

## 6月物流业景气指数为50.8%

**本报讯** 中国物流与采购联合会日前发布的6月中国物流业景气指数为50.8%，较上月回升0.2个百分点。从分项指数看，业务总量指数今年以来连续4个月处在扩张区间。随着需求进一步向好，物流业务量保持扩张，景气水平进一步提高。

分行业看，道路运输、铁路运输、航空运输等行业业务总量指数均在景气区间。受网络购物和季节性生鲜冷链商品需求带动，邮政快递业和航空运输业务总量指数分别为69.3%和52%，扩张态势明显。部分地区调研企业反映，应季果蔬、冷链花卉航空物流业务总量保持回升，新订单业务量也保持回升态势。

(辛文)

## 消费日报

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

## 前五月家电和音像器材类商品零售额增长超三成

中国轻工业联合会近日公布轻工工业经济最新运行情况。数据显示，1至5月份，规模以上轻工工业企业实现营业收入9.27万亿元，同比增长4.7%；实现利润5314.5亿元，同比增长2.8%，轻工工业经济运行延续稳中有进态势。

国内市场规模稳步扩大。今年以来，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。1至5月份，轻工11类商品零售额35136亿元，同比增长11.9%，增速比1至4月份加快1.2个百分点。

家电领域，1至5月份，家用电器和音像器材类商品零售额增长30.2%，自上年9月份以来持续保持两位数增长。家电产品零售向好还进一步向生产端传导。1至5月份，家用电器行业增加值增长6.9%，洗衣机、饮水机、空调产品产量分别增长9.3%、7.9%、5.9%。1至5月份，家用电器制造行业营业收入增长6.0%。

1至5月份，轻工商品出口3732.1亿美元，同比增长0.5%，轻工外贸出口承压前行，继续保持韧性。轻工21个大类行业中，10个行业出口额同比增长。

“总体看，轻工工业经济运行仍呈现恢复态势，随着稳经济、扩内需、促消费政策措施效果持续显现，轻工工业韧性好、发展稳、潜力大的优势将持续显现。”中国轻工业联合会会长张崇和表示。

(人民日报)

为深入贯彻落实《国家标准化发展纲要》，激发轻工标准化工作活力，构建新质标准体系，引领行业高质量发展，6月27日，中国轻工业联合会在北京召开2025年全国轻工行业标准化工作会议。会议全面总结“十四五”以来轻工标准化工作成效，分析面临的机遇与挑战，部署下一阶段重点工作任务。中国轻工业联合会会长张崇和出席会议并发表讲话。

## 五大行动促发展 标准引领谱新篇

中国轻工业联合会会长 张崇和

轻工业是我国国民经济的传统优势产业，是重要民生产业，是具有较强国际竞争力的产业。2024年，规模以上轻工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%，高于全国工业11.6个百分点。2025年一季度，在系列扩内需、促消费政策支持下，规模以上轻工工业企业实现营收5.4万亿元，同比增长4.8%；实现利润超3000亿元，同比增长1.4%。国家系列经济政策落地见效，轻工经济运行持续向稳向好，成为国民经济行稳致远的重要力量。

标准化是国家治理体系和治理能力现代化的基础，是引领产业高质量发展的技术支撑。党和国家高度重视标准化工作，习近平总书记指出“标准决定质量，有什么样的标准就有什么样的质量，只有高标准才有高质量”。中共中央、国务院印发的《国家标准化发展纲要》，聚焦标准化服务经济社会发展的重点领域，提出了标准化发展的目标，是新时代标准化发展的总指针和总遵循。《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》指出，“健全国家标准体系”“以国家标准提升引领传统产业优化升级”，明确了进一步深化标准化改革创新的努力方向。

“十四五”以来，中国轻工业联合会组织轻工行业协会、标委会和企业，认真贯彻落实党中央决策部署，深入落实《国家标准化发展纲要》，提出“打造新质标准体系，引领行业高质量发展”，统筹推进国标、行标、军标、团标“四位一体”发展。在全行业的共同努力下，轻工标准化工作取得了显著成绩，在推进轻工行业转型升级、满足人民美好生活需要等方面发挥了重要作用。

## 一、组织体系更加完善，顶层设计高效领航。

中国轻工业联合会充分发挥标准化工作委员会作用，建立健全“权威高效、统筹协调”的工作机制，以“顶层设计、动态优化”为原则，不断夯实标准技术组织根基。目前，轻工行业全国专业标准化技术委员会46个，分技术委员会92个，委

