

销量大涨,有人认为花钱买安全感,也有人认为是“智商税”

“消毒神器”到底有没有用?

本报记者 时斓娜

除菌消毒卡、蓝光雾化消毒枪、空气消毒机……近期,不少商家推出多种号称能“杀菌消毒防疫”的“神器”,令消毒类产品销量大幅上涨。

在一些“消毒神器”的宣传中,“1米范围内,360度覆盖”“纳米级雾化,超远射程,无死角消杀”“紫外线杀菌,臭氧消毒,新冠灭杀率99.99%”……类似神乎其神的描述随处可见。这些消毒产品是确有奇效,还是商家为了宣传而徒搞噱头?对此,记者进行了调查。

小小消毒卡,1米之内全覆盖?

“黑科技高效防护,降低孩子在幼儿园、学校等公共场所交叉感染的概率。”在某电商平台,一款月销量过万的空气消毒卡在商品详情页宣称“戴在身上,1米范围内,360度覆盖,杀菌消毒持久力达两个月”。销售同款空气消毒卡的另一商家则称其为除菌率为99.99%的“空气口罩”。

一些消费者出于给自己或家人增加一重安全保障的心态购买空气消毒卡。而消毒卡的防护效果究竟如何,却难以有直观判断。商品评论中,不少消费者表示“不知道有没有用,图个心理安慰”,更有消费者直言“就当‘智商税’了”。

中国家用电器研究院健康家电检测中心对空气消毒卡进行的一项除菌效果试验显示,每片消毒卡所含的二氧化氯气体发生剂在3克~15克之间,在大多数日常生活环境中,达不到杀菌消毒的有效浓度。3立方米的

阅读提示

近段时间,不少商家推出多种号称能“杀菌消毒防疫”的消毒产品,包括除菌消毒卡、蓝光雾化消毒枪、空气消毒机等,这些“消毒神器”到底有没有用引发关注。

试验舱内,距离空气消毒卡远的地方除菌率仅有9.75%,距离近的地方除菌率也只有12.13%。

由中国科学技术协会、国家卫生健康委等主办的科学辟谣平台此前也发布文章,明确指出“二氧化氯贴片可以在身体周围形成一个‘保护屏障’,辅助拦截病毒感染”为谣言。

蓝光喷雾,双管齐下除病毒?

酒精、84消毒液这些常见的消毒产品,如何发挥出更大的功效?在一些售卖消毒喷雾枪的商家口中,将这些液体放入喷雾枪的水箱后,通过高压空气泵和雾化喷头喷射,便能实现纳米级雾化输出,阻断气溶胶传播路径。不仅如此,多数喷雾枪还增添了蓝光功能,可以辅助“杀菌消毒”。

“这款蓝光消毒枪的前端配备了一个紫外线消毒灯。”据了解,蓝光和紫外线本属不同概念,某些消毒枪的宣传中却故意混淆二者,将紫外线的消毒原理用于宣传蓝光消毒枪。“紫外线灯消毒作用时间需要30多分钟,喷壶上的消毒灯简直就是智商税”“这就是电动喷雾带了蓝色LED灯,要是想省力也能买”……对于蓝光消毒,不少消费者并不买账。

“‘蓝光消毒喷雾’是一种并不靠谱的概

念,指望用这种产品上的蓝光杀灭新冠病毒难以实现。直射还可能对人的眼睛、皮肤等造成伤害,有比较大的安全隐患。”家电行业分析师梁振鹏说。

此外,如果使用消毒枪喷洒酒精,则可能更多一重安全风险。消防人员提醒,此时恰逢冬季,羽绒服、化纤材质等衣物易摩擦产生静电,大面积喷洒雾化后的酒精充分接触氧气,很容易被点燃起火,故选购、使用此类产品均需谨慎。

“空间防护盾”,家电新蓝海?

