经济日报社主管主办
《证券日报》社有限责任公司出版
证券市场信息披露媒体
官方网站：证券日报网 www.zqrb.cn
新闻热线：010-83251730 010-83251760

证券日报
SECURITIES DAILY

创造·发现·分享
中国价值新坐标

证券日报公众号 证券日报微博 证券日报视频号 证券日报抖音号 证券日报APP

2026年11月19日 星期四
第251期 总第7857期 今日44版

习近平出席亚太经合组织工商领导人峰会开幕式并发表主旨演讲

新华社深圳11月18日电（记者肖文峰、韩洁）11月18日上午，国家主席习近平在深圳前海国际会议中心出席2026年亚太经合组织工商领导人峰会开幕式，并发表题为《坚定信心，勇毅前行 共创亚太光明未来》的主旨演讲。

习近平指出，当前，国际形势变乱交织，世界经济增长动能不足，单边主义、保护主义甚嚣尘上。与此同时，全球贸易在逆势中保持增长，新兴技术加速突破，深刻影响世界发展格局。开放还是封闭，合作还是分化，变革还是守旧，是必须回答的时代课题。亚太经合组织伴随经济全球化浪潮而生，推动亚太地区引领时代风气之先。今年，中国第三次担任亚太经合组织东道主，愿同各方一道，坚定信心、勇毅前行，携手建设亚太共同体，促进亚太共同繁荣。

习近平就此提出4点建议：

一要维护和平稳定大局。越是外部形势复杂，越要坚定维护战后国际秩序，推进平等有序的世界多极化、普惠包容的经济全球化；越要坚持通过对话协商解决分歧，通过团结协作应对挑战，为亚太地区长治久安筑牢根基。

二要搭建开放合作桥梁。坚定维护以世界贸易组织为核心、以规则为基础的多边贸易体制，支持自由开放的贸易和投资，维护全球产业链供应链稳定畅通。稳步推进亚太自由贸易区进程，搭建全方位互联互通网络，为亚太经济一体化建设铺路架桥。

三要激发创新增长动力。积极构建科技创新伙伴关系，深化数字经济、人工智能合作，促进绿色低碳转型，不断将创新优势转化为增长动能，为亚太经济增长提供强劲动力。

四要拓展互利共赢路径。既消除贸易和投资壁垒，建设开放型亚太经济，又推动普惠均衡发展，兼顾效率和公平。坚持以人民为中心的发展理念，让发展成果惠及各经济体和不同的阶层及人群。亚太地区汇集了世界上最重要的湾区，中方支持成立世界湾区经济合作联盟，深化各湾区交流互动，探索亚太经济合作新路径。

习近平指出，中国经济保持向新向优向好发展态势，展现出强大韧性和活力。前三季度，中国经济增速达到4.6%，新质生产力加速发展，新发展格局加快构建，绿色低碳转型蹄疾步稳。中国“十五五”规划既是自身的发展蓝图，也为亚太乃至全球经济增长提供机遇清单，是中国面向全球工商界发出的合作邀约。

——中国将为全球工商界提供超大规模的开放市场。中国是全球第二大消费市场，拥有全球规模最大的中等收入群体，投资和消费潜力巨大。中国正在加快建设开放大市场，扩大优质产品和服务进口，将不断催生多样化新需求。中国将继续举办“出口中国”等系列活动，搭建各国优质商品进入中国市场的高效通道。

——中国将为全球工商界提供前景广阔的发展空间。创新驱动、绿色转型是中国经济的关键词。中国超大规模创新试验场让前沿技术在真实场景中接受检验、迭代打磨，不断转化为高质量发展活力。中国将加快构建现代化产业体系，推动科技创新和产业创新深度融合，支持传统产业转型升级、新兴产业发展壮大、未来产业前瞻布局，为全球企业技术创新和发展壮大提供强劲动能。

——中国将为全球工商界提供互促共进的合作环境。面对单边主义、保护主义冲击，中国始终践行真正的多边主义，为世界经济增长和国际经贸合作注入稳定性和确定性。无论国际风云如何变幻，中国同世界各国合作共赢的决心都不会改变，将为全球企业来华投资兴业提供更稳定、更可预期的优质环境。

