

# 制造业规模连续13年全球第一



工业和信息化部近日公布的数据显示，2022年，我国制造业增加值占全球比重近30%，制造业规模已经连续13年居世界首位。“大者愈大”，中国制造业靠什么形成了这样的规模优势？如何找到新的优势？带着这些问题，记者采访了相关专家。

## “双轮”驱动量质齐升

国家统计局最新数据显示，今年1月份至2月份，我国制造业增加值同比增长2.1%。其中，化学原料和化学制品制造业增长7.8%，铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业增长9.7%，电气机械和器材制造业增长13.9%，表现亮眼。

部分细分行业加快规模扩张和质量提升，支撑了我国制造业规模连续13年居世界首位。据统计，化学产品、非金属矿物制品、金属制品等传统产业的增加值占全部制造业的比重从2010年的23.5%上升至2020年的28.8%；代表新兴产业的通信设备、计算机和其他电子设备的增加值占比从2010年的6.5%上升至2021年的7.6%，通用、专用设备制造业，电气机械及器材制造业，交通运输设备制造业等产业表现相对平稳。

“传统产业竞争力提升和新兴产业的加快崛起共同支撑我国制造业规模不断扩张，始终保持世界第一制造大国地位。”赛迪研究院工业经济研究所所长关兵说。

正在举行的博鳌亚洲论坛2023年年会上，对于中国是否还是“世界工厂”的讨论热度很高。多年来，中国制造业生产水平不断提升，企业在中国建厂生产成本低、生产效率高，吸引各类资本来投资建厂，形成了中国制造业在产能和产量上的规模优势。

赛智产业研究院院长赵刚认为，我国成为“世界工厂”经历了两次大蜕变，第一次是依靠庞大的市场优势、劳动力优势、原材料、土地和能源优势、改革开放的优惠政策优势等，吸引了全球制造业企业投资建厂，实现了全球制造业产业链的中低端制造环节向我国梯度转移，制造企业主要从事面向我国市场的产品制造和面向全球市场的“三来一补”等产品制造，企业更看重的是我国工厂的成本优势。

第二次是靠产业集群优势、物流供应链优势、生产技术优势、产业工人优势、产业配套环境和政策优势等，实现了全球制造业产业链整体在我国的布局，企业的产品制造既面向国内市场也面向全球市场，我国工厂具有生产效率高和生产成本低的双重优势。

当前，从区域上看，各地都积极发展制造业。东部地区加快转型升级，率先培育一批新兴产业，广东、江苏、山东、浙江等优势大省地位继续巩固，起到了“挑大梁”的作用；中部地区和部分西部地区迅速崛起，四川、安徽、江西等在全国制造业中的比重持

续上升，成为接续工业增长的“后起之秀”。“从区域上看，长三角、珠三角、成渝等若干经济增长极正在形成，成为拉动制造业发展的重要增长极。”关兵说。

## 辩证看“大”与“强”

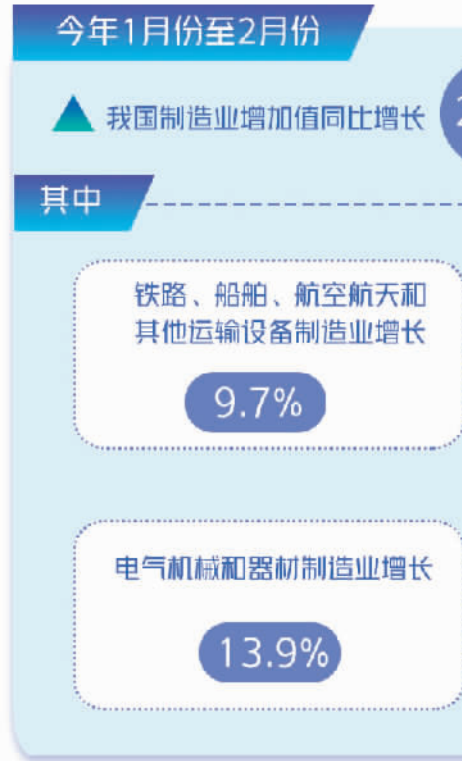
2022年，我国制造业增加值占GDP比重为27.7%。在世界500种主要工业品中，我国有超过四成产品的产量位居世界第一。65家制造业企业入围2022年世界500强企业榜单，培育专精特新中小企业达7万多家。按照国民经济统计分类，我国制造业有31个大类179个中类609个小类，是全球产业门类最齐全、产业体系最完整的制造业。

