

# 消费日报

2022年3月15日  
星期二  
总第8165期  
第5224期  
今日16版

## 我国累计召回消费品8027万件

**本报讯** 记者从市场监管总局获悉,截至2021年底,我国累计召回汽车9130万辆、消费品8027万件,累计引导企业技术改造5800余次,不断引导企业加大技术研发力度,加强产品安全测试,推动产业链质量升级。同时,加大重点案件行政约谈和缺陷调查力度,加强汽车远程升级(OTA)技术召回监管,探索电商平台消费品召回监督与安全共治,创新启动沙盒监管模式。2021年,市场监管总局联合生态环境部发布《机动车排放召回管理规定》,将召回从安全领域扩展到环保领域。

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会主办 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

## 我国制造业增加值连续12年世界第一

记者从工信部获悉:2021年,我国制造业增加值规模达31.4万亿元,占GDP比重达27.4%。自2010年以来,我国制造业增加值已连续12年世界第一。

党的十八大以来,我国制造业大国地位进一步巩固。2012年到2021年,我国工业增加值由20.9万亿元增长到37.3万亿元,其中制造业增加值由16.98万亿元增长到31.4

万亿元。

——制造业国际竞争力显著增强。我国是全世界唯一拥有联合国产业分类中所列全部工业门类的国家,有220多种工业产品产量居世界第一。2021年,我国规模以上工业增加值增长9.6%,比2020年提高6.8个百分点,两年平均增长6.1%。

——制造业创新能力明显提升。光伏、风电、船舶等产业链国际

竞争优势进一步增强,集装箱产量同比增长110.6%,芯片产量同比增长33.3%。新型显示、工业母机、新材料等领域攻关取得阶段性成效。

——制造业产业结构加快升级。高技术制造业、装备制造业增加值分别增长18.2%、12.9%,对规上工业增长的贡献率分别达28.6%、45%。规模以上工业单位增加值能耗同比下降5.6%。

——制造业数字化转型全面提速。我国建成全球最大规模光纤和移动通信网络,累计建成开通5G基站超过142.5万个,5G手机终端连接数达5.2亿户。制造业数字化、绿色化转型步伐加快,重点领域关键工序数控化率达55.3%,数字化研发设计工具普及率达74.7%,为经济社会持续健康发展提供了强劲动力。

(人民日报)

冬奥会掀起冰雪装备消费热潮

## 九成以上滑雪头盔中国制造

□ 本报实习记者 解磊

2022年北京冬奥会上,自由式滑雪女子坡面障碍技巧决赛中夺得银牌的谷爱凌在第二跳落地后,第一个动作是摘下头盔进行检查。毫无疑问,在进行滑雪活动时正确地佩戴滑雪头盔可以有效降低滑雪时对运动人员头部的伤害。头盔质量的好坏在很大程度上决定着佩戴者在发生碰撞时的受伤严重程度。佩戴不合格的劣质头盔不仅达不到保护作用,还可能对佩戴者造成新的伤害。2017年修订的《中国滑雪场所管理规范》中规定“滑雪场所应积极引导滑雪者佩戴头盔”。在北京市发布的《体育场所安全运营规范滑雪场所》地方标准中也明确规定,滑雪场所应建立滑雪者佩戴头盔管理制度,要求滑雪者须佩戴头盔方能进入滑雪区域。

冬奥带动滑雪头盔热销

北京冬奥会的举办,让冰雪运动项目成功“出圈”映入大众眼帘。相关基础设施有了极大改善,冰雪产业蓬勃发展,经营者在服务的精细化、大众化方面做了升级,降低了准入门槛,使得冰雪运动从小众走向大众,全民冰雪消费热情空前高涨。国家统计局报告显示,自2015年成功申办冬奥会至2021年10月,冰雪运动参与人数已达3.46亿人。庞大的参与人群,让滑雪头盔等滑雪装备的销量迎来暴涨,一家消费内容社区数据显示,本届冬奥会期间,站内“滑雪”关键词商品交易总额同比增长1241%。“滑冰”商品交易总额同比增长606%。

记者在电商平台上输入“滑雪头盔”发现,价格最高接近万元,平均价位则在

100元—300元之间,有多家商店近期销量超过千余件。实体店的情况又如何呢?在北京一家运动装备商场,记者看到各种滑雪用品被摆放在了入口最显眼的区域。在“滑雪头盔”售卖区,记者看到这里的头盔售价从100多元到500多元不等。在产品标签上,这些头盔的品名为“运动头盔”,成分为聚苯乙烯泡沫。销售人员告诉记者,滑雪头盔不分等级,主要根据佩戴者的滑雪水平来选择不同价位的商品。“价位不同的商品选用的材质不同,结构也有区别。”他介绍,有的款式采用了安全组件多重保护,在头部收到冲击时,可以转移冲击力,保护大脑;有的款式设计了含有多个可调节的通气孔。“大部分购买的消费者都是初学者,这种200、300元左右中档价位的头盔卖得最好。”

