

消费日报

2020年12月31日
星期四
总第7876期
第4935期
今日8版

制造业“十三五”增加值达26.92万亿元

年均增长8.7% 占全球28.1%

本报讯 12月28日,工业和信息化部部长肖亚庆在2021年全国工业和信息化工作会议上指出,2016至2019年,我国制造业增加值年均增长8.7%,由20.95万亿元增至26.92万亿元,占全球比重达到28.1%。

经过5年持续奋斗,我国“十三五”规划确定的主要目标任务如期完成,工业和信息化发展取得新的历史性成就,嫦娥揽月、天问启程、万米深潜等重大创新成果亮点纷呈。

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

走向我们的小康生活

屋角闲井看小康

乡下老家的屋角有一口井,已经闲置近10年。每次回去,我总会在井边驻足停留。小小一口闲井,见证了一个小山村从世世代代挑水吃到用上自来水的巨大跨越。

小时候,村里人家都从河里挑水吃,我家也不例外。灶台边放着一口大水缸,无论春夏秋冬,父亲每天清晨起来的第一件事,就是挑水。扁担往肩上一搁,两只手一前一后把住两端的铁钩,用软绳系住的水桶不至于太晃荡。到了河边,只见涓涓细流从山间流出。父亲一瓢瓢将水舀到水桶里,再挑回来倒进水缸。每天至少要来回挑上

两三担,全家人一天的吃、喝、用,全靠清晨挑回的这些水。

挑水要起早。清晨的河水没有受到人和动物活动的影响,水质更洁净。承担了家庭挑水任务的人,无论多累,清晨也要早起;无论多忙,也得先干完挑水的活儿。如果遇到山洪暴发,河水连续多天浑浊不清,水缸里的水越用越少,还会陷入没水吃的困境。

“有口井就好了!”小时候我常常听到父亲这样念叨。

后来,家里生活条件渐渐好了起来。1988年,家里将两间房子翻盖成

三间,改善了住房紧张的状况。紧接着,父亲下决心挖井。只有有了井,才能解决吃水的问题。父亲选好井的位置,利用早晚闲暇的时间,有空就挖一点。用了两个月左右的时间,终于见到清清的山泉水从石缝中缓缓溢出。井挖成了,吃水就方便多了,随用随取,再也不用早起挑水,也不再担心山洪暴发时闹水荒了。

如今,国家发展越来越好,生活像芝麻开花节节高,幸福的事也越来越多。随着农村安全饮水工程的实施,家里很快通上了自来水,水管一直接到灶台边。水龙头一拧,水就哗

地流出来。谁能想到,过去只有城市才有的自来水,竟然走进了山村农家。从此,水井也完成了自己的使命,被闲置起来。

回想这些年来,淘汰的又何止一口井呢?走进堆放杂物的偏房,角落的煤油灯,牛拉的犁、耙,木制的打谷机,挂在墙上的旧蓑衣……哪一件都曾经是必需品,如今却退出了生活的舞台。相应的,汽车、智能手机等更多更好的新物品走进了生活。正如长辈们常说的,能过上这样的好日子,是最大的幸福哩!

(作者为安徽省宁国市人大常委会农业工委工作人员)

□本报实习记者 暴梦川

随着中老人群成为消费者主力军,市场上针对中老人群的相关产品也是越来越多。而营养健康意识提升,为中老年奶粉带来发展机遇,入局乳企和产品也在不断增加中。

日前,第一财经商业数据中心联合天猫美食发布的《2020天猫成人奶粉行业趋势报告》显示,产品精细化、专业化成为中老年奶粉消费的关注点。

市场潜力初现

相关数据显示,相较于往年,2020年成人奶粉整体涨幅达到98%,其中中老年奶粉涨势亮眼,消费增长达到142%。

事实上,营养健康问题早已成为中老年人尤为关注的话题。伴随着年龄的增长,中老年人身体的基础代谢能力和免疫力将不可避免的下降,越来越多中老年人开始养生、营养方面进行投资。而根据中国营养学会的建议,成年人每天摄入800mg钙,绝经后的女性以及老人每天摄入1000mg钙。此外困扰中老年人的健康问题也集中在机体功能下降、骨质疏松、三高、心脑血管等。中老年奶粉的出现,满足中老年人对营养健康的消费需求。

