

消费日报

2026年5月29日

星期五

总第9188期

第6247期

今日8版

前4月灯具产品累计出口额约110亿美元

本报讯 据海关总署发布最新进出口数据,前4月,我国灯具产品整体累计出口额约110亿美元,约占全部照明产品出口总额73%,较去年同期下降2个百分点。

(新文)

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

中国乳制品工业协会第三十二次年会在四川成都召开,中国轻工业联合会党委书记张崇和出席并讲话

提质立品 促进乳制品行业高质量发展

本报讯(记者 王薛滢)5月27日,中国乳制品工业协会第三十二次年会在四川成都召开,中国轻工业联合会党委书记张崇和出席并讲话。中国工程院院士庞国芳、任发政出席大会。中国轻工业联合会副会长、中国乳制品工业协会理事长刘江毅作题为《“十五五”乳制品行业高质量发展十大举措》的报告。国家奶业产业技术体系首席科学家、中国农业大学教授李胜利,东北农业大学副校长姜毓君,中国乳制品工业协会副理事长宋昆冈出席大会。国际乳品联合会(IDF)主席基尔·弗罗蒙特(Gilles Froment)作题为“IDF国际乳业形势和未来展望”的报告。

张崇和在讲话中指出,乳制品行业是轻工业的重要组成部分,是健康中国、强民族的核心营养载体,在优化膳食结构、补充优质蛋白、保障人群健康、提升国民体质中发挥着不可替代的作用。近年来,我国乳制品行业坚持高标准、严要求,实现了从快速发展向高质量发展的深刻转型,建成了技术装备先进、管理体系规范、法规标准严格、产品品类丰富、质量安全可靠的现代乳制品工业体系。2025年,我国规模以上乳制品企业722家,实现营收5027亿元,总产量2950万吨,出口额同比增长45.42%,行业国际化步伐持续加快。目前,我国已有2家企业跻身全球乳业前十,一批中国品牌、中国技术、中国标准走向世界,中国乳业的国际影响力不断提升。

张崇和表示,中国乳制品行业的快速发展离不开行业组织的引领、服务和保障。多年来,中国乳制品工业协会(以下简称“中国乳协”)坚守服务宗旨,履职尽责,充分发挥政企桥梁、行业纽带和服务平台作用,在政策落地、标准制定、科技创新、品牌培育、国际交流、科普宣教等方面,做了大量卓有成效的工作,为中国乳业持续健康发展贡献了重要力量。

张崇和指出,自1995年9月,中国乳协代表中国正式加入国际乳品联合会(IDF)以来,积极作为,每年组织高规格代表团,出席世界乳业峰会和专业会议,主动参与IDF各专业委员会工作,深度参与国际标准、法规和政策制定,大力推荐中国企业登上全球舞台,让IDF真正成为中国乳业融入世界、走向国际的坚实桥梁和重要依托。在中国



图为大会现场。

乳协的推动下,2位中国企业家当选IDF董事,进入全球乳业治理核心层;中国乳制品企业8次登上IDF领袖企业家论坛,向世界发出中国声音;37位中国乳业专家加入14个专委会,开展国际标准制定与科研攻关;2022年至2025年间,中国乳制品企业累计入围IDF乳品创新奖30项、获奖7项,中国伊利乳业连续四年获奖,成为全球获奖最多的企业;中国乳业案例成功入选IDF《世界乳业形式报告》。中国乳协以实际行动推动中国乳业在国际舞台上从“参与者”向“引领者”转变,为提升中国乳业国际话语权、推动全球乳业共赢发展,做出了不可替代的重要贡献。

张崇和对中国乳协和乳业高质量发展提出以下希望:

——**强化科技创新,引领乳业高质量发展。**近年来,中国乳制品企业加快拥抱前沿智造技术,持续升级生产制造体系。伊利建成全球智造标杆基地,蒙牛宁夏工厂获评全球乳业首家“灯塔工厂”,飞鹤在甘南、吉林的两大工厂荣获工业4.0智能工厂奖,新希望华西工厂建成2000余种乳酸菌菌种库。中国乳品行业企业要加大研发投入,力争5年内研发投入强度达到3%;要加强乳成分高值化加工利用、功能性乳品、特殊医学用食品等关键技术攻关,推动乳业从“喝奶”向“吃奶、用奶”延伸发展;要培养高水平科研人才队伍,加速科技成果转化应用,

用好中国乳协的科技创新基金,以科技创新筑牢产业自主可控根基,引领乳业高质量发展。

——**完善质量标准,支撑乳业高质量发展。**目前,中国涉及乳品安全的国标68项、推标9项、行标14项、团标41项。随着乳成分高值化利用、功能乳品的快速发展,现有标准不能完全适应新技术、新产品的发展需求。中国乳品行业企业要加快食品工业用乳、乳深加工原料、乳功能成分应用等领域标准的制修订;要深度参与国际标准制定,对接国际先进标准,健全全产业链的标准体系,全面提升乳品质量安全水平,以完善的标准体系支撑乳业高质量发展。

