

地方动态

本报讯 (记者 默晓龙)7月30日,宜昌伍家岗长江大桥举行通车仪式,这是宜昌城区首座跨径千米级的特大桥,该桥已于8月2日正式通车。至此,湖北省已经合龙及建成通车的长江大桥增至36座。

宜昌伍家岗长江大桥是国务院确定的《长江经济带综合立体交通走廊规划》中湖北省19条过江通道之一,宜昌市第9座长江大桥,为保护长江中华鲟洄游及周边生态环境,采

湖北宜昌伍家岗长江大桥建成通车

用主跨1160米悬索桥一跨过江方案,主线全长2.813公里,桥宽31.5米,按双向6车道城市快速路标准建设,其建成通车标志着宜昌市城区中环闭环、内中外三环道路网络真正成形,对实现“一江两岸”共同发展,助力宜昌构建“一江两岸”发展新格局,深度推进江南整体开发,加快融入长江经

济带建设发展进程。

“为保护长江水质及珍稀生物多样性、充分实现绿色生态环保,为中华鲟‘让路’,最终采取了主桥采用主跨1160米悬索桥一跨过江方案,为中华鲟让道,不在水中建桥墩,这样既使中华鲟洄游不受影响,也保证了长江航道不断航。”中建三局城市投资运营公司副总经理、中建宜昌伍家岗大桥建设运营有限公司董事长李军华说。

作为宜昌快速路网控制性节点工程,伍家岗长江大桥总投资28亿元,该桥由中建三局牵头投资建设运营,其建成通车标志着宜昌市内中外三环快速路网衔接进一步完善,助力宜昌构建“一江两岸”发展新格局,深度推进江南整体开发,加快融入长江经

济带建设发展进程。

“为保护长江水质及珍稀生物多样性、充分实现绿色生态环保,为中华鲟‘让路’,最终采取了主桥采用主跨1160米悬索桥一跨过江方案,为中华鲟让道,不在水中建桥墩,这样既使中华鲟洄游不受影响,也保证了长江航道不断航。”中建三局城市投资运营公司副总经理、中建宜昌伍家岗大桥建设运营有限公司董事长李军华说。

建设发挥重要作用。

作为宜昌快速路网控制性节点工程,伍家岗长江大桥总投资28亿元,该桥由中建三局牵头投资建设运营,其建成通车标志着宜昌市内中外三环快速路网衔接进一步完善,助力宜昌构建“一江两岸”发展新格局,深度推进江南整体开发,加快融入长江经

本报讯 近日,南通农商银行首笔新型农业主体“信贷直通车”业务在二甲支行成功落地。东社镇蔬菜水果种植户张某成功通过“信贷直通车”平台申请惠农快贷30万元。

5月末,张某承包的大棚受大风影响,发生较大面积坍塌,受灾严重,亟需筹集资金重建大棚、采购农资。该行二甲支行行长获悉后,主动带队上门了解情况。该行在业务调查时发现,张某从事蔬菜水果种植、销售多

江苏南通农商银行

首笔“信贷直通车”业务成功落地

年,有一定的行业经验,其家庭农场占地近300亩,年销售额约150万元,生产经营状况良好,符合南通农商银行为新型农业主体创新推出的“惠农e贷-信贷直通车”申办资格。客户经理及时推介该款信贷新产品,协调江苏

省农业融资担保有限责任公司为该笔贷款提供担保,并执行了优惠利率,最终解决了张某的临时资金需求。

首笔“信贷直通车”业务的成功落地,标志着南通农商银行在金融服务新型农业主体、助力乡村振兴方面

取得新的突破。

下一步,南通农商银行将结合党史学习教育“我为群众办实事”活动的开展,全力支持“信贷直通车”活动做深、做实,创新研发提供更多针对性的金融产品,助推破解新型农业经营主体融资“难、贵、慢”等问题,切实践行南通农商银行服务“三农”的初心和使命,以优质金融服务贯彻落实乡村振兴战略。

(王 韵)

本报讯 上半年,乌昌海关监管中欧班列乌鲁木齐集结中心本地组货集结中欧班列近200列,货运量约20万吨,贸易额超11亿美元,分别同比增长50.43%、57.2%、111%,持续保持高增长态势。

乌鲁木齐市是我国建设中欧班列集结中心示范工程的城市之一。乌鲁木齐集结中心是中欧班列西通道中国段与中亚及欧洲距离最近的国际编组枢纽。

乌鲁木齐集结中心

上半年开行本地中欧班列增长50.43%

乌昌海关监管有关人员表示,今年以来,乌鲁木齐集结中心整体呈现班列增长速度快、覆盖范围广、货运品类多等特点,目前监管的中欧班列运货品包括日用百货、农产品、化工产品、纺织原料及制品等十多个商品大类,平均每

