

# 消费日报

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 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号

## 前 10 月规上轻工企业实现利润同比增长 9.8%

**本报讯** 中国轻工业联合会近日公布 1 至 10 月我国轻工业经济运行情况。数据显示,前 10 月,我国轻工行业规模以上企业实现营业收入 19.37 万亿元,同比增长 6.7%。

当前,随着稳经济一揽子政策及接续政策措施进一步加力提效,轻工行业经济总体延续复苏态势。行业产需总体稳定。看生产,1 至

10 月,轻工业增加值同比增长 3.6%,增速高于制造业 0.2 个百分点。部分轻工行业增加值保持较快增长。电池制造、助动车、日用化学产品等制造业增加值增速超过 10%。看消费,从前 10 月累计情况看,轻工消费市场整体继续保持增长。1 至 10 月,轻工 10 类商品零售额为 55698 亿元,同比增长 2.1%,高于社会商品零售总

额增速 1.5 个百分点。

盈利水平继续改善。随着促消费政策效应不断释放,轻工行业利润增速逐月上行。1 至 10 月,轻工行业规模以上企业实现利润 11842.6 亿元,同比增长 9.8%,增速较 1 至 9 月加快 0.9 个百分点。轻工营业收入利润率为 6.11%,同比提高 0.17 个百分点,高于制造业 0.8 个百分点。

投资规模持续扩大。2022 年主要轻工行业固定资产投资规模在上年稳步恢复的基础上继续扩大。1 至 10 月,除造纸行业外,轻工主要行业投资均保持两位数较快增长,且增速高于全国及制造业投资增速,其中,皮革、文体、木材加工等行业投资增速超过 20%。

(和 文)

完善培养体系 强化激励机制 畅通发展路径

## 我国高技能人才队伍持续壮大

搭架子、刮腻子、做装饰,00 后小伙子马宏达凭借 3D 立体的羽毛抹灰装饰,赢下抹灰与隔墙系统项目中国首金;3D 建模、编程序、精加工,周俊杰把零件误差控制在 0.02 毫米内,助力中国代表团实现数控铣项目四连冠;设计、制版、裁剪、缝制、装饰,一个人撑起一条流水线,董青斩获时装技术项目金牌……

在日前结束的 2022 年世界技能大赛特别赛上,中国代表团赢下 21 金、3 银、4 铜和 5 个优胜奖,蝉联金牌榜、团体总分第一名。

**技能人才培养取得积极进展  
高技能人才超 6000 万**

“世界技能大赛是最高层级的世界性职业技能赛事,代表了各领域职业技能发展的世界先进水平。”世界技能大赛中国(天津)研究中心副教授陈晓曦说,世界技能大赛的成绩能够在一定程度上展现我国技能人才队伍建设水平,特别是青年技能人才队伍的情况。

陈晓曦表示,回望过往的 12 年,从奖牌零的突破,到连续三次蝉联金牌榜、团体总分第一,中国代表团的成绩不断提升。这展示了我国青年技能人才的魅力,是我国技术工人队伍素质不断提升的一个缩影,证明了中国成为技能强国的潜力。

人才队伍的结构往往是金字塔型。一名名顶尖技能选手的涌现,离不开技能人才队伍的整体壮大。党的十八大以来,我国高度重视技能人才队伍的培育与发展,技能人才工作取得积极进展。

总量不断扩大。截至 2021 年底,技能劳动者总量超过 2 亿人,占就业人员的比例为 26%。

质量不断提升。截至 2021 年底,我国高技能人才超过 6000 万,占技能人才

的比例达到 30%。

机制不断完善。“十三五”时期,全国共组织开展补贴性职业技能培训近 1 亿人次;其中培训企业职工超过 3000 万人次,农民工超过 4000 万人次。技工教育每年输送毕业生能够达到 100 万人以上,开展职业技能培训超过 400 万人次。

“虽然,技能人才工作取得积极进展,但也要看到,当前我国技能人才队伍尚不能完全适应高质量发展的要求。”人社部有关负责人说。

规模仍然不足。相对整个就业和经济发展需求,我国高技能人才队伍总量仍然不足,一些岗位高技能人才的求人倍率甚至达到 2.5 以上。高技能人才占技能人才总量的比例有所上升,但与一些发达国家相比,依然存在差距。

