

全省工业发展质效不断提升

本报讯(记者 胡晓蓉) 2025 年以来,全省认真学习贯彻习近平总书记考察云南重要讲话精神,深入贯彻落实省委、省政府工作要求,紧扣“一个跨越”“三个定位”,锚定全省“3815”战略发展目标,不断发展新质生产力,持续释放工业经济高质量发展新动能,1月至11月,全省规模以上工业生产总体平稳。

工业生产总体平稳,六成行业同比增长。1月至11月,全省规模以上工业增加值同比增长4.5%,比1月至10月提高0.9个百分点。从三大门类看,采矿业增加值同比增长9.5%;制造业增加值同比增长4.7%;电力、热力、燃气及水生产和供应业增加值同比增长2.2%。从行业看,全省40个工业大类行业中,26个行业增加值同比增长,增长面为65%。

装备制造较快增长,支撑作用持续凸显。1月至11月,规模以上装备制造



业增加值同比增长17%,增速高于规模以上工业12.5个百分点,对规模以上工业增长贡献率达27.0%,拉动规模以上工业增长1.2个百分点。主要装备行业中,电子行业和电气机械行业实现较快增长,增加值同比分别增长21.6%、13.2%。中高端装备类产品稳步发展,电子工业专用设备、矿山专用设备、数控金属切削机床等产品产量分别增长77.8%、72.8%、13.1%。

数实融合创新育新,新兴产业加速成长。今年以来,实体经济和数字经济深度

融合,科技创新和产业创新协同发力。1月至11月,规模以上高技术制造业、数字产品制造业增加值同比分别增长16.9%、19.8%,分别高于全部规模以上工业12.4个、15.3个百分点。从行业看,计算机零部件制造、光电子器件制造、电子专用材料制造等行业增加值分别增长88.5%、73.2%、32.3%。从产品看,智能手机、锂离子电池、太阳能工业用单晶硅等产品产量分别增长927.4%、207.1%、18.9%。

传统产业优化提升,不断夯实工业制造基本盘。我省持续加快推进产业链

强链补链稳链,积极承接东部产业转移,传统制造业发展动能持续释放。1月至11月,有色行业增加值同比增长13.2%,对规模以上工业增长贡献率为28.8%;纺织服装行业高速增长,增加值同比增长138.6%,高于全部规模以上工业134.1个百分点;其他传统产业也增势良好,黑色金属矿采选、非金属矿采选、化学纤维制造等行业分别增长12.7%、12.2%、9.8%。

省统计局相关负责人分析认为,总体来看,我省工业生产总体平稳,新兴产业加速成长,传统产业优化提升,但有效需求不足、企业盈利承压等困难依然存在。下阶段,要坚定不移贯彻落实省委、省政府工作要求,推动各项政策协同发力,进一步扩内需、优结构、育新能,推动工业经济量质齐升、动能焕新,不断筑牢实体经济根基。

服务业发展韧性和活力增强

本报讯(记者 胡晓蓉) 今年以来,全省服务业延续稳中有进的发展态势,发展韧性和活力进一步增强。近日,省统计局发布的最新数据显示:1月至10月,全省规模以上服务业实现营业收入3154.73亿元、同比增长6.8%,较1月至9月加快0.2个百分点。32个行业大类中,有27个行业实现正增长,增长面达84.3%;16个州(市)中,有15个州(市)实现正增长,增长面达93.8%,12个州(市)增速较1月至9月提高,占比75%。

重点行业势头良好。1月至10月,全省规上服务业重点行业实现营业收入1445.57亿元,占规上服务业的45.9%,拉动增长5.9个百分点,增长贡献率达86.5%。重点行业同比增长13.7%,较1

月至9月加快0.2个百分点,高于全国平均水平4.1个百分点,高于规上服务业6.9个百分点;10月当月同比增长15.5%,较9月提升2.7个百分点。

运输仓储相关行业支撑凸显。1月至10月,多式联运和运输代理业营业收入同比增长28.6%,较1月至9月加快7.3个百分点,连续7个月保持两位数增长,且增速逐月加快。装卸搬运和仓储业营业收入同比增长33.6%,虽然增速较上半年有所回落,但仍延续高位增长态势,有力支撑产业链、供应链稳

定运行。

现代服务业提质增效。数智赋能激发市场活力,新质生产力加快培育,互联网和相关服务业延续强劲增长态势,1月至10月营业收入同比增长38.8%,在10个重点行业中位列第一。软件和信息技术服务业保持两位数增长,1月至10月营业收入同比增长15.3%。科学研究和技术服务业支撑稳健,1月至10月营业收入同比增长13.4%,对全省规上服务业重点行业增长贡献率达20.8%。

