

今年前三季度我国电池产品出口同比增长24.1%

**本报讯** 面对复杂的国际形势,今年前三季度我国电池产业凸显韧性,依然保持出口竞争优势,电池产品出口实现增长。据海关数据,今年1—9月我国电池产品累计出口约596.77亿美元,同比增长24.1%。其中,第一季度出口167.97亿美元,同比增长15.8%;第二季度出口200.88亿美元,同比增长29.0%;第三季度出口227.93亿美元,同比增长26.6%。

(宗文)

## 消费日报

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

## 党的二十届四中全会精神在基层

## 让每个梦想，都有向上生长的土壤

“郑老师,看镜头!”一场讲座刚结束,云南技师学院教师郑棋元就被学生们团团围住。咔嚓一声,照片定格,“Z世代”青年郑棋元站在中间,身着工装,笑容青涩。

今年9月,28岁的郑棋元被认定为2025年“大国工匠人才”,成为最年轻的“大国工匠”之一。他说,“十五五”规划建议里“一体推进教育科技人才发展”的要求,指明了今后人才培养“升级”的方向,作为职教老师,他要把自己世界技能大赛夺冠、企业历练的经验融入教学,并尽快拿出细化方案,更好推进产教融合。

合完影的郑棋元快步走回学院智能机器人科创中心创新工作室。约500平方米的空间里,20余名平均年龄不到30岁的团队成员正专注工作,有人紧盯屏幕改代码,有人屏息凝神调试设备。3D打印设备的嗡鸣、机器人运转的轻响与键盘敲击声,交织成奋进的节拍。

工作室展柜上,魔方还原机器人、智能分拣机械臂等设计,错落摆放。这些凝结郑棋元团队心血的结晶,连同团队累计斩获的机器人相关领域5项国家实用新型专利,都成了教学“活素材”。

“我们要用好用活这些专利,将其转化成可以用于教学的实操模块,让学生在拆解、仿制的过程中掌握核心原理,还能带着再创新的成果对接企业需求,解决生产的实际问题。”郑棋元说,学生们不仅要在实训车间中夯实基础技能,还将参与校企联合项目,优秀学生还可以加入教师团队进行前沿技术攻关。

在数控实训课上,郑棋元让学生模拟企业真实工作场景,并将世界技能大赛的先进理念及技术标准融入到课程教学和技能实训中。他还带领团队深入云南云内动力等企业车间,将生产一线的技术痛点转化为教学中的攻关课题。

“以前是带着成果找应用,现在是跟着需求做创新。”他说。这种“车间出题、课堂解题、赛场验题”的教学模式,推动着职业教育与产业需求同频共振。

党的二十届四中全会提出,统筹教育强国、科技强国、人才强国建设。面向“十五五”新征程,职业教育将进入提质培优、增值赋能的新阶段。对此,云南省正围绕就业导向、产业需求与企业参与等要求,持续构建边疆现代职业教育体系,全面创新技能人才培养模式。一方面,深化“校企双制”“校中厂”“厂中校”等合作教学方式,推行工学一体化技能人才培养模式;另一方面建立以产教融合为核心,以学生技术技能水平、就业质量、专业建设为重点的办学质量评价制度。同时,全省在技工院校积极拓展“沪滇”“闽滇”“粤滇”等跨区域技能人才协作渠道,让西部地区技能人才既能扎根本土,也能对接沿海先进产业需求。

技能教育的脚步在延伸。为破解偏远地区青少年科技实践资源匮乏的问题,郑棋元正筹备升级“技能边疆行”计划。

“我们要让科技宣讲覆盖更多云南边境地区的乡村学校,开发适合青少年的智能制造课程和科创实践场景。”郑棋元眼神坚定,“让每个梦想,都有向上生长的土壤。”

(新华社)

“十四五”以来,我国体育产业稳步发展。数据显示,2023年全国体育产业总规模已达3.67万亿元,年均增速10.3%,增加值达1.49万亿元。2024年底,体育领域国家级专精特新“小巨人”企业达146家,比2022年底翻了一番多。今年上半年,体育用品进出口总额超155亿美元。

从“手搓”到“智造”,从代工、贴牌到自主研发、打造自己的品牌,跑步机、椭圆机、划船机、动感单车、羽毛球等越来越多带着“中国造”标识的体育用品出口至全世界,为经济高质量发展贡献更多力量。

## 从“手搓”到“智造”

11月28日,福建厦门市同安工业集中区,一家运动器材公司生产车间内,一节节钢板正被传送上激光切割台,自动切割、打孔。这条智能化生产线,冲孔、折弯、焊接、打磨、喷涂、总装等工艺全程自动化,仅需一天,一台跑步机就能被生产出来。

眼下,这家企业12.5万平方米的工厂处于满负荷运转。该企业总经理助理黄金生介绍:“当前正是一年中的生产、销售高峰,订单已经排到明年,我们的跑步机七成以上出口海外,销往100多个国家和地区,其中欧美与东南亚地区

