



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

## 如何为1.59亿儿童做好零食 头部企业领衔制定儿童零食标准

□ 本报记者 卢岳

如何为1.59亿儿童做好零食?从去年开始,这个问题就成为了零食行业共同探讨的话题。5月17日,中国儿童食育计划战略联盟在北京举行新闻发布会,中国儿童食育计划战略联盟单位中国副食流通协会、国家食物与营养咨询委员会办公室、中国儿童中心儿童营养与健康研究中心、中国教育后勤协会、北京营养师协会、良品铺子股份有限公司联合发布《中国校园食品安全现状及对策研究》《儿童“食育”发展规划与建设》两项课题的最新成果。

### 儿童食品的营养安全意义重大

记者了解到,《中国校园食品安全现状及对策研究》《儿童“食育”发展规划与建设》两项课题成果的发布,旨在通过发挥中国儿童食育计划战略联盟的牵引作用,进一步深化产学研全产业链合作、加强市场创新与标准化建设,共同推动儿童食品产业转型升级,实现行业高质量发展。

中国副食流通协会会长何继红表示,少年强则国强,儿童食品的安全、营养与儿童的健康成长密不可分,直接关系到中华民族的未来,对于发展国民经济、维护社会稳定、创建和谐社会具有重大深远意义。在万亿级零食市场,儿童作为零食消费特殊人群,儿童食品、食育等关键词和概念近年来广受关注。国家卫生健康委食品司副司长张志强表示:“小朋友吃零食既是生理需要,也是心理需要,我们要强调给小孩提供营养健康的零食,从零食产业发展来讲,我支持营养健康零食的产业发展。”

研究内容中显示,从供给端来看,早前因儿童零食无标准可依,可供家长选择的专门针对儿童的零食较少;部分产品在广告宣传中明确指向儿童群体,但普遍存在高糖、高油、高盐等情况,不利于儿童健康。从需求端来看,80后、90后家长对孩子的养育方式和理念不断进步,不再

是一味地杜绝给孩子吃零食,核心诉求体现在“不要乱加添加剂”“多种营养素补充”“好吃”等方面。

### 头部企业领衔制定儿童零食标准

根据良品铺子的调研,消费者核心功能需求中,最受关注的有5大功能和10大营养元素。5大功能分别是:增强免疫、调理肠道、护眼明目、能量补充、益脑发育,对应的10大营养元素主要包括:钙铁锌、维生素、膳食纤维、益生菌、叶黄素、碳水化合物、优质脂肪、蛋白质、DHA、omega-3。

值得注意的是,针对行业缺乏标准的乱象,2020年良品铺子参与了我国首份《儿童零食通用要求》(T/CICA 0015-2020)团体标准的制定,并且是该标准的主要起草者。良品铺子提供了主要技术和意见,包括:定义儿童零食的定义、对食品安全营养进行了一些规定、对工厂提出了一些物理安全性要求、在污染物方面提供数据和限值以及微生物限值等。

良品铺子董事长杨红春表示,制定儿童零食团体标准对于良品铺子是好事情,对于儿童的健康,对于儿童零食整个产业链健康发展也做了一件大好事。团标中详细规定了原料要求、感官要求、营养成分要求、微生物指标要求、食品添加剂要求等。例如,规定了儿童零食所用油脂应不含反式脂肪酸,以及不能使用辐照处理的原料;此外,团标提出少添加糖、盐、油的规定,并要求规定氯化钠、蔗糖、脂肪的限值;团标还强调了产品物理层面食用安全性的感官要求,如规定产品的组织形



态不能有明显尖锐突出物,口感不崩牙等要求。据悉,该团标于2020年6月15日起正式实施,填补了国内儿童零食标准的空白,推动了整个行业进步。

### 可放心选购自主品牌儿童零食

2021年,在团标指导下,良品铺子沿着儿童零食健康化、功能营养化两大方向,紧跟用户需求进行产品研发和升级,在儿童零食标准基础上坚持6大0添加,6项高标准,重点打造9大品类、富含8种营养元素的儿童零食产品矩阵。

此次良品铺子再度在儿童零食领域发力,正式发布“行业首创营养健康棒棒糖系列”产品,从内层面颠覆传统棒棒糖的品类认知,通过重塑产业链来重新定义营养健康棒棒糖,开启棒棒糖3.0时代——0添加蔗糖、0合成色素、0合成甜味剂,以山楂、牛初乳、天然代糖……让棒棒糖不再是家长和孩子“甜蜜的负担”。解决了家长最怕孩子却最爱的品类

痛点,击穿“棒棒系列”产品的卫生、便利、趣味以及健康营养。今年5月,良品铺子还在果冻、膨化、饼干等品类上都推出了颠覆品类认知的新品,包括草莓(菠萝)吸吸布丁、谷蔬泡芙圈、藜麦酸奶夹心饼、黄金鸡蛋仔等新品。

