

习近平经济思想研究征文

文化赋能制造业新形象的价值与探索

黄琦 顾乃华

习近平总书记指出,制造业是我国经济命脉所系,是立国之本、强国之基,要“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。这些重要论述,既阐明了制造业的战略地位,也呼应了“实业兴国”的文化传统。作为重要的实践方向,文化赋能制造业发展,要求我们探索具体路径,深挖制造业的文化内涵,锻造既强大又优雅、既高效又温暖、既智能又富有人文关怀的中国制造新形象,实现从制造大国向制造强国的跨越。

制造业高质量发展的必然要求

在全球制造业格局深刻调整之际,文化与制造业的深度融合正催生独特的制造之美。坚持马克思主义立场观点方法,创新探索“制造美学”,是坚持物质文明与精神文明协调发展的题中之义,是顺应人民美好生活需要的时代要求,是推动制造业高质量发展的实践要求。

文化兴国则国运兴,文化强则民族强。习近平经济思想和习近平文化思想是相互贯通的,深刻揭示了文化与经济的交融互动和融合发展规律,指明了我国经济社会迈向高质量发展的“人文密码”。文化已不止于纯粹的精神范畴,而是深度嵌入经济肌理。中国制造业历经多年发展,不仅形成了参与世界竞争的硬实力,更形成了体现人文特色的软实力,即中国特色的“制造美学”。文化可赋予制造业深厚的人文底蕴与价值追求,使制造不仅是功能性性与艺术性的结合,更体现出人类对美好生活追求与对“美的规律”遵循的有机统一。制造实践中,通过设计、工艺、形态等具体表达,将文化理念转化为可感知、可体验、可传播的物质形态,实现文化内涵的具象化和生活化。

反映人文经济学的内在要求。人文经济学强调经济活动应以人为本,注重提升人民的生活品质和精神满足程度。当前,情绪消费等新兴消费方兴未艾,产品不仅讲究实用,还注重视觉美感、文化内涵和情感共鸣。这种趋势对工业城市的产业生态提出更高标准,对制造业提出新的审美与文化要求,更多体现经济实践的“温度”与“深度”。可以说,这是运用人文经济学推动制造业高质量发展的一个新思路新范式,也是习近平文化思想在经济实践中的生动展现。

体现发展新质生产力的重要方向。新

制造业竞争力的文化内涵

文化赋能制造业发展,强调在制造业生产实践中融入美学理念、美学感知和美学价值,将文化符号、情感体验融入产品,实现按照“美的规律”进行生产。制造工艺的每一次突破,都在极大拓展文化的叙事空间,生动展现人类文化发展成果与制造工艺艺术的有效结合,彰显出文化在塑造制造业竞争力过程中的独特价值,其内涵可以从以下维度来解析。

从设计之美来看,是从宏观结构到微观细节整体布局的美学实践。通过整合社会、经济、文化等多元知识,并将其与创意设计、技术革新及新材料应用相结合,把中华优秀传统文化融入设计环节,对产品功能、结构、形态和包装进行集成创新,使艺术美感与实用功能需求融为一体,让设计成为传播中华文化的重要载体。

从工艺之美来看,涵盖制造精度、质感表现、材料处理能力以及产品内在品质,既是制造业精益求精精神的直接体现,也契合了劳动精神与工匠精神。通过工艺改进和流程的精准优化,达到材质工艺与匠心营构和谐统一,实现“用技术创造艺术”,让工艺成为文化传承与技术创新的结合点。

从生产之美来看,呈现的是制造体系整体的协调性与创造性。通过智能制造、数字化设计、柔性生产等新技术的广泛应用实践,探索“科技可感知”的美学方向,为生产制造提供更高自由度与表达能力,推动生产过程成为文化理念的践行过程。

从产品之美来看,展示的是制造的最终成果。推动中华文化更好走向世界,指引着产品美学的塑造方向。或以产品结构创新、新材料运用等为切入点,把产品硬件转化为更具“温度”的设计;或在设计原创与品牌语言中塑造产品气质,将中华优秀传统文化元素与时尚美学融入消费者生活,使之成为文化价

