2025年12月 7 日 星期二 农历乙巳年十月十三

ECONOMIC DAILY

今日12版

经济日报社出版

中国经济网网址: http://www.ce.cn 国内统一连续出版物号 CN 11-0014 代号1-68 第15478期(总16051期)

新华社内罗毕12月1日电(记者严 钰景 由荟圆) 当地时间 12 月 1 日,由 中国国务院新闻办公室、中国外文局、 中国驻肯尼亚大使馆共同主办的《习近平 谈治国理政》中肯读者会在肯尼亚首都 内罗毕举行。中肯两国各界人士约200 人出席活动。

与会中外嘉宾表示,《习近平谈 治国理政》第五卷与第一卷至第四卷相

互贯通、一脉相承,集中反映了习近平 新时代中国特色社会主义思想的主要 内容和科学体系。《习近平谈治国理政》 系列著作,有助于帮助国际社会更加深 入地理解中国式现代化的实践成就和 世界意义,对于中肯、中非深入开展治 国理政经验交流,凝聚全球南方发展共 识、携手构建人类命运共同体具有重要

《习近平谈治国理政》中肯读者会在内罗毕举行

肯尼亚联合民主同盟总书记奥马 尔表示,在习近平主席的引领下,中国 取得了举世瞩目的发展成就,经济社会 快速发展,人民生活水平显著提升。 《习近平谈治国理政》不仅是演讲摘编, 更是知识框架、哲学理念,书中涉及的 对经济、减贫、科学技术和安全等领域 的重要论述,为肯尼亚面对挑战时提供 (下转第二版)

热点话题探析

如今,走进中国各地的繁华商场,泡泡

玛特、喜茶、霸王茶姬等门店里总是人头攒

动,年轻人身穿李宁、安踏,手持华为、小米,

感叹老铺黄金门口长长的队伍——国潮,已

不仅仅是一种选择,更成为很多人的消费

消费市场的渗透。在曾以"韩流"席卷全球的

韩国,明星们手持喜茶打卡晒照;在流行时尚

的发源地欧美,街头行人的背包上不时露出

玩偶拉布布;在萌系文化的腹地,国产彩妆品

牌花知晓被日本杂志《Popteen》评选为日本

识到:中国制造正以前所未有的魅力,成为全

球消费者的心头好,一个由中国定义美好生

替代、全龄渗透、笃定选择

者心理与市场环境的深刻变迁。

门票,仅门票支出就超千元。

一幅幅国潮消费的澎湃图景,让人们意

国潮消费的三大转变:全面

这股看似突如其来的潮流,根植于消费

消费者对国潮的热情与购买力,可能超

进入展馆后,真正的"战斗"才刚刚开

出许多人的预期。2025PTS北京潮玩展上,

不少人像抢春运火车票一样,连续抢购多日

始。退休的老人、牵着妈妈的孩子、背着双肩

包的年轻人,都学会了通过小程序预约线上

秒杀和现场抽签,获得心仪玩偶的购买权。

女高中生最爱的彩妆品牌……

活的新时代已悄然开启。

在海外,国潮也在不知不觉中完成了对

这些潮玩价格从几十元到数千元不等,但只 要能中签,消费者依然觉得"值"。 情感共鸣,无问西东。泡泡玛特在国内

的排队盛况,同样出现在纽约、伦敦、曼谷等 城市的街头。2025年第三季度,泡泡玛特海 外收益同比增长365%至370%;喜茶"三倍厚 抹"被海外消费者视为"时髦单品"而非"中国 特产"……这些都指向同一个事实:真正卓越 的品牌,其魅力能够超越文化疆界。

泡泡玛特公共事务总经理王涛的观察印 证了这一点,"我们的IP获得了全球消费者 的认可,证明消费者文化背景不同,但对快 乐、美好的情感需求是共通的"。泡泡玛特火 爆全球的拉布布,就是由中国香港设计师根 据北欧森林小精灵的形象设计,并不强调"中

