

第十三届全国政协经济委员会副主任苏波：

充分释放向“新”力 加快推动现代化产业体系建设

本报记者 宋婧

4月2日，由中国电子信息产业发展研究院(赛迪研究院)、工业和信息化部新型工业化研究中心主办的2024赛迪论坛在京举办。第十三届全国政协经济委员会副主任、中国电子信息产业发展研究院学术委员会主任苏波在主旨演讲中表示，我国已进入新型工业化、信息化发展关键时期，坚持创新驱动发展战略，加快发展新质生产力，培育壮大战略性新兴产业，前瞻布局未来产业，推进产业基础高级化、产业链现代化，提高经济发展质量效益和核心竞争力，是我国推进新型工业化、建设现代化产业体系的必然选择。

现代化产业体系是现代化国家的物质技术基础，是决定大国兴衰的关键因素，而现代化的工业是现代化产业体系最重要的基础和核心。

苏波指出，当前，世界正值百年未有之大变局，我国经济发展的内外部环境发生了深刻变化。对外，大国战略博弈日趋激烈，外部环境不稳定、不确定、难预料成为常态；对内，我国已经进入高质量发展新阶段，加快发展新质生产力成为推动高质量发展、建设现代化产业体系的内在要求和重要着力点；同时，新一轮科技革命和产业变革深入发展，前沿颠覆性技术层出不穷、迭代演进，推动制造业生产方式、发展模式和形态发生根本性变革。

面对前所未有的挑战，苏波表示，必须加强战略谋划和顶层设计，大力推进产业科技创新，加快“卡脖子”技术攻关，实现关键核心技术自主可控，提升产业链供应链韧性和安全水平，改变“落后—追赶—再落后—再追赶”的被动局面，不断提升国际竞争力，掌握发展的主动权；必须加快发展新质生产力，培育壮大新兴产业，布局建设未来产业，同时要高度重视改造



提升传统产业，建设完善现代化产业体系；必须适应产业科技新趋势，充分发挥新型举国体制优势，在产业科技创新上持续加力，催生更多新技术新产业，开辟更多新领域新赛道，增强发展新动能新活力。

近年来，我国产业科技创新能力不断增强，取得5G通信、载人航天与探月探火、大飞机、新能源汽车、大型邮轮等一批重大标志性成果，宏观政策工具较为丰富，稳住经济基本面有较好的基础条件。我们要坚定信心，勇毅前行，以大力推进新型工业化、加快建设制造强国有力支撑民族复兴、社会主义现代化强国建设之伟业。

作为长期深耕工业和信息化领域的智库，赛迪研究院肩负着支撑政府决策、服务行业发展的重任。苏波对赛迪研究院加速推进新型工业化发展路径提出了三点建议：

一是要聚焦国家战略，谋划研究新课题。赛迪研究院既要立足当下，关注近期发展中的热点、难点

问题，也要放眼未来，兼顾事关发展全局和长远发展的重大问题，要自觉强化创新理论武装，不断回答国家发展之问、产业发展之问，不断发出赛迪之问、赛迪之声，给出赛迪答案。

二是要发挥特色优势，探索新业态新模式。赛迪要做到与时俱进，积极开展业务开拓、转型和创新，不断扩大支撑服务对象，创新业务模式，提升咨询质量，探索新型智库发展理论与建设实践，找到适应当前产业科技创新发展规律，满足现代化产业体系建设要求的发展模式，进一步彰显赛迪特色、擦亮赛迪品牌，努力在全国高端智库建设上做出示范，做出影响力。

三是要坚持质量之要，用好新方法新工具。赛迪研究院要用好调查研究这一传家宝，进一步将调查研究做深、做实、做精、做细。同时，也要在用好传统研究方法的基础上，进一步用好人工智能、大数据、互联网等新兴技术，对信息进行深度分析和挖掘，通过集合各方智慧引发创新思维的碰撞，进一步提高研究的科学性和实效性，做出具有深刻洞见、独特创见、战略远见的研究成果，建立数据驱动型智库研究的新范式。

中山大学国家发展研究院院长赵昌文：

实现新型工业化 要在制度环境和精神理念上下功夫

本报记者 赵晨

4月2日，由中国电子信息产业发展研究院(赛迪研究院)、工业和信息化部新型工业化研究中心主办的2024赛迪论坛在京举办。中山大学国家发展研究院院长、中山大学讲席教授赵昌文在主旨演讲中表示，实现新型工业化，需要具备经济基础、制度环境、精神理念三个条件，目前我国已经具备了第一个条件，接下来还要在制度环境和精神理念上下功夫。

新型工业化，“新”在哪里？赵昌文在演讲中提到，理解新型工业化，既要与西方传统工业化模式相区别，又要与中国过去的工业化模式相区别。他提出，新型工业化要从六个“新”理解：新阶段、新理念、新任务(新格局)、新动力、新路径(数字化、融合化、绿色化)、新愿景。

