

学习贯彻党的二十届三中全会精神

“三品”战略推动消费品工业高质量发展

王彬 王利君

我国深入实施消费品工业增品种、提品质、创品牌“三品”战略，推动消费品工业高质量发展。

我国深入实施消费品工业增品种、提品质、创品牌“三品”战略，推动消费品工业高质量发展。2025年太原市市政府工作报告提出：“大力实施‘三品’战略，全力提升消费品工业规模和实力、生产供给质量和水平”。消费品工业是重要的传统产业和民生产业，是衡量经济发展水平和人民生活质量的重要标志，在稳增长、促改革、调结构、惠民生方面起重要作用。

近年来，太原市消费品工业以结构调整和转型升级为主线，以科技创新为支撑，以市场需求为导向，实现了稳定提升，为全市经济社会高质量发展作出了贡献。2024年，全市消费品工业增势良好，同比增长6.2%，其中医药制造业同比增长30.9%。

推动消费全面升级

围绕“三品”战略，要提升消费品产品和服务的供给能力，增强消费对经济发展的拉动作用，推动消费品工业平稳增长。

增品种，以产品创新引领消费升级。适应消费升级趋势，引导企业在产品设计和制造过程中有效融入定制、体验、智能、时尚等消费元素，培育新业态新模式，满足消费者多层次个性化高品质的消费需求。丰富功能性食品和医疗健康特色消费品，培育高端碳纤维、不锈钢深加工、智能终端等高附加值产品，加快新品研发和生产。

提品质，以供给改善提振消费信心。引导企业树立质量为先、信誉至上的经营理念，走大众消费品生产以质取胜的发展道路。强化标准体系建设和产品质量管理，加快食醋检测认证创新平台项目建设和中药饮片标准制定，支持消费品工业企业开展数字化改造、智能化升级、绿色低碳转型等项目建设，提升产品全流程质量管控能力。

创品牌，以培育强促进消费增长。开展“太原精品”培育工程，打造有影响力的“老字号”“国字号”拳头产品，培育竞争力强、美誉度好的知名品牌。引导企业增强品牌意识，新培育品牌设计创意中心和广告服务机构，加快推进

进产品设计、文化创意与品牌建设的融合发展。举办促销专场活动，打造知名品牌，培育新锐精品，塑造区域品牌，利用多渠道加大宣传力度，促进消费者对优质产品、优良品牌的认知、认同和认可。

激发市场发展活力

要培育一批龙头企业和“专精特新”配套企业，深入开展招商引资，促进消费品工业核心竞争力全面提升。

强化龙头企业引领。争取国内外知名名牌企业到并建设生产基地，设立地区总部和研发机构。建立产业链龙头企业培育库，把科技含量高、带动力强的企业纳入大企业大集团培育计划。支持龙头企业通过股权合作、资产并购等方式，加速整合产业资源。鼓励大企业梳理发布需求清单，引导中小企业摸排主导产品，产能规模、拟配套对象等供给清单，推动大中小企业开展线上线下供需对接活动，实现大中小企业融通发展。

梯度培育中小企业。按照“创办一批、成长一批、壮大一批”的总体思路，抓好“小升规”，形成企业梯次发展新格局。鼓励中小企业走“专精特新”之路，培育一批创新型企业、“专精特新”企业、专精特新“小巨人”企业、瞪羚企业、独角兽企业。推动中调西堡泉老陈醋等中小企业上规升级，支持和仁堂申报国家级专精特新“小巨人”企业。

深入开展招商引资。围绕重点消费品行业，锁定长三角、珠三角等区域，着力引进消费品工业头部企业、龙头骨干企业，引进培育一批具有发展潜力，上下游产业关联度高的科技型中小企业。支持存量企业在消费品工业领域投资和扩大再生产，推动太原特色消费品产业链上下游、左右岸集群式发展。借助消费品展会、论坛活动，开展行业龙头企业招商推介活动，及时兑现落实招商引资优惠政策，“真金白银”吸引关联企业和项目落地。

加速产业集聚发展

要聚链成群，集群成势，以医药、食品、新型消费品为主攻方向，形成区域产业协同、特色产业集聚、互为依托支撑的消费品工业产业集群发展新格局。

打造生物医药产业集群。要发展生物医药、现代中药、医疗健康产业集群，形成“太药”集聚优势。在生物医药领域，采用基因工程、细胞工程、酶工程、生化工程等高新技术和现代合成技术，推进生物技术药物、新型疫苗开发，以锦波生物、太原药业等企业为支撑，构建“发酵基原料—原药—化学制剂”人源胶原蛋白—胶原蛋白敷料产业链。发挥中药材资源优势，加强中药独家品种、中药专利产品、特色中药品种、创新中药及复方中药的研发，实现中成药、中药提取等产品规模化生产，健全中医药服务产业

