

市场监管

别浪费这场咖啡风波

一个陌生的信息便能掀起轩然大波,充分体现出公众对于食品安全问题的深切关注和担忧。为了更好地保障公众的健康和权益,我们欢迎更多社会监督力量,共同构建更加完善的食品安全预警机制。

部门进一步明确。

一个陌生致癌物掀起的轩然大波,充分体现出公众对于食品安全问题的深切关注和担忧。这种担忧的根源在于消费者对食品安全信心的缺失。联合检测报告特意展示“丙烯酰胺”检测结果,是希望能够推动有关部门制定“丙烯酰胺”相关标准,促进相关生产经营企业改进工艺和条件,进一步减少“丙烯酰胺”的形成,同时帮助消费者正确认识风险并客观理性对待。这种以公开透明的方式推动食品安全改进、增强消费者信心的出发点是好的。

为了更好地保障公众的健康和权益,我们仍然需要更多的社会监督力量,共同构建更加完善的食品安全预警机制。只有如此,才能让消费者享受到更安全、更可靠的食物,推动食品安全更上层楼。



洪群联

近日,福建省消费者权益保护委员会联合福州市消费者权益保护委员会发布了福州市《2023年现制现售咖啡比较试验结果及消费提醒》,样品涉及“瑞幸”“星巴克”“幸运咖”“库迪咖啡”等20个市面主流品牌的59款咖啡。报告中提到,59款样品中均检测出低含量的2A类致癌物“丙烯酰胺”。

文章被媒体、自媒体大量转载之后,话题变成了“59款咖啡全部检查出致癌物”,并迅速登上了热搜,吓得很多咖啡爱好者看着手中的咖啡,都不知道该不该喝了。

话题下,很多食品安全专家、网络大V出来科普,连福州消保委、福州市市场监管局也发文回应,咖啡豆经高温烘焙,难免产生“丙烯酰胺”,并强调每日饮用一杯咖啡的摄入量处在安全范围内,对人体无明显健康危害。

至此,咖啡“致癌”风波平稳过去,咖啡行业和爱好者算是虚惊一场。

虚惊背后,依然有许多值得思考的地方:一份原本意在促进咖啡健康消费的提醒,为何会带给行业带来一场舆论风波?

从直接原因看,本次风波不能完全归结

于个别媒体以及自媒体片面宣传、断章取义误导消费者。报告用大量篇幅强调全部样品均含有“丙烯酰胺”,并指出动物实验表明,“丙烯酰胺”具有潜在的神经毒性、遗传毒性和致癌性,被世界卫生组织下属的国际癌症研究机构定义为2A类致癌物。这些词汇放在一起,已经具备相当冲击力。要求所有人都了解专业知识,还能调动知识储备、自行作出科学判断是不现实的。科普面向普罗大众,话要说得透彻通俗,结论更应当客观理性。

引发风波的更深一层原因是标准缺失。食品检测设置的测定指标、结果解读等科学性很强。报告中提到,由于现制现售咖啡尚无专门的国家标准,我国对咖啡中的“丙烯酰胺”也没有限制性或禁止性规定,比

较试验是依据GB 5009.204-2014《食品中丙烯酰胺的测定》进行检测。后来福州消保委在解读咖啡中的“丙烯酰胺”时,条分缕析、娓娓道来,相信能避免许多误解。

现制现售咖啡是当下最火热的赛道之一。东北证券发布的研报显示,2017年至2021年,中国现磨咖啡行业市场规模年均复合增速达32.5%,处于高速发展阶段,预计2024年市场规模将达到1917亿元。

不同于冲泡式的即饮咖啡饮料,现制咖啡会现场添加奶油、冰块、焦糖、椰汁等风味物质,高度依赖咖啡师手艺和制作环境,不确定是否能完全套用原有的《咖啡类饮料》标准。这样一个千亿元级规模的大市场,是否需要以及如何制定专门的标准,有待有关

近期,工信部印发《“5G+工业互联网”融合应用先导区试点建设指南》,指导各地积极有序开展“5G+工业互联网”融合应用先导区试点建设。而作为工业基础雄厚的京津冀地区,当前要更好地深入推进一体化协同发展,有必要进一步贯彻落实工业互联网创新发展战略,奋力推进新型工业化。

