

政策风向标

9部门发文! 中国实施绿色消费推进行动

□新华社记者 谢希瑶 向定杰

挑选家电青睐节能降噪,购买食品偏爱绿色有机,闲置交易持续升温……向“绿”而行的消费新风,正催生新消费、重塑新生活。

1月5日,商务部等9部门发文实施绿色消费推进行动,进一步倡导绿色消费,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式。

推进行动涵盖7方面20条举措,涉及大众吃、穿、住、行、用、游等各领域,包含消费与生产、流通、回收、再利用各环节。

吃——加大绿色农产品供应、发展绿色餐饮。

新年伊始,贵阳云岩区一家惠民生鲜超市内,从基地直采直供的新鲜蔬菜吸引市民纷纷选购。

民以食为天,“吃得绿色”的分量,早已超越舌尖滋味,关乎个人健康,以及从田间到餐桌的可持续发展。

推进行动提出进一步加大绿色农产品供应,鼓励企业扩大绿色食品、有机农产品、名特优新农产品和地理标志农产品等优质商品采购。

减少油烟排放,制止餐饮浪费,推广使用可降解、可重复利用的餐盒、包装袋;鼓励餐饮服务企业和企事业单位食堂引导消费者适量点餐,践行“光盘行动”,推行“小份餐”“小份菜”,按需取食……推进行动引导人们践行一餐一饭间的文明,实现物尽其用、食尽其材。

住——让“绿意”安家,住绿色饭店,享贴心家政。

住宿不只是简单的栖身之所,更是人们亲近自然、践行环保、享受健康的重要载体。

推进行动提出,鼓励购买获得绿色产品认证的绿色智能家电产品、无氟空调等。鼓励选购绿色家装厨卫产品,选用绿色建材,聚焦绿色、智能、适老等方向。

竹牙刷、竹梳子、竹拖鞋……浙江安吉一家特色民宿内,这些竹制品不仅外观雅致,更因其可降解特性,减轻了环境负担。

推进行动提出,培育绿色饭店,推广无毒、节水、可降解清洁剂、客房耗材及布制拖鞋等可降解物品,提供大瓶装或可续充型洗浴用品,不主动提供一次性塑料用品。创新健康睡眠客房等特色服务。

推进行动还提出,创新家政服务模式,推广在线预约、共享家政服务。

行——促进汽车绿色消费、创新绿色共享。

汽车以旧换新政策实施以来,新能源汽车占比近60%。每逢节假日,骑行旅游成新风尚,文旅经济“绿”意盎然。

推进行动提出,做强汽车产业链,挖掘二手车、汽车租赁、汽车改装、汽车共享等“后市场”潜力,探索盘活闲置车辆增收,支持发展房车露营、汽车影院、自驾游等新型消费。

共享经济作为资源配置的新模式,在推动绿色发展中扮演着日益重要的角色。推进行动提出,大力开展绿色租赁服务,创新绿色消费模式,鼓励出行共享、空间共享、物品共享。

在这之中,科技支撑至关重要。推进行动倡导“人工

智能+绿色消费”,创新智慧产品、智慧场景,利用先进技术加强资源配置、智能调度,提升智能化服务水平,推动资源高效利用。

用——推动绿色循环回收、发展二手商品流通。

少些“一次性”,多些“可循环”。此次推进行动还提及,鼓励商品零售经营者通过提供帆布袋、购物筐、购物车服务等方式。鼓励电子商务经营者与快递企业合作,对满足物流配送需求的商品包装,实行电商快件原装直发。

“3个塑料瓶合成一条丝巾”“吃掉旧电池,吐出新电池”……推动绿色循环回收,不仅能为消费者解决“除旧”的后顾之忧,也能有效“变废为宝”。

推进行动明确,推动建设“回收点+中转站+区域分拣中心”三级回收体系;鼓励市场主体提供智能回收箱、预约上门回收等服务,推动建设全国统一的回收服务平台。

在二手商品流通领域,推进行动鼓励设立二手小店、商品寄卖店,发挥闲置物品、二手奢侈品利用价值。

也要看到,绿色消费市场仍有短板。比如,绿色产品标准、认证、标识体系尚不统一,二手交易市场有待规范等。推进行动还提出,推动我国绿色消费领域重点标准与国际接轨,加强标准和合格评定领域交流合作等。

随着各项举措的持续深化,相信绿色消费将更加便捷普及,带动千行百业加速转型升级,让高质量发展的绿色底色更鲜亮。

(新华社北京1月5日电)

