

11万列！ 中欧班列跑出亚欧大陆“新时速”

新华社青岛6月10日电 丝路牵世界，班列畅循环。

10日8时许，山东青岛胶州站。75052次中欧班列缓缓驶出，预计17天后抵达欧洲腹地。

至此，中欧班列累计开行突破11万列，发送货值超4500亿美元，连续61个月单月开行数量保持在千列以上……

两千年前驼队丈量丝路，如今“钢铁巨龙”驰骋亚欧黄金通道，开放的力量蓬勃生长。中欧班列正成为高质量发展的“稳定增量”。

更密集——
2016年至2024年，中欧班列年开行数量由1702列发展到1.9万列，年运输货值从80亿美元提升到664亿美元，开行1万列所需的时间由开行之初的90个月缩短至不到7个月……

在国内，中欧班列构建的西、中、东三条通道已建设成形，国内128个城市开通了中欧班列，以大连、天津、青岛、连云港等沿海港口为起点的固定中欧班列线路已达28条。

在境外，中欧班列与沿线国家持续推动通道多元化发展，班列可通达欧洲26个国家229个城市以及11个亚洲国家超过100个城市。

向西，中欧班列拓展了经波罗的海、里海、黑海的国际海陆联运新路径；向东，实现了与西部陆海新通道、长黄金水道、沿海港口无缝衔接，构建了联通东亚、东南亚与欧洲的海陆联运新通道。

更高效——
10日发出的75052次中欧班列，满载液晶显示器、电冰箱等家用电器。国铁济南局济南铁路物流中心胶州营业部负责人高义田，见证了过去10年中欧班列发运的货物品类，从单一的服装鞋帽发展到现在的涵盖“新三样”、国产家电、高端装备等品类。

品类日益丰富、货值不断提升，对运输效能要求更高。



6月10日，由青岛开往莫斯科的75052次中欧班列从青岛胶州站开出。新华社发

近年来，铁路部门根据中欧班列境内外运输组织特点，将时速120公里中欧班列最大编组辆数和牵引质量分别提高到55辆、3000吨。与海关部门密切合作，优化铁路“快捷”模式，通关时间由半天左右缩短到30分钟以内，最快只需要几分钟。

依托国内分区区域形成的14个中欧班列集结中心，“干支结合、枢纽集疏”的高效集疏运体系正加快形成，目前通过集结中心开行的中欧班列数量占全国的88%。

国铁集团所属中集集装箱公司还在哈萨克斯坦、德国等国家先后成立境外子公司，与当地铁路、物流、港口、货代企业深化务实合作，共同组织开发双向货源。目前中欧班列去、回程开行基本均衡，综

合重箱率基本稳定在100%。
为不断提高中欧班列整体竞争力，铁路部门创新开行了境内外全程时刻表中欧班列，目前每周稳定开行17列，全程运行时间较普通班列平均压缩30%以上，平均每柜货值较普通中欧班列提升41%。

更深入——
依托中欧班列亚欧内陆地区开辟的物流新通道，沿线国家和地区正加速融入开放型世界经济。

西班牙红酒、荷兰奶酪、泰国榴莲、老挝香蕉等亚欧国家特色产品“小步快跑”，成为中国百姓的日常；中国的消费类电子产品、新能源汽车、日用小商品等“中国制造”以更快速度、更优价格到达欧洲……

产业崛起与中欧班列相伴相生。二连浩特作为中欧班列重要口岸城市，加速通道经济向产业经济转变，如今形成以铁路为骨干的跨境物流网络，吸引汽车配件、木材加工等产业集聚；波兰罗兹、德国杜伊斯堡、西班牙马德里等中欧班列主要到达城市积极对当地基础设施进行现代化改造，带动了关联产业快速发展……

山东大学经济学院教授李铁岗说：“第11万列中欧班列的鸣笛，是合奏而非独奏。中欧班列以其高效、稳定、绿色的独特优势，正深刻重塑区域经济格局。”
“钢铁丝路”，跑出亚欧大陆“新时速”，见证着中国推动开放型世界经济建设、促进共同繁荣的坚实步伐。

