)产品细分类别与抽检结果的相关性分析结果：卡方检验皮尔逊卡方渐进显著性(双侧)小于0.05。从统计学意义上来说，产品细分类别与抽检结果存在相关性。2017年第二季度，CTI承检的不合格鞋类产品主要集中在休闲鞋，合格产品主要集中在皮鞋、皮凉鞋。

(2)原产地与抽检结果的相关性分析结果：卡方检验费希尔精确检验的精确显著性(双侧)小于0.05。从统计学意义上说，原产地与抽检结果存在相关性。2017年第二季度，CTI承检的不合格鞋类产品的原产地主要集中在浙江省和福建省。

(3)抽检场所与抽检结果的相关性分析结果：卡方检验费希尔精确检验的精确显著性(双侧)小于0.05。从统计学意义来说，抽检场所与抽检结果存在相关性。2017年第二季度，CTI承检的不合格鞋类产品的抽检场所主要集中在网抽，合格产品的抽检场所主要是专卖店。

(4)价格区间与抽检结果的相关性分析结果：卡方检验皮尔逊卡方渐进显著性(双侧)小于0.05。从统计学意义上来说，价格区间与抽检结果存在相关性。2017年第二季度，CTI承检的鞋类产品随着价格的升高，产品的质量也越好，价格在70元以下的产品，合格率很低。

(5)抽检场所与价格区间的相关性分析结果：卡方检验蒙特卡洛显著性(双侧)小于0.05。从统计学意义上来说，抽检场所与价格区间存在相关性。2017年第二季度，CTI承检的鞋类产品，网抽的销售价格集中在150元以下，专卖店的销售价格集中在150元以上。

(6)抽检场所与原产地的相关性分析结果：卡方检验蒙特卡洛显著性(双侧)小于0.05。从统计学意义上来说，抽检场所与原产地存在相关性。2017年第二季度，CTI承检的鞋类产品，产自福建省和浙江省的鞋类产品主要在电商网络平台上销售。

(7)原产地与价格区间的相关性分析结果：卡方检验蒙特卡洛显著性(双侧)小于0.05。从统计学意义上来说，原产地与价格区间存在相关性。2017年第二季度，CTI承检的鞋类产品，产自福建省的鞋类产品价格集中在150元以下，产自浙江省的鞋类产品价格集中在70元以下。

综上关于鞋类产品的统计分析结果，建议消费者购要慎重购买网络平台上的70元以下的且产自浙江省或福建省的休闲鞋；鞋类产品已成为网络抽检重点，2017年第二季度中国网抽的鞋类产品与服装产品的比重已基本持平；同时，建议生产领域的监管部门可以将浙江省和福建省的鞋类产品生产企业作为重点监管对象。

因CTI承检抽检的抽检区域和产品类别是有限的，并未涵盖全国地区和所有的产品类别，故存在原始大数据局限性，因此上述统计分析结果可能并不能完全反映流通领域的鞋类产品的整体质量情况，所得的结论仅供参考。

4.3 风险分析

消费品或许由于某项目测试结果与规定标准要求不符而导致最终的判定结论为不合格，但实际上不合格产品对消费者的影响（包括对人体可能造成的危害、质量及产品功能性、商业诚信及产品信息等三方面）并不明确，也无法客观的作为采购的依据。我们针对不合格产品进行系统性的、科学性的风险级别的判定，其级别涉及到对人体可能造成的危害、质量及产品功能性、商业诚信及产品信息三个维度，阐释该不合格项目对消费者可能造成的实际影响。监管机构可以根据风险的级别及影响做出召回、罚金、整改通告等相应的处置。消费者也可以根据不合格项目的实际影响做出合理的使用及采购决定。例如某批次商品的风险级别经过分析后判定为低，那么该不合格商品其实对于消费者的实际影响也较低，消费者可以考虑是否基于成本等原因在警觉、知情的情况下继续使用该产品。当然企业也可以根据不合格事件的风险分析结果作为改进的依据。如上所述，CTI 编制了《不合格产品风险分析指南》。关于不合格产品的风险类型（三个维度）及其对应的风险等级的具体判定详见附件一。

4.3.1 不合格产品案例风险分析

依据 CTI 编制的《不合格产品风险分析指南》，具体举例分析 2017 年第二季度 CTI 承检结果为不合格的男童单鞋对儿童（弱势消费者）可能造成的风险，详情如下表 4.1。

