

中国电子信息产业发展研究院党委书记刘文强：

数字化助力“三品”战略深入实施有了精准指引

本报记者 齐旭

7月5日，《数字化助力消费品工业“三品”行动方案》宣贯暨2022“三品”全国行启动仪式在京举办。中国电子信息产业发展研究院党委书记刘文强在会上表示，当前，数字化转型正处于发轫阶段，数字技术加速迭代升级和融合应用，数字经济引领生产要素、组织形态、生产范式、商业模式全方位变革。《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）》的发布，对推动消费品工业高质量发展具有重要现实意义，从三个方面为数字化助力“三品”战略深入实施提供精准指引。

一是聚资源、育生态、增绿色，助力增品种。在聚资源方面，重点利用数字化手段汇聚行业研发资源，实现设计工具、模型、人才的云端汇聚和共享共用，开发更多智能产品。在育生态方面，重点建设知识产权服务平台和数字化智慧设计公共服务平台，为成果转化和保护提供有力支撑。在增绿色方面，推进产品绿色设计与制造一体化，完善绿色产品标准、认证、标识体系，加快推进绿色产品市场供应。

二是促改造、强追溯、抓协同，助力

提品质。在促改造方面，加快行业数字化改造，培育智能制造示范工厂。在强追溯方面，加快推动重点行业质量追溯体系建设，加强原材料供应、产品生产、消费营销等环节数字化溯源。在抓协同方面，推动供应链关键环节的数据集成和信息共享，打造数据互联互通、信息可信交互、生产深度协同、资源柔性配置的智慧供应链服务体系。

三是强体验、重服务、显特色，助力创品牌。在强体验方面，加快推进智慧商店建设，打造沉浸式、体验式、互动式消费场景，满足多层次多样化消费需求。在重服务方面，引导创意设计园区、创新创业基地、品牌孵化平台等利用数字化手段，为品牌建设提供良好生态环境。在显特色方面，打造产业链上下游中小企业品牌联合体，突出地理标志产品、主导产品，加大优质特色消费品宣传。

为加快实施数字化助力消费品工业“三品”战略实施，推动消费品供给能力提升，满足人民群众多元化的消费需求，助力促消费、惠民生、稳增长，工业和信息化部部署开展2022“三品”全国行活动。赛迪研究院作为

本次活动主要实施单位，将配合部里切实做好活动相关保障和宣传推广工作，加强与各地主管部门、研究机构、行业协会、重点企业代表、电商平台等活动参与主体的沟通联系，做好活动统筹协调；充分发挥研究院智库优势，研判消费品工业“三品”发展面临趋势、挑战和机遇，研究重大前沿问题、实施路径，定期发布白皮书、蓝皮书、专报内刊、指数等多种形式的研究成果，为2022“三品”全国行活动顺利举行保驾护航。

为配合做好活动宣传工作，赛迪研究院牵头设计了2022“三品”全国行活动统一标识。

刘文强介绍，标识主体图案由红、蓝、黄三种颜色组成“品”字，代表消费品工业多姿多彩、百花齐放，增品种、提品质、创品牌“三品”成效显著；绿色丝带串联“品”字，呈现“e”字型，代表数字化助力“三品”战略深入实施；绿色代表低碳、健康消费理念，“e”字尾部箭头向上，表示我国消费品工业持续稳定增长。各地参加2022“三品”全国行组织方、参与主体，可按要求统一冠名“2022‘三品’全国行”，并规范使用活动统一标识。

中国商业联合会会长姜明：

“三品”战略将为商贸行业注入新动力

本报记者 徐恒

7月5日，《数字化助力消费品工业“三品”行动方案》宣贯暨2022“三品”全国行启动仪式在京举办。中国商业联合会会长姜明在会上表示，我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段，消费结构全面升级，需求结构加速调整，消费品工业“三品”战略将促进供给侧提质升级、以有效供给拉动需求，是满足人民美好生活需要、创造消费新增长点的关键。这不仅是消费品工业产业升级的重大举措，同时，也将对商贸行业的发展注入新的动力。