“315”在行动

本报讯(廖晨 周文佳)近期,建阳区市场监督管理局针对“厂中厂”无照经营问题,采取多项举措开展治理,目前已摸排相关市场主体100余户次,引导办理营业执照或变更地址10余户。

“厂中厂”无照经营主要表现为租赁厂房无照经营、挂靠经营及异地经营等形式,存在安全生产隐患与社会稳定风险。建阳区市场监管局通过约谈厂房业主与违法建筑房东,宣传法律法规,提升市场主体守法意识。同时,建立市场监管与政府信息共享机制,核查注册地址与实际经营地址不符的企业,督促其办理变更或备案手续。在简化注册流程、降低开办成本方面,建阳区市场监管局还推出相应服务,引导长期无证无照经营者合法经营。

截至目前,建阳区市场监管局已联合属地政府开展联合检查10余次。建阳区市场监管局相关负责人表示,在治理中注重平衡监管与发展,避免简单列入经营异常名录对企业造成过度限制;此外,还将继续通过强化监管、完善制度与优化服务相结合的方式,助力营造良好市场环境。

『厂中厂』无照经营,停!

消费提示

消费指南

中消协提醒:

工业原料甲醛高 手作玩具需警惕

近年来,不少年轻消费者喜欢亲手制作滴胶摆件、流沙麻将等手作玩具。然而,部分消费者反映,使用UV胶、有机玻璃等原料制作时,出现了皮肤发痒、喉咙不适、头晕等症状,这可能与材料中甲醛等有害物质超标有关。为保障消费者健康,中国消费者协会特此提醒手工爱好者注意以下事项。

甲醛危害不容小觑

甲醛是一种有毒且具备挥发性的有机物。短时间接触高浓度甲醛,可引起眼刺痛、咽喉不适、皮肤过敏、咳嗽胸闷等症状。长期或反复接触,可能损伤呼吸系统和神经系统,甚至增加致癌风险。若手作原料甲醛释放超标,且在通风不良环境下操作,使用者易吸入过量甲醛,对儿童、孕妇及敏感人群影响很大。

“跨界”使用隐患多

手作爱好者常用的UV胶、树脂、有机玻璃等材料,多数属于工业用途。其生产标准和允许的有害物质含量,与民用产品不同。若未经安全处理直接用于家庭手作,易造成有害物质在室内释放,危害健康。

这些工业原料通过电商等渠道流入手工消费领域时,包装上可能缺乏完整的使用说明、成分标识和安全警示。在缺乏认知与警示的情况下,消费者在家庭环境中仅凭网络教程操作,又普遍忽视通风、佩戴口罩和手套等基本防护。这导致原本应在专业场所控制的职业暴露风险,被毫无缓冲地转移至家庭环境,构成健康隐患。

操作防护要做好

消费者应尽量选择明确标注为“手工专用”“安全环保”“符合民用标准”的材料,避免购买来历不明、标识不全的工业级原料。使用胶类、树脂等材料时,消费者应佩戴一次性手套、防护口罩,确保操作空间通风良好,有条件者可配备空气净化器。儿童、孕妇及敏感人群应尽量减少接触此类手工材料。

在制作过程中,消费者若出现皮肤红肿、眼鼻不适、头晕恶心等症状,应立即停止使用可能释放有害气体的手工材料,开窗通风,必要时就医检查。此外,购买材料时,消费者应注意索要票据,如因产品质量问题导致身体健康受损,可向有关部门举报或向消协组织投诉。

(来源:中国消费者协会微信公众号)

大衣皮衣人造绒 选购方法各不同

□本报记者 黄靓 文/摄

◀服装选购要看款式,也得学会挑面料。

标签内含有面料信息和洗涤方式

进入冬季,强冷空气来袭,御寒服装迎来销售旺季。然

而,面对标签上“双面呢”“PU皮”“珊瑚绒”等令人眼花缭乱的面料名称,不少消费者不知如何挑选。“双面羊毛大衣摸起来硬邦邦,跟以前买的不一样?”“摇粒绒穿着是保暖,但气温回升有些憋闷。”……

