

消费日报

2026年7月20日
星期一
总第9223期
第6282期
今日4版

伟大征程

高举人类命运共同体旗帜
开创中国特色大国外交新局面

北京，中央礼品文物管理中心“友好往来 命运与共——党和国家领导人外交活动礼品展”展厅里，一件件跨越山海的国礼，凝聚着中外人民的真挚情谊，见证着新中国外交事业的辉煌成就。

2021年7月，习近平总书记在此参观时强调：“中国共产党是为中国人民谋幸福的政党，也是为人类进步事业而奋斗的政党。”

凡益之道，与时偕行。从“和平共处五项原则”到“构建人类命运共同体”，一路走来，中国共产党人始终坚持胸怀天下，把为人类作出新的更大贡献作为自己的使命。

随着世界进入新的动荡变革期，冲突对抗此起彼伏，风险挑战层出不穷。

合作还是对抗？开放还是封闭？互利共赢还是零和博弈？

“我一贯主张，历史不能倒退，应当向前；世界不能分裂，应当团结；人类不能回到丛林法则，应当构建人类命运共同体。”习近平总书记在第二届中国—中亚峰会上的主旨发言，掷地有声、振聋发聩。

2023年12月，中央外事工作会议明确了推动构建人类命运共同体这一外交工作主线，确立了中国特色大国外交追求的崇高目标。

构建人类命运共同体作为习近平外交思想核心理念，是对“建设一个

什么样的世界、如何建设这个世界”这一时代之问给出的中国答案。

循着时间足迹回望，早在2013年，习近平总书记在莫斯科国际关系学院发表重要演讲时，首次提出人类命运共同体的重要理念，指出“人类生活在同一个地球村里，生活在历史和现实交汇的同一个时空里，越来越成为你中有我、我中有你的命运共同体”。

此后，习近平总书记在一系列多边国际场合对此进行更为全面而深入的阐发。在第70届联合国大会一般性辩论上，提出构建人类命运共同体的“五位一体”总路径和总布局；在联合国日内瓦总部演讲中，倡导建设一个持久和平、普遍安全、共同繁荣、开放包容、清洁美丽的世界……

第71届联合国大会主席彼得·汤姆森说，习近平主席倡导的构建人类命运共同体，是“人类在这个星球上的唯一未来”。

推动构建人类命运共同体，鲜明体现了当代中国共产党人的全球视野，体现了中国将自身发展与世界发展相统一的世界胸怀，为人类社会实现共同发展、持续繁荣、长治久安绘制了蓝图。

载入中国共产党章程和国家宪法，多次写入联合国、上海合作组织等多边机制重要文件……构建人类命运

共同体理念愈发深入人心，得到国际社会日益广泛的认同与支持。

世界好，中国才能好；中国好，世界才更好。

雅万高铁飞驰南洋、中老铁路穿越山川、钱凯港联通陆海、比雷埃夫斯港焕发新生……而今，以高质量共建“一带一路”为实践平台，中国同150多个国家、30多个国际组织携手同行，构建人类命运共同体从美好愿景转化为丰富实践，正推动当今世界面貌发生积极而深刻的变化。

深耕细作之下，中国—中亚、中非、中阿、中拉等命运共同体建设持续推进，一对对双边命运共同体落地生根，我们的全球伙伴关系网络愈发宽广坚实。

“构建人类命运共同体是一个美好的目标，也是一个需要一代又一代人接力跑才能实现的目标。”

2021年以来，习近平总书记先后提出全球发展倡议、全球安全倡议、全球文明倡议、全球治理倡议，为动荡不安的世界注入稳定性和确定性，成为构建人类命运共同体的重要支撑。