江苏省城市足球联赛带来的流量，正在变成“留量”和“增量” “苏超”踢球 赢在球外

新华社南京6月10日电 “苏超”火了，火得令人猝不及防。一个业余联赛，前三轮场均上座率媲美职业联赛，抢球票全靠手速，线上浏览量以亿计，江苏省城市足球联赛成为一场“现象级”全民狂欢。

“苏超”和“村超”也各有各的火法。从村里到城里，从西南山区到东南沿海，人文特色不同。因此多彩贵州的“村超”凸显民族文化、村味浓郁。而在“散装江苏”的“苏超”，“十三太保”等老梗，在官媒主动下场“仗义”自媒体、网友二创后，玩出“没有人情，只有事故”“没有假球，都是世仇”的新梗。懂的都懂，不懂的现在也懂了。

一个是村寨的聚会，各个民族齐欢乐；一个是城市的较量，齐心协力搞“对抗”。无论是群众主创还是政府主导，都深深扎根于当地人文底蕴中，都把球踢到了老百姓心坎里。

也只有接地气、聚人气、扬文气，才能不断踢出“人文经济”的好球。
“比赛第一，友谊第十四”、“南哥”之争、“太湖三霸”变成“太湖三傻”……全国人民不管看不看球，过去半个月几乎都刷到过这些梗。

作为一项地区性赛事，“苏超”5月10日开幕时还默默无闻，不到一个月就火遍全网，被网友们捧成“超”字辈——足球圈的“顶流”待遇。
又是草根赛事，又是足球，从贵州“村超”到江苏“苏超”，都火了。火得似曾相识，却又各火其火，火火与共。

“苏超”前三轮18场比赛观众共19.57万人，最高一场22613人，逼近中超联赛前13轮场均人数（24371人）。第三轮6场比赛的线上观赛人次突破1700万。在多地宣布启用更大球场后，票房无疑将再创新高。

目前，各大社交平台含“苏”量超标，不少体育平台还“苏超”设置专区，就在英超德甲“隔壁”。银联商务数据显示，端午节假期前两天，江苏省异地文旅消费额65.57亿元，占全国文旅消费总额的10.8%；据美

团旅行数据，端午节的3日至8日，江苏省景区预订量同比增长305%。

“村超”和“苏超”，火的逻辑很相似，都是以体育搭台，让文旅唱戏，促经济发展；都是满场欢呼，刷屏点赞。
“村超”和“苏超”也各有各的火法。从村里到城里，从西南山区到东南沿海，人文特色不同。因此多彩贵州的“村超”凸显民族文化、村味浓郁。而在“散装江苏”的“苏超”，“十三太保”等老梗，在官媒主动下场“仗义”自媒体、网友二创后，玩出“没有人情，只有事故”“没有假球，都是世仇”的新梗。懂的都懂，不懂的现在也懂了。

一个是村寨的聚会，各个民族齐欢乐；一个是城市的较量，齐心协力搞“对抗”。无论是群众主创还是政府主导，都深深扎根于当地人文底蕴中，都把球踢到了老百姓心坎里。

也只有接地气、聚人气、扬文气，才能不断踢出“人文经济”的好球。

文旅局长笑哈哈
“苏超”第三轮恰逢端午节期间，排名垫底的“十三妹”常州又因乌龙球负于扬州。网友们在津津乐道“常州终于有龙了，叫乌龙”等热梗时，意外发现三连败的常州竟是本轮最大赢家！

比赛前两天，主场作战的常州就放了“大招”：全市A级景区对持扬州身份证游客免门票。以“看球”为引，以赛事为媒、文旅为核、服务为桥，常州在各大景区推出丰富活动、扬州游客专属通道等“宠粉”操作，把网络流量变成文旅增量。