体系。在医疗健康领域，重点培育医疗器械产业，发展高性能医疗器械研发制造、医疗健康等项目，构建全链条技术创新体系。

打造醋类及酒类酿造产业集群。醋产业要以“山西老陈醋”品牌为引领，以紫林、水塔、宁化府等企业为龙头，发挥“清徐食醋产业基地”的集聚带动作用，打造国内最大食醋生产基地。同时推进企业生产联动与分工协作，逐步形成生产分工明确、产品种类档次齐全、营销集中统一的食醋生产和营销体系。酿酒产业以建设酿造小镇为牵引，提高白酒生产水平和产品档次，促进高档、中档葡萄酒和佐餐酒同步发展，打造优质、绿色的新型酿酒工业。

打造绿色食品加工产业集群。以园区化、集约化、规范化为目标，按照产加销一体、种养加循环、产学研融合的发展模式，发展一批融生产加工、市场销售、消费体验、文旅休闲于一体的绿色食品加工产业集群。加快蓝顿旭美、六味斋、九牛牧业等企业发展肉制品、乳制品、杂粮、果蔬、功能食品等现代食品加工业，加快企业生产线智能化改造，调整产品结构向精深加工方向发展。推进阳曲现代农业产业示范区提档升级，打造蔬菜种植、农产品加工、文旅康养产业有机融合的绿色农业示范区。

促进产业融合互动

要以科技创新推进产业智能化、绿色化、融合化发展，实现消费品工业提质增效。

加快数智赋能。聚焦消费品工业关键环节，通过数字技术应用带动消费品工业产业链、供应链、创新链、服务链协同发展，在研发设计、生产制造、质量控制、经营管理、仓储物流、销售服务等环节实现数据闭环。加快重点消费品行业智能制造、个性化定制、柔性制造等新业态新模式推广应用，创造更丰富的需求场景，引领消费品工业质量变革、效率变革、动力变革。

促进绿色转型。建设一批零碳工厂、零碳工业园区，打造国家级零碳技术先行示范区。鼓励企业运用绿色低碳环保技术，提高行业资源利用效率。通过新技术、新工艺、新装备改造等改进生产方式，形成消费品绿色可持续生产方式。完善绿色产品标准、认证、标识体系，推进绿色产品市场供应。拓展绿色消费场景，发展基于“智能+”的回收利用与共享服务新模式，赋能行业绿色转型发展效能提升。

深化产业融合。推动消费品工业与农旅融合发展。鼓励企业聚焦粮油、果蔬等优势产区，建立稳定的农产品原料供应基地，发展规模化种植。促进消费品工业与文化旅游业融合发展，推动消费品工业企业开辟工业旅游市场，打造工业旅游线路。加快消费品工业与现代服务业深度融合，培育发展服务型制造，鼓励消费品工业企业建立客户体验中心，分析客户需求信息，增强用户满意度。

(作者单位：太原社会科学院)

杜儿坪矿综合服务中心根据矿工的口味改良各种面食，卤汁要更浓郁，面条要更筋道，连配菜都得兼顾解腻和营养。如今在杜儿坪矿，“今天食堂吃什么”成了矿工们碰面时的热门话题。

当打卤面的香气漫过矿工们沾满煤尘的工装，这碗看似寻常的面食，早已超越了果腹的功能。它像一把钥匙，打开了企业与职工和谐共生的密码箱，藏着“以职工为中心”的管理智慧，更印证了“企业关爱职工，职工奉献企业”的共生哲学。

从“果腹需求”到“精神滋养”，是企业关怀的温度升级。过去矿工吃面“就图个饱”，如今食堂的面食谱系不断丰富，这种变化绝非简单的餐饮改良，而是企业将“以人为本”从口号转化为行动的生动实践。当职工在井下辛劳数小时后，能吃到合心意的热面，味蕾的满足会转化为精神的慰藉。企业对职工的关怀，从来都藏在这些“看得见、摸得着”的细节里，从一碗面的筋道程度，到配菜的新鲜脆爽，处处体现着“把职工当家人”的暖意。

从“机关关系”到“情感共同体”，是职工认同的深度拓展。四川矿工小林在异乡的辣椒油里尝到“家乡味”，张彪师傅对打卤面的一周“惦记”，这些朴素的情感流露，折射出职工对企业的认同感正在悄然升华。

当企业将职工当家人，用心揣摩职工的口味偏好，职工自然会将企业视为安身立命的港湾。这种情感联结绝非偶然，而是源于“你对我真心，我对你尽心”的双向奔赴。食堂不再是单纯的就餐场所，成了情感交流的驿站；面食也不再是普通的食物，成了维系情感的纽带。这种超越合同关系的情感共鸣，让职工与企业在精神层面实现了深度契合。