守望相助，命运与共。高举构建人类命运共同体光辉旗帜，谋大势、担大义、行大道，我们将不断开创中国特色大国外交新局面，携手各国共创人类更加美好的未来。

（新华社）

榜样力量·轻工担当

一张房卡“刷开”一座城

——专访“全国先进基层党组织”天津津旅酒店管理有限公司党委

（详见A2版）

增强“四力”教育实践河南行

一手抓国际市场 一手抓国内市场

河南庞村钢制家具破局“内冷外热”

本报记者 赵曦 □花沁昕 文撰

出海热、内销难——河南庞村钢制家具面对的问题，不是市场太小，而是家门难进。

在河南省洛阳市庞村镇，全国规模最大的钢制家具产业集群正面临窘境：产品远销欧美、东南亚，国外市场热得发烫；国内很多消费者却宁可花两倍价钱买实木家具，也不愿把一套钢制柜搬进自家客厅。无形的偏见，横亘在40年产业积淀与万亿级家居市场之间。

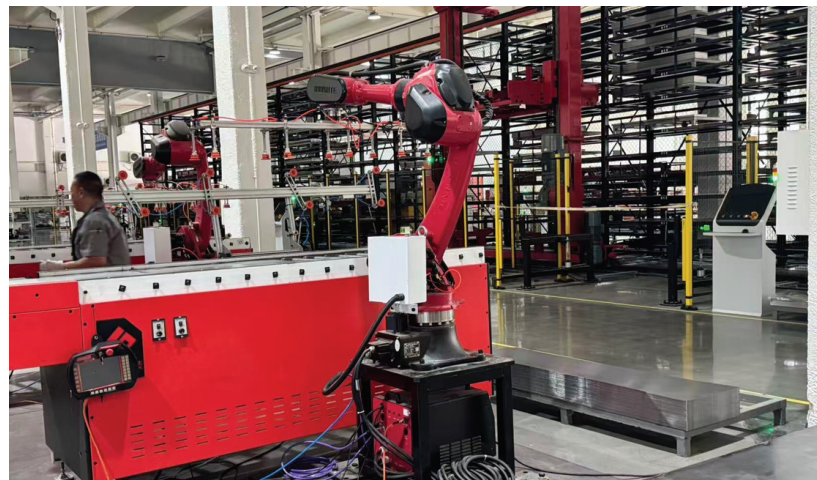
7月4日，记者随中央媒体青年编辑记者增强“四力”教育实践活动采访团走进庞村镇后发现，这堵“墙”正在被一点点敲开——给钢柜穿上木纹外衣，把生产过程透明化、用机械臂取代重体力工序……庞村正在用一整套组合拳，让钢制家具从办公场景走进家庭客厅。

海内外“温差”从何而来

“在国内，钢制柜基本都用在办公场所，但在海外市场，钢制家具的普及率很高。”洛阳花都家具集团有限公司厂长朱星星站在车间里，指着正在打包的钢制柜说，他身后的产品即将发往东南亚地区。

在朱星星看来，海内外市场形成差异的主要原因在于地域气候的不同。东南亚地区常年潮湿多雨，木质家具极易发霉腐烂，而钢制柜却能安稳使用十至二十年；反观国内，大部分地区空气湿度适中，木质家具尚可使用，消费者缺乏更换钢制柜的动力。

洛阳合丰办公家具有限公司（以下简称“合丰家具”）同样感受到了这



图为生产车间内智能机械臂自动在抓取钢板。

种“温差”。在合丰家具生产车间内，六七十台机械臂排布整齐，40秒就能完成传统人工两分钟的钣金加工工序，车间自动化覆盖率达到60%。产线稳定、企业出口订单量持续上升，可国内民用市场却略显冷清。

合丰家具设备部总监高影星表示：“在中国消费者的观念里，木质家具才是家装首选，一提起钢制柜，脑海里就是档案室、仓库的冰冷储物架，总觉得金属缺少居家的温馨感。即便我们产品零甲醛、结实耐用、价格比实木便宜一半，但要想扭转大家几十年形成的选购习惯，还需要时间。”