这是一次赛事引流与节日叠加的精

准卡位。短短3天时间，常州共接待扬州游客15万人次，中华恐龙园、淹城春秋乐园、淹城野生动物园等景区单日扬州游客占比超过一半。“吃瓜群众”们惊呼，输麻了的常州其实“赢麻了”，“体育局长的委屈，都化作了文旅局长的笑容”。

其他5个主场城市也没闲着。南京结合“票根经济”，为持票观众提供前后一周内的指定场景优惠；镇江对客队宿迁市民免费开放景区……数据显示，第三轮6个主场城市的银联异地渠道文旅消费总额增长14.63%，远高于同期的全省数字。

第四轮比赛又将于14、15日举行，尝到了甜头的各地持续发力。连云港、南通均针对所有持“苏超”票根的游客推出免门票、餐饮交通优惠等政策。扬州市5日宣布，所有主场比赛日所在的周末，国有收费景区将对省内其他12市市民实行日间免费入园。

在一个经济强省的城市联赛中，那些榜一之争、美食PK和“拉客”大战，实则蕴藏着各地市不甘落后的精神面貌和市场活力。

扬州市文化广电和旅游局副局长戴斌说，“十三太保”你追我赶一家亲，都希望持续将赛事流量转化为经济社会发展的增量。

体育局长不委屈
散装江苏，集体破圈，借着体育搭台搞经济的本事为何这么整齐划一？对此文旅局长和体育局长的回答可能会有些“凡尔赛”：“无他，但手熟尔。”

“手熟”是江苏各地多年来文旅深度融合的结果。近年来，体育赛事拉动消费、带动经济的多元功能不断凸显，作为体育大省，江苏每年要举办100多项全国以上级别体育赛事，可要打好体育牌，办赛只是第一步。

江苏省体育局局长陈少军直言，除了少数赛事，多数赛事的本身是亏钱的，但办赛要算大账，“大账在于拉动效应、城市品牌”。

一场赛事办得值不值，要看融得好不好。中国街舞联赛已经连续多年在南京江东历史街区举办，拉动街区营业额明显上涨，“明城墙下跳街舞”成了“金字招牌”；无锡马拉松每年吸引大量外地跑友，今年在餐饮、住宿、交通、旅游、展厅销售和会展服务等方面共产生经济效益5.05亿元……

回到“苏超”，虽然刚开始不久，但已有业内人士估算，预计全年带动消费将以亿计。最近一周，竞赛组织方江苏省足协、赛事运营方江苏省体育产业集团和各地市都有了“幸福的烦恼”——找过来想赞助、谈商务合作的人太多了，“忙不过来，根本忙不过来”。

“城市品牌”则更具长尾效应。“苏超”中，无论是淮安和扬州的“淮扬菜正统一之争”，还是南京与无锡的“盐水鸭”对决“水蜜桃”，无论是花果山所在地连云港与吴承恩老家淮安的“西游”德比，还是徐州与宿迁的“楚汉争霸”，满满历史典故，全是特产风物，成功擦亮城市特色名片。

“苏超”不仅踢了场好球，还拉着13个地市齐齐上大分。

从这个角度看，体育局长们不但不用委屈，还可以骄傲一点。

今年高考期间，为了给广大考生提供更多的支持与帮助，工商银行江门分行（以下简称“江门工行”）依托网点“工行驿站”积极开展2025年“工行驿站”“驿启新生活”系列活动，通过助力便民志愿服务、助考关爱服务等毕业季系列活动为考生护航，积极履行社会责任，践行金融为民初心。

江门工行网点内的“工行驿站”化身“助考加油站”，为考生和家长提供了一系列贴心服务，工作人员耐心解答考生和家长的各类问题，为他们提供心理支持和鼓励。同时，还准备了包含文具、饮用水、防暑药品在内的助考包，以及其他学习用品，以备考生不时之需。

