

消费日报

2020年10月13日
星期二
总第7819期
第4878期
今日8版

前7月电池制造业资产总额同比增长9.1%

本报讯 中国轻工业网数据显示,2020年1—7月,电池制造业资产总额同比增长9.1%。其中,锂离子电池制造业同比增长13.4%,镍氢电池制造业同比增长25%。

A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 ■ 国内统一连续出版物号CN 11-0057 ■ 代号81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

第四届中国食品产业发展大会在沪举行,中国轻工业联合会会长张崇和在讲话中强调:

大力推动中国食品工业“五新”发展

本报讯(记者 赵曦/文 □ 张永利/摄)10月12日,第四届中国食品产业发展大会暨中轻食品工业管理中心技术专家委员会年会在上海举行。中国轻工业联合会会长张崇和在讲话中强调,要大力推动食品工业形成发展新机遇、发展新格局、发展新动能、发展新优势、发展新引擎。

会议由中国轻工业联合会副会长贾志忍主持。中国轻工业联合会副会长何焯、兼职副会长石维忱、执行秘书长郭永新出席会议。中国轻工机械协会副理事长卢党军代表主办单位致欢迎辞。工信部消费品工业司、国家市场监督管理总局食品安全抽检监测司、国家卫生健康委食品安全标准与检测评估司等有关负责人作食品产业发展政策解读;中国轻工业联合会副秘书长、中轻食品工业管理中心主任于学军作2020年1—7月食品行业运行分析及全年展望报告;中国工程院院士陈坚作“食品工业高质量发展的挑战与任务”报告。

张崇和在致辞中表示,2019年,食品工业深入贯彻落实中央决策部署,坚持新发展理念,营业收入增速保持在4%以上,高于全国工业发展速度;利润增速高于全国工业11个百分点。万元资产营业收入是全国工业的1.5倍,产出利润是全国工业的1.2倍。食品工业很好实现了高质量发展。国家食品安全抽检抽检24.4万批次,检验微生物、农兽药残留、食品添加剂、生物毒素、重金属558项,总体合格率97.66%。我国食品安全状况稳中向好,食品安全突出问题治理取得成效。

张崇和指出,2019年食品产业诚信体系更加完善,评价体系新增食品企业134家。配方奶粉追溯试点范围不断扩大,可追溯产品数据8亿余条;全国食盐电子防伪追溯平台进一步健全。食品工业供给质量和能力显著增强,中国轻工业联合会发布的第六批升级和创新消费品,4种乳制品、饮料、冷饮产品入选;发布的2019年中国轻工业百强企业、44家食品企业入榜。标准体系进一步优质优化,整合强制性标准877项,清理优化推荐性标准207项。审批公告“三新食品”71种。团体标准服务取得初步成效。科



▲中国轻工业联合会会长张崇和
▶第四届中国食品产业发展大会暨中轻食品工业管理中心技术专家委员会年会在上海举行



技术创新取得新成果,通过科技部“食品安全关键技术研发重点专项”项目23项,获得国家自然科学基金食品资助项目526项。规模以上食品工业企业研发经费524亿元,比上年增长1.4亿元。全年科技成果两项获国家技术发明二等奖,6项获国家科学技术进步二等奖,57项通过中国轻工业联合会科技成果鉴定。

张崇和对推动食品行业高质量升级发展提出五点建议:

——要**加强风险研究,形成新发展机遇**。要深入研究新冠肺炎疫情对食品产业的冲击,做好长期准备,建立应对机制,采取有效措施,化解食品产业安全风险。认真落实中央“六稳”“六保”要求,引导食品行业,稳定生产,稳定就业,稳定市场预期。保产业链,保供应链,保原料安全。要适应疫情防控常态化,研究原料采购和产品销售的新变化,研究生产、物流、线上线下的新模式,调整产品结构,增强产业韧性,寻找发展新空间。