此外，早年行业粗放式发展给钢制家具留下了负面标签。曾经部分小厂一味低价竞争，偷工减料、喷涂工艺简陋，让“钢制家具易生锈、有金属异味”的印象根深蒂固。如今园区企业全线更换可循环环保塑料材料，生产标准对标欧盟，

但既有观念已经扎根在消费者心中，难以在短期内快速扭转。

庞村镇党委副书记、政法委员许育强表示：“当前，产业园定位是智能家居转型，目标为打开全屋定制蓝海，但目前钢制家具只能作为家装小众补充，尚未成为主流选择，这是整个产业当下最突出的发展难题。”（下转A2版）

公示

消费日报社拟申请新闻记者证人员名单

刘自昌

监督举报电话：010-83138953

010-67605353

消费日报社

2026.7.20

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

日用玻璃行业“十五五”高质量发展指导意见发布

锚定绿色智造新路径 奋力建设日用玻璃制造强国

□ 本报记者 解磊

近日，《日用玻璃行业“十五五”高质量发展指导意见（2026—2030年）》（以下简称《指导意见》）正式对外发布。这份立足行业实际、统筹长远发展的纲领性文件，全面复盘了“十四五”期间行业发展成效，客观剖析了现存短板，系统研判了“十五五”行业内外发展环境，细化量化发展目标、核心攻坚任务与配套保障举措。近日，中国日用玻璃协会理事长赵万帮接受记者采访时深度解读这份引领行业转型的关键文件，清晰勾勒出日用玻璃行业高质量发展路线图。

机遇挑战并存倒逼产业转型升级

谈及刚刚收官的“十四五”发展阶段，赵万帮首先肯定了行业取得的跨越式发展成果。他介绍，过去五年我国牢牢站稳全球第一日用玻璃生产大国席位，产业底盘持续夯实。截至2025年末，全国规上日用玻璃企业达到1114家，相较“十三五”末增长35%，行业年产量常年稳定在2100万吨至2800万吨区间。外贸优势持续巩固，2024年国内玻璃器皿、玻璃瓶罐都占据全球出口市场的较大份额，出口规模领先世界。

创新层面突破尤为亮眼，全氧燃烧、全电熔、电助熔等低碳窑炉技术在适用领域实现大范围产业化，轻量化瓶罐稳定量产，5.0中性药用硼硅玻璃打破国外垄断，完成本土产业化落地，五年累计斩获近三十项国家、省部级轻工科技奖项。产业集聚效应持续释放，六大省级核心产区总产量占全国65%以上，配套协同能力显著提升；环保、食品安全、节能降碳等相关国标、团标陆续出台，近十家企业获评国家级绿色工厂。与此同时，行业创新平台扩容至二十余家，常态化技能培训、工艺美术人才评选有序开展，智能化生产线逐步在骨干企业落地。

在肯定成绩的同时，赵万帮直言，行业多年积累的结构性矛盾已成为制约提质升级的核心堵点。“最突出的问题就是产业结构失衡，企业多、规模小、行业集中度偏低，低端同质化产品产能过剩，高端药用、特种功能玻璃等亟待攻关。”他坦言，激烈的低价内卷持续挤压企业利润，叠加行业整体研发投入占营业收入不足2%，远不及国际先进水平，高端装备、前沿低碳技术自主储备不足。

转型不均衡的难题同样突出。中小

企业普遍资金、技术、管理能力薄弱，环保运维、安全生产、职业健康管理等方面短板明显；废玻璃回收分拣网络分散、预处理能力不足，循环利用价值未能充分挖掘。数字化层面两极分化严重，数字孪生、AI视觉质检、智能仓储等先进应用仅少数头部企业落地，多数中小工厂仍停留在传统生产模式。除此之外，大众对玻璃可无限循环、食品接触安全的优势认知不足，再叠加地缘政治扰动、国际贸易壁垒增加、原辅材料与能源价格大幅波动、塑料金属等替代材料分流市场，行业长期承压前行。

