

消费日报

2026年6月2日
星期二
总第9190期
第6249期
今日4版

一季度我国累计进口各类乳制品69.62万吨

本报讯 记者从中国奶业协会养殖业发展部获悉,今年一季度,我国累计进口各类乳制品69.62万吨,同比减少3.8%,进口额33.01亿美元,同比增加4.2%。其中,干乳制品52.62万吨,同比减少6.9%,进口额28.92亿美元,同比增加2.7%;液态奶17.00万吨,同比增加7.4%,进口额4.09亿美元,同比增加16.9%。

(辛文)

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

从“倚重欧美”到新兴市场贡献增量 轻工外贸多极化发展更进一步

据海关数据,今年前4个月,我国货物贸易进出口总值达16.23万亿元,同比增长14.9%。其中,与东盟贸易总值为2.75万亿元,同比增长15.7%;与欧盟贸易总值为2.01万亿元,同比增长13.2%。同期,对共建“一带一路”国家合计进出口8.28万亿元,同比增长13.5%。

专家指出,随着《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)红利持续释放,中国—东盟自贸区升级及共建“一带一路”等有利条件,再叠加民营企业主动“出海”、海外产业投资带动贸易发展等因素,我国多元化外贸市场布局调整加快。

“数据显示,前4个月,我国对共建‘一带一路’国家进出口额已超过外贸总值的五成。”国家发展改革委宏观经济研究院研究员陈曦说,这一占比表明,新兴市场正成为我国外贸新增长极,从过去外贸的培育板块转变为不可或缺的稳定力量。与此同时,我国对单一市场的依赖明显下降,前4个月中美贸易总值同比下降12.9%。

轻工外贸增长的动力,也越来越来自新兴市场。

作为专注生产高分子仿木装饰材料的外贸企业,安徽英科再生科技有限公司目前已投产55条PE、PS、PVC塑料线条生产线,PE木塑生产线仍在陆续扩产中;2025年一季度销售额增长超过57%,直接拉动一季度销售额增长超过30%。”公司负责人赵爽表示,订单增长主要来自中东、东南亚、南美等新兴市场,其中户外建材类产品的需求增长格外强劲。为了抓住海外市场的发展机遇,企业目前已经和安六市政府对接,积极筹备二期产能扩建,物色更大的厂房与土地,为后续订单交付提前做好准备。

传统家具产业也正在转型。广东东莞市的统计数据表明,今年前4个月,东莞市对共建“一带一路”国家进出口1776亿元,同比增长10.5%,占全市进出口总值超过三成;对印度、拉美、中

东、非洲等新兴市场进出口均实现两位数增长。厚街家具产业的转型便是生动缩影。过去,东莞传统家具产业曾在单一传统市场遭遇增长瓶颈,如今通过主动调整市场布局,在中东等新兴市场闯出了一片新天地。

瞄准中东高端家居消费赛道,厚街的欧极家、长实家具、瑞形家居等本土品牌摒弃以往贴牌代工的老路,从单一“产品出海”向“品牌出海+服务出海”跃升,从产品设计到工艺研发,实现全链路自主掌控,更同步提供空间设计、场景打造、销售工具等全套解决方案。这种转型的成效在今年初集中显现,满载着厚街家具的货柜源源不断地运往印度、沙特、约旦等国家和地区。其中欧极家旗下的卡缤家居已在全球布局15家海外门店,并计划未来数月在沙特利雅得等城市再开新店,持续扩大中东市场版图。

中国国际经济交流中心研究员李婧认为,当前,传统市场需求放缓成为企业深耕高端制造和绿色低碳领域的催化剂,推动产业向价值链上游迈进。

新兴市场旺盛的基础设施建设和消费需求,为高端制造产品和中间品提供了大规模出口空间。此外,全新的贸易模式涌现,研发出海、全球产销等模式落地,国产高端制造与行业标准加速向外输出,民生消费升级也拉动了农业机械、冷链物流、食品加工设备等商品的出口。

然而,机遇背后的挑战同样不容忽视。跨境供应链管理复杂化,不同国家和地区的规则体系、营商环境、汇率波动差异较大,也增加了市场适配的难度和成本。陈曦建议,需持续深入推进外贸多元化布局,深耕新兴市场,以对冲传统市场下行压力、稳固外贸基本盘。产业端要做强新能源、高端装备等高附加值优势产业,持续推动外贸产品结构优化。同时,风险防控的弦也得时刻绷紧,出口信保、汇率避险等工具要用好。从更长远看,只有主动对标国际经贸规则、引导企业合规经营、增强核心竞争力,才是赢得市场信任的根本。

(综合)

消费时评

Consumption commentary

共享单车企业真正的竞争力在何处?