所谓工业互联网,是指利用以5G为代表的新一代信息技术,构建与工业经济深度融合的新型基础设施、应用模式和工业生态,并通过5G等新一代信息通信技术对人、机、物、系统等的全面连接,构建起覆盖全产业链、全价值链的全新制造和服务体系。近年来,我国深入实施工业互联网创新发展战略,工业互联网建设按下加速键,多种应用场景不断拓展,智能制造、生产效率、创新能力等各方面发展均取得显著成效。工业互联网已成为数字经济和实体经济深度融合的关键“底座”,也构成了我国制造业转型升级的内生动力,有助于“中国制造”向“中国智造”阶段性跃升的实现。自2017年国务院印发《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》以来,工信部相继印发了《“5G+工业互联网”512工程推进方案》《工业互联网创新发展行动计划(2021—2023年)》等一系列政策文件。

京津冀地区工业体系完备,如何通过持续探索构建这一区域的协同创新网络,依托钢铁、汽车、装备制造等优势产业集群,围绕产业链布局创新链,提升关键技术联合攻关能力,成为题中应有之义。今年5月份,工信部会同国务院有关部门联合印发了《京津冀产业协同发展实施方案》,提出完善京津冀新型信息基础设施,统筹5G网络和千兆光网部署,加快部署以IPv6技术为基础的下一代互

京津冀协同发展

近期,工信部印发《“5G+工业互联网”融合应用先导区试点建设指南》,指导各地积极有序开展“5G+工业互联网”融合应用先导区试点建设。而作为工业基础雄厚的京津冀地区,当前要更好地深入推进一体化协同发展,有必要进一步贯彻落实工业互联网创新发展战略,奋力推进新型工业化。

一方面,要协同推进发展智能制造。在工信部等8部门联合制定的《“十四五”智能制造发展规划》框架下,京津冀地区要抢抓机遇,突破基础技术、开发应用先进工艺技术、攻克共性技术,聚焦设计、生产、管理、运维、服务等制造全过程,大力研发人工智能、5G、大数据、边缘计算等在工业领域的适用性技术。加快工业互联网在工业现场的应用,强化复杂生产过程中设备联网与数据采集能力,实现企业各层级数据资源的端到端集成。依托工业互联网平台开展数据集成应用,形成基于数据分析与反馈的工艺优化、流程优化、设备维护与事故风险预警能力,实现企业生产与运营管理的智能决策和深度优化。支持京津冀三地企业协同配合、做优做强,力争打造一批制造业数字化转型示范区和重点产业集群。

另一方面,应协力推动京津冀地区的数字技术全产业链融合创新。针对发展工业互联网的痛点难点进行科技攻关,强化建链、补链、强链等环节,深化产业链图谱的研究,大力培育或引进“链主”企业,延伸发展配套产业,推动产业链关键技术自主可控。激发数据对经济发展的放大、叠加、倍增作用,打造一批产业规模实力强、产业链条完善、发展空间大的重点产业链。统筹抓好智能制造工程、制造业数字化转型行动和中小企业数字赋能行动,在京津冀地区搭建具有国际水准的工业互联网平台。



投资者“追高”还需谨慎



徐 骏作(新华社发)

不要盲目“追高”

近日,国际黄金价格创下历史新高后被迅速抛售引发大跌,以人民币计价的黄金价格也出现较大幅度波动,引起市场广泛关注。前期主要经济体央行的“买买买”,支撑了市场的看涨情绪。世界黄金协会10月31日发布的《全球黄金需求趋势报告》显示,三季度全球央行净购入黄金337吨,为有史以来第三高的季度净购金量。不过,有专家指出,从现在的高点再到下一个高点,周期可能会比较长。黄金投资的渠道有限,尤其是实物黄金投资过程繁琐,回购和买入价格存在较大价差,并不适合博取短期收益。黄金兼具商品、货币、金融三重属性,价格影响因素复杂,投资者“追高”还需谨慎。

我国是全球第一大服装生产国和出口国,服装生产能力和国际贸易规模多年来稳居世界首位。中国纺织工业联合会近期指出,目前我国年产服装700多亿件,占全球一半以上。2022年,我国服装出口额1820亿美元,占全球市场份额的31.7%。服装产业是我国最早开放发展、利用外资的产业,已深度融入世界,成为全球产业链供应链至关重要的一环,极大满足了全球消费者对优质、时尚衣着的消费需求。

