

# 消费日报

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

以旧换新政策显效

## 去年轻工业企业盈利水平持续改善

**本报讯** 中国轻工业联合会近日发布数据显示:2024年,规模以上轻工业企业实现营业收入23万亿元,同比增长2.0%;实现利润1.5万亿元,同比增长8.3%。在消费品以旧换新等增量政策推动下,轻工业经济运行稳中有进,有力支撑工业经济稳增长。

生产平稳增长。2024年,规模以上轻工业增加值同比增长5.1%,在国家统计局统计的91种主要轻工业产

品中,55种产品产量实现增长,增长面为60.4%。得益于消费品以旧换新政策,家用洗衣机、电冰箱等产品产量均实现较快增长。

市场稳步扩大。随着一系列扩内需、促消费政策发力显效,国内消费需求不断释放,市场活力逐步增强。2024年,轻工11类商品零售额79275亿元,同比增长5.0%,增速高于社会消费品零售总额增速1.5个百分点。其中,12月份,家用电器和音像器材类零售额增长39.3%,连续

4个月保持高速增长态势。

出口稳中有增。过去一年,轻工商品出口规模持续扩大,结构不断优化,轻工外贸出口稳中有增,继续保持韧性。2024年,轻工全行业出口9253.6亿美元,同比增长3.6%,连续3个月保持回升态势。轻工21个大类行业中,13个行业出口额同比增长,轻工传统出口产品仍具有较强的竞争优势。(管文)

## 美国对中国产玻璃酒瓶的“双反”调查以均无损害告终

**本报讯** (记者 解磊)记者从中国日用玻璃协会获悉,日前,美国对中国产玻璃酒瓶的“双反”调查以反补贴和反倾销均无损害告终。

记者了解到,此次“双反”案件是由美国玻璃生产商联盟于2023年12月29日向美国商务部提交申请,要求对进口自中国、智利和墨西哥的玻璃酒瓶发起反倾销调查,并单独对中国的同类产品发起反补贴调查。2024年1月19日,美国商务部正式立案,涉案产品为海关编码7010.90.5019项下的玻璃酒瓶,主要用于750毫升容量的葡萄酒(如波尔

多、香槟等),具体规格包括特定高度、底部直径和口部外径。

2024年9月30日,美国国际贸易委员会在对华玻璃葡萄酒瓶反补贴调查中作出无损害终裁,4名委员一致认定中国涉案产品没有对美国国内产业造成实质损害。尽管此前美国商务部裁定中国产品补贴幅度为21.31%~212.58%,但无损害裁决使中国玻璃葡萄酒瓶产品免征反补贴税。

2025年2月4日,美国国际贸易委员会裁定,美国产业不会因从中国和墨西哥进口的玻璃酒瓶而受到实质性损害或受到实质性伤害的威

胁,由于该否定决定,美国商务部将不

会对从中国和墨西哥进口的该产品发出反倾销税令。

至此,美国对中国产玻璃酒瓶的“双反”调查以反补贴和反倾销均无损害告终。

业内人士告诉记者,对中国玻璃酒瓶相关企业来说,此次裁定将有三重利好:一是出口环境改善,无损害裁决意味着中国玻璃酒瓶出口美国将不再面临高额反倾销和反补贴税,有助于恢复和扩大对美出口;二是增强信心,这一结果提升了中国企业在国际

贸易争端中维护自身权益的信心,鼓

励企业积极应对贸易摩擦;三是推动产业升级,面对贸易壁垒,中国企业可

能加快技术升级和产品创新,提升国际竞争力。“尽管此次裁决有利,但美国贸易政策的多变性仍可能对中国企业构成挑战。全球贸易保护主义抬头,中国企业需做好应对更多贸易摩擦的准备。”上述人士指出,中国企业应持续提升产品质量和技术水平,增强应对国际贸易风险的能力,同时仍需保持警惕,积极应对复杂的国际贸易环境。

补贴政策带动手机市场量额齐增

## 超2000万人申请数码产品购新补贴

记者近日从商务部获悉:全国家电以旧换新及手机等数码产品购新数据平台显示,1月20日零时至2月8日24时,有2009.2万名消费者申请了2541.4万件手机等数码产品购新补贴。

1月15日,商务部会同相关部门发布《手机、平板、智能手表(手环)购新补贴实施方案》。1月20日28个省份

及时启动补贴政策,其他地区也相继落地实施。

补贴政策激发消费活力。据中国银联监测数据,全国超6000家商户通过银联参与手机等数码产品购新补贴活动,产生补贴交易626.84万笔,销售金额约205.8亿元。第三方市场调查机构数据显示,购新补贴政策带动手机市场