表 4.1 不合格通报详情

项目	详情
产品	产品名：男童单鞋 产品类别：鞋类 产品描述： 1、男童单鞋； 2、颜色：棕色； 3、材质：头层牛皮； 4、生产日期：2017/03； 5、执行标准：QB/T 2880-2007
承检机构	华测检测认证集团股份有限公司
日期	2017 年 5 月
检测依据	CTI 内部检测方法； QB/T 2880-2007 《儿童皮鞋》； GB 30585-2014 《儿童鞋安全技术规范》；
检测结果	依据 QB/T 2880-2007 《儿童皮鞋》要求，该产品的“耐磨性能、剥离强度以及鞋类产品标识”均不符合要求。

以下分别从三个维度分析“耐磨性能、剥离强度以及鞋类产品标识”都不合格的男童单

鞋的风险级别。

(1) 质量及产品功能性的风险等级判定：依据附表 2 产品质量及功能性风险矩阵表，该产品的质量及产品功能缺陷风险属于“中等”：因“耐磨性能、剥离强度以及鞋类产品标识”都不合格，可能会引起监管当局警告，可能被消费者投诉，并引起媒体关注；该类质量问题发生的概率为“中等”（1/10000-1/1000），故判定该款童鞋的这类风险属于中风险。

(2) 商业诚信及产品信息的风险等级判定：依据附表 4 产品信息及商业诚信风险矩阵表，提供的产品信息基本完整，判为“1 级”，发生产品信息及商业诚信问题的概率为“不太可能”，故判定该款童鞋的这类风险属于低风险。

(3) 对人体可能造成的危害的风险等级判定：案例中的男童单鞋因“耐磨性能、剥离强度以及鞋类产品标识”不合格，对儿童可能造成的伤害的具体风险，详见附件二。依据附表 5 不合格产品对人体危害的风险矩阵表，该款童鞋的这类风险属于低风险。

依据上述三类风险评估的结果，按照最严重的风险结果，案例中的童鞋对于儿童（弱势消费者）来说，其风险属于中风险。

4.3.2 监管单位处置建议

依据《中华人民共和国产品质量法》，以及《中华人民共和国消费者权益保护法》和《流通领域商品质量监督管理办法》，针对不合格产品常规的行政处罚包括：责令更正，罚批次，责令停止销售。根据 4.3.1 举例的男童单鞋所做的风险评估结果：中风险，CTI 建议监管机构依据《产品质量法》的相关规定处罚销售者，同时督促全市销售者做好相同生产者相同型号不合格商品的退市工作，对于拒不履行退市的销售者依法予以查处。

4.3.3 企业生产指导建议

2017 年第二季度网抽的不合格鞋类产品环比增长 24.39%，跻身为中国网抽不合格产品的第一名。其中，童鞋的主要不合格项目包括：鞋类产品标识、底墙与帮面剥离强度、甲醛含量、外底硬度、外底耐磨性能、感官质量等等。童鞋的消费特性异于成人鞋，在对产品质量的要求上也高于成人鞋。

(1) 生产企业需要熟悉、了解和掌握标准的具体要求，例如，已于 2016 年 1 月 1 日正式实施的国家强制标准 GB 30585-2014《儿童鞋安全技术规范》。生产者、经销者应对标识要求充分理解，有效防止漏标、错标等低级错误的发生。

(2) 企业在生产过程中应采用符合标准的制鞋材料，包括胶粘剂的选择，且严格控制生产工艺，不能一味追求降低成本而更改原材料的配方，导致产品质量不达标。

4.3.4 消费选购建议

儿童是人一生中成长发育最快的阶段，3~12 岁的儿童，每 4~6 个月，脚就增长 1 公分左右。由于儿童身体器官、骨骼、关节、韧带正处于发育高峰期，因此一双好质量的鞋对儿童的身心健康有着巨大的影响。参考中消协发布的儿童鞋比较试验报告^[13]，作为家长在选购童鞋产品时，要注意以下几个方面：

- (1) 尽可能到大、中商场或专卖店购买名优企业的童鞋产品。
- (2) 质地面料要牢固、柔软。以棉布和真皮为好。鞋底以带花纹的橡胶底为好。
- (3) 尺码要合适。以能在鞋后跟插入一个手指为好。
- (4) 款式要选宽头、穿脱方便的。选用松紧口或粘扣带式的童鞋。
- (5) 宜买平底，忌买高跟的。

