

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

万事俱备只待匠心绽放

第五届全国工业设计职业技能大赛决赛进入倒计时

□ 本报记者 解 磊

由中华人民共和国人力资源和社会保障部、中华全国总工会、中国轻工业联合会共同主办的国家一类技能竞赛——2025年全国行业职业技能竞赛——第五届全国工业设计职业技能大赛决赛即将在宁波拉开帷幕。面对这场代表中国工业设计最高水平的竞技舞台,组委会正逐一梳理赛事流程与环节细节,对赛程安排、执行方案进行最终审核确认;选手们早已进入赛前集训的关键阶段,每日沉浸于设计方案的打磨与实操技能的强化训练;专家们线上研讨细化评分细则;设备保障团队对比赛用的各类设计设备、软硬件系统展开全面排查与调试;东道主宁波更不断优化赛事后勤与场地保障方案,静候八方来客。

精心组织:

高效筹备显担当

中国轻工业联合会党委高度重视本次大赛,中国轻工业联合会会长张崇和亲自研究部署有关工作,抽调骨干人员成立了组委会技术工作委员会,下设秘书处和 5 个工作组。各工作板块统筹协调,有效配合,顺利完成了裁判选拔、规则制定、赛程命题、赛场设计等前期准备工作。组织召开技术工作对接会 20 余次,编印竞赛规程等各类文件 7 万余字,命题 4000 余道。目前,正在逐一梳理赛事流程与环节细节,对赛程安排、执行方案进行最终审核确认。近日,组织召开了针对本次大赛的动员大会,对决赛工作进行动员部署。赛前三天,中国轻工业联合会将派出 30 多人的工作团队赴宁波保障大赛。

全力冲刺:

匠心在汗水中打磨

大赛的战鼓声渐近,全国各地的参赛选手已进入最后的冲刺阶段。

连日来,来自黑龙江队的家具设计与制造赛项学生组选手张鸿骏,正进行着每日长达 15 小时的“魔鬼训练”

练”,不断揣摩作品、优化加工思路。对他而言,核心挑战在于如何将制图、AI 赋能与快拆结构完美统一,唯有通过海量练习、开拓自主设计思维寻求突破。张鸿骏说,在他身后,是由老师、教练、校领导与队员们组成的坚实后盾,他们深挖规则、定制计划、协调资源,为他构筑了全方位的支持体系。

值得一提的是,张鸿骏的教练马元龙,正是首届全国工业设计职业技能大赛设计师赛项职工组的一等奖获得者。张鸿骏表示:“有马教练的经验加持,我的目标就是‘保二争一’!在全力以赴冲击佳绩的同时,也会珍惜这次同行交流学习的机会,希望通过作品展现自己的设计功底与创新思路。”

与此同时,安徽队制图员赛项工作组选手范振正采用“模拟实战+错题复盘”模式进行最后冲刺。他每天坚持 8 小时高强度训练,在精准建模与规范制图间寻找最佳平衡。“这个赛项要求我们在短时间内完成复杂模具的 3D 建模,同时要考虑加工工艺和装配可行性,是对技术和思维的双重考验。”范振表示,面对复杂曲面等挑战,他通过参数化设计提升效率,系统梳理模具标准,强化工程思维。

范振的备赛得到了其所在学校与行业的双重支持。芜湖职业技术大学不仅提供了与大赛同步的高性能设备,更组建了全国技术能手教练团队;安徽省轻工业协会则通过技术解读会让他对赛项要求把握更准。范振说:“目标当然是冲击奖牌,但我更期待通过这次大赛实现技术突破,与全国同行交流学习,为行业发展贡献自己的力量。”

硬核护航:

