

消费日报

2025年8月27日

星期三

总第9007期

第6066期

今日8版

“两新”政策实施以来日用电家电销售额同比增长超44%

本报讯 记者从国家税务总局获悉:大规模设备更新和消费品以旧换新政策推行一年多来,传统消费领域和智能消费领域活力持续释放。增值税发票数据显示,2024年4月至2025年7月,日用电家、视听设备销售额同比分别增长44.5%和22.8%;家具、卫生洁具零售额同比分别增长30.1%、13.6%;服务型机器人制造业销售额同比增长51.1%;全国新能源车销量同比增长81.7%。

(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

传统陶瓷行业如何“碳”索新路

□ 本报记者 解磊

中国陶瓷工业正站在绿色发展的关键十字路口。面对“双碳”时代命题,一场以科技创新为引擎、以绿色低碳为方向的产业革命正在全行业深入推进。从能源结构的清洁化变革到生产流程的智能化升级,从资源利用的循环化再造到绿色产品的多元化创新,陶瓷行业正在打破“高耗能、高排放”的传统窠臼,向着绿色、节能、高效的高质量发展未来稳步迈进。

目前,陶瓷行业每年碳减排约1000万吨,平均每年降碳约3.5%,为“双碳”目标实现做出了重要贡献。中国陶瓷工业协会相关负责人表示,这场深刻转型不仅关乎产业生存与发展,更是中国制造业践行生态文明理念、构建可持续发展未来重要实践。

能源清洁化加速行业绿色“蝶变”

近两年,全国各陶瓷产区加速“煤改气”“电代气”,各企业持续推进煤炭替代,天然气使用比例明显提升。记者从中国轻工业联合会获悉,目前,陶瓷全行业焦炉煤气、液化气、煤层气已全部停用,天然气已成为行业主要能源。

据介绍,能耗占陶瓷行业82%的陶瓷砖产业,天然气使用占比已达58%,比2022年提高约20个百分点;卫生瓷和特种陶瓷产业,天然气使用占比更是达到95%,陶瓷行业“煤改气”进程加快。

同时,陶瓷行业在电力资源优势地区推广电窑炉,应用范围逐步扩大,日用瓷产业电窑炉的使用比例比2022年提高10个百分点。作为重要陶瓷产区,广东省潮州市今年印发《关于加快推进陶瓷行业实施“气改电”的若干措施》,全力推动潮州陶瓷行业窑炉由使用天然气、石油气改造为使用电能,加快设备更新和技术改造步伐。

在广东雅诚德实业有限公司的生产车间,一座座崭新的电窑炉已投入使用。监控室里,技术员正在对窑炉烧制各个环节的数据进行智能监管。这是该企业实施“气改电”的成果。“我们目前共新建了10座10立方米的电窑炉,

去年底建成投产,并配置智能温控系统和余热回收装置。”该企业生产中心总经理周勋楷介绍,相比气窑炉,电窑炉的烧成温度控制精度更高(误差控制在±3摄氏度),可节省生产成本约15%,烧制的骨瓷产品釉面效果更透亮,耐磨性更强,产品合格率提升至94%。

去年9月,全球首条陶瓷工业氨氢零碳燃烧技术示范量产线(以下简称“示范量产线”)在广东佛山蒙娜丽莎集团正式投产。示范量产线总长150米,年产量达150万平方米,以100%纯氢作为燃料,直接将燃料燃烧产生的二氧化碳排放量降为零,打造真正意义上的“零碳工业窑炉”。“氨氢零碳燃烧技术的突破,为全球高温工业可持续发展注入新的动力,我们将深化各方合作,共同推动该技术的广泛应用,为实现碳中和目标贡献力量。”蒙娜丽莎集团董事长、总裁萧礼标表示,该生产线综合利用燃料供应系统、烟气排放控制技术、在线监测系统等,实现了氨氢零碳燃烧技术在陶瓷工业的产业化应用。随着该技术逐步应用,佛山陶瓷产区160条陶瓷板生产线,将实现直接减碳66.5万吨/年,陶瓷产业绿色转型将迈向一个新高度。

技术革新推动陶瓷循环经济发

作为建材领域节能减排的先行者,陶瓷行业正面临着巨大的挑战。今年获得中国轻工业联合会科学技术进步奖二等奖的广东唯美陶瓷有限公司的“环境友好型建筑陶瓷绿色低碳制造关键技术研究与产业化”项目,不仅开发了一套长期绿色低碳发展的生产体系,更实现了环境友好型建筑陶瓷的生产。通过固废利用技术的革新,能源结构的优化,以及智能化生产的应用,该项目不仅减少了资源消耗和废弃物排放,还降低了生产成本并提高了产品品质。此外,新型连续球磨自动化智能控制系统和大型智能化制粉喷雾干燥系统等创新研究的应用,将进一步推动行业向绿色、低碳、可持续方向发展,加速行业自动化和数字化改造的进程,实现标准化和智能化生产。