从“单向管理”到“双向奔赴”，是发展动力的强力聚合。综采二队闫贺祥师傅从“没得选”到“挑着吃”的感慨，背后是企业管理理念的根本转变，从“我要你干”到“我为你想”。当企业将职工的幸福感纳入发展考量，职工会激发出更大的工作热情。这种良性互动形成的合力，远比单纯的制度约束更有力量。杜儿坪矿的实践证明，企业对职工的每一分投入，都会转化为生产效率的提升；职工对企业每一分热爱，都会汇聚成企业发展的强大动能。这种“企业搭台、职工唱戏”的共赢格局，正是和谐发展最生动的写照。

一碗面的分量，不仅仅由面粉和卤汁决定。杜儿坪矿的食堂承载着企业的关怀，盛满了职工的幸福，更孕育着企业与职工共同成长的可能。企业与职工和谐发展的密码，就藏在对职工需求的尊重里，藏在与职工共情的努力中，藏在与职工共进的追求上。

(作者单位：太原市总工会)

来论

今年夏天，潮玩成了热门词，参与者是一群“80后”“90后”，“童趣经济”正以多元姿态进入大众视野，并不断拓展边界。从扎堆开盲盒到排队购买IP联名玩具，这些带着卡通元素的商品，不再是孩子的专属，不少成年人也加入消费行列，打造自己的“精神快充站”。数据显示，2024年国内潮玩市场规模突破500亿元。

过去，童趣经济主要以儿童消费品为底色，在新IP、新技术赋能下，开始将主要目标人群锁定为具有消费力的成年人，尤其是“Z世代”和年轻都市群体，满足成年人的怀旧情感、减压需求和童年情结。童趣经济外延不断拓展，正重塑消费市场格局。随着生活节奏加快和社会结构变化，越来越多年轻消费者在消费过程中高度重视品质、体验和情感价值，通过购买经典动漫、游戏周边等产品，要“为童年买单”。

在此背景下，有的产品设计强调“减压”“治愈”，有的强调未知感和隐藏款，为消费者带来惊喜，心理上形成一种奖励效应。再加上社交平台带来的信息传播效率、互动密度和算法推动，不少童趣产品被广泛传播，甚至成为一些年轻人社交互动的“硬通货”。

当代社会情感需求日益旺盛，消费不断升级，时尚店里挂着皮卡丘、史努比联名T恤，美妆品牌和迪士尼合作推出公主

牵引力下，各地依托文旅消费拉动内需并重塑区域产业格局：贵州台江“村BA”入选全国首批“一县一品”特色文化艺术典型案例，环青海湖国际公路自行车赛以开幕式舞台带动非遗文创热销，海南儋州缤纷夏日亲子沙滩匹克球暨全民健身推广活动人气爆棚，内蒙古锡林郭勒盟那达慕大会在草原游客三项赛中掀起高潮……以文化为魂，研学旅游正激活“吃住行游购娱”的全产业链条消费。新时代的研究游，告别了仅以景点游玩为“第二课堂”的模式，进入涵盖非遗工坊实习、田园农事体验、山水实景演出、低空观光游览、科创企业参观、民族歌舞唱跳、中华传统体育项目竞技等丰富活动的全景体验时代。

友谊赛与体育交流在中外青少年之间架起文化“桥梁”。以球为媒、以赛会友，各级各类民间体育活动正越来越广泛地成为各国中小学生增进友谊的纽带。如8月即将在成都开幕的第12届世界运动会，前期预热活动“世运空间”“世运课堂”“世运大篷车巡游”，已吸引到中小学生及亲子家庭热情参与，预计今夏将有中外大批青少年游客来蓉。文旅体融合发展，兼具建设文化强国、旅游强国、体育强国的意义，各国的“下一代们”在观看运动赛事、参与“体育+”研学游的旅程中，共同接受文化沁润、激荡情感共鸣。相信小东道主们将在共襄盛举中，收获体育的张力、文化的魅力、旅游的活力，也学会弘扬中华体育精神、讲好中国文化故事，展示生机勃勃的中国形象。

(据《光明日报》)

童趣消费成为新蓝海

系列眼影盘，家居卖场摆上卡通造型的餐具……从生活用品到潮流单品，童趣消费市场日益火爆，催生了更多新业态和新消费场景，提高了用户黏性和消费频次，体现了经济发展的活力和多元化。

不过，童趣消费市场也存在同质化、质量不过关、安全隐患、低级趣味等现实问题。相关部门应持续有力监管，定期开展专项整治行动，对扰乱市场价格、不符合安全标准的产品销售商家和企业及时进行处罚。还要加强对消费者尤其是未成年消费者的理性引导，避免盲目消费。针对日益广泛的童趣市场产品和消费人群，要持续更新和完善玩偶、盲盒、挂件等各类童趣产品相关标准，大力鼓励原创IP开发并提供有效保护，激发市场活力。

