

## 辽宁10家企业获2019年省长质量奖

本报讯 (记者 孟祥山)2019年12月31日,记者在辽宁省政府新闻办组织的发布会上获悉,2019年省长质量奖公布,评定过程突出服务功能。

据了解,辽宁省政府决定授予大连华锐重工集团股份有限公司、国网辽宁省电力有限公司、本钢板材股份有限公司2019年省长质量奖金奖,授予北方华锦化学工业集团有限公司、东北制药集团股份有限公司、大杨集团有限公司、辽宁禾丰牧业股份有限公司、中国第一重型机械集团大连加氢反应器制造有限公司、辽宁红沿河核电有限公司、辽宁中蓝电子科技有限公司2019年省长质量奖银奖。

据了解,10家获奖企业中,拥有授权专利5263项,制定国家标准121项、

行业标准101项,获得国家和省部级科技奖595项,3家企业全国行业排名第一。获奖企业在社会贡献程度、专利技术、标准引领、科技创新、同行业领先水平等指标上,都处于同行业先进行列。

从行业分布来讲,获奖企业分布装备制造、电力、冶金、石化、医药、纺织、轻工、电子信息8个行业,其中3家为民营企业。“质量月”活动,909家民营企业家参加,开展的品牌价值评价工作,共有114家企业参与,其中民营企业家达到了92家,占比80%。开展的中小企业质量认证现状调查和培训,培训企业2260家。寓服务于质量监管之中,开展的中小企业质量“巡诊”,发放产品质量提升建议书300余份。

## 第二届陕西旅游消费节“惠民”价值3000余万元

本报讯 (记者 樊春勤)2019年12月28日,第二届陕西旅游消费节文体旅融合颁奖典礼暨音乐舞蹈诗剧《奋斗》,在西安唐乐宫举行。

陕旅集团党委书记、董事长周冰在讲话中说,陕旅集团已成为引领陕西省文化旅游体育产业创新发展的先导者和践行者,成为文旅深度融合的探索者和领跑者,2020年,陕旅集团将继续完善“文化+旅游+体育”的战略布局,将“旅游+N”理念注入全产业链条,不断拓宽融合边界,加深融合内涵,提升融合质量。

据陕旅集团党委副书记、董事常梦春介绍,第二届陕西旅游消费节暨体育旅游嘉年华,以“赋能文体旅、年终聚惠趴”为口号,推出持续整月的半

价、特价惠民,已于2019年12月26日上线的1228狂欢日1元门票、1元酒店民宿等,合计特价门票达30余万张,惠民总价值达3000余万元。同时,联合主办方浙江省、江西省旅游集团为本届消费节带来了钱塘江星光夜游、鄱阳湖国家湿地公园、南昌怪石岭生态公园等一大批特价景区。截至目前,第二届消费节专题各渠道访问累计量已突破百万,累计售出半价门票、1元门票等特价票总计10万余张。

同时,本届消费节还整合集团旗下景区、演艺、餐饮、酒店、民宿、旅游交通、电商、旅行社等现代旅游服务的方方面面,推出了惠民大礼“陕旅一卡通”,通过陕旅特惠等平台已限量发售1万张。

## 山西省市场监管局发布房地产等行业十种典型“霸王条款”

本报讯 (记者 李俊文 □ 李晓

玉)2019年12月31日,山西省市场监管局就典型不公平格式条款相关情况举行新闻发布会,山西省市场监管局一级巡视员胡凤莲胡凤莲介绍,近年来,企业经营者利用合同格式条款侵害消费者权益的违法行为是消费领域人民群众和消费者反映较为突出的热点和焦点问题。为进一步加强合同格式条款监督管理,有效遏制消费领域“霸王条款”现象,会上,胡凤莲发布2018—2019年度山西省房地产交易、汽车买卖和网络交易市场等行业十种典型不公平合同格式条款,具体内容如下:

1.利用合同约定免除经营者安全保障义务。

2.经营者以合同条款免除产品质量

保证责任。

3.经营者以交付时消费者检验为由免除己方责任。

4.滥用预付款、定金的概念。

5.限缩经营者责任的条款。

6.混淆不可抗力概念。

7.捆绑消费。

8.免除逾期交房责任。

9.合同双方责任不对等。

10.默示同意其他服务。

消费者权益保护和交易市场监管理处长邢朝义表示,2020年,山西省市场监管局将从加强法律法规和舆论宣传、继续加大“合同帮农”工作,扎实推进“三个一批”工作等方面继续做好合同监管工作,努力营造公平公正的市场秩序环境和安全放心的消费环境。

## 节前逛市场报道(3)

## 消费升级 过年大鱼大肉 OUT啦

□ 本报实习记者 解磊 文/摄

俗话说“无荤不过年”,无论是南方还是北方,沿海还是内地,过年都要有一道很硬的“荤菜”,肉已经成为中国人过年不可或缺的一部分。临近春节,记者在走访中发现,随着消费升级,消费者的嘴巴也越来越挑,不再满足于过去的大鱼大肉,私人定制、植物肉、低脂绿色逐渐成为餐桌上的亮点。