在陶瓷固废循环利用领域,湖南华

联瓷业股份有限公司(以下简称“华瓷股份”)通过系统性优化废瓷分类、研磨工艺及泥料配方,成功破解行业资源浪费难题。华瓷股份相关负责人告诉记者,该公司研发团队历经上万次试验,攻克了废瓷粉添加导致产品开裂等技术瓶颈,创新开发出兼具环保属性与艺术美感的麻点釉面陶瓷系列。“这一技术不仅实现废瓷100%循环利用,更通过精细化研磨与配方革新,将固废资源转化为高附加值产品,为行业提供了可复制的绿色解决方案,推动了行业从‘末端治理’转向‘源头减量’的可持续发展模式。”该负责人表示,华瓷股份于2024年入选国家级绿色工厂,成为行业低碳转型的标杆,未来将继续深化陶瓷新材料研发与陶瓷固废循环技术的产业化应用,为“中国智造”注入绿色新内涵。

被誉为“中国卫浴第一村”的广东省潮州市枫溪区湖厦村,约在40家陶瓷企业集聚,近年来“废瓷围村”和“粉尘污染”等问题逐渐成为全村的难题。2015年,村委会牵头成立了枫溪区中环再生陶瓷原料厂,专门用于废瓷的收集处理再生。据该厂负责人介绍:“在再生陶瓷原料厂内,废瓷被粉碎,研磨成瓷粉,处理后的瓷粉再以低价转售给企业,最终加在陶瓷原料里面,实现回收循环再利用。”

潮州市生态环境局相关负责人透露,目前潮州市已经建立了5个陶瓷废物消纳场所和4个资源回收处理中心,这些设施的处置能力足以满足全市的陶瓷废物处理需求。企业采用市场化运作处理废陶瓷,实现盈利和资源循环。

中国陶瓷工业协会相关负责人表示,不只是潮州市,近年来,全国各地陶瓷产区通过技术创新,不断提升废陶瓷的利用率,推动产业可持续发展。

绿色产品成为新竞争力

落实“双碳”行动,建设美丽中国,是新时代的发展大计。当落后产能逐渐退出,千年陶瓷产业如何焕发新生?科技创新,是“大浪淘沙”后留下的最佳答案。

光线照射下呈现半透明晶玉效果,纹理犹如天然玉石;定制化能力强,可满足设计师对色彩、图案的个性化需求……这款由广东兴辉陶瓷集团有限公司(以下简称“兴辉陶瓷”)研发生产的绿色低碳晶玉透光瓷质砖如今已广泛应用于全国多个房地产项目。兴辉陶瓷工厂总经理袁伟告诉记者,绿色低碳晶玉透光瓷质砖采用高温高压一体挤出成型工艺和复合改性处理技术,实现低碳无醛、环保无污染,同时还具备防水防潮、防火阻燃、耐磨抗污等性能。

“2021年以来,我们研发投入超过7230万元。”袁伟表示,绿色低碳晶玉透光瓷质砖研发期间,团队曾面临高温高压成型工艺稳定性不足的瓶颈,历经上百次试验,最终通过材料配方优化和设备参数精准调控实现突破。难忘的是,为验证产品环保性,研发人员连续3个月驻场监测排放数据,确保达标。其绿色低碳晶玉透光瓷质砖产能和销售规模稳步增长,市场认可度持续提升,市场占有率达全国前三。

看上去普普通通的一块瓷砖,摸上去却有阵阵暖意传至手心。通过一旁的温控板,还能将其调至每个人感觉的舒适温度——这是马可波罗控股股份有限公司(以下简称“马可波罗”)研发的一款石墨烯发热瓷砖,使用了高性能纤维材料,通过增加电路层和导热性良好的石墨烯涂层,实现了发热与保温的功能。马可波罗江西研发中心负责人邓江文告诉记者,“北方冬天烧煤供暖,需持续供应,使用这款瓷砖,不仅能随时供暖,而且在同等条件下,比使用空调更加节能。”

绿色低碳晶玉透光瓷质砖、石墨烯发热瓷砖……近年来,我国陶瓷绿色产品的成就已不再是单一技术的突破,而是构建了一个从绿色能源、绿色生产、绿色材料到绿色产品的完整创新体系。中国陶瓷工业协会负责人表示,这些成就不仅极大地减轻了行业对环境的压力,更通过提供高性能、高附加值的绿色建材,赋能建筑行业的低碳转型,成为中国工业绿色高质量发展的生动典范。

