

上半年化妆品零售额同比增长6.3%

本报讯 据中国香料香精化妆品工业协会消息,6月份,限额以上单位化妆品零售额为456亿元,同比增长12.6%,为今年上半年各月最高增速。1—6月,限额以上单位化妆品零售额累计达到2445亿元,同比增长6.3%。

(欣文)

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

『量』『质』并行 五年十万亿元消费增量有支撑

作为消费领域首份国家级专项规划,《扩大消费“十五五”规划》(以下简称《规划》)提出到2030年消费市场发展目标:消费市场总体规模持续扩大,社会消费品零售总额达到60万亿元左右。按照目标,未来5年,社会消费品零售总额将有10万亿元左右增量。这笔增量从哪里来?支撑条件是否充足?普通人的消费账单又将发生怎样的变化?记者进行了采访。

夜幕降临,重庆长嘉汇购物公园热闹起来,一场科技与文化交织的无人机灯光秀上演。“和家人看完无人机表演再吃顿火锅,晚上都安排满了。”游客彭尚文说,看完表演后,还准备到商圈选购文创商品。

去年4月以来,这里的无人机灯光秀已展演100余场,全网传播量约110亿次。商圈一家店铺经营者介绍,在夏季夜间展演时段,门店客流量比平日提升三成,整体营业额也明显上涨。

一场灯光秀将文旅、餐饮、零售等消费场景串联起来。一个个新场景、新体验,正在将“流量”转化为实实在在的消费增量。

“《规划》提出到2030年社会消费品零售总额达到60万亿元左右,是在2025年首次突破50万亿元大关基础上设定的预期性目标,具备坚实支撑条件和较强可操作性。”商务部研究院流通与消费研究所副研究员姜照表示。

“十四五”时期,尽管外部环境复杂严峻,我国消费市场总体保持增长。我国社会消费品零售总额相继跃上40万亿元、45万亿元和50万亿元台阶,5年间增长超10万亿元。最终消费支出对经济增长的平均贡献率达58.8%,比“十三五”时期提高10个百分点。

消费基础稳固扎实、消费升级趋势明显、消费场景创新活力充足,为消费市场进一步扩容提供了坚实支撑。

商品消费正在加速“上新”。走进上海一家AI应用商店,500多款AI产品涵盖教育、娱乐、休闲、健康等多个场景。几百元的AI萌宠可以陪伴孩子学习互动,实时翻译耳机方便跨境出行,各类家用机器人既可以体验,也可以租赁。店内约80%的产品价格在1000元至1500元之间,普通消费者也能够负担。

数据显示,上半年,社会消费品零售总额16大类商品中,10类商品实现了增长,其中智能外骨骼、智能眼镜网络零售额成倍增长。商务部有关负责同志表示,将出台相关政策措施,推动商品消费规模扩大、结构升级,更好顺应和满足人民群众多样化、多层次的消费需求。

服务消费逐渐站上账单“C位”。南京长江路,1800米长的街道上有十多家文博场馆。暑期里,场馆日均接待客流大幅攀升。数字技术带来的全新沉浸式体验是这条街上的“流量密码”。

今年以来,我国推动商旅文体健融合发展,新的消费场景加速落地。“跟着电影去旅游”“跟着课本去旅游”成为新风尚,暑期里,亲子游、研学游热度持续攀升;多地城市足球联赛火爆,“票根经济”串起吃住玩,有效延长消费链条。上半年,全国服务零售额同比增长5.3%,旅游游览和娱乐服务销售收入同比增长12.3%。

“人工智能等技术推动商品消费迭代升级,消费新业态新模式新场景不断涌现,是持续创造增量的关键动力。”姜照分析。

首都经济贸易大学消费大数据研究院教授陈立平表示,国家设立社零总额60万亿元的目标,是锚定未来5年内需主导的格局来设计,充分说明“十五五”时期,内需主导、促进消费还是经济增长的压舱石,有着巨大的发展潜力。

消费市场扩容,既需要供给端不断“上新”,也需要需求端有能力、有意愿消费。

当前,消费领域仍面临一些矛盾和问题,客观上制约着消费潜力进一步释放。对此,《规划》更加注重提升消费能力、优化消费环境、完善促进消费制度机制,通过多渠道促进居民增收、保障消费者权益、清理优化不合理限制性措施等举措,进一步增强居民消费意愿和消费能力。

国家发展改革委有关负责同志表示,大力提振消费,要着力提升消费能力,深入实施就业优先战略,持续开展大规模职业技能提升培训,多渠道促进居民增收,让居民消费底气更足、预期更稳、信心更强。

