

# 消费日报

2024年9月23日

星期一

总第8782期

第5841期

今日4版

2024 第9届中国国际焙烤秋季展览会  
第7届中国家庭烘焙用品展览会  
10月17-19日 武汉国际博览中心

BakeryChina  
www.bakerychina.com  
010-63430880 010-63430990

面向秋季节庆烘焙与家庭烘焙市场的全国性B2B2C专业平台

广告

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

## 强化防火阻燃性能、增加动态安全监测、大力推行“一车一池一充一码” 电动自行车强制性国标再修订 让骑行更安全

□ 本报记者 史晓菲

工业和信息化部会同公安部、应急管理部等部门,开展强制性国家标准《电动自行车安全技术规范》(GB 17761—2018)修订工作。9月19日,最新修订的《电动自行车安全技术规范》进行公开征求意见。

与现行标准相比,这次的“新国标”做了一些方面的改进和提升。针对征求意见稿,中国自行车协会相关负责人对记者表示,行业企业应严格按照国家相关要求生产,尤其是要按照国务院全国电动自行车安全专项整治行动部署开展工作。

**强化电动车防火阻燃性能——限制可燃塑料材料 进行动态安全监测**

征求意见稿中对纺织品类及泡沫塑料类非金属材料阻燃性能作出明确规定,并进一步加严了与电池直接接触的非金属材料、电气回路、电气部件及导线等关键部件的阻燃性能,提高电动自行车整车的防火阻燃能力。同时,具体提出“电动自行车在非必要时不应使用塑料件,使用塑料材质部件总质量不超过整车质量5.5%”的要求,目的是通过严格限制可燃塑料材料的使用,减少电动自行车火灾

的发生,降低火灾事故的危害程度。征求意见稿还要求电动自行车整车编码采用耐高温永久性标识,便于加强全链条监管和火灾事故溯源调查处理。

另外,征求意见稿增加了北斗定位和动态安全监测的要求和方法。定位可以及时找回丢失车辆;动态安全监测功能可以将车辆异常行驶状态以及蓄电池电压、电流、温度超出正常范围的情况及时发送给消费者,提醒消费者识别和处置异常安全问题,第一时间消除事故隐患。

**确保时速不超25公里——优化电动机性能要求 杜绝非法篡改**

本次征求意见稿规定电动自行车最高设计车速不得超过25km/h。相应地,针对当前很多电动自行车产品最高车速、蓄电池类型和输出电压等技术参数易被篡改,导致交通安全事故和火灾事故多发的情况,征求意见稿分别从电池组、控制器、限速器三个方面提出防篡改要求,确保实现充电器、蓄电池、控制器之间的互认协同,大力推行“一车一池一充一码”,不给非法篡改留空间。

为确保电动机在输入电压达到最大时车速也无法超过25km/h,征求意

见稿中增加了“双保险”——电动机额定转速下空载反电动势以及电感值差异系数等指标要求。同时考虑到电动自行车必要的载重能力和骑行中可能存在的短时爬坡等实际需要,标准中增加了电动机低速运行时转矩限值指标,允许电动机短时输出较高转矩,使车辆能够应对短距离爬坡等特殊工况,满足消费者正常骑行需求。

**提升产品实用性——放宽整车重量限值 不再强制安装脚踏**

按照现行标准,整车重量限值为55kg,据此计算,使用铅蓄电池的车辆续航里程只能达到40公里左右。为满足广大消费者增加续航里程、减少充电频次、提高安全性能的需求,本次征求意见稿将铅蓄电池型的整车重量限值由55kg放宽至63kg。

另外,现行《电动自行车安全技术规范》中规定,电动自行车必须具有脚踏骑行功能。但在实际使用过程中,绝大多数消费者不仅不使用该功能,反而主动将脚踏板拆除。为此,本次征求意见稿中仅要求可以使用电助驱动式的车辆具有脚踏骑行功能,对电驱动车辆不作强制要求,一是为企业节约生产成本,二是给消费者提供更多的车型选择。

**企业有自主选项——后视镜及使用年限按需安装和标注**

现行《电动自行车安全技术规范》(GB 17761—2018)规定,测量整车高度时无需将后视镜计算在内,企业可根据车型需要自行设计和安装。在本次征求意见稿中,增加了“为保证行车安全,鼓励电动自行车安装后视镜”,后视镜不计入整车宽度的内容,但安装后视镜不作为强制性要求,而是由生产企业根据需要自行决定是否安装。