民生服务业、公共服务领域稳步回暖。1月至10月,居民服务、修理和其他服务业营业收入同比增长14.6%,较1月至9月提高0.8个百分点。其中,洗浴和保健养生服务,摄影扩印服务,汽车、摩托车等修理与维护,计算机和办公设备维修,其他未列明服务业分别增长14.8%、31.9%、50.3%、66.6%、25%。水利、环境和公共设施管理业营业收入同比增长13.0%,较1月至9月加快1.3个百分点,连续6个月保持两位数增长。

消费品市场保持增长态势

本报讯(记者 胡晓蓉) 2025 年以来,我省认真贯彻落实党中央、国务院决策部署,扎实推动消费品以旧换新等一系列政策措施落细落实,10亿元彩云消费券“省补”接续发力,市场销售总体平稳,市场规模不断扩大。

最新统计数据显示:2025年1月至11月,全省实现社会消费品零售总额11646.2亿元、同比增长3%。按经营所在地分,城乡消费保持增长,乡村增速快于城镇。城镇实现消费品零售额9635.45亿元、同比增长2.9%;乡村实现消费品零售额2010.75亿元、同比增长3.7%,增速较城镇高0.8个百分点。

升级需求旺盛,低碳消费成为新亮点。2025年1月至11月,全省实现商品零售9935.81亿元、同比增长2.7%。以旧换新等系列消费补贴协同发力,手机数码、家用电器等升级需求有效释放,限额以上单位通信器材类、可穿戴智能设备类、计算机及其配套产品类、家用电器音像器材类商品零售额同比分别增长50.8%、53.3%、61.2%和33.9%。绿色低碳成为生活时尚,限额以上单位中能效等级为1级和2级的家用电器商品

类、新能源汽车类商品零售额同比增长48.5%和2.1%。

基础消费稳定,实体门店经营稳定。2025年1月至11月,全省实现餐费收入1710.4亿元、同比增长4.9%,限额以上单位粮油食品类、饮料类、烟酒类和日用品类商品零售额同比分别增长12.2%、2.3%、2.2%和2.3%。实体零售门店经营保持稳定,限额以上零售企业中,便利店、折扣店、百货店、品牌专卖店零售额2025年1月至11月同比分别增长1.1%、

15.2%、0.6%和1.1%。

省统计局相关负责人分析认为,总体来看,2025年以来促消费系列政策加力扩围实施,消费品市场平稳增长。但也要看到,部分商品销售低迷,市场潜力仍待充分挖掘,市场销售全面恢复仍需持续加力。下一阶段,随着提振消费专项行动深入实施,居民消费能力不断增强,消费新业态新场景培育持续推进,消费环境优化完善,消费品市场有望持续高质量增长。

大姚县:农业产业发展动能强劲

近年来,大姚县着力破解传统农业产业小散弱问题,在产业链上把党员集聚起来、把资源要素整合起来、把群众带动起来,以“党建链”串联“服务链”共建“致富链”。

探索花卉产业组织化发展路径,大姚县成立花卉产业协会党支部,推动花卉产业协会52名会员建立技术共享、订单调剂等协同机制,以金碧镇为主阵地建成标准化产地型终端集散中心和冷链物流体系,助力全县花卉产业发展升级。截至2025年第三季度,全县花卉种植面积增长3.51%,农业产值增长超过7%。

石羊镇打破村级界限,组建蚕桑产业党支部,在培育优质蚕种、推进规模养殖、提供技术指导、规范蚕茧收购等方面发挥联、引、促作用,为产业发展集聚优势动能,成功打造成为云南省“一村一品”蚕桑专业镇。

聚焦疏通供需衔接梗阻点,大姚县推行企业下单、合作社接单、农户生产的订单农业模式,固定时间、地点,以稳定价格集中收购核桃、板栗、蚕茧等农特产品,极大便利农户销售,在乡镇建立零工市场、零工驿站,

定期发布企业用工信息、组织开展技能培训,并提供接送、供餐等服务,方便村民务工。

大姚县因地制宜创新利益分配模式,探索多种联农带农机制。龙街镇推动蓝莓产业构建土地流转得租金、基地务工挣薪金、入股分红享股金的“三金富民”体系,带动周边1200农户增收。新街镇推行农户70%、企业20%、合作社10%的“721”分配模式,助推香葱规模化种植,带动农户亩均增收5600元。

大姚县将群众嵌入致富链,围绕核桃、花椒等绿色食品产业初加工需求,打造农特产品加工车间,共建成“家门口的务工车间”72个,开发就业岗位3200余个,带动群众增收1100余万元,让群众实现在家门口就业、靠技能增收。