此外，在选购童鞋时不能光看鞋的“颜值”和孩子的喜好，应从安全性能多加考虑，以稳定性和保护性为主，避免选择小饰品过多的鞋品，以防儿童误食饰品；注意观察鞋内外是否光滑，有无锐利边缘、有无断针等情况，以预防和减少童鞋产品中的潜在不安全因素对儿童的伤害；购买时先闻一下鞋子的味道，如果刺激性气味很严重时应小心购买，尽量选购一些无气味或气味较少的鞋子。

5 关于华测

华测检测认证集团股份有限公司（英文“Centre Testing International Group Co., Ltd.”，简称“CTI”）是一家从事检测、校准、检验、认证及技术服务的综合性第三方机构，在全球范围内为企业一站式解决方案。

CTI 成立于 2003 年，总部位于深圳，在全国设立了四十多个分支机构，拥有化学、生物、物理、机械、电磁、汽车、环境、医学、健康等领域的 90 多个实验室，并在台湾、香港、美国、英国、新加坡等地设立了海外实验室及办事机构。

2009 年 10 月 30 日，CTI 在深交所挂牌上市，股票代码：300012，为深圳市首家在创业板上市的公司，也是国内检测行业首家上市公司。

6 意见反馈

欢迎各位读者反馈您对本报告的意见和建议，或者您所希望看到的分析点，联系邮箱：mka@cti-cert.com。

附件一 不合格产品风险类型及等级判定矩阵

CTI 所编制的《不合格产品风险分析指南》主要从中国流通领域抽检的实际出发，由于中国流通领域的产品抽检主要以国标作为判定合格与不合格的主要标准。消费品或许由于某条测试标准不合格而导致最终的判定结论为不合格，但实际上不合格产品对消费者的影响并不明确，也无法客观的作为采购的依据。我们针对不合格产品进行系统性的、科学性的风险级别的判定，其级别涉及到对人体可能造成的危害、质量及产品功能性、商业诚信及产品信息三个维度，阐释该不合格项目对消费者可能造成的实际影响。监管机构可以根据风险的级别及影响做出召回、罚金、整改通告等相应的处置。消费者也可以根据不合格项目的实际影响做出合理的使用及采购决定。关于不合格产品的风险类型（三个维度）及其对应的风险等级的具体判定详见附表 1。

附表 1：不合格产品风险类型及等级

风险类型	严重风险	高风险	中风险	低风险
质量及产品功能性	完全不能满足关键性功能企业不能修复，消费者正常使用过程发生事故，需要赔偿或者退批次； 监管/执法当局有强制性要求召回或者销毁； 媒体及消费者大范围广泛关注；	不能满足某些功能，消费者要求赔偿或退批次； 监管当局行政处罚； 媒体/消费者关注；	不符合规格，部分功能无法实现； 可能引起消费者投诉和监管当局警告，媒体可能披露；	消费者不容易感知到的功能性要求；
商业诚信及产品信息	系统性的，长期性提供不实的产品信息，影响消费者直接权益；	提供不实产品信息，导致消费者做出不正确的购买决定；	提供不实的或不明确的产品信息，有可能影响产品的维护保养及长期使用状况；	产品信息不合格，但是对消费者的权益没有影响；
对人体可能造成的危害	对消费者有非常高危害，且危害发生的概率非常高；	对消费者有较高危害，且危害发生的概率较高；	对消费者的危害一般，且危害发生的概率也居中；	对消费者危害基本没有或者很细微，危害发生的概率也比较小；

(1) 质量及产品功能性的风险等级判定：CTI 关于产品质量及功能性的风险等级评估主要参考附表 2 所示的风险矩阵表，依据产品质量功能缺陷的严重程度以及质量问题发生的概率，将风险等级划分为四个级别。质量问题发生的概率可参见附表 3。

附表 2：产品质量及功能性风险矩阵表

严重性	后果			该质量问题发生的概率			
	功能	监管部门	声誉影响	极低	中等	高	极高
轻度	消费者不容易感知到的功能性要求	/	企业内部关注，品牌形象没有受损	L	L	M	H
中等	不符合规格，部分功能无法实现	可能引起监管部门警告	可能引起消费者投诉，并引起媒体关注	L	M	H	S
高等	不能满足某些功能	监管部门行政处罚	国内影响，政府介入，媒体和公众关注负面结果	M	H	S	S
严重	某些主要功能故障或无法满足，消费者正常使用过程发生事故	监管/执法当局有强制性要求召回或者销毁	国际影响，品牌形象受损	H	S	S	S

