

人社部启动近年规模最大的网络招聘活动

本报讯 日前,记者从人力资源社会保障部获悉,3月20日人社部会同有关方面启动了主题为“职等你来 就业同行”的百日千万网络招聘专项行动。此次行动将通过搭建全国统一、多方联动的网络招聘平台,集中开展线上招聘活动,提高劳动力市场供需匹配效率,为劳动者和用人单位提供高效便捷服务。此次行动为期百日,将持续至6月底,提供超过千万个就业岗位,为近年来规模最大、覆盖范围最广的网络招聘活动。

消费日报

2020年3月26日
星期四
总第7688期
第4747期
今日8版

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

多地发布儿童口罩团体标准 突出安全要求和人性化设计
成人口罩“缩小版”非儿童专用

□ 本报实习记者 闫 利

口罩是预防病毒传播的第一道防线,儿童口罩也成为众多家长关注的重点。将成人口罩尺寸改小就是儿童口罩吗?除尺寸之外,企业生产儿童口罩还需要注意哪些问题?

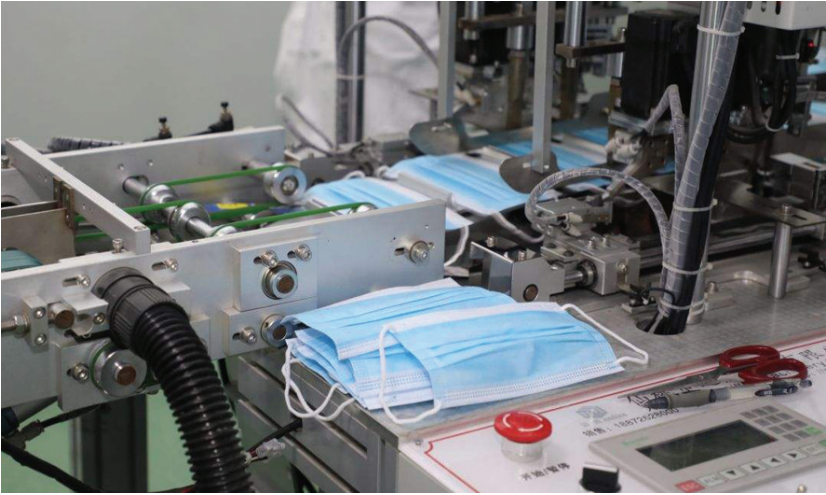
今年3月,四川省、浙江省和广东省先后发布儿童口罩团体标准,便利消费者选择适宜儿童佩戴的口罩同时也满足企业与市场监管的需求。

线上儿童口罩“五花八门”

在疫情期间儿童没有合适尺寸的口罩,一些家长把成人口罩剪开,只留出孩子的眼睛部分。这样的现象不令人产生疑问:市场上难道没有儿童口罩吗?

记者在近两个月频繁出入山西省太原市阳曲县的药店以及商场购买口罩,在购买口罩的多家药店以及超市中,基本没有看到儿童口罩的身影,货架上的口罩一致为成人口罩。3月20日,记者在荣康药店询问工作人员,该工作人员称药店只有一性成人口罩。如果要购买儿童口罩,可以去网上看看。

随即,记者在淘宝搜索“儿童口罩”,在搜索结果中,多数为一次性儿童口罩,口罩样式不一,产品上标注的使用年龄也不相同,有的口罩标注赠送防勒器。记者随机选择两个品牌儿童口罩进行对比:好孩子儿童口罩,适用年龄为4—10岁,口罩尺寸为135×80mm。鑫耀青旗舰店的一次性儿童防护口罩适用年龄为3—12岁,口罩尺寸为145×90mm。两个品牌的口罩的尺寸明显不同,而其适用年龄存在交集。此外,还有一些品牌的口罩适用年龄以6



岁为分界,多数产品在包装上标有“儿童专用”字样。而在商品评价中,不少消费者提到在实体店买不到儿童专用口罩,在网上买来试试。

儿童口罩生产有标准可依

目前,多数口罩的生产标准都是以成人为主要适用群体,我国并未专门出台儿童口罩强制性或推荐性标准。由于我国缺失关于儿童口罩的标准,企业在此次疫情中生产儿童口罩存在无标可依的问题极为明显。在这一情况下,多地发布相关标准助力企业生产。

3月22日,记者在全国团体标准信息平台查询涉及“儿童口罩”相关标准发现:3月10日,四川省机械工程学会发布《一次性儿童用防护口罩》;3月13日,浙江省发布了《儿童口罩》团体标准;3月19日,广东省也发布《一次性使用儿童口罩》团体标准。团体标准的发布为推动儿童口罩的规范化生产提供行动指南。

