

# 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

学习贯彻党的二十届四中全会精神

## 2025年轻工业科技创新与绿色发展大会在江苏南京举办 新质领航 建强轻工

**本报讯**(记者 解磊)为深入贯彻党的二十届四中全会精神,11月11日,中国轻工业联合会以“新质领航 建强轻工”为主题,在江苏南京召开了2025年轻工业科技创新与绿色发展大会。中国轻工业联合会会长张崇和出席大会。工业和信息化部科技司副司长甘小斌、节能与综合利用司调研员宋波出席并致辞。中国轻工业联合会副会长何烨出席并作工作报告,中国轻工业联合会副会长李玉中、工业和信息化部科技司技术创新处调研员王建豪出席大会。大会由中国轻工业联合会秘书长郭永新主持。

甘小斌在致辞中表示,近年来,工业和信息化部科技司坚决贯彻落实党中央、国务院关于科技创新的重大战略部署,始终将提升产业创新能力作为核心使命,通过完善政策体系、搭建创新载体,激发企业活力,有力推动轻工业等传统优势产业向智能化、绿色化、融合化方向发展。轻工行业顶层设计不断完善、创新体系持续优化、企业创新主体活力不断增强。新一轮科技革命和产业变革深入发展,人工智能、物联网等数字技术与实体经济深度融合不断加深,轻工业比任何时候都更加需要依靠科技创新这个关键变量。甘小斌还对轻工行业科技



图为2025年轻工业科技创新与绿色发展大会现场。

创新发展提出三点建议:一是夯实融合基础,增强高质量科技供给;二是抓牢融合关键,强化企业科技创新主体地位;三是畅通融合途径,加速科技成果产业化进程。

何烨在报告中系统回顾了“十四五”期间轻工业科技与绿色发展成效,并对

“十五五”轻工业科技创新引领新发展、绿色转型迈上新征程进行展望并提出要求。她表示,轻工业科技实力正在从量的积累迈向质的飞跃,绿色发展正在成为轻工业高质量发展的底色。

大会指出,轻工业是我国具有较强竞争力的优势产业,是满足人民美好生

活需要的主力军。“十四五”期间,全行业积极落实党中央、国务院关于科技创新和绿色发展的重要部署,深入实施创新驱动和绿色发展战略,加快形成新质生产力,实现了经济总量持续增长。截至2025年10月,我国规模以上轻工业企业数量从2020年的10.87万家增长至14万家,年均增速6.4%,营业收入年均增长4.22%。全行业出口总额占全国出口总额比重连续5年保持第一。2025年前三季度,轻工业实现营业收入17.2万亿元,利润1.04万亿元,同比增长3.1%和3.9%,均高于全国工业平均水平。轻工业依靠持续创新和强大韧性,有力支撑了中国经济的发展。

大会指出,回顾“十四五”,轻工业创新有力,绿色更浓。“十四五”以来,中国轻工联组织行业协学会、企业和高校院所,认真贯彻党中央决策部署,提出“构筑新质创新体系、引领行业高质量发展”,成效显著:一是新质创新体系构筑,引领行业新质发展;二是创新能力稳步提升,带动产业跃迁升级;三是创新成果惠及民生,服务人民美好生活;四是绿色制造成果丰硕,擦亮高质量发展底色;五是绿色产品供给丰富,带动绿色消费生活。

(下转A2版)

## 进博会观察

### “新面孔”许下“进博之约”

□ 本报记者 黄芷凌 文/摄

11月10日,第八届中国国际进口博览会将在上海闭幕。本届进博会成交活跃,按一年计意向成交额达834.9亿美元,比上届增长4.4%,创历史新高。在这场国际盛会中,一群特殊的“新面孔”成为了一道亮丽的风景线。他们既有行业新锐,也有深耕多年的“隐形冠军”。他们在这一天收获远超预期的惊喜,更许下了一个共同的“进博之约”:坚定选择,共享未来。

#### 首秀舞台 链接全球新机遇

对许多企业而言,进博会的首展首秀是一次与全球市场深度链接的重要契机。

“我们带来的样品根本不够发,姜糖、零酒精咖啡等产品都好评如潮。”首次参展的香港地区展商“多多熊”品牌执行董事杨仁兴奋地表示,他的家族从事食品出口已有60年,但进博会的盛况依然超出其预期。他强调:“除了内地的潜在买家外,大量来自不同国家的参会者也找我们洽谈合作。”

带领“多多熊”参展的香港贸易发展局华北、东北首席代表陈嘉贤介绍,本届进博会,香港贸易发展局共组织超50家企业参展,其中约40%左右为首次参加。“这说明他们对进博会抱有高度兴趣,我们也希望借助这个平台,带来更多新亮点、新产品与新服务。”陈嘉贤说。

在本届进博会的消费品展区,国际潮流生活方式品牌CASETiFY(壳子特玩)展台前始终人流涌动。首次参展的CASETiFY带来了全新CASETiFY iPhone17系列、CASETiFY Travel旅行系列及最新国际联名系列等产品,展现其作为科技配饰领域潮流引领者的创新实力。“我们

