

产业聚焦

□ 本报记者 黄鑫

数字化赋能消费品工业提质增效

- 全国已创建139个消费品工业“三品”战略示范城市
- 累计培育纺织服装创意设计试点示范园区(平台)51个

工业和信息化部、商务部日前联合组织开展2024“三品”全国行活动,将突出地方产业集聚优势和区域发展特色,发挥消费品工业增品种、提品质、创品牌“三品”战略示范城市引领效应,加大升级和创新消费品市场供应,在更高水平满足多层次、多元化消费需求。

工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼表示,要组织开展消费品领域大规模设备更新和消费品以旧换新,全力以赴促进消费品工业稳定增长,多措并举提升消费品质、打造优质品牌。

“三品”行动成效显著

近年来,以“三品”战略为抓手,消费品工业加快推进新型工业化,推动生产模式和产业组织方式创新,不断扩大优质消费品、中高端品牌供给。

何亚琼介绍,在各地大力支持下,全国现已创建139个消费品工业“三品”战略示范城市,累计培育纺织服装创意设计试点示范园区(平台)51个,行业品质品牌效益持续提升。

赛迪研究院消费品工业研究所研究室副主任王旭告诉记者,这139个消费品工业“三品”战略示范城市,涉及26个省级行政区,基本覆盖主要消费品行业,在创意设计、绿色发展、数智转型、品牌建设等方面取得长足进步,有力引领产业消费双升级、国内国际双循环发展步伐。消费品行业企业经营数字化普及率达76%,培育智能制造示范工厂90家、绿色工厂1050家,制造业单项冠军企业177家、专精特新“小巨人”企业1400家。

今年一季度,尽管冰晶行业整体销量下滑,蒙牛冰晶事业部呼和浩特直营特区销量却实现正增长。背后的秘诀是他们的团队持续升级创新消费场景,开展各类主题活动,与消费者建立紧密联系,精准把握市场动态,为消费者提供更加优质的产品和服务,提高竞争力。

消费品工业增品种、提品质、创品牌深入推进。赛迪研究院消费品工业研究所副研究员李磊介绍,在增品种方面,智能家居消费规模由2012年的1022亿元增至2023年的7157亿元。干衣机、洗地机、集成灶等小家电成为新增增长点,创新和升级产品日益增多。个性化定制模式得到大力推广,百余种产品产量居世界第一位。

提品质方面,大宗日常消费品抽检合格率总体保持较高水平,其中,要配奶粉抽检合格率连续多年超过99.5%。主要消费品和国际标准一致性程度超96%。4K超高清智能电视机市场占有率达73%,8K电视机加速渗透,节能

变频型空调销量占比提升至98%。2023年实物商品网上零售额超过13万亿元,是2012年的10倍。

创品牌方面,国产品牌在高端领域与外资品牌差距逐步缩小。13家消费品企业入选世界品牌500强,70余家人选亚洲品牌500强,海尔、美的稳居全球家电行业“第一阵营”,2家企业入选全球乳业10强,4家企业入选全球制药50强。通过连续多年组织开展“三品”全国行活动,越来越多质优价廉、享誉国内外的中国产品和品牌备受青睐,人民美好生活获得感显著增强,消费品工业传统优势地位得到持续巩固。

国货潮品成新热点

在第四届中国国际消费品博览会上,得物APP展区以“科技+国货潮品”为主题,展出了老字号国潮腕表、晨光文具与故宫联名的中国风签字笔、敦煌美术研究所龙年主题卫衣等博物馆文创周边,引来众多观众。传承传统文化的“新国风”正成为当代年轻人流行的生活方式。得物APP数据显示,在2023年国潮国货消费中,“95后”“00后”人群成为消费绝对主力,占据了82.6%,其中“00后”消费占比近六成。