天有2趟班列从集结中心出发。为发挥乌鲁木齐集结新疆货源的优势,乌昌海关推行中欧班列集拼集运模式,将海关对班列的监管单元由“列”变为“节”,有效整合了中欧班列空箱仓位资源,让新疆地产商品可利

用国内其他省份发出的中欧班列运力走出国门,解决了新疆货源分散、运输成本较高的难题,实现了集装箱成列发运向成组拼装快运的转变。

“现在我们只需要4—5天就能在乌鲁木齐集结一整列的出口货物,大家分摊运费,降低了运输成本。”新疆某国际货运代理公司负责人说。

截至目前,乌鲁木齐集结中心现有开行线路21条,通达中亚和欧洲19个国家26个城市。

(金 韵)

国家市场监管总局正式对外公布 明年元旦起实施《化妆品生产经营监督管理办法》

本报讯 记者从国家市场监管总局获悉,该局8月8日对外公布《化妆品生产经营监督管理办法》(以下简称《办法》)。该《办法》自2022年1月1日起实施。

《办法》明确化妆品生产许可项目分类原则,突出儿童护肤类、眼部护肤类化妆品应当具备的特殊生产条件,并对化妆品生产许可延续实行告知承诺制,并强化告知承诺后的监管措施,对不符合许可条件的依法撤销许可。

根据《办法》要求化妆品注册人、备案人、受托生产企业建立生产质量管理体系、落实质量安全责任制,并细化留样管理、自查要求以及整改、停产、报告等义务。细化质量安全负责人的从业资格及具体职责。明确委托方和受托生产企业的条件和义务。同时,从化妆品命名、儿童化妆品特别标注、标签瑕疵认定等方面细化标签管

理要求;突出问题导向,进一步明确对化妆品虚假宣传、违法宣称等的要求。

《办法》还细化明确化妆品经营管理要求。完善进货查验、产品检验、贮存及运输相关管理制度等规定。明确美容美发机构、宾馆等在经营服务中使用化妆品或者为消费者提供化妆品应履行的义务。

结合监管实际细化电商平台、集中交易市场、展销会举办者的审查、报告、检查、违法行为制止等责任,强调平台对涉及质量安全重大信息的报告义务。

化妆品是满足人们对美的需求的消费品,直接作用于人体,其质量关系人民群众身体健康。2020年6月16日,国务院公布《化妆品监督管理条例》。为贯彻落实《条例》,加强化妆品生产经营监督管理,保障公众用妆安全,规范和促进化妆品行业健康发展,



国家药监局组织起草了《办法》。

《办法》落实“放管服”改革要求,优化生产许可程序。细化完善不同情形的生产许可变更事项审核审批程

序,对因生产许可变更需要进行全面现场核查的,经核查符合要求颁发新的化妆品生产许可证,许可证有效期重新计算,为企业减负增效。

女性不断“入坑”潮鞋 国货力量不容小觑

潮鞋圈中,超五成人士每年会“剁手”3到4次,而女性占比不断提升成为新的特点。曾经的球鞋是男生专属,但随着穿搭文化的流行,潮鞋逐渐成为外表个性标签之一,潮鞋App中虽然男性占比高,但是女性占比今年也超过了40%,相较于去年上升了4%。

值得关注的是,虽然报告中的上榜“潮鞋”品牌仍然多为国外品牌,但国潮力量的崛起也不容小觑。社交平台上穿搭博主晒国产球鞋蔚然成风,粉丝们一边打call支持国货,一边“督促”国产潮鞋赶快走出国门。

此外,国货美妆中,除了国产品牌,产品设计的国风元素也是成为Z世

代“心头好”的重要原因。比如,某品牌与中国国家地理合作推出“粉黛高原”“赤铜丹霞”“幻彩梯田”眼影盘,足够吸睛。

穿汉服成国潮新潮流
重庆火锅等“中国味道”不落后

国潮,是以潮流的方式将中国风格和中国品牌结合。其中,国潮服饰、国潮味道、国风游戏和国货美妆等话题引起Z世代的强烈关注。

国潮服饰中除了国产品牌外,满满中国风的汉服也大行其道,Z世代最爱选择穿汉服游玩杭州、西安、苏州等城市,拍照、拍写真,以及同好交流是他们主要的穿着。

国潮味道中,重庆火锅、北京烤鸭、武汉热干面、老北京炸酱面、云南过桥米线等纷纷上榜。仅今年火爆的广西螺蛳粉作为“有味道”的食物也占据了榜首的位置。

此外,国货美妆中,除了国产品牌,产品设计的国风元素也是成为Z世

潮玩潮鞋引入坑 “Z世代”“潮力量”崛起

“Z世代”作为新消费的主力军,新生“潮力量”,正活跃于“潮玩圈”“国潮圈”“潮鞋圈”等各大圈层。根据Mob研究院近日发布的《2021年Z世代“潮力量”洞察报告》,Z世代“潮力量”出生于1995年至2010年之间,他们之间超过四成人每年会花费1000元以上购买手办,更有超五成人每年会“剁手”3到4次买“潮鞋”。

