

前7月人民币贷款增加10.38万亿元

中国人民银行发布的最新数据显示：今年前7月，我国人民币贷款增加10.38万亿元。其中，住户贷款减少8271亿元，企(事)业单位贷款增加11万亿元。据初步统计，前7月社会融资规模增量累计为22.25万亿元，其中，对实体经济发放的人民币贷款增加10.17万亿元。7月末，我国广义货币(M2)余额355.51万亿元，同比增长7.7%；社会融资规模存量463.27万亿元，同比增长7.4%，同经济增长、价格总水平预期目标相匹配。

(综合)

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

从一棵草到一杯奶 看“世界乳都”背后的中国方案



图为生活在智慧牛舍中的奶牛。

□ 本报记者 黄芷凌 文/摄

“天苍苍，野茫茫，风吹草低见牛羊。”敕勒川草原，自古就是水草丰美之地。这里地处北纬40度黄金奶源带，为内蒙古呼和浩特市奶业发展提供了得天独厚的条件。

近日，在2026年世界奶业大会上，国际食品科学技术联盟正式授予呼和浩特“世界乳都”牌匾。从2005年获评“中国乳都”，到2023年获颁“世界乳业科技之都”与“中国奶业育种之都”，再到2026年成为“世界乳都”，21年间，呼和浩特完成了奶业名片的“三级跳”。

这场跨越21年的产业升级，为中国乳业走向世界提供了一个具体的观察样本。2026年世界奶业大会期间，记者走进位于呼和浩特的伊利现代智慧健康谷。从一棵牧草、一头奶牛，到一条生产

线、一项科研成果，记者看到的不只是一座现代化乳制品生产基地，更是一项产业数十年发展的缩影——草原赋予的自然禀赋只是起点，科技创新正在重新定义一杯牛奶背后的每一个环节。

一棵草如何“养”出一杯好奶

一头奶牛，要想产“好奶”，就得吃“好草”。

走进敕勒川生态智慧牧场，紫花苜蓿、青贮玉米、黑麦草等牧草标本整齐陈列。其中，苜蓿因蛋白含量高、纤维消化率高，有利于乳蛋白合成，被誉为“牧草之王”。

过去，由于我国奶业起步较晚，苜蓿干草、种子高度依赖进口。为了保障奶牛“口粮”安全，伊利在全国打造苜蓿种植基地，开展牧草研究，推动草种自主可控。优质苜蓿的应用，使每头奶牛日产

奶量提升3.2公斤，乳蛋白含量提升3.8%。

同时，依托自主研发的8大类复合青贮发酵技术，啤酒糟、苹果渣等副产物也被“盘活”，转化为高采食率、同能量营养的发酵饲料，形成更加稳定的本地化饲料供应。

从一棵草到一头牛，变化的不只是饲料，还有养殖方式。

过去，数百头奶牛的管理仅凭饲养员的双腿和双眼。如今，在敕勒川生态智慧牧场，“养牛”已经成为一套由数据支撑的精细化管理体系。

在这里，一头牛从出生到成年，从泌乳到休养，都有自己的“生活轨迹”：犊牛出生后进入“幼儿园”，育成期转入后备牛舍，成年泌乳期奶牛则进入智慧牛舍，处于干乳期的奶牛也有自己的“度假区”。

在智慧牛舍内，记者看到80头奶牛正站在缓慢旋转的转盘式挤奶厅中，挤奶机器人有条不紊地完成挤奶。据介绍，奶牛佩戴的耳标，可以实时监测奶牛休息时间、反刍时间和体温变化；挤奶厅的智能识别门会自动扫描奶牛耳标，判断其是否符合挤奶条件，符合条件的奶牛才能进入待挤区完成挤奶。

挤奶结束后，奶牛自行离开转盘，回到休息区。这里的卧床经过了精细设计，3.5厘米的硅胶垫、水枕等，为奶牛提供了更加舒适的休息环境。夏季气温升高，休息区还会“自己降温”，温度超过18摄氏度，风机自动开启；温度超过23摄氏度，红外喷淋系统启动，并根据奶牛所在的位置进行精准喷淋。

