

每周经济观察

“最强地级市”为何“死磕”制造业

“保持制造业比重在40%左右。”前不久召开的苏州市党代会上，再次被强调的“40%”，让很多人有点看不懂了——明明手握新材料、电子信息、装备制造3个万亿级产业集群，规上工业总规模已近5万亿元，这个“最强地级市”为何还要“死磕”制造业？

众所周知，制造业投入大、周期长、回报慢，面对充满不确定性的外部环境，不少传统制造业还被贴上了落后产业的标签。也正因此，很多人认为，当一座城市经济规模足够大时，就不应该让总部经济、金融市场、平台经济等去挑大梁吗？

苏州的回答很实在：脱离制造的“产业升级”，很容易变成空心化的“产业平移”。事实上，坚守制造业底线，把制造业40%占比写进“十五五”发展坐标里，这个“笨做法”的背后，是一份难得的清醒与定力，也隐藏着苏州30多年来持续成长的逻辑。

从乡镇工业起步到开放型经济集聚，再到民营企业、外资企业“双轮驱动”，制造业一直是苏州持之以恒的战略选择。得益于数十年的产业演化与积淀，今天的苏州已成为全球工业体系最完备的城市之一。目前，

制造业不是转型升级道路上的“旧包袱”，新质生产力也不等于“换赛道”，“老树发新芽”同样也是新质生产力。不脱实向虚，保持制造业合理比重，铸就了新质生产力发展的坚实底盘。

当地制造业拥有34个工业大类、170个中类、514个小类，16万家工业企业集聚于此。显然，这是苏州不轻言“去制造”的直接原因之一。

更重要的是，苏州的制造业已不再是传统流水线的代名词，它们已成为数字经济时代连接技术创新与市场转化的关键接口。制造业不仅是技术创新的现场、场景应用的入口，也是产业化的试验场、高质量发展的坚实载体。换句话说，没有工厂，AI就没有场景；没有场景，大模型就只能是PPT。苏州的高明之处，正是把“AI+制造”变成新型工业化的主线，让工业大模型走进车间，让数据集连上设备，让机器人实现量产，人工智能赋能制造业在这里已实打实地落了地、生了根。

前几天，中共中央、国务院印发《关于发展新质生产力的意见》，对新时代因地制宜发展新质生产力作出系统部署。苏州的实践，为这份重磅文件作了生动注脚：制造业不是转型升级道路上的“旧包袱”，新质生产力也不等于“换赛道”，“老树发新芽”同样也是新质生产力。苏州始终保持制造业比重在40%左右，本身就是因地制宜发展新质生产力考量下的理性选择。

“让制造业变得更值钱”是苏州发展制造业的另一条重要经验。制造业比重保持在40%左右，不只是简单地扩大制造业规模，而是在制造业附加值的提升上下更大功夫，让制造业持续向价值链上游攀升。这从去年的投资数据可见一斑：2025年，苏州工业投资突破2250亿元，占固定资产投资

资比重明显提高，工业投资成为苏州拉动投资增长的第一动力。资金愿意持续流向制造业，这恰恰说明制造业投资本身还在赚钱，未来还会带来更多的市场产出与发展空间。

不脱实向虚，保持制造业合理比重，铸就了新质生产力发展的坚实底盘。这是苏州制造业的来路，未来还将走向整个制造业生态的竞争。对于苏州来说，真正的考验不只是制造业40%比重“保不保得住”，更多的是“能不能变得更强”，这将是苏州更好参与全球竞争的实力与底气。



近日印发的《关于发展新质生产力的意见》提出，加大金融创新产品供给。从将科技金融置于“五篇大文章”之首，再到此次专门部署加大金融创新产品供给，均强调了金融要服务国家创新驱动发展战略。在此前召开的2026年中国国际服务贸易交易会上，一批围绕人工智能的新型金融产品集中亮相，人工智能在科技金融中的应用正从外围环节延伸至授信、风控和合规等核心领域。

