

# 消费日报

2024年2月26日

星期一

总第8639期

第5698期

今日8版

2023年轻工业实现利润1.4万亿元

中国轻工业联合会近日发布数据显示,2023年我国轻工业实现营业收入22.2万亿元,同比增长1.6%;实现利润1.4万亿元,同比增长3.8%。轻工业以占全国工业13.2%的资产,实现了全国工业16.7%的营业收入和18.1%的利润,有力支撑工业经济稳定发展。

(人民日报)

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

回眸2023

## 多组亮眼数据勾勒照明行业高质量发展图景

□ 本报记者 王薛滢

2023年是三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展的关键之年,是充满挑战和变革的一年。回看全年,中国经济在持续承压中走出一条回升向好的复苏曲线,取得殊为不易的发展成绩。

日前,中国照明电器协会发布“一组数据看中国照明行业的2023”,在这一组组数据中,我们看到了中国照明行业面对困难挑战呈现出的强大韧性,感受到行业在高质量发展中积蓄的新动能。

### 景气指数同比增长6个百分点

2023年,随着照明行业经济运行逐步回暖,规上企业经营状况得到改善,行业各项主要景气指数有所好转。

从照明行业中轻景气指数来看,2023年照明行业运行稳中向好,中轻景气指数逐月回升,全年高于2022年6个百分点,与疫情前的2019年基本持平;主营业务收入景气指数高于2022年和2019年5个百分点;出口景气指数显著提升,同比增长32个百分点,高于2019年9个百分点;资产景气指数继续保持在稳定区间增长,比2022年高1个百分点,与2019年持平。

### 规上企业营收同比增长2%

2023年,面对内需不足、外需放缓、国际地缘政治格局扰动等不利因素,照明行业攻坚克难,实干笃行,通过科技创新、调整生产经营策略、提升生产效率、降低生产成本等方式,积极改善企业盈利水平,不断推动行业高质量发展。

据不完全统计,2023年照明行业规上企业数量超3500家,同比增长约5%;规上企业营业收入同比增长约2%;累计利润与去年基本持平,比全国规模以上工业企业利润增速高1个百分点;亏损企业亏损额同比下降超6%。照明行业规上企业电光源和灯具的产量有所增长,同比分别上涨超20%和10%。

### 智能照明企业数量增长超15%

2023年,照明行业持续调整产业结构,行业发展聚焦

智能照明等细分市场。据不完全统计,智能照明器具制造规模以上企业数量突破200家,同比增长超15%;营业收入超250亿元,同比增长约2%。

### 对“一带一路”共建国家出口额达245亿美元

由于国际贸易格局的变化,以及海外市场不确定性的增加,我国照明行业积极调整外贸结构,在巩固原有市场的基础上,不断开拓海外新兴市场,取得了喜人的成果。值得注意的是,随着欧美市场需求的不断萎缩,新兴市场国家成为助推我国照明出口的重要力量,“一带一路”共建国家更成为拉动我国照明出口的新增长点。

2023年是我国提出“一带一路”倡议十周年。十年来,我国照明行业对“一带一路”共建国家出口持续增长,保持了良好发展势头。2023年,我国照明行业对“一带一路”共建国家出口延续了近5年来的增长态势,出口额达245亿美元,再创历史新高,同比增长2%,占我国照明产品出口总额44%,对比2013年增长近2.2倍,对比2022年提升4个百分点,对比2013年增长16个百分点。

### 光伏LED照明产品出口额同比增长27%

随着各国碳达峰、碳中和承诺日期的不断接近,全球市场对各类适配光伏、风能等新能源产品的需求不断提升。采用光伏发电技术的LED照明产品具备节能环保、环境保护、安全性、使用期限长、检修便捷等优势,逐渐成为我国照明出口的热门产品。

2023年,光伏LED照明产品成为我国照明出口产品中,较少能够保持出口量、出口额、出口均价都有增长的品类。海关数据显示,“光伏的且设计为仅使用发光二极管(LED)光源的其他电灯及照明装置”2023年的出口额为13.2亿美元,同比增长27%,占我国照明行业出口总额2%,对比2022年上升0.6个百分点;出口量3.3亿台,同比增长1%;出口均价为4美元/台,同比增长25%。美国是我国光伏LED照明产品出口最大的市场,2023年出口额和出口量分别为2.8亿美元和1亿台,同比分别增长6%和12%。

### 灯具出口额占照明行业出口总额75%

随着LED照明技术的不断进步,照明产品特别是仅使用LED光源的一体化灯具产品发展迅速,灯具类产品出口额占我国照明产品出口总额的比重进一步扩大。

2023年,我国灯具类产品出口额约424亿美元,同比下降约5%,占我国照明行业出口总额75%,对比2022年上升约3个百分点,对比疫情前的2019年上升4个百分点。同时,随着LED电光源替换红利的逐渐消失,电光源类产品被灯具类产品逐步挤压市场份额。2023年,我国电光源

