

消费日报

2024年10月14日
星期一
总第8792期
第5851期
今日4版

8月中国企业信用指数稳中有进

本报讯 据市场监管总局10月9日消息,今年8月,中国企业信用指数为157.05点,较7月增加0.41点,企业信用水平保持总体稳定,稳中有进的发展态势。企业克服高温多雨天气及部分行业处于生产淡季的短期因素影响,经营状态保持稳定,信用水平小幅上升,宏观政策成效继续显现,高质量发展稳步推进。各行业信用指数均值较7月有所提高,行业间差距进一步缩小,行业信用水平稳步提升,发展更加均衡。

(肖文)

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

消费时评

Consumption commentary

智能耐用消费品市场迎来深刻变革

□ 肖睿平

10月10日,2024上海国际消费电子展主论坛发布的《2024-2025中国科技类消费电子产业发展白皮书》(以下简称“白皮书”)指出,2024年,伴随宏观经济稳中有进,中国科技及耐用消费品市场加速回升,其中,以智能手机为代表的通讯零售市场保持强劲增长,引领了市场整体回升。这份白皮书不仅揭示了当前科技消费市场的蓬勃生机,更预示了未来一段时间内消费趋势的深刻变革。

从数据上看,2024年的中国科技及耐用消费品市场呈现出加速回升的态势,预计全年营业额将达到约22.406亿元,同比增长约5%。这一增长不仅得益于宏观经济的稳中有进,更离不开一系列政策措施的出台与深化。特别是“以旧换新”政策的推动,不仅激发了消费者的购买欲望,更促进了市场的良性循环,为电子科

技消费品市场的回升注入了强劲动力。

在众多消费品中,智能手机及其相关穿戴设备无疑成为了市场的领头羊。白皮书显示,2024年手机和穿戴设备个人消费电子场景的营业额预计将超过1.1万亿元,同比增速高达10%。智能手机的零售市场更是表现抢眼,上半年销售额超过5000亿元,同比增长14%,手机均价也提升至4000元左右。这一数据不仅反映了消费者对高品质智能手机的强烈需求,更体现了科技产品在提升生活品质方面的巨大潜力。

与此同时,智能穿戴设备也迎来了快速增长。受手机市场回升和大健康需求的双重拉动,智能穿戴设备的同比增速在今年二季度提升至19%,智能手环等产品更是呈现出全面复苏的态势。这一趋势不仅表明

了消费者对健康生活的日益重视,也反映了科技产品在满足个性化需求方面的独特优势。

除了智能手机和穿戴设备,家电行业也进入迭代期,呈现出稳中有进的态势。在政策的支持下,小家电和大家电均保持了稳定的增长。特别是智能家电的普及,不仅提升了家居生活的便捷性和舒适度,更成为了驱动市场增长的重要因素。数据显示,2024年上半年,智能大家电、智能厨卫大家电和智能环境电器的零售额均实现了同比增长,智能产品的占比也在不断提升。

值得注意的是,AI技术在消费领域的影响日益显著。近四成的消费者已经在生活和工作中使用AI功能,且这一比例在年轻人、高线城市居民和高收入人群中更高。AI技术的广泛应用不仅提升了产品的智

能化水平,更满足了消费者对高品质生活的追求。从数据中可以看出,已有72%的受访者表示愿意为拥有AI功能的产品支付额外费用,这充分说明了AI技术在消费者心中的价值和地位。

展望未来,科技消费市场的发展前景依然广阔。随着消费者对高品质生活的追求和科技的不断进步,智能、耐用、个性化的消费品将成为市场的主流。同时,政策的支持和市场的规范化也将为科技消费市场的健康发展提供有力保障。

在这个充满机遇与挑战的时代,消费者的需求变化和市场趋势的演变会越来越受到关注。只有致力于产品创新和升级,以满足消费者对美好生活的向往的企业,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地,为绘制科技消费市场的美好未来助力添彩。

多地发放新一轮消费券促市场升温

为配合以旧换新政策,充分放大乘数效应,进入10月份,多地派发新一轮消费券。

河南省从10月份起,分4批发放金秋消费券,可在餐饮、住宿、电影等方面使用,首批5000万元已于10月2日申领,第二批将于10月11日开始申领;湖北省自10月1日至10月31日分三轮发放5000万元3C数码产品消费券,可使用商品包含手机、数码相机、智能手表、学习机、翻译机、无线蓝牙耳机六类;上海市10月5日发放了3000万元“乐品上海”餐饮消费券,此次为第一轮第二批发放,此前在9月28日已发放了第一轮第一批共9000万元餐饮消费券;四川省将于10月10日至19日发放“蜀里安逸·焕新生活”家居家装消费券,涵盖12类旧房装修、厨卫等局部改造产品,9类智能家居产品,6类适老化改造产品……

“本轮各地发放消费券的特点为精准投放和多样化。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇表示,各地根据自身产业特色和消费需求,有针对性地设计了不同类型的消费券,如湖北省专注于3C数码产品,四川省着重配合以旧换新政策,上海市则侧重于餐饮行业,还有部分地区推出了针对老年群体的银发消费券。