另外,使用时间过长的电动自行车很容易引发火灾事故,但目前无论是生产企业还是消费者,普遍都没有安全使用年限的概念,许多老旧电动自行车虽然电气线路严重老化,却仍在路面上行驶,存在严重安全隐患。因此,征求意见稿中明确应在产品铭牌上标明建议使用年限,该年限由生产企业自行确定。需要说明的是,只有标准正式发布后按照本标准生产的新车需要标注使用年限,消费者目前已经购买和使用的存量电动自行车无需标注。

中国自行车协会相关负责人表示,通过此次修订能够进一步提升产品安全水平,保护人民群众生命财产安全,促进行业规范有序发展。

## 中央媒体青年编辑记者增强“四力”教育实践活动在山东启动

本报记者 解磊

为深入学习贯彻党的二十大精神,推动新闻界深入学习宣传贯彻习近平文化思想、增强新闻工作者“四力”,由中央记协、全国三教办主办的中央媒体青年编辑记者增强“四力”教育实践活动于9月19日在山东启动。来自30家中央主要新闻单位和全国性行业类媒

体青年编辑记者参加了本次活动。在当日召开的动员会上,中国记协国内工作部主任王同英指出,学习宣传贯彻党的二十大精神,为全面建设社会主义现代化提供有力舆论支持,是当前和今后一个时期新闻战线的重要政治任务。新闻工作者要切实把思想和行动统一到党的二十大精神上来,坚持学思用贯通、知信行统一,牢牢把握新时代新征程党的使命任务,为推进中国式现代化进一步凝心聚力。王同英表示,希望参加活动的青年编辑记者要在调研学习中体悟党的二十大精神,在采访报道中贯彻习近平文化思想,在基层实践中走好新时代群众路线。

山东省委宣传部新闻处处长宋德印也在动员会上表示,增强“四力”是对新形势下宣传思想战线队伍建设提出的总要求,是对广大宣传思想工作者寄予的殷切期望,为宣传思想战线提高站位、夯实基础、形成工作新局面指明了方向,提供了遵循。宣传思想战线要认真学习贯彻

总书记关于加强宣传思想战线队伍建设的重要论述,扎实开展增强“四力”教育实践活动,以提高政治能力为根本,以增强专业本领为关键,以锐意创新创造为紧要,以培养优良作风为基础,推动队伍整体素质提升。

动员会上,来自新华社、“学习强国”学习平台、消费日报社的三位编辑记者代表作了表态发言。据介绍,本次教育实践活动分为两条线路,编辑记者们将在一周内奔赴山东省7个市,对山东省产业升级与科技创新、文旅融合与乡村振兴、绿色低碳发展、高水平对外开放、中华优秀传统文化创造性保护与创新发展等多项内容进行调研采访。

## 消费时评

Consumption commentary

带活港口客流,带动当地就业,带火邮轮用品大市场……今年,备受瞩目的首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”开启首航至今,服务游客超20万人。它不仅是一艘船,更是开启中国邮轮旅游新纪元的一把钥匙,打开了一个全新的消费领域,展现出前所未有的消费活力。

我国已成为全球第二大邮轮市场,初步显示出未来消费增长的巨大潜力。邮轮旅游以其独特的魅力——集住宿、餐饮、娱乐、观光于一体,满足现代人对高品质休闲生活的追求。此外,邮轮旅游不仅是简单的海上航行,而是与陆地旅游、文化旅游、购物消费等深度融合,形成了多元化的消费体验,极大地释放了消费潜能。这种全新的旅游方式,不仅丰富了国内旅游市场的产品供给,也促进了旅游消费结构的优化升级,引领了旅游消费的新风尚。

邮轮旅游最直接的影响是港口客流的激增。每当“爱达·魔都号”靠岸,港口便成为人流、物流、信息流汇聚的热点区域。这不仅带动了周边餐饮、住宿、交通等相关产业的发展,还促进了城市经济的繁荣。港口作为城市的窗口,客流量的增加无疑为城市带来更多的合作机遇,进一步提升了城市的国际影响力和竞争力。