意为进博会设计了一款手机壳。”CASETiFY相关负责人表示,“借助进博会这一连通中国与世界的重要窗口,CASETiFY可以集中地向公众与行业伙伴呈现品牌的创意与创新。”

专注于开放式音频技术的科技创新企业韶音,也将进博会首展视为一个重要机遇。企业相关负责人表示,通过进博会这一“全球交流舞台”,韶音不仅展示了全线的开放式耳机产品,更与全球消费者展开深度互动,收集了最前沿的市场洞察。

#### 开放平台 赋能企业新成长

在全球经济复杂多变、不确定性增多的背景下,各国企业都在寻找新动能。进博会所展现的巨大市场潜力,给“新面孔”们留下了深刻印象,也为他们的未来发展注入了强劲信心。

首次亮相进博会的HC Display商业零售公司,展出了全系列环保材料制成的零售展示产品。“我们长期为全球奢侈品集团提供基于各类环保材料制成的展示道具及解决方案。2021年至2023年,我们在传统展示基础上,积极探索高科技融合。目前正在开发裸眼3D、自然人机交互等前沿模块,致力于推动整个零售展示行业迈向新高度。”HC Display总裁傅军表示,希望通过进博会这一窗口,让公司在科技创新与绿色制造方面的成果被更多品牌与企业所认可。

来自日本的德硕管理咨询同样是进博会“新面孔”。其展台以“驭浪·智海启新”为主题,通过智能全息舱、人形机器人等多元互动装置,生动呈现了在数字化与智能化领域的咨询解决方案。德硕管理咨询大中华区董事长中野洋辅表示:“在当前充满不确定性的国际经济环境中,参

与进博会为公司带来新的起色与更高成长。我们期待以创新之姿,与进博会同频共振,共拓合作新机遇。”

首次参展的奥地利等离子热处理领域品牌Plasmait在进博会上完成了等离子退火系统的中国首秀。该系统可实现微纳米级深度清洁,并显著降低综合能耗。Plasmait中国区总经理杨小成指出:“我们选择进博会作为中国首秀平台,正是看好中国市场对先进制造技术的接纳速度和应用潜力。我们将依托本土合作伙伴,加速技术落地,助力中国客户替代高能耗、高污染的传统工艺,实现绿色升级。”

带领Plasmait参展的苏美达国际技术贸易有限公司副总经理金宝表示:“进博会连续成功举办,其影响力和吸引力持续攀升。我们明显感受到,越来越多的国外优秀制造企业想参加进博会,希望通过进博会更好地了解和开拓中国市场。”

#### “进博之约”:坚定选择 共享未来

在进博会这个大舞台上,展品荟萃、万商云集,现场交易活跃,合作成果丰硕。“与天下同利者,天下持之”的古老智慧在这里得到生动诠释。众多首次参展的“新面孔”不约而同地向记者表达了“明年再来”的意向。

“我们明年一定会继续参加。”傅军毫不犹豫地表示,进博会从前期展位搭建到后期洽谈对接的整体效果非常好,这一平台已成为公司推广绿色制造技术和解决

#### 方案的战略选择。

香港地区展商同样收获满满。杨仁表示,展会期间已与多个大型采购商就代理合作达成初步意向。同样由香港贸易发展局组织参展,首次来到进博会的酒世界交易平台有限公司创办人兼首席执行官林淑怡表示,展会期间与多家企业进行深入交流,并与一家上海跨境电商电子商务综合服务公司签署合作备忘录。这让他们迅速坚定了再赴“进博之约”的决心。

中野洋辅也对参展效果表示满意。“我们最初就期待通过进博会开拓新的增长空间,从目前表现看,这一目标正在实现。”他说,“如果今年参展成效理想,我们明年将继续参加。”

金宝表示:“中国市场蕴藏的巨大机遇,为我们未来吸引更多国外品牌并且将技术引入中国奠定了坚实基础。”

从智能制造到绿色科技,从消费品到服务贸易,这些进博会“新面孔”的参展表明,中国持续扩大高水平开放的决心,正通过进博会这一国家级平台,转化为全球企业可感知、可参与的发展机遇。这场中国与世界的“东方之约”将继续谱写开放共赢的新篇章。

和中国皮革协会共同授予的“中国鞋都”,鞋服产值达千亿元,共有4000余家鞋类企业,从业者超过50万人,已经成为世界名牌运动鞋的定点生产基地。这里汇聚了一大批国家级工业设计中心、国家高新技术企业、专精特新“小巨人”企业,主导或参与制定国家标准20余项,形成了从新材料研发到成品制造、品牌运营的完整产业链、生态链。今年,“莆田鞋”区域品牌还成功入选首批“中国消费名品”。