——要**调整循环战略,形成新发展格局**。牢牢把握扩大内需这个战略基点,扩建优质原料基地,保障内需供

应;集聚优势力量,突破卡脖子技术,推动产业链自主可控。把握好科技创新战略支撑,加大研发投入,开发中高端产品,不断满足人民对美好生活的需要。稳住出口这个战略基本盘,继续拓展“一带一路”沿线市场,促进产品、服务、资本出口,带动产能、装备、技术、标准输出,全方位、多层次、多元化参与国际大循环。推动形成食品工业大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

——要**坚持科技创新,形成新发展动能**。食品行业要科学谋划,求真务实,做好行业“十四五”发展规划。要集中优势力量,加强关键共性技术协同攻关,力争在营养靶向设计技术、精准营养供给技术、智能健康管理技术、天然添加剂提取技术等方面取得突破。推动关键配料技术、特殊膳食配方技术、新食品资源前瞻性技术的研发和产业化。以科技创新和技术进步,形成我国食品工业发展的新动能。

——要**推进三品战略,形成新发展优势**。紧跟消费趋势,提升供给能力,把老品牌优势和新市场需求结合起来,

把提升品牌影响力和定制化生产结合起来,从品种功能上满足消费者个性化、差异化、精细化需求。要大力推进食品行业国际对标,鼓励高端制造,提升营养水平,提高科技含量,向消费者提供优质的食品。要发挥老字号驰名商标的带动作用,鼓励发展自主品牌,形成食品行业新发展优势。

——要**完善标准体系,形成新发展引擎**。要推进公共安全、质量分级、绿色制造、安全标准的制定完善。要加强营养食品、特色食品、生物发酵食品、方便食品、未来食品等重点领域标准工作,确保标准协调互补、先进有效。积极开展绿色制造标准体系建设,为食品行业发展提供标准支撑。以多层次、多元化、高水平、高质量的标准体系,形成食品行业新发展引擎。

2020年1—7月食品工业运行情况及全年运行展望报告显示,1—7月,食品工业规模以上工业企业34698家,占轻工行业的32.40%;完成营业收入4.39万亿元(占轻工行业的43.51%),同比由负转正,增长0.05%;完成利润总额3203.89亿元(占轻工行业的49.94%),

同比增长7.49%(增幅高于同期轻工全行业8.51个百分点);营业收入利润率7.30%(高出同期轻工行业平均利润率0.94个百分点);行业累计出口交货值同比下降3.67%(降幅比同期轻工全行业低6.72个百分点);出口额同比下降6.41%;进口额同比增长23.86%。

1—7月,农副食品加工业完成营业收入同比增长1.27%;食品制造业同比增长1.71%;酒、饮料和精制茶制造业同比下降5.44%。农副食品加工业和食品制造业自3月起,酒、饮料和精制茶制造业自4月起环比实现正增长。农副食品加工业完成利润总额同比增长20.07%(今年以来6月份同比增长为负,其他月份均为正增长);食品制造业同比增长8.48%,连续2个月同比增长;酒、饮料和精制茶制造业同比下降1.05%,但比1—6月份收窄了1.82个百分点。

报告分析了今年以来食品工业运行特点,一是疫情防控并坚持生产,对社会经济稳定做出贡献;二是生产快速恢复,收入利润回升好于全国工业;三是主动调整结构,保障原料利用和消费

需求;同时指出,疫情对产业的冲击,暴露了食品产业链短板,行业存在着多种应急能力不强的问题。

报告预测,食品工业增速从1—2月份下降13.4%,快速回升到1—6月的下降0.62%,1—7月转为正增长0.05%,6、7月当月同比增长近4%。随着我国宏观经济的稳定发展,2020年全国食品工业规模以上企业营业收入增长2%左右,实现利润增长7%左右。

