

消费日报

2025年8月4日
星期一
总第8990期
第6049期
今日4版

上半年我国黄金消费量超505吨

本报讯 中国黄金协会日前公布的数据显示:上半年,我国黄金消费量505.205吨,同比下降3.54%。其中黄金首饰199.826吨,同比下降26%;金条及金币264.242吨,同比增长23.69%;工业及其他用金41.137吨,同比增长2.59%。

(宗文)

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

第四批690亿元消费品以旧换新资金10月下达

国家发展改革委今日召开新闻发布会,解读当前经济形势和经济工作。国家发展改革委政策研究室主任、新闻发言人蒋毅在会上表示,今年第三批690亿元支持消费品以旧换新的超长期特别国债资金已下达完毕,将于10月份按计划下达第四批690亿元资金,届时将完成全年3000亿元的

下达计划。

蒋毅强调,下一步,将会同财政部、商务部等部门,督促地方落实资金配套责任,细化资金使用计划,确保资金有序均衡用到年底。同时,进一步加强产品质量和价格监管,严防“先涨后补”、骗补套补等风险,确保政策规范实施。(民文)

消费时评

Consumption commentary

食品行业要抓住全链条转型升级契机

□ 肖睿平

在农产品向食品工业转化过程中,7月27日发布的《促进农产品消费实施方案》(以下简称“方案”)无疑为食品行业注入了一针强心剂。这份十部门联合出台的文件,不仅为农产品上行搭建渠道,更为食品行业全链条的转型升级提供了政策指引与增长契机。

首先,方案明确提出要在供给端优化产品结构,加快建设高标准农田,发展绿色优质农产品,推动农业标准化生产。这一举措将直接提升食品工业原料端的稳定性与品质保障,缓解过去“好产品难形成规模”“优质不优价”的痛点,也为品牌食品企业实现产品差异化、健康化提供坚实基础。

其次,方案强调要创新农产品流通方式,包括培育冷链物流龙头企业、发展产地集配、推动县域电商直播等。这为食品企业构建高效的原料采购与供应链体系提供支持,也有助于打通“从田间到餐桌”的最后一公里。

以乳制品为例,作为农产品深加工中典型的产业链长、冷链依赖强、消费细分快的板块,其率先感知政策红利与挑战。方案强调“优化供给端”,乳企上游的原始生产必须走向绿色化、标准化和规模化。这不仅意味着对牧场生态管理的更高要求,更激励乳品龙头企业向上游延伸,参与或主导养殖基地建设,实现从源头到终端的全流程可控。与此同时,“激活市

场端”的部署也为乳品创新提供了空间:儿童奶、功能奶、植物基乳品等新品类,将在消费多样化趋势中找到增长动能。低温巴氏奶、益生菌饮品、乳糖不耐友好型产品的市场份额上升,本质正是政策推动下消费者结构分层、健康意识觉醒的集中体现。

焙烤行业的变化则更具代表性。一方面,焙烤产品原料广泛使用小麦、鸡蛋、乳制品、水果、坚果等农产品,原料品质和多样化直接决定产品价值。政策中提出的“推动农产品品牌化与加工精细化”,正为焙烤企业打造地域原料特色、高端烘焙路线提供了路径。近年来,逐渐走红的“中式焙烤”如豆沙酥、绿豆糕、五谷杂粮面包等,其实正是将本地农产品融入糕点文化的例证,形成“从田间到餐桌”的供应链叙事。另一方面,在流通端强化“冷链物流+预制品配送”体系,为烘焙行业的常温储存、即食速冻、社区鲜配等多种商业模式提供了保障。焙烤品牌正在从“烘焙店”向“冷链食品公司”转型,预制烘焙、冷冻点心、团购面点等将快速成长。

在市场端的激活方面,方案聚焦消费引导与场景拓展,提出推动“互联网+”、乡村美食节、社区团购、工会定向采购等形式,培育多样化的农产品消费模式。这实际上为食品行业创造了“产地即品牌、产品即场景”的新逻辑,