素质有待提高。我国技能人才队伍表现为初级工多、高级工少,传统技工多、现代型技工少,单一型技工多、复合型技工少,短训速成的技工多、系统培养的技工少。

“技能已成为劳动力市场的新货币。”中国劳动和社会保障科学研究院研究员陈玉杰说,高技能人才作为技术创新的实践者,是推动技术创新和实现科技成果转化不可缺少的重要力量,是关系我国经济结构调整和产业转型升级的重要因素。

**到 2025 年高技能人才  
占技能人才的比例将达三分之一**

面对经济社会发展的新要求,接下来,高技能人才队伍应如何建设?

“前不久,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加强新时代高技能人才队伍建设的意见》(以下简称《意见》)为接下来的工作指明了方向。”人社部有关负责人说。

《意见》一方面从培养端发力,提出构建以行业企业为主体、职业学校为基础、政府推动与社会支持相结合的高技能人才培养体系。另一方面从制度设计上发力,提出建立国家资历框架,贯通教育培训体系。同时,强化激励机制,提升高技能人才的经济社会地位。

人社部有关负责人介绍,《意见》的一大亮点,是坚持问题导向,聚焦高技能人才队伍建设的薄弱环节和关键问题,着力破解制约高技能人才队伍建设的体制机制障碍。

例如,技工院校作为我国技能人才培养的“主力军”,受招生政策等因素的制约,招生受到影响。对此,《意见》提出采取中等职业学校和普通高中同批次并行招生等措施,稳定中等职业学校招生规模。“这将有效保障高技能人才队伍的院校生源规模。”陈玉杰说。

再比如,为了提高技能人才配置效率,《意见》提出,建立健全技能人才柔性流动机制,鼓励技能人才通过兼职、服务、技术攻关、项目合作等方式更好发挥作用。引导企业规范开展共享用工。

陈玉杰分析,在高技能人才规模短时间内无法大规模增长的背景下,允许共享用工,畅通流动机制,可在一定程度上缓解高技能人才短缺的问题。

人社部有关负责人表示,接下来,将切实抓好各项工作,争取到 2025 年底,技能人才占就业人员的比例达到 30% 以上,高技能人才占技能人才的比例达到三分之一,东部省份高技能人才占技能人才的比例达到 35%。

**激励青年人走技能成才之路  
推动解决结构性就业矛盾**

人社部有关负责人表示,今后一段时期,我国就业领域的主要矛盾将从岗位总

量不足转变为结构性就业矛盾,就业市场中的供需不匹配现象将日益凸显。

而供需的不匹配,主要在于技能的不匹配。因此,从长远看,持续壮大高技能人才队伍,培育更多符合经济发展需求的技能人才尤为重要。

“高技能人才培养是一项系统工程,需要通过社会制度集合全体社会成员的力量,汇集各方资源,构建覆盖全产业链、全职业生涯的技能培养体系。”陈玉杰说,特别是要优化技能人才评价、激励机制,鼓励更多青年人走技能成才、技能报国之路。

一方面,要求我们落实好各项改革举措,切实畅通技能人才的职业发展通道,提升待遇水平。另一方面,则要积极宣传支持技能人才发展的政策措施,技能人才才成长成才典型事迹等,扭转“重学历轻技能”的社会氛围,不断强化“个人崇尚技能、企业重用技能、社会尊重技能”的社会导向。

“此前,我们已经出台的新八级工、技能人才薪酬指引等政策,接下来,将指导各行各业将政策落到实处,给技能人才带来实实在在的好处。”人社部有关负责人说。

该负责人介绍,接下来,还将支持各地面向符合条件的技能人才招聘事业单位工作人员,重视从技能人才中培养选拔党政干部。同时,建设职业资格、职业技能等级与相应职称、学历的双向比照认定制度。

技能人才是支撑中国制造、中国创造的重要力量。“我们应以世界技能大赛为契机,让更多青年人看到学技能也能走向世界,共同打造一支爱岗敬业、敬业奉献、技艺精湛、素质优良、规模宏大、结构合理的高技能人才队伍,建设制造强国,实现高质量发展。”陈羽翥说。(人民日报)

