CONSUMPTION DAILY

消费日报

2025年6月10日
星期二
总第8951期
第6010期
今日4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

微|报|眼

前4月国家高新区规上工业企业营收增长7.3%

本报讯 记者近日从工业和信息化部获悉：今年前4月，国家高新区规模以上工业企业营业收入10.26万亿元，同比增长7.3%。

近年来，国家高新区产业科技创新实现新突破。截至目前，国家高新区聚集了70%的国家制造业创新中心、80%的全国重点实验室，国家高新区企业研发经费投入、拥有发明专利数均占全国50%左右。

（欣 文）

创新引领新质发展

一瓶洗衣液背后的创新密码与产业变革

图为升级创新成果发布会现场，纳爱斯入选产品展示区。

□ 本报记者 **刘 元**

轻工业是覆盖最广的民生消费品行业，是满足人民美好生活需要的主力军。日前，中国轻工业联合会主办的“创新引领新质发展 升级做强人民轻工”升级创新成果发布会上发布了第十批和第十一批《升级和创新消费品指南（轻工）》。

纳爱斯集团旗下雕牌、超能、纳爱斯、100年润发、伢牙乐、超能SupNice等品牌7款产品入选，成为中国日化行业入选品牌和产品数量最多的企业。纳爱斯是如何准确把握科技创新的方向，让科研成果从实验室里的样品，变为生产线上的产品，大市场里的商品？从一瓶自天然洗衣液背后的研发故事或许可以窥见一二。

天然成分占比达90%以上 一瓶洗衣液打响“技术团战”

“天然洗护”是近年来洗涤市场上的热词，对于领军企业纳爱斯来说更是早有绸缪并领先的赛道，从天然皂粉到如今的自天然洗衣液，这一品类一直是纳爱斯在市场上表现最为出色的产品。据了解，自天然洗衣液天然成分占比超过90%以上，对比此前同类天然成分最高只有70%，形成断崖式领先。运用于该产品的技术也成为今年行业唯一入选工信部发布的首批先进技术适用名单的技术，为行业提供了绿色低碳化可持续发展的解决方案。而这背后集结了无数研发人员的心血。

“头发是那会儿熬白的。”纳爱斯创新发展研究院院长刘英回忆起2023年研发超能自天然洗衣液的经历时感慨道，“当时市场上的天然洗衣液多为概念营销，能兼顾天然原料和去污功效的并不多，养成了消费者认为‘成分天然和效果显著是对立的’的刻板印象，少有做到的产品，消费者也不买账。”

行业的痛点、难点恰恰是消费者的需求和企业研发的重点。消费者认为天然成分清洁效果不佳，纳爱斯就通过技术手段对成分进行分子改性。“如果把洗衣比作捕鱼，我们原先用鱼竿捕鱼，鱼钩一次只能钓起一条，但我们通过分子改性把鱼竿升级为渔网，各类更深层的污渍都能被‘一网打尽’。”刘英向记者解释。这项技术也让纳爱斯揽获国家发明专利。

消费者认为天然成分是宣传噱头，纳爱斯就精挑细选，从上千种天然成分中挑选最优秀的几种作为原料。“就像苹果放久了会变色，天然的成分通常不太稳定，为此，我们以严苛的质量标准和数百道检验流程，严控原料品质，让每一瓶产品在保质期内品质都稳定如初。过去因为天然原料的珍贵和技术的限制，洗衣产品的天然只能做到配方中个别原料的天然，我们则向整个配方的天然进发。”刘英介绍，按国际标准化组织ISO方法计算配方，产品成分中天然来源部分占比达90%以上，相较之前宣称的“天然”洗衣液，做到了更有效、更天然、更可信。

此外，基于前期大量深入的市场调研，纳爱斯发现消费者淘汰衣物的主要原因是衣物发黄变色、越洗越旧。“我们从这些角度着手，将天然植萃技术、亮白焕彩技术等多个技术打包组合，以技术‘团战’的形式和各类污渍对抗，让消费者在清洁衣物时不仅是洗，更是在‘保养’。这些技术里仅发明专利技术就有两项。”刘英进一步介绍，像这样的专利技术，在纳爱斯已经孕育出了数十项。目前，超能作为天然洗护领军品牌，已经获得来自行业的充分肯定。

