

新质生产力不是少数行业的独角戏

当前,人工智能、高端制造等前沿领域加速突破,新动能的贡献持续攀升。今年1月份至8月份,以高技术制造业、数字产品制造业等为代表的新动能对全部规上工业增加值增长的贡献率超过五成;电子行业利润同比增长1.1倍,对全部规上工业企业利润增长的贡献率达62%。新动能跑出这样的加速度,让人对中国经济的结构优化更有信心。欣喜之余也要看到,越是新动能快速成长的阶段,越需要对新质生产力的内涵保持清醒认知。那种认为产业“非新即旧”的认识偏差,很容易成为新旧动能转换过程中的隐性堵点,必须高度警惕。

习近平总书记早已明确强调,“发展新质生产力不是忽视、放弃传统产业,要防止一哄而上、泡沫化,也不要搞一种模式”。然而在实践中,一种片面认知悄然抬头:认为只有布局前沿赛道、上马尖端项目才算培育新质生产力,对量大面广的传统制造业转型升级关注不够、支持不足。这种二元对立的简单化思维,本质上是把动态、复杂的生产力演进过程,简化成了一张静态的产业分类清单。由此带来的后果是多方面的。

其一,资源配置失衡。部分地方陷入“追热点、抢赛道”的路径依赖,把土地、创新资源集中投向前沿赛道,对传统制造业智能化、绿色化改造支持力度不足。

新质生产力评判的是生产力质态的跃升,而不是简单给产业贴上新旧标签。无论是新兴产业还是传统产业,只要依托科技创新,实现了生产方式变革、效率提升、产品升级,就是实实在在的新质生产力。

其二,同质化竞争加剧。一些地区不顾产业基础盲目跟风布局热门产业,造成重复建设、资源浪费。

其三,新旧动能接续断层。还有地方简单将传统产业贴上落后标签,急于“腾笼换鸟”,在新产业尚未形成稳定产能时就过早削弱了原有产业根基。

我国实体经济的地盘,恰恰根植于规模庞大、体系完备的传统制造业。从产业体量看,传统产业在制造业中占比超过80%,承载着绝大部分就业岗位,也是新兴产业不可或缺的配套基础与应用试验场景。很多高端技术、创新产品,其零部件供给、工艺验证、场景测试都离不开钢铁、机械、纺织、化工等传统产业的支撑。没有传统产业的深度参与,新兴产业的技术难以形成规模效应和持续迭代;没有新兴产业的赋能,传统产业难以突破效

率天花板和资源环境约束;没有未来产业的前瞻布局,产业体系就可能在下一轮竞争中失去先机。三者协同共进,才是完整的产业体系现代化。

要看到的是,新质生产力评判的是生产力质态的跃升,而不是简单给产业贴上新旧标签。无论是新兴产业还是传统产业,只要依托科技创新,实现了生产方式变革、效率提升、产品升级,就是实实在在的新质生产力。比如,智能化改造让传统生产流程实现数据驱动、柔性生产,绿色化转型让高耗能行业走向循环利用、低碳发展,这些变化本身就是技术革命性突破和生产要素创新性配置的产物。传统产业不仅不是新质生产力的“洼地”,反而是“富矿”。

落实到实践中,政策逻辑需要从“选冠军”转向“建生态”。一方面,加大对传统产业智能化、绿色化改造的普惠性支持,降

低转型门槛。传统产业体量大、场景广,但行业差异大、中小企业转型能力不足,单靠市场自发调节难以完成全链条的技术扩散。这就需要政府提供公共算力、数据平台和轻量化工具,让人工智能等前沿技术真正下沉到产业链末梢。另一方面,要继续强化新兴产业的技术供给能力和对未来产业的前瞻布局,防止运动式转型。只有从行业企业的真实痛点出发,前沿技术才能真正转化为生产效率。

中国经济正处在结构优化、动能转换的关键期,新质生产力的价值最终要体现在产业体系的整体效率提升上。传统产业、新兴产业、未来产业深度协同、彼此赋能,才能共同托举中国经济高质量发展,开辟广阔增长空间。



