

饮料类食品整体质量安全状况良好

本报讯 近日,市场监管总局发布数据,截至7月底,全国市场监管部门共对饮料产品开展监督抽检11.19万批次,涵盖微生物、质量指标、食品添加剂、重金属、有机污染物等8个类别94个项目,检出不合格样品636批次,不合格率0.57%,不合格问题主要为微生物指标不达标、质量指标不符合标准等。饮料类食品整体质量安全状况良好。(宗禾)

消费日报

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

2025年度轻工行业质量管理创新提升活动成果交流会在呼和浩特召开,中国轻工业联合会会长张崇和出席并讲话

五措并举 创新提升轻工质量管理

本报讯 为贯彻落实中共中央、国务院《质量强国建设纲要》精神,更好引导轻工企业开展质量管理创新活动,8月13日至15日,由中国轻工业联合会与中国财贸轻纺烟草工会主办、中国轻工业联合会质量分会承办、内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司协办的2025年度轻工行业质量管理创新提升活动成果交流会在内蒙古呼和浩特召开。会议全面总结轻工质量活动成效,展示质量管理先进成果,推动轻工以更高标准、更优质量、更强品牌迈向全球产业价值链中高端。中国轻工业联合会会长张崇和出席会议并讲话。中国财贸轻纺烟草工会一级巡视员王双清出席会议并致辞。内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司副总裁杨志刚致欢迎辞。中国轻工业联合会党委副书记徐祥楠,秘书长郭永新出席活动。会议由中国轻工业联合会党委常委、副会长刘江毅主持。

张崇和在讲话中指出,质量强国建设,是我国经济由大变强的的重要举措,是满足人民美好生活需要的重要途径。党和国家高度重视质量工作,习近平总书记强调,“质量是人类生产生活的重要保障,人类社会发展进程中,每一次质量领域变革创新都促进了生产技术进步、增进了人民生活品质。”中共中央、国务院印发的《质量强国建设纲要》,对增强产品质量竞争力、加快产品质量提档升级、增强企业质量和品牌发展能力等八个方面,作出了总体部署,开启了新时代建设质量强国的新篇章,对我国现代化建设具有重要意义。

张崇和表示,近年来,中国轻工业联合会积极贯彻落实党中央决策部署,践行“质量强国”,坚持质量兴业,运用质量标准等“六大手段”,完善“十大促进”机制,推动“八大轻工”建设,促进轻工“八大新质”发展,护航人民轻工迈上新时代新台阶。轻工行业质量管理创新,连续开展26年,促进了转型升级,推动了高质量发展。

一是轻工质量管理创新工作全面广泛。多年来,全国轻工行业共评选出优秀质量管理小组3643个,质量信得过班组1198个,优秀质量管理者44名;推荐入围全国优秀质量管理小组440个,质量信得过班组407个,质量管理创新先进的代表性更加广泛。特别是近年来,中国轻工业联合会单独设立质量标准部,建立“权威、高效、统一、协调”的工作机制,有力地推动了轻工质量管理创新提升。与财贸轻纺烟草工会合作,发挥协会、工会协同作用,有效地激发了企业和职工创新质量管理的积极性和参与度。轻工质量管理创新评价更加完善,书面评审与现场评审结合,评价涵盖6个方面20项指标,注重解决问题,突出创新实践能力,评审更具科学性和公正性。轻工质量管理创新成果得到推广,汇编质量管理优秀案例,提供行业企业,广泛交流学习,让许多优秀成果转化为生产力。这些举措,有效地推动了轻工质量管理从“活动驱动”向“体系赋能”转变。

二是轻工质量管理创新深入企业职工。多年来,全国轻工行业累计参与质量管理创新活动的企业超过4500家、人次超过20万,形成了“人人关心质量、人人创造质量、人人享受质量”的行业氛围,特别是以“以评促学、以评促改、以评提质”的良好机制日益强化。海尔、格力、美的、茅台、青岛啤酒等龙头企业,发挥“标杆引领”作用,带动大批职工投身质量提升建设。海尔集团每年组建QC小组400多个,带动3000职工参与质量提升活动。蒙牛、五粮液、立白、郎酒、安琪、中盐等企业,建立“广泛动员、



