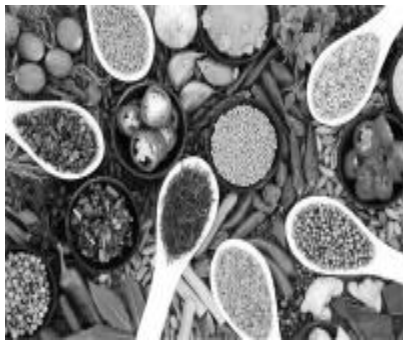


“配料干净”:调味品行业消费升级新目标



随着大众健康意识的全面觉醒与消费需求品质化转型,我国调味品行业正迎来关键的市场拐点。

数据显示,2024年中国酱油市场规模已达1041亿元,消费需求从“吃得饱”转向“吃得健康”。研究机构 Ipsos(益普索)于2025年发布的《配料干净酱油品类发展和趋势》报告指出,配料干净酱油预计未来三年在零售端品质酱油市场的占比将升至

63.9%。

趋势背后,是政策引导与市场需求的双向发力。近年来,国家市场监督管理总局等部委密集出台政策规范调味品行业发展,明确提倡食品添加剂“减量、减品种”,引导企业采用天然原料与先进加工工艺,降低对人工添加剂的依赖,为消费者构建更高标准的安全保障体系。与此同时,将于2026年12月1日正式实施的《GB/T18186-2025 酱油质量通则》新国标,打破了此前行业对单一指标的过度追求,明确酱油中味精、食品添加剂的使用不影响其质量等级,引导行业重心向“品质优先”转移。

中国食品工业协会总工程师、食品安全标准法规工作委员会主席李宇表示,“吃得健康、吃得安全”已成为当前调味品市场的新痛点,正是这种消费端的需求,倒逼供给侧加速转型,而“配料干净”则成为连接政策导向与消费诉求的纽带。

如何实现“配料干净”?近日,千禾味业在四川眉山举办的产品焕新暨清洁标签产

品0级认证发布会上,获得了中国调味品行业清洁标签产品0级认证。这一认证标准源自欧盟,要求企业建立涵盖原料甄选、生产制作到包装储运的全链条风险管控体系。

中国检验检疫集团四川有限公司总经理邓国军表示,千禾0系列酱油获得此项认证,意味着其在加工过程中逐步降低无人工添加和带入添加剂的风险,力求实现调味品配料干净。

据介绍,从产品研发到消费体验,千禾味业的0系列酱油使用4种或5种天然配料,通过技术创新实现了配料干净酱油的规模化生产;同时还在今年9月启动产品包装焕新,将配料表放置在包装正面——清晰标示的4种或5种酿造配料,让标签信息更透明、更易懂。

也有业内人士认为,当“配料干净”从企业的差异化选择,逐渐成为消费者的基本要求,消费者将获得更健康、更安全的产品,而行业则将在品质升级中实现可持续增长。

来源:人民网

踩稳踩好赛事经济油门

赛场上激情四射,赛场外热火朝天,从国际知名赛事境内落地到本土赛事蓬勃发展,赛事经济正以其独特的魅力和强大的带动效应,成为推动消费增长、促进经济繁荣的新引擎。今年上半年,河北、福建等7地监测的511场重点赛事活动,带动体育及相关消费超160亿元,场均带动消费超3000万元。赛事经济为国民经济增长和地方经济转型增添了新的动力,成为激活消费市场、扩大内需的重要力量。

体育比赛天然具有凝聚不同年龄观众的能量、可以汇聚人气的特征。看球、聚餐、住宿、游览,赛事成功串起服务消费全链条,有效带动体育产业及周边产业的消费增长,成为城市塑造形象的金名片、拉动消费的新引擎、发展经济的增长极,更是让群众共享发展成果的新场景。“跟着赛事去旅行”成为一种新的消费风尚,观众在观赛之余,还能欣赏举办地的自然风光和人文景观,不仅延长了消费者的停留时间,也增加了消费的深度和广度。此外,大型赛事的举办,往往需要大量的基础设施建设和公共服务投入,这不仅改善了城市的硬件条件,也为城市的长期发展奠定了基础,为地方产业的转型升级提供了契机。

作为近年来体育产业中的一大亮点,本土赛事和草根赛事取得的成绩让人印象深刻,不论是贵州“村超”“村BA”带来的巨大流量,还是“苏超”一票难求带来的现象级热度,都展现出我国体育产业的巨大能量。本土赛事和草根赛事具有很强的参与主体性,观赛者深度介入其中,运动的热情融入日常生活,激发出强大的消费潜能。本土赛事和草根赛事兼具“注意力经济”和“体验经济”的特征,与地域文化深度嵌套,消费不再是单纯的“买票观赛”,而是一场沉浸式的文化认同与情感消费。

赛事经济的繁荣,离不开政策的支持和引导。近年来,国家体育总局出台了一系列措施,推动赛事经济发展。从冰雪经济到户外运动,再到体育赛事进景区、进街区、进商圈,为赛事经济的发展提供了有利条件。政府积极作为、主动服务,让“政府想做的”与“群众想要的”同向而行,用政府的积极作为激发普通群众和经营主体的参与热情。

赛事经济的繁荣离不开当地实际。只有深植本土、大众参与的文商体旅融合项目,才能成为激活内循环的密钥。结合各地禀赋,以赛事为入口,以文化为纽带,构建“观赛—体验—消费”闭环,才能创造出打动人心的“顶流”。