在“十一”黄金周期间,“奔县游”热度持续攀升。县域旅游的蓬勃出圈解锁了大众旅游新方式,催生出深度研学、农耕体验、自驾露营、房车旅游、康养旅居等新业态。文化和旅游部印发的《文化和旅游发展“十五五”规划》明确指出“因地制宜培育旅游名县”,为县域旅游发展提供了根本遵循。因地制宜培育旅游名县,盘活特色化县域资源,丰富高品质旅游供给,对于纵深推进文化强国、旅游强国建设,具有深远意义。

旅游名县是综合型文旅发展新模式,也是推动乡村全面振兴、促进区域协调发展的关键载体。世界上主要发达国家已形成特色化的县域文旅发展范式,依托本土优势产业吸引全球游客,持续放大文旅对地方经济的带动效能。比如,法国普罗旺斯以薰衣草为核心,打造特色产品,大大延长产业链;意大利五渔村通过线性旅游路径整合、联票机制及非商业化节庆,实现遗产保护与经济发展协同共进。

相较而言,近年来我国众多县域转向以品质服务、沉浸体验、本土原生价值为核心的精细化转型升级路径,以全域旅游思维重塑城乡空间,实现“城即是景、景融于城”,让游客沉浸式感受一方水土的独特气韵。例如,山西平遥以千年古城垣展现历史文脉之厚,浙江宁海以一席长桌宴尽显城乡融合之美,江西篁岭以五彩晒秋景沉淀乡土民俗之醇。这些地方也吸引海外游客慕名打卡,让县域文旅走出国门,绽放中式美学魅力。

具体来讲,我国培育旅游名县具备三大独特优势:

一是资源禀赋多元富集。县域覆盖全国近九成国土面积,分布在广袤乡土的田园风光、古建民居、红色资源、非遗技艺,成为千百座县城各展所长、各美其美的宝贵资源,为开辟差异化赛道提供坚实基础。

二是超大规模市场优势持续显现,国际影响力与日俱增。这有利于汇聚旺盛人气、激活消费活力,让国内外游客在“快旅慢游”中共享“诗和远方”。

三是公共文化供给机制完善。开放、多元、协同的供给格局基本形成,为旅游名县建设注入人文底蕴。

尽管特点鲜明,但短板也不容忽视。部分县域盲目复刻网红景观,缺乏核心文化内核,如同质化的仿古街区、灯光秀,在产业链条体系、公共设施建设、创意人才培养方面仍然有需要提升的地方。推动旅游名县提质增效,还应因地制宜,以系统思维、有力举措,探索更具韧性、更可持续、更高文化辨识度的发展新路径。

坚持产业融合,筑牢县域特色经济基底。通过规范化管理和景观化改造,将特色产业资源直接转化为旅游资源。依托特色产品标准体系建设和品牌矩阵建设,推动初级产品向高附加值的旅游产品升级。走好商、农、文、旅、体、健多业态融合路径,构建全域联动、四季可游的文旅产业格局。串联夜游娱娱、国潮市集、低空旅拍、数字文博等各类场景,以新质生产力赋能文化事业与文旅产业高质量发展。

激活存量资源,唤醒沉睡资源时代价值。全面梳理和激活县域田园生态、工业遗存、民俗瑰宝等闲置资产,以空间修复焕活风貌,以场景还原赓续记忆、以文脉传承淬炼内核,并由此打造各个领域的品牌,将资源优势转化为旅游发展的竞争力。积极开发手作体验、公共书房、特色民宿、庭院景观等多元场景,打造镌刻本土印记、辨识度鲜明的文化精神地标。

强化专业运营,激活文旅发展内生动力。持续推进县际联动、线路共建、客源互送、资源共享,支持企业深度参与县域文旅项目的内容打造、业态运营、品牌传播。聚焦本土文旅人才培养和专业化团队引进,构建适配入境游客需求的专业人才生态。持续开展线上线下一体化文旅宣传,打造带得走、记得住、传得开的亮眼名片,全面提升旅游名县的知名度和美誉度。

