

消费日报

2025年2月27日

星期四

总第8883期

第5942期

今日8版

去年市场监管部门查处涉企违规收费案件三千余件

本报讯 据央视新闻报道,2024年,市场监管总局深入开展涉企违规收费专项整治,全年各级市场监管部门共立案查处涉企违规收费案件3042件,退还违规收费13.62亿元,经营主体获得感进一步增强。

(辛文)

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

工信部公示首批中国消费名品名单
多家轻工企业上榜

本报讯 (记者 解磊)日前,工业和信息化部公示首批中国消费名品名单,名单包括93个企业品牌和43个区域品牌。记者注意到,93个企业品牌分别涉及食品行业、轻工行业、纺织行业和医药行业,其中,轻工行业企业品牌数量为28个、食品行业企业品牌数量为38个。

据了解,该名单将轻工行业和食品行业的企业品牌又分为“历史经典”和“时代优品”,前者包括贵州茅台、五粮液、泸州老窖、老凤祥等,后者包括海尔、雅迪、伊利、蒙牛、农夫山泉、青岛啤酒等。

此外,在43个区域品牌中,轻工和食品品类近40个,包括景德镇陶瓷、镇江香醋、西湖龙井、柳州螺蛳粉、涪陵榨菜、兰州牛肉拉面等具有全国影响力的区域品牌。记者统计发现,这次公示的首批中国消费名品名单中酒类企业品牌共计18个,覆盖白酒、啤酒、黄酒、葡萄酒四大品类。在品牌声量上,全国性头部品牌和区域性知名品牌均有所体现。

工信部此前曾公告称,建立消费品牌评价机制,组织有关单位从产品创新力、市场竞争力、品牌影响力、文化赋能能力等方面开展价值评价,分级

打造中国消费名品方阵,分批向社会各界、海内外市场推介名品优品。对中国消费名品强化政策支持,充分发挥各类政府引导基金和国家产融合作平台作用,引导金融资源精准对接名品企业融资需求,对中国消费名品方阵承载区域、重点企业提供支持。

“中国消费名品名单的公布对经济、行业 and 消费者都有多方面的积极影响。”中国财政科学研究院高级研究员刘奇超告诉记者,除了可以提升品牌价值和市场竞争力、促进消费升级、推动产业升级和创新、增强国际竞争力、增强消费者信心外,对推动区域经济发展

也将起到重要作用。“入选企业多为地方龙头企业,名单的公布有助于提升地方经济活力,带动相关产业链发展,也有助于提升地方品牌的整体形象,吸引更多投资和资源。”刘奇超表示。

针对轻工和食品产业,北京社科院经济研究所研究员张润峰对记者表示,名单的公布进一步扩大了轻工“三品”战略的影响力,对于提升轻工品牌价值、加快培养轻工行业新质生产力、推动轻工行业科技创新、优化轻工产业结构、增强轻工产品国际竞争力等方面也将起到积极而重要的作用。

行业动态

2024年累计出口各类果蔬罐头285.07万吨

我国果蔬罐头国际市场地位稳定

本报讯 (记者 闫利)罐头行业是我国传统的出口产业,罐头产品也是目前食品工业重要的出口产品。从大家熟知的桃罐头、橘子罐头到蘑菇罐头、竹笋罐头,在“万物皆可入罐”的背景下,我国果蔬罐头行业在政策支持、技术创新和市场需求的共同推动下,正朝着高质量、多元化方向发展。

日前,记者从中国罐头工业协会获悉,根据海关数据,2024年我国果蔬罐头共出口全球195个国家和地区,累计出口各类果蔬罐头合计285.07万吨,与上一年基本持平。其中,水果罐头合计出口79.27万吨,同比增长7.9%;蔬菜罐头合计出口205.8万吨,同比下降

2.52%。中国罐头工业协会理事长刘有千表示,2024年我国果蔬罐头行业面对复杂多变的市场环境,成本上涨的压力,以及错综复杂的国际环境,果蔬罐头产品出口总量依旧居历史较高位,总体来看我国果蔬罐头产品在国际市场的地位非常稳定,难以被其他国家轻易取代。

