

2026年我国消费品工业发展形势展望

【内容提要】 2025年，在国家稳增长、扩内需、促消费政策推动下，我国消费品工业呈现稳健恢复态势，生产规模持续扩张，企业效益稳步改善，内需市场平稳恢复，出口总体平稳。展望2026年，行业将延续稳健恢复态势，但仍面临外部需求疲软、贸易保护主义加剧、国内有效需求不足、企业运营成本高企与转型动力不足等多重挑战。鉴于此，赛迪研究院提出多举措并举稳出口、推动供需精准衔接以巩固消费回升基础、强化政策支持缓解企业运营压力、助力行业高质量转型等建议。

【关键词】 消费品工业 发展形势 展望

2025年，在国家稳增长、扩内需、促消费等系列举措推动下，我国消费品工业经济保持稳中有升，食品、轻工、纺织、医药等细分领域协同发力，生产持续回升、营收实现小幅增长，内需市场平稳有序，出口保持稳定恢复。展望2026年，消费品工业发展的内外部环境依然复杂，国际贸易政策调整带来的不确定性增多，国内有效需求不足问题尚未根本缓解，企业仍面临成本、市场与转型等多重压力，对推动产业高质量发展与实现稳增长提出了更高要求。



一、对2026年形势的基本判断

（一）生产规模保持平稳增长

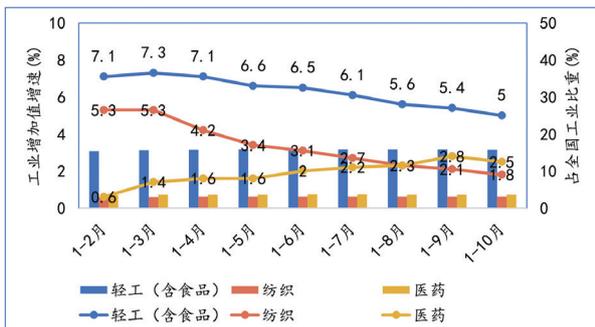
2025年我国消费品工业生产规模稳步扩张。1-10月，规模以上消费品工业增加值同比增长3.9%，较上年同期回落0.5个百分点，占全部规模以上工业比重达26.6%，较2024年全年提升0.6个百分点，进一步巩固了消费品工业“压舱石”地位。细分行业来看，轻工业与食品工业的支撑作用持续凸显，1-10月轻工业增加值占全国工业比重10%，较2024年全年提高0.2个百分点；食品工业增加值占全国工业比重5.7%，较2024年全年提高0.1个百分点。

展望2026年，政策支持与产业升级将继续支撑行业发展。政策支持方面，《轻工业稳增长工作方案（2025—2026年）》从供需两侧协同发力，深化供给侧结构性改革，引导行业从价格竞争转向技术、环保、安全等非价格竞争，推动传统行业提质增效，健康、养老等新消费热点加速布局推动消费品工业持续扩容。产业升级方面，“人工智能+”在生产端的应用持续深化，进一步提升生产效率。同时，轻工纺织等行业转型滞后、医药工业创新投入回报周期长等因素，将制约行业整体增速，预计2026年消费品工业增加值增速在3%-4%区间，延续平稳增长态势。

2025年，我国消费品工业规模呈现稳健恢复态势。

2026年，供需两端发力扩内需，巩固消费回升基础。

2025年消费品工业分行业工业增加值增速及占比



- 2025年，在国家稳增长、扩内需、促消费等系列举措推动下，我国消费品工业规模保持平稳增长。
- 展望2026年，行业将延续稳健恢复态势，但仍面临国内有效需求不足、企业运营成本高企与转型动力不足等多重挑战。

*数据来源：国家统计局 2025，11

延续并优化促消费政策



打造适配新需求的消费场景

夯实消费能力基础



(二) 企业效益持续改善

2025年，轻工业和食品工业成为拉动消费品工业企业效益改善的主要动力。营业收入方面，1-9月规上消费品工业企业营业收入达24.0万亿元，同比增长1.7%，低于工业总体0.7个百分点。其中轻工业表现突出，1-9月实现营业收入10.6万亿元，同比增长4.0%；食品工业营业收入6.7万亿元，同比增长1.8%，增长韧性较强。利润方面，1-9月规模以上工业企业利润总额同比增长2.1%，其中食品工业利润总额同比增长10.4%，较2024年全年提升5.2个百分点，彰显行业内生活力。而纺织、部分医药细



分领域受需求不足、转型投入增加等影响，利润增长相对乏力。

展望2026年，市场预期改善将推动企业效益持续向好。随着提振消费专项行动、增强消费品供需适配性等政策措施进一步落地，企业营业收入有望稳步增长。信心层面，截至2025年10月末，消费品工业生产经营活动预期指数为52.8%，虽有所下降但持续位于扩张区间，反映多数企业对市场前景仍保持乐观。总体判断，2026年消费品工业营业收入同比增长将维持在2%左右，规模接近33万亿元，利润增长将向食品工业、高端制造、绿色智能等优势领域集中。