量额齐增,春节前一周,手机销售量、销售额环比分别上涨74%和65%,同比分别上涨30%和34%;春节期间,2000元以下、2000~4000元、4000~6000元价位手机销售量与上年春节假期相比分别增长10%、52%、108%。

商务部高度重视补贴政策风险防

范工作。全国商务系统通过多维度搭

建信息数据库,对购买人身份信息与补

贴交易真实性进行实时校验,全流程监

控资金使用风险,保证每笔交易真实、

闭环、可溯。手机生产、销售企业积极

响应,履行风险防控直接责任,广泛应

用动态口令签收、物流轨迹校验等技

术,加强风控判断,防范虚假交易。

(人民日报)

## 新年首月我国CPI走势向好

**本报讯** 国家统计局2月9日发布的数

据显示,2025年1月份,受春节因素影响,

全国居民消费价格指数(CPI)涨幅扩大,环比

由上月持平转为上涨0.7%,同比涨幅由上

月的0.1%扩大至0.5%。扣除食品和能源价

格的核心CPI连续第4个月回升,本月环比

上涨0.5%,同比上涨0.6%,涨幅均比上月有所扩

大。

国家统计局城市司首席统计师董莉娟表示,从环比看,服务和食品价格上涨是影

响CPI环比由平转涨的主要因素。服务价

格上涨0.9%,涨幅比上月扩大0.8个百分

点,影响CPI环比上涨约0.37个百分点,占

CPI总涨幅五成多。服务中,春节期间出行

和文娱消费需求大幅增加,飞机票、交通工

具租赁费、旅游、电影及演出票价格分别上

涨27.8%、16.0%、11.6%和9.6%,合计影响

CPI环比上涨约0.28个百分点;受务工人员

返乡及服务需求增加影响,家政服务和美发

价格分别上涨9.3%和9.2%。食品价格上涨

1.3%,影响CPI环比上涨约0.24个百分点,占

CPI总涨幅三成多。

从同比看,服务、食品价格受春节错月

影响涨幅较大,加之汽油价格回升,共同影

响CPI同比涨幅扩大。构成CPI八大类商

品和服务价格中,生活用品和服务、交通通

两大类价格同比略降,其他六大类价格同

比均上涨。据测算,在1月份0.5%的CPI同

比变动中,翘尾影响约为-0.2个百分点,今年

价格变动的新影响约为0.7个百分点。

1月份,受春节假期等因素影响,工业

生产处于淡季,全国工业生产者出厂价格指

数(PPI)环比下降2.0%。国家发展改革委

价格监测中心分析预测处长张学武表示,

从环比看,不同行业出厂价格涨跌互现,国

际原油价格上涨带动国内油气开采业、石油

及其他燃料加工工业出厂价格分别上涨4.5%

和1%;受春节假期等因素影响,金属冶炼加

工、水泥等非金属制品、部分下游制造业出

厂价格环比有所下降。从同比看,PPI同比

下降2.3%,降幅与上月持平。

中国民生银行首席经济学家温彬认为,展望下一阶段,预计CPI同比涨幅或将小幅回落。伴随春节假期结束,旅游出行、餐饮、

电影等消费将有所回落。春节过后,肉类需

求回落,叠加豆粕与玉米等主饲料价格处

于低位,预计猪肉价格将走弱,鲜菜鲜果等

将因气温回升价格下降。

PPI方面,受主要发达国家制造业放缓、

全球需求趋弱影响,全球大宗商品价格预计

将整体回落。但春节后工业建筑业逐步复

工复产,增量政策渐显成效,市场供需关系

将得到边际修复,叠加“抢出口”持续,有望

推动国内工业品价格回升,预计PPI同比降

幅将有所收窄,但走出负区间仍需时日。

温彬表示:“促进物价合理回升成为央

行货币政策的重要考量,货币政策将保持宽

松,并配合更加积极的财政政策及其他政

策,以提振居民消费,扩大内需,扭转市场主

体预期,增强经济内生动力。”(经文)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com

● http://www.xfrb.com.cn

● 责编:解磊

● 副总编辑:刘丁 张丽娜

● 社长、总编辑:赵曜

● 监督电话:67600827

● 总编室:67605115

● 经营中心:67604888

● 发行部:67604545

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

地址:北京市朝阳区金台西路2号

邮编:100075

● 照排:网络照排中心

● 零售价:2元

## 全国建成3万余家基础级智能工厂

**本报讯** 记者从工业和信息化部获悉:截至目前,全国已建成3万余家基础级智能工厂,1200余家先进级智能工厂,230余家卓越级智能工厂,智能工厂梯度培育行动取得初步成效。据统计,230余家卓越级智能工厂分布在31个省份,覆盖超过80%的制造业行业大类,共建设智能仓储、在线智能检测、产品数字化研发设计、智能排产调度、质量追溯与分析改进等优秀场景近2000个,工厂产品研发周期平均缩短28.4%,生产效率平均提升22.3%,不良品率平均下降50.2%,碳排放平均减少20.4%,提质增效降碳成效显著,代表了我国制造企业数字化转型、智能化升级的领先水平。(工文)