居家期间,“如何给家中空气杀菌消毒”成了消费者关注的问题。新的消费需求催生了家用消毒电器市场,以空气消毒机为代表的消毒家电日渐走俏。

紫外线消毒、臭氧消毒、光触媒消毒、等离子消毒……在对空气消毒机的产品介绍中,“空间防护盾”“防护无死角”是空气消毒机的宣传亮点所在。面对市场规模持续增长的空气消毒机,有分析认为,这将是家电行业的一片新蓝海。

不过,作为一种新兴产品,家用空气消毒机效果如何尚待市场检验,市面上产品质量良莠不齐。应按照消毒产品进行管理的空气消毒机,许多在上市销售前甚至未经过卫

委审核备案。

面对众多家电品牌纷纷入局消毒电器行业,中国家用电器商业协会秘书长张剑锋表示,尽管短期内这些产品确实能吸引消费者眼球,但若在国家或行业标准尚未明确的前提下夸大宣传,一旦产品达不到所宣传的效果,反倒会给品牌形象带来伤害,家电行业应本着规范有序的理念运行。

居家防疫,需多些科学和理性

在电商平台不少“消毒神器”的问答中,都有消费者有关产品“是否是智商税”的提问。而使用过的消费者对此也是体验迥异,有人认为有用,起码花钱买到了安全感;有人则认为全然无用。面对五花八门的“消毒神器”,如何才能不被收“智商税”?

梁振鹏认为,如果家用消毒电器号称能杀死新冠病毒,消费者可能对宣传的真实性画一个问号,因为病毒本身在不断变异,很难确定某种消毒方式是否一直有效。至于“除菌率达99.99%”等宣传用语,也需要进一步解释说明去除的是哪些种类的细菌,刻意扩大概念可能涉及虚假宣传。

“从商家角度来讲,某一品类的消毒产品要想获得消费者信任,首先要保证产品质量,其次要遵守相关国家标准。另外,在营销层面也要谨慎宣传。如果一定要将消毒效果作为卖点,那么所宣传内容必须以有资质的权威部门出具的检测证明为依据,不能夸大其词,欺骗、误导消费者。”张剑锋说,对消费者而言,居家防疫,也需要多些科学和理性。



2022年12月末M2同比增长11.8%

全年人民币贷款增加21.31万亿元

本报北京1月10日电(记者北梦原)2022年金融数据今天出炉,中国人民银行发布的2022年金融统计数据报告显示,截至2022年12月末,广义货币(M2)余额266.43万亿元,同比增长11.8%,比上年同期高2.8个百分点。

贷款方面,2022年12月末,人民币贷款余额213.99万亿元,同比增长11.1%。2022年全年,人民币贷款增加21.31万亿元,同比多增1.36万亿元。分部门看,住户贷款增加3.83万亿元,其中,短期贷款增加1.08万亿元,中长期贷款增加2.75万亿元。企(事)业单位贷款增加17.09万亿元,其中,短期贷款增加3.03万亿元,中长期贷款增加11.06万亿元,票据融资增加2.96万亿元。非银行业金融机构贷款增加1254亿元。

存款方面,2022年12月末,人民币存款余额258.5万亿元,同比增长11.3%。2022年全年,人民币存款增加26.26万亿元,同比多增6.59万亿元。

同期发布的2022年社会融资规模统计数据报告显示,2022年全年社会融资规模增量累计为32.01万亿元,比上年多6689亿元。其中,对实体经济发放的人民币贷款增加20.91万亿元,同比多增9746亿元。2022年末,社会融资规模存量达344.21万亿元,同比增长9.6%。

我国加快推动住房公积金数字化发展

推进业务流程优化、模式创新

本报北京1月10日电(记者时斓娜)记者今天从住房和城乡建设部获悉,该部印发关于加快住房公积金数字化发展的指导意见,要求将数字技术广泛应用于住房公积金管理服务,推进业务流程优化、模式创新和履职能力提升,更好地服务缴存人和缴存单位,服务住房工作大局,服务国家治理体系和治理能力现代化。

