

前9月规上轻工企业实现利润同比增长7.2%

本报讯 中国轻工业联合会日前发布数据显示:今年前9月,规模以上轻工企业实现利润1.02万亿元,同比增长7.2%,较去年更快实现超万亿元目标。

据介绍,今年以来,在消费品以旧换新等系列稳增长、促消费政策推动下,轻工业经济运行总体平稳、稳中有进。生产实现平稳增长,前9月,规模以上轻工工业增加值同比增长4.8%。家用冷柜、空调、电冰箱产品产量增速分别为14%、8%、7.5%。盈利水平持续改善,前9月,轻工业营业收入利润率为6.2%,同比提高0.4个百分点。造纸、电池、家具等行业利润保持两位数增长。市场规模稳步扩大,前9月,轻工全行业出口6821.6亿美元,同比增长2.6%。

(综文)

消费日报

2024年11月14日
星期四
总第8815期
第5874期
今日8版

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

消费时评

1518.5万种:消费市场的新机遇与挑战

□ 肖睿平

国家市场监督管理总局所属中国物品编码中心统计数据显示,1—9月全国新增消费品1518.5万种,同比增长13.1%。从品类看,前三季度的鞋类产品、家用/办公家具和陈设产品、厨房用具和餐具产品品种数量增速突出,分别新增144.6万种、59.2万种、42.9万种,同比分别增长35.7%、26.9%、46.3%。从地区看,东部、中部、西部三大区域消费品数量显著增长,分别新增1244.4万种、144.0万种、91.9万种,同比分别增长11.0%、35.8%、23.7%。

近年来,中国消费市场不断焕发新活力,随着市场需求的多元化和个人化,消费品的种类与创新层出不穷。1518.5万种,这一惊人的数据反映了我国经济转型升级中,消费市场迎来的巨大变革。这一现象不仅表明消费者需求的多样化趋势,也为品牌创新、产业升级和市场竞争带来了新的机遇与挑战。

首先,当前我国消费者的需求已经从传统的物质消费转向了品质、个性和体验型消费,这种消费升级直接促使了消费品种类的激增。特别是在互联网和数字技术的推动下,各种创新型消费品迅速涌现,从传统的衣食住行领域到细分化的健

康、环保、科技等领域,消费品的种类已经突破了原有的界限,涵盖了消费者生活的方方面面。

例如,绿色环保、健康生活、智能科技等新兴领域的消费品数量激增。智能家居、可穿戴设备、有机食品等已经成为越来越多消费者的首选。这些产品不仅满足了消费者对高品质生活的追求,也引领了新的消费趋势。

其次,技术创新尤其是互联网技术的发展,极大地推动了消费品种类的创新。从电商平台到社交媒体,从大数据到人工智能,技术的迅猛发展为消费品的生产、销售和推广提供了强大的动力。尤其是数字化定制、精准营销等手段,使得品牌能够更好地捕捉到消费者的个性化需求。

消费者不再满足于千篇一律的商品,他们更倾向于选择符合自身兴趣和需求的个性化产品。例如,一些品牌通过大数据分析,针对消费者的购买习惯和兴趣爱好,推出定制化产品。一些电商平台通过智能推荐系统,精准地为消费者推荐符合其需求的商品。这种个性化、定制化的消费模式,正成为推动消费品创新和增长的重要力量。

最后,1518.5万种新增消费品也

表明我国市场的潜力依然巨大,尤其是消费品的创新。随着企业不断加大研发投入,推出符合消费者需求的新产品,一些具有创新性的消费品品牌脱颖而出,成为行业的领头羊。

在食品行业,随着健康、绿色消费理念的普及,一些植物基食品、“无添加”食品逐渐受到消费者的青睐。在美妆行业,新兴的天然有机护肤品、男士护肤品和针对特定肌肤问题的定制护肤产品正迅速崛起。这些创新产品不仅满足了市场上尚未被充分开发的细分需求,也推动了整个消费品市场的快速发展。

然而,随着消费品种类的不断增长,市场竞争也变得愈加激烈。1518.5万种新增消费品不仅意味着新机会,也带来了更大的竞争压力。在这种竞争环境下,消费者的选择变得更加多样,品牌的忠诚度和市场份额不再是一块铁板,只有持续创新、精准满足消费者需求的品牌,才能脱颖而出。

