

7月份居民消费价格同比下降0.3%

本报讯 据国家统计局网站8月9日消息,2023年7月份,全国居民消费价格同比下降0.3%。其中,城市下降0.2%,农村下降0.6%;食品价格下降1.7%,非食品价格持平;消费品价格下降1.3%,服务价格上涨1.2%。平均来看,1—7月,全国居民消费价格比上年同期上涨0.5%。

(综合)

亚运会中的轻工身影

□ 本报实习记者 刘 元

近年来,在各类国际赛事应用的竞赛体育器材上,中国制造、中国品牌展现出强大的竞争力。这得益于我国企业的自主创新,更凸显了我国对于体育产业的重视程度。

亚运会日益临近,记者日前获悉,作为2023杭州亚运会官方供应商,泰山体育、金陵体育等企业将提供体操器械、球类器材、田径器材等全新产品及服务保障,以产品带动服务,以服务助力亚运,向世界展示我国体育产业高质量发展成果。

全新升级碳纤维复合材料器材亮相亚运会

记者注意到,泰山体育将为本次亚运会提供应用高端新材料的尖端产品。近日,泰山体育产业集团董事长卞青峰在接受记者采访时介绍,“本次提供的竞赛自行车将人体工学和空气动力学再次进行升级融合,对空气动力学效能进行了新的关键技术性突破,整车车架采用高模量碳纤维,使车架整体强度得到了大大提升。”

这正是我国自行车从“千车一面”的代步工具向“千车千面”的个性化、运动方式发展的生动写照。事实上,在企业的创新驱动下,我国竞赛型赛车出口正不断上涨。《2022年中国自行车行业调查报告》指出,从整体看,中国自行车行业在减少低附加值产品出口的同时,山地车、竞赛型赛车的出口在2022年不断上扬,印尼、韩国、日本、美国等均是高端车型销售的主要市场。

同时,全球首创且通过国际认证的全新升级碳纤维复合材料体操器材也将亮相本次亚运会。“泰山体育将复合材料延伸到竞技器材强度升级,轻便更灵活,安全更放心,实现体操器材的全碳化,提高器械质量及安全性能的同时有效提升运动员比赛成绩。”卞青峰说。

据了解,除了提供全新器材产品,泰山体育还将提供产品与技术服务保障。在服务团队上,泰山体育将派出专业赛事服务团队,全天候服务,保障器械的安全使用,并为赛事提供专业技术支持,确保赛事服务全过程规范化标准化。

卞青峰告诉记者,未来,泰山体育将不断加强自身科技创新能力,着眼亚运会及全国体育“卡脖子”领域技术创新需求,以提供体育科技源头供给,实现关键技术研发自主可控为核心使命,聚力打造全国重要的区域创新高地和科技创新策源地,抢占全球体育技术与产业发展制高点;不断提升服务意识,引领构建未来体育科技的技术路径和标准制定,提升服务水平,坚持做好产品,研究新市场取向,汇聚全球优质资源,积极推动“体育+”融合,加快实施“千亿企业,引领万亿体育产业”的核心战略,为建设体育强国、健康中国做更大贡献;不断积累经验,以更高的产品标准和更好的服务意识为保障,迎接巴黎奥运会和米兰冬奥会,在世界赛场上展现“中国智造”实力,助力我国体育事业高质量发展。

竞赛系统智能化成亮点

《“十四五”体育产业发展规划》提出要实施体育数字化战略,支持人工智能、大数据等新技术在体育领域的创新应用,随着信息技术的飞速发展,科技渐渐从幕后走向台前,在竞技体育中的作用越来越突出。

智能化是本届亚运会竞赛系统的亮点之一,金陵体育将为本届亚运会提供竞赛视频裁判系统以及计时计分系统服务项目。金陵体育相关负责人在接受记者采访时介绍,“在田径器材上使用的微光智能化竞赛系统,采用高速摄像机配合高精度定时系统及高速数据采集系统,判读性能高、瞄准精度高,同时也确保了较高的图像清晰度和曝光准确度;径赛起点发令枪终点图像的采集分析通过使用专用的信息技术保证了比赛的公正性;撑杆跳高架器材则采用了电脑程序控制,自动控制架高升降,保障了设定高度的精确性。”

