明确方向 坚定信心

——民营企业坚守主业做强实业观察

新华社北京6月16日电 民营经济，推进中国式现代化的生力军，实现高质量发展的重要基础。

当前，我国民营经济已经形成相当的规模、占有很重的分量。民营企业数量占企业总数92%以上；国家高新技术企业中民营企业有42万多家，占比超92%。

坚守主业、做强实业，是民营经济实现高质量发展的内在要求。放眼全国，众多民营企业立足自身优势，明确发展方向，坚定前行信心，以实业打造实现高质量发展的“硬脊梁”。

聚焦控制阀，宁夏吴忠仪表有限责任公司深耕了60多年。

控制阀有多重要？它是流程工业自动控制系统的执行部分，可精确控制流量、压力、温度、液位四大热工参量，对流程工业系统的安全、质量和高效运行有着重大影响。

吴忠仪表成立于1959年，1998年成功上市。“上市之后，我们曾一度乱了方向。”吴忠仪表公司总工程师王学朋告诉记者，由于盲目跟风水电器表等领域，企业在控制阀领域的核心优势遭到削弱，市场份额被逐渐蚕食。

“市场竞争激烈，擅长的才是难以被替代的。”吴忠仪表原董事长马玉山说。明确症结所在，企业痛定思痛，决定专注控制阀。

瞄准优势精准发力，企业焕发勃勃生机。今天的吴忠仪表，已输出设备300余万台（套），攻克数十项“卡脖子”工序，凭借控制阀成长为专精特新“小巨人”企业。

全国工商联发布的“2024中国民营企业500强”显示，制造业企业数量占500强比例为66.4%，占比连续3年实现提升。越来越多的民营企业在聚焦实业、做精主业中走上高质量发展之路。

坚守主业并非故步自封。让实业之路通达开阔，必须始终守住创新这个内核，以核心技术为支点，充分发挥企业核心竞争力。

广州明珞装备股份有限公司的成长之路，是一条以创新做强实业的发展之路。

总拼系统，是汽车焊装生产线上最核心的环节，一旦出现质量问题会增加车辆的报废率和制造成本。许多汽车制造商在总拼系统方案选择上非常谨慎，总拼系统国内市场曾长期被国外厂商垄断。

明珞装备下定决心，要和国外企业“分个高下”。经过夜以继日的技术攻关与初期“半卖半送”向制造商推销自研系统，总拼系统方案终于“落地开花”，得到北汽、吉利等多家国内厂商青睐。

如今，明珞装备的总拼系统已经更新至第三代，进入美国、德国、日本等传统汽车制造强国。

“时代在前进、技术在进步，但企业的方向始终如一。”明珞装备创始人姚维兵语气坚定，“始终紧抓汽车制造未来发展趋势，深耕智造领域创新解决方案，赋能制造业高质量发展与转型升级。”

以创新强实业，以实业促创新。深圳市科曼医疗设备有限公司专研呼吸机技术，新生儿呼吸机领域市场份额国内第一；宁夏鑫晶新材料科技有限公司发力高纯石英坩埚材料研发、生产及销售，实现国内市场占有率二成以上……创新，推动民营企业将主业优势延伸至新兴领域，在产业变革中不断进化。

科技强内功，机制添活力。借助政策与制度增强发展依托，是企业坚守主业、做强实业的重要途径。

大连第一互感器有限责任公司，是中国互感器行业主导企业之一。为了更好地让青年人才助力发展，企业创新导师制培养模式、兑现人才补贴，并依托政府设立辽宁省级企业技术中心和大连市级可靠性研究工程实验室，吸纳技术人才，专注互感器的研发与推广。

汇众智、集众力，企业近年来实现采购、生产、质量等数据的集成共享，有效降低650万元供应链管理成本及20%左右的制造和物流成本。

在做强实业的路上，不断完善的政府服务助力民营企业行稳致远。

作为辽宁省首例企业信息变更“一件事”的受益者，瑞谷科技（大连）股份有限公司尝到了甜头。“现在，企业变更登记、税务登记等事项通过相关平台，只需一次申请即可办成，我们可以将更多精力放在精密轴承的研发与制造上。”企业工作人员吴世杰说。