（三）内需市场规模继续恢复

2025年，消费市场持续恢复。1-10月，社会消费品零售总额41.2万亿元，同比增长4.3%，增速较上年同期提高0.8个百分点。消费结构上，基本生活类消费保持刚性，1-10月限额以上粮油食品饮料烟酒类、服装鞋帽针纺织品类商品零售额分别增长8%和3.5%；升级类消费需求旺盛，限额以上金银珠宝、体育娱乐用品类商品零售额分别增长14%和18.4%。以旧换新政策带动相关品类消费持续增长，1-10月限额以上家用电器和音像器材类、家具类、通讯器材类商品零售额分别增长20.1%、19.9%、20.9%。新型消费持续扩容，10月重点监测平台智能健康设备销售额增长超20%，有机食品销售额增长超8%。线上线下融合模式加速渗透，1-10

月实物商品网上零售额增长6.3%，AI眼镜等智能穿戴产品网零售额增长23.1%，即时电商销售额增长24.3%。

展望2026年，政策精准发力将推动内需市场继续恢复向好。提振消费专项行动、服务消费提质惠民行动等举措将进一步释放居民消费潜力，“一老一少”产品供给扩容与智能家居推广将提升供需适配性，绿色消费、智能消费、健康消费等新热点持续涌现。同时，房地产、汽车等大宗商品消费限制性措施逐步清理，有望带动家居、家电等关联消费低位复苏。但受居民消费倾向偏低、2025年基数抬升等因素影响，预计2026年社会消费品零售总额同比增长在3%—4%区间。

（四）出口增速承压仍然明显

2025年，消费品工业出口保持总体平稳，医药工业成为关键增长点。1-10月，消费品工业合计出口交货值3.2万亿元，同比增长0.7%。其中，医药工业出口表现突出，1-10月出口交货值0.3万亿元，同比增长10.8%，较2024年全年提升1.6个百分点。轻工业出口保持韧性，1-10月出口交货值2.1万亿元，同比增长0.5%。纺织工业出口受外需减弱、东南亚产能竞争等影响，1-10月出口交货值同比下降1.1%，增速较上年同期回落5.2个百分点。

展望2026年，全球经济环境复杂多变，消费品工业出口增速依旧承



压。国际货币基金组织（IMF）预测，2026年长期政策不确定性、贸易保护主义升级及非关税壁垒增加等因素，将进一步破坏供应链稳定性、抑制外需规模。综合来看，2026年我国消费品工业出口方面将保持平稳，但受外需减弱影响，增速可能进一步下调至0%—1%，医药工业、高端轻工制品仍将是出口增长的主要支撑。

二、需要关注的几个问题

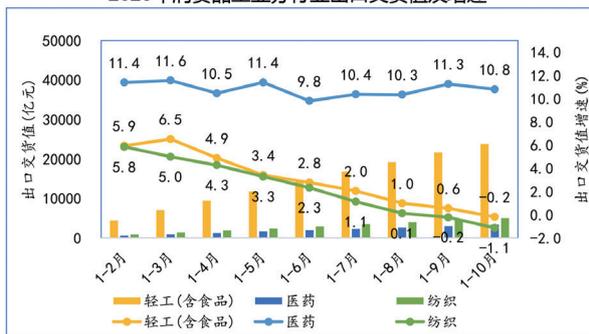
（一）外部需求疲软加剧，出口压力凸显

受全球经济复苏乏力、地缘政治冲突持续、贸易保护主义加码等因素影响，我国消费品工业出口阻力加大。从全球宏观环境看，IMF预测2025年全球经济增速仅3.2%，发达经济体的经济增速低至1.6%。欧美等主要消费市场需求疲软态势突出，对家电、服装等非刚性消费品的采购意愿明显减弱。美国、欧盟、拉美等地区多点施策设置贸易壁垒，我国消费品出口的价格优势被持续削弱，低价竞争策略难以为继，利润空间不断压缩。从具体数据看，2025年1-9月，我国消费品工业出口交货值增速较上年回落1.9个百分点，其中，食品、纺织等传统品类出口交货值增速分别同比下降2.7、0.2个百分点，对美国纺织品服装出口额同比减少10.1%。

2026年，如何应对贸易保护、稳定市场份额、缓解中小企业压力，是消费品工业亟需解决的紧迫问题。

2025年，我国消费品工业出口保持总体平稳。

2025年消费品工业分行业出口交货值及增速



• 2025年，医药工业成为出口主要增长点，轻工业出口保持韧性，纺织工业出口有所回落，消费品工业总体出口增速承压仍然明显。

• 展望2026年，受全球经济复苏乏力、地缘政治冲突持续、贸易保护主义加码等因素影响，消费品工业出口阻力持续加大。

*数据来源：国家统计局 2025，11

2026年，多措并举稳出口，突破外部环境制约。

强化贸易政策协同破壁垒



支持优势产业品牌出海



赋能中小企业开拓国际市场

(二) 消费复苏动能不足，结构性矛盾亟待破解

受居民收入预期偏弱、消费信心不足及大宗消费关联领域低迷等多重因素制约，国内消费品市场回升节奏放缓，内生增长动力仍需强化。从核心数据看，2025年1-10月我国社会消费品零售总额虽实现同比增长，但已连续五个月呈回落态势，10月单月增速仅2.9%。消费信心不足的特征尤为突出，2025年9月消费者信心指数仅89.6，同期人民币存款余额较年初增加22.71万亿元，其中居民储蓄存款增加18.35万亿元，仍呈“储蓄意愿增强、消费意愿减弱”态势。具体消费领域中，大宗消费复



