

个性化 多样化 高品质

优质国货激发消费热潮

本报记者 齐志明

大数据观察 国货“潮品”正当时

核心阅读

从时尚新颖的本土电子产品，到高性价比的美妆个护民族品牌，再到根植于中华文化的文创产品，当前，越来越多个性化、多样化、高品质的国产生活用品激发消费热潮，成为新的消费增长点。

近年来，我国消费市场持续回暖，国货“潮品”消费等新型消费增长点不断形成。据第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，近半年在网上购买过国货产品的用户占网购总体用户比例达58.3%，新型消费拉动有力，年轻消费者对传统文化的认同感和国货品牌供给水平持续增强。

从时尚新颖的本土电子产品，到高性价比的美妆个护民族品牌，再到根植于中华文化的文创产品，当前，越来越多个性化、多样化、高品质的国产生活用品引发新一轮消费热潮，国货“潮品”新型消费蓬勃发展，动能持续释放。

电子产品—— 数字化、智能化发展趋势明显

“通过人工智能算法，这款手机能整出各种‘花活’，既能拍得好，还能玩得嗨。”新购置的国产手机，让四川省成都市居民刘小凤爱不释手。

AI超清合影、闪速抠图、智能通话摘要……这款OPPO Find X7手机搭载的各种AI功能，让刘小凤玩得尽兴。“拍照、修图、通信等各种功能，在人工智能技术的赋能下，都有了新体验。”刘小凤说。

今年的《政府工作报告》提出，提振电子产品等大宗消费。中国人民大学经济学院教授王孝松表示，近年来，我国电子产品向数字化、智能化发展趋势明显，由“有”向“优”的消费升级潜力旺盛。

锚定“智能化”方向，各类智能电子产品持续走俏。在一家网购平台，2023年，智能办公设备订单量中，笔记本电脑增长386%、扫描仪增长348%；在智能生活设备订单量中，平板电视增长731%、智能手表增长522%、智能手机增长359%；在智能娱乐设备订单量中，微单相机增长433%、VR眼镜增长427%；在智能教育设备订单量中，点读机增长569%、电子词典增长314%。

2023年7月，多部门联合印发的《关于促



进电子产品消费的若干措施》提出，“鼓励科研院所和市场主体积极应用国产人工智能（AI）技术提升电子产品智能化水平，增强人机交互便利性。”在政策推动下，相关经营主体加速产品技术创新，推动电子产品消费提速。

新供给激发新需求。春光渐好，越来越多的消费者愿意带上一架无人机，用航拍镜头记录壮丽风光。大疆航拍无人机推出“大师镜头”“一键短片”“智能跟随”等拍摄功能，方便使用者一键导出大片。

新技术带来新体验。去年末，星纪魅族集团发布了MYVU AR智能眼镜。这款AR眼镜可与手机无缝互联，佩戴后，手机上的高频应用、即时通信与信息展示等可直接在眼前显示。

王孝松认为，国内电子产品厂商和品牌方要顺应新一轮科技革命和产业变革趋势，推动供给端技术创新和产业升级，促进电子产品消费升级。

化妆品—— 从“中国制造”跃升到 “中国质造”

35岁的杨玲是重庆市九龙坡区杨家坪百货珀莱雅专柜的忠实客户，这几年，她的梳妆台上国货化妆品越来越多。“在专柜试用了能量面霜，上脸吸收后的肤感顺滑，味道也很喜欢。”试用感觉不错，杨玲就买下了全套系列。

消费升级趋势下，以化妆品为代表的“美丽经济”快速发展。国家统计局数据显示，2023年，我国化妆品零售额达4142亿元，同比增长5.1%。国货美妆品牌快速崛起，相关市场数据显示，2023年国产品牌化妆品销售额同比增长21.2%。

“在文化自信、理性消费意识增强等多



方因素助推下，国货化妆品逐渐获得消费者的信任和认可。”北京工商大学中国化妆品研究中心主任董银卯说，近年来，国货化妆品正经历从“中国制造”到“中国质造”的跃升。研发投入不断加大，品质和安全性方面持续提升，营销模式大胆创新，具有高性价比和良好使用体验的国货品牌成为许多消费者的优先选择。