业内常说中国制造业大而不强，因而不少人认为规模优势并没有多大用处。对此，国务院发展研究中心产业部副部长许召元表示，制造业产业的技术进步有一个很重要的“干中学”效应，很多产品生产规模越大，就越容易在生产中完善技术，提升产品质量，提高生产效率。我国制造业规模持续提升，制造业核心竞争力中生产效率的优势就有了重要基础，这包括产业配套优势、产业规模优势等，可以显著降低成本。

我国制造业的“大”为“强”提供了坚实基础。赵刚认为，“大”使得我国制造业形成了规模经济优势，很多产品订单只有在我国才能实现大规模、高效率、高质量、低成本的生产，例如，同样一个机电或装备类产品在中国制造，原材料充足、磨具就近配套、整机可实现量产。

“大”还能为中国品牌崛起提供更多有力支撑。近年来，中国制造正在成为高质量、高效率、高性价比的代名词，为中国本土品牌做大做强并形成全球影响力打好了基础。我国制造业规模大、门类齐全，在一定程度上确保了制造业韧性较强、回旋空间大、抗风险能力强，这一点在应对突发疫情、复工复产中体现得较为突出。此外，“新领域新赛道很大程度上是对现有制造业基础上的延链补链强链进行延伸，或是在现有产业基础上通过数字赋能等方式衍生的新应用新业态新模式，健全的制造业体系为我国未来产业的选择和培育提供了更多空间。”关兵说。

专家认为，我国制造业“大而不强”主要是指我国制造业的产能和产量大，但在产品研发设计、高端生产装备、先进工艺设计、先进基础材料、高端品牌等方面还存在不少短



板，与美国、德国等相比，我国还不是制造强国。我国制造业从做大到做强，从量变到质变，关键的两个因素是技术进步和企业品牌打造，让我国制造企业在“微笑曲线”的两端具有更强竞争力。

## 打造竞争新优势

得益于浪潮海岳企业数字化平台的应用，山东原集团用工减少40%左右，生产成本降低30%以上，生产效率提高60%，产品质量一致性明显提升，成为济南新旧动能转换起步区首家标杆桥隧装备制造智能工厂。

当前，我国制造业生产效率高的优势比较突出，依然具备产业链集群、物流供应链、生产技术、高素质产业工人、国内市场、产业配套环境和产业政策等优势，进一步正向增强了规模经济优势，但生产成本的比较优势逐步减弱。我国制造的新优势要靠高端化、智能化和绿色化，提升在生产效率、生产成本和绿色制造方面的比较优势，吸引全球制造业企业持续扩大投资建厂。

赵刚认为，在高端化方面，要发挥我国在清洁能源、核能、电动车、新型交通、船舶、装备制造、电子家电产品、移动通信等领域品牌、技术研发和整机制造优势，吸引产业链上下游企业在我国形成产业链集群。在智能化方面，应发挥我国在数字经济领域的先发优势，加快制造业数字化转型，建设智能工厂、“灯塔工厂”，发展工业互联网和消费互联网，借助数字技术提升我国制造业企



业规模化定制、柔性化生产、网络化协同能力，进一步提升生产效率、供应链协同效率，降低生产成本，形成中国制造业更具竞争力的效率和成本优势。

传统产业在制造业中占比达80%，是建设制造强国的关键。但当前，各地更加重视新兴产业。对此，关兵表示，新兴产业整体还处于发展阶段，短期内仍难以填补传统产业的空白，制造业发展要“两条腿”走路，一方面高度关注传统产业转型升级，推动传统制造业高端化智能化绿色化发展，培育先进制造业产业集群，巩固提升传统优势产业；另一方面结合本地资源禀赋优势，培育一批新兴产业和未来产业，打造引领未来增长的新引擎，构建现代化产业体系，推动我国经济运行稳致远。

我国制造业巩固已有优势，找到新优势，首要任务是高质量发展，关键路径是技术进步，提升全要素生产率，筑牢我国制造业在全球竞争中的比较优势。“一是‘守正’，要继续提升我国产业链集群竞争力、供应链效率、产业工人技能和品牌影响力，保持我国制造业生产效率高、生产成本低的优势。二是‘创新’，要着力打造创新链，提升制造业高端化、智能化、绿色化水平，打造全球知名品牌，形成制造业新的竞争优势。”赵刚说。

国潮热正在席卷消费赛道。从运动鞋服、日化美妆、食品饮料到游戏动漫、电子产品……近年来，一批兼具高品质、高颜值、高性价比的国潮品牌正成为更多消费者的潮流之选。有报告显示，自2011年到2021年，国潮热度增长超5倍，78.5%的消费者更偏好选择中国品牌，“90后”“00后”贡献了74%的国潮消费。

