

前 11 个月全国一般公共预算收入增长 6.1%

本报讯 日前,财政部发布前 11 个月全国财政收支情况,数据显示,前 11 个月全国一般公共预算收入为 185518 亿元,扣除留抵退税因素后增长 6.1%。其中,中央一般公共预算收入为 85760 亿元,扣除留抵退税因素后增长 6.8%;地方一般公共预算本级收入为 99758 亿元,扣除留抵退税因素后增长 5.4%。

(琮 文)

□ 本报记者 贾淘文

日前,由中国酒业协会主办、五粮液公司承办的“家有老酒”寻找民间陈年五粮液专场鉴评活动在四川宜宾举行。本次活动采用“线下举办+线上直播”的方式举行,吸引超 150 余万陈年白酒爱好者关注。

调查显示,目前,40 岁以下的饮酒人士占据了陈年白酒消费比例的 67.61%。业内人士普遍认为,未来陈年白酒将成为高端白酒的价值体现和白酒产业链、价值链的新一环。对此,《中国酒业“十四五”产业发展指导意见》对陈年白酒细分市场发展提出了清晰谋划:要深挖陈年白酒品质价值、文化价值、艺术价值;强化陈年白酒科普,引导更多爱好者认知陈年白酒、欣赏陈年白酒、消费陈年白酒。

“藏陈喝陈”成为酒类消费新时尚

在“家有老酒”活动中,中国酒业协会副秘书长甘权对于“老酒”的判定标准进行了解读。甘权指出,名酒从装瓶出厂开始计算,完好保存达到 10 年以上的就可以称为“陈年白酒”。近年来,从“老酒”的泛用通称到“陈年”的准确年限标准界定,陈年白酒的消费市场和收藏市场正在稳步发展。

甘权表示,“藏新为陈、藏陈喝陈”正成为新的酒类消费时尚。中国酒业协会致力于推动陈年白酒在酒类消费市场实现更大的发展,努力在鉴定、溯源、政策、市场等方面做好顶层设计,在品质、标准、概念等方面做好规范设计,引导市场健康有序发展,让品味陈年酒成为新时代美好生活的品质表达。通过名酒企业与市场的不断努力,构建新产名酒与陈年名酒之间互为支撑的价值关系和协同发展的互动格局。

五粮液股份公司党委副书记、副董事长、总经理蒋文格表示,近年来,在中国酒业协会的领导和组织下,中国陈年白酒产业取得巨大发展,“买好酒、藏名酒、喝老酒”成为了酒类消费的新趋势、新潮流、新风尚。

陈年白酒存量已成酒企核心竞争力

据了解,无论何种香型的白酒,老酒相较非老酒,其品质均有较为明显的差异,这是因为白酒在储存过程中,会持续发生生化反应,对酒体品质会不断优化。老酒对白酒品质的提升具有重要的作用,老酒与新酒相比,酒香更加浓郁,口感更加协调、柔顺、醇和,因此一些知名白酒品牌,都会在产品中添加一定量陈年白酒。但由于生产工艺、贮存时间等条件限制,一些企业的陈年白酒存储量并不充足,不足以支撑在产品中添加足够的陈年白酒。因此,陈年白酒的存量也成为众多酒企占有市场的核心竞争力。

记者查询发现,2018 年,江小白旗下的产品“三五挚友”在美国旧金山世界烈酒大赛中获得银奖。2021 之后,该产品再次出征,在全球 3800 款烈酒产品中脱颖而出,凭借着其清雅净爽的品质口感,获得了众多专家的认可,摘得了大赛的“双金奖”,并获得“最佳清香型白酒”的殊荣。有业内人士分析,江小白之所以能够在国际赛事上不断晋级,陈年白酒起到了关键的作用。

据了解,江小白的酒厂共有 7 个酿造车间,6553 口窖池,最大年产能 6.5 万吨,老酒储酒能力为 86190 吨,目前其储存的老酒为 5 万吨左右。如此之高的储备量,意味着江小白有能力在产品中添加足够的老酒,有力地提升产品的品质。

