

消费日报

A

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

搭建行业创新平台 提升原创设计水平

第六届中国(蓝光杯·漳州)钟表设计大赛启动

本报讯 (实习记者 暴梦川)为推进我国钟表业由“制造大国”向“创造大国”迈进,积极搭建更富有竞争力的行业创新平台,促进中国钟表行业设计水平提高和品质创新,5月18日,第六届中国(蓝光杯·漳州)钟表设计大赛启动仪式暨新闻发布会将在福建省漳州市举行。

据了解,从2013年起,每两年一次的“中国(蓝光杯)钟表设计大赛”已经连续在漳州举办了五届,成为国内最具影响力的钟表设计赛事,对引领钟表行业发展趋势起到了显著的推动作用。

中国钟表协会理事长张宏光在新闻发布会上表示,工业设计是将设计与创新融为一体,产品的研发创新首先要靠设计,中国钟表设计大赛为行业搭建了富有竞争力的创新平台,通过前五次中国钟表设计大赛,业界形成了品牌不断追求卓越的良好氛围,有力地推动我国钟表行业的工业设计进步,提升了原创设计水平。

据了解,本届大赛于今年5月—12月在福建省漳州市举办,将继续秉承“创新、经典、时尚”设计主题,除继续保



持原有时钟专业组、手表专业组、学生组3个赛事组别外,还新增了“一带一路”主题设计组、多彩漳州主题设计组,漳州传统美学元素、优质文化与现代时尚元素结合创新。

据介绍,大赛呈现四个亮点:一是参赛面广、阵容强大、坚持国际化。本届大赛将有上百家国内外钟表设计企业及高校参加,同时还将继续邀请瑞

士、日本、德国、新加坡等世界钟表强国的设计大师参赛。二是采取“四轮双公示”制度,使大赛更加公平公正。本届大赛将经过“资格审查—初评(公示)—复评—终审(单项奖公示)”—四轮竞赛、二轮作品公示,接受社会各界监督,确保竞赛公平公正。三是“1+N”的办赛形式,即一个竞赛和多个活动,活动均围绕大赛主题,与权威媒体、高校及单位等进行合作。四是成果推广、助力双创,即择优对获奖作品给予全方位、多途径的展示,帮助实现由“作品”向“产品”再向“商品”的转换,鼓励大学生通过竞赛创作优秀作品,助力大学生创业。

中国钟表协会方面表示,“十年钟表赛 设计新未来”,中国(蓝光杯·漳州)钟表设计大赛为中国钟表业搭建起了创新设计驱动平台,大大提升了我国钟表行业原创设计水平,对于推动中国钟表行业设计水平的提高和产品创新,落实国务院四部门联合发布的《关于加快推进我国钟表自主品牌建设的指导意见》,加快我国钟表行业转型升级,具有重要而深远的意义。

全国化妆品安全科普宣传周启动仪式在京举办

中国香化协会发布化妆品绿色包装倡议书

本报讯 (实习记者 解磊)5月22日,由国家药品监督管理局指导,北京市药监局、天津市药监局和河北省药监局联合承办的2023全国(暨京津冀)化妆品安全科普宣传周启动仪式在北京举办。本次宣传周以“安全用妆,共治共享”为主题,活动全面总结并展现了京津冀三地化妆品协同监管、推动产业高质量发展工作成果。启动仪式上,中国香料香精化妆品工业协会(以下简称“中国香化协会”)向全行业发布了《关于化妆品绿色包装的倡议书》(以下简称“倡议书”),各行业代表

发布“安全用妆,共治共享有我”宣言。倡议书向广大化妆品企业发出如下倡议:一是贯彻落实《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国标及相关文件要求,在生产、流通、销售等各环节减少无必要包装材料的使用。二是树立绿色发展理念,选择高强度、低克重、功能化、可降解、可回收等类型的包装材料,提高包装的再利用和回收率,减少包装材料带来的环境污染。三是认真履行企业社会责任,加强对企业员工的教育,建立适用于本企业的包装材料管理制度;引导消费者自觉践行绿色消费理念,积极选购

绿色环保低碳化妆品产品。中国香化协会也将以本次活动为契机,持续关注化妆品绿色包装相关情况,对企业和消费者开展相关科普宣传,积极配合化妆品监管部门开展相关工作。

据悉,今年的宣传周活动时间为5月22日至28日,持续一周。宣传周期间,企业落实化妆品质量安全主体责任公益培训、“5·25 爱肤日”、实验室开放活动、生产企业开放活动、化妆品高质量发展研讨会、化妆品安全国际交流会等重点活动将陆续开展。

