

消费日报

2022年1月20日
星期四
总第8132期
第5191期
今日8版

我国2022年确保脱贫人口就业规模高于3000万人

本报讯 中央农办副主任、国家乡村振兴局局长刘焕鑫1月18日表示,2021年脱贫人口就业规模达到3145万人,比上年增加126万人,工资性收入显著提升,占比达到67.9%,为守住不发生规模性返贫底线提供了有力支撑。2022年,确保年度全国脱贫人口就业规模高于3000万人,力争比2021年有所增加。

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

新春走基层

潮流玩具“虎”味浓



□ 本报实习记者 暴梦川 文/摄

农历虎年春节将至,玩具市场正在迎来新的变化。以“虎”为主题结合春节元素的毛绒玩具、积木玩具在市场上逐渐走俏。而不少潮流玩具品牌,也推出了带有“虎”元素玩具产品,抢占春节市场。

“虎”元素玩具添“年味”

记者在走访市场过程中发现,一些消费者在置办年货的同时,开始购买各种带有“虎”元素的玩具产品。不少消费者表示,“虎”元素的玩具除了作为礼物送给孩子外,摆放在家里可以增添更多“年味”。

1月12日,记者在北京市百荣世贸商场走访时看到,在玩具售卖区,就有六七家店铺将大大小小的老虎毛绒

玩具摆放在店铺门口。在一家毛绒玩具专卖店里,整个店铺好似“红色的海洋”。穿着碎花大衣的“翠花虎”、戴着财神帽的“财神虎”、摆着拱手姿势的“拜年虎”……以老虎为形加上春节元素的毛绒玩具占据了整个货架,吸引了众多消费者驻足选购。

消费者樊女士趁着休息在玩具店内不停地挑选毛绒玩具,一边拍照,一边与家人沟通。她告诉记者,“今年是虎年,这些毛绒玩具都是老虎形象而且还有春节元素,摆在家里正好可以增添‘年味’。”

记者在走访中发现,大多数消费者都与樊女士的想法一样,希望用毛绒玩具来增加“年味”。不过也有一些消费者是抱有其他目的。在教育行业工作的王先生刚刚购买了十多个毛绒玩具,他对记者表示,他购买这些毛绒玩具是送给自己学生的春节礼物。他告诉记者:“我和学生的关系特别好,所以想趁着春节给他们送一些礼物,这些老虎形象的毛绒玩具就特别合适,我买了十几个送给他们。”

一位店员告诉记者:“这些老虎毛绒玩具,从十几元到上百元不等,在春节前这段时间销售十分紧俏,像这种拜年姿势的,还有招财形象的玩具,消费者非常喜欢,一天能够卖出上百个。”

潮玩也有“春节款”

毛绒玩具销量火热的同时,潮流玩具也不甘示弱。记者发现不少潮流玩具品牌也早早地推出了带有“虎”元素的春节款式。

在泡泡玛特北京王府井 APM 店内,记者看到红色包装的“虎跃新春”盲



盒放在了店内门口,格外引人注目。

一位工作人员告诉记者,这是泡泡玛特最新推出的新春系列盲盒,目前十分畅销。她说“这个系列的盲盒一共15款,每款都融入了像‘中国结’‘舞狮’等传统的春节元素。因为今年是虎年,一些款式还增加了虎年特色。”

连续四年推出中国春节限定积木的乐高在今年也推出了“新春六习俗”“冰上新春”两款春节套装积木玩具。

在“新春六习俗”套装通过六个模块分别描述了春节的六个不同习俗:迎财神、贴春联、过除夕、贺新年、做扫除和办年货。而“冰上新春”套装则以春节时期的滑冰公园为原型,构建丰富而欢乐的冰上活动场景。

除了泡泡玛特和乐高,记者还发现有52TOYS、酷乐潮玩等玩具品牌在今年推出了与春节相关的盲盒、桌游和毛绒玩具等产品。

越来越多的潮流玩具开始将传统文化元素融入产品,包括推出像“春节款”这样的节日产品,是为什么呢?

