

消费日报

2025年10月16日

星期四

总第9037期

第6096期

今日4版

前9个月新能源汽车产销两旺

本报讯 中国汽车工业协会14日发布数据显示,2025年前9个月,我国新能源汽车产销量双双突破千万辆,同比增幅均超过30%,彰显汽车消费市场蓬勃活力。

“产销月度同比增速已连续5个月保持10%以上。”中汽协会表示,近期,汽车以旧换新政策继续显效,地方车展火热进行,企业新品密集上市,汽车市场整体延续良好态势。

(新文)

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

从设计走向品牌 从本土走向全球

中国潮玩出口势头持续增强

□ 本报综合报道

10月13日下午,苹果公司首席执行官蒂姆·库克现身上海“THE MONSTERS十周年”巡展,与泡泡玛特创始人王宁及LABUBU艺术家现场互动,并观看了原创手稿。该行程是库克此次到访中国参观的第一站,王宁现场赠送了库克LABUBU的大首领ZIMOMO作为礼物。一方是科技行业的巨头,另一方是文化产品行业的“领头羊”,这一科技与文化交汇的场景,是中国潮玩走向国际的又一例证。

近年来,中国潮玩从街头文化产品,逐渐演进为具有品牌、IP效应和文化溢价的消费品类。

10月13日,海关总署新鲜出炉的外贸三季报显示,2025年前三季度,我国货物贸易进出口33.61万亿元,同比增长4%,比前8个月加快0.5个百分点。“成绩来之不易。”海关总署副署长王军在当天国新办举行的新闻发布会上说,总的看,前三季度,我国外贸韧性彰显、结构优化,实现了量质齐升。

在这样的外贸“成绩单”中,潮玩产品凭借创新设计和文化内涵加速“出海”,成为外贸版图中的一抹亮色。根据海关数据,今年以来我国玩偶、模型、动漫衍生品等出口增长明显,仅前三季度出口额就超过500亿元,覆盖全球200多个国家和地区。

业内认为,这一变化显示我国玩具产业正从“代工”成长为具有“设计+品牌+渠道”综合竞争力的产业。

推动潮玩“出海”的,是创意驱动、供应链升级与数字渠道三方合力。一方面,诸多潮玩厂商强化原创IP孵化与视觉叙事,使产品具备文化辨识度;另一方面,制造端通过智能化、模块化改造显著缩短新产品开发和交付周期,提升响应速度;再加上跨境电商、社交媒体与KOL推广,形成了“设计—制造—传播—销售”闭环,助力潮玩在海外市场形成爆款效应。多家头部企业如泡泡玛特、TOPTOY的海外门店拓展与线上销量爆发,即为明证。

王军表示,这些产品火遍全球,体现的是中国传统文化的影响力,彰显的

是外贸企业的创造力,依托的是中国制造的硬实力。王军介绍,中秋节日期间,国潮花灯和竹编小玉兔在海外圈粉无数。大家熟知的盲盒公仔、模型手办等,融合了文化内涵和品牌价值,都是中国原创IP潮玩。玩具企业借助3D打印技术,将新品开发周期从15天压缩到了3天,实现了从规模领跑到实力领先。再从地域与产业链角度看,潮玩产业的繁荣也并非偶然现象。以东莞、广州、义乌为代表的制造与贸易集群,为潮玩及轻工业消费品提供了完善的零部件配套、模具制造与出口通道;成都、北京等城市的文化创意资源则为IP创作与内容传播提供源头活水。这种区域协同将文化资源与制造能力结合,催生出更多可“出海”的产品与项目。

有业内人士表示:“中国潮玩通过独特的产品设计、全渠道销售网络和国际化战略,突破了文化与地理界限。”弗若斯特沙利文数据也显示,2015年至2024年,全球潮玩市场规模从87亿元增长至448亿元,年复合增速接近23%。在这期间,包括欧美、日韩以及

中国在内的潮玩市场均快速增长。如今,北美、欧洲和中国已成为全球前三大市场,而东南亚、东欧等新兴市场近年的增速也不断加快。

但在“出海”加速的同时,知识产权保护与侵权问题也不容忽视。据公开数据,部分热门IP产品今年已被海关拦截的涉嫌侵权商品数量达到上百万件,这既凸显了中国原创产品的吸引力,也提醒企业在全球化扩张时必须同步加强版权布局与法律防护。“下一步,全国海关将继续做好知识产权海关保护,服务企业创新发展,持续优化跨境贸易营商环境,落实好通关便利化措施,为这些热销品高效、顺畅地送达全球消费者提供保障。”王军说。

