

前8月我国外贸同比增长17.6%

本报讯 海关总署9月8日发布数据显示,今年前8个月,我国货物贸易进出口总值34.78万亿元,同比增速继续上行至17.6%,较前7个月加快0.3个百分点。其中,出口20.17万亿元,同比增长14.6%;进口14.61万亿元,同比增长22%。

(幸文)

2026年9月10日

星期四

总第9261期

第6320期

今日4版

A

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

数字贸易加速奔跑 激活消费升级新动能

随着人工智能、大数据、云计算、区块链等数字技术深度融入国际贸易全链条,我国数字贸易发展步伐不断加快。据商务部在9月7日国务院新闻办公室发布会上公布的数据,2025年我国可数字化交付的服务进出口总额达4323.1亿美元,同比增长6.3%;2016年至2025年,中国数字化交付服务进出口总额年均增速达11.2%,高于全球平均水平1.8个百分点。数字贸易的蓬勃活力,正深刻改变着消费者的日常生活。

在数字技术与国际贸易融合不断加深的背景下,2024年8月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于数字贸易改革创新发展的意见》,明确了中国数字贸易发展目标和重点任务,对激发中国数字贸易发展潜力,培育壮大数字贸易经营主体,加强数字贸易国际合作具有重要意义。

商务部副部长鄯东表示,在建设数字贸易平台载体方面,将建设好国家数字贸易示范区,推动数字贸易制度创新,打造开放层次高、制度创新多、营商环境优、辐射作用强的数字贸易集聚发展高地,引领带动全国数字贸易发展。落实好支持国家数字贸易出口基地创新发展的各项举措,推动基地做强做优。在壮大数字贸易经营主体方面,将培育具有较强创新能力和国际竞争力的数字贸易领军企业,支持企业拓展国际市场。积极培育外向度高、具有独特竞争优势的中小型数字贸易企业,支持企业走专精特新发展道路。发挥国家服务贸易创新发展引导基金的撬动作用,带动社会资本投资数字贸易相关企业。

进入数字时代,数字化的消费习惯已经深入人心。2025年,商务部联合七部门印发了《关于大力发展数字消费共促数字时代美好生活的指导意见》(以下简称《指导意见》),各地高度重视、扎实推进,政策红利逐步释放。

据商务部测算,2026年上半年,我国居民数字消费规模达到13.3万亿元,同比增长4.1%,智能助行外骨骼、消费级3D打印机等众多新一代数字产品受到广大消费者的青睐。网络微短剧、虚拟现实乐园等数字服务增长7.0%,个人为大模型付费显著增长。商务部电子商务和信息化司负责人王鹏飞表示,政策实施以来,消费规模进一步扩容,增长动能持续释放。数字消费对上半年我国商品和服务消费的拉动作用持续显现。优质供给进一步丰富,市场活力有效激发。随着人工智能等数字技术深度赋能消费领域,一批贴近百姓生活的新产品、新服务、新场景加速涌现,有效满足人民群众对美好生活的向往。支撑体系进一步完善,发展基础不断巩固。据初步统计,《指导意见》印发以来,相关部门和地方出台配套政策及标准规范超40项。今年5月,商务部牵头印发了2026年发展数字消费重点工作清单,提出了四方面14项举措,推动《指导意见》进一步落实落细。各地结合实际推出数字消费地图、数字消费活动、线上消费券等多元化促消费载体,推动各项政策直达基层、直达企业、直达消费者。

(综合)

我国将加快完善乡村振兴投入机制

本报讯 近日,农业农村部等六部门印发《坚持农业农村优先发展 完善乡村振兴投入机制实施方案》(以下简称《实施方案》)。《实施方案》明确,坚持农业农村优先发展,健全财政优先保障、金融重点倾斜、社会积极参与的多元投入格局,确保乡村振兴投入力度不断增强,促进“三农”领域投入结构不断优化。到2030年,基本建立与农业农村发展水平相适应、结构合理、方式科学、质效并重的乡村振兴投入机制,为巩固拓展脱贫攻坚成果、加快补齐农业农村现代化短板弱项、扎实推进乡村全面振兴提供有力支撑。

《实施方案》从强化政府资金优

先保障、发挥债券资金支农作用、提升信贷资金支农效能、用好保险支农政策工具、激发民间投资活力、盘活用好农村资源资产等方面部署健全多元投入格局,并强调促进政府投入、金融支持、民间投资协同发力,促进农业产业政策、投资政策、贸易政策协调联动,强化价格、补贴、保险等政策支持和协同。

