

消费日报

2024年6月18日
星期二
总第8715期
第5774期
今日8版

五月份中欧班列单月运量创新高

本报讯 据国铁集团消息,今年5月份,国家铁路发送货物3.37亿吨,同比增长2.8%;日均装车18.05万车,同比增长3.0%。其中,中欧班列共开行1724列,发送货物18.6万标箱,同比分别增长14%、13%,创单月运量历史新高。

(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

消费时评
Consumption commentary

推动地方特色产品持续壮大

肖睿平

云南的菌子、贵州的豆豉、山东的煎饼、金华的火腿、苏州刺绣、老北京布鞋……今年“618”有一个显著变化,是地方特色产品异军突起,成为消费者争相购买的热门之选。在当今这个商品供应充足的时代,消费者的选择日趋多元化,商品供应也日益丰富,特别是承载着地域文化和独特风味的地方特色产品,不仅激发了消费者的购买欲,给消费市场带来了一股新风,更成为推广地方文化和经济的新动力。

地方特色产品的热销,首先源于其鲜明的特色和独特性。在市场上,这些产品以其与众不同的外观、口感和文化内涵,迅速吸引了消费者的目光。相对于那些随处可见的同质化商品,地方特色产品以其稀缺性和新鲜感,满足了消费者对于个性化和差异化的追求。这种新鲜感不仅体现在产品的外观上,更体现在其背后的故事和文化内涵中。消费者在购买这些产品时,往往也是对一种地域文化和历史的探寻。

然而,要让消费者从新鲜感转化为对地方特色产品的长期关注和喜爱,仅仅依靠特色和独特性是不够的。更重要的是,这些产品必须具备高品质和良好的消费体验。以云南的菌子为例,其之所以能在市场上脱颖而出,不仅因为其独特的生长环境和营养价值,更因为商家在采摘、加工和运输过程中严格把控品质,确保消费者能够品尝到最新鲜、最正宗的野生菌。同样,贵州的豆豉、山东的煎饼等地方特色产品之所以能够受到消费者的喜爱,也是因为它们在品质上有所保证,能够给消费者带来良好的消费体验。

在这个过程中,商家需要充分认识到地方特色产品的重要性,并努力提升产品的品质和服务水平,同时注重产品的原材料选择、生产工艺和包装设计等方面,确保产品能够在外观、口感和文化内涵上满足消费者的需求。另外,企业还应该加强售后服务和品牌建设,提高消费者对产品的满意度和忠诚度。

地方特色产品的热销也反映了当前市场环境下消费者对于个性化、差异化和品质化需求的增长。在商品丰富、同质化竞争激烈的市场中,独具地方特色的产品具有很多优势,不仅能够满足消费者的多样化需求,还能够推动地方经济的发展和文化的传承。因此,政府和企业应该共同努力,加强对地方特色产品的宣传和推广,让更多的人了解和喜爱这些产品。

地方特色产品的热销还反映了当前市场环境供给侧结构性改革的重要性。我们应该充分利用地方特色产品的优势,推动其发展和壮大,为地方经济的发展和文化的传承注入新的动力。

《全民健康素养提升三年行动方案(2024—2027年)》发布

本报讯 近日,国家卫健委等3部门发布《全民健康素养提升三年行动方案(2024—2027年)》。

行动将以宣传推广《中国公民健康素养——基本知识及技能》为主线,推动健康教育进社区、进家庭、进学校、进企业、进机关,引导公众自觉践行文明健康绿色环保的生活方式,让公众真正成为自己健康的第一责任人,更好地重视健康、维护健康、享受健康。

行动提出一系列具体目标:优质健康科普产品供给更加丰富,健康科普服务的覆盖面、触达率和有效性进一步提升;健康科普信息传播环境更加清朗,权威健康科普作品全方位、多渠道推送,虚假信息信息得到坚决遏制;健康教育人

才队伍更加壮大,医疗卫生机构和医疗卫生人员投身健康教育的专业性、主动性、创造性进一步增强;同时,动员社会各界支持参与更加广泛,社会力量和群众参与健康教育的平台和平台进一步拓展;全国居民健康素养水平持续提升,2024至2027年平均每年提升2个百分点左右,中国公民中医药健康文化素养水平持续提升。

国家卫健委介绍,近年来,我国大力实施健康中国战略,出台一系列政策举措,推进健康中国建设,开展健康知识普及行动,取得明显成效。监测显示,全国居民健康素养水平呈现持续增长态势,2023年达到29.70%。

(辛文)

中国自行车协会加深与RCEP成员国合作
为行业国际化发展开辟新空间

□ 本报记者 史晓菲

5月底到6月初,受RCEP产业合作委员会邀请,中国自行车协会代表团访问泰国、印度尼西亚和越南。据介绍,此次访问不仅加强了与中国自行车协会与泰国、印度尼西亚、越南三国相关组织和企业的联系,还为未来的合作奠定了坚实基础。中国自行车协会表示,本次访问标志着中国自行车行业在RCEP区域合作中迈出了重要一步,为行业的国际化发展开辟了新的空间。

