

消费日报

2026年6月24日
星期三
总第9205期
第6264期
今日8版

伟大征程

坚持独立自主：我们的朋友遍天下

中国共产党历史展览馆二层展厅，一幅定格不同肤色笑脸的照片引人注目。

这幅名为《我们的朋友遍天下》的照片，由新华社记者侯波拍摄，记录了1959年5月15日，毛泽东在中南海紫光阁接见来自亚非拉16个国家和地区的青年朋友。当毛主席来到时，这些外国青年突然直奔毛主席，簇拥着他，气氛非常热烈。

“中国支持和援助世界被压迫民族解放事业、新独立国家建设事业和各国人民正义斗争，反对帝国主义、霸权主义、殖民主义、种族主义，赢得了广大亚非拉国家的尊敬和热爱。”讲解员谈起照片背后的深意。

20世纪50年代中期至60年代中期，在美苏两个超级大国主导的世界冷战格局中，中国面临来自多方的公开的和潜在的侵略威胁、战争挑衅和军事压力。

当时，如何坚持独立自主，反对来自各个方面的霸权主义，以维护民族尊严和国家利益，是党在国际关系问题上考虑的中心。

50年代末期至60年代前期，根据形势的发展，毛泽东重新提出“中间地带”问题，认为中间地带有两部分：一部分是指亚非拉广大经济落后的国家，一部分是指以欧洲为代表的帝国主义国家和发达的资本主义国家。这两部分都反对美国的控制，在东欧各国则发生反对苏联控制的问题。争取“中间地带”，发展

同亚非拉国家的关系，成为当时中国对外政策的一个重要组成部分。

中国积极支持亚非拉争取和维护民族独立运动。2018年，习近平主席赴拉丁美洲访问时就曾提及，上世纪60年代，中国人民坚定声援巴拿马人民收回运河主权的正义斗争。为此，中国全国各地1600万人举行游行集会，成为那一代中国人难忘的记忆。

中国在国际上得到的支持也主要来自亚非拉国家。中国同大批亚非拉国家建立了外交关系。

1964年中法建交，是中国与西方发达国家打开外交局面的重大成果。

这一时期，中美之间围绕美国武装干涉台湾、干涉中国内政和美国武装侵略越南、威胁中国安全等问题展开对抗。1958年8月，党中央和毛泽东以炮击金门的方式把台湾问题提出来，沉重打击了蒋介石集团叫嚣“反攻大陆”的气焰和美国搞“两个中国”的企图，有力表明了中国人民反对美国干涉中国内政、维护国家统一的立场和决心。1965年开始的援越抗美斗争，体现了中国人民反对侵略威胁、维护世界和平的大无畏精神。

从50年代后期开始，中苏之间的矛盾和冲突日渐加剧。苏联党以“老子党”自居，要求中国共产党在军事和外交上服从其苏美合作主宰世界的战略。中国共产党坚持独立

自主，坚决顶住来自苏联的巨大压力，维护了国家主权、民族尊严和党的尊严。

“我们把对外关系的重点转向广大亚非拉国家和欧美其他发达国家，不仅有利于打破美国封锁和苏联包围，为中国外交的发展开拓了新的天地，而且也为日后恢复在联合国的合法席位、在国际上赢得更多国家的尊重和支持打下了坚实基础。”中共中央党史和文献研究院研究员高长武评价道。

《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》将“坚持独立自主”作为中国共产党百年奋斗积累的十条历史经验之一。回望历史，中国坚持走和平发展道路，坚持独立自主的和平外交政策，不是权宜之计，而是我们的战略选择和郑重承诺。

正如习近平主席2015年4月在亚非领导人会议上郑重指出：“无论发展到哪一步，无论国际风云如何变幻，中国都永远做发展中国家的可靠朋友和真诚伙伴。这是中国对外政策的基础，过去、现在、将来都不会改变。”

