

年销超300亿片 近七成洋品牌

国产纸尿裤为何“兜”不住中国宝宝

纸尿裤是新手妈妈的一道难题，买什么，怎么买，存在大量盲区与误读。

数据显示，我国每年纸尿裤销量超300亿片，国产品牌仅占三成。如何在纷繁市场中挑选纸尿裤？为何国产品牌“兜”不住中国宝宝的小屁股？新华社记者近日对纸尿裤市场进行调查。

小小一片纸尿裤，多少谜团在其中？

一片纸尿裤能够引起婆媳之争，这并不夸张。家住长春市二道区的靳女士就为此烦恼。从日本品牌到德国研发，进口超市到电商海淘，攻略做了十几页，宝宝还是出现“红屁股”。婆婆则认为不勤俭持家，甚至担心纸尿裤用久了会出现“罗圈腿”。

纸尿裤的争议几乎出现在每个婴幼儿家庭。“既有理念差异，也有市场混乱带来的误导。”中国造纸协会生活用纸专业委员会秘书长江曼霞说，在欧洲、日本等地，纸尿裤使用已40

余年，经过科学论证和理念普及。而我国观念尚未形成，加上收入、环境的不同，会出现认知差异。

我国一二线城市约七成婴幼儿佩戴纸尿裤，三四线城市、农村等地比例更低。而婴幼儿纸尿裤年消费量达349亿片，有2000余个品牌。不少品牌在标识、产地、说明上也很难区分。

一些广告容易给消费者带来选择障碍。“比如，个别厂商会将水倒进纸尿裤直观判断好坏。然而，纸尿裤并非只有吸水一个指标。”江曼霞说。

同时，纸尿裤行业入门门槛较低，不少小散乱企业混迹其中。“投个几十万元就能做，还有一些微商直接和工厂对接。”一位纸尿裤行业从业者说。

江曼霞说，我国很早就建立起纸尿裤国家标准体系，也对企业生产、行业秩序严格抽查、暗访。但大品牌规范易，小作坊把控难。“大量小散乱企业，增加了监管的难度。”

纸尿裤也是“外来和尚会念经”？

调查显示，本土品牌仅占纸尿裤市场份额33%，近七成为洋品牌。仅宝洁一个品牌就拥有28%的份额，排名第一的本土品牌恒安占比不足10%。刚刚过去的“双11”，花王、尤妮佳等国外品牌纸尿裤位居海淘前列。

长春一名二孩妈妈说，大女儿出生时她选日本产纸尿裤，小儿子出生时则是欧洲产纸尿裤。近几年，她在海淘纸尿裤上花费2万多元。

“只要能承受，优先考虑国外品牌，总觉得更放心。”云南昆明10个月男婴妈妈杨林芬说。

国产纸尿裤和国外品牌究竟有什么差别？中国产业用纺织品协会副会长郑俊林认为，在材料、设计、工艺等多个方面，我国与国外并无太大差别，市场上叫得响的国外品牌也都在中国拥有制造基地。“很多国际品牌材料供应商是国内企业。”他说。

不过，在制造设备、工业体

系和抗菌抑菌功效上，我国产品与日本、欧洲等还存在差距。“我们的稳定性还达不到花王的水准。这说明制造的管理体系、工艺体系集合水平有待提高。”江曼霞说，国内企业以中小企业居多，研发投入有限，品牌建设、市场培育意识有待加强。

百亿量级市场 国产品牌如何发力？

数据显示，目前我国婴幼儿纸尿裤人均消费量仅是日本的三成，预计2017年市场规模将超400亿元。随着二孩时代来临，未来5年消费量将保持超过10%的年均增长率。面对百亿量级的市场，国产品牌如何发力？行业秩序如何规范？

核心还是要把产品做好，提高附加值。“欧洲、日本迎来老龄化社会，本土需求下降，纷纷瞄准中国市场，推出高端、差异化产品。”江曼霞说，抓住消费升级，提高产品品质，向中高端领域扩容，是国产品牌发展趋势。

国产纸尿裤品牌恒安研发总

经理王添辉告诉记者，恒安研发超薄吸收性材料和生产机台，可让纸尿裤更加吸水透气，并且将生产效率和质量大幅提高。目前正在建设大数据中心，根据用户需求进行差异化供给。

昱升、爹地宝贝、倍舒特等多个国产品牌也在布局个性生产，根据宝宝性别、年龄、地区等提供更精准的供给。此外，多个厂商瞄准可降解、天然等更加环保的材料，在安全上“做文章”。

发挥整合优势，形成合力也是途径之一。郑俊林说，中国产业用纺织品协会已将婴幼儿纸尿裤列为“十三五”行业重点发展领域，鼓励大企业、材料企业进行产业链整合，引导中小企业进行科技创新资源合作，并进行理念、使用方法等市场宣传。

加强行业监管，保障消费者权益是底线。“一方面，要推进多样化的销售渠道和方式，满足消费者需求，另一方面，更要对生产、渠道，特别是电商渠道进行监管，净化市场环境。”江曼霞说。

据新华社

张家界：村里来了精准扶贫艺术团

“骗国家的钱，讲出去了，让人家笑话！”台上的女孩一口张家界方言，语音刚落，台下的村民中就响起了喝彩声。冬季的山区寒意逼人，村里的百姓却携老扶幼赶来，戏台前人头攒动、掌声笑声不绝，一派热火景象……

这里是张家界永定区尹家溪镇马儿山村，张家界阳戏艺术团在永定区脱贫攻坚指挥部的指导与合作下，排演了“戏曲进万村”精准扶贫巡回演出，马儿山村是第54场。张家界阳戏，是国家级非物质文化遗产，也是当地老百姓最喜爱的艺术形式之一。

