

中欧班列这十年与下一程

7月28日,国家发展改革委以一场特别的专题发布会和一组亮眼数据,复盘了中欧班列这个“钢铁驼队”的十年飞驰之路——自启用统一品牌以来,中欧班列年运量从2016年的1702列飙升至2025年的20022列,累计开行突破13万列,通达欧洲26国236座城市,打造了亚欧大陆上最活跃的路路贸易通道。

比起数字,更值得被看见的是,中欧班列早已不只是一条物流线路,其以陆路流通之力,打破了传统外贸格局,重塑了国内产业布局,也盘活了亚欧跨境协作生态,让一群不靠海、不沿边的中西部城市,第一次在全球供应链的决策半径内获得了议价权。

一直以来,我国外贸发展长期依赖沿海港口,内陆地区始终处在开放的末梢上,内陆城市的地理距离与交易成本呈现同步增长,客观上导致了产业布局更倾向于落地沿海地区。但中欧班列的开行,一步步扭转了这个贸易格局,以其12天至14天直达欧洲腹地的确定性,让地理空间上的劣势不再成为产业发展的短板。

正是依托中欧班列这一通道优势,重庆、成都、西安、郑州、武汉等内陆城市快速

中欧班列早已不只是一条物流线路,其以陆路流通之力,打破传统外贸格局,重塑国内产业布局,也盘活亚欧跨境协作生态。一群不靠海、不沿边的中西部城市,第一次在全球供应链的决策半径内获得了议价权。

集聚起新能源汽车、光伏、智能装备、电子信息等优势制造产业,形成了“内陆生产、陆路出海、直达欧洲”的全新产销模式。更重要的是,中欧班列推动形成的“班列+产业”融合生态,显著提升了全球资源配置能力,一批龙头企业借助中欧班列构建起高效、低成本的全球生产配送体系,更好地融入全球产业分工并释放带动效应,迅速形成了多个万亿级先进制造业产业集群。正如专家所言,中欧班列对产业版图的改变,可能是过去十年中国经济地理领域最深刻的事件之一——区位优势被重新定义,“离海多远”不再成为决定城市经济发展的关键因素,取而代之的是“离枢纽多远”。

不仅如此,中欧班列的双向通行还打通了内外循环,实现了内陆与海外市场的深度联动。从欧洲的精密设备、特色农产

品到中亚的矿产、粮食资源等,伴随着回程班列顺畅入华,一条条铁路干线合力织就了全球最大、跨大陆的产业协作网络。尤其是在海运航线拥堵、地缘政治扰动下,稳定的陆路班列已成为全球产业链供应链的“稳定器”和“缓冲带”,重构起亚欧产业的连接逻辑。

也要看到,中欧班列运行十年来,一些结构性问题也逐步凸显,诸如通关检验规则不统一、口岸换装拥堵导致滞留时间过长、境外部分线路设施老旧影响通行效率等问题,已成为制约班列高质量发展的瓶颈。特别是中欧班列形成的通道优势尚未充分转化为产业优势,多数站点仍以简单货物集成为主,保税加工、产业配套、跨境供应链服务等布局滞后,物流与实体产业融合度不足,现有的数智化服务难以适配高端产业精细

化的贸易需求。

通道只是起点,产业才是归宿。历经十年风雨,中欧班列下一程该怎么走?“十五五”规划纲要其实已给出答案:聚焦“完善”“拓展”“提升”“深化”4个关键词,扎实推进高效运输、安全治理、多元通道、创新发展“四大体系”建设取得新的更大成效,助力共建“一带一路”高质量发展,拓展与沿线国家共赢发展新空间。对于年轻的中欧班列来说,这意味着未来真正的考场不在铁轨上,而是在铁路枢纽周边拔地而起的产业园区里,沿着提质增效、深耕实业这条核心主线,谋划出更多精彩的“班列+产业”融合文章。



7万亿元会撬动什么

年 巍

在火热的体育商圈,球迷们观看比赛,购买纪念品,聚餐畅谈;在清新的公园绿道,晨跑者与骑行者共享盎然生机……一段时间以来,发展以人民为中心的体育事业,展现在一幅幅鲜活图景中。

体育代表着青春、健康、活力,关乎人民幸福,关乎民族未来。“十四五”时期,我国跻身世界体育大国、奥运强国之列,体育事业的发展进步成为中国式现代化建设成就的一个缩影。“十五五”时期是基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发力的关键时期,也是体育强国建设全面提速、全面提质的重要阶段。

近日,国家体育总局印发《体育强国建设“十五五”规划》(以下简称《规划》)。这是首个以“体育强国”为主题的国家级专项规划,对“十五五”时期加快建设体育强国、推动体育高质量发展作出了系统部署。《规划》锚定2030年目标,设定了5项主要发展指标,其中一项就是体育产业总规模突破7万亿元。

体育是重要的社会事业,也是前景十分广阔的朝阳产业。如今,人们的体育运动需求已从单纯的锻炼身体,拓展为探索自然、社交互动、放松身心、消费娱乐等多元形式。体育产业链条长、覆盖范围广,

