

## 「互查」让隐患无处藏身

本报讯（李怀涛 通讯 员 陈俊）近日，在石油工程建设公司中原建工公司承建的大牛地气田天然气之硫阻销项目工地上，日头正烈，低温储罐高大的钢结构塔梯旁，电工王卫刚刚爬上几阶，猛地停住了脚。他死盯着塔梯前面——搭档张建君的电眼线，正紧紧地卡在钢梯立面的锋利的边缘上！胶皮线已经被磨出了一道刺眼的白痕。

“老张！快看！一簇紫，磨白了！”王卫刚心头一紧，脱口喊了出来。张建君闻声回头，目光落在王卫刚脸上，脸色“唰”地变了。“哎呀！”两人二话不说，立刻放下手里的工具，像着灼人的铁桶高温，他们麻利地掏出备用护套，一人固定电线，一人捆绑包裹，汗水顺着安全帽檐往下淌。几秒钟后，那根尴尬“破皮”的电线被牢实地保护起来。

“现在大家互相盯着，比安全员查得还严，还严！”王卫卫围住了把汗，请王卫刚带着安心，就来项目上推行的“互查互保”。“平时时，搭档就是彼此的‘安全眼’，你工作发现隐患的，一点小毛病通通不放过。这制度推行下来，员工们自己就揪出了设备不对劲、操作不合规等问题35项，占了现场发现隐患的三成（28%）。”人都是安全员的“叛国”，真真切切地触发了起来。

过去，安全主要有安全员“单打独斗”，一个人盯全场，全靠自己的责任心。如今，靠着“互查”，每个干活的都把安全当成自己的事，主动去发现问题、去解决身边的“雷”。安全，不再挂在墙上的口号，它融进了每一道工序里，成了员工们举手投足间的习惯。

►►►[上接 P1]

# 从“防水一哥”迈向“世界一流”——访东方雨虹董事长李卫国

在实现自身发展壮大的同时，东方雨虹积极发挥龙头示范作用，助力技术标准制定与产品质量提升，推动和促进行业整体健康发展。

“东方雨虹的成就有目共睹，是行业公认的核心引擎。”基于市场需求及行业发展需要，东方雨虹持续强化核心技术攻关，通过自主研发创新形成了一批关键核心技术，填补多项行业空白，引领行业变革。

东方雨虹推出的超大型TPO防渗膜(6米幅宽、100米卷长)产品成套技术及装备，攻克了抽水蓄能电站高压水、大变形环境下的防渗难题；大虹人智能装备采用保温隔热方式将“热”的固化橡胶改性防水涂料直接输送至施工现场，实现即产即用、即开即用，DMSC 耐候改性丙烯酸防水涂料在-40℃极寒环境下仍保持柔韧性，为高寒地区建筑穿上“恒温铠甲”。这一项项突破性成果背后，离不开科技与创新的支撑。

2015年，东方雨虹获批建立行业唯一的国家重点实验室，并获2019年度国家科技奖三等奖。截至2024年底，东方雨虹拥有专利1916件，在防水、砂粉、节能、绿色等行业领域建立起技术领先优势的核心竞争力。

东方雨虹以产品质量为企业生命线，不断加长长期坚持“不生产一平米非标产品”，提升品牌建筑建材“质量护航”城河。李卫国说：“我们从不生产假冒伪劣产品，不符合标准的产品。”

为了保障质量，李卫国带头成立防水材料检测公司，每一批防水材料都精心挑选，每一平方厘米的材质，都要检测。所有的材料现场组装，如果现场哪里不合格，他也要全部刨开重新做。李卫国是这么说的，任何微小的瑕疵都逃不过他的眼睛。

除了提供过硬的产品，东方雨虹也格外注重用户服务。创业初期，东方雨虹通过人民大会堂质量维修、中国标准建设标准体系等一系列重点工程，积累了领先的品质优势和业界口碑。“我们从不服务于国家重大项目，还服务于普通百姓。”李卫国说，东方雨虹连续19年坚持做“售后服务”，担起品牌“主题公益活动”，走进了全国1200多个社区，累计为14万人免费做房屋渗漏排查或维修，赢得了客户信任和口碑。