人工智能与科技金融加速融合，改变了金融业评价和服务科技创新企业的模式。传统授信重抵押、重财务报表，而不少科技企业最有价值的资产在于团队、专利和产业化前景。人工智能通过对知识产权、科研背景、产业链交易及行业趋势等多维非财务数据的深度挖掘，将分散信息转化为决策依据，推动金融评价从“看过去”转向“看未来”，促使资源精准滴灌至前沿科技领域。人工智能还推动科技金融由单项产品向全流程服务转变。在贷前寻找优质企业，在贷中结合行业景气与专利变化优化方案，在贷后动态监测订单与风险，有利于银行、保险、基金与担保机构协同提供接续服务，避免科技企业在关键成长期资金断档。此外，数字化工具降低了尽调成本与管理成本，扩大了对科技型中小企业的覆盖面，并辅助开发“贷款加外部直投”、并购贷款和科创债券等工具，构建起多层次、全周期的科技金融产品与服务体系。

放眼全球，国际金融机构对人工智能的应用多集中于信用评估、反欺诈与流程自动化领域。欧美市场的智能化应用更依托发达的资本市场，高度侧重二级市场交易、量化对冲与资产管理算法。

相较之下，我国人工智能赋能科技金融的产业实践，展现出深度融入实体经济、精准服务“硬科技”与专精特新企业的鲜明特色。我国拥有完整的产业体系和丰富的产业应用场景，金融机构可以将企业数据放在产业链、供应链、价值链、创新链中综合研判。引导银行、证券、保险、创投、政府引导基金等共同参与科技金融生态建设，充分发挥人工智能连接科技、产业和金融的作用，服务科技成果转化和现代化产业体系建设。

必须清醒认识到，人工智能并非解决科技金融难题的“万能钥匙”，还存在诸多不足。一是算法“黑箱”与生成式大模型的“幻觉”现象，对追求审慎与责任溯源的金融风控带来挑战。二是跨部门数据壁垒依然突出，数据分散、标准不一、质量参差，制约了人工智能模型评价的全面性与准确性。三是基础设施与模型存在同质化风险，中小金融机构研发能力薄弱，高度依赖头部供应商，一旦发生模型逻辑缺陷，易诱发共振风险。四是既精通人工智能算法，又通晓金融风控与硬科技行业技术规律的交叉复合型人才依然匮乏。

解决好上述问题，还应综合施策、精准发力。强化顶层设计。由政府部门牵头建立全国统一、区域联动的跨部门信息共享公共平台，打破数据孤岛，推动科技、产业、金融、税务等数据有序汇聚、规范治理和授权使用，为模型注入高质量数据养分。

深化技术融合。鼓励金融机构与科研院所开发专业级金融大模型，建立针对“硬科技”属性的评价体系，建立健全以技术含金量、团队研发实力、专利质量及产业链地位为核心的“看未来”评估算法，并保留人工复核与申诉渠道。

鼓励金融机构因企施策。大型金融机构可建设企业级知识库和风控平台，中小机构则应依托公共技术平台，深耕区域产业和细分场景，并加快培养复合型人才。要守住安全底线，完善准入、测试、审计与责任追溯机制，健全算法备案、可解释性审查与监管沙箱制度，确保重大信贷与投资决策中人的主体地位与最终责任，防止以技术判断代替审慎经营。

人工智能的价值，在于帮助金融机构看懂科技、识别创新、陪伴成长。只有把技术能力转化为服务实体经济的能力，把数据优势转化为资源配置效率，把模型创新纳入安全可控的制度轨道，才能提高金融支持科技创新的精准度和可持续性，为培育新质生产力提供更加坚实的金融支撑。

乳制品消费扩容不止于销量增长

刘维卿

《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》提到，开展膳食营养科普，引导居民低脂饮食，增加乳制品、奶类摄入。乳制品是覆盖全人群、全生命周期的营养产品，是扩大消费潜力较大的品类。近年来，我国国民饮食理念完成从“饱腹刚需”到“营养提质”的转型，农业农村部提出“减油、增豆、加奶”的发展导向，乳制品站上市场风口。

乳制品消费扩容的意义，远超一个品类的销量增长。一方面，这是牵引乳业供给升级的关键一招。当低温鲜奶的消费占比提升，就会倒逼养殖端提高生鲜乳品质、缩短运输半径；当奶酪、黄油等干乳制品需求增长，会引导加工端调整产品结构、延伸产业链。另一方面，我国奶源主要集中在内蒙古、河北、黑龙江等北方省份，而消费增量更多来自南方市场和下沉市场。乳制品消费扩容客观上要求完善冷链物流体系，优化产销衔接机制。这本身就体现了带动区域协调发展的溢出效应。