值 and 美学价值的有力传播者。

还要看到,文化赋能制造业发展,既体现了坚持以人民为中心的价值取向,彰显制造活动的人文关怀和社会责任感,让制造成果更好满足人民日益增长的精神文化需求,也体现了制造业在践行新发展理念中产生的新思维,将文化自信、文化主体性等融入发展理念,重塑工业发展范式,彰显制度优势。

实践证明,只有掌握话语的主导权,才能掌握中国道路的定义权、中国精神的阐释权、中国形象的塑造权。未来制造业竞争不仅是技术之争,更是文化叙事权之争。坚持文化赋能制造业发展,是将冰冷的工业逻辑转化为有温度的文化表达,使“中国制造”成为传递民族精神、解决人类共同命题的重要载体。

文化赋能制造业的重要路径

文化赋能制造业发展,强调以文化之魂、工艺为骨,通过产品这一媒介实现“技与道”“器与美”的统一,这不仅推动制造业从“造物”迈向“造美”,更成为新时代工业文明的人文注脚,呼应人类对美好生活的追求。

凝练产业美学品质。一是引导产业集群文化建设。围绕培育世界级产业集群的重要任务,探索推动美学与生产制造深度融合,将文化自信、价值引领融入集群发展,提升产业集群的文化软实力与国际竞争力。二是拓展文化产业应用场景。强化对文化产业的引导培育,通过生动的创新实践诠释、深化和拓展制造美学,让其在文化产业场景中充分体现丰富内涵。三是打造出海矩阵。把中华文明的精神标识和文化精髓融入现代科技,把美学创意嵌入产品自主设计,让产品打上传统文化独特印记,成为全球接受的“美学符号”,从产品出口变为“产品+文化”出海,提升“中国制造”在全球产业链价值链中的地位。

塑造城市品牌形象

工业形象是城市的硬核IP。人们对制造之美的追求,将驱动生产方向高级化跃迁,并塑造出以新型工业文化为鲜明标识的城市品格,推动相关城市从生产基地到创新品牌策源地的角色升级。这将极大提升城市竞争力和影响力。习近平总书记提出,文化很发达的地方,经济照样走在前面。“人文经济学的重要命题启示我们,制造业城市也可以美起来。城市与产业会因为文化与制造业内蕴的共通价值而联结得更加紧密;同时,制造业与文化也会因“美”而趋近。在这样的耦合系统中,多种要素将形成良性循环,推动经济形态的多元化和文化创新生态的不断丰富。还要看到,工业建筑包括厂房等,往往以其独特造型等带来强烈的审美体验,成为地标式建筑或美学景观。可加大对工业美学场景的开发,利用工业遗址打造主题公园,对相关工厂进行旅游化改造,以工业美学特色空间提升文化供给质量,使其成为展现城市文化底蕴的重要媒介。

传承弘扬文化精神。一是彰显以精益求精为核心的工匠精神。这种精神不仅体现在对工匠技术的极致追求上,更反映在对品质、责任和文化的坚守之中,是文化自信在制造领域的具体展现。二是塑造新时代中国企业家群体的集体形象。当“中国制造”不断向科技高峰攀登时,实际上也在向着美的境界迈进。其中凝聚着对品质的执着、对创新的专注,以及将工匠精神内化为职业操守的意识。三是促进“人—产—城—文”协同发展。文化赋能制造业,不仅提升产品的文化价值和城市审美品质,更推动人的创造力、产业竞争力、城市功能布局与文化软实力的深度融合。要坚持以人民为中心的发展思想,让制造成为文化和情感的载体,从而推动工业文明不断焕发活力,迈向高质量发展新阶段。

(作者均系广东省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员)

党的二十届四中全会明确提出,“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上,坚持智能化、绿色化、融合化方向”。这为推进产业转型升级提供了科学指引。当前,置身两个大局交织激荡的复杂环境,面对国内经济运行的诸多挑战,必须深刻认识到,我国经济长期向好的基本面没有改变,高质量发展是新时代的硬道理。推动产业转型升级,正是我们主动适应和引领发展大势、夯实高质量发展根基的关键举措。这就要求必须深化对产业演进规律的认识,把握系统推进产业转型升级的原则和重点,扎实推动高质量发展迈上新台阶。