此外,3月20日,国家市场监督管理总局标准技术管理司发布关于征求《儿童口罩技术规范》(征求意见稿)意见的通知。

记者了解到,四川省发布的标准主要适用于年龄为3—14岁的儿童,在校集中学习和活动及普通医疗环境中佩戴,以防止和阻隔口腔和鼻腔呼出或喷出污染物的非灭菌型一次性防护口罩的设计和生。浙江省发布的《儿童口罩》团体标准的技术指标要求主要依据和参考了GB/T 32610-2016《日常防护型口罩技术规范》、YY 0469-2011《医用外科口罩》、GB31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》等多个标准,并针对儿童特点,提出了基本要求、外观要求、内在质量要求、微生物指标、实用性能等5大方面的技术要求。广东省《一次性使用儿童口罩》团体标准,也根据儿童口罩的实际使用情况,精准制定口罩外观尺寸、鼻梁结构、过滤效率、微生物指标、生物学评价等相

关性能指标。

人性化设计要与安全同行

近日,多省相继发布关于儿童口罩生产的团体标准。虽然标准内容不同,但其整体方向一致。对企业在生产儿童口罩时需要注意的事项均有提及。口罩尺寸,儿童心肺功能较弱,口罩的呼吸舒适性也极为重要。除此之外,儿童口罩于成人口罩的区别还有很多方面需要注。

以广东省发布的儿童口罩团体标准为例,据相关人员介绍该标准具有六大特点:安全性更强、指标更先进、舒适度更高、内容更适用、产业链更协同、设计更人性化。该标准以医用口罩的安全性能要求为基础,要求儿童口罩的主要性能高于医用口罩标准。标准规定颗粒过滤效率的要求由医用外科口罩的30%提高到80%。同时,针对采用印花工艺等使用涂料、染料

的口罩,增加了甲醛含量(≤20mg/kg)和pH值(4.0-7.5)的要求。同时,考虑到儿童肺活量普遍低于成人,但通气阻力过低又会影响口罩的过滤效率等实际,在保证安全性的前提下,参考国际和国内标准以及行业现状,科学确定了通气阻力和过滤效率的指标。此外,在口罩的外观实际上,该标准鼓励生产企业在口罩外层增加图案、调整颜色,以增加吸引力。

口罩的最根本要求是保障使用者的安全,在质量安全的前提下提高佩戴者的舒适度则是企业在生产产品时需要关注的重点。业内专家认为,口罩生产企业想要在儿童这一特殊群体中得到更高的评价,口罩在满足防护功能的前提下或许还需要体现更多人性化的设计。

业,增强经济发展新动能。

加大国家科技成果转化引导基金对科技型中小企业的融资支持。推动设立支持新药、医疗装备、检测、疫苗等领域的子基金,加快抗疫攻关科研成果的转化和产业化。引导已设子基金加大对疫情重点地区科技型中小企业的支持。会同有关部门研究推动科技成果转化贷款风险补偿试点,引导地方政府和商业银行积极支持科技型中小微企业发展。

科技部通知要求开展高新技术企业上市培育行动

本报讯 3月21日,科技部印发《关于科技创新支撑复工复产和经济平稳运行的若干措施》的通知,通知提出,开展高新技术企业上市培育行动,加强对高新技术企业的对接服务与培训指导,与证监会、上交所、深交所等加强合作,畅通高新技术企业上市融资渠道。

通知指出,充分发挥国家高新区在推动复工复产中的重要载体作用。实施科技型中小企业创新发展行动。加大对高新技术企业的激励引导。实施先进技术推广应用“百城百园”行动。培育壮大新产业新业态新模式。开展科技人员服务企业专项行动。推动科技特派员助力保障春耕生产和扶

贫攻坚。扩大高校毕业生就业渠道。

大力推动关键核心技术攻关,加大5G、人工智能、量子通信、脑科学、工业互联网、重大传染病防治、重大新药、高端医疗器械、新能源、新材料等重大科技项目的实施和支持力度,突破关键核心技术,促进科技成果的转化应用和产业化,培育一批创新型企业和高科技产

工信部通过数字化赋能中小企业
实施《中小企业数字化赋能专项行动方案》
工信部实施《中小企业数字化赋能专项行动方案》,通过数字化赋能中小企业。包括着力运用信息技术加强疫情防控,促进企业尽快恢复生产运营;加快发展在线办公、在线教育等新模式,培育壮大共享制造、个性化定制等服务型制造新业态;搭建供应链、产融对接等数字化平台,帮助企业打通供应链,对接融资链;强化网络、计算和安全等数字资源服务支撑,加强数据资源共享和开发利用;推动中小企业实现数字化管理和运营,提升智能制造和上云用云水平,促进产业集群数字化发展。
下一步,工信部将广泛征集一批技术力量强、服务效果好的数字化服务商,鼓励数字化服务商向中小企业和创业团队开放平台接口、数据、计算能力等数字化资源,提升中小企业二次开发能力。同时利用“企业微课”等线上平台,面向中小企业开展数字化网络化智能化技术培训。



国内景区陆续开放,旅行社部分经营活动开始恢复,游客的出游脚步从城市游、周边游慢慢开启,旅游消费正在逐步恢复。国内游是2020年中国旅游市场的看点。提升供给质量,培育新兴业态,就成为国内游发展的重中之重。