如何看懂面料?记者走访延平城区多家店铺,采访多位专业销售人员,从面料特性、鉴别技巧到保养方法等方面,梳理出冬衣选购指南,帮助消费者选对面料、温暖过冬。

一直以来,皮衣都是冬季穿搭经典单品。然而,“花千元买了仿真皮”“皮衣洗一次就变形”“才穿没多久皮质老化、掉渣”,这类消费“踩坑”问题屡见不鲜。真皮和PU皮(人造皮)的价格差较大,手感和耐用度也天差地别。从事服装销售十多年的罗洁告诉记者,真皮皮衣质感好、保暖性强,但制作成本高,售价多在1500元以上;而PU皮衣价格普遍在500元以下,其优点是耐穿、易打理,脏了用湿抹布擦就行,价格低再换款式也不心疼。可PU皮缺点是透气性差,影响舒适度。学会三招,可快速鉴别真皮皮衣。

首先,观察皮质纹理:真皮表面有自然毛孔;羊皮毛孔呈细密鱼鳞状;牛皮毛孔较粗且分布均匀;PU皮则无毛孔,纹路规整僵硬,无自然纤维感。其次,测试回弹性:用手指用力按压面料,真皮会出现自然皱纹,松开后能快速恢复平整;而PU皮按压后无明显皱纹,或恢复缓慢,手感偏硬。最后,测试吸湿性能:在面料隐蔽处滴一滴水,静置10秒后擦干。真皮会吸收部分水分,擦干后仍有轻微黏湿感;PU皮不吸水,擦干后手感干爽,无潮湿痕迹。

很多消费者因保养方式不当,让皮衣提前“报废”。罗洁指出,皮衣忌水洗、忌暴晒、忌折叠。皮衣下水清洗,会导致纤维黏结变硬;暴晒则会导致皮掉色失光。皮衣无需频繁清洗,日常轻微污渍可用干净棉布蘸水轻轻擦拭。较脏的皮衣建议送专业干洗店,避免自行用清洁剂洗涤,以免损伤皮质。如顽固霉斑可喷皮革专用洗剂,用软毛刷轻刷,擦干后在阴凉处晾干。

一件保养得当的真皮皮衣可穿5至8年,正确存放很重要。悬挂存放时使用宽肩衣架悬挂皮衣,避免用细衣架导致肩部变形,切勿折叠或重压;同时,外罩无色防尘布,防止灰尘沾染。遇上梅雨季节,需定期打开衣柜通风;皮革受潮后,应及时挂在阴凉处晾干,否则容易发霉。此外,可定期用皮革保养剂补充皮质油脂,避免皮衣老化开裂。

德绒、摇粒绒、珊瑚绒、法兰绒、牛奶绒、羊羔绒等面料让消费者眼花缭乱。其实,这些面料来自同一种材质——聚酯纤维。过去背负“廉价、劣质”标签的聚酯纤维,凭借技术革新,实现性能飞跃。部分人造保暖面料,在性价比、保暖性等方面已超越部分天然材料,成为消费者冬季购衣的新趋势。

从事品牌服装导购的陈星介绍说,这两年聚酯纤维被年轻人称为“性价比之选”。聚酯纤维中,产品摇粒绒最具代表性。它的普及过程还颇具传奇色彩。这种面料的御寒性比羊毛和棉制品高,还具有轻巧、强疏水性等优点。由于技术垄断,早期摇粒绒售价高昂,仅能作为高端面料使用。直到1998年,有品牌成功自研摇粒绒并大幅降低生产成本,才让这一优质面料走入大众消费市场。如今,摇粒绒几乎成为年轻人的“冬季必备”。

在健康层面,消费者普遍认为天然面料对皮肤更友好。但陈星认为,即便是纯棉面料,从棉花到纺织品也需经历多道化学加工工序,部分工艺可能涉及数十种化学品。有皮肤敏感的人群同样容易过敏。因此,纠结面料是否天然意义不大,选择符合国家标准的正规产品,穿着舒适才重要。

“冬季保暖最佳方案是取长补短、按需搭配。比如,流行的‘三明治’穿衣法,能通过三层搭配高效锁温。”陈星建议,冬季穿搭可采用“天然+人造”的组合。内层以棉、丝等天然材质作为贴身层穿着,保证吸湿透气等基础舒适性;中层负责锁住热量,需选择蓬松度高的摇粒绒、抓绒衣等单品,通过储存更多空气实现保温;外层重点在于防风防水,羽绒服、皮衣、毛呢大衣都是不错的选择,若带有领口、袖口收口设计,保温效果会更佳。

从追求“天然至上”到注重“按需选择”,冬季面料的选择逻辑正在悄然改变。无论是高性价比的聚酯纤维等人造面料,还是舒适度更佳的天然面料,消费者了解不同面料特性并科学搭配,才能在寒冬中既保有温度,也不失风度。



