

## 消费日报

2024年12月11日  
星期三  
总第8834期  
第5893期  
今日4版

1—10月我国规上互联网企业收入同比增长2.3%

**本报讯** 1—10月,互联网业务收入保持增长。1—10月,我国规模以上互联网和相关服务企业(以下简称互联网企业)完成互联网业务收入14776亿元,同比增长2.3%,增速较前三季度回落0.4个百分点。

生活服务领域企业收入小幅增长。1—10月,以提供生活服务为主的平台企业(包括本地生活、租车约车、旅游出行、金融服务、汽车、房屋住宅等)互联网业务收入同比增长2.1%。(新文)

A版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会主办 中国轻工业联合会主管 ■ 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

咖啡豆期货价格创近50年新高

## 利好我国咖啡产业精品化转型

本报记者 赵曦 口 黄芷凌

12月7日,ICE(洲际交易所)阿拉比卡咖啡期货价格上涨5.37%,至每磅330.35美分,突破了1977年3月创下的历史高点。罗布斯塔咖啡期货价格也在11月底达到每磅5730美元的高位。

阿拉比卡和罗布斯塔咖啡豆都是全球种植最广泛的咖啡豆品种,数据显示,2022年阿拉比卡和罗布斯塔咖啡豆占全球咖啡豆产量的比重分别为54.3%、45.7%。记者走访发现,咖啡豆期货价格的急剧上升已开始影响到市场零售价格。

“去年阿拉比卡咖啡豆期货价格最低时约为每磅150美分,当时市面上巴西豆零售价是每公斤39元到44元,最近已涨至68元每公斤。”咖啡烘焙商井先生(化名)告诉记者,为了留出利润空间,店铺从12月1日起,将一款拼配咖啡豆产品的价格由原来的每磅68元调整为每磅75元。

井先生介绍,近期期货价格上涨特别厉害的这批咖啡豆是明年3月交割,目前这批豆子还处于采摘处理过程中,与国内的现货实际上没有直接的价格关联,但生豆商已将之前采摘的现货按照

期货的价格在交易。“这次涨价对我们这样仓储容量较小的烘焙商影响很大。通常来说,我们不会一次性采购一两吨货,而是每一款咖啡豆购买一到两麻袋,一麻袋是60公斤左右,一旦储备的咖啡豆用完就需购买现货。再加上小规模烘焙商无法直接对接到产地,都是通过生豆商购买咖啡豆,在采购方面没有什么议价权。所以我们的成本核算都是跟随着市场价格的波动而变化。”井先生说。

一家独立咖啡店的经营者告诉记者,从11月以来,咖啡豆的价格几乎是进入疯涨状态,目前店内采购的咖啡豆还有库存,因此暂时不会调价。但如果市场价格持续维持在这样的价位,那么涨价将不可避免。

“上调产品价格其实是将上涨的成本转嫁给了消费者。生豆商集体涨价,烘焙商只能跟进,我们集体涨价,咖啡店也会涨,消费者最终只能在涨价的产品中做出选择。”井先生表示。

记者了解到,大型连锁咖啡品牌会通过建立多个供应商、直接与生豆产地洽谈整个季度的交易量、根据市场行情提前采购和囤货等措施来减少价格波动与原材料短缺等风险因素对其盈利

的影响。库迪、Peets' Coffee、%Arabica等咖啡品牌的相关工作人员也告诉记者,目前暂未收到涨价通知。

然而,井先生表示,如果未来咖啡豆价格继续保持这样的上涨趋势,部分连锁咖啡品牌可能仍会选择提高产品售价。实际上,星巴克已于今年8月在韩国上调了大杯和超大杯饮料价格。近日,日本咖啡品牌味之素AGF宣布,将于明年3月1日起在日本上调包括挂耳咖啡、速溶咖啡在内的共计172种产品售价,涨幅预计为15%—30%。

除上调价格外,记者在走访中发现,一些独立咖啡店也开始寻找原豆种的替代品以缓解成本负担。对此,业内人士表示,虽然全球咖啡价格的上涨给市场带来了压力,但对我国咖啡产业而言,这可能是一个提升和发展的机会。《中国咖啡产业报告2024》(以下简称《报告》)显示,中国咖啡消耗量在十年内增长167%,达到35万吨;咖啡消费市场经历了从速溶咖啡主导到多元化消费场景的演变,现磨咖啡和零售咖啡成为主要消费类型,其中现磨咖啡市场规模超过1200亿元。

据了解,我国咖啡种植主要集中在云南、海南、广东、广西等地区,其中

云南是我国主要的咖啡产区。有独立咖啡店的经营者告诉记者,尽管我国自产咖啡生豆消费量占比接近50%,但由于中国咖啡产业发展起步较晚,在咖啡生产加工方面与国际先进技术仍存在一定差距,产出的咖啡豆质量参差不齐。记者在采访过程中听到烘焙商与独立咖啡店经营者对国产咖啡豆最多的评价是“品控不稳”。因此,目前国内连锁咖啡品牌和独立咖啡店仍主要依赖进口咖啡豆。《报告》也显示,2023年,中国咖啡进口量保持20%以上的增长,达到15万吨,金额近60亿元。