作为新的潜力市场,越来越多的乳企开始积极布局中老年奶粉市场。据不完全统计,目前市场上有蒙牛、伊利、达山、飞鹤、雀巢、澳优、恒天然、圣元等多家中外品牌推出了适用于中老年的奶粉产品。并且除了常见的牛奶粉之外,中老年奶粉品类也涵盖了羊奶粉、骆驼奶粉、牦牛奶粉等。

功能化、专业化成发展趋势

梳理市场中的中老年奶粉后可以发现,目前中老年奶粉产品以基本的营养补充为主,其中以补钙、铁、锌以及维生素最为普遍。相关《报告》显示,由于中老年是糖尿病、心血管疾病的高发人群,摄入过多脂肪会加重身体负担,因此脱脂奶粉也备受中老年人的喜爱。除了补充常规的营养物质外,有不少中老年奶粉产品被“赋予”了更多的功能。例如,在奶粉中加入了能够有效缓解膝盖受损,补充软骨营养的氨糖成分;保护心血管健康的康Omega-3、EPAIDHA等营养成分;促进细胞生长、激活自身免疫力的乳铁蛋白、β-葡聚糖等。而益生菌也越来越成为很多奶粉喜欢添加的成分。

由于中老年人对营养的需求以及所面临的健康问题来看,与其他年龄段存在明显的差别,因此越来越多的乳企在推出中老年奶粉产品时,开始从营养上着手,满足中老年人在不同体质的情况下对营养摄入的需求。业内普遍认为,功能化、专业化是未来中老年奶粉发展的趋势。

但是也有业内人士告诉记者,中老年奶粉目前仍属于小众市场,消费习惯并未完全建立,想要有突破性发展还需要进行引导。“主要在于大部分中老年人尚未建立起奶习惯,中老年奶粉市场普及度不高,市场接受度也不够。随着60、70后逐渐步入中老年,这部分人是有乳制品消费需求的,对于中老年奶粉的接受度也在增加,但还是存在认知不足的情况。”该人士表示。

《北京市塑料污染治理行动计划(2020—2025年)》印发实施

“禁限塑”准备好了吗?

□ 本报实习记者 解磊

12月25日,《北京市塑料污染治理行动计划(2020—2025年)》正式印发实施,从十个方面提出了治理塑料污染的具体要求,聚焦餐饮、外卖平台、批发零售、电商快递、住宿会展、农业生产等六大重点行业强化减塑力度。2020年以来,全国已有超过30个省(区、市)陆续出台了实施新版限塑令的政策文件。其中,绝大多数省份到今年年底,将禁止生产和销售一次性发泡塑料餐具、一次性塑料棉签,餐饮行业禁止使用不可降解一次性塑料吸管。

12月30日,距一次性塑料吸管和吸管大“限”将还有两天,本报记者走访了北京市数十个商超,市场和餐饮店探访实际“限塑”情况。

多数商超市场已做好准备

记者来到丰台区公益西桥某大型连锁超市,该超市负责人刘先生告诉记者,从明年1月1日起,北京市该连锁超市所有门店将全面启用符合国家标准的可全生物降解购物袋。但相比此前消费者在超市购买的塑料袋,这种可降解的塑料袋价格较高,他表示:“我们也将呼吁顾客自备可循环使用的购物袋。”记者在朝阳区一家便利店中看到,店员正把相关“限塑”提醒牌放在结账台醒目位置,上面写道“自2021年1月1日起,本店售卖便捷环保袋。”店员表示,已经接到“限塑”通知,明年1月1日起店里不再向顾客出售一次性不可降解塑料袋。

不过,还有一些商超“禁塑”执行得并不理想。记者在丰台区某小区的

生活超市看到一次性塑料袋还在照常售卖,至于有否环保袋出售,店员表示现阶段收银台没有摆放环保袋,但是超市内有柜台出售,消费者有需要可以进店购买。在北京市大兴区某集贸市场,一位摊主告诉记者:“这种白色的薄塑料袋,一年要用掉几千块钱。如果换成可降解的袋子,这样一来成本会增加不少。”