在全球化加速推进的背景下，作为中国建材行业最早“走出去”的企业之一，东方雨虹深入推进国际战略，打开全球市场新局面。截至目前，公司业务已迅速遍及全球150多个国家与地区，海外营收超1000多亿元。

东方雨虹持续建立健全企业治理机制，保持规范经营，推动上市公司市值增长。自2008年上市至2024年，公司营收从7.2亿元跃升至280.56亿元，实现约38倍增长，年复合增长约26%。

“相较于财务报表，我们更强调企业自身的

# 东滩煤矿：打造人才成长“坐标系”

■ 王建 邱长鹏

功以成业，业由才兴。山东能源集团矿能东滩煤矿坚持“人才是第一资源”，以三维坐标思维为人才成长“建模”，打造人才成长“坐标系”，让每位职工在“横轴坐标、纵轴突破、竖轴攀升”的坐标网格中找准定位，助力职工快速成长。

**X轴赋能：浇筑技能成长根基**

技能比武、导师带徒、专利申报……走进东滩煤矿“金领”技能人才实训基地，一群职工带着图纸俯首沉思，有地在笔记本上写着画着，阵阵讨论声透着浓浓的习气氛围。

正在授课的矿能能源首席技能大师、通防工区副工长潘兴发老师，自从矿井印发《关于深化技能人才“导师带徒”活动的实施意见》，职工学业务、练技能的激情空前高涨，让那些学历不高、长期扎根一线的职工也清晰地看到了努力的方向。

“我们依托‘金领’技能人才实训基地，构建起覆盖‘选、育、管、评、激’全链条的高技能人才培养体系，让‘传帮带’传统模式焕发出新活力，为矿井高质量发展注入澎湃动力。”该矿党委副书记、纪委书记、工会主席王庆波介绍说，目前，85名徒弟已和26名导师结对成功，未来3年，导师团将培养不少于150名中级工及以上技能人才，其中高级工以上占比不低于40%，为矿井智能化转型储备“新工匠”。

技能提升需要好的平台。该矿依托职工教育培训中心，人才锻造平台“金领”技能人才实训基地，形成“一体贯通三融合”人才培养矩阵。基层单位分别设立技能培训配餐场所，推行“干中学”工匠上讲堂“班前微课课堂”等学习培训活动千余场，实现软硬件双提升。近年来，涌现出全国煤炭



●李卫国在实训基地为职工授课。

行业技术能手、青年岗位能手，山东省首批首席技师及山能工匠30余名优秀技能人才。

**Y轴突破：锤炼岗位攻坚能力**

洗选发运中心(发运)汽车发运班职工胡文刚入职时发运发运系统复杂，沉稳发令：“开始装车！”随着裁判员示意，最后一辆装车完成，定量仓配煤电子屏亮。关键时刻，选手陈杰果断指挥关键，杜燃迅速按下“配煤按钮，32吨煤平平整整地落在汽车上，尽显技能风采。以紧张的一幕，正是东滩煤矿高技能人才培养成果的生动写照。

技能提升离不开实践的检验与竞争的激励。东滩煤矿坚持把高技能人才作为支撑发展的“第一资源”，把提高职工技术水平当成



角逐。在获评矿能源第十届全员岗位技能大赛中，获得27个工种中的10个第一名，总成绩位居榜首。12人在山东能源集团比武中获奖，2人在全国煤炭行业职业技能竞赛中获奖，职工技术水平显著提升。

**Z轴攀升：打通人才发展天际线**

93名高校毕业生走上管理技术岗，9人走上大中企业管理岗位，储备“85后”正科1人、“90后”副科16人……短短几年，“85后”“90后”干部批量成长，东滩煤矿如何做到的呢？

“我们‘1357’工程锚定成长坐标，让每个年轻人都能找到上升阶梯。把一线当作练兵场，让‘蓄水池’人才活水奔涌成推动创新发展浪潮。”该矿人力资源部部长方鹏表示。

东滩煤矿创新实施“1357”高校毕业生培养工程，规划“一年立足、三年起势、五年成才、七到十年成为矿井骨干”发展路径，建立包保培养制度，配备以分管矿领导为核心的帮扶队伍，对高校毕业生进行目标化培养。

