CONSUMPTION DAILY

# 消费日报

2025年11月24日
星期一
总第9064期
第6123期
今日4版

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

微报眼

## 前10月餐饮市场持续升温

**本报讯** 国家统计局最新数据显示，2025年10月，全国餐饮收入5199亿元，同比增长3.8%；1—10月，全国餐饮收入46188亿元，同比增长3.3%。

中国烹饪协会分析，全国餐饮收入占社会消费品零售总额的比重为11.2%，环比上涨0.5个百分点，显示出餐饮消费在扩大内需中的重要支撑作用。

（综 合）

畅通新功效注册、鼓励新品首发、培育银发经济、减免动物试验

# 新政出台为化妆品产业持续健康发展注入强劲动力

**本报讯**（记者 **王薛淄**）11月17日，国家药监局印发《关于深化化妆品监管改革促进产业高质量发展的意见》（以下简称《意见》）。《意见》提出：到2030年，化妆品监管法律制度更加完善，标准体系更加健全，技术支撑更加有力，产业创新活力更加充沛，风险防控能力全面加强，质量安全水平显著提升。到2035年，化妆品质量安全监管体系达到国际先进水平，监管体系、监管机制、监管方式更好适应产业创新与高质量发展的内在要求，产业具有更强的创新创造力和全球竞争力，基本实现监管现代化。

对此，中国香料香精化妆品工业协会（以下简称“中国香妆协会”）表示，《意见》系统谋划监管现代化路径，围绕支持创新、优化审评、完善监管、强化支撑、推动国际接轨等关键环节，推进全链条、全方位的制度升级，全面提升监管体系效能；精准施策激发市场活力，通过畅通新功效注册、鼓励新品首发、培育银发经济、减免动物试验等一系列改革举措，着力破解行业发展的痛点堵点，营造鼓励创新、公平透明、高效便捷的营商环境，为化妆品产业持续健康发展注入强劲动力。

此次印发的《意见》提出24项改革意见、48项具体改革举措。中国香妆协会指出，具体来看，《意见》内容涵盖7大亮点举措，全方位助推产业提质增效。

一方面，新功效化妆品实施即报即审，国际新品免于提交境外上市证明，培育银发经济新动能，三条政策共同聚焦于产业价值链的前端环节，即“创新研发——产品准入——市场导入”。一是开辟新功效“快车道”，激发产业创新活力。中国香妆协会表示，随着公众对化妆品消费需求的持续提升，对新功效、新产品的期待与日俱增。《意见》提出对新功效化妆品设置专门审评通道，实施即报即审，并建立注册申报前置咨询机制，此举将有效降低新功效化妆品的研发难度和成本，为企业的创新方向提供明确的政策指引。二是打造全球新品首发地，提升中国市场吸引力。中国香妆协会指出，《意见》明确允许符合相关要求的国际化妆品新品免于提交已上市销售许可证明文件，这一政策调整有效破除“时间门槛”，为国际新潮产品开辟了“快速通道”。对消费者而言，能够第一时间体验到全球最新美妆产品；对市场而言，国外新品的引入将有效激发消费活力，推动国内美妆消费从“基础需求”向“品质升级”转变。三是培育银发经济新动能，精准对接老年群体需求。中国香妆协会表示，我国人口老龄化程度持续加深，老年群体对化妆品的需求日益增长且日趋多元化、精准化。《意见》前瞻性地将促进化妆品银发经济发展作为重要改革方向，鼓励企业基于老年人的皮肤、发质等特征进行产品研发，支持开展皮肤衰老机理等前沿基础研究，这不仅体现了对老年群体的重视和关怀，也为化妆品产业开辟了新的增长空间。

