

让绿色低碳成为生活时尚

□ 陈曦

6月17日,是第7个全国低碳日。

“低碳行动,保卫蓝天”。面对温室气体排放导致的气候变化——这个全人类共同面对的重大挑战,走绿色低碳之路,是应对气候变化、保卫蓝天的必然选择,必须落到具体的、实实在在的行动中。坐而论道不如起而行之。设置全国低碳日,就有助于引导全民参与节能降耗、共享蓝天白云,让绿色低碳成为一种生活时尚,为中华民族赢得永续发展夯实基础,为我们的地球留下绿色的美丽。

环境就是民生,青山就是美

丽,蓝天也是幸福。良好生态环境是人和社持续发展的基础,生态环境保护是功在当代、利在千秋的事业。习近平总书记就曾多次强调,走向生态文明新时代,建设美丽中国,是实现中华民族伟大复兴的中国梦的重要内容。当前,冰川加快融化,极端气候现象增多……以全球变暖为主要特征的全球气候变化,已经成为了人类面临的最大的环境生态威胁。

人人参与,人人尽力,人人享有。推动形成绿色发展方式和生活方式,是事关经济发展全局的大事。从国家能源消耗,到

大型活动举办,再到我们每个人,也都是绿色低碳行动的一部分。经历了从污染治理到生态保护不断升级的过程,共享单车、新能源汽车已经越来越遍地开花,绿色出行渐成生活新时尚。越来越多人民群众自觉地参与到了环保事业中来,绿色发展逐渐成为民众自觉。

绿色发展蹄疾步稳,夯实中国经济高质量发展根基。发展是党执政兴国的第一要务,是解决我国一切问题的基础和关键。习近平总书记就明确指出:良好生态本身蕴含着无穷的经济价值,能够源源不断创造综合

效益,实现经济社会可持续发展。党的十八大以来,从绿色建筑到海绵城市,从碳排放交易到绿色金融……节能降耗、低碳发展,已经成为了我国经济高质量发展的重要特征。

宇宙只有一个地球,人类共有一个家园。作为负责任大国,中国坚持走绿色低碳发展之路,维护全球气候治理进程。比如,中国已经明确二氧化碳排放2030年左右达到峰值并争取尽早达峰等行动目标。2018年,我国单位GDP碳排放相对2005年下降约45.8%,提前完成了到2020年下降40%—45%的目标。

积极应对气候变化,凸显中国深度参与全球治理、打造人类命运共同体责任担当。

生态保护、绿色革命,是一场大仗、硬仗、苦仗。建设美丽中国,既是近14亿人民的共同心愿,也是我们这一代人的历史责任。追梦中国,必须严守生态保护红线、环境质量底线、资源利用上线,不断推动产业结构从过度依赖资源消耗、环境消耗的中低端向更多依靠技术和服务的中高端提升,实现环境保护与经济发展双赢。当然,近14亿人民群众也应携手行动起来,让绿色低碳成为一种生活时尚。

大白兔等老字号复兴不能只靠“怀旧”

□ 栾立

没有太多准备,“大白兔”等老字号们突然就换上“网红”的身份,重新粉墨登场。一时间,大白兔的香水、润唇膏,冷酸灵的火锅味牙膏、上海家化旗下的六神鸡尾酒等不但成为网上的爆款商品,而且由此引发的行业讨论也不绝于耳。

长期以来,老字号们被诟病品牌老化、创新不足、发展缓慢等问题,网红化无疑让市场看到了老字号们积极的变化,但在这一系列被认为“很溜”的操作之余,也要看到,当下这些更多的是基于老字号IP的跨界营销创新,而真正让老字号焕发第二春而不是老汉撒娇,还需要点真本事。