喜茶公共传播中心总经理程浩认为,这 种"去标签化"的全球接纳,反映出国潮消费 者并未刻意追逐某个"来自中国的品牌",而 是将其作为时尚消费的一部分。其背后,正 发生着三个关键转变:

-全面替代:从"可选"到"必选"的品

国潮经济早已突破传统的"国货老三样" 服饰、日化、食品,形成覆盖3C数码、家居、食 品、美妆、服饰、潮玩、文创、游戏、影视等多个 品类、渗透消费者日常生活的超级生态。从 "纯进口质量好、有面子"到"国产更懂我、更 好用",国潮完成了从"备选项"到"主选项" "优先项"的重大转变。

一全龄渗透:从"Z世代"到"银发粉"。

"Z世代"是国潮消费主力,但"银发粉" 的崛起更值得关注。中研普华产业研究院今 年发布的报告显示,50岁以上群体的汉服复 购率达到38%,带动宋锦、香云纱等非遗面料 销售额3年增长6倍。

与此同时,"80后""90后"中等收入家庭 成为消费新中式家居、国产高端母婴用品、智 能家电等品类的中坚力量。国潮消费跨越代 际,成为连接传统与现代、兼具文化归属与品 质追求的全龄层生活方式。

--笃定选择:从"性价比"到"情价比"。 国潮的关键词不再是"便宜",而是"偏 爱"。消费者购买观夏香薰,是因为喜爱它 带着大自然气息的味道,选择徕芬电吹风、 石头扫地机器人,是因为它们的造型和功能 更符合自己的需求;鄂尔多斯旗下1436品 牌对标国际一线大牌,喜茶门店开在美国百 老汇、英国大英博物馆附近,泡泡玛特玩偶 售价显著高于国内,更显示出中国品牌已逐 步建立起价值自信,而不再仅仅依赖价格

正如ERDOS品牌女装设计总监盛名所 言:"过去选择国产品牌可能被视为一种小众 品位,如今,选择优秀的中国品牌正成为一种 更加笃定、自信、自豪的选择。"

国潮当道的双轮驱动:政策 引导、数字赋能

国潮今日的火爆,并非一蹴而就。将时 针拨回七八年前,中国商场一楼最火的餐饮 门店是星巴克、肯德基和必胜客们;年轻人脚 踩阿迪、耐克,手持苹果手机,闲暇时讨论好 莱坞大片。

□ 本报记者 佘 颖

变化始于2018年。李宁以"悟道"为主 题登陆纽约时装周,引发海内外广泛关注。 同年,天猫发起"国潮行动",推动本土品牌 与传统文化符号跨界联名,全面开启"国潮

此时,刚刚在北京三里屯开出首店的喜 茶,已经以真奶、真茶、真水果切入市场,一杯 售价二三十元仍供不应求,一度催生了"黄牛 代购",预示着消费者对高品质国货的高度

数据印证了趋势的结构性转变。《2019 "新国货"消费趋势报告》显示,2018年中国 品牌商品下单金额同比增幅已高出国际品牌 14个百分点。至2023年,国潮在多个领域实 现反超,例如,据《2023年中国化妆品年鉴》, 2023年国货占美妆市场份额达50.4%,首次 超过外资品牌。2024年,国产美妆的市场份 额进一步提升至55%。

从个别品牌的破圈,到整体市场份额的 逆转,国潮完成了从边缘现象到主流消费力 量的跃升。这一结构性转变的背后,是顶层 政策引导与数字媒介赋能的双轮驱动。

党的十八大以来,习近平总书记反复 强调"文化自信",为中国品牌注入了精神 内核。2014年的中央经济工作会议指出 "个性化、多样化消费渐成主流",引导企业 加强加快供给端创新,创造引领高质量消 (下转第二版)

"十五五"规划建议提 出,持续巩固拓展脱贫攻坚 成果。促进脱贫地区经济社 会持续发展,是巩固拓展脱 贫攻坚成果的必然要求,关 乎脱贫群众切身福祉和经济 发展大局。

