

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

恢复和扩大消费20条措施发布

形成促进消费一揽子政策体系

本报讯 近日,《关于恢复和扩大消费的措施》(以下简称《措施》)经国务院同意,已由国务院办公厅转发各地方、各部门,并向社会公开发布。《措施》将与各领域、各品类重点政策一道形成促进消费的一揽子政策体系。

据介绍,促进消费工作点多面广,但基本思路一以贯之,始终坚持三个基本考量。一是坚持有效市场和有为政府更好结合。顺应市场规律和消费趋势,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,更好发挥政府作用,加快建设全国统一大市场,提升服务质量,激发市场活力,释放潜在需求,着力营造推动消费升级的良好生态。

二是坚持优化供给和扩大需求更好结合。把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来,增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性,拓展消费新空间,打造消费新场

景,丰富消费体验,以高质量供给引领和创造市场新需求。

三是坚持提质升级和创新发展更

好结合。突出体现大众化、普惠性、加

快城乡消费基础设施建设,完善扩大

居民消费的长效机制,切实保护消费

者权益,营造便利消费、放心消费环

境,不断提升消费便利度、舒适度、满

意度。

按照上述原则,《措施》围绕稳定

大宗消费、扩大服务消费、促进农村消

费、拓展新型消费、完善消费设施、优

化消费环境等六个方面,提出 20 条具

体政策举措。其中,在提升家装家居

和电子产品消费方面,《措施》明确,促

进家庭装修消费,鼓励室内全智能装

配一体化。推广智能家电、集成家电、

功能化家具等产品,提升家居智能化

水平。加快实施家电售后服务提升行动。深入开展家电以旧换新,

加强废旧家电回收。利用超高清视

频、虚拟现实、柔性显示等新技术,推

进供给端技术创新和电子产品升级换

代。支持可穿戴设备、智能产品消费,

打造电子产品消费应用新场景。

7 月 31 日,在国新办举行的恢复

和扩大消费的措施国务院政策例行吹

风会上,工业和信息化部消费品工业司

司长何亚琼表示,围绕推动智能家

电产品升级、附加值提升方面的具体

举措,工信部正复制推广好做法和模

式,促进跨行业协作共享,促进产业链

上下游中小微和大企业之间融通发

展;强化数字赋能转型,建设一批智能

制造示范工厂、优秀场景和 5G 工厂;

加强数据挖掘,促进产业开放发展、良

性互动。工信部正组织跨领域融合标

准研制,推动产品数据跨品牌、跨企

业、跨终端的互联互通,让消费者获得

更加便捷的智能家电使用体验。

2023年8月2日

星期三

总第 8503 期

第 5562 期

今日 4 版

2022年我国“三新”经济增加值超21万亿元

本报讯 日前,国家统计局发布数据显示,2022年,以新产业、新业态、新商业模式为核心的“三新”经济增加值为 210084 亿元,比上年增长 6.5%。“三新”经济增加值相当于 GDP 的比重为 17.36%。分产业看,第一产业中“三新”经济增加值为 8457 亿元,比上年增长 6.9%;第二产业中“三新”经济增加值为 92813 亿元,比上年增长 6.1%;第三产业中“三新”经济增加值为 108815 亿元,比上年增长 6.8%。

(辛文)

羽绒寝具新标准实施后库存产品仍可继续销售

本报讯 (记者 史晓菲)今年 5 月 22 日,QB/T 1193-2023《羽绒被》、QB/T 1194-2023《羽绒羽毛床垫》、QB/T 1195-2023《羽绒羽毛睡袋》和 QB/T 1196-2023《羽绒羽毛枕、垫》四项行业标准发布,并将于 11 月 1 日起正式实施。中国羽绒工业协会副会长、标委会秘书长许杰在日前召开的“QB/T 1193-2023《羽绒羽毛被》及系列标准宣贯培训班”上强调,企业应注意新旧标准更替问题,2023 年 11 月 1 日前生产的羽绒被,可标识老标准。

许杰介绍,11 月 1 日后生产的羽绒被,须标识新标准。目前采购的符合 2023 版新标准要求的羽绒被,可标识新标准。在新标准实施后,库存产品仍可继续销售,但需提供生产记录,证明库存产品为标准实施日期之前生产的,直到工信部发布老标废止公告,“老标”产品就必须退出市场。