员6510人次。“十四五”以来，中国轻工业联合会严格按照国家市场监督管理总局和工信部的工作要求，按时有序规范换届、按需动态调整委员，管理水平和工作效率能不断提升。轻工标委会队伍更加优化。累计召开会长办公会议20次、轻工标委会会议26次，专题研究审议轻工58个标委会换届调整方案，考察班子成员336人次，调整委员709人次。对于日常运转不佳、运行不规范的标委会，控制项目申报、约谈秘书长、调整领导班子、调整秘书处，班子建设不断强化，委员结构显著改善，创新活力有效激发。轻工标准化组织布局更加完善。推动组建了工艺美术、眼视光、日用杂品、文具运动器材、轻工机械、婴童用品等6个标委会和12个分委会；降级调整地毯、文具、蜡制品等7个标委会；撤销刷类、民用装饰镜等10个标委会及其分委会，有效地解决了轻工标委会业务范围交叉重复、相关领域组织体系空白缺失等问题。

## 二、标准体系更加优化，标准更新蹄疾步稳。

编制发布《“十四五”轻工行业标准体系建设方案》，推动标准供给由政府主导向政府与市场并重转变。目前，轻工领域现行国家标准3143项，行业标准3748项，国家军用标准85项。中国轻工业联合会和行业协会制定团体标准1100余项，其中60项被评为工信部百项团体标准应用推广典型案例。“十四五”以来，中国轻工业联合会加强统筹指导，以“保基本、强引领、促创新”为导向，全面优化标准体系。一是筑牢强制性标准安全底线。获批发布的27项强制性国家标准，对消费品安全、有害物质限量发挥了重要作用，令家具、手表外观件中的有害物质限量达国际先进水平；家用电器、照明电器、儿童用品等领域的强制性标准被用于国家强制性产品认证，筑牢了民生安全标准防线。二是加速老旧标准迭代升级。在批准发布的近2000项国标行标中，修订的标准占50%，90%以上“标龄”超过10年的得到了修订，有效地解决了标准滞后问题，实现了标

准修订与产业升级的同步发展。修订的《日用香精》《精油 命名原则》等标准，细化了产品类别，新增限用26种，调整限量99种，与国际接轨规范命名194种。通过标准修订，推动我国香料香精市场规模由500亿元增长至600亿元，全球市场份额从20%提升至28.5%。三是引导团体标准创新发展。轻工行业协(学)会制定发布团体标准800余项，持续激发企业创新活力，提升产品竞争力，引领行业高质量发展。中国轻工业联合会发布的《五粮液香型白酒核心产区(宜宾)产品评价规范》团体标准，23个指标中6项高于国标、行标、军标、团标“四位一体”品牌建设；发布的电冰箱、洗衣机等4项产品碳足迹核算团体标准入围工信部推荐清单，促进行业绿色低碳转型。国家家具协会发布的沙发、床垫、办公椅等系列质量安全等级评定标准，引领家具行业高端优质制造。中国家用电器协会发布的家用洗地机团体标准，技术指标国际领先，填补了新品类标准空白。中国五金制品协会发布的集中采购五金产品质量团体标准，让用户采购有标可依，让行业从价格竞争回归到质量竞争、价值竞争。

## 三、标准供给靶向发力，赋能行业进阶提质。

轻工标准聚焦“高端化、绿色化、数智化”等产业变革趋势，加速关键领域供给，赋能行业进阶提质。“十四五”以来，围绕产业转型升级，累计制定新标准近1000项，实现以标准创新引领产业跃升。一是标准升级激发消费潜能。落实国务院以标准提升促发展、促消费“两个方案”的要求，扎实推进133项重点标准研制，涉及质量分级、碳排放核算、适老产品设计、回收利用规范等领域，有力支撑消费品以旧换新政策落地，激活万亿级消费市场。二是标准创新守护民生需求。围绕“一老一小”特殊群体需求，研制发布《童鞋安全技术规范》《家居产品适老化设计指南》等57项标准，从婴童用品质量安全到适老家居功能设计，用标准守护民生幸福感。三是标准引领构建数智高

地。围绕数智化转型发展，研制发布《轻工智慧园区评价通则》《轻工企业数字供应链管理通则》等84项标准，有力推动新一代信息技术与制造业深度融合，提升产业基础能力和产业链现代化水平。四是标准赋能加快绿色转型。围绕绿色低碳转型发展，研制发布《乳制品绿色工厂评价要求》《制革节水技术规范》等253项标准，其中40项绿色工厂、绿色供应链标准，支撑1321家轻工企业入选国家级绿色工厂，167家轻工企业入选绿色供应链管理示范名单，以标准“含绿量”提升产业发展“含金量”；制定的再生纸浆、回用纤维浆等标准，提高了回用纤维原料的循环利用率和质量稳定性，有效缓解了造纸原料短缺，为造纸工业可持续发展注入了强劲动力。

