

消费日报

2025年7月10日
星期四
总第8973期
第6032期
今日4版

100亿元中央投资促进就业增收

本报讯 国家发展改革委日前新增下达100亿元中央预算内投资,开展以工代赈助力扩围促进重点群体就业增收行动,支持26个省(区、市)和新疆生产建设兵团实施1975个项目,预计发放劳务报酬45.9亿元,助力31万名重点人群就业增收。

(综合)

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

中国“清凉”商品助力全球通过高温“烤”验

随着世界多地气温不断攀升,各类能带来“清凉”的产品出口火热。记者发现,风扇帽、宠物冰垫等小型清凉用品格外受海外客户欢迎。不仅是这些小商品,科技含量更高的“大块头”家电也正掀起一股强劲的出口热潮。

从便携式小风扇到大型制冷设备,中国“清凉”商品凭借创新设计和强大技术,成为全球市场的热门选择。

降温防晒“小神器”受海外客户欢迎

外贸电商平台阿里国际站数据显示,近30天,便携式小风扇、移动式空调、制冰机、双门冰箱、冰柜等成为采购商采购的热门品类,销售额同比增长近77%。可见,中国的小型清凉用品在全球市场上具有强大的竞争力。

在浙江省义乌国际商贸城,各类新奇的小玩意儿吸引着外国采购商的目光,如带风扇的防晒伞、装上了太阳能风扇的帽子等。这些产品不仅设计巧妙,还具有很强的实用性,能够有效缓解高温带来的不适。阿富汗采购商阿卜杜尔表示:“我非常喜欢中国的清凉产品,不仅设计美观,而且这样的产

品在我们那里市场前景广阔。”

江苏外贸企业正在加足马力上新“消暑单品”。江苏腾腾休闲用品有限公司生产的各种庭院伞,远销海外50多个国家和地区。“打造一把庭院伞,要历经零件生产、加工、组装、包装等90余道精细工序。”该公司关负责人王芳说,“我们将智能化技术融入传统生产工艺,研发出可调节角度、带照明级电动旋转功能的高端产品,实现对不同时段阳光角度的遮蔽,在海外市场很受欢迎。目前公司出口货值近8000万元,同比增长50%以上。”

除了具有降温纳凉作用的产品外,能够过滤紫外线的“硬防晒”产品也广受欢迎。7月2日,昆山三丽光学有限公司向昆山海关申报一批总货值为107万元的太阳镜和金属镜架产品。据悉,该公司今年以来累计出口货值达3000万元,销售额以12%左右的速度增长。随着日本第四次下调RCEP(区域全面经济伙伴关系协定)项下进口货物关税,国外客户从中国采购的优势进一步显现,目前公司客户可以享受日本进口关税优惠近10万元,为企业订单提供了坚实基础。

制冷“大块头”出口全球市场

各类降温小商品畅销海外之余,科技含量更高的“大块头”家电也正走俏海外市场。中国机电产品进出口商会数据显示,今年1—5月,我国制冷家电产品出口增势明显。其中,家用空调产品出口总额达94.5亿美元,同比增长17.8%;各类风扇出口总额达56.5亿美元,同比增长7.1%;冰柜出口总额达33.2亿美元,同比增长5.1%。

河南康拜恩电器股份有限公司总经理江小云介绍,公司生产的“巨无霸”冰柜销售火热。今年4月单月增长率达324%,上半年订单量已超2024年总量的90%。“我们马上有8辆12米的货柜发往非洲加纳,其中运载800升的冰柜,另外还有3.6米宽的超大冰柜要发货。”

河南康拜恩电器股份有限公司所在的商丘民权县聚集了制冷产业上下游企业140余家,形成了完整的产业链,为企业的产品创新和生产提供了有力支持。这些大型冰柜不仅尺寸多样,还针对非洲等地区的电压不稳定问题进行了技术改进。企业联合当地合作伙伴,将冰柜

电压适应范围拓宽至160—260伏,解决了高温环境下的运行难题。

空调是另一类畅销产品。“炎炎夏日,海外空调需求持续升温,这段时间是我们抢订单、拓市场的黄金时期,我们正‘开足马力’投入订单生产中。”江苏南通安装集团股份有限公司负责人丁建华说。据了解,今年一季度该企业已出口空调、配件等家用电器产品货值共计4747.42万元。

酷暑之下,冰淇淋、雪糕必不可少。浙江余姚立德制冷设备有限公司的生产车间正在加紧赶制阿尔及利亚客户的冰淇淋机订单。“今年,北非地区的夏天来得较早,气温超过35摄氏度,冰淇淋机的销量大幅增长。为了服务好客户,我们在原有产品上不断进行升级,新产品制冷时间更短、能耗更低。”该公司业务经理方圆说。

