

# 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

党的二十届四中全会精神在基层

## 千年麻编工艺如何走俏国内外市场?

在甘肃省天水市甘谷县的一家麻鞋制作公司里,女工们飞针走线,将麻线编织成精美的鞋面。不久后,这些半成品将由外贸公司销往美国、意大利、西班牙等国家,经过知名品牌加工后,化身引领潮流的“时尚单品”。

甘谷所在的渭河流域以青麻为原料编织麻鞋的历史已有上千年,2017 年这一编织技艺被列入甘肃省非物质文化遗产项目名录。如今,经过新一代麻鞋手艺人的传承创新,这项技艺在留守妇女手中重焕新生。

“80 后”小伙子牛君俊是甘谷麻鞋市级非物质文化遗产代表性传承人,2011 年,电商专业毕业的他返乡成立甘肃雅路人麻编工艺制品发展有限公司,用传统麻编工艺“复刻”流行款式,渐渐地,麻鞋变“潮鞋”,客户越来越多。

“我们和清华美院等院校合作,将扎染、挑花等非遗工艺和麦积山、九色鹿、青花瓷、脸谱等文化元素融入麻鞋设计,

还研发了实用的防水麻鞋、皮质麻鞋。”牛君俊说,目前他们推出的麻鞋超过 200 款,一年能卖 20 多万双。

在当地政府的支持下,牛君俊成立麻鞋非遗工坊,联合甘谷县人力资源和社会保障局、农业农村局、妇联等部门免费开展麻鞋制作培训。“2015 年至今,我们累计培训了 1 万多人次,我们公司吸纳的留守妇女就有 3000 多人。”牛君俊说。

培训促进传承,也带动生产。从 2021 年开始,雅路人公司开始为美国、意大利、西班牙等国家的知名品牌代加工鞋面、装饰花朵。“这类订单体量很大,既带动了就业,还打响了麻编工艺的国际知名度。”牛君俊说。

44 岁的牛军霞来自甘谷县新兴镇半山村,是早年接受培训的留守妇女之一,如今已成为麻鞋非遗工坊的骨干讲师。“经过培训,学员们能系统掌握编辫、盘底、裁边、绱鞋等工序,变成有技术的

手艺人,每月能赚两三千元。”牛军霞说。

在甘谷,沉淀千年的麻编文化正转变为激活乡村的产业优势。近年来,当地持续加大对麻编产业的扶持和奖补力度,一大批本土麻编企业初具规模,乡镇小微型作坊遍地开花,实现产品升级和技术转型。

在甘肃大漠行文化产业发展有限公司的流水线上,麻皮通过专业剥脱装备从麻秆上迅速剥离,再经过脱胶、梳理、纺织等环节,化身柔软透气的麻质面料。

“我们研发了大青麻韧皮纤维剥离装置和大青麻纺织原料烘干装置,同时和多家行业龙头企业合作建立纺织厂、染色厂、服装厂,既能面向市场提供服务,又能自主生产鞋子、马甲、裤子等成品,在各类电商平台售卖。”甘肃大漠行文化产业发展有限公司负责人官云云说,公司的麻编产品很受欧美、日韩市场欢迎。

在合作企业的支持下,大漠行公司

的产业链不断延伸。“在前端,我们探索种植青麻、汉麻、亚麻等多元品种,新规划的种植面积达到 10 万多亩;在后端,我们将废弃麻秆做成用于取暖的生物颗粒,把原料吃干榨尽。”官云云说。

从一双麻鞋,到包括鞋帽、服装、装饰、家具的产品矩阵;从一门手艺,到覆盖种植、粗加工、精深加工、销售的全产业链,非遗实现全新蜕变。2024 年,甘谷县麻编产业产值已达 5000 万元。

党的二十届四中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》提出,“加快发展文化产业”“培育壮大乡村特色产业”。

“我们将贯彻落实好四中全会精神,继续推动麻编产业链补链,将非遗培训同产业培训、电商培训结合起来,壮大人才队伍,让文化成为赋能乡村发展的特色引擎。”甘谷县劳动就业中心主任李旭亮说。

## 中国科技“新特产”受外国游客追捧

当外国游客的行李箱被折叠手机、AI 眼镜和机器人宠物等新奇科技产品塞满,一个清晰的信号正在释放:中国科技消费已从“中国制造”的功能性标签,演进为一种备受追捧的“可带走的中国体验”。随着入境政策持续优化与消费场景深度重构,一场由科技驱动的消费新浪潮正在中国兴起,它不仅改变了外国游客的“购物地图”,更成为中国创新实力与文化软实力输出的生动窗口。

沉浸体验,科技消费的新场景

消费的本质正在经历从“交易”到“体验”的深刻转变。在深圳拓竹科技的全球首家 3D 打印旗舰店,游客扫码即可开启个性化造物之旅;在上海的“横跨空间”AI 黑科技体验店,智能穿戴设备吸引着外籍友人驻足。这些场景超越了单纯的商品买卖,构建了融合互

