

市场监管总局拟规定:

不得利用投诉举报牟取不正当利益

本报讯 为适应市场监管新形势新要求、提升投诉举报处理质效、助力优化消费环境和营商环境,市场监管总局修订形成《市场监督管理投诉举报处理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》),向社会公开征求意见。

落实和细化《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》。完善投诉处理流程,对投诉材料、不予受理的告知内容、指定鉴定检测机构、委托调解、调解期限等做

了修改完善;规范投诉举报行为,新增不得利用投诉举报牟取不正当利益等规定。

优化投诉举报管辖规定。新增规定电商平台未公示平台内经营者真实经营地和有效联系方式的,平台内经营者实际经营地市场监管部门可以将投诉移交平台住所地市场监管部门处理;删除具体的举报管辖权和管辖权争议解决,与市场监管行政处罚程序更好衔接。

提高投诉举报处理效能。新增投诉的

回访问效要求、市场监管部门的告知方式、重复举报的处理方式、消费投诉信息公示内容等,提高人民群众消费维权获得感和基层处理投诉举报的可操作性,推动消费环境源头治理。

明确生活消费需要的判断情形。从消费和投诉的行为特征等方面,新增规定生活消费需要的判断情形,并授权省级和地市级市场监管部门细化,以回归消费者投诉和行政调解制度本源,更好保障消费者维权资源。

统一各类渠道处理流程。新增规定通过12345热线、信访等渠道转来的市场监管领域投诉举报,统一按照《办法》规定的程序、时限、标准等要求办理。

市场监管总局将根据社会公开征求意见反馈情况完善《办法》内容,尽快出台实施,进一步构建统一权威、科学高效的市场监管投诉举报处理体系,更好服务经济社会高质量发展和保障人民群众高品质生活。
(中新)

国家电网用电负荷连续三天创历史新高

本报讯 本周以来,受大范围高温高湿天气影响,全网用电水平持续攀升,8月4日—6日,国家电网公司经营区用电负荷连续三天创历史新高,最大负荷达12.33亿千瓦,较去年11.80亿千瓦的极值增长5300万千瓦。

入夏以来,全国用电负荷4次创新高,国家电网用电负荷5次创新高,华北、华东、华中、东北、西北、西南等6个区域电网负荷16次创新高,天津、冀北、河北、山东、江苏、浙江、安徽、福建、湖北、河南、湖南、江西、辽宁、蒙东、陕西、四川、重庆等17个省级电网负荷50次创新高。
(央视)

“夜宵顶流”小龙虾的行业之变

从“大火”到降温

业内人士指出,小龙虾的走红可以追溯到10年前。彼时,一二线城市大量以小龙虾为主题的餐饮和外卖兴起,资本也纷纷入局抢占市场。2015年—2017年,卷福小龙虾、“麻辣诱惑”旗下的“热辣生活”和“麻小外卖”,信良记等多个小龙虾品牌获得数千万元融资。

天眼查数据显示,以名称或经营范围包括“小龙虾”的相关企业为维度统计,我国现有16852家小龙虾企业。从增长情况来看,2015年开始,小龙虾企业每年新增数量达到1000家以上,2018年新增数量最多,为5419家。这一年,世界杯的举办进一步推动夜宵经济,小龙虾被推上“夜宵顶流”位置。

上市公司也加入战局,速冻上市公司安井食品先后通过收购控股主营小龙虾业务的新宏业、新柳伍两家公司。水产上市公司国联水产也曾为抓住市场机遇,解决小龙虾季节性问题,计划投资超6亿元建设国联(益阳)食品有限公司水产品深加工扩建项目,项目达产后将新增年产能1.53万吨小龙虾和2.97万吨鱼类深加工产品。

不过该项目在2025年4月被叫停。国联水产称,项目筹建之初,正值小龙虾热度不断攀升,产业出现爆发式增长,消费市场持续升温之际。但近年来市场需求发生变化,小龙虾热度减退,价格持续下跌,加之预制菜市场繁荣度减退。公司现有生产线产能负荷率仍有较大提升空间,因此终止该项目。

而在餐饮端,据餐饮大数据机构“辰智数据”2025年6月发布的数据,近几年,整体小龙虾门店体量呈现波动性下滑趋势,特别是2024年下半年开始,小龙虾专营店门店跌破5万,2025第一季度持续下滑至4.2万家左右。

打破季节限制

小龙虾真的不火了吗?“不是不火了,而是进入一个更成熟、更细分的阶段”,中国水产流通与加工协会小龙虾产业分会秘书长蔡俊指出,当下小龙虾更多处于一种调整期,以前靠规模扩张,现在靠精细化运营。比如终端餐饮打价格战,靠小规格虾降低成本;加工端靠清水虾(整只冷冻的小龙虾)抢占外卖市场;养殖端根据行情调整大小规格比例。综合来看,当前小龙虾的产量、销量依然很高。

