

消费日报

2026年6月17日
星期三
总第9201期
第6260期
今日4版

伟大征程

三大战役：伟大的战略决战

位于天津的平津战役纪念馆主广场上，两组各宽20米、高11米的大型锻铜群雕《并肩作战》《人民支前》巍然矗立，共同记录着三大战役的最后一役——平津战役历时64天浴血奋战、夺取最终胜利的光辉历史。

“三大战役在中国革命战争史上的地位是不可替代的，以经典之作载入史册。”2024年2月，习近平总书记在考察，感慨系之。这“经典”背后，是一段怎样惊心动魄的大决战？又是一场怎样波澜壮阔的人民战争？

1948年秋，人民解放战争进入夺取全国胜利的决定性阶段。这时，人民解放军已由战争开始时的127万人发展到280万人；各解放区相继连成一片，面积占全国总面积的24.5%。解放区内已基本完成土地制度改革，广大农民革命和生产的积极性空前高涨，解放区的后方进一步巩固。

与此相反，国民党军队已由战争开始时的430万人下降为365万人，且可用于第一线的兵力仅174万人。国民党反动派虽然还统治着全国四分之三的地区，但由于遭到广大人民的强烈反对，处境十分孤立。

事实表明，人民解放军同国民党军队进行战略决战的时机已经到来。党中央、毛泽东同志科学分析战

争形势，当机立断，及时抓住有利时机，连续组织了辽沈、淮海、平津三大战役。

1948年9月12日，辽沈战役拉开序幕，经过52天激战，东北全境宣告解放；紧接着，淮海战役正式打响，解放军以60万人对阵80万国民党军，历时66天，长江中下游以北广大地区解放；1949年1月31日，平津战役胜利结束，华北全境基本解放。

三大战役，无论是战争规模或取得的战果，在中国战争史上都是空前的，在世界战争史上也是罕见的——持续142天，共歼灭国民党军队154万余人，使国民党赖以维持其反动统治的主要军事力量基本被摧毁，全国处于革命胜利的前夜。

这是毛泽东军事思想的胜利，也是人民战争的伟大胜利。

三大战役中，各解放区人民以无比巨大的热情，以源源不绝的人力物力给予前线以空前规模的支援。平津战役纪念馆“人民支前”展厅内，当年冀中人民使用过的破冰工具，讲述着一段军民鱼水情深的动人故事：数九寒天，大清河封冻，冀中区组织4万余人的破冰队，昼夜不停砸开长达130多公里的冰河，确保了军需弹药的水上畅通运输。

来此研学的天津师范大学的学

生们围在展柜前，目光里满是敬仰。学生刘鑫雨感慨地说：“这不只是枪炮的较量，更是民心的托举。”

2022年8月，习近平总书记考察辽沈战役纪念馆时指出，解放战争时期我们党同国民党的大决战，既是兵力火力之战，更是民心向背之争。辽沈战役胜利是东北人民全力支持拼出来的，淮海战役胜利是老百姓用小推车推出来的，渡江战役胜利是老百姓用小船划出来的。

据统计，在三大战役中，动员民工累计达880余万人次，人民群众出动支前的大小车辆141万辆，担架36万余副。平津战役纪念馆馆长姚剑波说：“全民参与、全民支持，使得人民解放军在战场上得到了源源不断的补给，为战争胜利奠定了坚实的基础。”

硝烟已然散去，人民战争的法宝历久弥新。

在抗洪抢险一线，在脱贫攻坚战场上，在抗击新冠疫情斗争中，我们一次次看到“万众一心、众志成城”的磅礴力量。历史和实践反复证明：民心是最大的政治，决定事业兴衰成败。只要我们党始终保持同人民群众的血肉联系，始终与人民同呼吸、共命运、心连心，就能拥有战胜一切艰难险阻的强大力量。（新华社）

一座百年书院的“慢消费”试验

——蘋洲书院拓宽永州文旅消费新场景

产业兴则消费旺，实业强则经济活。实体经济是激活消费市场、稳住经济大盘的核心根基。产业报表上的数字，最终如何转化为消费者的获得感？

自5月29日开始，记者跟随“全国经济媒体永州调研行”团队走进湖南省永州市各大产业阵地，实地走访展馆园区、生产车间、田间地头，近距离观察永州深耕实体经济、做强产业链条的生动实践。



图为蘋洲书院正门。

本报记者 赵曦 王雅舒 文/摄

近日，记者前往湖南省永州市零陵区蘋洲书院，感受潇湘源头千年文脉底蕴，调研当地盘活古书院文化资源、激活县域文旅消费的发展模式。

作为湖南四大古书院之一，蘋洲书院独占潇湘两江交汇的稀缺山水资源，承载着永州崇文重教的人文精神，是当地为数不多的同时集生态风光、古建筑风貌与千年文脉的旅游资源。然而，在文旅消费不断提质升级的大环境下，单纯的风景观光已无法满足游客的出行需求。深挖蘋洲书院文化背景，打造特色体验项目，从而不断拓展消费场景，成为蘋洲书院拉动区域文旅消费的重要突破点。