在生产端，从包装、品类、功效到生产工艺、原料等各环节，产品创新加速，丰富消费者选择。公开数据显示，2023年国内化妆品十强企业共申请发明专利278项，占总申请数的70%。

在流通端，线上线下渠道加速融合，拓展消费场景。近年来，美妆行业渠道线上化持续推进，新兴电商平台已成品牌销售重要的增长极。2024年1月至今，抖音电商国货美妆产品销量同比增长超50%，是去年同期的1.5倍，销售前10名的彩妆品牌中90%为国货。

《化妆品监督管理条例》提出，“鼓励和支持运用现代科学技术，结合我国传统优势项目和特色植物资源研究开发化妆品。”董银卯

认为，国货化妆品品牌要按照相关政策和法规的要求，在开发新原料、新方法、新人群和新功效等方面下功夫，在持续提升科研能力与产品质量基础上，继续巩固良好态势。

文创产品—— 传统文化与现代潮流巧妙结合

在河南博物院文创区，考古盲盒、绢舞飞天娃娃、饕餮乳钉纹四方杯、莲鹤方壶春秋化妆镜等文创产品，吸引不少游客驻足购买。“我们推出的考古盲盒，把考古代表的‘传统’与盲盒象征的‘时尚’结合起来，让大家在打开盲盒的瞬间，感受到发掘文物的惊喜和满足，增强年轻人的文化自信。”河南博物院院长马萧林介绍。

近年来，各类文创产品在市场上颇为流行，市场规模持续扩大，大众对蕴含中国文化、同时兼具创意和趣味性的“国潮”文创产品有着火热需求。各类经营主体不断加大研发投入，增加创意玩法，有趣有料的文创产品供给增加。

“这套唐仕女涂‘妆’礼盒很棒，可以用12种中国传统色为白模形态的唐仕女上色，能激发小孩想象力，感受这些颜色背后的故事与文化，值得买！”近期，在52TOYS北京市朝阳区东坝门店，来自河南的王翠文带着女儿选购文创产品，一眼就相中了店里的唐仕女涂“妆”礼盒，果断购买。回到家后母女二人一起动手涂色，尽享亲子时光。

随着“生肖经济”蓬勃发展、“文博热”不断升温，从日历、杯子、笔袋，到玩偶、包包、夜灯、抱枕……今年，天猫平台上龙年限定的文创产品种类丰富，在该平台上首发的龙年限定文创新品超千款。

随着考古盲盒的成功，河南博物院还推出了传拓盲盒、修复盲盒等一系列体验类盲盒产品，打造了“豫来遇潮”“非遗来潮”“豫博文创”“博物雅堂”等文创品牌。2023年，河南博物院文创产品销售额超3900万元。

泡泡玛特推出生肖限定款潮玩“龙吟献瑞”系列，集合了旗下多个热门IP，设计风格独特，饱含美好祝福。该系列上市以来持续热卖，目前已累计售出超百万个。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举认为，广大文创产品从业者要深入分析文化器物中所蕴含的文化因素，重视提升文创产品的体验价值，提高文创产品的科技和文化附加值，让文创产品的民族性与地域性、艺术性与文化性、时代性与经济性相统一，更好为百姓美好生活增添光彩。

（张文豪、种震宇参与采访）

图①：在一家国产品牌手机门店，许多消费者体验新机。王初摄（影像中国）

图②：以河南博物院收藏文物“四神云气图”和“妇好鸂鶒”为原型设计的木质冰箱贴。河南博物院供图

版式设计：张丹峰

中国作家协会在京举办“万水千山总是情——欢迎港澳作家回家”活动

新华社北京3月29日电 3月29日，中国作家协会“万水千山总是情——欢迎港澳作家回家”活动在京启动。全国人大常委会副委员长、中国作协主席铁凝出席启动仪式，并向参加活动的港澳作家颁发“人会纪念牌”。