该矿始终坚持以一线作为培养高校毕业生的主阵地，明确和引导新入职高校毕业生到一线历练成长、补齐能力短板。新分高校毕业生必须在班组中锻炼见习，井下单位区队长优先有班组工作经历的管理技术人员中选拔。去年，公司营收、利润同比分别增长166%和25.4%，今年上半年业绩延续增长势头。

老铺黄金的故事，印证近年来越来越独具创意和设计的国货持续突围，一路“种草”全球。

这样的画面早已不足为奇：美国洛杉矶比弗利山庄，上百名年轻人凌晨2点排队，只为去美国潮玩 LABUBU。

“设计就是我们的核心竞争力。”出品 LABUBU 的泡泡玛特公司相关负责人介绍说，公司组建了2000多人的设计团队，一只 LABUBU 从图纸到3D建模，再到翻模胶

质质感的生产工艺等环节，处处体现着设计

►►►[续接 P1]

## 2025年12月18日：海南自贸港全岛封关

我国扩大开放重要举措 特别的的日子意义深长

海关将在海南自贸港全岛范围内对进口“零关税”货物、保税货物等按规定实施免征行政。

“二线”出岛方面，突出智能高效监管。“王令波说，在“二线口岸”设置海关监管通道和非海关监管通道，海关在海关监管通道对“零关税”货物，享受加工增值政策的货物、放货贸易管理附加费物等三类货物实行管理，其国内流通货物经非海关监管通道通行，由海南省实施行内流通监管管理，最大程度便利海南与内地贸易往来。

为进一步简化“二线”出岛申报手续，海关还大幅压缩“二线”出岛申报项目，需企业申报的报关单项目从105项压缩至42项。

加工增值货物内销免关税政策是海南自贸港核心政策之一。2021年7月，该政策首先在洋浦保税港区开展试点。王令波介绍，与试点政策相比，“封关”后加工增值货物能够助力东方雨虹更好地实现本地经营，实现订单供货一体化，从传统的贸易电商、制造出海外销跨出岛。“品牌在国内被叫响，才能真正成为全球化品牌。”他说。

与此同时，东方雨虹持续推进提质增效，强化渠道发展能力，积极实施零售优先，着力构建国际化建材营销体系。7月16日，东方雨虹全资收购利头部建材超市企业 Construmart，旨在打造海外业务起点，持续探索并扩大建材零售渠道，提升产品国际化营销能力。

“海外建材零售市场发达，以跨境电商为主市为主要销售模式，对我们来说，是一个前所未有的挑战与机遇，也进入了一个更广阔的领域。”李卫国给东方雨虹提出了更高的要求，全面对标美国头部建材用品零售者家居家宝(Home Depot)，希望用二十年的时间实现赶超。

面向未来五年、十年直至三十年，东方雨虹的战略充满雄心：防水、管业、涂料、砂粉等核心品类全球领先；雨虹建筑、建筑修缮等领域服务板块在全球范围内快速追求，我们精准把握到其中关键作用，切实履行主体责任，按照政策全力投入、任劳任怨，切实履行好企业社会责任，以实际行动助力海南自贸港建设。

“当前中的重中之重，就是抓政策落实。我们精准把握到其中关键作用，切实履行主体责任，按照政策全力投入、任劳任怨，切实履行好企业社会责任，以实际行动助力海南自贸港建设。”李卫国说。

“微米是个什么概念？就是100层才相当于一个头发丝的直径。”邱基华说，都要装备材料有质的飞跃，每下降0.1微米，都要进行一次人员的跨越。而回顾三环的历史，跨越了一次又一次。

1970年，对一群正壮年“手艺人”来说，电阻还犹如天外之物。他们花5毛钱买来两个外国产的电阻，用钳子撬开，看到里面竟是陶瓷。而电阻，最关键的的就是陶瓷了。这一脉，绵延出了一个新世界。



全国规模以上工业增加值同比增长6.4%，高技术制造业增加值增长9.5%，3D打印设备、新能源汽车、工业机器等产品产量分别增长43.1%、36.2%、35.6%……翻开上半年工业经济成绩单，跃升的数据展现中国制造的韧性与活力。

