

消费日报

2024年12月30日

星期一

总第8847期

第5906期

今日8版

2024年新批准发布国家标准2869项

本报讯 据国家市场监督管理总局消息,截至目前,2024年国家新批准发布国家标准2869项,同比增长35%;主要消费品与国际标准一致性程度达到97%,其中包括发布了人工智能、大数据、物联网等一批重点领域标准体系建设指南;发布了燃气安全、电动自行车锂电池等安全筑底强制性国家标准161项,较去年翻了一番。

(央文)

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

海尔集团创业40周年纪念会在青岛举行,中国轻工业联合会会长张崇和出席并致辞

四十年奋进“自进化”辉煌

本报讯(记者 王薛滔)12月26日,海尔集团创业40周年纪念会暨未来十年发展战略研讨会在山东青岛举行,青岛市委副书记、市长赵豪志,中国轻工业联合会会长张崇和,中国企业联合会、中国企业家协会党委书记、常务副会长兼秘书长朱宏任出席并致辞。青岛市人大常委会主任王鲁明、青岛市政协主席孟庆斌、中国轻工业联合会纪委书记陶小年、中国家用电器协会执行理事长姜凤、中国家用电器研究院院长刘挺出席大会。海尔创始人、海尔集团董事局名誉主席张瑞敏出席大会并发表了题为《四十年风雨兼程 四十年永恒追求》的初心寄语。海尔集团董事局主席、首席执行官周云杰作主题演讲,海尔集团董事局副主席、总裁梁海山致欢迎辞。



图为大会现场。

年收入300多万元,且资不抵债。而今天的海尔,声名远播,誉满世界,拥有员工12万人,工业园35个,工厂143家,年收入即将突破4000亿元。15年蝉联大型家电品牌零售量全球第一,连续6年位列全球百强榜单。海尔实现了由街道小厂向全球化企业的巨大跨越。

张崇和指出,海尔四十年发展史,是一部不负重托、胸怀天下的进取史。上个世纪80年代,轻工业部批准海尔为定点厂家,批准引进德国生产线。海尔坚持科学管理,坚持以人为本,坚持质量优先,坚持“创牌不贴牌”,坚持“只有创业,没有守业”“只有用户,没有对手”,坚持国际化全球化可持续发展之

路。实施名牌战略、多元化战略、国际化战略、全球化品牌战略、网络化战略、生态品牌战略,形成了7大全球化品牌矩阵,为200多个国家10亿多用户提供服务,赢得了全世界消费者的信赖,位居2024年全球百强品牌榜第58位。

张崇和表示,海尔四十年发展史,是一部科技引领、不断超越的创新史。今天的海尔,拥有11万项全球专利,17项国家科技进步奖,36项轻工业科技进步奖。在全球拥有10大研发中心,71个研究院,2.4万名研发人员,覆盖19个重点产业146项核心技术。海尔树立了中国工业乃至世界家电工业科技创新、超越发展的生动典范。

张崇和强调,海尔四十年发展史,

是一部自以为非、自我革新的进化史。海尔基于“没有成功的企业,只有时代的企业”的生存理念,践行于自以为非、不断革新、与时俱进的企业精神;得益于“日事日毕,日清日高”的管理模式;前瞻于“人单合一”“创客制造”的创新模式;稳健于“做正确事,正确做事,把事做成”的实践原则;兴盛于智能家居、产业互联网、大健康赛道,构建了生态海尔。海尔谱写了中国家电业自我革新、与时俱进的华彩篇章。

张崇和对海尔集团今后发展提出三点希望:

——不忘初心,矢志不渝,服务国家社会,服务经济发展,服务大众民生,服务美好生活,继续做大做强、做优做精,真诚到永远。

——与时俱进,与时同兴,继续在科技创新的前列,走在构建新发展格局的前列,走在建设数字中国的行列。

——继往开来,万象更新,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,打造新质生产力高标杆,打造中国式现代化企业发展的新表率,为中国家电业的美好明天勇攀高峰,再铸辉煌。

会上,举行了海尔创业四十周年企业文化成果发布活动,包括《爱上海尔》《从改革先锋到世界一流》新书首发仪式和央视大型纪录片《海阔潮生》开播仪式;进行了“2024年度道德模范”“风雨同舟”“创业元勋”等“最美海尔人”的表彰通报。

