

区域内实行“封控措施”,而社区人员不足、配送延迟——

兰州城关区居民互助式经营配送缓解燃眉之急

本报记者 康劲

疫情前做房产中介,如今在家压面条、炸油饼;以前经营影视器材租赁,现在做封控居民团购抢单的“键盘手”“调度员”;原本是写字楼里的白领,如今在家支起燃气灶做烧鸡,专卖小区居民……

目前,这种疫情封控区域内,居民互助的经营配送“模式”,正从兰州市城关区的雁滩片区的部分小区“急”而生,并逐渐扩大范围。

截至7月25日24时,兰州市共有新冠疫情高风险区167个、中风险区127个,其中尤以城关区的疫情最为严重。拥有近150万人口的城关区是甘肃省省会兰州市的中心区,为应对严峻复杂的疫情防控形势,城关区在7月21日发布公告,对区域内面积最大、人口最为集中的雁滩片区实行“提级管控措施”,这意味着区域内全面实行“封控措施”。

面对“足不出户”的防控要求,在社区人员不足、配送延迟的情况下,城关区居民自发兴起的互助互济式的经营配送,成为居家抗疫群众的“必须”。但专家指出,这样的保供配送点也可能成为交叉传染源。

“最后100米”仍是配送难题

“今天,政府终于送来了新鲜蔬菜……”

7月24日,雁滩均家滩社区居民纷纷通过短视频晒出自己刚刚收到的蔬菜包,这是被封控以来,该社区居民第一次收到的保供物资。

自7月8日本轮疫情发生以来,兰州市主城区处于全面“静默”状态,沿街商场、餐厅全部停业,居民区实行封闭管理。

保供稳价是打赢疫情防控战的关键支撑。为此,兰州市实行“线上线下,多点闭环”的方式,保障群众生活物资供应。同时,各街道组织社区工作者、物业人员、志愿者、退役军人等,建立了小区、楼院微信群,希望在高风险区通过“线上下单、线下代购”的方式,由点位工作人员为居民提供无接触配送服务,将购买的生活必需品统一配送上门。

但是,《工人日报》记者采访中了解到,“最后100米”仍是最大的配送难题。

部分电商平台时常断货,推出的生鲜套餐上线即被“秒空”。疫情以来,兰州市各大超市物资充足,但被封控在社区的居民出不去,进超市更成为奢望。疫情发生后,兰州市公布了35家、160个超市网点的联系方式。

但是,不仅电话很难打通,即使封控区居民拨通了电话,超市因无人配送也不接受个人订单。

被“锁”住的外卖骑手、快递小哥

“被封控了10天,今天配送。”马师傅是圆通兰州雁滩公司的一名快递员,因为疫情无法正常上岗。

自2020年以来的几波疫情中,外卖骑手、快递小哥都是传递人间烟火的“保供使者”。但是今年兰州的这波疫情,外卖骑手、快递小哥和许多街头店铺、摊点经营者成为受影响最多的人群。

“本轮疫情,自建房片区受影响最大,这些自建房租金较低,也自然成为进城就业的外卖员、快递员相对集中的居住区。如今,不仅许多快递员、外卖员不能正常外出,更因为管控的需要,他们自己也往往成为被保供的对象。”一位均家滩的社区干部说。

为应对疫情,兰州做了充足的储备,全市1个一级市场(兰州高原夏菜市场)、5个二级蔬菜批发市场,蔬菜日均调入量稳定在2000吨左右,库存稳定在1万吨左右,完全可以满足400万人口的菜食供应。但是平台难寄递、超市去不了,外卖骑手和快递小哥也同样被封控,餐桌保供面对“最后100米”难题,不仅要解决以往的堵点、卡点,更要解决新的“断链”。

互助互济,还需要规范引导

社区是疫情防控和物资保供的重点。一

位在雁北街道驻守的市直机关干部坦言:“我们提前掌握居民生活物资需求,再采取统一代买、线上订购等方式,设法让物资送进社区,但是居民太多、志愿者太少,根本忙不过来。”

