

消费日报

2024年12月31日
星期二
总第8848期
第5907期
今日4版

2024年全年粮食收购量预计达8400亿斤左右

本报讯 记者近日从国家粮食和物资储备局获悉,我国统筹市场化收购和政策性收购,持续优化为农为企服务,畅通农民售粮渠道,全年粮食收购量保持在较高水平。预计2024年粮食收购量将达到8400亿斤左右,连续两年稳定在8000亿斤以上。

(综合)

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

以旧换新成效显著 释放扩内需积极信号

今年以来,随着政策体系日益完善,推动大规模设备更新和消费品以旧换新的“两新”政策,在推动工业企业设备更新提速的同时,也不断为消费市场注入新活力,成为扩大内需、提振消费的重要发力点。

日前举行的中央经济工作会议部署2025年重点任务,把“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”摆在首位,提出“实施提振消费专项行动,推动中低收入群体增收减负,提升消费能力、意愿和层级”“加力扩围实施‘两新’政策”等举措。这释放了明年继续加力支持以旧换新的积极信号。

消费市场热力不减

2024年的消费品以旧换新政策实施已接近尾声,但在诸多优惠政策“加持”下,家电家居消费市场依旧热力不减。据商务部统计,截至12月19日,已有3330多万名消费者购买相关家电以旧换新产品超5210万台,家装厨卫“焕新”补贴产品超5300万件。

提振消费是扩大内需的重点。回顾全年,消费品以旧换新政策范围更广、力度更大。记者在走访中发现,可感可及的政策不仅进一步激发了消费者以旧换新意愿,也激活了品质升级理念,老百姓选择产品更加注重智能性和节能性。

当前,我国以旧换新政策体系正在不断完善。今年3月,国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,对“两新”工作作出全面部署;7月,国家发展改革委、财政部明确要统筹安排3000亿元左右超长期特别国债

资金,加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新;8月,商务部等四部门明确各地自主确定补贴“8+N”类家电品种,每件最高补贴2000元;9月,国家金融监管总局提出对家电换“智”、家装厨卫“焕新”等消费需求提供金融支持……

此外,据国家发展改革委资源节约和环境保护司副司长文华在国家发展改革委举行的专题新闻发布会上介绍,支持消费品以旧换新的1500亿元超长期特别国债资金,在8月初已全部下达到地方。

受以旧换新政策带动,汽车、家电等产品销售火热。11月份,限额以上家电和音像器材、家具类商品零售额同比分别增长22.2%、10.5%;增值税发票数据显示,11月份电视等家用电器零售额、冰箱等日用家电零售额销售收入同比分别增长28.8%和74.4%。

星图金融研究院高级研究员付一夫在接受记者采访时表示,消费品以旧换新政策的落地和实施,在很大程度上激发了广大消费者对于汽车、家电等耐用消费品的置换意愿和潜在消费需求,不仅促进了消费市场的回暖,还带动了生产端的复苏,同时有效引导了智能化、绿色化等消费升级方向,为国民经济的持续向好提供有力支撑。

补贴产品不断扩围

随着以旧换新政策的深入推进,其覆盖范围从开始的8类产品逐渐扩大,各地因地制宜扩大补贴范围,提升补贴标准、优化参与细则等。这不仅满足了消费者多样化的需求,也给企业发展带来发展机遇,带动企业投资扩产,同时还带

动了废旧物品回收利用产业的发展。

在山西,在原有8大类家电产品基础上,增加了洗碗机、扫地机器人等7大类产品,10月份又增加了取暖器、电饭煲、微波炉等15类小家电,补贴品类达到30种;在重庆,汽车置换更新实行比例补贴、上限封顶,提高资金使用效益,政策撬动比达到1:16;在甘肃,从申请审核、补贴发放、进度统计等全流程实现一站办结,并与商务部全国资格校验系统及省公安、财政、税务等部门对接;在云南,8月底率先制定出台电动自行车以旧换新实施细则以及风险防控、培训方案和宣传方案,通过“政府补贴、旧车抵扣、企业让利”等方式,打通销售和回收“梗阻”,打造售旧购新、补贴申领、新车上牌、旧车注销“一站式”流程,让群众“少跑一点”……