在这波老字号炒作最具代表性的,莫过于大白兔品牌。从2018年9月,59岁的大白兔和56岁的美加净推出了大白兔奶糖味润唇膏开始,大白兔就“越活越年轻”,近期大白兔不但推出联名款服装;还在六一之前,脑洞大开地上线了大白兔香水、沐浴露、身体乳、香薰等周边产品。作为1959年诞生的国庆“献礼”产品,大白兔奶糖也是新中国第一代糖果的代表,在那个资源匮乏的年代是当时的网红产品,成为老一代人的美好回忆,就算在物质生活相对丰富的80、90后之中,也颇有人气。

但近年来,随着对健康饮食的重视以及休闲食品产品的种类日益繁多,消费者逐步减少传统糖果类食品的摄入,大白兔如今已经不再是零食的第一选择。而这一轮营销,让消费者怀念童年的回忆的同时,也让大白兔找回了当年的风光感,不但润唇膏、香水等产品被抢购,连大白兔和某商家合作的大白兔奶茶店,都直追网红奶茶店,排队一度超过4个小时。

笔者在此前的采访中也了

解到,除了少数品牌,大部分老字号企业虽然在品牌、技艺、传承等方面有独到之处,但面对消费群体年轻化、互联网文化盛行、产品极大丰富等市场变化,反而显得有些“守旧”。新中国成立初期,全国中华老字号企业约有16000家,而如今经过商务部认证的中华老字号企业数为1128家,其中不少老字号企业熬过了战乱和历史上的风风雨雨,却在新消费时代跟不上节奏而掉队。

网红模式的出现无疑是老字号们迎合新消费时代,创新求变的一个积极信号。但也要看到,这些创新大多还是建立在老字号多年历史积累的IP之上,切中了年轻消费群体对“情怀”的追求和童年的回忆,对于改变公众对老字号过时守旧的认知有很大帮助,但未必真正是从当下消费者的基本需求、消费趋势出发,而对老字号主业的发展帮助有限。部分老品牌的网红化甚至被批只做表面功夫反而是一种透支。当然,老字号振兴不走寻常路也并非没有成功案例,故宫博物院就是其中之一。在前院长单霁翔的推动下,故宫博物院从传统的历史博物馆变身成为文化网红而其中的关键之一,就是抓住年轻一代消费群体的需求,用他们喜闻乐见的方式去创新、互动和沟通。

在笔者看来,很多老字号颇对前几代消费者的胃口,而随着消费者的迭代,年轻一代消费的多元化和个性化,让“一招鲜吃遍天”成为过去式。跨界也好,事件营销也好,只是老字号重获关注的手段之一,核心还是应该重新审视市场变化,契合新一代消费者的痛点,推动产品、设计、口味、品牌上的创新,才能真正网红化。

>> 上接04版

在党的十九大报告提出,要实施食品安全战略,让人民吃得放心。为落实这一要求,国务院发布了“十三五”国家食品安全规划,提出餐饮业质量安全提升工程,国务院食品安全办等14个部门联合印发了关于提升餐饮业质量安全水平的意见。党中央、国务院坚持以人民为中心的发展思想,把食品安全工作放在五位一体的总布局和四个全面战略布局当中,统筹谋划。今年的2月份,中共中央办公室、国务院办公厅又印发了地方党政领导干部食品安全责任制规定,落实食品安全党政同责。5月中共中央国务院发布关于深化改革加强食品安全工作的意见,这也是我国第一次以中共中央和国务院的名义对食品安全工作提出具体的要求,国务院食品安全办等23个部门联合发出了开展2019年全国食品安全宣传周活动的通知,将今年全年食品安全宣传周的主题定为尚德守法,食品安全让生活更美好。就是要营造共治共享的良好氛围,保障食品安全,保障人民群众舌尖上的安全。6月13日韩正副总理在出席国务院食品安全委员会办公室主持召开的座谈会上,又一次强调要认真落实四个最严的要求,不断提高人民群众对食品安全工作的满意度,要做好食品安全的监管工作。推进餐饮行业的食品安全工作,在严字当头的同时,也要树立尚德守法、诚实守信的道德标杆,增强企业主体责任意识,激发过质量发展的内升动力,作为全国餐饮行业的国家级社团组织,中国烹饪协会努力引导行业诚信自律,不断推动餐饮业健康可持续发展。

