

手机等数码产品补贴突破5000万件

本报讯 商务部数据显示,《手机、平板、智能手表(手环)购新补贴实施方案》实施4个月,手机等数码产品补贴突破5000万件。截至5月22日,已有4884.8万名消费者购买手机等数码产品5148.3万件,带动销售1432.6亿元。

(宗文)

消费日报

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

逾六成专精特新中小企业营收较上年实现增长或持平

我国中小企业发展环境持续优化

中小企业联系千家万户,是推动创新、促进就业、改善民生的重要力量。5月19日,中国中小企业发展促进中心对外发布《2024年度中小企业发展环境评估报告》(以下简称《报告》)。《报告》数据显示,逾六成参评专精特新中小企业营业收入与上年相比有所增长或持平。我国中小企业发展环境总体持续优化,全国统一大市场建设成效显现,专精特新中小企业韧性更强。

《报告》由“市场环境、法治环境、融资环境、创新环境、政策环境”5个一级指标、24个二级指标和41个三级指标构成。《报告》显示,我国中小企业发展环境总体持续优化,大部分城市发展环境较上年呈现不同程度的改善,综合得分看,副省级以上城市中,上海、北京、深圳、广州、杭州、南京、宁

波、青岛、天津和武汉位列前10位。

中国中小企业发展促进中心政策研究处处长金铁鹰介绍,问卷数据显示,九成以上企业在市场准入、要素保障、政务服务等方面均表示满意,44个参评城市的综合信用指数较上年有所提升。随着全国统一大市场建设持续深入推进,中小企业市场环境优化成效较为显著。

值得一提的是,企业营收整体保持稳定。《报告》显示,2024年度中小企业营业收入水平整体保持稳定,上升或持平的企业数量达到六成,但企业盈利能力持续承压。专精特新中小企业体现出更强的经营韧性,64.69%的专精特新中小企业营业收入与上年相比有所增长或持平,比非专精特新中小企业高出8.09个百分点;专精特新中小企业对未来的预期更好、信心更

足,63.98%的企业2025年有创新研发计划,40.35%的企业有投资计划,比非专精特新中小企业分别高出34.13和17.99个百分点。

此外,《报告》显示,用工成本上涨是大多数中小企业面临的首要压力和跨行业共性难题。如工业中小企业受成本上涨(用工56.17%、原材料53.62%)和订单减少(48.12%)影响较为明显,生产经营持续承压。服务业中小企业反映订单减少(39.51%)的背后折射出当下国内市场内需不足、消费不振的问题,尚有待破解。各行业中小企业面临的差异化挑战,需要针对性地分类施策和精准扶持。

近年来,国家密集出台了一系列支持政策,帮助中小企业纾困解难。《报告》还显示,各城市积极完善中小企业公共服务体系,着力提升服务能

力和服务实效。

当前,所有参评城市都已建立起中小企业发展工作协调机制,并设立中小企业发展专项资金。80%以上的参评城市建立并运营中小企业公共服务平台,推动线上线下“一张网”持续融合。截至目前,我国已建成四级中小企业公共服务机构超1800家,中国中小企业服务网已实现与32个省级、171个市级服务平台连通覆盖,累计服务企业超100万家。

中国中小企业发展促进中心副研究员赖晓介绍,这些服务举措既助力企业有效化解发展瓶颈,又促进企业培育独特优势,实现稳健成长。下一步,将加快建设中国中小企业服务网特色功能板块,推动数据联通和服务共享,赋能线下四级中小企业公共服务体系。(综合)

□ 本报记者 刘元

前几天,我国大部分地区刚刚经历了首场大范围高温过程,多地气温超40℃,突破5月同期最高气温记录。作为夏季必备单品,伞具市场迎来销售旺季。

“我之前用的是能自动开合的晴雨伞,但比较沉,最近为了通勤特意买了一把更小更轻的防晒伞,主要追求轻便。”消费者陈女士告诉记者。

陈女士的话说出了很多消费者的心声,商家也敏锐察觉到市场需求。记者在电商平台上搜索“防晒伞”,几乎每一件商品都把“轻”或“小”标注在显眼位置。在此背景下,超轻伞作为近两年伞具中的新势力“异军突起”。淘宝平台上一款相关热门单品在一周内已经卖出超过百把,过去一年卖出超过一万把。

受到消费者喜爱的超轻伞是什么样子?记者了解到,目前行业内并无明确、规范定义,但其伞重大多小于百克,较轻的伞重量仅有60多克。这是什么概念呢?相当于一把伞与一个鸡蛋重量相当,即使较重的伞也轻于一个柠檬。

超轻伞究竟“轻”在哪?产品制作有何奥秘? “伞具想要做到超轻,必须要在结构设计、材料选择等方面做出创新。”业内人士周先生在接受记者采访时介绍,传统伞具一般使用玻璃纤维,超轻伞多选用碳纤维为材料,由于伞具本身超轻,因此为了提高抗风性,部分品牌会在结构设计上下功