中国农业大学食品科学与营养工程学院教授陈志红在接受记者采访时说:“GI值(血糖生成指数)主要是评价食物对人体餐后血糖的影响。人吃了含淀粉或者含糖的东西之后,血糖都会上升。低GI食品指的是GI值低于55的食品,这类食品属于慢消化、慢升糖、饱腹感强的食品,有利于血糖控制、体重控制、心血管健康,维持血糖稳定,减少胰岛负担。低GI食品一直是糖尿病患者的刚需食品。”

值得注意的是,低GI食品并不等同于无糖或低糖,也不是所有食物都需要看GI值。陈志红表示:“一些消费者存在认知误区,认为‘含糖食品GI值高,无糖食品则GI值低’,这是不准确的。低GI强调的是血糖波动平缓,而非单纯的含糖量低。例如,苏打饼干无糖但GI值高,能达到72;苹果有糖但GI低,仅为36。此外,只有那些含淀粉或糖的食物才需要关心GI值,像不含淀粉的蔬菜、豆制品、鱼肉蛋类等食物,GI值也很低,可以忽略不计。”

陈志红特别强调,GI值和营养价值、膳食纤维含量和预防肥胖效果没有绝对关联。例如,奶茶产品中常用的果糖是一种低GI的糖,但摄入大量果糖会促进肥胖、高尿酸、高血脂、脂肪肝和胰岛素抵抗,并不比高GI的葡萄糖更好。又如,一些低GI但高脂肪的食物,因总热量高,也不能帮助防肥。

总之,GI值虽重要,但并非食物的唯一选择指标。陈志红建议,在日常饮食中,血糖正常的消费者不必刻意追求低GI食物,而更要注意食物搭配,选择加工度低、营养素密度较高的产品,控制油盐糖摄入。GI值只是一个参考工具,不是唯一标准。

消费时评

Consumption commentary

今年夏天,全国多地持续的高温天气不仅让空调成为“续命神器”,也催生了一股避暑消费热潮。从北国林海到西南高原,从海滨沙滩到山区民宿,避暑胜人头攒动,“清凉经济”如夏日清风般席卷全国,成为拉动夏日消费的重要引擎。这一现象背后,不仅是生活质量与消费升级的碰撞,更是地方经济转型与产业创新的生动诠释。

今年暑期,多地发布高温红色预警。酷暑之下,“哪儿凉快哪儿待着”不再是一句调侃,而是成为大众消费的真实写照。携程数据显示,7月以来,以“避暑”为关键词的搜索量环比增长超300%,贵阳、六盘水、咸宁等“天然空调房”城市预订量激增,部分酒店甚至“一房难求”。避暑消费的火爆,直接带动了交通、住宿、餐饮、零售等行业的全面升温。夜市经济、户外运动等衍生消费更是呈现爆发式增长。“清凉经济”正从单一的旅游避暑,向覆盖全产业链的综合性消费模式转变。

贵阳、六盘水、咸宁等地的“出圈”绝非偶然。这些城市依托得天独厚的气候资源,通过“气候+文旅”“生态+产业”的创新模式,将“凉资源”转化为“热经济”。在六盘水,19摄氏度的夏天与“中国凉都”品牌深度绑定,当地政府推出“避暑度假游”“乡村田园游”等精品线路,吸引川渝、长三角、珠三角游客长期停留。咸宁则以“高原草场”为特色,结合彝族火把节等民俗活动,打造“日游草海、夜赏星空”的沉浸式消费场景。数据显示,咸宁暑期民宿入住率达95%,特色产品销售额同比增长超两倍。避暑消费的爆发,不仅让传统旅游业焕发新生,更带动了消费品、文化、美食等产业的跨界融合。

夏天是全年消费的“黄金期”,虽然近年来消费市场面临压力,但是夏日经济有很多潜力可控,避暑消费就是值得借鉴的夏日经济发展路径。避暑消费成为夏日经济的新引擎,其核心逻辑在于:通过挖掘气候资源的独特价值,满足夏日消费者对健康、休闲、品质生活的需求,从而挖掘消费需求,激发消费潜力。而且,随着“Z世代”成为消费主力军,避暑经济将向个性化、定制化、智能化方向发展,通过大数据分析精准推送避暑产品,为“清凉经济”开辟新赛道。

从避暑到“清凉经济”,这一转变不仅是消费观念的升级,更是消费领域创新发展的缩影。当“凉资源”变成“热产业”,当夏日避暑升级为全年消费,“清凉经济”正以独特的魅力,为夏日市场注入澎湃动能。未来,如何进一步完善产业链条、提升消费体验,将是各地持续激活“清凉经济”的关键,而中国经济的夏日篇章也将更加火热和精彩。