图为2025年度轻工行业质量管理创新提升活动成果交流会现场。

全员参与、优中选优”机制,开展了一系列极具推广价值的质量提升活动。轻工质量管理创新活动,从最初的家电、酿酒等少数领域,逐步辐射至塑料、食品、盐业、陶瓷、造纸、电池、日化、缝制等30个细分领域,质量管理创新在轻工行业蔚然成风。轻工企业一线职工在质量提升活动中历练,在质量管理交流中成长。许多职工由车间工人成长为劳模工匠,成为企业负责人。许多工人团队成为卓越团队,荣获“全国工人先锋号”。

三是轻工质量管理创新成果效益彰显。多年来,全国轻工行业质量管理初步形成了“问题导向、全员参与、持续改进”的正向机制,涌现出一批优秀成果。质量管理创新带来降本增效。茅台集团“匠五星QC小组”研制新型母曲筛选机,效率提升5倍,粉尘降低50%,年降低成本90万元。蒙娜丽莎公司“喷墨维修班”通过加装抽尘装置,规范设备运行等措施,故障率由1%降低至0.3%,年节约维修费用75万元。质量管理创新带来品质改进。安徽理士电源公司“隔板车间A班”创新推行“8564”模式,明确班组8项核心职责、5项关键技能、6大重点任务、4项特色活动,生产效率大幅提升,产品抽检合格率100%。重庆合川盐化公司“匠心包装QC小组”改进包装形态,增加采集器光源,升级软件系统,扫码成功率从80%提升至99.8%。伊利乳业公司生产甲班将质量标准视为生命线,每天坚持核查生产过程201个关键参数,实现了质量缺陷、安全事故“双零”目标。质量管理创新带来低碳转型。云南云景林纸公司“狼性”QC小组优化锅炉结构设计,强化原煤供应链管理,每年原煤消耗减少1010吨,用电减少398万度,节约成本309万元。安徽古井贡公司“绿酿先锋队QC小组”开展数百次配比试验,将副产物转化为制曲原料,年节约成本30万元。质量管理创新带来安全保障。四川郎酒公司“锅炉运维班”通过设备定期巡检、故障应急预案、快速响应机制等措施,实现全年无安全事故。浙江伟星建材公司“燃气电熔管件生产班”编制《车间危险源辨识及风险评估表》,构建“日巡检周排查月专项”隐患排查机制,有效消除风险隐患。类似这些事例,有力地彰显了轻工质量管理创新成果,有效地提升了轻工质量整体水平。

张崇和指出,二十多年来,广大轻工企业职工

立足本职,创新奉献,轻工行业质量管理创新取得了显著成效。但是也应该看到,轻工质量管理创新存在着发展不平衡、队伍力量不够强、应用效果不充分、创新成果同质化、优秀成果普及率不高、先进方法应用不多等问题。解决这些问题,需要轻工质量管理再创新、再发展。

张崇和就做好“十五五”轻工质量工作,提出五点意见。

——加强行业自律,提升轻工质量管理。轻工产品是直接关系民生的消费品,要始终坚持质量优先。轻工行业企业,要加强行业自律,倡导有序优质竞争,反对低质低价恶性竞争,共同营造“重质量、守规矩”的行业发展环境。要自觉强化质量管理,健全质量责任体系,树立“零缺陷”质量意识,坚持质量至上原则,实行全过程精细化质量管控。要将品质质量与创新能力作为核心竞争力,坚持高质量发展方向,坚守质量安全底线,摒弃“短视逐利”思想,以行业自律提升轻工质量管理水平。

——强化科技创新,提升轻工质量管理。科技创新是提升产品质量和服务质量的重要手段,是质量强国的内在要求和必经之路。“十五五”期间,中国轻工业联合会,将继续以科技创新为驱动,建立成果鉴定、科技奖励、创新平台高效协同的创新体系。将每年组织鉴定高水平科技成果200项,评定科技奖励项目200项,持续培育产业链协同创新平台300家,推动科技创新向现实生产力转化。轻工行业企业,要把科技创新摆在质量管理创新首位,立足国家所需、民生所向、两链所困、产业所趋,攻克制约质量提升的技术难题,强化技术创新和质量提升,提升在线检测能力和质量精准控制,以科技创新提升轻工质量管理水平。

——坚持标准引领,提升轻工质量管理。标准决定质量,有什么样的标准就有什么样的质量,只有高标准才有高质量。“十五五”期间,中国轻工业联合会将继续以标准为引领,深入实施“组织建设焕新、标准体系优化、新质标准领航、国际标准突围、人才培养赋能”五大行动。将组织研制强制性国家标准30项,修订老旧标准500项,制定重点领域标准1000项,全面推动轻工标准提档升级,引领轻工产品向高端化、智能化、绿色化全面转型,推动轻工行业高质量发展。轻工行业企业,要牢固树立

