

奋进新征程 建功新时代·非凡十年

一个行业,因砥砺前行而焕然一新。
一种精神,因不辱使命而赢得喝彩。
十年踔厉奋发,十年不负韶华。十年来,作为我国国民经济重要组成部分的轻工行业,在高质量发展的道路上大踏步前行。
特别是党的十九大以来,中国轻工业联合会认真贯彻国家战略部署,积极探索新时代轻工行业发展举措,结合工作实际,总结梳理出科技创新、标准质量、绿色发展、“三品”战略、产业集群、技能人才六大举措,推动行业高质量发展。随着国家对

数字经济和建设全国统一大市场的重视与推进,中国轻工业联合会进一步提出通过科技创新、标准质量、绿色低碳、数字转型、“三品”行动、产业集群、市场建设、技能人才八大举措,推进轻工行业高质量发展和轻工强国建设。
回望过往奋斗路,扬帆未来笃行时。恰逢伟大新时代,中国轻工业将通过科技协同创新体系、技术基础支撑体系、行业生态协调体系、区域优势互助体系、高级人才梯队体系和行业组织服务体系六大战略体系,践行《轻工行业“十四五”高质量发展指导意见》,通过十年奋斗,建成轻工强国,为中华民族伟大复兴谱写新的辉煌篇章!

凝心奋进 绘就“三品”新蓝图

“三品”行动篇

□ 本报记者 王洋

投身新时代,轻工人不忘初心、凝心聚力;奋进新征程,轻工人矢志不渝、砥砺前行。

从中国家用电器协会组织全行业参加“全国绿色家电消费行活动”促进国内消费,到破壁料理机、IH电饭煲等新兴细分品类成为小家电新增长点,跑出“品种创新”加速度,深挖用户消费需求,让人们对美好生活的向往不断变为现实。

从安徽天长的毛绒玩具产业区和安徽舒城的童床产业产品质量不断提高,到互联网、大数据、人工智能在行业内广泛应用,中国玩具和婴童用品协会着重下好“品质提升”先手棋,十年来,大量具有科技含量的高品质产品进入市场,助力“祖国的花朵”在新时代更加茁壮成长。

从提升“真皮标志”和“真皮标志生态皮革”推进名牌发展战略,到促成皮革企业在“一带一路”等国家投资建厂,中国皮革协会聚焦讲好“品牌建设”故事,让中国皮革在国际市场的地位得到巩固,成为我国最有国际市场优势的行业……

一路栉风沐雨,十年春华秋实。

2012年11月15日,履新伊始的习近平总书记发出新时代中国共产党人的铮铮誓言:“人民对美好生活的向往,就是我们的奋斗目标。”

2022年10月16日,习近平总书记在二十大报告中庄严提出,增进民生福祉,提高人民生活品质。

轻工行业与人民的衣食住行密不可分,是“美好生活”走进千家万户的最生动的写照。近年来,围绕“增品种、提品质、创品牌”,中国轻工人牢记总书记的嘱托,努力提升消费对国民经济的拉动作用,对满足人民美好生活需要起到了极大的推动作用,轻工消费品的品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升,食品、婴童用品等领域的质量安全水平不断升级,更有力地促进了高端消费回流。

今日之轻工,行业欣欣向荣、企业孜孜不倦,前程远大。

中国轻工人用不断翻新的数字、不断提升的科技含量、不断享誉国际的品牌,交出了一份属于轻工行业的新时代答卷,将创造和改变的足迹布满神州大地,汇聚成新时代中国轻工行业高质量发展的壮丽篇章。

增品种 满足人民多样化消费新需求

十年来,中华大地上全面建成小康社会,第一个百年奋斗目标如期实现,中国人民正意气风发迈向全面建成社会主义现代化强国的第二个百年奋斗目标。

十年来,中国轻工行业迎来了从“好不好”到“强不强”的伟大飞跃,实现了不断增加产品品种、市场上新品迭出的高质量发展,为推动“人民美好生活”作出更大贡献。

“十三五”期间,传统白电、厨电中,变频、大容量、嵌入式等高端、品质型产品份额迅速增长,尤其是嵌入式厨房电器正逐渐取代传统台式机的市场份额;小家电中新兴细分品类成为新增长点,例如洗碗机、破壁料理机、IH电饭煲、智能马桶盖、净水器、空气净化器;自行车行业研发出亲子车、双人车、沙滩车、休闲车等新品种,不断满足消费者多样化需求;玩具婴童行业每年都有300多个新品种推向市场;口腔清洁用品行业高端牙膏市场占有率有了较大的提升,由16%上升为20%,超高端牙膏市场比重由22%上升为26%,中草药类牙膏市场占有率近年来上升明显,2017年年底已达23.9%;塑料加工行业新材料新产品新技术涌现,生物降解膜在不同地域多种农作物中应用,取得根茎类作物亩增产10%至15%的良好效果,以聚乳酸为代表的生物可降解材料越来越多的应用在医疗领域,塑料管道与塑料异型材在行业内率先实现PVC塑料管道产品无铅化生产……