良品铺子儿童零食品牌良品小食仙负责人商静表示,良品小食仙力求让“好吃”的零食更健康,让健康的零食更好吃,不添加人工合成色素和防腐剂。而围绕这些方向,企业需要在研发、原料、辅料、工艺、包材等全产业链上做出调整。“严格来说,儿童零食在国际上没有对标的品牌,2020年前,国际国内生产商参考的都是食品标准。在良品铺子的推动下,儿童零食有了比食品国标更严的团体标准,经过近一年的实施和推广,让整个行业和消费者对儿童零食有了更多认知和选择。我们围绕用户需求研发创新产品,中国消费者可以放心选购自主品牌的儿童零食。”商静介绍。

同比增长144.6%,恢复至疫前同期的94.5%。对于即将到来的五一小长假,“一饱口福”依然是许多消费者外出游玩的必选项。

对于从事旅游餐饮企业而言,要摒弃旧思维,懂得口碑营销,学做“回头客”生意。如今社交网络、点评软件盛行,对于绝大部分旅游者而言,出发之前先“做功课”,已经成了旅游体验中的重要环节。另外,随着外卖外送、便利店、以及各类自热方便食品的出现,游客在景区用餐有着更多选择,旅游餐饮企业并非没有“对手”。

对于各地监管部门,期望出台更有针对性的规范措施,畅通投诉渠道,探索“先行赔付”等措施,促进旅游餐饮市场稳定发展。

(韩肖)

近期,知名咨询机构欧睿国际发布了《2020 共享充电行业报告》。报告以宏观和微观视角,从行业发展历程、关键竞争因素、行业格局、未来展望等方面对共享充电行业进行了深入分析,并对行业前景作出预测。

### 共享充电市场规模稳步增长

根据报告显示,处于高速发展阶段的共享充电行业在疫情后迅速恢复,市场规模稳步增长。2020年行业的交易总额(GMV)达到70.6亿元,2018年至2020年的交易额复合增长率达到了110%。报告预测,2025年行业规模有望超过500亿元,未来五年内的复合增长率预计将达到48.7%。

对于行业的发展趋势,报告提出2020年共享充电行业整体发展平稳,七大主要趋势持续推动行业发展。5G手机的全面普及、锂电池技术的局限、用户刚性需求的稳固共同提升了行业需求;下沉市场的发展、场景渗透的逐步完善、竞争格局的稳定也协同扩大了行业供给;与此同时,共享经济宏观政策的落地也保证了行业的政策红利。

### 技术、运营、产品安全和品牌构成关键性竞争因素

报告指出,行业玩家的竞争已拓展为技术实力、精细化运营能力、产品安全实力和品牌力的全方位比拼。

技术方面以“物联网+大数据”为基础,物联网技术作为业务扩张的底层能力尤为关键,大数据分析能力则有助于提高企业运营效率。精细化运营能力体现在用户和商户两端。在用户端,共享充电运营要根据用户需求定制供给,及时更新营业时间、充电宝状态等信息,优化用户体验;在商户端,基于大数据的商户精准进驻与透明化合作有助于提升进驻成功率及单店GMV,并提高场景覆盖能力。在产品安全实力方面,除了硬件安全的保障,数据安全也已成为热门话题。共享充电企业需要在信息系统和数据处理中保护信息安全、预防隐私泄露。此外,“品牌力”已成为企业长远发展的新“引擎”。塑造联结各圈层的品牌标识,打造品牌“新物种”,是共享充电企业突出品牌价值、增强品牌认知的重要途径。

### “一兽三电”格局稳定 怪兽充电持续领跑

从行业的竞争格局来看,报告指出:“一兽三电”格局稳定,在经历了2020年疫情的低迷期后,行业的四家领先企业份额依然占据90.3%。其中,怪兽充电以39.8%的GMV占比稳居行业第一,持续领跑行业。美团虽然重新入局共享充电市场,但从市场规模来看,这一举动并未动摇领先企业的市场地位。未来,“一兽三电”格局预计保持稳定。

关于行业的未来,报告预测,伴随着充电流量变现能力逐渐体现、用电焦虑增强、“物联网+”带给行业想象力、产品使用场景丰富,头部企业扩大覆盖、海外市场潜力巨大等趋势,共享充电市场规模将保持高速增长,户外充电需求持续强劲,充电服务方案日趋智能化。共享充电行业正在以强劲的势头向未来进发。

## 教育部解读《民办教育促进法实施条例》修订

5月17日,教育部召开新闻发布会,介绍解读新修订的《中华人民共和国民办教育促进法实施条例》(以下简称《实施条例》)有关情况。教育部发展规划司司长刘昌亚表示,这是“十四五”规划开局之年颁布实施的第一部教育法规,完善了民办教育的相关制度,破解了长期存在的难点。

民办教育是社会主义教育事业的组成部分。2020年,全国共有民办学校18.67万所,占全国各级各类学校总数的比例超过1/3;在校生5564.45万人,占比接近1/5。民办教育涵盖从学前教育到高等教育、从非学历教育到学历教育、从普通教育到职业教育的各个层次类型。