9部门发文! 中国实施绿色消费推进行动

□新华社记者 谢希瑶 向定杰

挑选家电青睐节能降噪,购买食品偏爱绿色有机,闲置交易持续升温……向“绿”而行的消费新风,正催生新消费、重塑新生活。

1月5日,商务部等9部门发文实施绿色消费推进行动,进一步倡导绿色消费,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式。

推进行动涵盖7方面20条举措,涉及大众吃、穿、住、行、用、游等各领域,包含消费与生产、流通、回收、再利用各环节。

吃——加大绿色农产品供应、发展绿色餐饮。

新年伊始,贵阳云岩区一家惠民生鲜超市内,从基地直采直供的新鲜蔬菜吸引市民纷纷选购。

民以食为天,“吃得绿色”的分量,早已超越舌尖滋味,关乎个人健康,以及从田间到餐桌的可持续发展。

推进行动提出进一步加大绿色农产品供应,鼓励企业扩大绿色食品、有机农产品、名特优新农产品和地理标志农产品等优质商品采购。

减少油烟排放,制止餐饮浪费,推广使用可降解、可重复利用的餐盒、包装袋;鼓励餐饮服务企业和企事业单位食堂引导消费者适量点餐,践行“光盘行动”,推行“小份餐”“小份菜”,按需取食……推进行动引导人们践行一餐一饭间的文明,实现物尽其用、食尽其材。

住——让“绿意”安家,住绿色饭店,享贴心家政。

住宿不只是简单的栖身之所,更是人们亲近自然、践行环保、享受健康的重要载体。

推进行动提出,鼓励购买获得绿色产品认证的绿色智能家电产品、无氟空调等。鼓励选购绿色家装厨卫产品,选用绿色建材,聚焦绿色、智能、适老等方向。

竹牙刷、竹梳子、竹拖鞋……浙江安吉一家特色民宿内,这些竹制品不仅外观雅致,更因其可降解特性,减轻了环境负担。

推进行动提出,培育绿色饭店,推广无毒、节水、可降解清洁剂、客房耗材及布制拖鞋等可降解物品,提供大瓶装或可续充型洗浴用品,不主动提供一次性塑料用品。创新健康睡眠客房等特色服务。

推进行动还提出,创新家政服务模式,推广在线预约、共享家政服务。

行——促进汽车绿色消费、创新绿色共享。

汽车以旧换新政策实施以来,新能源汽车占比近60%。每逢节假日,骑行旅游成新风尚,文旅经济“绿”意盎然。

推进行动提出,做强汽车产业链,挖掘二手车、汽车租赁、汽车改装、汽车共享等“后市场”潜力,探索盘活闲置车辆增收,支持发展房车露营、汽车影院、自驾游等新型消费。

共享经济作为资源配置的新模式,在推动绿色发展中扮演着日益重要的角色。推进行动提出,大力开展绿色租赁服务,创新绿色消费模式,鼓励出行共享、空间共享、物品共享。

在这之中,科技支撑至关重要。推进行动倡导“人工

智能+绿色消费”,创新智慧产品、智慧场景,利用先进技术加强资源配置、智能调度,提升智能化服务水平,推动资源高效利用。

用——推动绿色循环回收、发展二手商品流通。

少些“一次性”,多些“可循环”。此次推进行动还提及,鼓励商品零售经营者通过提供帆布袋、购物筐、购物车服务等方式。鼓励电子商务经营者与快递企业合作,对满足物流配送需求的商品包装,实行电商快件原装直发。

“3个塑料瓶合成一条丝巾”“吃掉旧电池,吐出新电池”……推动绿色循环回收,不仅能为消费者解决“除旧”的后顾之忧,也能有效“变废为宝”。

推进行动明确,推动建设“回收点+中转站+区域分拣中心”三级回收体系;鼓励市场主体提供智能回收箱、预约上门回收等服务,推动建设全国统一的回收服务平台。

在二手商品流通领域,推进行动鼓励设立二手小店、商品寄卖店,发挥闲置物品、二手奢侈品利用价值。

也要看到,绿色消费市场仍有短板。比如,绿色产品标准、认证、标识体系尚不统一,二手交易市场有待规范等。推进行动还提出,推动我国绿色消费领域重点标准与国际接轨,加强标准和合格评定领域交流合作等。

随着各项举措的持续深化,相信绿色消费将更加便捷普及,带动千行百业加速转型升级,让高质量发展的绿色底色更鲜亮。

(新华社北京1月5日电)