2017年协会首次启动了全国餐饮业质量安全提升工程,通过树立餐饮业质量安全提升工作的典型经验,搭建企业相互学习交流的平台,在全国食品安全宣传周期间进行

展示、宣传和推广,有效的促进餐饮行业可持续发展,受到了社会各界和各界领导的广泛好评。

今年为深入贯彻落实加强食品安全工作,保障“舌尖安全”的系列重要讲话精神,推动餐饮企业落实主体责任,完善餐饮服务的管理方式,创新质量安全保障手段,协会再一次组建了食品安全工作委员会,狠抓食品安全质量提升工作,坚持社会共治,提高企业创建食品安全工作的自觉性,重视企业管理的创新,经过各地协会推荐和企业的申报,先后收到了40多家企业和两个阳光餐饮示范街区的申报材料,涵盖了14个省和直辖市,协会食品安全工作委员会牵头,成立了由行业专家、监管部门、第三方机构以及媒体共同组成的审核组。经过为期3个多月的材料筛查、企业自查、实地考察等各个环节,从企业落实经营主体责任,完善经营管理方式,加强品牌诚信建设等各个维度进行了创建工作的评估,最终23家示范单位和两条示范街区脱颖而出,成就了今年25项研究成果,得以和大家推荐和推广。纵观这25个示范单位的经验,我发现他们既有来自国际的知名品牌,也有伴随我国改革开放成长起来的民营企业。既有来自一二线城市的先进单位,也有出自三四线城市的优秀项目,既有老字号国有企业的管理经验,也有新兴餐厅的案例,25个示范单位涉及的餐饮的酒楼、休闲餐饮、团餐食堂、中央厨房、餐饮街区等多种业态,形成了可学习可复制的多元化样板经验。

民以食为天,食以安为先,安以治为本,治以诚为根。开展餐饮业的质量安全提升行动,涵盖了从农田到餐桌全过程的无缝对接,只有从源头把好关,才能减少风险的传递,最大限度地保证食品安全,餐饮业作为食品全产业链

的终端,可谓责任重大。今天我们举办餐饮业质量安全提升工程的推进会,为的就是紧扣中共中央国务院关于深化改革加强食品安全工作的意见,倡导餐饮全行业要严格执行餐饮服务食品安全操作规范,落实餐饮企业的主体责任,完善餐饮服务的管理方式,创新质量安全保障手段,特别是连锁企业品牌、大型团餐企业更要坚守诚信经营从业之风,着力推进精细化、规范化和科学化的管理。

今年是新中国成立70周年的华诞,中国餐饮产业随着祖国的成长,也实现了突飞猛进的发展,在扩内需、促消费、稳增长、惠民生等方面,发挥着越来越重要的作用。国家统计局6月14日最新发布的数据显示,今年1至5月全国餐饮收入实现了17556亿元,同比增长9.3%,限额以上单位餐饮收入实现3702亿元,同比增长7.1%。今年的5月份全国餐饮收入实现3631亿元同比增长9.4%;限额以上单位餐饮收入755亿元,同比增长7.1%,5月份全国餐饮收入和线上餐饮收入的增速分别比上年同期继续上涨了0.6个、2.6个百分点,1至5月全国餐饮市场的发展速度继续高于社会消费品零售总额增幅1.2个百分点,餐饮收入的增速继续领跑全国社会消费品总额的增长,餐饮业正在以品牌升级、安全先行的态势迈向提质增效的新时代。

我相信通过“餐饮业质量安全提升工程”的创建工作,通过推广示范单位的典型经验,以点带面,引导全行业努力实现诚信经营、守法经营、科学经营,不断的提升餐饮业质量整体水平,一定能够切实保障人民群众“舌尖上的安全”,增强人民群众的获得感、幸福感、安全感,实现我国餐饮产业可持续健康发展,为实现两个目标的理想做出餐饮行业的贡献,谢谢大家!