

消费日报

2023年12月12日
星期二
总第8591期
第5650期
今日8版

11月我国外贸进出口总值同比增长1.2%

本报讯 海关总署日前公布的数据显示,11月,我国货物贸易进出口总值3.7万亿元,同比增长1.2%。其中,出口2.1万亿元,增长1.7%;进口1.6万亿元,增长0.6%。进出口连续两个月同比增长,外贸稳中向好的发展态势持续巩固。

(宗禾)

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

第三季度糕点行业产销呈现较强韧性

文创国潮将继续引领烘焙产品流行趋势

□ 本报记者 史晓菲

今年月饼销量如何?明年糕点市场好不好?什么烘焙食品将流行?在中国焙烤食品糖制品工业协会(以下简称“中焙糖协”)日前召开的“2023中焙糖协糕点专业委员会理事暨全国月饼行业总结会”上,中国焙烤食品糖制品工业协会相关负责人介绍,2023年月饼产销同比略有增长,利润和利润率下降。不过,今年前三季度焙烤食品糖制品行业规模以上企业营收和利润总额增长明显,未来,我国糕点和月饼行业发展机遇与挑战并存,轻态健康、文创国潮类烘焙产品将成为2024年流行趋势。

根据中焙糖协统计,2023年全国月饼行业整体产量约32万吨,销售收入约220亿元,产销量同比略有增长,但利润和利润率下降明显。中焙糖

协副理事长兼秘书长张帅解释了数据下降的原因,“今年的中秋节与国庆节假期重叠,一定程度上减少了月饼产品的关注度,月饼销售出现前期启动较早,中期销售良好,临近节日未形成销售高峰的局面,造成渠道库存压力较大,部分企业遭受严重的退货影响。今年以来,国内消费市场总体呈现内需不足、预期转弱的态势。”

尽管月饼市场消费情况不如预期,但张帅表示,“糕点行业总体平稳,在经历第一季度春节销售高峰之后,第二季度表现平淡,第三季度受旅游市场快速恢复的拉动,糕点行业产销呈现出较强的韧性。”来自中焙糖协的数据显示,今年前三季度焙烤食品糖制品行业规模以上企业营业收入约3930亿元,同比增长4.55%;利润总额约263亿元,同比增长38%;出口交货值约138亿元,同比增长约10%。

值得注意的是,今年月饼国标《月饼质量通则》(GB/T 19855—2023)重新修订发布,并于2024年4月1日实施,将对行业产生深远影响。谈及行业未来的发展情况,张帅认为,我国糕点和月饼行业发展机遇与挑战并存,行业企业应当更加紧密团结在一起,着力加强端午、中秋等节日的传统文化宣传,积极转变发展思路,在推进销售渠道多元化、打造地方特色创新产品、更好满足消费者健康营养需求、贯彻党和国家绿色环保理念等多个不同维度上下功夫,不断提高品牌价值和内涵,提升产品品质,全力打造可持续发展的企业体系,更好适应未来市场变化和消费者需求。

未来消费者的需求具体有哪些关键词?京东超市发布的《2023年糕点品类趋势洞察报告》从西式面包蛋糕、中式糕点两类产品在销售增长、购物频次、价格带分布、典型用户画像

等不同维度的表现进行分析,并对月饼类产品2023年线上销售情况进行了总结。报告预计,全面营养药食同源、轻态健康、原材料升级/口味改良、地域特色、早餐替代、组合礼盒、纯净配料、文创国潮类烘焙产品将成为2024年流行趋势。

中焙糖协执行理事长朱念琳强调,国际国内经济运行形势和市场发展逻辑产生重大变化,预计国内消费需求不足、预期转弱等现象将持续更长时间,行业发展进入存量竞争阶段的定位难以在短期内逆转,节令性产品销售利润下降、跨品类竞争不断加剧的情况将长期存在,行业企业务必要守正创新,积极应对新型社交电商对消费市场和消费者决策模式影响带来的新机遇和新挑战,加大创品牌力度,更好适应和满足新生代消费者需求,努力提升企业核心竞争力,共同维护和促进行业高质量发展。

