

中国经济有底气、有信心、有能力实现既定发展目标

本报讯 记者卢梦琪报道：4月16日，国新办举办新闻发布会，介绍2025年第一季度国民经济运行情况。国家统计局副局长盛来运在会上表示，从短期来看，美国加征高额关税会对我国经济和外贸带来一定压力，但是改变不了中国经济持续长期向好的大势。中国经济基础稳、优势多、韧性强、潜力大，我们有底气、有信心、有能力应对外部挑战，实现既定发展目标。

盛来运表示，具体来讲，一是经济有基础，内需有支撑。经过40多年改革开放的积累和发展，中国现在是在世界第二大经济体，连续15年稳居第一制造业大国的地位，产业体系完整，配套能力强，经济发展底盘稳、基础牢。同时，中国有14亿多人口，市场规模巨大，现在人均GDP超过1.3万美元，正处在消费升级的关键阶段，市场成长性好，无论是投资还是消费空间都非常大，将支撑中国经济持续发展。

二是市场多元化，出口有韧性。依托于产业配套体系，我国产品具有较强的国际竞争力，在国际上口碑也非常好。近几年，我国积极开拓国际市场，构建贸易多元化格局，成效也非常明显。盛来运表示，目前，我们已与世界上150多个国家和地区成为贸易伙伴。另外，我们积极推进与共建“一带一路”国家和地区的贸易。今年第一季度，对共建“一带一路”国家和地区的出口同比增长7.2%，货物进出口额占全部进出口额比重超过50%，多元化市场格局正在形成，这也意味着我们对某一个国家单一出口市场的依存度在下降。比如，在2018年，我国对美国的出口额占出口总额的比重是19.2%，去年已经下降到



14.7%。所以，我国外贸的韧性比较强。从刚刚发布的第一季度外贸数据也可以看出来，虽然外部限制增多，但是出口还是增长了6.9%。

三是转型有成效，新动能增强。党的十八大以来，中国经济一直在持续推动转型升级和高质量发展，原来依靠投资和出口带动的发展模式发生了根本改变，依靠内需和创新驱动共同推动经济增长的新格局正在形成。过去五年，三大需求中的内需对经济增长的平均贡献率超过80%。去年，“三新”经济增加值占GDP比重达到18%左右。现在是数字经济时代，去年我国数字经济核心产业增加值占GDP的比重已经达到10%左右，新动能不断成长，有利于增强中

国经济的协调性和稳定性。

四是应对有经验，政策有保障。改革开放以来，中国经济经过了大风大浪的考验，比如经受了亚洲和国际金融危机、中美贸易摩擦，还有前几年新冠疫情的严重冲击，但是我们都走过来了，并且积累了丰富的宏观调控经验。针对当前的外部变化，中央经济工作会议已经进行了充分的预判，宏观政策更加积极有为，及时推出更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策。从第一季度来看，政策效应持续显现，对推动国民经济实现良好开局发挥了重要作用。我们将会根据外部形势的变化及时推出增量政策，丰富的政策工具箱是应对外部的冲击和挑战的保障。

五是制度有优势，人民有信心。有党中央坚强领导，有集中力量办大事的制度优势，我们在面对外部重大挑战时可以高效调动各种资源进行合理应对。另外，我们的企业家敢闯敢拼，中国人民智慧勤劳，这都是我们应对巨大风险挑战的基础和底气。

盛来运表示，我们坚决反对美国搞关税壁垒和贸易霸凌，这种做法损人不利己，违背了经济规律和世界贸易的原则，对世界经济秩序造成严重冲击，拖累世界经济复苏。中方坚决采取一系列反制措施，不仅是维护自身发展利益的需要，也是维护世界多边贸易体系和世贸组织规则的正当之举。

AI激活新型显示高质量发展新动能

（上接第1版）

业内专家指出，在Micro LED量产突破过程中，AI同样可以发挥巨大的赋能作用。例如，AI可以优化巨量转移工艺，预测最佳贴装路径与压力参数，也可以模拟折叠屏应力分布，预测屏幕疲劳寿命，提升柔性屏的可靠性。