## 四、国际水平持续提高，影响力逐步增强。

轻工标准积极“引进来、走出去”，全面提升国际标准话语权与主导力。目前，轻工行业对口ISO、IEC国际标准组织技术委员会83个，其中我国承担秘书处6个，担任主席职务8人次，注册专家670人次，在烟花爆竹、香化、制鞋等16个领域主导制修订国际标准140项，推动中国标准成为全球准则。“十四五”以来，轻工标准开放包容、合作共赢，与国际标准兼容，国际化水平稳步提升。一是“引进来”破技术壁垒。在皮革、造纸、照明电器等领域，完成426项国际标准转化，转化率达到85.5%，眼视光、日用玻璃、缝制机械等10个领域的转化率达到100%，有效地消除了国际贸易技术障碍。二是“走出去”立中国标杆。开展251项国标行标外文版研制，其中《茶叶滤纸》国家标准外文版推动我国茶叶滤纸年出口至共建“一带一路”国家超3000吨；主导制修订69项国际标准，其中冰箱保鲜国际标准量化保鲜性能，丰富评价维度，引领产品从“存得住”向“存得鲜”转变，填补了国际空白。轻工技术、产品、装备正以标准为引领，加速迈向国际市场。

(下接A2版)

## 桃罐头产业将加速实现从“规模扩张”到“价值增长”



图为消费者在选购罐头。

□ 本报记者 闫利文撰

又是一年桃子成熟季，6月以来，各品种的桃子纷纷上市，在让消费者大饱口福的同时，安徽砀山、山东平邑等地的生鲜桃还摇身变成桃罐头，远销美国、日本等国。

为促进我国桃罐头加工企业之间的信息交流，确保今年产季原料收购平稳，罐头加工有序，日前，中国罐头工业协会在江苏徐州举办“2025年桃罐头产季信息交流暨市场分析会”。中国罐头工业协会理事长刘有千指出，2025年我国桃罐头加工行业面临“内外双压”与“结构调整”的双重挑战。尽管当前桃罐头产业面临短期阵痛，但我国拥有全球最完整的产业链、最大的消费市场和持续升级的加工技术，只要全行业以“质量为根、创新为翼”，在原料端稳根基、市场端破困局、国际竞争中树品牌，必能推动产业向“高附加值、高话语权、高可持续性”转型，实现从“规

模扩张”到“价值增长”的跨越。

“我国桃罐头主要采用黄桃和白桃两种原料，其中加工用黄桃原料占比超80%，主要集中在安徽砀山、山东平邑、辽宁瓦房店、江苏连云港和湖北枣阳等地区。”刘有千介绍，主产区(如砀山、平邑)受天气、基建等因素影响略有减产，但全国加工用桃种植面积近50万亩、产量80余万吨的基本面未变，原料供需总体可控。企业基于库存压力和市场观望情绪，生产积极性普遍偏低，

预计本年度原料价格受供需关系制约保持相对平稳，但冻桃瓣储备量同比增加，企业应对市场波动需采取灵活性策略。

记者从中国罐头工业协会获悉，2024年我国果蔬罐头共出口全球195个国家和地区，出口各类果蔬罐头合计285.07万吨，与上年基本持平；桃罐头出口量17.33万吨，同比增长13.58%，但出口额仅2.1亿美元，量增价减特征凸显国际市场价格竞争白热化。2025年1—4月桃罐头出口量、额双降，分别减少4.03%和14.11%，需警惕贸易壁垒升级。

刘有千表示，当前，国际市场风险与机遇并存，桃罐头主要生产国呈现“产量调整与结构性竞争”特点。我国凭借原料基地集中化(黄桃占比超80%)和加工技术成熟度，仍稳居全球出口前三，但需应对“低价倾销”的国际负面认知。此外，2024年我国桃罐头生产总量约72.3万吨，同比减少4.24%，传统商超渠道增长乏力，但折扣店等下沉市场增长显

著。行业生态受黄桃罐头热潮后遗留问题冲击，非专业经销商低价倾销劣质产品，导致价格体系混乱、消费者信任度下降，加剧了市场内卷，但经过去年以来洗牌，预计今年将会有所好转。