在行业专家看来,经过时间淬炼的老酒是文化的物质载体,而文化是酒的内在灵魂。老酒作为历史和时代的象征,充分展示了中华民族深厚的文化底蕴。正是因为时间赋予了老酒超越普通产品的消费记忆,所以老酒所蕴含的文化价值具有了稀缺性和唯一性。正因如此,老酒储量是否丰富,已经成为了酒企是否能够做大、做强的关键因素之一。

收藏应遵循“品牌为王”

对于“时间味道”的向往和对“时间价值”的追求,让越来越多的消费者加入白酒收藏行列,他们虽然不是一流的资深玩家,却快速扩大了市场规模。

中国酒业协会发布的《中国老酒市场指数报告》显示,2013 年至 2018 年,老酒价格年度平均涨幅为 32.86%,年度最高涨幅达 50.23%。当下,陈年白酒市场正成为酒类消费存量市场下的重要增量风口,2019 年、2020 年中国老酒市场的规模分别为 628 亿元、802 亿元,2021 年陈年白酒市场销售额达到 1000 亿元以上。

近年来,陈年白酒的市场价值不断攀升,也让“老酒回收”成为一门大生意。市场上涌现出一大批专业鉴定陈年白酒的回收机构,一些小商贩也开始做起了“老酒回收”的生意。

记者在北京丰台区安乐林路一家烟酒店看到,店内橱窗内展示着多种名优陈年白酒产品,据店家介绍,货架上酒龄最长的是上世纪 70 年代的杜康、五粮液,最名贵的是一瓶 1982 年出品的茅台。对于,陈年白酒如何辨别真伪,该商家表示,现在陈年白酒的价格不断攀升,市场上高仿产品也是层出不穷。消费者想要收藏陈年白酒,一定要有相应的鉴别经验,或选择品质有保障的实体商家购买,尤其是购买年代久远的白酒更应慎重,因为当时的防伪工艺水平不高,辨别年份的难度更大,仿冒做旧的产品非常多。

业内人士对于消费者收藏陈年白酒也提出一些建议,首先,就是要看品牌,陈年的十大名酒占有绝对的市场优势,其次是看年代,品相好的陈年白酒,年代越久远、品相越完整其价格越高,再有就是看稀缺性,一些停产的白酒产品,价格也会高一些。特别需要注意的是,并不是所有陈年白酒都具有收藏价值,归根结底还是“品牌为王”。



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

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

“一网六中心”功能架构赋能全产业链发展

中国陶瓷工业互联网平台正式上线

□ 本报实习记者 解磊

3D 展厅、发布设计需求、发布物流订单、申请检测、申请认证、制陶瓷、找窑炉……这些服务都可以在最近正式上线的中国陶瓷工业互联网平台上找到解决方案。该平台作为陶瓷产业数字化基础设施工程,由中国陶瓷工业协会、中国信息通信研究院全程指导,江西省景德镇市委、市政府统筹规划,景德镇市工信局调度推进,景德镇市国控集团建设运营,联通工业互联网研究院和海尔卡奥斯提供技术服务。

中国陶瓷工业协会相关负责人介绍,中国陶瓷工业互联网平台已与陶瓷行业协会、陶瓷生态企业多个重点项目完成签约,为中国陶瓷工业互联网平台实现与陶瓷行业“大交叉、大融合、大协同”的发展新局面提供指引。

陶瓷行业数字化转型新实践

陶瓷是我国传统优势产业,年产量和出口额均居全球首位。然而,产业蓬勃发展的同时,也伴随着高能耗、高污染、高资源依赖等弊端,加之过去十年行业市场受到产业链上游挤压、人工成本上涨、出口关税反倾销、供需发展不均等情况影响,暴露出产业发展阶段低、科技含量低、利润水平低等问题。

如今,数字经济已经成为推动全球发展和促进经济复苏的重要助力,传统制造业行业需要通过数智化完成转型升级,获得新时代的发展商机,与之相配

合的新型技术形态和创新商业模式,都在加速全球经济生态新格局和行业模式新范式转变。党中央、国务院高度重视发展工业互联网,“十四五”规划提出,积极稳妥发展工业互联网,将工业互联网作为数字经济重点,在重点行业和区域建设若干国际水准的工业互联网平台。

