

浙江助力食品小作坊走上共同富裕“快车道”

本报讯（记者 叶德宝 □ 马佳丽）近日，浙江省市场监管局在宁波象山召开浙江省食品小作坊“五化”工作暨卤肉食品安全监管“一件事”集成改革现场会，助力食品小作坊走上共同富裕“快车道”。近年来，浙江省市场监管部门把食品小作坊治理工作作为民生实事来抓，多措并举、精准发力，全力推动监管制度严起来，食品质量优起来、品牌形象树起来、发展前景好起来。

2021年9月，市场监管总局批复浙江开展食品小作坊综合治理改革试点，助推共同富裕示范区建设。今年年初，浙江省市场监管局又启动食品小作坊“高质量发展提升行动”，构建标准化建设、园区化管理、文化旅游、数字化监管、阳光化共治（简称“五化”）工作体系，开展“千企万坊”帮扶服务，助力食品小作坊打开供给质量提升、富民产业链

发展、经济效率优化的通道。目前，浙江省食品小作坊主体数量突破1.5万家，涉及粮食加工品、豆制品、酒类等25个类别，形成诸暨同山烧、义乌红糖、奉化干层饼等一批响当当的品牌，带动数万人在家门口就业增收。

浙江省市场监管部门始终把保障小作坊食品安全摆在突出位置，按照“细查、严管、重罚、实改”原则，“一月一行动”整治白酒、肉制品、糕点等食品安全问题，小作坊食品合格率提升至98.52%。加大日常监管力度，平均每年检查食品小作坊1.28万家次。强化指导帮扶，培育1500余家实施“5S”现场管理的食品小作坊，建成20余个食品小作坊加工集聚区，集群效应逐步显现。

卤肉是老百姓日常消费的“常客”。记者从会上获悉，今年3月份以来，浙江

省市场监管部门按照“小切口、大场景、快应用”的改革突破方法，打造了卤肉“一件事”改革集成应用，建立完善卤肉食品安全风险隐患全链条闭环管控机制。目前，浙江省供应“五化”农贸市场中的在产在销卤肉生产经营单位规范提升达标率已实现100%。

浙江省市场监管局相关负责人表示，下一步将重点做好成果巩固、改革拓面“两篇文章”，推动卤肉生产经营单位建档率100%，全面实现卤肉生产经营“户户建档，坊坊阳光、人人健康、食材可溯、添加可控、去向可追”目标。

浙江省市场监管部门坚持分类改造、分类施策、分步实施，分别以农贸市场内、农贸市场周边200米范围和其他卤肉生产经营单位为重点，逐步推动卤肉小作坊、小微加工点、销售单位在加工场所安装视频监控，并接入“浙食链”系统。推动大型商超、农贸（批）市场安装电子显示屏，实时展示卤肉加工操作场所及制作过程。运用“浙食链”系统赋码功能，对卤肉经营单位加赋“商户码”，实时归集卤肉生产经营信息。推动卤肉经营单位在销售窗口张贴“浙食链”商户码，供消费者扫码查询追溯信息。

食品小作坊是活态的传统农耕文明遗产，具有经济、社会、文化、生态等多方面价值，在帮助百姓增收致富、塑造产业竞争优势、缩小城乡收入差距中大有可为。下一步，浙江省市场监管部门将在巩固既有成果的基础上，坚持“五化”联动，着力解决食品小作坊发展中的制约性问题，推动从“加工价值”向“品牌价值”“文化价值”转变，不断满足人民群众对美好生活、美食文化和美丽乡村的向往。

本报讯（记者 刘家成 □ 冯举）近期，四川省阿坝州旅游业势头旺盛，为切实保护消费者的合法权益、营造放心舒心的消费环境，阿坝州市场监督管理局、阿坝州保护消

营造放心舒心的消费环境。截至7月31日，全州线下无理由退货1915件，退货金额103万余元。

根据12315指挥中心投诉数据分析，针对投诉数量较多、问题集中、

四川阿坝：

以问题为导向 切实维护消费者合法权益

费者权益委员会通过“省州舆情监测、12315指挥中心咨询投诉举报”数据分析，研判当前投诉举报热点，以问题为导向，以强化监管措施为举措，以创建全域旅游为目标，切实维护消费者的合法权益。