一季度我国新设个体工商户 503 万户

市场监管总局将加大“个转企”探索力度

本报讯 市场监管总局5月22日发布最新数据显示,今年一季度,全国新设个体工商户503万户,同比增长14.3%,远超疫情前同期水平(2019年一季度324.3万户)。截至一季度末,全国登记在册个体工商户1.16亿户,占经营主体总量的三分之二,成为改善民生、促进就业、增强经济韧性的重要支撑。

今年一季度,文化、体育和娱乐业,交通运输、仓储和邮政业,住宿和餐饮业,批发和零售业等行业新设个体工商户分别为7.5万户、18.8万户、67.9万户、265.1万户,同比分别增长39.0%、25.1%、19.8%、10.4%。

近年来,随着新技术、新产业、新业

(宗禾)

态、新模式的蓬勃发展,网络直播、微商电商等“新个体经济”不断涌现,为我国经济转型升级注入了新的活力。截至一季度末,全国登记在册“四新”经济个体工商户3515.4万户,总量占比由2019年的24.9%持续提升至30.2%。

市场监管总局表示,个体工商户规模小、经营灵活,疫情后快速恢复生机活力,为方便人民群众生活,畅通经济微循环发挥了重要作用。下一步,市场监管总局将采取有效措施促进个体工商户高质量发展,实施分型分类帮扶,加大“个转企”探索力度,鼓励、支持、引导个体工商户持续健康发展。

各地因地制宜促消费

最近,各地纷纷“上新”夜间特色消费场景。5月10日,“2023北京消费季夜京城”活动启动,联动全市40余个商圈、200余个品牌、万家门店,打造“一联五夜”内容体系,开展百余项促进夜间消费主题活动;河北廊坊持续挖掘“夜经济”潜力,出台系列政策,打造京津冀“夜间经济”产业发展新空间,更好地满足百姓个性化、多层次、品质化的夜间消费需求。

除此之外,多地结合地域特色资源,推出主题促消费活动,以增强“地利”优势。其中,特色旅游资源自然成为有效抓手,是各地夏日促消费重点领域。承德避暑山庄旅游集团员工姜海生告诉记者,为了提升消费体验感,今年承德避暑山庄首次对外开放“浪浪鸣”景观,并于5月20日

举行“2023 鼎盛王朝避暑山庄之夜群星璀璨演唱会”,以丰富景区文化内涵,推动“旅游+”产业融合,吸引更多游客。

北京社科院研究员王鹏表示,各地促消费政策各有侧重,主要根据新的条件、新的走向,进行进一步调整。首先,相关政策以政府为主导,参与主体愈加多元化,例如,商家主动提升优化产品服务、银行提供相关支付补贴等,形成良性联动,从而撬动更多消费。其次,相关政策更加精准,各地围绕即将到来的夏日以及电商消费节等,提供有针对性的促消费措施,例如,积极上新夏日消费场景、开拓新能源汽车市场消费潜力等。

供需两端齐发力

今年以来,随着各行各业生产经营活动逐步恢复,消费市场呈现稳中向好态势,市场销售持续扩大。以4月份为例,国家统计局数据显示,当月社会消费品零售总额同比增长18.4%,比3月份加快7.8个百分点,其中餐饮收入增长43.8%。

但在星图金融研究院高级研究员付一夫看来,4月份CPI仅同比上涨0.1%,这意味着当前居民消费意愿依然偏低,原因可能在于居民整体上依然未能走出之前各因素的影响,致使内需仍需进一步提振。

在此背景之下,各地促消费政策措施依然围绕“纾困”主题进行:一方面,从供给端给予企业适当补贴,减轻其经营成本,稳定产品服务有序供应;另一方面,从需求端发放消费券,增加优惠力度,进一步激发消费意愿。

夏季消费“热”起来 特色活动点燃城市“烟火气”

例如,从供给端来看,近日,杭州市余杭区启动2023年度全域旅游“开门红”扶持政策申报,在杭州市提出对实行“免票游”活动的国有收费景区给予2022年前三季度月均门票收入30%的运营成本补助基础上,余杭区加大补贴力度,将补助比例上调至70%,进一步降低企业运营负担;从需求端来看,安徽芜湖于5月17日至5月28日之间,通过支付宝平台向消费者发放总额为170万元的消费券,并持续更新参与活动商户名单,不断扩大可优惠范围,惠及更多消费者。

值得注意的是,“纾困”手段不仅局限于适当补贴,大力度奖励也是重要形式之一。在这方面,不得不提湖北宜昌5月16日印发的《宜昌市促进消费恢复和扩大的若干措施》,文件围绕大宗消费、新兴消费、服务消费、夜间消费等方面,提出诸多奖励措施,例如,对全市限额以上乘用车销售企业2023年零售额排名前5且增幅在10%及以上的,给予一次性奖励;对在宜昌城区举办的市场化展销活动,标准展位达到100个不足150个的,按每场次2万元的标准给予奖励等。