总体来看,中国潮玩从设计走向品牌、从本土走向全球,正在成为外贸的新生力军。未来,随着原创能力的加强,产业链的升级与国际化运营的深化,这一板块有望继续为我国外贸高质量发展贡献稳定且可持续的增长动能。

(综合)

权威发布

提升城市治理现代化水平和居民生活品质

我国首部宜居城市国家标准发布

据国家市场监督管理总局网站消息,市场监管总局(国家标准委)批准发布《城市和社区可持续发展 宜居城市总体要求》(GB/T 46391—2025)国家标准,于2025年10月5日起正式实施。这是我国首部系统构建宜居城市评估框架的国家标准,适用于各级城市规划、建设、管理及评估中的宜居性提升,也为社区、企业和社会组织参与提供参考。

该标准从六大维度搭建宜居城市指标体系:一是在环境维度明确大气、水、土壤治理要求及绿化覆盖率等量化指标,强调生态保护与资源集约。二是在社会维度涵盖住房、就业、医疗等领域,注重基本公共服务均等化。三是在经济维度将城乡收入比纳入监测评估,突出包容与协调。四是在文化维度重视历史文化遗产与现代公共文

化服务提升。五是在治理维度构建“政务服务+协同治理+公共安全”框架,明确政务服务事项网上可办率、社会矛盾纠纷调处成功率等。六是在基础设施维度统筹城市建设,系统布局市政公共设施、安全保障设施、信息通信设施等六大基础设施体系。

该标准的发布实施,是落实党的二十大精神“打造宜居、韧性、智慧城

市”和中央城市工作会议“建设创新、宜居、美丽、韧性、文明、智慧的现代化人民城市”部署的重要举措,将针对性解决当前城市建设中重硬件轻软件、标准不统一、社会参与不足等问题,引导城市发展转向“软硬兼备、因城施策、全民共建”,为提升城市治理现代化水平和居民生活品质提供技术支撑。

(人民网)

对话地方 发展新篇

山东淄博：“放心消费”绘就淄川商业新图景

本报记者 李希平 □ 李开元

10月14日清晨,阳光洒在山东淄博淄川区般阳路的SM城市广场上。上午十点,商场入口已人流如织,玻璃门上“优化消费环境,促进经济增长”的红色标语引人注目。一位身着制服的商场工作人员正俯身擦拭“消费维权服务站”的指示牌,身旁的电子屏滚动播放着“线下无理由退货七日承诺”公告。这里是日均客流量超2.7万人的城市商业地标,也是淄川区市场监管局精心培育的“放心消费”试验田。

一张表:数据驱动的监管革新

走进商场一楼服务台,一本《综合监管一张表》格外醒目。表格上,投诉高频商品品类、纠纷集中区域、整改落实进度等数据一目了然。“秉持着‘进一次门、查多项事’的理念,我们在日常监管中尽可能减少对商家正常经营的干扰,通过整合多项检查内容,我们能更全面地掌握经营主体的相关情况。”市场监管专班负责人指着表格介绍,“比如儿童玩具区曾因质量问题投诉集中,我们通过周分析预警机制锁定问题,同

步完成质量抽检、价格核查、售后约谈三项任务。”

这种以数据为核心的靶向治理,正是“SM经验”的精髓。今年以来,淄川区建立“投诉举报周分析预警”机制,对12315平台数据深度挖掘,将高频问题融入日常检查。在SM广场,专班人员通过热力图分析投诉分布,发现四楼主营区餐饮投诉占比超过30%,随即开展“明厨亮灶”改造工作。截至目前,淄川区通过“以诉转案”机制查处侵权案件761件,持续净化消费市场环境。

一条承诺:无理由退货的信任契约

“这件外套孩子试穿后尺码不合适,能退吗?”在二楼童装区,消费者张女士持购物小票咨询。店员扫码确认后,五分钟内完成退款流程。“普通商品七日无理由退货已覆盖商场超90%门店。”SM商场经理尹浩鹏坦言,“初期不少商户担心增加成本,但实际执行后,退货率仅不足2%,客单价反而提升10%,商户的顾虑也随之打消。”

线下无理由退货不仅是消费保障,更是商业诚信的试金石。淄川区将承诺公示与信用评价绑定,在商场中庭设立“放心消费承诺单位”公示墙,200

多家商户的信用评分实时更新。一家电器商铺因连续三个月零投诉,登上商场“零投诉商家红榜”。这种“信用赋能”的正向激励,让诚信经营真正感受到“放心消费”的品牌溢价。

一座站:维权未梢的温度传递

“扫码投诉30分钟就有回应!”在二楼消费维权服务站,大学生王某通过“码上维权”小程序上传照片,记录购买到瑕疵耳机的经过。两个小时后,经驻站调解员协调,商家已完成换货并补偿运费。这个不足十平方米的服务站,月均处理纠纷30余起,调解成功率高达100%。