今年的6月2日,《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)对15个签署国全面生效满一年。RCEP生效以来,推动各国投资和产业合作。成员国之间实现优势互补,加快产业域内转移,大大地提升了市场供需效率。代表团在

访问期间参加多场商会对接会,进行商务考察,深入推进区域合作,并到东盟秘书处,了解了东盟相关的投资政策等信息。

在泰国、印度尼西亚和越南分别举行的“中国—泰国商会对接会”“中国—印尼商会对接会”及“中国—越南商会对接会”中,中国自行车协会作为支持单位,积极参与合作交流。在泰国和越南的两场B2B商务交流活动中,与泰国和越南相关企业、行业代表取得沟通并建立联系。此行进一步加深了代表团对泰国投资环境的了解,为未来合作打下基础。

在印尼中华总商会组织的对接会上,中国自行车协会副理事长兼秘书长郭文玉介绍了中国两轮车行业在东盟地区、特别是印尼地区的贸易情况,推动了中方与印尼中华总商会的对接。

在越南,代表团与越南汽车、摩托车、自行车协会(VAMOB)召开座谈会,双方围绕越南市场、展会合作、产品标准等三大方面进行了深度交流。代表团还考察了雅迪越南工厂,参观了其生产车间、实验室和仓库,并试驾体验了符合越南的本土化产品,进一步了解了越南两轮车产业的发展现状与潜力。

RCEP正持续助力我国扩大高水平对外开放。其中货物贸易稳中有进,2023年,我国对RCEP其他14个成员国合计进出口12.6万亿元人民币,比2021年增长5.3%。投资合作持续升温,2023年,我国对RCEP其他成员国非金融类直接投资流量达到180.6亿美元,同比增长26%,高于我国对全球增速14个百分点。更多企业从RCEP中获利,2023年,我国企业在RCEP项下享受进口905.2

亿元,税收减让达到23.6亿元。以自行车行业为例,来自中国自行车协会的数据显示,2023年,中国自行车电动自行车行业紧跟国家倡议,大力开拓更加多元的外贸国际市场。在RCEP生效实施、东盟自贸区、中欧班列等利好政策加持下,对“一带一路”沿线国家出口自行车超1800万辆,对乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦、格鲁吉亚出口增长翻倍,对印度尼西亚、泰国、土耳其等同比实现两位数增长;电动自行车对东南亚和南美等“一带一路”沿线国家的出口增长态势也十分强劲,全年增速保持在20%左右。

中国自行车协会表示,这次访问展示了中国自行车协会在推动国际合作方面的积极作为,未来协会将继续努力,进一步促进中国与RCEP成员国之间的产业合作与发展。

一季度眼镜成镜产量同比增长近5个百分点

我国眼镜行业实现良好开局

本报讯(记者 解磊)今年第一季度,我国眼镜行业规模以上企业500多家,眼镜成镜产量约2.5亿副,同比增长近5个百分点;累计完成主营业务收入约126亿元,同比增长约15%;累计完成利润总额约12亿元,同比增长约90%;利润率约10%。眼镜产品累计进口额3.8亿美元,同比增长近11%;出口额19.6亿美元,同比增长7%。以上数据是记者在近日召开的中国眼镜协会九届七次常务理事会上了解到的,中国

眼镜协会相关负责人表示,今年以来,我国经济延续了回升向好态势,眼镜行业实现了平稳起步、良好开局。

记者从会上了解到,今年上半年,中国眼镜协会持续开展行业调研,走访了多个眼镜产区,组织开展了多个专项问题研究;积极推进人才建设,多项举措提升行业职业能力评价体系及验配技能水平;有序推进标准制修订,推进多项国标、行标、团标工作;助力企业转型升级,举办企业游学活动,开

展多个国家级荣誉及专项奖的参评和推荐;加强国内外商贸交流合作,成功举办上海眼镜展,组织行业企业参加各大国际眼镜展;持续凝聚行业力量,参与举办了“中国眼镜产业创新智论论坛、第四届欧亚眼视光科技国际会议、中国眼镜产业创新发展大会等行业活动;扎实推进党建工作,开展党纪学习教育,引导党员干部提升思想及行动水平;坚持推进公益科普活动,进一步增强行业活力。

中国眼镜协会相关负责人表示,当前经济运行中的积极因素持续增多,但外部环境复杂性、严峻性、不确定性较大,国内有效需求不足,尽管生产有所回暖,但是零售增速却在逐月下降,眼镜行业还要积极布局,采取有效措施。“今年下半年,中国眼镜协会将持续开展党纪学习教育、持续开展行业调研和研学,继续发展行业人才队伍建设,有序推进标准制修订,加强国内外交流合作,强化行业信息共享,继续推进公益活动,持续做好行业宣传。眼镜行业将持续发展新质生产力,推动新型工业化,汇聚全行业力量为加快建设世界眼镜强国而努力奋斗。”该负责人说。