——**培育全球品牌,助推乳业高质量发展。**近年来,中国乳业龙头企业加快国际化步伐,伊利布局多国研发生产基地,产品远销海外60多个国家和地区;蒙牛完善全球产业布局,建成5大海外生产基地;飞鹤搭建全球研发体系,稳步开拓海外消费市场;新希望集团构建四洲六国全球研网,对标国际低温鲜奶先进水平。中国乳品行业企业要持续深化与国际乳品联合会、各国乳品组织的交流合作,借鉴先进经验,布局海外市场,打造全球品牌,助推乳业高质量发展。

——**践行国家战略,赋能乳业高质量发展。**《“健康中国2030”规划纲要》将乳制品纳入国民营养计划重点推荐品

类。中国乳品行业企业要紧扣健康中国战略,聚焦健康需求,深耕全民营养,优化营养产品供给,助力国民体质提升;要适配差异化营养需求,丰富乳制品品类,把产业发展成效转化为民生健康实效,以践行国家战略赋能乳业高质量发展。

——**加强协会建设,服务乳业高质量发展。**中国乳协要加强自身建设,创新服务方式,强化服务质效,提升服务能力、治理水平和运行效能,当好政府的助手、行业的抓手、企业的帮手;要深化与IDF的交流协作,搭建更高水平国际合作平台,努力把自身建设成为政府信赖、行业依托、企业满意、国际认可的一流行业协会,为行业发展保驾护航,更好地服务乳业高质量发展。

国家市场监督管理总局特殊食品安全监督管理司婴配食品注册处一级调研员刘晓毅、国家市场监督管理总局食品安全抽检监测司处置监督处一级调研员李卫新、食品生产经营许可证核发处一级调研员李敏、新希望乳业董事长席刚出席并致辞。

会上发布了《2025年度中国乳业十大科技成果》《乳成分深加工及高值化利用白皮书》;举行了2026年“世界牛奶日·全国乳品营养周”启动仪式。

四川省经济和信息化厅二级巡视员陈斌,国家食品安全风险评估中心纪委书记徐娇、四川省经信厅农产品加工处处长周勇、四川省市场监管局生产监管处处长张泽军,以及国内外乳企及产业链相关企业负责人等2000余人参加大会。

大会同期还举办了“领航新发展 共话新征程”乳业企业家论坛、2026年乳业科学技术奖颁奖大会,以及2026年中国乳业技术博览会暨乳业嘉年华。博览会期间,张崇和一行先后来到伊利、蒙牛、飞鹤、三元、新希望等展台巡展。张崇和充分肯定了本次博览会“全链条覆盖、多维度创新”的行业盛况,认为其展现了中国乳业的硬实力,并指出乳业是健康中国的重要基础性产业,龙头企业要带头落实“大食物观”,在智能制造、减碳包装和婴配粉质量提升上再上新台阶,让国人喝上更放心、更优质的国产好奶。



刚刚过去的国际博物馆日再次点燃全民文博热情:展馆夜场门票几分钟售罄、文创柜台排起长队、研学课程上线即被抢空……当文化自信成为社会共识,深藏于博物馆内的千年文物正走出展柜,融入生活,催生出蓬勃的文博消费生态。

曾几何时,博物馆是院墙围筑、门楣颇高的文化地标,文物是静静躺在展柜中“仅供观赏”的遥远符号,文博活动则偏重于学术,与大众日常生活相隔甚远。而如今,开放共享成为文博产业转型的核心底色,延时开放、夜间特展、流动巡展、云端直播等形式层出不穷,“博物馆+地铁”“博物馆+市集”“博物馆+文旅”等新场景不断涌现,打破时空限制,让文化浸润无处不在。国家文物局发布的数据显示,截至2025年底,全国备案博物馆达7188家,免费开放率超91%;全年举办陈列展览4.5万个,开展教育活动58.3万场次,接待观众15.6亿人次。文博正从封闭的“馆舍里的文化”,成长为开放的“全民共享的产业”。

文旅研学的兴起是文博从“馆舍文化”走向“全民产业”的重要根基。随着素质教育深入推进,家长愈发重视孩子的文化素养培育,青少年对沉浸式、体验式学习的需求也日益旺盛,博物馆研学应运而生。它打破传统课堂的时空限制,将历史、地理、艺术、科学等多学科知识融入参观、讲解与实践等环节,让青少年从“被动看文物”变为“主动学文化”。有数据显示,目前我国研学相关企业超2.4万家,博物馆进校园、流动数字展车进乡村等举措把优质文博资源送到基层,以知行合一的方式,将中华优秀传统文化基因植入年轻一代心中,让文脉在代际传递中生生不息,彰显文博产业的教育使命与社会价值。