能有效促进商旅文体健深度融合,对于提振消费信心、推动经济高质量发展、更好满足人民美好生活需要具有重要意义。

7万亿元目标,该如何实现?今年入夏以来,世界杯、城市足球联赛等多类赛事轮番登场,各地以多元供给激发消费潜力和市场活力。以“城超”为例,2025年“苏超”验证了其经济价值:85场比赛吸引现场观众243万人次,赛事观众中95.9%产生了额外消费,1元门票就撬动了7.3元周边消费。今年5月份,由辽宁、吉林、黑龙江、内蒙古四地联合创办的“东北超”,更成为全国首个跨省区城市足球联赛。这种跨区域协同,既让东北足球文化重焕生机,也带动了沿线交通、旅游、住宿等关联产业的同步升温。

下一步,更好利用赛事点燃消费热潮,要着眼于参与群体的实际需求,制定精准策略。一方面,强化支撑。制定科学合理的赛事发展规划,建立“政府引导+市场化运营+社会资本参与”机制,明确各方权责,定期评估调整策略,以确保赛事经济的长期可持续性。另一方面,注重引流。推动“赛事+旅游”“赛事+文创”等融合发展,释放赛事的长尾效应。

(中国经济网供稿)

补上和美丽乡村建设短板

眼下,乡村振兴样板区2.5万亩,年产值突破240万元,绿色产品畅销省外,开辟了一条生态保护与经济发展双赢的特色产业之路。

各地的探索取得积极成效,与此同时,一些短板弱项,也不容忽视。一是部分地区产业同质化竞争突出,“宜业”基础还不够牢固。二是农村人居环境整治和公共服务在区域间仍不平衡,“宜居”品质还有待提升空间。三是基层干部负担仍然较重,各类检查考核挤占了服务群众的时间和精力,和美的共建共享格局有待深化。

发挥党建引领作用,推进宜居宜业和美乡村建设,要补上短板弱项,在产业增效、环境提质、治理创优上精准发力。

一方面,做强乡村特色产业,夯实“宜业”根基。强化县域统筹规划,避免同质化竞争,对特色农产品优势区给予差异化支持。健全联农带农机制,推行党组织领办合作社、龙头企业带动、农户深度参与的发展路子,通过订单收购、保底分红等方式,让小农户嵌入产业链条。发展农村电商、定制农业等新业态,打通流通堵点,让好产品卖出好价钱。

另一方面,提升人居环境,厚植“宜居”品质。统筹推进厕所革命、污水和垃圾治理,建立多元投入机制,推动基础设施管护常态化。鼓励社会资本参与乡村建设,探索市场化管护模式。培育休闲农业、乡村旅游等新业态,带动农村资源价值提升。



网站打假不能停



更多内容 扫码观看

线上办事、消费、投稿等网络服务愈加普及,各类仿冒假冒网站随之滋生,中央网信办举报中心上半年转交处置假网站759个。这些假平台打着机关、企业、期刊等幌子,骗取个人资料、各类费用。对此,相关单位要主动维护官方线上渠道,广大网民要提高警惕,网信部门加大处置力度,共同构筑安全规范的网络环境。



夯实中国电影“走出去”的底气

任 堃

高分热映国产动画电影《八仙!》片方近日正式公布海外上映档期。作为立足中华传统神话故事的原创动画电影,影片采用适配全球全年龄层观众的叙事视角,同步面向世界不同文化图层铺开发行,覆盖欧美、大洋洲、东南亚等多国多地。来自中国的“八仙”,将以全新的方式再次“过海”,带给世界又一次东方美学的体验。

这并非孤例。据网络平台数据,2026年中国电影不仅在国内市场持续火热,也在全球银幕上掀起“中国风”,多部电影先后在多个国家和地区上映并收获好评。国产原创电影的海外版图,正在持续扩张。从票房成绩到展映足迹,电影正成为及时传递中国文化、展现中国发展面貌的“光影信使”。

从行业发展来看,电影是驱动文化产业前行的核心引擎。中国电影在海外持续圈粉,以优质内容、庞大市场、产业创新实现行业领跑。根据国家电影局发布的数据,2025年,中国电影年度海外票房突破10亿元,海外上映国家和地区达到46个,年度海外票房收入超过百万美元的影片达到13部,国产电影票房前20位的影片有15部实现了海外上映。《哪

吒之魔童闹海》单片海外票房(含港澳市场)达6900万美元,创下近年来国产影片单片海外票房新高。这些数字背后,是中国电影系统性“出海”步伐的加快。从内容创作到制作技术,从发行渠道到市场运营,全产业链能力的持续提升为中国电影参与全球竞争奠定了坚实基础。影视技术的创新突围,让中国从单纯的内容供给者,进阶为全球影视行业标准制定的参与者;产业发展与政策扶持的双重红利,让中国电影完成由“文化输出”向深度参与全球产业的跨越。