奶牛怎么吃，同样有科学依据。牧

场通过TMR全混合日粮技术，根据奶牛的不同成长阶段、产奶量和身体状况，为其配置专属的“营养餐”。“我们就像是在抚养一个正在成长的婴幼儿，从源头上守护奶源品质。”牧场工作人员说。

一秒11盒，跑出乳业“加速度”

几十年前，受生产技术和运输条件限制，产地之外的消费者很难喝到来自优质奶源地的新鲜牛奶。如今，在液态奶全球智造标杆基地，每天有6500吨鲜奶通过高度自动化的生产线快速走向市场。

如果说敕勒川生态智慧牧场让人感受到的是自然与科技的融合，那么走进液态奶全球智造标杆基地，扑面而来的则是工业科技的速度与力量。

穿过风淋通道，透过玻璃窗向车间望去，明亮的灯光下，一条条管道纵横交错，闪烁着金属光泽，无菌罐、分离机、均质机等设备有序运转。安静的车间内看不到一位工作人员，只有牛奶在密闭管道中奔涌。

从牧场经冷链运输来的新鲜原奶，通过严格的人厂检测后，依次进入分离、均质、膜过滤、超高温瞬时灭菌等环节。在约137摄氏度的环境下，超高温瞬时灭菌技术仅需约4秒即可完成杀菌。

灭菌之后，牛奶还要穿上一件“防护服”。在灌装车间，包装材料经内外部灭菌后，灌入牛奶，随后完成折叠、封口。一秒钟，超高速灌装机可以完成11盒牛奶的灌装。采用六层复合膜的包装材料，能够隔热、隔热、阻氧、防潮，使牛奶保质期延长至6到8个月。(下转A2版)

承压中彰显产业韧性，上半年行业规上企业主营收入和利润总额双增长

锚定“六化” 布局塑业“十五五”新图景

□ 本报记者 解磊

今年是“十五五”规划开局之年，面对复杂严峻的内外环境，我国经济顶住多重压力，呈现动能向新、结构向优的发展态势。作为兼具传统民生属性、同时支撑一大批新兴未来产业的基础产业，塑料加工业坚持稳中求进，在挑战中挖掘发展机遇。中国塑料加工工业协会(以下简称“中国塑协”)理事长王占杰在接受记者专访时，结合上半年行业运行数据，剖析产业现实痛点，研判市场走向，解读“十五五”时期行业高质量发展实施路径。

承压前行韧性凸显
行业运行呈现结构性分化

回顾2026年上半年，原材料价格波动、市场竞争加剧、部分下游需求疲软等多重因素交织，塑料加工业整体在压力之下平稳运行，依靠技术创新、绿色转型与市场多元拓展，展现出较强产业韧性。

来自国家统计局、海关总署的统计数据显示，1月至6月全国汇总统计企业塑料制品产量3654.4万吨，同比下降1.5%，生产走势呈现“前高后低”特征，5月、6月连续两个月单月产量同比负增长。王占杰指出，产量回落并不等同于行业动能减弱，效益端实现同步改善，规模以上企业主营业务收入、利润总额同比均增长2.9%。外贸板块表现亮眼，上半年塑料制品出口总额577.4亿美元，同比增长10.3%；进口总额85.9亿美元，同比增长2.1%，实现贸易顺差491.5亿美元，占全国外贸顺差总值的8.5%，成为稳外贸的重要力量。

“从数据可以清晰看到行业结构性分化的现实。”王占杰表示，短期产量走弱，反映出下游传统领域需求修复尚待时日，但规上企业营收利润同步提升，说明产业升级正在见效，优质企业抗风险能力持续增强。出口持续走高，体现我国完整产业链供应链的竞争优势，不过全球地缘博弈加剧、贸易保护抬头，外部市场不确定性依然客观存在，行业