大会邀请中国轻工业联合会综合业务部副主任刘晶晶、中国疾病预防控制中心与健康所所长丁钢强、国家食品安全风险评估中心研究员朱蕾、浙江大学生物系统工程与食品科学学院副院长刘东红、全国食品工业标准化技术委员会秘书长杨晓明等,介绍了食品工业“十四五”科技发展方向、中国居民膳食营养特征与干预、食品接触材料标准体系建设、智能装备助力食品产业高质量发展和食品行业标准体系的改革等情况。

大会还举办了企业家论坛,邀请李锦记酱料集团、安琪酵母股份有限公司、三全食品股份有限公司、泸州老窖股份有限公司、光明乳业股份有限公司、今麦郎食品有限公司负责人,围绕疫情常态化下食品企业市场拓展、建立内外循环、国际合作可持续发展、品牌与质量保证体系建设等分享了经验。广州王老吉大健康产业有限公司、苏州澳昆智能机器人技术有限公司、北京大恒图像视觉有限公司分别介绍了植物饮料绿色平台建设、视觉检测技术在食品行业的应用和高速、可靠、柔性液态食品智能化包装生产线研发及产业化的最新进展。江苏省泰州市黄桥开发区专程前来大会介绍黄桥生物技术发展情况。

本次大会由中轻食品工业管理中心、中国轻工机械协会、全国食品工业标准化技术委员会(TC64)、全国食品工业职业教育教学指导委员会共同主办,大会的主题是:疫情常态化背景下,食品产业高质量发展对策和“十四五”食品科技发展方向。食品行业协会、学会、企业、研究所、大专院校及媒体代表300余人参加会议。

后疫情时期中国消费经济的危与机

□ 李振中

度,压力之大可以想象。

这次疫情对产业发展影响巨大。对第一产业农业影响相对小一些。对第二产业影响很大,对工业生产最主要的影响是订单下降、开工时间延迟、人力资源紧张、资金链面临断裂、原材料供应不够、产业链条中断、经营成本提升等一系列难题,影响了整个产业链条。疫情对第三产业服务业几乎是毁灭性打击。服务业涉及旅游、航空、酒店、影院、批发零售、住宿、交通、文体娱乐等多个行业,这些领域受到的影响最大。景区关闭、旅客滞留、人流稀少,消费几乎为零。

二、疫情后中国消费趋势的变化。生活不仅仅需要非常惬意的自然环境,也呼唤更加和谐的人文环境,尤其是与我们日常生活息息相关的消费环境,会影响每个人的切身利益,因此疫情后消费趋势的变化值得关注。

一是消费习惯变化明显,疫情后大众消费普遍趋紧,更多人消费时越来越理性了。二是健康成为公众第一要务。几乎所有人都把卫生防疫、健康生活、安全饮食、体育锻炼作为消费重点领域。三是线上消费迅速崛起壮大。无论是云中课堂、线上购物还是远程医疗、在线健身等都得到快速发展。四是电商的发展,迅速拉平了城市间、城乡间的代际差。得益于像淘宝、京东、拼多多这样的电商网站的崛起,电商发展越来越快,物

流已经到达了从城市到农村的每一个角落。各线城市之间、城市乡村之间在快消品等品类上的消费观已经趋同。五是消费者更加注重个性化、定制化消费。追求个性,追求与众不同成为新的消费趋势。更多人开始追求个性化消费而不是大众化的消费,追求定制化的消费,追求时尚消费、自我消费。六是新生代的消费力量已经崛起。90后、95后,甚至2000年后出生的孩子,都已经成为消费的主体。这类群体舍得花钱,敢于消费,也敢于负债。他们大多数都是独生子女,几乎从未经历过挨饿受冻,普遍缺乏对苦难的深刻记忆,在他们消费理念当中更多关心品牌、关注品质和品位,而对于价格不是特别敏感。这种不同的消费观念将对市场产生深远影响。种种现象都可以看出经济发展进入了新常态,消费结构和消费环境都发生了变化。

