

消费日报

2024年6月17日
星期一
总第8714期
第5773期
今日4版

我国民营经济经营主体超1.8亿户

本报讯 国家市场监督管理总局日前发布数据显示:截至今年5月底,我国民营经济经营主体总量达18045万户,占所有经营主体的比例从2019年的95.5%增长为96.4%,其中民营企业5517.7万户、个体工商户12527.3万户。
高新技术产业民营经济经营主体占比稳步提升。从行业分布看,在制造业、科学研究和技术服务业等国家重点发展的高新技术产业方面,民营经济经营主体的占比分别从2019年的95.9%、91.9%,提高到今年5月的96.1%、94.4%。
(监文)

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

中国食品添加剂和配料协会第七届会员代表大会在江苏宜兴召开,中国轻工业联合会会长张崇和出席并讲话

强化协会四个服务 促进行业新质发展

本报讯 (记者 王蔚涵) 6月12日,中国食品添加剂和配料协会第七届会员代表大会在江苏宜兴召开,中国轻工业联合会会长张崇和出席并讲话。中国工程院院士、江南大学原校长陈坚出席并作报告。中国轻工业联合会副秘书长、党建人事部主任杨曙光宣读《中国食品添加剂和配料协会第七届理事会负责人选举审核结果的通知》。江苏省宜兴市委副书记、宜兴市人民政府市长胡小坚出席并致辞。江苏汉光甜味剂有限公司董事长顾汉章致欢迎辞。中国国际贸易促进会轻工行业分会会长、中国食品添加剂和配料协会名誉理事长齐庆中、中国食品添加剂和配料协会理事长杜雅正出席大会。会议由中国食品添加剂和配料协会副理事长马立田主持。中国食品添加剂和配料协会副秘书长杜鉴代秘书长作第六届理事会工作报告。



图为中国食品添加剂和配料协会第七届会员代表大会会场。

大会以无记名投票方式选举产生中国食品添加剂和配料协会第七届理事会。杜雅正当选为理事长,马立田当选为驻会副理事长,杜鉴当选为秘书长。张崇和在讲话中表示,食品添加剂和配料行业是重要的民生行业,是食品产业健康发展的重要动力源泉。过去五年,行业坚持科技创新,取得显著成绩。产业规模进一步扩大,食品添加剂产量从1267万吨增长到1580万吨,年均增长4.5%;销售额从1220亿元增长到1485亿元,年均增长4%。产品品种进一步丰富,国家批准使用的食品添加剂增加158种,新食品原料增加32种。产品质量进一步提升,2023年,国家食品安全监督抽检不合格率2.72%,其中食品添加剂不合格率不到0.2%。食品添加剂和配料行业的快速高质量发展为丰富食品种类、提高食品质量、满足人民美好生活的需要作出了积极贡献。张崇和表示,过去五年,食品添加剂和配料协会充分发挥桥梁纽带作用,通过搭建会展平台,促进行业交流;配合政

府工作,反映行业诉求;冷静应对挑战,妥善引导舆情;强化标准建设,提供标准支撑;运用宣传媒介,强化信息服务;加强国际交流,促进行业合作,在推动行业稳步健康发展方面做了大量有成效的工作,行业和协会的国际影响力持续提升。张崇和对食品添加剂和配料协会今后的工作提出五点希望:
——强化党建引领,优质服务行业企业。要落实中央要求,全面加强党的领导,扎实做好党建工作,发挥党组织战斗堡垒作用,发挥党员先锋模范作用。要落实中央社会工作部要求,与时俱进,开拓创新,不断强化服务国家、服务社会、服务群众、服务行业的功能,以实际行动践行党的宗旨,以优质的服务回应群众期待,以优秀的作为服务行业需要,以优异的成绩回报社会信任,努力在服务行业高质量发展中贡献更大力量。
——坚持与时俱进,完善行业标准体系。要加强标准化与科技创新互动,

加快关键技术领域标准研究,推进技术研发、标准研制和产业推广,通过科技创新提升标准水平。要加快行业通用标准开发,加强跨领域综合标准研发,推进关键环节、关键领域、关键产品的技术标准应用。要积极参与国际标准化活动,构建“引进来、走出去”的标准开放新格局,提升标准国际话语权。建设高水平的标准体系,为食品行业高质量发展提供标准支撑。
——重视绿色环保,发展新质生产体系。要响应国家低碳转型号召,引导行业企业有序推进碳达峰进程,推动节能降耗和减污降碳,建设绿色生产制造体系。要鼓励企业入园入区,逐步淘汰高耗能设备和工艺,推进清洁生产改造、清洁能源替代、节水工艺改造,构建绿色低碳环保、产业分工协作、企业共生发展的新质生产体系。
——加强培训评价,构建行业人才体系。要结合行业自身特点,引领企业科技研发培训,畅通教育、科技与人才