AI对显示面板制造而言也已是用得上的“生产力工具”。中国光学光电子行业协会液晶分会相关负责人告诉记者，AI正在助力打造显示面板智慧工厂，将AI与工业软件、智能装备三者有机结合，赋能智慧物料控制、智慧能源管理、智慧供应链平台等，实现更加高效的生产、更合理的生产要素调配。

以显示面板生产中的质检环节为例。京东方聚焦制造核心单元智能化，解决生产制造领域的瓶颈问题，在关键AI工业软件系统领域取得突破，让效率更优、成本更低、良率更高。其中AI缺陷管理系统对生产过程中的微小缺陷精准识别与定位，助力产线缺陷模型迭代及上线效率提升10倍以上。

TCL华星已经在其9间智能工厂上部署了AI工业视觉检测系统，通过高精度图像处理和分析，能够

准确识别液晶面板表面的微小瑕疵，确保产品的一致性和稳定性，识别准确率提升12%，检测效率提升4倍，人效提升500%。

事实上，AI在显示面板制造领域的渗透已经“无孔不入”。AI可以分析温度、湿度、蚀刻时间等海量生产数据，助力预测显示面板生产的最佳工艺组合；通过传感器数据结合AI算法预测设备故障，也可以减少停机时间，提升生产效率……

随着AI与显示的深度融合，全产业链条从生产制造到终端应用被重塑，在实现更多市场价值的同时，还有望为人们生活方式带来深远变革。

终端应用侧：提升效果“看得见”

当前，显示产品向着智能化、个性化、高效化方向发展，终端显示的视觉效果不断提升，AI成为背后最大的推动力。

这在各大显示厂商近期推出的产品和解决方案中已经可以窥见端倪。

AI智能优化显示效果，提升用

户屏幕体验。今年3月，TCL推出了应用AI画质重构技术的QD-Mini LED电视，TSR AI独立画质芯片基于TCL自研伏羲AI大模型，通过云端-终端协同架构，逐帧优化流媒体内容，实现动态对比度增强、噪点抑制与色彩校准。康佳的真镜Mini AI-LED R8s电视搭载AI ERA 人感影像引擎和AI ERA 画质引擎，通过分辨率增强、高速清晰增强、局部细节增强来提升画质效果。荣耀200手机搭载AI个性化助眠显示功能，通过AI学习睡眠习惯、识别睡眠意图，帮助用户舒适好眠，并研发AI助眠显示色温曲线，使综合视疲劳下降达14%。

AI技术深度赋能显示终端，让“屏幕”从信息载体升级为智能交互核心节点。创维星幕系列LED-AI超级电视搭载AI-PQ图像画质增强与AI-SR超级分辨率技术，对屏幕内容实时优化，高清呈现，内置“酷开AI大模型”支持文生图、智能翻译、AI对话、影视推荐、音色克隆等多模态交互。

AI还显著提升显示设备的能效智能节能管理效果。记者采访京东方时了解到，京东方全球首发的AI低功耗画质提升智能算法，能够实

现降低OLED模组显示功耗20%以上，达到功耗降低与画质提升的最佳平衡。艾比森推出的Micro LED屏幕结合自研AI电源管理技术，实现综合降温15%，稳定性提升10%以上，同时支持亮度自适应调节，确保在室内外场景下均能呈现细腻画质。

不仅如此，AI与显示技术深度融合的更多潜力场景正在被挖掘。AI整合车载多屏信息，实现驾驶员注意力监测与交互优化；AI增强医学影像的对比度与细节，提升医疗显示诊断能力；AI生成高精度3D模型，驱动全息显示与虚拟场景构建；AI画质增强技术方案助力艺术传播焕发新生……

迪显咨询联合创始人方影超向《中国电子报》记者表示，未来，显示产业链上下游应该加速协同，共同探索AI+显示的多样化发展路径。不论是低门槛的快速部署方案，还是高壁垒的深度定制模式，都将根据不同场景在本地、边缘或云端灵活选择部署策略，以满足实时交互、安全隐私等关键需求。“AI与显示的融合将深入教育、会议、零售、医疗等千行百业，催生出定制化的场景创新终端。”方影超表示。