对此,中国财政学会绩效管理专业委员会副主任委员张依群表示,加大政府引导投入力度,发挥以奖代补、以奖促用,可以有效调动全社会支持消费。同时,推动消费多样化,大力改进和发展商展、汽车消费、餐饮娱乐等促销方式,能够进一步激活消费市场。

提振消费仍有空间

“4月份,居民出行数据保持良好恢复趋势,带动线下消费与高社交属性消

微|报|眼

前4月我国快递业务量累计完成371亿件

本报讯 国家邮政局消息:1—4月,我国邮政行业寄递业务量累计完成468亿件,同比增长13.7%。其中,快递业务量累计完成371亿件,同比增长17%。单月来看,4月份,邮政行业寄递业务量完成126.4亿件,同比增长30.5%。其中,快递业务量完成102.1亿件,同比增长36.4%。

(辛文)

声音

党的二十大报告对建设现代化产业体系作出部署,要求“加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合”。在这方面,业界普遍比较关注发挥工业互联网对推动制造业转型升级的重要作用。然而值得注意的是,消费互联网对制造业转型升级的牵引作用同样值得重视。

当前,消费互联网正在成为引导制造业企业转变盈利模式、生产经营模式、价值创造模式以及生产端数字化转型的重要力量。特别是以“短视频+直播平台”为特征的消费互联网新业态,在与实体经济融合发展的过程中突破了地域限制和行业壁垒,成本低、用户广、社交属性强等特征凸显,不仅为实体经营者提供了便捷多样的销售渠道,而且助力制造业企业实现设计、生产和管理方式上的变革。既能有力促使企业重塑盈利能力,更加重视提升市场需求响应能力,又能促进企业增强转型动力,促进需求牵引生产方式创新,还能助力企业实现价值创造,从注重现有价值分配向挖掘潜在市场新价值拓展。制造业企业将从关注向用户提供产品本身价值,转向深入挖掘服务价值、体验价值、信息价值、网络价值等潜在市场价值。

还需要看到,这一消费互联网新业态具有普惠性和分享性特征,不仅能够为企业带来经营效率和经济效益的提升,而且能够为平台参与者的共同利益作出贡献。在微观层面,能帮助制造业企业调整经营模式,提高盈利能力。通过融合多样化功能,在为消费者提供购物体验的同时,也让生产者在销售过程中精准捕捉市场消费偏好变化以及潜在个性化需求,从而及时作出响应并调整设计、生产、库存管理和运营销售模式,缩短生产周期和流程,以更低成本满足消费者需求,提升企业的市场份额和盈利能力。在宏观层面,能为传统制造业转型升级提供有效助力。新模式新业态能够为制造业企业智能化、数字化转型升级提供新路径。为了更灵活地承接大规模、个性化定制订单,企业将更积极地引入数字化柔性制造系统和智能仓储物流系统,通过合理分配原材料和人力投入,缩短生产周期,缓解库存压力,实现资金回笼,提高生产、分配、流通、消费各环节的资金和资源要素流转效率;同时还创造了更多高质量的就业机会,使更多经营主体在制造业企业产品数字化推广的过程中获得收益。

可以预见,以“短视频+直播平台”为特征的消费互联网新业态将在未来一段时间内为制造业企业发展带来创新思路,有利于实体经济转型升级;同时也对监管提出了新的要求,需进一步加强政策引导,在帮助制造业企业转型升级的同时,确保平台的不同参与者能共享利益链上的价值创造,推动平台生态良性健康发展。

(经济日报)

重视消费互联网对制造业转型升级的牵引作用

工信部公开征求意见

拟到2024年初步建立工业领域数据安全标准体系

本报讯 据工信部网站消息,5月22日,工信部公开征求对《工业领域数据安全标准体系建设指南(2023版)》(征求意见稿)的意见,其中提出建设目标,到2024年,初步建立工业领域数据安全标准体系,有效落实数据安全管理要求,基本满足工业领域数据安全需要,推进标准在重点行业、重点企业中的应用,研制数据安全国家、行业或团体标准30项以上。

到2026年,形成较为完备的工业领域数据安全标准体系,全面落实数据安全相关法律法规和政策制度要求,标准的技术水平、应用效果和国际化程度显著提高,基础性、规范性、引领性作用凸显,贯标工作全面开展,有力支撑工业领域数据安全重点工作,研制数据安全国家、行业或团体标准100项以上。

(新文)



快来 扫扫我吧!



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”

步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com