

奋进新征程 建功新时代 · 非凡十年

扬帆远航 轻工业市场建设开启新篇章



市场建设篇

本报记者 王薛淄 □ 闫利

轻工业在我国国民经济中的地位举足轻重，作为重要的消费品工业，十年来，不断涌现的消费新热点进一步带动轻工业扩大消费，提振出口，加快发展。绿色消费、体育消费、健康消费、数字消费……新时代、新理念、新市场、新机遇，我国轻工业正在市场建设浪潮中乘风破浪、扬帆远航，不断发挥着满足人民美好生活需要的重要作用。

十载风雨兼程，制造强国步履铿锵。从2012年到2021年，制造业增加值从16.98万亿元增加到31.4万亿元，全球占比从20%左右提高到近30%。500种主要工业产品中，我国有四成以上产量位居世界第一……习近平总书记在二十大报告中指出：“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务”“要坚持以推动高质量发展为主题”“加快构建新发展格局，着力推动高质量发展”，并强调“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国”。这为我国轻工业未来发展进一步指明了方向，打开了广阔的发展机遇和成长空间。

十载砥砺前行，锐意进取拓市场。中国轻工业联合会推荐500家企业参加商务部、工信部组织的“双品节”电商活动；聚焦冰雪运动消费、智慧家居生活、适老创新产品等消费热点，以及国际消费中心城市建设、全面区域合作伙伴关系协定(RCEP)生效等机遇，助力构建“双循环”新发展格局；举办中国工艺美术博览会，支持办好40多个行业国际展会；实施消费安全工程，推动放心消费……十年来，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，中国轻工业联合会积极响应国家政策，引导轻工行业、企业不断构建新发展格局，与国家战略同频共振，推动统一大市场建设。

十载精耕细作，市场建设硕果累累。我国市场主体总量实现历史性突破，截至2022年8月底，登记在册市场主体达1.63亿户，相比2012年底的5500万户，净增超1亿户，年平均增幅12%。2021年轻工业规模以上企业由2012年的9.6万家增加到11.6万家，营业收入由17.6万亿元增加到22.4万亿元，利润总额由1.1万亿元增加到1.4万亿元。2021年，在国家统计局统计的92种轻工产品中，70种产品产量实现了正增长，占全部轻工产品的76.1%。2021年，我国成为全球第二大商品消费市场，货物贸易总额连续5年全球第一。2021年，我国与协定已生效的自贸伙伴进出口总额合计10.8万亿元，同比增长23.6%，同时全球最大的自贸协定区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)生效，将加快构建以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进的新发展格局。

轻工业是我国的传统优势产业，是拉动消费稳定增长、巩固国际竞争力的主要力量。推动轻工业稳健发展，离不开市场建设。聚焦新征程上踔厉奋发的新作为、新成就，展现新时代昂扬奋进的新气象、新风貌。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央坚持社会主义市场经济改革方向，推动企业自主经营、公平竞争，消费者自由选择、自主消费，商品和要素自由流动、平等交换的现代市场体系加快形成。

国家战略掌舵、优惠政策护航、市场主体发力，我国轻工业正立足于加强政策支撑和措施保障，以市场化手段补齐轻工业发展短板弱项，构建具有更强创新力、更高附加值、更可持续发展的现代轻工产业体系。

谋实事

锚定由大到强目标奋楫远航

从轻工大国到轻工强国，轻工人在国家政策引领下不断调整航行目标。根据“十四五”规划和2035年远景目标纲要，中国轻工业联合会发布《轻工业“十四五”高质量发展指导意见》提出，力争用10年左右的时间建成世界轻工强国，要利用数字化手段推动轻工消费品品种、品质、创品牌，完成工信部委托《升级与创新消费品指南》评荐发布工作，每年新增升级与创新消费品100个，到“十四五”末，发布数量达到1000个。

2022年6月17日，工业和信息化部等五部门发布《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》明确提出，要构建高质量的供给体系，增加升级创新产品，围绕健康、育幼、养老等迫切需求，大力发展功能食品、化妆品、休闲健身产品、婴童用品、适老化轻工产品等；以乡村振兴战略为契机，积极开发适应农村市场的产品；在工艺美术、文教体育用品、礼仪休闲用品等行业，发展文化创意产品等。

产品质量高了，种类丰富了，意味着市场规模的扩大，消费者有更多的可选择性。尊重经济规律，加强市

场建设，是国民经济健康发展的重要基础。构建高质量的供给体系是市场建设不可或缺的部分，是推动轻工业高质量发展的关键，更是轻工强国目标实现的基础。

2022年4月，中共中央、国务院发布《关于加快建设全国统一大市场的意见》，指出要促进商品要素资源在更大范围内畅通流动，加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场，全面推动我国市场由大到强转变，为建设高标准市场体系、构建高水平社会主义市场经济体制提供坚强支撑。