近年来,陶瓷行业也在积极进行数字化转型实践,全国多个陶瓷产区出台了相关政策规范,引导行业发展。其中,素有“千年瓷都”之称的景德镇作为国家陶瓷文化传承创新试验区,2022 年出台《景德镇市关于深入推进数字经济做优做强“一号发展工程”实施方案》,提出以数赋能,推动传统陶瓷产业转型升级。

“在此背景下,全国首个陶瓷行业实现企业全生命周期的工业互联网综合服务平台——中国陶瓷工业互联网平台应运而生。”景德镇市发展数字经济领导小组组长吴财锋表示,中国陶瓷工业互联网平台具有鲜明的领先性和独创性,有效聚合陶瓷行业生态资源和信息要素,积极推动典型应用场景落地,在技术创新、运营模式创新以及新商业模式生成等方面实现了共建、共创、共享的开放性合作模式。

中国工程院院士、浙江大学特聘教授谭建荣认为,对于陶瓷行业而言,需要通过“工业互联网+创新设计”“工业互联网+工艺提升”“工业互联网+强化质量”“工业互联网+延伸服务”“工业互联网+拓展市场”这五个方面的努力,将

传统陶瓷行业转型到智能化的制造、网络化的协同、数字化的管理,从而实现陶瓷行业企业的数字化转型。

互联互通 打造产业“云脑”

平台相关负责人告诉记者,中国陶瓷工业互联网平台搭建“一网六中心”功能架构,构建了陶瓷全产业链赋能体系,其中,资源服务中心覆盖政产学研服用全要素资源,提供行业内最全、最专、最准的资源供需匹配服务;陶瓷推广中心利用 3D、VR 等创新技术,搭建“永不落幕”的线上博览会;设计创新中心聚合全国一流陶瓷设计创新资源,实现了设计与打样联动高效协同;共享智造中心则共享设备、共享产能,推动共享智造模式发展,全流程数字化管理;供应链协同中心负责智能仓储,共享物流,提供陶瓷供应链全流程数字化解决方案;品牌认证中心作为全国陶瓷行业唯一工业互联网标识解析二级节点,实现产品全生命周期溯源管理。同时,平台提供“7×24 小时”的专业热线服务,创造用户最佳体验。

该负责人表示,“一网六中心”功能架构在提升陶瓷行业交互效率的同时,实现资源统一匹配、数据安全管控,使区域产业状况看得见、看得清,产业问题可分析、可决策,产业发展可引导、可调节,形成了陶瓷行业发展的“产业云脑”。基于平台—企业—产业—政府的立体化赋能体系,平台试运行期间,汇聚了超 1.5 万条陶瓷资源数据,工业互联网标识二级节点标识注册量迅速超

180 万个,解析量突破 120 万次。

整合资源 多级赋能平台发展

作为陶瓷行业工业互联网发展的“排头兵”,中国陶瓷工业互联网平台上线,为正处在数字化转型风口的行业与企业提供了发展契机。

上述负责人告诉记者,中国陶瓷工业互联网平台分别与佛山、潮州、临沂、淄博、德化、宜兴等全国重点产瓷区行业协会完成签约,并与华光陶瓷、国瓷永丰源、松发陶瓷、景陶集团、科达股份、中鹏热能、乐普陶板、硅元膜材料、红瓷典瓷等企业签署共建平台协议,开启了陶瓷产业链平台化、协同化、标准化的产业链协同之路。从景德镇到全国,通过发挥汇聚、共享、开放的优势,中国陶瓷工业互联网不断推动模式创新、技术创新、产业协作,已逐步形成多级联动的赋能模式,为陶瓷行业数字化转型提供了新路径和新方法,为打造一网统领、沿链聚合、生态协同的产业发展共同体提供了平台支撑。

截至记者发稿时,平台已拥有企业资源数 7853 个,金融资源数 81 个,政策资源数 49 个,专家资源数 1273 个,科研资源数 458 个,院校资源数 33 个。

该负责人表示,未来中国陶瓷工业互联网平台将不断整合、共享行业生态及资源,赋能陶瓷产业发展体系新模式、新业态,助力加速陶瓷企业数字化转型升级步伐,构建陶瓷产业数字底座,携手全行业生态伙伴为陶瓷行业高质量发展贡献力量。

