

“两新”资金加快下达 增量政策将适时推出

《经济参考报》记者从 20 日举行的国家发展改革委新闻发布会上获悉,国家发展改革委将会同财政部尽快完成 2024 年消费品以旧换新资金清算,下达后续资金额度;将深入研究“两新”领域增量和储备政策,适时按程序报批后推出。

“两新”即大规模设备更新和消费品以旧换新。国家发展改革委政策研究室副主任、委新闻发言人李超介绍,今年以来,国家发展改革委会同各地方各部门,用足用好超长期特别国债资金,推动“两新”加力扩围政策加快落地、持续显效,成为扩消费、稳投资、促转型、惠民生的重要引擎。

在增强消费活力方面,4 月,限额以上单位家电、文化办公用品、家具、

通讯器材零售额同比分别增长 38.8%、33.5%、26.9%、19.9%,装修旺季叠加换新补贴,带动建筑及装潢材料类零售额增长 9.7%,仅此 5 项就拉动社会消费品零售总额增长 1.4 个百分点。截至 5 月 5 日,汽车、家电、数码产品、家装厨卫、电动自行车等五大类产品带动销售额约 8300 亿元。

在拉动投资增长方面,1 至 4 月,设备工器具购置投资同比增长 18.2%,对全部投资增长的贡献率为 64.5%。与“两新”密切相关的计算机及办公设备制造业、消费品制造业、装备制造业、制造业技改、原材料制造业投资分别增长 28.9%、13.4%、8.2%、5.1%、2.7%。

在推动转型升级方面,李超表示,随

着绿色、智能、高品质产品消费需求持续释放,设备更新推动企业生产效率持续提升,相关行业生产和效益同步向好。4 月份,规模以上高技术制造业增加值、数字产品制造业增加值均同比增长 10.0%;充电桩、新能源汽车、电动自行车、平板电脑等产品增速分别为 43.1%、38.9%、35.9%、11.7%;新能源乘用车零售量 90.5 万辆,增长 33.9%;新能源车零售渗透率达到 51.5%,同比提升 7 个百分点。

消费品以旧换新活动也有效满足了居民对高品质生活的需求。截至 5 月 5 日,全国汽车以旧换新补贴申请量突破 300 万份,消费者购买 12 类家电以旧换新产品超过 5500 万台,手机等数码产品购新超过 4100 万件,超过 12 亿人次以更加优惠的价

格购买了心仪的产品。

李超表示,下一步,国家发展改革委还将继续做好以下几方面工作:一是加快资金下达,会同财政部尽快完成 2024 年消费品以旧换新资金清算,下达后续资金额度。二是提高资金使用效率,建立超长期特别国债资金直达快享机制,抓紧推出加力实施设备更新贷款贴息政策,降低各类经营主体设备更新融资成本;推动有关部门进一步简化补贴申领流程,明确审核兑付时限,落实资金预拨制度,提升消费者体验,缓解经营主体垫资压力。三是强化政策储备,及时跟踪评估各项工作进展,深入研究“两新”领域增量和储备政策,适时按程序报批后推出。

来源:经济参考报

随着大众健康意识的增强,近年来餐饮界刮起了一股“万物皆可配中药”的养生风潮。传统中药材大胆跨界,成为奶茶、咖啡、面包、冰淇淋里的新宠,在线上线下“圈粉”了大批年轻消费者,更在社交媒体上掀起了“打卡”热潮。

中药餐饮火热“出圈”的同时,如何平衡好传统与创新、兼顾专业性和适配度,从一时的“网红”现象转变为可持续发展的“长红”产业,仍然需要一些“冷思考”。

中药餐饮“圈粉”年轻人

从阿胶奶茶、罗汉果拿铁等饮品,到茯苓桂花糕、枸杞原浆面包等糕点,再到当



药食同源安全保障需多方发力

受访专家认为,“中药+餐饮”的兴起,为健康养生市场带来了新活力,但目前仍缺乏针对性强的行业管理办法,以及明确的质量控制体系和评价标准,导致消费者很难判断产品的实际作用和安全性。

范丽丽说,《中华人民共和国药典》未对药食同源物质食用安全性进行详细要求,而现行食品安全性标准对其功能性和特征性要求较少,仍需深入考虑“药”与“食”两方面标准的融合与协调问题。

近年来,全国多地陆续推出一些具体举措加以规范和引导。比如,2024 年,《广西地方特色食品中使用的中药材品种目录》将牛大力、金花茶叶、五指毛桃等 10 个品种作为第一批发布,并对适用人群、可食用部分等信息予以明确。

“这一目录为相关企业和市场监管提供了重要参考。”广西药学会药食同源中药专业委员会副主任委员黄云峰说,广西民间药食同源物质丰富,具有地方和民族特色,但因缺乏预包装食品生产所需的合法身份,各类药食同源产品开发鱼龙混杂,亟需更科学、更明晰的规范与引导。

受访人士呼吁,有关部门应完善标准、加强监管,企业应诚信经营、创新发展,共同推动行业健康规范发展。

在产品管理方面,应健全行业标准,对药材来源、加工工艺、成品检测等方面作出规定,并对原料搭配目录、配比标准等严格把关,明确适宜食用方法、每日建议用量以及特殊人群禁忌事项等,从源头上规避潜在风险。在产品包装和说明书上,生产者应清晰地标注成分、功效以及可能存在的不良反应等信息。

在具体监管层面,因药食同源产品涉及多部门监管,各部门应探索细化监管方式方法,明确原料审批、生产加工、流通销售等环节的责任主体与监管标准,形成监管合力,避免因职能交叉或空白出现监管盲区。

“没有一款药食同源产品可以人人适用,也不能代替药物治疗疾病。”江涛说,以药食同源为基础的食养具有一定门槛,生产者和食用者均需具备一定的中医药专业素养。食用者需了解自身体质和健康状况,企业商家在研发新产品时,应充分挖掘和弘扬中医药文化中的智慧,不能只注重营销噱头,切实考虑消费者的健康需求,让中药餐饮真正惠及大众。

来源:经济参考报

“中药配万物”:真养生还是假营销?