通过构建“党组织+合作社+企业+村集体+农户”的利益联结机制,全县已有66%以上的经营主体与农户建立入股分红、订单收购、技术支持等合作机制,带动农户人均增收超过1400元。

本报通讯员 邓丽萍 殷艳琳

文山机场分布式光伏项目全容量并网发电

本报讯(记者 胡晓蓉) 近日,文山机场分布式光伏项目顺利通过验收,目前已实现全容量并网发电。该项目是华润电力云南公司与文山机场合作的机场光伏示范工程,总装机容量达2兆瓦。

文山机场坚守生态优先、绿色低碳发展导向,将清洁能源替代工作贯穿于机场规划、建设、运营全生命周期。项目充分盘活机场边坡、屋顶等闲置空间,实现土地与空间资源的高效复用。据测算,已投入使用的并网分布式光伏发电系统每年可提供清洁电能约246.46万千瓦时,相当于节约标准煤803.45吨,减排二氧化碳约1946.97吨、二氧化硫约14.15吨。该项目采用“自发自用、余电上网”的运营模式,既有效降低污染物排放,又实现机场屋面、边坡资源的集约高效利用。

2025年云南食用盐样品抽检合格率100%

本报讯(记者 朱丹) 为保障食盐产品质量安全,云南省市场监管局分批次开展2025年全省食用盐质量监督抽检,进一步筑牢食品安全防线。

2025年省级食用盐专项监督抽检严格按照抽检计划和程序进行抽样、检验,确保抽检的科学性和公正性。抽检对象为全省涉及生产及流通环节的食盐定点生产、销售企业,覆盖16个州(市)、52个县(市、区)的28

家食盐定点生产企业、106家销售企业,含大中型超市、农贸市场、便利店等,抽检类型包括普通食用盐和低钠食用盐两大类食用盐产品。经检测,600批次食用盐样品均符合产品标准要求。

下一步,云南省市场监管局将严格按照食品安全“四个最严”要求,开展盐业产品质量检验检测,为全省食盐安全提供优质高效的保障服务。

收官“十四五” 谋篇“十五五”

菌彩·云南野生菌火锅助力“云品出滇”



菌彩拼盘

菌彩专利子母锅

云南因独特的地理和气候条件,被誉为“野生菌王国”。近年来,云南打出品种培优、品牌塑造、展示推介组合拳,野生菌这一云南高原特色农产品从“土疙瘩”变为“香饽饽”。

推动“云菌”产业不断前行的,有不断升级的消费需求,有政策的绵绵之功,也有企业的不懈努力。2024年至2025年间,来自云南的野生菌火锅品牌菌彩,在成都、上海、北京开出14家高质量门店,助推“云菌”走向全国。

从原生态食材到可体验的文化符号

“很多人对云南美食的认知还停留在原始神秘,这成为我们走出去的第一道门槛。”菌彩创始人王文中的感慨,道出了地域餐饮全国化的共同挑战。菌彩的破局,始于将自身定位为云南野生菌文化的翻译官,致力于将深山密语转化为都市人能理解并产生共鸣的现代体验。

第一重翻译,是将野生菌的神秘转化为可被感知的探索欲。北京世纪金源菌彩店的野生菌博物馆,通过模型及微生态场景还原牛肝菌、见手青等菌类生长环境,搭配详细的文字介绍,清晰呈现其生长的海拔、温度、雨量等自然条

件;每张餐桌上都摆放着《野生菌日记》手册,服务员在点餐时会同步讲解菌菇的产地溯源、营养功效与食用知识,让顾客在等待的过程中完成科普认知。“见手青切开后会变蓝是正常现象”“野生菌需要达到特定温度才能完全熟透”……通过场景化科普,让食材本身的价值被看见、被认可。

第二重翻译,是将云南多民族的文化符号转化为现代都市人能共鸣的高级感。菌彩摒弃对民族元素的简单堆砌,将白族扎染的靛蓝、彝族刺绣的图腾、傣族竹楼的线条等精髓,融入空间设计与器皿美学之中;服务员身着民族服饰,服务中融入民族特色礼仪,穿插于用餐期间的民族歌舞表演也力求还原少数民族生活场景。扫一扫餐桌上设置的二维码,了解菜品背后的文化故事,菌彩成功塑造了集味觉、视觉、触觉、觉知于一体的云南味道,让消费者更愿意为一场沉浸式的文化体验买单。

“我们不是要复制一个云南民俗村,而是要让消费者在品尝美食的同时,感受到云南文化的雅致与厚重。”王文中表示。

地方特产跃迁为全国性爆品

如果说文化是菌彩的灵魂,那么产品就是其立足市场的坚实根基。地域餐饮全国化,地道是基础,适配是关键。菌彩的破局之道,在于坚持守正创新的核心原则,既保留云南野生菌的本味精髓,又通过产品与技术创新,破解一线市场的体验痛点。