泛舟登岛 临江品茶
从山水观光到场景消费

“书院里很安静，古色古香的建筑非常好看，不仅适合拍照打卡，还可以了解当地文化。”“很期待岛上开几间客房，坐船登岛，放下手机电脑，亲近自然。”游客们口中这份难得的静谧与惬意，正得益于蘋洲书院四面环水的独特地理位置。这种天然的地理屏障，不仅让蘋洲书院远离尘世喧嚣，也为岛上的生态保护提供了有力保障。受地理条件限制，所有登岛游客均需乘船往返。



图为蘋洲书院内文创商店商品。

正是这一必须的上岛环节，让蘋洲书院形成船票叠加入园门票的组合消费模式，构成蘋洲书院最基础、最稳定的收入。数据显示，2025年蘋洲书院全年接待游客近10万人次，实现经营总收入184万余元。

为升级游览体验，打破纯观光的枯燥模式，蘋洲书院还因地制宜打造休闲茶室，依托静谧江景与书香氛围，主打慢休闲体验，满足游客休憩品茶、观景放松的需求。“在岛上的茶室里和朋友坐下来喝茶聊天，感觉时间都慢下来了。”游客杨女士说。

古礼祭孔 国学情怀
文旅发展有了新路径

“这次释奠活动庄严肃穆，让我沉浸式感受了传统祭祀仪式，未来我想成为一名中华优秀传统文化的传播者、践行者。”一名湖南学子在参加祭孔大典后感触颇深。在景区游玩项目同质化严重的当下，蘋洲书院凭借其独特的书院属性另辟蹊径，将祭孔大典作为特色项目，从而增加景区营收渠道。

“我们深耕儒学文化领域，打造出祭孔大典、主题研学活动、国学特色课程等多元化文旅产品，让游客与学子沉浸式体悟儒学文化的独特魅力。”何兰在接受记者采访时表示，依托本地积淀深厚的儒学文化资源，蘋洲书院会定期



图为游客在拍摄蘋洲书院长廊古籍雕版。

依照古制复刻全套传统礼仪，举办流程完整、规制正统的祭孔大典。

目前，蘋洲书院研学活动与祭孔大典覆盖小学至初中不同阶段学生，不仅吸引永州本地中小学生学习研学，更辐射广西、粤港澳等周边地区，成为蘋洲书院除门票外的重要收入来源。“近期有一香港团队已经提前预约了研学活动。”何兰向记者分享。

记者走进书院祈福长廊，红彤彤的祈福牌挂满墙面，不少家长带着备考学子前来参观，这份对传统文化的喜爱正在转化为实实在在的在消费力。如今，依托崇文重教的历史底蕴，蘋洲书院成功将无形的国学情怀转化为有形的研学产品与特色体验，让文化传承与景区文旅增收互促共赢。

告别走马观花
用独特书香留住游客

在文旅热度稳步上涨的同时，蘋洲书院的发展短板日渐凸显，这也是零陵区全域文旅产业普遍面临的共性难题。记者走访发现，游客大多数以日间短途打卡为主，游览时长较短，过夜游客占比低，消费局限于门票、研学、茶室等基础项目；书院吃住娱配套业态不完善，消费链条短、流量变现能力偏弱。

针对现存痛点，蘋洲书院与行业主管部门已敲定全方位提质升级方案。

“我们不会盲目商业化，一切升级都将贴合书院的书香调性。”何兰表示，下一步，蘋洲书院将启动设施改造工程，深度挖掘百年书院文脉与潇湘特色文化，新增文创消费、夜间文旅消费等多元业态，补齐配套短板、丰富游览场景，切实提升游客游览体验，实现吸引游客主动前来、拉长游客停留时间、留住消费客源的发展目标。

从单一观光转向深度文化体验，从依赖基础门票收入到构建多层次消费体系，蘋洲书院的经营探索为当下县域文旅挖掘文化价值、释放消费潜力提供了生动模板。

江风拂面，记者穿行于古朴院落中，目之所及皆是人文景致。随着各类新业态逐步落地，蘋洲书院的消费链条将不断延伸，百年古书院也将释放出更大的文旅消费潜力。



打破行业藩篱 打开全新市场

肖睿平

近日，浙江省桐庐县正式发布《文旅用圆珠笔》团体标准，填补了国内文旅文创书写工具专项标准的空白。一支圆珠笔，看似微小，却因与礼品、文旅的跨界融合，为制笔行业创新转型、打开新市场注入了强劲动能。传统行业跳出思维束缚，打破行业藩篱，将带来意想不到的市场效果。

