

消费日报

2023年3月21日
星期二
总第8413期
第5472期
今日4版

去年我国工业增加值超40万亿元

本报讯 记者近日从工信部获悉,2022年,我国全部工业增加值突破40万亿元大关,占GDP比重达到33.2%;其中制造业增加值占GDP比重为27.7%,制造业规模连续13年居世界首位。

(新文)

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

新时期 新技能 新梦想

第二届全国机械手表维修工职业技能竞赛总决赛圆满落幕

□ 本报实习记者 暴梦川 文/摄

为弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神,展示我国钟表维修人员的技能水平,发现、选拔和培养更多高技能人才,3月18日,由中国轻工业联合会、中国钟表协会、中国就业培训技术指导中心、中国财经轻纺烟草工会全国委员会共同主办,飞亚达精密科技股份有限公司承办的2021年全国行业职业技能竞赛——第二届全国机械手表维修工职业技能竞赛总决赛在深圳举行。

作为国家二类职业技能竞赛,该项赛事已经成为钟表维修行业面向现代服务业发展,激发行业现有人才活力,展现行业专业力量的重要赛事。大赛组委会表示,这不仅是一场关于技能的比拼,更是一场关乎行业能否实现跨越式发展的竞赛。

比赛内容更加全面

本届大赛以“新时期、新技能、新梦想”为主题,吸引了来自全国各地的302人报名参加,在经过各分赛区预选赛选拔后,80名来自维修一线和装配一线的高手参加总决赛。

据了解,本届大赛总决赛的比拼内容为两项,分别为调试与装配机芯、锉制机芯用柄轴。

聚焦本届大赛总决赛,比赛内容的全面性成为一大亮点。

比赛当天,来自天津的时佳第一个走出赛场完成比赛。她告诉记者,此次比赛更加考验参赛选手钟表维修技能的全面性。“这次比赛不仅需要我们对机芯进行检查维修,还要将分散的零件组装成整表,对我们选手技能的全面性提出了很大的考验。”

本届大赛的副裁判长谢俊启在接受记者采访时表示,相较于上一届只考验维修机芯,本届大赛比赛内容更加全面。“比赛第一项是由我们通过技术处理后的、有问题的机芯交给选手,需要他们在找出问题的同时,将机芯维修好并装配成一块整表。第二项则需要选手根据机芯原有柄轴为样板,手工锉制一个柄轴并安装到机芯上。这两项内容需要选手在三小时内完成,对选手的综合素质、动手能力、基本功的扎实程度和心理素质都提出



了较高要求,还是比较有难度的。”谢俊启表示,参赛选手的最终成绩则由裁判根据机芯的走时质量、游丝圆平及摆轮端跳、外观质量及功能、防水性能以及机芯用柄轴的使用功能和外观进行评判。

选手年轻化趋势明显

经过紧张激烈的比拼,最终,来自杭州的毛建波从80位选手中脱颖而出,获得了第二届全国机械手表维修工职业技能竞赛的第一名。

实际上,本届大赛是毛建波第二次参加全国机械手表维修工职业技能竞赛,在上一届比赛中,由于种种压力,毛建波发挥失常,仅仅取得了第五十八名的成绩。从上一届的第五十八名到第二届的第一名是如何做到的?毛建波在接受记者采访时表示,扎实的基本功是他获得优异成绩的“制胜法宝”。

他告诉记者,这几年中,他一直在研究技术,不断打磨基本功,为今天取得的成绩打下了坚实的基础。“经过上一届比赛的洗礼,我清楚地认识到,只有把基本功扎扎实实,才能做到任何情况下都能发挥出自己的正常水平。”

在历经两届全国机械手表维修工职业技能竞赛后,毛建波感触颇深:“我从从事钟表行业已经27年了,在以前,我们钟表行业的技能人才几乎没有获得国家级荣誉的机会和平台,而全国机械手表维修工职业技能竞赛的举办,为钟表维修技能人才提供了一