在北京南山投资创始人周运南看来,潮流玩具品牌推出“春节款”,是潮流文化与传统文化的结合,也是传统文化在传承上的创新。他告诉记者:“春节是我们特有的文化内涵和精神寄托,随着大众文化自信不断提升和国潮文化的崛起,企业会创造更多结合传统文化的产品,以满足广大消费者的需求。”

家居小摆件让家换新“颜”

□ 本报实习记者 闫利文 摄

春节临近,不少人在计划对居家环境进行清洁的同时,也会选择去商场购买一些精美的家居摆件,通过各种带有节日色彩摆件,让家产生焕然一新的视觉体验,迎接新年的到来。记者走访市场发现,家居市场早在元旦就开启了年货节行动,各类家居装饰摆件更是围绕“虎”元素大下功夫,用别致的造型、巧妙的设计、简易的安装、深刻的意蕴,吸引着消费者们为家换新“颜”。

沉浸式家装场景内摆件吸睛

1月8日,在北京市宜家家居(四元桥店)内,到处洋溢着新年气息,红灯笼、红地毯、红拉花、红窗帘……记者在三层入口外看到,不少人行走在被红色装饰笼罩的家居展示区内,红色沙发上摆放的虎头样式抱枕更是吸引消费者们频频拍照。作为实用家居摆件,这一极具年味的抱枕,更是为客厅场景增添了一份喜气。

记者注意到,不少消费者在逛样板间时,都格外关注场景内摆件、挂画、盆栽等装饰。客厅、卧室、餐厅、厨房、阳台、卫生间,在他们看来每一个场景都可以选择操作的空间。“刚刚看到了一款可以在卫生间放置的‘洞洞墙’,能够很方便的悬挂各种洗漱用品,充分利用起墙面的空间,安装也很方便,唯一的担心就是感觉落灰可能不好清理。”一位与朋友一起购物的年轻消费者对记者说。

事实上,在装修好的各种场景中,墙上悬挂的灯饰、桌上摆放的花束、地上铺设的地毯,都有各种虎元素参与,一件件与众不同的摆件形成了浓郁的家庭氛围。一对情侣向记者表示,他们在逛



了各个沉浸式的场景后,也想模仿样板间的家居摆件装饰。“虽然是租的房子,但也想增添些新的摆件、装饰,让它更有家的感觉。我刚刚就看到一款设计奇特的手部形状摆件,计划购买并放在客厅里。”

“虎”元素饰品走上“C位”

家居摆件有着各种主题、材质、样式,但在虎年这一节点,增添了“虎”元素的摆件独树一帜。京东的销售数据显示,“萌虎”成为热销的商品元素,截至2021年12月,含有“虎”元素的商品同比增长67%,含有“萌虎”元素的商品数同比增长14.6倍,其中家居日用品“萌虎”元素的商品数占比18%。

1月18日,记者看到,多个购物平台的年货节主场活动中都开设了家居专

场,各种摆件产品的宣传界面都加入了新年相关元素。虎头虎脑的小盆栽、各种材质的萌虎工艺品摆件,加入了“虎”元素的挂件……在众多摆件中格外引人注目,不少产品显示月销售量超千件。

除了成品摆件,一些半成品“摆件”也被消费者列入购物清单。记者注意到,某电商平台上月销量超3000件,材料包中包含秀绸、填充棉、绣布、绣线、绣针、说明书等必备物品,而“吼叫版”的产品还配有小音箱,捏一捏会发出老虎的吼叫声。评论区,不少消费者表示,布老虎制作很简单,一天就可以完成,已经多次购买。店铺客服人员向记者介绍,其售卖的手工刺绣不售成品,而是售卖材料和针线,难度不大,就是需要一点耐心和

时间,可以让消费者自己感受到动手的乐趣。今年为了迎合虎年主题,店铺最新推出了小老虎平安福、布老虎等家居摆件产品。将经典的布老虎元素与现代“萌”文化相结合,加上刺绣这一传统手艺,消费者在制作的过程中也能感受到中华文化的魅力。

颜值与实用仍为选购重点

不论是哪种类型的家居摆件,性价比一直都是消费者购买产品时无法回避的话题。如,小鸟牙签盒,胡萝卜外形的封口夹、启瓶器、削皮刀、定时器、温度计冰箱贴、宝搭茶具,以及加入“虎”元素的存钱罐小夜灯、客厅收纳的“大嘴虎”、可挂钥匙首饰的收纳树、可充当手机支架的陶瓷“虎”等。这类产品往往既是高颜值的摆件,又是具有实用性的工具。

售卖太空“虎”存钱罐小夜灯的店铺客服人员告诉记者,现在,不少家居摆件在设计时考虑其实用性,是否可以一物多用,消费者也更喜欢具有多种功能的摆件。而在各类型摆件的评价中,记者也看到不少消费者给出“既美观又实用”的评价。有专家在接受媒体采访时也提到,消费者在购买家居摆件时除了考虑产品的样式,是否与家中整体装修风格搭配,更多地会关注到摆件的“隐藏”功能上,具备多种功能的摆件性价比也比较高,消费者有时更容易接受。