另外,内容方面,新标准主要修改了绒子含量、“绒丝+羽丝”含量、蓬松度、防钻绒性和透气率几个项目,新增羽绒羽毛 APEO、PH 值,产品水洗尺寸变化率、耐皂洗色牢度(针对明示可水洗产品和户外型羽绒睡袋),以及户外型羽绒睡袋相关考核指标。

以 APEO 为例,APEO 是烷基酚聚氧乙烯醚类化合物的简称,是目前广泛使用的非离子表面活性剂的主要代表。深圳市计量质量检测研究院实验室主任、高级工程师林紫威介绍,在羽绒相关产品中 APEO 主要来自洗涤剂和助剂,其对生态环境的影响主要表现在生物毒性、环境雌性激素、皮肤刺激性、降解性差和有害副产物五个方面。新标准增加对 APEO 的考核,引导企业绿色生产,保护环境生态友好。那么,如何防范 APEO 超标?浙江永金生物科技有限公司技术顾问曹宗华介绍,绒厂管控 APEO 主要可以从化学助剂、原料毛/丝采购、回用水、第三方检测机构几方面入手,同时还要定期送检成品。

记者了解到,距离新标准实施不到半年时间,中国羽协代表标准归口单位及项目承担单位,已于 6 月下旬至 7 月下旬在杭州萧山、广东吴川和安徽合肥举办了三场标准宣贯培训班,总计近 500 人参加。三场标准宣贯培训班的召开,为推动羽绒寝具新标准更好地实施,确保标准内容得到准确理解和掌握,提高行业各相关方贯彻执行的力度和深度发挥了重要作用。

国际羽绒羽毛局副主席、中国羽绒工业协会名誉理事长姚小蔓指出,高质量发展是当前中国社会经济发展的主旋律,标准化建设已成为推动行业发展的主要引擎。羽绒寝具市场潜力巨大,前景可观。近年来,羽绒寝具正作为高端床品深受销售市场、电商平台和消费者的青睐,市场规模正以两位数的速度迅速增长,正处于市场提升关键期。把好质量关,提升供货自信、品牌自信,满足人民群众日益增长的高品质产品需求是行业当前首要任务,也是寝具标准修订的初心和此次开展新标准宣贯活动的目的。

据介绍,羽绒寝具新标准宣贯培训班系统、全面地讲授了四项羽绒寝具新标准的修订重点和技术要求,旨在帮助相关企业和单位熟练掌握新标准,解答应用时可能遇到的问题,为标准实施打下良好基础,助推行业高质量发展。接下来,中国羽协还将通过其他形式深入宣贯新标准内容。

制造业景气水平持续改善

经济增长动能进一步积聚

总体稳定。

从 13 个分项指数来看,同上月相比,新订单指数、积压订单指数、产成品

库存指数、采购量指数、购进价格指数、出厂价格指数、原材料库存指数、供应商

配送时间指数和生产经营活动预期指

数上升,升幅在 0.1 至 7.4 个百分点之

间;生产指数、新出口订单指数、进口指

数和从业人员指数下降,指数降幅在 0.1 至 0.2 个百分点之间。

从企业规模看,大型企业 PMI 为 50.3%,与上月持平;中型企业 PMI 为

49.0%,比上月上升 0.1 个百分点;小型企业 PMI 为 47.4%,比上月上升 1.0 个百分

点。

在构成制造业 PMI 的 5 个分类指

数中,生产指数为 50.2%,比上月下降 0.1

个百分点,仍高于临界点,表明制造业

生产保持扩张。新订单指数为 49.5%,

比上月上升 0.9 个百分点,表明制造业

市场需求景气度继续改善。原材料库

存指数为 48.2%,比上月上升 0.8 个百分

点,表明制造业主要原材料库存量降幅

收窄。从业人员指数为 48.1%,比上月

(宗禾)