买手办主要为收藏
盲盒抽到限量款快乐加倍

潮玩是潮流玩具的简称,目前基本被手办、盲盒和“BJD”娃娃统一天下。

其中,手办通常分为两种,一种是收藏的模型,另一种是日本动漫周边。而手办的形象大多是与动画、漫画、电影、游戏等相关联。

盲盒则是具有随机性的玩具盒子,里面通常装的是动漫、影视作品的周边,或者设计师单独设计出来的玩

花费3000元以上“领娃”,超三成花费1000元以上为了后续“养娃”。

穿汉服成国潮新潮流
重庆火锅等“中国味道”不落后

代“心头好”的重要原因。比如,某品

牌与中国国家地理合作推出“粉黛高

原”“赤铜丹霞”“幻彩梯田”眼影盘,足吸引。

“苏打水比碳酸饮料健康,而且跟纯净水比起来还有味道,口感也不腻。”消费者武女士告诉记者,她喝苏打水已经5年了,每年夏天都要囤两瓶放在冰箱里。“现在超市销售的苏打水品牌越来越多,甚至有各种挑花眼的感觉。”

武女士的体验并非个案。近年来,我国苏打水市场新军突起,消费量急剧增长,苏打水品类进入高速增长和高速扩容的发展阶段。让人不由得感叹,苏打水为什么这么火?

黑龙江部分税种全面实行申报表整合

本报讯 (记者 张楠 佟强)从8月1日起,黑龙江省全面实行增值税、消费税分别与城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加申报表整合。也就是说,8月1日起纳税人申报增值税、消费税时,可以一并申报附征的城市维护建设税、教育费附加和地方教育费附加等附加税费,实现多税种“一张报表、一次申报”。

增值税、消费税和附加税费申报表整合是围绕服务市场主体、推进纳税缴费便利化改革的重要举措。通过将《增值税纳税申报表(一般纳税人适用)》《增值税及附加税预缴表》及其附列资料和《消费税及附加税费申报表》实现了全省增值税、消费税纳税人全覆盖。申报表整合后,纳税人填写好增值税、消费税相关申报信息,系统即可自动带入附加税费附列资料,形成纳税人本期应缴纳的增值税、消费税和附加税费数据。这不仅优化整合了增值税、消费税和附加税费申报表,精简了申报表单,而且通过优化、完善支撑申报的信息系统和电子税务局的功能,实现了增值税、消费税和附加税费申报表分别与《城市维护建设税教育费附加地方教育费附加申报表》整

合,启用《增值税及附加税费申报表(一般纳税人适用)》《增值税及附加税费申报表(小规模纳税人适用)》《增值税及附加税预缴表》及其附列资料和《消费税及附加税费申报表》实现了全省增值税、消费税纳税人全覆盖。申报表整合后,纳税人填写好增值税、消费税相关申报信息,系统即可自动带入附加税费附列资料,形成纳税人本期应缴纳的增值税、消费税和附加税费数据。这不仅优化整合了增值税、消费税和附加税费申报表,精简了申报表单,而且通过优化、完善支撑申报的信息系统和电子税务局的功能,实现了增值税、消费税和附加税费申报表分别与《城市维护建设税教育费附加地方教育费附加申报表》整

合,启用《增值税及附加税费申报表(一般纳税人适用)》《增值税及附加税费申报表(小规模纳税人适用)》《增值税及附加税预缴表》及其附列资料和《消费税及附加税费申报表》实现了全省增值税、消费税纳税人全覆盖。申报表整合后,纳税人填写好增值税、消费税相关申报信息,系统即可自动带入附加税费附列资料,形成纳税人本期应缴纳的增值税、消费税和附加税费数据。这不仅优化整合了增值税、消费税和附加税费申报表,精简了申报表单,而且通过优化、完善支撑申报的信息系统和电子税务局的功能,实现了增值税、消费税和附加税费申报表分别与《城市维护建设税教育费附加地方教育费附加申报表》整

世界中医药大会第六届夏季峰会在长春举办

本报讯 (记者 王春宝 □ 董建伟)

