

消费日报

2022年1月11日
星期二
总第8125期
第5184期
今日4版

春节期间粮油肉蛋奶鱼果蔬等供应充足

1月8日,农业农村部市场与信息化司副司长刘涵在国务院联防联控机制新闻发布会上表示,今年春节期间,粮油肉蛋奶鱼果蔬等供应充足,完全可以满足城乡居民消费需求。
(新华社)

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

高质量培训促进“产训结合”

职业技能培训首个五年规划出台

近日,由人社部、教育部、发展改革委、财政部等部门研究编制的《“十四五”职业技能培训规划》(以下简称《规划》)印发并公布。

在1月7日国新办举行的国务院政策例行吹风会上,人力资源和社会保障部副部长汤涛表示,“十四五”时期,新的就业增长点和新就业形态不断发展变化,迫切需要劳动者提升人力资本和专业技能。

政府补贴性培训超7500万人次

当前,职业培训面临一些新挑战。汤涛表示,一是技能人才培养不适应产业转型升级和技术进步的要求;二是“就业难”和“招工难”两难并存,结构性就业矛盾突出,重点就业群体的就业创业能力与用人单位需求存在差距;三是培训基础能力薄弱,培训供给能力不足,培训的针对性、实效性还需要进一步提高,尊重劳动、尊重技能的社会氛围也有待于进一步优化。

《规划》提出了“十四五”时期加强职业技能培训工作的目标、任务和保

障措施。到2025年要实现终身职业技能培训制度更加完善,共建共享职业技能培训体系更加健全,创新型、应用型、技能型队伍不断发展壮大,职业技能培训服务更加有效等四个主要目标。

“具体目标是组织实施政府补贴性培训达7500万人次以上,其中农民工职业技能培训3000万人次以上;新增取得职业资格证书或职业技能等级证书的人员要达到4000万人次以上,其中能够达到高级技工、技师、高级技师的高技能人才要达到800万人次以上;新增公共实训基地200个。”汤涛说。

完善技能人才职业发展通道

当前,劳动者不愿当工人,技能成才、技能就业吸引力不足等现象比较突出。为不断壮大创新型、应用型、技能型队伍,营造更好的社会氛围,《规划》就完善技能人才职业发展通道提出明确要求。

人力资源和社会保障部职业能力

建设司司长刘康指出,要打破目前的“天花板”“隐形门”,形成技能人才的纵向职业技能等级阶梯,探索拓展技能人才“新八级”职业技能等级制度;在横向上,使技能人才和专技人才等相应人才可以贯通发展。

刘康介绍,下一步,要提高技能人才的待遇水平,引导企业建立健全符合技能人才特点的工资分配制度;推动企业建立工资正常增长机制,探索技能激励办法。要完善以国家奖励为导向、用人单位奖励为主体的技能人才表彰奖励体系;加大对高技能人才在各级各类表彰中的倾斜力度;要做好“中华技能大奖”“全国技术能手”评选表彰,并给予人才更高待遇。

高质量推动“产训结合”

培训不能唱“独角戏”,要和产业发展密切结合。《规划》适应产业发展需要,提出高质量推动“产训结合”,促进产业链和职业技能培训链的有效衔接。

“对企业来说,重在发挥培训主体

作用。市场上需要什么样的产品和服务,企业需要什么样的人才和技术,企业最有发言权。”国家发展改革委就业收入分配和消费司司长哈增友表示,政府部门要充分尊重企业意愿,帮助企业落实好开展培训的税收优惠政策和相关补贴政策,真正支持企业开展多层次、大规模的岗前培训、在岗培训、稳岗培训和转岗培训。同时,也要支持行业龙头企业、大型企业建立自己的职工培训机构,面向本单位的企业职工,包括产业链中关联度比较高的中小微企业职工开展培训。

哈增友表示,有关部门将支持引导一万多所职业院校和技工院校充分发挥自身师资优势,持续提升培训内容与企业需求的契合度,推动产教融合、校企合作真正落地见效。

“我们要大力营造‘劳动光荣、技能宝贵、创造伟大’的社会导向,持续增加职业技能培训投入,切实提高广大技能劳动者的待遇水平,推动更多技能劳动者早日跨入中等收入群体行列。”哈增友说。
(人民网)

宣传资料不得暗示或强调适用未成年人等特殊群体

固体饮料标签标注进一步规范

本报道 近日,市场监管总局发布《关于加强固体饮料质量安全监管的公告》(以下简称《公告》),进一步规范固体饮料标签标注,加强固体饮料质量安全监管,切实维护消费者合法权益。

市场监管总局表示,固体饮料是当前市场消费量较大的食品。市场监管总局在巩固深化固体饮料专项整治成果的基础上,结合党史学习教育和“我为群众办实事”实践活动,聚焦人民群众普遍关心的“放心消费、品质消费”问题,就固体饮料标签标识、警示信息标注、严禁虚假宣称等作出细化规定,督促生产经营落实主体责任,指导监管部门加强食品安全监管,引导消费者科学理性消费。

