

前三季度社会消费品零售总额同比增长3.3%

# 消费市场呈现回升向好态势

本报北京10月24日电（记者王珂）24日，商务部消费促进司负责人介绍我国消费市场情况时表示，9月份，消费品以旧换新政策效能不断释放，消费市场呈现回升向好态势。据国家统计局数据，当月社会消费品零售总额4.11万亿元，同比增长3.2%，增速比上月加快1.1个百分点。前三季度，社会消费品零售总额35.36万亿元，同比增长3.3%。

以旧换新成效显著。据国家统计局数据，9月份商品零售额3.67万亿元，同比增长3.3%，增速比上月加快1.4个百分点。限额以上单位家电零售额同比增长20.5%，增速比上月加快17.1个百分点；汽车、家具零售额同比增长0.4%，实现由负转正。

服务消费较快增长。前三季度，服务零售额同比增长6.7%，增速比同期商品零售额快3.7个百分点，其中餐饮收入3.94万亿元，同比增长6.2%；居民人均教育文化娱乐消费支出、交通通信消费支出同比分别增长10.1%和10.0%。

线上线下协同发展。前三季度，线上消费较快增长，实物商品网上零售额同比增长7.9%，占社零总额比重达25.7%。实体零售平稳增长，限额以上零售单位中，便利店、专业店、超市零售额同比分别增长4.7%、4.0%、2.4%。

乡村消费快于城镇。9月份，乡村消费品零售额6068亿元，同比增长3.9%，增速比城镇快0.8个百分点。前三季度，乡村消费品零售额4.77万亿元，同比增长4.4%，增速比城镇快1.2个百分点；农村居民人均消费支出同比增长6.5%，增速比城镇快1.5个百分点。

商务部新闻发言人何亚东表示，商务部将会同有关部门指导各地全力落实好已经出台的消费品以旧换新政策，抢抓“双11”重要消费节点，持续组织开展以旧换新供需对接、千县万镇新能源汽车消费季、“丝路云品”电商节等促消费活动。

数据来源：国家统计局  
制图：张芳曼

## 以旧换新成效显著

9月  
限额以上单位家电零售额  
同比增长**20.5%**  
增速比上月加快**17.1个百分点**

汽车、家具零售额  
同比均增长**0.4%**  
实现由负转正

## 服务消费较快增长

前三季度  
餐饮收入**3.94万亿元**  
同比增长**6.2%**

居民人均教育文化娱乐消费支出  
同比增长**10.1%**

交通通信消费支出  
同比增长**10.0%**

## 线上线下协同发展

前三季度  
实物商品网上零售额  
同比增长**7.9%**  
占社零总额比重达**25.7%**

便利店、专业店、超市零售额  
同比分别增长**4.7%、4.0%、2.4%**

## 乡村消费快于城镇

前三季度  
乡村消费品零售额**4.77万亿元**  
同比增长**4.4%**  
增速比城镇快**1.2个百分点**

从2014年的近1.03亿件，2017年的3.31亿件，到2021年的6.96亿件，今年的7.29亿件……这条不断攀升的曲线，不仅反映出我国快递业的发展韧性，能够不断满足人民群众个性化、多样化、品质化服务消费需求，也展现了我国超大规模市场的优势。

国家邮政局有关负责人表示，今年以来，随着一系列发展和改革举措持续出台，扩内需促消费政策落实落地，消费市场潜力不断释放，进一步推动了快递市场规模的持续扩增，为经济高质量发展提供了有力支撑。

过去10年，我国最高日快件处理量快速增长，48.7%；投递快递包裹约为16.55亿件，同比增长29.5%。其中，10月22日揽收快递包裹7.29亿件，同比增长74.0%，刷新单日业务量纪录。

# 7.29亿件！快递单日业务量创新高

本报北京10月24日电（记者韩鑫）随着“双11”电商大促临近，我国快递业务正式进入旺季。国家邮政局监测数据显示，10月21日至23日，全国邮政快递业揽收快递包裹约为19.20亿件，同比增长

