

“双十一”购物车，透出国潮消费新趋势

“双十一”购物节是观察消费新动向的一扇重要窗口。从美妆护肤到服饰家居，从非遗文创到潮玩手办……今年“双十一”，国潮消费在电商平台脱颖而出，展现出火热的新图景，也引领着消费新趋势。



北京一家泡泡玛特门店里陈列的哪吒系列手办。

新华社记者 阳 娜 摄

■ “双十一”透出“国潮热”

天猫平台上，美妆销售领榜单中国货品牌珀莱雅排名第一，服装品牌前10名里国货品牌占据9席，波司登、雪中飞、鸭嘴、骆驼等国货品牌销售亮眼，京东平台，创国风新中式品牌三吉黑花成交额同比增长超10倍，汉服品牌池夏成交额同比增长3倍……今年“双十一”期间国货国潮受到消费者青睐。

“很有档次”“做工面料不错”“国货之光”……消费者在评论区的高频词，展现出国产品牌已成为不少消费者的“品质首选”。

北京的余女士近日在抖音上购买了一款非遗铸造铁锅。“看到关于永康非遗铸造技艺介绍的视频后，我就在直播间下单了。”她说，“这种铁锅现在很流行，没有涂层，炒菜不粘锅，还是得相信咱老祖宗的智慧。”

“双十一”期间，融合非遗技艺的铸造铁锅在抖音电商平台成交额同比增长127.9%；天猫平台上，老铺黄金“双十一”成交额达29亿元，镀金蝴蝶链、金钢杵戒指等成为爆款；美团数据显示，非遗类团购订单增长超95%，传统文化体验类产品热销……

既具文化底蕴、又契合当代生活方式的国潮产品正成为市场新宠。

“今年‘双十一’，融合传统铜雕技艺与创新表达的产品备受青睐。公司新推出的‘悟空如意金箍笔’等国潮款产品，还有结合明年马年推出的‘马到成功’系列广受欢迎，公司产品全渠道销售额实现大幅增长。”朱炳仁·铜副总经理廖润丹说。

“消费者对工艺、材质与文化寓意的关注度大幅提升，国潮已成为高品质生活的重要组成部分。”浙江大学

■ “文化自信+产业创新”催化国潮新风

从线上到线下，国潮消费都热闹非凡。

记者走访北京多家潮玩手办门店发现，哪吒手办、中国积木等商品陈列在醒目位置，备受消费者关注。在北京西四环一家泡泡玛特门店，正在挑选哪吒手办的“80后”潮玩收藏爱好者崔鑫告诉记者：“这几年随着一些优质IP的崛起，国潮手办越来越火，不仅制作工艺越来越精细，深厚的文化内涵也让我更加着迷。”

国潮消费的底层逻辑，是文化认同和文化自信。

潮玩品牌TOP TOY市场营销负责人孔筱认为，国潮是根植于国家文化与自信的文创潮流。它融合了传统文化精髓与现代潮流设计，是文化自信的生动体现。

随着国潮消费场景逐渐丰富，打卡文博场馆、探访古城古镇、体验汉服妆造、入住国风酒店等新中式消费方式，也成为越来越多年轻人的日常选择。

喜茶首家“岭南风”主题店广州永庆坊店让茶楼颠覆老式印象，成为年轻人的新时尚。广州大学生周晓雨说：“既有广式茶楼的传统特色，也有年轻人喜爱的茶饮品类，国潮热不仅仅停留在口中，也已成为我们这一代年轻人的生活方式之一。”

美国精奢商业观察网站的报道分析，“自信”作为中国消费者新身份认同的核心驱动力，正全面绽放光彩。“自信”是一种内化的文化自我认同，它正从根本上重塑消费模式。

国潮消费的驱动力量，也来自产业创新与跨界融合。

国潮不再只是中国元素的简单再现，而成为现代设计、工业制造与文化精神共生的表达方式。廖润丹认为，文化产业数字化战略为传统文化创新提供了方向指引。经过市场培育，消费者对国潮产品的认知更趋成熟，更愿意为“工艺+文化+实用”的三重价值付费。

