

福州市“放心直播间”承诺活动启动

本报讯(记者 沐方婷 通讯员 郑振云)“双十一”临近,福州市市场监督管理局与市消费者权益保护委员会近日联合发起“放心直播间”承诺活动,面向全市直播电商企业发起征集,旨在规范直播营销行为,提升商品与服务质量,营造安全透明的网络消费环境。

活动鼓励全市具备合法资质、信誉良好的直播电商企业积极参与,特别欢迎销售福品、地理标志产品和老字号等优质商品的直播间加入,共同树立行业品质标杆。

参与承诺的直播间需履行七项核心承诺:确保主体资质合法,真实公示信息并核验营销人员资质;规范管理直播间秩序和内容导向;严格把控商品服务质量,实现全程可溯;坚持诚信经营,杜绝虚假宣传;明码标价,确保价格真实准确;保护知识产权,不销售侵权商品;完善售后服务,健全退换货制度,并接入“全国消协智慧315平台”和“在线消

费纠纷解决(ODR)机制。

活动遵循企业自愿原则。直播间运营者在了解承诺内容后,可自愿签署《福建省“放心直播间”承诺书》,并通过闽政通“放心消费在福建”平台申报。审核通过的企业可获得“放心消费在福建”专属标识,与承诺书一并展示在直播间显著位置,接受社会监督。市场监管部门将对这些企业加强帮扶指导,提供常态化对接服务。

值得注意的是,审核资质并非“终身制”。市场监管部门将实施动态监管,一旦承诺单位出现商品质量、服务问题处理不及时、多次投诉属实、受到行政处罚或引发重大负面舆情等情况,将被依法处理并撤销标识使用。

市市场监管局表示,此次活动旨在引导直播电商企业自觉履行主体责任,规范经营行为,提升商品质量,让消费者敢下单、放心买,助力“放心消费在福建”行动深入实施。

福州市第五届家政服务职业技能竞赛举行 青年人才亮“看家本领”

本报讯(记者 吴桂真)10月30日至31日,2025福州市第五届家政服务职业技能竞赛在福州举行。大赛聚焦家政服务业核心刚需岗位,围绕“实操能力+职业素养”设置“家庭照护员”竞赛项目,按国家职业技能等级高级(三级)标准进行考核,旨在进一步推动家政服务行业向专业化、标准化方向发展。

记者关注到,本届大赛呈现出从业者结构优化和素质提升的积极趋势。在参赛的48名选手中,30岁以下的有9人,30岁至40岁的有12人。其中,更不乏来自福州大学、天津外国语大学、沈阳医学院以及长崎国际大学等学校的高素质人才。

在竞赛中获得一等奖的胡煜琳今年刚满21岁,就读于福建华南女子职业学院。

女子职业学院智慧健康养老服务与管理专业,半年前前往福州城投光大百龄帮颐养中心实习,是不折不扣的行业新力量。胡煜琳说:“我将把这次学习到的宝贵经验带回日常工作,为更多的家庭提供更优质、更专业的服务。”

福州市家庭服务业协会会长林桂辉告诉记者:“我们希望通过设置这些标准化、高难度的考核项目,向全社会清晰地传递一个信号:家庭照护是一个需要专业知识与技能的专业技术领域。我们的选手,是值得尊敬的专业技术人才。”

本次大赛由福州市商务局、福州市总工会、福州市妇联主办,福州市家庭服务业协会、福建华南女子职业学院承办。

养老变“享老” 产业涌新机

——首届海峡养老产业博览会观察

本报记者 潘温祥

昨日,首届海峡养老产业博览会在福州海峡国际会展中心开幕。这场以“福享乐龄 银发未来”为主题的行业盛会,吸引了约300家海峡两岸企业、公益组织等参与。

在当前福州60周岁及以上老年人口占比达22.19%、正式进入中度老龄化社会的背景下,这场盛会成为观察养老产业发展的一个绝佳窗口。面对日益紧迫的养老需求,如何构建完善的养老服务体系?科技如何有温度地赋能养老?两岸融合又能为产业带来怎样的新动能?带着这些问题,记者在展会现场寻找答案。

多方合力 居家养老更无忧

目前,我国养老呈现“9073”格局,即约90%居家养老,7%依托社区支持养老,3%机构养老。占据绝对主流的居家养老如何更好实现“老有所养”?

