

《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,在保证儿童健康成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”的研究也正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点工作。

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插画艺术家,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)

前不久,商务部公布首批全国示范智慧商圈商店名单,北京三里屯商圈等12个商圈和三里屯古里南区等16个商店被确认为“全国示范智慧商圈”和“全国示范智慧商店”。商务部表示,各示范商圈、示范商店要把握新形势新任务新要求,进一步加强探索和创新,持续促进消费恢复和扩大。

商圈是一座城市的“名片”,是经济发展的必然产物。商圈的出现和发展对城市发展有重要的意义,也是带动区域增值和品质提升的重要要素。这些年,随着城市建设发展,传统商圈逐步升级,新兴商圈不断涌现,商圈结构也随之发生变化。结合城市建设,大力推进城市商圈转型升级,实现智慧化发展,持续增强城市商圈的消费吸引力、品牌集聚力,让城市商圈焕发新活力,是现代城市商圈建设的题中应有之义。

当前,城市建设已进入高质量发展的重要时期,城市发展重心已由规模扩张转为提质改造和结构调整。城市商圈在聚焦核心商业的同时,要加快与文化旅游、特色餐饮、休闲娱乐、体育康养等多种服务业态集成融合发展。要发挥智慧商圈、智慧商店的平台作用,形成购物、休闲、娱乐、办公等多种功能集成化、多元化的城市综合体,从单一的购物场所持续向融合文化、艺术、技术的特色消费体验场景拓展。

作为重要的城市空间,商圈是消费场所,也是社交场所。现在人们到商圈消费,不再仅仅是购买一个商品、一项服务,更多的是看重线下环境带来的沉浸式互动体验。特别是年轻人喜欢互动分享,追求体验,是消费的主力。商圈应积极顺应消费需求变化,不断健全面向消费者、商业企业、运营机构和政府部门的智慧应用,打造线上线下一体化的智慧消费生态体系,促进消费提质扩容。要充分运用现代信息技术,持续优化智慧设施、智慧服务、智慧场景和智慧管理,引领行业创新转型。

当然,改善体验不仅仅是增加餐饮、亲子等体验品类,更重要的是优化场景、提升服务。眼下,首店经济、品牌经济、时尚经济、定制经济等消费新模式推陈出新,新业态、新模式、新场景不断涌现;5G、云计算、大数据、物联网等数字技术在商圈逐步应用,都对城市发展和商圈建设起到举足轻重的作用。实体商业不妨结合热门文创、传统文化及潮流风向,在打造线下优质场景、关注年轻人潜在需求等方面下足功夫,把商圈建设成为融消费、体验、休闲、社交等为一体的综合性服务区域。

城市商圈作为城市商业的重要载体,是提升消费品质、改善消费体验、促进消费升级的重要平台,也是构建新发展格局的重要支撑。着眼需求,面向未来,加快推动商圈改造升级、创新供给、提升活力,一定能推动城市商业迈入高质量发展,为恢复和扩大消费提供有力支撑。

(人民日报)

让商圈成为城市的金名片

据媒体报道,目前装修市场上所有的工种里,瓦工最为紧缺。干瓦工已有二十多年的王红伟告诉笔者,去年他挣了将近20万元,今年预计能挣25万元以上,虽然挣得不少,但却招不到徒弟。年纪小的都觉得这个活儿脏、累,另外学的时间周期长,起码也得一年半载。

装修市场需求的阶段性激增,导致

专注执着、精益求精,许多瓦工都

瓦工年薪25万仍缺人症结在哪儿?

周期性“用工荒”出现。普通工种的用工短缺还可以想办法解决,一些需要经验和技能的技术工种却难以招到人。一方面,瓦工、油工等技术工种并非人人都可以胜任,技能型劳动者也有一个成长的过程;另一方面,一些年老的瓦工逐渐退出工作场域,年轻人又不愿意加入,“只出不出”导致“青黄不接”,出现了尴尬的现状。供求关系的严重失衡,让瓦工成为“香饽饽”,实则是一种必然。

既然能够拿到高薪,为什么瓦工没有成为让人趋之若鹜的职业呢?原因有几点:囿于工作环境,瓦工干的工作在一些人眼中是脏活、累活;瓦工的技术工种学习也有一个由表及里、由浅入深的过程,难以在短时间内立竿见影。此外,在价值实现渠道多元化的当下,一些人宁可去送外卖、拍短视频,也不愿意去从事不够自由、不够体面光鲜的工作。

瓦工之所以拿高薪,是因为他们干

(光明网)

消费看点

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)

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

手动烤制肉串的环节。三五好友在轻松的交流氛围中围坐烧烤,如同近年来年轻人大热衷的“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、访友的市外高校在校大学生开放,每人可享受每年4次、每次5天的半价入住优惠;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:不过是吃个烧烤,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宿。

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“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,更不应是相关政府部门的“一厢情愿”和“拍脑袋”决策。最关键的是应当问计于青年,问需于青年,由青年自己说了算,让各种政策更具普适性。

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,安抚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)

别把乡镇大集仅仅当成“网红”

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。现在的集市普遍有管理方,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

“无”产品问题,占比达28.9%;掺假造假、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件,有的只登记姓名和手机号码。

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美好和安全。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)