在此背景下,居住在兰州雁滩片区网名“笨丫头”的市民,起初在网上晒了自家新出锅的油饼,获得点赞后就“火线开业”,现炸现卖。据介绍,其原本做房产中介,因疫情被封控在家,在平台抢单的时候,担心点少不送,就一人“团购”了几十人份的面粉和清油。她认为,非常时期,做一点薄利的互助服务未尝不可。

“以前卖房子,现在卖油饼,这事靠谱吗?”有居民提出类似质疑,但是也有市民认为,只要方便、安全,这种互助互济也是保供、配送方式的创新,值得鼓励和引导。

本轮疫情发生以来,炸油饼、擀面条、蒸馒头、烙大饼、包韭菜合子、卖烧鸡等,这些原本在城市街头的副食品经营业态,在疫情防控的非常时期,以互助的方式出现在兰州一些被封控的社区里。

对此,有社区工作人员说:“互助互济、薄利经营我们都不反对,最担心的就是引发疫情传播。希望也可以做到无接触配送,避免出现交叉传染。”

专家指出,这种互助互济式的经营配送,发挥着应急、补链的作用,该何去何从有关部门也予以规范和引导。

6月份工业企业利润同比增长0.8%

制造业企业利润占规上工业企业利润的比重为76.2%

本报北京7月27日电(记者时琳)国家统计局今天发布的工业企业利润数据显示,6月份,全国规模以上工业企业利润同比增长0.8%,由连续两个月下降转为正增长。上半年,全国规模以上工业企业实现利润总额42702.2亿元,同比增长1%。

“二季度以来,受部分地区疫情多发散发影响,工业企业效益承压明显,4月份工业企业利润由增转降且降幅较大。”国家统计局工业司有关负责人表示,随着疫情得到有效控制,5月份工业企业利润降幅略有收窄。6月份,产业链供应链进一步恢复,工业企业效益明显改善,利润增速较上月回升7.3个百分点,呈加速恢复态势。

数据显示,6月份,生产销售持续回升,营业收入实现较快增长。规模以上工业增加值同比增长3.9%,企业营业收入增长8.6%,收入增速已接近近年平均水平,生产销售继续边际改善。上半年,规模以上工业企业营业收入同比增长9.1%。

值得注意的是,东部、东北地区企业利润持续恢复,中西部地区保持较快增长。6月份,东部、东北地区加快推进复工复产,其中长三角地区利润由上月下降17.8%转为增长4.6%;上海、江苏、辽宁、吉林利润均由降转增或降幅收窄。中部、西部地区利润分别增长14.9%、23.1%。

该负责人同时指出,6月份,工业企业利润行业结构有所改善。其中,制造业企业利润占规模以上工业企业利润的比重为76.2%,较上月提高2.6个百分点。

多层次多类型的知识产权鉴定标准体系将建

推动出台相关国家标准、团体标准

本报北京7月27日电(记者杜鑫)记者从国家知识产权局获悉,该局印发的《关于加强知识产权鉴定工作的指导意见》(以下简称《意见》)提出,力争到2025年,形成较为完善的知识产权鉴定工作管理机制,建立多层次多类型的知识产权鉴定标准体系,知识产权鉴定机构规模合理、技术领域覆盖面广、专业化规范化水平明显提升,知识产权鉴定的应用范围更加广泛,对全面加强知识产权保护工作的技术支撑作用更加突出。

《意见》提出,推动出台知识产权鉴定相关国家标准、团体标准。研究制定知识产权鉴定术语规范等基础标准,以及专利、商标等知识产权鉴定专业标准,建立健全知识产权鉴定标准体系。加强知识产权鉴定活动中对鉴定人适用标准工作的指导,支持地方开展知识产权鉴定标准贯彻和实施工作,推进各类知识产权鉴定工作规范化开展。

《意见》明确,支持符合知识产权鉴定相关国家标准、团体标准的知识产权鉴定机构组织鉴定人开展知识产权鉴定活动,运用科学技术和专门知识,对知识产权相关专门性事实问题进行鉴别和分析判断,并提供鉴定意见。重点做好专利、商标、地理标志、集成电路布图设计等各类知识产权鉴定工作,主要协助解决知识产权争议中的专门性事实问题。知识产权鉴定意见作为一种证据,必须经过查证属实,才能作为认定案件事实的根据。