本报新闻职业道德监督岗

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

回眸2021

□ 本报实习记者 解磊

近日,中国塑料加工工业协会召开了2021年度工作总结会议,会议指出,去年面对严峻复杂环境、国外疫情持续发酵等挑战和困难,行业凝心聚力、奋发有为,坚持稳中求进,强化创新驱动,优化产品结构,呈现创新、可持续、高质量发展的新局面。协会一年来顺利完成了各项工作任务,为促进行业转型升级、高质量发展发挥了重要作用,自身建设、服务能力和水平也得到了很大提升。

加强运行监测 促进行业稳定发展

2021年协会全面加强行业运行监测,开展行业运行分析、专题调研、预警预测、形势研判等工作,关注行业痛点、焦点和热点问题,有针对性的对行业运行中出现的问题提出对策建议,促进了全行业健康稳定发展。

据国家统计局和海关总署统计数据,2021年1—10月,全国塑料制品行业规模以上企业累计完成产量6521.48万吨,同比增长8.93%;规模以上企业17980家,营业收入17727.53亿元,同比增长14.58%,比2019年1—10月份增长15.81%,两年平均增长7.62%;利润总额893.91亿元,同比增长0.2%,比2019年1—10月份增长12.66%,两年平均增长6.14%;营业收入利润率为5.55%;塑料制品出口额796.56亿美元,同比增长32.8%。经济持续稳定恢复,稳中向好。

加强自身建设 提高工作能力和水平

过去一年,协会加强党建工作,充分发挥党支部政治引领作用,在学党史、党支部标准化和规范化建设等方面取得有效进展,利用多种活动为载体,全方位搭建党建平台,促进党建工作与业务工作融合发展;凝心聚力,圆满举办中国塑协第八次会员代表大会、2021中国塑料可持续发展展览会、协会秘书处及授权分支机构代协会积极发展行业骨干企业成为会员,2021年新增会员104家,到目前协会共有会员4841家;加强宣传,提高行业和协会影响力,充分利用协会官网、微信公众号、《中国塑协通讯》、《中国塑料工业年鉴》、各分支机构网站及微信公众号等宣传平台,加强对塑料行业和协会活动的新闻宣传、舆论报道,提升行业和协会的传播力和影响力。

编制发布“十四五”发展规划和科技创新指导意见

为深化改革创新、破解塑料加工创新发展的科技难题,更好服务行业,聚焦行业应用需求,引领行业对标世界科技前沿,推进行业转型升级,去年中塑协编制发布《塑料加工业“十四五”发展规划指导意见》和《塑料加工业“十四五”科技创新指导意见》,编印纸质单行本,向分支机构、会员单位、相关机构及行业专家、政府部门等广泛发放并登载在协会网站、《塑协通讯》和微信公众平台上进行宣传。两个指导意见的发布对于促进中国塑料加工业在“十四五”期间的技术进步和行业发展起到战略性指导作用。

(下转A2版)

2021年度中国酒协科学技术奖评审会召开

本报讯(实习记者 贾淘文)1月18日,2021年度中国酒业协会科学技术奖评审会在北京召开,来自行业的21位评审专家参加评审工作。为配合疫情防控工作要求,今年的评审会首次采用全程线上的方式举办。

中国酒业协会理事长宋书玉表示,进入“十四五”时期,酿酒产业科技创新工作需要持续深入地推进,自主创新能力还需要不断增强。中国酒业协会科学技术奖评审会将重点选拔智能酿造示范项目,推动行业创新发展,鼓励科技创新平台建设,重视科技成果转化,切实形成推进酿酒产业发展的强大动力。

中国酒业协会秘书长何勇介绍了评审工作的程序及专业分组安排。本次线上评审工作共分三个阶段。首先召开集中会议了解2021年度项目申报情况及分组安排。随后,根据项目专业类别和数量分为白酒一组、白酒二组、啤酒组、葡萄酒和果酒组、露酒组以及黄酒组共六组。最后,召开评审委员会专业组组长会议,对

推荐获奖结果进行综合讨论和审查。

中酒协表示,本次评审和审议过程符合《中国酒业协会科学技术奖奖励办法及实施细则》有关规定,评审和审议结果真实有效。根据评审流程,奖励办公室将授奖推荐意见和名单上报中国酒业协会科学技术奖励委员会审定后在中国酒业协会官方网站进行公示。

记者从中酒协了解到,中国酒业协会科学技术奖自设立以来,已连续10年组织奖励工作,累计为264个项目授奖,有效促进了我国酿酒产业科学研究、技术开发、科技成果转化、国际化技术交流以及人才队伍建设,为酿酒产业可持续发展和全面实现产业升级起到带动和促进作用。特别是“十三五”期间,中国酿酒产业的科技进步成果丰硕,在产品结构和市场结构的推动下,科技动能向品质提升转化并取得较大突破,中国酒业协会科学技术奖选拔出了一系列优质的示范项目和科技成果,促进了酿酒产业科技创新能力的不断提升。



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