产业是国民经济的支柱,关乎国家综合实力。从国际看,新一轮科技革命和产业变革深入发展,单边主义与保护主义抬头,正深刻重塑全球产业链供应链格局。发达国家推进再工业化,吸引高端制造业回流,一些新兴市场国家利用比较优势吸引中低端制造业向其转移,对我国形成前堵后追的挤压,我国产业发展与安全面临较大压力。从国内看,传统依靠资源要素投入和低成本劳动力的发展模式难以维系,资源环境约束日益趋紧。同时,部分行业关键技术还受制于人,不少产品仍长期处于全球价值链中低端,自主创新能力亟待提升。当前,我国产业发展的重要任务是紧紧围绕高质量发展这一主题,加快构建以先进制造业为骨干的现代化产业体系。这要求既要筑牢安全底线,增强产业链韧性,也要强化创新驱动,加快高水平科技自立自强,还要推动深度融合,加速智能化、绿色化、融合化发展步伐。产业转型升级,正是实现上述目标的重要路径。

从内涵上看,产业转型升级是为适应宏观环境、技术趋势与市场变化所作的系统性调整,既包括产业内部升级,也涵盖产业间结构优化。其关键是推动产业发展实现质的跃升,核心是从要素驱动转向创新驱动,本质是通过动力变革、效率变革和质量变革,全面提升全要素生产率。因此,推进产业转型升级,必须在现有产业基础上,依托技术创新、管理优化、结构调整、制度创新与产业链整合,推动产业向价值链中高端跃升。要摆脱对资源消耗与低成本劳动力的依赖,转向技术创新、数字赋能、绿色低碳和品牌塑造的内涵式发展,不断增强我国在全球产业链中的影响力,建设具有完整性、先进性、安全性的现代化产业体系。

方向关乎成败,路径决定未来。推动产业转型升级,首先,要以科技创新推动产业创新。一方面,要突出颠覆性技术和前沿技术的引领作用,瞄准人工智能、量子信息、生物制造等前沿领域,积极开辟新赛道,塑造新动能,加快发展新产业、新业态、新模式。另一方面,扎实推进传统产业转型升级。牢牢把握新一轮科技革命和产业变革机遇,以智能制造为主攻方向,加快数字技术集成创新和融合应用,建设完善工业互联网网络、平台、安全三大体系,持续提高智能化水平。其次,要提升产业链供应链韧性和安全水平。把增强产业链韧性和竞争力放在更加重要的位置,深入推进质量强国建设,实施产业基础再造工程,加快发展先进制造业集群,壮大智能制造、生命健康、新材料等战略性新兴产业,做强做优数字经济。再次,加快推动产业体系智能化、绿色化、融合化发展。这是提升我国产业核心竞争力的关键所在。要抢抓人工智能发展机遇,推进“人工智能+”行动,深化制造业数字化转型和智能化改造;推动绿色技术与工业全链条深度融合,加快形成绿色低碳的产业体系和发展模式;促进产业链条融合发展,提升产业协同效率和系统效能。

推动产业转型升级是构建现代化产业体系的重要任务。在这一过程中,需把握四个重要原则。一是坚持因地制宜。各地资源禀赋、基础条件等不同,抓产业转型升级要从实际出发,遵循经济规律,突出自身特色。要摸清“家底”,找准适合本地发展的特色产业,形成独特的产业竞争力。只有每个地区都充分发挥自身优势,才能形成优势互补、协同发展的产业格局,提高整个产业体系的竞争力和稳定性。二是坚持深度融合。关键在于促进科技创新与产业创新更好融合,这是发展新质生产力的重要要求,也是孕育新产业、新模式、新动能进而塑造未来发展优势的具体路径。在实践中,深度融合不仅要打破传统产业界限,更要求构建开放协同的产业生态,这既体现为制造业与服务业的渗透交融、数字经济与实体经济的紧密结合,也贯穿于一二三产业的跨界融合与产业链上下游的协同整合之中。三是坚持统筹兼顾。这些年来,传统产业加快“焕新”、新兴产业加速“领跑”,未来产业加力“生根”,协同共进的场面上演。只有紧盯市场需求与科技发展趋势,统筹好优化提升传统产业、培育壮大新兴产业、前瞻布局未来产业,实体经济根基才会更加稳固。四是坚持突出重点。产业结构优化升级是高质量发展的重要体现。加快建设制造强国,核心在于提升产业链供应链的现代化水平,而这必须以专业化、高端化的生产性服务业为支撑。作为“产业黏合剂”,生产性服务业通过研发设计、数字技术、供应链管理、品牌服务等全链条赋能,深刻嵌入产业链上下游各个环节,推动产业体系提质增效。要抓住生产性服务业这一关键领域,完善发展机制,强化要素支撑,以其高质量发展为支点,更好推动产业体系向现代化全面提升。