从效果来看,在消费券的拉动下,各地“真金白银”促进当地特色经济的发展,有效拉动了内需。比如,据上海市商务委数据,“乐品上海”餐饮消费券引流效果显著,第一轮第一批、第二批发放以来,餐饮企业的预订量、客流量

和客单价显著提高。国庆假期,上海市线下餐饮消费80亿元,同比实现两位数增长。

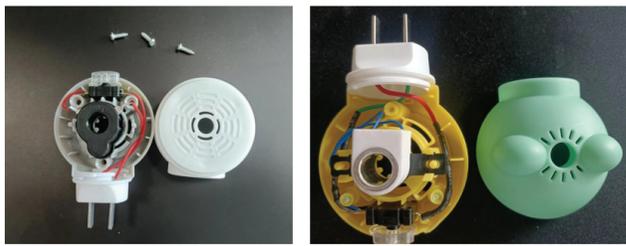
谈及如何挖掘消费潜力、充分放大消费券的乘数效应,星图金融研究院高级研究员付一夫表示,一方面,可优化发放机制设计,结合各地居民消费需求、当地行业发展状况等因素,充分考虑不同人群的消费偏好及消费能力,更加精准地设定消费券使用范围,同时提高消费券的使用便捷性吸引更多消费者参与;另一方面,可借助互联网与各类新媒体平台的力量,让更多的人能够了解消费券并愿意使用消费券,同时还可以通过举办各类主题活动来激发消费者对于消费券的使用热情。

在洪勇看来,随着消费券的广泛使用,特别是针对特定领域的定向刺激,如3C数码产品的销售以及餐饮业的复苏,相关行业的销售额有望显著增长。同时,考虑到年末节假日的影响,消费券可能会进一步提升消费市场的活跃度,为整体经济提升发挥积极作用,特别是在零售、旅游和服务业等领域,消费数据可能会出现较为明显的上升。

洪勇预计,在消费券助力作用下,10月份乃至整个第四季度的消费数据将稳固向好。付一夫认为,随着各项促消费政策效应继续释放,叠加资本市场赚钱效应,市场预期和信心明显改善,后续居民消费信心与潜力有望得到持续性的提振与释放,预计消费市场将迎来探底回升之势。(证券日报)

17款电热蚊香加热器检测不通过率超70%

专家表示超低价电热蚊香套装存在安全隐患



图为合格/不合格产品拆解对比,左图(白色产品)为不合格产品,厂家为压缩成本使用塑料发热体。右图(彩色产品)为合格产品,内部使用绝缘陶瓷加不锈钢发热体。

□ 本报记者 刘元

近日,多个企业向中国日用杂品工业协会卫生杀虫用品分会(以下简称“分会”)反映,在各类电商平台出现多种只卖9.99元的电热蚊香液“6液+1器”套装,这类产品成本过低或存在安全隐患。

由于电热蚊香液套装产品分为电热蚊香液加热器及蚊香液两部分,需要分别送检,因此,分会首先对电热蚊香液加热器展开购样和送检。分会在线上不同渠道购买了价格区间在8.32元至38元的17种多液多器套装样品并委托第三方检测机构检测。检测结果发现,17款样品不通过率超过70%。

产品单价相比超市等传统渠道便宜数倍,这些厂家在控制成本上有什么“捷径”?不合格产品可能在哪些方面存在隐患?记者就电热蚊香液加热器进行了多方调查。

“1器6液”仅售9块9 协会抽检不合格样品超7成

记者在某短视频平台搜索发现,综合排序第一名的某家居工厂店所产的一款艾草电热驱蚊液“1器6液”套装售价仅为9.99元,目前已售2589件且店铺回头客超1万。按销量排序后,销量最高的前十名中有三款产品均为“多液+1器”套装且价格都低于10元。

这样的价格是否合理?记者联系了多位家卫品牌负责人,受访者均表示价格过低,“像这些电热蚊香液,老板拿筐装着6个蚊香液和2个加热器一共只要9.9元,价格听上去很夸张,按厂内正常生产流程来说,这些产品的生产成本都不止他们的销售单价。”

事实上,这类超低价产品在市场上并不少见,且涉及一定安全隐患。

近日,中国日用杂品工业协会卫生杀虫用品分会从不同线上渠道随机购买了16个品牌的17种产品,并委托国家家用卫生杀虫用品质量检验检测中心对家用卫生杀虫用品电加热器进行检测。

依据GB 4706.1-2005《家用和类似用途电器的安全 第一部分:通用要求》、GB/T 18418-2017《家用卫生杀虫用品电热蚊香液》、QB/T 1741-2017《电热蚊香片用恒温电加热器》对电加热器工作温度及偏差、对触及带电部件的防护、泄漏电流、耐热、非正常工作、机械强度、电气强度、爬电距离、电气间隙等10个项目进行了检测。

记者了解到,17种样品中,4种产品所有项目通过检测,13种产品部分检测项目不通过,不通过率为76.4%。不通过项目主要是电加热器工作温度(辐射温度)及偏差、机械强度与结构、内部布线、标识说明等指标。