类产品出口额约68亿美元,同比下降22%,占我国照明行业出口总额12%,对比2022年下降3个百分点,对比疫情前的2019年下降5个百分点。

### 63项照明国家标准发布

2023年,全国照明电器标准化技术委员会聚焦行业高质量发展,围绕照明产品性能要求、安全规范、技术要求、命名方法等方面,积极开展相关国家标准的研制发布工作,共发布照明行业国家标准63项,同比增长425%,为行业发展提供更为充足的高质量标准保障。

随着行业细分领域标准需求的增大,照明行业团体标准工作不断增强,并取得了一定成绩。2023年,中国照明电器协会团体标准《商用精装修房用照明产品智能化评价及照明光环境验收要求》(T/CALI 0806—2022)入选工信部“2023年团体标准应用示范项目名单”。另外,中国照明行业标准化工作的国际影响力持续提升,郝洛西、魏敏晨、张伟、李倩等4位中国照明行业“标准人”在2023年当选国际照明委员会(CIE)新一届董事局官员。

### 举办超90场活动促进行业发展

作为疫情之后经济活动恢复正常的第一年,国家省市等各级照明行业组织通过各类活动赋能企业科技创新、数字化转型,充分激发行业活力,助推行业高质量发展。据不完全统计,全行业累计开展专题研讨会、举办展览、召开行业年会、发布行业数据等90余场各类活动。

为贯彻高质量发展理念,构建照明行业新生态,推进照明强国建设,在2023年全国照明电器行业社会团体联席会议上,国家省市等各级照明行业组织通过充分的讨论沟通,达成了“成都共识”。共识为进一步发挥社会团体行业引领作用和桥梁纽带作用,指明了前进方向,提供了根本遵循。2023年5月,由中国照明电器协会组织推出的“2022—2023中国(深圳)照明产业链科技创新展览会”,得到了企业的积极响应,成为了展示照明行业科技创新成果的全新舞台,得到了行业的广泛关注。

### 134家照明企业通过权威评价

2023年,我国照明企业通过科技创新、绿色转型等方式,积极推动行业健康发展。其中,木林森、星宇、雷士、欧普、佛照、阳光、得邦、三雄、立达信等134家照明相关企业的工作取得了优秀成果,分别通过了第五批工信部专精特新“小巨人”、第二十四届中国专利奖、2023年度绿色制造名单、2023年国家知识产权示范企业、2022年度中国轻工业二百强企业、2022年度中国轻工业联合会科学技术奖等10余项专项评价,获得了国家和社会的广泛认可。

## 春节消费热潮映照中国经济活力

□ 肖睿平

龙年春节,我国消费市场可谓“开门红”。商务部发布的数据显示,春节期间,全国重点零售和餐饮企业销售额按可比口径同比增长8.5%。这一数字不仅体现了节日市场的繁荣,更是中国经济活力的生动写照。

作为中国传统佳节,春节历来是消费市场的重头戏。今年的春节市场呈现出消费扩容提质升级的明显趋势。

商品消费方面,绿色有机食品、金银珠宝等高品质商品的销售同比增长显著,显示出消费者对美好生活的追求和对高品质生活的向往。这一变化,既是消费升级的具体表现,也是我国经济结构调整、消费驱动型增长模式逐步形成的缩影。

服务消费方面,年夜饭、亲友宴等餐饮消费旺盛,不仅烘托出节日的喜庆氛围,也反映出服务业的强劲复苏。与此同时,国潮、国韵、国货的崛起,成为春节市场的一大亮点。从“龙元素”饰品到新中式服装鞋帽,国货品牌以其独特的文化内涵和时尚设计赢得了消费者的青睐。这不仅是对传统文化的传承和创新,也是国产品牌崛起、消费自信增强的有力证明。

县域市场的表现同样令人瞩目。智能家居产品的销量增长六成以上,显示出农村市场的巨大潜力和消费升级的趋势。冰雪消费、文体消费的热度,则反映了人们对健康生活方式的追求和多元化娱乐的需求。

在网络零售领域,全国网络零售额的增长和网络支付交易量的提升,进一步凸显了数字经济在中国经济中的重要作用。电子商务的快速发展,不仅为消费者提供了更加便捷、多样化的购物选择,也为商家拓展市场、创新商业模式提供了有力支撑。

海南离岛免税市场的持续火热,更是中国开放型经济新体制活力的体现。购物金额和购物人数的双增长,不仅为海南自贸港建设注入了新动力,也为中国经济的开放发展提供了新的增长点。此外,港澳游客北上过节成为新时尚,春节假期,经港珠澳大桥珠海公路口岸出境车辆12.6万辆次,与去年春节同期相比增长246%,这一数据不仅展现了粤港澳大湾区建设的成效,也反映出区域协同发展的活力和潜力。