大道如砥。坚持独立自主的和平外交政策，坚持走和平发展道路，坚决反对霸权主义和强权政治，维护国际公平正义，携手构建人类命运共同体，我们一定能共创世界和平发展美好未来。

(新华社)

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办

■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证：京丰工商广字第0054号

消费提振已成外资在中国发展新赛道

国务院新闻办公室近日举行新闻发布会，介绍利用外资固本促优有关政策措施。商务部副部长兼国际贸易谈判副代表凌激介绍，据统计，今年1至5月份，批发零售业吸引外资同比增长22.6%。多家餐饮和零售的外资企业持续加大在华布局，拓展门店。消费提振已经成为外资在中国发展的新赛道。

凌激表示，商务部全力以赴支持外商投资企业参与扩大内需和提振消费行动。一是一视同仁支持外资企业参与消费品以旧换新、离境退税、有奖发票试点

等政策实施。例如，在消费品以旧换新的新销量当中，外资汽车品牌超过35%；家电以旧换新，包括数码、智能产品购新中，外资品牌超过13%。中国广阔的消费市场和不断增长的、成长性很好的消费市场，再加上普惠性政策红利，有效帮助了外资企业在中国拓展市场份额。还将通过过境免签、离境退税、涉外支付等各种务实举措，不断优化国际化消费环境。

二是积极支持外资企业通过进博会、服贸会、投洽会、消博会等国家级展会平台扩大优质产品和服务进口，提高高品质

供给。支持外资企业参加各地举办的消费提振活动。下一步，将把“投资中国”“购在中国”和“出口中国”这三大国字品牌联动起来，为外资企业提供更广阔的合作机遇。

三是积极支持外资企业参与城市商圈的改造提升工作，举办首发首秀首演等活动。近5年来，有5个国际消费中心城市累计引进国内外品牌首店、旗舰店超过1.3万家。下一步，将继续聚焦首发经济，吸引更多外资消费品牌首店落地，推动消费升级。

(人民网)

第三批625亿元“国补”6月底前下达

本报讯 记者从国家发展改革委日前举行的新闻发布会上获悉，6月底前将下达今年全部2000亿元设备更新项目清单和第三批625亿元消费品以旧换新资金。

据介绍，今年的“两新”政策在支持范围、补贴标准、实施机制等方面都进行了深入优化。近半年来，各部门各地方共同推动政策持续发力，目前已分两批下达设备

更新资金1851亿元，共支持11000多个项目，总投资超过8400亿元。1至5月，已下达今年前两批消费品以旧换新资金1250亿元，已累计带动相关商品销售额超过8200亿元，惠及超过1.1亿人次。此外，今年将老旧小区加装电梯、养老机构设备更新等纳入支持范围，前两批设备更新资金中，已支持19.4万台住宅老旧电梯更新。

下一步，国家发展改革委将会同有关部门，持续推动政策红利更加公平、便捷、规范地直达消费者，更好释放“两新”政策效能。同时，加强项目和资金管理，持续完善全链条监管机制，严厉打击“先涨后补”、骗补套补等违法违规行为，并做好跟踪问效。

(综合)

端午假期全国消费市场运行平稳

本报讯 记者21日从商务部获悉：端午假期，全国消费市场运行平稳，生活必需品货足价稳，全国文化和旅游市场安全平稳有序。

全国消费市场运行平稳。商务部商务大数据显示，截至6月20日，2026年消费品以旧换新惠及1.36亿人次，带动销售额超1万亿元。其中，汽车以旧换新销售342.8万台，带动销售额5552.4亿元；家电

以旧换新，数码和智能购新产品销售13289.5万台，带动销售额4516.3亿元。

各地生活必需品市场供应充足，价格总体平稳。商务大数据显示，假期期间，全国200家大型农副产品批发市场库存充足，粮油、肉类、水果价格与节前(6月18日)基本持平。

全国文化和旅游市场安全有序。文化和旅游部数据中心数据显示，端午节假日

期3天，全国国内出游1.24亿人次，同比增长4.4%；国内出游总花费444.56亿元，同比增长4%。

龙舟赛事促进“赛旅融合”。各地广泛举办龙舟主题活动和竞技赛事，开展端午祈福、非遗展演、文创市集、国风游园等系列活动，涵盖“赛、展、游、购、娱”等多业态，有效拉动文旅消费。家庭游、避暑游、慢旅行广受欢迎。