仍要正视自身短板，不能被外贸向好掩盖内部结构性矛盾。

把握政策与新动能机遇
锚定“六化”推进高质量发展

在王占杰看来，尽管当前面临不少难题，但行业企稳回升具备坚实基础，中长期向好基本面没有改变。

王占杰分析指出，宏观政策持续发力，为行业内需释放创造有利条件。7月30日中央政治局会议部署加大宏观政策逆周期调节力度，扩大内需，优化供给结构，大力推进设备更新、消费品以旧换新，落地现代化基础设施“六张网”建设。随着地方专项债加快投放，汽车家电促消费政策落地见效，新能源汽车配套、城市管网、食品包装等市场需求将逐步释放，直接拉动塑料薄膜、管材、包装容器等产品市场增长。

此外，新动能崛起也正在打开行业增量空间。数据显示，上半年国内高技术制造业增加值同比增长13.3%，新能源汽车零售渗透率连续三个月突破

60%。航空航天、大飞机、具身智能、低空经济等战略性新兴产业快速发展，高分子塑料材料是其不可或缺的核心配套。王占杰认为，塑料加工业提出的“功能化、高端化、融合化、绿色化、智能化、国际化”六大发展方向，与新质生产力发展趋势高度契合，为产业转型升级开辟广阔赛道。外贸方面，依托RCEP红利，持续深耕东盟、中亚、中东、拉美等“一带一路”新兴市场，优化全球营销布局，能够有效降低单一市场依赖，巩固出口韧性。

站在“十五五”开局的关键节点，衔接2035年远景目标，塑料加工业根基稳固、配套完备、转型潜力充足。王占杰介绍，下一步中国塑协将紧紧围绕“六化”发展主线，聚焦科技创新攻关、绿色低碳可持续发展、全产业链上下游协同、中小企业纾困赋能四大核心任务，引导行业破解结构性矛盾，补齐关键技术短板，积极应对国际贸易壁垒，推动产业提质增效，为“十五五”良好开局贡献塑业力量。

■ 热点关注

近期，山西省消费者协会发布消费警示指出，随着人工智能技术广泛落地应用，部分不法分子借助AI换脸、语音克隆、虚拟数字人直播等手段设置多重消费陷阱，误导、欺诈骗消费者，致使不少群众遭受不同程度财产损失。山西省消费者协会提醒广大消费者强化风险防范意识，切勿轻信“眼见为实”，警惕各类AI新型消费陷阱，守护自身财产安全。

据山西省消费者协会通报，当前AI消费骗局主要集中在六个方面。一是不法分子运用AI技术复刻明星、行业专家的面部形象与声线开展直播带货，画面常存在表情僵硬、口型与台词不匹配等失真问题，直播间售卖的化妆品、保健品、日用百货等多属劣质品，属于典型虚假带货诈骗。二是部分商家利用AI生成精致商品效果图，批量伪造虚假买家好评，刻意美化产品，掩盖

通过虚拟数字人等技术设置消费陷阱
山西省消费者协会发布AI消费风险警示：眼见不一定为实

时，商家却以“机器人回复不具备法律效力”为由拒绝履约。六是不法商家借助AI批量生成好物测评文章、虚拟人气榜单并伪造测评数据，相关内容看似客观中立，实则均为付费推广软文，刻意吹捧低质高价商品，误导消费者盲目下单。

针对上述陷阱，山西省消费者协会提出五项防范建议。首先，消费者应破除“眼见为实”的固有认知，切勿轻信直播画面、短视频、语音消息中的内容，若发现视频人物画面违和、内容模板化严重、营销话术千篇一律，务必提高警惕；凡是涉及转账、付款、大额缴费等资金操作，必须通过多种渠道交叉核实对方身份。其次，要摒弃“躺赚”暴富幻想，凡是宣称零门槛、高回报、轻松获利的AI创业、AI技能培训项目均可能潜藏风险，切勿冲动缴纳培训费用，签订服务合同前仔细阅读退款相关条款，坚决不

通过私人微信、支付宝私下转账缴费。第三，网购不能只参考AI美化后的图文、短视频宣传，应主动核实产品参数、质检资质等信息，优先参考普通消费者真实评价；交易全程保存聊天记录等资料作为维权依据。第四，AI智能客服自动回复的全部承诺、答复均不能作为履约依据，优惠活动申领、售后维权、订单异常处理等重要事宜，必须主动联系平台官方人工客服确认，一切以人工客服出具的官方正式答复为准。第五，消费者应妥善保护个人人脸、声音等生物信息，严防相关素材在未经授权的网路渠道外泄。

