

视点 中国新闻奖名专栏

培育汽车流通消费新场景

6月23日,商务部等8部门发布通知,公布了40个汽车流通消费改革试点城市,天津、深圳、山西运城等城市(区域)被赋予了智能网联汽车推广应用、传统经典车、汽车赛事等重点改革创新方向。针对不同的重点方向,试点城市如何展开探索尝试?对汽车消费市场带来什么积极影响?

释放传统经典车市动能

本报记者 周琳

日前,2026武清V1赛车体育嘉年华在天津市武清V1汽车世界举办。活动期间,国际汽联F4方程式中国锦标赛首次登陆天津V1国际赛车场,2026赛季全新升级的V1场地系列赛暨中国汽车场地冲刺挑战赛选拔赛也同步开赛,吸引了京津冀大批游客前来打卡。武清区商务局局长苗煦介绍,武清区将抢抓天津市国家汽车流通消费改革试点城市建设机遇,深挖汽车赛事特色资源,推动赛事与商、文、农、旅深度融合,放大“赛事+”联动效应,形成“载体引赛事、赛事聚流量、流量扩消费”的良性循环,推动赛事经济成为“新商圈”高质量发展的新引擎。

近日,商务部发布汽车流通消费改革试点城市名单,其中,天津被赋予的重点改革创新方向为汽车改装、传统经典车、汽车赛事。为做好汽车流通消费文章,去年年底,天津市商务局印发《天津市加快推进服务业扩大开放综合试点任务清单》,涉及传统经典车认定标准,以及开展经典车金融保险及巡展、赛事、文化旅游等业务相关内容,《清单》还明确支持东疆综合保税区试点传统经典车保税展示及托管业务。

为持续释放传统经典车市场动能,天津市商务局已推动有关行业协会根据《传统经典车通用要求》探索开展认定工作。一方面,创新传统经典车“保税+”业态,发挥东疆综保区联通国内外两个市场资源优势,试点开展传统经典车保税仓储及托管业务,拓展综保区内指定场地动态测试及检测业务;另一方面,探索传统经典车进境修复出口、保税改装及增值服务等业务,丰富天津传统汽车口岸“保税+”业态和功能。

据介绍,在打造汽车文化交流展示平台方面,近年来,天津市商务部门举办天津平行进口汽车博览会暨行业发展高峰论坛等高水平汽车展会及国际高端论坛,进一步扩大中国汽车产业发展(泰达)国际论坛、中国(天津)国际汽车展、天津滨海国际汽车展览会等展会和论坛的影响力;打造汽车文化创意街区,基于汽车文化创意街区,积极开展汽车改装相关比赛、活动、技能培训等,在确保安全的前提下,探索进一步放开汽车改装项目范围,完善改装车辆登记管理;鼓励发展汽车影院、汽车俱乐部、汽车酒吧等其他汽车文化业态,增强天津市汽车文化氛围。

构建全周期绿色产业链

本报记者 梁婧

近日,山西运城河曲盐池文化博览园里新车云集,20多个品牌的近百款车型集中展出,新能源汽车占比超60%,不少游客驻足看车、试驾。“以前看车得专门抽时间跑4S店,现在逛景区就能一站式比价试驾,特别方便。”运城盐湖湖区市民李婷陪老人游园,却在车展停留近两小时。

近日发布的汽车流通消费改革试点城市名单中,山西运城被赋予了汽车文化、汽车消费绿色转型等重点改革创新方向。当地打破传统4S店销售模式,依托蒲州、关帝庙、盐湖景区等本土文化IP,打造“汽车下乡进入企 文商融合大舞台”,让汽车消费借力文商旅融合焕发新活力。从去年年底至今,运城中心城区累计举办绿色车展20场,成交新能源汽车900余辆。

今年“五一”假期,盐湖景区推出后备箱集市音乐嘉年华,打造“集市+演艺+汽车文旅”沉浸式场景,联动黄河一号旅游公路吸引八方游客,汽车试驾也从封闭展厅走向户外文旅空间。山西诺维兰集团相关负责人表示,通过文商旅跨界融合,运城正推动汽车产业从单一销售服务逐步向生活体验、文旅休闲领域延伸。

绿色发展是运城汽车消费的鲜明主



6月13日,重庆国际博览中心,市民正在重庆国际汽车展览会上观展。孙凯芳摄(中经视觉)