个展示自我的平台,能够吸引更多优秀的年轻人从事这项职业,促进行业可持续发展。”

值得一提的是,本届大赛选手年轻化趋势明显,进入总决赛的选手平均年龄为36岁,其中35%的选手拥有大专以上学历。

以赛促学 以赛促训

“本届大赛的举办将进一步推进我国钟表维修技能水平的提高,满足消费者对高端服务的需求。”中国钟表协会理事长张宏光在接受记者采访时表示。

当前,我国已形成了3.6亿只进口

表(其中4250万只机械表)的社会保有量。巨大的体量展现了钟表维修市场发展空间巨大、前景广阔,我国拥有目前世界上最大的钟表维修市场。

张宏光表示:“如果消费者能够按照机械表的规范要求定期进行维修保养,钟表维修人员的技能水平能够符合要求,钟表维修市场规模将达到300亿元左右。”

但目前的市场规模远远没有达到这一数字。“目前,我国钟表维修市场规模只有70多亿元,这种需求和现实的巨大反差,一方面是由于钟表维修难、维修贵已成为当今民生关注度高的热点问题,消费者不敢维修、不会维修;另一方面也说明了行业内存在服务水平、技能水平参差不齐的情况。”张宏光指出,随着消费者对机械表维修保养的意识逐渐觉醒,钟表维修体量与档次价值的需求增加,提升钟表维修人员的能力和水平成为当务之急。

“只有维修能力和服务水平不断提升,钟表维修业才能真正迎来黄金发展时期,这也是我们举办此次比赛的初衷和目的。”张宏光表示,本届大赛通过提高职业技能竞赛科学、规范、专业水平,提高竞赛质量,实现以赛促学、以赛促训,进一步提高维修技术专业水平,增强从业人员职业自信,同时也将使钟表维修服务质量跃上新的台阶。



□ 本报记者 王薛滔 文/摄

近年来,口罩在应对流感季、雾霾沙尘天、花粉过敏期等特殊时期以及厨房油烟、吸烟环境、特殊场所聚集等特定环境展示了强大的作用。为了舒适生活、安全生产,口罩已成为身边的必需品,但长期佩戴口罩产生的憋闷、勒耳、呼吸不畅等感受,让消费者特别是老人、儿童、孕妇等人群对口罩的透气性能提出了更高需求。

3月18日,由中国产业用纺织品行业协会主办,浙江蓝禾医疗用品有限公司(以下简称“蓝禾医疗”)承办的TCN/TA 01004—2023《口罩透气性评价与分级》标准宣贯会在北京召开,会议解读了《口罩透气性评价与分级》团体标准,对目前口罩市场环境及用户需求、口罩用材料创新趋势进行分析,为推动《口罩透气性评价与分级》团体标准的应用实施,规范口罩行业发展,促进口罩质量安全水平提升发挥积极作用。

市场稳定 用户关注口罩佩戴舒适度

佩戴口罩是降低细菌、病毒传播的有效手段。当前,在没有强制性要求佩戴口罩的公共场合,广大人群仍以佩戴口罩当作日常健康防护的普遍手段。

“京东数据显示,随着疫情进入常态化,口罩大盘稳定在25亿元左右,其中口罩类目女性用户占比稍高,占到55.7%。一、二线城市26岁到45岁的用户是消费主力,这部分用户追求高品质的消费体验,对口罩佩戴的舒适度、功能和外观上的需求逐渐加强。”京东京造产品经理贾平凡表示,根据后台用户咨询统计,安全、不勒耳、透气、便捷成为消费者挑选口罩的关键词,“然而市面上的口罩仅仅解决了防护的需求,大量的低价口罩,但很少有升级的单品和品牌,市场无法满足后疫情时代的用户需求。”

中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅表示,在满足过滤性能的基础上,消费者越来越追求口罩佩戴的舒适性,对透气性能提出了更高的要求。我国口罩产业也要在产能优化的过程中,加强技术研究,提升产品性能、舒适度。