记者了解到,在该市场,各家摊位都备有塑料袋,超薄款的占多数。顾客买菜时,摊主会主动套袋,有顾客接过袋子掂量一下,觉得袋子薄,还让摊主多套一个,薄薄的塑料袋上没有任何标识。市场工作人员告诉记者,元旦之后该市场将禁止使用一次性塑料袋,具体措施还在与商家进行沟通,呼吁消费者自带环保袋。正在购买蔬菜的消费者王女士告诉记者:“是时候重新拿起菜篮子了。”在她看来,使用环保布袋或者菜篮子都非常方便,关键是大家的环保意识还要提高。

外卖包装使用一次性塑料袋也相当普遍,在丰台区槐房西路,刚送完外卖的送餐员黄朝告诉记者:“我负责的区域,大部分商家都是用塑料袋打包,只有少数商家用纸质包装。”记者随即咨询了外卖平台,该平台负责人表示将通过正向引导和激励商户行为减少塑料包装的使用,并对使用替代用品的商户给予特殊标志和流量支持。

餐饮龙头提前给吸管“换装”

在槐房万达的“麦当劳”,记者看到收银台旁的吸管架已被拆掉。值班经理告诉记者,从12月1日起,麦当劳已全面使用新的“免吸管”杯盖,杯盖上有凸起的孔,掀开就可以直接饮用。目前外

卖暂时还是提供塑料吸管,2021年1月1日起,外卖吸管也会替换。据悉,肯德基今年也开始大范围推广自带杯嘴的杯盖,鼓励消费者减少吸管的使用。而据汉堡王负责人介绍,纸质吸管喝碳酸饮料容易软化口感不好。经过反复测试,最终选择PLA为主的可降解塑料吸管。他表示:“虽然成本高一倍,但口感比纸吸管好很多。”除了可降解塑料吸管,汉堡王还将陆续更换用甘蔗浆制作的勺子、使用玉米淀粉制作的“塑料袋”和纸质外送盒子等,全部完成替换后,每年将减少塑料使用上百吨。

记者还从星巴克方面获悉,早在2019年年底,星巴克中国门店已经全部完成塑料吸管的全面替换。据星巴克相关负责人介绍,仅这一项,每年大约就可减少200吨塑料的使用。

茶饮店方面,在槐房万达商场里的“奈雪的茶”门店,记者看到放置的吸管均为带包装的纸质吸管。服务员介绍,门店早就开始全面使用纸质吸管。在同一层的“喜茶”店内,记者看到餐台放置了两种吸管,消费者可以自取。根据吸管外包装上的提示字样,一种是环保纸吸管,包装上写着“100%可降解,长时间浸泡强度易下降”,另一种是可降解环保吸管,包装上写着“选择兼顾环保与体验的PLA材质,源于植物资源,可生物降解”。

记者调查发现,使用一次性塑料吸管频率较多的企业主要是专门的饮品店,以及连带销售饮品的快餐店。对于吸管“换装”,龙头企业反应快,措施足,



但街头不少小店却并不敏感。

成本制约 限塑执行任重道远

“传统的不可降解塑料袋的价格大概在1.6万元一吨,但可降解塑料袋的价格则基本是2.6万元每吨起步。在市场上,一个生物降解塑料袋的价格通常是普通塑料袋价格的2到3倍。吸管方面,市面上一般普通塑料吸管的售价约为0.03元至0.05元,而纸吸管的成本比普通塑料吸管高3至6倍。”业内人士告诉记者,就商家而言,成本会是他考虑的一个因素。

而对于消费者而言,环保袋的价格有些让人难以接受,纸吸管的饮用体验也不尽如人意。有消费者吐槽,环保袋动辄十几元,而用纸吸管喝热饮,还没喝到一半吸管就软了,一不小心咬了吸管,也很难像塑料吸管一样回弹。如果长时间在热饮里泡,纸吸管有被软化的可能,也会影响消费者的体验,因此目前纸吸管不适合喝热饮时使用。

