

2025年规模以上工业增加值预计同比增长5.9%

**本报讯** 据工业和信息化部消息,2025年工业经济稳中有进,预计全年规模以上工业增加值同比增长5.9%。数据显示,2025年1—11月规模以上高技术制造业、装备制造业增加值同比分别增长9.2%和9.3%。制造业转型升级步伐加快,累计建成7000余家先进级、500余家卓越级智能工厂;累计培育国家绿色工厂6430家、绿色工业园区491家,大宗工业固废综合利用率达到57%。

(辛文)

坚持内需主导 建设强大国内市场

## 全国统一大市场建设向纵深推进

“十五五”规划建议明确提出“超大规模市场优势持续显现”等经济社会发展的主要目标,并围绕“建设强大国内市场,加快构建新发展格局”作出战略部署。2025年中央经济工作会议确定的2026年经济工作重点任务中,“坚持内需主导,建设强大国内市场”居首位。专家认为,随着全国统一大市场建设的持续深化,市场基础制度将更加健全,要素流动将更加顺畅,公平竞争环境将更加优化。

## 破除“内卷式”竞争

2025年中央经济工作会议明确,在“十五五”开局之年,要“制定全国统一大市场建设条例,深入整治‘内卷式’竞争”“推进贸易投资一体化、内外贸一体化发展”。这些部署既强调改革的精准发力,也要求开放的不断推进,目标是构建一个充满活力、公平竞争、高效规范的市场体系。

所谓“内卷式”竞争,特指在市场与制度空间受限的情况下,市场主体陷入低水平、同质化的博弈,资源被用于零和甚至负和的内部损耗,而非用于开拓创新与产业升级。它扭曲市场信号,侵蚀经济长期健康发展的根基。

我国工业增加值增速目前保持稳定。从营业成本与营业利润的比值来看,近年来,多个传统制造行业的盈利能力持续承压,反映出“价格内卷”与“链条内卷”双重压力下的利润压缩效应。例如,造纸和纸制品业成本利润比由2018

年的17.37上升至2024年的28.06,增幅超过60%;化学纤维制造业更是从2018年的19.95一路升高至2022年的44.61,尽管2024年回落至31.87,但仍处于高位。

专家指出,这反映出传统制造业整体盈利能力较弱,市场竞争异常激烈,企业在获取微薄利润的同时需承担较高成本,呈现出典型的“赔本赚吆喝”式非理性竞争现象。因此,着力整治企业低价无序竞争乱象、整治政府采购招标乱象、整治地方招商引资乱象、推动内外贸一体化发展、补齐法规制度短板、纠正政绩观偏差是当前建设全国统一大市场亟待发力的关键领域。

2025年,一系列更具针对性的务实举措相继落地,《公平竞争审查条例实施办法》加强源头约束,启动要素市场化配置综合改革试点,《工程建设项目招标代理机构管理暂行办法》正式印发,这些措施为攻关全国统一大市场建设难点问题持续加力。

## 破除地方保护 鼓励利益共享

“仅用3个多月,全自动净化车间就落地了。这在过去至少需要9个月。”麦仆科技(上海)有限公司董事长邓润华介绍了2025年在云南大理白族自治州弥渡县项目投产的经历。

上海企业去云南,会不会影响上海

## 权威发布

## 直播卖食品实行全流程监管 新规将于近期实施

**本报讯** 近日,记者从市场监管总局了解到,《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》(以下简称《规定》)的相关工作程序已基本完成,将于近期发布实施。据介绍,《规定》主要从四个方面强化监管:

一是明确直播电商平台经营者在审查登记、直播营销人员培训、食品安全风险自查、食品安全风险管控、食品安全违法行为处置等方面的责任。比如,明确要求直播电商平台经营者将直播间运营者主体资质、直播经营的食品以及直播行为是否符合有关法律法规规定纳入《食品安全风险管控清单》,作为管控的重点内容,建立“智能监测、排查调度、快速处置”等工作机制,压实平台责任,避免风险管控流于形式。

