CONSUMPTION DAILY

消费日报

2019年10月22日
星期二
总第7582期
第4641期
今日8版

A版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

微报眼

前三季度央企净利润增长7.4%

本报讯 数据显示,今年前三季度,中央企业累计实现营业收入22.1万亿元,同比增长5.3%,连续7个月保持在5%以上;累计实现净利润10567亿元,同比增长7.4%,效益增速比前8个月加快0.5个百分点,呈向好趋势。

此外,近年来中央企业"走出去"取得明显成效,截至去年底央企境外资产总额为7.6万亿元,当年营业收入为5.4万亿元,利润1318.9亿元。

中国轻工业联合会会长张崇和出席玩具和婴童用品展系列活动,并在行业晚会上致辞

授权发展实现玩具和婴童用品高附加值

10月16日,2019中国玩具和婴童用品行业晚会在上海举行。中国轻工业联合会会长张崇和出席并致辞;中国轻工业联合会党委常委刘江毅出席晚会;中国玩具和婴童用品协会会长梁梅致欢迎辞。国资委、工信部、商务部、市场监管总局等有关政府部门负责人,国际组织、产区政府及协会、玩具婴童用品生产企业、品牌授权企业、精英渠道商、设计院校、检测机构负责人等1000余人参加晚会。

张崇和在致辞中对玩具和婴童用品行业发展提出四点希望:

——高质量发展,服务美好生活。习近平总书记在庆祝新中国成立70周年大会上强调,要不断满足人民对美好生活的向往。玩具和婴童用品行业要顺应生活新方式,紧贴市场新趋势,紧跟消费新需求,努力实现产品由多到好,由好到精,更好地满足人民日益增长的美好生活需要。

——精品发展,满足市场需求。玩具和婴童用品行业要落实国家"三品"战略,增品种,提品质,创品牌,创造新品,制造上品,铸造精品。以娱乐性、益智性、实用性、舒适安全、新颖质优的精品,努力满足婴童生活新需求。

——授权发展,创造高附加值。近年来,品牌授权已经成为实体经济发展的新动力,未来前景广阔,发展空间巨大。玩具和婴童用品行业要借助品牌授权跨界融合,共享共赢,共荣共强,创造玩具和婴童用品的更高价值。

——创新发展,供需精准对接。玩具和婴童用品行业要研究婴童,细分市场需求,精准设计、精心生产、精细销售,以精益求精的供需对接全面提升行业持续发展能力。

梁梅在致辞中指出,今年1—8月,我国玩具出口和对美国出口分别同比增长16.72%和3.75%,中国玩具和婴童用品行业已彰显出了足够的韧性和潜力。她表示,置身新时代,奋斗正当时。无论身处的国内外环境将会多么变化多端,只要携起手来,齐心协力,以"功成必定有我"的担当,与时代同行,与祖国共进,就一定会再次创造更为灿烂的辉煌。

此次晚会以"筑梦新时代 共享新机遇"为主题,发布了2020年全球创新产品,举行了第十届中国玩具和婴童用品创意设计大赛等颁奖典礼,发布了TJPA Care Project·B&U陪伴计划,颁发了"新中国70年行业最美奋斗者"荣誉勋章,致敬玩具行业最美奋斗者。

10月17日下午,张崇和等领导参观了由中国玩具和婴童用品协会主办的第13届CLE中国授权展,依次观看了故宫博物院、环球影业、孩之宝、小猪佩奇等IP巨头展台展品。中轻联党委常委刘江毅,中轻联副秘书长、中国品牌授权联盟常务副理事长于学军等陪同参观。

博物馆是授权展的特色之一,故宫博物院、国家博物馆、梵高博物馆等多家中外博物馆均参与了本届授权展。在首次亮相授权展的故宫博物院展台,张崇和仔细观看"千里江山图"IP授权产品,了解授权业务流程。张崇和表示,品牌授权已经深入人心,故宫博物院是中国博物馆IP标杆,相关产品深受喜爱,不仅给人民美好生活锦上添花,更是彰显了故宫的品牌号召力,让人耳目一新。当晚,张崇和等领导还参加了中国授权金星奖颁奖盛典并为获奖者颁奖。

