

我省九部门联合印发《实施方案》

推进再生资源回收体系建设

本报讯(记者 成燕 孙婷婷)如何畅通消费费更新换代回收渠道,强化资源循环利用,进一步健全完善废旧家电家具等再生资源回收体系?近日,省商务厅等九部门联合印发《河南省推进废旧家电家具等再生资源回收体系建设实施方案(2024—2027年)》。

据了解,按照该《实施方案》部署,河南省力争到2027年每个县(区)改造提升或建成投运1个以上绿色分拣中心,建设一批再生资源回收体系典型市(县),培育一批回收龙头企业,推广一批典型经验模式,全省废旧家电家具回收量比2023年增长30%以上,废旧家电家具规范化回收水平明显提高。《实施方案》围绕完善回收网络、培育回收主体、创新回收模式、规范回收行为和二手流通、强化保障措施五个方面,提出了重点任务。

根据该《实施方案》,全省回收网络规划

布局将更完善。河南各市县(区)将结合当地城乡人口规模、居民社区和公共机构分布,科学布局“社区回收点、街道中转站、县(区)分拣中心”三级回收体系;鼓励大型家电生产、销售、回收、拆解等企业建立社区直营回收网点,延伸回收布局;将废旧家电等再生资源回收网点纳入微信小程序“便民生活圈地图”;有效发挥各级政府“公物仓”作用,对统一回收平台中经维修可继续使用的办公设备、办公家具,通过“公物仓”以置换、调拨等方式循环利用。

未来,多元化、规模化的回收主体将涌现。河南将引导家电生产企业建立逆向物流回收体系,或以委托家电回收、拆解等第三方企业回收等方式,拓展废旧家电回收业务;鼓励商超卖场、电商平台等流通企业与生产企业加强合作,发挥产销衔接、商品集散渠道

优势,促进废旧家电家具回收;指导回收企业与家电家具品牌企业联动,设立废旧家电仓储运货场、家具回收中心仓,提升废旧家电家具回收规模化、集约化水平。

同时,在探索创新回收模式方面,河南将发展“互联网+”回收,支持回收企业综合运用手机APP、移动应用程序等采取“线上预约、线下回收”;鼓励回收企业“延伸触角”,支持信誉好、服务优、规模大的回收企业、环卫企业与社区、街道(乡、镇)建立长效合作机制,向居民区延伸回收网络,逐步实现回收企业直接上门回收废旧家电家具,为居民提供便捷高效的服务;推广“以车代库”流动回收,指导回收企业的流动回收车辆采用“定点、定时”方式进入街道、社区回收废旧家电家具,统一服务规范,实现废旧家电家具即收即走。废旧家电回收后如何规范化和二手

流通?该《实施方案》要求,规范拆解企业生产,提高废旧家电中金属、塑料、玻璃等再生资源循环利用水平,支持废铜、铝等有色金属综合回收体系建设,及时无害化处理废旧家具,降低环境污染风险;鼓励发展“互联网+”二手方式,推动网络交易平台建立健全旧家电及有二手流通价值家具的交易规则,利用大数据分析等手段,跟踪流向,促进二手交易规范畅通。

此外,根据该《实施方案》,河南将整合优化再生资源回收行业相关标准体系;加强对废旧家电家具等再生资源回收体系建设的支持力度;严厉打击违法拆解废旧家电、非法转移或倾倒危险废物等行为,完善信用评价和纠纷处理机制,保障消费者合法权益;倡导规范投放废旧家具等大件垃圾,营造简约适度、绿色低碳的良好氛围。

五部门部署水泥行业节能降碳专项行动

新华社北京6月10日电 国家发展改革委、工业和信息化部、生态环境部、市场监管总局、国家能源局等部门近日发布《水泥行业节能降碳专项行动计划》。

《行动计划》提出,2024年至2025年,通过实施水泥行业节能降碳改造和用能设备更新形成节能量约500万吨标准煤、减排二氧化碳约1300万吨。

《行动计划》还提出,到2030年底,水泥行业产能布局进一步优化,能效标杆水平以上产能占比大幅提升,整体能效达到国际先进水平,用能结构更加优化,行业绿色低碳高质量发展取得显著成效。



6月9日拍摄的常泰长江大桥建设作业现场(无人机照片)。当日,随着主航道桥钢桁梁合龙段焊缝焊接完成,常泰长江大桥顺利合龙。历时5年,这座世界最大跨度斜拉桥实现全线贯通,常泰长江大桥连接江苏省常州、泰州两市,预计明年4月底前具备通车条件。新华社发

