

# 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

前两月规上轻工业实现营收 3.4 万亿元

## 家电行业营收增长 9.9%

记者从中国轻工业联合会获悉:前两个月,在扩内需、促消费政策支持下,轻工业营收利润保持双增长,行业运行稳中有进。1至2月份,规模以上轻工业实现营业收入收入 3.4 万亿元,同比增长 4.4%。实现利润 1967.1 亿元,同比增长 0.6%。

“随着政策效应持续向供给端传导,轻工相关产业生产回升向好、市场规模扩大,有力带动轻工业经济增长。”中国轻工业联合会会长张崇和介绍,1至2月份,家用

电器、电动自行车、家具家装等行

业生产、营收、利润保持较快增长。在以旧换新政策惠及面不断扩大的背景下,1至2月份,家用电器行业营业收入增长 9.9%、利润增长 10.3%。家用厨房电器具制造、家用制冷电器具制造等行业利润增速为近 20%。相关产品的链条行业利润较快增长,其中,家用电器专用配件制造行业利润增长 18.4%。

数据显示,1至2月份,家用电器和音像器材类商品零售额增长

10.9%,自上年 9 月份以来持续保持两位数增长。消费品以旧换新政策有力促进了产业发展和绿色转型,家用电器和音像器材类中的高能效等级家电和智能家电销售继续保持高速增长态势,家电市场呈现出明显的消费升级趋势。截至 3 月 24 日,今年消费者购买 12 大类家电以旧换新产品超过 2800 万台。

今年以来,家电产品以旧换新持续加力。目前全国 20 多个地区在国家明确补贴标准的 8+4 类家

电产品基础上,将烘干机、扫地机、智能马桶、厨房小家电等纳入补贴范围,满足消费者更加多元的更新、换新需求。

再看电动自行车行业。今年 1 月 1 日起,电动自行车以旧换新政策继续延续。相关数据统计,截至 3 月 18 日,我国电动自行车以旧换新共交售旧车、换购新车各 204.4 万辆,带动新车销售 56.1 亿元。

“自 2024 年 9 月电动自行车以旧换新工作启动以来,全国累计通过以旧换新方式交售旧车超 342 万辆,其中超过九成新车采用铅酸蓄电池驱动。”张崇和表示,通过将高风险隐患的老旧电动自行车换购为合格新车,有力推动化解存量风险隐患。今年 1 至 2 月,电动自行车产量增速超过 50%,铅酸蓄电池产量增速超 10%。(人民日报)

## 3 月份制造业景气水平继续回升

**本报讯** 国家统计局服务业调查中心、中国物流与采购联合会 3 月 31 日发布数据,3 月份,我国制造业采购经理指数(PMI)升至 50.5%,比上月上升 0.3 个百分点,制造业景气水平继续回升。从需求端看,新订单指数为 51.8%,较上月上升 0.7 个百分点,连续 2 个月运行在 51% 以上。稳外贸政策持续加码带动国外需求继续回稳,新出口订单指数为 49%,较上月上升 0.4 个百分点,连续 2 个月上升。

(宗文)



Consumption commentary

以长期主义叩响未来之门

□ 肖睿平

“与中国同行就是与机遇同行,相信中国就是相信明天,投资中国就是投资未来”。3 月 28 日,国家主席习近平在北京人民大会堂会见国际工商界代表时,充分肯定外资企业为中国发展作出的贡献,宣示中国坚定不移深化改革、扩大开放的决心,向外资企业发出共享机遇、共同发展的真诚邀约,为中国与世界合作共赢注入强大信心和力量。

“外资企业可以相信中国,赢得未来。”奔驰董事会主席康林松这样说。中国是全球第二大消费市场,拥有 14 亿多人口,其中包括 4 亿多中等收入群体,蕴含着巨大投资和消费潜力,为外资干事创业提供了广阔舞台。

虽非故土却胜似家园。此心安处,异乡亦故乡。“市场在哪里,我们就会去哪里。”博世集团董事会主席斯特凡·哈通的话,反映了外资企业共同的心声。

面对当今世界的不确定性和不稳定性,欧莱雅亚太总裁及中国首席执行官博万尚表达了对中国美妆市场的坚定信心:“我们坚信,投资中国就是投资未来。我们将秉持长期主义,继续深耕中国市场,把握中美社会经济共‘生’的时代机遇,与消费者之‘声’深度共鸣,面向未来持续跃‘升’,在美妆寰宇中开启全新征程。”据统计,欧莱雅中国直接或间接提供就业岗位超 33 万,相当于其每一个岗位可以带动其他领域新增 20 个岗位,是中国全行业平均就业岗位数的 8 倍。

1:20 的“就业乘数效应”,是长期深耕最直观的价值映射。这个数字背后,是欧莱雅中国持续 20 年的研发实验室建设、数字化生态布局、本土供应链培育,以及针对 Z 世代消费趋势的前瞻性研发投入。当其他品牌因短期压力收缩战线时,欧莱雅正以“十年磨一剑”的定力,将资源转化为扎根市场的深层资产,构建起竞争对手难以复制的竞争优势。

另外,从消费者角度而言,从“性价比”到“质价比”再到“心价比”,中国消费者的需求不断快速升级迭代。洞察到这一趋势的外资企业也愈发明白,只有以消费者为中心构建系统性框架,才能为企业的稳健发展构筑强有力的护城河。

宝马沈阳里达工厂量产的第二款全新车型,70% 功能专为中国市场定制,涵盖智能座舱与本土化人机交互设计。其本土化研发体系将德国工艺与中国消费者偏好深度融合,既保留品牌溢价,又通过供应链优化实现价格亲和力。