为区域特色食品、地标农产品品牌、文化类食品提供了更广阔的市场舞台。在当前消费者追求“有产地故事、健康有机”的趋势下,食品品牌与地方农业的融合将成为下一阶段创新的核心。

更值得关注的是,方案将有力推动食品行业进一步走向“可持续”与“科技化”。例如,“拓展绿色农产品消费”与“推动净菜、预制菜进入社区”的政策指向,为发展低碳食品供应链与智能制造提供了政策红利。而通过大数据、电商平台推动精准供需匹配,也将促进食品企业从“大批量制造”转向“个性化定制”与“柔性供应”。

对于食品企业而言,这既是一次重构价值链的契机,也是一场对专业能力和产业整合力的挑战。如何更有效连接产地、打通渠道、响应市场、讲好故事,将成为食品品牌实现高质量增长的关键所在。尤其是中小食品企业,更需要把握这轮政策窗口期,在品牌化、数字化、绿色化上做出系统性提升。

《促进农产品消费实施方案》不仅在消费端“扩总量”,更在供给与流通端“提质量、降成本、优结构”。它所释放的,不仅是农产品消费潜力,更是食品产业转型升级的系统性动能。对中国食品行业而言,这是一个走向更加健康、安全、可持续发展的重要政策支点。

对话地方 发展新篇

“半岛1号”启航 山东文旅再添蓝色新名片



7月29日上午,“半岛1号”正式启航。

本报记者 李希平 □ 李开元

7月29日,山东省烟台市蓬莱区蓬长客港海风习习,山东“好客山东·半岛1号”正式启航。当游轮鸣响悠扬汽笛缓缓驶离港口,这不仅是“海陆联动”旅游产品的一次重磅上新,更是为山东文旅市场精心打磨的一张崭新名片。

“半岛1号”航线横空出世,其价值首先在于为山

东海洋旅游的深化发展提供了破题之钥。山东坐拥超过3000公里的壮丽海岸线,海洋资源禀赋得天独厚。然而长期以来,海岛游的潜力未能充分释放,其中一大症结便是交通瓶颈的制约——各岛之间航线分散、游客辗转不便,“旅长游短”成为困扰游客的普遍体验。如今“半岛1号”以“一票通达”为特色,将蓬莱至长岛、庙岛、小黑山岛、大黑山岛、刘公岛等精华岛屿串联成

珠,让天堑变通途。游客手持一张船票,即可实现海上自由跳岛畅游,这无疑打通了海洋旅游的“任督二脉”,让山东的“蓝色魅力”真正触手可及。

“半岛1号”这张新名片,其精美之处更在于它巧妙整合了山东半岛海洋文化资源的深厚底蕴。航线所串联的岛屿,每一座都是自然与人文交织的瑰宝。长岛如海上仙山,北五岛生态奇绝,大黑山岛则承载着史前文明的厚重印记……

快讯

暑期、汛期食品安全监管进一步加强

本报讯 国务院食安办近日印发通知,要求各地食安办切实发挥统筹协调作用,加强暑期、汛期食品安全工作,全力保障人民群众饮食安全。

通知要求,督促食品生产经营企业严格落实“日管控、周排查、月调度”制度,全面排查场所环境、设施设备、原料采购、加工制作、贮存管理、人员健康等方面的风险隐患;认真做好食品原料清理、环境清洁、设备检修、用具消毒等工作,确保符合食品生产经营要求;采取有效措施防止食

品及食品相关产品污染,严防腐败变质、污秽不洁的食品、食品原料、半成品流入市场,及时处置污染、变质食品。

(宗文)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com

在新兴市场掘金 向「小单快反」转型

跨境电商韧性不减

据海关总署初步测算,上半年,中国跨境电商进出口约1.32万亿元,同比增长5.7%。其中,出口约1.03万亿元,同比增长4.7%;进口约2911亿元,同比增长9.3%。尽管与2024年上半年约10.5%的增速相比明显放缓,但在当前充满不确定性的外部环境,这样的增长态势依然凸显了中国跨境电商产业的坚韧活力与发展潜力。有观点认为,跨境电商已在传统出口领域发挥重要作用,正在成为推动中国外贸结构优化和增长动能转换的重要力量。