二是明确直播间运营者、直播营销人员在信息公示、事前合规审核、食品相关信息发布、抽样检验等方面的责任。比如,从直播前、直播中到

直播后三个阶段对直播间运营者应当履行的义务进行规范,针对直播营销人员的不同情形分别提出要求,明确其应当依法建立并落实食品安全管理制度和严格的选品制度,配备相应的食品安全管理人员。

三是明确直播营销人员服务机构在直播营销人员培训和日常管理、选品等方面的责任。比如,要求直播营销人员均应建立事前合规审核机制和食品抽样检验管理制度,真实、全面、准确发布食品相关信息,不得通过直播间经营不符合法律、法规或者食品安全标准的食品。

四是明确直播电商经营者违反本规定须承担的法律责任。比如,明确不得通过直播间经营的食品类别,细化了不履行法定义务的具体情形,通过适用相关法律、法规、规章或者新设处罚条款,明确处罚依据,增强《规定》的针对性和可操作性。

(欣文)

“十四五”时期,年回收复用纸箱超8亿个

## 快递包装 减“量”增“绿”

铁路班列+两端集配”多联快车模式,让快递37小时即可“由陕入疆”。

通过共同配送等模式整合运力,提高装载率、降低空驶率;推动多式联运,在中长距离运输中优先采用“公转铁”“公转水”……5年来,运输模式不断优化,驱动快递业持续降碳增效。聚焦仓储与中转效率提升,5年来,行业绿色转型加快。目前,全行业光伏铺设面积448万平方米,拥有上千个绿色分拨中心、超1.25万个绿色网点。

快递包装治理是一项系统工程,需要上下游协同、全链条治理。进入寄递渠道的电商包装是源头治理的关键环节。国家邮政局市场监管司司长林虎介

## 本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237  
邮箱:xfrbjw@163.com



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  
步骤二:打开应用点击上方“订阅”

步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”  
步骤四:点击右上角“+关注”即可

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

## 『两新』标准推动轻工行业转型升级

**本报讯** (记者 解磊)2025年12月26日,中国轻工业联合会副会长刘江毅在市场监督管理总局召开的“两新”标准提升行动工作成效专题新闻发布会上介绍,轻工领域已完成52项重点推荐性国家标准的制修订工作,涵盖家电、家具、陶瓷、照明等多个细分行业。在国家稳增长、促消费系列政策的支持下,这些标准的落地实施正有力推动轻工行业向绿色化、智能化、循环化方向转型,为消费升级与产业高质量发展提供坚实支撑。

自2024年3月《以标准提升牵引设备更新和消费品以旧换新行动方案》(以下简称《行动方案》)实施以来,“两新”重要标准在有效支撑扩大市场需求、推动设备更新、促进居民消费等方面取得积极成效。刘江毅表示,近年来,中国轻工业联合会高度重视标准研制工作,多次召开会长办公会,专题研究“两新”重点标准制修订和推动标准实施工作。轻工领域标准紧跟《行动方案》部署,精准锚定轻工行业转型升级痛点和居民消费升级需求,部署制修订轻工领域重点推荐性国家标准52项,其中消费品以旧换新标准38项、循环利用标准9项、设备更新标准5项。

刘江毅介绍,在以旧换新方面,截至2024年底,我国冰箱、洗衣机、空调等家电保有量超过30亿台,家用电器性能品质、创新品类等标准,有效支撑以旧换新政策落地。2025年1至11月,家电以旧换新超1.28亿台,带动相关商品销售额超2.5万亿元。家具智能等级评定等标准助推行业智能升级,龙头企业加速推出中高端智能家具产品,市场规模达100亿元以上,成为家具消费升级的新增长点。