消费时评

Consumption commentary

近期,国家统计局数据显示,11月化妆品零售额同比骤降26.4%,这一消息引发市场广泛关注。数据变化背后虽然有行业自身因素,但也与今年“双11”提前,导致10月零售额率先爆发有关。然而,从积极的角度看,化妆品消费下滑背后蕴含着行业调整与升级的重要契机。

首先,消费下滑促使行业回归理性。过去几年,化妆品行业经历了高速增长的黄金期,但也积累了诸多问题,如市场过度竞争、同质化产品泛滥等。如今,消费下滑如同一剂“清醒剂”,促使企业重新审视市场策略,调整产品结构,推动行业向更加健康、可持续的方向发展。

其次,消费结构的变化为企业提供了转型的机遇。随着消费者对品质、健康、环保等方面的需求日益增长,传统的化妆品市场格局正在发生深刻变化。企业可以借此机会,通过研发创新、品牌建设等手段,满足消费者多元化、个性化的需求,从而在新的市场环境中脱颖而出。

此外,消费下滑还加速了行业的优胜劣汰。在激烈的市场竞争中,缺乏核心竞争力的企业将被淘汰出局,而拥有品牌优势、技术实力和敏锐度的企业则将迎来更大的发展空间。这种“洗牌”效应有助于优化行业结构,提升整体竞争力。

面对化妆品消费下滑的挑战,企业应积极采取措施,应对市场变化,实现转型升级,如加大研发投入,推动产品创新和技术升级,以满足消费者对高品质、高性能化妆品的需求。同时,注重环保、健康等理念在产品中的应用,提升产品的附加值。

另外,企业应根据市场需求变化调整产品结构,减少同质化产品的生产,增加差异化、个性化产品的比重。通过细分市场、精准定位,提升产品的市场竞争力。

化妆品消费下滑虽带来一时之困,但更是行业转型升级的重要契机。我们应看到,在消费结构升级、市场需求多元化的背景下,美妆行业依然蕴含着巨大的发展潜力。

消费者应保持理性消费观念,注重产品的品质和性价比,选择适合自己的化妆品。同时,积极参与市场监督,对假冒伪劣产品说“不”,共同维护良好的市场秩序。

企业应积极响应市场需求的变化,加强研发创新,优化产品结构,强化品牌建设,拓展市场渠道,提升核心竞争力,在激烈的市场竞争中保持定力、勇于担当,为行业的健康发展贡献力量。

政府和社会各界也应给予美妆行业更多的关注和支持。通过制定更加科学合理的产业政策,提供更加便捷高效的公共服务,为美妆行业的转型升级创造良好的外部环境。

消费者、企业和政府的共同努力一定能够克服化妆品行业当前的困难,共筑美妆行业新未来。

化妆品行业优胜劣汰背后或是转型契机

肖晋平

行业快讯

核心议题上仍然面临重大分歧

五轮谈判未能达成“全球限塑令”

中国塑协:需产业端与各方广泛参与

本报讯(记者 解磊)近日,为期7天的塑料废弃物污染国际文书政府间谈判第五次会议(INC-5)在韩国釜山闭幕,来自170多个联合国成员国的1400余名代表参与了正式的谈判会议。由生态环境部、外交部、国家发展和改革委员会、工业和信息化部、财政部、商务部等部门及技术支持单位组成的中国代表团出席了会议,中国塑料加工工业协会(以下简称“中国塑协”)也派出专员以中国代表团成员的身份参加了此次会议。

据了解,2022年3月,第五届联合国环境大会续会通过了第5/14号决

议,决定建立一个政府间谈判委员会,旨在2024年达成一项具有国际法律约束力的国际文书。然而,经过两年时间、五轮正式磋商,各方在部分关键议题上,如塑料制品的生产、管理以及为发展中国家提供资金支持等,仍存在明显分歧,最终未能达成在釜山会议上达成一致。会议决定INC-5休会,将于2025年择期续会,继续就文书进行谈判。

中方代表团在闭幕会上表示,中方高度重视塑料污染治理工作,是最早采取非必要、一次性塑料产品管控措施的国家之一。中方怀着与各方共同推动

达成文书的期待而来,努力就分歧提出解决方案,得到多方呼应。会议期间,各方在部分技术问题上取得了一定进展,但在核心议题上仍然面临重大分歧难以弥合,这充分反映了塑料污染问题的复杂性。应对全球塑料污染挑战,需要各方从更加全面和长远的视角出发,提出更为务实和平衡的解决方案,充分考虑各国的不同国情和能力,特别是发展中国家面临的多样化现实困难,在开展全球塑料污染治理的同时确保实现公正转型。