亲子游成为市场主力，银发族私家团、定制游需求旺盛。年轻群体青睐都市周边的松弛小城，在古城漫步、民俗体验中寻求精神解压。多地举办大型演唱会，带动周边住宿预订量显著增长。

特色消费场景持续拓展。各地推出特色鲜明的主题活动，发放文旅消费券，发布精品旅游线路，促进文旅惠民。低空光影秀、啤酒嘉年华等新场景不断涌现，丰富夜间文旅体验。国家级夜间文化和旅游消费集聚区累计夜间客流量3858.95万人次，同比增长2.43%。

(综合)

快讯

前5月全国一般公共预算收入同比增长4%

本报讯 财政部22日公布今年前5月财政收支情况。1—5月，全国一般公共预算收入10.05万亿元，同比增长4%，增幅比1—4月提高0.5个百分点，收入向好态势继续

巩固。其中，全国财政收入8.26万亿元，增长4.4%，增幅比1—4月提高0.5个百分点。全国一般公共预算支出继续保持增长，重点领域支出得到较好保障。(综合)

2.3万场招聘会促高校毕业生就业

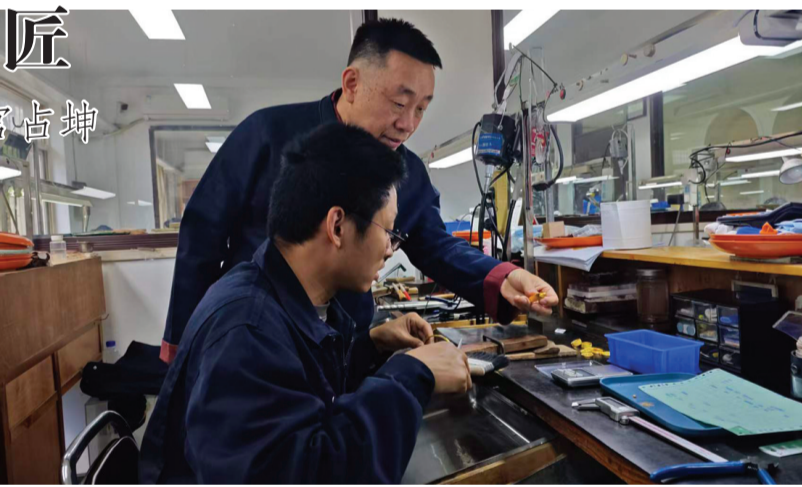
本报讯 记者日前从人力资源和社会保障部获悉：引引未来——2026年全国城市联合招聘高校毕业生春季专场活动结束。活动期间，线上线下共举办2.3万场招聘会，发动67.4万家用人单位，提供

岗位信息1268.1万个，参与求职毕业生1352.4万人次。活动聚焦促进高校毕业生等青年高质量充分就业，突出产业需求导向、区域协同联动、数字赋能增效和重点群体帮扶。(综合)

“轻工脊梁”系列报道

百炼成金 千锤成匠

——专访贵金属首饰制作高级技师宫占坤



图为宫占坤正在指导学生。

初夏的阳光透过玻璃洒落，但记者步入北京握拉菲首饰有限公司车间后，没有看到想象中满眼的金光闪闪。

二楼设计室的电脑屏幕上，一枚金饰的三维模型正在缓缓旋转。穿行于走廊，设计区、蜡模制作区、浇筑区、执模区、精加工区……各工作区列列两侧，机器运转声与金属敲击声此起彼伏，空气中混杂着金属受热后的特殊气味。