(作者系湖南省当代中国马克思主义研究中心研究员、湖南工业大学经济与管理学院教授)

本版编辑 欧阳优 美 编 王子莹

促进轻制造与新消费同频共振

王飞 冯开 肇启照 高健

中央城市工作会议指出,城市发展正从大规模增量扩张阶段转向存量提质增效为主的阶段。当前,一些城市通过盘活老旧工业厂房、落后商业街区 and 低效楼宇建筑等闲置资源,招引聚集服务型制造、定制化制造企业,运用绿色化、数字化、智能化先进技术,以轻量、灵活、智慧的制造模式响应消费升级新趋势,实现生产制造与消费服务一体融合,形成了城市“轻制造”的产业新形态。从实践看,城市轻制造向新消费主动“握手”,有效契合了大众消费向个性化、即时性、体验式和社交型发展的趋势,推动供需、产销在本地快速衔接、同步完成,有助于资源要素精准配置、产业发展多元融合、生活品质更好提升,是城市产业转型升级的新路径。

轻制造与新消费加速对接

近年来,在扩大内需、提振消费政策指引下,西安市等地积极优化新产品和新服务供给,推动一批老工业基地、老街区改造升级,促进轻制造与新消费加速对接融合。

一是盘活城市存量资源。坚持城市更新与工业转型相结合,通过业态重构、场景创新,改造利用城市低效空间,优化城市综合功能。比如,西安电影制片厂作为西安市首个国家工业遗产项目,将影视元素、电影IP与消费场景完美结合,打造兼具历史感、艺术性、体验感的电影主题园区,吸引了众多游客的到来。

二是满足个性化高品质消费需求。当前,大众消费逐渐从单纯满足物质需求,转化为更加强调自我表达和身份认同的方式。人们既追求高性价比的日常用品,也愿意为高端化、品质化的产品买单。同时,大数据、云计算、人工智能以及3D打印等先进技术的深度应用,也为个性化定制和消费提供了技术支撑。比如,一些西安本土家具品牌构建柔性定制系统,实行一店一户一设计,利用先进三维设计软件实现个性设计与功能定制一体化。

三是拓展多业态体验式场景。当下,消

费者对购物体验的要求已不仅仅局限于产品本身,而是更注重消费过程中的参与感、互动性。比如,西安立丰城不断创新新业态布局,以“运动+”激活社交,以“娱乐+”撬动流量,构建覆盖全龄、全需的都市生活新生态。易俗社文化街区通过非遗手工体验研学项目,成功将传统文化转化为可触可感的沉浸式消费场景。

四是激发情绪消费潜力。随着物质生活的丰富和消费需求的不断升级,情绪消费成为极具潜力的消费升级新方向。淘宝平台梳理出的“2024年度十大商品”中很多都与情绪价值需求相关。比如,西安市推出玉玺形状的交通卡,以西汉皇后之玺为原型缩小比例打造,让消费者在使用时获得独特情绪体验。

融合发展潜力尚待挖掘

虽然轻制造与新消费正在双向奔赴,推进城市生产、生活、生态有机融合,为城市高质量发展注入新动能,但在创新供给、盘活资源、开拓市场、改善预期等方面仍需进一步优化提升。

