

# 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业经济最新运行情况。数据显示,1至5月份,规模以上轻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建设的基础,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引和总遵循。《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管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(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《五粮浓香型白酒核心产区(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、6项填补行业空白,有力赋能区域品牌建设;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。中国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,填补了新品种类标准空白。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化量化保鲜性能,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)

## 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、过度索权、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,在产品设计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。

相关部门和平台应建立便捷有效的申诉与反馈机制,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。

### 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/摄

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,出口各类果菜蔬罐头合计285.07万吨,与上一年基本持平;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”的国际负面影响。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,加剧了市场竞争,但经过去年以来洗礼,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、产业链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,提升原料一致性和平出率。

在国际市场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