全球香精巨头芬美意与本土品牌气味图书馆合作推出“凉白开”“大白兔奶糖”香氛,以怀旧营销触发情感共鸣。其广州创香体验中心更通过沉浸式调香体验,将嗅觉经济升级为社交货币,印证“心价比”对年轻群体的杀伤力。

面对茶饮冲击,星巴克推出“啡快”即时零售服务,缩短到店等待时间。同时与故宫文创合作推出限量茶具,将咖啡消费升级为文化体验。

以长期主义解码外企的“中国信心”,是一场关于时间与价值的叙事与探索。通过上述案例可以看出,外企正通过“本土化深耕(质价比)+情感化创新(心价比)+生态化布局(长期主义)”的三维战略,将中国消费升级转化为增长红利,其本质都是将“消费者洞察”转化为“系统性价值创造”,这种能力正是应对不确定性的终极护城河。

## 权威发布

工业和信息化部、财政部日前联合印发通知,组织开展第二批制造业新型技术改造城市试点等工作。

通知明确,本次将继续支持城市采用“点线面”结合的方式组织示范项目,“点”上开展数字化智能化改造示范、“线”上开展产业链供应链数字化协同改造示范、“面”上开展产业集群及科技产业园区整体数字化改造示范,加快数字技术、绿色技术以及创新产品推广应用,推动制造业高端化、智能化、绿色化发展。

通知要求,申报城市应在制造业中确定 3 个左右主导行业作为技术改造重点行业,鼓励选择对工业经济增长贡献度较大、转型升级需求迫切的传统产业;要与工业领域设备更新、超长期特别国债等政策做好协同,形成政策合力;鼓励第二批申报城市实施方案与首批入选城市实施方案做好衔接。

“这些塑料包装,特别是软塑包装,因其应用广泛而分散、回收处置难度大、经济价值低、极易泄漏到环境中,被全球公认为是塑料污染治理中最大的难点和痛点。近年来,随着外卖、快递等新兴领域的快速发展,塑料包装更是成为全社会

## 第二批制造业新型技术改造城市试点工作启动

接:申报城市应做好项目审核,遴选优质项目列入实施方案等。

制造业新型技术改造城市试点工作于 2024 年启动,旨在促进企业设备

更新、工艺升级、数字赋能、管理创新,推动传统产业转型升级,为加快培育新质生产力、推进新型工业化提供有力支撑。

(新华社)



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 步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”  
步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可

聚焦家电、厨卫家居、家装建材等重点商品  
**公安部部署依法严打消费领域假冒伪劣犯罪**

公安机关将围绕服务消费提质惠民行动,坚持以“零容忍”的态度严厉打击假冒伪劣食品药品、化妆品、卫生用品、电缆、燃气产品、电动自行车、消防器材等多发性犯罪;重点关注首发、冰雪、银发经济和数字、绿色、健康消费等领域,突出户外装备、运动设施、文创产品、绿色食品以及区域特色农产品等重点产品,依法严厉打击假冒知名品牌、名优商品犯罪。围绕消费品质提升行动,聚焦人工智能、机械电子、生物医药、新能源、新材料等领域“专精特新”企业优势产品、智能汽车、智能家电、智能家居、运动时尚、动漫电竞、健身器材、医美产品等高端消费品、国货潮品和外贸优品,依法严厉打击侵犯商标权、专利权和商业秘密犯罪;及时跟进数字经济等新产业、新业态发展,依法严厉打击裹挟共生的新型假冒伪劣犯罪。

(辛文)

## 《中国塑料包装可持续发展研究报告》发布 解决塑料污染 全面构建循环经济模式

近日,由中国包装联合会与国家发展改革委宏观院体改所联合发布的《中国塑料包装可持续发展研究报告》(以下简称“报告”)显示,通过推动塑料包装可持续发展,按照循环经济“减量化、再利用、资源化”原则全面构建循环经济模式,有助于形成塑料包装循环经济体系,对气候变化和塑料污染、保护生物多样性具有重要意义,是解决塑料污染的“牛鼻子”。

数据显示,我国每年用于包装生产的塑料总量约为 4500 万吨。其中,食品领域塑料包装占比 43%,一次性购物袋背心袋垃圾袋软包装占比 11%,快递包装领域占比 9%,服装包装领域占比 8%,美妆及日化领域占比 6%,其他领域占比 23%。

“这些塑料包装,特别是软塑包装,因其应用广泛而分散、回收处置难度大、经济价值低、极易泄漏到环境中,被全球公认为是塑料污染治理中最大的难点和痛点。近年来,随着外卖、快递等新兴领域的快速发展,塑料包装更是成为全社会

关注的焦点。”中国包装联合会副会长韩雪山说。

报告指出,2023 年,全球生产约 4.14 亿吨塑料,预计到 2050 年产量将会翻倍。其中,三分之二的塑料在短暂使用后就会成为废弃物,而约 42% 的塑料原材料用于生产塑料包装。

报告还指出了我国塑料包装可持续发展的路径:在设计环节全面推行生态设计,在生产环节全面开展绿色供应链管理,在使用环节加强塑料包装的减量使用与重复使用,在回收环节推动高值化回收利用,在处置环节避免泄漏和安全处置。

“大力发展塑料循环经济,深入推动塑料包装可持续发展是人类迈向与塑料和谐发展的基础。未来,相信在政府的大力推动下,在产业界的不断探索下,在相关社会组织和消费者广泛参与下,中国塑料包装可持续发展将日益成熟,引领和推动塑料包装行业实现高质量发展。”国家发展改革委宏观院循环经济研究室主任张德元表示。(工人日报)