注：S 指严重的风险；H 指高风险；M 指中风险；L 指低风险

附表 3 列出了产品质量及功能性发生问题的概率。

附表 3：质量问题发生的概率

可能性等级	发生概率	特征描述
极低	<1/10000	该质量问题发生概率极低
中等	1/10000-1/1000	该质量问题发生概率中等
高	1/1000-1/100	该质量问题发生概率高
极高	>1/100	该质量问题发生概率极高

(2) 商业诚信及产品信息的风险等级判定：产品可依据附表 4 产品信息及商业诚信风险矩阵表中来评估该类风险等级。

附表 4：产品信息及商业诚信风险矩阵表

完整性	产品信息	商业诚信问题发生的概率			
		不太可能	偶然	可能	很可能
1	产品信息不合格，但是对消费者的权益没有影响	L	L	M	H
2	提供不实的或不明确的产品信息，有可能影响产品的维护保养及长期使用状况	L	M	H	S
3	提供不实产品信息，导致消费者做出不正确的购买决定	M	H	S	S
4	系统性的，长期性提供不实的产品信息，影响消费者直接权益	H	S	S	S

注：S 指严重的风险；H 指高风险；M 指中风险；L 指低风险

(3) 对人体可能造成的危害的风险等级判定：CTI 判定不合格产品的对人体所造成的危害主要参考 RAPEX 风险评估 RAG 软件，评估不合格产品对人体造成危害的风险等级评估见附表 5。需要强调的是如果某一产品有两种或两种以上危害，应对每种危害分别进行风险评估，最终以危害的最高风险等级作为该不合格产品的最终风险等级。

附表 5：不合格产品对人体危害的风险矩阵表

伤害发生概率		伤害发生严重程度			
		严重	高度	中等	轻度
1	>50%	S	S	S	H
2	>1/10	S	S	S	M
3	>1/100	S	S	S	M
4	>1/1000	S	S	H	L
5	>1/10000	S	H	M	L
6	>1/100000	H	M	L	L
7	>1/1000000	M	L	L	L
8	<1/10000000	L	L	L	L

注：S 指严重的风险；H 指高风险；M 指中风险；L 指低风险

综合考虑危害对人体健康以及环境可能造成的影响，本文将伤害的严重程度分为四个等级，四个等级的具体特征如附表 6 所示。

附表 6：伤害的严重程度等级

伤害等级	特征描述
轻度	所造成的伤害或者结果经过常规处理之后（一般急救，不包括去医院就诊），不会影响正常工作或者造成过多痛苦；“轻度”伤害通常可以自行恢复；
中等	所造成的伤害或者结果有必要去急诊，但基本无需去医院。短期之内正常工作可能受到影响并且在半年之内可以恢复；
高度	所造成的伤害或者结果有必要去医院就诊，并且会影响正常工作（超过半年）或者导致永久性不健全；
严重	所造成的伤害或者结果是致命的，包括脑死亡，其结果会影响生育以及后代，或者超过 10%以上的残疾。

补充说明：RAPEX 风险评估软件，简称 RAPEX-RAG，是基于《通用产品安全指令》(GPSD 指令)的要求，按照 2010/15/EU 附录 5 设计出来的一批次风险等级评估软件，其目的提供给欧盟各成员国监管机构一套高效、统一、透明可行的方法来评估产品的风险，并最终改善可能给消费者的健康和带来严重风险的产品的情。

附件二 风险等级评估报告



风险等级评估报告

基本信息

产品

产品名：男童单鞋

产品类别：鞋类

描述：1、品名：男童单鞋； 2、颜色：棕色； 3、材质：头层牛皮；
4、生产日期：2017/03； 5、尺码：30/200； 6、执行标准：QB/T 2880-2007

