

# 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

## 中国自行车协会赴江苏无锡开展行业调研 一线产业工人成为自行车行业高质量发展的重要支撑

**本报讯** (记者 史晓菲)为坚决贯彻落实党中央部署,高标准高质量开展好主题教育,同时结合行业人才队伍建设工作安排,6月中旬,中国自行车协会赴江苏省无锡市开展行业调研工作,调研组围绕企业在发展过程中面临的产业工人队伍建设共性问题,与企业的人力资源部门、教育培训部门及工会进行了深入的沟通和交流。其间,调查组还走访了江苏新日电动车股份有限公司、无锡西塘车圈有限公司、无锡市检验检测认证研究院、小刀新能源科技股份有限公司等单位。企业表示,一线产业工人成为行业高质量发展的重

要支撑。

在调研中,多家企业介绍了人才队伍培养、建设工作,企业认为,一线人才在确保企业以及行业的高质量发展方面起到了不可或缺的积极作用。江苏新日电动车股份有限公司介绍,公司持续着力提升产业工人的素质建设,为稳定一线员工队伍进行工作部署,还建设了“新日大学”及“大师工作室”,提出了塑造活力团队、多元化、多层次提升产业工人队伍素质的方案和设想。

依托人才建设,行业转型升级加速。无锡市检验检测认证研究院发挥院属国家光伏质检中心、国家轻型电

动车质检中心、国家增材质检中心、国家高端储能质检中心、国家物联网产业计量中心等五个中心的特色优势,依托高学历高素质、专业稳定卓越的人才队伍,在计量标准、检测认证、科研装备、咨询培训等方面取得了显著成果。

当地企业还以提高工人技能为抓手,不断挖掘市场潜力。小刀新能源科技股份有限公司工会主席介绍了,公司设立在无锡的工厂开展劳动竞赛,鼓励一线员工参加当地人社部门技能等级考试的做法和经验。在面对相对疲软的市场,“小刀公司无锡工厂维持住年

产销 150 万辆电动自行车的目标,离不开占比高达 75%以上的一线产业工人的重要支撑。”

中国自行车协会副秘书长霍晓云表示,人才队伍建设是行业“十四五”规划中的重要部分,中自协非常重视相关工作,此次调研围绕“人才队伍建设助力行业高质量发展”的主题,以问题为导向,以企业相关部门为对象,了解实际情况,分析实际问题,发现共同痛点,共商解决方法,以“沉下去、深进去”的工作姿态,向下求实情,向内究根源,力争把调研成果转化成工作实效,助力行业人才建设工作做深做实。

## 消费者应尽量选择不可以拆卸的电动儿童牙刷

中国日用杂品工业协会:牙刷新国标从安全角度结合了儿童玩具标准

**本报讯** (记者 王洋)“在抽查的 10 个省(市)84 家企业生产的 88 批次儿童牙刷产品中,发现 16 批次不合格,不合格率 18.2%。其中电动儿童牙刷不合格率 50%。”近期,一则有关儿童牙刷产品的抽检数据引发了消费者关注。

国家市场监督管理总局对儿童牙刷的哪些指标进行了抽检?为何电动儿童牙刷不合格率达 5 成?消费者又该如何为孩子挑选牙刷产品?带着疑问,记者采访了中国日用杂品工业协会相关负责人及威凯检测技术有限公司美容及个护器具产品线高级工程师黄凯杰。

“本次国家监督抽查依据 GB 39669-2020《牙刷及口腔器具安全通用技术要求》标准选取了邻苯二甲酸酯增塑剂,有害元素,磨尖丝刷毛,pH,毛束拉力,颈部抗弯力,儿童牙刷刷头,磨毛,磨尖丝,电安全要求,电动牙刷植毛块牢固度,电动牙刷耐化学性能,儿童电动牙刷可拆卸零部件,边缘、尖端,儿童用牙刷及口腔器具饰件指标对样品进行了检测。”作为参与本次检测的工程师,黄凯杰向记者介绍了本次儿童牙刷抽检的项目。

记者了解到,本次发现不合格项目为儿童牙刷刷头、磨毛、邻苯二甲酸酯增塑剂、电安全要求、儿童电动牙刷可拆卸零部件。经技术机构分析,不合格的原因主要是:企业对标准条款理解不透彻,手动儿童牙刷头部制造成了可拆卸的形式;未严格按照标准要求生产,在电安全要求方面不重视标志和说明内容。

