

## 代表委员访谈

全国人大代表史玉东:

### 建议加大产品创新力度 撬动消费者新需求



本报记者 赵 曦 □ 唐 瑞

2025年全国两会期间,记者从全国人大代表、蒙牛集团全球研发中心研发总监史玉东处获悉,他将围绕“加快形成乳业新质生产力”“加速食品创新配料落地应用”“乳业纾困应对行业发展困局”“加强学生饮用奶推广”“助力大包奶粉等乳品出口”“推动食育法制定”“加强食品声称管理制度建设”等主题提出七大建议,为加快培育乳

业新质生产力、推动中国乳业高质量发展建言献策。

史玉东说:“发展新质生产力,是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。”作为行业龙头企业,蒙牛长期坚持自主研发创新,加快推动产业链数智化转型升级。2023年蒙牛在宁夏建成的全球首座全数智化工厂被世界经济论坛评为“灯塔工厂”,成为全球首家液态奶灯塔工厂。这座工厂应用了30多项第四次工业革命解决方案,人均效能比传统工厂提高了20倍,“人效比”全球第一。

但是在他看来,长期以来,我国乳业“品类多元化不足”“供需均衡性矛盾”“产业链韧性不足”这三大顽疾依然制约行业高质量发展。尤其与欧美国家相比,我国乳制品消费品类单一、综合利用率低,配方乳粉关键功能基料“卡脖子”问题依然严重。为此,他建议,国家在做大做精乳制品深加工产业、做宽乳业新赛道、加速研发成果应用落地以及做强液态奶基本盘等四个层面加大扶持力度。

史玉东认为,乳制品深加工产业作为高耗奶产业,前期投入大、回报周期长,因此建议加大政策和资金支持力度,鼓励龙头企业带头

开展基础性、原创性研发,通过科技赋能解决关键原料保障及安全问题,自主掌控关键核心技术,实现核心原料的国产化以及产业价值增值;聚焦精准营养,着眼运动营养、特医食品、益生菌、蛋白加工等高潜力领域进行产业布局,不断丰富乳业矩阵和价值链条;还应推进产学研一体化建设,在政策法规支撑、项目匹配、奖补资金等方面给予支持和引导。

史玉东表示:“受宏观经济增速放缓叠加行业周期影响,奶业正面临原奶产量过剩、生鲜乳价格连续下降、企业经营持续困难等问题。当下我国奶业仍处于下行周期,仅靠行业自身走出困境异常艰难,亟需相关部门提供保障措施。”为推动奶业转型升级,他建议一方面要推动金融机构创新信贷支持模式,助力牧场稳健发展;另一方面要通过试点开展奶粉收储,有效解决周期性过剩矛盾;此外,还要进一步助力企业拓展更多消费市场,如通过特供渠道拓展国内乳制品消费市场,打通大包粉等乳制品出口渠道,全面扩大乳制品消费能力。

史玉东认为,我国居民饮食习惯正在从“吃得饱”向“吃得好”转

变,人均乳制品消费水平必将不断提高,市场规模和前景依然广阔。但当前,我国居民的平均乳制品摄入量远未达到推荐量(《中国居民膳食指南(2022)》推荐“吃各种各样的奶制品,摄入量相当于每天300ml以上液态奶”)。

因此,他建议,供给侧要加大基础科研和产品创新力度,不断打造新质生产力,做大做精乳制品深加工产业,尤其在运动营养、特医食品、益生菌、蛋白加工等前沿领域,不断丰富产品矩阵和价值链条,通过创新撬动消费者新需求。另外,要加大科普宣传、政策引导,让消费者从“不喝奶到多喝奶”,从“喝牛奶到吃奶酪”不断升级。同时,通过进一步推动食育立法,加强食品声称管理等法律制度建设,推动乳制品消费健康可持续发展。

青少年作为国家未来发展的建设者,营养健康受到社会各界的高度重视。为进一步提升青少年营养健康素质,史玉东本次也针对“加强学生饮用奶推广,提升学生营养健康水平”提出了建议,希望在顶层设计、法制规范、专项资金、科普宣传等层面进一步加大大学生营养奶推广力度,为青少年营养健康保驾护航,助力健康中国建设。



□ 本报记者 胡 静

随着人工智能技术的飞速发展,越来越多的家电家居产品全面接入AI大模型,人们的生活变得更加智能化、多元化。今年全国两会期间,全国人大代表,海尔集团董事局主席、首席执行官周云杰关注大模型在家电领域的落地,建议以高质量数据构建智慧家庭大模型,助力家电家居产业升级。

