

传统产业“老树发新芽”

近段时间,三种服饰带火三座城市:山东曹县,仅1月份,汉服销售额超9亿元,其中马面裙销售额达4亿元左右;浙江平湖市,不产羽绒,却承担了全国约八成羽绒服的生产,年出货量超2亿件;浙江三门县,抢抓户外运动消费热潮,“十件冲锋衣,六件三门造”……

纺织集群焕发新机,颇为可贵。作为传统产业,我国纺织工业受外需疲弱、成本上升、产业转移、竞争激烈等因素影响,行业承压运行,部分企业生产经营面临一定困难。行业如何突围,企业如何转型,这三座城市的实践经验值得借鉴。

无论汉服、羽绒服还是冲锋衣,每一个“爆款”产生的背后是我国超大规模市场带来的需求优势。市场是最

稀缺的资源。拥有14亿多人口、4亿多中等收入群体、人均国内生产总值超过1.2万美元,我国消费提质扩容潜力巨大。市场广阔、潜力十足、各类企业在中国都拥有发展空间。

当前,市场风向千变万化,产业压力客观存在,企业要想突出重围、赢得竞争,优化供给是关键。

强根基,确立“快人一步”的先发优势。平湖服装产业能快速转战羽绒服赛道,实现爆发式增长,依靠的是40年发展形成的从生产、渠道、技术到人才的完整产业链。曹县汉服的 success 也依托深厚的工业基础,“汉服热”一兴起,连窗帘厂都能迅速转产马面裙。根基深、链条全,为传统产业抢抓机遇、快速转型提供了坚实支撑。

做品牌,塑造“高人一筹”的比较优势。随着我国经济社会发展水平的提升,多样化消费需求与日俱增,纺织服装业再走简单模仿、低价比拼的老路难以为继,提品质、创品牌才是出路。平湖服装产业虽从小作坊、代工厂起步,但却十分看重自主设计的重要性。商家自建设计团队,政府部门做好品牌保护,仅羽绒服就能推出超2万款,部分潮流品质优价美、畅销全球。

谋创新,练就“胜人一招”的长期优势。纺织服装业文化属性强、应用范围广,瞄准消费热点、产业痛点、市场盲点推陈出新,就能引领发展潮流。创新,可以探索中华优秀传统文化,无论是古风服饰、古法工艺还是“国潮”设计,愈发受消费者喜爱;创

新,也可以探索新技术,从面料革新、功能拓展到数字化改造,适应个性化、定制化、高端化新要求,发掘老产业的新商机。

跳出纺织工业,传统产业焕发新活力的案例并不少见。钢铁业诞生了“手撕钢”,造船业“驶”出了大邮轮,汽车业造出了新能源车……变压力为动力、变短板为潜能,传统产业一样大有可为。

“纺织服装怎么会传统呢?它是时尚,是潮流,永远走在创新前沿。”采访时,一位资深企业家的观点发人深省。传统产业是实体经济的“基本盘”,也是创新变革的“主战场”。让更多传统产业“老树发新芽”,这个“基本盘”将迸发更加强劲的动能。

(人文)

行业

锂电池回收 三管齐下治乱象

近年来,锂电池因在新能源汽车、储能系统和消费电子产品中广泛应用,报废数量急剧增加,带动废旧锂电池回收行业快速增长。然而,正如硬币的两面,这一热潮之下也隐藏着重重隐患。

据多家媒体调查报道,当前市场上涌现了一批资质不全的小作坊和小工厂,它们未经许可擅自涉足废旧锂电池回收领域,由于缺乏专业技术和安全管理,在废旧锂电池拆解过程中频繁引发火灾等事故。尤其是有些小作坊隐藏在小区、学校附近等人口密集场所,一旦发生重大事故,后果不堪设想。