国潮既是前沿文化潮流，也是新兴消费趋势。2023年计划报告提出，不断提升中国品牌知名度和影响力，推动国潮品牌消费繁荣发展。去年7月，工业和信息化部等五部门联合印发的《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）》提出，挖掘中国文化、中国记忆、中华老字号等传统文化基因和非物质文化遗产，加强新消费群体消费研究，创新消费场景，推进国潮品牌建设。

中华优秀传统文化是国潮之魂。融入故宫、敦煌、三星堆、山海经、十二生肖等元素的诸多产品备受追捧，“冰墩墩”“雪容融”圈粉无数，老字号纷纷跨界联名推陈出新，汉服走入大众市场……中华优秀传统文化里有取之不尽、用之不竭的创意“活水”，也赋予了国潮产品更加好看的皮囊和有趣的灵魂。通过对传统文化的创造性转化、创新性发展，越来越多的国潮产品既生动展现中国元素、东方美学、华夏气韵，同时又注重与时代审美和精神需求的精准对接。特别是对数量庞大的Z世代消费群体来说，他们更加追求品质、崇尚个性、乐于尝试，作为“平视世界的一代”具有更强文化自信，国潮产品成为年轻人展现情感价值和文化诉求的重要载体，甚至变身成为一种社交符号，买国货、用国货、晒国货成为潮流。

中国制造强大实力是国潮之基。国潮的基础是国货。我国是全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家，制造业规模连续13年居世界首位，100余种轻工产品产量居世界第一。随着我国制造业的创新力、竞争力不断增强，中国制造加速向中国创造迈进，中国产品加快向中国品牌转变，消费者多层次、个性化、高品质的消费需求也得到更好满足。如今，越来越多的国货品牌不再是“退而求其次”的平替，而是成为消费者首选的“心头好”。我国还建成了全球规模最大的5G移动通信网络，网民规模达10.67亿，形成了全球最为庞大、生机勃勃的数字社会，这也为国潮品牌发展提供了重要驱动力。

弄潮儿向涛头立。作为世界第二大经济体，我国已经形成拥有14亿多人口、4亿多中等收入群体的全球最大最有潜力市场，超大规模市场优势更加明显。居民消费结构持续升级，从注重量的满足向追求质的提升转变，从以商品消费为主向商品和服务消费并重转变，从模仿型向个性化、多样化转变，线上线下消费加快融合，新业态新模式新场景不断涌现。中国经济是一片大海，市场足够大，机遇足够多，国潮涌动澎湃活力。

也要看到，在当前国潮品牌的发展中，还存在着不注重深耕品质、品牌等核心价值，而仅仅是堆砌元素符号，盲目跟风模仿，甚至只是将“国风”和“情怀”作为噱头过度营销，一味追求流量红利的现象。在越来越聪明的消费者面前，这样的做法即便能赢得一时热闹但终究走不长远。唯有持续在文化、技术、品牌、质量、服务上下功夫，国潮品牌才能经久不息。

日前，在由中国棉花可持续发展项目召开的“可持续棉花——始于棉田的承诺”主题发布活动会上，国内首批可持续棉花生产认证证书正式颁发给中棉集团新疆棉花有限公司、新疆利华(集团)股份有限公司、湖北银丰棉花股份有限公司、新疆国欣种业有限公司、新疆国泰棉业有限公司和新疆嘉圣华棉业有限公司。

据了解，2022年中国棉花可持续发展项目委托北京中合企诺认证中心和SGS通标标准技术服务有限公司依据中国棉花协会发布的《“中国棉花”可持续生产》团体标准，完成超过120万亩棉田的线上线下生产审核认证工作，审核内容主要包括可持续性生产、资源与环境保护、质量与可追溯性、职业

# 首批可持续棉花生产认证颁发

本报记者 刘瑾

健康安全福利与社会责任4个方面，共计生成可持续棉花17万吨左右。

中国棉花协会会长高芳表示：“我们致力于为全球消费者提供物美价廉的纺织品服装。未来，我们将更多更好地参与高质量、可持续棉制品的生产与销售，并以此带动棉花生产、流通、消费模式变革，为守护地球家园尽一份责任。”

中华全国供销合作总社农资与棉麻局副局长、中国棉花协会常务副会长兼秘书长王建红对中国棉花可持续发展项目情况进行了介绍。为推动国内棉花纺织行业高质量、可持续发展，中国棉花协会于2021年6月联合中国纺织进出口商会、中国棉纺织行业协会、中国家用纺织品行业协会和中国服装协会共同发起国内首个可持续

棉花项目，致力于打造我国首个可持续棉花标准、认证和评价体系，以“生产可持续棉花、推广可持续棉花”为目标，以“环境友好、品质优良、尊重劳动、全程可追溯”为理念，树立中国可持续棉花品牌形象。项目启动一年多来，取得了突破性进展，获得政府有关部门、行业企业和社会的支持与认可。