从产业赋能来看,电影产业在构建新型文化业态和多元消费生态方面作用显著。电影出海带动了相关产业的协同发展,也带来新的经济增长点。从摄制器材、后期制作、放映设备,到IP衍生品、文旅、影视人才培育,完整影视产业生态蔚然成型,中国电影市场从“票房经济”走向“生态经济”。跟着电影游中国”等海外推广活动,将中国的自然风光、人文底蕴与电影创作实力一同展现给全球观众,让海外观众“走进”中国不同区域的文化与生活场景,推动电影流量转化为文旅消费增量,吸引更多海外游客跟随光影走进中国。

作为积极应对人口老龄化的重要金融力量,寿险业正加速推进供给侧结构性改革。近期,行业头部机构密集推出或升级养老年金、分红型年金等产品,围绕长期领取、稳健积累与服务融合三大主题,持续丰富和优化养老金融产品体系,推动其扩容与提质并进。

这种趋势,折射出我国寿险业经营环境的深刻调整。

一是居民需求的结构性变迁。一方面,因老龄化加速,居民养老储备与长寿风险管理意识增强,驱动居民从关注短期财富保值增值转向长期现金流规划,更关注金融产品的长期积累与领取功能以及关联医养生态服务的可获得性。另一方面,外部不确定性增加,居民风险偏好趋于保守,更注重资产的稳健保值与跨周期安全属性。这深刻重塑了寿险业的需求基本面,也对产品设计提出新的适配要求。

二是政策红利的持续释放。个人养老金制度的全面实施为商业养老年金保险开辟了新的增长空间。税收优惠政策降低了养老金融的参与门槛,而个人养老金账户的封闭运作属性与年金险的长期锁定特征天然匹配。多层次、多支柱养老保险体系的建设与完善,为保险公司参与第三支柱提供了明确的制度预期与稳定的政策环境。

三是行业转型的内生需求。在低利率环境下,保险公司需要巩固预定利率与市场利率挂钩的动态调整机制,主动降低负债成本、优化负债结构;但若仅提供低保证利率产品,又难以满足消费者需求,无助于行业发展。因此,增加浮动收益型产品供给成为行业的必然选择,以兼顾客户对收益的期待以及公司对风险的管控。分红型产品就是这一转型思路的代表性产品,既赋予保险公司负债端更大的弹性空间,也为行业穿越利率下行周期提供了可持续的经营路径。

然而,年金险与分红险的布局也对保险公司的经营能力提出了更高要求。首先是销售管理与合规能力。年金险和分红险期限较长、流动性低、收益结构复杂,对相应的服务要求也更为综合。在销售阶段,保险公司须根据消费者的个体特征进行精细化的适当性匹配。若将复杂长期保单包装成“适合所有人的养老方案”或“万能理财”,夸大分红预期、隐瞒退保损失、混淆保险与银行存款或理财产品,不仅损害消费者权益,侵蚀行业信誉,更易埋下投诉与退保纠纷隐患。在产品存续阶段,保单服务、信息更新、领取安排调整等均需提供持续的客户服务支持。一方面,要定期披露分红实现率、投资收益情况及费用扣除明细,保持信息持续透明;另一方面,还要保证消费者在整个保单生命周期内获得及时、专业的服务,伴随消费者年龄增长、家庭结构变化与相应的保险需求调整,应主动提供保单检视与调整建议,帮助消费者优化养老规划。

其次是跨周期资产管理能力。分红险等产品的浮动收益特性,实质上抬高了消费者对分红水平的预期,但其实现高度依赖市场利率和保险公司的投资表现。在经济增速放缓和资本市场波动加剧的环境下,保险公司要支撑分红水平并确保保证利益的兑现,面临不小的挑战。此外,长期限的负债需要匹配相应的长期资产,但国内金融市场上长期资产的供给相对有限,保险公司面临较大的再投资风险和利率风险;虽然另类投资有助于拉长久期,但也面临流动性和信用风险。为此,保险公司要构建跨周期的资产配置框架,提升大类资产配置和另类投资的专业能力;通过动态配置策略,合理规划到期结构与再投资节奏;建立健全信用评估、投后管理和分散化投资机制,在控制风险的前提下追求稳健的长期回报。

最后是精细化运营能力。保险在养老金融中的作用正日趋复合化,不仅要为消费者提供涵盖各类人身风险保障、持续现金流支付安排的金融方案,还在努力回应民生关切提供服务方案,这也决定了行业必须具备与功能转型相适应的管理水准。从产品端看,管理费用、佣金及运营成本在长期维度下的累积效应不可小觑,若实际费用因通胀、监管变迁或环境波动而偏离预期,将引发显著费差损。从生态端来看,要调动关联服务提供综合解决方案的落地高度依赖跨主体协同,保险公司还需强化生态圈管理能力,有效串联医养资管等上下游资源,通过机制设计与利益耦合实现服务流、资金流与信息流的顺畅运转,真正形成闭环式养老金融竞争力。

(作者系北京大学经济学院副院长、教授)