谈及科技赋能体育赛事,格灵深瞳智慧体育业务线产品总监夏鹏飞在接受媒体采访时也表示:“科技赋能正在成为大型体育赛事的重要发展方向,是一个非常积极的趋势。大型体育赛事的科技赋能将是提升运动员运动表现、提高观众的观赛体验、保障运动员权益以及提高决策效率的重要手段,也是不可阻挡的发展趋势之一。相信未来,科技在体育赛事中的应用空间还将不断拓展。”

此外,记者了解到,金陵体育提供的包括篮球、排球等超过24个项目的器材同样亮点纷呈。“本次提供的篮球架器材上采用了液压多向传动控制技术,能够实现篮球架快速展开或折叠,在篮球架移动转向过程中,系统根据阻力的不同自动匹配内外轮的转动速度,使内外轮差速转动,可以最大程度地保障篮球架在移动中的灵活性和安全性,从而提高场馆的利用率;在篮球架护套上则采用了自研的混合发泡技术,通过增强材料的缓冲性能,给运动员提供最优的保护。”同时,金陵体育也开发了一些适合篮球培训和家庭用的篮球架,满足不同个人客户的需求,助力体育消费升级。

“此外,本次提供的排球器材采用了自主研发的角度方向调节技术,通过螺纹自由调节两段预埋件的角度,实现了对球柱角度的调节固定;球网采用了高低温循环定型技术,保证了球网网线的横平竖直。”该负责人介绍。

“大型国际赛事对体育器材产品有较为严格的质量标准考核。稳定的产品质量控制是金陵体育能够为政府、学校及体育赛事组织等提供体育器材产品和体育赛事服务的关键因素。”上述负责人表示,未来,金陵体育将紧抓行业发展机遇,不断加大技术研发、自主品牌建设和市场渠道开拓力度,使自身技术水平和品牌影响力逐步超越国际知名厂商,并参与到体育用品制造行业的国际市场竞争中。

创新引领 科技赋能

『中国制造』体育器材登上亚运会竞技舞台

消费日报

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

引入碳中和项目 全力打造绿色服贸品牌

2023年服贸会将实现“零碳”

本报讯 (记者 王薛淄)距2023年中国国际服务贸易交易会(以下简称“2023年服贸会”)开幕已不足一个月,记者从服贸会官方网站处了解到,2023年服贸会将引入碳中和项目,通过碳资产、碳信用购买和碳中和保险的创新解决方案,实现“零碳服贸”。同时,发布“零碳服贸、人人共享”倡议书,呼吁全体参会人员通过自愿行动支持“零碳服贸”目标,向大众传播推广绿色低碳生活方式。

绿色、可持续发展已成为全球共识,其中也酝酿着巨大商机。除了通过一系列创新解决方案实现“零碳服贸”,在全力打造绿色服贸品牌方面,

记者了解到,2023年服贸会期间还将举办全球绿色发展与碳中和主题会议开幕式暨主题论坛、全球生态+ESG可持续发展高峰论坛、中国食品品牌与可持续发展国际大会、第二届亚洲碳中和产业论坛、北京国际大都市清洁空气与气候行动论坛、农业碳达峰碳中和产业论坛、氢能碳中和论坛暨H2-Eco第三届国际氢生态峰会、中国“双碳”新兴服务业发展论坛等活动。

北京市朝阳区国际绿色经济协会执行会长邓继海在接受媒体采访时表示,2022年服贸会期间,绿协共组织了20多家“双碳”主流业态企业参展,以“1展”“8会”为载体,全面展示“双

碳”领域绿色技术企业的主流业态及成果的相关情况。期待2023年服贸会可以搭建更加有效的“碳经济”全要素合作平台,推进“双碳”新业态、新市场的经济增长。绿协希望能够借助服贸会平台,挖掘更多国际国内市场合作新势能,开拓绿色低碳经济新模式,引导主流业态与各方资源团结合作、共同发展。

服贸会是专门为服务贸易搭建的国家级、国际性、综合型大规模展会和交易平台,自2020年服贸会提质升级以来,服贸会的朋友圈不断扩大,充分体现了社会各界对服贸会品牌价值的高度认可。记者了解到,2023年服贸会将于9月2日至6日在国家会