龙年春节的消费热潮不仅是我国经济活力的生动展现,也是我国经济结构调整、消费驱动型增长模式逐步形成的有力证明。面对新的一年,我们有理由相信,在政策的引导和市场的推动下,我国消费市场将持续扩容提质,为经济平稳健康发展注入新的活力。

## 2023年度上市公司气候行动CATI指数评价结果发布

## 约九成上市公司开展减排行动

本报讯(记者 张丽娜)在日前召开的上市公司环境责任信息披露评价报告发布会上,公众环境研究中心(IPE)发布2023年度上市公司气候行动CATI指数评价结果,其中,立讯精密、联想集团、鹏鼎控股、隆基绿能、宝钢股份和安踏体育表现突出,多家央企上市公司提升显著,但A股上市公司气候信息披露表现整体亟待加强。上市公司气候行动CATI指数由IPE编制,得到中国环境记协的指导和中科院院的技术支持,绿色江南、南昌青赣和芜湖生态中心等多家环保组织参与了本期评价工作。

2023年度企业气候行动CATI指数评价共覆盖880家A股和H股上市公司。对比连续两年纳入评价的497家企业的CATI评价结果显示,上市公司的气候行动取得良好进展:A级企业增加到4家;B级及以上企业的比例从9%增加到17%;CCC级和CC级企业占比分别增长5%和7%,表现相对落后的C级企业从65%减少到45%,更多企业加速减排进程。在2023年评价的全部880家企业中,B级及以上企业增加到12%,但表现相对落后的C级企业仍有56%。

本期评价涉及A股和H股上市公司,其

中H股(含AH股)上市公司表现优于A股上市公司。IPE分析认为,港交所对上市公司气候信息的披露要求相对于A股原本就更明确,继国际可持续发展理事会(ISSB)发布《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》后,港交所更是明确表示有意实施强制披露。对此,IPE主任马军曾建议,上交所和深交所尽快对标港交所披露准则,同时参考ISSB气候相关披露指引,完善A股相关披露规则,引导上市公司气候信息披露与国际接轨,制定适合中国企业的气候信息披露框架和标准,以推动企业气候相关数据和管理措施的有效披露,并通过最新数字科技的应用赋能企业开启高效碳管理。

2月8日,在证监会统一部署下,上海证券交易所、深圳证券交易所、北京证券交易所分别就《可持续发展报告指引》(以下简称《指引》)公开征求意见,拟规范可持续披露框架,其中就包括气候信息披露要求。IPE对照《指引》征求意见稿中披露主体的标准,将预期纳入披露范围的161家企业在CATI指数评价中的表现进行了分析,其中,3家获评A级,约26%的企业进入BBB至B级,表现相对落后的C级企业约占32%。纳入披露范围的上市公司气候披露水平整体高于平均,但面对披露新规,多数企业仍需大力加强能力建设。

马军表示,2023上市公司CATI指数的评价结果是信息披露新规发布前一次较为系统的梳理,在一定程度上反映出上市公司气候披露的“本底值”。IPE将持续关注A股气候披露新规的进展,期待新规能够有效推动中国上市公司气候信息披露,并引导上市公司加强减排行动。

本期评价显示,在治理和管理方面,超过90%的评价企业已经发布气候宣言,制定气候方针。在测算披露方面,近70%的企业测算并公开披露碳排放数据,披露总量达37.6亿吨二氧化碳当量。在目标设定方面,23%的评价企业已设定并披露范围1和



图为中国上市公司环境责任信息披露评价报告发布会现场。

2的减排目标。企业的直接和间接温室气体排放分为三个范围,范围1排放指企业拥有或控制的排放源产生的直接温室气体排放。范围2排放指企业使用外购电力、供热/制冷,或蒸汽产生的间接温室气体排放。范围3排放是企业价值链中的所有其他间接温室气体排放。

本期评价显示,约九成上市公司开展不同规模的减排行动。其中,71%的参评企业通过可再生能源利用、能效提升、工艺调整、投资碳汇等项目,减少自身运营(范围1和2)的温室气体排放。针对范围3排放,立讯精密、联想集团、鹏鼎控股、安踏体育、工业富联、蓝思科技和歌尔股份,推动其供应商通过第三方平台开展碳数据及减排目标披露,提高供应商自主碳管理能力的同时,通过实测数据跟进供应链减排进展。8%的参评企业还借助产品生命周期评价等方法识别排放热点,并与核心供应商开展试点减排项目。

本期评价的上市公司涉及36个行业,既包括能源、钢铁、有色、石化等高耗能行业,也包括IT、纺织、电商、食品饮料等消费品行业,还包括光伏设备、电池、新能源汽车等新兴产业。

中国上市公司环境责任信息披露评价报告发布会由中国环境记协、北京化工大学主办,北京化工大学低碳经济与管理研究中心、公众环境研究中心等协办。本次是主办方第11年发布此系列报告。



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二:打开应用点击上方“订阅”  
步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤四:点击右上角“+关注”即可

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com