对于企业而言,要想在充满挑战的市场中站稳脚跟,必须注重品牌的差异化和独特性。企业只有提升产品质量、优化消费体验、加强售后服务,才能在激烈的市场竞争中占据一席之地。同时,精准的市

场定位和有效的营销策略也将是企业成功发展的关键。

与此同时,绿色、智能化产品也正成为消费市场发展的重要方向。

从绿色包装到环保材质,从低碳出行到循环经济,消费者正在逐步选择那些符合可持续发展理念的产品。可见,环保不仅成了一种时尚,更是消费者生活方式的一部分。另外,从智能家居到智能穿戴,从自动化办公设备到人工智能应用,智能化消费品的数量和种类正快速增长。这些产品不仅提高了生活效率,也改变了人们的消费习惯和生活方式。

“1518.5万种”这一数字告诉我们:中国消费市场正经历着深刻的转型升级。消费品种类的激增不仅反映了市场需求的多样化,也为品牌创新和产业发展带来了新的机遇。面对激烈的市场竞争,企业必须紧跟消费者需求的变化,不断推出符合个性化、绿色化、智能化等趋势的创新产品。同时,如何在激烈的市场竞争中脱颖而出,将成为每一个品牌必须思考的问题。随着技术创新的加速和消费观念的升级,未来的消费市场将更加多元化、智能化和可持续发展,充满了无限潜力与机会。



图为客商采购“惠东女鞋”。

□ 本报记者 史晓菲

“世界女鞋看中国,中国女鞋看惠东。”在日前于广东省惠州市惠东县召开的中国皮革协会鞋业鞋材专委会2024年会上,中国皮革协会理事长李玉中表示,惠东县要聚焦数字化、智能化、低碳化的发展方向,着力把“惠东女鞋”建设成为规模更大、层次更高、竞争力更强的特色产业,为我国建设世界鞋业强国贡献更大力量。

制鞋业是惠东县的支柱产业和民生产业。自1981年兴办第一家制鞋企业至今,经过40多年的精心培育,惠东鞋业形成了以时尚女鞋为主打产品、产销研四位一体的发展格局。同时,惠东鞋业初步形成了集研发设计、生产采购、品牌孵化、质量检测、物流贸易、会展交流、人才培养为一体的产业集群,实现了从手工作坊到现代化工业的转变,从小规模生产到规模化、集群化发展的跨越。

2006年,惠东县被中国轻工业联合会和中国皮革协会授予“中国女鞋生产基地”称号,并于2011年、2015年和2020年连续三次通过复评。2020年和2021年,惠东县先后通过全球采购基地(惠东·女鞋)和国家外贸转型升级基地(鞋类)认证。“惠东女鞋”已经发展成为惠东县的一大金字招牌。

目前,惠东县已培育了黄埠、吉隆、大岭、平山四个制鞋大镇(街道),一度创建了市级以上品牌107个(件),其中,中国驰名商标2件、省名牌产品11个、省著名商标21件。“百丽”“热风”“GUCCI”“玖熙”“杰西卡”等60多个国内外鞋类知名品牌选择惠东企业作为制造商。

据统计,2023年惠东县产鞋8.8亿双,产值376亿元,同比增长9.6%;鞋业税收4.4亿元,同比增长11.8%;鞋业从业人员达16万人,占全县非农从业人员的34%,成为拉动就业的主渠道。今年上半年,惠东鞋业出口保持良好发展势头,出口总额近30亿元,同比增长11.9%。1—9月惠东鞋业出口总额增加到45亿元,同比增长12.5%,总量、增幅均保持向上态势。

李玉中表示,制鞋业亟待通过发展新质生产力,增强发展新动能,推动产业转型升级。他强调,新质生产力是制鞋业发展的核心,科技创新正深刻影响制鞋产业,同时,绿色发展和产业融合也是推动制鞋产业转型升级的关键。新形势下,制鞋业需坚定信心,以创新驱动、绿色引领和产业融合为路径,拓展发展空间,培育新动能,实现高质量发展。

据悉,针对惠东鞋业未来如何高质量发展,惠东县已经作出了3年规划部署。惠东县将全面落实《惠东县促进鞋业高质量发展三年行动方案(2024—2026年)》,着力打造高端化、智能化现代制鞋产业体系。

连续两年超万亿元 中央企业研发投入持续增长

本报讯 日前,第七届中国企业论坛在北京召开,本届论坛的主题是“加快发展新质生产力:中国企业改革与创新”。论坛上,国务院国资委发布了《中央企业高质量发展报告(2024)》《中央企业海外发展报告(2024)》,梳理了央企近