回首纳爱斯的发展历程，自天然洗衣液等不断涌现的创新产品无一不在回应消费需求、引领消费趋势。对于纳爱斯来说，创新就是坚持选择难而正确的路——1992年，引发中国肥皂工业革命的雕牌超能皂上市，结束了“臭肥皂”的历史；2002年，以天然椰子油为原料研制天然皂粉，开创国内新品类；2011年，开发出洗涤漂洗节水率在30%以上的节水洗衣液，相关技术获得中国轻工业联合会科技进步奖一等奖。

“科技创新是纳爱斯高端化发展的核心动力，一切只为提升消费者生活品质。”纳爱斯董事长兼总裁何丽明说，“多年前，我在纳爱斯创新发展研究院与研发团队探讨研究方向和定位，在当时的环境条件里没选择走颠覆性的创新之路，如今时过境迁，纳爱斯在天然原料开发研究和应用领域已经具备了挑战‘从0到1’的条件与能力，我们的研究方向和定位必须与时俱进，在新产品、新赛道、新产业的成长曲线上不断突破，实现从不可能到可能。”

坚持科技创新为纳爱斯带来的成果显而易见。截至目前，纳爱斯共有80余种产品获得了国家市场监督管理总局的“中国绿色产品认证”。

如今，纳爱斯不断洞悉消费者对美好生活向往的需求，打造了行业首个中国轻工业洗涤剂重点实验室、浙江省绿色清洁重点实验室；与国家表面活性剂工程研究中心联合成立了“绿色生态清洁护理用品研究分中心”；与相关行业的国际头部企业联合建立了世界领先的研究机构，推动科技创新成果再登新高峰；同时作为中国日化行业首家国家级工业产品生态（绿色）设计示范企业，纳爱斯率先实施产品全生命周期评估制度，以体制机制上的创新确保企业绿色高质量发展，并以先进理念和技术保持在行业上的引领地位。

融合一二三产多元发展 开创全球生态产业新标杆

当前日化市场竞争激烈，消费者对产品已从单一的功能需求转向绿色环保、健康舒适等个性化需求。强链、固链不仅是目前中国工业发展之所需，更是领军企业通过资源整合带动上下游企业抱团发展的重要方式。

为了保持竞争优势，纳爱斯一直在探索企业的转型升级之路。在此背景下，“生态纳爱斯”应运而生。

不同于以往人们印象中的纳爱斯，“生态纳爱斯”是以链主身份，整合全球人才、技术、原料等优质资源，以“美丽·健康”产业为落地载体，以“四美四觉+培植”的创新模式贯通一二三产业，形成的新的产业体系。“‘生态纳爱斯’开创的全链产业体系创新为‘链’的概念提供了一种全新的发展模式。”纳爱斯相关负责人进一步向记者解释，“全链产业体系转的是产业类型，升级的是发展模式，从单一的生产型企业升级为产、学、研一体化融合发展。”“生态纳爱斯”的构建，是以建设全球化企业为目标，以一种多技术的革命性突破、生产要素的创新性配置和产业的深度转型升级为特征，是纳爱斯在新质生产力方面的最新实践。

从产品端看，“生态纳爱斯”正基于新的蓝图，整合相关科研实力，目前已经稳步布局宠物、化妆品、香氛、精油、食品、植物提取应用、生物基材料等赛道。

从产业端看，“生态纳爱斯”有效推动产业结构转型升级，吸引了社会各界与纳爱斯开展深度合作，如建设生态资源研究及产业化项目，实现从日化用品延伸拓展特色植物资源价值深度开发领域，拓展植物提取应用等新产业。“我们计划打造集植物培育种植、植物功效成分提取和应用、生态技术和产品开发、功效体验、生态旅游、产业孵化等多业态为一体的产业体系核心区。可以基于当地特色植物资源进行全价值利用和开发，也更方便在种植、加工、服务等各个领域进行融合创新。”上述负责人说。

目前，“生态纳爱斯智能工厂及生态产业核心区项目”建设正式拉开帷幕，标志着“生态纳爱斯”落地丽水；而融合了丽水“处州白莲”千年基因和中科院武汉植物所现代科技的新品莲种，也已于早春在碧湖平原播下种子，首期150亩已是丽水有机种植的最大面积，与传统处州白莲相比更具独特性、更具营养育价值和观赏价值，有观点认为，这是“科技创新和产业创新加快融合形成的新质生产力”，并呈现了“推动区域文商旅融合高质量发展”的新特点。