此外,《实施方案》还提出健全工作责任体系,从压实工作责任,强化要素保障、优化投资环境、加强监督管理和激励约束等四方面提出保障措施,确保各项举措落实落地。

(辛文)

江西赣州市大力弘扬伟大长征精神—— 赣南山乡启新程

薄雾散尽,晨光穿透竹海,洒在江西赣州市于都县金沙村后山的“长征小道”上。踏上这条蜿蜒山路,曾经红军浴血奋进的深山小道,如今成为村民家门口的致富大道。

于都是中央红军长征集结出发地,90多年前,8.6万余名红军将士在这里集结,踏上漫漫长征路。如今,依托丰富红色资源,金沙村将长征小道、红五军团总医院旧址等点位串珠成链,开展红色培训。“今年上半年,村里接待游客超20万人次,实现营收342万元。”金沙村党支部书记袁荣贵介绍。

2023年10月,习近平总书记在江西考察时强调:“确保老区人民共享改革发展成果,过上幸福生活”。

深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神,赣州市大力弘扬伟大长征精神,传承红色基因,推进乡村全面振兴。

赓续根脉传薪火——

“那年,红军渡河,于都河上没有桥。群众拆自家门板、房梁来搭

建浮桥……”傍晚时分,来到于都县禾丰镇尧口村,正赶上当地长征源宣讲团在宣讲长征故事,村民们搬着小板凳围坐一堂,听宣讲员讲起了故事。

2020年,于都成立长征源宣讲团,团成员110名,61%为红军后代。宣讲团成立以来,累计开展公益宣讲超1900场,受众逾160万人次。“大家听得懂、愿意听。”尧口村党委书记刘裕财说。

赣南采茶戏《一个人的长征》巡演100多场;动漫《长征先锋》在100多个电视频道及新媒体播放,点击量达1.3亿……近年来,赣州打响“长征出发地”品牌,以创作文艺作品、基层宣讲、线上传播等多种形式,努力让伟大长征精神走进乡村基层、走进千家万户。

融合发展塑新貌——

红旗猎猎,队伍整装待发;乡亲们深情望向红军将士,挥手作别……走进瑞金市云石山乡黄陂村,一组大型雕塑吸引记者驻足瞻仰。

外面有百亩荷塘,风光秀丽。

“过去,村里可没有这般景

象!”黄陂村党支部书记李小彦说。2022年,村两委明确,先整治环境,再依托红色资源、生态资源发展旅游。党员干部带头拆违建清杂,村容村貌焕然一新。今年前8月,黄陂村接待游客超10万人次。

弘扬伟大长征精神,贵在思行结合。赣州有机融合长征文化资源利用、产业发展、乡村治理等工作,打造有景可看、有史可讲、有情可感的活力乡村。目前,赣州建成省级红色名村120个,其中58个村入选全国红色美丽村庄建设试点。

因地制宜兴产业——

岁月流转,初心不改。长征从赣南出发,如今伟大长征精神日益成为老区推进乡村全面振兴的精神源泉。

走进会昌县珠兰乡下照村的千亩脐橙种植园内,一颗颗青绿色脐橙缀满枝头。

还没下树,订单却早在几个月前就签好了——“年初,老客户直接续签了600万斤!”眼下正值膨果期,果农张华林带着工人忙着给果树施肥。果园1200多亩脐橙,每年

为村集体带来约30万元收益,带动100多户村民户均年增收近3000元。

不简单跟风市场。海拔300米以下区域种脐橙,300米至500米种油茶,500米以上种茶叶……立足“八山半水分田”地形、富硒土壤广布等条件,赣州因地制宜,培育7个国家级优势特色产业集群,22个省级特色农业产业,形成“山上有果、林下有油、田里有菜”特色农业发展格局。如今,仅赣南脐橙全产业链产值便达到230亿元。

行走赣南老区,不觉想起中央红军长征出发纪念馆讲解员的话,“今日老区盛世,当如先烈心中所愿。”2025年,赣州农林牧渔业总产值超800亿元、农村居民人均可支配收入达19839元,比5年前分别增长20.42%、52.19%。

“每一代人有每一代人的长征路,每一代人都要走好自己的长征路。”传承弘扬伟大长征精神,赣南老区将加快推进农业农村现代化和乡村全面振兴,走好新的长征路。

(人民日报)



A级景区：守住服务底线 做好文化窗口

□ 肖睿平

在全球化与本土化交织的时代,旅游早已超越单纯的观光行为,成为文化交流与文明互鉴的重要载体。文化和旅游部发布的《2025年文化和旅游发展统计公报》显示,去年全国A级景区接待游客75.1亿人次,入境游客达1.55亿人次,同比增长17.1%,其中外国游客3517万人次,增幅达30.6%。在出入境双向旅游持续升温的背景下,国内A级景区早已不只是山水观光的打卡地,更是对外展示本土文化、开展人文交流的重要窗口。

