

五部门印发《2023年数字乡村发展工作要点》

本报讯 近日,中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部、国家乡村振兴局联合印发《2023年数字乡村发展工作要点》(以下简称《工作要点》)。

《工作要点》明确了工作目标:到2023年底,数字乡村发展取得阶段性进展。农村宽带接入用户数超过1.9亿,5G网络基本实现乡镇级以上区域和有条件的行政村覆盖,农业生产信息化率达到26.5%,农产品电商网络零售额突破5800亿元,全国具备条件的新型农业经营主体建档评级基本全覆盖。

(从文)

观点

力推轻工产品迈向中高端

中国轻工业联合会日前发布第八批和第九批《升级和创新消费品指南(轻工)》,涉及224项与群众生活密切相关的轻工创新升级产品。这是当前加快推动轻工业迈向中高端,主动引导、更好满足消费需求,进一步扩大消费的又一重要举措。

历经多年发展,我国已成为名副其实的轻工业大国。2022年,我国轻工业增加值占全国工业增加值的比重达到16.2%,电池、助动车制造行业增加值增速超过10%,太阳能电池产量同比增长近50%,100余个品类的轻工产品产量居世界第一位。加快推动轻工产品提质升级,增强自主品牌核心竞争力,已成为摆在我们面前的重要任务。

但是也要看到,我国轻工业发展中还存在诸多问题,距离人民群众对高品质生活的实际需要还有一定差距,轻工产品提质升级迫在眉睫。产品质量始终是亟待突破的薄弱环节,研发创新能力不足、低水平重复建设问题突出,关键零部件仍然依赖进口,核心技术仍然掌握在发达国家手中。这些问题,使得我国轻工产品在稳定性、功能性、舒适度方面与国际品牌相比存在较大差距,产品竞争力仍亟待提升。特别是具有国际影响力的自主品牌明显不足,钟表、箱包、服饰、化妆品等领域中备受追捧的高端品牌,有不少都被国际品牌垄断,我国自主品牌建设任重道远。

对此,应充分认识到提高科技含量是关键所在,提升质量性能是当务之急,构建良好服务环境、政策环境是推动轻工业高质量发展的重要推手。未来,应充分运用数字领域的新技术,适当借鉴发达国家的一些经验做法,抓住技术、标准、品牌3个关键词,加快推动轻工产品迈向中高端。

第一,强化技术创新,打造质量过硬、性能优良的轻工产品。一方面,要突破核心技术,改变受制于人的被动局面。对于轻工领域需求量大、对外依存度高、“缺它不行”的关键零部件,必须集中力量尽快突破。要强化科技自立自强意识,充分发挥高等院校、科研院所基础研究主力军作用,更好地发挥企业在技术创新中的主体作用,多方协同、形成合力,集中优势资源推动核心技术攻关。另一方面,要提高产品技术含量,创造新体验、新消费,以新技术引领消费新需求。特别是要将最新的数字技术贯穿新产品研发、老产品升级整个过程,融入数字消费新理念,打造个性化、差异化、时尚化的消费新产品,吸引更多消费者参与产品体验。

第二,提升质量标准,扭转产品质量方面的短板和不足。标准决定质量,有什么样的标准就有什么样的质量,只有高标准才有高质量,高标准是轻工业高质量发展的重要技术支撑。要开展系统性、前瞻性、战略性研究和布局,从整体上、顶层上谋划轻工标准的发展,抓紧编制轻工标准“十四五”规划。要对标国外高端产品的质量,加快制定我国高品质认证标准。考虑从消费者视角重构轻工产品标准,学习借鉴某些发达国家的轻工产品标准,在我国产品标准中增加产品感受度、体验度指标。特别是要建立消费品质量分级标准体系,拉开产品档次,强化对高质量高品质产品的激励。

第三,打造自主品牌,增强轻工产品的国际影响力、国际竞争力。品牌是产品的灵魂,要想在不利的市场环境下逆势突破,必须在自主研发的基础上着力塑造一批社会认知度高的国际知名品牌。消费品不能只讲“功能”,更要有温度、多人心。要认真谋划、多出“高招”,叠加文化与技术因素,讲好品牌故事,引导消费需求,促进需求端与供给端同向发力,共同推动产品提质升级,打造价值品牌。要加大自主品牌宣传力度,政府主动为自主品牌站台,鼓励轻工企业制作品牌宣传片,树立典型、塑造标杆,通过主流媒体集中播发,强化对自主品牌品牌的正面宣传和推广。要加大政策支持力度,畅通品牌销售渠道,鼓励柜台销售自主品牌,坚决抵制、严厉查处妨碍自主品牌进入商场的行为,营造有利于自主品牌落地生根、成长壮大的发展环境。