过去,开放是我国服装产业实现从小到大转变的重要推力。改革开放后,“三来一补”政策率先在服装产业破茧而出,广东、福建等东南沿海地区依靠区位优势、侨乡优势,充分利用这项政策,迅速引进海外的资本、设备、设计等,服装工厂如雨后春笋般涌现。我国还抓住国际纺织服装产业转移的机遇,自20世纪80年代起开始大力承接和发展纺织服装加工业,积极开拓国际市场。到90年代中期,我国的服装产量和出口量都已跃居世界首位,基本确立了世界服装制造出口大国的地位。

现在,开放是我国服装产业形成国际竞争优势的关键要素。经过40多年的发展,我国构建起全球规模最大、链条最完整、品类最齐全的服装产业体系,有着数以千万计的服装设计和生产、销售经营主体,科技、设计、品牌等水平与日俱增。服装产业通过“引进来”与“走出去”,主动融入全球产业链供应链格局。一方面,得益于高素质产业工人、完善的产业配套和快速响应的供应链系统,不少全球一线服装品牌在我国设有代工厂,本土企业利用国际各种要素资源推动服装产品、品牌、管理升级。另一方面,一批优质服装企业在海外布局生产、研发基地,建立海外营销网络,跨境电商的兴起扩展了服装全球销售市场。

未来,开放是我国服装产业引领全球发展潮流的必由之路。新一轮科技革命和产业变革深入发展,产业体系智能化、绿色化、融合化趋势更加明显,消费市场格局正在重构,全球服装产业面临多重变局。智能化深刻改变产业的生产方式,是提高生产效率、适应个性化需求的关键路径;绿色化是产业响应“双碳”战略的内在要求,是实现可持续发展的根本方向;融合化突出表现为制造与服务的交叉渗透,特别是以设计和文化赋能产业提升附加值、扩大影响力。不论是智能化、绿色化还是融合化,都需要高效利用全球创新资源要素,适应全球绿色低碳规则,都需要面向全球塑造传递品牌文化形象。唯有开放,才能使我国服装产业走在时代尖端、引领发展潮流。

我国服装产业迈上高质量发展之路,总体步入世界服装制造强国之列,但还没有成为引领全球发展潮流的服装时尚强国。在全球价值链中,美国、欧洲等发达国家企业掌握核心品牌,日韩等国处于先进面料研发生产的领先地位,米兰、巴黎、纽约、伦敦仍引领着全球服装设计潮流。加之我国服装产业跨国企业少,中小型企业数量占比近九成,不少企业产品雷同、技术薄弱、管理低效,竞争力不强。随着劳动力成本比较优势减弱、贸易壁垒抬头,我国服装制造环节向外转移步伐加快,国内服装产业必须加紧向产业链中高端环节攀升。

开放创新打造服装产业新优势必须走高质量发展道路,依托超大规模市场优势,以国内大循环吸引全球资源要素,增强国内国际两个市场两种资源联动效应,推动我国服装产业高质量发展。要强化创新,支持服装企业加大研发投入和新产品开发力度,对接全球创新资源,应用先进技术、装备、材料、工艺,推进自动化、数字化、智能化制造装备广泛应用,提升高端服装产品开发制造能力。加快全球化步伐,引导服装拓展全球眼光、国际视野,顺应产业转移和产业升级趋势,主动优化生产制造环节的国内外布局,支持有条件的服装企业建设全球研发基地和海外展示店、海外仓,利用跨境电商优势打造线上线下融合销售网络,形成有韧性、竞争力强的全球供应链格局。推进产业链延伸,鼓励服装企业加强款式、形象、织物结构、材质组合等原创设计,开发以消费者为中心的时尚化、个性化、定制化、功能化服饰。加大自主品牌培育,提升品牌文化内涵,推广国潮品牌,扩大中国服装品牌的全球影响力。

(作者系中国宏观经济研究院产业经济与技术经济研究所研究员)

本版编辑 梁剑箫 仇莉娜
来稿邮箱 mzzjgc@163.com

Advertisement for ICBC (Industrial Bank of China) featuring the slogan "伙伴同行 家企欣荣" (Partners walking together, families and enterprises prosper). The ad includes the ICBC logo, the slogan in large calligraphic characters, and a QR code for more information. Text at the bottom reads: "工银私人银行 相伴中国企业家,聚焦企业家'人、家、企、社'四大维度需求,构建境内外一体、投融资一体、公私一体的综合服务体系,赋能企业家长远发展,助力财富管理、家族传承和社会责任担当,以伙伴银行姿态,共享家企欣荣未来蓝图。君子偕行,携手同行!"