A级景区何以吸引远道而来的海内外游客?答案就藏在山水背后鲜活厚重的文化脉络之中。风景只是底色,文化才是内核,但文化传播不能仅靠抽象的概念,更需要具象的载体,A级景区恰恰提供了一个让文化“活起来”的场景。当非遗展演走进景区、民俗体验嵌入游览线路,厚重的本土文化不再局限于博物馆的展柜,而变成游客看得见、摸得到、可参与的鲜活体验,相较于书本上的文字介绍,行走式的沉浸感受更有温度,也更具有跨文化传播的感染力。一个个A级景区犹如一个个文化窗口,共同拼出真实立体的中国图景,成为海外游客认识中国、了解中国最直观的载体。

然而,窗口能否真正发挥作用,不只取决于景色有多么秀丽、文化有多么厚重,更要看服务底色是否牢靠。近年来,国内部分A级景区暴露出来的收费乱象、服务短板,一定程度上消解了文化传播的价值。有的景区出现“套娃式收费”,门票之外层层叠加观光车、电瓶车费用,饱受游客诟病;有的景区出现价格不透明、看人报价的现象,欺客宰客的负面舆情屡屡引发热议;还有一些景区陷入同质化“内卷”,一味追逐网红流量,复制千篇一律的商业街、打卡点,本土历史民俗被商业符号所淹没。今年4月,文化和旅游部对国内13家5A级景区开展通报

整治,问题多集中在价格纠纷、服务态度恶劣等方面。本该传递文化温度的窗口,却因为服务 deficit、逐利冲动,留给游客粗糙、浮躁的印象,文化传播更无从谈起。有数据显示,2023年至2025年国庆假期,全国接待量排名前50的5A级景区游客量出现“三连降”,累计下降约13%。造成这一情况的原因固然是多方面的,但部分景区服务体验滑坡的事实,应该引起高度重视。那么,A级景区如何才能真正成为讲好本土文化的窗口?

首先应该明确,良好的消费体验、周到的旅游服务,是景区讲好本土文化的前提。因此,要真正做好文化窗口,就要守住诚信经营的底线:厘清收费边界,杜绝变相强制消费,做到价格全流程公开透明,整治欺客宰客乱象,让游客不再为隐性消费而焦虑。与此同时,服务细节也不可忽视:完善多语种导览、优化客流疏导、健全投诉反馈

机制,让来自五湖四海的游客感受到尊重与友好,安心享受山水与人文之美。其次,要深耕在地文化,跳出“堆砌符号”的浅层开发。讲好本土文化不是简单复制仿古建筑、摆放文化展板,而是要立足本地独有的资源禀赋,打造差异化的文化体验,避免商业喧宾夺主,让商业业态服务于文化表达,把历史故事、非遗技艺、民俗风情真正融入游览全过程,让游客看得懂、听得进、留得住。

75亿人次的庞大客流,既是我国文旅市场活力的证明,也是文化对外传播的宝贵机遇。但“讲好文化”的前提,是以优质服务筑底、以深厚文化铸魂,才能擦亮一扇扇文化窗口,让海内外游客在一山一水、一艺一物之间读懂中国,把旅游流量转化为文化传播的正能量,在双向旅游开放的浪潮中,实现经济效益、游客体验与文化传播的共赢。



江苏丰县：

果香飘 采摘忙

本报讯 (记者 魏静)初秋时节,江苏丰县优质葡萄品种“阳光玫瑰”进入收获旺季,吸引了周边游客前来采摘,现场一派繁忙欢乐的场景。在丰县继续果蔬种植家庭农场的“阳光玫瑰”葡萄大棚内,随着剪刀“咔嚓”声不断响起,一串串葡萄被收入筐中,空气里弥漫着甜蜜果香。

图为工作人员在采摘葡萄。



搜狐新闻客户端

快来扫描我吧！



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

步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”

步骤二:打开应用点击上方“订阅”

步骤四:点击右上角“+关注”即可

● 消费日报社出版

● 社长、总编辑:赵曦

● 副总编辑:张丽娜

● 责编:闫利

● http://www.xfrb.com.cn

● 北京市丰台区定安东里20号楼

邮编:100075

● 监督电话:67600827

● 总编室:67605115

● 经营中心:67604888

● 发行部:67604545

● 印刷:人民日报印务有限责任公司

地址:北京市朝阳区金台西路2号

● 照排:网络照排中心

● 零售价:2元