瑞谷科技的经历，是政策惠企的剪影。持续深化“高效办成一件事”改革、支持优质中小企业加快对接多层次资本市场、深入开展专精特新“小巨人”企业高级经营管理人才培训……各地各部门群策群力，成为民营企业锻长板、守主业、强实业的“引路人”。

今年5月，《中华人民共和国民营经济促进法》施行，明确规定“鼓励民营经济组织做优主业、做强实业，提升核心竞争力”，为民营企业坚守主业、做强实业提供法律保障。

工业和信息化部相关负责人表示，将不断加强服务保障，持续营造良好营商环境，支持广大企业家坚守主业、做强实业，加强自主创新，坚定不移走高质量发展之路。

枝繁叶茂，须扎稳主根。锚定坚守主业、做强实业不动摇，民营企业必将迎来更广阔的发展天地。

LABUBU大火，“中国创造”做对了啥？

新华社北京6月16日电 一只名为LABUBU、有着标志性“龅牙”和狡黠笑容的毛绒玩偶，正以意想不到的方式释放巨大能量，拨动着全球年轻消费者心弦。

从社交平台上的“开箱狂欢”，到海外门店前彻夜排队，再到拍卖会上成交价高达108万元的初代LABUBU……这个由中国企业泡泡玛特打造的小怪兽玩偶，不仅在世界范围内成为年轻人情绪表达和文化认同的出口，也让“中国创造”成为“顶流”。

初看有点“怪”，再看有点“可爱”的LABUBU，打破传统审美“套路”，既保留了毛绒玩具萌的一面，又赋予其搞怪、叛逆的性格。“亦正亦邪”的气质精确瞄准了年轻人“做自己”的渴望。正如一位网友的评价：每当看到LABUBU的坏笑，都感觉它在说，别管别人怎么看，做自己最重要。

LABUBU的“破圈密码”并不复杂：不仅通过盲盒带来随机惊喜，还在全球进行了很多好玩的文化联动，更得到了不少明星名人的喜爱认可。随着不断破圈传播，年轻人讨论转发、收集购买，LABUBU变成了一种社交“硬通货”。

在泰国曼谷的泡泡玛特店内，一名女子在LABUBU玩偶前自拍。新华社发

LABUBU所在的中国潮玩产业，产业规模从2015年的63亿元飙升至2023年的600亿元，增长近10倍，2026年有望突破1100亿元大关。在LABUBU等产品的撬动下，一季度泡泡玛特业绩同比增长超160%，海外市场增速更是超470%。业绩的爆发，也带动了泡泡玛特等“新消费”企业股价不断走高。

这背后，是“Z世代”关于消费价值判断的深刻变化。年轻群体消费，早已不满足于产品单纯的功能属性，而是更在意情绪价值、体验价值和社交属性。

连接设计创意、精密制造、文化传播与消费体验，这条全新的产业链条，不仅在国内，也在海外展现出巨大的经济动能。

看国内，中国已经在2023年成为全球第四大IP零售市场，全年IP零售额接近1000亿元。从人均IP消费来看，中国远低于市场总量排在前10的其他国家。这也意味着，中国潮玩、中国IP市场还有很大增长空间。

政策暖风频吹，正在为国货“潮品”、“IP消费”营造良好的发展环境。今年3月印发的《提振消费专项行动方案》明确提出，“开拓国货‘潮品’国内外增量市场”“支持推广消费新业态新模式”。商务部明确，促进“IP+消费”，畅通IP授权、商品开发、营销推广全链条。