相关企业和商家应即时洞察各类消费者的需求变化，抓住消费这一风口，在产品设计、营销推广中注入怀旧等元素，激发成年消费者的购买欲望。持续深化产品创新，加强原创IP培育，提升产品质量和设计水平，和消费者建立情感链接，用最真诚的方式守护大小朋友的童心，实现品牌与消费者之间的双向奔赴。

(据《经济日报》)

7月28日下午，我市首届公共卫生科普技能竞赛精彩开赛，来自10县(市、区)的10支参赛队共30名选手齐聚一堂，展开了一场知识与技能的较量。这场聚焦公共卫生科普的实践活动，让人们清晰地看到：健康科普不仅是知识的传递，更是筑牢全民健康防线的基石。

健康科普是连接专业知识与大众认知的桥梁，其重要性愈发凸显。一方面，各类慢性疾病如高血压、糖尿病等发病率逐年攀升，与人们不良生活习惯相关；另一方面，虚假健康信息泛滥，民众无所适从。健康科普通过系统、科学地科普，纠正民众的认知误区，引导大家养成健康的生活习惯，如合理饮食、适量运动、戒烟限酒等，从源头上降低疾病的发病率。在面对突发公共卫生事件时，及时准确地科普可以稳定民心，指导民众科学应对，避免恐慌情绪的蔓延。

要让健康科普真正扎根生活，关键在于内容能否精准匹配受众需求。构建分层分类的科普内容体系，是让健康知识真正“落地生根”的核心路径。分层，即根据年龄、职业、健康状况等维度划分受众群体，定制科普内容。例如，针对儿童群体，可通过动画、绘本普及洗手习惯、视力保护等知识；针对上班族、聚焦颈椎养护、压力管理等职场健康话题；针对慢性病患者，提供用药指导、饮食搭配等个性化建议。分类，即按照健康主题建立科普内容库，实现知识的系统化与专业化。可围绕传染病防控、营养膳食、运动健身等核心领域，组织专家团队编写权威指南。同时，结合季节特点、疾病流行趋势动态更新内容，如流感高发季加强预防知识推送，夏季重点科普溺水急救、中暑预防等内容，让科普始终紧跟健康需求的变化。在此基础上，还需建立内容审核机制，由专业机构把关，杜绝伪科学信息混入；建立反馈机制，积极收集受众意见，不断优化内容形式与传播方式，让科普内容既能“说到点上”又能“讲到心里”，真正走进生活，成为大众的行动指南。

要以科学的健康知识为依托，以精准的科普内容为手段，为全民健康保驾护航。

“银龄”重登讲台 教育薪火相传

薄鸿



退休优秀教师重登讲台。(图片来源于网络)

我市2025—2026学年“银龄讲学”教师招募工作日前启动，面向全市公开招募岗位81个，以进一步加强农村、偏远地区及薄弱学校教师队伍建设。申请“银龄讲学”计划的退休教师，以校长、教研员、特级教师、骨干教师为主。

退休优秀教师是教育领域的宝贵财富。在教育高质量发展的背景下，鼓励身体健康、经验丰富的退休教师重新走上讲台，可以缓解师资压力，为教育事业注入活力。

退休优秀教师重登讲台，有着不可替代的优势。在数十年的教学生涯中，他们积累了丰富的教学经验、班级管理智慧和育人技巧。对教材的把握、学情的洞察、重难点的突破都有独到见解，能精准找到教学的“金钥匙”。在一些偏远地区或师资薄弱学校，退休优秀教师的加入，可以快速填补学科空白，让孩子们享受到更优质的教育资源。同时，他们也可以担任教师“导师”，指导青年教师成长，传承优良教风和教学方法。

让退休优秀教师顺利重返讲台，仍需破解一些现实难题。要让退休优秀教师愿意来、留得住、教得好，要推出更具吸引力的返聘机制，明确合理的薪酬标准、社会保障衔接办法等，为返聘教师提供必要的教学支持和健康关怀，解除他们的后顾之忧。比如建立弹性工作制度，根据退休教师的身体状况和意愿安排教学任务，避免过度劳累等。要建立退休优秀教师人才库，精准对接学校需求，实现资源高效匹配。鼓励学校设立“银龄教师工作室”“名师讲堂”等，为退休教师发挥特长创造条件。要建立教师“传帮带”机制，让退休优秀教师快速融入新的教学环境，并带动其他教师创新教育方法，提高教学水平。

传承教育精神，盘活教育资源，当满头银发与青春笑脸在课堂相遇，碰撞出的不仅是知识的火花，更有跨越代际的教育温情。

观点摘编

本报时评