从突破行业技术瓶颈到带动产业融合发展，纳爱斯的转型之路为中国日化行业提供了全新参考。未来，纳爱斯的发展之路去向何方？何丽明在《生态纳爱斯》报告给出答案：“调整发展思路，完善生态产业布局，打通产业与业态边界，推进多元融合，实现人们对美好生活的向往。”

消费时评 Consumption commentary

焙烤行业迎来全产业链健康化变革

□ 肖睿平

在刚刚落幕的第27届中国国际焙烤展览会上，“健康”这一关键词贯穿整个展会的展台设计、产品展示乃至论坛话题。无论是原材料企业推介的高膳食纤维面粉、高蛋白小麦，还是烘焙品牌推出的低糖、低油、升糖指数（GI）低全麦、益生元产品，抑或设备商主打的“低温慢焙”“自动配比”技术，都透露出一个信号：全产业链健康化，正在成为中国焙烤行业不可逆转的发展方向。

曾几何时，以面包、蛋糕、点心等为代表的焙烤食品一度因高糖、高脂、高热量的标签被贴上“不健康”的印象，尤其在全民健康意识提升、“控糖控油”成为饮食新风尚的当下，焙烤行业一方面受到市场审视，另一方面也面临深度变革的压力。如今，在展会上走一圈，你会发现：这场变革已经从“端头”的产品宣传，上升为整个产业链条的系统响应。

近几年，消费群体对健康饮食的需求正呈现快速上升趋势。据中国营养学会发布的《居民膳食指南》显示，2022年我国成年人超重率已达50%以上，控糖、控脂、增加膳食纤维摄入成为普遍健康建议。同时，年轻人、孕产人群、中老年群体等细分市场对“健康烘焙”的认知和偏好也在不断提升。

数据显示，2023年我国低糖/无糖焙烤食品市场规模达345亿元，同比增长18.7%。其中，全麦面包、代糖蛋糕、高蛋白饼干成为增长最快的细分类目。可见，健康化已经不再是个别品牌的差异化策略，而是整个行业为顺应消费趋势必须进行的“转基因式”调整。

从此次展会可以看到另一个显著变化，即原材料展区的展品结构发生质的改变。展品不再是传统的糖、油、乳制品的堆叠，而是“功能食材”唱主角：新型全麦粉、高膳食纤维粉、高蛋白小麦粉，强调升糖指数（GI）低、微量元素丰富；天然代糖如赤藓糖醇、罗汉果提取物在甜味剂替代中比重提升；益生元、植物多酚、天然抗氧化剂等成分广泛用于饼干、蛋糕、软欧包等配方中。这些改变意味着，焙烤食品不再仅仅满足“口感好”，更关注“功能性”“可持续性”“健康正当性”。行业正从“能做出美味”走向“能做出让人放心、长期吃的美味”。

实际上，健康并不仅体现在食材选择，还体现于制作过程的精准控制。此次展会中，多家设备企业展示的智能烘焙解决方案成为关注焦点。例如，智能控温技术可实现低温慢焙，有效保留食材营养；自动油糖配比系统避免过度添加，提升批量稳定性；可视化烘焙流程系统助力标准化、透明化生产管理；无人工智能识别系统可根据原材料性质自动调整配方参数。这些创新技术正逐步推动焙烤业从“手艺人经验型”向“工业4.0精控型”转变，为健康化生产提供了坚实保障。

当下，不少品牌正积极布局“功能+情绪”双通道产品线。例如“轻食代餐面包”主打高蛋白低碳水，适配健身和控糖人群；“晚安酸奶蛋糕”加入褪黑素元素，切中失眠焦虑人群；“儿童成长小饼干”富含钙铁锌、DHA，聚焦家庭场景；“快乐减压曲奇”包装上标注“低负罪感”标签，打出“情绪价值”牌。这类产品不仅仅是在营养结构上进行配比优化，更在品牌沟通和营销语境上打造“共情体验”，真正将健康从营养概念转化为生活方式的一部分。

