

《儿童合理膳食产业研究白皮书》发布

# 精细化喂养进入专业赛道

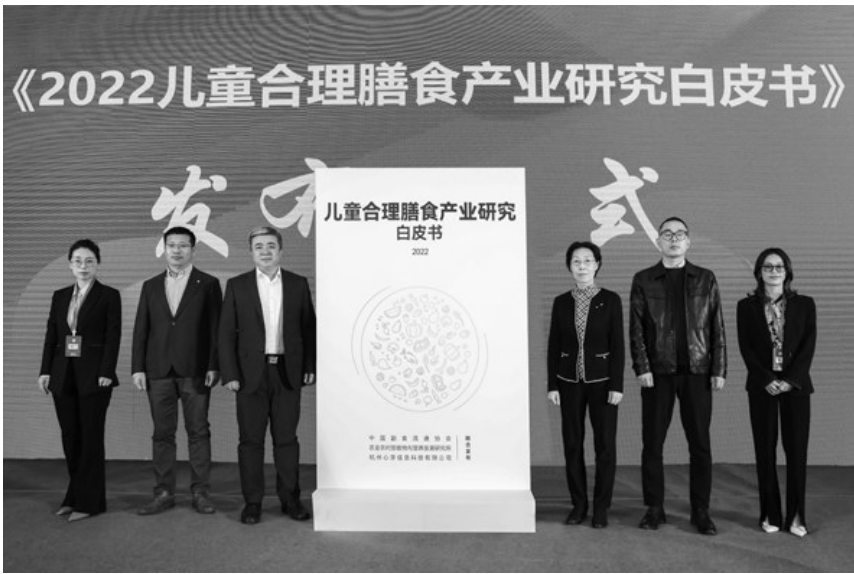
3月20日,第二届中国儿童营养健康与食育高峰论坛在京举办。会议以儿童营养健康与食育为主题,共同探讨儿童食育与食品融合、团餐营养升级、标准法规及人群食品与健康等相关问题,并邀请到行业专家、著名学者、企业代表、儿科医生等重要演讲嘉宾。

会议上,中国副食流通协会、农业农村部食物与营养发展研究所、窝小芽联合发布了《儿童合理膳食产业研究白皮书》(以下简称《白皮书》)。作为中国首份聚焦儿童合理膳食的产业研究报告,《白皮书》深入探讨了我国儿童膳食问题以及产业现状,并从食材、管理、标准等多个角度给出了科学建议。

“少年强,则国强”,《“健康中国2030”规划纲要》指出,食品产业是健康新产业、新业态、新模式的重要组成部分,应该充分认识到食品产业肩负的人民健康职责,同时强调了儿童健康所扮演的重要角色。儿童膳食是组成儿童生活方式的主体部分之一,在保证儿童健康生长上发挥着至关重要的作用。

## 引导我国儿童膳食健康理念 促进行业有序规范发展

今年2月份,中共中央、国务院印发的《质量强国建设纲要》提出,增加儿童等特殊群体的消费品供给,强化安全要求、功能适配、使用便利。今年两会期间,相关代表委员也提出,建议从立法、标准、产业、教育等层面



多措并举,推动儿童食品健康发展,并强调食品产业市场主体应主动践行,建议主管部门牵头出台“儿童(青少年)营养膳食指南”,针对性地开展儿童健康食品领域的创新研究,动员研究机构、学校、社会公益机构等积极开展儿童食品安全健康教育。

当前,我国儿童营养状况虽得到了较大改善,但仍面临营养过剩、营养不足以及微量营养素缺乏等问题。同样,我国儿童膳食也面临专业化不足、相关标准体系不健全等问题。

然而,消费者对儿童膳食产品的需求逐步增加,对儿童膳食产业的发展要求也相应提高——国内首部《儿童合理

膳食产业研究白皮书》应运而生。

在中国副食流通协会、农业农村部食物与营养发展研究所相关专家的指导下,窝小芽将企业积累的800万客户调研的经验投入研究中,经过一年的调研、分析和编写,提炼了儿童膳食的发展趋势,内容涵盖大量数据以及真实访谈案例,旨在为引导儿童合理膳食设计向营养化、多样化、标准化发展。

正如《白皮书》起草单位之一、中国副食流通协会会长何继红所描述的,“白皮书的研究也是为了有序引导行业发展,落实好国家政策的成果,推出白皮书目的是引导我国儿童膳食健康

理念、促进行业有序规范发展。”

白皮书工作组成员、窝小芽创始人兼CEO方秀娟在会上也表示,均衡饮食是合理膳食的一个重要落地手段,我们会持之以恒地加强相关领域的落地研究。

## 成立食育与健康产业分会 加强饮食营养教育

《白皮书》提出应加强对儿童合理膳食的科普推广。本次会议上,中国副食流通协会食育与健康产业分会正式成立,并对《食育通则》《食育推广机构分类评价方法》做出专业解读。窝小芽作为食育与健康产业分会发起单位,也将食物教育列入企业重要工作。