“一流企业做标准”的理念,对标国际先进标准,同步部署技术研发、标准研制和质量提升。要实施企业标准领跑产品质量,明示质量等级,承诺质量保证,生产安全放心诚信消费品。要及时将技术含量高、推广价值大的创新成果,向专利和标准转化,向产业推广应用,以标准引领提升轻工质量管理水平。

——厚植品质品牌,提升轻工质量管理。质量铸就品牌根基,品牌彰显质量价值。“十五五”期间,中国轻工业联合会,将深入实施质量品牌提升行动,建立科学评价标准,优化专家评审队伍,持续开展轻工企业竞争力评价、升级创新消费品遴选和质量提升创新提升活动。将继续发布轻工年度百强企业和科技百强企业,继续遴选百项升级创新消费品,继续评荐优秀质量管理者、优秀质量管理小组和质量信得过班组,树立品质提升和质量提升的先进典型。轻工行业企业,要强化全员、全要素、全过程、全数据质量管理体系,广泛开展群众性质量提升活动,创新质量管理方法,更宽范围更高水平提升产品质量。要践行“三品”战略,以增品种满足多元需求,以提品质增强竞争优势,以创品牌提升信用口碑,推动轻工产品品质升级,以品质品牌提升轻工质量管理水平。

——培养技能人才,提升轻工质量管理。技能人才是提升轻工生产服务质量的重要力量。“十五五”期间,中国轻工业联合会将积极贯彻人才强国战略,大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神,加快轻工强国人才体系建设。将每年培训评价设计师、质检员、制作工、技师等技能人才5万人,新建直属评价基地20家,培训职业能力考评员、督导员、裁判员1000人,让高素质技能人才成为筑牢轻工质量根基的“生力军”。轻工行业企业要践行“人才是第一资源”理念,遵循人才成长规律,针对行业发展需求,健全内部技能培养体系,开展常态化岗位练兵、技术培训和技能比武,在技能人才建设中,注重质量提升人才培养,建设质量提升人才队伍。要建立技能人才服务质量提升的激励机制,让技能人才成为企业质量提升的核心力量,以技能人才提升轻工质量管理水平。

与会领导为2024年全国轻工行业优秀质量管理者、质量管理小组、质量信得过班组代表颁发证书。

会议期间,2025年轻工行业QC小组、班组代表进行了质量成果展示,专家组长郭美萍老师对QC小组总体情况、活动程序及要求进行了讲评和培训。北京中大华远认证中心有限公司张慧瑶老师解读《制造业企业质量管理能力评估规范》行业标准。

中国财贸轻纺烟草工会轻工烟草工作部处长赵武,中国轻工业联合会副秘书长、质量标准部主任刘晶晶,中国轻工业联合会质量分会秘书长王旭华,中国轻工企业投资发展协会理事长赵爽,中国盐业协会执行理事长王小青,宜宾五粮液股份有限公司技术总顾问赵东,泸州老窖股份有限公司副总经理张宿义,云南云景林业开发有限公司总经理王应文,卡尔蔡司光学(广州)有限公司质量总监麦永鹏等参加会议。轻工行业协会、企事业单位的质量工作负责人,以及蒙牛、海尔、茅台、五粮液、格力电器、青岛啤酒、泸州老窖、云景林纸、安琪酵母、广州立白、完美日用品、苏盐井神、理士电源、卡尔蔡司等企业职工代表500余人参加大会。(简文)

中秋节临近,中国焙烤食品糖制品工业协会呼吁——
企业要自觉抵制天价月饼引导理性消费

本报讯 (记者 史晓菲)中国焙烤食品糖制品工业协会理事长张九魁在日前召开的2025年第七届中国(广东)月饼文化节上强调,行业和企业要自觉抵制天价月饼,引导新时代月饼产品健康、理性消费的新观念。

张九魁提出,企业要持续传承历史文化底蕴,深挖传统文化内涵,创新产品风味,丰富产品种类,改进产品工艺,积极开发符合当今营养健康理念的月饼产品。同时,要坚守安全底线,提升产品质量。“近年来,行业增强安全生产意识,提升安全管理能力,把好月饼行业食品安全关,让人民吃得放心。”张九魁表示,此外还要贯标达标,绿色发展,持续深入贯彻落实党和国家绿色低碳可持续发展的理念和要求,自觉抵制过度包装,共同营造节约型消费的新风尚,共同推动月饼行业以及上下游产业低碳运行,绿色发展。