## 文旅部推出 53 家国家工业旅游示范基地

**本报讯** 文化和旅游部日前发布《关于确定北京市 751 园区等 53 家单位为国家工业旅游示范基地的公告》,确定北京市 751 园区等 53 家单位为国家工业旅游示范基地。据介绍,工业旅游示范基地具有吸引力较强的体验性、参与性项目,基地游览线路应对工业生产、工艺流程、建筑景观、科技成果、工

业遗产等内容进行充分展示,具有独特魅力。

文化和旅游部推出 53 家国家工业旅游示范基地,是贯彻落实《“十四五”旅游业发展规划》提出的“鼓励依托工业生产场所、生产工艺和工业遗产开展工业旅游,建设一批国家工业旅游示范基地”要求的重要举措之一。(华 欣)

## 我国批准地理标志产品近 2500 个

**本报讯** 日前,记者从国家知识产权局获悉:近年来,我国地理标志产品质量齐升。截至今年 10 月,我国累计批准地理标志产品 2495 个,核准地理标志作为集体商标、证明商标注册 7013 件。2021 年,地理标志产品直接产值突破 7000 亿元。

近年来,国家知识产权局认真贯彻落实党中央、国务院决策部署,积极稳妥推进统一受理渠道、统一专用标志、统一发布公告、统一保护监管、统一对外合作等各项工作,进一步完善地理标志保护、管理和运用体系。

制度建设方面,国家知识产权局印发《地理标志保护和运用“十四五”规划》,制定发布统一的地理标志专

用标志,修订印发《国外地理标志产品保护办法》,并启动地理标志专门立法工作;深化改革方面,两批地理标志专用标志使用核准改革试点组织开展,涵盖 20 个省份,在建国家地理标志产品保护示范区达到 103 个;保护方面,2021 年,全国共查处地理标志侵权案件 1416 件,涉案金额 928 万元,罚没金额 1302.3 万元。

国家知识产权局有关负责人表示,加强地理标志保护对推动区域特色经济发展、助力乡村振兴、传承传统文化、促进对外开放具有重要意义。下一步,将加强地理标志保护和管理,尽快建立地理标志统一认定制度并组织实施。

(辛 文)

## 12 月份中国零售业景气指数为 48.7%

**本报讯** 12 月 6 日,中国商业联合会发布中国零售业景气指数月度分析(2022 年 12 月总第 19 期)。数据显示,12 月份,中国零售业景气指数(CRPI)为 48.7%。

从行业分类看,商品经营类指数为 48.2%,租赁经营类指数为 51.4%,电商经营类指数为 48.1%。

(琮 文)

□ 本报记者 贾淘文

日前,中国酒业协会(以下简称“中酒协”)在成立 30 周年之际,发布了“中国酒业协会 30 周年纪念款数字藏品”,包含“忆往昔、看今朝、向未来”三个主题,每款主题限量发售 300 份。“中国酒业协会 30 周年纪念款数字藏品”以中国酒业协会 30 周年纪念 LOGO 和酒樽为设计灵感,依托数字技术,传承中国酿酒文化,展现了中酒协对酒业未来发展的无限期许和展望。

中酒协表示,协会自 1992 年成立以来,一直致力于推动酿酒行业生产、流通、管理、科技水平的不断提高,全心全意地为行业服务,促进行业健康发展。协会历经 30 年发展,始终不忘初心使命,应行业之需,创时代之新。此次,在中酒协成立 30 周年来临之际,推出“中国酒业协会 30 周年纪念款数字藏品”,希望能够以数字化方式呈现出中国酒文化的新时代面貌,为中国酒业开启数字化转型做出探索与促进。

**开启全新交互体验方式**

在新消费时代的浪潮席卷下,数字经济已经成为驱动经济增长的重要力量,中国酒业通过数字化运营,在竞争激烈的市场中增强了竞争力。元宇宙概念不断普及与 NFT 的应用,让酒类的生产、流通过程变得公开透明,也让消费者拥有方便、简单、可靠的溯源方式,能够自主地判断酒的真假伪劣。但值得注意的是,NFT 技术所带来的意义远不止于防伪,基于元宇宙概念的 NFT 正成为酒类领域展示品牌与实现消费者交互的新方式。