习近平强调，亚太是我们共同发展的天地，也是并肩合作的舞台。亚太工商界是全球经济的弄潮儿。欢迎大家继续积极参与中国改革开放和现代化建设，共享中国式现代化机遇。让我们携起手来，以开放纾发展之困，以创新聚增长之势，以合作谋共享之福，建设亚太共同体，共创亚太光明未来！

智利总统卡斯特、马来西亚总理安瓦尔等出席。

蔡奇、王毅、何立峰、黄坤明、王小洪等参加。

扩大内需新动力

从“卖产品”到“卖文化” 纺织服装消费焕新

本报记者 孟 珂 张芗逸

近期，商务部等7部门联合印发《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》（以下简称《意见》），明确提出“推动纺织服装消费与中华传统文化融合，保护传承纺织类非物质文化遗产”“发展设计师品牌、民族特色区域品牌，培育世界一流品牌”“提升中国时尚国际影响力”。

政策背后，万亿元级纺织服装市场正呈现诸多新亮点：老字号瑞蚨祥中式嫁衣走进年轻人的婚礼；新锐品牌谁裁初的一件“杏林春燕”马甲走红网络；苏州丝绸企业太湖雪把博物馆里的百年纹样变成日常穿搭。从百年老字号到新锐设计师品牌，一场从“卖产品”到“卖文化”的纺织服装消费焕新正在发生。

当一件衣服承载起文化认同，一个问题随之而来：从“中国制造”到“中国品牌”，这条路究竟该怎么走？



图①缂丝织机 图②新中式国风成衣 图③汉服马面裙 图④中式刺绣马甲 图①②④孟珂/摄 图③素材来源新华社

观潮：中国品牌何以起势

国家统计局数据显示，2025年，限额以上服装鞋帽针纺织品零售额15215亿元，同比增长3.2%；2026年前三季度，限额以上服装鞋帽针纺织品零售额累计10824亿元，同比增长4.6%。

南开大学金融学教授田利辉对《证券日报》记者表示，《意见》落地释放出清晰的产业信号，中国纺织服装产业潜力巨大，政策引导行业告别过往低技术、低门槛、低毛利的粗放制造加工模式，向着高附加值、高品牌溢价转型升级。

市场扩大的同时，需求结构也在发生变化。“纺织服饰消费需求早已不只是遮体保暖。”苏州太湖雪丝绸股份有限公司董事、副总经理、董事会秘书代艳对《证券日报》记者表示，从过去常见的的确良化纤布料，到如今受到消费者青睐的亲肤舒适型真丝、天丝麻面料，大众消费经历了从基础功能性、舒适体验到精神情绪价值的变化。

事实上，当前服装消费需求愈发多元化，增长机会并非来自单一方向。对企业而言，既要回应基础消费需求，也要识别不断细分的消费偏好，围绕特定客群形成清晰的产品定位。

国潮消费的升温，为行业打开新的空间。中国商业联合会副会长、要客研究院院长周婷认为，非遗技艺、传统工艺、文化叙事构成了中国品牌区别于欧美品牌的独特价值壁垒，是别人无法复制的护城河。但文化价值要真正转化为消费吸引力，还需找到与当代生活的连接点。

这一连接点正在形成。“比如传统盘扣原本用于固定衣襟，如今被制作成胸针、发簪、压襟等配饰，消费者可以搭配在毛衣和外套上，非遗技艺由此进入日常穿搭，获得了新的消费场景。”北京瑞蚨祥绸布店有限责任公司副总经理张冰晶表示，中式服装的穿着场景正从婚庆、演出和旅游拍照，向职场、亲子、日常社交延伸，年轻消费者逐渐增多，“消费者希望买到的是一件能穿出去、表达审美、值得长久珍藏的衣服。”

在周婷看来，相关政策的出台为中国服装品牌高端化指明了方向，一定程度上解决了高端化“无抓手”的问题：一是解决“往哪走”的方向问题，中华传统文化与非遗提供了差异化的高端化路径；二是解决“靠什么支撑”的手段问题，非遗技艺、传统工艺、文化叙事构成独特价值壁垒；三是解决“谁买单”的市场问题，消费者愿意为有文化内涵、有技艺沉淀的中国品牌支付溢价。