意见要求,到2025年,住房公积金数字化发展新模式基本确立,数据资源体系和平台支撑体系更加健全,数字化管理新机制、服务新模式、监管新局面、安全新防线等初步形成,数字化管理服务能力和水平显著提升,智慧住房公积金发展取得新突破,服务事项“网上办、掌上办、就近办、一次办”更加好办易办,住房公积金事业高质量发展取得明显成效。

意见明确,健全共享利用的数据资源体系。全面加强数据治理,建立健全多主体协同的数据治理机制,提升数据治理水平和管理能力;实现数据高效共享,建立标准统一、动态管理的全国住房公积金政务数据目录;促进数据有序利用,依法采集住房公积金管理服务涉及的相关主体、客体、行为等数据,持续汇聚多源数据。

意见还提出建立数据赋能的数字化管理新机制,构建便捷高效的数字化服务新模式、开协同联动的数字化监管新局面、筑牢稳定可靠的数字化安全新防线等多项要求,加快推动住房公积金实现数字化发展。



开展节前食品安全专项检查

春节将至,近日,北京市朝阳区市场监管局根据节日特点,开展食品安全专项检查工作,特别是加大对年夜饭供餐企业、超市、市场等食品经营单位的监督检查力度,指导企业做好年夜饭供餐准备,落实进销货制度,规范促销广告用语,消除隐患,保障辖区居民能够度过一个安乐祥和的春节假期。

图为1月10日,执法人员在京客隆京客隆店进行执法检查。
本报记者 杨召奎 本报通讯员 郭明 摄

小粉丝走俏海外大市场

1月10日,江西会昌县一家食品企业的工作人员在车间进行烘干工序。

春节临近,会昌米粉产品海外订单量大幅增长,产品远销30个国家及地区。会昌多家米粉厂24小时不停工、不停产,全力保障出口需求。 新华社记者 胡宸欢 摄

吉林省高校休闲康养现代产业学院协作体启动

本报讯(记者柳姗姗 彭冰 通讯员解克兢)近日,吉林省高校休闲康养现代产业学院协作体启动仪式在长春人文学院举行。该协作体将以服务吉林休闲康养产业战略需求为导向,以深化产教融合协同创新为育人机制,整合协作体各方资源,在人才培养、科学研究、技术创新、企业服务、学生就业创业等方面,为产业发展提供人才支持和智力支撑。

现代产业学院协作体建设是吉林省政府重点工作的内容之一。高校休闲康养现代产业学院协作体的成立,是以该省休闲康养产业发展急需为牵引,围绕休闲康养、康复健康、养老服务、中药保健4个方向,以协作体为依托,构建以高校集群和企业集群为两大构成主体的休闲康养产业联盟。



2022年新茶饮市场亮点纷呈

本报讯(记者杨召奎)中国连锁经营协会近日发布《2022年新茶饮研究报告》(以下简称报告)。报告显示,2022年,新茶饮处于行业发展成熟期的上半段;新茶饮在良好的数字化建设的基础上,线上订单的占比显著提升;专业智能设备的研发与应用都有显著突破。

报告结合2021年报告和企业反馈的情况,预判2022年新茶饮的市场份额约1040亿元,同比增长3.7%。在新茶饮这个细分行业,约有48.6万家店,连锁化率达到55%,在中国有两亿人的年轻消费群体。

调研发现,在良好的数字化建设的基础

上,新茶饮2022年线上订单的占比显著提升。一方面受疫情影响,很多店禁止堂食但可以开外卖。另一方面年轻消费群体已养成线上消费的习惯,通过手机APP下单已成常态,有的消费者会在给自己下单的同时给异地好友也点上一杯。