邮轮产业的蓬勃发展,还为社会创造了大量的就业机会。从邮轮建造、运营到维护,每一个环节都需要专业的支持,特别是随着国产大邮轮的兴起,更是为制造业、服务业等多个领域提供了广阔的就业空间。从邮轮上的服务员、厨师到岸上的采购经理、物流专员,每一个岗位都承载着推动邮轮产业向前发展的重任,也为个人职业发展提供了更多可能性。

对于消费品制造业来说,更重要的还在于国产大邮轮打开了国内邮轮用品大市场。“爱达·魔都号”采购部经理冯悦介绍,邮轮6天5晚的行程,需要采购200多万元的物资,包括蔬菜、水果、酒水、干货等,此外还有邮轮运营物资、易耗品等,一年的采购金额约2亿元,给当地的经济带来了新机遇,也为很多本地产品找到了新销路。以往在国外邮轮一统邮轮市场的时候,这些邮轮用品一般是在中国采购的,国产大邮轮的启航打开了国内邮轮用品大市场。

同时,邮轮庞大的物资需求也促使国内供应链提升产品质量和服务水平,以满足邮轮运营的高标准、严要求。这不仅促进了国内邮轮用品市场的快速发展,也为本土品牌提供了展示实力的舞台。随着邮轮产业链的逐步完善,越来越多的中国产品将走向世界,开拓国际邮轮用品市场。

今年6月1日正式施行的《国际邮轮在中华人民共和国港口靠港补给的规定》,为邮轮船供物资直供模式提供了法律保障,进一步降低了运营成本,提高了运营效率。一系列政策的出台,不仅为国产邮轮产业的发展营造了良好的外部环境,也加速了邮轮产业链的形成和完善。

“爱达·魔都号”的启航,以其独特的魅力和强大的带动力,点燃了旅游、港口、就业、制造等多个领域的消费激情。而随着国内消费市场的不断升级,邮轮旅游作为高端消费的代表之一,将发挥其独特的优势,打开一个更为广阔的消费新领域。

## 一艘邮轮打开一片消费新领域

□ 肖睿平

心裁的联名产品自然成为了游客们的“心头好”。

一直以来,市面上较为常见的旅游文创产品包括冰箱贴、钥匙扣、文具、明信片等景区文化衍生品,往往大同小异,缺乏创新和个性化设计,难以满足消费者的需求。在圆明园景区内的一家文创店铺内,有游客就表示:“这些我可以在淘宝上买个同款,也是一样的,价格还更便宜。”

好在有许多品牌交出了满意的“答卷”,例如其中的“天花板”故宫IP。近年来其研发的文创产品在保留文化内涵的同时越来越新潮和“年轻态”:从国风胶带到千里江山图衍生而来的手表、丝巾,再到金瓯永固双层玻璃杯甚至口红等美妆,每一件产品都蕴含着丰富的文化特色,既满足了实用性,也具有审美价值。可见,随着年轻人成为旅游消费主力军,若要吸引他们的目光,文创产品需要真正做到“创”。

经常在各个城市出差的贺先生是文创消费“大户”,他每到一地,工作之余都会游览当地景点,并且购买喜欢的文创产品。此次来北京他购买了几款国凤香膏,特意挑了有北京标志的款式,“这个闻着挺不错的,带回去送亲朋好友。”

许多历史悠久的老字号也抓住了机遇,融合传统与潮流进行创新,成功打造出“网红品牌”,吴裕泰正是其中之一。其结合自身主营的茶业优势,将十余年前就已推出的抹茶冰淇淇淋扩展到多种花茶口味,广受年轻人好评。在社交媒体上,吴裕泰冰淇淇淋已成为“来京必吃”的特色。贺先生表示自己也在吴裕泰王府井店排队买过,觉得茶味很浓。

不只是吴裕泰这样的商家,新世代消费群体崛起带动的“文旅年轻化”趋势已被相关部门留意。例如率先探索消费品牌孵化的朝阳区在去年实现旅游收入1332.4亿元,占北京市旅游总收入的22.8%,在北京市各区中位列第一。

## 本报新闻职业道德监督岗

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

## 打造消费新场景 培育消费新增长点

沉浸式逛圆明园 骑行探索城市文化

## 新模式新场景释放旅游消费新活力

本报记者 赵曦 □ 唐瑞

817.2万人次——这是刚刚过去的中秋小长假,北京文旅局公布的北京市累计接待游客的数量。9月12日,北京市市长殷勇在2024世界旅游合作与发展大会上公布的数据显示,今年前8月,北京共接待游客近2.5亿人次,创历史新高。