智慧家庭领域大模型是支撑传统智能家电和家居转型升级的关键基础设施,能够催生 outcomes 服务型机器人等新质消费品产业,从而带动上下游产业链形成十万亿级以上的新增长点。中国家电行业从2013年便开始了家电智能化的探索。周云杰表示,智慧家庭领域大模型需要算力、算法、数据三大要素支撑。算力依赖问题在短期内难以取得突破;DeepSeek等算法的突破已大幅降低模型的算力需求,然而大规模高质量数据的支撑作用依然无法替代;垂直领域等行业数据建设仍面临采集成本高、跨域融合难等挑战。“在数据采集端,一方面仿真生成技术还不成熟,生成速度慢;另一方面真机数据依赖真人或遥控机器人采集,采集成本高、速度低,极大制约了行业垂域大模型的开发进度。在数据服务端,被动数据与主动数据在格式、接口规范等环节各不相同,难以实现高效的全场景整合与训练。”周云杰说,这些问题靠行业、企业无法快速解决,亟需国家统筹与支持。

针对上述情况,周云杰提出,要培育数据采集产业,构建智慧家庭大模型多元统一的数据源和国家级数据仿真平台及训练场。他建议制定统一数据标准体系,规划并发展智慧家庭数据合成、数据标注产业;实施数据贡献参与工程,通过全民贡献、群企共创的形式构建行业全覆盖的垂域数据基础;强化资金扶持和政策鼓励,支持行业龙头企业牵头建设智慧家庭全场景覆盖的数据仿真平台和训练场,训练高质量垂域大模型,并向产业链上下游提供高质量服务,推动具身智能技术在智慧家庭场景中的深度应用,赋能家庭服务型机器人等新质生产力发展。

家电家居智慧体验的提升,需要大规模的数据采集和有效样本的支持。未来,随着培育数据采集产业、构建国家级数据仿真平台和训练场等举措逐步实施,智慧家庭领域大模型将进一步落地,助力家庭服务型机器人等新质消费品产业蓬勃发展,开启家电家居产业高质量发展的崭新时代,为我国在全球智慧家庭领域的竞争中赢得先机。

全国人大代表郑月明:

### 产业工人队伍建设需要更多政策支持

□ 本报记者 刘 元

产业工人是产业高质量发展和建设制造强国的骨干力量。高技能人才是产业工人队伍的优秀代表,不仅是技术的执行者,也是创新的实践者,为加快发展新质生产力提供强有力的支撑。随着现代化产业体系向纵深不断完善,企业对知识型技能型创新型产业工人的需求更为迫切。在此背景下,全国人大代表、联泓新材料科技股份有限公司董事长郑月明建议加大政策落实力度,支持产业工人队伍建设。

近年来,国家高度重视产业工人队伍建设和高技能人才培养。目前,全国技能人才总量已超过2亿人,总量持续扩大,素质稳步提升。根据人力资源社会保障部数据,截至2022年,我国高技能人才总量约为6000万人,占技能人才比例约为30%,但与发达国家相比,仍有一定差距。

“对于加强产业工人队伍建设和技能人才培养,国家顶层设计已经比较全面系统,但在具体执行过程中仍存在一些问題。”郑月明分析,首先是支持企业培养产业工人的政策落实不到位。培养高水平技能人才是一项长期工程,企业需要付出较高的时间成本和管理成本,现阶段除了企业支出职工教育经费外,政府资金支持缺失,企业对产业工人队伍建设的积极性不高。其次是职业院校教育体系存在与企业用人需求脱节的情况,院校专业设置滞后于技术迭代和产业发展节奏。最后是对高技能人才的激励力度不够,住房补助、技能竞赛奖补等政策落实力度不够。

把支持企业产业工人队伍建设相关政策落到实处,对于提升企业培养



技能人才的积极性十分重要。郑月明建议,对于重大战略、重大工程、重大项目、重点产业的技能人才招用,应给予企业一定比例的专项补贴。大力支持企业建设高技能人才培训基地、公共实训基地、技能大师工作室等,对成果突出的企业给予奖励。

“同时,要引导职业院校进一步完普技能人才培养体系。优化课程设置,突出学生实操能力的培养。加大经费支持力度,加强教学设备和师资力量建设,鼓励院校教师到企业实践,支持院校聘请企业技术骨干担任兼职教师。”郑月明认为。

此外,还需加大对高技能人才激励力度。郑月明建议,结合产业园区实际情况,支持建设园区周边人才社区,提高高技能人才补贴和市级以上技能比赛的奖补标准,确保资金及时到位,足额兑现。

全国人大代表郭桂义:

### 让地理标志产品从“初级原料”迈向“高附加值品牌”

本报记者 赵 曦 □ 黄芷凌

茶,源于中国而享誉世界。自古以来,中国人就善于种茶、采茶、制茶和饮茶。数据显示,我国是全球茶叶第一大生产国,也是全球最大的茶叶消费国。茶产业作为我国具有较强国际竞争力的特色优势产业,在支撑国内茶区经济、服务乡村振兴、满足健康消费方面具有重要意义。尤其在近年来,以茶为原料的茶食品、新茶饮等赛道展现出较大市场潜力,茶叶深加工产品正成为推动传统茶产业转型升级的新引擎。