铸品牌 树标杆 强信心

中国消费品工业品牌价值 500 强——服装行业

中国服装行业品牌价值 30 强公布

我国服装行业获利能力长期走稳

本报讯 (实习记者 暴梦川)服装行业是我国的传统优势行业,在国民经济中占据了重要地位。近年来,随着消费市场持续恢复,消费规模稳步提升,服装业进入产业复苏持续加快、转型升级全面提速的新轨道。近日,消费日报联合赛迪顾问发布了《2023 中国消费品工业品牌价值——服装行业》(以下简称“榜单”),评选出 2023 年消费品工业品牌价值服装行业品牌价值 TOP30 企业。其中,际华集团、安踏体育、九兴控股、雅戈尔、李宁,品牌价值分别为 640.2 亿元、598.8 亿元、507.5 亿元、415.1 亿元和 389.8 亿元。

按品牌价值分布来看,品牌价值在 100 亿元以下的企业数量为 18 家,占比为 60.0%;100 亿—200 亿元的企业数量为 2 家,占比为 6.7%;200 亿—500 亿元的企业数量 7 家,占比 23.3%;500 亿元以上企业数量为 3 家,占比 10.0%。100 亿元以下的企业分布数量最多。

从获利能力来看,近五年 TOP30 企业净利润均值总体呈现稳定,但从 2020

年以来企业净利润波动较大,2022 年 TOP30 企业净利润均值较前一年呈现下行走势。由于 2022 年,在国内外市场原材料成本高企、需求疲软等因素共同的影响下,我国服装行业经济运行压力显著增加,盈利空间被压缩。

上榜企业中,际华集团因其质量强度指标表现较为突出,位居榜单首位。近年来,际华集团在生产经营中持续改革与创新,通过周期性召开产品质量分析会的方式,引导员工发现问题、分析发展瓶颈、进行智能设备升级、优化市场服务等,多措并举推进企业质量效益的快速提升。

安踏体育则通过架构调整,实行“品类制”,针对不同的产品品类将设计、生产、上市、营销、售后等环节全部打通,以消费者为导向,将品牌理念、品牌故事最大程度地传递给消费者。凭借其市场与消费者强度指标表现较为突出,位于榜单第二。

赛迪顾问消费经济研究中心分析称,当前我国已经成为全球最大的服装生产国和出口国,从榜单来看,服装行业品牌价值集中度较高,2022 年企业占整体服装行业品牌价值的 91.8%;我国服装行业获利能力长期走稳,自 2018 年以来,中国服装行业上市企业营收规模稳定增长,2022 年达到 3070.4 亿元,比 2018 年增长了 9%,但 2022 年行业呈现下行趋势。综合来看,目前我国服装行业外部环境仍然复杂,消费需求仍然不足,行业还面临较大的压力和挑战。

工业互联网产业规模突破 1.2 万亿元

社会高质量发展的关键支撑。

王鹏透露,工信部将抓好政策体系,完善顶层设计,优化工业互联网创新发展政策环境,加强资金、技术、人才、数据等要素支持力度;抓好技术基础,聚力创新突破,加快构建技术体系、标准体系、产品体系,不断增强我国工业互联网技术产业供给能力;抓好重点行业,深化规模应用,加快标识解析规模化应用,推动标识向工业资源、绿色低碳、安全生产等领域拓展应用;抓好发展环境,壮大产业生态,积极开展工业互联网园区星级评价“链洲”计划,引导园区探索新模式、新应用,加快工业互联网数字化转型促进中心、数据智能服务中心等创新载体建设。(综合)

本报新闻职业道德监督岗

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



快来扫描我吧!



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
步骤二:打开应用点击上方“订阅”
步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”
步骤四:点击右上角“+关注”即可

一笔一画勾绘狮头 精工细作传承非遗

7 月 28 日,广西藤县中等专业学校内,多名技术工人正在一笔一画勾绘狮头。纯手工制作的狮头需要经过扎框、沾布、描色、上光、装毛等工序,制作一个狮头需花费约一周的时间。作为国家非物质文化遗产的藤县狮舞,该校龙狮队曾多次荣获国内外龙狮争霸赛大奖,并形成龙狮文化传承和产教结合模式,批量制作各类龙狮道具。

图为工人正在将纱布粘贴到竹编制作的狮头造型上。

(中新网)