区销量占据较大份额。”厂区的发货平台前,10多个标准集装箱一字排开,等待产品下线后装箱,进港,发往海外。

20年前,黄金生还是跑步机生产车间的一线工人。他感慨:“那时候,生产跑步机基本靠‘手搓’,我们要把一节节钢板扛进车间加工,冲孔、焊接、组装等许多步骤都靠人工。即便是技术熟练的工人,造一台跑步机至少也得两天。”他举了个例子,“比如手动冲孔,跑步机上有许多孔,螺丝孔、安装孔、散热孔等,10道工序意味着要用10副模具,人工送料、取件、换模具,耗时耗力,效率低下,如今在智能化生产线上,这些工序都实现了自动化、一体化。”

不远处,另一家机械工业公司的生产车间同样忙碌。这家企业今年跑步机出口价值上亿元,主要销往欧美市场。

“一台跑步机的背后,是‘中国制造’向‘中国智造’升级的故事。”该公司总经理方俊雄介绍,早期的家用跑步机属于“新鲜大件”,价格昂贵、体积庞大、功能单一,还是机械式的,要靠人脚摩擦带动。随着国内运动健身产业飞速发展,跑步机成本下降,迅速进入千家万户。这些年,跑步机不断更新迭代,外形上更轻薄小巧,功能上更人性化,减震技术越来越先进,还增加娱乐、社交、健康管理等各种功能。

## “含科量”“含绿量”不断提升

走出去的步伐要更加坚实有力,靠的是更具科技含量、更加绿色环保的“硬实力”。

在江苏淮安经济开发区,顶基运动用品(淮安)有限公司生产车间里,12条生产线满负荷运转,每天能产出65000多只球类内胆。

这家企业专门生产运动用足球、排球、篮球、橄榄球等球类产品内胆,产品70%出口海外。巴黎奥运会就使用了这家企业研发的含有70%生物基的产品。

“这款足球植入了芯片,1秒内能做500次识别动作,通过实时数据辅助判断是否手球、越位等。”顶基运动用品(淮安)有限公司总经理周宏达对记者说,“传统足球内胆使用的材料,是从石油提炼出的化学产品,现在我们持续研发推出用回收材料、生物基材料制成的内胆,以响应环保和减碳的需求。”

随着创新和研发能力的提升,许多企业正从单纯的代加工转向打造自主品牌。

在2025中国国际体育用品博览会上,青岛英派斯健康科技股份有限公司(以下简称“英派斯”)展示的多款智能健身器材吸引不少观众驻足。据了解,

英派斯于1995年推出IMPULSE自主品牌,迈出品牌出海的关键一步。如今,IMPULSE热销全球100多个国家和地区,打入欧美亚主流市场。英派斯董事长、总裁刘洪涛指出,我国有完备的健身器材供应链,依靠这一优势,企业有充足的信心和底气做自主品牌。目前,山东德州、青岛等地已形成了一定规模的体育用品制造产业集群。

“企业出海是未来体育用品业发展的重要方向。”北京体育大学中国体育政策研究院院长鲍明晓对记者表示,中国体育用品企业出海,要抓住两个关键点:一是以数字技术应用提升管理和运营的效率;二是构建跨国人才和管理框架。

中国国际发展知识中心副主任、国务院发展研究中心研究员魏际刚认为,未来,应多措并举推动中国制造在世界舞台迈向新高度。“从制造业角度来说,要实施制造业技术改造升级工程,培育壮大先进制造业集群,推动传统产业高端化、智能化、绿色化转型,促进中小企业专精特新发展。”魏际刚说,“从企业角度看,要允许企业根据市场需求和自身发展战略建立海外研发基地、生产基地,提高企业的国际化经营水平,增强供应链韧性,更好抢抓国际市场机遇。”

(综合)

## 权威发布

## 针对液态乳特性 婴配液态乳产品配方注册审核提出更高技术要求

**本报讯** 12月1日起,市场监管总局正式受理企业有关婴配液态乳产品配方的注册申请。婴配液态乳产品配方注册申请的受理、技术审评、现场核查等程序和要求,总体上与婴幼儿配方乳粉产品配方注册保持一致。

新修改的食品安全法12月1日起施行,将婴幼儿配方液态乳纳入注册管理。

同步施行的还有市场监管总局修改发布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》及技术文件《婴幼儿配方液态乳产品配方注册申请材料项目与要求》。

“针对婴幼儿配方液态乳水分含量高、营养成分丰富的特点,在原辅料微生物、产品稳定性控制等方面,监管部门提出了比婴幼儿配方乳粉更加严格的技术

要求。”市场监管总局食品审评中心相关负责人介绍,一是对生乳中嗜冷菌、耐热芽孢菌等原辅料微生物风险控制提出要求;二是与产品直接接触的生产用水经处理至少达到饮用纯净水的要求;三是要求制定产品体系稳定的内控评价标准、评价指标及相应检测方法等;四是对婴幼儿配方液态乳无菌灌装和后灭菌工艺的选择,

及其灭菌效果验证提出具体要求;五是要求产品标签样稿标示开封后食用提示等指导警示信息。

据了解,市场监管部门将进一步严审婴幼儿配方液态乳产品配方的安全性、科学性,强化婴幼儿配方液态乳生产经营全过程风险防控,牢牢守住安全底线,助力行业高质量发展。(新文)