从检测结果来看,使用劣质电热蚊香液加热器可能会存在驱蚊效果不佳、危害人体健康、易引发火灾等潜在问题。分会相关负责人告诉记者,“劣质加热器加热温度不能恒定,温度太高或者太低都不能让驱蚊液中的有效成分挥发达到理想的驱蚊效果;由于材质问题,加热器本身可能存在刺鼻气味,危害人体健康;劣质加热器往往存在电路设计不合理、材质不达标等问题,容易发生故障(短路),引发火灾危及人身、财产安全。”

本报新闻职业道德监督岗

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

产品差异化程度不高 价格战成主要竞争手段

这些厂家是如何“压缩成本”的?分会相关负责人举例,“我们在拆解多个不同品牌的加热器产品后发现,安全性方面,正规加热器产品内部设有保护装置,出现电压不稳或非正常使用的情况,保险丝会自动熔断,劣质加热器基本不含有此类保险。同时,正规产品基本采用线路板集成开关或开关集成线路板工艺,内部基本无裸露部分,而劣质产品采用的是冲接工艺且未加绝缘套管,爬电距离与电气间隙均不达标,易产生安全隐患。在发热体方面,正规加热器采用陶瓷发热体,温度要经过全检才能用于下一道工序生产,保证了加热器温度的一致性与稳定性。而劣质加热器基本采用塑料发热体,基本不测温,不仅在加热过程中会产生气味,工作几天后,温度还会急剧下降,影响药液挥发。”

此外,正规产品在出厂前要经过各项性能测试,如外观、电气强度、指示装置、导通性能、工作温度、开关灵敏度等,劣质加热器则没有此类检验工序。“因此,只谈价格,不宣传产品的安全与效果,是一种欠妥的宣传方式。”分会相关负责人告诉记者。

“目前我国电热蚊香器行业市场份额和规模在不断扩大,竞争极为激烈,这给消费者带来更多选择的同时也给行业带来了较大的挑战。”分会相关负责人指出,由于电热蚊香器的购买成本低,个别企业为抢占市场份额,在产品普遍相同或者类似的情况下,牺牲产品

品质压低成本,与正规品牌产品形成悬殊的价格对比,压缩正规品牌的利润空间,长此以往将会形成劣币驱逐良币现象,严重干扰市场正常秩序,破坏消费者对于行业的信任度,抑制市场需求,影响行业健康发展。

行业自律仍需加强 建议消费者谨慎选择电热蚊香液产品

记者了解到,为充分发挥行业协会的管理职能,规范企业生产行为,促进行业高质量发展,中国日用杂品工业协会卫生杀虫用品分会已经开展了2024年家用卫生杀虫用品行业监督检查活动。目前,协会正在向市场监管总局等相关部门反馈抽查情况,并向公众公布本次抽查结果。

分会相关负责人表示,“未来,我们计划将家用卫生杀虫用品行业监督检查活动常态化开展,配合政府部门进行市场抽查和检查,及时发现并曝光不合格产品及其生产企业,净化市场环境。同时,进一步推动行业自律公约,通过多种方式提高行业企业的法律意识和责任意识,引导行业企业合法合规经营。”

“现在市面上电热蚊香液产品种类繁多,质量也参差不齐,消费者在购买时一定要不要盲目选择低价产品,要从超市、电商旗舰店等常见渠道购买,购买时尽量选择包装上标注执行国家标准或行业标准的产品,避免选择没有生产厂家、商标品牌的产品。”分会相关负责人提示,对于家中现有产品的质量,消费者可以通过蚊香加热器表面是否光滑圆润、色泽是否分布均匀、材质是否有刺激性气味这三方面加以判断。

婴幼儿配方食品再出新规

本报讯 近日,市场监管总局发布《婴幼儿配方食品原料等事项备案工作指南》(以下简称《工作指南》),进一步规范婴幼儿配方食品原料、食品添加剂、产品配方及标签等事项的备案工作,督促企业落实食品安全主体责任,加强产品全生命周期管理,确保产品从原料入厂至终端出厂可追溯。

《工作指南》明确了备案主体、备案内容、备案流程、备案管理要求,以及食品原料等事项的具体备案信息和要求。对于拟在中华人民共和国境内生产并销售婴幼儿配方食品的生产企业,获得配方注册和生产许可后,在正式投产前,应当依法

将食品原料、食品添加剂、产品配方及标签等向所在地省级市场监管部门备案。对于食品原料、食品添加剂,主要备案名称、品牌、产地/国别、包装规格、质量要求/原料(食品添加剂)执行标准号、供应商名称、生产商名称等信息;对于产品配方,主要备案实际生产时依法依规可调整的配方组成成分信息,不重复备案配方注册内容;对于标签,主要备案除产品批号、生产日期等以外的上市产品的标签。《工作指南》同时还明确,鼓励境外生产企业参照备案的有关规定,向其产品标签上标注的代理商、进口商或经销商所在地省级市场监管部门备案。(辛文)

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2025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:为企业品牌提供优质服务



扫码订报



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 步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”
步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可