舞台上正演一幕叫《装穷》的小品，讲的是王德昌夫妻为了骗得精准扶贫款，在扶贫干部来时，故意穿上了破烂衣裤，却恰逢儿子带着女朋友回家见父母。女孩发现男方父母装穷，这才说出了“骗国家的钱，讲出去了，让人家笑话”这样的话。

“我们虽然穷，但要穷得有志气……应该用自己的双手，在扶贫干部的帮助下早日摘掉贫困的帽子！”女孩说完，台下的村民们再次鼓起掌来。

几个歌舞、戏剧节目后，另一个小品《懒汉脱贫》上演。40多岁的德财是建档立卡贫困户，家里一贫如洗，连媳妇都娶不上，却天天喝酒，睡到日上三竿，扶贫干部给他申请了两只羊助他脱贫，他却嫌养羊太累，把羊宰了吃了。

“太真了！哪个村都有这样的懒汉！早上打麻将，晚上喝大酒，怎么脱得了穷啊？”观众席上，马儿山村村民周玉君大姐告诉记者，国家扶贫政策好，只要肯干，致富很容易，但懒汉真不少。“这个戏就是给大家提个醒，我喜欢看！”

党的十九大报告提出，要动员全党全国全社会力量，坚持精准扶贫、精准脱贫；注重扶贫同扶志、扶智相结合。

正是在这一要求的驱动下，像精准扶贫巡回演出这样的文化扶贫项目，走进了千家万户，为老百姓传唱扶贫好政策、好观念、好思想。

张家界阳戏艺术团书记、团长欧辉平说，巡回演出每场10个节目共一个半小时，其中，像《懒汉脱贫》《装穷》这样的小品，都是团里的创作团队深入农村采集到的现实素材。“党和国家的政策好，但老百姓也要树立正确的价值观，我们的节目是以生动有趣的方式来实现一种价值倡导。农村是熟人社会，老百姓自尊心强，好面子，让大家形成不能装穷、不能犯懒的共识，与白纸黑字的政策相比，也是有约束力的。”

张家界市永定区委常委、宣传部长王学军介绍，精准扶贫巡回演出是永定区脱贫攻坚指挥部指导的文化扶贫项目，覆盖永定区所有街道办事处、乡镇以及86个行政村。“扶贫先要扶志，讲扶贫促脱贫，这样的方式是老百姓喜闻乐见的，能让好政策、好观念入脑入心。”

62岁的国家三级演员覃佰雄，是《装穷》《懒汉脱贫》的主要演员。在8摄氏度的寒风中，他穿着撕了好几道口子的短袖衣，演得卖力而逼真。最忙的时候，剧团一天要辗转演5场，周末也不休息。“哪怕演到第10场，也要和第一场一样。这是在宣传党的政策，讲好扶贫故事，老百姓非常欢迎，我们也有干劲啊！”

演出在热烈持久的掌声中落幕，演员们收起了临时搭建的简易舞台，村民们却久久不愿离去。“党的十九大报告提出实施乡村振兴战略。乡村振兴要靠人，而鼓励人、引导人，就是我们文艺工作者可以发光发热的领域。我们要让文化扶贫的力量，在脱贫攻坚、乡村振兴中发光发热。”欧辉平说。 据新华社



西安至成都高速铁路全线开通

12月6日，西安至成都高速铁路全线开通运营。全线开通初期将安排动车组列车19对，成都至西安的最短旅行时间压缩至4小时7分。年底实施新的列车运行图后，两地间最短旅行时间将压缩至3小时27分，较原来缩短约7小时。图为旅客在西安北站首发的熊猫号动车前留影。 新华社发

珠海将劳动争议诉调对接工作室设入法院

新华社电 5日，珠海市中级人民法院、珠海市总工会“劳动争议诉调对接工作室”挂牌。据介绍，12月20日前，珠海市各区法院、工会将陆续完成这一新设机构的挂牌。

据珠海市中级人民法院院长黄炯猛介绍，设立在珠海市两级法院的“劳动争议诉调对接工作室”，由工会指派特约律师或法律工作者到工作室开展诉前、诉中劳动争议案件调解、涉诉信访化解等工作。当事人因劳动争议到法院立案，法院认为属于调解范围适宜调解、且经当事人同意选择工会组织调解的，将由工作室组织或协助开展调解，不收取任何费用。调解员主持达成调解协议后，双方当事人可向法院申请司法确认。调解不成功则直接转入立案程序，无需当事人重新立案。此外，已经立案的案件，开庭前或开庭后，只要双方有调解意愿，工作室可以组织调解。

记者了解到，劳动争议诉调对接工作

室具有省时便捷、形式灵活、不收费等特点。劳动争议案件经过一审、二审诉讼一般需要8至10个月，情况复杂的甚至需要一年或更长时间。劳动争议诉调对接工作室调解的期限一般为一个月，如达成调解协议后3个工作日内可申请司法确认，司法确认后申请强制执行，期限为两个月。透过这一机构进行调解解决，既能有效缓解法院案多人少的压力，当事人也可通过调解尽快获赔，早日拿到工资。

“一般劳动争议案件当事人如请律师，会耗费一笔开支，如不请律师其权益会因证据提交不完整等而得不到判决的支持。而劳动争议诉调对接工作室则不同，工会从特约律师团中选派专业律师，劳动者无需再花费律师费，其提供的资料也因有专业人士指引而更加完备，如未达成调解意见，其提交的证据材料及提出的诉请，也因有专业人士指引更易获判决支持。”黄炯猛说。

新时代 新气象 新作为