聚焦服务品质,构建情感联结价值高地。县域旅游的核心竞争力不在于复制城市的繁华,而是向放松身心、体验生活的本质回归。借助传统节庆和民俗节点,探索“实景演艺+情境复原+全民参与”模式,唤起乡愁意蕴,激发情感共鸣。优化智慧文旅建设和旅游标识体系,开行旅游直通车和主题列车,提升旅游承载能力和标准化服务水平,让游客愿复游、乐旅居,回应人民群众新要求新期待。

空调业增长逻辑正在改写

徐 斯

空调产业是我国制造业的重要组成部分。目前,2026空调冷年已经收官。数据显示,2026冷年(2025年8月至2026年7月)全球家用空调总出货规模达2亿台,同比下降9.4%。

我国拥有全球近80%的空调产能和90%的压缩机产能,珠三角和长三角产业集群能在数月内完成从研发到量产的闭环。近年来,空调内销市场稳中有进,技术创新亮点纷呈,智能制造水平持续提升。格力、美的、海尔等头部企业借助工业互联网平台,实现需求实时响应、全程实时可视和资源无缝对接。从实验室里的技术研发,到生产线上的智能制造,再到市场中的品牌出海,空调产业初步形成覆盖研发、生产、销售、服务全链条的发展体系,为产业高质量发展奠定坚实基础。

接下来,可聚焦智能化、绿色化、高端化、国际化,进一步释放空调产业创新驱动和转型发展的潜力。

智能引领。促进人工智能技术深度融

入产品的全流程设计和生产,推动空调产品从传统的“被动调节”向主动感知、精准服务的“智慧管家”方向进化。鼓励龙头企业升级现有产业产线,向模块化、柔性化方向改造,以适应个性化多样化市场需求,增强生产系统的敏捷响应能力。

绿色筑基。支持企业加大绿色新产品、新工艺、新技术的开发力度,在产品设计之初便融入生态理念,在生产全流程贯彻低碳标准,从源头减少能源资源消耗。结合以旧换新政策,建立健全废旧空调回收、拆解、再利用机制,推动制冷剂规范回收和铜铝等关键材料循环利用,减少废弃产品对环境的影响。

高端突破。逐步提升产品技术含量和附加值,加快形成从基础功能到高端体验的产品矩阵。聚焦清新空气、舒适风感、智慧生活等重点方向,挖掘母婴、养老等群体特殊需求,开发满足高品质生活需求的高端产品。引导企业强化品牌建设,讲好中国品牌故事,提升国产品牌在海外市场认可度。

精准发力推进零碳工厂建设

碳工厂建设的鲜明标识。

推动零碳工厂建设由示范引领迈向规模化推广,仍需在政策层面精准发力、系统推进。

强化标准引领,防止标签化。评估指标体系既是衡量建设成效的标尺,也是引导转型的“路线图”。加快分行业制定零碳工厂建设指南,明确汽车、钢铁、建材、化工等重点领域的差异化路径,避免“一刀切”和“运动式”建设。

叶永卫

深化数智赋能,提升精细化管理水平。工厂可依据“能碳管理中心能源数据自动采集率”“功能符合项数”等指标要求,加快搭建数字化能碳管理平台,运用工业互联网、物联网、大数据等技术,实现能耗与碳排放数据的精准计量、智能化分析与可视化呈现。在此基础上,深化人工智能、数字孪生等技术的融合应用,对生产全流程精准建模,预测运行状态,优化工艺参数,打通不同系统间的数据壁垒,推动能碳管理从数据采集向过程管控和优化决策延伸。

延伸协同链条,构建零碳产业生态。零碳工厂建设不能止步于厂区边界。鼓励龙头企业开展产品碳足迹分析,识别全生命周期重点碳排放环节,将碳减排要求融入供应链,带动上下游协同降碳。加快零碳供应链建设,优先采购绿色低碳原材料与零部件,推广绿色物流,提高清洁运输比例。建立废旧产品回收体系,推动动力电池、钢材等资源循环利用,构建闭环产业链,形成全链条减排合力。