这些小作坊制造出来的所谓新品,以较低廉的价格流向市场。但此

类锂电池不仅品质低下,且往往采用老旧、破损甚至鼓包的电芯,极大地增加了电池短路、爆燃等安全事故的风险。这意味着,每一辆使用此类锂电池的电动自行车,都是一颗“行走的炸弹”,随时会给使用者和他人造成伤害。

值得警惕的是,锂电池产品迭代速度快、型号多样,目前尚缺一有效的电池登记管理系统,导致部分电池来“无影”去“无踪”,形成了监管上的漏洞。如不及时堵住管理漏洞,任由这一灰色产业畸形发展,必将引发更为严重的后果。

因此,加强废旧锂电池回收行业的监管力度刻不容缓。政府部门应从源头入手,采取更加严格的准入制

度。据悉,由工信部组织起草的强制性国家标准《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》已经完成起草,目前正在报批中。随着新规即将实施,各地职能部门应从严厉打击无证经营和非法拆解行为,确保各类从事锂电池回收业务的企业均符合国家的安全、环保及消防要求。

针对锂电池管理,应强化溯源管理体系建设,借助数字化手段实现全链条监管,构建涵盖生产、销售、使用、回收全过程的信息追踪平台,促使生产者、销售者等各环节切实履责。一旦出现问题,也能及时准确溯源追责。同时,督促电商平台履行平台责任,切断废旧锂电池流入线上市场的渠道,形成对劣质锂电池的合围

之势。

除了政府立法与执法的双向发力,消费者教育也是协同治理锂电池乱象的重要环节。相关部门可通过各类媒体广泛宣传电动自行车电池安全知识,引导消费者了解电池的正确选购、使用、保养方法,提倡通过正规渠道更换电池。

废旧锂电池回收行业的健康发展指向资源循环利用的大计,更关乎人民生命财产安全。唯有政府、企业和消费者共同努力,形成监管有力、市场有序、消费理性的发展格局,才能使其步入良性循环的轨道,既保障公共安全,又助力我国循环经济和可持续发展目标的实现。

(浙文)

市场

推陈出新促进旅游消费升级

如今,旅游成为人们休闲娱乐的重要方式,旅游消费也因此成为促进经济增长和扩大内需的重要动力。最近,随着天气逐渐转暖,各地“赏花热”成为旅游“热搜词”,“赏花+露营”“赏花+市集”“赏花+体育”等融合业态持续升温。

今年《政府工作报告》提出,积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。如何培育消费增长点?不妨从紧盯旅游市场新需求、创新旅游产品、提升旅游服务质量特别是提升旅游服务智能化水平等方面拉动旅游消费。

旅游消费不断创新高,是旅游市

场持续“回暖”的信号,也从侧面反映了旅游产品越来越丰富。同时也应看到,旅游需求也在不断变化。传统的观光旅游已不能满足游客的多样化需求,门票减免、住宿优惠、交通补贴等不再是大多数游客的首选因素,更多的游客开始追求个性化、高质量的深度旅游,这也对旅游服务提出了新挑战。

旅游产品持续创新是吸引游客的关键。不断“推陈出新”,才能吸引更多游客。这就需要各地结合自身的自然和文化资源,突出地方特色,通过举办节庆活动、文化体验活动等,深度挖掘文旅资源潜力。比如,湖北省武汉市在赏花季推出“春游武汉十大推荐线路”,

举办赏花、国风、艺文、郊游四大“浪漫武汉”系列文旅活动,培育形成自身的文旅IP,有效拉动了旅游消费。

提升服务质量是吸引游客的重要因素。游客对一个地方的美誉度提升,才会更好激发消费热情。行程规划、导游服务、住宿餐饮等全环节都要提高服务水平和质量,让游客能够享受到愉快、舒适、安全的旅游体验。近期,甘肃省天水市的麻辣烫继淄博烧烤、“尔滨”冻梨后登上“热搜”,大量游客前去品尝。当地通过更新城市基建、提供志愿服务、开通公交专线、设置外地旅游车辆临时停车点等举措,提升了服务水平,满足游客多方面的