中国“小怪兽”LABUBU火爆全球，古法黄金篆刻出祥云吉祥纹样，新能源汽车色彩的韧性与生活。

“工匠精神”成为“工匠精神”的代名词，正是“文化和设计溢价”对制造业匠人重构的例证。“西南财经大学生物学院教授吴银表示，数字技术快速迭代，推动富含中国文化的设计元素更好适配工业化生产，不断提升中国制造的品牌价值。

最新数据显示，全球前5000个中国品牌中国品牌价值达1.76万亿美元，位居全球第二。依托文化和设计溢价，越来越多“中国制造”产品正从“能用”进阶为“好用且好看”，以创新驱动不断提升中国品牌竞争力，为经济高质量发展注入新动能，也向世界展现中国制造的自信。

品牌创立16年，老铺黄金首店海外店在宁波开业，在传统珠宝市场开辟出一条新路。去年，公司营收、利润同比分别增长166%和25.4%，今年上半年业绩延续增长势头。

老铺黄金的故事，印证近年来越来越独具创意和设计的国货持续突围，一路“种草”全球。

这样的画面早已不足为奇：美国洛杉矶比弗利山庄，上百名年轻人凌晨2点排队，只为去美国潮玩 LABUBU。

“设计就是我们的核心竞争力。”出品 LABUBU 的泡泡玛特公司相关负责人介绍说，公司组建了2000多人的设计团队，一只 LABUBU 从图纸到3D建模，再到翻模胶

质质感的生产工艺等环节，处处体现着设计

►►►[续接 P1]

## 市场监管总局着力整治质量领域“内卷式”竞争

近日，市场监管总局曝光了一批质量领域“内卷式”竞争违法行为典型案例，其特点是企业忽视质量、品质、技术竞争，为获取短期市场份额和利润，降低成本投入，以“低质”产品破坏市场秩序。这些典型案例“零关税”货物、保税货物等按规定实施免征行政。

“二线”出岛方面，突出智能高效监管。“王令波说，在“二线口岸”设置海关监管通道和非海关监管通道，海关在海关监管通道对“零关税”货物，享受加工增值政策的货物、放货贸易管理附加费物等三类货物实行管理，其国内流通货物经非海关监管通道通行，由海南省实施行内流通监管管理，最大程度便利海南与内地贸易往来。

为进一步简化“二线”出岛申报手续，海关还大幅压缩“二线”出岛申报项目，需企业申报的报关单项目从105项压缩至42项。

加工增值货物内销免关税政策是海南自贸港核心政策之一。2021年7月，该政策首先在洋浦保税港区开展试点。王令波介绍，与试点政策相比，“封关”后加工增值货物能够助力东方雨虹更好地实现本地经营，实现订单供货一体化，从传统的贸易电商、制造出海外销跨出岛。“品牌在国内被叫响，才能真正成为全球化品牌。”他说。

与此同时，东方雨虹持续推进提质增效，强化渠道发展能力，积极实施零售优先，着力构建国际化建材营销体系。7月16日，东方雨虹全资收购利头部建材超市企业 Construmart，旨在打造海外业务起点，持续探索并扩大建材零售渠道，提升产品国际化营销能力。

“海外建材零售市场发达，以跨境电商为主市为主要销售模式，对我们来说，是一个前所未有的挑战与机遇，也进入了一个更广阔的领域。”李卫国给东方雨虹提出了更高的要求，全面对标美国头部建材用品零售者家居家宝(Home Depot)，希望用二十年的时间实现赶超。

面向未来五年、十年直至三十年，东方雨虹的战略充满雄心：防水、管业、涂料、砂粉等核心品类全球领先；雨虹建筑、建筑修缮等领域服务板块在全球范围内快速追求，我们精准把握到其中关键作用，切实履行主体责任，按照政策全力投入、任劳任怨，切实履行好企业社会责任，以实际行动助力海南自贸港建设。

“当前中的重中之重，就是抓政策落实。我们精准把握到其中关键作用，切实履行主体责任，按照政策全力投入、任劳任怨，切实履行好企业社会责任，以实际行动助力海南自贸港建设。”李卫国说。

“微米是个什么概念？就是100层才相当于一个头发丝的直径。”邱基华说，都要装备材料有质的飞跃，每下降0.1微米，都要进行一次人员的跨越。而回顾三环的历史，跨越了一次又一次。