议中心和首钢园区举办,采用“线下+线上”“综合+专题”办会模式,聚焦服务贸易发展热点趋势,举办全球服务贸易峰会、展览展示、论坛会议、推介洽谈、成果发布、配套活动,重点设置电信、计算机和信息服务,金融服务,文旅服务,教育服务,体育服务,供应链及商务服务,工程咨询与建筑服务,健康卫生服务,环境服务等专题。北辰集团副总经理、首都会展集团党委书记、董事长魏明乾表示,服贸会“事业单位+企业集团”的运作模式持续发挥优势作用,市场开发合作领域不断扩大、合作内容突破创新,服贸会文创衍生品更为服贸会市场化运营注入新的活力。

一大批全球领先“黑科技”集中亮相第六届进博会

本报讯 中国国际进口博览局副局长孙成海8月8日表示,第六届进博会将紧紧围绕中国重点产业规划,聚焦绿色、创新主题,进一步优化能源低碳及环保技术、人工智能、创新孵化等专区,一大批全球领先的新产品、黑科技将在展期集中亮相。

当天,第六届进博会技术装备、汽

车展区展前供需对接会在上海举办。孙成海在对接会上说,第六届进博会各项筹办工作进展顺利,已取得积极成效,筹办工作进入“临战前”十分关键的时期,各交易团组织工作有序开展,专业观众报名注册全面启动,配套活动也已接受申办、精准招商和供需对接持续强化。

本次活动是第六届进博会举办的第三场大型展前供需对接会,主要面向装备和汽车行业的参展商和采购商,旨在为供需双方搭建精准对接、开拓商机的桥梁。来自第六届进博会技术装备展区的基恩士、通用电气、高通、住友电机、奥的斯等38家企业,以及来自汽车展区的博世、摩比斯、伟巴斯特、雅马

哈、HRC等9家企业参与活动。采购商代表则来自中国一汽、东风公司、中远海运集团、中国建筑、中国商飞等企业。

孙成海称,接下来,进口博览局和国家会展中心(上海)将继续通过展前供需对接活动、招商路演等方式,加强供需精准对接,邀请更多专业采购商到会。

(新 文)

输该信息,采取消除等处置措施,防止信息扩散,保存有关记录,并向电信主管部门报告,依据电信主管部门要求进行处置。

根据通知,2023年9月至2024年3月底,通知发布前开展业务的APP向其住所所在地省级通信管理局履行备案手续。2024年4月至2024年6月底,电信主管部门将对组织对APP备案情况开展监督检查,对仍未履行备案手续的APP依法进行处置。

(宗 禾)

工信部:未备案不得从事APP互联网信息服务

本报讯 为促进互联网行业规范健康发展,进一步做好移动互联网信息服务管理,工信部近日印发通知,组织开展移动互联网应用程序(以下简称APP)备案工作。

通知明确,在中华人民共和国境内从事互联网信息服务的APP主办者,应当依照《中华人民共和国反电信网络诈骗法》《互联网信息服务管理办法》(国

务院令第292号)等规定履行备案手续,未履行备案手续的,不得从事APP互联网信息服务。

通知要求,网络接入服务提供者、分发平台、智能终端生产企业不得为未履行备案手续的APP提供网络接入、分发、预置等服务。

通知提出,网络接入服务提供者、分发平台应对拟从事APP互联网信息服务

服务组织或个人的用户真实身份、网络资源等信息进行查验,不得在明知或应知信息不准确情况下,为其代为履行备案手续。

通知要求,APP主办者、网络接入服务提供者、分发平台、智能终端生产企业应当建立健全违法违规信息监测和处置机制,发现法律、行政法规禁止发布或者传输的信息,应当立即停止传

声 音

农村消费扩容升级大有可为

近年来,消费已成为我国经济增长主引擎。农村消费是消费的重要组成部分,广袤的农村蕴含巨大消费潜能。数据显示,2022年,我国农村消费品零售额达5.93万亿元,占社会消费品零售总额的13.5%,包含城镇区和乡村的县乡消费品零售额占社会消费品零售总额的38.1%。今年上半年,农村消费品零售额同比增长8.4%,增速快于城镇增速0.3个百分点。