其中最重要的有两点：第一是新阶段，传统的工业化往往伴随着资源大规模消耗和环境污染，技术水平、技术创新的贡献率有限，劳动生产率低等弊端，其工业化模式很难持续。因此，进入新的发展阶段，新型工业化意味着必须摆脱过去传统工业化的路径，不断提高劳动生产率和全要素生产率。

第二是新理念。创新、协调、绿色、开放、共享，在新型工业化过程中均有其重要的指导意义。赵昌文着重强调了创新的重要意义。他表示，当前，我国在工业化推进过程中存在着一个很严重的问题，即我国劳动生产率的提升速度不够快。而如果劳动生产率的提升速度低的同时工资水平增长过快，就意味着产业竞争力的下降。所以，要推动劳动生产率的提高与收入水平增长齐头并进，才能在提高产业竞争力的同时，满足人民日益增长的美好生活需要。而要实现劳动生产率的提高，最重要的就是要持续创新。

在赵昌文看来，我国推进新型工业化面临的任务还很艰巨，集中表现在我国劳动生产率提升的速度



还不够快。

国家在推进工业化的进程中，产业结构会发生显著变化。首先发生变化的是工业产值的上升。当工业产值维持在稳定的水平，服务业产值会更快地上升，同时伴随着农业产值的下降。但三大产业中，服务业的劳动生产率是最低的。因此，当一个国家进入工业化的中后期，服务业的比重越大，该国家的经济增长速度就越慢。这就是那些更早实现工业化的国家，其经济平均增长率比工业化后发达国家更慢的重要原因。

我国的工业化进程正处于中后期。赵昌文认为，推进新型工业化最主要的任务是靠科技创新不断提升劳动生产率，使产业升级的速度与劳动生产率的提升速度保持同步。

赵昌文表示，当前中国新型工业化的发展面临着新的机遇，而中国也有足够的力量开始拥抱新一轮科技革命和产业变革带来的伟大机遇。历史上，英国抓住了第一次工业革命的机遇，美国和德国抓住了第二次工业革命的机遇，以及美国能够继续引领第三次工业革命，都需要具备三大条件。赵昌文将其归结为：经济基础、制度环境与精神理念。

首先是经济基础，中国当前是世界第二大经济体，我国人均收入

已经接近高收入国家的门槛，我国经济发达省份的人均GDP水平已经接近发达国家的人均GDP的平均数。因此，从经济基础上来看，我国已经具备了抓住新一轮工业革命的经济条件。

但从制度环境和精神理念两点来看，我国还存在需要继续提升的空间。

在制度环境层面，赵昌文认为，有几点可以实现进一步调整。第一是调整报酬结构，要推动新型工业化，就要推动整个社会报酬体系的调整，提高实体经济、制造业部门的平均收益率。第二是提升企业纵向流动性，大企业、中企业、小企业之间要形成一个合理的生态，不能使大企业过于垄断。第三是要调整金融制度，要形成激励相容的金融体系，我国的金融既要做大做强，成为能够支撑中国式现代化的这种强大的金融基础，又要形成与实体经济部门的合理关系。

在精神理念层面，赵昌文认为，要树立工业精神、技术乐观主义精神。人类社会的进步从来都会遇到困难。但在整个工业革命实现的过程中，人类一次次克服困难实现了新的发展。在当前的国际环境中，中国企业之间要形成更强大的合力，实现更可靠的产业链供应链体系。

中国制造要讲好从“品质”到“品牌”的故事

本报记者 谷月

4月2日，由中国电子信息产业发展研究院(赛迪研究院)、工业和信息化部新型工业化研究中心主办的2024赛迪论坛在京举办，同期举办了品质品牌分论坛。本次论坛以“品质引领，品牌强国”为主题，聚焦“三品”工作新成果、新趋势和新要求，与会嘉宾共同为加快推动制造业品质革命建设建言献策。

制造业不“辜负” 新消费浪潮

品质体现着人类的劳动创造和智慧结晶，体现着人们对美好生活的向往。品牌是高质量发展的重要象征，也是大国制造竞争力的重要体现。

众所周知，消费在中国经济的“三驾马车”中已经“一马当先”。根据国家统计局发布的数据，2023年，我国最终消费支出对经济增长的贡献率高达82.5%。我国正迎来新消费浪潮，制造业不能“辜负”这次机遇。

赛迪研究院副院长张小燕表示，当前，我国制造业正处于由大变强、爬坡过坎的重要关口。立足新发展阶段，只有坚定不移走新型工业化道路，努力发展新质生产力，加快推动制造业品质革命，全面开展品牌强国建设，打造中国消费品牌方阵，才能更好地满足人民群众日益增长的美好生活需要。