夫,这也导致了超轻伞的成本远高于普通防晒伞。比如,玻璃纤维的价格是每公斤8—12元,而碳纤维每公斤的价格超过300元,仅计算材料成本,超轻伞就已经相当于普通防晒伞的30倍,这其中还没有计算相应的研发设计、运营推广等费用。

此外,周先生还表示,目前大部分伞具品牌都试图在轻便性与抗风性之间找到平衡点,超轻伞的特性决定了它的抗风能力较弱,因此更适宜在无风或微风的晴天使用,风力较强的雨天并非它的使用场景。

中国日用杂品工业协会制伞专业委员会会长刘基安在接受记者采访时表示,随着人们防晒意识增强,防晒伞具市场规模正不断扩大。据不完全统计,去年中国太阳伞市场规模同比增长超10%。

在此背景下,超轻伞的出现是消费升级的必然结果,现在消费者不再“一把伞走天下”,更多人会购入多把伞,一把伞对应一个使用场景。刘基安向记者介绍:“除传统户外防雨需求外,随着日常通勤、徒步等更多使用场景涌现,消费者对伞具的需求更加多元化,而超轻伞只是中国伞业创新的一个缩影。”

刘基安指出,目前,中国伞业在防晒技术、结构设计、智能化等方向进展迅速。比如,采用多层复合涂层、UPF值50+的防晒技术可做到阻隔99.2%紫

外线并有效降低伞下温度;采用348根高密度纤维与黑钢复合伞骨形成网格支撑,能让伞具在7级风力下保持稳定;采用反向折叠设计的伞具可以避免雨水残留……未来,中国伞业将呈现“技

术驱动、绿色转型、场景细分、全球布局”的立体化发展格局,以创新为发展核心,构建从材料研发到智能应用的完整生态,响应国家政策与消费趋势,进一步抢占全球伞具市场份额。

消费提示

防晒伞应按使用场景选购

面临即将到来的高温考验,消费者该如何选购一把合格的防晒伞呢?

“防晒伞选择应该根据使用场景决定,如果想要极致便携性,可以选择五至六折伞,但收伞难度会更大。如果考虑雨天使用,就需要牺牲便携性,选择伞面大、抗风性强的伞具。”业内人士周先生介绍,在防晒性能上,UPF值需大于等于50,UVA透射比小于5%,符合国标GB/T 18830—2009的防晒伞才能有效隔绝紫外线,消费者也可以自购一张2元的紫外线测试卡对现有伞具进行测试。伞面使用黑胶、彩胶涂层的伞具可以更好阻隔红外线对人体的照射,体感降温性能更好。

“防晒伞在阳光打开时,消

费者可以观察伞的阴影区域,如果阴影区域清晰、边缘整齐,并且消费者在伞下体感比较凉爽,说明该伞的防晒效果好。同时,对于出现胶落、透光的老旧防晒伞,伞面结构已经被破坏,建议消费者及时更换,长期使用会增加引发皮肤病的风险。”中国日用杂品工业协会制伞专业委员会会长刘基安说。

此外,对于当前国内市场涌入的外贸产品,刘基安分析,外贸产品质量要求通常较高,生产工艺品质把控严格,但由于外贸产品转内销后可能存在规格、功能设计不符合国内消费者使用习惯等情况,比如国外伞具一般规格偏大、携带不便,消费者应确认自身需求,按需选购。

(刘元)

对话地方 发展新篇

年产值45亿元

山东巨野领跑全国纯手绘工笔牡丹画市场

从世界牡丹大会中国工笔牡丹画产业发展论坛到中国国际进口博览会,从“孔子家乡 好客山东”意大利文旅推广周到新加坡文化交流周……山东省巨野工笔牡丹画三年间登上数个国际顶级展台。这种“以展促产”的国际化路径,不仅让菏泽“中国牡丹之都”的金字招牌愈加璀璨,更探索出传统文化出海的新范式。

作为“中国农民绘画之乡”“中国工笔画之乡”的山东省巨野县,正以工笔牡丹画为支点撬动文化产业振兴新格局。通过政策赋能、人才筑基、品牌拓展三大战略,该县工笔牡丹画产业2024年实现综合产值45亿元,在全国纯手绘工笔牡丹画市场占

有率高达80%,“以画富民、以画兴业”的发展蓝图正转化为乡村振兴的生动实践。

截至目前,巨野县拥有国家级书画家67人、省级书画家180人,拥有1个县级农民书画培训基地、8个绘画专业镇、50个绘画专业村、65家基层画院、160余家书画培训机构,从业人员2万余人,年创作书画作品150余万幅,远销100余个国家和地区。依托书画产业优势,今年巨野县成功入选国家第二批文化产业赋能乡村振兴试点名单,开启了书画产业繁荣发展的崭新篇章。