□ 本报记者 唐瑞文/摄

58岁的宫占坤穿行其间为记者讲解。经过一名正在电脑前进行3D建模的年轻技师身旁时，他停下脚步，俯身看了看电脑上的浮雕图样。他说：“这里再深一点。”电脑被放大到纹饰转角处。“浮雕差一分，效果就差千里。”年轻技师点头，重新修改起来。

这样的场景，是北京握拉菲首饰有限公司(以下简称“握拉菲”)技术总监兼创新部主任、贵金属首饰制作高级技师宫占坤的日常，在徒弟们眼里再寻常不过。今年，这位从业三十余年的古法黄金制作技艺主要传承人获得全国五一劳动奖章。面对镜头，他没有过多谈论自己，习惯性带着记者向车间深处走去。“走，我带你们看看首饰是怎么做出来的。”

从图纸到模型

在如今的数字时代，计算机早已经成为“生产工具”。一件黄金饰品的诞生，始于设计图纸。设计师根据需求将创意输入电脑，生成3D效果图，确定款式；工人再制作相应模具，用于后续批量浇筑；随后经过熔金、浇筑、执模修整、精加工等主要环节，作品诞生。

站在电脑前，宫占坤结合模型图纸解释，哪些地方后期需要手工修整，哪

些纹样适合通过精雕完成。多年前，这些于他而言还是完全陌生的世界。

1993年，25岁的宫占坤从农村来到北京，进入黄金首饰行业。说起从业路，他向记者讲述：“更多是时代背景下的顺势而为。父亲退休后，我可以接父亲的班。父亲问我是想去握拉菲，还是去北京市珐琅厂。虽然两种手艺我都想学，但当时黄金对大多数人来说还是很昂贵的，很少有人戴得起黄金首饰，于是我选择了握拉菲。我周围的人知道我将到首饰厂工作，都特别羡慕我能直接和黄金、白银打交道，还能上手加工作品、摆件。”从基层黄金熔炼(即在1000℃高温以上将足金原料熔成液态金水倒入模具)工人做起，宫占坤在近十年的时间内，先后接触精密铸造、执模等工艺，逐渐成长为技术骨干。

听完设计绘图的制作步骤后，记者随宫占坤来到铸造车间。在这里，工人们进行金饰生产的核心环节——精密铸造。3D打印或手工雕刻而成的多个蜡件被组装成“蜡树”；“蜡树”被放入钢盅，再注入调和好的石膏粉并抽真空除气，高温烘烤使蜡融化流出，形成中空石膏模具；而后，足金原料被熔成液态金水，沿着预留通道注入石膏模；石膏模冷却后被敲碎，即可得到首饰雏形。

“精密铸造通过模具成型技术能精准再现细微纹理和造型细节，确保成品与设计高度一致且可以进行大批量生产。”宫占坤解释道。

望着眼前的生产线，宫占坤想起自己刚入行时，在学习熔炼工艺几年后，他于1996年被分配到精密铸造组，从事起版压模工作。“简单来说，就是给首饰塑型。”他进一步说明，“像做三明治一样将首饰样板(925银)夹在胶质模具里，经压模机升温加压成型。然后用手术刀剖开胶模，取出银版，并按样板的形状复杂程度，将胶模分成若干部分，使胶模在注蜡后能顺利将蜡取出。胶模重复注蜡以此复制蜡模版，得以批量倒模生产。”

行业里流传着一句老话：“教会徒弟，饿死师傅。”手艺是吃饭的本事，很多人有所保留。对于刚入行的年轻人而言，学艺并不是件容易事。也正是在那段时间里，宫占坤养成了多看、多学、多练、多琢磨的习惯。

宫占坤回忆：“在剖开胶模这个工序，教我的师傅总是自己偷偷地拿着手术刀剖开，把银版取出来。我向师傅请教时，他总说‘你慢慢琢磨吧’。但是因为胶模软，开模取银版的时候需要把胶模从中间切分成两部分，在打蜡环节如