年来发展的最新成果。

国务院国资委数据显示,国资央企研发投入连续两年超过1万亿元,重大科技成果持续涌现,传统产业加快转型,战略性新兴产业蓬勃兴起。2023年战略性新兴产业投资同比增长

32.1%,收入突破10万亿元;今年1—9月投资同比增长17.6%,占央企总投资额的近40%,在发展新质生产力中发挥了重要引领带动作用。

《中央企业高质量发展报告(2024)》显示,近年来,中央企业围绕

增强核心功能,提升核心竞争力,统筹推进功能使命改革与体制机制改革,加快锻造现代新国企。《中央企业海外发展报告(2024)》称,中央企业创新国际投资与贸易合作新模式,不断锻造更好利用国际国内两个市场、两种资源的能力,进一步提升国际化经营水平和国际影响力,以更高水平的开放姿态融入全球市场。

(宗文)

《重点工业产品碳足迹核算规则标准编制指南》发布

本报讯 为加快提升重点工业产品碳足迹管理水平,促进相关行业绿色低碳转型,支撑实现碳达峰碳中和,工业和信息化部日前印发《重点工业产品碳足迹核算规则标准编制指南》(以下简称《指南》),提出到2027年,制定出台200项重点工业产品碳足迹核算规则标准,应用场景得到显著拓展。

《指南》提出,针对市场需求迫切、减排贡献突出、产业链关联性强、供应链带动作用明显、国际贸易量大的产品领域,聚焦钢铁、有色金属、石化化工、建材、新能源汽车、电子电器等行业,开展重点工业产品碳足迹核算规则标准制定,成熟一批、推进一批、持续完善,稳步有序扩

大产品覆盖范围。

《指南》明确了工业产品碳足迹核算规则标准“路线图”,有关行业协会(联合会)、标准化技术组织、标准化专业机构要加快标准研究制定,稳步有序扩大覆盖产品范围,积极构建完善的工业产品碳足迹核算规则标准体系;要按照“团体标准—行业标准—国家标准”梯度制定工作体系,建立标准实施评估和持续更新机制,为企业、机构提供统一规范的规则标准;要充分发挥产品碳足迹对企业绿色低碳转型的牵引作用,丰富标准应用场景,引导企业低碳改造,促进产业链和供应链转型升级,增强绿色低碳竞争力。(辛文)

记者日前从国家市场监督管理总局获悉:截至目前,国家企业信用信息公示系统共归集1.88亿户经营主体的各类信用信息130.84亿条,依法对外公示。系

事制度改革以来注册经营主体的全面查询和公示,助力超682万家企业采取简易注销程序,通过公示承诺退出市场,降低了企业与社会间的制度性交易成本;对全国

《企业信息公示暂行条例》施行十年

为超3200万户经营主体修复信用

统计日均访问量突破1.28亿人次,日均查询量超1700万人次,为社会监督和信用体系建设提供了有力支撑。

我国自2014年10月1日起施行《企业信息公示暂行条例》。十年来,市场监管部门全面推行信用信息公示工作,建设运行国家企业信用信息公示系统,统一归集各类涉企信用信息,形成企业信用画像。该系统实现了1.88亿户存续经营主体和商

6000多万户企业进行了信用风险分类,为3207.2万户经营主体实现信用修复。

同时,市场监管总局与29个中央部门涉企信用信息共享共用,向相关部门推送经营异常名录4016万条、严重违法失信名单223万条。通过信用信息共享,公安、银行、财政等部门在出入境、贷款、招投标等工作中对失信企业和个人加以限制。(人民日报)

浙江临海:“中国无核蜜橘之乡”产销两旺



10月中下旬至11月上旬,在“中国无核蜜橘之乡”——浙江台州临海市涌泉镇,6万亩柑橘陆续成熟上市。连日来,当地柑橘专业合作社迎来涌泉蜜橘产销旺季。图为工人分拣涌泉蜜橘。(中新网)



搜狐新闻客户端

《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



消费日报微信公众平台

邮发代号81-9
国内统一刊号CN11-0057

消费日报

合作共赢

共言

欢迎订阅2025年《消费日报》

全年定价396元
发行电话:010-67604545
全国各地邮局均可订阅

消费日报社由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
新闻传播定位:产业基础上的市场化表述
综合服务平台:为行业企业品牌提供服务

扫码订报