动、创造与感知的沉浸式场域。

中国(深圳)综合开发研究院院长曹钟雄说,在即时零售、人、货、场的重构下,我国科技产品市场正在成为外国游客感受沉浸式体验的大平台,以及感知中国生活方式的一种新入口。产品本身成为文化对话的载体,西班牙女孩期待 AI 玩偶讲述中国成语故事,埃及顾客赞叹小米家电中蕴含的巧思与人性化设计。

科技消费正以其交互性与故事性,完成对中国创新精神的“软性”传播。

柔性智造,定义“中国速度”新内涵

“中国速度”在消费领域被赋予了全新内涵。它不仅是跨境电商让全球订单三天送达的物流奇迹,更是产业链基于数字化与人工智能的“效能革命”。

在西安的跨境电商产业园, AI 数据

看板为选品、营销提供“卫星地图”般的精准导航。而更具代表性的是义乌的“爆款”生成模式:一顶嵌入太阳能风扇的迷彩帽走红,工厂 48 小时内便能推出改良版。这背后,是虚拟影棚、AIGC 内容生成、3D 打印与 AI 质检等技术深度融合的柔性供应链在支撑。

这种“小单快反”能力,标志着中国制造的核心竞争力正从成本优势转向以用户需求为导向的快速创新与敏捷响应。技术不仅赋能产品,更重构了从设计到生产的全链路,推动产业向科技创新密集型跃升。

服务与社交,催化“流量”变“留量”

科技产品出海,离不开服务体验与社交传播的协同催化。为了让国际消费从一次性“流量”转化为持久“留量”,中国在消费终端进行了贴心革新。

(宗禾)

成都、深圳等地推广的离境退税“即买即退”服务,将繁琐的税务流程简化为“一碰即退”的便捷体验,成为提升购物满意度的“升级器”。深圳更将全市退税点集成于电子地图,提供多语种服务,消除了游客的语言与信息障碍。

与此同时,社交平台成为科技产品“口碑出海”的加速器。泰国采购商在华强北边直播边采购,外国游客在线上分享“抢购”经历与使用心得,这些自发内容在引发全球讨论的同时,也将个人体验扩散为群体话题。产品由此成为连接中国与世界的“数字纽带”,在社交媒体上持续放大中国智造的品牌声量。

(宗禾)

曹钟雄表示,中国制造已经不仅仅是简单的商品销售,更是对全球生活方式的一种重构和引领。中国不再仅仅是“世界工厂”,而是成为科技制造下的全球新型消费中心。通过科技赋能服务和社交传播,中国制造正在全球范围内树立新的品牌形象,吸引全球消费者用行李箱投票。

元旦冰雪游升温 铁路雪具服务便捷旅客出行

元旦出行,冰雪游是最热门的选择之一。随着冰雪游热度持续升温,多地铁路部门也增开冰雪专列,推出配套的全方位暖心举措,让“坐着高铁去滑雪”成为元旦出行新风尚。

京张高铁作为京津冀冰雪出行的黄金通道,预计元旦假期将迎来客流高峰,全新推出的“雪具便利行”服务,覆盖京张高铁北京北至崇礼间 G7831/2 等 8 趟重点列车,旅客购票后可通过 12306 客户端“出行服务—雪具服务”栏目,同步预约雪具随车同行服务,每套雪具 68 元,可实现“人具同乘”。同时,北京北站还设置雪具服务专属咨询台,通过醒目

标识指引旅客快速找到办理区域。工作人员现场核验订单、检查雪具包装并粘贴防护标识。

而在另一个滑雪热门目的地新疆,元旦期间当地铁路部门针对乌鲁木齐至阿勒泰、伊宁等热门旅游城市及返乡返程重点线路,增开临时旅客列车、加挂车厢,满足旅客出行需求。

2026 年的元旦比 2025 年多放 2 天假,为文旅消费市场带来乘数级拉动效应。数据显示,截至 12 月 17 日,元旦假期国内航线机票预订量超 176 万张,同比增长约 46%。

近一个月以来,在线旅游预订平台上

“跨年”“元旦”等关键词搜索热度环比上涨超 280%。

进入 12 月份,元旦假期的机票、酒店民宿等主要产品预订逐步上涨,整体预订热度较去年同期提升近 30%。

此外,这个元旦假期从北京、天津等主要城市飞往三亚、海口、昆明、广州、厦门等热门避寒目的地的机票预订热度环比上涨 36%。飞到大湾区多个城市的机票量同比大幅增长,其中,揭阳机票预订量增幅达 2.2 倍,前往广州的机票预订量实现翻倍增长。南半球正值盛夏的新西兰机票预订增长 1.1 倍。

(央视新闻)

市场监督管理总局:

### 分阶段提升质量认证行业公信力

近日,市场监督管理总局印发《质量认证专业化能力提升行动方案(2025—2030 年)》(以下简称《行动方案》),将解决质量认证行业公信力不强等问题,为行业高质量发展提供坚实支撑。

