

每周经济评论

三大指数扩张,中国经济起步向好

欧阳洁

3月份,中国制造业采购经理指数(PMI)为50.4%,时隔两个月再次运行在50%荣枯线上的扩张区间;中国非制造业商务活动指数为50.1%,较上月上升0.6个百分点,连续两个月环比上升;综合PMI产出指数为50.5%,较上月上升1.0个百分点。

三大先行性指数全面向好,不仅释放出经济景气水平持续改善的强烈信号,更展现出中国经济在复杂多变环境里的活力与韧性。

PMI指数全面向好,源自高质量发展定力。

3月份,制造业新订单指数为51.6%,较上月上升3个百分点,在连续两个月运行在50%以下后回到扩张区间。在扩张的需求带动下,企业采购意愿明显恢复。3月,采购量指数回升2.7个百分点,达到50.9%。产需两端同步扩展,展现出经济向好态势巩固、内生增长动力激活的良好局面。

面对全球经济复苏乏力、地缘政治冲突带来的不确定性,中国坚定不移推进高质量发展,提升全要素生产率,促进各类

先进要素向发展新质生产力集聚,制造业不断迈向高端化、智能化、绿色化。放眼未来,“十五五”规划纲要里,5方面20项主要指标、16个方面重大战略任务、109项重大工程……勾勒出中国未来5年的发展图景,将进一步夯实我国经济发展的产业根基,积蓄经济发展动能。

PMI指数全面向好,彰显新动能活力。

细看分项指标,代表新动能的装备制造、高技术制造业的指标表现亮眼:3月份,装备制造业新订单指数较上月上升超过3个百分点,至53%以上,高技术制造业新订单指数较上月上升超过2个百分点,至54%以上,且两个行业的新订单指数分别连续20个月和14个月运行在扩张区间。

当前,中国正加快培育新质生产力,推动人工智能、量子科技等前沿技术与制造业深度融合,传统产业迭代升级与新兴产业加速崛起双向发力,形成了多元协同的产业发展格局,不仅提升了产业核心竞争力,也为经济持续回升向好注入了

不竭动力。

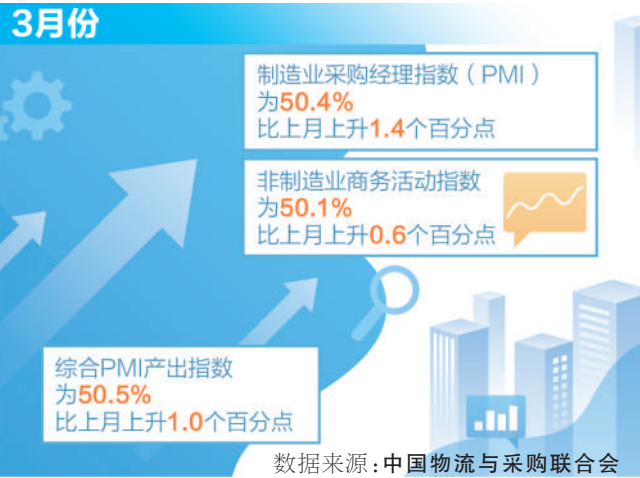
首款自主研发的量子计算机操作系统“本源司南”正式开放线下下载,并将赋能千行百业;国产人形机器人进入“万台时代”,刷新全球量产速度纪录;全球领先的集成式专业工程船交付,中国船舶迈向高端化、绿色化……中国成为全球创新的重要策源地。

PMI指数全面向好,释放新消费潜力。

3月份,消费品制造业新订单指数较上月上升超过3个百分点,至52%以上,消费品市场需求明显回升。今年以来,消费市场稳健发展、向新向好。消费升级步伐加快,绿色消费、智能消费等新型消费需求持续增长,不仅带动消费品制造业发展,更牵引着制造业向高端化、品质化转型。