国资委:以国资央企高质量发展助推经济运行整体好转

本报讯 12 月 19 日,国资委党委召开扩大会议,认真传达学习中央经济工作会议精神,紧密结合国资国企实际研究贯彻落实措施。国资委党委委员、副主任翁杰明主持会议并讲话强调,要进一步深化国资国企改革,全面加快建设世界一流企业,做强做优做大国有资本和国有企业,更好发挥国有经济战略支撑作用,为推动经济运行整体好转、全面建设社会主义现代化国家开好局起

好步作贡献。

会议强调,要牢牢把握高质量发展这个首要任务,切实强化稳增长措施,不断提高生产经营质量,推动中央企业经济运行实现质的有效提升和量的合理增长。要把建设世界一流企业作为基础性、战略性、引领性重大任务,分类施策全面对标,进一步深化“四个专项行动”,大力弘扬企业家精神,加快向世界一流迈进。要乘势而上实施新一轮

深化国有企业改革行动,巩固深化国企改革三年行动成果,推动中国特色现代企业制度和市场化经营机制长效化制度化,深化分类改革,在新的起点上把国企改革向纵深推进。要切实加大科技创新力度,强化关键核心技术攻关,打造原创技术“策源地”,不断提升企业核心竞争力。要加快国有经济布局优化和结构调整,着力打造现代产业链链长,推动传统产业转型升级和新兴产业

加快布局。要坚决防范化解重大风险,统筹疫情防控和企业经营发展,牢牢守住不发生系统性风险底线。要积极落实国家重大战略,强化战略性资源供应保障,助力畅通国内国际双循环,不断提升服务构建新发展格局能力。要健全以管资本为主的国资监管体系,从整体上发挥和放大国有资本功能。要加强党对重要企业的全面领导,全面增强高质量党建的引领保障作用。(宗 禾)

“数据二十条”新政出台赋能实体经济

本报讯 日前,中共中央、国务院对外发布了《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》,(以下简称“数据二十条”)。“数据二十条”提出,构建数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等制度,初步形成我国数据基础制度的“四梁八柱”。“数据二十条”的出台,有利于充分激活数据要素价值,赋能实体经济,推动高质量发展。

本次出台的“数据二十条”,构建了数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等 4 项制度,共计 20 条政策措施。

在数据产权方面,提出推进公共数据、企业数据、个人数据分类分级确权授权,建立数据资源持有权、数据加工使用权、数据产品经营权等分置的产权运行机制。在流通交易方面,提出完善数据全流程合规和监管规则体系,统筹构建规范高效的数据交易场所,培育数据要素流通和交易服务生态,构建数据安全合规有序跨境流通机制。在收益分配方面,提出健全数据要素由市场评价贡献、按贡献决定报酬机制,更好发挥政府在数据要素收益分配中的引导调节作用。在安全治理方面,提出创新政府数据治理机制,压实企业的数据治理责任,充分发挥社会力量多方参与的

协同治理作用。

与其他生产要素相比,数据具有可复制、非消耗、边际成本接近于零等新特性,打破了自然资源有限供给对增长的制约,对其他生产要素具有放大、叠加、倍增作用。据测算,预计到 2025 年,中国产生的数据总量将达 48.6 泽字节,约占全球的 27.8%。

专家表示,在数据的生产、流通、使用过程中,个人、企业、社会、国家等相关主体对数据有着不同的利益诉求,传统权利制度框架难以突破数据产权困境,“数据二十条”遵循现代市场经济产权制度的普遍规则,以解决市场主体遇到的实际问题为导向,创新数据产权观念,淡化所有权、强调使用权,聚焦数据使用权流通,创造性提出建立数据资源持有权、数据加工使用权和数据产品经营权“三权分置”数据产权制度框架,构建中国特色数据产权制度体系。

(宗 文)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com

邮发代号 81-9
国内统一刊号 CN11-0057

消费日报

合作共赢

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

消费日报社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
信息传播定位:产业基础上的市场化表述
综合服务平台:为行业企业品牌提供服务

扫码订报