需求。

数赋能能旅游产品是吸引游客的重要基础。在数字化时代,利用大数据、云计算等现代信息技术手段,提升旅游服务智能化水平显得尤为重要。比如,通过智慧旅游平台,为游客提供个性化的旅游推荐、在线预订、智能导览等;再如,在文化旅游景区推出VR体验、4D还原历史场景等,运用科技丰富旅游产品,让游客在感受传统文化的同时,也享受到现代科技带来的便利与乐趣。为此,应进一步重视新技术在文旅及其配套行业的应用,顺应旅游消费升级趋势,更好地激发旅游消费市场潜力。

(经济)

热点

守牢燃气灶具安全红线

自去年市场监管系统城镇燃气安全专项整治活动开展以来,全国市场监管部门将其纳入2023、2024民生领域案件查办“铁拳”行动,紧盯问题燃气用具的“灶、管、阀、气”,严厉打击相关违法行为。为发挥典型案例的警示教育震慑作用,国家市场监督管理总局近日公布了2024民生领域案件查办“铁拳”行动(第二批)典型案例。

燃气安全关系千家万户的切身利益。家用燃气灶具作为一种生活必需品,其质量安全关乎广大人民群众的生命财产安全。从此次公布的典型案例看,燃气灶具堪称相关违法行为的“重灾区”:10起典型案例中有8起案例与燃气灶具质量不合格有关。这也是燃气灶具市场良莠不齐的缩影——在去年的城镇燃气安全专项整治行动中,市场监管系统检查燃气用具企业20.8万家,发现并整改问题1.9万个。

综观这些与燃气灶具有关的典型案例,一个共同特征是商品没有3C证书。早在2019年10月,我国就把家用燃气灶纳入3C认证管理目录。

据《强制性产品认证管理规定》,强制性产品认证目录内的产品,未经强制性产

品认证,一律不得出厂销售。换句话说,销售没有3C证书的燃气灶具,本身就涉嫌违法。因此,各地市场监管部门都对此开出了罚单。

值得注意的是,生产销售质量不合格的燃气灶具,面临的不仅是行政处罚,性质严重者甚至会构成犯罪。比如典型案例中陈某、范某、朱某销售伪劣商用灶具(猛火炉)案和某五金经营部(李某某)销售不符合国家标准的家用燃气灶具案,销售的不合格燃气灶具数量多、市值高,特别是前者更涉及非法生产“三无”燃气灶具,涉案金额高达800万元。如此大规模、成批量地生产销售假冒伪劣燃气灶具,对于市场秩序和公共安全都是一种严重破坏。鉴于这两起案件均达涉刑标准,目前已被移送公安机关。

燃气安全无小事,从源头上化解燃气安全风险,必须从质量上对燃气灶具严格把关。在“铁拳”行动中,各地市场监管部门重拳出击,用强有力的行动再次强调,商品质量不应只挂在嘴上,更应该放在心上,必须守牢经营底线和法律红线。

(法治日报)

民以食为天,国以粮为安。端牢中国饭碗,解决吃饭问题,不能光盯着有限的耕地,还要树立大农业观、大食物观,从更好满足人民美好生活需要出发,掌握人民群众食物结构变化趋势,在确保粮食供给的同时,保障肉类、蔬菜、水果、水产品等各类食物有效供给。

森林蕴藏着丰富的食物资源,是天然的“大粮库”。树立大农业观、大食物观,开发森林食品,对于丰富食物供给体系、提升百姓生活品质、确保国家粮食安全具有重要意义。首先,开发森林食品在空间上不占田不占地,避免出现与粮食作物争夺耕地资源的情况,进而提升了土地利用效率。其次,森林食品纯天然、营养高,更加符合现代人食品消费需求。例如,松茸、黑木耳等优质食用菌,红松子、榛子等特色坚果,蓝莓、沙棘等森林食物,富含各种维生素、矿物质、膳食纤维等营养成分;刺五加、黄芪等森林药材能够治疗疾病、改善人体机能。再次,向森林要食物,折射了人与自然和谐共生的生态观。在保护好生态环境基础上,挖掘丰富食物资源,让绿水青山持续发挥生态效益和经济社