问道：爆款何以长红

当消费者因一件爆款产品而来，品牌能否让他们留下？这不仅是某家企业的经营之问，更是国潮消费能否从短期热潮，沉淀为长期趋势的产业之问。

今年5月份，国产小众品牌谁裁初设计的一件带有中式元素的“杏林春燕”马甲迅速走红。谁裁初品牌负责人对《证券日报》记者回忆，流量很快传导至销售端，公司5月份、6月份订单量实现翻倍增长。

产品意外走红，既带来曝光也带来拷问：爆款之后，品牌凭什么留住客户？谁裁初的答案，藏在“杏林春燕”的设计理念中——品牌团队长期从中国传统服饰、古画和民族艺术中汲取灵感，再结合当代生活场景进行设计。“传统文化提供创意源泉，现代审美与穿着需求决定产品如何呈现。我们希望打破中式服饰只能用于节庆、仪式和拍照的固有印象，让消费者在日常生活中也能自然地穿着中式服装。”该品牌负责人表示。

让传统美学与现代生活相融，是新兴设计师品牌的目标，也是传统纺织企业转型升级的方向。在丝绸行业，太湖雪选择从历史纹样中寻找创新灵感。代艳介绍，太湖雪从苏州丝绸博物馆获取20余组百年纹样数据档案，涵盖清代缂丝、民国花罗等传统工艺图案，并与国内十余家文博机构开展合作，尝试将历史纹样融入现代产品设计；同时将震泽蚕桑、长丝绵、非遗拉绵、宋锦苏绣等本土技艺融入品牌建设，围绕“体面的中国礼”形成品牌定位。

（下转A2版）

科技热词折射中国经济新动能

■ 谢若琳

11月17日至18日，2026年亚太经合组织工商领导人峰会在深圳举行。科技企业是该活动的重要参与者，与会企业家围绕人工智能、算力、机器人、脑机接口等科技热词展开深入交流，既聚焦技术创新与突破，也关注成果转化和产业落地，探索如何推动新技术加快走进工厂、走向市场。

这些科技热词折射出中国经济新动能。国家统计局数据显示，2026年前三季度，规模以上高技术制造业增加值同比增长14.3%，工业机器人产量同比增长29.1%。从新技术到新产品，创新正在成为实实在在的增长力量。

新动能的底气从何而来？

其一，产业链、供应链高效协同。一台机器人从实验室走向实际应用，既需要算法支撑，也离不开传感器、电机、精密加工等配套环节。我国制造业门类齐全、配套能力较强，上下游企业能够围绕新产品共同研发、快速调整。这种协同能力，有助于缩短从技术突破到产品量产的距离，让更多创新成果快速落地生根。

其二，超大规模市场提供广阔应用空间。中国是全球第二大消费市场，拥有丰富的产业应用场景。国家统计局数据显示，前10个月，我国社会消费品零售总额达到41.65万亿元。无论是人形机器人的商业化落地，还是脑机接口从实验室走向临床，都离不开一个足够大、足够多元的市场去承接。大市场的意义不只是“卖得多”，更在于应用场景丰富、用户反馈及时、首发首试空间广阔，这能够帮助企业摊薄研发成本、加快产品迭代。

其三，研发投入持续增长。国家统计局10月份发布的最新数据显示，2025年，全国共投入研究与试验发展（R&D）经费39288.2亿元，同比增长8.2%；规模以上高技术制造业研究与试验发展经费8430.7亿元，比上年增长9.9%。这种“真金白银”的持续投入，正在转化为实打实的成果：中国发明专利授权量、PCT国际专利申请量多年位居世界前列。从新能源电池到高端装备，从大模型到人形机器人，一批企业正从“以量取胜”转向“以技术定义产品”。研发投入的持续加码，是产业升级最坚实的支撑。只有企业愿意为未来投入，高质量发展才能行稳致远。

科技热词的讨论令人振奋，但新动能的成长仍需久久为功，产业竞争力最终仍要靠技术、产品、质量和标准说话。把技术做实、把产业做强、把合作做深，中国新动能才能既支撑自身高质量发展，也为全球产业升级注入持久动力。