方秀娟在会上也表示,食物教育是最基础的生活教育,饮食营养教育其实是一种生活教育,不仅可以提升健康意识,易于合理膳食的践行,还可以传递健康快乐的生活态度,共创美好生活。

《白皮书》中明确指出,可以通过食育进校园、食育宣传让喂养人和孩子从五个方面去了解何为合理膳食,以及如何做到合理膳食。

方秀娟介绍了窝小芽推进食育所做的尝试,如独家签约国内知名绘本画家,通过生动、丰富的IP造型,食育动漫、趣味绘本故事等,让孩子们从幼儿期开始便接受食物、食品相关知识的教育,以培养受益一生的良好饮食习惯。

(白 驹)

## 热点观察

# 淄博烧烤为何能抓住年轻人的心



近日,山东淄博因独具特色的烧烤文化火速出圈,成为全国各地大学生竞相奔赴打卡的网红城市。类似“大学生组团到淄博吃烧烤”等话题,频繁冲上各大网络平台热搜。淄博火车站的统计显示,该站3月5日到发旅客47958人次,创该站近3年来单日到发旅客最高纪录。

诚然,在中国的烧烤地图上,淄博并不算是特别的存在。即便在山东省内,青岛烧烤、济南烧烤的名声也不输淄博。那么为什么是淄博独获青年青睐?与其说淄博烧烤抓住了年轻人的胃,不如说抓住了他们的心,“烧烤味”中飘出的“青年味”值得细细一品。

从烧烤特色看,淄博独特的烧烤方式满足了年轻人喜欢新鲜感的心理和社交需求。不同于一般烧烤店提供烧烤成品的做法,淄博烧烤自带顾客

手烤烤制肉串的环节。三五好友在轻松的氛围中围坐烧烤,如同近年来年轻人热衷的“围炉煮茶”,给人以满满的仪式感。

而在“get到”年轻人的“打卡”热情后,淄博这座城市也积极行动,为游客提供了不少便利:一场推介淄博烧烤的政府新闻发布会专门召开;多条专门定制的“淄博烧烤”公交线路迅速推出;从社会治安、食品安全、消防安全等方面开展守护淄博烧烤的护航行动;全市38处青年驿站向来淄实习、游玩、访友在市外高校在校大学生开放,每人可享受每年4次、每次5天的平价入住优惠;此外,当地还推出了为青年量身打造的烧烤地图、烧烤节等……

对此,一些人可能会认为:不过是个烧烤,值得让整座城市如此“兴师动众”吗?其实,不论是民生举措还是治理体系的迅速调整和创新,都能让人看到一座城市对待青年的满满诚意,更让人看到了当地服务青年群体的信心和能力。这样的烧烤青年怎能不爱?如此友好的城市青年怎能不愿来?深入解读淄博此举,可以看到这座城市正尝试以烧烤特色为小切口,吸引更多青年来淄留淄。

和淄博一样,越来越多的城市开

始自觉打造“青年味”,但实际效果却千差万别。笔者在山东各地调研采访时发现,有的城市斥巨资开设了各类文化中心,以期满足青年需求,结果鲜有人问津,甚至不乏当地青年从未耳闻的情况;有的城市只是简单预留了青年滑板场和涂鸦场地,却吸引了不少青年结伴而来。

“冷热不均”的背后,一个问题难以回避:“青年味”究竟由谁说了算?什么才是真正的“青年味”?

在笔者看来,打造“青年味”不应是一句简单的口号标语,也不应仅仅是各种城市空间、服务设施等“硬”保障,更不应是相关部门的“一厢情愿”和“拍脑袋”决策。最关键的还是应当问计于青年,问需于青年,由青年自己说了算,让各种政策更具普惠性。

此次淄博凭借烧烤出圈,对其他城市也是一种启示:除了关注青年的住房、教育、婚恋、生育等领域,还要多关注让青年美美地吃顿烧烤、安顿好青年的小猫小狗等看似琐碎的“软需求”,提升年轻人的生活幸福感。这些充满城市温度的做法,能够在很大程度上增强年轻人的认同感和归属感。

(中国青年报)

## 消费看点

# 防止校外培训消费侵权需多方合力

当前,校外培训消费侵权问题仍多发高发。数据显示,去年全国消协组织受理的教育培训服务投诉近7万件,高居服务类第3位,“卷钱跑路”“退费难”等问题依然较为突出。

《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》出台后,学科类校外培训治理成效明显,但面向中小学生的非学科类校外培训问题依然存在,培训机构资质不全、培训行为不规范、培训质量良莠不齐等问题较为集中。