一是高品质产品和服务的创新供给亟需完善。从西安市调研情况来看,与其他技术密集型行业相比,本地手工业、纺织业、食品加工业把握市场趋势的敏锐度不够,新产品创新和供给能力欠佳。二是闲置厂房、商业综合体的盘活更新有待加强。西安拥有“电工城”等诸多老工业区,有不少面积较大的商业综合体和街区,但一些地方老旧厂区布局散乱、利用粗放,工业遗产的活化利用不足、用途不合理,部分产业用地容积率低、投入产出水平不高,需统筹谋划,多方协同予以盘活。三是消费群体的差异化需求尚未充分满足。当下,年轻人更注重时尚化、快节奏、社交型、情感性的消费体验,但当前市场精准营销策略仍显不足,在挖掘本地文化元素打造特色消费品类方面主动性创造性不够。四是消费信心提振和空间拓展

仍有短板。目前,受居民收入、市场预期和消费观念转变等因素制约,提振消费信心尚需综合施策。同时,城市优质消费空间多集中在主城区核心地段,满足城市微度假、运动社交等新消费需求的活动场所开发不足,公园、体育场等公共空间的融合利用尚处于探索阶段。

突出特色探索实践路径

进一步推动城市轻制造与新消费同频共振,要突出城市文化底蕴、产业特色、资源禀赋,结合城市更新,盘活存量资源,发展城市轻制造,打造多元消费场景,更好满足群众舒适、便利、品质生活的需要。

一是聚焦供给侧“破局”,精准对接消费和服务新需求。加快发展服务型轻制造,依托柔性生产与小批量定制,精准响应市场对于深度体验与个性化的消费需求,在国潮手办等新消费领域打造品牌。抓住情绪消费风口,以更多巧思和匠心推出具有人文内核和情感内涵的产品和服务。探索推广城市中的“前店后厂”模式,构建设计、制造、平台、销售联动的快时尚供应链。升级高品质服务消费供给,适应人口和需求结构变化,运用具身智能、人形机器人等新技术新产品,鼓励教育、医疗、家政、娱乐等生活性服务业创新经营品类,延伸服务链条,优化“一老一小”服务供给,擦亮城市文旅融合特色名片。推动新兴产业创新供给,前瞻布局脑机接口、合成生物、智能穿戴等以轻生产、低排放为特征的高端制造,加速推动自动驾驶、无人配送等新技术新产品开发与应用推广,推动医疗美容、绿色食品等健康产业延链补链强链,催生一批高成长性消费赛道。

二是锚定空间“重组”,优化城市功能布局。强化城市空间弹性管理,借鉴国内外发展经验和做法,探索“一栋楼即一条链”“上下楼即上下游”新产业形态,通过“微更新、强功能、深融合”方式盘活利用闲置低效厂区、厂房和设施,将轻制造植根于大小不一、功能多元、各具

特色的专业楼宇、闲置建筑,对现有商业街区动线设计、产品定位、经营模式系统更新。深挖公共空间潜力,推广“公园+商业”“公共广场+商业”等模式,推动城市公共空间开放共享,打造“空间柔性、功能多元、体验独特”的花园式街区、城市艺术空间等一刻钟消费生活圈,满足更多消费需求。完善城市工商业布局,精准匹配城市资源条件,深化消费中心城市培育建设,丰富全域全貌场景供给,打造更多特色消费地标。

三是着眼场景“再造”,构建多维生活引力场。在这一过程中,可挖掘城市工业、旅游文化内涵,探索推广“产业IP+文旅”等新模式,支持开发具有历史文化特色的消费体验新场景,打造非遗工坊、创客空间等“当代艺术+消费”新场景。聚焦体育消费新需求,打造精彩赛事、时尚运动等健康消费新场景,培育提升徒步、骑行、露营等近山消费新场景,有序发展低空消费新场景和亲水活动新场景,鼓励发展“票根经济”“市集经济”等跨界消费新场景。营造沉浸式数字体验新场景,强化虚拟现实、人工智能等新技术应用,鼓励发展AR试妆、虚拟导购等实体消费场景,支持商超、餐饮、商圈、博物馆等消费场景,统筹推进直连新消费垂直细分领域,推动财税、金融、产业、投资等政策和消费政策的协同。聚焦提振消费信心,针对消费潜力增长点加大补贴力度,以增收减负提升消费能力,推进新型消费业态规范发展,推广区块链溯源、数字身份认证等技术应用,营造安全舒适的软硬件环境。

(作者单位:中共陕西省委财办)