对此,中国数实融合50人论坛智库专家洪勇在接受采访时表示,各地因地制宜推出系列举措,对提振消费、扩大内需起到了重要的推动作用。一方面,这些措施直接降低了消费者的购买成本,提高了其购买力;另一方面,通过刺激市场需求,鼓励企业加大研发投入,推出更多符合消费者需求的新产品,从而形成了良好的市场循环,进一步促进了经济增长和社会发展。

全方位扩大国内需求

2024年,以旧换新成效显著;展望2025年,以旧换新政策如何持续、能否更加完善?

回望即将过去的2024年,提振消费、扩大内需一直是宏观经济政策施力的重点之一。中央经济工作会议提出,

加力扩围实施“两新”政策,创新多元化消费场景,扩大服务消费,促进文化旅游业发展。

在洪勇看来,“加力”意味着增加财政支持力度,提供更优惠的补贴政策,简化消费者参与流程,提高政策的吸引力和执行效率;“扩围”或涉及将更多的产品类别纳入到以旧换新的政策范围内,比如智能家居、健康养老产品等新兴领域,进一步激发市场活力,促进消费升级。

中国消费经济学会副理事长、北京工商大学商业经济研究所所长洪涛在接受采访时表示,2025年消费品以旧换新应在“加力度、增品种、扩范围、减流程”四方面进一步发力,要做到从换物品到换服务、从换服务到换体验、从换体验到换生活方式的转变,从而实现居民消费升级、行业可持续发展。

国家发展改革委社会发展研究所副所长王元说,消费品以旧换新政策有力促进了消费回暖。9月下旬以来,一揽子增量政策相继出台落地,与存量政策形成合力,为进一步提振消费信心、释放消费更大潜能提供更有力的支撑。

商务部相关负责人说,家电、家居、家装消费紧贴百姓生活,市场规模大、升级需求旺、发展空间广。将按照中央经济工作会议部署,与有关方面一道抓紧研究制定明年的相关政策,推动取得更大成效。

全国范围以旧换新热度不减,是当下消费市场暖意渐浓的缩影。可以预见的是,未来以旧换新支持政策将不断加力和扩围,惠及更多消费者,为经济高质量发展注入更强劲动力。(综合)

强制性国家标准《乐器有害物质限量》将于明天全面施行

本报讯(记者 王薛滢)近日,2024年全国乐器标准化技术委员会(以下简称“乐标委”)针对即将于2025年1月1日正式施行的强制性国家标准GB 48489《乐器有害物质限量》,再次开展了深入的宣传与答疑,确保乐器行业相关企业能够充分理解并顺利过渡到新标准,共同促进乐器行业的健康、安全、清洁、绿色和可持续发展。

记者了解到,乐器生产过程中常会使用大量化学合成材料,如人造板、胶粘剂和油漆等。特别是一些非正规厂家生产的杂牌、拼装产品,为降低成本,采用廉价回收材料,这些材料直接接触人体或口腔可能给人带来有害物质摄入风险,并可能造成室内环境污

染,如甲醛、苯系物、挥发性有机物和重金属等超标。为此,乐器行业首个国家标准GB/T 28489-2012《乐器有害物质限量》于2012年11月正式实施,对乐器及其配件、包装物中的有害物质提出了明确要求。随着科技进步和对乐器安全使用认识的提高,2019年4月,该标准被列入国家标准化管理委员会的强制性国家标准制修订计划,并从推荐性标准升级为强制性标准。