轻工业市场化进程早，国际化程度高，是改革开放后最早开展市场经济的行业。轻工业涉及面广，既接续第一产业，也承启第三产业；既有作为消费主体的国内市场，也有不断增长的国际市场，既有传统有形市场，也有新兴网络市场。十年来，轻工产品在满足巨大的国内市场需求的同时，不断开拓国际市场，形成了强有力的竞争优势，轻工业年出口额近万亿美元，占到全国出口总额的27%，在各行业中排名首位。可以说，轻工业在建设公平、开放、高效市场方面，具有广阔空间。

在国家政策的指引下，十年来，我国轻工业以前所未有的速度与力度，推动各项工作朝着既定目标奋楫前行，为满足消费者日益增长的美好生活需求持续发力，完成“由大到强”的跨越。制造业强，企业必须强，这一过程中，到处都有市场主体顽强拼搏、奋勇争先的身影。

2016年以来，家电企业掀起了一轮又一轮海外并购热潮，海尔先后收购三洋白电、斐雪派克、GE家电、PMI、GREENoneTEC，美的先后收购东芝白电、意大利Clivet、德国库卡、瑞典Euerka、以色列Servotronics并与伊莱克斯达成战略合作。通过收购国际知名家电企业，我国家电企业在获得技术先进管理经验的同时，还获得发达国家主流渠道资源，使中国品牌快速进入国外主流渠道。酿酒行业建立中国酒的国际技术标准体系，探索中国酒类的国际化表达方式，促进中国名酒在国际市场上的健康持续发展，拓宽国内外同行互相交流、相互学习以及深入合作的渠道。玩具童用品行业在保持对美国、欧盟、日本出口贸易的基础上，加强对“一带一路”沿线国家出口，开拓东南亚、西亚和中南美等新兴市场，保持了行业产品对外贸易第一大国的地位。以出口玩具为例，2017年传统玩具以一般贸易方式实现的出口额为137.07亿美元，比2015年80.04亿美元增加71.25%。

建设轻工强国，做强轻工市场，既有骨干企业领头发展，也有中小企业共同繁荣。勠力同心，我国轻工业正形成领航企业、单项冠军、“小巨人”企业、“专精特新”企业协调发展的蓬勃生态体系。

出实招

“十八般武艺”激发市场活力

全国统一大市场不是简单的全国范围交易场所，而是一个包含各类生产要素和商品，涵盖生产、分配、流通、消费等各领域的有机统一的复杂循环系统。《意见》部署了六方面主要任务，分别是：强化市场基础制度规则统一、推进市场设施高标准联通、打造统一的要素和资源市场、推进商品和服务市场高水平统一、推进市场监管公平统一、进一步规范不当市场竞争和市场干预行为。十年来，中国轻工业联合会和相关行业协会在市场建设方面展开了多项工作，以“十八般武艺”不断激发轻工业市场活力。

——促进国内消费。中国洗涤用品工业以“新清洁点亮新生活”为主题，在向公众传播新清洁及持续发展的理念，引导消费者选择环保类产品，促进绿色市场的形成，提升企业国内国际知名度与竞争力。中国轻工业联合会和中国家用电器协会开展家电下乡百强县市巡展，在二、三、四级市场掀起家电消费的新热潮，通过推动家电企业主动靠近农村市场，引导企业探索深度开发农村市场的手段，创新引导县域市场消费的模式。五金行业积极开拓太阳能热水器的农村市场。中国礼仪休闲用品工业协会在义乌、永康、临海、瑞安、云和、宁波、苍南、平阳、莆田等走访企业，帮助企业开拓

市场。——增强市场服务能力。中国轻工业联合会每年召开轻工专业市场建设会议，总结交流经验，研究培育轻工专业市场、加强区域联动机制建设等问题，推动轻工专业市场健康发展。轻工专业市场已达近万家，家具、皮革、缝制机械、塑料、家电、五金、陶瓷、文体用品、制糖等行业专业市场的影响力越来越大。家具专业市场中2万平方米以上的达797家。皮革专业市场约有1500个，面积达800平方米，以中国皮革协会为试点，在全行业学习推广《皮革专业市场管理技术规范》，进一步推动轻工专业市场健康发展。

——开拓国际市场。目前，中国轻工产品出口的国家和地区达到247个。塑料、皮革、家电、食品饮料、文体、家具、五金等七个行业出口额均超过300亿美元。轻工业企业努力实施“走出去”战略，家电、制鞋、糖业、造纸、缝制设备、五金等企业在数十个国家和地区进行投资。海尔集团、康奈集团为轻工业企业走出去创造了重要的经验。对外投资、兼并及多种形式的经济技术合作力度加大，自主品牌出口规模增长。我国轻工业积极参与全球治理，28个协会、学会加入国际组织，国际标准化组织注册专家达150人，主导制定国际标准85项，维护了中国企业的利益。