为预制菜的品质分级及生产质量管理提供指引

两项预制菜团体标准发布

本报北京7月27日电(记者杨召奎)近年来,预制菜产业快速发展,但与此同时,预制菜食品安全等问题也引起关注。记者从今天举行的第十一届中国饭店文化论坛上获悉,中国饭店协会近日发布了《预制菜产品分类及评价》《预制菜质量管理规范》两项团体标准,为预制菜的品质分级及生产质量管理提供标准指引,推动预制菜赛道真正有序、健康发展。

业内人士表示,当前预制菜行业缺少有效的产品生产、食品安全标准和质量管理体系,不同地区、不同规模的企业加工工艺良莠不齐,导致预制菜产品质量存在较大差异,且目前对于预制菜的定义、产品分类和食品安全指标缺乏统一标准,亟须制定对应的产品标准和规范。

据了解,《预制菜品质分级及评价》填补了市场在预制菜品质的分级和评价标准方面的空白,还对预制菜原料辅料、包装材料、计量等提出了一系列要求。

《预制菜生产质量管理规范》则适用于从事预制菜生产的企业,从生产端加大对预制菜的质量保障。值得一提的是,该标准对预制菜生产企业的产品追溯与召回进行了规定。同时,预制菜生产企业还要对相关文件进行妥善保管,并不断进行评价与改进,以满足市场新需求。

专家指出,两项预制菜团体标准的发布,对规范预制菜产业发展,提升预制菜产品品质及食品安全水平等都有积极作用。不过,由于这些标准没有强制性,对企业的约束力不大,希望尽快出台具有强制性的国家标准。

《北京文化产业发展白皮书(2022)》发布

“文化+”深度赋能首都城市发展

本报讯(记者蒋茜)在7月26日举行的北京文化论坛“文化与科技融合发展分论坛”上,北京市国有文化资产管理中心发布了《北京文化产业发展白皮书(2022)》(以下简称《白皮书》)。《白皮书》指出,2021年,北京文化产业持续复苏,科技赋能文化产业发展,新业态发展动力强劲,文化与旅游、体育、商业、乡村振兴等领域深度融合,产业发展整体向好而行、向新而生、向深而为。核心领域成为高质量发展的主要引擎,“文化+”深度赋能首都城市发展。

2021年,北京文化旅游融合在业态形式、产品服务等方面持续创新发展。博物馆文创产品日益丰富,冰雪文化旅游发展亮眼,“漫步北京”计划推出75条休闲主题线路。

冬奥筹办与首都发展同频共振、同生共舞,文化体育融合发展精彩纷呈。“传承超越——冬奥之路中华体育文化展”开展,传播中华体育文化,展现文化自信。

在建设国际消费中心城市背景下,北京将文化元素注入商业空间,优化其风貌景观和内涵价值。加快实施“文化商圈”计划,深度挖掘传统商圈的历史文化资源,22个传统商圈和20家“一店一策”试点企业基本完成升级改造。制定实施前门大栅栏商圈改造提升五年行动计划,打造以“老字号+国潮”为特色的传统文化消费圈。



“高新优特”需求旺盛,消博会展商加紧补货上新

精品消费“加速跑”,消费引擎注入新动能

走进消博会

本报记者 北梦原 苏墨 赖书闻 赵琛 梁玉栋

随着专业观众的入场,全球消费品牌准备的各种新品首秀,开始密集亮相消博会舞台。专业观众参观首日,新品首发首秀活动达48场,发布新品110件。今天,消博会新品发布舞台依旧被国内外10多家品牌挤得满满当当。

催促各大品牌加紧补货上新的,是中国广阔的消费市场和巨大的消费潜力,尤其是“高新优特”消费需求的快速增长。不少展商和与会专家表示,当前消费市场提质升级趋势明显,居民对优质消费品需求旺盛,消博会带来的全球消费精品,将进一步撬动市场需求,为消费引擎注入新的发展动能。