另一方面，推行电子标签新举措，引领监管数字化升级；优化审评监管新机制，实现提质增效与减负；推进动物试验减免，接轨国际助推产业出海，三条政策则聚焦市场监管与国际化后端环节，体现了《意见》不仅关注“从无到有”的创新，也同样着力于优化“从有到上市、从上市到强大”的全过程。中国香妆协会进一步分析称，例如电子标签的应用将极大丰富标签信息的展示形式，消费者扫码即可获取全面、生动的产品信息。同时，电子标签能够简化部分实物标签的标注内容，为企业优化产品包装提供更多空间，实现节能减负、降本增效，准确契合绿色低碳可持续发展的国家战略。除此之外，《意见》在减轻企业负担方面提出多个具体措施，如允许配方相似产品共用技术资料，将原料安全信息调整为企业存档备查；对特殊化妆品变更事项实施分类管理，将高风险变更事项审评时限从90个工作日压缩至60个工作日，低风险事项压缩至45个工作日。这些举措将显著提升审评效率，加快新产品上市步伐。最后，《意见》明确提出将加快安全评估体系和能力建设，积极推进动物试验减免。中国香妆协会表示，目前，国际上普遍遵循减少动物试验原则，主要通过对原料的安全评估实现对化妆品的安全性评价。我国出于历史沿革，保留了对部分化妆品的动物试验要求。鉴于推动动物试验替代已成为国际社会基本共识，优先从烫发、非氧化性染发等品类着手，逐步扩大豁免范围，同时强化动物替代方法验证工作，按照“能转尽转”原则加速替代试验方法的开发和应用，将促进化妆品国际贸易，支持我国优质化妆品出海。

更值得一提的是，《意见》为提升化妆品企业质量管理水平提供了“金钥匙”，提出利用3年时间集中开展提升行动，全面优化化妆品企业质量管理体系运行效能。中国香妆协会指出，这一举措将有效解决部分企业特别是中小规模企业质量体系建立不完善、运行不畅通的问题，为产业高质量发展注入强劲动能。

中国香妆协会统计数据显示，我国化妆品产业已实现规模与质量的双重跃升。一方面，2024年，我国化妆品市场交易额突破1万亿元，成为全球第一大消费市场。其中，国产化妆品在国内市场销售总额中份额超过55.2%。另一方面，截至今年10月底，化妆品备案合计229.1万个，国产222.5万个，进口6.6万个。新原料备案数量达324个，注册3个，彰显出强劲的创新活力。

从以上数据看，中国正处于从“制妆大国”向“制妆强国”跨越的关键时期。中国化妆品质量监管已站在新的起点上，行业发展势头良好，成长动力强劲。《意见》的出台，无疑会让科学监管体系变得更加完善，从而加速促进化妆品产业高质量发展。

## 消费时评

Consumption commentary

# 『降噪』的『双十一』更显消费市场成熟韧性

□ 肖睿平

今年“双11”大促落下帷幕，但与往年相比，今年似乎没有那么“轰轰烈烈”。有人将此解读为消费意愿降低，有人认为电商热度下降。但实际上，简单将“双11”热度变化等同于消费退潮并不准确。更为合理的解释是，相比短暂的“冲刺”，商家更愿意选择长久健康的可持续发展路径，把更多精力放在产品以及服务上；消费者也可以避免大促中的“套路”或者“复杂玩法”引发的焦虑。

所谓“热闹”，从来不是衡量市场健康的唯一指标。“双11”的“降噪”，体现了中国消费市场在经历高速增长后迈向成熟阶段——从“一次性狂欢”转向“常态化消费”，从“促销驱动”走向“价值驱动”。

首先，消费者愈发理性。过去的“双11”往往利用消费者“怕错过”的心理，通过复杂的优惠机制制造紧迫感，促使用户提前囤货、凑单。但这种方式容易让消费者在“数学题式优惠”中疲惫，也导致囤货超出实际需求。今年“双11”，“不抢、不囤、不被套路”成为不少人的共识。如今消费者不愿再为不必要的消费买单，“安静”背后是消费心态的成熟，是质量、服务和真实需求的回归。

理性购物并不等于不消费，而是消费更加精准。从这个角度看，“双11”“降噪”体现的不是需求不足，而是需求结构在优化。

其次，大促不再“轰轰烈烈”对商家同样是利好。过去的“双11”更像一场高强度流量战争：价格战、补贴战、曝光战层层叠加，企业为求短期增长投入大量成本，却未必能形成可持续的品牌价值。今年的变化表明，越来越多商家认识到，依赖节日节点的爆发式增长难以长期维系，稳健增长更需建立在产品力、服务力和供应链效率上，这些看似不那么“热闹”的东西，才是品牌能站住脚的根基。