中方还表示,各国发展阶段、国情和能力不同,文书应尊重国家差异,体

现公平与包容,全面考虑普遍接受性和实施效果。发达国家应为发展中国家履约提供资金、技术与能力建设支持,确保文书在全球层面得到有效实施。中方强调,塑料污染是全球性挑战,需要国际社会合作应对,呼吁各方为达成兼具雄心和务实的塑料污染国际文书继续努力。

“塑料废弃物污染治理已形成全球共识,终结塑料废弃物污染不仅需要产业端发力,还需要相关部门和公众的广泛参与。”中国塑协相关负责人表示,作为产业端,在当前形势下,如何做好产业结构优化、突破技术瓶颈、实现绿色转型是塑料行业面临的重要课题。中国塑协将与塑料加工及产业链企业一道努力,做好可循环、易回收、可降解相关工作,加强行业可持续发展,加强产品绿色设计,加强废弃物处置回收,加强再生塑料的高质化、高值化应用,为循环经济建设和人民生活水平提升做出新的更大贡献。

增塑剂超标《跳绳》国标草案即将征求意见

本报讯(记者 刘元)日前,有媒体报道,福建省质院和宁波市质院采用的112批次球类、球拍和跳绳等体育用品中发现30批次产品不符合参考标准要求,不符合率为26.8%。其中主要的超标项目均为增塑剂,部分样品增塑剂含量超标参考限值200倍以上。数据的公布再次将体育用品增塑剂问题带入舆论视野。

以此次抽检中的跳绳为例,记者在多个电商平台发现,目前市场上跳绳产品多样,价格差距较大。一根长3米、手柄材质为ABS的非智能跳绳售价2.7元。店铺客服告诉记者,“这款跳绳很受欢迎,目前销量已经超过100万件。”同时,记者注意到,另一款长度、手柄材质相同的非智能跳绳价格则在20元左右,价格差距6倍多。

为何相似产品之间价格差距这么大?悦动体育总裁谢长磊在接受记者采

访时表示,跳绳的部件中有很多是塑料制品,有不良商家为减少成本,会使用劣质原料以次充好。“增塑剂可以改善高分子材料的性能,加强材料的柔韧性,使注塑件不易变形,还能增加产品表面的光泽。不良商家依靠过量使用增塑剂降低原材料生产成本和加工时间,进一步压低产品价格,提高利润。”谢长磊指出。

但过量使用增塑剂对于使用者健康有很大危害。资料显示,增塑剂可以通过口腔、呼吸道和皮肤三个途径进入人体。实验表明,长期过量接触增塑剂,会干扰人体内分泌,影响青少年生殖健康和生长发育。而各种球类、球拍、跳绳等体育用品往往与学生朝夕相处,学生常常会因为锻炼导致呼吸急促,如果使用不合格产品,更加快了增塑剂摄入。

业内人士指出,目前我国现行标准中,对球类、跳绳等产品的增塑剂使用只有参考标准,没有强制标准,部分厂商无

视参考标准,导致增塑剂超标。

对此,谢长磊告诉记者,“目前国家对于增塑剂限制的具体指标,在婴童用品、玩具领域要求十分严格,现阶段跳绳的增塑剂指标参考玩具的相关标准。我们正在起草跳绳的增塑剂国家标准,将在质量要求、有害原料检测方法等方面规范更加严格。”

记者注意到,日前,全国体育用品标准化技术委员会已经发布了《跳绳》国家标准草案稿,专门对跳绳中邻苯二甲酸酯类增塑剂含量进行了限量要求。征求意见稿有望近期公开征求意见。

现阶段,谢长磊建议消费者尽量选择正规品牌,正常渠道销售、标识信息齐全的产品,不要购买手柄把手过软、图案过于艳丽的产品。

值得一提的是,近日,南京工业大学教授、副校长郭凯及其团队已经突破了柠檬酸酯类生物基无毒增塑剂生产中多项关键核心技术瓶颈,实现生物基增塑剂及衍生产品8万吨的年产能。

有观点认为,从生物资源中提取的生物基增塑剂是代替传统邻苯类增塑剂的理想产品,但目前使用生物基增塑剂在客单价较小的产品上会造成成本提高。但随着技术不断成熟,生物基增塑剂有望替代传统增塑剂,为消费者提供更绿色的体育用品。

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com

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:为行业企业品牌提供服务

扫码订报