看海外，从最早掀起出海浪潮的3C数码到这几年火起来的新能源汽车，从电商平台到电子游戏，越来越多的中国品牌打出了国际知名度。

这次走到C位的，是中国潮玩品牌。海外“一BU难求”、全球社交媒体讨论热度居高不下……中国潮玩正在刷新着海外消费者对中国文化品牌的认知。

从“中国制造”迈向“中国智造”“中国创造”，中国产品和中国品牌在产业链上持续深耕、一路攀登，一次又一次证明了自己在各个领域的竞争力。

风靡全球的潮玩创意展现着中国原创IP走向世界的信心与力量。融入更多中国元素，汲取世界各地的创意养分，中国文化品牌将赋予全球潮流文化新的内涵，打造出更多来自中国的爆款。

纵观近年来火爆出圈的中国文创产品，无论是黑神话悟空、哪吒，还是LABUBU，中国文化IP走向世界，不再满足于简单的形象输出。蕴含文化价值的“中国创造”，为全球年轻人提供充足的情绪共鸣和价值认同，因此产生可观的全球“吸金”能力。

对美好事物的追求和对美好生活的向往不分国界、不分民族。LABUBU大火，是用世界听得懂的语言讲述中国创意、中国品质与中国文化的吸引力。有理由相信，以LABUBU为代表的“中国创造”，正在创新“中国故事”的表达，与世界共享创新机遇，让各国人民有更多机会感知越来越“酷”的中国。

76秒，下线一辆车！

——在小米汽车工厂感悟分秒间的创新力

新华社北京6月16日电 占地面积超70万平方米，相当于100个足球场大小的超级工厂；每76秒就可以下线一辆新能源汽车，我国车企生产的一些新纪录在这里诞生……京郊午后，阳光将小米汽车工厂银灰色的巨型厂房轮廓勾勒得棱角分明，车间内涌动着创新的脉动。

更智慧、更柔性、更绿色——这是现代化汽车工厂的新气质，数字技术全链条全方位对生产线赋能，人工智能与机器人技术以前所未有的速度重塑生产逻辑。参加“活力中国调研行”主题采访活动的记者们不禁感叹：汽车制造业加速步入智能时代。

“推开”压铸车间厚重的隔音门，富有生命力的“智造”韵律扑面而来：9100吨一体化压铸机，如同一只钢铁巨兽，将炽热的铝合金溶液注入模具。“传统后地板件需要70多个零部件焊接，现在一次成型。”车间的工程师介绍，这个大块头的压铸设备全球领先，彰显着汽车制造业挑战高峰的勇气与实力。

一路穿行车身车间腹地，记者感受最深的不是单一机械臂飞舞作业，而是超700个机器人有条不紊地作业，各自繁忙又浑然一体。“嗒、嗒、嗒”，现场的机械马达低鸣与气动工具嘶鸣声此起彼伏。在200多道关键工序中，自动化率达到100%。

安全是一辆新能源汽车的生命线。小到一个压铸件的内部结构，大到整车结构安全、电池安全，容不得一丝一毫的疏忽。

记者在现场看到，大压铸件成型后，就像人在医院体检一样，由X光机连拍28张片子，电脑中自研的AI质检技术代替人眼识别，效率能提高几十倍。“0.01毫米偏差都会触发警报，以前靠老师傅手感，现在靠数据说话。”技术工程师说。

时间拉回到2021年3月，小米宣布造车，引发社会广泛关注：从手机厂商转入汽车这一崭新的赛道，小米能行吗？小米集团创始人、董事长兼CEO雷军说：为梦想而战，不怕失败！

创新，很多时候需要一股死磕到底的劲儿。从底层核心技术做起，核心材料自研，安全把关严苛，认认真真造一辆好车……仅仅14个月，小米交付了超25万辆车。敢于同全球最强的对手比拼，小米SU7 Ultra量产车在德国纽北赛道上跑出7分04秒957的圈速，成为纽北赛道史上最快的量产电动车。

从智能手机、智能家电，到智能工厂、新能源汽车、自研芯片，硬核科技新赛道“从0到1”如何跨越？

在雷军看来，创新持续投入的重要性不言而喻：“坚定‘技术为本’的铁律，小米过去5年投入超1000亿元用于研发，在很多核心能力上取得了长足的进展，未来5年计划再投入2000亿元，继续冲刺新一代全球硬核科技的新高峰。”