这背后凸显了商业逻辑的成熟：大促可以做，但不能让大促成为企业营收的唯一增长方式。

值得注意的是，商家和消费者这一轮“心态趋稳”，并不是彼此对立，而是指向同一个趋势——消费回归常态化、生活化。消费者愿意用合理的节奏去消费，商家也愿意以持续的产品迭代和长期的服务质量来获得信任。这意味着线上消费场景正在回归商业本质，而不是被节日促销裹挟。

当然，“双11”“降噪”并不意味着大促无用。大促仍然具备几个不可替代的作用：集中释放一部分潜在需求；为新品测试和品牌曝光提供窗口；让中小商家在短期内获得流量突破。只是今天的大促不再需要靠“喧闹”来“刷”存在感，而更需要靠价值来吸引消费者。因此，“双11”既不必被神化，也不宜被简单悲观化。喧闹有其动能，沉静也有其价值。对成熟市场而言，重要的不是节点制造的热度，而是多种节奏并存，让消费者自主选择，让商家回到长期主义。

表面上，今年“双11”少了声量；实质上，市场获得了更多秩序。商家减少了对爆发式增长的依赖，更注重全年经营质量；消费者减少了刺激性消费，却增加了稳定的获得感。这些变化，不喧嚣，却真实。

一个不再被促销左右的市场，才是走向成熟的市场；一个能让消费者和商家都“松口气”的大促，才是走向可持续的“大促”。“安静”的“双11”，折射的正是这样一种更稳健、更可持续的商业生态。

## 消费看点

助力共享大市场 释放发展新动能

### 今年前10月我国电商发展“成绩单”亮眼

据商务部消息，2025年1—10月，我国电子商务在提振消费惠民生、促进现代产业体系建设、扩大高水平对外开放等方面发挥积极作用，不断释放商务发展新动能。

数字消费助力扩内需惠民生。数字消费、品质电商以新供给创造新需求，不断激发消费潜力。据国家统计局数据，1—10月全国网上零售额同比增长9.6%。智能产品、网络服务、即时电商增长亮眼。据商务大数据监测，AI眼镜、智能手表等智能穿戴网上零售额增长23.1%，网络服务消费增长21%，其中线上购券—线下体验的到店餐饮增长25.1%，即时电商便利消费需求，销售额增长24.3%。

产业电商助力数智化转型。惠企对接提升中小企业数字化转型和柔性制造能力，主要电商平台开展产业电商对接超400场，带动重点监测的纺织、药品等领域产业电商交易额增长5.5%、3.4%。在山东举行“数商兴农”活动，联动山西、甘肃、江西等地，推动电商赋能特色农产品销售。据商务大数据监测，1—10月农产品和农村网络零售额分别增长9.5%和7.5%。

“丝路电商”助力共享中国大市场。打造高质量共建“一带一路”新实践，“丝路电商”合作先行区建设形成12个创新实践案例并在全国复制推广。“丝路电商惠全球”36场活动推动中国大市场成为全球大机遇。“丝路云品”电商月在第八届中国国际进口博览会期间启动，同期举办“非洲好物”“东盟好物”“上合云品”“买在金砖”等特色活动，联动电商平台、品牌企业、伙伴国国家馆和线下商圈，促进海外优质产品进口。1—10月重点监测平台进口商品销售额增长8.9%，乌兹别克斯坦糖果、泰国山竹销售额分别增长73.7%、39.9%。