景区有序开放

随着疫情防控形势持续向好,国内游市场加快复苏。据文化和旅游部统计,截至3月16日,全国已有28个省区、市3714家A级景区恢复对外营业,复工率超过30%。已开放的旅游景区主要为山岳型景区、开放型景区和市民公园等室外旅游场所。据携程统计,其平台上恢复预订的景区已超过1000家。由于疫情仍未结束,景区积极采取限流措施,目前游览人数仍远远低于疫情前水平。

在目前开放的景区中,人气最高的自然风光类景区有香山、鼋头渚、亚龙湾森林公园、蜈支洲岛、天涯海角、青秀山、西岭雪山等。携程集团副总裁、全球玩乐事业部CEO喻晓江说:“春暖花开,游客在名山大川这些非密闭的景区,享受自然风光和清新空气,有利于放松心情。在线预约已成为景区开放的标配。市民游客积极使用线上购票、在线收听语音导览等非接触方式健康游览。”

近日,上海、陕西、新疆、四川等多地恢复旅游企业部分经营活动。旅行社、在线旅游平台的首批产品开始恢复上线接受预订。一些地区的线下门店也已开业。旅行社开始有序复工,国内游市场加快复兴。这极大提升了旅游从业者的信心。据记者了解,恢复上线的首批旅游产品,主打少聚集、更私密的私家团、精致团,以现在时令的踏青、亲近自然的休闲游为主。携程跟团业务在快速恢复上海、陕西、新疆、四川等本地旅游产品。恢复后的跟团游把游客健康放在首位,采取一系列措施,包括司机导游上岗前需要测量体温并佩戴口罩,随团准备护理包,包含口罩、酒精、洗手液等用品。

提质旅游消费

消费是最终需求,是旅游产业增长的持久动力。旅游产业振兴的关键是扩大消费。近日,国家发展改革委、文化和旅游部等23部门联合发布《关于促进消费扩容提质 加快形成强大国内市场的实施意见》(以下简称《意见》),其中“重点推进文旅休闲消费提质升级”是核心内容之一。浙江、山东、辽宁、江苏等多地计划发放文旅消费券等刺激消费。

在近日巅峰智业主办的文旅振兴公益直播大会上,专家学者纷纷为扩大旅游消费支招。青岛大学文化旅游高等研究院院长于冲认为,旅游消费是疫情后旅游产业振兴的支点。旅游产业振兴首先从省市的周边游启动,带动国内旅游消费

的振兴。湖北大学旅游发展研究院院长、教育部旅游管理教指委副主任马勇认为,疫情过后,人们的旅游消费体验将会发生变化,大家更看重康养,让心灵和身体放飞,融入大自然。城市周边游、乡村休闲游的出游频次会有所提高,甚至会成为高频消费。

北京第二外国语学院教授、文化和旅游部“十三五”规划专家委员会委员厉新建表示,2020年旅游业的发展一定是国内游为重中之。人们对国内游的质量要求会发生变化。在国内游高质量发展的进程中,我们需要围绕市场秩序、产品质量、标准落地、正视差异、补齐短板、强化优势、选准重点、服务大局上做一些重点的谋划,出台一些相应的政策。

培育新兴业态

17年前非典时,旅游同样深受重创,但之后国内游市场没有萎靡不振,而是迅速进入恢复期。17年后,中国国内游规模和质量都有了显著提升。2019年,国内旅游人数60.06亿人次,比上年同期增长8.4%,国内旅游收入5.73万亿元,比上年同期增长11.7%。国内游韧性更强,抗风险的能力也更强。

提升供给质量,培育新兴业态,成为国内游发展的重中之重。《意见》明确提出,培育新型文化和旅游业态,鼓励发展博物馆游、科技旅游、民俗游等文化体验游,开发一批适应境内外游客需求的旅游线路、旅游目的地、旅游演艺及具有地域和民族特色的创意旅游商品。促进全域旅游发展,提升国家级旅游度假区品质和品牌影响力。鼓励各地区因地制宜发展入境海岛游、近海旅游、乡村旅游、冰雪游、历史古都文化游等特色旅游。

疫情期间,旅游业专家和从业者举办多次线上论坛,共同探讨振兴之策。旅游消费升级的大趋势并不会随着疫情而改变,疫情反而会提振部分旅游产品的市场需求。未来,国内游将迎来多产业融合的时代,加速与医疗、养老、体育、研学等交融。康养旅游、生态旅游、体育旅游等被大家纷纷看好,将迎来大发展。对于旅游目的地而言,争取更多的游客,不仅只有好山好水自然风光,更需要营造一个舒适的生活休闲空间。

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67604554 67604747



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端

步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”

步骤二:打开应用点击上方“订阅”

步骤四:点击右上角“+关注”即可

● 消费日报社出版

● 社长、总编辑:李振中

● 副社长:刘和清

● 副总编辑:刘 丁 王燕华 赵 曦

● 主编:赵 曦

● 实习编辑:贾淘文

● 新闻热线传真:67604999

● http://www.xfxb.com.cn

● 北京市丰台区定安东里20号楼

● 邮编:100075

● 监督电话:67604747

● 总编室:67605115

● 广告处:67604888

● 发行处:67604545

● 印刷:人民日报印刷厂

● 照排:网络照排中心