我国出口贸易隐含碳强度降低超八成

全球减碳目标的共同实现,要靠各国携手共进。评估不同消费主体引发的碳排放动态,更有利于明晰生产者与消费者碳排放责任归属。近日,中国科学院发布《消费端碳排放研究报告(2024)》(以下简称《研究报告》)。《研究报告》显示,1990—2019年间,主要发达国家消费端碳排放普遍高于生产端碳排放,中国出口贸易隐含碳强度降低超八成。

《研究报告》评估了主要发达国家和主要发展中国家等不同消费主体引发的碳排放动态,刻画了经济活动中的碳足迹,为全球减排和气候变化治理提供科学支撑。当前,发达国家与发展中国家消费端碳排放差异显著,专家呼吁统筹生产端和消费端,构建更为科学合理的核算体系,更科学地分配全球减碳责任。

碳排放核算是国际气候履约的重

要依据,是国际碳定价的重要基础。碳核算方法基于不同的排放视角,主要分为生产端和消费端两类。“生产和消费是经济活动的两个方面,消费端碳排放除考虑生产过程碳排放以外,还包括运输、使用、处置和回收以及贸易活动等各个环节,因此更为科学全面。”中国科学院上海高等研究院副院长魏伟研究员说。

《研究报告》指出,1990—2019年间,主要发达国家消费端碳排放普遍高于生产端碳排放,主要发展中国家则与之相反。以发展中国家为主的非经济合作与发展组织国家/地区生产端碳排放始终大于消费端碳排放,差值从1990年的14.7亿吨逐渐扩大到2019年的41.7亿吨。

《研究报告》还显示,1990—2019年间,中国消费端碳排放长期低于生产端碳排放,生产端和消费端碳排放

差值由1990年的7.0亿吨增加到2019年的18.0亿吨。

1990—2019年间,中国出口贸易隐含碳强度降低了83.3%,为全球提供更多的绿色低碳产品。2021年,中国因钢铁原材料产品贸易为其他国家承担的二氧化碳净排放量达1.0亿吨,因光伏产品贸易为其他国家承担的二氧化碳净排放量达2.5亿吨。

《研究报告》建议,进一步加强消费端核算方法学研究,扩展研究产品的覆盖度,构建“自上而下”和“自下而上”相结合的全口径核算技术体系,以期获得更加深入、精确和全面的核算结果,更好地为全球减排和气候变化治理提供科学依据。此外,全球要切实履行共同但有区别的减碳责任,加强南北合作,推动全球技术进步,共同应对人类挑战。

(科技日报)

山东烟台宠物产品俏销海外



在全球“吸猫撸狗”的热潮下,山东烟台瞄准萌宠经济,利用原料供给、设备制造等方面的产业优势,开发出干粮、湿粮、猫砂、零食、洁齿骨、皮卷等俏销海外的宠物产品。

近年来,多以鸡胸肉为原料的宠物食品成为烟台农产品加工出口的特色产品。当地拥有众多白羽肉鸡相关企业,为生产宠物食品提供了原料基础。位于烟台莱山区的中宠食品股份有限公司,拥有全线产品1000多个品种,畅销全球73个国家和地区。

图为烟台海关关员查验出口宠物食品。(中新网)

我国货物贸易总体保持稳中有进态势

本报讯 记者日前从商务部获悉,5月份,中国货物贸易总体保持稳中有进态势,表现符合预期。从行业角度来看,消费电子、家居、部分高附加值机电3类产品市场需求稳定。

一是消费电子类产品。在渡周期低谷后,电子产品逐步恢复增长,据统计,一季度手机、笔记本电脑全球出货量分别增长约10%、4%,复苏回暖势头明显。在终端产品需求带动下,5月中国集成电路出口、进口金额分别增长34.8%、22%。

二是家居产品。海外主要市场去库存取得一定效果,家具、纺织服装等产品补库有动力较强,奥运会等一系列体育赛事也带动了电视机等产品的需求,5月家电出口金额增长23.5%。

三是部分高附加值机电产品。我国汽车、船舶依托完整产业链和技术优势,产品竞争力不断增强,5月出口金额分别增长20.3%、67.7%。

商务部新闻发言人何亚东表示,下半年中国外贸发展面临的形势仍然比较复杂。主要表现在外需增势并不稳固,主要市场补库力度和持续性有待观察,地缘政治、贸易壁垒、航运价格等干扰因素增多,企业接单履约仍面临较多不确定性。商务部将进一步发挥稳外贸政策的综合效能,切实帮助企业纾困解难,持续培育外贸新动能,全力推动外贸提质升量。(综合)



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

本报新闻职业道德监督岗

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