在此背景下,全国人大代表、信阳农林学院教授郭桂义在今年全国两会期间,重点关注茶产业发展问题,建议尽快完善信阳毛尖等地理标志产品在深加工领域的拓展使用规定,让地理标志产品从“初级原料”迈向“高附加值品牌”,从而打造特色农业产业集群,提升农业产业化水平,带动乡村振兴与

县域经济高质量发展。

“近年来,为提升农业生产的经济效益,以地理标志农产品为原料开发的深加工产品不断增加。例如,以地理标志产品信阳毛尖为原料开发生产的信阳毛尖茶饮料、茶啤酒、茶月饼等。”郭桂义说。在过去一年里,郭桂义深耕教学科研一线,活跃在茶园、茶企、茶会议上,他发现,当前我国地理标志保护体系虽日趋完善,但其适用范围多局限于初级农产品,现行法规对地理标志产品在深加工领域的界定仍存在制度空白。

例如,《集体商标、证明商标注册和管理规定》第二十四条要求“使用地理标志的商品应符合特定条件”,但未明确深加工产品中地理标志成分的阈值,如原料占比、工艺标准等。《地理标志产品保护办法》(2023)第二十三条要求“产品应符合标准”,但深加工产品往往需突破传统工艺,导致企业陷入“遵循标准则无法创新,自行创新

则丧失地理标志产品使用权”的两难境地。这对地理标志产品的进一步发展产生了极大制约。

对此,郭桂义建议,尽快完善地理标志产品在深加工领域的拓展使用规定,修订完善地理标志产品、证明商标等相关法律法规,明确地理标志产品证明商标在深加工产品中的地理标志成分阈值,如原料占比、工艺标准等;明确地理标志产品证明商标在深加工产品上的延伸使用规范,如商标使用范围、使用场景等;建立地理标志产品证明商标深加工产品备案制度,允许企业在研发阶段试用地理标志商标,通过数据积累后申请正式授权。

郭桂义表示,2024年,全国地理标志农产品数量达5909个,地理标志产品已成为部分地区实现乡村振兴的核心驱动力。《2025年国务院政府工作报告》指出,“做好‘土特产’文章”“促进乡村特色产业延链增效、联农带农,拓宽农民



增收渠道”。完善地理标志产品在深加工领域的法律规范,有助于充分释放信阳毛尖等地理标志产品的市场潜力,对促进城乡产业链深度融合,带动农业人口向深加工领域转移就业具有重要意义。

全国人大代表贾少谦:

### 应打通以旧换新“梗阻” 让政策惠及更多消费者



□ 本报记者 王 洋

2025年消费品以旧换新政策加力扩围备受关注。全国人大代表、海

信集团董事长贾少谦表示,在以旧换新推进过程中,还存在县、乡中小商家参与门槛高等问题,因此,他建议从国家层面统一各省市以旧换新参与条件,扩大县、乡中小商家参与范围,打通以旧换新“梗阻”,让政策红利惠及更多消费者,进一步激发县域经济活力。

2024年以来,在国家鼓励、地方支持和企业让利等因素带动下,消费品以旧换新政策效应持续显现。国家统计局数据显示,2024年以旧换新政策成效显著,全国汽车以旧换新超过680万辆,超3600万名消费者购买8大类家电以旧换新产品超过5600万台,家装厨卫“焕新”补贴产品约6000万件,电动自行车以旧换新超过138万辆。消费品以旧换新带动相关产品销售额超过1.3万亿元。

“以旧换新政策不仅提振了消

费市场,加速了消费升级,还极大推动了绿色节能产品的普及,提升了消费者的生活品质。”贾少谦举例说,海信在“国补”政策基础上,将消费者权益从“以旧换新”升级到“品质换新”,受到消费者的欢迎。去年第四季度,海信家电产品零售额同比增长超过30%。在海信销售的家电产品中,一级能效产品销售占比已达到73%,热销家电产品呈现出高品质、高能效和高智能特点。

尽管政策成效显著,但县域市场依旧存在实施痛点。数据显示,目前县城家电销售网点参与率不足40%,乡镇消费者平均换新距离超过15公里。

此前,中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”列为2025年重点任务之首,明确提出加力扩围实

施“两新”政策,并且提出“大力发展县域经济”。

然而,贾少谦了解到,目前国内部分地区的商家准入范围有限,部分乡镇消费者“进城才能领补贴买家电”,对偏远地区消费者及老年群体来说十分不便。

“以旧换新政策惠民生、利产业,但落地过程中还存在一些‘梗阻’,需要把毛细血管打通,让每一个细胞都能感受到国家政策带来的养分滋养。”贾少谦说。

对此,贾少谦建议,由国家相关部门统一各省市以旧换新参与条件,扩大县、乡中小商家参与范围,允许乡镇家电个体工商户参与,保障偏远地区用户尤其是老年群体权益,让他们在家门口就能便捷地享受到补贴活动,让政策红利惠及更多消费者,进一步激发县域经济活力。