为了加强对旅游沿线、旅游购物场所日常巡查及监管力度，引导经营者落实线下无理由退货承诺，

去年我国宠物食品进口量同比增加16%

国内宠物市场需求还未得到充分满足

天眼查数据显示，目前中国经营范围含“宠物”相关的企业数量已逾190万家。2021年和2022年以来新注册的企业数量都达数十万家。其中，不少企业都有进出口业务。

中国食品土畜进出口商会（以下简称“食土商会”）提供的数据显示，近年来，中国宠物食品出口稳步增长。2019年—2021年，中国宠物食品出口量分别为240万吨、240万吨和250万吨，出口金额分别约41亿美元、44亿美元和55亿美元。2021年，出口量前五大市场分别是日本、美国、荷兰、越南和韩国。

“它经济”持续火热，逆势增长的宠物消费市场为我国的进出口贸易发展增添动力。

宠物食品是宠物消费中的刚需。有研究机构预计，全球宠物食品用品及护理市场规模将由2021年的2450亿美元增长至2022年的2610亿美元，并将以6.1%的年复合增长率，到2027年达到3500亿美元的规模。

宠物食品贸易潜力大

宠物行业这一朝阳赛道的吸引力从新入局企业的量级便可见一斑。据

“它经济”持续火热，逆势增长的宠物消费市场为我国的进出口贸易发展增添动力。

中国食品土畜进出口商会（以下简

称“食土商会”）提供的数据显示，近

年来，中国宠物食品出口稳步增长。

2019年—2021年，中国宠物食品出口量分别为240万吨、240万吨和250万吨，出口金额分别约41亿美元、44亿美元和55亿美元。2021年，出口量前五大市场分别是日本、美国、荷兰、越南和韩国。

“它经济”持续火热，逆势增长的宠物

宠物食品是宠物消费中的刚需。有研究机构预计，全球宠物食品用品及护理

市场规模将由2021年的2450亿美

元增长至2022年的2610亿美元，并

将以6.1%的年复合增长率，到2027年

达到3500亿美元的规模。

宠物食品进口也保持高速发展。

2019年—2021年，中国宠物食品进口量分别为220万吨、240万吨和280万吨，进口金额分别约59亿美元、70亿美元和

80亿美元，近两年进口量同比分别增加9%、16%，进口额分别增长18%和14%。2021年，进口量前五大来源国分别是秘鲁、美国、越南、泰国和荷兰。

对比进口、出口数据可见，中国宠

物食品的进、出口量基本均衡，但进口额明

显大于出口额。“这说明我国进口的

是单价和附加值更高的产品，也说明国

内宠物食品的市场需求还未得到充分

满足。”食土商会会长曹德荣指出，国内

宠物食品行业起步较晚，行业企业要向

国际同业看齐，进一步提质升级。

亟需提升核心竞争力

宠物产业已在中国不少地区集群成势。如河北省邢台市南和区的宠物全产业链相关市场主体已突破1万家，带动就业10万人以上，宠物产业产值达210亿元人民币。南和的宠物食品年产销量已占全国份额的60%以上，猫砂年产量占全国的1/3，并依托产业园区建设进一步做强产业优势，打造具有世

界影响力的中国宠物产业之都。

“未来8年到10年，中国有望成为宠物行业第一大国。”烟台中宠食品股份有限公司董事长、食土商会宠物行业分会执行理事长郝忠礼对行业发展满怀信心。他指出，整体而言，中国宠物行业仍处于初级发展阶段，企业规模较小，集中度低。疫情也加速了宠物行业消费模式的调整，个性化、定制化及创新性的产品成为宠物消费赛道的新风向。一方面，新品牌和国货品牌将迎来更多的发展机会和红利，也

会出现具备规模效应和竞争优势的强

势品牌；另一方面，行业对宠物基础健

康研究和营养研究的投入普遍不够，

与发达国家同业的差距较大。中国宠

物行业要实现从后发到先发、从跟跑

到领跑的跨越，必须重视基础营养研

究，使研发与创新先行，提升核心竞

争力。增强风险防控意识，尤其是产品

质量风控，把控好供应链和产品品质，

实现稳步成长和高质量发展。

（国际商报）

形成了“世界金刚石看中国，中国金刚石看河南”的优势。

如今，河南紧抓行业发展机遇，在今年2月份出台的《2022年补短板“982”工程实施方案》中有6个纯培育钻石生产项目；7月份印发的《河南省加快材料产业优势再造换道领跑行动计划(2022—2025年)》指出，将重点发