当前,我国咖啡豆种植正经历从规模化向精品化的转型。据观研咨询数据,2023年云南省咖啡生豆中达到精品级别的生豆产量为1.62万吨,咖啡精品率达14.4%。但由于过往印象的影响,部分咖啡行业经营者仍不愿意采用国内自产咖啡豆。业内人士指出,咖啡国际期货价格的上涨不仅会带动我国自产咖啡豆销量的增长,云南咖啡生豆价格也会随国际期货价格的上涨而提高,这将增加相关从业者的收入,从而进一步加强云南咖啡产业精品化进程的信心,满足我国日益增长的优质咖啡消费需求。

消费时评  
Consumption commentary

在日前举行的2024中国品牌论坛党建引领老字号高质量发展论坛上,国家知识产权局知识产权保护司副司长宋蓓蓓介绍:“据统计,目前1455个中华老字号中,超过80%的企业拥有与老字号名称一致的注册商标,超过10%的老字号注册商标被行政认定为驰名商标,依法依规予以及时保护、援引保护和重点保护。”在当前拉动消费,提振经济的大环境下,老字号品牌迎来了发展新风口,应该在消费市场中发挥大作用,焕发新活力。

老字号品牌作为民族品牌的瑰宝,不仅承载着深厚的历史文化底蕴,更在国民心中拥有无可替代的情感价值,应在当前的消费市场中发挥更大的作用。

老字号品牌,历经岁月的洗礼与市场的考验,是中华优秀传统文化的重要组成部分。它们不仅仅是商品或服务的提供者,更是文化传承的载体。每一块招牌背后,都蕴含着一段段动人的故事,代表着特定历史时期的社会风貌和人文情怀。在消费者心中,老字号不仅仅是品牌,更是一种情感的寄托,一种文化的认同。因此,老字号在传承中华优秀传统文化的同时,也肩负着推动经济发展的重要使命。

老字号也是国潮国货的重要组成部分和推动力量,近年来,随着国潮国货兴起,老字号品牌迎来了前所未有的发展机遇。越来越多的年轻人开始关注并追捧本土品牌。这不仅仅是对产品质量和设计的认可,更是文化自信的体现。

要在新的市场环境下真正焕发新活力,老字号品牌不能仅仅停留在对传统的简单复制或是对潮流的盲目追随上,还需要在传承传统技艺的基础上,加强技术研发与产品创新,实现传统与现代的有机结合。这意味着,老字号要在保持原有品质特色的同时,积极探索新技术、新材料,开发出既符合现代审美又兼具实用性的新产品。同时,老字号还需正确处理坚守品牌文化与激发品牌活力的关系,既要保留那份独特的“老字号味道”,又要勇于突破,敢于尝试,让品牌焕发出新的生命力。

老字号是我们特有的宝贵财富,它们在长期的生产经营活动中,沿袭和继承了中华民族优秀的文化传统,具有鲜明的地域文化特征、独特的传统工艺和经营特色。这些独特的基因,正是老字号品牌的核心竞争力。因此,在推动老字号焕发新活力的过程中,不仅要注重创新与发展,更要珍惜和保护好这份独特的文化遗产,让老字号在新时代的浪潮中继续闪耀光芒。

拉动消费,老字号要焕发新活力  
肖睿平

## 中国自行车协会:锂电池电动自行车保有量超5000万辆

要规范回收和妥善处理电池

**本报讯** (记者 史晓菲)中国自行车协会理事长刘素文日前在2024新能源电池回收利用大会上表示,截至今年底,我国电动自行车社会保有量将达4亿辆。其中,锂电池电动自行车保有量超5000万辆。刘素文指出,生产企业要确保电池得到规范回收和妥善处理。

近年来,智能制造、智能控制、高效电池、轻量化材料和数字化等先进技术被广泛应用于电动自行车企业和产品中,有效提高了产品的性能和品质,也满足了消费者对环保、便捷、高效出行的需求。“我国是全球电动自行车生产和销售第一大国。2023年电动自行车产量达5035万辆,同比增长2%,出口400多万辆。截至今年底,我国电动自行车社会保有量将达4亿辆,其中,锂电池电动自行车保有量约5000多万辆。”刘素文说。

《中国新能源电池回收利用产业发展报告(2024)》显示,我国新能源电池回收利用产业逐渐呈现规模化、多元化的发展态势,产业成熟度不断提升。与

此同时,我国新能源电池回收利用产业也仍存在顶层设计缺乏统筹规划、闭环体系尚未建立完善、国际竞争面临绿色壁垒等问题。

电动自行车作为锂电池应用的重要场景,其回收利用问题受到全社会密切关注。刘素文指出,电动自行车产业发展速度快、市场体量大,产业快速发展过程中面临技术更新快、商业模式创新弱、质量保障能力不足、利润率低、出口挑战和交通管理难度大等难题。未来,电动自行车产业迈向高质量发展亟需聚