对此,中酒协表示,酒类行业是一个传统与现代充分结合的产业,在多年的发展中,一直坚持敬传统、重创新,以技艺与科技来引领行业发展。站在新的历史时期,酒类行业要想不断满足人们美好生活的美食需求,就需要在不断提升传统工艺的基础上,加强现代科技的赋能与应用,保持酒业发展蓬勃的生命力。未来,协会将利用元宇宙概念和技术,构建基于现实场景和业态的新型消费模式,通过标准化促进数字经济与数字传媒的融合创新与发展,积极推动酒业数字藏品市场的合规化发展,共同推进酒业数字艺术与技术、数字藏品与“数实一体”藏品的可持续发展,努力促进我国传统产业转型升级和数字经济发展,为新时代发展贡献酒业力量。

据了解,本次发布的 3 款“中国酒业协会 30 周年纪念款数字藏品”由酒域灵境数字藏品平台“酒域数藏”授权发行,依托元宇宙由数字技术带来酒文化的全新体验,为公众提供全新的数字珍藏感受。目前,“酒域数藏”已与多个平台达成战略合作,将为酒业生态提供一站式数字藏品发行服务,让各大酒业品牌的价值和

**“酒+元宇宙”已成行业发展新趋势**

记者梳理发现,2022 年以来,数字藏品的风潮在中国酒业悄然刮起,吸引大量酒企涉足其中,一系列数字产品纷纷“上链”发布,行业热点新闻事件层出不穷。

企查查数据显示,2021 年我国申请“元宇宙”商标数量达 4368 件,其中,涉及酒类产品的商标申请数量达 21 件。

随着元宇宙的热度不断提升,“酒+元宇宙”的概念已经成为未来行业发展的新趋势。查询发现,目前,已经面市的“酒+元宇宙”类产品,大多数都是以数字藏品的形式出现,比如会稽山黄酒推出的“数字酒庄”、酒先森推出的 NFT 酱香型封坛白酒、金沙古酒推出的金沙古酒数字藏品、“茅老大”推出的“节气里的茅台”数字藏品等,一些白酒品牌发布的数字藏品“上链”之后,瞬间被消费者“秒光”的现象已经屡见不鲜。

近两年,中国酒行业对元宇宙概念的理解不断深入,众多头部酒企已经不再满足单一数字藏品的发展模式,开始以“联名”“跨界”“沉浸式互动体验”作为新业务的拓展发力点,例如:去年,金沙古酒携手中青宝推出元宇宙游戏《酿酒大师》;今年 7 月,巨人网络正式宣布旗下征途 IP 和黄金酱酒正式达成战略合作,并将在征途 IP 系列游戏同步上线“云酿酒”定制玩法;今年 11 月,剑南春成为首家与三星堆博物馆官方联名的白酒品牌,推出高端限量臻品“剑南春·青铜面具版”,并融合区块链技术,发布剑南春文创元宇宙;同月,小糊涂仙酒业(集团)有限公司也开始进军元宇宙,推出了数字藏品“柿柿如意”NFT,定位鉴藏级高端文创产品。

对此,业内人士指出,数字经济已成为驱动我国经济增长的重要力量,酒类品牌利用数字化营销手段,打造数字藏品,将产品实物与数字藏品结合,在提高品牌文化传播的同时,也能够吸引年轻消费者,增加产品销售新渠道,进一步扩大酒类品牌影响力。借助数字藏品的创新,酒类品牌可以将有价值的艺术内容铸造为数字藏品,植入品牌理念,通过更年轻、更新潮的方式触达消费者,达成良好的传播效果。同时,品牌还可以将实物权益与数字藏品绑定,让实物权益的使用场景更加丰富,提升消费者的品牌好感。此外,数字藏品拉近了品牌与年轻人的距离,购买过程更加趣味化,数字化的交易模式也更符合年轻人的商业逻辑。

**本报新闻职业道德监督岗**  
电话:(010)67605353 67606237  
邮箱:xfrbjw@163.com



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:选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤三:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可