

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

中国食品工业创新发展报告发布

我国食品工业保持稳定增长势头

“2024年，我国食品工业规模以上企业完成营业收入超过9万亿元，实现利润超过6400亿元，同比增长5.2%。我国食品工业保持了稳定的增长势头。”9月27日，在第七届中国食品产业发展大会上，中国轻工业联合会副会长李玉中作为编委会执行主任发布了《2024年度中国食品工业创新发展报告》（以下简称《报告》）并介绍了《报告》总体情况。

李玉中表示，全面建成社会主义现代化强国是食品工业发展的目标遵循，也是保障人民美好生活、实现市场繁荣、不断满足日益增长需求的终极任务。在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，2024年的中国食品工业彰显出新时代的睿智善勇，展现着以科技创新引领新质生产力发展的巨大潜能，表现出食品工业锐意进取、攻坚克难，在进一步统筹传统产业升级和新兴产业培育的过程中，加快创新步伐、不断提升核心竞争力、实现深耕细作的成长历练和其中蕴含的精神力量。

据了解，《报告》的编撰工作受到了中国轻工业联合会的高度重视。其由中国轻工业联合会食品产业部牵头，中轻食品工业管理中心、各相关食品行业协会、科研院所、高校、龙头企业大力支持，投入编撰的力度不断增强，也得到了各相关行业领域专家的指导、建议和修改。

李玉中介绍说，自2021年以来，中国食品工业创新发展报告已经发布了四年，本年度《报告》通过对食品行业一年来创新发展的采集与综合，记录了中国食品工业2024年的成长进步，为“十四五”圆满收官做好准备。“希望这份报告能更多地采集食品工业创新发展取得的新成果，为行业积累、记载、服务，为政府制定政策提供参考，助力行业企业互学互鉴，继续为中国食品工业的高质量发展添砖加瓦。”李玉中表示。

据介绍，《报告》近12万字，第一部分介绍食品工业整体运行情况；第二部分介绍主要食品行业、上市企业和行业范例；第三部分概括了创新发展的新实践，从自主创新、创新成果、数智融合、新品亮点、市场开拓、行业贡献等不同角度力求展示新的行业精神风貌；第四部分立足高远，记录行业为进军“十五五”所做的准备和努力，为提升和服务行业提出了建议；附录供行业交流参考，包括2024年度中国轻工业食品行业五十强企业名单、食品行业荣获2024年度中国轻工业联合会科技奖名单和40个科技成果鉴定典型项目情况。

李玉中表示，《报告》总结分析了一年来食品行业创新成长脉络，梳理了现代农业升级、数字装备融合、生物技术突破等对行业创新的引领和支撑作用，首次采用专栏形式，介绍了超过50个行业、企业的创新范例，旨在交流食品行业创新发展新思路，激发全行业创新新动能，同时借助这份报告再一次向全社会介绍中国食品工业取得的成绩、创新成果和发展变化，凝聚力量、砥砺前行，加快实现食品工业高质量发展。

“回首过去一年，食品国际贸易环境压力重重，全行业仍在砥砺前行。中国食品工业实现了全年稳步增长，一手托起市场琳琅、一手促进乡村振兴，助力中国经济社会发展目标圆满完成，也为2025年新启航奠定了良好基础。”李玉中表示，借《报告》发布之机，希望中国食品工业以“科技之笔”书写民生答卷，以“生态之心”平衡发展天平，让“中国创造”不仅满足口、胃，更能温暖人心、滋养魂魄，为人类命运共同体构建更美好的食物未来、生命未来。

消费时评

Consumption commentary

从被动接受到共同创作： 重塑广电视听大国消费新格局

□ 肖睿平

9月25日，中央宣传部副部长、国家广播电影电视总局局长曹淑敏在国新办发布会上介绍，我国在用户、内容、产业等规模上，已成为广播电视大国、网络视听大国。数据显示，我国电视大屏用户合计超过10亿，网络视听用户达到10.9亿；“十四五”以来共制作发行电视剧、网络剧超1500部，动画片超3500部，纪录片超35万小时，微短剧约15万部。2024年，全国广电视听服务业总收入达到1.49万亿元。这一庞大体量，不仅彰显了文化产业的蓬勃，也折射出消费方式与消费心理的深刻变化。

从消费端来看，广电视听早已不只是“观看”的娱乐选择，而是国民文化生活的基本消费支出之一。用户规模

超过10亿，意味着几乎人人都是视听消费的参与者，这种普及性让它具备了“国民级消费”的特征。正因如此，视听内容的质量和创新，直接影响观众的文化获得感。过去，观众更多是被动接受“电视台排播”；如今，随着网络视听的崛起，用户拥有了自主选择的权力，消费模式从“被动收看”转向“主动点播”，甚至参与到弹幕互动、社群讨论之中。消费不再只是终点，而成为一种共同创作的过程。