抖音电商年初发布的报告显示,凝聚了传统文化元素与现代生活消费的国货“潮品”登上了龙年年货市场“C位”。年货节期间,抖音带货“国潮、新中式穿搭”话题的短视频播放量超过5亿次。在“抖音年货必买趋势金榜”上,国货占比达七成,不少品牌商家在活动期间赢得市场增量。比如,波司登在抖音商城的成交总额环比增长616%;韩束品牌销量较去年同期增长10倍以上。

近年来,国潮消费渐趋活跃,国潮产品开发成为重要导向。王旭介绍,经典文化元素在消费品设计生产环节广泛应用,我国以国潮为设计理念的产品种类、生产企业品牌数量较2019年增长超2倍,人均消费额增长超70%。一些产品不仅国内热销,在海外市场也是“爆款”,成为中国制造和文化交流的优秀代表。

国潮消费的兴起是文化自信的具体体现,国货“潮品”融合了传统文化与现代科技,充分彰显了中华传统文化的魅力。调研发现,今年春节期间,各地非遗元素产品火爆销售,并与老字号、古街区、传统节日、民俗活动等紧密结合,具有深厚的消费基础,有效推动消费市场增长。

“消费品工业是制造业中最能承载文化的行业。丝绸、工艺美术等兼具商品和文化属性,是传承传播中华文明的重要载体。历史经典产业的振兴发展,是夯实民族复兴物质基础的重要组成部分。高新技术和先进适用技术加速融合渗透,带动历史经典产品提质升级。”

李磊说。

我国良好的信息基础设施、10亿户以上智能手机用户、巨大的信息消费市场等良好条件,有力支撑电商平台培育智能家居、国货“潮品”等新消费增长点。据了解,工信部将组织开展“国潮大赛”,国货优品促销等活动,充分培育新业态新模式,进一步促进资源要素对接集聚,推动技术创新和跨界融合,扩大国潮品牌市场影响力,助力国潮消费提质扩容。

工信部还将鼓励地方、行业协会、电商平台、零售商超、重点企业协同赋能,支持线上线下销售平台对接重点生产企业,优先推送优质国潮品牌,实现供需适配和精准交付。探索“买家线上看厂”“消费者进园区”等方式,促进区域优质品牌销售,以新消费联动新制造,以优质供给促进消费升级。

挖掘数据要素价值

数字化技术不断赋能消费品工业转型升级。浪潮集团副总裁、浪潮通用软件有限公司总经理魏代森认为,当前,大模型重塑千行百业,加速推动行业数字化转型走深走实。人工智能、大模型技术走向实用,各类场景加速落地,从嵌入智能到原生智能,智能化场景越来越丰富,推动业务自动化、智能化变革。数据成为新型生产要素,高质量数据治理是关键,越来越多的企业正在推动数据资产入表,进一步释放数据要素创新价值。

“消费品企业要充分发挥、挖掘海量数据要素价值,加快数字化转型,打通生产端和消费端数据链路,推动供需协调力和高效匹配,促进数字化赋能、增值、提效。”工业和信息化部消费品工业司副司长王孝洋说。

李磊介绍,消费品工业以数字“三品”行动为抓手,聚焦产业链供应链关键环节,统筹推进数据驱动、资源汇聚、平台搭建和产业融合,推动数字经济与消费品工业融合发展,加快行业数字化转型步伐,积极培育发展新动能。

重点消费品行业智能制造、个性化定制、柔性制造、“互联网+”协同制造等新业态新模式加快推广应用。增品种方面,用户画像驱动产品创新迭代,有效提升供给与消费升级需求适配性及匹配效率;轻定制助推“以产定销”向“以销定产”模式转变,实现了在保持生产效率的同时,提供广阔的产品个性化定制空间;柔性制造



在贵州三穗经济开发区贵州鼎盛服饰有限公司生产车间,工人在赶制销往海外的订单产品。 龙兴伟摄(中经视觉)