“我们一个月上门一到两次,为居家老人提供助餐、助浴、助急、助医、助行、助洁、上门照护的‘六助一护’服务,哪怕是面对居住在海岛上、深山里的老人,也要把服务送到。”展会现场,福建微尚生活副总经理胡少美告诉记者,公司目前为约13万名政府购买服务对象提供“六助一护”上门服务。展会期间,企业还通过线上直播开展“云逛展”,推广“居家照护优惠套餐”,推动展会热度转化为实际订单。

除了上门助老服务,“适老化改造”也将走进更多家庭。福州城投运服集团业务部经理陈冷介绍,他们正与市建筑设计院股份有限公司合作,计划推出居家适老化改造项目。“我们知道老人的痛点,他们擅长设计。”陈冷告诉记者,从一张护理床的租赁到一个卫生间的安全改造,这种结合了专业服务洞察与设



计能力的套餐式改造服务,将撬动巨大的家庭养老需求。

公益力量也在服务拼图中发挥重要作用。福延公益慈善服务中心荣誉理事长李靖在现场介绍,他们通过扶持积极参与公益事业的企业,帮助他们对接资源与销售,并依靠媒体矩阵联动宣传,推动这些企业的居家养老产品更好走向市场,最终进一步反哺公益事业。

技术赋能 智慧养老添暖意

博览会上,送药机器人、AI中医问诊、智能护理床垫等应用吸引了不少参观者体验。

看似“冷冰冰”的机器人正赋予“陪伴”新内涵。现场,福建汉特云智能科技有限公司工作人员方振为记者描绘了一幅智能养老服务图景:“我们致力于打造一个智慧养老平台,让送餐、清洁、陪伴等功能型机器人与健康监测设备联动,实现数据统一管控。”这种平台化设计,旨在解决过去智能设备各

自为政、操作复杂的弊端,让技术服务于一个完整的养老方案。汉特云的机器人还接入了AI大模型,可以实现与老人的互动,甚至和老人下棋、唱歌。

福建新华发行集团则打造“银龄悦读空间”,引入AI中医问诊、对弈机器人等设备,以“科技+文化”满足老年人的精神需求。

记者发现,更多养老科技产品涌现的背后,都有着创新扶持的强大支撑。

腾讯银发科技伙伴计划工作人员金慧珍在现场介绍,通过创新资助引领,腾讯借助在数字技术和生态资源上的优势,为养老科技企业提供孵化支持,让面向老年人的创新产品更快实现落地应用,让企业能够探索更加普惠可持续的智慧助老产品和解决方案,更好服务老年人。

两岸融合 养老产业添活力

两岸融合正在为银龄经济发展注入强劲动力。

福州市台胞投资企业协会会长蒋佩琪告诉记者,台湾在养老产业方面起步早、经验丰富,尤其在生物医疗、科技医药等领域具备优势。而大陆则拥有巨大的市场潜力和引领世界的AI技术。“生物医疗医药结合AI,将是未来两岸康养产业融合的绝佳路径,也是新生产力在养老领域的体现。”

蒋佩琪还向记者分享了一个案例:一家汽车企业在看到老龄化市场的广阔前景后,转型生产轮椅、居家养老产品,并计划融入数字化、智能化生产。“这是不少台企积极拥抱大陆银龄经济、转型升级的缩影。”她介绍,未来将依托在连江打造的贵安康养小镇,引入更多两岸的先进理念、技术和服务模式,打造融合发展的实体样板。

博览会现场还举行了银发经济重点项目投资签约仪式和海峡银发经济创新实验室签约仪式,20个银发经济重点项目签约,项目总金额达33.48亿元。

展会上,各类养老科技产品吸引老年人体验。本报记者 潘温祥摄

伊利业绩说明会释放多重利好: 全年利润率有望超预期 分红额有望继续提升

沐方婷 瑶瑶



◀伊利2025年三季报。

第三增长曲线带动全年正增长
新五年规划锚定高质量增长

以液奶业务的健康增长为基础,奶粉、奶酪与冷饮三大板块的增长亮眼,成为拉动伊利整体收入持续增长的核心动力。伊利表示,“奶粉、奶酪和冷饮业务预计全年会有双位数增长,从而带动伊利整体收入实现正增长。”