今年以来,提振消费专项行动不断深入,新需求引领新供给,新供给创造新需求,一项项举措推动消费持续增长、扩容升级,为抵御外部需求波动、推动经济持续回升提供重要支撑。

三大先行性指数全面进入扩张区间,反映当前发展信心增强、预期改善,经济呈现景气回升的良好态势。继续实施更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策,实现存量政策和增量政策集成效应,一步一步朝前走,一个阶段一个阶段推进,开局之年中国经济值得期待。



因看中国好物七十二变

从功能消费到品牌智造

保温杯中有乾坤

本报记者 齐志明 窦皓 洪秋婷 白光迪

一段时间以来,喝热水、重养生的中国生活方式在国外社交圈悄然流行。从海外社交媒体“中式生活清单”刷屏,到保温杯等日常好物风靡全球,中国制造从工厂车间走向全球餐桌,从实用器具升级为健康生活符号。中国贡献了全球超过60%的保温杯产量,每年产量约8亿只。

小小保温杯,内藏大乾坤。保温杯市场有哪些新趋势?中国保温杯冠绝全球市场的制胜密码在哪儿?记者走进多个保温杯产业带,了解保温杯的产业根基、创新逻辑与文化力量,见证中国好物从“规模优势”转向“品牌优势”“文化优势”的进阶之路。

消费之变

喝水工具变身时尚潮品

走进位于浙江永康市的浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司展示厅,上千款形状各异的杯壶一下子吸引了记者的注意。

展厅内,一款智能泡茶杯引人注目。沏茶时,茶杯不仅会告知茶叶的精准冲泡参数、精准泡茶时间,甚至在茶沏好的时候,智能杯盖处的灯环会亮起提醒,水杯会发出振动嗡嗡声,将信息反馈给用户。

“我们将近距离无线传输蓝牙技术与AI识别技术导入智能泡茶杯,可实现毫秒级智能连接,APP端导入了联合八马茶业开发的几十种智能茶配方,引导用户进行冲泡,同时支持快速切换茶叶种类,让用户每次泡茶都能获得最佳的口感体验。”展厅工作人员介绍。

哈尔斯以“传统五金+移动互联网+健康生活+高科技+高级感”为突破口,将健康监测、饮水提醒等智能模块与传统保温技术深度融合,开辟高端细分市场。“我们从‘卖产品’向‘卖生活’战略转型,围绕用户的生活逻辑与情感需求,重构产品、营销与渠道体系,将AI技术融入研发、制造与服务的全链路。”哈尔斯总裁吴子富说。

深耕“智能化”,同样成为希诺保温杯的选择。在江苏南通市希诺股份有限公司现代化车间,智能设备正在组装一款全新的智能温控保温杯。这不是普通保温杯,它内置微型传感器,可实时监测水温,通过蓝牙与手机APP互联,为用户提供温度提醒、健康饮水建议等。

“消费者不再满足于保温‘多久’,更关心‘怎么用’‘与生活场景如何结合’。”希诺总经理陈金国坦言,一款针对运动人群的智能保温杯在杯壶市场推出后,凭借实时温度显示与运动数据联动功能,在户外运动社区中迅速走红。

智能温控的流行是保温杯功能进化的生动体现。饮水提醒、水质监测、UV(紫外线)杀菌、茶咖分区……保温杯的核心功能已从“长时间保温”扩展到众多新领域。

不只是功能嬗变,材料革新、场景裂变、消费潮流变化等诸多主要因素形成合力,推动保温杯从小小的容器演变为承载健康、时尚、情感的多功能生活伴侣。

以材料革新为例,钛材料的应用有效提升保温杯品质。在位于永康的飞剑工贸有限公司的展厅,一只经高温结晶处理的钛金属保温杯格外吸睛。它表面光泽流转,纹理独一无二,正是飞剑自主品牌的拳头产品。