科技赋能 让口罩兼顾安全与透气

除了消费者对口罩品质的需求提升,消费者往往还会陷入“透气的口罩不安全”的误区。事实上,口罩作为一种防护用品,其品质的好坏主要体现在对有害物质的过滤效率、佩戴舒适度以及面部贴合程度上,而过滤效率的高低主要取决于中间层的过滤材料。

“现在熔喷布口罩所提到的99%过滤效果,其中30%—50%源于口罩材质的机械阻挡,而剩下的60%以上则是通过静电吸附对细菌和病毒进行捕获来实现。传统熔喷布技术工艺受限,在降低呼吸阻力和提高细菌过滤效率两方面难以兼得,是由来已久的行业难题。”中科院宁波材料技术与工程研究所纤维材料技术团队负责人陈鹏在对熔喷非织造原料、设备和工艺的迭代升级,以及超高效超细熔喷布研发创新技术进行介绍时说道。针对口罩无法兼顾高过滤效率与透气性这一痛点,中科院宁波材料技术与工程研究所携手中国石化和蓝禾医疗协同创新,经过两年技术攻关,率先在行业内研发出超细水驻极工艺熔喷布,突破了普通医用外科口罩要求病菌高效过滤和超透气两大难题。

此次标准宣贯会上,蓝禾医疗带来了超透气全系列创新产品,包括超透气N95、超透气医用外科口罩、超透气儿童口罩等新品。“针对防护口罩呼吸阻力高、易憋闷、勒耳等核心痛点,蓝禾医疗超透气系列口罩采用行业先进的水驻极工艺和新型功能材料,突破了行业内超透气与高效过滤无法兼容的壁垒,降低80%的通气阻力,实现顺畅呼吸,适合儿童、老人、需长时间佩戴口罩人群等对呼吸性有要求的特需群体佩戴。”蓝禾医疗董事长曹军对超透气口罩研发历程和产品核心优势进行了详细介绍。

增加标识 消费者能快速识别和选购

随着口罩材料技术的发展和进步,针对不同人群开发不同透气性和舒适性口罩的企业越来越多。由于没有统一的评价手段,不同企业的宣传语各不相同,执行不同标准的口罩之间也不具备可比性,给消费者带来了诸多困扰,也不利于口罩产品的质量提升。

“建立统一的口罩透气性评价和分级,有助于在现有口罩产品标准体系下,指导企业规范标识其口罩的透气性能,有利于帮助消费者更快地识别和选购口罩产品,也有助于营造口罩优质低价的市场氛围,对于打造口罩品牌、提升口罩产业发展质量有着重要意义。”中国产业用纺织品行业协会科技发展部副主任黄景莹在对《口罩透气性评价与分级》团体标准进行解读时说道。

标准结合当前滤材、口罩技术水平及发展趋势,科学合理地设置了口罩透气性评价的指标、分级和对应试验方法等级的标志,适用于各类阻隔型和防护型口罩。“口罩成品可在其销售包装显著位置标注其口罩类型及透气性等级,不同等级透气性对应不同标识。”黄景莹表示。据介绍,该标准已于2023年2月8日发布实施。

李桂梅表示,口罩防护用品作为关联民生的重要消费品,此次发布《口罩透气性评价与分级》团体标准,提高了消费者对口罩防护性、舒适性和安全性的认识,为推动我国口罩行业提升进步指明了方向。该标准对于保障消费者权益、优化供给质量、提升企业品牌影响力、推动口罩产业高质量发展具有积极意义。“随着普通透气、优级透气、超透气三级口罩透气性标识启用,以蓝禾为代表的多家品牌率先向市场推出冠标的口罩产品。协会将进一步通过多种渠道,整合优秀品牌牌和优质销售平台的力量,加大标准及标识的宣传,让标准惠及更多企业和消费者。”李桂梅说道。