会效益,实现生态环境保护和经济社会发展相互促进、相得益彰。随着森林资源持续增长、生态功能显著提升、森林质量明显改善,依托森林供给食物的基础更扎实、品类更丰富、潜力更可观。

需要看到,开发森林食品虽然前景广阔、潜力巨大,但也面临诸多现实困境。目前,我国森林食品开发大多以初级产品为主,产品质量参差不齐,精深加工产业的增值潜力仍在探索阶段,缺乏知名度的代表性产品。林下作物也多为“人种天养”的传统农业模式,生产采收的机械化程度低,抗灾害能力差,生产周期长,品种改良难度大。为此,建议在以下方面下功夫:

加强森林食品科技创新,提升森林食品品质。整合科技创新联盟、专业院校和科研院所等创新资源,搭建国家级技术研发平台和产学研融合平台,创新现代生物工程技术,提升森林食品品质。科学利用森林和林地资源,发展林下经济,

为森林食品供给提供全链条全过程的技术支撑和服务。着重围绕土壤、良种良法、加工工艺等,以种质资源创新等新技术为支撑,建立高产稳产优质森林食品品种,重点选育高产、抗逆、稳定的木本粮油、林下种植和养殖品种,加强森林食品从栽种、采收到加工全流程技术攻关,切实提高森林食品的供给能力。

延伸林下经济产业链条,提高森林食品附加值。立足各地林下经济发展特色,遴选社会价值大、资源储备充足的产品,重点开发森林经济产业布局,加强优质农产品地理标志品牌创意塑造,不断提升生态森林食品供给能力。

开发森林食品生态价值,把生态优势转化为经济优势。森林食品的开发利用,要处理好森林开发和保护的辩证关系,持续开展退耕还林、重点区域生态保护修复等工程建设,加大对森林资源开发的科学论证。以绿色农业发展为契机,不断健全绿色有机食品的生产、加工、运输、仓储、销售、服务等标准体系,把绿色发展理念贯穿至生态保护、环境建设、生产制造、城市发展、人民生活等各个方面,引导企业争取国际有机农产品认证,推进标准化生产加工基地建设,进一步放大绿色有机优势。

强化政策引导,推进林下经济高质量发展。加强各级政府支持林下经济的扶持政策,统筹财政资金支持林下经济产业项目,健全森林食品质量检测体系,开展特色森林食品展销活动,探索林下经济共建共享共富机制,重点培育一批具有带动效应的典型模式,不断推动森林食品产业高质量发展。

(光明)

强化预制菜监管 守护「舌尖上的安全」

近日,市场监管总局等六部门联合发布《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》(以下简称《通知》),首次明确预制菜定义和范围,强化预制菜食品安全监管,明确了推动预制菜食品安全标准和质量标准体系建设的方向。

由于方便快捷且“吃着还不错”,近年来预制菜逐渐“飞入寻常百姓家”。《2023年中国新春礼盒消费者行为洞察报告》显示,去年预制菜首次成为中国消费者新春礼盒十大选择类型之一。目前,我国预制菜加工企业已经超过7万家,2023年产值突破5000亿元。不过,在预制菜加速驶向万亿元赛道的同时,围绕着预制菜产生的争议也不在少数。比如,今年“3·15”消费者权益日晚会中,一则关于某预制菜生产企业采用低劣品质的槽头肉制作梅菜扣肉报道就再次引发公众对预制菜食品安全的讨论。