新版标准对乐器中的有害物质提出了更为严格的限量要求。例如,规定使用木材、织物、皮革的乐器及其配件和包装物不得含有芳香胺染料,使用织物、皮革的乐器、乐器配件及置于室内的乐器包装物不应含有五氯苯酚,使用木材材

料的乐器、乐器配件及置于室内的乐器包装物五氯苯酚含量应少于5mg/kg。此外,部分项目的测试方法也进行了更新。新版标准原计划于2024年1月1日实施,但考虑到企业实际情况,对2024年1月1日前生产或进口的产品给予了一年过渡期,最迟可于2025年1月1日开始执行。

中国乐器协会专职副理事长、乐器标准委员会主任孙瑞勇在宣传活动中表示,标准的正式施行,体现了党和政府对人身健康和环境污染问题的高度重视。从技术层面看,该标准提高了与人身健康相关产品的安全门槛;从经济社会管理层面看,它是乐器行业对国家可持续发展作出的重要贡献。这一标准的发布与实施,不仅填补了我国乐器行业强制

性安全标准的空白,还严格控制了乐器中的有害物质,有效保障了人身健康,减轻了环境污染,提升了乐器的安全性。

孙瑞勇强调,标准的实施对乐器企业来说是一个重要的调整和适应过程。企业领导层应高度重视,并指定专人负责此项工作。虽然全部强制实施可能会给部分企业带来短期困难,但整个行业必须共同努力克服这一挑战。他表示,标准的实施不仅发挥了标准的引领作用,推动了乐器企业的转型升级,还为消费者提供了放心使用的保障,维护了消费者的健康安全权益。同时,该标准也为生产指导、质量评定、政府采购招投标和消费引导提供了具有指导性和一致性的依据。



图为越来越多的食品、饮品融入“食药同源”理念。

□ 本报记者 闫利

“食药同源”理念更重视健康的维护与提升,倡导的是一种全面、可持续的健康生活方式。在日前发布的“2024年度十大营养热词”中,“食药同源”赫然在列。

随着气温逐渐下降,养生消费市场变得火热。日前,记者走访北京市多个商超发现,红枣、枸杞、党参等食材吸引了不少消费者选购。“食药同源”物质作为一种新兴的健康资源,正被不少消费者纳入冬季养生购物清单。

在盒马鲜生选购养生茶的消费者告诉记者:“天气一冷就想喝点热的,当初的‘保温杯里泡枸杞’已经满足不了我的

需求了,这个冬天,我已经购买了五六盒不同种类的茶了,苹果黄芪党参茶、人参五宝茶、玉米须茶都买过。感觉现在不少年轻人热衷于饮用各种养生茶。”

在盒马鲜生购买了鲜人参的消费者表示:“炖菜的时候用鲜人参出味道更快,吃完后整个人热乎乎的,简直就是这个冬天的救星。”还有消费者表示:“连着两天煮了当归红枣桂圆枸杞红糖水和当归人参桂圆红糖水,甜甜的很好喝又养生。”

此前有机构发布的数据显示,淘宝天猫药食同源市场近一年的销售额已接近234亿元,同比增长22.3%,显示出巨大的增长潜力。《2024年药食同源趋势洞察》显示,从人群画像看,药食同源

从追求养生到追求“食药同源”
这届年轻人更爱“食养”

食疗滋补话题在中老年人群中渗透率高,同时呈年轻化趋势。2024年,食疗滋补养生人群中,35岁以下年龄段的占比同比上升了4.2%。细分市场中,养生茶占据综合养生类市场的大部份份额,产品成分种类丰富。其中,玉米须茶的同比增速明显高于其他类型的养生茶,添加阿胶成分的养生膏在过去一年中销售额迅速增长,增幅达73%。

面对消费者需求,越来越多的食品、饮品细分行业在创新产品中融入“食药同源”理念。记者注意到,有企业开发了“食药同源”系列煎饼,将玫瑰、阿胶、猴菇等食材融入煎饼之中;饮用水品牌推出红枣黄芪水、薏仁水、桂圆水和陈皮水等;乳制品企业创新性地将黄精、枸杞等中式传统养生食材融入奶粉产品中。