一些传统企业在转型中可能仍存顾虑，担心“低糖就不好吃”“减脂就卖不动”，但从领先品牌与新消费力量的实践来看，健康化不是牺牲，而是再创造。

消费者并不是拒绝味道，而是希望“好吃又健康”；不是排斥焙烤，而是希望“吃得懂成分，吃得起长期”。正如某头部品牌在展会论坛中所说：“健康不是给自己减分，而是为品牌加值。”谁能在“健康+口味”的两极中找到平衡点，谁就能在新一轮行业竞争中胜出。

健康化是一次行业认知的升级，更是一场系统性的产业链重构。从上游种植到中游原料、从生产制造到终端销售、从包装宣传到消费教育，焙烤行业正经历一次“自我净化”的理性重塑。所以，健康不再是一块蛋糕上的标签，而是这块蛋糕从“地里到口里”的全过程。谁能够提前布阵、构建健康闭环，谁就能在未来烘焙市场中稳稳站住“消费心智”的高地。

权威发布

我国丝路电商伙伴国已达三十五个

6月5日，记者从商务部获悉，截至目前，我国丝路电商伙伴国已达35个，打造了一系列合作品牌，建成120个线上线下国家馆，在19个国家建设了65个直采基地，举办100多场电商“云上大讲堂”业务培训，有力促进全球电商合作。

近年来，中国电商发挥创新能力强、模式业态新、市场规模大等优势，积极推动全球电商合作，“做电商找中国”已成为业界共识。2025年，商务部推出“电商惠全球”主题活动，组织了18个地方、8个主要电商平台，围绕政策沟通、产业对接、能力建设、地方合作四方面，形成了40项清单式合作内容，邀请伙伴国“自助式”点单，集约高效开展电商领域务实合作。

（人民网）

城市更新财政补助再纳入20城

向高能级三四线城市延伸 向消费提振延伸

6月4日，财政部经济建设司、住房城乡建设部城市建设司发布《2025年度中央财政支持实施城市更新行动评选结果公示》，北京、天津、唐山、包头、大连、哈尔滨、苏州、温州、芜湖等20个城市入围。未来几年，中央财政计划补助超200亿元支持上述城市补齐城市基础设施的短板弱项，探索建立可持续的城市更新机制。

“在扩大内需的宏观背景下，城市更新被赋予更高定位，不仅是改善城市环境的民生工程，更成为拉动投资、释放消费潜力的重要抓手。”上海易居房地产研究院副院长严跃进表示，通过老旧小区改造、商业街区升级等项目，既能提升居民生活品质，又能带动建筑、家电、文旅等上下游产业发展。此次入选城市多具备扎实的更新基础、成熟的标杆项目及良好的市场反馈，更有望通过资金与政策的双重加持，打造“安全韧性、功能完善、内需活跃”的更新样板。

从公示的评审结果来看，严跃进表示，政策支持正呈现向高能级三四线城市延伸的新趋势。对比去年以一二线城市为主，今年新增芜湖、宜昌等重点三四线城市，这体现出政策对城市能级较高的三四线城市的倾斜，通过中央财政支持进一步激活其更新潜力。

在支持领域方面，则从“基础民生”向“消费提振”延伸。中指研究院研究总监吴建钦表示，在持续加码地下管网更新、污水管网“厂网一体”建设等民生工程的基础上，首次将消费型基础设施建设纳入重点支持范畴，通过完善商业设施、文旅场景等配套，增强城市更新对消费潜力的释放效应。

财政部经济建设司司长郭方明此前在新闻发布会上表示，中央财政立足于探索新模式、城市更新重点任务、财政金融政策协同等“三个聚焦”来支持城市更新。积极探索政府引导、市场运作、全社会参与的可持续城市更新投融资模式，鼓励民营企业参与基础设施和公用事业特许经营，吸引社会资本、社区、居民等各方面积极参与城市更新工作。财政部也将对相关城市的工作进展、资金使用管理等开展绩效评价，强化追踪问效，高质量推进城市更新。

（经 参）

本报新闻职业道德监督岗
电话：(010)67605353 67606237
邮箱：xfrbjw@163.com

快来扫扫我吧！

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

● 消费日报社出版 ● 社长、总编辑：赵 曦 ● 副总编辑：刘 丁 张丽娜 ● 责编：黄芷凌 ● http: //www.xfrb.com.cn ● 北京市丰台区定安东里20号楼 邮编：100075
● 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 ● 照排：网络照排中心 ● 零售价：2元