对于“十五五”时期的发展大环境，赵万帮判断机遇与挑战双向交织。消费升级持续打开增量空间，酒类、调味品、医药、美妆、小家电等对环保玻璃包装需求稳步上涨，轻量化、个性化功能玻璃市场潜力可观；国内“双碳”战略、《中华人民共和国生态环境法典》以及欧盟PPWR包装法规形成内外双重政策导向，倒逼全产业链走绿色低碳、循环利用路线，行业绿色经济和循环经济属性迎来发展窗口期。但全球产业链加速区域重构，贸易保护主义抬高出口门槛；国内全面从能耗双控转向碳排放双控，新建、改扩建项目碳足迹核算、碳排放强度管控成为硬性准入条件，企业低碳改造、减排降碳压力陡增，原料能源成本波动也将长期考验企业抗风险能力。

多维发力建设日用玻璃制造强国

“这份指导意见不是简单的规划文件，是全行业统一行动的作战方案，我们设定了清晰可落地的量化指标，为未来五年发展划定清晰边界。”赵万帮介绍，“十五五”期间行业核心发展目标是，到2030年，行业规上企业营业收入、利润总额年均增长3%，主要产品出口额年均增长2%；全行业研发与技术改造投入占营收比重提升至3%，培育10项具备行业引领力的重大科技成果；持续压降单位产品能耗、污染物与碳排放强度，完善废玻璃规模化回收体系，打造一批绿色工厂、零碳示范厂区；通过兼并重组提升产业集中度，分类引导龙头企业做大、中小企业走专精特新差异化路线。

在技术升级路径上，行业锁定智能化、绿色化、高端化三大主线。赵万帮介绍，文件专门设立十大重点技术专栏，覆盖产品研发、窑炉技改、绿色转型、智能制造四大板块，直击产业链核

心痛点。产品端重点攻坚低碳易熔玻璃、锂铝硅超耐热微晶玻璃、中硼硅药用玻璃，补齐高端材料短板；窑炉改造主推数字孪生国产化系统、电助熔、烟气余热回收、百吨级柔性全电熔窑炉，实现化石燃料替代、单位能耗大幅下降；绿色转型前瞻布局氢能窑炉等清洁能源应用；智能制造依托机器视觉、工业互联网打造柔性全自动产线，实现检测、分拣、包装自动化程度提升50%以上，全面推进数智化工厂建设。应用端将重点拓展展家居家电配套、轻量化食品药品包装两大赛道，持续扩大玻璃对一次性塑料的替代场景。

围绕产业高质量发展，行业明确七大核心任务：优化区域与企业布局，培育特色产业集群；优化产品供给结构，扩充高附加值功能玻璃产能；打通原料、工艺、装备关键核心技术；全流程推进数字化、智能化改造；搭建标准化、高值化废玻璃循环利用体系；培育行业标杆企业，强化质量品牌建设；坚持高水平对外开放，支持优势企业出海建厂、布局全球营销网络，主动参与国际标准制定，提升行业全球话语权。

针对企业普遍关心的落地保障问题，赵万帮表示，协会将联动政府、科研机构、金融机构搭建全方位支撑体系。一是完善全链条标准体系，补齐低碳、碳足迹、回收利用、智能制造评价相关标准，推动国内标准与国际接轨；二是发挥协会桥梁纽带作用，常态化开展政企沟通，组建行业专家智库，复制推广绿色智能标杆企业先进经验；三是加大财税金融倾斜力度，落实研发费用加计扣除、绿色企业税收优惠，设立产业转型升级专项资金，拓宽中小企业绿色信贷、直接融资渠道；四是深化产教融合，联合高校、职校定向培育玻璃材料、智能制造、低碳环保专业人才，引进海内外高端创新团队，完善技能竞赛、职称激励机制，筑牢产业人才底座。