以灵活姿态面对变化

4月开始,随着美国小额免税时代走向终结,施行所谓“对等关税”,跨境电商被推到了“闯关时刻”。分散市场、多元布局是跨境电商企业应对变化、保持增长的重要驱动力。

焦点科技副总裁、中国制造网总裁曹睿在接受记者采访时坦言,如今的外贸企业个个都是“多面手”——有意识地进行多元化市场布局,积极拓展新兴市场,建立更国际化的供应链体系,增强自身的经营韧性。他相信,通过平台和外贸企业的共同努力,“中国制造”能以更灵活的身姿应对外贸环境的变化。

“不把鸡蛋放在同一个篮子里”已是跨境电商企业的普遍共识。曹睿向记者展示了一组数据:前5个月,他所在的平台流量同比增幅居前的区域为中东、拉美、非洲、欧洲、南亚,增幅均超40%;5月单月,中东区域流量“一骑绝尘”,同比增幅高达59%,非洲与拉美区域的同比增幅也达到50%以上。

众多外贸企业尝到了甜头,在新兴市场挖到了“第一桶金”。比如,主营保温杯、宠物碗的上海开芮实业有限公司原以出口美国为主,面对关税压力,借助MIC国际站市场分析精准了解到欧洲市场需求,其北欧定制款大容量保温杯成功拿下瑞典客户2万只杯子的采购订单;主营迷你电脑、工业电脑等产品的深圳市帆尼斯科技有限公司则通过MIC国际站的市场匹配与资源整合,打开了新兴市场的大门。

另据瀚闻资讯全球贸易与产业增长实验室(GTI)数据,上半年,中国B2C跨境电商对东盟出口规模第一,同比增幅达75.0%;对俄罗斯出口增速最高,同比增长146.9%。在前十位贸易伙伴中,有8个同比增速保持增长。中国B2B跨境电商商品出口前三位贸易伙伴分别是东盟、中国香港、欧盟,其中,东盟不仅出口规模遥遥领先,增速更是飙升到338.0%。总体来看,在前十位贸易伙伴中,有9个同比增速保持增长。

向“小单快反”转型

对我国而言,跨境电商进口侧满足国内消费升级需求,为国内消费者提供全球优质商品,并注重优化消费体验;跨境电商出口助力中小企业拓展国际市场,提升品牌影响力,且更突出灵活响应海外订单。

然而,当前较为复杂的环境无疑将导致中国跨境电商出口成本上升、竞争力下降、监管压力增大。跨境电商应怎样走好下半场?

中国机电产品进出口商会跨境电商分会副秘书长鲍大林建议,通过拓展新兴市场、优化供应链、提升产品附加值,来降低风险、增强竞争力,将成为下一步企业“出海”的应对措施。“尽管有的国家对跨境电商人为设限,但并不能改变跨境电商本身的优势和国际贸易数字化发展大势,以及我国外贸高质量发展的趋势。”

商务部研究院副研究员洪勇在接受记者采访时亦表示,在全球电商“红利期”逐步退潮、外部政策不确定性增强、国际竞争加剧的背景下,跨境电商企业应转向“质优增长”,以提质为核心,更加关注利润率、产品溢价能力、品牌价值,避免单纯追求规模。跨境电商企业要在多元市场渠道拓展、供应链优化、数字化管理和合规体系建设上持续投入,才能在“下半场”赢得竞争优势。

商务部国际贸易经济合作研究院电商所所长杜国臣分析,随着跨境电商在全球范围的影响日益扩大,中国电商企业要提升在产品标准、贸易规则、竞争政策等方面的合规水平和合规意识,适应不同市场的要求。另外,要进一步提升跨境电商与产业链供应链之间的融合水平,从传统的订单生产模式向“小单快反”、多品类、小批量转型,促进传统外贸企业与跨境电商发展的同频共振,推动更多适合跨境电商出口的产品和厂商更好发展。(综合)



搜狐新闻客户端



快来扫描我吧!



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

● 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:刘元

● 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