腊味私人定制火爆 肥瘦口味可自选

记者走访了北京市丰台区多家超市和菜市场,主营猪肉、灌肠和腊肉腌制的店面门前,围了不少前来采购的消费者。消费者张女士告诉记者:“我们一家子都是湖北人,吃着长辈腌制的腊肉腊鱼长大的,每年春节,腊味就是‘年味儿’,但是现在我们年轻人哪会这门手艺啊,还好市场上成品挺多,味道也不错。”

摊主指着店内一侧挂着的带有标识的香腊肉告诉记者,这些都是顾客私人定制的,顾客提前一天说好需

要的量,提前准备好猪肉,第二天可以来店里现场看做,然后标上顾客的姓名,在店内腌制。猪肉的肥瘦程度完全由顾客自己做主。记者了解到,为满足顾客不同口味的需求提供便利,除了常见的川味、广味,还有烟熏、咸鲜、海鲜等非传统口味;在灌制香肠的原料上,也推陈出新,已经不再局限于灌制纯猪肉的香肠,除了开发出牛肉、鸡肉、羊肉等新品种外,还可在灌制的过程中掺杂黄豆、辣椒、胡萝卜等蔬菜,根据顾客的不同口味需求进行定做。

## 人造肉登上年货清单

在一家大型超市,记者看到年货区已经陈列着人造肉礼盒,据包装上宣传,主打健康过大年。前来选购的消费者赵女士对记者表示:“新年新气象,吃也得有个新气象。人造肉这段时间这么火,我们也尝个鲜。”

香港某品牌植物肉去年11月底登陆国内某电商平台以来,销量一路走高,消费者王先生接受消费日报记



者采访时表示:“买来植物肉之后做了饺子馅和丸子,饺子黏合性特别好,水汆丸子也完全没问题,无油煎口味香点;口感比较有咬劲,味道与普通豆制仿制品差不多,闻着有点芝麻油味。”也有消费者表示口味比不上素菜做的素肉。

中国肉类食品综合研究中心主任王守伟在近日举办的“2019年食品安全与健康热点科学解读”交流会上表示,“人造肉”是未来食品的标志性产品,具有极大的商业化潜力,加大科技投入是行业未来发力的重要方向。此外,他还透露出,“人造植物肉”国标正在制定中,国标制定也有利于规范、培育“人造肉”市场。

## 外卖年夜饭套餐成趋势

记者在走访中了解到,大多数消费者表示,如今随着生活水平的提高,高蛋白、低脂肪,不油腻成了过年期间的新选择。“过年就应该让肠胃和心情一起变舒坦。”消费者王先生

告诉记者:“以前家里过年总是要准备各种硬菜各种肉,在我的印象中,过年期间,每天睁开眼就是吃肉,而且感觉家家户户吃的都差不多,大猪肘子、红烧鱼、梅菜扣肉、红烧肉、大块的鸡肉、猪肚条等。然后为了不浪费,从初一到十五,仿佛都在吃剩菜。”谈及今年年夜饭时,王先生表示将准备一些海鲜和蔬菜水果,让家人吃得更健康。

此外,记者在网购平台上检索发现,输入“年夜饭半成品套餐”关键词后,出现了一系列相关产品,种类多样,价格实在,基本在200—1500元区间。一些知名餐饮店推出的年夜饭半成品套餐因其价格实惠颇受欢迎。家住北京市西城区的秦先生已经是第二年网购半成品年夜菜了。“我们一家六人聚在一起吃年夜饭,如果要出十几道菜,需要购买很多食材,而这些半成品都是由厨师配好了调料,菜也全部弄好,只要按步骤加工一下就可以吃了,省去买菜、洗菜、切菜等诸多程序,非常节省时间。”秦先生说。



## 双汇与抖音联手打造潮流风暴 引领肉类品牌营销新风向

在移动互联网时代,各行各业都在努力抓住年轻人的心。2020年伊始,双汇与抖音联手,成功打造了肉类品牌营销的全新模式,在互联网掀起一股“双汇潮流风暴”。

## 发起抖音挑战赛 与年轻用户玩在一起

这场“双汇潮流风暴”要从双汇新上市的网红产品——火炫风刻花香肠说起。这款产品主要面向学生和年轻白领,一上市就通过线上营销宣示着其“不甘平凡、炫辣到底”的年轻态度,产品原材料选自双汇自产冷鲜肉,配上来自中国辣椒之乡鸡泽县的剁椒,与优质脆骨融合在一起,打造出了甜辣鲜香的层次味觉感。

为了让“火炫风”更深入年轻人的内心,1月1日至1月3日,双汇在抖音上发起挑战赛“叫我火炫风”,通过“抖音达人+创意贴纸+高流量+奖品激励+用户共创”的“裂变式”形式,让品牌真正地与用户玩在一起,打造现象级品牌传播效应。