此次中国授权展规模达40000平方米,同比扩大15%,377家企业展示国内外热门授权IP超过1800项,覆盖娱乐、艺术、时尚、企业品牌、体育、博物馆等全品类授权领域。与中国授权展同期举办的,还有CTE中国玩具展、CKE中国婴童展、CPE中国幼教展。整体规模超过23万平方米,集合政府、协会和行业优势,有效推动了玩具和婴童用品行业的高质量发展。

10月17日上午,张崇和等领导在中国玩具和婴童协会原理事长石晓光和企业相关负责人的陪同下来到江苏昆山,到好孩子儿童用品有限公司参观调研。在生产车间,张崇和体验e-PRIAM婴儿车斜坡测试。这辆车依靠传感器能并根据路况自行调整助力,实现上坡助力爬坡,下坡增加阻力减速。张崇和为这种人性智能设计点赞,并表示,一定要用更人性化、更注重细节的设计满足人民美好生活需要。在好孩子汽车儿童安全座椅检测认证中心,张崇和等领导认真观看儿童座椅动态撞击测试。他表示,保障孩子安全是儿童座椅的神圣使命,一定要用创新、安全成就"好孩子"。

进博会助『一带一路』沿线企业拓展中国市场

本报讯 近日,上海口岸迎来一批特殊商品——约200公斤意大利面团。作为第二届中国国际进口博览会的参展食品,这批面团将在上海"化身"为面包等意式美食,呈现给第二届进博会上的中国采购商和消费者。

负责面团检验通关的上海海关关员表示,以往入境的不是食品成品就是食品原料。花费心思将"活"的面团运到中国,为的就是做出地道的意式面包,由此可见意大利参展商对进博会以及中国市场的重视,也反映出以意大利为代表的"一带一路"沿线市场多彩独特的商品文化。

据上海海关统计,自9月26日第二届进博会首票进境展品报关以来,来自"一带一路"沿线市场的申报进境展品已达42票,占第二届进博会申报进境展品总数近3成,进博会正不断为"一带一路"沿线企业拓展中国市场创造出新的机遇。

除了带来面团以及新款依维柯商用车的意大利,同为"一带一路"沿线国家的土耳其参展第二届进博会的形式也富有特色:23家企业把150多个品类的展品装满2个大集装箱,通过一票报关的形式进境上海,犹如把一个集市搬到了进博会。

据介绍,这些来自土耳其的展品不仅有干果、饮料、食品,还有日用品、家电、医疗器械、瓷器、餐具等,品种数量是土耳其参展首届进博会的数十倍。

海关统计显示,今年前8个月,上海海关关区对"一带一路"沿线市场实现货物进出口1.02万亿元人民币,比去年同期增长5.5%,占同期上海关区外贸进出口总值的24.8%,同比提升了1.4个百分点。

据介绍,中国国内宏观经济平稳运行,消费市场增长,有力支撑了自"一带一路"沿线市场资源类商品和消费品的进口。除了蜂蜜、葡萄酒、奶酪、水果等绿色农产品、初级原材料以及相关国家特色商品广受中国市场欢迎外,上海关区今年前8个月还从"一带一路"沿线市场进口集成电路503.5亿元,同比增长7.3%,占同期上海关区自"一带一路"沿线市场进口总值的14.9%,显示出中国市场的包容性以及与"一带一路"沿线的巨大经济互补性。

前三季度高技术制造业表现亮眼

日前,中国经济前三季度"成绩单"揭晓。据国家统计局发布,初步核算,前三季度国内生产总值697798亿元,按可比价格计算,同比增长6.2%。分季度看,一季度增长6.4%,二季度增长6.2%,三季度增长6.0%。