近年来,巨野县将书画产业纳入乡村振兴战略核心工程,设立500万元专项发展基金,出台县域书画产业系统性

规划文件——《巨野书画产业发展规划》,创新实施画师培育补贴、基层画院建设奖励等政策。通过“政府引导+市场运作”模式,现已形成覆盖创作、培训、营销的全产业链条,在全国布局1000余个销售网点,并在深圳、青岛、香港设立辐射海外的推广中心。

依托中国工笔牡丹画产业研究院、国花牡丹创新发展博士工作站等六大产学研平台,巨野县构建起“普及培训+精英提升”的人才培育体系,年均开设公益培训3000人次。巨野县工笔画创意设计中心更推动传统技法与现代审美融合,开发出系列文创衍生品,延伸产业价值链。

丹青绘盛世,妙笔绽芳华。如

今,一幅幅勾勒细腻、工笔牡丹画不仅是艺术珍品,更成为富民“金钥匙”。巨野县50余个绘画专业村实现“家家执画笔,户户有丹青”。随着国家文化产业赋能乡村振兴试点建设的深入推进,巨野县正朝着“世界工笔画之都”的目标阔步前行,让千年笔墨在新时代续写乡村振兴的华彩篇章。

(李希平 李开元)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com

以科技为引擎 跑出健康中国『加速度』

□ 肖睿平



近年来,我国对全民健康事业的重视程度不断加深。2014年,全民健身上升为国家战略,为实现健康中国的宏伟蓝图夯基固本。在国家一系列相关文件政策相继出台后,全国各地纷纷投入到全民健身的热潮中:北京建成“城市健身步道+社区体育公园+智慧健身房”三级体系,全市社会体育指导员超6万人,社区健身站点覆盖率100%;上海打造“15分钟体育生活圈”,黄浦江两岸45公里滨江步道年均服务市民超2000万人次,嵌入式社区健身中心实现旧改小区全覆盖;广州通过“体育+”模式改造废旧厂房,建成天河体育文化综合体等30余个新型运动空间,直接带动周边餐饮、零售、休闲等业态“延时营业”,消费增长近40%;江苏打造“银发健身房”,配备适老化器材和心率监测系统,已服务老年群体超百万人次……全民健身热潮的持续涌动不仅是广大人民群众对健康生活追求的生动写照,更是健康中国事业蓬勃发展的有力见证。

党的十九大明确提出“广泛开展全民健身活动,加快推进体育强国建设”目标。在新时代、新使命、新思想、新征程的今天,全民健身站在了新的历史起点,借助数字技术、智能设备等高科技,更好助力体育强国建设实现伟大的中国梦。从配备各种运动器械和智能操房的社区智慧健身中心,到不仅设置了健步走、跳绳、广场舞等基础项目,还新增了虚拟赛艇、数字赛车等“高端”项目的“全民健身线上运动会”,再到可以“指哪打哪”“哪里不会教哪里”的AI健身私教,数字化、智能化为全民健身注入源源不断的活力,吸引更多积极参与运动,推动全民健身更加深入发展。

数字化与智能化技术的深度融合正在重塑全民健身的形态与内涵。科技赋能降低了运动门槛,更以精准化、个性化服务破解了传统健身的痛点。当社区智慧健身中心通过大数据分析为居民定制运动方案,当AI健身私教以毫米级动作捕捉并纠正会员的训练姿态,全民健身便从“千人一面”迈向“千人千面”,从“普及”迈向“精准”。这种变革绝非简单的工具升级,而是对“以人民为中心”的体育发展理念的生动诠释——科技的温度正在于让每一个普通人都能享受专业级、可持续的健康服务。

智慧健身的蓬勃兴起更折射出体育强国建设的深层逻辑。在5G、物联网等技术的支撑下,线上运动会打破时空壁垒,健身社交平台构建虚拟社群,智能运动设备形成健康闭环,这种“物理+数字”的双轮驱动模式正是体育产业供给侧改革的创新实践。数据显示,我国智能体育设备市场规模已突破千亿元,线上健身用户超3亿人次,此类爆发式增长既激活了消费新动能,也为“体育+”跨界融合提供了无限可能。当健身步道嵌入AR导航,当乡村广场舞直播连接城乡各个地方,全民健身正在成为缩小区域差距的有效载体。

从“汗水体育”到“智慧体育”,全民健身搭乘数字化的“智慧快车”疾驰在健康中国事业发展的大道上。未来,随着5G、人工智能等技术的深度应用,全民健身的智慧化浪潮必将澎湃向前,成为推动健康中国建设的重要引擎。当每一个运动数据都转化为国民体质的提升,当每一次科技赋能都筑牢健康中国的基石,全民共享、智慧互联的健康新图景将加速照进现实,在新时代的坐标上徐徐展开。



快来扫描我吧!

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

● 消费日报社出版

● 社长、总编辑:赵曦

● 副总编辑:刘丁 张丽娜

● 责编:闫利

● http://www.xfrb.com.cn

● 北京市丰台区定安东里20号楼

邮编:100075

● 监督电话:67600827

● 总编室:67605115

● 经营中心:67604888

● 发行部:67604545

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 照排:网络照排中心

● 零售价:2元