根据海关数据,2024年我国果蔬罐头出口金额合计38.59亿美元,同比下降21.42%。其中,水果罐头出口总额11.79亿美元,同比略微增长0.49%;蔬菜罐头出口总额26.8亿美元,同比下降28.3%。对此,中国罐头工业协会表示,我国果蔬罐头产品在国际市场出现的

价格波动居于正常区间,出口产品价格波动受到国际市场需求、生产成本以及国内企业竞争等因素影响。长远来看,国内罐头企业在不断提升生产效率、改善生产设备。随着产品品质以及安全性的不断提升,我国果蔬罐头产品较国际同类产品的相对价格会随着质量的提升而水涨船高。

在国际市场表现稳定的情况下,我国果蔬罐头行业内销市场逐渐趋于良性竞争,不再单纯以价格为主要竞争因素,而是更注重产品能否满足消费者的个性化需求。

中国罐头工业协会介绍,在创新方面,果蔬罐头产品更加注重包装的美观

性及易开启,小包装碗罐在行业内得到了较好的推广。在应用场景方面,蔬菜罐头以其良好的储存性和安全性,在餐饮后厨中出现的频率不断增加,番茄、竹笋、玉米等罐头产品的内需市场较为亮眼。在品牌建设和营销推广方面,越来越多的企业通过线上线下多种渠道之间的相互补充,逐渐开拓市场,提升品牌的知名度和美誉度。

“事实上,在果蔬罐头内销市场中,企业之间的竞争一直存在,但近年来单纯的价格竞争现象有所淡化,行业在质量、包装、营销方式、口感、内容物创新等方面开启了多元化竞争模式。”刘有千表示,随着越来越多的企业根据市场需求调整产品结构,开发特色产品,行业形成了差异化竞争,避免了单纯的价格战,市场竞争更加良性。我国果蔬罐头行业正以市场为导向持续创新产品,努力发掘行业新质生产力,力求实现突破与转型。

政策解读

引导企业环保化、规范化拆解

两部门发布通知明确废弃电器处理专项资金申请标准

近日,财政部、生态环境部发布《关于废弃电器电子产品处理专项资金申请企业标准和条件的通知》(以下简称《通知》),明确纳入资金支持范围的企业标准和所需条件,引导企业环保化、规范化拆解。

废旧家电保有量激增
专项资金引导企业环保规范拆解

随着家电行业进入存量时代,换新需求成为主要需求,废旧家电保有量逐年升高。过去一年,以旧换新政策带动了家电消费的快速增长,而淘汰下来的废旧家电数量也在快速增长。商务部重点联系企业数据显示,2024年废旧家电回收量同比增长14.83%。供销合作总社家电拆解企业数据显示,2024年规范拆解废家电数量同比增长20%。

2024年1月,财政部等四部门发布《关于停征废弃电器电子产品处理

基金有关事项的公告》。国家决定,对废弃电器电子产品处理基金制度进行改革,改由中央财政设立专项资金。在此基础上,2024年9月,财政部、生态环境部发布《废弃电器电子产品处理专项资金管理办法》,明确设立废弃电器电子产品处理专项资金,对资金支持范围、分配和使用管理等作出明确要求。

2024年11月,财政部下达2024年废弃电器电子产品处理专项资金预算达到75亿元。2025年1月,国家发改委相关负责人在国务院政策例行吹风会上表示,2025年继续安排专项资金支持废旧家电回收处理,促进行业健康发展。

作为《废弃电器电子产品处理专项资金管理办法》的配套文件,此次《关于废弃电器电子产品处理专项资金申请企业标准和条件的通知》的发布,将让专项资金的使用更清晰明确,促进行业健康发展。

明确申请标准和条件
助力以旧换新活动走深走实

《通知》中对于申请专项资金的企业标准和条件做了4点明确的要求,尤其要关注的是对于废弃电器电子产品规范回收处理数量要求。《通知》中规定,2025年申请专项资金的,上一年度废弃电视机、电冰箱、洗衣机、空气调节器、微型计算机等五类废弃电器电子产品规范回收处理总量不少于10万台(套)。回收处理的废弃电器电子