1970年，对一群正壮年“手艺人”来说，电阻还犹如天外之物。他们花5毛钱买来两个外国产的电阻，用钳子撬开，看到里面竟是陶瓷。而电阻，最关键的的就是陶瓷了。这一脉，绵延出了一个新世界。

“微做瓷”——做更加精细的陶瓷，做更加精细的陶瓷，这是企业始终不渝的追求。55年来，从摸索陶瓷到引进二代再到自主创新，如今，这家公司已成为中国建材行业单项冠军示范企业、中国陶瓷材料行业的领军者之一。



向“创”而行 中国制造业提质升级——中国经济年中观察

■ 新华社记者 高亢 郭倩 李雁冲

走进福建德化华茂陶瓷有限公司展厅，独具创意的“果巢系列”产品将番薯、彩釉等造型巧妙融入餐具设计，在海外市场占有率200万元订单；跨境电商单台上来，来自浙江义乌的太阳能风扇灯订单突破50万顶，不断升级的家用手机一键定制直通工厂……盛夏7月，记者深入多地调研，感受着创意设计之“美”带来的智能制造之美。

“工匠精神”成为“工匠精神”的代名词，正是“文化和设计溢价”对制造业匠人重构的例证。“西南财经大学生物学院教授吴银表示，数字技术快速迭代，推动富含中国文化的设计元素更好适配工业化生产，不断提升中国制造的品牌价值。

最新数据显示，全球前5000个中国品牌中国品牌价值达1.76万亿美元，位居全球第二。依托文化和设计溢价，越来越多“中国制造”产品正从“能用”进阶为“好用且好看”，以创新驱动不断提升中国品牌竞争力，为经济高质量发展注入新动能，也向世界展现中国制造的自信。

品牌创立16年，老铺黄金首店海外店在宁波开业，在传统珠宝市场开辟出一条新路。去年，公司营收、利润同比分别增长166%和25.4%，今年上半年业绩延续增长势头。

老铺黄金的故事，印证近年来越来越独具创意和设计的国货持续突围，一路“种草”全球。

这样的画面早已不足为奇：美国洛杉矶比弗利山庄，上百名年轻人凌晨2点排队，只为去美国潮玩 LABUBU。

“设计就是我们的核心竞争力。”出品 LABUBU 的泡泡玛特公司相关负责人介绍说，公司组建了2000多人的设计团队，一只 LABUBU 从图纸到3D建模，再到翻模胶

质质感的生产工艺等环节，处处体现着设计

►►►[续接 P1]

## 市场监管总局着力整治质量领域“内卷式”竞争

近日，市场监管总局曝光了一批质量领域“内卷式”竞争违法行为典型案例，其特点是企业忽视质量、品质、技术竞争，为获取短期市场份额和利润，降低成本投入，以“低质”产品破坏市场秩序。这些典型案例“零关税”货物、保税货物等按规定实施免征行政。

“二线”出岛方面，突出智能高效监管。“王令波说，在“二线口岸”设置海关监管通道和非海关监管通道，海关在海关监管通道对“零关税”货物，享受加工增值政策的货物、放货贸易管理附加费物等三类货物实行管理，其国内流通货物经非海关监管通道通行，由海南省实施行内流通监管管理，最大程度便利海南与内地贸易往来。

为进一步简化“二线”出岛申报手续，海关还大幅压缩“二线”出岛申报项目，需企业申报的报关单项目从105项压缩至42项。

加工增值货物内销免关税政策是海南自贸港核心政策之一。2021年7月，该政策首先在洋浦保税港区开展试点。王令波介绍，与试点政策相比，“封关”后加工增值货物能够助力东方雨虹更好地实现本地经营，实现订单供货一体化，从传统的贸易电商、制造出海外销跨出岛。“品牌在国内被叫响，才能真正成为全球化品牌。”他说。

与此同时，东方雨虹持续推进提质增效，强化渠道发展能力，积极实施零售优先，着力构建国际化建材营销体系。7月16日，东方雨虹全资收购利头部建材超市企业 Construmart，旨在打造海外业务起点，持续探索并扩大建材零售渠道，提升产品国际化营销能力。