面对“内外双压”与“结构调整”的双重挑战，刘有千认为，桃罐头加工生产和贸易要从原料端、国内市场、国际市场、产业升级四方面入手破局。在原料端要构建稳定供应链，强化质量把控，理性调控原料采购，推动原料品种改良与标准化，提升原料一致性和出成率。面对国内市场要破局消费疲软，重塑渠道生态，激活多元消费场景。在国际市场中要积极应对贸易壁垒，提升议价能力，加大对新兴市场的开拓力度，实时跟踪主要市场的关税政策，在世界水果加工组织会议中推动建立全球桃罐头贸易协调机制，反对单边主义贸易保护行为。在产业升级方面要加快数字化转型与可持续发展，推广数字化加工设备，践行绿色发展理念，推动包装材料革新。

“2025年，我国罐头产业站在转型的十字路口。我们将继续强化协会职能，凝聚发展合力，搭建国际交流平台，借助第十六届世界水果加工大会(CANCON16)在京举办契机，组织企业与国际买家、行业组织面对面洽谈，同步发布有关全球倡议，传递‘高质量、负责任’的中国罐头产业形象。”刘有千说。

## 本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com

## 消费时评

Consumption commentary

## 清朗网络空间既要制度刚性也要行业自觉

□ 肖睿平

近日，工信部通报了57款存在侵害用户权益行为的APP及SDK(第三方软件开发工具包)，问题涉及超范围收集个人信息、过度索取、弹窗无法关闭、频繁自启动、强制使用定向推送功能等。通报一方面彰显出监管部门对个人信息保护问题的高度重视，另一方面再次向全社会释放出一个明确信号：用户数据安全不可触碰，数字经济必须在法治轨道上运行。

在当下智能终端高度普及、APP渗透生活每一个角落的数字时代，APP违规收集用户信息已成为公众最直接、最切身的“隐痛”。本次被通报的违规行为中不乏典型问题，如强制授权定位、通讯录、相机权限，或是诱导用户跳转、无法关闭的弹窗，这些行为不仅严重干扰用户体验，更暗藏个人信息泄露、滥用甚至被非法交易的风险，损害用户权益，破坏平台信任机制。

一些APP以“功能必须”为由行“强取豪夺”之实，表面是产品优化、服务升级，实则利用技术不对等绑架用户选择，甚至将合法合规的边界视为“成本”，对法规置若罔闻。这种“唯数据论”“唯流量论”的畸形发展

观，必须受到坚决遏制。

据介绍，此次通报依照《个人信息保护法》《网络安全法》《电信条例》等法律法规展开，既有前期的系统摸排，也有第三方技术检测，体现出法治手段与技术监管的结合。自2019年起，工信部等部门已多次对APP违法违规行为开展集中整治。据统计，仅2024年工信部就责令整改和通报下架5200余款APP，责令数百家企业限期整改，有效遏制了部分违法行为蔓延。

而平台方面更应该知道，保护用户隐私不仅是法律要求，更是企业可持续发展的根基。平台应树立“以用户为中心”的理念，在产品初期就落实隐私保护原则，杜绝“默认同意”“一次授权终身使用”等不合规机制。开发者也应加强对SDK等第三方工具的管理，避免“无意”中成为用户数据泄露的通道。

数据安全本身也是一种“数字竞争力”。谁能率先建立透明、可控、安全的数据处理机制，谁就能在未来数字经济生态中赢得先机。用户信任不能通过算法操控赢得，只能通过合规经营与服务价值积累。

监管之外，公众意识的提升同

样重要。用户不再只是“被动接受者”，而应是数据权利的“主动主张者”。近年来，公众对于APP权限的敏感度显著提高，从慎点授权到主动投诉，从关注隐私协议到选择退出追踪，数据意识逐渐觉醒。

未来，“数据主权”时代终将来临，用户对个人信息的知情权、控制权、删除权必须被充分尊重。相关部门和平台建立便捷的申诉与反馈机制，畅通用户维权通道，才能真正让用户“用得安心”。

APP合规问题看似技术细节，实则关乎每一位数字公民的权益保障，也是衡量数字中国治理能力现代化的重要标尺。从点名通报到技术检测，从重拳整治到立法完善，中国的数据治理正在不断迈向系统化、法治化、专业化。

除了强化“有错必纠”的监管震慑，从政府部门到企业也应推动“未病先治”的行业机制构建。唯有平台自律、企业守法、用户维权、政府监管形成合力，才能真正托起一个值得信赖的数字时代。数据红线不容逾越，隐私底线必须守牢，这不仅是对法律的敬畏，更是对每一位用户应有的尊重。