采访尾声，赵万帮道出行业长远愿景：“‘十五五’五年，是我国日用玻璃行业从规模领先转向质量引领的关键转型期。全行业必须彻底摒弃粗放扩张老路，以科技创新为核心，绿色低碳为底色，数字智能为引擎，补齐高端材料、智能装备、循环回收、自主品牌四大短板。力争到2030年建成高端引领、智能高效、低碳循环、品牌彰显的现代化日用玻璃产业体系，真正建成全球领先的日用玻璃制造强国。”

消费时评
Consumption commentary

县域消费深度重塑内需格局

□ 肖晋平

沃土无限，县域为壤；城乡共生，内需为魂。

广袤县域市场，早已摆脱传统消费洼地的标签，成为我国扩大内需、提振消费的核心增量阵地。一组亮眼数据直观印证着县域消费的澎湃活力：今年前5个月，我国县乡消费品零售额占全国社零总额的比重达39.3%，占比稳步提升；2025年县域活跃消费者人数同比增长超15%，订单规模增长超两成，增速均显著高于城市同期水平；到2030年，预计我国约66%的个人消费增量将来自三线及以下城市、县乡等下沉市场。

同时，顶层规划为县域消费提质扩容指明方向、保驾护航。“十五五”规划纲要明确部署提振消费重点工作，提出增强居民消费能力、改善消费意愿、精准匹配多元消费需求、扩大优质商品与服务供给，推动全社会消费平稳增长，为县域消费转型升级提供了坚实政策支持。

由此可见，当下县域消费热潮绝非短期流量红利，而是产业、流通、民生三重变革共振下，中国内需格局的深度重塑。2800余个县域组成的广阔市场，正在完成从“消费洼地”到“增长高地”的蜕变。

长久以来，市场总以“低价、廉价”标签定义县域消费，认为其只是城市过剩商品的承接端。而今业态迭代彻底打破刻板印象：农村民宿灯火、温岭潮流综合体、桐庐县城会员店相映成趣，山姆、星巴克与本土连锁商超、汉服产业集群同台共生。数据佐证质变：县乡社零占比近四成，县域线上消费增速远超城市，2030年超六成消费增量将来自下沉市场。这一转变的核心逻辑，是县域消费完成了从“有得买”到“买得好、玩得新”的升维跃迁。

县域消费的崛起，本质是产业增收与消费扩容双向循环的生动实践。昨盼龙灯撑起农户三成收入，曹县汉服带动十万从业者，安岳柠檬催生文旅消费

场景，特色富民产业持续拉高居民购买力；而县域涌现的智能家电、乡村文旅、即时零售等新需求，反向倒逼轻工制造、连锁零售、生活服务业下沉布局。

流通基建与消费环境完善，则持续打通县域消费“堵点”。县乡村三级商业网点、县域物流中心、乡村快递驿站织密流通网络，无人配送、村级驿站消解城乡配送鸿沟；明亮亮灶、异地退换货、全域充电桩等举措优化消费体验，让居民敢消费、愿消费。城乡要素双向流动，既实现工业品下乡、农产品进城，也弱化城市虹吸效应，让县域留住青年、留住消费活力，推动区域协调均衡发展。

面向“十五五”提振消费部署，县域蓝海蕴藏持久动能。对轻工消费行业而言，不能再以降维思维看待县域市场，需立足本地需求打造差异化供给；各地要持续做强特色富民产业、完善流通体系、优化消费环境，持续释放居民消费潜力。

● 消费日报社出版

● 监督电话：67600827

● 社长、总编辑：赵曦

● 总编室：67605115

● 副总编辑：张丽娜

● 经营中心：67604888

● 责编：闫利

● 发行部：67604545

● http://www.xfrb.com.cn

● 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

● 北京市丰台区定安里20号楼

● 照排：网络照排中心

● 邮编：100075

● 零售价：2元