益，为轻工产品进入国际市场提供了标准支撑，在国际同业中影响力不断增强。

——积极应对贸易摩擦。2012年18个国家和地区发布对我国轻工产品贸易救济通报168次，涉及轻工23个行业；技术贸易措施公告331件，涉及轻工29个行业；美国、加拿大对轻工产品实施召回124次，涉及11个行业。十年来，中国轻工业联合会组织行业协会企业和行业积极测算中美贸易摩擦对轻工行业的影响，并向国务院有关部门提出政策建议，应对国际贸易摩擦，制定《中国轻工业联合会应对贸易摩擦和产业安全工作联系机制工作规范》，发布《年度轻工行业产业安全预警报告》；组织电池、自行车等行业应对美国、欧盟等国家和地区对我国轻工产品的反倾销、反补贴、知识产权诉讼，取得了积极效果，其中，奥康鞋业经过6年的抗辩，最终胜诉欧盟反倾销；召开产业安全工作会议，交流工作情况，支持、组织行业和企业开展国际交流活动。中国轻工业联合会获商务部“产业损害预警机制建设优秀奖”。造纸、陶瓷、皮革、家具、日用玻璃协会进出口公平贸易工作受到了商务部的肯定。

解决突出问题，破除封闭小市场，建设全国统一大市场是我国经济持续增长的根本动力，更是轻工人不懈奋斗的追求。不畏艰险、勇于探索，中国轻工业联合会主动作为，携手各行业协会、学会，努力消除区域之间阻碍生产要素流动以及商品和服务流通的区域壁垒，地方保护主义以及不合理政策，努力消除行业之间以及部门之间阻碍生产要素流动的垄断行为、行业壁垒以及不合理政策和规定。

见实效

轻工业市场建设质量稳步提升

党的二十大报告指出，要坚持以推动高质量发展为主题，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，增强国内大循环内生动力和可靠性，提升国际循环质量和水平，加快建设现代化经济体系，着力提高全要素生产率，着力提升产业链供应链韧性和安全水平，着力推进城乡融合和区域协调发展，推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。

如今的轻工业已成为我国市场化、国际化程度最高的产业之一，传统行业得到巩固提升、新兴行业得到扶持发展，现代产业体系已经建立，各行业规模不断壮大，轻工产品的质量、产量也有了突飞猛进的发展。

十年来，我国轻工业产品不断满足消费者多样化、个性化需求，区域发展优势互补，形成高质量发展的区域经济布局，不断促进轻工产业基础能力和产业链水平提升，为促进轻工业转型升级，建设高质量区域经济发展格局提供有力支撑。2021年，轻工10类商品零售额

67817亿元，占社会消费品零售总额的比重为15.4%，同比增长14.0%，高于社会商品零售总额增速1.5个百分点，轻工消费品市场继续保持稳步增长态势。

十年来，我国轻工业对外出口大幅提升，国际化市场建设实现了跨越式发展。据海关总署网站公布的数据显示，2021年，轻工8种重点商品累计出口额4735.2亿美元(占全国出口总额的14.1%)，同比增长28.7%(低于全国出口增速1.3个百分点)。塑料制品、家用电器、家具出口保持强势。其中，塑料制品出口989.9亿美元，增长29.1%；家用电器出口987.2亿美元，增长22.3%；家具出口738.3亿美元，增长26.4%；灯具、玩具、鞋靴出口额均超过400亿美元，增速超30%。

十年来，我国轻工业市场投资信心稳步恢复。2021年主要轻工行业投资稳步恢复，部分轻工行业投资保持较快增长。十个主要轻工及相关行业中，食品类及造纸、木材加工、文教工美体育和娱乐用品行业投资增速

超过10%。其中，农副食品加工业投资增长18.8%，食品制造业投资增长10.4%，酒、饮料和精制茶制造业投资增长16.8%，造纸及纸制品业投资增长13.3%，均高于全国固定资产投资增速(4.9%)。轻工行业投资信心稳步恢复，固定资产投资有望进一步稳中向好。

十年来，我国不断巩固传统国际市场，同时积极开拓中东、俄罗斯、非洲、欧洲、东南亚、西亚和中南美等新兴市场。2019年轻工业对东盟出口同比增长23.57%，对欧盟出口同比增长11.70%，对“一带一路”国家出口增长16.73%。均衡的国际市场结构，有效地防范和降低风险，巩固了轻工产品在国际市场的优势竞争地位。皮革、家电、塑料、文教体育用品、家具、五金、工艺美术、农副食品加工等主要出口行业发挥产能优势，加强国际产能合作，行业企业加快“走出去”，通过并购重组等方式加快建立国际化品牌。

千川汇海阔，风正好扬帆。一系列扩大有效投资、稳定外贸发展、促进消费恢复、提振市场信心、稳定工业增长等政策密集部署，为我国轻工业经济稳定发展，稳中求进夯实基础。走过非凡十年，我国轻工业发展取得历史性成就、发生历史性变革，为建设全国统一大市场贡献轻工力量。迈上新的赶考之路，轻工业将加强知识产权保护，维护公平竞争秩序，开启轻工业市场建设新篇章！