在商务部研究院副研究员洪勇看来，老字号大品牌焕发新生，新中式品牌崭露头角，文创、非遗、艺术设计、智能制造相互交融，形成了“文化赋能产品、产品传播文化”的双向循环。如今的国潮，既体现了制造业的转型升级，也展现了文化产业的深度觉醒。

■ 推动国潮更好成为“全球风尚”

国潮消费的持续升温，离不开新型文化业态的支撑与赋能。党的二十届四中全会提出“加快发展文化产业，提升中华文明传播力影响力”。

在政策引导与市场驱动下，“文化+科技”“文化+生态”等融合发展模式，正推动国潮产业从规模扩张向质量提升跨越。

今年前三季度，我国出口节日用品、玩偶、动物造型玩具超过500亿元，销往全球200多个国家和地区，大量潮玩品牌深度挖掘中国传统文化，以独具特色的原创设计积极开拓市场；《黑神话：悟空》《哪吒2》等国产游戏、影视作品风靡全球，《星甲魂将传》等原创动漫上线海外平台后人气颇高……

“近年来，我们围绕国潮出海，让铜文化成为跨文化交流的重要载体。”廖润丹表示，国潮出海不仅是产品输出，更是文化理念的传播与认同构建，让传统文化成为流动的当代语言。

在国潮消费热背后，也存在一些商品同质化、审美趋同、创新乏力的问题。

“要夯实国潮发展的根基，构建系统性的产业与政策生态。”洪勇认为，一方面，亟须完善知识产权快速维权机制，针对文创设计侵权、仿冒复制等建立高效便捷的仲裁通道，形成以原创设计为核心的知识产权保护体系；另一方面，尽快建立国潮产品行业规范与评价标准，明确文化元素提炼、品牌标识使用、设计原创性认定等规则，推动行业健康有序发展。

多位受访专家表示，应鼓励龙头企业牵头组建创新联合体，联合设计院校、文化研究机构与制造企业，开展国潮材质研究、智能工艺革新等，摆脱对传统符号的简单复制，提升产业创新含金量。

广东省玩具协会会长陈黄漫建议，要将传统文化、国潮元素融入IP设计，增强文化辨识度，并通过跨界合作，与动漫、游戏、影视等产业深度联动，从而碰撞出创新火花，创造出更多新颖独特的产品和内容，进一步提升国潮的吸引力和竞争力。

新华社记者（新华社北京11月12日电）



朱炳仁·铜开发的国潮款产品“悟空如意金箍笔”。

新华社记者 张璇 摄

加快建设制造业中试平台，明确实施路径

工业和信息化部办公厅日前发布《关于进一步加快制造业中试平台体系化布局和高水平建设的通知》，聚焦我国制造业中试平台建设，提出了具有针对性、系统性和可操作性的实施路径。

中试是把处在试制阶段的样品转化到生产过程的过渡性试验。党的二十届四中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划的建议》提出，“加快重大科技成果高效转化应用，布局建设概念验证、中试验证平台”。

在经济活动中，一项创新成果从实验室到市场，需要投入大量资金、时间去验证，这成为各方都不愿触碰的中间地带，常被称为“达尔文死海”，而中试则是跨越这一“死海”的重要工具。

在成都郫都区，有一座特别的工厂——蜂鸟智造中试基地。车间内，数条中试生产线正全速运转，来自医疗器械等多个领域的项目即将“跑”完走向产业化的最后一程。

“企业、科研机构等不用自建生产线，在这里就能完成产品定型、工艺优化和可靠性验证。比如我们和四川大学合作开发的呼吸式捕蚊机，仅用半年就把蔬菜大棚新材料变成自然空气诱蚊设备。”蜂鸟智造项目总监谢雨峰介绍，基地提供的全链条成果转化服务，已助推300多款产品成功量产上市。

近年来，我国持续推进制造业中试平台建设。目前，全国建设2400余个中试平台，遴选出首批241个工业和信息化部重点培育中试平台，重点培育中试平台共承担中试服务项目2.5万项，为培育新质生产力提供坚实支撑。