“海外建材零售市场发达，以跨境电商为主市为主要销售模式，对我们来说，是一个前所未有的挑战与机遇，也进入了一个更广阔的领域。”李卫国给东方雨虹提出了更高的要求，全面对标美国头部建材用品零售者家居家宝(Home Depot)，希望用二十年的时间实现赶超。

面向未来五年、十年直至三十年，东方雨虹的战略充满雄心：防水、管业、涂料、砂粉等核心品类全球领先；雨虹建筑、建筑修缮等领域服务板块在全球范围内快速追求，我们精准把握到其中关键作用，切实履行主体责任，按照政策全力投入、任劳任怨，切实履行好企业社会责任，以实际行动助力海南自贸港建设。

“当前中的重中之重，就是抓政策落实。我们精准把握到其中关键作用，切实履行主体责任，按照政策全力投入、任劳任怨，切实履行好企业社会责任，以实际行动助力海南自贸港建设。”李卫国说。

“微米是个什么概念？就是100层才相当于一个头发丝的直径。”邱基华说，都要装备材料有质的飞跃，每下降0.1微米，都要进行一次人员的跨越。而回顾三环的历史，跨越了一次又一次。

1970年，对一群正壮年“手艺人”来说，电阻还犹如天外之物。他们花5毛钱买来两个外国产的电阻，用钳子撬开，看到里面竟是陶瓷。而电阻，最关键的的就是陶瓷了。这一脉，绵延出了一个新世界。



向“创”而行 中国制造业提质升级——中国经济年中观察

■ 新华社记者 高亢 郭倩 李雁冲

走进福建德化华茂陶瓷有限公司展厅，独具创意的“果巢系列”产品将番薯、彩釉等造型巧妙融入餐具设计，在海外市场占有率200万元订单；跨境电商单台上来，来自浙江义乌的太阳能风扇灯订单突破50万顶，不断升级的家用手机一键定制直通工厂……盛夏7月，记者深入多地调研，感受着创意设计之“美”带来的智能制造之美。

“工匠精神”成为“工匠精神”的代名词，正是“文化和设计溢价”对制造业匠人重构的例证。“西南财经大学生物学院教授吴银表示，数字技术快速迭代，推动富含中国文化的设计元素更好适配工业化生产，不断提升中国制造的品牌价值。

最新数据显示，全球前5000个中国品牌中国品牌价值达1.76万亿美元，位居全球第二。依托文化和设计溢价，越来越多“中国制造”产品正从“能用”进阶为“好用且好看”，以创新驱动不断提升中国品牌竞争力，为经济高质量发展注入新动能，也向世界展现中国制造的自信。

品牌创立16年，老铺黄金首店海外店在宁波开业，在传统珠宝市场开辟出一条新路。去年，公司营收、利润同比分别增长166%和25.4%，今年上半年业绩延续增长势头。

老铺黄金的故事，印证近年来越来越独具创意和设计的国货持续突围，一路“种草”全球。

这样的画面早已不足为奇：美国洛杉矶比弗利山庄，上百名年轻人凌晨2点排队，只为去美国潮玩 LABUBU。

“设计就是我们的核心竞争力。”出品 LABUBU 的泡泡玛特公司相关负责人介绍说，公司组建了2000多人的设计团队，一只 LABUBU 从图纸到3D建模，再到翻模胶

质质感的生产工艺等环节，处处体现着设计

►►►[续接 P1]

## 市场监管总局着力整治质量领域“内卷式”竞争

近日，市场监管总局曝光了一批质量领域“内卷式”竞争违法行为典型案例，其特点是企业忽视质量、品质、技术竞争，为获取短期市场份额和利润，降低成本投入，以“低质”产品破坏市场秩序。这些典型案例“零关税”货物、保税货物等按规定实施免征行政。

“二线”出岛方面，突出智能高效监管。“王令波说，在“二线口岸”设置海关监管通道和非海关监管通道，海关在海关监管通道对“零关税”货物，享受加工增值政策的货物、放货贸易管理附加费物等三类货物实行管理，其国内流通货物经非海关监管通道通行，由海南省实施行内流通监管管理，最大程度便利海南与内地贸易往来。