对于普通消费者而言,这笔宏观的“60万亿元账单”,最终将落实在一件件新商品、一次次新体验,以及更有底气的消费选择中。

(综合)

党旗扎根产业一线 清泉浇灌实业沃土

——记“全国先进基层党组织”广东鼎湖山泉有限公司党支部



图为鼎湖山泉党支部获评“全国先进基层党组织”。受访者供图

□ 本报记者 解磊

鼎湖叠翠,清泉奔流。在粤港澳大湾区腹地广东省肇庆市鼎湖区,扎根乡土二十六载的鼎湖山泉有限公司,以党建为根、以实业为本、以科创为魂、以惠民为责,书写了新时代非公企业党建与高质量发展深度融合的生动答卷。在中国共产

党成立105周年之际,广东鼎湖山泉有限公司党支部荣获“全国先进基层党组织”称号,成为肇庆市民营企业党建工作的标杆典范,为全省非公经济党建赋能产业发展提供了鲜活的实践样本。

2000年,鼎湖山泉企业创立,党支部同步组建,与时代同频、与企业共生。二十六年来,该支部始终摒弃形式化党

建思维,牢固树立“党建做实就是生产力、做强就是竞争力、做细就是凝聚力”的发展理念,凝练形成“扎根、破局、共赢”非公党建工作法,推动红色基因全面融入企业治理、科研创新、生产经营、产业联动、公益服务全过程。此次赴京接受表彰,让党支部书记梁小晶倍感振奋、备受鼓舞。“这份国家级荣誉,是党中央对企业深耕实业、党建赋能发展的充分肯定,更是沉甸甸的责任。民营企业行稳致远的根本所在,就是始终坚定不移听党话、跟党走。”梁小晶表示,支部28名党员深耕各核心岗位,以先锋力量护航企业从小到大、由弱变强,实现党建强、发展强、民生暖的良性循环。

铸魂固本强根基 锻造产业先锋铁军

党建强则队伍强,根基固则事业兴。立足非公企业党建提质增效需求,鼎湖山泉党支部坚持思想铸魂、阵地固本、人才赋能三位一体推进,持续夯实企业发展红色根基。梁小晶说,企业累计投入300余万元,高标准建成千余平方米党建智慧中心,依托“溯源、涌流、汇聚、滋养”四大主题篇章,将百年党史、鼎湖本土红色文脉与企业创业发展历程深度融合,打造沉浸式、标准化红色教育阵

地。阵地坚持对外开放、资源共享,组建专职宣讲队伍,常态化承接党建研学、交流观摩活动,累计接待各界访客超3万人次,成为区域非公党建示范教育窗口。

为破解党建与生产“两张皮”问题,党支部创新推行“班前微课堂”模式,利用生产间隙开展碎片化理论学习,累计开展党史学习教育、党性教育170余场,覆盖职工3.2万人次,让理论学习扎根生产一线、融入职工日常。同时严格落实“三会一课”、主题党日、谈心谈话等组织生活制度,常态化开展红色观影、党课宣讲、党员述职等活动,持续筑牢全员听党话、跟党走的思想根基。

人才是企业发展的核心动能。该企业党支部坚持“双向培养”育人机制,精准锻造高素质人才队伍,目前有党员28名,企业中层管理骨干中党员占比超85%,成为企业发展中的中坚力量。全国五一劳动奖章获得者、党员技术骨干曾宪波便是典型代表,他从一线普通工人成长为企业技术带头人,牵头完成13项生产线技术革新,推动企业生产效率提升40%,同时深耕传帮带,有效稳住企业人才队伍,将核心技术人员流失率控制在3%以内,用一线实干诠释党员先锋担当。

(下转A2版)

一台健身器材背后,藏着多少安全考题?

新国标为健身器材装上“安全阀”

□ 本报记者 黄芷凌

当你踏上健身器材时,最担心什么?是跑步过程中突然失去平衡,设备却无法及时停止;是骑行健身车时座杆发生断裂,身体瞬间失去支撑;还是使用椭圆训练机时,脚踏板打滑导致重心失衡?这些问题并非杞人忧天,而是真实发生在健身房和家庭角落的安全考题。8月6日,在第18个“全民健身日”到来之际,一份关乎每个人运动安全的“答卷”——涵盖1项强制性国标和9项推荐性国标的室内固定式健身器材10项国家标准在北京完成深度宣贯。这套将于2027年10月1日正式实施的新标准,用极为细致的“硬杠杠”,为消费者的汗水与激情保驾护航。

强标筑底:从“差不多”到“必须行”