《公告》规定,固体饮料产品名称不得与已经批准发布的特殊食品名称相同;应当在产品标签上醒目标示反映食品真实属性的专用名称“固体饮料”,字号不得小于同一展示版面其他文字(包括商标、图案等所含文字)。

《公告》强调,直接提供给消费者的蛋白固体饮料、植物固体饮料、特殊用途固体饮料、风味固体饮料,以及添加可食用菌种的固体饮料最小销售单元,还应在同一展示版面标示“本产品不能代替特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品、保健食品等特殊食品”作为警示信息,所占面积不应小于其所在面的20%,警示信息文字应当使用黑体字印刷,并与警示信息区域背景有明显色差。

《公告》要求,固体饮料标签、说明书及宣传资料不得使用文字或者图案进行明示、暗示或者强调产品适用未成年人、老人、孕产妇、病人、存在营养风险或营养不良人群等特定人群,不得使用生产工艺、原料名称等明示、暗示涉及疾病预防、治疗功能、保健功能以及满足特定疾病人群的特殊需要等。

此外,《公告》鼓励行业协会等社会组织发挥行业引导和自律作用,规范企业生产、销售和宣传行为;鼓励学校加强未成年人食品安全和营养健康教育,倡导家长等消费者科学认知、理性消费。

我国已培育392家国家小微企业创业创新示范基地

小微企业数字化转型实现从“单点投入”到“全面赋能”

民营企业既是创业就业的主要领域,也是技术创新的重要主体,其中绝大多数是中小企业。2019年12月,中共中央、国务院印发《关于营造更好发展环境支持民营企业改革发展的意见》。据悉,两年来,中小民营企业转型发展支持举措成效显著。

数字化转型成制造业企业“必修课”

济南章丘,走进位于三涧溪村集约型工业园,山东明风机械制造有限公司生产正酣——铸造、机加工、检测喷漆、自动机器人忙碌不停;智慧车间监控大屏上,设备运行数据实时跳动、一目了然。明风机械采用了浪潮云洲工业互联网平台的解决方案,实现联网管理和实时监控。改造后,生产管理效率提升15%,订单转化率提高10%。

为推动中小企业数字化转型,工信部部署实施中小企业数字化赋能专项行动,已发布254项服务产品及活动,开展一批技术培训。中国工业互联网研究院调研的数据显示,工业互联网平台赋能中小企业数字化转型总体向好,转型取得初步成效。

从阶段看,超半数被调研的中小

企业处于践行实施阶段,专精特新“小巨人”和制造业单项冠军企业处于数字化转型领军梯队,转型程度较一般中小企业更深。从投入看,中小企业数字化转型成效满意度较高,投入力度不断增强,投入重心由购买硬件向软件服务和解决方案倾斜。从路径看,转型呈现由“单点应用”向“全面赋能”转变的特征,转型越深入,全流程赋能成效越均衡。

“对制造业中小企业发展而言,数字化转型已不是‘选择题’,而是关乎生存和长远发展的‘必修课’。”工信部中小企业局有关负责人介绍,将持续支持中小企业数字化改造,打造100个可复制可推广赋能应用场景,供中小企业自主对接使用。同时,培育一批中小企业数字化服务平台,为中小企业提供数字化发展综合评价诊断服务,有针对性地提升数字化能力。

强化创新支持、优化融资服务

凭借天空地遥感数据高精度智能处理关键技术及应用,“小巨人”企业武大吉奥信息技术公司获得国家科学技术进步奖一等奖。

“从立项到获奖,得益于产学研用的

紧密合作。”企业负责人王琳介绍,2013年武汉大学遥感信息工程学院发起科研项目,学校科研团队贡献底层技术,吸纳吉奥提供应用支撑共同作为研制主体,2017年技术成果出炉后,又经国家测绘局进行中试和产业化,前后历时8年,最终获此殊荣。

“小巨人”支撑“大创新”。在2020年度国家科学技术奖获奖名单中,有14家专精特新“小巨人”企业参与申报的13个项目获奖,占企业参与国家科学技术奖奖项总数的10.2%。“专精特新”“小巨人”企业中,超五成研发投入超1000万元,超六成属于工业基础领域,超七成深耕行业10年以上,在多个领域“补短板”“填空白”,已成为制造强国建设的重要支撑力量。”工信部中小企业局有关负责人说。

“近年来,工信部将培优企业与做强产业相结合,推进‘专精特新’中小企业高质量发展。”该负责人表示,在创新支持上,中央财政安排100亿元以上奖补资金,分3批重点支持1000家以上专精特新“小巨人”企业加大创新投入,加快技术成果产业化应用;在优化服务上,推动22个省份与金融机构联合印发专项融资方案,为“专精特新”中小企业量身打造“小巨人贷”“专精特新贷”等专属信贷产品。

以平台建设支撑创新发展

浙江桐乡濮院毛衫创新园,是国家级小微企业双创示范基地,这里集聚着毛衫销售、加工、设计等各类企业近300家。“去年订单量相对不足,加上海运成本高企,一些以外贸为主的小微企业出现了资金困难问题。”浙江华