结合全国水产技术推广总站、中国水产学会每年披露的《中国小龙虾产业发展报告》可知,在产量上,小龙虾产业仍然保持连年增长态势。2024年,我国小龙虾养殖规模达3050万亩,同比增长3.39%;面积产量达345万吨,同比增长9.07%。养殖省份数量也从2017年的19个扩张到2024年的27个。

有水产采购员向记者透露,小龙虾让人感觉没有那么热了,是因为供应量上来了,不再是只能5—8月吃到。得益于水花苗等苗种培育和技术进步,鲜活小龙虾的供给已经从以往的夏季有虾变为四季有虾。

过去由于季节性特征,小龙虾专营店会有周期性的旺季开店、淡季闭店,单一品类难以支撑餐企全年经营。而从目前餐饮企业动作来看,“小龙虾+”逐渐成为品类融合、打破季节限制的方法之一。有很多小龙虾品牌门店将小龙虾搭配川菜、江湖菜,让这些满足夜宵和聚会需求的品类融合到一起。另外,中式正餐、小吃快餐、火锅等赛道也均有不少品牌将小龙虾加入菜单。从最初的“麻小”(麻辣小龙虾),到肯德基的小龙虾汉堡、必胜客的小龙虾比萨、船歌鱼水饺的麻辣小龙虾水饺等,亮相方式更加多元,小龙虾品牌也面临更为激烈的多方竞争。

从资本涌入的爆发式增长,到市场热度的理性回归,“夜宵顶流”小龙虾刚刚体验一个完整周期的变化。在此过程中,苗种与养殖技术的突破,让四季吃虾成为可能;预制菜与调味料的崛起,让消费场景更加多元;电商和外卖的发展,让加工端竞争升级。企业正从抢风口转向练内功的优化调整阶段。

这场横跨养殖、加工、餐饮等全链条的产业调整,既是一场企业洗牌的“淘汰赛”,也是一场推动产业向高质量发展转型的“升级战”。



小龙虾(CFP供图)



7月5日,湖南长沙,宁乡炭河古城举行暑期超级钓虾宴,将一吨鲜活小龙虾分批投入冰水池让游客垂钓,并将龙虾烹饪成各种回味的美食,与游客一同分享当地特色的龙虾宴。图为各种美味小龙虾被端上桌。
(中新)

入局预制菜

近年来,以调味小龙虾、调味龙虾尾等形式出现的小龙虾预制菜,已改写小龙虾加工行业格局。

国家虾蟹产业技术体系岗位科学家人、合肥工业大学教授陆剑锋介绍,小龙虾加工产品主要分四类:首先是速冻品,如冷冻虾仁、虾尾、整虾等未经调味产品,占比在65%到70%之间。其次是预制菜,原先占比不足10%,但在短短几年内已升至25%左右。另外分别是即食小龙虾等休闲食品、从小龙虾提取虾青素等成分的精深加工品,二者占比不到5%。

陆剑锋认为,预制菜的快速增长,

一方面在于疫情期间,居家烹饪场景变多,消费者对预制加工品的需求显著提升。调味小龙虾味道较重,满足了消费者寻求家常菜以外滋味的想法。冷冻储存方便、烹饪时加热就能吃的特性,令其需求量不断走高。另一方面在于电商和物流的快速发展,打通产销“最后一公里”,为小龙虾加工品打开更大市场空间。

有小龙虾从业者向记者表示,其所在线上的调味小龙虾线上销售当时较以往提速2倍多,甚至出现爆单。直播、物流、仓储、售后等环节都面临前所未有的考验。预制菜的出现也推动从业者

品牌意识进一步上升,“原先大家熟知的是潜江小龙虾、盱眙小龙虾等区域品牌,或者餐饮品牌,现在很多上游企业也有机会在终端打出自己的品牌”。

多方入局下,小龙虾预制菜在单一电商平台的销量已到达千万级别,阿里巴巴(中国)网络科技有限公司淘宝买菜农场直发、华中区域生鲜负责人郭梁曾在小龙虾产业大会上指出,小龙虾产业潜力巨大,2024年,预制菜—小龙虾品类在淘系平台全年GMV(商品交易总额)达到3500万元,其中,天猫贡献1900万元,淘宝实现1600万元。