制笔、刀剪、陶瓷等很多传统产业，从来不缺跨界基因。一支笔可以是书写用具，也可以是承载感情与记忆的纪念品；一把剪刀可以是厨房工具，也可以是杭州西湖的城市伴手礼；一套景德镇的瓷碗瓷杯，可以是餐厨用具，也可以是极具地域特色的礼品。这些产品天然兼具实用属性与纪念属性、礼品属性、地域属性，是地域特色文创产品的核心品类。

事实上，近年来一批兼具创新性、定制化的跨界产品已经脱颖而出

出，成为文旅市场的明星，消费者买的不仅是功能，更是产品背后的情感与记忆。

但同时，传统产业的痛点也日益凸显。长期以来，由于固化思维、行业壁垒高，大部分传统产业缺乏跨界融合，而是各自为战，导致相关产品设计老旧、文化元素生硬等，无法满足年轻消费群体高质、个性化的需求，也制约了产业转型升级、跨界升级、拓展新市场的能力。

问题的症结不在产品本身，而在思维的禁锢。传统产业要获得新生，就必须打破行业藩篱，以新的形象、新的属性去开拓新的市场，与文旅融合，让产品承载地域故事，与礼品融合，让产品具备社交价值，与金融融合，让日用品变成可流通的收藏品。每一次跨界，都不是简单的“A+B”，而是重新定义产品的使用场景和价值。一支笔不再只是书写

工具，而是旅行的记忆、送礼的心意、文化的具象。

桐庐县的《文旅用圆珠笔》团体标准提供了一个可借鉴的范本，它不是简单提出“鼓励跨界”口号，而是实实在在地把圆珠笔和礼品融合，给出了明确的路径与标准。从材料、工艺到包装、文化元素植入，都有章可循。这意味着，跨界不再是企业的尝试，而是可以被行业共识所支撑的系统性升级。这给传统产业带来了深刻启示——不是产品没有市场，而是别把自己钉在旧的行业框架里。

真正的蓝海，往往就藏在行业与行业之间的那道缝隙里。打破行业框架，从来不是否定传统，而是让传统在新场景中重新定位。当一支笔可以同时出现在学校、办公室、旅游景区中，它的市场就不再局限于制笔行业，而是延伸至更广阔的场景消费中。

快递业“以竹代塑”五年目标公布

力争实现竹制快递包装使用量年均增幅50%

中国快递协会近日发布“以竹代塑、向绿而行”倡议，明确“以竹代塑”五年推进目标，力争到2030年实现竹制快递包装使用量年均增幅50%的目标。

为响应我国政府与国际竹藤组织共同发起的“以竹代塑”全球倡议，深入贯彻国家生态文明建设和绿色低碳发展部署，落实《快递暂行条例》中快递包装绿色化、减量化、可循环要求，

中国快递协会号召行业加快推广使用竹制快递包装。倡议设定了5年逐年量化使用指标，竹制快递包装使用量分别不低于2亿、3亿、4.5亿、6.8亿、10亿个，预计年均增长50%。

数据显示，我国每年包装生产用塑料约4500万吨，传统塑料制品自然降解需数百年，易产生白色污染和微塑料污染，危害水土环境、生态安全与人体健康。（经济日报）

声明

消费日报山西记者站记者刘自昌，于2026年4月20日不慎将本人新闻记者证遗失，记者证号：144008414907700011，即日起作废。

特此声明。

消费日报社
2026.6.17

数读中国

我国认证认可检验检测行业持续向新向好发展

6月9日，在第三届认证认可大会上，市场监管总局发布了我国认证认可检验检测2025年度统计数据。

在质量认证领域，全国认证机构数量优化至1214家，同比下降1.30%；年度营收591.13亿元，同比增长6.04%；有效证书446.93万张，同比增长7.48%；获证组织117.43万家，同比增长6.78%；从业人员15.15万人，同比增长3.40%；注册认证人员11.1万人，同比增长6.92%。行业发展生态持续净化，低质供给稳步出清，资源配置效率有效提升，发展模式加速从规模数量型向质量效益型转变。

在认可领域，中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认可各类认证机构、实验室、检验机构及审定与核查机构共计2.277万家，其中认证机构340家，实验室2.1189万家，检验机构1202家，审定与核查机构39家。

在检验检测领域，全国获得资质认定的检验检测机构共有5.434万家，从业人员158.64万人，仪器设备1130.95万台（套），全年出具检验检测报告5.71亿份；营业收入5303.08亿元，同比增长8.76%，机构户均营收同比增长6.19%，人均营收同比增长6.27%。行业结构稳中趋优，发展效益持续提升，规模效应不断增强，高技术服务业特征更加突出。

（辛文）



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程：

步骤一：扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二：打开应用点击上方“订阅” 步骤三：选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤四：点击右上角“+关注”即可