“目前可降解塑料制品价格偏高,需要进一步降低替代产品生产成本。”北京工业大学循环经济研究院吴玉峰教授认为,同时,有关方面要加大宣传力度,加强督导检查,引导餐饮企业和消费者践行绿色消费理念,而行政事业单位在减塑方面也要带头示范。

后疫情时代消费者卫生消毒意识显著增强

用科技创新打造全球消杀行业闪亮名片

□ 本报记者 王薛滢

经历了2020年初的疫情影响后,我国快消品市场在第二、三季度逐步复苏,自5月份起,稳定恢复逐步成为大趋势,但是疫情还未结束,消费者购买行为也发生了很大的变化。

“人们更加关注绿色、生态、环保,消费者的卫生消毒意识显著增强,勤洗手、常消毒,成为自觉行动。尽管新冠肺炎疫情带来的挑战前所未有,但防控疫情也为生产、生活提出了新需求、带来了新机遇,将会改变我们未来的生活。”12月5日,榄菊集团董事长骆建华在榄菊集团2021年全国营销大会上这样说。

复工复产,捐款捐物显担当

作为我国消杀行业龙头企业,榄菊集团30多年来保持了稳定、快速发展,在国内市场的份额越来越大,基本实现了系列

化、规模化发展。

2020年发生的席卷全球的新冠肺炎疫情期间,榄菊彰显了企业责任和担当,勇做疫情中的逆行者。一方面,在积极做好自身防控的同时支援抗疫,捐赠物资支援抗疫一线;另一方面,在支援疫区的同时,根据中央关于加快推动企业复工复产的要求,在保障员工安全的前提下,集团公司在第一时间推动复工复产,2月12日全面复工,一季度销售收入就实现两位数增长。

正是由于防疫措施得力,榄菊生产经营迅速恢复,2020年生产经营业绩可圈可点。今年销售收入同比增长两位数,利润总额高于销售增幅,线上销售和出口均实现快速增长,呈现了良好发展势头。

创新驱动,产业升级同发展

面对疫情来袭,榄菊上下齐心协力,迅速复工复产;面对行业长期发展,集团则

将提升技术创新能力视为重中之重,不仅重视应用研究,而且重视基础研究。

“集团不断调整发展愿景,以科技护卫家居健康,坚持创新驱动和产业升级,不断探索有害生物防治领域的前沿技术,开展前瞻性的行业研究,致力于成为‘全球领先的有害生物防治科技集团’,以实现‘造百亿航母,铸百年品牌’的企业愿景。”榄菊集团总裁薛洪伟说。

据了解,在中国轻工联发布的第六批《升级与创新消费品指南》中,榄菊气雾剂和蚊香有两种产品入选。除此之外,集团还先后荣获“全国轻工行业先进集体”“中国名牌产品”“中国驰名商标”“国家绿色工厂”等13项国家级荣誉,以及“中国标准创新贡献奖”“全国质量诚信标杆典型企业”等近百项殊荣;在今年举行的中国轻工行业2019年度200强、行业十强评价中,榄菊列入了中国轻工行业200强企业和日用杂

品行业十强企业。

对此,中国日用杂品工业协会理事长杨西京表示,期望榄菊能当贯彻落实党的十九届五中全会的践行者。在建设制造强国、质量强国有所作为;在坚持创新在发展中核心地位有所作为;在参与构建新发展格局有所作为;在实现健康中国建设有所作为。“在新的征程上奋发有为,将榄菊打造成为中国乃至全球消杀行业一张闪亮的名片,为推动行业的转型升级,为满足人民日益增长的美好生活需要,做出新的贡献。”杨西京说。

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67604554 67604747



邮发代号 81-9

国内统一刊号 CN11-0057

消费日报

合作共赢,共创未来

欢迎订阅2021年《消费日报》

季价63元,全年定价252元

发行电话:010-67604545

全国各地邮局均可订阅

消费日报由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
信息传播定位:产业基础上的市场化表述
综合服务平台:为行业企业品牌提供服务