国家食品安全风险评估中心主任李宁表示,传统中医的“食药同源”理念在当代焕发新活力,通过将药用价值食材融入日常膳食,达到预防疾病、促进健康的目标。这不仅仅是对传统食疗文化的传承与发展,更是在食品科学的基础上,巧妙地融合了现代营养学的精确分析、传统中医的食疗智慧。通过普及健康饮

食知识,提升公众的健康意识,让更多人了解并实践“食药同源”的理念,共同构建一个以食养为基础的健康社会。

今年8月,经安全性评估,地黄、麦冬、天冬、化橘红等4种物质被纳入按照传统既是食品又是中药材的物质目录。至此,我国按照既是食品又是中药材目录管理的食药物质总数已达106种。

不断扩容的食药物质目录为企业研发相关产品提供了新思路,也为消费者提供了更多新选择。李宁表示,食药物质作为中国药典收藏的品种含有一定的药理性活性成分,其功效各异,消费者在选择时应考虑自身健康状况和具体需求,以中药理论为指导,结合现代营养学的知识,也可以咨询中医医师或营养师,合理选择适合自己的“食药同源”健康产品。

本报新闻职业道德监督岗

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



最近,全国各地及电商平台纷纷举办丰富多彩的年货节活动,一场场精彩纷呈的购物盛宴如火如荼地上演,这不仅点燃了消费者的年终购物热情,更成为冬日里一股温暖人心的经济暖流。买年货不仅带来了喜庆热闹的年味,更凸显出丰富市场,拉动消费的重要作用。

春节,作为中华民族最为重视的传统节日之一,其意义远远超出了一个简单的日期标记。它是对过去一年辛勤付出的庆祝,也是对未来生活的美好祈愿。在这样的背景下,办年货自然而然地成为了过年不可或缺的一环。从喜庆热闹的烟花爆竹到充满期望和祝福的春联窗花,从琳琅满目的食品到各式各样的装饰品,从时髦的新衣到实用的家居用品,年货种类繁多,需求巨大,这种集中且大规模的采购活动,繁荣了市场,激发了消费热情。

作为年底市场销售最火、最重要的品类,年货市场的繁荣,不仅体现在其庞大的规模上,更在于其展现出的强大消费拉动能力。在这个特殊的时间节点上,无论是线上还是线下,各大商家都在积极调动每一个消费者的消费热情,推动一场年底消费热潮。

我们也要看到,面对消费者日益多元化、个性化的消费需求,传统的年货形式与品种已难以满足新的需求。因此,创新年货形式、增加年货品种,也是当前年货市场发展的重要方向。从传统的糕点糖果到特色果品和进口食品,从本土特色餐饮到世界知名美食,年货市场的边界正在不断拓宽,这种创新不仅丰富了年货市场的供给,也为消费者提供了更多元化的选择,更好地满足了年货市场的需求。

因此,年货作为新年消费的重要组成部分,承载着人们对美好生活的向往与追求,以其独特的魅力与潜力,成为拉动消费、促进经济增长的重要力量,需要深入挖掘年货市场的消费潜力,创新年货形式与品种,以满足消费者对年货多元化需求。

在当前国家将提振消费作为重要经济政策的背景下,年货作为消费的重要组成部分,其潜力与价值更不容忽视。通过深入挖掘年货市场的消费潜力,不断推陈出新,不仅可以为消费市场注入新的活力,更能在一定程度上促进经济的稳定增长。因此,各方应该重视起来,加大对年货市场的支持与引导力度,积极创新,推动年货市场向更高质量、更高水平发展,为拉动消费、促进经济增长发挥更大的作用,为年终消费再添一把火。

让年货为年终消费再添「一把火」
肖睿平

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:为企业品牌提供服务

扫码订报