

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月规上轻工业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,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。轻工业营业收入利润率为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

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。

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建设的院校生源规模。”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%。

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待遇和社会地位。

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。

“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空间,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,建立职业资格、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,共同打造一支爱党报国、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。”陈玉杰说。(人民日报)

邮发代号81-9
国内统一刊号CN11-0057

消费日报

合作
共赢

欢迎订阅2023年《消费日报》

季价 63 元,全年定价 252 元

发行电话:010-67604545

全国各地邮局均可订阅

消费日报由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

消息传播定位:产业基础上的市场化表达

综合服务平台:为企业品牌提供服务



扫码订报

2022年12月8日

星期四

总第8346期

第5405期

今日4版

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(CPRI)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优劣。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的生活需求,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规范化发展,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文化更好地展示和传播,让公众可以获得真正有价值的数字藏品。

“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·青瓷国具版”,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:xfbjw@163.com



快来扫描我吧!



搜狐新闻客户端

《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 步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”
步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可



● 消费日报社出版

● 副社长、总编辑:赵 曦

● 副总编辑:刘 丁 张丽娜

● 责编:贾淘文

● 新闻中心电话:67605550

● 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:67600827

● 总编室:67605115

● 广告处:67604888

● 发行处:67604545

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

● 地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 照排:网络照排中心

● 零售价:1元

依托数字技术
传承中国酿酒文化