九成以上滑雪头盔中国制造

奥运健儿用的头盔和普通消费者用的头盔有什么区别呢?据了解,普通的滑雪头盔一般包括外壳、主体、内衬、调节器、固定装置、插扣和眼镜扣等部分。其中,头盔的关键部分是发泡型聚乙烯,主要是吸收撞击时的能量,减少对头部的伤害。

记者了解到,以谷爱凌为代表的中国国家队所使用的滑雪头盔来自著名的运动装备品牌欧克利,作为欧克利品牌的国内生产厂商,怡丰运动科技(深圳)有限公司相关负责人谢昱宇告诉记者,欧克利头盔通过流线性空气阻力测试,大大减少高速运动时的空气阻力;利用BOA头部固定装置,可以根据头部大小手动调节贴合度;采用MIPS专利滑颅防护技术,通过在头部和头盔之间增加低

摩擦层,降低受到各角度撞击时大脑受到的冲击力。

“基本上90%以上滑雪头盔都在中国制造,而其中的高端品牌80%在怡丰生产。”谢昱宇骄傲地告诉记者,怡丰从事发泡胶成型超过40年,从1977年就与德国企业酷而特合作,随着发泡胶成型技术的发展,与酷而特在机械设备研制开发保持紧密的合作,从第一代K813至目前K-911机型开发研制都是针对头盔成型安全标准而制。

谢昱宇说:“怡丰始终掌握了发泡胶成型关键技术和设备技术科学研究,目前开发并申请了专利的微波成型技术,大大提高了头盔撞击安全系数,缩短了生产周期,同时有效减排减碳,解决了行业密集劳工等困扰,并通过科研创新将进一步带动产业升级。”

相关国家标准起草制定中

谢昱宇告诉记者,目前企业生产滑雪头盔依据不同地区实施不同标准认证,而一般高端滑雪头盔同时需达到不同认证一体兼容。即一个头盔同时符合2至3个地区的标准,怡丰生产的头盔同时符合北美地区标准和欧盟标准。其中欧盟标准《高山滑雪者和雪板滑雪者用头盔》对滑雪头盔的材料、结构、佩戴装置、头盔视野、保护范围、碰撞吸收性能、抗穿透性能等指标及试验方法做出详细的规定。

记者了解到,我国出台了GB/T31169-2014《滑雪运动装备使用要求》,对高山滑雪板、滑雪杖、滑雪头盔、滑雪镜的选用及滑雪板固定器的安装做出统一规定。另一项GB/T31170-2014《雪具的维护与保养》,对雪具的日常检查、维

护保养做出详细的规定要求。在产品质量标准方面,却有很多空白。

但相关国家标准已在路上,谢昱宇告诉记者,在中国文教体育用品协会的牵头下,怡丰作为起草单位之一,已于2018年开始参与起草滑雪运动头盔国家标准,将对滑雪头盔的质量性能进行统一规定,从而保障消费者佩戴质量合格的滑雪头盔。

中国文教体育用品协会副理事长张培生告诉记者,作为冰雪运动护具系列的第一部分,滑雪运动头盔的安全要求和试验方法的国家标准也通过了项目报批,将于近期发布。今年,协会把滑雪运动护具系列的护膝护背、护臀、护腕护手、护肘护膝和护脸安全要求和试验方法五个部分的国家标准制定工作列为标准重点工作优先开展和完成。在标准的制定组织工作同时,协会也正在依据运动护具制造(C2444)的范畴组建运动护具专委会,这样协会可以从标准、市场、产品多维度发力,更好地开展运动护具国家标准制定、宣贯和认证认可工作,提升企业技术研发能力,推进产品升级换代,规范行业自律。“这一系列的举措对推动我国冰雪运动的普及、全民健身活动的广泛开展和保障运动者的安全具有重要的经济意义和社会意义。”张培生表示。

那么消费者应该如何选购滑雪头盔?安徽省宿州市市场监管局产品质量安全监督管理科工作人员提醒消费者,尽量从正规的体育用品店选购标识齐全的滑雪头盔产品;选购头盔的时候用手压一压里面的缓冲层,以不掉渣不出坑为好,把它的系带系上以后,用力拉一拉,如果不出现系带扣的松脱或者断裂说明它的质量是合格的。