推进智驾汽车加速落地

本报记者 杨阳腾

深圳市街头巷尾,无人驾驶出租车平稳运营、智能无人配送车有序行进、无人环卫车精细作业……随着智能网联汽车应用持续推进,各类智能网联车辆已逐步融入深圳城市通勤、物流配送、城市运维等日常场景。近日公布的汽车流通消费改革试点城市名单中,深圳被赋予包括“智能网联汽车推广应用”在内的改革创新方向。近年来,深圳持续完善智能网联汽车商业化落地生态,行业规模化发展逐渐走进现实,为全国汽车流通消费创新探索先行样本。

4月17日晚,一辆满载快消品的京东物流智能配送车从坪山区平稳驶向龙岗区,途经数个物流网点,涵盖装卸货完整闭环,全程50余公里,耗时约4小时。“产业提质增效需要更多应用场景创新与开放。夜间路权开放正是为智能网联汽车提供了一个很好的商业化出口。”深圳市坪山区发展和改革局四级调研员温远松表示,坪山正通过构建全域全时运营体系,加快打造“龙头企业引领、中小企业协同、场景驱动迭代”的智能网联汽车产业生态集群。

在前海深港现代服务业合作区,无人驾驶出租车已成为来此的“必打卡”项目,也是深圳智能网联汽车商业运营的典型代表。小马智行是其中的主要运营商,公司副总裁莫璐怡介绍,公司自2021年在前海落地研发中心以来,已在深圳先后获得宝安区和南

山区的全无人商业化运营许可。今年2月,小马智行第七代自动驾驶出租车在深圳实现单月月度盈利转正,单日最高车均订单25单,有效验证了一线城市自动驾驶商业化可行性。公司正在深圳加快推进硬件研发集成、供应链采购、商业运营等业务布局。如今,随着“全民智驾”快速推进,如何更好地保障行车运营安全?近期,国家金融监督管理总局深圳监管局联合相关部门正式印发《关于促进深圳新能源车高质量发展若干措施的通知》,要求锚定前沿领域,强化智能驾驶综合保障。中国平安财产保险股份有限公司深圳分公司副总经理周文波表示,近年来,深圳智能网联汽车快速发展,风险减量服务亟待加强。《通知》将风险减量服务前置融入承保环节,能有效激励车企加强主动安全管理,强化行业风险监测与行为引导。

“深圳智能网联汽车已进入规模化商业化落地新阶段。深圳正系统推进智能网联汽车全域全时全场景应用示范与推广,探索可持续商业模式和产业培育支撑体系。”深圳市智能网联交通协会秘书长戴慧玲表示,依托商务部试点政策,深圳还需统筹完善车路云一体化基建布局,探索打通粤港澳大湾区智能网联汽车跨城运营通道,丰富商业落地场景应用,推进智能网联汽车从示范试点转向全民普惠消费。

生长周期较传统种子种植缩短近一半——

太空种子在沙漠落地开花

本报记者 吴浩

近日,在内蒙古阿拉善盟额济纳旗东风镇古日乃嘎查的航天育种试验基地内,曾搭载实践十九号卫星的荒漠肉苁蓉“太空种子”,在地面选育试验中取得关键进展——首批试验植株成功开花。太空种子的生长周期较传统种子种植缩短了近一半,这标志着额济纳旗沙产业种质创新取得了重要的阶段性成果。

在古日乃嘎查的航天育种试验基地内,几株破土而出的肉苁蓉花序饱满,在沙漠中挺立,与周围仍在营养生长阶段的对照组植株形成了鲜明对比。“实测数据显示,这批太空种子的营养生长期仅为338天。营养生长期显著压缩,实现了生长周期缩短近一半的科学突破。”项目技术负责人、中国医学科学院药用植物研究所研究员徐荣告诉记者,太空种子的独特之处,是利用空间宇宙射线辐射、微重力以及高真空等特殊环境的综合作用,诱导植物种子内部的染色体发生畸变,从而加速生物的变异过程。肉苁蓉种子在太空空间诱变后表现出了极强的生长优势。