良性循环,激发广大职工的劳动热情和创造潜能。要积极推进职业技能培训评价,举办行业技能竞赛,提升行业技能人才的理论和实践水平。要鼓励企业与高校、科研机构合作,为行业企业培养科技创新人才,为行业持续健康发展贡献力量。
——践行国家战略,服务健康中国行动。要落实国家战略,坚持健康导向,引领行业企业,为健康中国行动贡献力量。要协助相关部门,强化食品添加剂监管,规范使用和宣传,提升消费的安全健康水平。要发挥科技引领作用,鼓励企业加大研发投入,全方位、多途径开发绿色天然、营养健康的食品配料,为消费者提供放心、满意的健康食品,不断满足人民美好生活需要。

杜雅正在当选后的表态发言中表示,张会长的讲话高屋建瓴,为食品添加剂和配料行业发展指明了道路。未来协会将在习近平新时代中国特色社会主义思想的指引下,在中央社会工作部和中国轻工联党委的领导下,认真做好服务国家、服务社会、服务群众、服务行业工作,团结行业同仁,维护行业共同利益,努力营造行业良好的竞争环境,促进行业健康发展。同时,协会秘书处将进一步提升服务能力和服务水平,增强服务意识,努力将秘书处打造成行业之家。大会还审议通过了其他事项。
大会同期举办2024年食品产业创新发展及食品减糖高峰论坛。论坛上,与会嘉宾围绕食品产业发展趋势、行业热点、相关政策进行了专题报告,旨在促进科技创新在食品领域的应用,加快形成新质生产力,从而更好地服务于整个行业。
宜兴经济技术开发区管委会相关部门领导、协会副理事长单位代表、协会各专业委员会秘书长以及来自江南大学未来食品研究院、宜兴食品与生物技术研究院的专家教授等约300人参加大会。

第十二届中国北京国际葡萄酒博览会释放积极信号——

中国葡萄酒市场有望复苏 年轻人成消费主力



图为消费者在展台前咨询、品鉴葡萄酒。

本报讯 (记者 胡静文/摄) 美食与美酒是世界通用“语言”,而葡萄酒则被看作是东西方文化交融的桥梁。近日,在第十二届中国北京国际葡萄酒博览会上,来自美国、加拿大、澳大利亚、法国、意大利等23个国家展团以及十余个国家参展商的数十万件葡萄酒齐聚一堂,向世界展示中外文化的交流与融合,也为全球葡萄酒产业高质量发展注入新的动力与机遇。
虽然受到气候变暖的大趋势以及经济形势等影响,全球葡萄酒的生产量与消费量有所下滑,但起泡酒和高

端葡萄酒的销售却并未消沉,反而逆势增长,风格新颖、口感爽利的白葡萄酒同样受宠,南半球主要葡萄酒出口国的产量也不减反增。海关数据显示,今年1—4月,我国葡萄酒进口量为8.17万升,同比增长7.41%;进口额为3.59亿元,同比增长1.29%。中国葡萄酒市场有望迎来全面复苏。本届博览会也释放出类似积极信号:加拿大国家展团邀请现场观众一起品鉴“外交官们的私藏酒单”,其工作人员表示,中加两国有着广泛的贸易关系,希望能以葡萄酒为纽带,进一步促进中加两国的人文和历史交流;欧洲“老

铁”塞尔维亚虽然只是小众酿酒国家,但该国国家展团不少进口商和经销商看好中国市场,认为继3月澳大利亚葡萄酒“双反”终止重新回归中国市场后,塞尔维亚葡萄酒未来也将有机会以更关税或者零关税进入中国市场……
里斯战略定位咨询发布的《年轻人的酒——中国酒类品类创新研究报告》显示,国内年轻群体基数庞大,潜在年轻酒饮人群高达4.9亿人,年轻人酒饮市场规模高达4000亿。同时,年轻人对文化和生活品质的追求,促使他们更加关注葡萄酒的品质和品牌价值。中国年轻人正成为消费酒水的主力军,其背后的市场潜力不容忽视。作

为中国北方规模最大的专业葡萄酒国际博览会,面向年轻消费者的潮饮区和大师班公开课是本届博览会的亮点。“大师班公开课意义非凡,各展团借助这个机会可以增强与消费者的互动,更好倾听来自消费者的心声。”加拿大驻华大使馆商务处外交官安旻旻在接受记者采访时表示。
中国酒业协会葡萄酒分会也非常关注“葡萄酒的新生力量”,携手国内产区、高校及企业共同发起“龙行高校”2024中国葡萄酒校园公开课活动,推动葡萄酒文化在年轻一代中的传播与推广。截至目前已经成功举办六期,广受高校师生好评。