力,充分激发供给侧活力、着力提升供给创新性;二是全面改善消费环境,大力提升消费信心,构建更加真实可信的消费环境,切实保障消费安全,提高消费者消费能力与消费信心等;三是加速完善维权体系,切实强化权益保护,让广大消费者从日常生活中培养起对社会维权体系的信心,有效应对新业态新模式给维权体系带来的冲击,不断加大维权工作力度提升工作效率;四是着力强化消费监管,不断提高监管效能,加速完善监管执法机制建设,进一步发挥部门协作机制效力,注重发挥技术优势助力智慧监管、信用监管;五是注重加强区域互通,充分畅通市场循环,建立一体化政策体系,加强消费供给的区域间循环,同时强化消费者满意度的经验互通。

据了解,下一阶段,中消协将分批次向被测评城市通报各城市测评具体结果,并组织地方消协通过专家评议、消费者调研、大数据分析等方式,对进一步提升被测评城市消费者满意度进行深入研究,为地方政府推进放心消费环境建设,完善消费者权益保护体制机制,提升消费者满意度提供全力支持。

(孙博洋)

## 普及消费维权知识 共促消费公平



图为安徽省合肥市一家超市门前,市场监管所工作人员接受消费者咨询。

近日,安徽省合肥市蜀山经开区市场监管所的工作人员走进辖区内商超,为广大消费者提供消费知识普及、消费维权咨询等服务,净化消费市场环境,维护消费者权益。

杜宇摄

工信部拟规定:

## 粽子不应与超过其价值的商品混装

**本报讯** 据工信部网站消息,为进一步规范食品和化妆品包装要求,日前,工业和信息化部组织完成了《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准第1号修改单(征求意见稿)的编制工作。征求意见稿提到,月饼不应与其他商品混装,粽子不应与超过其价值的商品混装。

征求意见稿要求,在包装层数方面,粮食及其加工品、月饼及粽子不应超过三层,其他商品不应超过四层。包装成本上,生产组织应采取控制措施,控制除直接与内装物接触的包装之外所有包装的成

本不超过产品销售价格的20%。征求意见稿还增加了混装要求,月饼不应与其他商品混装,粽子不应与超过其价值的商品混装。

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com

## 中消协发布百城消费者满意度测评报告

综合得分首次突破80分

3月13日,中国消费者协会在京召开新闻发布会,发布《2021年100个城市消费者满意度测评报告》。测评结果显示,2021年全国100个城市消费者满意度综合得分为80.59分,总体处于良好水平,并连续呈现稳步上升态势。

据介绍,中消协自2017年以来持续开展消费者满意度测评工作,2018年以后,在国家市场监督管理总局的部署和指导下,此项工作得到进一步强化。2017年共选取50个城市进行测评,2018年测评城市数量增加至70个,2019年以来测评范围稳定在100个城市的规模。

2021年度消费者满意度测评指标体系由3个一级指标、16个二级指标和25个三级指标组成,100个测评城市主要包括直辖市、省会(首府)城市、计划单列市和部分社会消费品零售总额较高的城市。本次测评主要采取统计学、社会学意义上的实地访谈调查,由中消

协组织第三方专业调查机构于2021年10月至12月在全国100个被测评城市同步开展,共计回收6024个有效样本。测评结果显示,2021年度100个城市消费者满意度综合得分为80.59分,较2020年提高1.27分,且首次突破80分。3个一级指标中,“消费供给”得分最高,为81.93分;“消费环境”得分相对次之,为80.52分;“消费维权”指标得分为80.05分,尽管结果排名相对最低,但较前几年测评提升幅度最大。

测评结果表明,2021年度城市消费者满意度总体水平良好,消费者满意度测评结果连续四年稳步提升。从地区对比和城市综合表现来看,消费者满意度仍然存在较大的地区间差异,除个别城市外,东部和南部城市、经济发展水平高的城市得分明显要高于中西部及经济发展一般的城市;各城市满意度综合得分排名总体稳定,多数城市得分有所增长,苏州、杭州、青岛、南京、无锡、

烟台、常州、上海、北京、厦门等城市消费者满意度综合得分排名靠前,37个城市得分高于全国综合得分。

中消协相关负责人表示,综合梳理中消协连续五年城市消费者满意度测评结果来看,消费者满意度综合得分稳中有升,总体处于良好水平,这表明在各地政府、有关部门和社会各方的重视和共同努力下,各地消费环境建设取得长足进步,消费者感知反馈良好;特别是疫情防控常态化背景下,各地高度关注民生诉求,强化“六稳”“六保”工作要求,多措并举保民生、因地制宜促消费,消费维权工作成效显著,对于提升整体满意度起到关键作用。

同时该负责人还表示,受到国际国内消费环境的不确定性和疫情的冲击,也要看到消费者满意度测评短板上反映出的消费者诉求和环境隐忧。为此,中消协提出五点意见建议:一是持续优化消费供给,深入激发消费潜