山西省消费者协会同时明确了维权途径。消费者一旦遭遇AI虚假宣传、消费欺诈、电信网络诈骗等问题，需第一时间完整留存全部证据，先行与交易平台沟通协商，提出合理合法诉求。(高捷)

直播电商让中国工厂不再「为他人做嫁衣」

□ 肖睿平



中国制造业内有一个说法：代工是“为他人做嫁衣”。一件成本几十元的毛衣，贴上国际品牌标签后，售价可能翻数倍乃至数十倍，但丰厚利润基本都属于品牌方，代工厂只能赚取微薄的加工费。如今，这种局面正在被直播电商改写。商务部国际贸易经济合作研究院发布的《从“国货”走向“潮品”——直播电商助力国货品牌崛起的机制与路径》报告指出，直播电商正从品牌、产业、消费、就业等方面创造价值，将流量转化为实体经济新增量，成为国货品牌破圈成长的重要载体。

毫无疑问，中国代工厂的制造能力世界领先，广东服饰产业带、福建鞋服产业集群、义乌小商品制造圈……任何国际品牌都能在这些地方找到可靠的合作伙伴。但中国代工厂长期处于“微笑曲线”的底部，生产的绝大部分利润和价值都被海外品牌牢牢掌握。其实，并非代工厂缺乏品牌意识，而是品牌建设门槛过高——广告投放、线下渠道铺设等前期环节均需巨额投入，构成了难以逾越的资金壁垒，代工厂的利润结构难以承载此类长期投入。直播电商的出现为代工厂打开品牌化新路径，让无数“幕后工厂”走到台前，让“中国制造”真正蜕变为“中国品牌”。

直播电商打通消费者与代工厂之间的链路，赋予代工厂自定义产品的能力。传统产销模式中，代工厂无法直接触达终端消费者，只能按照品牌方的要求生产产品，极易陷入库存积压、产品同质化的困局。而直播实时产生的观看、互动、下单数据，形成了精准、即时的市场反馈，促使代工厂采用“小单快反”的柔性生产模式，实现从“按图加工”向“按需生产”转变。在此基础上，直播电商还进一步降低了代工厂自创品牌的门槛。过去代工厂想要打造自有品牌需要投入高额成本，如今其可以自主运营直播间，一个直播间就是一家店铺，一次直播就是一场营销活动，工厂在镜头前推荐自有品牌、讲述生产工艺、展示车间实力，让多年积累的产业优势被消费者“看见”，彻底扭转“有产能，无品牌”的局面。商务部相关调研显示，全国现已培育超2000个“电商+产业带”融合载体。其中，广东服饰产业带诸多原生代工厂借直播电商打造自有国货品牌，其商品过去一年在相关电商平台成交额同比增长38%，直观印证了直播业态对工厂品牌化的助推作用。

直播电商带来的红利并不仅限于国内市场，其早已走出国门，成为中国代工厂自有品牌开拓海外市场的有力抓手。以往代工厂出海，只能承接海外贴牌订单，即便产品销往全球，也无法留下自身品牌印记。如今，跨境直播电商成为中国代工厂推动国货品牌国际化的窗口。依托海外本土主播、跨境直播基地，国内工厂可以直接面向海外消费者展示自有品牌产品，在海外市场建立独立品牌认知，许多原本只做外贸代工的制造企业借助跨境直播电商完成身份转型，让印有自主商标的国货进入全球消费市场，实现从“代工出口”到“品牌出海”的跨越。

从“为他人做嫁衣”到打造自主品牌，直播电商为中国代工厂撕开了品牌化发展的突破口，让曾经隐藏在流水线背后的中国制造硬实力走到台前，并以国货之名被看见、被认可。

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



快来扫描我吧！



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

● 消费日报社出版

● 社长、总编辑：赵曦

● 副总编辑：张丽娜

● 责编：刘元

● 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