

科创板国家级专精特新“小巨人”企业达 308 家

本报讯 近日,第五批国家级专精特新“小巨人”企业公示名单出炉,多家科创板公司榜上有名。据统计,截至7月23日,已有40家科创板公司发布关于入选第五批国家级专精特新“小巨人”企业的公告。

此前,科创板268家公司入选工信部前四批的国家级专精特新“小巨人”名录,第五批“小巨人”认定工作完成后,科创板“小巨人”军团达到308家。(宗禾)

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

中国国际精品陶瓷展览会在京举办



本报讯 (记者 解磊)7月21日上午,我国陶瓷行业内规模最大、品类最全、专业性最强的精品陶瓷综合性展览会——2023中国(北京)国际精品陶瓷展览会在中国国际展览中心拉开序幕。中国轻工业联合会会长张崇和宣布展会开幕,中国商业联合会会长姜明,工业和信息化部消费品工业司二级巡视员邓小丁,中国轻工业联合会副会长、中国陶瓷工业协会理事长杜同和出席开幕式并致辞。商务部相关部门负责人,中国室内装饰协会会长张丽,中国收藏家协会副会长刘铭威,以及莫桑比克、乍得等国家驻华使节出席了开幕式。

姜明在致辞中表示,作为本届中国(北京)国际精品陶瓷展览会的支持单位,中国商业联合会充分发挥流通

领域平台优势,组织华北、东北等地区经营陶瓷产品的商超、批发交易市场、知名老字号、连锁餐饮企业、宾馆采购负责人等参加展览会,举办专场供需对接会等活动,精准搭建展商面对交流的桥梁,让参展商、采购商得以高效互通,最大化拓展交易流通渠道。他认为,在已经连续成功举办3届的基础上,本届展会一定可以继续办出高水平、办出高成效,持续推进文化自信自强,弘扬陶瓷大国工匠精神,演绎中国制造、中国创造的陶瓷魅力,促进中国陶瓷生产和流通高质量发展。

邓小丁表示,中国陶瓷产业源远流长,拥有悠久的历史和卓越的技艺。中国陶瓷以其独特的艺术风格和精湛的工艺技术,在世界上享有盛誉。随着经济的快速发展和消费需求

的不断升级,中国的陶瓷产业迎来了新的发展机遇。本次展览会不仅是中国陶瓷产业的一次盛会,也体现了中国陶瓷行业对自身品质、创新和品牌建设的高度重视。当前,中国陶瓷产业正面临着深化改革、提升质量、转型升级的重要阶段。“我相信,通过本次展览会的交流与合作,将促进行业的良性竞争和创新发展,推动陶瓷产业向着更高端、更绿色、更智能的方向迈进。”邓小丁说。

杜同和在致辞中表示,为贯彻落实党中央、国务院决策部署,践行陶瓷行业责任担当,推进陶瓷产业高质量发展,促进行业内外交流,中国陶瓷工业协会积极搭建“中国(北京)国际精品陶瓷展览会”平台,已成功举办了3届展会。在中国轻工业联合会和全国

各产区区政府的支持下,展会从无到有,从规模较小到逐渐扩大,从探索到成熟,到今天,北京精品展得到国家商务部正式批复冠名“中国国际”,已经成为在京举办的国家级专业性陶瓷展会。本届展会从展出面积、产品种类、采购目标人群都将实现质的突破,并将继续坚持“高水平、有特色、成体系”的展览方式,以实际行动落实党中央重大决策部署,推动行业的提档升级和高质量发展。

本届展览会以“奋进新征程,建功新时代;精美陶瓷装点美好生活,讲好中国陶瓷故事,彰显中华文明,开启中国陶瓷文化传播之旅新征程”为主题。全国20余个主要产瓷区和国际品牌、艺术家,共超过2000家陶瓷行业标杆同时亮相,通过首都窗口,向世界展现陶瓷大国文化魅力,将国际陶瓷艺术引入国人生活。

展会同期还举办了丰富多彩的活动,充分展示中国陶瓷工业近十年以来发展取得的辉煌成就。展会开创了陶瓷文化传播之旅新模式:“请进来”——特别邀约中外100名陶艺家、专家教授、陶瓷大师举办国际陶瓷精品展及文化交流活动;“走出去”——展会现场优选国内、国际陶瓷作品,组织“成就与梦想”国际巡展和“中国文化出海嘉年华阿拉伯站”。展会还首次组织“成就与辉煌”当代陶瓷艺术专场拍卖会,组织创意网红新地标——展会集章寻宝、国风碗乐表演以及陶瓷艺术与现代生活融合体验,陶瓷工匠创客交流、亲子研学等形式多样的现场互动活动,并与中国传媒大学共同发起“金牌讲解员”活动,发掘中国陶瓷文化传播“新势力”。展会同期还举办了第十一届“大地杯”中国陶瓷创新与设计大赛。此外,展会还通过“从物陶瓷云展”及多家新媒体平台进行线上云展推广。