创新不是低水平重复。“过去5年，我们坚定推进高端化战略。”雷军说，面对汽车市场的激烈竞争，小米秉持长期主义，提升硬核竞争力，注重消费者的多样化需求，在大市场中与产业链伙伴一同向价值链高端迈进。

土生土长的小米，扎根北京“长”了15年。

“15岁的小米，成长壮大离不开北京这片创新沃土的滋养。”雷军说。“软”环境的支持，“硬”政策的支撑，孕育了一批像小米一样的创新企业，在新赛道上向前奔跑。

数据显示，北京全社会研发投入强度连续6年保持在6%以上，持续提升企业服务水平，2024年底实现了专精特新企业突破1万家、总营收突破1万亿元，国家级“小巨人”企业突破1000家的目标。

创新不停步！用10多年的长期投入持续攻关核心技术，今年5月，小米自主研发设计的首款3纳米旗舰处理器“玄戒O1”正式亮相；今年6月底，小米汽车首款SUV车型YU7即将正式上市……

“制造业是我国立国之本、强国之基。作为中国制造业发展的建设者和受益者，我们既要让广大消费者享受科技带来的美好生活，也要在科技创新的道路上持续奔跑，让世界看到中国‘智’造的新高度。”雷军说。

中国跨境电商年出口规模突破2万亿元

新华社6月16日电 在6月16日开幕的2025年中国·廊坊国际经济贸易洽谈会上，海关总署统计分析司介绍2024年我国跨境电商进出口情况时说，2024年中国跨境电商出口规模突破2万亿元人民币，达到2.15万亿元人民币，比2023年增长16.9%，跨境电商规模再创历史新高。

“今年以来，我国经济持续回升向好，货物贸易在外部压力下仍保持着较强韧性，跨境电商进出口继续保持增长势头。海关对企业调查显示，超七成企业对2025年跨境电商进出口预期为平稳或增长。”海关总署统计分析司副司长蔡俊伟说。

最高法发布典型案例

剑指网络消费那些“坑”

新华社北京6月16日电 七天无理由退货被拒、承诺的优惠说没就没、演唱会门票无条件退票受阻……网络消费快捷方便，也暗藏不少令人防不胜防的“坑”。最高人民法院16日发布5件网络消费民事典型案例，警示商家诚信经营，依法维护消费者合法权益。

网购“七天无理由退货”，说不支持就不支持？

胡某在网上买了一款女士手提包，购买时店铺页面显示该手提包不支持七日无理由退货。胡某收货后于七日内申请无理由退货，被店家韩某拒绝。胡某诉至法院，请求判令韩某承担退货退款责任。

审理法院认为，虽然韩某在商品详情标注了不支持七日无理由退货，但并未合理说明该手提包性质属于不宜退货的理由，也未举证证明适用七日无理由退货会导致商品价值的大幅度贬损或给经营者造成重大损失。最终判决韩某退还货款，同时胡某退还该手提包。

这个案子也提醒商家，虽然经营者可以依法与消费者约定不适用七日无理由退货，但不得任意扩大范围，让消费者“敢消费”“愿消费”“放心消费”。

付款后翻脸不给打折，“限时优惠”谁说了算？

一起案例中，某家具公司开展床垫促销，规则为某日20时开始付定金，前50名付定金者享受半价优惠。但实际上，该公司当日19时33分就开始接受定金支付。

张某于19时40分支付定金100元，同时向客服人员发送了当时预定人数为15人的截图。客服告知张某有机会享受半价优惠，张某便支付了订单尾款。然而，公司此后公示的优惠名单中并无张某，并称张某未在活动时间内下单，不符合优惠条件。

法院对此认为，张某支付定金后即告知客服人员，客服人员并未指出其付定金时间不符合促销规则，并表示张某有机会享受优惠。若客服人员在张某告知时即指出其付定金不符合规则，张某完全可以先取消该订单并在20时后支付定金，进而促成符合优惠条件。家具公司在促销活动中存在误导行为，应承担相应责任。法院判决，公司返还张某一半价款。