标准化仍待加强

等,越发重视小龙虾“标准化”建设。2023年,北京烹饪协会发布《簋街麻辣小龙虾烹饪技术规范》团体标准(简称“团体标准”)。作为华北地区首个针对麻辣小龙虾烹饪技术的团体标准,其中涵盖小龙虾的挑选、清洗加工、制作技艺等多个环节,并明确列出制作麻辣小龙虾的辅料种类和数量,同时对麻辣小龙虾出品的色泽、口味、质感都提出要求。团体标准旨在提高麻辣小龙虾产品品质,提高簋街餐饮美食街区品牌的知名度和美誉度,进一步提升北京餐饮业的服务质量。

2025年6月,安井食品在投资者关系活动记录中表示,2025年,小龙虾市场呈现“总量增长、结构优化”的特点,行业将从粗放扩张转向高质量竞争。尽管小龙虾行业在过去一两年经历了低谷期,但目前已出现积极迹象。价格短期波动的确会带来行业阵痛,但这正是小龙虾从“网红经济”迈向“大众经济”的过程。通过市场调节,小龙虾从“高端消费”成为“日常饮食”,也有望迎来更广阔的消费基础。行业洗牌正在加速,行业集中度在提升,技术创新和品牌运营能力将成为制胜关键。
(中新)

近年来,小龙虾从业者越发认识到供应链的重要性,完善的供应链体系,能够确保小龙虾的稳定供应,直接关系小龙虾品牌的产品质量、成本控制和市场响应速度,有助于降低市场风险,提高产品质量和消费者满意度。比如江西虾谷协助江西永修县打通从养殖到加工到物流到餐饮的产业链各环节,自主研发的“虾价指数”系统,与全国2000余家采购商实时互动,带动虾农亩均增收3000元,通过“基地直采+冷链配送”模式,鲜活虾损耗率降至5%以下。

近年来,包括行业协会、餐饮企业

7月全球制造业继续弱势运行

本报讯 中国物流与采购联合会6月发布数据显示,7月份,全球制造业采购经理指数(PMI)为49.3%,较上月下降0.2个百分点,结束连续两个月环比上升走势。

7月份,全球制造业PMI较上月小幅下降,连续5个月运行在50%以下,意味着全球制造业继续弱势运行,且恢复力度较上月稍有减弱。分区域看,7月份,美洲制造业PMI为48%,较上月下降0.6个百分点,连续5个月低于49%,显示美洲制造业保持在收缩区间,且恢复力度较上月有所减弱。欧洲制造业PMI为49.1%,较上月上升0.3个百分点,连续7个月小幅上升,意味着欧洲制造业延续缓慢恢复态势,且恢复力度较上月有小幅提升。

7月份,非洲制造业PMI为51.1%,较上月上升1.4个百分点,连续两个月环比上升。亚洲制造业PMI为50.5%,较上月小幅下降0.2个百分点,连续3个月在50%以上。

展望后市,全球经济恢复仍面临较大的下行压力,地缘政治冲突扰动仍然存在,全球市场有效需求不足态势没有改变。世界银行发布的最新《全球经济展望》报告认为,2025年全球贸易增速,预计将从2024年的3.4%放缓至1.8%。专家表示,各国需通过不断沟通和协商,继续探寻新的合作模式和贸易规则,逐步减少不确定性影响,增强本国乃至全球经济恢复韧性。
(中新)

理想、中国汽研就“卡车碰撞测试”致歉

称品牌关联风险预估不足

被意外卷入舆情争议,我们对相关内容的传播可能引发的品牌关联风险预估不足,导致东风柳汽乘龙品牌无端陷入负面舆情,对其品牌形象造成损害,带来不良影响,同时也让长期支持和使用东风柳汽产品的卡友及相关公众造成了误解,理想汽车在此表示诚挚的歉意。”理想方面致歉称。

理想汽车再次强调,本次测试目的是验证和提升理想18的被动安全性能,并不针对任何其他品牌车辆的安全和质量性能。

“对于测试过程导致东风柳汽乘龙品牌

托执行机构,中国汽研在本次测试中,未能及时、清晰地向公众阐明东风柳汽乘龙二手车辆仅作为符合特定标准要求的‘移动壁障车’使用,测试本身并非、也不构成对其产品安全和质量性能的评价,导致关键信息缺失与公众误解。在流程管控上,未充分判别并规避因信息发布不完整可能带来的潜在风险,中国汽研对此表示抱歉。”

中国汽研表示,“作为本次测试的委

与此同时,三方还发出联合倡议称要“严守自律底线,共塑良性竞合”。三方呼吁汽车行业严格自律,在产品研发、测试验证及宣传推广中,恪守诚信原则与商业道德,杜绝诸如贬损对比等任何形式的不当竞争行为。检测认证机构应坚守专业准则,确保测试流程科学严谨,信息发布真实、准确、完整,共同维护风清气正的市场秩序。
(澎湃)