启用三级透气性标识 让口罩舒适度一目了然

《口罩透气性评价与分级》标准发布

“3·15 消费安全论坛”暨争创“3·15 消费安全品牌(单位)”倡议活动在京举行

理想华莱获得“3·15 消费安全品牌(单位)”殊荣

本报讯(记者 丁新伟)3月15日,由中国保护消费者基金会主办,中国保护消费者基金会消费安全工作委员会、中国保护消费者基金会消费安全专项公益基金管理委员会承办的2023年“3·15 消费安全论坛”暨争创“3·15 消费安全品牌(单位)”倡议活动在北京举行。活动由中国保护消费者基金会监事长杨波主持。

北京市政协原副主席、北京市社会科学界联合会主席牛青山作了题为《消

费安全是经济健康发展必经之路》的讲话。中国保护消费者基金会理事长陈四光作了题为《构建消费安全品牌,践行消费兴国战略,推动经济社会高质量发展》的讲话。深圳中仁信息科技有限公司代表曹希同向中国保护消费者基金会捐赠5万元,用于中国保护消费者公益事业的发展。

会上,中国保护消费者基金会成立了

医疗器械工作委员会、金融工作委员会、消费保险工作委员会。中国保护消费者基金会聘任曹希同为医疗器械工作委员会执行主任,聘任张阔为金融工作委员会执行主任,聘任何重洋为消费保险工作委员会执行主任,并颁发聘任证书。

争创“3·15 消费安全品牌(单位)”倡议活动正式启动时,中国保护消费者基金会党支部书记、理事周郑生作了《关于开展争创“3·15 消费安全品牌(单位)”活动的意义与目标》的致辞。牛青

山宣读了2023年争创“3·15 消费安全品牌(单位)”倡议书。

来自全国的121家单位签署了争创“3·15 消费安全品牌(单位)”倡议书。获得“3·15 消费安全品牌(单位)”殊荣的湖南理想华莱科技有限公司表示,将认真履行上述信用承诺,担当社会责任,加强消费者权益保护,营造更加安全放心的消费环境,为构建新发展格局,为中国式现代化发展贡献一份力量。

河北省石家庄市鹿泉区开展“3·15 国际消费者权益日”宣传咨询服务活动

本报讯(记者 姜永腾 □ 芦玉龙 崔翔宇)为切实提高消费者和经营者的法律意识、消费维权意识,充分发挥各执法部门的行政监管作用,进一步营造安全放心的消费环境,促进河北省石家庄市鹿泉区消费者权益保护工作深入开展,3月15日,围绕“提振消费信心”主题,鹿泉区开展2023年度“3·15 国际消费者权益日”宣传咨询服务活动。石家庄市鹿泉区副区长李夏出席并致辞。

李夏表示:“我们将把维护消费者权益作为优化营商环境的重要保障,努力开创消费者权益保护工作新局面。以本次活动为契机,持续开展形式多样的宣传活动,真抓实干,推动消费者权益保护工作迈向新台阶。”

鹿泉区始终以人民为中心作为工作的根本出发点,着力破解当前侵害消费者权益的突出问题,切实加大消费维权力度,妥善解决各类消费纠纷,严厉查处制假售假和侵害消费者合法

权益的行为,不断创新消费维权工作新途径新方法,切实维护消费者合法权益。

活动现场,前来咨询的群众络绎不绝,鹿泉区市场监管局、发改局、司法局、住建局、农业农村局、文广体和旅游局、科工局、人民银行等相关部门工作人员开展了《消费者权益保护法》《食品安全法》等一系列法律法规、政策和真假辨别常识的讲解,针对食品安全、特种设备、特殊行业管理等消费

者最关心的咨询话题进行了详细解答,并告知维权方式及途径。

此次活动的开展提高了消费者辨别真假能力,保护了消费者合法权益,使消费者消费科学化、理性化。

本报新闻职业道德监督岗

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