近年来,随着全民健身国家战略

向纵深推进,全民健身理念深入人心,健身器材行业规模持续扩张。数据显示,2025年,我国经常参加体育锻炼人数比例达38.52%;今年上半年,健身器材制造行业营业收入达170亿元,同比增长近12%。跑步机、健身车、椭圆训练机等健身器材正加速从专业场馆进入家庭。

在健身器材行业快速发展的背后,一些安全风险也逐渐显现。部分产品存在结构强度不足、防护不到位等问题,行业亟需更加完善的标准体系进行规范。

今年4月,室内固定式健身器材10项国家标准正式发布,覆盖跑步机、健身车、椭圆训练机、踏步机等主流器材,形成“强标兜底、推标细分”的安全保障体系。其中,强制性国家标准GB 47368-2026《室内固定式健身器材 安全要求》为室内固定式健身器材设定

了统一的安全要求,为行业画下了一条不可逾越的红线。

在机械安全上,针对最易发生的夹伤风险,新国标要求活动部件之间的间隙要么大于60毫米(足够宽,卡不住),要么小于9.5毫米(足够窄,进不去),杜绝了手指或肢体被卷入的可能。对于折叠类器材,则要求其在折叠过程中不能产生意外的挤压点。

在看不见的化学战场上,标准第一次亮剑。河北省产品质量监督检验研究院正高级工程师王苏表示,新国标首次将健身器材有害物质限量纳入强制要求。“健身器材涉及钢材、塑料件、橡胶件等多种材料,新国标对材料中的铅、镉、邻苯二甲酸酯(增塑剂)、



图为标准宣贯活动现场。受访者供图

多环芳烃等有害物质含量都作出了严格要求。”王苏说。

此外,新国标还强化了电气安全 and 产品标识要求。对于电动跑步机等带电设备,新国标要求其电气安全必须符合《家用和类似用途电器、体育用品的电气部分及电玩具 安全技术规范》(GB 44246)。在使用说明方面,要求企业完善警示信息、操作说明等内容,帮助消费者正确、安全使用健身器材。

(下转A2版)



跳出卖货模式 以服务重塑药店民生价值

□ 肖睿平

随着线上买药、即时配送愈发普及,消费者动动手指就能坐等送药上门,这也让只靠卖药盈利的传统实体药店失去固有优势。在这样的背景下,家门口的社区药店悄然完成角色蜕变,从单纯售卖药品的商铺,转型为便民利民的社区健康驿站。这场改变,不仅是市场环境下的顺势调整,更是贴合百姓健康刚需、夯实基层民生健康保障的必然选择。

线上购药的便捷性,分流了大量线下购药需求,也暴露了传统药店的服务短板。对普通消费者来说,年轻人偏爱线上平台比价下单、极速配送,省去跑腿麻烦。但大家的健康需

求从未局限于“买到药”,尤其是老年人、慢性病患者、长期多药联用的人群,日常有着大量细碎且关键的健康需求:多种药物能否同服、用药剂量如何调整、日常指标如何监测、养护饮食有何禁忌。这些个性化的用药答疑、健康指导,是只做配送交易的线上购药平台无法提供的。

百姓日益多元的健康需求,让实体药店的服务价值愈发凸显,也推动实体店彻底跳出传统售药模式。药店变身健康驿站,最直观的改变,就是彻底告别了“只卖产品、不做服务”的单一经营模式。如今的社区药店,不再是简单的药品售

卖点,而是扎根社区的健康服务阵地。专业药师面对面为居民答疑解惑,细致讲解用药规范、服药禁忌等,结合不同人群的身体状况给出专属建议。常态化的血压血糖检测、慢病建档随访、健康科普、应急保障等贴心服务,精准覆盖普通人的日常健康刚需。

这种接地气的线下专属服务,是线上购药永远无法替代的民生优势。线上平台只能完成“购药交易”,缺少人与人之间的沟通和专业的健康研判。而社区药店的面对面服务,有温度、够专业、可跟进,能及时帮居民规避用药风险、排查健康

隐患,有效解决了老百姓看病问诊、日常养护等来回奔波的难题,让基层健康服务更省心、更高效。

统一行业标准的落地,更是让家门口的健康服务愈发规范。过去各家药店的便民服务参差不齐、随意性强,服务质量全凭门店自主把控。如今,健康驿站有了统一的服务流程和规范标准,居民的每一次健康咨询、指标检测、用药指导都有章可循,彻底杜绝了服务乱象,切实守护普通人的健康权益。

线上购药的普及,不是实体药店的终点,而是药店回归民生服务本质的新起点。



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