为进一步简化“二线”出岛申报手续，海关还大幅压缩“二线”出岛申报项目，需企业申报的报关单项目从105项压缩至42项。

加工增值货物内销免关税政策是海南自贸港核心政策之一。2021年7月，该政策首先在洋浦保税港区开展试点。王令波介绍，与试点政策相比，“封关”后加工增值货物能够助力东方雨虹更好地实现本地经营，实现订单供货一体化，从传统的贸易电商、制造出海外销跨出岛。“品牌在国内被叫响，才能真正成为全球化品牌。”他说。

与此同时，东方雨虹持续推进提质增效，强化渠道发展能力，积极实施零售优先，着力构建国际化建材营销体系。7月16日，东方雨虹全资收购利头部建材超市企业 Construmart，旨在打造海外业务起点，持续探索并扩大建材零售渠道，提升产品国际化营销能力。

“海外建材零售市场发达，以跨境电商为主市为主要销售模式，对我们来说，是一个前所未有的挑战与机遇，也进入了一个更广阔的领域。”李卫国给东方雨虹提出了更高的要求，全面对标美国头部建材用品零售者家居家宝(Home Depot)，希望用二十年的时间实现赶超。

面向未来五年、十年直至三十年，东方雨虹的战略充满雄心：防水、管业、涂料、砂粉等核心品类全球领先；雨虹建筑、建筑修缮等领域服务板块在全球范围内快速追求，我们精准把握到其中关键作用，切实履行主体责任，按照政策全力投入、任劳任怨，切实履行好企业社会责任，以实际行动助力海南自贸港建设。

“当前中的重中之重，就是抓政策落实。我们精准把握到其中关键作用，切实履行主体责任，按照政策全力投入、任劳任怨，切实履行好企业社会责任，以实际行动助力海南自贸港建设。”李卫国说。

“微米是个什么概念？就是100层才相当于一个头发丝的直径。”邱基华说，都要装备材料有质的飞跃，每下降0.1微米，都要进行一次人员的跨越。而回顾三环的历史，跨越了一次又一次。

1970年，对一群正壮年“手艺人”来说，电阻还犹如天外之物。他们花5毛钱买来两个外国产的电阻，用钳子撬开，看到里面竟是陶瓷。而电阻，最关键的的就是陶瓷了。这一脉，绵延出了一个新世界。



向“创”而行 中国制造业提质升级——中国经济年中观察

■ 新华社记者 高亢 郭倩 李雁冲

走进福建德化华茂陶瓷有限公司展厅，独具创意的“果巢系列”产品将番薯、彩釉等造型巧妙融入餐具设计，在海外市场占有率200万元订单；跨境电商单台上来，来自浙江义乌的太阳能风扇灯订单突破50万顶，不断升级的家用手机一键定制直通工厂……盛夏7月，记者深入多地调研，感受着创意设计之“美”带来的智能制造之美。

“工匠精神”成为“工匠精神”的代名词，正是“文化和设计溢价”对制造业匠人重构的例证。“西南财经大学生物学院教授吴银表示，数字技术快速迭代，推动富含中国文化的设计元素更好适配工业化生产，不断提升中国制造的品牌价值。

最新数据显示，全球前5000个中国品牌中国品牌价值达1.76万亿美元，位居全球第二。依托文化和设计溢价，越来越多“中国制造”产品正从“能用”进阶为“好用且好看”，以创新驱动不断提升中国品牌竞争力，为经济高质量发展注入新动能，也向世界展现中国制造的自信。

品牌创立16年，老铺黄金首店海外店在宁波开业，在传统珠宝市场开辟出一条新路。去年，公司营收、利润同比分别增长166%和25.4%，今年上半年业绩延续增长势头。

老铺黄金的故事，印证近年来越来越独具创意和设计的国货持续突围，一路“种草”全球。

这样的画面早已不足为奇：美国洛杉矶比弗利山庄，上百名年轻人凌晨2点排队，只为去美国潮玩 LABUBU。

“设计就是我们的核心竞争力。”出品 LABUBU 的泡泡玛特公司相关负责人介绍说，公司组建了2000多人的设计团队，一只 LABUBU 从图纸到3D建模，再到翻模胶