苏乏力。受房地产市场调整影响，与住房相关的家具、家电、家装等消费需求尚未完全释放，2025年10月限额以上单位家用电器和音像器材类零售额同比下降14.6%。同时，消费市场的结构性分化矛盾进一步加剧，形成两极分化、中间疲软的格局，基本生活类消费保持稳健增长，高端升级类消费增速亮眼，1-10月粮油食品类零售额同比增长10.3%，金银珠宝类同比增长14%；而处于中间层级的大众消费品类增长乏力，服装、鞋帽、针纺织品类销售额同比仅增长3.5%。

2026年，如何优化供给、提振消费信心、破解大宗消费制约，是消费品工业扩大内需亟需攻克的重要课题。

（三）运营成本压力叠加，转型攻坚能力不足

消费品工业企业面临成本攀升、市场竞争加剧等压力，导致转型投入不足、动力减弱。成本端双向挤压，2025年1-10月，全国工业生产者出厂价格（PPI）同比下降2.7%，其中，食品价格同比下降1.6%，耐用消费品降幅达3.3%；而原材料、人工等成本却刚性上涨，2025年以来，纸企已密集发布三轮涨价函，压力传导至食品、日化等包装领域，同时，2025年全国各省市第一档的月最低工资均突破2000元，消费品工业作为用工密集型行业，人工成本占比普遍较高，成本压力进一步凸显，成本压力下企业难有多余资金投入转型。市场竞争方面，行业集中度提升缓

慢且盈利分化加剧，2025年第三季度剔除茅台、五粮液的上市白酒公司销售费用率同比提升3.13个百分点，部分中小企业为争夺市场份额陷入“以价换量”的恶性竞争。转型动力层面，成本与现金流压力导致转型投入滞后，2025年啤酒、软饮料等行业虽实现毛利率改善，但更多企业仍在通过收缩费用、优化渠道应对盈利压力，而非加码转型，叠加中小企业融资难，多数企业将短期生存置于长期转型之前。

2026年，如何缓解运营压力、强化转型政策支持，是消费品工业保障高质量发展的关键问题。

三、应采取的对策建议

（一）多措并举稳出口，突破外部环境制约

一是强化贸易政策协同破壁垒。依托RCEP等自贸协定，推动与“一带一路”沿线国家的关税减免和通关便利化，针对美国、欧盟等地区的关税调整，建立跨部门合规咨询平台，为企业提供关税筹划、技术壁垒应对指导，降低出口成本。二是支持优势产业品牌出海。聚焦家电、家具、医药等优势行业，培育“中国消费名品方阵”，鼓励龙头企业通过海外设厂、并购当地品牌等方式深耕东南亚、非洲新兴市场，在海外建设轻工产品综合服务站，提供仓储、售后等配套服务。三是赋能中小企业开拓国际市场。利用跨境电商新业态，支持中小企业入驻海外电商平



台，对其跨境物流、海外营销费用给予补贴；组建行业出口联盟，推动食品、纺织等传统行业企业抱团议价，提升应对价格竞争的能力。

（二）供需两端发力扩内需，巩固消费回升基础

一是延续并优化促消费政策。延续家电、家装等以旧换新政策，额外补贴智能家电、适老化产品；联动房地产政策推出购房和家电组合消费券，打通“住房—装修—家电”消费链条，激活大宗消费需求。二是打造适配新需求的消费场景。推进“人工智能+消费”行动，在家电、运动器材领域研发智能互联产品，建设智能家居体验中心；针对“一老一少”需求，扩大养老服务机器人、健康婴童食品供给，在社区布局适老化产品体验点，提升产品可及性。三是夯实消费能力基础。落实“十五五”规划建议中“促就业、增收入”部署，针对青年群体开展消费品工业技能培训，提高就业质量；加大直达消费者的普惠政策力度，提高公共服务支出占比，减轻教育、医疗支出压力，增强居民消费信心。

（三）减负助转型，增强企业发展动力

一是多维度降低企业经营成本。对PPI下行压力较大的行业，实施阶段性增值税即征即退政策；建立原材料价格预警机制，引导企业通过中长期合约、期货套期保值对冲价格波动风险；推广“小快轻准”数字化方案，为消费品工业企业提供免费数字化转型诊断服务，降低转型门

槛。二是破解中小企业融资难题。开展产融合作专项行动，鼓励金融机构推出“中小企业转型贷”，对企业智能化改造、绿色工厂建设给予优惠利率；扩大知识产权质押贷款覆盖范围，支持中小企业以专利、品牌等无形资产融资，缓解现金流压力。三是强化转型政策支持。设立消费品工业转型专项基金，对研发“人工智能+”产品、应用低碳技术的企业给予补贴。