务的营业收入占比达到22.16%，同比增长21.99%；在自主品牌方面，北鼎股份的业务营收占比77.84%，同比增长11.02%。

小家电企业树立自主品牌的过程不会轻松。不过周南认为，随着大量的中国小家电企业进入东南亚市场，尤其是头部企业在当地建厂，中国品牌在当地的渗透力会逐渐增长，从而带动当地消费者对中国品牌的认可度进一步提高，为小家电企业建立自主品牌带来利好。

除了从产品出海到品牌出海的转型外，当地小家电市场的竞争强度也不容忽视。陈文祺表示，尽管我国小家电企业在东南亚市场具有较大的发展潜力，但在当地市场还面临与本土品牌和国际巨头的竞争。本土品牌通过低价竞争，能更好地抢占低端市场，而日韩及欧美品牌在东南亚也有较高的影响力，在中高端市场中占据主导地位。

推动行业技术创新 满足环境治理技术装备需求

——2025年国家鼓励发展的重大环保技术装备目录申报要求解读

工业和信息化部 节能与综合利用司

近日，工业和信息化部组织开展《国家鼓励发展的重大环保技术装备目录（2025年版）》（以下简称《目录》）推荐工作。为更好理解和落实《目录》，现就有关内容解读如下。

工作背景

《目录》由工业和信息化部牵头，生态环境部等部门联合制定发布，旨在推动行业技术创新，引导生产要素向重点领域、优势企业集中，满足我国环境治理的技术装备需求。

推荐要求

（一）基本要求

本次申报工作要求被推荐企业近三年无违法违规记录、未列入企业经营异常名录和严重违法失信名单。要求被推荐技术装备处于行业领先水平，知识产权或专有技术产权明晰，符合相关产品质量标准，环境保护设施验收技术规范要求，技术装备应用后污染物控制优于国家污染排放相关要求，实现综合降温15%，稳定性提升10%以上，同时支持亮度自适应调节，确保在室内外场景下均能呈现细腻画质。

（二）推荐范围

本次申报技术装备的范围包括大气污染防治、水污染防治、土壤污染修复、固体废物处理、噪声与振动控制、环境监测专用仪器仪表、环境污染防治专用材料和药剂、环境污染应急处理、环境污染防治设备专用零部件、减污降碳协同处置、新污染物治理共11个细分领域。

（三）技术装备类别

技术装备类别分为研发、应用、推广类。其中，研发类指通过自主研发、技术引进等方式，实现重大技术突破、已经用户初步验证的技术装备；应用类指国内领先、具有行业引领作用和市场应用前景、已实现产业化生产的技术装备；推广类指技术成熟可靠、推广潜力大、经济适用且有成功应用案例的技术装备。

《2025年数字经济发展工作要点》 印发

本报讯 近日，为加快构建促进数字经济发

展体制机制，国家发展改革委、国家统计局印发《2025年数字经济发展工作要点》（以下简称《工作要点》）。

《工作要点》对2025年推进数字经济高质量发展重点工作作出部署，提出7个方面重点任务。

一是加快释放数据要素价值。以数据要素市场化配置改革为主线，加快完善数据产权、全国一体化数据市场等数据基础制度，配合开展基层报表数据“只报一次”试点，推进数据资源整合共享，组织开展企业、行业、城市三类可信数据空间创新发展试点，以公共数据为突破口深化数据资源有序开发利用。

二是筑牢数字基础设施底座。统筹“东数西算”工程与城市算力建设，以全国一体化算力网建设优化算力资源布局，推动建设国家数据基础设施，加快统一目录标识、统一身份登记、统一接口要求等标准规范建设，抓好隐私计算、区块链等数据流通利用基础设施先试先行。

三是提升数字经济核心竞争力。促进科技创新和产业创新深度融合，梯次培育布局具有国际竞争力、区域支柱型、区域特色型数字产业集群，推动数据产业、数据标注产业高质量发展，支持人工智能技术创新和产业应用。

四是推动实体经济和数字经济

2023年版处理方式说明

2025年版目录发布后，2023年版《目录》将废止。2023年版《目录》中入选的技术装备，若相关技术装备的关键核心指标、适用范围、处理污染物种类等重要信息有变动，需按照本次申报工作要求重新提交材料。未提交材料的按照原有信息与2025年新申报的项目一同参与评审。