报告还指出,2022年喜茶和奈雪的茶等头部企业在专业智能设备的研发与应用上,都有显著突破。喜茶首批推出3款智能设备,包括智能青提剥皮机、智能水果去核机、智能柠檬捶打机。以智能柠檬捶打机为例,为了将柠檬中的香气更好地挥发出来,基本上都要有捶打步骤。用这个设备只需要10秒,而人工捶打大约需要全力捶打两分钟。奈雪的茶自研的“自动奶茶机”已在全国800余家门店投入使用,该设备最快可用不到10秒的时间制作完成一杯茶饮。

“稳经济、促发展”进行时④

密集组织企业“走出去”开展系列经贸促进活动——

稳客户拓渠道,山东组团出海“拼经济”

本报记者 田国全

“给我们企业带来了一场及时雨!”去年底,由11家企业、15人组成的赴韩国经贸促进团首团飞离山东出海洽谈合作。山东美佳集团有限公司董事、副总裁费守成兴奋地说,已经3年没有跟客户面对面交流了,对我们来说是极为难得的机会。

近段时间,各地“包机出海抢订单”的消息轮番冲上热搜。随着全国疫情防控措施的优化调整,各地“拼经济”的部署紧锣密鼓。山东省商务厅定于2022年12月中旬至2023年1月中旬,分批次组织企业赴日本、韩国、越南、马来西亚、欧盟开展系列经贸促进活动。截至目前,全省已经有400余家企业、近600人报名参团。

山东是开放大省、经济大省、外贸大省。近期,随着国家疫情防控政策不断优化调整,

企业“走出去”见客户、抓订单、寻商机的需求愈加强烈。山东省商务厅在科学研判山东重点贸易投资国别市场形势的基础上,启动“出境开展商务洽谈活动”,帮助企业抢占商机,稳定市场份额。

鲁泰纺织股份有限公司是目前全球高档色织面料生产商和国际一线品牌衬衫制造商。去年8月,感受到海外市场的下行压力,该公司便着手安排营销人员到美国、意大利、日本、韩国、越南等国拜访客户。

公司亚洲区客户营销部经理国成广与助手,带着30件样衣、500个挂样赴韩国、越南,与60多家客户深度沟通,拿回60万米面料(货值1200万元左右)的订单,今年一季度200万米面料(货值4000万元左右)的协议也正在分批签约。

对企业来说,稳定的客户和渠道至关重要。通过“出海”拜访客户,解决客户难题而

收获额外订单的,不只是鲁泰纺织。

韩国是山东七河生物科技股份有限公司2005年率先建立海外基地的国家,七河香菇菌棒在韩国市场占有率很高。负责韩国市场接单业务的客户服务部经理卢雪娇,近段时间密集拜访客户100多家。

每天开车走访,无论是大客户还是小客户,卢雪娇他们都会走进客户的大棚,详细了解菌棒的出菇情况,讲解技术要点,帮客户提升产品质量。对拜访的每一家客户,卢雪娇都会根据客户的大棚结构、制冷设施和所在地气温、湿度情况,给客户推荐更适合出菇的菌棒品种,让客户更有认同感和信任感。

“客户黏度明显增强了,之前每次下单1个柜的客户,因为用七河的菌棒后带来非常可观的收益,主动帮我们向周围农户推荐,这两天一次下单就是3个柜。目前,韩国市场

的订单比2021年同期增加了20%。2022年12月,我们的菌棒几乎处于脱销状态。”卢雪娇说。

近两个月来,已有100余家山东企业随团赴日本、美国、新加坡、阿联酋、尼日利亚等国参展,寻找商机。

“有政府带队,对于我们企业来说就像吃下‘定心丸’。”报名参团的某企业相关负责人告诉记者,组团“出海”可以扩大声势,有助于拓展新客户,政府也会提供更全面、更高效的海外市场信息,这些增值服务会让企业获得“超值”收益。

一系列的“组合拳”让山东成为全国稳外贸的一匹“黑马”。据海关统计,2022年前11个月,山东省外贸进出口达3万亿元,已超2021年全年,比2021年同期增长13.5%。山东省出口、进口增速均高于全国平均水平,进出口总值排名全国第六,出口增速排名第一。