消费是经济增长的重要引擎，促进消费恢复发展也是我国当前商贸行业的主要任务。

“受疫情影响，近几个月我国的社会消费品零售总额出现一些下降，目前正在逐渐恢复中。我们相信，优秀的产品品牌、新的产品品种、高质量的产品对丰富消费者

选择，提升消费者生活品质具有重要意义，对于提振消费将起到积极作用。”姜明表示，“我们愿意与工业企业一起，宣传好品牌，推广好产品，共同促进‘三品’消费。”

据介绍，中国商业联合会将从以下几个方面参与“三品”全国行活动：

一是号召各地商业联合会推荐、组织全国100家商业品牌企业参加“三品”全国行活动，在商会网站和相关媒体公布100家商业企业的名单，实现品牌互动，有效配合“三品”战略在商业领域的全面推进。

二是参加活动的商业品牌企业结合自身业务特点与活动安排，在与生产企业充分对接后开设“三专”（专柜、专场、专区），为“三品”企业拓宽线下销售渠道。

三是积极联合生产企业，推进创新品种的市场推广，要求商业企业与生产

厂家对新品种充分对接和了解，必要时，组织新品专场发布活动。

四是为推动消费品质量从生产端符合型向消费端适配型转变，加快传统消费品迭代创新，推广个性化定制、柔性化生产，推动基于材料选配、工艺美术、用户体验的产品质量变革，要求参加活动的商业品牌企业参加《买手制销售服务规范》团体标准的培训，推进专业买手，提升特色、品质销售，推动商业企业的转型升级和服务能力。

五是要求各地商业联合会积极组织参与活动的商业品牌与本地的工信部门以及相关的行业和生产企业对接，更好地推进对“三品”活动的落实。

六是在中国零售商会大会暨展会、中国生活服务业大会等相关展览、论坛活动期间，增设“三品”促消费的宣传环节，对参与的百名商业品牌和万种商品进行宣传。

消费品工业搭上“数字快车”

（上接第1版）

创品牌方面，“爆款”产品越来越多，本土品牌越来越“争气”。纺织、家电产业整体实力已居世界领先地位，“中国制造”全球竞争力不断增强，海尔等10家消费品企业进入世界品牌500强。部分企业加强创新和品牌营销，产品不仅在国内外热销，在国外也成为“爆款”，出海订单激增，“反向海淘”现象屡见不鲜。

“几年来的实践经验表明，在消费结构全面升级，需求结构快速调整的背景下，消费品工业要实现更加稳健、更有效益、更可持续的发展，就必须持之以恒实施好‘三品’战略，以更丰富的品种、更过硬的品质、更优质的品牌更好匹配消费升级需求，实现更高质量的发展，不断增强人民群众获得感、幸福感、安全感。”何亚琼表示。

数字化浇灌消费品工业 茁壮成长

今年“618”期间，方太集成烹饪中心整体销量同比增长40.14%。方太集团有关负责人介绍，其背后的秘诀，是借助数字技术洞察市场需求，不断进行技术升级和产品迭代。美的集团与2011年数字化转型前对比，企业营收提升156%、净利润提升333%。

在数字化浇灌消费品工业茁

壮成长的同时，“国货崛起”成为趋势。海尔连续13年蝉联全球大型家用电器品牌零售量第一位；海信电视机出货量居国内市场第一、全球第三；歌尔中高端VR产品占全球市场的70%以上……

未来，要实现中国产品向中国品牌的根本性转变，将质量优势转化为品牌优势，亟须发挥数字技术的放大、叠加、倍增作用，进一步提升产品附加值与品牌溢价，增强产品供给质量和对市场需求的适配性，推动产品走向世界。

日前，工信部等五部门联合发布《行动方案》，借力数字技术优化供给，让内需拉动经济的引擎更强劲。从“量”上来看，《行动方案》要求围绕健康、医疗、养老、育幼、家居等民生需求大力发展“互联网+消费品”，开展个性化定制和柔性生产，让更多绿色、智慧、创新产品满足人们日益丰富的需求；从“质”上来看，产业数字化不仅是产品数字化，更涉及研发、生产、物流、推广等各环节。

中国电子信息产业发展研究院党委书记刘文强指出，《行动方案》从供给和需求两侧协同发力，推动消费品工业全产业链条转型升级。一是有利于更好满足和创造消费需求。《行动方案》通过数字化驱动创新资源积聚、设计能力提升、扩大产品供给等方式，不断顺应消费升级趋势，切实推动提升高端化、智能化、绿色化产品供给能力，激发企业