在低碳转型方面,日用陶瓷、照明电器、塑料制品等碳足迹核算标准助力企业精准识别高碳环节,科学优化减排路径,从源头推动低碳转型。景德镇集中瓷产区,各类窑炉超过3500座,依托标准精准定位减排关键环节与核心问题,倒逼企业设备更新、工艺升级,预计每年减排二氧化碳约8.4万吨。

在循环利用方面,2025年1至10月,我国规范拆解电视机、电冰箱、洗衣机、空调和电脑等“四机一脑”约8600万台(套),产出约190万吨再生资源。家用电器回收服务等标准规范回收处置流程,提升废旧家电的回收效率和资源利用率。家具绿色设计、绿色产品等标准引导企业优化原材料选取,改进生产工艺,减少资源能源消耗。目前,已有超700家企业的2200多种产品获得绿色家具产品认证,有效支撑了家具行业绿色循环发展。

刘江毅表示,轻工业是我国国民经济的传统优势产业、重要民生产业。2025年,轻工业经济运行稳健向好,彰显出强劲的发展韧性。2025年1至10月,轻工业累计实现营业收入19万亿元,同比增长1.9%;实现利润1.14万亿元,同比增长1.6%。轻工业以占全国工业13%的资产,实现了全国工业16.7%的营业收入和19.2%的利润,为国民经济平稳增长作出了积极贡献。下一步,中国轻工业联合会将持续聚焦民生核心领域,组织做好标准宣贯与跟踪评估,推动标准与产业深度融合,让更多高质量轻工产品走进千家万户,为扩大内需、保障民生提供有力的标准保障。



## 年服里的消费新活力

肖睿平

在这新旧交替、点亮新程的时刻,街头巷尾涌动的年服热潮,正勾勒出一幅传统与现代交织、文化与消费共振的鲜活画卷。当“中国童装之都”浙江湖州织里镇的年服出货量占比攀升至七成,当亲子款、新中式年服成为市场新宠,承载着辞旧迎新仪式感的衣裳,早已超越服饰本身,成为观察消费升级、产业转型的绝佳窗口。

年服的走红,是文化自信赋能消费市场的生动注脚。从汉服的典雅形制到唐装的华贵纹样,从生肖刺绣的巧思到盘扣云纹的寓意,年服将千年文化底蕴织入一针一线。孩童身上的牡丹纹样寄托富贵期许,亲子装的同色系设计承载阖家团圆的温情,这些元素不再是博物馆里的陈列品,而是转化为触手可及的消费产品,让传统文化以“穿在身上”的方式融入现代生活。消费者对年服的青睐,本质上是对文化归属感的追寻,是传统文化在消费领域的创造性转化与创新性发展。

年服经济的火热,更折射出产业转型的智慧与魄力。面对激烈的市场竞争,企业没有固守传统赛道,而是以“加减法”闯出了新路子。做“减法”,是聚焦细分领域,如专注8岁至18岁青少年装的品牌,精准解决青少年“买衣难”痛点;做“加法”,是拓展多元赛道,如开辟宠物服饰新领域的企业,从童装到宠物装,延伸出消费新场景。同时,企业以设计创新为核心竞争力,将数码印花与苏绣工艺结合,让传统纹样焕发时尚活力,更将年服尺码拓展至亲子款,满足现代家庭的情感联结需求。这种差异化、品牌化的转型路径,让年服不仅畅销国内,更辐射韩国、东南亚市场,展现出中国制造的内生动力。

年服一头连着百姓的节日期盼,一头连着产业的转型升级。它既是文化传承的载体,也是消费升级的缩影,更是产业创新的见证。在辞旧迎新的时刻,年服所带动的不仅是产销两旺的市场热度,更是文化与经济双向奔赴的美好图景。当越来越多的消费者穿上兼具传统韵味与现代审美的年服,当越来越多的企业在细分赛道深耕细作,这样的“小切口”终将汇聚成推动消费市场高质量发展的“大能量”。

● 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:黄芷凌

● 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