展5G、芯片制造、油气钻探等领域用复

合超硬材料及制品和关键装备，加速纳

米聚晶金刚石、功能金刚石等制备技术

攻关，扩大在珠宝首饰、电子信息、污水

处理、生物医药及器械等领域的应用，

以郑州、许昌、商丘、漯河、南阳、信阳

为支点打造全球最大的超硬材料研发

生产基地。

（经济日报）

2025年我国培育钻石市场规模将增至295亿元人民币

近期，培育钻石概念股持续走强，备受市场关注。Wind数据统计显示，4月27日以来截至8月17日，培育钻石指数涨幅达93.44%。

中钢经济研究院首席研究员胡麒牧

表示，从行业发展角度来看，经过多年的

市场教育，培育钻石的高性价比和环保

优势已深入人心，未来市场空间非常广

阔。目前市场需求旺盛，业内主要企业

不断扩大产能，同时不断有新玩家被吸

引进入这一赛道，应该说，供需两旺使得

行业运行更加景气。从资本市场角度来

看，一方面投资者看好行业的发展前景，

不断加码布局培育钻石行业；另一方面

业内上市公司业绩表现亮眼。这些因

素都有利于板块估值的提升。

培育钻石市场究竟有多火？从全球

培育钻石加工中心印度的进出口数据可

见一斑：今年上半年印度培育钻石坯

累计进口额8.7亿美元，同比增长72%；

培育钻石裸钻出口额累计8.6亿美元，同

比增长81%，延续了去年的高增长态势。

2021年全年印度培育钻石裸钻总

出口额11.4亿美元，同比增长11%。

另据机构预测数据，2025年全球培

育钻石市场规模将达295亿元人民币。

换算培育钻石只要几千元，对消费者具有极大的吸引力。

“当前，培育钻石价值正在不断获得消费者的认可，行业高景气度有望持续。”清晖智库创始人宋清辉表示。

培育钻石是超硬材料人造金刚石的

一种。按终端应用场景不同，超硬材料

人造金刚石主要分为培育钻石和工业用

金刚石两大类。我国作为全球超硬材料及

制品的主要生产国，近年来在培育钻石

领域取得一定进展，但与日本、韩国等

发达国家相比还有一定差距。中国培育

钻石行业要实现从后发到先发、从跟跑

到领跑的跨越，必须重视基础营养研

究，使研发与创新先行，提升核心竞

争力。增强风险防控意识，尤其是产品

质量风控，把控好供应链和产品品质，

实现稳步成长和高质量发展。

（国际商报）

市场

中消协发布“不公平格式条款”消费者认知及线索征集调查报告

近九成受访者遇到过不公平格式条款

本报讯 为提升消费体验，发现消费领域不公平格式条款，推动不公平格式条款问题的治理，维护消费公平，中国消费者协会于2022年6月开展了消费领域不公平格式条款消费者认知调查及线索征集活动，并于8月18日发布《不公平格式条款》消费者认知及线索征集调查报告。

调查显示，参与调查者总体上对格式条款比较了解。87.88%的消费者遇

到过不公平格式条款，遇到不公平格

式条款后，超七成消费者仍会选择继

续交易，主要原因在于经营者过于强

势，消费者被迫同意格式条款内容，否

则无法继续交易。多数消费者在遇到消

费不公平格式条款时，能够正确选择

消费维权渠道。同时，近五分之一的参

与调查者选择“默忍受”，说明维权

成本高、维权效果不

理想等原因使得消费者维权信心不足。

《报告》指出，不公平格式条款现象

在消费生活中仍然屡见不鲜，涉及领

域广、侵权手段隐蔽、对消费者影响大

。在市场交易中，由于信息不对称、专业

水平有限等因素的制约，与格式条款提

供者相比，消费者容易处于弱势地位，

自身权利容易受到侵犯。因此，规范格

式条款是促进消费公平的重要手段，也

是让消费者愿消费、敢消费的重要措

施。