据悉,邻苯二甲酸酯为可能致癌、致畸、致突变物质,因此 GB 39669-2020《牙刷及口腔器具安全通用技术要求》中明确提出了限量要求,为新增的强制性项目。此外,对于牙刷上的非磨尖丝刷毛,其单丝顶端轮廓应经过磨毛工艺处理去除锐角,且不应有毛刺,从而减少刷牙时刷毛对牙龈表面及口腔软组织的损伤。

“为了让孩子做到‘认真刷牙’,保证他的刷牙时长,我很快就给孩子换了电动儿童牙刷。然而即便是大品牌的产品,基本用上一年,或多或少都会出一些质量问题。让人很头疼。”消费者佟女士最近关注到了“电动儿童牙刷不合格率 50%”的新闻,她不禁产生疑问:

“为何电动儿童牙刷成了抽检不合格的重灾区?”

在黄凯杰看来,消费者不必对上述数据感到焦虑。“本次因为儿童电动牙刷抽检的批次较少,所以看起来不合格率会高一些。”黄凯杰告诉记者,由于一些企业对电器安全要求并不熟悉,也导致一些简单的标志与说明的问题出现。

此外,针对消费者关心的“如何为孩子挑选牙刷产品”这一问题,黄凯杰给出了以下五点建议。

首先,根据不同年龄段为儿童选择对应的牙刷。如 3 岁以下儿童应选择软胶毛;刷头应选择较小规格,能触及到儿童口腔中较不易刷的地方,建议能覆盖 2—3 颗门牙,毛束不超过 4 列。其次,刷毛应软硬适宜。如在手背上轻按不会严重变形或有刺痛感,并且顶端圆润。第三,注意手柄长度。如果孩子需要在家长的帮助下完成刷牙,则建议选细长的牙刷;如果孩子能够自主刷牙,则可以选较为粗短且有防滑设计的产品。第四,在磨毛率相同的情况下,选择异型毛型牙刷。因为异型毛型牙刷相对能更好地帮助清洁牙列的唇颊面以及咬合面低

于平面的小缝隙,同时在刷牙力度过大情况下,异形毛对非平面的接触压力对牙周组织损伤更小。第五,消费者在选购牙刷时,应查看产品上有无可拆卸的可能被儿童吞咽的小零件或饰件。”黄凯杰对记者说道。

“新国标主要从安全角度结合儿童玩具标准做了要求。”中国日用杂品工业协会相关负责人在接受记者采访时表示,消费者应尽可能选择不可以拆卸的电动儿童牙刷。

“目前市面上很多牙刷的底座可拆卸,拆卸的零部件存在被儿童吞咽的风险,特别 3 岁以下儿童尽可能使用不可替换刷头的电动牙刷(这类可替换刷头一般尺寸较小)。该负责人告诉记者,可替换刷头的电动牙刷刷头总长要超过 6cm,防止孩童放入口中造成伤害。此外,消费者所选择的电动牙刷应避免有锐角、毛刺、锯齿结构,防止划伤孩子;选用牙刷需要有儿童年龄使用标识和安全警示指引;避免选择设计过于颜色鲜艳、卡通(避免使用点胶等工艺)的牙刷,防止有害物质超标;对于充电座插头直接连接 220v 高压电源的电动牙刷,充电座需经 3C 认证。

## 2022 年我国跨境电商进出口规模首超 2 万亿元

**本报讯** 在日前举行的第十四届中国·廊坊国际经济贸易洽谈会国际跨境电商发展论坛上,海关总署相关负责人介绍,2022 年我国跨境电商进出口规模首次超过 2 万亿元,达到 2.1 万亿元,比 2021 年增长 7.1%。跨境电商为我国外贸发展注入新动能。

据海关统计,2022 年,我国跨境电商进出口规模占全国货物贸易进出口总值的 4.9%,占比与 2021 年基本持平。其中,出口 1.53 万亿元,增长 10.1%,占全国出口总值的 6.4%。

(琮文)

反映出持续推进乡村振兴的积极成效

江苏五月用电量较五年前翻番

**本报讯** (记者 魏静 □ 黄蕾 史静)日前,记者从国网江苏省电力有限公司(以下简称“国网江苏电力”)获悉,江苏省 5 月全社会用电量 611 亿千瓦时,同比增长 11.7%。其中,第一产业月度用电量从 2018 年 5 月的 3.2 亿千瓦时增长至 2023 年 5 月的 6.4 亿千瓦时,在近五年时间内实现翻一番,这些数字折射出江苏农、牧、渔业等行业的快速发展。