刘昌亚介绍,《实施条例》生效实施后,教育部启动了《实施条例》修订工作。《实施条例》修订,坚持支持与规范并重。谈到《实施条例》修订的主要考虑,刘昌亚表示,一是在办学方向上,坚持教育的公益属性;在教育质量上,着力引导民办学校提供差异化、多元化、特色化的教育供给;在法律地位上,充分保障民办学校的同等权利,依法维护民办学校的合法权益;在政策要求上,更加强调支持规范并重;在动力机制上,充分发挥民办学校的灵活性、敏锐的优势,有效激发民办教育的内生动力。

教育部政策法规司副司长王大泉表示,此次《实施条例》的修订落实修改后的民办教育促进法,细化法律规定,增强可操作性。同时,着力增加制度供给,破解实践中的难点问题,也为地方实施分类管理留有余地。

王大泉介绍,新修订的《实施条例》对现行条例做了全面、系统的修改、补充和完善。从章节条目录上,现行条例是8章54条,修订后变成了9章68条,其中删除了“民办学校的举办者”

《2020 共享充电行业报告》发布: 共享充电行业势头不减 「一兽三电」格局稳定

## 声音

### 经营旅游餐饮不能只做“一锤子买卖”

近日,三亚海胆事件陷入“罗生门”。不论最终结果如何,“宰客”、“天价菜单”、“不诚信”等敏感词,再次与餐饮行业关联到了一起。

近年来,旅游餐饮中图不对菜、阴阳菜单、天价菜等情况屡见不鲜,“青岛大虾”、“白鹿原15元4根面”等话题更是冲上微博热搜,使得大批游客对在景区用餐显得顾虑重重。

究其原因,是“一锤子买卖”的思维在持续作祟。受季节气候等因素影响,一些景区淡旺季客流差别巨大,食材时令价格特征明显,久而久之让一些餐饮经营者产生了“挣一个是一个,反正没有回头客”的经营思维。

另外,游客在外遭遇宰客事件,也面临维权成本高、维权时间长等难题。在媒体报道的“海胆蒸蛋”事件

中,服务员一句“别声张”的好心提醒,实则道出了消费者在旅游过程中很容易成为弱势群体的现状,“花钱买太平”的同时又要考虑到维权需耗费大量时间和精力,无形中助长了黑心商家的气焰,使得“天价菜”事件屡禁不止。

树立一个口碑可能需要很长时间,但是要毁掉它,在网络上可能只需要一个短视频。不讲诚信,不做回头客,缺乏品牌和服务意识的餐饮企业,终将被市场淘汰。

作为京、津两地旅游餐饮的招牌,全聚德和狗不理近年的发展可以给所有旅游餐饮企业“上一课”。

据媒体统计,2017-2019年,全聚德公告净利润分别为1.36亿元、7304.2万元、4462.7万元,同比分别下降2.57%、46.29%、38.9%。其2020年

预计预告中显示,归属于上市公司股东的净利润亏损2.4亿元至2.64亿元。

相比较来讲,狗不理更惨。不仅上市之路均以失败告终,在北京的最后一家门店也宣告到期关门,退守天津。究其原因,故步自封,缺少服务意识,脱离消费者需求是主因。

反观旅游餐饮的正面典型,对外地人来说,去长沙游玩,文和友已经成了一项必打卡旅游项目。文和友的火爆很大程度上在于其深度挖掘了老长沙的文化与美食代表,展现了独特的城市文化,同时突破了单独做餐饮的束缚,让饮食与市井文化相融合,以全新的形式展现在游客面前。

目前,国内旅游市场正在有序复苏。据媒体报道,清明节假期全国国内旅游出游1.02亿人次,按可比口径

## 重视高校学生的异化消费行为

众所周知,高校大学生思想活跃,对新事物有强烈的求知欲,喜欢追求新潮。消费主义作为一种意识形态,可通过隐蔽方式潜移默化影响青年学生的消费行为。

认真梳理高校学生异化消费行为的成因,其根本原因在于物质财富增长促使消费活动异化、生活节

奏加速诱导冲动消费、享乐主义盛行压抑理性思考等,而盲目追求过度的时尚消费是促使青年学生与个人追求、终极价值背离的重要诱因。因此,要高度重视并正确引导高校学生的异化消费,使其不偏离“轨道”,行为可控可防。

高校思政教育要积极传播正确

的社会观、消费观、价值观,自觉抵制不良消费心理影响,预防网络快速传播引发消费主义思潮泛化,促使青年学生坚定正确的理想信念。

在引导形式上,各二级学院、思政教研室要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为统领,认真学习贯彻习主席在全国高

校思想政治教育会上的重要讲话精神,常态化日常教学模式引导教育,并借助融媒体媒介在高校阵地,积极发挥思想政治教育话语体系的魅力,引导学生认清消费主义的本质和危害,树立科学、可持续的消费理念。

(长沙医学院 周梦颖 董文博)