质量认证作为国际通行的市场经济基础性制度安排,是国家治理体系和治理能力现代化的重要组成部分。”市场监督管理总局认证监管司司长姚雷说。随着经济社会不断发展,迫切需要质量认证更充分地发挥“传递信任、服务发展”的本质作用。

对此,《行动方案》提出 3 个阶段目标:一是到 2026 年底,切实解决质量

机构和认证人员主体责任不到位的问题,全面建成“认证规则可查、认证过程可追、认证结果可溯”的认证全生命周期追溯体系。二是到 2028 年底,基本解决认证同质化竞争和有效供给不足的问题,使认证制度更加贴近需求,认证结果更加权威可靠,认证行业专业化能力发展取得新成效。三是到 2030 年,有效解决我国认证行业公信力不强、对高质量发展支撑力不够、国际市场影响力不足等问题,质量认证行业实现高质量发展,形成政府引导、行业协同、机构主导、人才支撑的专业化能力体系。

(经济日报)



快来  
扫  
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    步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”

步骤二:打开应用点击上方“订阅”    步骤四:点击右上角“+关注”即可

### 我国食品及添加剂领域年产值超 4000 亿元

本报讯 2025 生物制造大会发布最新数据显示,近年来,我国生物制造产业规模持续壮大。目前,全国生物制造产业总规模达到 1.1 万亿元,生物发酵产品产量占全球 70% 以上,其中食品及添加剂领域年产值超 4000 亿元。

(辛文)

### 消费时评

Consumption commentary

乳制品产业结构须与消费同频

肖睿平

2025 年 1—9 月,中国进口乳制品 201.3 万吨,同比增长 3.5%,其中进口黄油 11.1 万吨,同比增长 12.2%;进口奶酪 14.3 万吨,同比增长 9.4%。在国内原奶阶段性供给偏宽、部分乳企经营承压的背景下,这一组数据显得尤为耐人寻味。如果仅从消费回暖或国际价格变化来解释进口增长,显然难以覆盖全部事实。更深层的原因在于,进口结构的持续放量正在清晰地指向我国乳业产业结构调整未能及时跟上需求变化的现实。

一方面,我国乳业在以上几类乳品原料、产品方面仍旧严重依赖进口;另一方面,也意味着国内乳企在相关深加工产品方面有着不小的突破机会。

从国内消费市场的需求端看,乳制品消费结构已经发生了显著变化。烘焙、餐饮、新式茶饮以及功能性食品的快速发展,使得黄油、奶酪、乳糖等原料型和配料型乳制品的需求持续攀升。这类产品不再只是“家庭餐桌消费”,而是深度嵌入食品工业体系,成为现代食品制造的重要基础要素。需求的增长具有稳定性、规模化和专业化特征,对产品品质一致性、供应链稳定性和平价提出了更高要求。

但从供给端看,国内乳业仍然高度集中在原奶生产与基础液态乳制品加工环节,而对深加工乳制品、功能性乳原料等环节的系统性布局明显不足。这种结构性失衡,导致一边是原奶阶段性过剩、喷粉库存高企,另一边却是关键乳制品原料依赖进口。

奶油和奶酪的情况尤为典型。它们既是终端消费品,更是食品工业的重要中间品。相比国际成熟乳业体系,我国在这两个领域普遍存在加工规模偏小、产品标准分散、成本竞争力不足等问题。乳糖进口的快速增长,则进一步说明国内在乳品深加工、精细化分离和高附加值利用方面仍有明显短板。

需要看到,这种“结构性错位”并非短期形成,而是长期产业发展积累的结果。我国乳业在快速扩张阶段,更多追求规模增长和供给安全,而对产品结构多元化、加工链条延伸的重视程度相对不足。当消费端进入结构升级阶段,原有模式的适配性问题便集中显现出来。

从更宏观的角度看,乳制品进口增长并不完全是负面信号,它在一定程度上弥补了国内供给结构的不足,保障了食品工业体系的稳定运行。但如果这一趋势长期固化,则意味着国内乳业在价值链中仍停留在“原料端”和“初加工端”,难以分享下游高附加值环节的收益,也不利于产业的可持续发展。

因此,问题的关键不在于“要不要进口”,而在于国内产业如何更快完成结构性调整。推动原奶更多向深加工环节转化,加快奶油、奶酪、乳清、乳糖等产品的规模化、标准化生产,提升加工效率和质量稳定性,已经成为乳业转型绕不开的现实课题。这既需要企业在投资和布局上转变思路,也需要政策层面在产业引导、技术支持和市场培育方面形成合力。

进口数据所释放的信号值得高度重视。它提醒我们,乳业高质量发展不仅是“把奶养好”,更是“把奶用好”。只有产业结构真正与消费结构同频共振,才能从根本上缓解当前的结构性矛盾,推动我国乳业走向更加稳健和成熟的发展阶段。

邮发代号 81-9

国内统一刊号 CN11-0057

消费日报

合作  
共赢

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