实现“小单快反”,大幅提升机器设备的小批量生产能力和供应链的敏捷精准反馈能力。

提品质方面,产业链实现了上下游产品精准匹配采购,敏捷供应链能快速响应市场变化,同时为产品追溯、产销协同优化等提供助力。创品牌方面,数字营销赋能国货“潮品”焕发新生机,通过数字化技术帮助生产企业实现差异化品牌定位、个性化产品设计、定制化营销方式;虚拟现实探厂实现产地、产品可视化全景展示,向广大消费者推介展示工业文化和企业生产制造水平。

此外,线上线下融合营销大幅提升了生产企业的营销渠道效能,“一件代发”打破传统的多环节、长渠道流通模式,有效助力企业特别是中小企业降本增效,快速拓展销售市场。

据了解,工信部将面向纺织服装、食品医药、家用电器等重点行业,聚焦研发设计、生产制造、经营管理、用户服务等关键环节,推广个性化定制、柔性制造、敏捷供应链等新场景,培育挖掘数字消费等新模式。

“消费品工业量大面广,各细分行业特点和数字化需求不同,要加强数字化典型场景案例的梳理和推广,比如家居行业个性化定制、食品行业质量追溯、纺织服装行业数字化设计等。”王孝洋说。

● 消费品行业企业经营管理数字化普及率 76%

- 培育智能制造示范工厂90家
- 绿色工厂1050家
- 制造业单项冠军企业177家
- 专精特新“小巨人”企业1400家



和而泰青岛东北亚智能制造基地员工在生产线上忙碌,该企业产品应用于全球智能家电等多个高新领域。 新华社记者 李紫恒摄

掘金废塑料化学循环利用——

白色污染变成“城市油田”

本报记者 崔国强

国风服饰迎来发展良机

国风服饰是对中华优秀传统文化的传承和弘扬,也是我国服装行业的重要特色。随着国家发展和改革委员会宏观经济研究院与管理研究所发布《废塑料化学循环综合性研究报告》,显示废塑料化学循环成为国内外塑料污染治理的新方向,可以将“白色污染”变为“油田”。

据测算,2023年,我国约4300万吨废塑料被焚烧或填埋,如果其中50%能够实现化学循环,就相当于开发了一个超过6000万吨的油田。如果能够对现有10亿吨的存量塑料垃圾进行回收利用,相当于低成本开发超大规模的“城市油田”。预计到2035年,如果废塑料化学循环利用率达到30%,可以节约石油资源约1.08亿吨,相当于再造两座大庆油田。

化学循环与物理回收是废塑料材料化循环利用的两大路径。废塑料化学循环是指以废塑料为原料,采用化学方法将废塑料转化为一定比例的塑料单体以及副产其他化学组分,并进一步生产塑料及其他化工产品的过程。

专家认为,与物理回收相比,化学循环具有显著优势。化学循环具有广泛的原料适应性,能够将物理回收无法有效经济回收的低值废塑料和复合包装,甚至填埋场或自然界中历史堆存的废塑料进行集中回收利用,转化为与使用原出生

产具有相同品质的塑料原料,实现塑料工业的闭环循环发展。

当前,发展废塑料化学循环迎来多重利好。我国高度重视塑料污染治理,有关部门连续印发一系列政策文件,坚持塑料全生命周期治理,全面推动塑料源头减量、材料替代、规范回收和循环利用,不断加大塑料污染治理力度。

经过几十年的技术发展,目前废塑料化学循环技术已逐渐成熟,形成了以裂解法、解聚法、气化法为主的主流技术工艺,中石化、中石油、埃克森美孚等国内外大型企业纷纷开展废塑料化学循环产业化示范应用。

中国物资再生协会再生塑料分会统计数据,2023年我国产生废塑料6200万吨左右,回收量为1900万吨,较2022年增加5.6%。

“从废塑料材料化回收先进国家和地区的实践来看,资源化价值较好的工程塑料、中空瓶体硬质包装类塑料等基本能够通过物理方式实现较好的回收利用,而占塑料产量46%左右的软包