作为宁波夏日出口的明星产品,冰淇淋机经过多年创新迭代,彻底打破了传统机器生产颜色、口味单一的局限性,广受客户好评。今年1至4月,宁波市出口冰淇淋机、制冰机等清凉电器总额达到18.6亿元,同比增长76.7%,出口市场遍及115个国家和地区。(宗禾)

权威发布

高质量推进中央企业品牌建设

到2035年影响力竞争力引领力显著提升

本报讯 近日,国务院国资委印发《关于新时代中央企业高质量推进品牌建设的意见》,对新时代中央企业品牌建设作出总体部署。到2030年,中央企业品牌价值大幅提升;到2035年,中央企业品牌影响力、竞争力、引领力显著提升,形成一批管理先进、贡献卓越、价值引

领、享誉全球的卓越品牌。

据悉,《意见》是贯彻落实党中央、国务院有关决策部署的重要举措,是指导中央企业提高品牌建设专业化、系统化水平,加快实现品牌强企的有效工具,对推动企业将品牌战略与业务发展融合互促,加快打造独特竞争优势,提升核心竞争力

和发展质效,建设世界一流企业具有重要意义。

《意见》提出“六个全面”任务举措,指导中央企业推进品牌建设和品牌价值提升工作。要全面加强品牌战略管理,推进品牌深度融入企业发展;要全面加强品牌目标管理,锻造品牌价值提升核心能力;要全

面加强品牌过程管理,强化品牌价值提升制度保障;要全面加强品牌资产管理,系统提升整体品牌价值;要全面提升品牌国际化水平,增强品牌全球影响力;要全面加强组织保障,筑牢新时代品牌发展坚实基础。

下一步,国务院国资委将动态跟踪意见实施情况,定期评估中央企业各项举措,总结工作成果和典型经验,深化交流互鉴,推动中央企业系统提升品牌建设水平。(综合)

《移动互联网应用服务用户权益保护合规管理指南》发布

提升数字消费获得感、幸福感、安全感

本报讯 近日,工业和信息化部组织中国互联网协会和中国信息通信研究院发布《移动互联网应用服务用户权益保护合规管理指南》。《指南》着眼移动互联网应用常见服务场景,重点梳理了服务提供、个人信息

保护、算法推荐、服务收费、投诉处理、客服热线等六方面用户权益保护要求。

《指南》明确提出,在应用预置、分发、下载、安装、使用、卸载等各环节,要以通俗易懂的方式,真实、全面

地向用户告知商品或服务相关信息;在服务收费方面明码标价,清晰明示产品功能权益及资费等内容,不得实施不合理的差异化定价行为;在投诉处理方面,建立健全用户投诉处理机制,公布便捷有效的用户投诉渠

道,及时受理、处理用户投诉并在规定的时限内反馈处理结果。

工业和信息化部信息通信管理局表示,下一步,工业和信息化部将组织中国互联网协会、中国信息通信研究院以及相关企业,结合实际做好《指南》的宣贯实施,不断提高用户权益保护水平,让广大用户在数字消费服务中更有获得感、幸福感、安全感。(综合)

长达15位数的700号段拟启用

号码保护服务业务将进行试点

本报讯 为加强个人信息保护,规范中间号业务,强化号码资源管理,防范治理电信网络诈骗,近日,工业和信息化部印发《关于开展号码保护服务业务试点的通知》,从试点内容、工作安排、相关要求等三方面,系统部署了

试点工作。

号码保护服务业务是指受快递、外卖、网约车等互联网平台企业及其他企事业单位委托,为其个人用户分配临时号码(通常称为“中间号”或“隐私号”)代替真实手机号码实现通信功

能,减少个人手机号码泄露风险的一种业务。

此次工业和信息化部规划700号段作为号码保护服务业务的专用号码资源,管理位长11位,使用位长15位,与固定、移动用户号码明显区分。考

虑到业务开展涉及多方调整,《通知》设置了三个月试点准备阶段、三个月试点过渡阶段、两年正式试点阶段。试点过渡阶段结束后,将全部使用700专用号码开展号码保护服务业务。

此外,《通知》要求严格管理业务试点和700专用号码申请,强化业务和号码分配的全流程管理,提升技术监管手段,有效支撑违规行为溯源,切实防范700专用号码被滥用,保障消费者隐私和权益。(综合)