果这两部分没有放正，稍一错位就会出现次品。但师傅开出来的模具不管怎么放次品率都非常低。我每天就拿着师傅做好的胶模，再把银版放进去，琢磨师傅开模时用刀的角度和剖切的深度。后来发现，师傅在开模时，会先在胶模的四个角挖出四个凹槽，那么一面有凹槽另一面就是凸起，这样在组合模具时便有了个大致固定点。师傅还会根据不同银版的差异，把胶模里除银版之外的部分，用刀切出高低不平的波浪面，进一步固定模具不会错位。我把这些操作要点记录下来，并且自己上手填模、压模、开模。经过不厌其烦地反复操作，半年后我终于能够独立完成这套工艺流程了，而且比师傅的工作效率还高，当时的成就感不言而喻。”

多年后，当别人称赞宫占坤的技艺时，不知他是否会想起那段在车间角落一遍遍琢磨的时光。“这段‘偷师’的经历让我深刻体会到两点：一是技艺的掌握离不开‘琢磨’二字，光看不动手永远学不到精髓；二是保守固然能保住一时的‘饭碗’，却阻碍了技艺的整体提升和传承。这让我在日后带徒弟时，抱定了倾囊相授的决心。只有让更多人掌握真本事，传统工艺才能真正活下来、传下去。”他说。(下转A2版)

发挥铁路巨型消费链作用

□ 肖睿平

6月10日，商务部、文化和旅游部、国铁集团等8单位联合印发《关于促进铁路与旅游融合发展 扩大服务的若干措施》(以下简称《措施》)，从加快铁路基础设施旅游化改造、丰富铁路旅游产品体系、提升铁路旅游服务水平、加强铁路旅游运行保障、强化政策保障支持等5个方面提出15项政策举措。明确提出支持地方政府与铁路运输企业整合景区、住宿、餐饮、体育赛事等旅游资源和铁路、公路、水运线路资源，探索推出区域性跨交通方式联运产品，共同设计新型铁路票制产品；做强票根经济，围绕铁路票制产品带动商旅文体健链式消费。

这意味着，一张火车票不再仅仅是一张车票，而是接入整个消费生态的入口。一条铁轨，串联的不仅是城市与城市，更是不同的消费与场景，是一条贯穿吃住游玩购娱的巨型消费链。《措施》提出，开发满足长途旅游需求，品质、舒适、普惠不同配置需求，银发、研学、康养等主题的旅游列车。铁路正在用差异化产品精准对接每一类人群的消费需求。当一列旅游专列驶向远方，它带来的不仅是旅客，也是餐饮、住宿、文创、购物等一整条消费链。出行即消费，旅途即场景。

围绕铁路资源可以开发更丰富的旅游产品体系，让铁路旅游发挥更

强的消费动能，比如，当前入境游客增长迅速，而入境之后，铁路是其选择最广、覆盖最密的出游方式。一条完善的，为入境游客量身定制的旅游专列，能将入境流量高效转化为消费流量，让中国铁路旅游产品走向国际市场，提升国际竞争力与影响力。当前外国游客坐着火车游中国，消费的是沿线的美食、美景、文化与体验。铁路让入境流量变为实实在在的消費流量。

发挥铁路巨型消费链作用，需要引导各类社会资本参与开发和运营铁路旅游产品。《措施》鼓励各类社会资本依法依规参与开发和运营铁路旅游产品，鼓励有条件的地方出台旅游列车补贴和奖励政策，推进消费新业态新模式新场景试点城市建设。从旅游列车与知名IP跨界联名打造主题车厢，到利用老旧车头、车厢打造火车主题餐厅、酒店，再到盘活铁路车站和铁路博物馆开发文创产品，每一个创新场景的背后，都需要资本的参与和市场的激活。唯有让市场主体真正进场，铁路这条消费链才能从规划图变为实景图。

铁路是连接不同城市、不同旅游资源、不同消费场景的巨大网络。它将出行流量转化为消费增量，将区域优势转化为消费动能，铁轨向前延伸的方向，就是消费市场日益繁荣和经济高质量发展的方向。