归牛肉、黄精烧青笋等药膳……近年来,中药餐饮成为消费市场的宠儿,在年轻群体中风靡起来。

在广西中医药大学第一附属医院职工食堂内,中药奶茶、咖啡等吸引了不少市民前来尝鲜。随着气温升高,主打清热祛暑的清荷悠夏奶茶,成为最受欢迎的产品之一。

“医院以‘药食同源’为核心理念,将传统中药与现代茶饮相结合,并根据季节特点调制不同的产品。”该医院营养科主任江涛说,这些茶饮经过多次试制,以牛奶为底料,加入合理配比的中药材,还特别兼顾了口感。

除医疗机构外,众多中药茶饮养生品牌如雨后春笋般涌现。记者在南宁市一家饮品店看到,菜单上有中药奶茶、茶饮、柠檬茶等饮品 20 多款,不少饮品标注“已售罄”。

“这些茶饮的配方均由本地一家中医院治未病中心监制,并依据季节变化、人体需求和药材特性进行调配。”该饮品店经理韦春说,半个月店铺销量就稳超千杯,目前已在筹备开设分店。

不仅在茶饮界,这股“中药风”还吹向了餐饮业。面包、药膳、冰淇淋……“中药+”产品层出不穷,一些城市还兴起药膳餐厅等新模式,在用餐前提供中医把脉服务成为不少餐厅的标配。在电商平台上,瓶装的熬夜水、素颜水以及便携茶包、即食膏方等预包装食品也销售火爆。

这股“万物皆可配中药”的风潮,折射出年轻群体对中式养生理念的接纳度显著提升。《2024 新健康消费生活趋势报告》显示,“90 后”人群是“轻健康管理”的主力军。

2023 年,由国家统计局等发起的《中国美好生活大调查》显示,在 18 岁至 35 岁的年轻人消费榜单排名中,保健养生位列第三位。广西中医药大学药学院教授范丽丽认为,一方面,药食同源、中医治未病、全民大健康理念日益深入人心,为养生消费注入了强劲动能;另一方面,近年来从国家到地方相继出台了一系列扶持政策,让传统中医药文化加快融入现代生活场景,助力我国大健康产业发展。

借中药疗效炒高产品价格?

在中药餐饮持续走俏的同时,也有质疑声传来:中药能随便添加到食品当中吗?是否适合所有人食用?真有养生效果还是营销噱头?

“药膳所用药材必须是国家公布的按照传统既是食物又是中药材物质目录中的物质,即药食同源物质,需遵循中医药理论配伍。”江涛说,若使用超过范围的药材,需找专业医生进行辨证用药,且不能对外销售。

国家卫健委 2021 年印发《按照传统既是食品又是中药材的物质目录管理规定》,明确了纳入食药物质目录的物质应当符合的要求及条件。目前,已公布的药食同源物质共有 106 种。

现实中,一些商家为了增加所售食品的“功效”而大胆“尝新”,违规添加药食同源目录以外的中药材,或是贪图方便,直接添加炮制加工过的中药饮片等药品物质,如阿胶膏、西洋参片等,不仅无法达到养生效果,更难以保证其安全性。

2024 年,广西横州市市场监督管理局披露,当地两家凉茶店为提高所谓的独家

疗效,往凉茶里添加非药食同源物质。其中一家在特效止咳茶、四季感冒茶和口腔溃疡茶中加入中药饮片麻黄,另一家则将药品氨咖黄敏胶囊添加到特效感冒茶、特效口腔茶和特效消淋茶中。

然而,市面上的一些中药食品并非人人适用。一些消费者盲目追求滋补和疗效,幻想仅靠添加了几味中药材的食品饮品,就能实现“药到病除”。部分商家瞄准这一点,以添加了中药材为噱头,借机炒高产品价格。

“中医食养食疗多以药膳为载体,但并非在膳食中简单添加药食同源物质就能发挥功效,每一味中药的偏性和适用人群各有不同。”范丽丽说,药食同源物质相比其他中药材具有长期食用的安全性,但有些人在食用时忽略了不同中药之间或中药与食材的配伍禁忌、食用剂量、食用方法等,导致效果大打折扣,甚至适得其反。

还有一些商家为了追求“功效全面”,将多种中药材随意组合,动辄宣称“十全大补”“二十四味贵料”,却并未标注适用人群、禁忌等信息。记者在电商平台看到,某款名为“十全大补汤包”的产品,包含人参、黄芪、川芎等 10 多种中药材,号称“一包解决亚健康问题”;还有标榜“博士团队研发”的元气茶,声称“心肝脾肺肾全都能补”。

违法宣传疗效或虚假宣传,是药食同源产品在餐饮行业中常见的违法行为。业内人士透露,一些商家为追求卖点效果,宣传产品时常与健康、养生等用词挂钩,或以中药材疗效作为噱头,过度放大其药用价值,但实际上缺乏科学依据,甚至可能出现药性冲突,容易误导消费者。