当前，从需求端来看，我国乳制品消费扩容仍有空间。目前人均奶类表观消费量约41公斤，折算到每天仅110克左右，不到《中国居民膳食指南(2022)》推荐量的一半。城乡之间、区域之间差距显著，农村居民饮奶率偏低。在供给端，部分地区出现生鲜乳收购价格低迷、牧场经营困难的情况。

目前，北方奶源带产能集中，南方消费市场鲜活供给短缺，“北奶南运”的冷链成本和时效损耗居高不下。解决这些问题，要从消费端发力，用真实、可持续的需求信号引导供给端优化升级。

在需求层面，把乳制品消费嵌入民生政策大框架。扩大国家“学生饮用奶计划”覆盖面，推动从“有奶喝”向“喝好奶”升级。结合“一老一小”服务保障，开发适老化、婴幼儿配方等功能性产品。常态化开展科学饮奶科普，消除认知误区，引导消费者认识乳制品在优质蛋白、钙摄入中不可替代的作用。

在供给层面，以需求信号引导结构调整。养殖端，优化品种结构和区域布局，提升规模化、标准化水平。加工端，打破液态奶独大的格局，顺应茶饮、烘焙、餐饮等新场景快速增长的趋势，发展奶酪、稀奶油、乳清蛋白等高附加值品类。同时企业也要加强品牌建设，以品质和口碑赢得消费者信任，避免陷入低价内卷。

此外，还要补上冷链物流短板。完善从牧场到餐桌的全程冷链体系，降低“北奶南运”成本，扩大低温鲜奶的辐射半径，让县城和农村市场获得新鲜、多样的乳制品供给。健全生鲜乳价格协调机制，促进奶业上下游利益共享、风险共担，防止价格大起大落伤农伤企。

从杭州宋城“临安记忆”沉浸式演艺，到景德镇陶瓷非遗全链条体验、敦煌莫高窟用数字技术还原壁画细节，今年国庆期间，一批文旅新场景表现亮眼。这也从一个侧面反映出，人文经济不是简单的“文化+旅游”，而是以文化价值为内核，以市场需求为导向、以科技和创意为支撑，推动文化传承与经济增长相辅相成、互促互进。

我国文旅融合发展正呈现出一系列可喜的新变化。

文化资源场景化、体验化。历史文脉不再只是书本里的知识、橱窗里的展品，而是转化为可参与、可互动的场景。文化从“被观看”走向“被体验”，旅游从走马观花转向深度参与。文旅产品附加值不断提升，文旅产业加快从门票经济向综合消费转型。

产业边界融合化、链条化。文旅发展正跳出单一景区、单一门票的局限，转向以核心文化IP串联起演艺、文创、研学、民宿、美食、夜游等多元业态，形成复合型消费生态。这种融合拓宽了产业空间，增强了区域经济韧性和就业带动力。

科技赋能数字化、沉浸化。在严守保护底线的前提下，科技让不可见的历史可见、不可触的文明可感。对行业而言，数字化有助于破解保护与开发的矛盾，推动文旅产品迭代升级，培育数字藏品、云演艺、智慧导览等新增长点。

文化创新IP化、品牌化。以文化创意激活传统资源，将地方文化打造为具有辨识度和传播力的文旅IP，形成长效吸引力。文

旅竞争正从资源禀赋比拼转向创意、服务和消费生态比拼，从“旺季火爆”迈向四季全时旺。也要看到一些问题。部分地方同质化模仿、过度商业化，文化内涵挖掘不深；一些地区文物保护与旅游开发仍然存在失衡现象；文旅人次与收入增长不同步，盈利模式单一；要素保障不足，尤其是跨界复合型人才短缺。未来，推动“诗与远方”持续焕新，需要稳妥施策。

坚持保护第一、合理利用。完善文物、非遗和历史文化街区保护制度，划定开发红线，避免破坏性开发，坚决防止“拆真造假”“过度包装”。对重要文化遗产开展常态化监测和预警机制，以数字孪生、光影控制、预约限流等方式平衡保护与利用。

深挖文化内涵防止同质化。文旅项目规划需彰显本土文化与特色IP，强调游客停留时长和重游率。专项资金重点支持文化特质与商业业态高度匹配的特色IP和品质项目，清理不合理补贴，遏制过度商业化。