中国轻工业联合会会长 张崇和

数字化是引领时代发展的重要引擎，是关乎企业生存和长远发展的“必修课”。

国务院发布的《“十四五”数字经济发展规划》提出要协同推进“数字产业化”和“产业数字化”。工业和信息化部、商务部、国家市场监督管理总局、国家知识产权局联合发布的《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）》（以下简称《行动方案》），系统提出新时代数字化助力消费品工业“三品”战略的指导思想、主要目标、重点任务和保障措施，对推动轻工业数字化转型、满足人民美好生活需要、推动轻工强国建设具有重要的指导意义。

《行动方案》为推动轻工业 数字化转型明确指导方向

轻工业认真落实党中央要求，主动应用信息技术推动行业数字化转型。电子商务、智能制造、工业互联网技术的广泛应用，深刻改变着产业格局，一批两化融合贯标企业和智能制造示范企业引领行业向高质量发展。

2021年轻工行业数字化研发设计工具普及率、工业电子商务普及率分别达到76.9%、69.0%，高出全国平均水平2.2和3.4个百分点。应用网络化协同、服务型制造、个性化定制等新模式的轻工企业比例，分别高出全国工业平均水平3.5、2.2和3.7个百分点。但轻工业中小企业多，部分企业缺乏数字化人才及资金，急需成熟案例示范引领和公共服务平台支撑，轻工业数字化转型工作使命重大、空间广阔。

《行动方案》的出台，旨在通过数字化转型，推进消费品工业质量变革、效率变革、动力变革，释放发展新活力。《行动方案》围绕“数字化助力增品种”“数字化助力提品质”“数字化助力创品牌”3大领域部署了10项重点任务，提出到2025年，企业经营管理数字化普及率、企业数字化研发设计工具普及率、应用电子商务的企业比例均超过80%，在食品医药、家用电器等领域培育智能制造示范工厂的发展目标，为轻工业数字化转型明确指导方向。

《行动方案》为满足人民美好生活需要 提供有力支撑

轻工业涉及吃、穿、住、行、玩、乐、教等多个领域，是满足人民美好生活需要的主力军。

截至2021年，轻工业共培育了290个产业集群，覆盖皮革、家电、家具、五金、塑料、工美等37个行业，产业集群产值占轻工规上企业总产值的40%。2021年，轻工业以占全国工业13.4%的资产，实现了全国工业17.5%的营业收入和16.2%的利润总额，为国民经济稳增长做出积极贡献。轻工业认真落实党中央要求，大力推动“增品种、提品质、创品牌”战略实施，品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升，较好满足了消费升级的

需要。高端手表所用的陀飞轮机芯产量从2015年的几百只提高到2021年的2万余只。国产智能坐便器质量抽检合格率大幅提升。伊利、蒙牛进入全球乳业10强。

《行动方案》以消费升级为导向，以数字化手段为抓手，聚焦研发设计、生产制造、经营管理、公共服务等关键环节，着力提升消费品工业的创新能力、数字化设计能力、数字化绿色化协同能力、质量管控能力、智慧供应链管理能力和品牌培育能力，从组织实施、政策支持、标准引领、人才培养、加大宣传等五方面提供实施保障，为数字化助力消费品工业“三品”行动提供了一份目标任务明确、操作性强、逻辑清晰的实施路径，为今后一段时间轻工业开展“三品”行动指明了新的方向、新的目标。

抓好《行动方案》工作落实 推动轻工业实现强国梦想

轻工业认真贯彻国家战略部署，积极探索新时代轻工发展新路径，提出通过“科技创新、标准质量、绿色低碳、数字化转型、三品行动、产业集群、市场建设、技能人才”等八大举措，推进轻工业高质量发展和轻工强国建设。下一步，中国轻工业联合会将在工业和信息化部等国家部委的指导下，调动轻工行业协会、科研院所和重点企业的力量，抓好《行动方案》工作落实，确保取得实效。

通过数字化赋能“增品种”。充分运用大数据、云计算、人工智能等技术精准挖掘消费者需求，开展个性化定制和柔性生产，大力发展功能食品、婴童用品、智能家电、智能家居、适老产品、绿色设计产品。每年发布升级与创新消费品100个，到“十四五”末，发布数量达到1000个。绿色设计产品总量达到2000个。