但记者在采访中也发现，当前部分中试平台仍存在功能定位不清晰、服务水平低、发挥作用弱等问题，难以有效满足我国制造业创新从跟跑向并跑、领跑跨越式转变的现实需求。

中国工程院院士付梦印表示，此次通知是在全面调研我国现有制造业中试平台建设现状、系统梳理瓶颈问题的基础上制定的，对于全面提升中试服务能力、加快重大科技成果高效转化应用等具有重要意义。

纵览通知及其附件《制造业中试平

台重点方向建设要点(2025版)》，中试平台“建什么、谁来建、怎么建”的发展逻辑愈发清晰。

——建什么？建设指引界定了中试平台的功能定位，明确“制造业中试平台是为处在试制阶段的样品转化到生产过程提供中试服务的载体”，并指出中试平台主要功能。

建设要点进一步提出，围绕原材料工业、装备制造、消费品工业、信息技术、新兴和未来产业、共性需求等6个关键领域和37个行业重点方向布局，建设产业发展急需的中试平台。

工业和信息化部电子第五研究所所长杨建军认为，这有效破解了部分地方和产学研用等主体缺乏精准认知的难题，确保中试平台精细化管理和资源精准化配置。

——谁来建？建设指引提出，中试平台可由政府、高校院所、企业等主体投资建设，因地制宜、分类施策推进中试平台建设，加大高质量中试供给。“‘一类一策’推进中试平台建设，充分发挥各类主体优势，有效避免了建设主体单一、协同不足等问题。”杨建军说。

——怎么建？建设指引从规划平台建设方案、完善试验基础条件、构建技术支撑体系、打造专业服务能力、构建科学管理机制等方面，阐述了中试平台建设的主要内容。杨建军认为，这能有效避免中试平台能效不足、服务水平不高、发挥作用不强等问题。

中试平台发展离不开资金、技术、人才等多维要素协同保障。

——建设指引从投入、运行、支持三方面系统构建保障机制。“付梦印说，比如针对中试平台普遍面临建设投入大、资金短缺等问题，建设指引要求加大财政资金支持力度，对符合条件的中试平台予以支持，引导金融资本和社会资本赋能中试平台发展，建立多元稳定的投入机制。

此外，针对当前中试平台重复建设、同质化竞争的问

题，通知也有部署，要求遵循产业发展规律，坚持从实际出发，立足资源禀赋、产业基础和科研条件，推进中试平

台布局建设，实现功能互补、资源共享、业务互促，防止一哄而上、盲目推进。

新华社记者

（新华社北京11月12日电）

你经常吃燕麦、荞麦、藜麦吗？又是否了解哪些食物是全谷物食品？

所谓全谷物食品，是以全谷物为主要原料制成、全谷物含量达到一定比例的食品。2024年底，七部门印发《国家全谷物行动计划(2024—2035年)》，旨在增加全谷物供给与消费，助力节粮减损，促进营养均衡，提升粮食安全保障和人民健康水平。

如何让更多全谷物食品走上餐桌？近期以来，“新华社视点”记者进行了调查。

消费端

全谷物消费有较大提升空间

“全谷物是天然的‘营养素包’，‘全谷物中的B族维生素、矿物元素等微量营养成分比精制谷物多40%至90%，富含膳食纤维’……王女士最近了解到这些知识后，想将家中主食换成全谷物，但事情比预想的要麻烦一些，‘煮的时间很长，不如平时煮米饭、面条来得快。糙米煮粥大概要一两个小时，或提前浸泡半小时以上，而普通大米只需要半小时。’王女士说。

国家粮食和物资储备局科学研究院首席科学家谭斌介绍，精制谷物比全谷物口感更好、更易保存。长期以来，我国居民已形成“精米白面”的精制谷物消费习惯，短时间难以改变。

“糙米、胚芽米营养价值高，但销量不太好，因为口感不佳、饱腹感强，如果不提前浸泡很难煮熟，很多消费者倾向于把它当成减肥产品。”一家大型连锁超市的售货员说，“如果消费者注重口感，我就会推荐好烹饪、更柔软的燕麦。”