技术与产业共筑基石

据了解,为确保第五届全国工业设计职业技能大赛的公平公正举办,各赛项专家组已完成全面细致的赛前准备工作。陶瓷产品设计师赛项专家组组长、中国工艺美术大师谢强表

示,专家组系统修订了《大赛规程》,不仅明确了统一技术标准,更精细化划分了各类裁判的职责边界与执裁流程。赛事现场已完成科学布局规划,所有软硬件设备均已完成校验,静候入场。

“以陶瓷产品设计师赛项为例,本次评判标准实现了重要革新,一是更贴近工业流程,全面覆盖市场调研、创意设计到原型落地的核心环节;二是评价重心由过去侧重工艺质量,转向以设计品质为核心的综合评价;三是首次允许使用装饰材料,鼓励选手充分发挥装饰美学的表现力。这些调整将显著提升作品的艺术感染力。”谢强表示,为确保评判公正,本届大赛首次在技术文件中明确了专家、检录、现场、评分等各类裁判及监督仲裁员的职责边界,通过制度化设计确保评判全程透明。

选手的精彩发挥与赛事的顺利运行,离不开稳定、可靠的硬件设备与技术保障。在这方面,大赛的合作伙伴们已严阵以待。中优智能科技有限公司总经理肖勇表示,所有设备已准备发运,并派驻了 8 位工程师确保“零故障”运行,设备在前期已得到充分验证,抵达后还将进行三轮严格测试。

连续三届为陶瓷产品设计师赛项提供设备的景德镇初心造物科技有限公司,其总经理洪涛展示了更极致的准备。他们的设备出厂前均经过极端条件压力测试,例如拉坯机需保证“转盘立放硬币而不倒”。公司为赛事预留了充足的备用机与耗材,技术支持团队将提前 10 天抵达,确保万无一失。

“我们的一切努力,都是为了让选手拥有最佳实操体验,尽情展现匠心。”洪涛说。

周密保障:

甬城于细节处展温度

台前选手们的光彩照人,离不开幕后周到细致的服务保障。东道主宁波正以专业的组织与贴心的服务,静候四方宾朋。

“我们将细致入微地做好衣食住行等保障工作,确保赛事高效顺畅。”宁波市总工会劳动和经济工作部部长周南斌透露,宁波为所有参赛选手、裁判、专家及工作人员统一配发定制服装。在餐饮方面,针对不同群体需求实施精准方案:为无法离场的选手配送每日不重样且包含宁波特色点心的营养盒饭;为裁判专家等提供场馆附近的餐桌或自助餐选择;每天选手通过赛事小程序预约次日吃饭与否与吃饭地点。住宿上,宁波市总工会已协调市内 6 家优质酒店,完成近 800 人的分层住宿安排。出行方面,一支由 50 余辆大巴、考斯特和商务车组成的保障车队严阵以待,同时成立交通安全小组,全力护航赛时交通。

服务体验更注入了宁波特有的人文关怀。据周南斌介绍,每位参赛选手都将收到一个内含城市推介册与精品线路图的定制物料包,方便他们探索宁波。赛场核心区域设置的公益咖啡车,将以远低于市场价格的价格提供咖啡与免费茶点,成为赛事期间温暖的“能量补给站”。此外,宁波总工会还特别策划了“城市体验优享活动”,嘉宾可在赛场展区享受优惠,购买融合传统与现代的宁波文创产品及“共富工坊”的特色物产,并有机会以优惠价格体验精心设计的“弥勒祈福养心游”“港城书香行”等特色文旅线路,在紧张的赛事之余,深度感受宁波的自然山水与历史文脉。

这一切周到安排的背后,是宁波市长期以来对技能人才队伍建设的高度重视。周南斌说,近年来,通过政策引领构建“1+N”人才政策矩阵,高标准打造公共实训体系,深化产教融合,并以完善的竞赛体系激励人才成长,宁波正持续为高质量发展和产业升级提供坚实的技能人才支撑。“本届大赛的举办,不仅是技能精英竞技的舞台,更是宁波城市魅力与产业活力的集中展示。”周南斌说。