A级景区不是“铁帽子”



更多内容 扫码观看

A级景区被摘牌降级,是市场对粗放运营的压力测试。部分景区创建一阵风,拿到就放松,忽视了游客的游玩体验。摘牌敲响行业警钟,治理不能只靠淘汰,要辅以政策扶持、资源对接;景区只有深耕服务品质,方能在文旅赛道行稳致远。



释放工业互联网产业价值

王国富 高明

在不久前举办的2026全球工业互联网大会上,各种人工智能与工业互联网融合应用成果集中亮相。这些应用成果可以根据订单、库存和设备状态智能调节生产,还可以利用AI进行质量检测、设备运维和能耗调度。工业互联网正从基础设施联网走向人工智能深度赋能的新阶段。

工业互联网是实体经济和数字经济深度融合的产业平台,是推进新型工业化的重要基础设施。在世界范围内,一些欧美发达国家围绕工业互联网建设形成各有侧重的路径。例如,美国的互联网高度发达,依托产业界自发成立工业互联网联盟,推进架构与标准建设;德国拥有强大的机械和装备制造业,但在新一代信息技术与数字经济领域并不突出,因而通过制造业与嵌入式系统、自动化等方面优势的融合,努力维持制造业优势地位。

在我国,工业互联网具有体系化和数智化的特色。

一方面,场景应用优势突出。我国的产业体系齐全,拥有最丰富的工业互联网应用场景。一些行业充分利用“5G+工业互联网”平台,带动上下游企业数字化转型,工艺标准化程度大幅提升。

另一方面,5G网络技术优势突出。我国5G基

站超480万个,为工业数据的高通量、低时延采集提供全球领先的网络底座。工业和信息化部相关数据显示,我国工业互联网核心产业规模超1.6万亿元,“5G+工业互联网”项目数超2.5万个,标识注册总量超7400亿个。

尽管在数智化和规模化应用方面已取得一定成效,但中小企业“不愿转、不会转、不敢转”的问题依然突出;部分行业数据孤岛现象仍然存在。接下来,还可以从数据、平台以及生态等层面发力,释放工业互联网更大产业价值。

升级工业互联网数据与网络设施。推进工业互联网自身的网络基础设施建设,结合行业特点分类建设工业专网,使各类工业现场的网络连接达到专业化和稳定化。强化工业网络体系衔接,依托国家工业互联网大数据中心体系建设行业级数据节点,形成“国家中心—行业节点—企业边缘”的三级数据汇聚架构,为工业大模型训练提供高质量行业语料。从协同水平上落实工业互联网标识解析“贯通”行动,持续拓展二级节点在各行业的落地覆盖面,普及一物一码应用,打通跨企业之间产品和设备的身

份识别壁垒。更广泛应用工业互联网平台。聚焦生产经营中的高价值、通用化场景,引导平台企业集中力量开发解决方案,使平台自身的技术资源不断涌向企业,提升企业应用效果。搭建区域性工业互联网公共服务平台,整合高校、科研院所与AI企业的技术资源,推出轻量化、低成本智能化改造方案,降低企业转型门槛。设立中小企业数字化转型专项基金,以补贴和奖补相结合的方式降低首期投入成本,把最优质的资源精准输送给创新型及专精特新企业。鼓励龙头企业将自用平台及已验证的行业模型向社会开放,通过“大企业建平台训模型、中小企业用平台享智能”的模式实现资源共享。

完善工业互联网生态协同体系。发挥龙头企业的链式带动作用,将上中下游的相关企业进行统一整合,与平台企业共建开源生态,持续提升产业生态协同发展水平。健全工业互联网平台数据联通标准,统一制定平台互联互通技术规范,提升不同平台之间的互联互通水平,推动跨行业、跨企业工业互联网平台协同发展。发挥大型公共服务平台的作用,为数字化转型困难的企业提供诊断和改造服务,鼓励高校与科研院所进行相应的技术攻关和人才培养。