肖睿平

近日,人民网记者在上海、安徽、湖北、广东、重庆、四川等地走访调查,发现共享单车“最后一公里”的管理问题,仍待解决。同时,网络上吐槽共享单车收费越来越高的视频,也引起网友的讨论,“骑了三分钟收了几块钱”让不少用户望而却步。曾经以解决“最后一公里”迅速改变城市出行生态的共享单车,如今却越来越频繁地陷入争议:一边是收费上涨、计费规则复杂,用户感叹“骑不起”;另一边则是乱停乱放、运维不足,“淤积”占道等问题反复出现,让城市治理压力持续增加。

当便利与吐槽同时增长,一个现实问题摆在面前:共享单车到底该如何重新找到公共服务属性与商业运营之间的平衡?

共享单车最初之所以能够迅速普及,本质上在于它提供了一种低门槛、高效率、低成本的城市短途出行方式。它不仅改变了市民的出行习惯,也在一定程度上缓解了公共交通“最后一公里”的接驳难题。某种意义上,共享单车并不只是一个互联网产品,更是城市慢行交通体系的重要组成部分。

但问题在于,当行业从资本补贴期进入盈利阶段后,商业逻辑开始发生变化。

近年来,共享单车价格不断上涨。从最初“1元骑行”,到如今起步价提高、时长费叠加、调度费增加。不少用户发现,“骑十几分钟比坐公交还贵”已并不鲜见。价格上涨本身并非问题,毕竟企业需要覆盖车辆折旧、运维调度、人员管理等成本,但问题在于,价格上涨之后,服务与管理并没有同步提升。

有的车辆老化严重,刹车失灵、链条故障问题频发;有的区域车辆堆积如山,影响通行;还有的地方“无车可骑”,供需调配明显失衡。换句话说,消费者对共享单车的不满,并不只是“变贵了”,而是“既贵了,又没变好”。

这背后,反映的是行业正在经历从“规模竞争”向“运营竞争”的转变。

过去,共享单车比拼的是投放数量与市场占有率;如今,行业进入存量阶段,真正考验的是精细化运营能力。谁能够做好车辆维护、智能调度、停放管理与用户体验等工作,谁才能真正留住用户。遗憾的是,一些平台仍然停留在粗放运营阶段,把成本压力简单转嫁给消费者,却没有同步提升服务质量。

与此同时,共享单车的问题也早已超越企业经营本身,成为城市治理的一部分。

共享单车具有公共属性。它占用的是公共道路、公共空间,服务的是城市交通体系,因此不能完全按照普通互联网产品的逻辑运行。如果缺乏有效治理,企业追求投放效率,城市则承担秩序成本,最终容易陷入“企业盈利、市民买单、城市承压”的局面。

因此,共享单车的未来,不只是“涨不涨价”的问题,而是如何重建行业规则。

一方面,企业需要重新回到“服务竞争”本身。涨价可以理解,但前提是服务质量同步提升。只有让用户真正感受到便利、安全与高效,价格调整才具有合理性。否则,用户只会重新转向公交、步行甚至网约车,行业也将失去存在价值。

另一方面,城市治理也需要更加精细化。过去一些地方采取“一禁了之”或“无限投放”的极端做法,都难以形成长效机制。未来更需要通过电子围栏、动态投放、信用约束等方式,建立平台、用户与城市之间更稳定的治理体系。

更重要的是,共享单车是城市绿色出行体系的重要基础设施。随着低碳出行理念普及,共享单车仍然具有巨大价值,但前提是,它必须回归“共享”的初心,而不是只剩下“共享收费”。