初冬时节,万事俱备,这场承载着匠心与梦想的盛会,正静待大幕开启。

权威发布

《直播电商监督管理办法》将于近期正式出台

本报讯 面对直播电商监管的复杂挑战,市场监管总局正加快完善制度体系。11月28日,在市场监管总局召开的直播电商监管专题新闻发布会上,记者获悉,市场监管总局会同国家网信办制定《直播电商监督管理办法》,目前已完成各项审核程序,将于近期正式出台,构建经营主体合规、部门监管执法、行业协同共治的全方位制度体系。同时,市场监管总局组织开展直播电商平台服务管理国家标准研制,发挥标准化在统一市场规则、引领行业发展方面的有效作用。

业界认为,这一系列举措表明,监管部门正从立法和标准两个层面同步推进,为快速发展的直播电商行业建立更加完善的制度框架。

市场监管总局网监司副司长吴东美介绍,直播电商监管涉及直播电商平台、直播间运营者、直播营销人员及其服务机构等多方主体,人、货、场分离,交易链条长,涉及区域广,参与主体的法律关系复杂,给监管工作带来重大挑战。市场监管部门将进一步加强系统化监管、跨区域监管、穿透式监管,着力提升直播电商行业治理能力和水平。

(辛文)

中欧班列累计开行超 12 万列

服务范围基本覆盖亚欧全境

本报讯 记者从中国国家铁路集团有限公司获悉:截至 11 月 28 日,中欧班列累计开行突破 12 万 列,发送货值超 4900 亿美元,去、回程开行基本均衡,综合重箱率基本稳定在 100%。

运输通道不断拓展。目前,我国境内已有 128 个城市开通了中欧班列,通达欧洲 26 个国家 232 个城市以及亚洲 11 个国家超过 100 个城市,服务范围基本覆盖亚欧全境。

货物品类更加丰富。中欧班列运送的货物品类已经拓展到 53 个门类,5 万多种商品,汽车汽配、机械设备、电子电气等

高附加值货物已成为中欧班列出口的主要货源。

口岸能力显著提升。阿拉山口、霍尔果斯、二连浩特、满洲里、绥芬河、同江六大口岸单日交接车能力达到 184 列,通关时间由半天左右缩短到 30 分钟以内,最快只需要几分钟。

运输成本有效降低。随着开行规模的持续扩大,中欧班列境内运输价格较开行初期降低 40% 以上。我国财政、税务、海关等部门出台陆路启运港退税、中欧班列回国境内段运费分摊扣减优惠等政策,进一步降低了企业运营成本。(新文)

前 10 个月全国规模以上工业企业利润同比增长 1.9%

本报讯 国家统计局 11 月 27 日发布的数据显示,1 至 10 月份,全国规模以上工业企业实现利润总额 59502.9 亿元,同比增长 1.9%,自今年 8 月份以来累计增速连续三个月保持增长。

(宗文)

消费时评

Consumption commentary

白酒产业应该靠什么突围?

□ 肖 馨 平

临近岁末,白酒消费进入传统旺季,但回望整个 2025 年,白酒行业的表现并不尽如人意。无论是上市酒企的财报,还是行业终端反馈,整体销售下滑已成为共识。面对需求端疲软和消费结构变化,不少酒企选择以更换包装、推出“低度款”、启用年轻代言人等方式寻求“年轻化突破”。但事实证明,白酒的年轻化并没有成为酒企的救命稻草。

五粮液请来了邓紫棋、泸州老窖请来了徐志胜、珍酒李渡签约了姚安娜、茅台文旅请来了张艺兴。同时,白酒企业随之也推出了贴近年轻群体的新产品:29 度五粮液一见倾心;古井贡酒 26 度年份原浆轻度古 20;洋河股份在推出 33.8 度时尚白酒之外,旗下微分子产品还上市了低度化的时尚白酒(33.8 度),低度的果酒、露酒(15—28 度),低度潮饮(10 度上下)等;泸州老窖气泡酒晚醉则有可乐、杨梅等四种口味的气泡白酒。