专家普遍认为,从前三季度数据来看,前三季度国民经济运行总体平稳,结构调整稳步推进,经济长期向好的基本面没有改变。

"总的来看,尽管外部环境较为严峻复杂,但国内有力的支撑因素较多。下一步经济保持平稳运行是有条件、有支撑的。"国家统计局国民经济综合统计司司长、新闻发言人毛盛勇在国新办发布会上如是说。

数据显示,前三季度,全国规模以上工业增加值同比增长5.6%,其中9月份同比增长5.8%,增速比8月份加快1.4个百分点。服务业继续保持较好发展势头。前三季度,全国服务业生产指数同比增长7.0%,其中9月份增长6.7%,增速比8月份加快0.3个百分点。

"服务业在很大程度上弥补了制造业增速放缓,未来三大产业中,服务业还要继续发力,但制造业更多是要稳住自身。"商务部国际贸易经济合作研究院研究员白明说。

值得关注的是,前三季度,高技术制造业增长较快,快于整体制造业发展。数据显示,高技术制造业增加值同比增长8.7%,增速快于规模以上工业3.1个百分点;占全部规模以上工业比重为14.1%,比上半年提高0.3个百分点。同时在投资方面,高技术制造业投资同比增长12.6%,增速比全部投资快7.2个百分点;高技术服务业投资增长13.8%,增速比全部投资快8.4个百分点。

"从各方面数据来看,技术进步、技术创新成果令人瞩目。"国务院发展研究中心宏观经济研究部研究员张立群指出,随着市场竞争压力加大,企业在技术研发方面投入增大,高新技术企业显著增加,新技术应用步伐加快,市场引导的技术创新活动更加活跃,更加积极。

但在白明看来,"高技术制造业不能是孤军奋战,要带动整个制造业和相关服务业协同发展。"

中国财政科学研究院党委书记、院长刘尚希指出,通过新技术的扩散带动传统产业升级,通过数字技术、人工智能、大数据等改造传统制造业,是当前的重要任务。"在创新驱动发展战略的推动下,高新技术企业研发创新正不断跟进,但研发创新有一定过程,很难一蹴而就。同时,高新技术产业发展面向好,但也要进一步通过改善营商环境,扫除创新体系中的体制机制障碍,使新动能进一步放大和扩大。"

根据专家预测,随着一系列"六稳"政策出台,经济有望进一步企稳,预计全年GDP增长在6.2%左右。

"中国市场仍是全球最具潜力的投资市场。"中国国际经济交流中心美欧所首席研究员张茉楠指出,1—9月,全国新设立外商投资企业30871家,实际使用外资6832.1亿元人民币,同比增长6.5%。数据显示,前三季度,第三产业增长对国内生产总值增长的贡献率为60.6%,高于第二产业24.3个百分点。最终消费支出增长对经济增长的贡献率为60.5%。从制造业来看,9月规模以上工业中高技术产业增加值同比增长11%,比上月加快4.9个百分点;9月战略性新兴产业的增长速度也超过9%,显示结构改善持续。"这也反映了中国加快转向以内需驱动为主的增长模式。国内市场大规模、多元化、阶梯式需求是中国经济的稳定之源。"张茉楠说。

(央 广)

坚守与创新 助力国货崛起

无论是传统的衣食住行,还是新奇的电子数码,不难发现,近年来一批国产消费品牌已经开始越来越频繁地出现在我们身边。

"中国制造"的烙印正从产品向品牌延伸,而"国潮"这一新词应运而生。这其中折射出消费者对"国货"的认可与信赖,在这背后,则得益于近年来供给侧结构性改革持续释放的活力,以及企业在创新上的坚守。

业内人士认为,随着国货得到越来越广泛的认可,消费市场逐步建立起的品牌自信与做大做强民族品牌形成了一种良性循环,这对广大国内企业来说是一个很好的发展契机。

创品牌 由幕后走到台前

在民族品牌崛起的背后是企业坚守主业,专注创新研发,通过差异化发展,满足多元需求。

波士顿咨询和阿里研究院联合发布的报告将消费需求分为四类,高端产品服务、健康与品质生活方式、平价享受型消费、快消类生活必需品,例如奢侈品属于第一类,有机食品属于第二类,休闲零食属于第三类,而洗发水则属于第四类。研究结果显示,一个所谓的"高端"客户,也会同时消费四类商品。