2022年6月，工业和信息化部等五部门联合印发的《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》)提出，到2025年，消费品工业领域数字技术融合应用能力明显增强，培育形成一批新品、名品、精品，进一步释放消费需求，促进消费发展。

连续多年组织开展“三品”全国行活动，推动行业品质品牌效益持续提升，越来越多质优价廉、享誉国内外的中国产品和品牌得到青睐，人民美好生活获得感显著增强，消费品工业传统优势地位持续巩固。

与会专家表示，一个属于中国工业的好时代正在到来，增品种、提品质、创品牌发展空间较大。

在增品种方面，我国智能家居市场规模已经由2020年的1022亿元增至2023年的7157亿元。干衣机、洗地机、集成灶等小家电成为新增长点，高能气泡洗碗机、全程有机可追溯的鲜牛奶等创新升级产品日益增多，个性化定制模式得到大力推广，百余种产品产量居世界第一。

在创品牌方面，国产品牌在高端领域与外资品牌差距逐步缩小，13家消费品企业入选世界品牌500强，70余家入选亚洲品牌500强。

在提品质方面，我国大宗日常消费品抽检合格率总体保持较高水平，主要消费品和国际标准一致性程度超过96%，4K超高清智能电视机市场占比达73%，8K电视加速渗透，节能变频空调销量占比提升至98%，2023年实物商品网上零售额超过13万亿元，是2012年的10倍。

近期，工业和信息化部印发了2024年消费品工业高质量发展工作要点，分解落实60项重点任务，为行业高质量发展提供全方位指引。



品质革命 需要数字化赋能

然而，面对新消费需求，我国消费品工业品质提升仍然任重道远。

中国软件评测中心主任刘龙庚指出，我国企业长期存在的制造能力强但创新能力弱、生产规模大但有效供给不足、品牌多但知名品牌少等问题还未有效解决，无法满足人民多样化、高端化的消费需求。

消费和生产好比一枚硬币的正反两面，消费需求的驱动，需要工业化的支撑，更需要智能化的赋能。没有工业化，就不可能做到标准化，没有标准就不可能有规模，也不可能品牌、没有智能化、消费的提质升级更无从谈起。

时代在变，市场在变，产品在变，消费者在变，供给端更要创新

的产品和服务。还可以通过VR技术实现产地产品可视化全景展示，使消费者可以身临其境地走进产品产地。

品质的提升本质上是生产力和生产关系的提升，而优质的生产力需要有云计算的支撑。然而，算力是稀缺资源，供给紧张，费用也高，因此中国中小企业上云很难。对此，海天集团公共事务总监铁木尔呼噜政策引导，在算力方面给企业提供便利，比如将企业用云计算的资源购买云计算服务的费用纳入到专项扣除费用里，在节税层面给企业较大支撑，从而调动企业用云上云的积极性。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬建议，消费品制造业要与电商平台互动对接，利用数字技术对生产流通消费环节进行重构，构建精准识别需求、高效组织生产、快速对接市场的新发展模式，探索适应数字经济时代的供需匹配新路径。

国货正在 重新被定义

在保证品质的同时，生产端对于品牌的追求也势必提上日程。与会专家强调，增品种、提品质到创品牌，我们需要好好思考，中国人要怎样打造百年老店，要打造怎样的品质品牌。

《行动方案》提出“品牌培育能力提升工程”，鼓励“国潮”品牌创新发展。

对此，中国电子信息产业发展研究院消费品工业研究所副所长代晓霞表示：“我国很多品牌其实已经具备国际奢侈品的元素，但我们讲

故事的能力不如国外品牌，这是我们需要向国际学习的部分。我们可以通过挖掘传统文化，融入地域特色，融合现代审美等方式，打造具有文化内涵和独特魅力的品牌形象。”

如今，伴随着中国崛起而成长起来的“90后”“00后”已成为消费主力，他们向往专注且有独到见解的产品，对国产品牌具有天生的认同感。同时，随着我国工业制造能力、工业设计能力、品牌塑造能力、营销能力等的综合提升，我国可以提供与国外品牌媲美甚至更好的物美价廉的本土产品，产业与消费升级需要国潮品牌。此外，品牌战略已经上升为我国的国家战略，在以国内大循环为核心的背景下，这也意味着国潮品牌将成为国内大循环的生力军。

浙江省经济和数字化厅党组成员、副厅长周开斌指出，老字号品牌信誉好、口碑好，湖北认定的老字号品牌有94个，获商务部两次认定的中国老字号品牌26个，今年第三批获得老字号品牌有9个。

在消费市场大变革，年轻人成为消费主力军的新时代，国货正在重新被定义，国潮品牌占领了越来越多的市场阵地，数字化驱动成为生动注解，助力国潮品牌打开一个又一个新局面。