更重要的是，视听消费正在成为新的经济动能。2024年全国广电视听服务业总收入达1.49万亿元，已成为文化消费的重要支柱。其背后，是广告、会员付费、版权交易、衍生品开发等多元商业模式的成熟。微短剧

的崛起、纪录片的热潮，都显示出用户需求的多样化：有人追求碎片化娱乐，有人青睐深度知识和审美享受。这种差异化需求，正在推动内容供给更加精细化、多层次化，形成“长尾效应”的消费生态。

然而，规模庞大并不意味着没有隐忧。首先，内容同质化与快消化倾向依旧存在，大量作品追求“流量逻辑”，但能留下长久口碑和消费黏性的精品仍显不足。其次，用户的付费意愿还未完全被激发，除会员制、广告制外，更多元、更健康的商业模式有待探索。再者，未成年人视听消费监管亟待加强，如何在供给繁荣和消费自由中把握好“度”，仍是现实考题。

从消费角度看，建设“广电视听大

国”意味着不仅要充实文化产品数量，更要提升质量。未来，视听消费要真正成为提升生活品质的文化支出，需做到三点：一是提升供给品质，用更多原创精品赢得用户信赖；二是优化消费体验，通过智能推荐、交互创新满足个性化需求；三是健全消费保障，加强版权保护与内容监管，守护公平和安全的消费环境。

从“收看”到“共创”，从“娱乐”到“生活方式”，视听消费的价值正在被重新定义。一个真正的视听强国，不仅应在内容产量层面领先，更应让消费者满意、有文化获得感。每一次点击、每一份付费都能转化为高质量的文化体验，这才是广电视听大国走向视听强国的真正标志。

前八月规上工业中小企业增加值同比增长7.6%

本报讯 工业和信息化部最新数据显示，今年前八个月，我国中小企业经济运行总体平稳，创新活力显著提升。

前八个月，规模以上工业中小企业增加值同比增长7.6%，增速比大型企业高3.3个百分点。尤其是专精特新中小企业发展较好，规模以上工业专精特新“小巨人”企业增加值同比增长8.7%，出口交货值连续25个月高于规模以上工业平均水平。（综合）



▲图为游客正在大巴扎步行街中参观游览。



▲图为观光塔下欣赏维吾尔族歌舞表演的游客也被吸引加入其中载歌载舞。



▲图为馕博物馆中游客纷纷打卡、拍照。

行业动态

营造安心消费环境 提升羽绒行业质量

110多家品牌企业签署“2025 安心羽绒质量承诺书”

本报讯（记者 史晓菲）在最近由中羽协（以下简称“中国羽协”）召开的“2025中国羽绒行业高质量发展誓师大会”上，110多家品牌企业签署“2025安心羽绒质量承诺书”，就诚信经营、坚守品质、优质优价、表里如一及优化售后服务等具体内容做

出承诺，为今年秋冬羽绒制品市场提供安全放心的消费环境。

中国羽绒工业协会名誉理事长长姚小蔓介绍，签署承诺的品牌将纳入《2025安心羽绒品牌名录》，供消费者在今年秋冬选购羽绒产品时参考。这些优质的安心羽绒品牌，将成为今年

秋冬市场的主力军，为消费者送上安心消费、温暖舒适的关爱与守护。中国羽协也将联合市场监管部门、消费者协会和产业集群地方政府，对入选名录的品牌进行重点质量监测。

来自中国羽协《羽绒行业质量提升白皮书》的信息显示，2025年各省对羽绒服的质量监督抽查合格率明显高于2024年国抽，行业整体质量水平向好。

中国羽协推动构建“政府监管、行业自律、企业主体、社会监督”四位一体质量共治体系，在过去一年重点开展了推动行业自律、升级检测技术、建

立追溯系统、制标规范市场、整治侵权仿冒等一系列行动，并积极配合国家市场监管部门开展了行业全面排查和清理，有效提升了行业整体质量水平。

另据记者获悉，会议期间，中国羽绒行业品质联盟吸纳了新成员。截至目前，已有101家地方羽绒行业协会商会、产业集群、羽绒及制品企业、检测机构等加入品质联盟。品质联盟会定期开展市场质量调研、品质比较试验以及其它扶优限劣、维护市场秩序的相关活动，为消费者营造安心消费环境，为建设质量强国贡献力量。

中国羽协表示，目前，在羽绒产业链各相关方已经形成了联合治理市场、推广优质羽绒商品的行业共识。在中国羽协与行业各方的共同努力下，今年秋冬的优质羽绒制品供应将得到有效保障，中国羽绒行业的整体质量水平将持续提升。



快来扫描我吧！



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
步骤二：打开应用点击上方“订阅”
步骤三：选择“添加订阅”后搜索“消费日报”
步骤四：点击右上角“+关注”即可