文创产业的蓬勃发展是文博从“馆舍文化”走向“全民产业”的关键抓手。过去,博物馆文创多是书签、明信片、帆布包等“老三样”,款式单一、吸引力有限。如今则大为不同:甘肃省博物馆依据铜奔马形象打造的“绿马”玩偶,凭借音梗走红全网,成为年轻人的解压神器;国家博物馆将凤冠这一文化符号转化为冰箱贴,单款产品年销量突破百万件;三星堆盲盒、敦煌文创彩妆等持续出圈,成为年轻群体追捧的潮流单品……博物馆文创已跳出“老三样”,拓展至文具、服饰、美妆、家居、食品等多元品类,覆盖日常生活、礼品馈赠、收藏纪念等多个场景,让千年文化融入现代生活,实现文化价值向商业价值的高效转化。

今年国际博物馆日主场落地内蒙古,联动全国58家文博单位推出“金玉华光 多彩中华”特展,让群众共享文明盛宴,生动诠释了从“闭门展陈”到“开门共享”的转变。这既是文博产业顺应时代潮流、回应大众需求的必然选择,更是文化自信深入人心、文化消费持续升级的生动体现。当千年文物触手可及、千年文明不再遥远,文博产业必将在开放共享中焕发新生、持续壮大,成为全民共享的精神滋养,为传承中华文脉、推动文化繁荣、助力经济发展注入持久动力。

文博产业在开放共享中焕发新生

□ 肖睿平

“轻工脊梁”五一劳动奖系列报道

把“账本”算进时间的刻度中

——专访全国五一劳动奖章获得者、孔雀表业(集团)有限公司总裁杨威

□ 本报记者 唐瑞

在很多人的印象里,会计师的工作往往与报表、数字、风险控制联系在一起,而机械制造业则属于典型的精密工业领域,讲究工艺、技术与制造经验。在此次采访中,记者没有想到,这两个看似距离遥远的领域,会在同一个人身上交汇。

2026年全国五一劳动奖章获得者、孔雀表业(集团)有限公司(以下简称“孔雀表业”)总裁杨威,正是这样一位“跨界者”。从财务报表里的数字到中国制造的刻度,杨威始终在做同一件事——把每一个细节,算进钟表业的齿轮中,算进企业长远发展的未来里。

作为会计学专业的企业管理者,杨威在面试时并不讳言自己最初进入钟表行业时的陌生感。“钟表行业属于精密制造业,也是劳动密集型行业,分步成本核算特点非常明显,再加上行业本身

存在业务壁垒,对我而言其实是很大的挑战。”杨威说。

进入孔雀表业之初,杨威担任的是财务总监一职。深耕财务工作的同时,她也渐渐开始接触生产管理、企业运营,此后逐步参与企业的战略决策。“这个过程没有‘戏剧化’的转折,更像长期、缓慢却坚定的耕耘。”她回忆。

“财务工作偏向微观,强调细节与精准,行事趋于谨慎保守,而企业负责人必须站在更宏观的角度思考问题,既要保持合理的谨慎,又要具备决断力与开拓性。”在杨威看来,从财务人员成为企业管理者,最难的是这种思维方式的转换。但也是财务方面的专业训练,在很大程度上塑造了她的管理逻辑。“企业所有经营行为,最终都要对财务报表负责。”杨威说。因此她格外注重结果导向,“我会以经营结果为核心推进管理。同时,财务对计划、流程、风险的严谨要求,让我在企业管



图为杨威在展会与客商洽谈。受访者供图

理中格外注重内控体系建设和理性决策,逻辑办事。”

(下转A2版)

在相应标准失效前生产的牙刷产品可正常销售

标准变更是否影响旧标产品流通?官方表示——

本报讯(记者 史晓菲)针对不少牙刷生产企业关于标注旧版标准的库存牙刷产品流通销售情况的询问,日前,中国口腔清洁护理用品工业协会转发了全国口腔护理用品标准化技术委员会牙刷分技术委员会《关于标注旧版标准牙刷产品流通销售问题的说明》。说明指出,若企业库存产品生产日期在相应标注标准失效前,则产品在符合当前有效的强制性国家标准和产品所标注标准的前提下,如无特殊原因,可以正常流通和销售。

有企业表示,企业存在标注GB 19342-2013、GB 30002-2013或GB 30003-2013的库存产品,且产品生产日期在其相应标注标准失效前,希望确认产品是否可以正常流通和销售。

GB 19342-2013、GB 30002-2013和GB 30003-2013中强制性内容已于2022年12月被GB 39669-2020替代,推荐性内容保留。GB 19342-2013中推荐性内容于2025年11月起被GB/T 19342-2024替代,GB 30002-2013中推荐性内容于2025年12月起被GB/T 30002-2024替代,GB 30003-2013中推荐性内容分别于2025年11月和12月起被GB/T 19342-2024和GB/T 30002-2024替代。

对于上述情况,全国口腔护理用品标准化技术委员会牙刷分技术委员会明确,若企业库存产品生产日期在相应标注标准失效前,即:标注GB 19342-2013和GB 30003-2013的成人手动牙刷生产日期在2025年11月1日之前,标注GB 30002-2013和GB 30003-2013的儿童牙刷在2025年12月1日之前,则产品在符合当前有效的强制性国家标准GB 39669-2020和产品所标注标准的前提下,如无特殊原因,可以正常流通和销售。