图片新闻

江苏新沂:稻田养鸭“绘”就生态致富新画卷

本报讯(记者魏静 口金屹)在江苏省新沂市合沟镇,稻田养鸭模式正成为农户增收新引擎。鸭子在稻田中捕食害虫、杂草,其粪便化作天然肥料,既产出绿色无公害的大米与鸭肉,又推动农业生态良性循环。当地推广这一生态种养模式,让百姓收获生态红利,走出一条生态保护与经济发展双赢的乡村振兴路。

图为农民正在稻田劳作。



消费时评

Consumption commentary

从「高」产到「优」产:创新筑牢糖业根基

肖睿平

2024—2025年榨季,广西食糖产量达到646.5万吨,同比增长28.36万吨,糖料蔗种植面积达1135万亩,同比增加11万亩,良种覆盖率接近99%。稳产高产折射出广西近年来在糖业领域持续推进技术革新与模式转型。“量的规模”转向“质的提升”,关键在科技,通过科学育种、机械化作业、产业链延伸和区域合作,广西正让糖业这一本以“传统”著称的产业焕发新的生机。

我国是重要的食糖生产和消费国,糖料种植在我国农业经济中占有重要地位。目前,我国食糖年产量约1000万吨,约占全球总量的5.6%,消费量约1500万至1600万吨,食糖供应缺口需要通过进口弥补。与此同时,我国食糖人均年消费量约为11公斤,不足世界平均水平的二分之一,糖产业发展仍有很大空间。

作为全国最大的糖料种植基地和食糖主产区,广西糖料蔗种植面积和食糖产量连续多年占全国60%左右,是名副其实的“糖罐子”,对保障国家食糖供应安全发挥了重要作用。

过去,糖业的收益主要集中在粗加工“白糖”上,产业链条短、附加值低、抗风险能力弱。广西打破这一路径依赖,“向后延伸”和“向外拓展”并举,大力发展蔗糖精深加工与副产品综合利用,打开糖业“多元化发展”的新局面。

例如,来宾市建设的大型蔗渣环保餐具生产基地,不仅将甘蔗渣变废为宝,走出了绿色、环保、可持续的发展道路,还具备了出口能力;崇左市则利用糖蜜、蔗叶开发出甘蔗醋、甘蔗啤酒等消费新品类,让糖业产业链不断延伸。

如今,广西蔗渣、糖蜜、滤泥实现100%利用率,蔗叶离田综合利用率突破40%。这些数据背后是甘蔗产业“吃干榨尽”、循环再造的能力在不断增强,意味着糖业正在从“原料导向”转向“全链增值”。

广西并未将糖业局限于“农业”范畴,而是放在区域经济、产业集群、乡村振兴的大视角中统筹谋划,通过产业融合推动“农业+工业+文旅+科技”深度联动。

一方面,以糖厂为核心的“甘蔗经济圈”不断扩大,从制糖延伸至饲料、酿造、日化、包装、出口贸易,打造出了具有本地特色的农业产业集群。糖厂周边形成的物流园区、电商仓储、农资供应点与金融服务体系,也在推动乡村就业和区域经济联动发展。

另一方面,广西不少地区借助“糖文化”开发文旅项目,如设立“蔗糖博物馆”“甘蔗收割节”等,吸引城市游客进村“体验制糖”,文化与消费共振,为传统糖业注入更高层次的情感价值和传播力。

广西与越南接壤,具有天然的跨境农业合作优势。近年来,广西积极推进“越南种蔗+广西制糖”的新型跨境模式,有效缓解国内糖料供应阶段性紧张的问题,也提升了糖业的区域整合与协同能力。

2024—2025年榨季,广西从越南进口的糖料蔗数量同比几乎翻倍。这一模式的背后,是广西在RCEP(《区域全面经济伙伴关系协定》)区域合作框架下主动融入国际农业分工,将自身的加工、仓储、销售、物流等能力辐射东盟国家,在助力“糖业走出去”的同时,也增强了边境地区对外合作和开放型农业的能力。

从中长期来看,广西完全有可能成为“面向东盟的糖业加工中心”与“中国糖文化传播窗口”,在国际市场中产生更大影响力。

广西糖业的高质量发展之路,表面看是一根甘蔗的“产业升级”,实则是对现代农业“科技+绿色+融合”发展路径的有力探索。通过技术突破、机制改革与产业融合,广西糖业正从“甜经济”迈向“强产业”,不仅带动了农民增收、乡村振兴,也为全国农业转型提供了“广西样板”。在更广阔的视野下,甘蔗不仅是糖源,更是未来糖业创新的“试验田”。



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