

消费日报

2023年12月14日
星期四
总第8593期
第5652期
今日8版

国家高新技术产业开发区总数达178家

本报讯 在工业和信息化部12月12日举行的新闻发布会上，工业和信息化部规划司副司长吴家喜表示，截至2023年11月，国家高新技术产业开发区总数达178家。前三季度，国家高新区生产总值达12.33万亿元，同比名义增长7.11%；国家高新区新注册企业57.63万家，占全国新注册企业的22%，同比增长18.59%，其中民营企业占比超过96%。

(辛文)

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

牙膏原料致癌？中国口腔用品协会对不实消息辟谣

本报讯 (记者 史晓菲) 针对近期网络上流传的有关牙膏、牙膏原料致癌的消息，中国口腔清洁护理用品工业协会(以下简称“中国口腔用品协会”)日前出面辟谣。中国口腔用品协会表示，我国市售牙膏，凡符合相关法规和标准的合格牙膏都是没有安全风险的。三氯生、二氧化钛、苯扎氯铵、按照国标规定添加在牙膏产品中，不会对人体产生危害。

中国口腔用品协会称，2023年11月21日，“新浪网”转发了一篇来自于“39健康网”题为《3类牙膏列入致癌“黑名单”，长期用或有致癌风险，你家里有几支？》的文章，指出有多类牙膏原料成分(三氯生、二氧化钛、苯扎氯铵、氯二甲苯酚和苯索氯铵)长期使用或将增加使用者患癌风险。对此，中国口腔用品协会表示，文章再一次错误地把个别的无据

可查的试验内容当成科学结论，给消费者和市场带来恐慌。

中国口腔用品协会介绍，三氯生作为防腐剂添加到牙膏中已有超过30年的历史，还没有足够权威的科学研究证明三氯生致癌。2011年3月22日，欧洲消费者安全科学委员会再次对三氯生进行了安全性评估，结论是：在牙膏、洗手液、沐浴露、除臭膏中，以牙膏0.30%、漱口水0.20%为最大浓度使用三氯生是安全的。根据我国国家标准《牙膏用原料规范(GB22115)》，三氯生可以在牙膏中限量使用(最大使用量不得超过0.30%)。

同样，中国口腔用品协会表示，在食品行业中，二氧化钛作为着色剂用于各类食品，其惰性强、性质稳定、纯度高，按规定添加不会对人体产生危害。联合国粮农组织(FAO)和世界卫生组织

食品添加剂联合专家委员会(JECFA)没有对其日容许摄入量(ADI)进行数值限制。虽然欧盟禁止使用二氧化钛作为食品着色剂，但目前国际食品法典委员会(CAC)以及美国、中国、加拿大均未对二氧化钛作出禁用的规定。“美国现行的关于着色剂的使用规定中，将不超过食品重量1%的二氧化钛作为免于认证的色素。”

在我国，国标《食品安全国家标准食品添加剂使用标准(GB 2760-2014)》及增补公告中规定了二氧化钛可用于加工水果、加工蔬菜、可可制品、巧克力和巧克力制品(包括代可可脂巧克力及制品)以及糖果、糖浆、调味料和饮料等。同时，根据国家标准《牙膏用原料规范(GB22115)》，二氧化钛可以在牙膏中使用。考虑到牙膏为淋洗类产品，规定最大使用量为2.0%。

对于苯扎氯铵，根据国家标准《牙膏用原料规范(GB22115)》，其可以在牙膏中限量使用(最大使用量不得超过0.10%)。中国口腔用品协会解释，苯扎氯铵是一种季铵盐类阳离子表面活性剂，因毒性低、刺激性小、无致畸、致癌毒性，水溶性好，使用及存储方便，广泛应用于皮肤、环境消毒。目前被国家药监局批准用于贴剂、溶液剂、喷雾剂、滴眼液等产品。

“而氯二甲苯酚和苯索氯铵根本就不能用在牙膏产品中，因此市场上也不存在添加氯二甲苯酚、苯索氯铵的牙膏。”中国口腔用品协会表示，事实上从毒理学角度讲，各种天然成分或化学成分都可能有毒性，关键要看这些原料按照法规和标准能够在哪些产品里面使用以及添加量的限制是多少。凡是按照相关规定添加的产品都是安全的。

技术创新推动体验升级

电视行业用户满意度连续三年保持稳定

据悉，中国质量协会组织开展了第十二次电视行业用户满意度监测。2023年电视行业用户满意度连续第三年保持在83分(满分100分)水平，未能实现有效提升。用户抱怨率为6.9%，同比升高2.1个百分点，用户忠诚度连续三年保持在82分的水平。

本年度共监测10个主流电视品牌，其市场占有率达90%以上。调查采用拦截访问、舆情监测等方式，覆盖东北、华北、华东、华中、华南、西南和西北七大区域，涉及23个省份53个城市，共完成有效样本1905个，获取舆情信息557万余条。中国质量协会指出，在大屏时代，电视行业不断创新技术推动用户体验升级，但在内容运营、护眼效果、互联互通、销售场景布局等方面存在改进空间，尤其是内容运营中广告过多、界面复杂、收费项目多等问题严重影响用户体验和需求满足感，因此用户满意度未能有效提升。

大尺寸电视用户满意度较高，但未能实现同比提升。2023年75寸及以上电视用户满意度得分为85分，高出行业平均水平2分，与去年持平。2023年75寸及以上电视在画面色彩、图像显示、音响效果、智能语音交互功能等方面表现较好，得分均高于86分，但在内容运营方面仅得了82.5分，影响了用户满意度的提升。