在规模优势持续扩大的同时,伊利表示:“站在全年的维度,我们希望无论是毛利率,还是销售费用率较同期都有所改善。全年9%的净利率目标是不变的,同时我们也希望争取有更好的表现。”

着眼2026年,结合行业环境变化,伊利认为,行业上游产能去化的不断推进,行业供需格局预计会进一步改善,且原奶供需还会继续朝着平衡的方向发展,龙头企业的竞争优势会更加明显。

在此背景下,伊利表示,将积极把握行业机遇,希望继续通过产品创新、渠道和消费场景拓展等多种举措,实现更好的表现,进一步巩固行业领先地位。

更长期来看,伊利将紧扣消费多元化趋势,以消费者需求为导向,持续优化经营策略,不断夯实业务的综合竞争能力。2026年作为伊利未来五年战略规划的开局之年,伊利表示,将继续秉承多元化产品布局,在积极夯实现有核心业务竞争力基础上,积极探索新的业务增长点;同时,持续推进降本增效,推动公司业务数字化转型,以技术驱动经营效率提升,促使公司持续实现高质量发展,从而带动全产业链健康发展。



本文图片由伊利集团提供



未来分红率不低于70%
更多方式回馈投资者

题,伊利表示:“未来,公司将在保障核心业务发展资金需求、维持财务稳健性的前提下,结合盈利增长动态调整分红规模,确保股东能持续共享企业发展红利。”

值得注意的是,伊利股份高分红、高股息及长期投资价值备受保险资金、社保基金等追求“长期配置、稳健收益”的长线资金青睐。三季度,保险资金(中国人寿保险股份有限公司)一传统—普通保险产品—005L—CT001沪)大手笔增持伊利股份2811.79万股。

坚持分红的基础,是伊利稳健增长的业绩表现。前三季度,面对复杂外部环境,伊利均衡业务结构持续释放稳健力量,呈现基本盘稳、新增长极强的健康增长态势。

公司基本盘液奶业务主动调整成效显著。“液奶业务压力最大的时候已经过去。今年液奶整体经营情况更加健康,市场份额已率先企稳,双节消费旺季的动销也符合公司预期,并进一步扩大了领先优势。”伊利强调,今年经销商盈利水平较去年也有明显改善,产业链上下游的协同效率进一步增强,为明年乃至未来几年的健康发展,奠定扎实基础。

婴幼儿奶粉业务延续上半年亮眼表现。前三季度,婴幼儿奶粉销售份额占率继续稳居行业前列,营收持续双位数增长,领先优势持续扩大。此外,伊利表示,预计全年婴幼儿奶粉业务也将实现双位数增长。

成人粉板块则依托龙头地位与差异化产品布局,推出更多强功能型产品,最终实现了优于行业的增长。三季度,成人营养品板块通过积极把握双节礼赠的机遇,继续保持收入双位数增长,市场份额稳居前列,全年收入预计实现双位数增长。

奶酪业务作为伊利的新兴增长极业务,2C2B业务双线发力,表现同样亮眼。其中,2C(面向终端消费者)业务通过产品创新保持健康增长;2B(面向企业)业务通过加强与B端用户合作,继续保持超过20%的增长。据透露,伊利奶酪业务预计全年也会实现双位数增长。

加快构建中国特色乳制品精深加工体系,向产业链更高价值跃迁,是伊利正在推进的一大布局。如何平滑行业周期,增强产业韧性?答案在乳深加工。如何“点奶成金”,实现价值最大化?答案也在乳制品

深加工。乳深加工不仅能提升产业价值,也拓宽了乳制品的消费场景。

伊利表示,长期来看,随着国内深加工生产技术的不断提升,国产替代的进程会进一步加速,公司也在积极布局深加工产线,近期已有产线落地并开始试运营生产,未来,公司会有更丰富和更高价值的2B产品品类推出。

冷饮业务则通过“产品创新、渠道拓展”的双轮驱动,持续挖掘增长空间。前三季度,冷饮业务实现双位数收入增长,线上、线下市场份额均为行业前列。