避暑消费激活夏日经济

□ 肖睿平

《互联网平台价格行为规则》公开征求意见

本报讯 为深入贯彻党中央、国务院决策部署,促进平台经济健康发展,国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办联合起草了《互联网平台价格行为规则(征求意见稿)》,于8月23日向社会公开征求意见。

行为规则主要包括四方面内容:一是引导经营者依法自主定价;二是明确经营者价格标示要求;三是规范经营者价格竞争行为;四是构建协同共治机制。

国家发展改革委有关负责人介绍,行为规则在保护经营者自主定价权的基础上,按照促进发展和监管规范并重,事前引导和事后事中事后监管相结合的思路,构建透明、可预期的常态化价格监管机制。根据价格法、反不正当竞争法、电子商务法、消费者权益保护法等法律法规的现行规定,行为规则从引导经营者依

法自主定价、规范价格标示和价格竞争行为等方面,为经营者提供明确的行为指引,引导经营者自觉规范价格行为,维护公平竞争市场环境,保护经营者和消费者合法权益,促进平台经济健康发展。

据悉,此次公开征求意见时间为1个月。国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办将根据本次公开征求意见情况,进一步修改完善行为规则,适时印发。行为规则出台时,将为经营者留出必要的适应调整期。

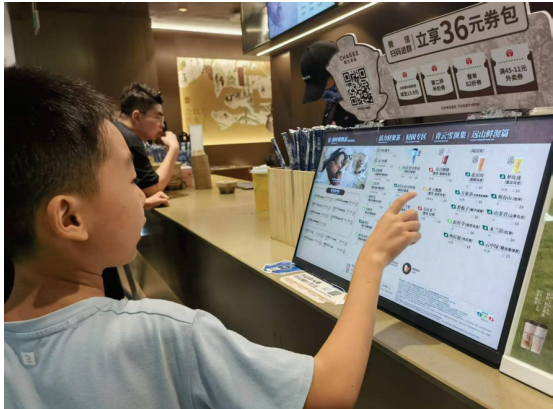
(辛文)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com



图为超市中售卖的“低GI无糖山药沙琪玛”。



图为消费者在选购低GI饮品。

□ 本报记者 闫利文 摄

“秋天的第一杯奶茶”正悄然发生变化。在霸王茶姬产品详情页上,“低负担专区”中,低GI(低血糖生成指数)成为继咖啡因、卡路里之后又一醒目的健康标识。喜茶也联合薄荷健康推出使用低GI糖原料制作的产品。在茶饮领域之外,低GI食品也越来越多。近期,盒马集中上线了多款自有品牌低GI商品,既有黏豆包、馒头这类加热即食的主食面点,也有面包、沙琪玛等休闲零食。叮咚买菜也打造了低GI食品专区,并且计划开发全品类、全场景的低GI商品。

随着消费者健康意识的觉醒,“控糖”“控碳”正成为大众健康新刚需。这

一趋势下,低GI食品凭借“缓慢释放能量、维持血糖稳定”的核心优势,从细分赛道走向主流视野。艺恩营销智库数据显示,2024年低GI在社交媒体上的相关作品量同比增长146%,互动量同比增长200%。在品类方面,奶茶、酸奶和奶粉成为低GI赛道的明星品类,这些品类的产品通常具有专业的低GI认证和纯净的配料表,给消费者带来安心感。

低GI食品为何受到如此青睐?其科学价值究竟何在? “其实低GI食品应该说是糖尿病低龄化的一个解决方案以及产物。”中国食品产业分析师朱丹蓬在接受记者采访时说:“目前,很多二十几岁的青年已经遇到了高糖饮食的困惑,加上低GI概念的不断普及,他们不满足于品牌营销

话术,会主动研究成分表、营养学原理,低GI正好满足了他们追求‘精确健康’的心理需求。低GI食品作为食品领域的一个重要细分品类市场,逐渐从特定群体的消费需要转变成大众化的消费选择,其未来值得期待。”

消费者对低GI食品接受度正越来越高。8月22日,记者在霸王茶姬(北京西直门凯德店)看到,不少消费者在点单时选择了“低负担专区”产品。在附近工作的张女士告诉记者,她是购买“伯牙绝弦”产品的常客,“GI值只有14,130卡路里的热量,约等于吃了半颗牛油果,标注了GI值后的饮品让我更容易选择健康的产品,现在购买食品时都会看看它的GI值高不高,减轻一些饮食负担”。

● 消费日报社出版

● 监督电话:67600827

● 社长、总编辑:赵曦

● 总编室:67605115

● 副总编辑:刘丁 张丽娜

● 经营中心:67604888

● 责编:黄芷凌

● 发行部:67604545

● http://www.xfrb.com.cn

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

● 北京市丰台区定安东里20号楼

● 地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 邮编:100075

● 照排:网络照排中心

● 零售价:2元