## 贵州省赤水市 “绿叶子”变“金叶子”

沿着硬化后的乡村公路蛇形爬升，一直通向贵州省遵义市赤水市金坪山半坡。一条条整齐的田垄，斜挂在半山腰上，成片的浙江安吉白茶和黄金叶在这里安家。三四十厘米高的茶树排列成行，80多名群众正在忙着采茶，俨然一片繁忙景象。

昔日贫困村，如今成了远近闻名的“明星村”，吸引着附近的村民前来务工。“像我这样的年纪，哪还能找到一份工作？我在种茶基地负责除草和施肥，工作并不繁重。”今年69岁的雷老汉，是村里的低保户。“我们不但享受了国家的扶贫政策，和老伴一起在基地干了3个月，还挣了15000元。”讲起在基地务工的收入，雷老汉笑得合不拢嘴。

赤水市沁茗茶叶有限责任公司是由天台镇金坪山村2018年引入，以“党支部+企业+农户”方式，流转群众土地，发展白茶500余亩，解决300余名老弱劳动力就近务工，村集体经济每年能得到10万元的纯收入，真正实现了绿水青山就是金山银山的理念，让“绿叶子”成为群众增收致富的“金叶子”。

(数据来源:中共赤水市天台镇委员会) ·广告

## 浙江嘉兴经开区城南街道 加强党建引领 兴市场促共富

产业园区是经济增长的重要引擎。2022年以来，浙江嘉兴经济技术开发区城南街道充分发挥党建引领优势，深化“和合·嘉园”市场党建，全面促进浙江嘉兴商品交易产业园稳步运行。

浙江嘉兴商品交易产业园规划面积3.69平方公里，下辖水果、建陶、蔬菜等6大市场，2021年完成交易额639.66亿元，已发展成为华东地区乃至全国重要的综合性商贸物流中心。2022年，为了更好地管理服务6大市场、3100多家经营户和192名党员，城南街道推进商交园社区党委成立，并建立“党组织书记联席会议、党员联组、党员联户”的“三联”机制，常态化开展走访联系。园区内“小个专”多，管理主体庞大、社情复杂。交易产业园复市后，为了保障市场交易平稳进行，城南街道牵头，成立由社区党委牵头的服务团队，为职工和市场提供帮扶指导。“水果市场复市后，有商家反映车辆拥堵，针对这一问题，社区党委立即征用幸福家园停车场作为中转站，有效维护了水果市场复市后的经营秩序。”商交园社区党委相关人士说。2022年以来，城南街道已累计开展复市审批、政策解读等服务千余次，协助10家单位申报服务业专项补助130多万元。

下一步，街道将持续推进专业市场党建工作，全面构建党建引领、力量聚合、资源整合、市场融合的党建新格局，打造党建引领市场发展、市场助力全民共富的市场共富新样板。(数据来源:嘉兴经开区城南街道办事处) ·广告

## 深圳市银通前海金融资产交易中心有限公司 债权转让信息公告

特别提示:挂牌公告期满,若只征集到一个符合条件的意向受让方,由交易中心组织交易双方比较挂牌保留价与意向受让方报价。若意向受让方报价高于或等于挂牌保留价,则由交易中心在原公告渠道另行公告7个工作日,如没有新的意向受让方,则以意向受让方报价采取协议方式成交;若意向受让方报价低于挂牌保留价,则不成交。挂牌公告期满或另行公告期满,若征集到两个及以上符合条件的意向受让方,选择网络竞价(多次报价)方式。

业务咨询电话:13823673061 卢女士 18824230930 陈女士  
项目编号:YTOH23030037  
项目名称:深圳天峰电子有限公司债权  
转让底价:本项目设有保留价,意向受让方报名时须自行申报意向收购价格  
保证金:人民币100万元  
项目简介:中国东方资产管理股份有限公司深圳市分公司委托我中心公开挂牌转让“深圳天峰电子有限公司债权”。标的所在地为深圳市。截至处置基准日2022年11月20日,深圳天峰电子有限公司债权本息金额人民币17,558,878.8元,其中:本金人民币5,000,000元,利息人民币12,535,894.8元,代垫费用人民币22,984.00元。(以上债权金额仅供参考,具体金额以生效判决、借款合同或其他生效法律文件确认为准)  
以上全部信息详情请登录深圳市银通前海金融资产交易中心有限公司信息披露网站www.ytfa.com  
地址:深圳市福田区深南大道2016号招商银行深圳分行大厦33楼  
深圳市银通前海金融资产交易中心有限公司 2023年3月31日