生长期是评估作物品种经济价值的重要指标之一。“本研究中,诱变后代生长期显著缩短,标志

着我们已初步获得了高寄主项目的优异种质资源,填补了荒漠肉苁蓉高效航天育种的技术空白,为后续品系的选育、鉴定与区域性推广奠定了基础。”徐荣说。

在额济纳旗,肉苁蓉产业是当地重点培育的特色沙产业。额济纳旗境内分布着广阔的沙漠,当地大面积种植梭梭等沙生植物进行沙漠治理,而肉苁蓉生长正需要寄生在梭梭等固沙植物根部。肉苁蓉产业既是防沙治沙、巩固生态屏障的重要支撑,也是带动农牧民增收、激活区域经济的关键载体。据了解,肉苁蓉药用价值高,售价较高,当地百姓通过种植肉苁蓉增加收入,形成了“以梭梭固沙、以苁蓉富民”的良性发展格局,实现生态效益、经济效益、社会效益的统一。

在额济纳旗旗来呼布镇铭柯特产有限公司的包装车间里,工人们正熟练地对肉苁蓉等本地道地药材进行切片、烘干和包装。对于企业而言,肉苁蓉等原料能否稳定供应,事关企业发展。“传统的肉苁蓉种植周期太长,现在听说太空种子能把时间缩短,我们都很关注。如果将来太空种子能够大面积推广,我们有信心去拓展更大的市场。”

航空公司差异化服务不能以牺牲旅客体验为代价,收费精细化的同时,规则也应更加透明化。只有把每一条规则晒在阳光下,及时化解信息不对称、执行不规范的问题,才能更好推进民航差异化服务。

吉亚桥

20英寸通常被认为是行李箱可以登机的“标准尺寸”,但近期多名旅客携带该尺寸行李箱登机时,却被部分航空公司要求补缴费用,引发关注。

目前,国内民航的运营模式可分为两类。一类是全服务航司,延续传统服务模式,经济舱普遍允许旅客免费携带一件常规20英寸行李箱。另一类则是低成本航司,主打“基础票价+附加服务”模式,机票仅售卖乘机座位,将行李、餐食、选座等拆分成有价服务,其普通经济舱随身行李尺寸仅适配小型背包,20英寸行李箱被划入超限范围。这种模式既能为轻装短途旅客提供低价机票,也能帮助航司分摊运营压力。从相关规定来看,航空公司有权自主设定随身行李标准并对超限行李收费。根据《民用航空国内运输市场价格行为规则》和《公共航空运输旅客服务管理规定》,随身行李规格、免费行李额及超限行李收费标准由航司依法自主制定并对外公布。

不过,此次携带20英寸行李箱遇到“登机尴尬”争议的核心并非收费本身,而是规则不透明和信息盲区带来的出行不便。按照规定,网络售票平台必须以显著方式公示行李规则。但不少第三方在线旅游代理平台刻意突出低价优势,将行李限制、收费条款藏匿于冗长的附属协议中,旅客购票时容易忽略,直至抵达值机柜台、登机口才被告知需要付费。此外,机场查验环节,不同航司、不同工作人员执行标准不一、松紧程度存在差异也是造成“登机尴尬”的重要原因。

解决这一问题,应建立行业统一的行李服务标识标准,细化公示规范,加强全行业督导检查,常态化整治信息隐瞒等问题。各大在线旅游平台要平衡营销宣传与服务告知,严格落实票价信息披露义务,并提醒广大旅客购票前仔细阅读服务细则,结合自身行李情况选择适配机票。

航空公司差异化服务不能以牺牲旅客体验为代价,收费精细化的同时,规则也应更加透明化。为避免争议,航空公司应在购票环节以显著方式告知旅客行李运输规定,避免使用冗长的制式条款,可在购票页面、票价标签旁,用加粗文字、图标、弹窗等醒目形式,标注不同舱位随身行李、托运行李的重量、尺寸、件数,以及超限收费标准,实现“一价一明示”。明确不同舱位的行李细分标准,便于旅客理解,并加强地勤、安检、登机口工作人员培训,统一全渠道执行尺度,杜绝协商议价等乱象。此外,旅客购票成功后,航空公司可通过短信、APP、电子行程单等多重渠道,推送行李规范、线上行李额度购买入口,引导旅客提前规划出行。针对高频出行、行李较多的旅客,设计灵活组合的行李套餐。同时,在机场醒目位置摆放行李尺寸测量框,方便旅客提前自查,减少现场纠纷。只有把每一条规则晒在阳光下,把每一项服务落到细微处,及时化解信息不对称、执行不规范的问题,才能更好推进民航差异化服务。

本版编辑 孟飞 辛自强 美编 倪梦婷 来稿邮箱 jrbgzb@163.com