从生产端看,越来越多的焙烤企业未来不仅要关注市场需求的变化,还要在绿色发展与创新方面加大力度。随着国家对环保和可持续发展的要求逐步提高,月饼行业的生产方式也正在绿色转型。从原材料的选择、生产工艺的优化,到物流配送的绿色环保,整个产业链都在向低碳、节能、环保的方向发展。

从月饼市场的具体表现来看,随着消费者对高品质、低糖、绿色环保产品需求的增长,不少月饼企业已经开始探索创新模式,例如推出植物基月饼、有机食材月饼及定制化月饼等产品,深受市场欢迎。同时,环保包装、可回收材料的使用也成为市场的关键趋势之一,符合消费者对绿色环保的要求。

另据张九魁介绍,去年包括月饼行业在内的焙烤食品糖制品行业实现了稳中有进、创新发展。全行业3372家规模以上企业营收5576.73亿元,同比增长5%;利润总额353.74亿元,同比增长1.04%;出口交货值195.43亿元,同比增长9.25%。今年1—4月份,行业规模以上企业营收1829.66亿元,同比增长4.51%;利润总额近107亿元,同比增长7.47%。“行业的稳步发展,为经济社会发展和人民美好生活贡献了积极的力量。”张九魁说。

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com



情绪价值打开消费新空间

□ 肖睿平

从老年人的就医陪诊,到住院患者的生活照护,再到年轻人的情感陪伴需求,“陪伴经济”正逐步渗透到人们的生活场景之中。据新华网报道,国金证券预测2025年中国“陪伴经济”市场规模将突破500亿元。这一新型消费需求背后,既是社会老龄化与家庭结构变化带来的新需求,也揭示出情绪价值的巨大市场潜力。

在国家大力提振消费的当下,充分挖掘新型消费潜力成为推动经济高质量发展的关键举措。“陪伴经济”背后的情绪价值消费需求,无疑是一片亟待开发的广阔蓝海。传统消费领域大多聚

焦于物质产品的需求,而情绪价值消费则更侧重于满足人们的精神需求,它打破了传统消费的边界,为消费市场带来了全新的活力和增长点。例如情感陪伴服务通过线上线下的互动,为人们搭建起情感交流的桥梁;宠物经济中,宠物成为人们情感寄托的重要对象,围绕宠物产生的食品、医疗、美容等一系列消费蓬勃兴起。这些新兴的消费模式,不仅丰富了消费市场的供给,也为消费者带来了全新的消费体验。

服务消费作为消费需求的重要组成部分,一直以来都在经济发展中扮演着关键角色。而情绪价值消费需求,作

为服务消费领域的新型力量,正展现出巨大的发展潜力。与传统的服务消费相比,情绪价值消费更注重个性化、定制化和情感化。它不是一种简单的消费交易行为,而是一种心灵的沟通与共鸣。比如,一些高端的私人定制旅游服务,根据客户的情感需求和兴趣爱好,精心设计独特的旅游路线,让客户在旅途中收获美好的回忆和情感体验。这种以情绪价值为核心的服务消费,正逐渐成为人们追求高品质生活的新选择。

提振消费需要全方位、多维度地挖掘消费潜力,不能仅仅局限于传统消费领域,而应将目光投向那些具有创新性

和前瞻性的新型消费需求。以“陪伴经济”和“情绪价值”为代表的新型消费需求,正是未来消费领域的新增长极。它们不仅能够满足人们日益多样化的消费需求,还能带动相关产业的发展,创造更多的就业机会,例如陪诊师、情感咨询师等新兴职业,为就业市场注入了新的活力。

因此,情绪价值所蕴含的巨大市场潜力值得商家和市场更多的关注,在提振消费的大背景下,市场应充分认识到“陪伴经济”和情绪价值消费的重要性,积极引导和支持这一新型消费领域的发展,出台相关政策,鼓励企业创新服务模式,提高服务质量。商家和企业应深入了解这些新型消费者的需求,不断推出符合市场需求的情绪价值消费产品和服务,共同推动新型消费市场的繁荣发展。



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

● 监督电话:67600827

● 社长、总编辑:赵曦

● 总编室:67605115

● 副总编辑:刘丁

● 经营中心:67604888

● 张丽娜

● 发行部:67604545

● 责编:解磊

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

● http://www.xfrb.com.cn

● 地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 北京市丰台区定安东里20号楼

● 照排:网络照排中心

● 邮编:100075

● 零售价:2元