今日视点

国务院国资委：国有经济布局调整要更加突出针对性、有效性

本报记者 杜雨萌

11月18日，国务院国资委举行进一步深化国资国企改革专题研讨班，通报新一轮国资国企改革总体进展情况，并部署后续工作重点。

今年是进一步深化国资国企改革的起步之年。《证券日报》记者从会上获悉，目前各地、各中央企业对标《关于进一步深化国资国企改革的方案（2026—2029年）》（以下简称《方案》）要求，均已完成工作台账编制。各地共提出3300余项改革任务、9800余项落实举措；各中央企业共提出1.1万余项改革任务、1.8万余项落实举措。

按照《方案》部署，新一轮改革对国有资本“三个集中”、调整产业结构、推进重组整合等方面提出了明确要求。国务院国资委党委委员、副主任李镇在会上强调，各地、各中央企业在产业领域选择、布局调整方式上要结合实际，注重因地制宜。要更加突出针对性、有效性。

加快推进产业结构升级

当前，随着新一轮科技革命和产业变革加速演进，培育壮大战略性新兴产业、前瞻布局未来产业，已成为建设现代化产业体系的重中之重。

今年以来，从中央企业到地方国资，均持续加大战略性新兴产业和未来产业布局力度。

央企层面，今年前三季度，中国石油天然气集团有限公司（以下简称“中国石油”）战略性新兴产业增加值达2106亿元，同比增长17.1%。中国诚通控股集团有限公司聚焦央企重点产业加强投资布局，基金业务前三季度投资战略性新兴产业近200亿元，同比增长105%，占总投资比重达89%。中国机械工业集团有限公司（以下简称“国机集团”）也明确表示，实施“十五五”战略性新兴产业倍增计划。

值得一提的是，为加快推进产业结构升级，记者从中国华电集团有限公司（以下简称“中国华电”）处获悉，中国华电正完善支持战略性新兴产业发展管控体系，针对不同产业特点合理优化投资收益标准，推进新能源集成融合发展，积极布局算电协同、零碳园区等新业态。

地方层面，今年前三季度，河北省国资委省属企业战略性新兴产业投资同比增长17.5%。安徽省国资委实施新兴产业和未来产业培育行动，重点发展新材料、新能源、智能网联新能源汽车等新兴产业，前瞻布局量子科技、聚变能源等未来产业。前三季度，安徽省属企业新兴产业完成投资596.7亿元，同比增长28.5%，安徽省属实体企业新兴产业营收占比达30%以上。此外，山东省国资委还制定了省属企业开辟新赛道工作方案，指导企业在稳健经营的前提下，明确1个至2个具有成长潜力的新兴业务，努力打造“第二增长曲线”。

李镇强调，发展战略性新兴产业和未来产业，一定要结合自身资源禀赋和产业技术优势，加强调查研究和形势研判，找准切入点和发力点，确保“好钢用到刀刃上”。

专业化整合要聚焦三个问题

作为深入推进国有经济布局优化和结构调整的重要举措，专业化整合正持续推进，一批聚焦主责主业、瞄准产业链价值链升级的改革动作密集落地。

例如，今年以来中国石油稳步推进工程建设、装备制造、物装供应链等领域重组整合，成立中国石油炼油特色产品公司，完成中国石油化学公司专业化整合等改革任务。记者了解到，目前，中国石油明确将大庆建设专业化重组等5项任务和未上市业务改革方案等4项方案编制工作，作为今年第四季度集中攻坚的重中之重。

（下转A2版）

本版主编：陈 炜 责 编：余俊毅 制 作：刘 雄
本期校对：包兴安 石 柳 美 编：王 琳 崔建岐

● 国内统一连续出版物号：CN 11-0235 邮发代号：1-286 ● 地址：北京市西三环南路55号顺和国际·财富中心大楼东侧 3A区501号/502号 ● 邮编：100071 ● 定价：3元
● 编辑部：010-83251730 E-mail：zmzx@zqrb.net ● 广告部：010-83251716 ● 发行部：010-83251713 ● 监督电话：010-83251700 ● 广告经营许可证号：京宣工商广字第093号(1-1)
北京 上海 深圳 成都 同时印刷