近日,世界中医药大会第六届夏季峰会在长春举办,线上线下吸引了国内外中医医药领域院士专家、中医药企业家等约600人参加。

中医药是中华文明的瑰宝,吉林省是中医药大省。“十四五”时期,吉林省将加快建设“长辽梅通白延医药健康产业走廊”,增强生物药产业竞争优势,推动化学药产业自主创新,加快中医药现代化进程,围绕种质保存选育、道地药材生态种植、经典名方开发等领域,开展中药材产品生产全流程关键技术研究,强化产学研用协同创新,提升中药材供给,中药材炮制、新品种开发的创新能力,巩固提升吉林在中国中医药创新体系中的地位和影响力。四是强化科技创新,提升中医药继承与创新能力。实施科技创新引领工程,围绕种质保存选育、道地药材生态种植、经典名方开发等领域,开展中药材产品生产全流程关键技术研究,强化产学研用协同创新,提升中药材供给,中药材炮制、新品种开发的创新能力,巩固提升吉林在中国中医药创新体系中的地位和影响力。四是强化科技创新,提升中医药继承与创新能力。实施科技创新引领工程,围绕种质保存选育、道地药材生态种植、经典名方开发等领域,开展中药材产品生产全流程关键技术研究,强化产学研用协同创新,提升中药材供给,中药材炮制、新品种开发的创新能力,巩固提升吉林在中国中医药创新体系中的地位和影响力。四是强化人才培养,推动建设中医药产业人才聚集高地。

夏日里,各种各样的苏打水摆放在超市货架上,不仅口味五花八门,还纷纷冠以“无糖”“0脂肪”等名号。在网络科技平台搜索“苏打水”,国内外的品牌汇聚,销量可观。

“苏打水比碳酸饮料健康,而且跟纯净水比起来还有味道,口感也不腻。”消费者武女士告诉记者,她喝苏打水已经5年了,每年夏天都要囤两瓶放在冰箱里。“现在超市销售的苏打水品牌越来越多,甚至有各种挑花眼的感觉。”

武女士的体验并非个案。近年来,我国苏打水市场新军突起,消费量急剧增长,苏打水品类进入高速增长和高速扩容的发展阶段。让人不由得感叹,苏打水为什么这么火?

日前,前瞻产业研究院发布的《中国苏打水行业市场发展前景与投资预测分析报告》显示,2019年国内苏打水整体市场规模为150亿元左右,预测到2025年将达到320亿元。

据了解,苏打水品类细分为天然苏打水和合成苏打水,二者分属包装水和饮料,是不同类别的产品。目前市场上以合成苏打水居多,天然苏打水品牌并不多,主要因为天然苏打水产地稀少。

从竞争主体方面看,各大饮料品牌纷纷加入“混战”,娃哈哈、农夫山泉、青岛啤酒、舒达源、名仁、屈臣氏、怡泉、依能等几十个品牌都先后推出了自己的苏打水产品,但整体上苏打水饮料市场较为分散,尚未形成领头企业。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,目前我国苏打水市场正进入导入期的最后阶段,经过了近10年对消费者的宣传,苏打水概念已经被很多消费者所认知。随着消费者健康意识的崛起,苏打水市场未来发展值得期待。

记者走访发现,商场里摆放的苏打水产品,包装上往往标有“0糖0卡”“弱碱”等字样,通过主打健康牌形成差异化的品牌定位,以此吸引消费者。

近几年随着健康管理的概念持续深化,像苏打水这样具备大健康属性的产品,自然受到消费者青睐。

“苏打水的含糖量比普通饮料要低一些,更健康一些。从口感来说,苏打水比纯水要好,尤其喝无糖的苏打水,是比较健康的补水方式。”首都保健营养美食学会会长王旭峰在分析对比一些市场上常见的饮品后这样总结。

此外,苏打水的口味众多,不仅有白桃味、百香果味、西柚味等多种口味,在口感上还分为含气或不含气,为消费者提供了更丰富的选择。

但朱丹蓬也提醒,市场上卖得比较多的其实是人工苏打水,而人工苏打水在原料级别以及添加成分的比例等方面也存在乱象,甚至不排除假冒伪劣产品和低质高价的情况,消费者在购买时要注意区分辨别。

从整体来看,消费者对饮品的需求从刚需型消费升级转化为享受型消费升级,功效、口感、品牌甚至高端定位等方面也有所提升。

朱丹蓬表示,苏打水的火爆是整个饮料行业升级和消费升级的一个缩影,从咖啡到新中式奶茶等饮品品类的不断涌现都在印证着饮料行业的发

展。从咖啡到新中式奶茶等饮品品类的不断涌现都在印证着饮料行业的发

展。

张其予

马雨筱旭

苏打水为什么这么火?

张其予

马雨筱旭

苏打水为什么这么火?

张其予

马雨筱旭

苏打