今年1至4月我国软件业务收入达3.8万亿元

新华社北京6月10日电 工业和信息化部近日发布数据显示,1至4月,我国软件和信息技术服务业运行态势平稳,软件业务收入3.8万亿元,同比增长11.6%。

值得一提的是,行业利润总额增速明显。1至4月,软件业利润总额4314亿元,同比增长14.3%。1至4月,软件产品收入9127亿元,同比增长8.7%,占全行业收入的比重为24.1%。

在软件业务中,信息技术服务收入较快增长。1至4月,信息技术服务收入24983亿元,同比增长13.2%。其中,云计算、大数据服务共实现收入4107亿元,同比增长14.3%。

金融监管总局:

一季度末商业银行拨备覆盖率为204.54%

新华社北京6月10日电(记者 李延霞)国家金融监督管理总局日前发布的数据显示,今年一季度末,商业银行贷款损失准备余额为6.9万亿元,较上季末增加2698亿元;拨备覆盖率为204.54%,较上季末下降0.6个百分点。商业银行风险抵补能力整体充足。

数据显示,一季度,商业银行累计实现净利润6723亿元,同比增长0.7%。平均资本利润率为9.57%,较上季末上升0.63个百分点。

商业银行流动性水平合理稳健。一季度末,商业银行流动性覆盖率为150.84%,较上季末下降0.76个百分点;净稳定资金比例为125.33%;流动性比例为68.66%,较上季末上升0.78个百分点。

建立碳足迹管理体系 促进绿色低碳转型

——解读《关于建立碳足迹管理体系的实施方案》

近日,生态环境部等十五部门联合印发《关于建立碳足迹管理体系的实施方案》,旨在加快建立我国碳足迹管理体系,促进生产生活方式绿色低碳转型,增进碳足迹工作国际交流互信,助力“双碳”目标实现。

碳足迹通常是指以二氧化碳当量表示的特定对象温室气体排放量和清除量之和,特定对象包括产品、个人、家庭、机构或企业。石油、煤炭等含碳资源消耗越多,二氧化碳排放量越大,碳足迹就越大;反之,碳足迹就小。

生态环境部应对气候变化司负责人介绍,《实施方案》从建立管理体系、构建工作格局、推动规则国际互信、加强能力建设四个方面明确碳足迹工作目标,重点任务更细化、措施手段更聚焦,是今后一个时期我国产品碳足迹管理体系建设的“任务书”和“施工图”。

他表示,紧扣碳达峰碳中和目标任务,《实施方案》分阶段明确碳足迹

管理体系的建设目标——

到2027年,碳足迹管理体系初步建立。制定发布与国际接轨的国家产品碳足迹核算通则标准,制定出台100个左右重点产品碳足迹核算规则标准,产品碳足迹因子数据库初步构建,产品碳足迹标识认证和分级管理制度初步建立,重点产品碳足迹规则国际衔接取得积极进展。

到2030年,碳足迹管理体系更加完善,应用场景更加丰富。制定出台200个左右重点产品碳足迹核算规则标准,覆盖范围广、数据质量高、国际影响力强的产品碳足迹因子数据库基本建成,产品碳足迹标识认证和分级管理制度全面建立,产品碳足迹应用环境持续优化拓展。产品碳足迹核算规则、因子数据库与标识认证制度逐步与国际接轨,实质性参与产品碳足迹国际规则制定。

为建立碳足迹管理体系,《实施方案》提出四方面22条重点工作任务,

包括建立健全碳足迹管理体系、构建多方参与的碳足迹工作格局、推动产品碳足迹规则国际互信、持续加强产品碳足迹能力建设等。

同时,这位负责人介绍,《实施方案》坚持系统观念,按照循序渐进的原则,从产品碳足迹着手,完善国内规则、促进国际衔接,建立统一规范的碳足迹管理体系。

“建立碳足迹管理体系是一项系统工程,需要各方加强协调、形成合力。”这位负责人说。为保障相关工作落地见效,《实施方案》提出加强统筹协调、强化工作落实、加强宣传解读等保障措施。

下一步,生态环境部将切实贯彻落实党中央、国务院关于碳足迹工作的安排部署,会同各部门、各地区全力打造形成共商、共建、共享的工作格局,以试点工作为抓手,统筹推进各项任务落实,确保《实施方案》落地见效。