校外培训的消费风险主要集中在几个方面。有的校外培训机构未取得主管部门发放的行政许可证,一些以“一对一”“住家教师”“高端家政”名义开展的违规培训,无资格资质和质量保证,存在较大的安全隐患;有的培训机构与消费者签订的服务合同不规范,甚至不给家长开具正规发票;有的以“充值赠送”等方式诱导家长超时段、超限额缴费,或以现金收款的方式规避预收费资金监管;还有的培训机构为了获得大客源、高收益,刻意夸大宣传培训效果和从业人员力量。

防止校外培训消费侵权,需要多方合力。学生家长在缴纳培训费用前,不仅要注意与校外培训机构签订最新版的服务合同,还要特别关注涉及课程、从业人员、费用的条款,明确约定退费情形、退费方式,同时索取正规发票并妥善保管,切实保障自身权益。此外,为了规避退费纠纷和“卷钱跑路”风险,不要支付超过3个月或60个课时的费用,非学科类培训一次支付不超过5000元限额的费用,并通过全国校外教育培训监管与服务综合平台完成培训缴费。相关部门须进一步采取有效措施,强化校外培训监管,规范培训收费行为,切实保护学生和家长的合法权益。

(中国经济网)

吃一碗北京卤煮、单县羊汤、广东肠粉、乐山钵钵鸡,再买点农家黄瓜、现摘草莓、张家口西红柿……2023年春天,乡镇大集取代后备箱集市,吸引年轻人赶早“捧场”。到乡镇大集逛一圈,不仅能体验“左手一只鸡,右手一只鸭”的购物乐趣,还能看到“增强消费能力,改善消费条件,创新消费场景”的鲜活样本。

乡镇大集好像有一种魔力,能让“钱更值钱”。同样是20元,在市中心也就是一杯奶茶钱,但在大集上已经能吃一顿肉夹馍配胡辣汤。魔力的实质是摊位费便宜、供应环节少。例如,北京郊区的几个乡镇大集,摊位费便宜的每月仅20元,还有按出摊天数收费的,整体比城市租金便宜不少。销售的商品要么是商家自产自销,要么是商家批发进货,没有了层层加价环节。

重点是,即便卖这么便宜,商家依然有得赚。这是不是意味着,增强消

费能力,除了多渠道增加城乡居民收入,也可通过压缩流通环节、降低交易成本、减免租金等方式,让商品价格降下来?

消费条件改善是乡镇大集“城”意浓的前提条件。首先是交通条件改善了。目前,我国常住人口城镇化率已达65.22%,原本的乡村逐步融入城镇,特别是年轻人集中的大学城,很多都分布在城乡接合部,乡镇大集也随之加入城镇生活圈。

乡镇大集能火起来,还与管理完善、环境改善密切相关。现在的大集普遍有管理方,负责开辟停车场、规范摊位分布、监督垃圾清理等工作,多地还出台了农村集市食品摊点管理规定,从制度上强化食品安全、质量等管理工作。东西多、价格低、交通便利,环境过得去,消费者才能方便又放心地逛大集。

乡镇大集自带温馨生活滤镜。聚拢来是烟火,摊开来是人间。如果说

后备箱集市承载了年轻人的创业梦想,乡镇大集则浓缩了普通人的衣食住行。乡镇大集服务周边多年,今年突然火起来,某种程度上也反映了越来越多的消费者希望不花太多钱,就能体会生活的丰盛美好。大集为当下创新消费场景提供了另一种理念:不一定非得追求高科技、多功能、生活美学;回归消费者生活需求,也许会诞生新思路。

一个不能回避的现实是,由于人口流出,很多真正的农村大集日益凋落,现在网上被追捧的大集主要在城市周边。但农村消费市场服务近5亿农村人口,不应被忽视。关注乡镇大集,不只是因为城里人去买东西,而是因为农村消费者的权益同样重要。不管消费者来自何方,他们花的每一分钱都应当得到保障。

中国消费者协会开展的农村集贸市场调查体验显示,农村居民在集市、集贸市场消费时最经常遇到“三

无”产品问题,占比达28.9%;掺假制假、非法添加等产品质量问题也经常发生,占比约26.8%。从笔者实地走访来看,食品是乡镇大集最受欢迎的品类,在所有问题中,食品安全问题也是重中之重。但目前乡镇大集还存在着以收费代替管理、食品安全主体责任难落实等问题。据多个集市的摊贩反映,入驻集市并不要求营业执照、食品经营许可证等证照,也没有备案;有的市集登记身份证,有的只登记姓名和手机号。

这种情况应引起重视。集市管理主体是食品安全第一责任人,监管部门应监督集市管理方,在不增加摊贩负担的前提下为摊贩备案、查验资质,并督促摊贩按照亮证经营、原料公示、场所清洁等标准经营,共同守护乡镇大集的健康和安全。哪怕有一天乡镇大集不再“网红”,也依然能更好地服务周边群众。

(经济日报)