装类、膜袋类等低值废塑料则受产品特性制约,基本不具备物理回收的技术经济条件,普遍以焚烧或填埋方式处理。”国家发展和改革委员会经济体制与管理研究所循环经济研究室主任张德元表示。

报告预计,到2035年,中国塑料制品年产量将达1.55亿吨。如果其中化学循环利用率达30%,将使我国废塑料总体材料化回收利用率达60%以上,与焚烧废塑料相比,减少二氧化碳排放2232万吨,产值将超过1600亿元。

“预计到2035年,全球塑料产量将增加1倍,届时全球塑料年产量将达7.34亿吨。如果通过化学循环,将全球废塑料回收利用率由目前的9%提高到30%,每年将新增循环再生塑料1.5亿吨,与焚烧废塑料相比,减少二氧化碳排放9300万吨,相当于节约石油资源4.5亿吨,产值将超过6800亿元。”张德元表示。

专家认为,废塑料化学循环正处于由技术探索向产业化落地的关键阶段。不过,我国废塑料化学循环工作依然需要进一步完善。

专家建议,下一步首先要明确废塑料化学循环战略定位,将其作为构建我国塑料污染治理体系和能源资源战略安全保障的重要组成,纳入塑料污染治理政策法规体系、循环经济规划和废旧物资循环利用体系规划,并作为应对塑料污染的核心手段。同时,明确将化学循环作为废塑料回收利用的重要技术路线,将化学循环项目作为资源综合利用项目,优先在化工园区集中布局和运行管理,在碳排放指标、用能指标、用地指标上优先保障。

相较于物理回收,化学循环单体项目规模大,需要集中收集生活垃圾中分散的塑料垃圾,才能满足化学循环项目的原料保障。从现有城市基础设施建设情况看,目前各地普遍没有建立集中的低值可回收物分选设施,尚未打通回收分选链条。为了解决设施不完善不配套问题,要建立与化学循环相匹配的废塑料分类回收体系,加快改革和完善现行生活垃圾分类制度,将低值废塑料从生活垃圾中分选出来,并由化学循环企业加以利用。

中国石油和化学工业联合会国际部国际交流处处长满娟建议,下一步,要推进化学循环示范试点工程建设,推动大型企业加大废塑料回收和化学循环利用投资力度,建设一批废塑料化学循环示范工程,支持重点企业新建或利用现有装置开展工业化示范,鼓励建设上下游产业链融合发展的示范项目。



工作人员在上海自然博物馆内与小朋友交流关于泡沫塑料循环利用的知识。 新华社记者 方喆摄

业界点睛

- 提高品质, 稳定发展根基;
- 培养人才, 提升设计实力;
- 技术创新, 助推转型升级;
- 强链固链, 优化产业生态。

刚刚过去的五一假期,汉服“流量”再一次转化为文旅“留量”。今年以来,从“拜年服”到“踏青服”,再到中式毕业服,国风服饰不断升温,已成为年轻人仪式感穿搭的首选。“国风”劲吹,中国服装产业迎来良机,该如何乘风而起?

何为国风服饰?国风服饰是能够反映中国传统服饰文化,具有传统中式元素,在形制上有一定遵循的现代服饰。

国风服饰已成为服装行业的新赛道。今年一季度,把汉服作为特色产业的山东曹县,汉服网上销售额达19.8亿元,同比增长90.75%。然而,火速成长起来的国风服饰也面临成长的烦恼。市场上的产品样式鱼龙混杂,质量参差不齐也受到不少消费者吐槽。如何做好传统服饰文化传承和创新,让国风服饰更好走进生活,需要服装行业和企业有所行动。

要从提高品质入手,稳定发展根基。当下国风服饰退货率偏高,主要原因是部分盗版商家“货不对板”,使用了正版商家的图片,却没有使用同样的面料和工艺,导致消费者收到货后心理落差大。其实,不管市场如何变化,消费者对产品质量的基本需求都不会变。品牌影响力终究要靠提升品质来积累,否则经不起时间的考验。

要从培养人才入手,提升设计实力。国