《目录》宣传推广措施

发布《目录》支撑单位名单，分领域编制重大环保技术装备供需对接指南和典型案例，在工业和信息化部网站及相关微信公众号等渠道发布，搭建装备制造企业与需求用户的有效对接平台。

申报表填写说明

技术装备名称应与鉴定、专利证书一致，不一致的需要进行说明。所属领域不可多选，如申报的技术装备可在多领域应用，应勾选主要的应用领域。

适用范围包含应用行业/领域、处理对象等信息，例如钢铁、水泥、化工等工业领域除尘。

提交的证明材料应与此项勾选内容对应，另外联合申报的单位需提供专利证书或知识产权说明。

填写以申报的技术装备为主体获得的省部级以上奖项，其余奖项无须填写。

需研发的关键技术和研发目标为研发类技术装备填写，应包含需研发的关键技术、研发难点、创新点以及研发目标（技术指标）。

市场需求和应用前景分析为研发类技术装备填写，简要描述技术装备的市场空间、未来应用趋势、技术特点，以及先进性、应用优势等内容。

技术装备概况为应用、推广类技术装备填写，填写内容应包含申报技术装备主要技术指标、技术特点、功能、工作参数、能耗指标、效率指标、可靠性指标等内容，技术指标的相关应清晰、明确。

技术装备典型应用案例为应用、推广类技术装备填写。

济深度融合。实施数字消费提升行动、品质电商培育行动，打造数智化消费新场景。深入实施数字化转型工程，协同构建技术模式和商业模式，“一链一策”推进重点行业数字化转型，探索金融、文旅、医疗等领域数字化赋能路径，搭建转型公共服务平台，培育数字化转型服务商。

五是促进平台经济规范健康发展。支持平台企业创新发展，强化灵活就业和新就业形态劳动者权益保障，鼓励平台企业开辟新的就业空间。

六是加强数字经济国际合作。加快发展数字贸易，推进海外智慧物流平台建设，促进跨境电商发展，拓展“丝路电商”合作空间，高质量组织2025年上海合作组织峰会数字经济论坛，探索数据跨境流动管理新模式。

七是完善促进数字经济发

小家电企业市场拓展

风生水起

在小家电方面，东南亚市场同样是增长的市场。根据数据分析机构Statista此前的估测，2024年东

南亚小家电市场收入达到168.8亿美元。

“中国小家电企业在东南亚市场可以说是风生水起。”周南这样向记者描述。GfK中国客户成功事业部市场研究经理陈文祺亦在采访中表示，近年来，我国小家电品牌在东南亚市场的比重逐渐上升，2024年我国小家电品牌的市场占比为10%左右，较2023年增长2个百分点。同时，莱克、富佳、比依股份和新宝股份等企业已在东南亚建立海外工厂。

TMO Group研究报告显示，在东南亚的空气净化器、加湿器、除湿器等产品领域，小米以约8.6%的线上市场份额稳居第一，另一中国品牌Levoit位列第三；在厨房小家电领域，小熊电器的电饭煲和食物处理器深受东南亚消费者喜爱，HAN RIVER则在印度尼西亚市场表现突出；小米、追觅、美的和石头

科技等中国品牌在扫地机器人领域表现亮眼。

对于中国小家电企业风生水起的原因，周南分析认为，近年来电商在东南亚迅速发展，而我国小家电企业在电商方面已经积累了不少经验，能够轻松触达东南亚地区的消费者。在消费者方面，相比欧美，东南亚地区的生活及消费习惯与国内比较相似，这也为国内小家电企业提供了更多的机会。

尽管市场销售颇为风光，但我国小家电企业尚未进入品牌出海的阶段。记者了解到，目前大多数国内小家电企业在东南亚市场的业务仍是以代工为主，尚未树立品牌、拥有自己的“姓名”，还有些企业在自主品牌出海的同时也不放弃代工业务，这也要求企业在代工与发展自主品牌之间寻求平衡。生产厨房小家电的北鼎股份的财报显示，其2024年OEM/ODM业