普通保温杯长期使用,易滋生细菌和产生水垢,甚至偶尔还能尝到一丝若有若无的金属味,这些痛点都被钛杯一一化解。

“钛在高端保温杯(壶)上的应用,既提升了产品的功能特性,也打开了全新的市场空间。”飞剑公司董事长夏飞剑介绍,飞剑的自主品牌“飞剑钛杯”已成功进入高端杯壶市场,

中国贡献了全球超过60%的保温杯产量 每年产量约8亿只

一款定价1299元的钛杯投放市场后供不应求。其中的高端产品,售价甚至更高,兼具收藏价值,让保温杯从日常用品变身收藏级潮品。

老少咸宜的保温杯,成为不同消费人群中的时尚潮品和个性配饰。2025年,抖音电商平台上永康保温杯销售额同比增长近50%,其中钛杯最受消费者欢迎,销售额同比增长超过100%。

智造之核

智转数改联动产业集群

打磨、抛光、去除毛边、焊接、抽真空……上万平方米的哈尔斯智能生产车间内,数十条全自动生产线有序运转。不一会儿,漂亮实用的保温杯成品便走下产线。

“有了数字工厂的加持,人均生产效率增长超20%,产品研发周期缩短超30%,能源利用率提升超10%,万元产值成本降低超10%。”哈尔斯工艺工程部经理苗帅介绍。

目光从华东拉到华南。广东省揭阳市揭东开发区园区内,10条生产线正同时运转,即将完成一只保温杯的“激光焊接”生产步骤。转眼间,内胆与外壳之间的真空保温层就完成了焊接。

揭阳市兴财实业有限公司副总经理柳郁坦言,“行业技术路径已相当成熟,但我们不愿止步于此,仍坚持自主研发先进技术,不断更新设备,以技术升级建立差异化竞争优势。”

从“代工制造”到“智造升级”,靠的是紧贴市场需求的技术创新。“你看,这是最新的电脑UV打印技术,实现杯子图案花纹的立体呈现,能把一只普通杯子变成一件艺术品,外观更好看,颜色更鲜活,更受年轻消费者青睐。”揭阳市兴财实业有限公司生产技术负责人胡星球介绍。

从制造到“智造”,中国保温杯产业加速迭代升级。引入机器人焊接、视觉检测、AGV(自动导引车)物流,5G全连接……数字化改造、智能化转型等创新实践,在许多保温杯产业带上演。

供应链完备与产业协同高效,也是中国保温杯产业领跑全球的重要优势。

1小时车程内,能找到所有需要的配件;一个电话,供应商

如今

浙江已形成以永康以及周边武义县、缙云县等地区为核心的“永武缙”杯壶产业集群

集群杯壶产量和出口量均占全国超70%

欧美市场80%的头部保温杯品牌均由该集群代工生产

截至2025年底

永康市聚集杯壶生产配套企业2900余家

其中杯壶规上工业企业248家

产值180亿元

形成从模具开发、不锈钢板材加工到表面处理的全产业链闭环



2025年

抖音电商平台上永康保温杯销售额同比增长近50%

其中钛杯最受消费者欢迎 销售额同比增长超过100%



在金沙遗址博物馆感受3000年前的“萌趣”

古蜀文物化作“潮品”融入日常

本报记者 宋豪新

和观众的喜爱。有人觉得它像现代的开瓶器,也有人从它的造型中联想到无叶风扇,甚至有网友据此进行了二次创作,脑洞大开地为它配上宇航服场景。

当古蜀文物遇上现代生活,金沙遗址博物馆让这份“奇趣”有了新的打开方式。博物馆紧扣铜人形器的现代感造型,将文物元素融入日常,设计推出了多款特色文创产品,让古蜀文物化作“潮品”融入大众的日常生活。其中最具有代表性的,就是还原了铜人形器造型与青铜历史质感的开瓶器。这件文创产品不仅完美复刻文物形态,还兼具冰箱贴功能,实用又有收藏价值,成为馆内最受游客青睐的文创产品之一。