三夏时节,麦田流“金”。截至目前,江苏省夏粮已基本收获结束,省农业农村厅表示,今年全省夏粮预计收获面积 3710 万亩,同比增 3.9 万亩。与之相对应的是,5 月份江苏全省第一产业用电量为 6.44 亿千瓦时,同比增长 12.1%,其中农业用电量同比增长 4.9%,畜牧业用电量同比增长 20.3%,渔业用电量同比增长 12.8%。

江苏省是鱼米之乡、农业大省。近年来,江苏按照建设农业强国要求,全面推进乡村振兴,持续推进农业农村现代化。从全产业用电数据来看,2018 年以来,江苏省 5 月份全社会用电量年均增长 4.8%,其中第一产业、第二产业、第三产业、居民生活用电量年均分别增长 14.8%、3.8%、10.9%、3.1%。

从近五年 5 月的用电增速来看,第二产业、居民生活用电量增速在部分月份出现负值,而第一产业用电量增速却一直保持在 7.9% 以上的正增长区间,年均增速在各产业中排名第一。

“江苏省的第一产业用电量虽然相对较小,但由于近年来大力推行农村电气化改造,促进了全省第一产业用电量持续快速增长,这也反映出江苏持续推进乡村振兴的积极成效。”国网江苏经研院规划发展中心主任谢珍建告诉记者,从地区用电量来看,5 月份,淮安地区的第一产业用电量增速为 20.2%,盐城地区的第一产业用电量增速为 18.7%,分别较两市全社会用电增速高 10.9 和 2.3 个百分点。“5 月份淮安地区农副产品市场需求保持旺盛,而盐城地区畜牧业、渔业用电同比增加较多,带动了两个地区第一产业用电量的快速增长。”谢珍建说。

产业振兴是乡村振兴的基础,只有有了可靠充足的电能,产业振兴才能插上腾飞的翅膀。近年来,国网江苏电力以乡村电气化为抓手,高质量推进农配网建设,在全国率先全面消除“低电压”“卡脖子”现象,截至目前,农村户均配电容量达到 5.83 千伏安,农村地区 10 千伏配电线路平均供电半径缩短至 4.7 公里,农村供电可靠率位居全国前列。

走进淮安涟水红窑镇春竺芦笋种植基地,破土而出的芦笋翠嫩欲滴,工人们将新采摘的芦笋搬运至移动冷库车内,再运送至车间进行处理封装,储存在冷库中,集中销售全国各地。

“供电公司协助我们开展电气化种植示范大棚建设,推行反季节种植,同时,移动冷库车也有利于新采摘的芦笋及时保鲜,解决了‘田头热’的问题。”该基地负责人郑标向记者说道。作为全国闻名的绿色农副产品生产、加工、销售基地,绿色食品产业已成为淮安主导产业之一。

不仅如此,江苏各地在科技兴农、智慧农业产业链的打造上开展了一系列尝试。在江都宿迁形成了以京东智慧农业产业园、田洼村现代农业产业园为首的科技种植项目基地,2022 年该市农业产业链综合产值达 840 亿元,同比增长 12%。

为了进一步提升服务保障质量,国网江苏电力全面开展“村网共建”电力便民服务点建设,促进 2 个地市和 25 个县区政府建立政企联动的农村用电管理机制,实现 200 千瓦及以下农村小微企业“三零”(零上门、零审批、零投资)服务全覆盖,有力支撑乡村产业发展。

此外,5 月,江苏第二产业用电量为 454.4 亿千瓦时,同比增长 10.4%;第三产业用电量为 95.6 亿千瓦时,同比增长 20.8%。在制造业的 31 个细分行业中,支撑电量增长的有 29 个行业,前三位分别是电气机械和器材制造业、石油/煤炭及其他燃料加工业和纺织业,用电增速分别为 25.4%、119.9% 和 6.5%,分别拉动全社会用电量增长 1.1、1.1 和 0.4 个百分点。

## AWE 发布中国家电及消费电子行业发展十大趋势

集成化、设计等十个方面。

**趋势一:智能,从“炫技”到融入生活。**

在“技术要以人为本”的核心思路下,智能技术越来越隐于用户需求之后,让智能化的产品变得更加多能、便捷、交互性强,开始真正融入生活,为消费者带来更加便捷的、不一样的用户体验。

**趋势二:归真,技术升级回归产品核心价值。**

冰箱的本质是怎样让储存其中的食物长久保持新鲜;洗衣机的本质是在不损伤衣物的情况下把衣物洗得更干净……让产品回归本质,在 AWE2023 上已然成为一种发展趋势。经过多年的发展之后,企业和研发人员从解决用户真正的需求出发,开始思考如何利用现代技术进行创新,在做好核心功能的同时让产品回归本质。