从目前趋势看,农村消费能力持续增强,农村居民可支配收入增速连续多年快于城镇居民,为农村居民消费逐步向上迁移,网络购物、移动支付等消费方式迅速普及;产业融合和城乡融合不断推进,农村物流基础设施不断完善,电子商务进农村、商贸服务中心建设等推动农村消费环境逐步优化。可以预见,随着乡村振兴战略全面推进,县域商业体系日益完善,我国农村消费规模将持续扩大,消费升级步伐将不断加快,消费市场潜力将加速释放。

农村消费市场前景可期,但目前仍有一些制约农村消费扩容升级的

瓶颈问题亟需解决。

首当其冲的问题,是农村居民收入有待提高。近些年,我国城乡居民收入差距逐步缩小,但农民收入水平总体还不够高。农村地区产业基础薄弱,二三产业占比低,农村居民收入主要来源仍然为农业生产和经营性收入。其次是农村消费环境有待优化。前不久,中国消费者协会公布的关于消费者对消费环境满意度的调查报告显示,我国农村居民对当前农村消费环境的综合满意度明显低于城市居民对城市消费环境的综合满意度。根据调查报告,假冒伪劣农产品、虚假宣传产品、“三无”产品等问题,是农村市场长期存在的顽疾。与此同时,农村居民消费观念有待进一步转变。长期的自然经济以及农业的弱质性,使得农村居民形成了求稳求俭的消费观念,“不敢花钱”“不会花钱”是农民消费行为的常态。当前部分农村居民还存在“惜购”现象,对品牌、服务、体验重视不足,对于一些新兴的生活方式和产业的认知也有待提升。

从一定意义上说,短板意味着成长空间,差距意味着发展潜力。在当前中央强调积极扩大国内需求,发挥消费拉动经济增长的基础性作用的

政策引领下,面向广阔的农村市场,顺应广大农村居民对美好生活的向往,聚焦突出问题和关键诉求,切实优化农村消费环境,提振农村消费信心,推动农村消费扩容升级,大有可为。

摆在第一位的工作是要让农村居民增收致富。有钱是消费的前提。想掏“腰包”,先鼓“荷包”。乡村制造业和农产品加工业企业是乡村就业的重要渠道,要进一步提供政策支持,鼓励其为农村居民提供更多就业岗位。大力发展乡村特色产业,如旅游观光业、文化产业等,提高农村居民对农产品生产全链条的参与度,增加农村居民经营性收入。同时,提高农村居民工资性收入,稳岗拓岗,促进农民务工,鼓励有条件的农村居民参与到农富产品种植养殖、电子商务等领域创业,为农村富余劳动力开展知识、技能培训,提高其综合能力。

“钱袋子”鼓起来之后,就要让农村居民想消费。一方面,要激活传统消费,鼓励和支持农村居民购买绿色家电、绿色家具、绿色建材等,推广符合农村消费特点的新能源汽车,持续提高消费品质;另一方面,要培育新型消费,在提供更多绿色优质农产品和服务的同时,融合生态、潮流、非

遗、文创、小吃等元素,打造乡村“文化集市”“乡情集市”,让更多“村BA”等新消费火出圈。同时,加快农村基础设施建设,特别是加快推进乡村物流快递配送体系建设,打通农产品进城“最初一公里”和消费品下乡“最后一公里”,让农村消费更加便捷。

消除后顾之忧,让农村居民敢消费。要切实加强对农村市场监管,严厉打击销售假冒伪劣商品行为。完善农村消费者维权支持网络,建立健全服务农村基层的消费维权网络体系。加大消费教育宣传力度,因地制宜开展通俗易懂、针对性强的消费维权知识宣传。推动农业保险、防贫保险“扩面、增品、提标”,兜牢风险底线,减少农民对未来不确定性的担忧。锚定“一老一小”,有重点推进县城公共服务均等化,加快补齐农村教育、医疗、养老、托幼等公共服务短板,降低农民学、医、养、育成本。

(中国质量报)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com