三、疫情后中国消费经济发展的机会。本次疫情对世界是一次重大公共卫生安全事件,也是一次重大危机。应该辩证看待这次危机,要善于从以下几个方面寻找未来发展机会。

一是中国政府疫情期间实行的“六稳”“六保”政策。这项政策保障了中国经济发展的市场主体,稳定了经济基本盘,稳定了就业和民生,保障了市场链条稳定和基层运转的根本,从中可以找出

很多发展机会。二是扩内需拉消费。扩大内需拉动消费涵盖的范围很广,可以扩大房地产消费、汽车消费、旅游休闲消费、文化体育娱乐消费、教育消费、健康消费、会展消费、节假日以及绿色消费等多个方面,做好国内大循环为主体、国内国外双循环相互促进的发展新格局。三是做好医药健康产业。这次疫情来临之后,市场创造出很多新的需求。比如医药产业,口罩、消毒液、呼吸机防护用品需求量很大。疫情后,会有越来越多的人在医药健康方面加大投入和消费力度。四是数字化转型。在这次疫情中,以数字技术为基础的新产业、新业态、新模式异军突起,数字技术已经成为对冲经济下行压力的稳定器。可以预期,数字经济将开启新一轮经济周期,成为后疫情时期经济复苏的又一新动力。五是无接触消费成为后疫情时期经济发展强劲引擎。在疫情防控期间,以网络购物、在线办公、远程教学、互联网医疗、网上展会、直播带货、无接触配送等为主要形式的无接触消费经济,对保障人民生活、各行业复工复产、社会经济恢复等方面发挥了至关重要的作用。

总之,客观看待疫情对经济发展的影响,深刻分析消费变化趋势,寻找新的发展机遇,在危机中育新机,在变局中开新局,必将有力促进中国消费经济持续健康长远发展。

“十一”期间居民消费需求集中释放

本报讯 国家税务总局10月9日发布的增值税发票数据显示,今年国庆中秋假期,我国居民消费需求集中释放,国内消费市场强劲复苏。

实物消费市场交易持续活跃。8天长假期间,批发零售业日均销售收入同比增长14.1%。其中,体育用品及器材同比增长114.6%,汽车二手车同比增长58.7%,建材装饰材料等耐用品消费同比增长45.4%,化妆品及卫生用品消费同比增长33.6%,家具消费同比增长32%。

餐饮住宿和旅游等服务消费快速反弹。10月1日至8日,餐饮住宿日均销售收入增长12.7%;旅游服务日均销售收入恢复至去年同期的

69.8%,比“五一”假日期间高33.9个百分点。

国家税务总局相关负责人表示,居民的消费复苏态势,显示了中国超大规模市场优势以及构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局释放的蓬勃动能。(汪文正)



在习近平总书记亲自指挥和部署下,在党中央国务院的正确决策和坚强领导下,在全国人民尤其是医务人员的同舟共济浴血奋战下,我国抗击新冠肺炎疫情斗争取得重大战略成果。

一、疫情给中国消费经济带来的影响。

虽然当前中国疫情防控整体形势良好,但仍然面临三方面问题:第一,全球疫情还在不断蔓延,未来一段时间仍然有不确定性。二是世界卫生组织的最新疫情报告显示,截至10月9日,全球累计确诊病例超过3672万例,死亡超过106万例。新冠肺炎疫情已经成为全人类目前最大的共同敌人。第三,国际关系影响巨大。尤其是中美两国作为全球最有影响力的两个大国,中美关系严重影响着全球经济发展。自美国向中国发起一系列制裁后,两国关系降至冰点,矛盾也不断升级,世界各国都在观望中美两国关系的走向。第三,三大灾害肆虐。今年中国不仅赶上了史无前例的新冠肺炎疫情,有的省市还发生了严重的洪涝灾害、蝗虫灾害等危机,三大灾害同时肆



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 步骤二:打开应用点击上方“订阅”
步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤四:点击右上角“+关注”即可