7月份以来,各地纷纷抢抓暑期消费季机会,发放文旅、汽车、生活用品等多领域消费券,加大补贴力度,推动消费市场乘势而上。据统计,截至7月23日,月内已有广州、沈阳、吉林、郑州等十余地拿出“真金白银”促消费扩内需。

东方金诚首席宏观分析师王青对记者表示,当前,着眼于扩大内需、推动三季度经济修复动能转强,有必要采取发放消费券等措施,加快消费复苏。

具体来看,今年暑假期间,广州市累计发放文旅消费券3000万元;吉林市开展“乐购江城 特价购车节”汽车消费券促销活动,使用云闪付平台发放92万元汽车消费券;7月21日至7月30日,郑州市开展第四届“醉美·夜郑州”消费季品牌餐饮消费券发放活动……

记者梳理发现,各地暑期消费券的发放呈现出以下特点:一是体现了政策导向,例如针对绿色节能电器以及新能源汽车的消费券力度更大;二是聚焦新兴消费业态,全力打造新消费场景;三是在发放方式方面,主要通过各类社交App、小程序、电商平台、网络支付平台发放,覆盖面广,与日常消费场景结合紧密。

消费券的发放有助于提升居民的消费能力和意愿,能够产生一定的杠杆和乘数效应,有利于活跃消费市场,加快经济复苏。

以饿了么开展的“e夏天免单”系列活动为例。北京市民谢女士对记者表示:“我在饿了么平台抢到了冰激凌免单券,为了达到起送额度,还购买了其他商品凑单。”

在王青看来,由于当前各地发放消费券普遍采取“满减”形式,因此拉动效应会达到数倍。

今年以来,各地积极恢复和扩大消费,消费潜力逐步释放,对经济增长的拉动效应明显增强,为推动经济恢复向好发挥了重要作用。最新数据显示,上半年最终消费支出增长对经济增长的贡献率达到77.2%,比去年全年贡献率明显提升。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华在接受记者采访时表示,当前以绿色消费、智能产品消费为代表的新消费增长点逐步形成。上半年,多地发放新能源汽车专项消费券,据统计,上半年新能源乘用车销售量超过300万辆,同比增长37.3%。

但消费券的便捷程度仍有待加强,消费者刘女士表示,自己乐于参与各种消费券、优惠补贴活动,只是一部分消费券还需要去“抽”或者“拼手速”抢。希望未来能够设置更多的名额、更低的门槛,或发放到符合条件的消费者账户,让消费者可以更方便地使用。

针对暑期消费特点,周茂华认为,相关措施可以向文旅住宿、商超餐饮、绿色节能等方面倾斜,增强消费体验,举办主题丰富的消费节;优化消费券发行方式,充分考虑各类群体消费偏好,对接区域重点支持领域和有发展前景的中小微企业等;提升消费券领取与消费券使用的便利度;规范消费市场,鼓励和支持商家积极参与,不断优化商品服务供给,合理定价,阶段性让利消费者,避免少数商家非理性涨价,降低服务质量;另外,应完善消费者纠纷调节机制及售后服务等环节。

展望全年,市场普遍预计,在相关促消费政策和活动的叠加作用下,全年消费有望实现稳定复苏。海通证券研报预测,随着经济复苏和政策发力,消费基本面有望逐步改善。今年社会消费品零售总额增速将达8%至9%。(证券日报)

多地密集发放暑期消费券 绿色家电、新能源车等成重点支持领域

随着气候变暖的加剧和“厄尔尼诺”卷土重来,高温天气正在席卷全球。在各地频频处于高温天气的情况下,人们对空调的需求飙升。

据了解,空调销售在近期延续了今年以来同比量价齐升的态势。最新数据显示,今年上半年,空调产品的全渠道销售额同比增长了20.9%,成为大家电中增长最快的品类。为满足需求,目前空调厂商普遍在扩大产能并提高库存水平。仅7月份,全国空调企业的总产量就达到1483万台,同比增长了22.6%。

不仅是国内市场,中国空调出口海外也很火热。根据中国机电进出口商会的数

据,今年4月、5月,空调出口量分别为807万台和707万台,比去年同期分别增长了6%和2%。

中国机电产品进出口商会家用电器分会秘书长周南在接受记者采访时指出,空调产品就是“靠天吃饭”的,今年气候变暖加剧和“厄尔尼诺”齐至,热度叠加,人们不得不依靠空调等家电应对酷热天气,即便是欧洲地区对空调的需求量也在持续增长。