来源:经济日报

“双11”消费热潮持续升温

智能科技产品广受青睐



2025年双11消费热潮从9月底至10月初陆续开启,呈现出提前启动、玩法简化、品质消费主导等特点。核心品类如国产智能手机、智能家电、电脑平板等科技产品表现突出——这背后既有政策的精准赋能,也折射出国产智能科技产品的消费升级趋势。

今年以来,我国持续出台政策组合拳提振消费,智能消费成为重点发力方向。从《关于进一步扩大内需促进消费的若干措施》明确提出“推动智能家电、智能穿戴等消费电子产品升级”,到多地发放智能产品专项消费补贴,政策红利持续释放,为消费市场注入强劲动力。商务部数据显示,今年前三季度智能消费相关政策拉动数码电子产品销售额同比增长18.2%,政策与市场形成良性互动。

政策引导下,电商平台与科技企业加速布局。主流平台纷纷简化促销规则,通过“现货直降”“官方补贴”等方式降低智能产品消费门槛,配合国家补贴政策形成叠加效应,激活消费潜力。业内人士对此认为,政策精准衔接市场需求,既降低了消费者购买成本,也为企业技术迭代提供了空间。

在此背景下,2025年双11消费热潮较往年更早拉开。数据印证市场热度:数据分析机构易观分析发布的《2025年双11消费中期运行报告》显示,10月9日至25日,双11用户日均独立设备数较去年同期增加3848万台,日均使用时间同比增加226亿分钟,舆论声量增长79万次。消费结构呈现显著升级特征,单个消费者平均购买4.9类

商品,其中数码产品、智能家电等品质消费品类需求持续攀升。

以今年双11消费热潮中的小米智能生态产品为例,截至2025年10月31日,小米双11全渠道累计支付金额破182亿。小米手机在天猫、京东、抖音、拼多多、快手全平台国产手机销量榜上居前;旗下小米17Pro-Max登上了天猫、京东、抖音、拼多多、快手直播全平台国产手机6K+价位段销量、销售额双料榜单。

“当政策红利、技术突破与市场需求形成共振,智能消费将不再是单点爆发的热潮,而是驱动经济高质量发展的常态化动力。”有专家认为,从目前2025年双11的消费热潮看,我国智能消费正从“单品尝鲜”迈入“生态刚需”新阶段。之后随着年轻群体成为消费主力,“AI+硬件+生态”的综合体验将成为企业核心竞争力,这也为消费市场的新发展注入持久动力。

来源:人民网

“十四五”时期我国邮政快递业务不断发展壮大

北方深秋清晨,河北省石家庄市无极县张段固镇东南村快递驿站外,老板张满红与快递员一同卸件。驿站汇集邮政、圆通等多家快递,日常日派件约1400件,“双11”旺季翻倍,而2022年初起步时仅200件,不到4年增长6倍。如今驿站扩容且配备智能化设备,村民扫码即可取件。

这份活力同样见于江南,安徽省广德市村民已习惯散步时顺路取件。印有“交邮融合”标识的公交车穿梭城乡,既载乘客,也捎带快递、日用商品与农产品,联通乡村与城市。

完善的快递体系,畅通了“农产品进城、工业品下乡”渠道。今年以来,当地黄金芽茶叶、大红袍板栗等农产品快递发出量近1万件,直接带动就业400余人,实现村级服务点年创收约300万元。

一个乡村快递驿站的成长,折射出“十

四五”时期我国邮政快递业的蓬勃发展。数据显示,我国邮政业业务收入从2020年的1.1万亿元,增长到2024年的1.7万亿元,年均增长11.3%。其中,快递业务量从2020年的830亿件左右,增长到2024年的1750亿件,年均增长20%左右。

“十四五”时期,我国邮政快递的规模经济效应持续放大,对产业和区域经济的带动能力明显增强,已成为促消费、扩内需、稳增长的重要支撑。”国家邮政局局长赵冲久表示,如今“收快递”已深度融入百姓生活,成为人民群众重要的生活方式。

今年以来,我国邮政行业坚持稳中求进工作总基调,全面做好邮政行业稳就业、稳企业、稳市场、稳预期各项工作,奋力加快建设交通强国邮政篇,前三季度邮政行业延续稳中向好态势,为经济社会发展提

供了坚实的寄递保障。

数据显示,前三季度,我国邮政行业业务收入和寄递业务量分别完成1.3万亿元和1582.6亿件,同比分别增长7.7%和15.0%。其中,快递业务收入和快递业务量分别完成1.1万亿元和1450.8亿件,同比分别增长8.9%和17.2%。

邮政快递业的稳健前行,与整个物流行业的提质增效相辅相成。记者从中国物流与采购联合会获悉,2025年前三季度,我国物流运行呈现“稳中有进、质效提升”的良好态势:社会物流总额保持稳定增长,需求结构持续优化升级,物流供给端协同发力,细分领域多元发展,行业景气水平整体向好。在政策精准发力、技术创新赋能与产业协同升级的多重作用下,社会物流总费用与GDP比率稳步回落,有效降低全社会物流成本的成果得到

进一步巩固。

“随着积极有为的宏观政策持续发力,国内生产相关物流需求稳步扩张,消费物流需求潜力有序释放,产业链融合创新巩固了供应链韧性。”中国物流与采购联合会相关负责人表示,物流需求作为经济循环的核心引擎,活力正持续释放,将进一步打通生产、分配、流通、消费各环节堵点,为实体经济发展提供更强支撑。

来源:人民网