从各类报道中我们不难发现,对于预制菜,消费者的顾虑主要在于食品安全问题。预制菜生产链条长、行业关联广、技术要求高,这就导致任何一个环节出了问题都会直接影响食品的安全性,目前来看,预制菜行业还有诸多改进工作要做。因此,严把预制菜生产许可关口,需要重点检查预制菜生产经营企业进货查验、生产过程控制、贮藏运输等环节质量安全措施的落实情况,绝对不允许有丝毫疏漏。

此外,消费者还对预制菜产品是否使用防腐剂、添加剂有诸多疑虑。有网友认为,既然预制菜涉及环节众多,那么企业为了保障运输途中的食品安全,难免会添加防腐剂,这就给预制菜食品安全埋下了“隐患”。对此,《通知》明确规定了预制菜不添加防腐剂,并提到严格食品添加剂使用,这及时回应了消费者关切。

当然,在加强监管的同时,也要尽快建立统一的预制菜国家标准。此前,已经有超过20个省份出台了促进预制菜高质量发展的相关文件和地方标准。加快建立一个全国通用的预制菜标准,将对行业发展起到更具实用性的指导作用。此外,建立和细化相关标准,还应当从增强优质原料保障能力、提升关键技术创新研发水平等方面着手,在确保预制菜食品安全的基础上,让预制菜的品质和营养也得到进一步提升。

从去年年初《中共中央 国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》提出“培育发展预制菜产业”,到如今出台通知明确预制菜的定义和范围,强化预制菜食品安全监管,预制菜产业正在一步步迈向高质量发展。接下来,除了继续守护“舌尖上的安全”,我们不妨多关注预制菜产业在促进食品工业转型、推动消费升级、带动创业就业等方面的积极意义,发挥其“一石多鸟”的功效。

(中经)

该如何看待饮料营养分级

近日,上海市疾控中心称,为引导公众健康饮食,该中心研制的饮料“营养选择”分级标识在上海开始试行。据悉,该分级标识通过ABCD四个等级,指标数据包括非乳源性糖、饱和脂肪、反式脂肪、非糖甜味剂情况,从A到D级推荐程度递减,帮助消费者避开高糖饮品。

茶饮行业规模不容小觑,天眼查专业版数据显示,我国现存与新茶饮相关的企业有33.3万余家。那么,如何看待饮料营养分级标识对于茶饮行业的影响呢?

实际上,不少发达国家已经有相应的饮料营养分级机制。这些分级机制有助于消费者更全面地了解饮料的成分构成和对身体健康的影响,引导不同身体条件、不同口味喜好、不同消费偏好的消费者选择适合自己的饮料,也会促使消费者做出更适宜自己健康的选择,其积极意义是值得肯定的。

那么,饮料营养分级,会不会造成评级较低的饮料产品营销受到影响?对于这一点,还要从两个层面来说。一方面,具体到消费者个人,在不同消费场景和消费心态下,是有其

主观消费意愿和偏好的,分级至多只能起到提醒作用;另一方面,在产品营养分级之后,企业可以更好地了解不同类型消费者的消费需求情况,更好地进行产品调整和优化,并针对不同消费者,有的放矢地进行分类营销。

在这一过程中,成分含量更加透明的茶饮产品,既会使茶饮的生产加工者按规范模式操作,也会增强消费者对产品的信任感。

目前来看,在上海试行的饮料营养分级,只有几家企业参与其中,但其起到的消费导向却是值得关注的。因为越来越多的消费者更加重视健康餐饮,期待购买到更加健康的餐饮产品,这就需要企业能够提供更加透明的产品成分信息,以及确保在操作加工过程中保质保量,这就对企业的生产流程和生产效率提出了更高要求。

换言之,营养分级对于相关行业企业而言,既是一种挑战也是一种机遇。从茶饮行业推而广之,其他餐饮产品生产企业也可以在自身产品上进行一些分级探索,帮助有需要的消费者更好地选择适合他们的产品。

(工报)