轻工企业深挖用户的消费需求,不断增加产品品种,提升产品创新能力,市场上新品迭出,产品结构升级显著,满足消费升级需求的中高端产品及新兴产品成为市场增长新动力。截至2022年9月,轻工行业共编制发布了九批

跟随神舟十二号奔向太空的世界首台航天微波炉,为“国家名片”高铁量身定制的金五工具钳,覆盖全成长周期的儿童安全座椅……新时代,越来越多的高品质轻工产品在赓续传承中焕发出蓬勃的生机活力。

十年来,轻工行业如何在时间的河床上凝聚起提升品质的奋进力量,从下面一组数据,可见一斑。

2011年国家工商总局累计认定的驰名商标874件,其中轻工396件,占45.31%;商务部公布的第二批696家中华老字号中,407个为轻工产品品牌,占58.48%。7家轻工企业获“全国质量奖”,占全国16%。在世界品牌实验室于2012年发布的《2012中国500最具价值品牌排行榜》中有148个轻工产品入围,分布在食品、饮料、酿酒、家电、家具、皮革、乳业、五金、工艺美术、日化、钟表、造纸、电池等行业,其中海尔集团以825.29亿元成为该榜单轻工行业价值最高的品牌。

“十三五”期间,轻工行业通过实施“三品”战略,企业质量管理水平普遍提高,先进质量管理技术和方法得到普及,产品质量可靠性和一致性得到强化,产品品质、技术含量明显提升。在质量管理体系方面进一步完善,对重点行业 and 关键环节进行技术改造,全面提升

《升级与创新消费品指南》,涉及食品、家用电器、家具、五金、玩具、乐器、自行车、洗涤日化、制笔等近20个行业,包括日常生活中最常用的智能家电、洗护用品、儿童玩具、家具、乐器等,累计发布557项消费品,此外,对于个性化、时尚化、功能性和绿色消费需要,轻工企业推出了一批科技含量高、附加值高、设计精美、制作精细、性能优越的精品,创新提升了一批民族特色用品和旅游工艺品。

2020年12月,好孩子荣获中国工业领域最高奖项——中国工业大奖企业奖。细数近年来好孩子推出的产品——拥有集成传感装置,能实现上下坡助力功能,在任何路面推行都如履平地的婴儿车;灵感源自阳澄湖大闸蟹,折叠后仅有公文包大小的口袋车;产品表面采用温变分子材料,根据温度变色的温度感应睡袋;首创碳纤维车架,四轮自适应切换的天鹅婴儿车……深挖用户需求,成为玩具行业不断增加产品品种,助力“人民美好生活”的源动力。

智慧无缝缝机,自动模板机、自动贴袋机、自动打扣机、自动锁眼机、自动接驳缝机等缝制单元,以及牛仔裤智能生产线、衬衫智能生产线、毛巾智能生产线、羽絨被自动生产线、帽檐眉眉自动生产线……基于物联网技术,缝制机械行业的智能化产品品种激增,数十个品种智能缝制装备实现量产并加快传统设备升级换代步伐。推动产业链转型升级,成为缝制机械行业产品品种创新,助力产业链提质增效的驱动力。

此外,轻工企业还不忘增加对老年、婴童和特殊群体消费的供给——推动老年用品产业发展,发展智能化日用

辅助产品;针对老年人生活辅助需求,发展生活起居、出行移动、休闲娱乐等老年产品;发展适老化家电、家具产品以及新型照明、洗浴装置、坐便器、厨房用品、辅助起身等适老化智能家居产品;发展智能轮椅等各类助行和跌倒防护产品;发展老年益智玩具、弹拨乐器、心理慰藉和情感陪护机器人等老年休闲娱乐产品;针对养老照护需求,发展辅助清洁卫生、饮食起居、生活护理等方面产品;开发健康监测、数据显示、定位终端等功能的智能手表;加强老年人足部健康研究,开发具有防跌倒等功能的老年鞋。提高老年食品、运动营养食品等新产品供给能力……从群体差异化需求发力,成为轻工企业提升服务供给水平,助力满足不同收入群体消费需求的奋斗力。

不积跬步无以至千里,不积小流无以成江海。如今,轻工行业能为人民带来更多“新品”并非一日之功。

时针拨回2012年。早在“十二五”期间,中国轻工业联合会就已将发展特色产品作为抓手,为各行业指明奋进方向——在工艺美术、礼仪休闲用品、少数民族用品等行业开发出一批具有特色的新产品。其中,五金行业积极开拓太阳能热水器的农村市场,塑料行业加大农用薄膜、灌溉管材推广力度……

此外,轻工部分协会开展下乡百强县市巡展,在二、三、四级市场掀起消费的新热潮,通过推动企业主动靠近农村市场,引导企业探索深度开发农村市场的手段,创新引导县域市场消费的模式。

一个“领跑者”“新品”的增加,标示出十年来中国轻工行业“量”的跨越,更彰显“质”的提升。中国轻工行业在推动新产品诞生上闯出新路子,在构建新发展格局中展现出新作为。