中国机电进出口商会的数据显示,今年1—5月,中国对多个国家和地区的空调出口额明显增多。其中,

日本同比增长14%、墨西哥为9.4%、西班牙为27%、阿根廷为32%、伊拉克高达40%、巴西高达43%。

据周南透露,预计6月,空调出口量增幅有望更高。

记者在采访过程中了解到,浙江某电器公司负责人对今年的出口形势表示乐观。据介绍,随着全球空调需求的增长,今年1月至6月,企业的出口额同比增长了15%,东南亚、拉美等新兴市场成为增长新亮点。

“今年上半年,工厂一直是开足马力赶制生产状态。”他指出,东南亚、

非洲和拉丁美洲等地区的市场潜力巨大,通过出口到这些市场,能够开拓新的客户群体,扩大市场份额。

当然,温室气体排放是气候变暖的原因之一。而空调作为家电领域中的能耗大户,也是民用领域碳排放的大头儿,势必也要承担着节能降耗的重要使命。

周南称,随着气候问题越来越受关注,绿色节能产品更受海外市场青睐。“不论是从能源节约的角度,还是应对全球变暖的角度,海外市场对制冷产品的绿色节能需求越来越高。中国作为空调生产大国,国内空调能效标准已在全球领先。”他强调。

(中国电子报)

国家发展改革委等部门印发《关于促进电子产品消费的若干措施》

本报讯 国家发展改革委、工业和信息化部等7部门7月21日印发《关于促进电子产品消费的若干措施》(以下简称《措施》)。

电子产品消费是实物消费的重要品类。近年来,电子产品数字化、智能化发展趋势明显,由“有”向“优”的消费升级潜力旺盛,但仍面临换机周期延长、部分群体渗透率偏低、回收渠道不畅等问题。

《措施》提出,加快推动电子产品升级换代。加快电子产品技术创新,打造电子产品消费新场景,着力消除电子产品使用障碍。大力支持电子产品下乡。持续推动家电下乡,完善电子产品销售配送体系,开展绿色智能电子产品展销活动。打通电子产品回收渠道。规范电子产品回收制度,推动集中回收、远程回收,合理保障电子产品回收临时场地需求。

此外,在优化电子产品消费环境方面,《措施》明确,切实加强隐私保护。加快完善个人信息保护法律法规,加快数据脱敏、合规利用的政策和行业标准制定,依法打击企业不当利用个人隐私行为。完善质量标准体系。加快建立健全智能电子产品标准体系,实现不同类型、不同品牌的智能家居和可穿戴设备等电子产品互联互通。积极引导消费者更换老旧家电、高能耗家电。

(辛文)

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

市场监管总局首次发布中国企业信用指数

本报讯 7月20日,市场监管总局首次发布中国企业信用指数,指数显示,2022年度中国企业信用指数为158.36点,同比上升24.14点。

据介绍,中国企业信用指数是在市场监管总局信用监管司的主持指导下,由市场监管总局代码中心发布的。中国企业信用指数立足市场监管部门职能和市场监管数据资源,编制过程中遵循客观经济规律,依法推进企业信用体系建设,通过对市场监管部门掌握的全量企业全生命周期的信用信息进行综合分析,着力从市场监管视角构建企业信用衡量工具。中国企业信用指数突出“市场监管数据在企业信用领域的价值特征”与“市场监管数据结构基本特征”两个特征,用更加丰富的信用评价维度展现企业信用状况,实现全国企业信用水平的指数化呈现。

据介绍,中国企业信用指数以2014年为基期,基分为100点。2014年至2022年,中国企业信用指数由2014年的100点,波动上升到2022年的158.36点,创2014年以来的历史新高,其中2018年和2020年出现两次小幅下降,总体呈现“小幅波动、稳中上升”的发展态势。

市场监管总局相关负责人表示,纵观中国企业信用指数9来的发展趋势,虽然受到国内国际多重因素影响和冲击,中国企业信用水平小幅波动,但总体持续上升,市场秩序稳中向好,企业经营活力持续恢复,企业诚信守法经营意愿持续增强,营商环境持续优化。

上述负责人表示,编制中国企业信用指数,可以实现全国企业信用水平的指数化呈现,为全国统一大市场建设提供宏观数据支持。(综合)



河南虞城:小小卷尺“量”世界

大暑时节前夕,记者在河南商丘虞城县稍岗镇的工量具企业内看到,工人们正在热火朝天加紧生产,待出口的卷尺在仓库内整齐码放。虞城县被誉为“中国钢卷尺城”,也是“国家工量具高新技术产业化基地”。目前,全县工量具加工企业上千家,产品占全国市场份额的85%,占国际市场份额的60%以上,产品远销亚洲、欧洲、美洲、非洲等120多个国家和地区,年产值达120多亿元人民币。

图为工人正在对卷尺进行包装。

(中新网)