“万水千山总是情——欢迎港澳作家回家”活动是中国作协进一步加强团结、联系、服务广大作家的创新举措，旨在让港澳作家感受文学大家庭的亲切氛围，共享文学事业的尊严、荣光和自豪，增强文化自信，擘画最大同心圆，为推进中华民族伟大复兴贡献力量。

在为期3天的活动中，40余位来自香港、澳门的作家和文化界人士将通过文学畅谈、创作研讨、名家对话、文化之旅等一系列活动深化交流。

第三十三个全国税收宣传月启动

本报北京3月29日电（记者王观）国家税务总局今天在京举行第三十三个全国税收宣传月启动仪式暨2024年重点税收宣传项目推介活动。此次全国税收宣传月启动仪式首次将重点税收宣传项目推介纳入其中，来自税务系统的14家单位介绍了即将推出的重点税收宣传项目核心内容和亮点特色。

国家税务总局党委书记、局长胡静林表示，税务部门将“税助发展 向新而进”作为今年全国税收宣传月活动的主题，旨在通过统筹税务系统内外优质资源，加大税费政策效应和税收普法宣传力度，深入解读税收服务高质量发展新成效，大力推广便民办税新举措，积极构建税收普法新格局，让税费优惠红利更好地直达千家万户、让便民服务举措更好地落到千家万户、让税收法治理念更好地走进千家万户，充分发挥税收在国家治理中的基础性、支柱性、保障性作用，全力支持加快培育发展新质生产力和推动高质量发展。

据悉，全国税收宣传月期间，税务部门将围绕“服务高质量发展 唱响中国经济光明论”“高效办成一件事 持续优化税收营商环境”“提升税法遵从度 积极构建税收普法新格局”三个方面进行重点宣传。其中，北京市税务局推介了“税致·新质——税助‘新质生产力’”项目，将展示京津冀三地税务部门助力加快形成新质生产力的创新举措；浙江省税务局推介展示了“大市场 活税法”项目，将以企业为“点”、行业为“线”、区域为“面”，推出6项跨群体、跨产业、跨地域的宣传宣传，充分展现税务部门服务构建全国统一大市场的措施成效。

农业农村部依法严厉打击坑农害农违法行为

本报北京3月29日电（记者郁静娴）为充分发挥执法典型案例示范和警示教育作用，对坑农害农违法行为形成有力震慑，农业农村部近日公布了2023年农业行政执法典型案例。此次公布的15个案例涵盖农资质量、农产品质量安全、动物检疫、长江十年禁渔等领域，总结了各地积极创新执法方式、推进跨区域跨部门执法协作、强化溯源查处的典型经验做法，具有较强的示范意义。

2023年，农业农村部部署保障国家粮食安全和维护农民群众合法权益，在全国部署开展了“稳粮保供”执法行动和以“订单农业”为名设骗局坑农专项整治行动，持续开展种业监管执法年活动。全国各级农业农村部门聚焦重点领域、重大专项、重要时节，紧盯关键主体、关键环节、关键产品，累计出动执法人员398.01万人次，查办各类违法案件10.13万件，挽回经济损失3.28亿元，有力维护了农业生产经营秩序。

我国医学装备市场规模达1.27万亿元

本报重庆3月29日电（记者申少铁）由中国医学装备协会举办的2024中国医学装备大会29日在重庆举行。据介绍，2023年中国医学装备市场规模达1.27万亿元，同比增长10.4%；专利申请量13.8万多件，占全球的67%。“高端医学装备呈现全面突破的势头，国产医学装备在医疗卫生机构的占比大幅度提高，有力支撑了卫生健康事业发展。”中国医学装备协会理事长侯岩说。

中高端医学装备企业加快发展。中国医学装备协会的数据显示，截至2023年12月31日，全国医疗器械生产企业达36675家，其中，可生产Ⅰ类医疗器械的企业25817家，可生产Ⅱ类医疗器械的企业17187家，可生产Ⅲ类医疗器械的企业2670家，分别增长9.68%、8.50%、15.48%。