## 消费时评

Consumption commentary

刚刚过去的春节小长假,不少人选择出门旅行。今年,借助大数据、人工智能、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、5G等技术,春节期间的出行、旅游、文化娱乐以及购物体验都焕发出了新商机,不仅提升了消费者的体验感,也推动了文旅产业的升级与创新。

春节期间,出行是最大的挑战之一。传统的购票、排队、安检等环节常常让人感到疲惫和不便。然而,随着科技赋能,智慧旅游为游客提供了更加便捷和高效的出行体验。

以高铁为例,随着人工智能技术和大数据的应用,铁路系统可以精准预测客流量,优化车票分配,避免高峰期的拥堵。在春运期间,旅客可以通过12306等平台提前购票,系统还会自动推荐最佳出行时间和路线,极大减少了等待时间。此外,基于5G技术的“无纸化”出行,旅客通过面部识别或二维码扫描即可完成检票,减少了传统纸质票务和人工操作带来的不便。

在景区方面,许多热门旅游景点也开始应用“智能导览”系统。游客可以通过操作手机APP或扫码,获得实时的语音讲解和路线导航,甚至能够根据个人兴趣获得定制化的旅游线路。例如,故宫博物院推出的“故宫AR导览”服务,游客可以通过AR技术看到虚拟的历史人物和故事,仿佛穿越回古代,提升了文化体验的沉浸感。

随着VR和AR技术的发展,春节文旅活动不仅限于线下体验,对于那些因种种原因无法到现场的游客,虚拟现实提供了一种全新的文化体验方式。例如,2025年春节期间,北京推出了一场“虚拟春节庆典”,通过VR技术,游客不仅能够身临其境地参观故宫的春节展览,还能通过虚拟漫游的形式,体验传统春节习俗如贴春联、包饺子等活动。

另一个例子是“春节VR民俗体验”,这个项目让无法到达现场的游客,通过VR眼镜参与到全国各地的春节民俗活动中。例如,游客可以通过虚拟平台观看成都的花灯展、南京的庙会,或者在家通过AR设备感受农历新年的气氛。科技打破了地域限制,让春节文化变得更加触手可及,拓宽了游客的参与范围。

春节文旅还借助短视频和直播平台将节庆氛围传播到全国乃至全球。随着抖音、快手等短视频平台的崛起,春节期间的文化活动、旅游景点、民俗传统等都通过直播和短视频的形式,迅速吸引了大量观众。例如,厦门的“灯光节”通过抖音平台进行直播,实时展示灯会的美丽景象,吸引了大量线上观众的关注和互动,进一步推动了当地旅游业的发展。

同时,许多景区、博物馆和文化场馆也借助直播平台展示春节特色活动,如传统舞龙舞狮、书法表演、春节庙会等,游客不仅能够远程欣赏这些表演,还能通过平台进行互动和购买春节纪念品。这样的互动模式,拓宽了春节文化的传播渠道,也为春节文旅消费创造了新的市场。

随着大数据和人工智能技术的应用,春节文旅消费的个性化定制成为可能。通过分析消费者的行为数据、兴趣偏好和消费习惯,旅游平台可以精准推荐适合的旅游线路、景点和活动。

例如,一些旅游平台推出了“春节定制游”服务,基于大数据分析,为消费者推荐量身定做的春节旅游方案。无论是亲子游、亲友团聚游,还是追求自然景观和文化体验的游客,都可以找到最适合自己的春节旅行路线。此外,AI客服也在春节期间提供24小时智能服务,解答游客的疑问,帮助其更好地规划假期。

我们看到,有科技赋能的春节文旅消费正在重塑消费者的节庆体验,春节文化不仅更加丰富多彩,还更加便利和智能化。未来,随着科技的不断进步和应用的深入,春节文旅消费将继续向着更加个性化、智能化的方向发展,为游客带来更加多元和沉浸的文化体验,也为文旅产业注入新的活力和潜力。