"在以往相当一段时间内,国产品牌商品相较于外国品牌,在一定程度上存在'形似而神不似'的问题。"在浙江省工业和信息化研究院院长兰建平看来,如今"国货"的崛起离不开近年来持续推进的供给侧结构性改革取得的成效,许多细分领域内,民族品牌的商品无论在品质还是附加值上都有了很大提升。

在经营理念上,企业也经历了从甘居幕后"发闷财"到身先士卒"创品牌"的转变。从华为、小米、名创优品、瑞幸咖啡等国产品牌旗舰店选址来看,他们均选择在一二线城市的核心商圈,地处人流量最大的黄金位置,给人一种"高端大气上档次"的印象,并确保风格的统一和一以贯之,而不是传统的大卖场风格。

受访专家表示,"世界工厂"支撑了中国制造的发展,但也让不少企业习惯于隐居幕后,成为半成品供应商,为避免与终端品牌"喧宾夺主",往往甘居幕后。但随着世界经济增速放缓,国内市场扩大,已经脱胎换骨的世界工厂也开始向微笑曲线两端延伸,越来越注重品牌营销。

多举措 助民族品牌根深叶茂

提升品质和服务,这是做好品牌的前提,是国内企业迈向高质量发展的重要途径。同时,相关部门需要多方面入手,为优秀民族品牌营造良好的发展环境。

2017年,国务院批准将每年5月10日设立为"中国品牌日",民族品牌迎来发展良机。不少企业家坦言,在一些领域尤其是高端制造业,民族品牌与国外竞争对手相比还是有着不小的差距。

当前,一些大型制造企业不断创新升级,产品媲美同类进口产品,但在市场上仍"抬不起头"。有关专家认为,消费者对进口商品的追捧,暴露出我国相关产业的品质短板,也挤压了优质国货的生存空间,相关部门需要从多个方面入手,进一步为优秀的民族品牌营造良好的发展环境。

首先是破除准入歧视,强化引导"示范效应"。借助现在国潮兴起的东风,应形成一批有引领性的品牌。

二是扶持工业设计与文创产业融合发展。中国工业设计联合会秘书长应放天认为,工业设计是撬动制造业转型升级的有力支撑,国家应加大对工业设计行业的扶持,"苹果本质上就是一个设计公司,生产线主要迎合设计,而不是设计去迎合生产。"

商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍说,国外很多品牌的汽车、服装、香水、红酒在销售时,都力图营造一种独特的文化氛围,形成一种潮流和时尚,让消费者心甘情愿地花钱,为文化附加值埋单。"民族品牌要实现品牌提升和打造国际品牌,需要充分认识和利用中国文化的魅力,通过跨界思维,将文化内涵融入到设计当中。"

三是加快重建品牌质量认证体系。专家建议,应重建国家产品质量评价体系。可考虑由商标行业协会和各产业行业协会牵头制定标准,企业自主申报、专家打分,同时增加消费者互动评价因素,从而推出真正有实力的民族品牌。

(综 文)

本报新闻职业道德监督岗
电话:(010)67604554 67604747

快来扫扫我吧!
搜狐新闻客户端
消费日报微信公众平台
《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:
步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端
步骤二:打开应用点击上方"订阅"
步骤三:选择"添加订阅"后搜索"消费日报"
步骤四:点击右上角"+关注"即可

● 消费日报社出版 ●社长、总编辑:李振中 ●副社长:刘和清 ● 副总编辑:刘 丁 王燕华 赵 曦 ● 主编:赵 曦 ● 实习编辑:贾淘文 ●新闻热线传真:67604999 ● http: //www.xfrb.com.cn
● 北京市丰台区定安东里20号楼 邮编:100075 ● 监督电话:67604747 ● 总编室:67605115 ● 广告处:67604888 ● 发行处:67604545 ● 印刷:人民日报印刷厂 ● 照排:网络照排中心