"十四五"期间,中央财 政衔接推进乡村振兴补助 资金规模总量达到8505亿 元,脱贫地区基础设施显著 改善,公共服务水平持续提 升,特色产业稳步发展。 160个国家乡村振兴重点帮 扶县和3.5万个易地搬迁集 中安置区得到重点支持,经 济实力、发展后劲明显

然而,不少脱贫地区位 置偏远、资源较少,产业支撑 不够牢固,公共服务仍有短 板。脱贫不是终点,而是新 的起点,要多措并举推动脱 贫地区经济社会发展再上新 台阶,持续巩固拓展脱贫攻

筑牢保障防线。脱贫 不是一时之功,保障还需久 久为功。要优化政策保障, 统筹兼顾财政、民生、教育 等领域,坚持尽力而为、量 力而行,根据脱贫地区实际 情况,遵循发展规律,稳扎 稳打落实保障工作。在保 持政策连续性、稳定性的同 时,不断优化调整具体措 施,坚决防止急转弯、急刹 车。要强化技术保障,善用 先进技术助力常态化防止 返贫致贫监测体系建设, 为监测的科学性、精准性、 有效性提供支撑。加强对 帮扶对象的动态管理,更

好实现对农村低收入人口、欠发达地区的分层分类

培育特色产业。产业持久兴旺,才能稳定脱贫、防止返 贫。面对区位与资源的相对劣势,脱贫地区要锻长板、补短 板,最大程度激发产业潜力、增强经济韧性,为推动当地高 质量发展夯实基础。比如,有的地区全力做好"土特产"文 章,以品牌建设提升产品附加值,通过发展特色文旅、开拓 电商渠道等方式,实现产业链延伸、价值链提升;有的地区 以系统思维引领产业发展,持续推进产业、就业、健康、教育 等方面融合发展,在培育壮大新型经营主体的同时,以特色 产业发展带动就近就地就业。

完善基础设施。基础设施是经济社会发展的重要支 撑,与脱贫地区群众的获得感、幸福感紧密相关。持续改 善基础设施条件、提升公共服务水平,既能为脱贫地区发 展提供更好环境,也有助于激发群众内生动力。一方面, 要立足当下,聚焦不同脱贫地区面对的发展痛点,有针对 性地完善相关设施;另一方面,要着眼长远,加强基础设 施统筹规划,为脱贫地区长期可持续发展提供有力支 持。循序渐进完成设施升级,充分利用好各种公共服务 资源,切实改善群众生产生活条件,杜绝"面子工程""形 象工程"。

促进脱贫地区经济社会发展是一项长期任务,要以更 坚定的决心、更扎实的举措,一件接着一件办,一年接着一 年干,用发展的办法让脱贫成果更加稳固、更可持续。

□ 本报记者 乔金亮 祝君壁



12月1日,西藏昌都市 八宿县然乌镇来古村,来古 冰川迎来冬季最佳观赏期。 作为世界三大海洋性冰川之 一,来古冰川在冬季更显静 谧壮美,成为游客打卡西藏 自然景观的热门选择。

何华文摄(中经视觉)

改善如循环培

十五五"经济社会发展主要目标解读 动、制造业高质量发展行动、港产城融合发展行 动等天津市高质量发展"十项行动",推动经济稳

步增长,前三季度武清区地区生产总值为783.91 亿元,同比增长5.7%,固定资产投资同比增长 9.5%,全区居民人均可支配收入同比增长5.2%。 坐拥京津冀协同发展的核心区位优势,"京

注重内涵提到一发、武清转化"的联动通道高效畅通。武清 京津产业新城管委会副主任张书月说,今年前10 个月,京津产业新城累计落地项目1268个,其中 来自北京的项目209个。武清京津产业新城将进 一步深度融入京津冀"六链五群"建设,重点推进 智能科技、生物医药等产业集群发展,助力协同 发展走深走实。

> 目前,武清区已与铁科院、天津大学等15家 高校院所深度合作,42个高质量转化项目落地生 根,累计集聚了8个院士及专家团队、21家市级重 点实验室和工程技术中心、950余家国家高新技 术企业和1000余家科技型中小企业,协同创新生 态不断释放强大动力。