## 新村貌 新生活



近年来，西藏自治区昂仁县卡嘎镇江嘎村持续实施硬化、净化、绿化、亮化、美化工程。村里硬化了入户路面，集中建设牛羊圈、推进人畜分离，为每家每户新建水厕、安装太阳能淋浴，极大改善了当地群众的人居环境。

图为已在田里收获完青稞的村民在江嘎村中。  
本报记者 徐驭尧摄

（上接第一版）他说，能源保障和安全须臾不可忽视，要持续开展能源技术攻关，推动煤炭资源就地深加工，充分发挥综合效应。要面向更多生产生活应用场景，加大政策引导和支持，用好建筑物外立面特别是屋顶空间，进一步释放光伏等新能源发展潜力。

在内蒙古鄂尔多斯、呼和浩特，李强实地调研西柳沟龙头拐生态清洁小流域水土保持综合治理、库布其沙漠北缘锁边林带建设、大青山前坡生态治理、蒙草集团草种业科研及良种推广、伊利智慧健康谷乳业技术创新等工作。他强调，深入推进“三北”防护林体系等工程建设，筑牢我国北方重要生态安全屏障意义重大。要坚持因地制宜，高效集成各方资源，形成生态保护修复更大合力。支持有条件的企业开展基础研究，为相关领域科技创新和产业发展提供支撑。大力发展沙地林果、中草药材、生态旅游、生态农牧等特色产品，把沙漠变成聚宝盆，努力实现生态效益、经济效益和社会效益多赢。

李强考察了达拉特旗防沙治沙和风电光伏一体化工程、内蒙古能源集团金山热电公司。他指出，要统筹推进荒漠化综合防治和能源基地建设，把发展新能源和清洁能源摆在更加突出位置，推动传统能源和新能源多能互补、深度融合。要大力推动煤炭清洁高效利用，进一步提高发电和供热效率，切实保障群众温暖过冬。

李强充分肯定宁夏、内蒙古经济社会发展成就，希望他们深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神，铸牢中华民族共同体意识，勇担使命、再接再厉，为全国发展大局作出更大贡献。

吴政隆陪同调研。

（上接第一版）坚持围绕中心、服务大局、突出重点，立足人大职能职责，统筹谋划和推进各项工作，在党和国家事业全局中发挥人大作用；坚持依法履职，在法定职责范围内、依照法定程序开展工作；坚持实事求是，守正创新，总结运用好经验好做法，探索创新工作机制和方式方法，不断提高人大工作质量和水平。地方人大要围绕地方党委贯彻党中央大政方针的决策部署，结合实际开展工作，助力地方经济社会发展和改革开放各项任务。

赵乐际还来到基层立法联系点、社区人大代表联络站、企业、乡村和农户家中，同人大代表和

（上接第一版）在新疆和田学院、新疆工业学院（筹）、喀什大学新泉校区调研时，他表示，要办好新疆特别是南疆高等教育，培养更多高素质人才。王沪宁还到洛浦县热瓦克佛寺遗址、喀什城市博物馆，了解历史文物遗址遗存保护利用、城市文化体育场馆设施规划建设等情况。

调研期间，王沪宁表示，新疆维吾尔自治区党委深入贯彻落实习近平总书记关于新疆工作的重要讲话精神，进一步巩固了新疆社会大局稳定、人民安居乐业的良好局面。做好新疆工作，要始终把维护社会稳定摆在首位，保持新疆社会大局持续稳定。要扎实做好民族宗教工作，深入开展文化润疆，引导各族群众铸牢中华民族共同体

群众深入交流。他指出，人大要发挥好人民代表大会制度在实现我国全过程人民民主中的重要载体作用，在依法履职的各项工作中自觉践行全过程人民民主。要完善人大的民主民意表达平台和载体，健全吸纳民意、汇集民智工作机制，广泛凝聚共识，夯实人大工作的民意基础；以“两个联系”为抓手，支持和保障代表依法履职尽责、当好党和国家联系人民群众的桥梁。代表履职尽责、开展活动，要坚持党的领导，在人大的安排和组织下，依法有序地进行。基层立法联系点、代表家站，要与基层党建平台、社区服务中心等融合建设、综合使用、形成合力。