强化统筹融合促延链增收。加强规划统筹，推动文旅与商业、体育、农业、制造等融合发展。丰富文创、演艺、研学等二次消费场景，延伸文旅产业链条。

加强创新支持和要素保障。设立文旅融合创新引导基金，对沉浸式演艺、数字文博、非遗工坊、智慧景区等给予金融支持。培养懂文化、懂旅游、懂科技、懂市场的跨界复合型人才。鼓励高校、企业、文艺院团共建创作平台，推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展。



勤俭办学



更多内容 扫码观看

高校相继出台经费管理细则，严控非刚性支出。“过紧日子”的内核，是勤俭办学的担当。从严约束虚浮开支，切实托举人才培养与科研创新，把钱用在“刀刃上”，为高等教育长远发展积蓄后劲。



持续推动电影产业质量提升

孙瑞婷

最新数据显示，截至10月11日，2026年度电影总票房(含预售)突破310亿元，总观影人次达7.91亿，放映总场次1.16亿场。电影产业有效拉动文旅消费、带动数字文创产业发展，在提升国家文化软实力、丰富文化消费方面具有重要作用。

当前，我国电影产业正处在由规模扩张向质量提升转型的关键阶段，产业生态持续迭代，呈现出鲜明特征。

内容供给精品化。行业逐步摆脱流量依赖与套路化生产模式，现实题材、国风动画、悬疑喜剧、创新型主旋律作品多点开花。《欢迎来到龙餐馆》《给阿嬷的情书》等影片立足现实生活，凭借真挚情感与精良制作实现口碑与票房双丰收。国产影片市场占有率占比保持高位，多元包容的创作生态日趋成熟。

产业融合深度化。据测算，电影全产业链产值已超过4500亿元，票房拉动系数高达1:15.77。换言之，每创造1元电影票房，可带动上下游关联产业产出15.77元，远超一般服务业平均水平，电影产业从单一票房经济转向多元协同的产业生态。

科技赋能常态化。自主影视特效、全景声、巨

幕放映、虚拟拍摄制作等技术广泛落地应用，电影工业化标准体系加快构建，从剧本创作、拍摄后期到宣发放映的全流程数字化转型稳步推进，新技术有效压缩制作成本、提升生产效率，重塑电影生产范式。

市场格局均衡化。乡镇影院布局持续推进，农村公益电影放映提质升级，县域观影潜力不断释放。国产电影海外发行覆盖46个国家和地区，海外票房稳步增长，对外传播由单纯影片产品输出，逐步转向文化品牌输出与价值传播。

这些特征深刻重塑电影产业运行逻辑，推动行业发生结构性转变。在发展理念上，从“重票房、轻内容”转向“内容为王、口碑制胜”，市场机制倒逼创作回归艺术本质；在产业形态上，从“单一业态、封闭循环”转向“跨界融合、开放协同”，不断拓展产业边界，挖掘多元价值空间；在市场布局上，从深耕本土市场、参与区域竞争，转向国内国际市场并重，持续提升中国电影全球竞争力与文化影响力。

继续推动电影产业高质量发展，还要进一步统筹内容建设、科技革新、市场培育、国际传播，夯实产业根基、激活发展动能。

把握内容核心竞争力。持续加大对原创剧本、现实题材、中华优秀传统文化IP创造性转化的扶持力度，用好国家电影专项资金引导功能，将资源配置向剧本研发等产业链前端倾斜。完善选题策划、剧本打磨、拍摄制作、宣发推广全链条配套服务，树立并增强精品意识，用心打磨思想精深、艺术精湛、制作精良的影视作品。

坚持科技融合创新。电影产业要用好与人工智能、虚拟拍摄、实时渲染等前沿数字技术，支持数字人、沉浸式放映等新技术研发落地，布局建设国家级电影高新技术实验室，集中力量突破影视制作关键核心技术瓶颈。持续完善“电影+”融合发展生态，联动文旅、商业、餐饮、文创等行业资源，打造影视小镇、主题影院、影视文创市集等新型文化消费场景，延伸产业链条、提升产品附加值。

激发经营主体活力。推动国有电影企业做强做优，发挥其在主旋律创作、公共文化服务领域的骨干作用，支持民营影视企业创新发展。持续完善乡镇影院网络，优化农村公益电影放映供给，保障基层群众基本观影权益，持续释放县域市场消费潜力。