**趋势三:数字化,从现实到虚拟,畅享数字生活。**

在 AWE2023 上,大到智慧城市、智慧医疗、智慧教育、智慧驾驶,小到 VR/AR、可穿戴设备、智能家电、服务机器人等,再到智能语音、手势控制、图像识别等 AI 智能技术,不断创新的数字化设备和技术为人们享受数字生活提

供了全场景、沉浸式体验的机会。

**趋势四:“破圈”,智慧生活无处不在。**

“破圈”,正在成为不少家电及消费电子行业领军企业、头部企业的重要战略部署。在 AWE2023 上,可以看到家电和汽车、户外、电竞、IP、手机、教育、国潮等各领域正在不断融合、交叉。企业为消费者带来的,不再只是产品本身,更是一种焕新的生活态度。

**趋势五:从套系化到场景化,以“硬核”功能占领用户心智。**

AWE2023 上,针对不同用户群体的应用场景,为不同的套系产品配备的产品功能有了鲜明的区别。企业打动特定的用户群体,已经不仅仅靠相应的外观设计,更是靠套系化产品内在的、适用于特定用户群体需求的核心功能。

**趋势六:绿色低碳,环保理念渐入生活。**

绿色节能是家电及消费电子行业一直深耕、探索的技术方向,共同促进绿色、低碳发展,也成为全产业链的共识。

随着“双碳”目标的提出,近年来绿色、低碳相关技术和解决方案又被推向新高度,加上全行业持续多年地推进,环保、低碳的生活方式也正在为消费者所接受。

**趋势七:健康,从产品向实现健康管理迈进。**

2023 年,“健康”几乎成为所有产品的必要创新点。在“健康”为主题的创新中,从单品健康到以互联互通为基础实现居家健康管理,行业正在通过不断努力,试图为消费者带来新的产品价值。

**趋势八:圈层,更加细分,精准满足不同用户群体的个性化需求。**

在小众经济时代,消费者更注重个人体验的主观感受,除了品质之外,消费者更愿意为具备个性、特色、创意的产品买单。AWE2023 上,许多品牌都展示了针对“Z 世代”、银发族、母婴群体、单身人群、出行人群、养宠人群等各个群体、不同需求的创新成果。

**趋势九:集成化,叠加重组,集科技之大成。**

人们享受电器带来的精致生活,但有限的居住环境却没有太多空间容纳品类日渐繁多的电器。

**趋势十:设计,从悦目到赏心,设计美学不仅仅是外观美学。**

AWE2023 上,各个家电及消费电

子品类在外观设计层面的表达追寻国际美学潮流,愈发内敛、更具内涵。

上,家电集成化趋势愈发鲜明。

通过让相近功能的产品进行叠加,以及不

同品类、相对独立电器单元的重组,实

现电器集成。

**趋势十一:设计,从悦目到赏心,设计美学不仅仅是外观美学。**

AWE2023 上,各个家电及消费电

子品类在外观设计层面的表达追寻国际美学潮流,愈发内敛、更具内涵。

上,家电集成化趋势愈发鲜明。

通过让相近功能的产品进行叠加,以及不

同品类、相对独立电器单元的重组,实

现电器集成。

**趋势十二:设计,从悦目到赏心,设计美学不仅仅是外观美学。**

AWE2023 上,各个家电及消费电

子品类在外观设计层面的表达追寻国际美学潮流,愈发内敛、更具内涵。

上,家电集成化趋势愈发鲜明。

通过让相近功能的产品进行叠加,以及不

同品类、相对独立电器单元的重组,实

现电器集成。

**趋势十三:设计,从悦目到赏心,设计美学不仅仅是外观美学。**

AWE2023 上,各个家电及消费电

子品类在外观设计层面的表达追寻国际美学潮流,愈发内敛、更具内涵。

上,家电集成化趋势愈发鲜明。

通过让相近功能的产品进行叠加,以及不

同品类、相对独立电器单元的重组,实

现电器集成。

**趋势十四:设计,从悦目到赏心,设计美学不仅仅是外观美学。**

AWE2023 上,各个家电及消费电

子品类在外观设计层面的表达追寻国际美学潮流,愈发内敛、更具内涵。

上,家电集成化趋势愈发鲜明。

通过让相近功能的产品进行叠加,以及不

同品类、相对独立电器单元的重组,实

现电器集成。

**趋势十五:设计,从悦目到赏心,设计美学不仅仅是外观美学。**

AWE2023 上,各个家电及消费电

子品类在外观设计层面的表达追寻国际美学潮流,愈发内敛、更具内涵。