意识，增进“五个认同”。要推动新疆迈上高质量发展轨道，夯实新疆社会稳定和长治久安的物质基础。要弘扬兵团精神，深化兵地融合发展，形成新时代兵团维稳戍边新优势。

王沪宁还到自治区政协和田地区工委、喀什地区工委和墨玉县政协看望政协委员和机关干部。他表示，要深入学习贯彻习近平总书记重要讲话精神和，围绕完整准确全面贯彻新时代党的治疆方略，提高政治协商、民主监督、参政议政能力，为实现新疆工作总目标凝聚共识、汇聚力量。

马兴瑞、石泰峰、王东峰一同调研。

## 浙江柯桥建成产业大脑和中试中心

# 纺织企业快步「跑」向专精深

本报记者 顾春

浙江省绍兴市柯桥区乾雅纺织有限公司智能车间，伴随着“哒哒”声，面料从数码印花机“跳”出来。阳光照射下，面料色彩饱和丰富，分成了深深浅浅十几层。“这是我们的独家产品，曾作为巴黎奥运会有关国家代表团运动服的面料。”总经理萧兴水难掩骄傲。

柯桥拥有各类纺织企业近8000家，去年产值达1270亿元，年出口的纺织品已超过1000亿元。

萧兴水过去在柯桥轻纺城当布商，如今，知名运动品牌、功能性面料领域巨头都成了他的客户。

布商为何转为面料制造商？柯桥纺织行业又经历了怎样的转型？

“过去每染1米布要耗水12.7公斤，却只能挣8分钱。”萧兴水说。

柯桥纺织业曾出现产业门槛低、同质化竞争严重、企业生产经营低质粗放等问题，行业转型势在必行。

“向高端转型。”2013年，萧兴水拿出多年积蓄，又贷款租下6000平方米的厂房，买进口数码印花机，开始探索高端锦纶面料数码印花领域。

当时，纺织品数字喷墨印花技术仅掌握在少数国家手中，高端数码印花纺织品市场几乎被垄断。“要实现转型，必须打破垄断。”萧兴水聘请研发团队，一头扎进打印软件和墨水研发。

“第一次打印出来，虽然边界模糊，颜色也偏暗，但已经让整个车间欢呼——这是柯桥轻纺城没有的产品。”萧兴水说。

调试打印软件、优化墨水……一次次尝试，图案越来越精细，颜色越来越饱满，成色越来越稳定，而且生产过程中排污量仅为普通圆网平网印花的1/10，用水量减少90%以上。

乾雅纺织的发展历程，是整个柯桥纺织业经历彻底转型的一个缩影：印染产业集聚提升，淘汰30%印染落后产能，全区200多家印染企业整合成100余家；开展智

能化提升行动，全面实施数字化改造，全区纺织印染企业智能化改造848家，其中4家列入国家智能制造示范工厂。

“柯桥建成产业大脑和中试中心，链接更多传统纺织业大户专精特新，向专、精、深发展。”柯桥区经信局负责人严炜介绍。

产业大脑驾驶舱中，一面巨大的屏幕前，浙江迎丰科技股份有限公司董事长傅双利一边指导操作员调取监控画面，一边仔细审核大屏幕上的数据。“有了工业互联网，车间生产、现场运行、资源配置、质量管控一目了然。”傅双利说。

近几年，傅双利的企业面临小批量、多样化订单的考验，最小的订单仅1000米。“过去，订单达到3万米才接。‘小单快反’对接单排产、工艺控制提出严苛要求，部分工厂一时不敢接单。”傅双利说，公司咬牙为智能工厂新厂区投入10亿元，仅智能化装备和系统就投入了2亿元。

这笔投入为啥值得？“用智能设备操控物料投放，车间生产由‘大脑’统筹分配订单、资源，再小的订单都能精确完成。”傅双利说，订单虽小，效益却高。数字化改造把企业染色一次成功率提高到95%，订单周期从30天降低到14天，库存周转率提升30%以上，生产效率提高45%以上，运营成本降低25%。

“正在加工的面料，只有1.2万米的业务量，要经历10道工序，附加值每米可达10元。”