权威发布

《绿色外卖管理规范》国家标准发布

对外卖餐品制作环节等提出三方面要求

近日,经国家市场监督管理总局(国家标准化管理委员会)批准,由中国饭店协会牵头制定的《绿色外卖管理规范》(GB/T 43285—2023)推荐性国家标准发布实施。《绿色外卖管理规范》的发布实施是通过标准对绿色餐饮服务进行推广,是对制止餐饮浪费、减塑行动的积极响应。该国家标准从外卖餐品制作环节等方面对推广绿色外卖提出了三方面要求。

一是从外卖餐品制作环节,提出了绿色外卖餐品原材料采购、餐品制作与餐厅运营要求。在餐品原材料采购方面,要求采购安全

健康的原材料,建立可追溯的供应链管理体系,减少食材损耗。

二是从外卖餐品供应环节,提出了外卖包装、配送与垃圾处理要求。在外卖包装方面,要求提供安全性、环保性、减量化的外卖包装形式与材料;在外卖配送方面,要求选择合理路线,科学装备,以减少能源消耗。

三是从绿色外卖管理优化环节,提出了绿色外卖展示、绿色宣传与绿色质量管理要求。在绿色外卖展示与绿色宣传方面,均要求为消费者提供准确的信息,引导消费者绿色消费,减少一次性餐具的使用。(中工)

特医食品注册管理办法修订版明年起施行

本报讯 近日,国家市场监督管理总局修订发布《特殊医学用途配方食品注册管理办法》(以下简称《办法》),自2024年1月1日起施行。

特殊医学用途配方食品(以下简称“特医食品”)是指为满足进食受限、消化吸收障碍、代谢紊乱或者特定疾病状态人群对营养素或者膳食的特殊需要,专门加工配制的配方食品。特医食品为病患的疾病治疗、康复、机体功能维持等发挥重要营养支持作用,其质量安全关系特殊人群的身心健康和生命安全。

《办法》贯彻落实食品安全“四个最严”要求,结合行业发展和注册管理实践,进一步严格产品注册条件、要求、程序,保证产品质量安全和临床效果,强调以临床需求为导向,鼓励企业研发临床急需产品,不断扩展特殊人群的可及性。

《办法》共7章64条,对拟在中国境内生产并销售特医食品和拟向中国出口特医食品的境外生产企业,从申请条件、注册程序、临床试验、标签与说明书、监督管理、法律责任等方面作出规定,主要包括:

一是严格产品注册,细化管理要求。进一步强调申请人应具备的条件、能力、法律责任和义务;明确7种不予注册产品的情形;细化现场核查要求,必要时对原料开展延伸核查;在注册证书中增加“产品其他技术要

求”项目,进一步保障产品质量安全有效。

二是鼓励研发创新,满足临床需求。设立优先审评审批程序,对罕见病类别、临床急需且尚未批准新类别等产品实施优先审评,审评时限由最多的90个工作日缩减至30个工作日,优先安排现场核查和抽样检验,鼓励企业研发新产品,满足临床需要。

三是规范标签标识,维护消费者权益。强调特医食品标签应当真实、准确、清楚、明显,符合法规标准要求;严格标签主要展示版面应当标注的内容,便于消费者识别;明确产品标签不得对产品中的营养成分及其他成分进行功能声称,防止误导消费者。

四是优化注册流程,提高注册效能。优化注册现场核查流程,给予企业30个工作日反馈是否接受现场核查,并明确具体核查时间,兼顾核查准备和工作时效;将临床试验现场核查时限压缩10个工作日,提高产品注册效率;明确电子证书的法律效力,服务企业便利化。

五是严格监督管理,强化法律责任。对注册过程中涉嫌隐瞒真实情况或者提供虚假信息的申请人,明确不得撤回注册申请,并依法处理;对以欺骗贿赂获取注册证书,以及伪造、涂改、倒卖、出租、出借、转让注册证书等违法违规行为,加大处罚力度;涉嫌犯罪的,依法移送公安机关,追究刑事责任。(辛文)

山东青岛: 高端家电智能制造车间生产忙



12月10日,位于山东省胶州市的卡奥斯工业互联网生态园冰箱智能制造(一期)项目车间生产线上,分工不同的各类智能制造设备开足马力,互相协作进行高端家电的生产。当日,该一期项目的首台冰箱下线。