增加全谷物供给与消费，既能促进营养均衡，也可助力节粮减损。然而，数据显示，当前我国全谷物消费占谷物消费的比例不足1%，有较大提升空间。

《中国消费者全谷物认知状况报告(2021)》显示，消费者对全谷物的认知水平整体不高，仅有24.6%的消费者能准确识别全谷物，95%的消费者对全谷物的营养价值认识不全面，仅有不足15%的消费者知道每天该吃多少全谷物。

一些消费者说：“对全谷物产品的认知不多，常见的只知道糙米和全麦面包。”记者注意到，不少售卖全谷物产品的商超、电商平台也没有明显的宣传提示。

供给端

创新推出更多高品质全谷物食品

在电商平台，以免泡快煮扁粮、煮粥杂粮、即食麦片、全麦产品等为主的全谷物产品琳琅满目，销量靠前的几家全谷物产品月销超过1万单。记者在多地数家大型连锁超市也看到，全谷物产品种类相对丰富。

国内一家烘焙企业相关负责人介绍，近年来，以全麦、燕麦、黑麦面包等为代表的全谷物产品在烘焙领域逐渐流行，消费整体呈增长势头，但相对而言，局面还未打开。

贵州一家大型连锁超市相关负责人介绍，以该超市在全省近50个经营门店数据来看，2024年全年销售全谷物类产品约38000公斤，仅占全粮食品类的0.12%。

为进一步推动全谷物食品供给和消费实现动态平衡，形成供需适配的全谷物产业发展格局，多地企业通过推动全谷物关键共性技术创新，创制更符合大众消费特点和习惯的全谷物食品。

由山东省农业科学院粮食储藏与减损团队主导研发的高品质全麦粉及全麦面制品制备技术，现已推广应用。烟台、青岛等地企业利用这一技术，实现了速冻全麦面饼、全麦挂面、全麦粉、全麦吐司等系列产品的规模化生产，市场反响良好。

山东省农业科学院粮食储藏与减损团队负责人龚魁杰说，主打健康理念的全谷物、全麦等产品更多进入市场，是发展适度加工的生动案例。

“以小麦为例，借助技术手段使其副产物得到食物化利用，可达到和普通小麦粉的品质、口感、细腻度一致的水平，且膳食纤维、微量元素含量高，有益于人体健康。”龚魁杰说，新技术有很大应用空间，有望让小麦食物化利用率提升到90%左右。

优供给利消费，实现健康与节粮双赢

因地制宜发展全谷物产业，有利于促进居民营养健康消费，在更高层次、更高水平上保障国家粮食安全。

“《国家全谷物行动计划(2024—2035年)》的核心目标是加快我国全谷物食品产业的发展，力争用10余年时间，大力提升我国居民的全谷物消费占比。”谭斌说。

中国农业大学全球食物经济与政策研究院专家王晶晶建议，加大对全谷物在生产、储藏、运输、加工、消费全链条中的环境效应、营养健康效应及粮食安全效应的分析；加快全谷物术语、分类、标示及检验检测等国家标准、行业标准制修订；加强全谷物原料、全谷物主食品及全谷物方便食品等标准的制修订。

业内人士建议，可在稻谷、小麦等原料富集区布局产业园区，整合“种植—加工—物流”资源，建设标准化原配料供应基地。吸引龙头企业入驻，培育链主企业带动中小企业协同发展。

如在山东德州、滨州、泰安等粮食加工大市，一些重点龙头企业通过提升改造生产设备和技术工艺，延长研磨取粉道数，大幅提升小麦出粉率，并推出“粗磨”“全麦”系列产品，让营养健康与节粮减损实现双赢。

“推动全谷物产业发展是系统工程。”谭斌建议，在生产更多符合消费者需求的全谷物新产品的同时，可通过开展全谷物宣传引导行动，加强多渠道、多主体、多场景的全谷物科普活动，加快形成并发布全谷物营养健康科学共识，倡导全谷物膳食健康消费。

新华社“新华视点”记者（据新华社北京11月12日电）