> 武清区还以改善生态环境为抓手,提升"含绿 量"。今年以来,武清深入落实国家"双碳"战略, 大力发展新能源,建设储能电站,坚决压减煤炭消 费,超额完成天津市下达的控煤减煤目标。

> 优化营商环境和提升"含科量"是武清区发 展的重要支撑。武清区副区长李东强说,2025 年,该区持续打造"高质高效、近悦远来"的营商

环境,聚焦政务服务、政策环境、要素保障、执法 监管、对外开放等重点领域,明确11项工作举措、42条具体措施,把营商 环境这一"关键变量"转化为吸引企业落户、培育新质生产力、助力打造天 津新经济增长极的"绝对增量"。

农业是关系国计民生的基础产 业。《中共中央关于制定国民经济和社 会发展第十五个五年规划的建议》提 出"把农业建成现代化大产业",体现 了对农业发展形势的准确把握,为今 后一个时期加快农业现代化提供了方 向指引。

"十五五"时期农业迎来难得发展 机遇。专家认为,随着城乡融合加深, 农业功能愈加多元,产业内涵更为丰 富。伴随科技革命深入推进,现代信息 技术、生物技术等在农业领域加快应 用,传统农业加速改造升级,农业产业 正被重新定义,农业面貌将为之一新。 把农业建成现代化大产业,条件更为有

利、时机已经成熟。

构建多元食物供给体系

随着居民消费结构升级,食物多元化 特征愈加明显。2013年至2023年,谷物 人均消费量下降13.2%,蛋类、鲜瓜果、肉 类、水产品、蔬菜人均消费量则均有明显 增加。尽管2024年我国粮食产量超过 1.4万亿斤,但耕地水资源约束日益趋紧、 极端天气异常多发,粮食供求总体仍呈紧 平衡状态,食物需求升级趋势仍将继续。 在此背景下,践行大食物观,构建多元化 食物供给体系成为必然。

农业农村部农村经济研究中心产业

发展研究室主任曹慧认为,树立大食物 观,就是要与居民食物需求变化相适应, 不仅守住"米袋子",还要提稳"菜篮子", 抓牢"油瓶子",抱好"奶罐子"。从供给角 度,推动农业从以往仅注重保数量,向保 多样、保质量的方向转变。既要农林牧渔 并举,在更高水平上保障有效供给,更要 推动农业由增产转向提质,瞄准居民消费 结构变化,推动品种培优、品质提升、品牌 打造和标准化生产。

提升渔业和食用菌产业发展水平。 曹慧说,一方面,支持发展深远海养殖,建 设海上牧场。近年来,居民对海水产品的 需求增加,而陆域与近海养殖空间趋紧。 大力发展深远海养殖,对构建多元化食物

意义。另一方面, 推动食用菌产业提 质增效,促进藻类 把农业建成现代化大产业 食物开发。食用菌 产业是全方位多途 径开发食物资源的 重要产业。近年 来,食用菌产业发

供给体系具有重要

展迅速,是继粮、菜、果、油之后的第五大 超3000亿元产值的种植业。

发展林下经济,壮大林草产业。福建 农林大学经济与管理学院院长戴永务表 示,这是践行大食物观的必然要求,应从 多维度协同发力。一是强化人工智能赋 能。依托"智慧林草"建设,应用物联网、 卫星遥感及无人机技术,构建林下资源智 能感知网络;利用人工智能建立动植物生 长模型与病虫害预警系统,推广自动化采 收与精细化管理装备。二是严守生态安 全底线。建立严格的林地生态承载力评 估机制,推广生态友好型复合经营模式,

实现生态保育与产业发展良性互动。 (下转第三版)

医保卡不可变身购物卡

3號"四个农业"铺就农业强国路

5㎞ 加快农业种养循环发展

6版

农村数字普惠金融服务仍需补短板 7 "外摆一米线"折射治理精度

8㎞ 上市公司要争当信披优等生

9版