如果价格越来越高、秩序越来越乱、体验越来越差,那么共享单车最终失去的,不只是用户的耐心,更是城市对这一业态的信任。

汇聚媒体传播力 解码永州新活力

“全国经济媒体永州行”活动启动

本报讯(记者 赵曦 王雅舒)5月28日晚,“全国经济媒体永州行”启动仪式在湖南省永州市冷水滩区举行,包括消费日报在内的全国30多家主流经济媒体,将在中国经济传媒协会的组下,走进城镇、田野、企业、文旅胜地等经济一线,聚焦高质量发展主题,全面展示永州高质量发展成果,用鲜活报道展现永州发展活力。

永州市人大常委会党组书记、主任蒋强先从历史、文化、红色、生态、开放五个方面介绍了永州人文底蕴与经济社会发展情况。他表示,这次“全国经济媒体永州行”活动,既是对永州发展

成效的集中检阅,也是借力讲好永州故事的宝贵机会。“希望大家走进永州的山水之间、工厂车间、田间地头,以专业的眼光、生动的笔触、多元的镜头,捕捉高质量发展的永州脉动,全方位展现永州的山水之美、发展之变、实干之为。”他说。

“永州历史文化厚重、区位优势独特,借助‘湘超’热潮实现全网曝光超200亿次,直接带动消费超21亿元。”中国经济传媒协会会长赵健表示,未来十年,文旅旅展的深度融合有望成为各大城市发展的标志性特征,塑造一个中国特色的消费驱动型增长时代。



图为记者参观“湘超”比赛场馆——永州市体育场。王雅舒 摄

“轻工脊梁”五一劳动奖系列报道

一刀一竹刻春秋

——专访全国五一劳动奖章获得者、高级美术师王新明

《岁岁平安》《沧桑》《打渔归家》……当王新明凭借一件件竹雕作品斩获工艺美术领域的大奖时,他脑海会闪过童年时代那些闷热的午后,大人们在楼下歇晌,他悄悄拿起刻刀,躲到楼上练习雕刻的画面。

十三岁的少年那时不曾预料到,自己会与竹子“纠缠”半生;更不会想到,那把偷偷攥在手里的刻刀,会陪他走过几十年起伏,让一门几近失传边缘的竹雕技艺,重新被更多人看见。

□ 本报记者 唐瑞



图为王新明正在创作。受访者供图

少时“偷师”辗转学艺

王新明出生于福建省莆田市仙游县一个传统工匠家庭,家中几代都是与木工相关的家具、雕刻甚至寺庙古建筑作手艺人。到他这里,已经是第六代了。

在仙游,木雕闻名,但比起红木、楠木、黄花梨,竹过于普通。它是山野间随处可见的植物,也是灶膛里的柴火。因此,曾有人对王新明说“做竹子没前途”。可如今,作为福建省仙游竹木人家文化发展有限公司艺术总监,高级美术师、高级技师,王新明的作品多次获得国家级金奖,并在海外交流展出。曾经蒙尘的竹雕,在他的坚持下,重回公

众视野。

一路走来,王新明经历过作品被整批退回、市场无人问津的低谷。但直到今天,他依旧每天坐在工作台前,反复雕琢每一块竹根,一刀一刀地雕。

“竹子是有生命的。”他说,“你越懂它,它就越会告诉你该怎么做。”小时候,家里大人做工,他总喜欢蹲在旁边看。到了中午,大人们休息,他便悄悄拿起刻刀,躲到楼上练习雕刻。“他们不让我拿刀,我就等他们下班,偷偷去雕。”王新明回忆,那时自己不过13岁,“就是喜欢,看着他们做,自己也想做。”奶奶常劝他:“中午别雕,邻居都睡觉呢。”可他还是忍不住。后来,

奶奶见他实在痴迷,索性让他正式跟着姑姑学竹椅雕刻。

(下转A2版)

公示

消费日报社拟申请新闻记者证人员名单
裴学勤
监督举报电话:010-83138953
010-67605353
消费日报社
2026.6.2



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