旺科技集团有限公司董事长沈建华说,“2021年7月海运成本猛涨,挤占利润空间,一度资金难以周转。对此,园区出面担保,为企业向银行融资4000多万元。带动20多家无法单独承接订单的小微企业纾困,预计企业2021年销售同比增长10%。”

毛衫创新园的奋力前行,是以平台建设支撑小微企业创新发展的生动缩影。截至目前,我国已培育392家国家小型微型企业创业创新示范基地、703家国家中小企业公共服务示范平台,带动各地培育省级示范平台3300多家、省级示范基地2500多家,为中小企业创新创业提供了有力支撑。

尽管中小企业创新创业氛围浓、势头好,但仍面临一些难点挑战。创新人才引进难是制约大部分中小企业发展的主要瓶颈之一。工信部中小企业局有关负责人表示,相较于大企业,受自身经营持续稳定性、薪资待遇、发展空间等因素影响,对高技能创新人才吸引力较弱、人才队伍稳定性不足。此外,中小企业还在创新资金融资与数字化转型等方面受到制约。

据介绍,工信部将进一步细化实施方案,从技术、资金、人才、用地等多方面给予支持,进一步提升中小企业的创新能力和专业化水平。
(人民日报)

2022年北京冬奥会和冬残奥会奖牌完成验收



图为2022年北京冬奥会和冬残奥会奖牌。

近日,2022年北京冬奥会和冬残奥会获奖奖牌验收仪式在上海造币有限公司金银币大楼中厅举行。奖牌生产是筹办冬奥会的关键一环。北京冬奥组委文化活动部针对奖牌的外观、工艺、表面质量、篆刻字样、绶带、包装盒等进行逐枚检验,验收合格。一枚枚熠熠生辉的奖牌经过18道生产工艺和20道质量检验,简约而不简单,充分展现了新时代中国制造的风采。北京冬奥组委文化活动部相关负责人及验收工作组成员完成了对奖牌的现场验收。据悉,被封装好的奖牌将于近日送抵北京冬奥赛场。
(新华社)

国潮兴起
「古法金」饰品获年轻消费者青睐



2022世界珠宝发展大会正在海口举行。1月8日,在大会举行的“黄金分论坛”上,多位与会嘉宾认为中国黄金消费市场正在回暖,随着国内珠宝市场的消费升级和文化自信的崛起,年轻消费者更加注重产品的创新及产品背后的故事。而以设计、工艺与传统文化元素紧密融合的“古法金”,在国内黄金饰品消费市场中逐渐走俏。

黄金在中国市场的消费需求一直表现强劲,也让中国成为拉动全球黄金消费增长的主要力量。世界黄金协会去年第三季度的《全球黄金需求趋势报告》显示,中国市场去年第三季度的金饰需求达到157吨,同比增长32%,环比增长7%,基本恢复到疫情前的水平。

近几年来,黄金饰品市场文化和创新正在成为推动黄金饰品市场驶入新赛道的主要驱动力。

中国工商银行贵金属业务部副总经理李雪松介绍,目前黄金行业也有国潮兴起,主要呈现三个特点,颜值即正义、独特坚定个性化表达、对思想性的表达,90后和“Z世代”更青睐这些特点。

传承了我国古代宫廷金银器制作工艺,并结合现代设计理念和运用现代精密加工技术的“古法金”,在为消费者带来耳目一新的产品体验的同时,也因其自然的中国传统文化和非遗“记忆”受到年轻一代消费者的青睐。

相关专家介绍,自疫情发生以来,消费者对珠宝首饰的需求在悄然变化,年轻消费者对于文创产品以及“古法金”产品的关注度更高,更加关注产品背后的故事。

世界黄金协会中国区资深分析师贾舒畅注意到,当前国内黄金市场中“古法金”产品风头正劲,“古法金”在全国珠宝零售门店当中的库存占到了第三位。

针对目前金市消费的预期市场主要集中在40岁以下群体,他认为,未来零售门店将更加聚焦年轻一代消费者,主要在私域流量和社交媒体上发力,以年轻的方式,吸引年轻消费群体,激活现有客户,实现二次销售。

以黄金珠宝行业头部品牌周大福为例,2021年其推出的“古法金”品类“传承”系列,共销售了185万件。周大福珠宝集团有限公司董事总经理陈世昌介绍,为更好地与消费者互联互通,该集团通过云柜台、数码定制化平台等服务实现智能化零售,同时还会进行系列产品创新,满足消费者多元化的需求。

“古法金”饰品的出现让更多人关注到古法工艺之美,那么古法黄金如何实现国际化?业内人士认为,古法黄金的国际化说到底是中国传统文化的国际化、中国品牌的国际化。具体来说,可将中国特色的设计灵感与工艺与西方珠宝文化进行结合,开发出东西融汇的珠宝产品,向国际市场传递属于中国特有的珠宝文化特色与工艺价值。

“消费者觉得金饰不够时尚,与他们的生活圈层情感联系薄弱。”世界黄金协会行业拓展及营销经理张琦表示,针对这些挑战,零售商需要重新建立年轻消费者与金饰的情感联系,改善金饰形象深挖年轻消费市场,让品牌年轻化、产品创新化、推广社交化。

(中国新闻网)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com



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