（央视新闻）

## 对话地方 发展新篇

### 山东滕州“智慧监管”以数据之眼守牢安全防线

本报记者 **李希平** □ **李开元**

学校后厨的炒菜声响起，灶台上方的高清摄像头自动捕捉着厨师们的每一个动作，这些实时画面不仅传输到市场监管局的智慧平台，也向学生家长开放。

在山东省滕州市市场监管局智慧监管中心，电子大屏实时切换着全市学校食堂的后厨画面。工作人员轻点鼠标，一家养老院食堂切配间的操作情形便清晰呈现。

“通过‘互联网+明厨亮灶’系统，我们能够对全市300多家学校食堂进行全天候远程监管。”市场监管局党组书记、局长陈凡锋介绍道。此刻，智慧平台发出预警，某学校食堂一名工作人员未按规定佩戴帽子，系统通过AI视联技术自动识别并记录了这一违规行为。

**数据多跑路**
**从“人海战术”到“精准靶向”**

滕州市市场监管局的智慧转型始于对传统监管模式的深刻思考。过去，有限的监管人员面对成千上万的监管对象，只能采取“人海战术”，效果有限。“现在，数据多跑路成为破解这一难题的关键。”陈凡锋如是说。远程监管已成为常态，监管人员无需到店，通过手机或电脑就能实时调取学校食堂、餐饮单位的后厨视频。

在校园食品安全领域，滕州已建成覆盖342家学校食堂的“互联网+明厨亮灶”系统，并实现二维码赋码。

智慧监管的触角同时延伸到了特种设备安全领域。滕州市打造的液化石油气瓶“阳光充装”系统，运用物联网和云计算技术，建立了气瓶视频监控系统。该系统具备人脸识别功能，用于采集识别充装过程中的人员身份信息，对非持证人员充装行为进行抓拍。“系统24小时运行，可实时查看监控及回放，将传统的‘人盯人、人盯设备’转化为人、机、网协同发力。”滕州市市场监管局工作人员介绍。

**主动防控**
**从“事后处置”到“事前预警”**

去年以来，滕州市市场监管局办理行政处罚案件1312件，罚没款1586余万元。数据的背后，是监管思路的深刻转变——从被动处置向主动防控升级。在校园食堂领域，后厨从“闲人免进”变成了“晒在网上”，这种透明化操作倒逼学校增强主体责任意识。

目前，滕州正加快推进AI智能抓拍预警功能上线，针对“互联网+明厨亮灶”升级改造过程中遇到的问题和困难，建立问题清单台账，按照“一校一策”原则制定解决方案。

在特种设备安全领域，气瓶追溯和“阳光充装”智慧监管系统从根本上遏制了非法充装等行为。“阳光充装”系统通过微信公众号和官网向社会公开，接受监管部门、同行、社会公众共同监督。

药食同源进口商品追溯系统则是滕州智慧监管的又一创新。该系统在货物源头进行“身份”赋码，实现货物在采购、运输、销售等各个环节一码全程跟踪。

**社会共治**
**从政府“单打独斗”到多元主体参与**

走进滕州某小学食堂后厨，厨师们正忙碌地准备午餐，每个操作环节都被摄像头实时记录。智慧监管平台不仅是技术工具，更成为连接各方主体的桥梁。在校园食堂领域，滕州已形成了“学校自律、政府监管、公众监督”的共治格局。

企业也从智慧监管中获益匪浅。今年1月8日，滕州一家供应链有限公司代表来到滕州市市场监管局，送上印有“真诚贴心为企业 服务高效办实事”的锦旗。该公司从事的香料进口贸易受益于药食同源商品进口通关便利化改革试点工作，大大减少了进口成本。

此外，滕州市市场监管局大力推行“双随机、一公开”“风险+信用”监管，用好“枣企e码通”，通过“进一次门、查多项事”，做到对守信者无事不扰、对失信者高悬利剑。

面对未来，滕州市市场监管局计划持续扩大“互联网+明厨亮灶”、气瓶追溯、“阳光充装”、药食同源进口商品追溯等系统的覆盖范围与应用深度。“下一步，我们将围绕‘互联网+监管’新目标、新要求，持续抓好各类系统平台建设推广应用，让数据多跑路、监管更精准、群众更安心。”陈凡锋表示。

**本报新闻职业道德监督岗**
**电话：(010)67605353 67606237**
**邮箱：xfrbjw@163.com**

邮发代号81-9
国内统一刊号CN11-0057
消费日报
共赢 合作
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

● 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：唐 瑞 ● 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