工作人员还主动与考点学校沟通，通过在校外设置宣传展板、发放宣传资料等方式，打造网点外的“工行驿站”，向考生和家长普及理性消费、合理借贷、个人信息保护、个人诚信等金融知识，帮助青少年树立正确的金融观念。同时，结合工银e生活App上的“毕业季”等主题活动，引导考生了解留学、求职、职场能力等实用信息及工行服务举措。面对驻足关注的学生和家

长，工作人员通过生动形象的案例分析、互动问答等方式，帮助他们进一步解金融知识、珍惜个人征信。

江门工行表示，将以此次活动为契机，不断优化“工行驿站”服务，将其打造为传递金融知识的亮丽名片。

工商银行江门分行：“工行驿站”为考生护航

今年高考期间，为了给广大考生提供更多的支持与帮助，工商银行江门分行（以下简称“江门工行”）依托网点“工行驿站”积极开展2025年“工行驿站”“驿启新生活”系列活动，通过助力便民志愿服务、助考关爱服务等毕业季系列活动为考生护航，积极履行社会责任，践行金融为民初心。

江门工行表示，将以此次活动为契机，不断优化“工行驿站”服务，将其打造为传递金融知识的亮丽名片。

七部门部署推动 食品工业数字化转型

新华社北京6月10日电 记者10日获悉，工业和信息化部、教育部、人力资源社会保障部等七部门日前联合印发方案，加快推动食品工业数字化转型升级。

根据七部门印发的《食品工业数字化转型实施方案》，到2027年，重点食品企业经营数字化普及率达80%，规模以上食品企业关键工序数控化率、数字化研发设计工具普及率均达到75%，培育10家以上智能工厂，建设5个以上高标准数字化园区，培育一批高水平食品工业数字化转型服务商。到2030年，新一代信息技术在规模以上食品企业基本实现全方位全链条普及应用，培育一批具有国际竞争力的食品工业数字产业集群。

围绕发展目标，方案部署实施信息技术创新应用、新模式新业态培育、产业提质升级、筑基聚力赋能4大行动，并细化为18项具体措施，对乳制品制造、酿酒、精制茶制造等细分领域加强分类指导，坚持因地制宜、因业施策、一企一策，推动食品工业数字化转型。

食品工业是国民经济支柱产业和基础民生产业，在稳增长、保供给、惠民生、促发展等方面发挥重要作用。据统计，目前我国食品行业重点工业企业数字化转型率、数字化研发设计工具普及率分别达63.3%、72.8%，乳制品、饮料制造等领域龙头企业智能工厂达到领先水平。

直播电商如何加强监管？
市场监管总局回应社会关切

新华社北京6月10日电 市场监管总局10日发布《直播电商监督管理办法（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。制定这一办法的主要考虑是什么？如何规范直播电商行业乱象，营造良好的网络交易环境和消费环境？市场监管总局网监司相关负责人进行了回应。

近年来，直播电商行业发展迅速，在促进消费、扩大就业等方面发挥了积极作用，同时虚假营销、假冒伪劣等乱象逐渐显现。直播电商行业相关主体责任落实不到位，一些平台对直播带货商家资质和商品质量审核不严，一些商家和主播及相关机构质量意识淡薄，重营销、轻质量，重成交、轻售后，追逐短期利益，损害了广大消费者合法权益，影响了直播电商行业规范健康发展。

这位负责人表示，对于直播电商新业态新模式，征求意见稿坚持监管规范与促进发展并重。在着眼于促进行业规范健康创新发展的同时，坚持问题导向、有针对性地规范直播电商行业乱象，进一步明确直播电商行业各参与主体的法定责任和义务，维护广大消费者和经营者合法权益，维护公平竞争的市场秩序。

征求意见稿结合直播电商行业特点，着眼于构建直播电商行业的一般性、基础性、普适性监管制度，规范不同主体在从事直播电商经营活动时的基本法律义务和义

务，明确对违法违规行为的监管手段。在加强对交易行为监管的同时，征求意见稿提出探索对违法违规主体的流量监管，推动对自然人主播、数字人等监管，推动建立直播营销人员培训、黑名单管理等制度。