国内外品牌加紧补货上新

今年消博会是资生堂旗下品牌 Serge Lutens 登陆中国市场的线下首秀,这个刚刚通过线上渠道进入中国消费者购物车的彩妆品牌,很快感受到了中国市场的吸引力。

今年是资生堂第二次参加消博会,企业带来了19个品牌和产品。资生堂中国 CEO 藤原亮太郎表示,中国有庞大的消费群体,任何一个细分市场都有足够的目标消费者,愿意积极尝试新生事物。中国市场源源不断地涌现新产品、新品类、新科技,企业将继续通过消博会等平台,带来更多适合中国消费者的全球创新产品。

华熙生物是排队等待登上消博会新品发布区的众多企业之一。“随着新一代年轻消费群体成为消费主力,国货品牌的崛起发展迎

来机遇。为此,我们不断加大研发创新力度,以科技力支撑产品力、不断提升产品质量。希望能够做出让中国人自信自豪的产品,成为让世界喜爱的民族品牌,更好满足消费者日益增长的‘生命健康需求’。”华熙生物品牌与传播战略中心总经理朱思楠表示。

中高端消费市场潜力巨大

今年以来,由于疫情等因素,消费需求受到一定抑制,但消费发展长期向好的基本面没有改变,消费提质升级的大趋势没有改变。在一揽子政策的作用下,消费市场迅速激活,6月份,社会消费品零售总额同比增长3.1%,实现由降转升。

中国消费市场表现出的韧性及潜力令人赞叹。“拿上海举例,线上数据显示,6月1日复工首日,上海外卖订单量较上周同期增长了76%,其中咖啡涨幅最为明显,上涨了210%。”正大(海南)兴隆咖啡产业开发有限公司生产总监王孟军表示,中国咖啡市场规模以每年超过25%的速度增长,已经成为一个非常成熟的品类。长期来看,中国精致化饮品的需求量将持续走高,企业将坚定地投入中国市场,并根据中国消费者的需求持续对产品进行整体升级。

线上消费是观察中国消费市场的一个重要窗口,今年“6·18”期间,多家电商平台消费数据亮眼,家电等多个消费品类中,中高端产品销售增长强劲。

“随着国内市场的产业链和供应链恢复畅通,中国市场消费升级提质的大趋势不会改变,整体市场会保持回暖的态势。”京东消费及产业发展研究院院长刘晖表示,在提质升级的大趋势下,中高端商品和服务市场会得到更多消费者的青睐,也获得更多的创新空间,取得稳步发展。

助推消费市场复苏增长

近年来,我国消费市场持续快速发展,消

费结构不断优化升级,居民消费从“量的满足”转向“质的飞跃”。受其带动,国内精品消费日渐升温。

在第二届中国国际消费品博览会主论坛——全球消费创新暨免税与旅游零售大会上,中国旅游集团有限公司总经理王海民表示,近两年受疫情影响,全球旅游零售市场有所萎缩,但中国旅游零售市场去年同比增长了38%。去年中国境内个人奢侈品市场超过了4700亿元,同比增长36%,是疫情之前的两倍多。

精品消费“加速跑”,将为消费引擎注入新的动能。在消博会期间举行的“中国消费大趋势——第二届中国消费论坛”上,海南大学经济学院教授李世杰表示,以精品消费为代表的中高端消费市场,将进一步促进消费升级,“消博会以消费精品为主题,全球优质消费品汇集流通,以及国内消费品牌带来的一些新产品、新理念、新模式,将进一步撬动市场需求,释放消费潜力”。

商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文表示,本届消博会将有600多个全球新品首发首秀,充分展现了消费创新的活力,办好消博会将为消费持续恢复提供重要的助力。

谈及消费引擎的未来后劲,消博会展商以及与会嘉宾信心满满。中国(海南)改革发展研究院院长迟福林表示,中国消费是一个大市场,特别是未来5到10年,14亿人的消费结构升级将为中国经济增长提供巨大空间。(本报海口7月27日电)



更多精彩内容
请扫描二维码



7月27日,在消博会上,参展商在展台上进行直播,带领观众“云”观展。 本报记者 赵琛 摄