守正是菌彩的根基。汤底坚持采用云南高原走地鸡与16种野生菌经4小时以上慢火熬制,奠定了鲜味的黄金标准。为了保障这口“云南味”的纯正,品牌实行严格的“3选3控”(选山头、选品类、选等级,控原材料、控供应链、控门店运营模式)采购标准,构建了“产地直采+全程冷链+区域央厨”的三级供应链体系,并推动“餐厅+基地+农户”的创新产业化合作。通过订单引导标准化预处理,投资共建预处理中心,将非标农产品转化为标准餐饮原料,实现了从云南

田间到全国餐桌的全程品质可控与稳定供应。这套体系不仅确保了年均采购量稳定增长,直接带动云南林农增收,更将“云品出滇”的社会效益内化为品牌稳固的供应链优势。

在标准化建设上,菌彩建立了覆盖鉴别、清洗、烹饪全流程的食品安全与操作标准体系,并通过数字化系统监控关键节点。“标准化不是牺牲品质,而是通过全供应链的强支撑,确保每家门店的口味和品质都保持一致。”王文中强调,从云南深山到上海、北京的餐桌,菌彩通过标准化流程,让消费者无论在哪里,都能品尝到地道的云南风味。

真正的破局点,在于其标志性的创新——专利子母铜锅。洞察到传统野生菌火锅长时间烹煮与都市快节奏、食客安全顾虑之间的核心矛盾,菌彩通过子母铜锅巧思设计:内圈子锅用于烹煮需要较长时间的野生菌,确保食材熟透、安全食用;外圈母锅则盛满滚烫的云南特色酸汤,供顾客先饮汤涮菜,不仅巧妙化解了等待菌熟的空窗期,更展现了云南人的民族智慧。

包烧见手青、爆浆牛肝菌蒸饺等创新菜品,也让野生菌以更时尚的形态适配全国口味,完成了从地方特产到全国性爆品的跃迁。

直营铸品质与联营拓疆域的平衡艺术

在扩张路径上,菌彩展现了高度的战略定力,采用直营为主、创新联营为辅的稳健模式,平衡了品质与速度,制度保障品牌发展数质齐升。

“在发展初期和核心市场,我们坚决不做传统加盟,就是要确保产品和服务不打折扣地传递给消费者。”王文中表示,从食材采购、烹饪流程到服务标准、空间呈现,都由总部直接管控。这种重运营的模式,虽然

前期投入大、扩张速度相对较慢,但作为品牌的压舱石,积累了宝贵的运营模型和品牌资产。

通过直营门店的实践,菌彩打磨出一套标准化的运营体系,涵盖员工培训、菜品制作、客户服务、门店管理,每个环节都形成了可复制的标准。正是这种对品质的极致追求,让菌彩在竞争激烈的一线市场站稳脚跟,上海龙之梦、北京世纪金源等直营店持续的高客流与好口碑,奠定了品牌的高端定位。

目前,菌彩正在着力探索创新联营模式,考虑与高端商业地产、优质景区等开展深度战略合作。这种模式的核心是优势互补、资源共享——合作方提供核心地段的优质物业和稳定客群,菌彩则输出品牌、产品、运营管理体系和文化体验标准,双方共同投资、共享收益。通过这种创新联营模式,在保证品牌内核稳定的同时,实现扩张效率的提升。

王文中补充:“我们非常注重企业战略与政府规划协同发力,通过积极参与云南‘十大名品’评选、‘云品出滇’专

项活动等,让政策支持和产业扶持成为企业发展与创新的助推器。相信有一天,菌彩能够走向更远的地方,代表云南款待世界。”

如何在企业实现自身发展的同时,带动产业链升级,并推动云南文化传播?菌彩交出了一份满意的答卷:坚守地域特色的根,硬实力攻克品质与体验难题;做好文化转译与产品创新的魂,软实力建立深层情感连接;选对适合自身的扩张之路,巧实力实现稳健与高效的平衡。

下一步,菌彩仍将继续深耕已验证的市场模型,并向更多新一线城市拓展;基于已建立的品牌信任与供应链优势,其“菌彩到家”计划正将野生菌从堂食引向家庭消费,通过零售产品拓宽“云品出滇”的渠道。品牌已将目光投向全国市场,计划以审慎的本土化创新,让云南野生菌成为云南民族文化交流的“绿色使者”,从品类标杆迈向文化使者,为“云品出滇”创造更多可能。

李梓瑞
本版图片由菌彩提供



北京蓝色港湾店迎宾歌舞