质质感的生产工艺等环节，处处体现着设计

►►►[续接 P1]

## 市场监管总局着力整治质量领域“内卷式”竞争

近日，市场监管总局曝光了一批质量领域“内卷式”竞争违法行为典型案例，其特点是企业忽视质量、品质、技术竞争，为获取短期市场份额和利润，降低成本投入，以“低质”产品破坏市场秩序。这些典型案例“零关税”货物、保税货物等按规定实施免征行政。

“二线”出岛方面，突出智能高效监管。“王令波说，在“二线口岸”设置海关监管通道和非海关监管通道，海关在海关监管通道对“零关税”货物，享受加工增值政策的货物、放货贸易管理附加费物等三类货物实行管理，其国内流通货物经非海关监管通道通行，由海南省实施行内流通监管管理，最大程度便利海南与内地贸易往来。

为进一步简化“二线”出岛申报手续，海关还大幅压缩“二线”出岛申报项目，需企业申报的报关单项目从105项压缩至42项。

加工增值货物内销免关税政策是海南自贸港核心政策之一。2021年7月，该政策首先在洋浦保税港区开展试点。王令波介绍，与试点政策相比，“封关”后加工增值货物能够助力东方雨虹更好地实现本地经营，实现订单供货一体化，从传统的贸易电商、制造出海外销跨出岛。“品牌在国内被叫响，才能真正成为全球化品牌。”他说。

与此同时，东方雨虹持续推进提质增效，强化渠道发展能力，积极实施零售优先，着力构建国际化建材营销体系。7月16日，东方雨虹全资收购利头部建材超市企业 Construmart，旨在打造海外业务起点，持续探索并扩大建材零售渠道，提升产品国际化营销能力。

“海外建材零售市场发达，以跨境电商为主市为主要销售模式，对我们来说，是一个前所未有的挑战与机遇，也进入了一个更广阔的领域。”李卫国给东方雨虹提出了更高的要求，全面对标美国头部建材用品零售者家居家宝(Home Depot)，希望用二十年的时间实现赶超。

面向未来五年、十年直至三十年，东方雨虹的战略充满雄心：防水、管业、涂料、砂粉等核心品类全球领先；雨虹建筑、建筑修缮等领域服务板块在全球范围内快速追求，我们精准把握到其中关键作用，切实履行主体责任，按照政策全力投入、任劳任怨，切实履行好企业社会责任，以实际行动助力海南自贸港建设。

“当前中的重中之重，就是抓政策落实。我们精准把握到其中关键作用，切实履行主体责任，按照政策全力投入、任劳任怨，切实履行好企业社会责任，以实际行动助力海南自贸港建设。”李卫国说。

“微米是个什么概念？就是100层才相当于一个头发丝的直径。”邱基华说，都要装备材料有质的飞跃，每下降0.1微米，都要进行一次人员的跨越。而回顾三环的历史，跨越了一次又一次。

1970年，对一群正壮年“手艺人”来说，电阻还犹如天外之物。他们花5毛钱买来两个外国产的电阻，用钳子撬开，看到里面竟是陶瓷。而电阻，最关键的的就是陶瓷了。这一脉，绵延出了一个新世界。



从销售突围到产业升级——荔枝“大年”里的漳州实践

■ 新华社记者 郭昕

连日来，在闽南漳浦县日嶺镇后垵村的荔枝收购点，从早到晚一片繁忙景象。今年是荔枝“大年”，全国产量创历史新高，但市场价格不断探底，果农面临“丰产不丰收”风险。

在福建省荔枝主产区漳州市，相关部门积极帮果农拓宽销售渠道——漳浦县电商“荔枝产销专班”，发动电商达人直播带货，游历食品工厂企业“大收储量”……让果农在“定心丸”。

“新一轮科技革命和产业变革加快推进，新模式新应用新设计应运而生。”关兵表示，AI辅助工业设计与制造业深度融合，将激发更多可能。

记者在调研中感到，正在加速推进的产业变革中，设计创新发展越来越重要的作用。

通过设计提升产品情感价值和内涵，实现差异化竞争。佛山家电产业在产业升级过程中，孕育出一批用特定生活方式群体的新兴企业，在更好满足用户需求中提升品牌价值。