## 两部门出台措施严管养老机构预收费

**本报讯** 随着我国人口老龄化进程加快,养老机构数量快速增长,预收费模式已成为行业普遍采取的运营方式。但部分机构涉嫌非法集资,存在资金管理不规范、交费容易退费难等问题,严重侵害老年消费者的权益。

为加强养老机构预收费监管,健全商业银行第三方存管制度,日前,民政部、金融监管总局联合印发《养老机构预收费存管工作指引》(以下简称《指引》),从存管账户设立、资金支付管理、监管责任划分等方面构建全链条保障机制,为老年消费者

筑牢“安全网”。

《指引》明确要求,养老机构预收费资金必须实行商业银行第三方存管制度,规则体系构建核心围绕预收费专用存款账户管理。

严格账户管理。养老机构须在民政部门公布的承接存管业务银行名单中,自主选择一家开立唯一账户。养老机构原则上通过存管银行收取押金、会员费,通过其他支付机构或者现金收取的,应当于收取当日(至迟次日)划转或者存入专用存款账户。

严格支付审核。养老机构使用存管资金,应当向存管银行发起支出申请,说明资金用途,并提供有关佐证材料。养老机构每次发起支出申请,存管银行应当进行支出后余额试算,试算发现支出后余额将低于风险保证金最低比例对应金额的,应当提示养老机构补足风险保证金,并向负责监管的民政部门作出风险提示。

严查资金异常流动。养老机构专用存款账户出现大额交易、可疑交易、高风险交易、非指定用途交易等资金异常流动情形的,除办理退费外,存管银行不得为

其办理支出,同时向负责监管的民政部门作出风险提示。

此外,《指引》对预付费的退还作出了详细要求:对符合养老服务协议等约定应当退费的,养老机构应及时向存管银行提交退费申请。存管银行核相关信息后,应当于退费申请提交当日(至迟次日)按原渠道一次性退还剩余费用。养老服务协议对退费渠道另有约定或者原付款渠道无法办理退费的,养老机构应向存管银行说明情况,并提供老年人或者其代理人身份证明、养老服务协议、押金或者会员费收取和退费账户等信息,由存管银行核对应后及时退还。

(辛文)



## 从买到租:价值观变迁重塑消费新范式

□ 肖睿平

租相机定格旅途风景,租装备扎营山野,租婚纱,玩偶拍婚纱照……租赁经济正以鲜活的态度融入大众生活。而这股热潮并非偶然,国家市场监督管理总局发展研究中心不久前发布的数据给出了有力注解:2024年我国租赁经济交易规模已突破4.2万亿元,同比增幅达32%,服务用户更是超7.5亿人次。庞大的数据印证着“以租代买”消费模式的强劲活力。

这组亮眼数据背后,是一场“从买到租”的消费转型,更是代际价值观迭代催生的市场新变革,租赁经济正以强劲势能重构消费生态。

“从买到租”的转变,本质是消费价值观的理性升级。曾经,“占有”是衡量生活品质的重要标准,而如今年轻人用行动改写了这一规则:数万元的长焦镜头日租仅需十几元,婚纱礼服租赁搜索量同比激增109%。从企业端的物流机械到个人消费的数码产品、婚庆服饰,租赁模式让高价值物品的使用权触手可及。这种选择绝非单纯省钱,而是对“物尽其用”理念的深度认同。《循环经济背景下消费租赁行业健康发展白皮书》显示,60%的受访者认为,租赁更符合当下灵活、务实的生活需求,彰显了年轻一代“重使用、轻占有”的消费价值观。

绿色发展理念与产业升级需求,为“从买到租”的消费转型注入强劲动能。济南天桥区推行的新能源机械“租赁+共享”模式,既让企业降低运营成本,又每年减少大量碳排放,实现经济效益与环保效益双赢。根据国家统计局公布的数据,2024年租赁和商务服务业增加值为56576亿元。从母婴用品到医疗设备,从潮玩服饰到跨境租赁,数百个行业场景的全面覆盖,印证了租赁经济价值与绿色价值观、产业升级需求的高度契合。

繁荣背后,“从买到租”的消费之路仍需规则护航。押金扣留、定损争议、

责任模糊等问题,成为制约行业持续发展的瓶颈。当前我国租赁经济渗透率仅为成熟市场的三分之一,中小机构面临转型压力。这要求监管层加快建立统一规则体系,明确设备清洁、信息披露、损害鉴定等标准;平台需强化风控与服务能力,让“租得放心”成为消费常态,才能让“从买到租”的价值观真正落地生根。

从“买买买”到“租租租”,消费转型不仅是商业模式的创新,更是价值观迭代的生动体现。年轻一代用“为我所用,不必为我所有”的消费逻辑,践行着绿色、灵活、高效的生活方式。当规则体系日趋完善,租赁经济必将在资源循环利用与消费品质提升之间架起更坚实的桥梁,让重塑后的消费价值观持续释放经济社会发展新动能。

邮发代号81-9  
国内统一刊号CN11-0057

消费日报

合作言

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