创新医疗器械成果加速涌现。2023年，国家药监局共批准Ⅲ类创新医疗器械61件，同比增长10.9%，再创历史新高。碳离子治疗系统、质子治疗系统、人工心脏等一批尖端医疗设备成功上市，不断填补我国相关领域空白，多个“卡脖子”技术实现突破。

医学装备“走出去”步伐加快。从海关出口情况来看，2023年，在医疗器械进出口总额中，医疗设备类出口同比增长5.4%，相比2019年增长54.8%。

天津上线首个绿色租赁标准化服务平台

本报天津3月29日电（记者武少民、靳博）日前，全国首个服务绿色租赁标准化的信息化平台——天津东疆综保区“绿租云”绿色租赁数字化综合应用平台正式上线运营，为绿色租赁项目提供线上“云评价”。

招商局融资租赁有限公司一项氢能重卡融资租赁项目成为该平台首个绿色租赁数字化应用项目，银行根据平台“云评价”为项目提供了绿色贷款。据介绍，项目从资料上传到评价落地仅用了两天时间，相比以往线下评价方式，减少了资料传递、线下流转等环节，评价效率明显提升。

2023年，东疆综保区在天津市地方金融管理局、中国人民银行天津市分行等单位指导下出台《绿色融资租赁高质量发展实施方案》，并与绿色金融评估机构联合赤道环境评价公司合作开发了“绿租云”平台。目前，“绿租云”平台已完成一期建设。

本版责编：纪雅林 张伟昊 邓剑洋

推动数字教育取得更大突破

教育部启动数字教育集成化、智能化、国际化专项行动

“同学们，前段时间大家阅读了《一百个孩子的中国梦》，今天我们来谈谈读书感想。”在北京第二实验小学的阅读课上，老师带领孩子们探讨心中的中国梦。与此同时，远在千里之外，该校兰州分校的学生们通过网络也加入了交流讨论，气氛热烈而愉快。

这是教育部日前举办的数字教育集成化、智能化、国际化专项行动暨“扩优提质年”启动仪式上展示的一节公开课。仪式上，“同上一堂好课、共读一本好书”活动、人工智能赋能教育行动、教育系统人工智能大模型应用示范行动宣布启动，“在线教研”栏目、“AI学习”专栏在国家智慧教育平台正式上线。

“国家智慧教育平台开通两年来，不断开发高质量、多类型、体系化的优质教育资源，建成不打烊、全天候的公共服务平台，建成世界最大的教育教学资源库，为个性化学习、终身学习、扩大优质教育资源覆盖面和教育现代化提供了有效支撑。”教育部相关负责人表示。为充分发挥数字化助教教研作用、引领教研转型发展，国家中小学智慧教育平台正式上线“在线教研”栏目。记者了解到，第一期全国集体在线教研活动以小学数学“圆”单元整体教学为案例，聚焦一线教师在课程实施、课堂教学改革中面临的重难点问题，设计了课例展示、座谈研讨、专家指导、线上互动等环节，帮助教师和教研员理解实施课标，引领教学改革和教研工作方向。

聚焦建设全民终身学习的学习型社会、学习型大国，终身教育平台自2022年5月成立以来，共服务来自200个国家和地区的终身学习者近6000万人次，平台汇集资源103万余个，用户累计学习时长110万小时，注册用户680万人。据介绍，平台优化提升用户体验，针对特殊人群使用方面上线“关怀模式”“长辈模式”，满足适老化和无障碍用户学习需求。此外，平台还联通职业教育国家学分银行，上线终身学习档案与结课证书功能，实现用户学习成果留存于国家级平台。

“教育数字化战略行动进入第三年，将走向集成化、智能化、国际化。”教育部相关负责人表示，将在国家平台深度应用、公共服务提质升级、人工智能赋能教育等方面推出一系列新举措，推动我国数字教育取得更大突破。



3月29日，湖南省湘西土家族苗族自治州吉首市，永顺至吉首高速公路石家寨互通立交桥周边出现云海景观，山峦、公路在云海若隐若现，美丽壮观。

刘振军摄（人民视觉）

本报记者 丁雅楠