淄川区市场监管局把发挥消费维权服务站作用作为督促经营者依法落实消费维权主体责任的重要抓手,不断完善相关制度,为消费者和经营者搭建起和解沟通的桥梁。

今年7月份,淄川区市场监管局推动科技赋能,开发上线“码上维权”微信小程序,实现简单纠纷“30分钟响应、2小时办结”,同时设立24小时投诉热线,大幅提升维权便捷度。专职调解员赵女士告诉记者,今夏有消费者因空调安装纠纷连续投诉3次,她联合物业、品牌方召开现场协调会,最终促成安装标准修订。“小纠纷不出店、大纠纷不出街”的目标,正在这些细微实践中落地生根。

当消费维权从标语转化为商户承诺,当数据报表演变为商户的信用资产,那些悬挂在商场的承诺公示、流转于专班的监管表格,共同编织出一张连接信任与繁荣的网络。在这张网中,每个人既是受益者也是守护者,而这或许正是“市场监管淄川经验”最具生命力的内核。

消费时评
Consumption commentary

在刚刚落幕的全国第三届职业技能大赛上,3420名技能英才的巅峰对决仍让人记忆犹新,而山东、河南、江苏等地职业院校迎来的本科新生,更引人深思。当手握本科文凭的年轻人主动走进技工院校“回炉深造”,这种被称为“本升专”的选择,绝非学历降级的无奈之举,而是瞄准技能刚需的理性决策,更契合了消费升级与产业转型的时代节拍。

“本升专”热潮的兴起,根植于就业市场的结构性变革。根据人力资源和社会保障部、工业和信息化部等多部门发布的预测数据,2025年智能制造领域人才需求将达到900万人,其中工业机器人运维等技能岗位缺口巨大,而49.62%的企业“高学历+高技能”人才占比不足30%。这种供需失衡,让本科毕业生看清了自身“理论有余、实操不足”的短板。从计算机专业的学生渴望将课本知识转化为实际应用,到传媒专业的学生转行学习高铁检修,年轻人的选择,正是对“有技能好就业,技能高就业好”市场规律的精准把握。

职业技能大赛的风向标意义,更让“技能成才”的路径愈发清晰。近日举行的全国第三届职业技能大赛新增无人机系统等6个世赛项目,新领域赛项占比超50%,与高端制造业的人才需求高度契合。正如从流水线工人成长为正高级讲师的姜雨荷所言:14000小时的实训能铸就世界冠军,这种“手艺含金量”正是“本升专”学子的追求目标。青岛市技师学院1:1复刻企业工作站的培养模式、郑州铁路职业技术学院超90%的就业率,更印证了技能教育与市场需求的“双向奔赴”。

从消费视角审视,这场技能升级潮暗藏着内需增长的新动能。德国技工年薪超高管的案例早已证明,高技能人才的收入提升能直接拉动消费升级。当“紫领”人才凭借技术获得高薪,其在住房、文旅、教育等领域的消费潜力将被激活,形成“技能提升—收入增长—消费升级”的良性循环。这与我国推动内需扩大的战略方向高度一致,为消费市场注入了可持续的增长动力。

破除“学历鄙视链”,还需社会共识与制度保障的双重发力。当大赛选手用0.02毫米的精度诠释匠心,当“本升专”学子向着高端技能领域冲刺,我们已然明白:职业选择本无高低,能为产业赋能、为生活添彩的技能,都值得尊重。唯有持续完善“双师型”教师队伍建设,深化产教融合,才能让更多人看清技能的价值,让“劳动光荣、技能宝贵”成为社会共识。

技能是个人安身立命的根本,更是产业升级的基石。“本升专”的选择,既是年轻人对自我发展的精准规划,也是对制造强国战略的积极响应。更多既懂理论又会“动手”的人才涌现,既能破解企业“招工难”问题,更能撑起消费升级的底气,为高质量发展注入双重动能。

□ 肖睿平

消费与产业双升级助力技能进阶

图片新闻

江苏南京“人机结合”备战秋种



本报讯 (记者 陈思羽 □ 高晓平)10月13日,江苏省南京市高淳区桤溪国际慢城瑶窑村吕家田驿站农田里,工人们采取人机结合的办法进行人工施肥和拖拉机翻耕田地。据悉,眼下正是秋收秋种的大忙时节,桤溪国际慢城加足马力做好秋收秋种工作。

当日,工人对收割水稻后的农田进行施肥和翻耕田地作业,为油菜秋种做准备。

● 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:唐 瑞

● 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