通过数字化赋能“提品质”。引导企业加强生产制造关键装备数字化改造，推广应用质量管理体系，加快智能化升级，提升现代管理水平 and 资源配置效率。面向食品、家电、家具等重点领域，开展质量追溯体系建设，加强原材料、生产、营销等环节数字化溯源，提供信息查询服务，提振消费信心。

通过数字化赋能“创品牌”。充分利用行业会展、设计大赛等品牌建设交流展示平台，积极展示数字化助力“三品”行动典型成果，推广具有中国文化、中国元素、中国技艺的产品，树立行业品牌。以数字化赋能产业集群转型，推动30个规模300亿元以上的产业集群率先向先进制造业集群迈进，形成超2万亿元规模的产业集群第一方阵。到“十四五”末，培育10个具有国际竞争优势的世界级先进产业集群。

人民对美好生活的向往，就是轻工业的奋斗目标！中国轻工业将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，积极贯彻国家发展战略，坚持以人民为中心，满足人民美好生活需要，全力推动行业高质量发展和强国建设，以实际行动迎接党的二十大胜利召开！

肖亚庆主持召开 第八届金砖国家 通信部长会议

（上接第1版）始终坚持以人民为中心的发展思想，致力于老百姓提供用得上、用得起、用得好的信息服务，历史性实现了行政村“村村通宽带”，不断弥合城乡间、区域间数字鸿沟，让人民群众更加平等、普惠地享受美好数字生活。

肖亚庆强调，中方愿与各方一道坚持普惠包容，提升金砖国家互联互通水平，加快发展新型信息基础设施，促进国际海陆缆建设，推动数字技术发展成为更多人所及所享。坚持创新驱动，培育产学研用高效协同联动的创新网络、大中小企业融通发展的创新生态、围绕5G/6G、人工智能、区块链、量子计算等领域开展联合研究，激发经济增长潜能。坚持数字赋能，加快传统产业数字化、网络化、智能化改造，助力制造业提质、降本、增效、绿色、安全发展，促进数字经济繁荣发展。坚持开放合作，在国际电信联盟等多边框架下加强立场协调，探讨制定反映各方意愿、尊重各方利益的数字治理国际规则，共同营造开放、公平、公正、非歧视的数字发展环境。

与会代表围绕“利用信息通信技术推进2030年可持续发展议程，深化合作实现更加强劲、绿色、健康发展”主题进行了广泛深入探讨，各方高度赞赏中方作为主席国发挥的建设性作用，对今年金砖国家通信领域合作取得的进展予以充分肯定。会议审议通过了《第八届金砖国家通信部长会议宣言》。（耀文）

在数字化浇灌消费品工业茁

各地消费品工业

数字化转型力度空前

记者了解到，包括山东、浙江、上海、重庆在内的消费品工业强省（市）将借助2022“三品”全国行活

多、阿里巴巴、小红书、得物等在线新经济平台的作用，突出“吃穿住行民生需求”，以新品种、高品质、新场景打响“上海制造”品牌。

生动的数字化转型实践，让浙江省消费品工业成绩斐然。浙江省经济和信息化厅副厅长许小月介绍，2021年，浙江全省规模以上消费品工业营业收入首破3万亿元，规模居全国前列。不仅如此，浙江省以数字化改革为契机，推动一批产业大脑建设，认定包括消费品工业在内的智能工厂423家、未来工厂61家，重点行业典型企业装备数控化率达60.7%、工业设备联网率达42.3%，累计上云企业近45万家。

将消费品工业视为重要支柱产业的重庆，2021年规上消费品工业企业实现产值4830.2亿元，同比增长10.5%，保持了持续平稳发展态势。重庆市经济和信息化委员会副主任罗建表示，自2018年以来，重庆市创建数字化车间170个，培育了4个5G+工业互联网集成创新应用示范场景，推动实施1200余个智能化改造项目，建设62个工业互联网试点示范项目。

知时识势，因时用势。数字技术、数字变革、数字服务大有可为、大有作为。有效实施“三品”战略，不仅有助于进一步发挥消费对于经济发展的持久拉动作用，还将从供给和需求两侧协同发力，推动消费品工业全产业链条转型升级。