尽管做了诸多努力,但 20 家 A 股上市酒企 2025 年上半年财报显示:6 家增长、14 家下滑、3 家亏损,并且,增长的都是个位数,下滑的几乎都是双位数。而 11 月 27 日,2025 年 53 度 500ml 飞天茅台散瓶批发参考报价 1590 元,较前一日下跌 10 元,首次跌破 1600 元/瓶大关,创上市以来新低。原箱报 1600 元,较前一日下跌 10 元。两款产品较上线时的 2220 元、2255 元累计跌幅均已超过 20%。茅台的数字似乎是白酒业态的冰山一角。

白酒年轻化到底对不对?

白酒年轻化的第一个误区,是把品牌视觉层面的改变当成新产品的重点。许多品牌推出“潮玩瓶”“IP 联名”“渐变色包装”,看似时尚,但产品本质仍然是高度酒。这对习惯精酿啤酒、果味葡萄酒、无酒精鸡尾酒的一代年轻人来说,并不会从根本上改变白酒入口的压力与饮用门槛。换句话说,年轻代言人并不会让年轻消费者更能喝白酒,设计师瓶也无法降低喝白酒的生理负担。

第二个误区,忽视了年轻消费者价值观的改变。过去十年,年轻消费市场的主旋律是“悦己型消费”,强调体验、轻松、品质与社交表达,而白酒在年轻人的消费世界里,“不够潮”“不够必要”。年轻化的真正命题不是“让年轻人喝白酒”,而是“白酒能否提供年轻人需要的价值”。但即便行业围绕文化、场景、口感展开尝试,目前也仍未出现真正意义上的突破口。

第三个误区,是白酒企业普遍忽视行业进入“结构性调整”的大周期背景。今年行业下滑,并非短期因素造成,而是人口结构、消费理念、产业供给三重因素叠加的结果。在这种背景下,白酒行业的问题不是“年轻人为什么不喝”,而是“存量的白酒谁来消化”。用年轻化包装去掩盖结构性过剩,不过是饮鸩止渴。

值得注意的是,年轻化不是白酒行业第一次在行业下行期选择的“自救路径”。早在 2012—2015 年行业深度调整时,就出现过一轮年轻化尝试,但最终只有极少数品牌真正获得了年轻消费者认可。而近年来依然表现稳定的白酒企业有一个共同特点:不是盲目年轻化,而是把重心放在产品力、价格体系稳定、渠道效率提升以及文化价值的深度构建。白酒真正需要的不是“年轻化口号”。

未来白酒行业的增长点在哪里?从当前趋势看,年轻群体不排斥酒企围绕音乐节、露营、轻社交、文化活动的白酒“轻饮用场景”做功课,可能比“换包装”更有效。同时,白酒的文化属性强,但也正因如此更容易形成差异化竞争力。头部酒企需要将资源投入更长线、更结构性的战略布局,而不是过度聚焦于短期“年轻化销量”。

因此,“白酒年轻化救不了白酒”并不是否定年轻化,而是强调:年轻化只是表象,它不能替代行业必要的深层结构调整。如果不正视供需关系变化、不重建白酒文化体系、不重塑价格结构、不寻求产品创新,年轻化只会成为又一次徒劳的营销潮。年轻化并不是行业的未来,真正的未来是“回归理性、回归产品、回归文化、回归长期主义”。当白酒不再依靠短期营销冲刺,而是用更真实的价值重新赢得消费者时,行业才会真正迎来下一轮健康增长。



快来
扫
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

邮发代号 81-9
国内统一刊号 CN11-0057

消费日报

合作

欢迎订阅 2026 年《消费日报》

全年定价 396 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
新闻传播定位:产业基础上的市场化表述
综合服务平台:为企业品牌提供服务

扫描订报