提品质 促进有效供给能力提升

制造、工艺、管理水平,提高劳动生产率 and 产品质量。开展国际对标,鼓励制定高于国家标准和行业标准的企标标准,截至2020年6月,轻工行业共有标准6157项,其中,国家标准2680项,行业标准3477项。行业重点消费品的国际采标率已达到95%。质量检验检测和认证持续推进,轻工检测机构87家,为市场监管部门、生产企业、第三方机构、消费者提供检测服务。

其中,口腔清洁护理用品行业规模以上企业质量管理控制能力不断提升,建立健全了牙膏标准体系、检验检测体系、质量安全追溯体系,产品质量检测方式及质量控制手段逐步与国际接轨。家电产品品质不断提升,家电标准体系日趋完善,主要家电产品标准已与国际接轨。缝制机械行业深入开展以提品质为目标的产品质量提升工程和国际对标工作,开展了电子套结机产品质量提升工程。

能否满足“人民日益增长的美好生活需要”,是衡量轻工行业发展、轻工产品好坏的新标尺。

2021年6月23日,央视新闻播出了聂海胜、刘伯明、汤洪波3名神舟十二号航天员在空间站的工作和

生活片段,其中一段“太空吃播”引发了不少网友关注,而这背后离不开一样“神器”的功劳——世界首台航天微波炉。为了能够在条件严苛的太空中工作,格兰仕航天微波炉项目组做了大量的技术创新工作,对航天微波炉磁控管、加热腔等核心零部件进行了全方位的优化设计。航天微波炉的出现,是我国微波炉领域乃至家电领域科技含量引领世界的一个缩影,也标志着中国制造产业征途走向星辰大海。

十年来,像航天微波炉这样“提品质”的故事,在轻工行业不断上演——我国乳制品生产标准比欧盟的标准还要严格,为消费者健康安全提供了坚实保障;玩具婴童行业企业生产一致性达到88%,主流渠道销售产品行业市场摸底抽查合格率接近90%;焙烤食品糖制品等行业的日常抽检合格率不断上升,产品质量保持稳定;白酒、食糖、肉制品等重要产品质量安全追溯体系建设,互联互通标准等在积极推进实施中……

从历史深处走来,向美好未来奔去。产品品质不断提升,让轻工行业怀有无比的自信,与时代和社会一起,向阳生长。

创品牌 树立中国制造良好形象

发展自创品牌,开启海外并购热潮,实施国际化发展战略,极大提升消费者对国货精品认同感和自豪感……一桩桩轻工企业的小变化,涓滴汇流,拼凑出了轻工行业创品牌的“大飞跃”,让人民生活的幸福成色更足、更暖。

“十二五”期间,中国与五大洲的28个国家和地区建立了15个自由贸易区,轻工产品出口市场多元化格局已经形成。中国轻工产品出口国家和地区达到247个。塑料、皮革、食品饮料、文体、家具、五金等七个行业出口额均超过300亿美元。轻工企业努力实施“走出去”战略,制鞋、糖业、造纸、缝制设备、五金等行业在数十个国家和地区进行投资。海尔集团、康奈集团为轻工企业走出去创造了重要的经验。

目光长远,方能行稳致远。召开“年度轻工品牌培育工作座谈会”,举办“轻工品牌培育管理体系培训研

讨会”;组织行业协会受理企业申请,开展评审推荐工作;完成工业质量品牌重点工作项目申报;组织开展卓越绩效先进企业的评审表彰工作……

一切准备都是为了更好的开始。

如今,轻工领域智能制造、绿色制造、“互联网+”协同制造取得积极进展,个性化定制模式广泛推广。服装、家电、制鞋等领域与国际标准一致性程度达到95%,婴幼儿配方食品质量抽检合格率连续5年保持在99%以上,前10位家电品牌企业销售收入合计占全行业接近70%。运动鞋、自行车、美妆产品不仅国内热销,也成为海外“爆款”,老百姓对“国潮”品牌认可度明显提升。

聚焦“美好生活需要”,十年来,轻工行业始终积极推动中国产品向中国品牌快速转变,国内品牌实力明显提升,企业纷纷加强了品牌发展战略,部分行业企业

从贴牌生产向自主设计、自创品牌发展,品牌国际化程度大为提高,优势品牌企业实施国际化发展战略,在高端产品领域与外资品牌的差距明显缩小,并且开始布局全球市场,扩大“中国制造”的国际影响力。从中国产品向中国品牌转变、从中国名牌向世界名牌转变……从不断革新中一路走来,中国轻工行业,在同世界的交融发展中,不断书写“创品牌”的大美诗篇。

时代的考题已经列出,我们的答卷正在书写。

十年弹指一挥间,中国轻工行业写下波澜壮阔的恢宏篇章。轻工人以坚定的理想信念、顽强的拼搏精神、开拓进取的奋进品质,为满足人民美好生活,添砖加瓦。

十年风雨兼程,十年砥砺前行。步入2022年,进入全面建设社会主义现代化国家新征程的关键时刻。轻工行业已翻开“十四五”新篇章,击鼓催征,踔厉奋发。

凡是过去,皆为序章。更辉煌的未来等待着全体轻工人的书写。我们的目光永远向前。
新起点,再起航!