(经济日报)

一季度完成旅客运输量1.29亿人次

我国民航运输生产整体向好

本报讯 4月18日,民用航空局透露,今年一季度,我国民航运输生产整体向好,恢复程度显著提升,全行业共完成运输总周转量239.9亿吨公里,同比增长39.7%,行业总体运输规模相当于2019年同期的77.6%。

一季度,航空客运需求快速恢复,全行业共完成旅客运输量1.29亿人次,同比增长68.9%,旅客运输规模相当于2019年同期的80%。

航空货运方面,一季度,全行业共完成货邮运输量149.4万吨,同比下降

7.5%,规模相当于2019年同期的89%。其中,国际航线完成57万吨,较2019年同期增长5.5%。机场运输方面,西部地区客运市场恢复程度最高,恢复至2019年同期的87.1%;中部地区货运市场恢复程度最高,恢复至2019年同期的106.4%。

预计下阶段,民航将继续保持稳步恢复态势。民航局将按照安全第一、市场主导、保障先行的原则,推动航空运输市场安全有序恢复。

(左文)



快来扫描我吧！

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

2023年4月20日

星期四

总第8434期

第5493期

今日4版

消费日报

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

全国规模以上工业增加值同比增长3.0%

一季度经济运行开局良好

本报讯 4月18日,国家统计局网站发布消息显示,一季度经济运行开局良好。初步核算,一季度国内生产总值284997亿元,按不变价格计算,同比增长4.5%,比上年四季度环比增长2.2%。分产业看,第一产业增加值11575亿元,同比增长3.7%;第二产业增加值107947亿元,增长3.3%;第三产业增加值165475亿元,增长5.4%。

数据显示,一季度工业生产逐步恢复,企业预期总体改善。一季度,全国规模以上工业增加值同比增长3.0%,比上年四季度加快0.3个百分点。分三大门类看,采矿业增加值增长3.2%,制造业增长2.9%,电力、热力、燃气及水生产和供应业增长3.3%,装备制造业增加值增长4.3%,比1—2月份加快2.5个百分点。分经济类型看,国有控股企业增加值增长3.3%,股份制企业增长4.3%,外商及港澳台商投资企业下降2.7%,私营企业增长2.0%。分产品看,太阳能电池、新能源汽车产量分别增长53.2%、22.5%。3月份,规模以上工业增加值同比增长3.9%,比1—2月份加快1.5个百分点;

环比增长0.12%。3月份,制造业采购经理指数为51.9%,企业生产经营活动预期指数为55.5%。1—2月份,全国规模以上工业企业实现利润总额8872亿元,同比下降22.9%。

一季度市场销售较快恢复,升级类商品大幅增长。一季度,社会消费品零售总额114922亿元,同比增长5.8%,上年四季度为下降2.7%。按经营单位所在地分,城镇消费品零售额99664亿元,增长5.7%;乡村消费品零售额15258亿元,增长6.2%。按消费类型分,商品零售102786亿元,增长4.9%;餐饮收入12136亿元,增长13.9%。基本生活类商品销售良好,限额以上单位服装鞋帽针纺织品类、粮油食品类商品零售额分别增长9.0%、7.5%。升级类商品销售大幅增长,限额以上单位金银珠宝类、书报杂志类商品零售额分别增长13.6%、13.4%。全国网上零售额32863亿元,增长8.6%。其中,实物商品网上零售额27835亿元,增长7.3%,占社会消费品零售总额的比重为24.2%。3月份,社会消费品零售总额同比增长10.6%,比1—2月份加快7.1个百分点;