8000元以下电视用户满意度与去年持平。2023年购买2000元以下、2001—6000元和6001—8000元电视的用户满意度分别为82分、83分和84分，均与去年持平。测评数据表明，用户对8000元以下电视产品和服务有着更高的期待。

产品质量方面，内容运营、护眼效果、互联互通等方面亟待改进。2023年内容运营(含片源丰富度、播放流畅度、会员价格合理性等)得分仅为80.9分，与其他评价指标之间存在较大差距。广告

过多、播放卡顿、界面复杂、收费项目多、收费不合理等成为用户抱怨的焦点。护眼效果满意度得分为83.1分，得分较低。用户反映的主要问题是护眼效果差，缺少针对老年人、青少年等用户群体的护眼模式。与其他设备(智能音箱、手机投屏等)的互联互通满意度得分为83.3分，得分也较低，且同比下降0.5分。互联互通方面主要问题是操作复杂、连接速度慢、使用不稳定。

服务质量方面，销售服务场景化布局有待完善。线上渠道产品的介绍、有形展示效果得分为84.2分，同比下降0.9分。线下渠道销售场所环境布局、产品介绍、有形展示效果得分为83.8分，同比下降0.5分。随着销售单品向销售场景化转变，线上和线下渠道的销售场景布局还不能完全满足用户需求。因此，企业需为用户创造更具互动性和体验感的购物场景。

营销质量方面，社交分享类APP、网络舆情等渠道信息认可度较低且同比下降。2023年电视行业营销质量中，社交分享类APP(抖音、快手、小红书等)和网络舆情(微博、电商评论等)的信息认可度分别为80.6分和80.7分，同比分别下降1.1分和1.6分。

中国质量协会指出，电视企业未来需联合相关方加强合作，不断优化内容提供和收费方式，共同打造用户友好的操作界面和便捷的交互体验，加强产品质量和销售服务体验，为用户提供高品质视听享受，推动行业健康发展。(中经)

本报新闻职业道德监督岗
电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com

创新消费生态 激发消费需求

肖晋平

一个菜市场，竟然成为年轻人追捧的“网红打卡地”，它有什么魔力，能对年轻人产生如此大的吸引力？原来，在这个菜市场不仅能买菜买肉，还能喝咖啡、逛展览、买到个性化的物品，也就是说，这里不再是一个传统的菜市场，而是创新的消费生态，更符合现代人的消费理念和需求。这样的地方，想不红都难。

当前，年轻人已经成为消费主力，而年轻人的消费理念和习惯已经与以往有很大不同，因此，要激发年轻人的消费需求，就需要跟上年轻人的脚步，与时俱进，创新消费生态，营造更有吸引力的消费场景。

作为拉动经济的“三驾马车”之一，消费在未来国民经济中将发挥越来越重要的作用。当前，能源在创新、生产在创新、技术在创新、产品在创新、销售渠道和模式在创新……可以说，创新已经成为社会发展的主旋律，因此，消费领域也需要一场全面的创新，如消费场景创新、消费生态创新等，让消费的创新更好地推动社会经济发展，促进民生福祉。

比如前面提到的网红菜市场坐落于北京三里源里，入口处有一家咖啡馆Grid Coffee，进入市场可以见到很多小众食品，如西班牙火腿、日本小南瓜、小盒装的可爱鲜花……此外，在市场里还可以逛书展和艺术展。这样的地方，其实已经不能用菜市场来定位了，这是一种很有启发性的、全新的消费生态。它的启发性在于，菜市场可以创新，其他的业态也能创新，比如百货商场、家居卖场、美食街、游乐场等，完全可以打破传统的思维，创新消费生态。只要符合消费者需求，能够激发消费活力，就是成功的创新。

事实上，北京网红菜市场出现以来，美团、大众点评数据显示“菜市场”搜索量环比增幅超120%，相关攻略笔记数增幅超110%，评价数增幅超170%；小红书今年推出的“菜市场漫游指南”话题收获了超6700万的浏览量；豆瓣“菜市场爱好者”小组成员超过15万人。

可以看出，只要能创新，就算是“土”的菜市场，也能成为汇聚年轻人、激发消费动能的时尚之地。相比于大型商超里的门店，菜市场的小商家更为灵活开放，可以更快地响应市场需求和变化。同时，在互联网社交媒体平台的带动下，越来越多的消费形态正在快速增长，成为经济增长的生力军。

为激活消费潜力、提振消费信心，近年来，我国各地立足本地优势，聚力打造多样化消费场景，将美食、游览和文化体验等多种元素融合起来，持续激发消费动能，释放消费潜力。现代时尚的新元素、新场景、新玩法，成为越来越多年轻人的新选择。消费者不仅可以沉浸式体验吃、喝、玩、乐、游、娱、购一站式消费服务，同时也打开了城市潮流生活的新方式。

这些消费场景创新的有益尝试，不但旺了消费的人气，也接了“地气”，有温度、充满烟火气的多种创新消费场景，必将为高质量消费创新增添浓墨重彩的一笔。

图片新闻

河南淅川：杞柳“编”出幸福生活



近日，在河南省淅川县荆紫关镇和大石桥乡，当地村民正忙于制作杞柳工艺品。淅川县具有悠久的柳编技艺历史。目前，该县已成立多家柳编工艺品公司，引导当地村民学习柳编技术，实现家门口就业。

图为村民正在制作杞柳工艺品。

(中新网)



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

邮发代号81-9
国内统一刊号CN11-0057

消费日报

合作共赢
共言

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