产品的种类及数量,按照《废弃电器电子产品拆解处理情况审核工作指南(2019年版)》审核确认。

2026年及以后申请专项资金的,位于西部地区的企业上一年度上述五类废弃电器电子产品规范回收处理总量不少于60万台(套),位于其他地区的企业上一年度上述五类废弃电器电子产品规范回收处理总量不少于80万台(套)。2025年1月1日以后回收处理的废弃电器电子产品种类及数量,按照《废弃电器电子产品回收处理情况审核工作指南》最新版本审核确认。

这意味着,对于申请专项资金企业的回收处理能力要求是逐渐提高的。《通知》中还提到,在上述标准和条件的基础上,各省(区、市)可根据本地区实际情况提出更严格的申请要求。

该《通知》的发布不仅为接下来各地区执行相关政策明确了方向,同时进一步完善了我国废旧家电回收处置流程。在各地家电以旧换新活动不断扩围的当下,废旧家电的妥当处理也能让换新和回收的链路真正融合,进一步激发消费活力。

(中国家电网)

本报新闻职业道德监督岗

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

图片新闻

江苏南京桤溪街道荆山村:

竹笋收获季 市场供应忙



2月21日,江苏省南京市高淳区桤溪街道荆山村王马自然村的早园竹生产基地里,笋农正忙着采收竹笋,供应市场。当前正值竹笋收获时节,当地通过稻壳覆盖竹地的保温技术培育的早园竹迎来丰收,竹笋平均亩产达2000公斤。

图为笋农采收竹笋。

本报记者 魏静 □ 高晓平 孔力娟

发挥消费电子在消费领域领头羊作用

□ 肖睿平



据中国信通院、全球市场调研机构Omdia等权威机构发布的最新数据,随着政策红利的持续释放和技术创新的不断推动,消费电子市场需求正在经历一场显著的复苏,产业链的整体景气度也在稳步回升。这一趋势不仅显示了消费电子行业市场的强劲活力,更为整个消费领域的增长树立了领头羊作用。

消费电子之所以能够成为消费领域的领头羊,是因为人们对生活品质要求的提升和科技的快速发展。消费电子产品已经渗透到人们生活的方方面面,成为现代社会不可或缺的一部分。特别是在当前经济形势复杂多变、面临较大压力的大环境下,消费电子展现出了惊人的增长力。数据显示,截至2月20日,A股市场共有47家消费电子上市公司发布了2024年全年业绩预告。从第四季度的表现来看,这47家公司中有24家预期归母净利润上涨,其中7家公司归母净利润预计上涨超100%。这一数据充分说明了消费电子行业在当前经济形势下的强劲增长势头。此外,截至2月20日,中万二级消费电子行业指数自2月以来上涨了11.70%,这一涨幅也进一步印证了市场对消费电子行业的看好和期待。因此,我们更应该充分发挥消费电子的强劲带动作用,推动整个消费领域的增长。

发挥消费电子在消费领域的领头羊作用,产业政策的扶持是重要保障力。为了促进消费电子行业的发展,国家和地方政府纷纷出台了一系列扶持政策。例如,今年实施的智能、数码产品购新补贴政策就是“两新”政策加力扩围的一大亮点,为消费电子企业带来了更多的市场机遇。在中央和地方政府政策的支持下,我国将持续巩固全球最大的消费电子产品生产国地位,进一步提升消费电子行业的国际竞争力。

除了政策支持外,关注新一代人工智能带来的产业升级等机遇,也是消费电子巩固和提升国际、国内市场地位的重要风口。例如DeepSeek等人工智能技术的应用,为消费电子产品增添了新的动力,不仅提升了消费电子产品的附加值和竞争力,也为消费者带来了更加便捷、高效的使用体验,打开了新的消费增长空间。

消费电子产品直接面向市场用户,产值规模大,对上中游产业具有强大的牵引带动作用。在当前和未来相当长的一段时间内,消费电子都将是拉动消费的领头羊。通过不断创新和升级,消费电子行业将持续培育出消费市场的新增长点,为整个消费市场的增长注入新的动力。