环比增长0.15%。

在服务业方面,一季度,服务业增加值同比增长5.4%,比上年四季度加快3.1个百分点。其中,住宿和餐饮业,信息传输、软件和信息技术服务业,金融业,租赁和商务服务业,批发和零售业增加值分别增长13.6%、11.2%、6.9%、6.0%、5.5%。3月份,全国服务业生产指数同比增长9.2%,比1—2月份加快3.7个百分点。其中,住宿和餐饮业,信息传输、软件和信息技术服务业,交通运输、仓储和邮政业生产指数分别增长29.9%、12.0%、11.9%,比1—2月份分别加快18.3、2.7、7.7个百分点。1—2月份,规模以上服务企业营业收入同比增长3.4%。3月份,服务业商务活动指数为56.9%,业务活动预期指数为63.2%。其中,零售、铁路运输、道路运输、航空运输、租赁及商务服务等行业商务活动指数高于60.0%。

货物进出口保持增长,贸易结构继续优化。一季度,货物进出口总额98877亿元,同比增长4.8%。其中,出口56484亿元,增长8.4%;进口42393

亿元,增长0.2%。进出口相抵,贸易顺差14090亿元。一般贸易进出口增长7.9%,占进出口总额的比重为65.3%,比上年同期提高1.9个百分点。民营企业进出口增长14.4%,占进出口总额的比重为52.4%。3月份,进出口总额37094亿元,同比增长15.5%。其中,出口21552亿元,增长23.4%;进口15542亿元,增长6.1%。

此外,一季度居民收入呈平稳增长态势,农村居民收入增长快于城镇居民。一季度,全国居民人均可支配收入10870元,同比名义增长5.1%,比上年全年加快0.1个百分点;扣除价格因素实际增长3.8%。按常住地分,城镇居民人均可支配收入14388元,同比名义增长4.0%,实际增长2.7%;农村居民人均可支配收入6131元,同比名义增长6.1%,实际增长4.8%。从收入来源看,全国居民人均工资性收入、经营净收入、财产净收入、转移净收入分别名义增长5.0%、5.8%、4.1%、5.1%。全国居民人均可支配收入中位数增至8895元,同比名义增长4.6%。

(宗禾)

工信部将强化中小企业在产业链供应链上的配套能力

本报讯 近日,工信部副部长徐晓兰在第十四届中国产学研合作创新大会上表示,工信部将加快推进制造业技术创新体系的建设和完善,集中资源加快补短板锻长板。同时,加快促进产业生态协同发展,强化中小企业在产业链供应链上的配套能力。

徐晓兰表示,开放合作是科技创新的内在要求和重要路径,产学研深度融合越来越成为加速技术更新迭代、扩大技术推广应用、促进科技成果转化的重要途径。加强产学研合作,是攻坚关键核心技术、加快推进新型工业化的重要一环。

工信部将推动制造业技术创新体系建设和完善,夯实基础零部件、基础元器件、基础材料、基础软件等工业基础“底座”,提升产业链供应链的韧性和安全水平。深入开展制造业数字化转型行动,改造提升传统产业,大力实施产业基础再造工程和重大技术装备攻

关工程,巩固提升优势产业,围绕重点领域不断开拓新的应用场景,培育壮大新兴产业。

徐晓兰特别提到,要强化中小企业在产业链供应链上的配套能力,促进大中小企业链式协同融通发展,推动创新链与产业链的深度融合。(何文)

正的,对当事人进行教育,不予行政处罚,为市场主体提供更加包容、更有温度的发展环境。

浙江省药品监督管理局化妆品监管处处长吴晖表示,下一步还将依托行业协会制定浙江美妆城市礼品团队标准,引导企业开发体现山水特色、文化底蕴、城市气质、地域风情等的国潮美妆。同时,发挥技术优势指导原料开发,培育生态美妆,推动生态美妆成为“两山”转化新方案、共同富裕新路径。

(宗新)

浙江出台18条举措“助攻”化妆品产业

本报讯 4月18日,浙江省药品监督管理局举办政策发布会。记者在会议上获悉,近日浙江省药品监督管理局出台助力浙江化妆品产业高质量发展18条举措,进一步创新监管方式,优化营商环境。

据介绍,18条措施分别从优化提升政务环境、法治环境、市场环境、经济生态环境入手,通过改进备案工作、完善监管模式、强化服务解难以及激发创新

活动,让市场主体“活”起来,营商环境“优”起来。

近年来,浙江省化妆品产业发展迅速,生产企业数量、产品数量、产值等方面均排全国前列。化妆品生产企业数量从2016年的271家发展到如今的590余家。记者在现场了解到,在加强营商环境的“硬支撑”方面,浙江省将开展普通化妆品备案标准化改革,通过全省统一化妆品技术核查尺度,无差别受理、