焦产业链创新、政策体系强化、绿色低碳转型、加强消防安全协同。刘素文希望,生产企业要落实生产者责任延伸制度,积极参与废旧锂离子电池的回收工作,确保电池得到规范回收和妥善处理。

刘素文称,中国自行车协会也将与中国节能与清洁能源协会等部门、行业组织密切合作,共同开展课题研究,构建完善的废旧电池回收利用体系,推动产业迈向绿色、可持续的高质量发展之路。

## 一揽子政策助力民营经济

近段时间以来,各地区各部门聚焦民营企业发展,推出系列有针对性的举措——鼓励企业“走出去”、支持企业参与重大项目、培育优质中小企业……一揽子政策精准发力,为民营经济发展增添新动能。

“走出去”底气更足

今年以来,我国出口总体呈现良好的增长态势,其中,民营企业的表现尤为亮眼。据海关总署近期公布的数据显示,我国出口同比增速由上年前10个月的0.08%扩张到今年同期的6.7%,同期民营企业出口增速进一步加快至9.3%。

为了让民营企业放心“走出去”,各地纷纷打出“组合拳”。浙江省温州市设立海外投资与贸易咨询服务中心,建立重点外贸企业监测服务机制及“白名单”制度;深圳市发布15条新政策助企出海,包括资金支持、重大项目投资、展会支持和技术装备支持等。

“协同发展”结构更优

让民营企业参与更多国家重大项目建设,既能坚定其高质量发展步伐,也能激发市场活力,为经济结构优化提供助力。

据国家发展改革委介绍,截至10月8日,已向民间资本推介1635个重大项目,其中吸引民间资本参与项目441个、总投资3448亿元。未来还将推动更多民间资本参与铁路、能源、水利等重大基础设施项目

建设。进入12月,多地持续强化政策落实。12月3日,在新疆维吾尔自治区“民营企业参与重大项目、培育优质中小企业”现场推进会上,总金额超300亿元的30个项目签约发布;日前公布的《浙江省人民代表大会常务委员会关于省属国有企业产业结构调整优化调整情况的决议》明确,支持引导国企与民企之间开展战略性重组和产业合作,大力推进高质量协同发展。

“向新而行”步履更坚定

国家知识产权局公布数据显示,民营企业作为科技创新的重要主体,贡献了全社会70%的技术创新成果,涵盖了80%的国家专精特新“小巨人”和90%的高新技术企业。

围绕下一阶段重点,各级政府明确多项鼓励政策,引导民营企业在科技创新、产业升级、人才培养等方面持续发力、提质增效。

12月1日,工业和信息化部有关负责人表示,推动优质中小企业集聚化发展,分级分类培育中小企业特色产业集群,力争到2027年实现专精特新“小巨人”企业数字化改造全覆盖。

北京市日前发布新政策,围绕科技创新能力提升、人才引进培育等方面提出27项具体措施;广东省正通过“链式改造”的模式,让4万家规模以上工业企业带动80万家中小企业“上云用云”,让企业在数字化改造中增收获利。(人民网)

消费看点

## 全国家电以旧换新销售额突破2000亿元

商务部全国家电以旧换新数据平台显示,截至12月6日24时,2963.8万名消费者购买8大类家电产品4585万台,带动销售2019.7亿元,其中一级能效产品销售占比超过90%。

近期,各地深入开展家电以旧换新工作,政策效应进一步显现。全国家电以旧换新销售额突破1000亿元用时79天,从1000亿元到2000亿元仅用40天,更新消费潜力加速释放。

各地改造提升支持不同规模、不同所有制、不同注册地企业参与政策。例如重庆11次增补政策参与企业,销售门店由1318家增至9053家;四川动态调整企业名单,目前销售企业6482家,回收企业2121家。

各地简化资金审核环节,优化补贴申领方式,减轻政策参与企业垫资压力。例如湖北按照“每天一审核、两天一公示、周一拨付”要求,确保企业垫资时间最长不超过7天;河南郑州依托政务平台“郑好办”组建专班,通过数智化手段提高审核效率;山西围绕加快资金兑付制定专门政策,实行滚动清算,主动为企业纾困解难。

各地改造提升废旧家电回收网络,便利消费者交售旧机,推动形成“去旧更容易、换新更便利”有效机制。例如吉林组织61家回收企业,300余台回收车辆,完成收旧购新近40万台;北京设置10211个废旧家电家具等大件垃圾投放点,基本做到居住小区(村)全覆盖;湖北搭建公共服务平台,为消费者提供以旧换新一站式服务。

各地密切跟踪家电以旧换新领域存在的风险隐患,加强全流程监管,做好风险防控,有力保障资金安全。目前,全国10余个省份发布加强监管相关通知。四川省、县两级开展联合执法检查;河南新乡成立10个督导组,开展大回访活动;贵州省级平台建立交易预警处置机制。

商务部有关负责人表示,下一步,将指导地方抢抓岁末年终消费旺季,充分释放家电以旧换新政策效应,不断激发家电市场活力,确保家电以旧换新工作平稳有序推进。

(新华网)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237  
邮箱:xfrbjw@163.com

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主办  
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