“通过改造升级，企业数量变少，产能却提升了。”严炜说，柯桥区有97家印染企业被认定为国家级高新技术企业，占比达88%。

## 经济新方位 传统制造业转型升级

前8月规上纺织企业利润总额增长14.4%

# 纺织服装业求新求变

本报记者 邱超英

1至8月

规模以上纺织企业工业增加值  
同比增长**4.5%**  
营业收入**31284.6亿元**  
同比增长**4.5%**  
利润总额**1006.2亿元**  
同比增长**14.4%**

1至9月

全国网上穿类商品零售额  
同比增长**4.1%**

近年来，我国纺织服装产业着力深化转型升级，技术改造不断加强，创新场景更加丰富，新国潮、新中式等消费亮点频出。1—8月，规模以上纺织企业工业增加值同比增长4.5%；营业收入31284.6亿元，同比增长4.5%；利润总额1006.2亿元，同比增长14.4%，行业生产平稳回升，经济效益持续改善。

研发端，开发新面料、新材料。在浙江梅盛新材料有限公司超纤研发中心，工作人员运用扫描电镜、日晒老化试验箱等设备，检测一款新材料产品。“这是我们研发的超纤仿麂皮产品，既有媲美真皮的外观质感，又具备更高的日晒牢度、耐磨及耐湿热等性能。”公司总经理钱能说，公司从麂皮绒等传统服装面料起步，切入超纤仿麂皮新赛道，逐步打破国外垄断，也打开了新市场，如今开发上百个新材料产品，广泛用于汽车、箱包等新领域，近3年研发投入强度均超过5%。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲介绍，从生物制造、纳米制造、激光制造，到石墨烯材料、生物基材料、3D打印材料，传统领域与新兴领域交融，纺织服装产业正加快与前沿技术、未来产业嫁接融合。大量企业以科技创新推动产业创新，探索新技术、竞逐新赛道，推出了智能服装、功能性服装、产业用新材料等一系列新产品。

制造端，加快数字化、智能化。走进位于山东滨州的魏桥创业集团特宽幅印染公司，退卷漂联合机、印花机高速运转，经过前处理、染色、印花、后整理等工序，一卷卷高档家纺面料被印染上各种颜色和图案。“这座去年改造的智能工厂，配备了工艺参数在线监测及反馈控制系统、定型机超喂自动控制系统、影像智能验布

系统等，能实现印染全流程数字化管理，生产、耗电、仓储等数据一目了然，相比改造前生产效率提高38%，能耗降低40%，用水量节省20%。”公司生产副总刘文辉说。

“近年来，各地各部门大力支持纺织服装企业数字化转型，行业数字化水平快速提高。”中国纺织工业联合会秘书长夏令敏说，在棉纺、化纤、针织、印染、服装等细分行业，智能化发展也取得较大突破，已培育出一批纺织智能制造试点示范企业和产业集群。

消费端，培育新品牌、新渠道。江苏南京，繁华的德基广场商圈，美雅品牌店里人头攒动，300多款高端西服、衬衫、夹克等服饰整齐排列。“我们提供定制化服务，服装更合身、用料更考究。”店长孙雷说。与此同时，浙江宁波和江西南昌的雅戈尔时尚体验馆直播间里，一场4小时的直播，能卖出400多件服装。近年来，雅戈尔紧跟消费者需求，拓展了美雅等5个子品牌，线上线下多渠道销售模式逐渐成形。

国家统计局数据显示，1—9月全国限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长0.2%。直播带货、即时零售等电商新业态新模式带动线上纺织服装消费平稳释放，同期全国网上穿类商品零售额同比增长4.1%。

“国际品牌价值评估机构发布的2024中国品牌价值500强中，有15个是服装品牌。”孙瑞哲认为，中国纺织服装产业已进入品牌建设的机遇期，纺织服装领域专精特新企业、设计师人才快速成长，新兴品牌、细分品类持续涌现，跨境电商、平台经济加速赋能，推动打造更多世界级品牌正当其时。

数据来源：工业和信息化部等  
制图：张芳曼