国产空调在海外大受欢迎的启示

肖睿平

最近,TCL空调在菲律宾市场的卓越表现引起关注,数据显示,TCL空调在菲律宾的变频空调、分体空调以及大冷(2HP以上)等多个细分品类中多个季度蝉联市场第一。夏天是空调消费旺季,国产空调在海外市场大受欢迎,带给了我们很多启示。

在全球化日益加深的今天,中国家电品牌在国际市场上崭露头角,不仅体现了中国品牌的实力,也为中国家电品牌的国际化之路提供了宝贵的经验。国产空调在菲律宾市场的成功,首先归功于其精准的营销策略。在科技创新的驱动下,TCL聚力新风赛道,以千人研发团队为后盾,打造出智新风、智柔风、智省电等一系列旗舰产品,形成了独具特色的产品矩阵。这些产品不仅满足了消费者对高品质生活的追求,也展示了国产空调在技术创新上的决心和能力。

此外,针对海外市场,国产空调坚持产品和技术创新,将旗舰高端系列作为主推产品,这一策略不仅实现了在海外中高端市场的持续增长,也提升了品牌的影响力和竞争力。这种对技术和品质的不懈追求,是中国家电品牌在国际市场上取得成功的关键,也是带给国内空调企业最好的启示。

从国产空调在菲律宾市场的成功中,我们还可以得到很多启示:

一是要坚持以市场为导向,深入了解目标市场的需求和消费习惯,制定符合当地市场的营销策略和产品策略。

二是要坚持技术创新和产品升级,不断提升产品的品质和性能,满足消费者对高品质生活的追求。

三是要加强品牌建设,提升品牌影响力和竞争力,树立中国家电品牌的良好形象。

四是要积极参与国际竞争,拓展海外市场,实现企业的国际化发展。

国产空调在菲律宾市场的强劲表现,是中国家电在海外跨越式突破的一个缩影。在国家“一带一路”等政策的指导下,中国企业深入挖掘一带一路新兴市场,通过技术创新和产品升级,不断提升自身竞争力,逐步实现了从“中国制造”到“中国创造”的转变。这一转变不仅体现在产品的品质和性能上,更体现在企业的品牌影响力和市场地位上。

中国品牌拓展海外市场,已经有了很多成功的范例,这些范例在中国品牌国际化之路上提供了很多学习和借鉴的经验。这些范例告诉我们,只有通过不断创新和努力,才能在激烈的国际竞争中脱颖而出,实现企业的可持续发展。同时,他们也为中国品牌的国际化发展探索出了一条切实可行的道路。

新数据 新看点

前4月我国服务进出口总额同比增长16.8%

旅行服务保持高速增长

记者近日从商务部获悉:今年前4月,我国服务贸易继续快速增长,服务进出口总额24319.6亿元,同比增长16.8%。其中,出口9846.9亿元,同比增长11%;进口14472.7亿元,同比增长21.2%。

知识密集型服务贸易继续增长。前4月,知识密集型服务进出口9637.2亿元,同比增长6.4%。其中,知识密集型服务出口5562.9亿元,同比增长3.3%,增长较快的领域有知识产权使用费、个人文化和娱乐服务,增幅分别为26.8%、16.7%;知识密集型服务进口4074.3亿元,同比增长10.9%,增长较快的领域有个人文化和娱乐服务、其他商业服务,增幅分别为54.5%、15%。

旅行服务增长快速。前4月,旅行服务继续保持高速增长,旅行服务进出口6600.3亿元,同比增长48.6%,为服务贸易第一大领域。自去年底以来,我国已陆续对法国、德国、意大利等多个国家实施免签入境政策,同安提瓜和巴

布达、新加坡、泰国签署互免签证协定,免签国“朋友圈”持续扩容,出入境便利度不断提升。

当前,服务业已成为世界经济增长的主要动力,服务贸易与货物贸易、数字贸易成为我国贸易强国建设的“三大支柱”。随着数字技术快速突破,各领域数字化转型深入发展,跨境服务贸易的潜力将得到进一步激发,成为全球贸易增长的重要引擎。下一步,商务部将继续优化服务进出口结构,推动知识密集型服务出口,扩大中医药等特色服务出口和研发设计、节能降碳、环境、医疗等服务进口。
(人民日报)

本报新闻职业道德监督岗

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



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