近年来,胶州市加速构建智能家电产业集群,在九龙街道规划建设卡奥斯新城,并以卡奥斯工业互联网生态园项目为核心,建设行业首个“5G+AIoT全产业链+全场景+全生态”的国家级工业互联网示范园区,以及行业首个新技术、新模式、新能源的绿色“双碳”高端智能家电制造示范基地。

图为冰箱智能制造生产线。

(中新)

邮发代号81-9
国内统一刊号CN11-0057

消费日报

合作
共赢

欢迎订阅2024年《消费日报》

全年定价396元
发行电话:010-67604545
全国各地邮局均可订阅

消费日报社由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
新闻传播定位:产业基础上的市场化表述
综合服务平台:为行业企业品牌提供服务

扫码订报

消费时评

Consumption commentary

发挥特色优势 让「激情雪季」不止于北方

□ 肖睿平

“海南人都开始‘卷’滑雪了!”随着冬奥会带来的全民冰雪热潮,近年来,“北雪南移”成为滑雪市场的新趋势。

鲜活的数据是这一现象最直接的诠释。2023年滑雪季,江苏、上海和广东成为关注滑雪游客最多的省份和地区;11月以来,全国滑雪消费GMV前五名城市中,竟有4席为南方城市;浙江滑雪旅游热度同比上升超过7倍,与新疆同为滑雪旅游热度增长最快的省份……

南方的滑雪爱好者远赴千里“北上寻雪”成为过去,如今的激情冰雪运动已打破时空界限,不再是北方专属。分析背后原因不难看出,南方游客主导的冰雪消费新趋势之所以集中显现,正是地方政策和消费者需求的双轮共振,让南方冰雪运动的参与者规模和参与机会都在持续扩大。

在地方政策方面,为市民提供“家门口”的滑雪场地,成为政府主导下扩大地方冰雪产业和消费市场的首要举措。例如,浙江建设了多个雪场,包括绍兴乔波滑雪场、丽水青田乐园滑雪场、文成天鹤堡滑雪场等,其中绍兴乔波滑雪场建筑面积近4万平方米。

在服务配套方面,为了弥补与北方气候相比所存在的“先天不足”,南方滑雪场通过增加其他配套服务项目、休闲度假设施来吸引度假型消费者,增加消费场景,延长消费者的停留时间。例如,太仓阿尔卑斯国际度假区引入了Club Med地中海俱乐部,多地政府和雪场通过与旅行社、互联网平台积极开发新产品和“一站式”服务,包括极寒挑战、雾凇漂流、雪谷寻鹿、雪地火锅等新玩法,不断为“冰雪+”赋能。

在营销方面,随着政府推动,更多冰雪资源被开发和利用,各地推出了许多网红冰雪运动打卡点,利用当前的互联网传播优势进行快速、高效推广和营销。例如,在小红书等内容社区,“我在广州大冰箱很想你”的打卡照被刷屏,而被称为“大冰箱”的正是华南最大的室内滑雪场——广州热雪奇迹。

不难看出,发挥南方各地产业和资源优势,并借力地方政策扶持,让冰雪运动不断打破地域和季节差异,已成为真正的“全民运动”。

但需要注意的是,相比北方人对冰雪的熟悉,南方滑雪爱好者对冰雪更多了一份好奇与期待,因此在“北雪南移”及更多新建场馆的规划和运营中,相关单位更应在实际体验、周边配套、产业融合等方面下功夫,让冰雪运动在南方形成真正的“燎原”之势。在兴建滑雪场地的时候,首先应最大化避免地方交通、食宿等基础设施的制约,建立更完善的配套设施以提高消费者体验;其次,在专业人才建设方面,需要相关部门长期投入,不断加强人才交流和人才引进;最后,受限于冰雪运动的季节性特点,南方雪场应在避免同质化竞争下,进一步凸显区域性特征,这需要地方政府从更高层次考量和发展冰雪运动,将其纳入当地文旅的大循环,并发力进行打造,在弥补基础设施短板的同时,构建更多元、更具特色的产品和服务供给体系,如将冰雪运动与旅游、文化、竞技、康养等产业融合,延长冰雪运动产业链、价值链等,真正让短期的“流量”成为长久的“留量”。

在“北雪南移”的大背景下,冰雪运动的群众基础越来越强。作为“冬天里的一把火”,需要多方发力,才能让这把火烧得更旺、烧得更久。



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