飞速增长的数据背后,是北京旅游市场不断增加优质供给,新场景、新业态、新模式不断增多,满足了游客大众化、多样化、个性化的旅游消费需求。

那么,当前的旅游模式到底有何变化?游客还有哪些需求?围绕这些问题,近日记者对北京旅游新场景、新业态进行了调查。

### 新业态:打造沉浸式体验空间

随着数字技术与旅游业的深度融合,除“眼见为实”的传统出游方式之外,“元宇宙”、VR、AR等技术新浪潮为游客带来了别样的选择,以体验感为核心的沉浸式旅游渐渐俘获了一批游客的心。

多地抓住这一契机,开始尝试以“科技手段+文化元素”为游客打造沉浸式景观。今年2月,文化和旅游部、国家发展改革委以及工业和信息化部等部门公布了第一批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目名单,共有42个项目入选,其中北京上榜了包括圆明园“拾光买卖街”沉浸式体验新空间在内的7个项目。

“拾光买卖街”是圆明园遗址中的商业性实景文旅项目,位于圆明园银杏大道,模拟历史上曾真实存在的“圆明园买卖街”,意在为游客打造穿越时空的体验。漫步其中,可在光影互动空间欣赏到交互碰撞技术带来的动态画面;更能通过全景飞行项目走进“园中之园”,欣赏未能修复的历史遗迹。

科技创意为文旅产业发展带来了机遇,也为保护和传承文化遗产赋能。谈及设计理念时,负责全景飞行项目的商家表示:“圆明园作为历史瑰



图为体验交互碰撞的游客。唐瑞摄

宝,被英法联军劫掠并烧毁,如果没有这种实景画面的冲击,游客可能无法产生发自内心的情感共鸣。我们这些设计师都是清华大学的团队负责的,曾经有位游客体验完后,哭着走出来,因为“被震撼到”。

至于该项目对于整体客流量提升的作用,商家认为“很有吸引力,暑期客流量非常大,体验要排很久的队。”

### 新场景:在车轮上丈量世界

2024年,在北京最常见的旅游场景,就是遍布街头巷尾的游客共享单车车队。

随着健康生活与低碳环保理念的普及,城市骑行热度居高不下,越来越多的年轻人将骑行作为新的休闲方式,跟着车轮探索城市文化,戴上头盔丈量精彩世界。许多亲子游、研学游都将其作为深度体验当地文化的途径之一。如每到假期,天安门前的长安街成为外地游客口中“骑过才算到了北京”的“必打卡路线”。

不只是游客,记者了解到,北京的骑行运动群体十分庞大,衍生出大大小小的骑行组织或骑行爱好者俱乐部,往往集合了运动、短途旅行以及社交多种属性。这些爱好者经由社交媒体聚合,选定适宜的路线后集体骑行。

新的旅游模式也带来了新消费。记者采访发现,除了共享单车之外,还有不少商家提供自行车租赁服务,根据自行车品牌和档次,价格从100元—500元/天不等。选择租赁自行车的消费者中既有一时心血来潮想体验骑行的,也有短期骑行的外地游客,还有的是为了入手新车做准备,避免买新所以先“试试水”。

不断升温的“骑行潮”也体现在自行车消费上,美团数据显示,目前自行车运动的主要群体为18至40岁青年人群,占比达到69.89%。坚持每周高频骑行用户已达到70.12%。中国自行车协会发布的最新数据也显示,2023年中国自行车中高端化趋势明显,千元以上自行车产量1215万辆,同比增长15.1%;自行车市场规模已达1838.1亿,并将持续保持稳定增长。

然而,骑行人群快速扩张的同时,城市配套设施是否跟得上?在记者采访过程中,有不少游客表示,“北京骑行最大的优点是路面条件很好,缺点是仅有中心城区或远郊部分地区有自行车道,适合骑行。”

### 新消费:“旅游+文创”游客的“最后一站”

吃喝玩乐后,再带点什么回家成为旅游的重要一环。由此,具备记忆承载功能的集章打卡、精美文创或当地别出