2019年,为了深入挖掘每个城市的

独有特色,抖音商业化正式上线了“抖音 In City城市美好生活节”(简称“DIC”),将城市性格与年轻潮流的抖音范儿融合起来,通过明星、达人以及线上资源的助力,打造各地专属的潮流盛典。在这一年中,“抖音 In City城市美好生活节”已经走过北京、杭州、成都、郑州等30个城市。

此外,“无肉不欢”双汇馆成为现场最热网红打卡地,众多抖音达人空降双

汇馆,与粉丝面对面进行游戏互动。此次线上挑战赛,结合线下盛典总冠军,体现了双汇勇于破局创新,在寻求年轻化营销的道路上,积极拥抱消费升级、年轻化及网络文化兴起等市场变化,实施多元化战略,提高品牌的商品力、内容力,精准洞察消费者需求,成功开启独树一帜的“双汇”模式,与年轻人一起玩一起嗨,让品牌走进年轻人的内心。



## 万年矿工会“娘家人工作室”好评不断

了解到,自2018年12月1日至2019年11月30日,海口海关共监管三亚、海口、琼海四家离岛免税店销售免税品1746.42万件、销售金额128.86亿元、消费旅客328.66万人次,较上年同期分别增长31.87%、34.08%和20.10%,热销商品集中于化妆品、箱包和手表三大种类。与此同时,海港离岛旅客免税购物规模不断扩大。自2018年12月28日至2019年11月30日,三亚市内免税店接待进店旅客656万人次,同比增长3.1%,日均接待顾客达2万人次。

三亚市内免税店隶属中免集团(海南)运营总部有限公司,作为政策落地的试点单位,负责运营三亚离岛免税业务。离岛免税政策效应的释放,有助于拉动海南旅游经济增长,推动旅游业提档升级。记者从海口海关了解到,基础里程为8元(夜间22点至次日早4点为9元)。取消每车次1元的燃油附加费。基本运价为2.2元/公里,按实际行驶里程计费,每100米计价器增加0.22元。

(综合)

自2011年4月,海南离岛免税政策实施以来,三亚市内免税店进店人数实现逐年增长。截至2019年11月,三亚市内免税店累计接待进店顾客超4176万人次。其中,2019年1—11月累计接待进店顾客656万人次,同比增长23.2%,日均接待顾客达2万人次。

三亚市内免税店隶属中免集团(海南)运营总部有限公司,作为政策落地的试点单位,负责运营三亚离岛免税业务。离岛免税政策效应的释放,有助于拉动海南旅游经济增长,推动旅游业提档升级。记者从海口海关了解到,基础里程为8元(夜间22点至次日早4点为9元)。取消每车次1元的燃油附加费。基本运价为2.2元/公里,按实际行驶里程计费,每100米计价器增加0.22元。

据了解,基础里程为2.5公里,基础里程价8元(夜间22点至次日早4点为

了解到,自2018年12月1日至2019年11月30日,海口海关共监管三亚、海口、琼海四家离岛免税店销售免税品1746.42万件、销售金额128.86亿元、消费旅客328.66万人次,较上年同期分别增长31.87%、34.08%和20.10%,热销商品集中于化妆品、箱包和手表三大种类。与此同时,海港离岛旅客免税购物规模不断扩大。自2018年12月28日至2019年11月30日,三亚市内免税店接待进店旅客656万人次,同比增长3.1%,日均接待顾客达2万人次。

三亚市内免税店隶属中免集团(海南)运营总部有限公司,作为政策落地的试点单位,负责运营三亚离岛免税业务。离岛免税政策效应的释放,有助于拉动海南旅游经济增长,推动旅游业提档升级。记者从海口海关了解到,基础里程为8元(夜间22点至次日早4点为9元)。取消每车次1元的燃油附加费。基本运价为2.2元/公里,按实际行驶里程计费,每100米计价器增加0.22元。

(综合)

自2011年4月,海南离岛免税政策实施以来,三亚市内免税店进店人数实现逐年增长。截至2019年11月,三亚市内免税店累计接待进店顾客超4176万人次。其中,2019年1—11月累计接待进店顾客656万人次,同比增长3.1%,日均接待顾客达2万人次。

三亚市内免税店隶属中免集团(海南)运营总部有限公司,作为政策落地的试点单位,负责运营三亚离岛免税业务。离岛免税政策效应的释放,有助于拉动海南旅游经济增长,推动旅游业提档升级。记者从海口海关了解到,基础里程为8元(夜间22点至次日早4点为9元)。取消每车次1元的燃油附加费。基本运价为2.2元/公里,按实际行驶里程计费,每100米计价器增加0.22元。

据了解,基础里程为2.5公里,基础里程价8元(夜间22点至次日早4点为9元)。取消每车次1元的燃油附加费。基本运价为2.2元/公里,按实际行驶里程计费,每100米计价器增加0.22元。

三亚市内免税店隶属中免集团(海南)运营总部有限公司,作为政策落地的试点单位,负责运营三亚离岛免税业务。离岛免税政策效应的释放,有助于拉动海南旅游经济增长,推动旅游业提档升级。记者从海口海关了解到,基础里程为8元(夜间22点至次日早