风险评估人

名：Candy

姓：Su

创始人：华测检测认证集团股份有限公司

地址：广东省深圳市宝安区70区鸿威工业园C栋

产品风险-概述

典型伤害情景 1：低风险 — 因耐磨性能不合格，鞋子外底在正常穿着中会磨损严重，可能影响用户的走路姿势，脚易被磨破。

2：低风险 — 因剥离强度不合格，鞋子在正常穿着中极易出现开口或裂胶等问题，可能影响用户的走路姿势，脚易被磨破。

整体风险：

低风险

典型伤害情景1：年龄稍大的儿童 - 产品构成

产品危害

危险类别：材质

危险类型：产品构成

消费者

消费者类型*¹：年龄稍大的儿童 - 8至14岁的儿童（弱势消费者）

危险怎样给消费者带来伤害

伤害情景：因耐磨性能不合格，鞋子外底在正常穿着中会磨损严重，可能影响用户的走路姿势，脚易被磨破。

伤害的严重性

伤害：擦伤

级别：1 表面 $\leq 25 \text{ cm}^2$

伤害步骤的概率

伤害步骤	几率
步骤1：正常使用	0.95
步骤2：鞋子耐磨性能不合格	0.0635^{*2}
步骤3：鞋子不耐磨，消费者脚被磨破	0.01

计算概率：

0.000600000

总体概率：

> 1/10,000

此情景下的风险：

低风险*³

典型伤害情景2：年龄稍大的儿童 - 产品构成

产品危害

危险类别：材质

危险类型：产品构成

消费者

消费者类型*¹：年龄稍大的儿童 - 8至14岁的儿童（弱势消费者）

危险怎样给消费者带来伤害

伤害情景：因剥离强度不合格，鞋子在正常穿着中极易出现开口或裂胶等问题，可能影响用户的走路姿势，脚易被磨破。

伤害的严重性

伤害：擦伤

级别：1 表面 $\leq 25 \text{ cm}^2$

伤害步骤的概率

伤害步骤	几率
步骤1：正常使用	0.95
步骤2：鞋子剥离强度不合格	0.127* ²
步骤3：鞋子出现开口或裂胶，消费者脚被磨破	0.01

计算概率：

0.001200000

总体概率：

$> 1/1,000$

此情景下的风险：

低风险*³

*1、消费者类型

消费者类型	定义
婴幼儿	0-3岁；
年幼的儿童	3岁-8岁；
年龄稍大的儿童	8岁-14岁；
弱势消费者	包括3岁-8岁年幼的儿童，8岁-14岁年龄稍大的儿童，以及其他身体或精神有残疾的人（例如，部分身体残疾，老年人，包括 ≥ 65 岁，身心能力有部分缺陷的人），缺乏相关经验和知识的人；
极为弱势消费者	包括0-3岁的婴幼儿，以及其他有大面积的或复合残疾的残疾人；
其他消费者	除“极为弱势”和“弱势”消费者以外的其他消费者；

*2、0.0635是CTI统计的2017年第二季度中国通报的网抽不合格童鞋产品发生耐磨性能不合格的概率；0.127是是CTI统计的2017年第二季度中国通报的网抽不合格童鞋产品发生剥离强度不合格的概率。

*3、伤害情景风险级别的判定，参考本报告“附件一”中“对人体可能造成的危害的风险等级判定”附表5：不合格产品对人体危害的风险矩阵表。

参考文献

- [1] 全国消费品安全标准化技术委员会. GB/T 30136-2013, 消费品质量安全风险信息采集和处理指南[S]. 北京: 中国标准出版社, 2014.
- [2] 国家质量监督检验检疫总局. 《产品质量监督抽查实施规范(2015版)》产品目录 [EB/OL].
http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2015/201505/t20150507_438692.htm.
- [3] RAPEX. [EB/OL].
http://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/alerts/main/?event=main.listNotifications.
- [4] CPSC. [EB/OL]. <http://www.cpsc.gov/en/Recalls/>.
- [5] Healthy Canadians. [EB/OL].
<http://www.healthycanadians.gc.ca/recall-alert-rappel-avis/index-eng.php>.
- [6] Australian Competition & Consumer Commission. [EB/OL].
<http://www.recalls.gov.au/content/index.phtml/itemId/952795>.
- [7] The Consumer Advisory Service. [EB/OL].
<https://www.recalls.govt.nz/recalls>.
- [8] 消費者庁リコール情報サイト. [EB/OL].
<http://www.recall.go.jp/index.php>.
- [9] QCC. [EB/OL].
<http://www.manaa.ae/PSS/Search/OnlinePRSearch.aspx?Search=>.
- [10] Global portal on product recalls. [EB/OL].
<http://globalrecalls.oecd.org/>.
- [11] 国家质检总局缺陷产品管理中心. [EB/OL].
<http://www.dpac.gov.cn/xfpzh/xfpgnzh/>.
- [12] CTI 华测检测, 2017年第一季度国内、外流通领域不合格消费品检测数据汇总及分析报告. [EB/OL].
<http://www.cti-cert.com/upload/file/admin/2017/20170522/20170522110545413.pdf>.
- [13] 中国消费者协会, 中消协发布儿童鞋比较试验报告. [EB/OL].
<http://www.cca.org.cn/zxsd/detail/3593.html>.