同标准办理。在加强营商环境的“软实力”方面,浙江省将建立多方面机制,比如“准入路标”机制,通过设立备案咨询开放日、编制《化妆品备案政策问答》、建立新产品新功效新原料等界定咨询服务机制,为企业加快化妆品上市提供“路标”。

值得关注的是,浙江还将探索轻微违法行为容错纠错机制,相关行为如属于初次违法且危害后果轻微并及时改

打造区域公用品牌,不断提升美誉度和核心竞争力

“进贤文笔”以品牌力量助力行业发展

本报讯 (记者 贾淘文)在日前闭幕的第50届全国文房四宝艺术博览会暨第13届全国中小学生书画用品艺术博览会上,“晏殊故里,进贤文笔”展区的主办方将战国晚期秦国笔、东汉笔、魏晋南北朝笔、唐笔、宋笔、明代瓷管笔、清代笔等珍贵的文物带到了展会现场,向广大文房四宝爱好者和专业书画从业者完整地展现了中国毛笔的制作工艺及“进贤文笔”产业的传承发展成果。展会现场吸引了众多游客互动交流、拍照留念。

江西省南昌市进贤县文港镇作为轻工特色产业区域,被中国文房四宝协会授予“中国毛笔之乡”“全国中小学生书画用毛笔生产基地”荣誉称号。“进贤文笔”成为江西省南昌市进贤县文港镇重点打造的毛笔类区域公用品牌。

进贤县相关负责人在接受采访时表示,毛笔作为中国优秀传统文化的符号,是华夏文明的灿烂瑰宝。“进贤文笔”制作工艺从两晋时期传授而来,素

以制作精湛、刚柔相济、书写自如、经久耐用著称,笔头似笋、腰身如锥、锋颖毫细,兼备“尖、齐、圆、健”之四德,深受历代文人学者的喜爱和赞赏,至今已逾1600年。在千年的制笔文化熏陶下,进贤县文港镇的大部分居民都以制作毛笔为生,制作技艺世代相传。如今,已涌现出周鹏程、邹农耕、周信兴等一大批国家级、省级非遗传承人,他们在这片土地上开创了文港毛笔文化。

目前,文港镇拥有2600余家毛笔生产企业和作坊,从事毛笔制作人员12000多人,实体销售点5000多个,电商窗口5100多个,产品几乎遍及全国各个城镇,文港毛笔及相关文房四宝商品占据全国80%以上市场份额,全国同行业排名第一。2022年6月,“进贤文笔”被国家市场监督管理总局正式核准使用地理标志证明商标,在中国文房四宝特色区域的发展中具有重要意义。

数据显示,2022年,文港镇毛笔产量达9亿支,产值32.5亿元;金属笔及

中性笔产量达11.5亿支,产值51.9亿元;文化用品及相关产业实现产值51.5亿元,销售收入76.29亿元,利税8.58亿元。

“目前,文港镇的毛笔产业在线上的销售业绩做得特别好。线上和线下销售收入比约为8:2,线上销售占了全部收入的八成。”文港镇文房四宝协会会长吴国华在接受采访时说道。

近年来,当地政府高度重视毛笔产业发展。2022年,当地政府联合相关企业共同打造“进贤文笔”区域公用品牌,并提出“中国毛笔传承千年,进贤文笔当代魁首”的战略定位,以凸显“进贤文笔”行业地位。同时以“人生大文笔”的概念,将毛笔与人生、与中国文化相结合,打造毛笔新消费场景,实现毛笔与当代年轻消费群体的文化理念相结合,进而扛起中国传统文房四宝发展的大旗。

如今,“晏殊故里,进贤文笔”这句广告语已经被越来越多的书画爱好者

和业内专业人士所熟知,彰显出了进贤文笔区域公用品牌深厚的文化底蕴,在消费者心中树立了良好的品牌形象。

进贤县相关负责人表示,随着“进贤文笔”区域公用品牌的正式发布,文港镇毛笔产业也将向着规范化、品牌化、高端化迈出重要的一步。接下来,文港镇将以“进贤文笔”区域公用品牌为抓手,不断提升品牌的美誉度和核心竞争力,加快推进“进贤文笔”的品牌标准、服务体系、诚信体系建设,为中国文房四宝行业的发展提供强有力的品牌支撑。

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com