## 鞋业产业集群展现强大发展韧性和创新活力

要力量。

陈占光认为,莆田鞋业在产业链上,尽管鞋业发展承压,但以莆田、晋江、温州、瓯县为代表的一批鞋业产业集群依然展现出强大的发展韧性和创新活力,成为推动行业高质量发展、培育新质生产力的重

化品牌战略,推动价值链向高端延伸;共享合作机遇,构建更具韧性的产业生态三方面建议。希望莆田继续以“一张蓝图绘到底”的战略定力,以“匠心+创新”的双轮驱动,在中国鞋业高质量发展进程中书写更加精彩的“莆田篇章”。

据介绍,莆田是中国轻工业联合会

## 前三季度全国食品添加剂抽检不合格率下降

**本报讯** 今年前三季度,全国市场监管部门完成食品添加剂项目抽检227.45万批次,检出不合格样品2.12万批次,不合格率为0.93%,较去年同期下降0.02个百分点。

从抽检结果看,饮料、炒货食品及坚果制品、乳制品等7个大类食品未检出不合格样品;粮食加工品、糕点、饼干等14个大类食品不同程度检出食品添加剂违规使用,主要涉及漂白剂二氧化硫、甜味剂甜蜜素、防腐剂脱氢乙酸等。

(市文)

## 消费时评

Consumption commentary

日前,国家发展改革委产业经济与技术经济研究所创新战略研究室(新质生产力研究室)主任刘振中做客经济高质量发展专家谈时表示:“‘十四五’这五年,一个最直观的感受是,身边的‘中国造’越来越有分量了。从能自由弯曲的折叠屏手机,到飞上蓝天的国产大飞机,再到惠及千家万户的平价‘救命药’,这些看得见、摸得着的变化,正是国家科技实力提升的生动写照。”“中国造”越来越有分量,中国品牌也越来越有竞争力,中国市场也越来越有吸引力。

几年前,高端折叠屏手机的关键部件——一片薄如蝉翼、可反复弯折的玻璃,成为制约产业发展的“命门”,技术被少数外国公司垄断。然而,在安徽蚌埠,一家科技企业成功实现技术突围,量产出仅30微米厚的柔性可折叠玻璃,并应用于全球主流手机品牌。这是中国突破“卡脖子”技术、实现科技自立自强的生动缩影。科技领先赋予中国商品更强的底气,“中国造”不再仅仅是低价、低质的代名词,而是以高品质、高性能的形象走向世界,让世界看到了中国产品的华丽转身。

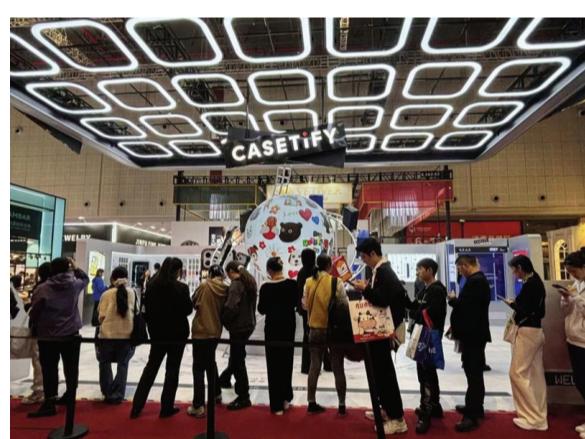
“中国造”越来越有分量,最关键的是形成了一套让创新活力充分涌流的体制机制,而这套机制也是发展新质生产力的核心支撑。近年来国家出台了一系列鼓励创新的政策,从资金支持到税收优惠,从人才培养到科研平台建设,为创新提供了全方位的保障。国家自然科学基金、国家重点研发计划等项目的实施,为科研人员提供了稳定的资金支持,激发了他们的创新热情。同时,政府还积极推动产学研用深度融合,搭建企业与高校、科研机构之间的合作桥梁,促进科技成果的快速转化。

“中国造”越来越有分量,将更好地带动中国企业、中国品牌走向世界,在全球市场承担更重要的角色,中国的消费品也将以其高品质和性价比更受全球消费者的喜爱。同时,中国市场也将吸引更多的世界目光。中国拥有庞大的消费市场和完善的产业链体系,为全球企业提供了广阔的发展空间,将吸引越来越多的跨国公司和国外消费者来到中国。

“中国造”越来越有分量,是科技实力提升、体制机制创新和全球影响力扩大的综合体现。未来,“中国造”将以更加自信的姿态走向世界舞台,在全球绽放更加耀眼的光芒。

□ 肖睿平

『中国造』越来越有分量 中国市场越来越有吸引力



图为CASETiFY展台前观众正排队领取纪念品。

邮发代号81-9  
国内统一刊号CN11-0057



欢迎订阅2026年《消费日报》

全年定价396元  
发行电话:010-67604545  
全国各地邮局均可订阅

消费日报社由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  
新闻传播定位:产业基础上的市场化表述  
综合服务平台:为行业企业品牌提供服务



扫码订报