在此基础上,博物馆还以铜人形器为原型,打造了“呜呜噜”萌宠系列文创,呆萌可爱的“呜呜噜”化身摆件、

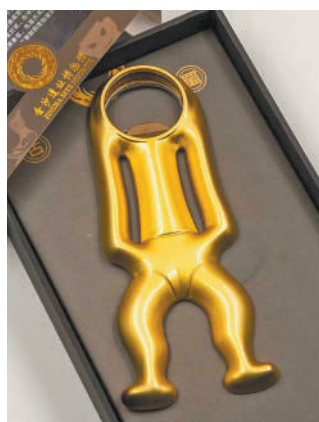
抱枕、冰箱贴,还推出了专属表情包,“巴适得板”(四川方言,意为“好极了”)、“雄起”等川味十足的方言,还有“加油”“哈哈”等百搭常用语,让这个古蜀文物形象变得更加鲜活可爱,成为年轻人社交中的趣味元素。

“逛博物馆看到这个铜人形器觉得很有趣,买了同款文创开瓶器,回家贴在冰箱上特别有特色,表情包也经常和朋友互发。”来自重庆的游客王女士说,这样的文创让文物不再遥远,古蜀文明仿佛有了温度,走进了日常生活。

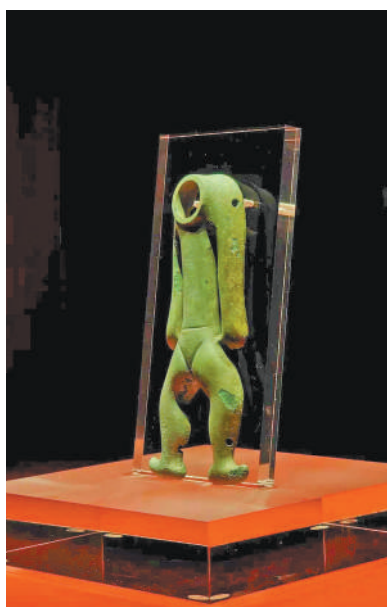
文物“活起来”,文化传下去。如今的金沙遗址博物馆,早已不是单纯的文物展陈地,而是古蜀文明与现代生活交融共生的文化空间。以铜人形器为代表的文创产品,也成为博物馆文化传播的重要载体。

从博物馆里的珍贵文物,到百姓手中的文创好物,这件3000年前的文物,不仅让人们触摸到古蜀先民的巧思与智慧,更让古蜀文明在创意转化中焕发出新的光彩。

文物里的潮生活



上图:金沙遗址博物馆根据铜人形器研发的文创开瓶器。



右图:金沙遗址博物馆展陈的铜人形器文物。

以上图片均为本报记者宋豪新摄

本版责编:王东辉 版式设计:张丹峰

四川成都金沙遗址博物馆内,商周时期的金器、玉器、青铜器静静陈列,诉说着古蜀文明的灿烂瑰丽。在陈列着一件仅10.35厘米高的铜人形器的展柜前,总会围满驻足打卡的游客。极具现代感的奇特造型让这个铜人形器成为馆内的“网红文物”。

这件铜人形器宽4.54厘米、厚1.37厘米,是金沙遗址出土的独特青铜器物,也是古蜀文化遗址中首次发现的此类造型。它无头无面,瘦削的上身搭配短粗外撇的双腿,双手下垂至腰部以下,整体呈直立姿态,正面凸起有立体感,反面则向内凹陷。器物两侧的肩部与小腿处,还分布着对称的小圆孔。

据考古人员推测,这些圆孔应为铆接固定之用,这件铜人形器大概率是某类大型器物的装饰或附件。目前金沙遗址已出土两件形制相同的铜人形器,其具体使用功能虽尚未查明,但却是研究商周时期成都地区古蜀先民青铜制造工艺及青铜文明的重要实物资料。

“这件铜人形器的造型充满了超越时代的现代感,第一眼看到就觉得很新奇。”金沙遗址博物馆文创设计师邱扬介绍,正是这份跨越3000年的“萌趣”,让它收获了众多网友