网购演唱会门票，说好的无条件退票却只限退一张？

方某在某票务平台同时在线购买2张演唱会门票，购票页面说明：购票后48小时内可办理无条件退票。在销售阶段同一购票人、同一购票账户仅享有一次退票权益，在产生一次退票后，如再次购买同场次演出票，将不能退票。

因行程有变，方某向平台申请退票，其中一张退票成功，另一张却拒绝退票。经方某多次请求，该平台仅向方某退还第二张票款的80%。

法院认为，案涉门票并非方某退票后再次购买，平台不能依据上述条款拒绝向方某全额退还票款。对于退票规则，应作出更有利于方某的解释。法院判决，平台向方某退还剩余的20%票款。

该案提醒经营者，在拟定演唱会门票等票证的退票规则时，应当清晰明确，防止出现歧义。当经营者拟定的退票规则有多种解释时，应当作出有利于消费者的解释，充分保障消费者的知情权和自主选择权。

同时，典型案例还涉及直播营销中的经营者欺诈行为、网络服务提供者过度收集个人信息等。

武汉新增10条低空物流航线

6月16日，在汉商低空港停机坪，一名工作人员给无人机装配货物。

当日，飞行服务航线连接武汉三镇（武昌、汉口、汉阳）核心区域的汉商低空港正式投营。据了解，汉商低空港由汉商集团旗下汉商低空科技有限公司建设运营，目前形成由1个数字化实时调度平台、2个智慧指挥中心、22个智能停机坪组成的专业化低空物流运营体系，带来10条新增的低空航线，主要服务于海鲜、鲜切花、医药品等商品的配送和应急保障，可实现飞行路径动态规划、设备状态实时监测与货物全流程追溯。 新华社发

上海出台科技保险新政策

全链条护航科技创新

新华社上海6月16日电 发挥科技保险支持创新的减震器和稳定器作用，16日，国家金融监督管理总局上海监管局、上海市科学技术委员会发布《关于推动上海科技保险高质量发展的指导意见》。

作为上海首个系统性推进科技保险发展的文件，意见通过顶层设计、机制创新、政策协同及市场驱动4个维度统筹推进，明确提出5项重点任务16条具体举措。

顶层设计方面，意见系统性提出覆盖科技创新全链条、科技企业全生命周期的科技保险发展框架，聚焦重大科研项目、前沿科技攻关、中小企业创新和企业出海战略4个重点方向，推动保险供给向系统性升级，突出对基础研发、成果转化、产业化等关键环节的风险保障。

机制创新方面，意见强调以专业化经营和数字化赋能为主要抓手，推动科技保险提质增效。例如，意见提出“专项考核、专属产品、专业人才、专营机构、专用技术、专配系统、专线监管”的发展原则，引领保险机构向科技领域深度转型。深化科技应用，上海将探索将企业科创能力量化纳入保险定价体系，试点“沪科积分”精准定价机制。

政策协同是亮点之一。上海监管部门将联手建立协调推进机制，率先探索阶梯式保费补贴政策，实现财政资金的精准滴灌。意见还提出，将科技保险服务纳入上海市科技创新券政策支持范围，直接降低中小企业投保成本。同时，积极整合各方资源，共建跨部门专家库与数据共享机制。

市场驱动机制建设方面，意见提出，要发挥市场在资源配置中的决定性作用。鼓励保险机构深入科技园区、孵化器，精准匹配企业需求。支持中介机构发挥专业功能作用。同时，进一步健全风险分散机制，文件首次提出试点特殊风险转移工具，吸引社会资本参与风险分散。

国家金融监督管理总局上海监管局相关负责人表示，今年上海将围绕重点行业，进一步加大科技保险政策的补贴范围和补贴力度；加强与重点产业科技园区等的合作，扩大科技保险可保风险范围，探索科技领域风险减量管理。此外，上海也将夯实监管基础，完善监测指标体系，密切关注重点新型风险。