相较于传统电商，由于直播间运营者、直播营销人员服务机构和直播营销人员等主体的加入，直播电商的参与主体更加复杂，交易链条更长，外溢风险增加，给监管带来新的挑战。

征求意见稿明确了直播电商平台经营者在违规处置、资质核验、信息报送、培训机制、分级管理、动态管控、公示等方面的责任。要求平台经营者建立健全平台协议规则，损害了广大消费者合法权益，影响了直播电商行业规范健康发展。

此外，征求意见稿依据电子商务法、网络安全法、消费者权益保护法等法律法规，从具体操作层面，对相关主体应当履行的责任和义务予以进一步明确，对相关法律法规中的监管要求进行整合细化，符合直播电商行业特点，助推平台企业等相关主体责任担。

2025长春光博会开幕
6月10日，观众在2025长春光博会参观。

当日，2025长春国际光电博览会·Light国际会议（简称“2025长春光博会”）在长春东北亚国际博览中心开幕。

2025长春光博会以“光电引领 新质未来”为主题，聚焦光电信息领域的前沿技术和最新产品，通过搭建科技与市场、项目与资本、产业与人才的对接交流平台，助推光电行业发展。

中企助力西非“可可王国”产业升级

新华社阿比让6月10日电 6月的科特迪瓦，刚刚到来的雨季为人们带来一丝清凉，满载可可豆的卡车在经济首都阿比让西北部PK24工业园排成长龙。工业园中的银灰色厂房内，中国工程师正与科特迪瓦工人共同调试传送设备，空气里弥漫着烘焙可可的醇香。这座由中国企业承建、施工的阿比让可可加工厂本月即将正式交付，标志着这个西非“可可王国”产业升级迈出关键一步。

“我们终于在自己的土地上加工可可了！”种植户埃蒂安·夸库·卡米耶向记者感慨道。他拥有10多公顷种植园，就在加工厂不远处。

32岁的卡米耶从事可可种植行业已逾十年，“以前可可未经加工就运往国外，现在中国企业帮我们改变了这种状况。”他特别珍视这座中企合作的大型可可加工厂——作为弗拉斯特罗品种的种植者，

他格外珍视这次培训机会：“我亲眼见证可可变成巧克力的全过程，非洲需要这样先进的生产方式。”在电气安装区，技术员若埃尔·尼亚米恩带领团队进行调试。“虽然初期语言沟通有障碍，但现在配合默契。这里的设备更现代化，流程更精简。”

“中国的农业发展经验是非洲国家的重要参考。中企不仅建设工厂，更带来产业链升级的解决方案。”科特迪瓦国务部长兼农业部长阿朱马尼在日前闭幕的科特迪瓦第七届国际农业和动物资源展上高度评价中企农业合作。

科特迪瓦是世界最大的可可生产国和出口国，约占全球产量的40%。2024年，科特迪瓦可可产量约为200万吨，其中可可豆出口超140万吨，本地加工率仅为30%。目前，科特迪瓦规模化可可加工厂约有15家，集中于阿比让和圣佩德罗两地，

绝大多数为外资所有，欧美等发达国家主导着可可加工及巧克力销售市场。

等到阿比让可可加工厂投产后，相当比例产品将销往中国市场。与此同时，科特迪瓦加速推进“2030年实现100%本地加工”计划，政府近期将推行收购制度改革，通过发放可追溯的农户认证卡，保障种植户权益。

在PK24工业园内，中两国技术人员仍在进行正式投产前的最后优化。这座凝聚两国合作智慧的工厂，即将开启科特迪瓦从“可可原料产地”向“可可加工基地”的转型之路。当流水线运转起来，输送的不仅是醇香的可可产品，还有一个国家掌握产业链自主权的信心。

阿比让港区，即将启运的可可产品集装箱整齐排列。“我们要让更多国家爱上科特迪瓦制造的巧克力。”卡米耶站在岸边眺望远方。