新华社北京6月9日电

端午粽香 老字号做出新滋味

仲夏始,端午至。老字号氤氲出粽香,飘满神州大地。

浙江嘉兴,五芳斋产业园早早迎来一年中的订单高峰。厂房中,裹粽师傅双手上下翻飞,一个个精巧的鲜肉粽就这样成为端午佳节很多消费者餐桌上不可或缺的滋味。

“五芳斋有36道古法制作工序,裹粽是唯一坚持手工完成的。”五芳斋实业股份有限公司副总经理徐炜说,秉承匠心,是对顾客的负责,更是对文化的传承。

甜粽,是很多北方消费者的偏好。“以枣粽为例,糯米要粒粒精挑细选,每斤红枣要控制在150粒上下,误差不能超过5粒。”北京稻香村副总经理石艳表示,在粽子制作过程中,原料清洗、手工包制、熟制灭菌等所有环节精准控制,才能呈现最佳口感。

记者调研发现,虽然各色口味网红粽子涌现,不少消费者仍习惯于老字号买粽子,寻找儿时记忆的味道。端午前几天,北京稻香村“零号店”,市民胡女士照例光顾。“父母喜欢咸粽,我喜欢甜粽,但甬管咸甜,买粽子就认老字号。有这一口滋味,才是传统佳节!”

老字号代代传承的匠心,和中华民族绵延数千年的文化,就在这各异而又和谐的滋味中交织,沿着时间长河流向未来。

时间向前,市场在变,受众也在变。老字号长盛不衰,靠匠心筑牢基础,更需要守正创新开路。

小红书上,陶陶居官方账号的多样化活动成为亮点,其议题设置别出心裁:“一笔连粽”迷宫、看图作诗等活动益智而兼具文化色彩,吸引了众多年轻人在评论区回复,与官方账号形成深度互动。

陶陶居相关负责人表示,希望打造年轻化的营销场景,营造更“好玩”的陶陶居形象,提升粽子等产品在年轻人中的知名度。

中国数据研究中心调研显示,国内粽子消费人群持续上升,年轻群体成为粽子的消费主力。2024年粽子市场总量增幅将达到8%,市场规模达到103亿元。

小粽子,大市场。记者调研发现,多家老字号今年纷纷出招,让“寻味端午”更精彩——

口味花样翻新。稻香村推出“奶黄软心粽”,诸老大联名遇见小面推出“微辣火锅小长粽”。市场上,荔枝甘露、香菜辣条等独特口味粽子层出不穷,低糖低脂的乌米粽、紫薯粽等备受关注。粽香中,多了时尚与健康。

营销丰富多彩。多家老字号开启线上直播,展示粽子制作工艺;知味观推出“飞龙粽舞”等主题礼盒,让舌尖上的香味萦绕传统文化之美……

科技赋能生产。五芳斋打造真空粽数智化集成工艺示范车间,实现“真空蒸煮灭菌二合一”工艺技术革新,持续提升粽子产品口感和生产效率,相关产业链不断向数字化、智能化、绿色低碳方向升级。

粽子的产销焕新,背后是老字号直面消费新趋势、新场景、新需求,创新技艺、产品与管理模式的行动。

“科技助力、文化加持、完善市场布局……这些都是五芳斋守正创新的方向,也是很多食品老字号在市场突围的秘诀。”徐炜说,“下一步,五芳斋还将通过加强品牌合作、与技术企业合作等举措,吸引年轻受众,光大中华优秀传统文化。”老字号走向未来,也需政策支持。

2024年2月,按照《中华老字号示范创建管理办法》的程序和要求,商务部会同相关部门将382个品牌认定为第三批中华老字号,其中不乏方家铺子、老盛昌等兼具地域特色与知名度的饮食品牌。

商务部新闻发言人何亚东在例行新闻发布会上表示,将通过打造更多沉浸式、体验式消费场景,持续加强中华老字号日常管理,深挖老字号文化底蕴,讲好老字号传承故事等方式,推动老字号守正创新发展。

各地也积极推出相关政策举措:北京印发《进一步促进北京老字号企业发展的行动方案(2023—2025年)》,上海扶持老字号企业成立非遗工作室,四川建立老字号的梯队培育体系……

政策给力,企业发力,众多老字号正在以高质量供给创造更多有效需求,在新时代呈现旺盛生命力。商务部副部长盛秋平表示,将采取切实措施,推动老字号发挥主体作用,守住以人民为中心的“根”,传承优秀传统文化的“魂”,借好先进适用技术的“力”,加快创新发展,拓展更大市场,满足更多需求。新华社北京6月10日电



“在这里 建设美丽乡村 每一笔都是大地的艺术”