

# 潮起钱凯港

## ——“新时代的印加古道”铺就繁荣幸福路

五百多年前，印加古道以安第斯高原古城库斯科为起点，贯穿印加帝国广袤疆域，推动了政治、经济与文化的深度融合。今日的太平洋之滨，南美首个智慧绿色港口钱凯港一片繁忙，在波涛激荡中架起联通亚太与拉美的崭新海上通道。2024年11月，在习近平主席同秘鲁总统博鲁阿尔共同见证下，钱凯港正式开港，标志着中秘共建“一带一路”取得新的重大成果。习近平主席指出：“如今的钱凯港，正在成为‘新时代的印加古道’新起点。” 新华社利马8月2日电

### 印加古道的新时代回响

印加古道源自克丘亚语，意为“王者之路”，2014年被列入《世界遗产名录》。位于秘鲁首都利马以北约80公里的钱凯城历史悠久，向海而生的钱凯文化兴盛于公元1100年至1400年。秘鲁经济学家路易斯·巴斯克斯说，印加古道或曾穿越如今的钱凯地区，连接起当年星罗棋布的文化聚落。

2021年，随着钱凯港兴建，古老小城也迎来了发展新机遇。“此前这里几乎没有工业或大型商业活动。”秘鲁钱凯商业、工业和旅游商会会长尼洛·米兰达说，“愿钱凯抓住时代机遇，像东方明珠上海一样成为安第斯明珠。”

曾经的愿景如今正在变为现实：今年前5个月，钱凯港进出口总额突破7.77亿美元，预计钱凯港一期工程每年将为秘鲁带来45亿美元收入，创造8000多个直接就业岗位。

从高原石路到现代港口，互联互通与文明交流的精神跨越时空久久回响。如今的钱凯港正将“新时代的印加古道”延伸至大洋彼岸，开辟亚拉海新通道。

### 开辟互利共赢的繁荣之路

15世纪，自库斯科抵达印加帝国边

陲，需耗时两三个月。如今，钱凯港将秘鲁与遥远的中国直接联通，单程海运时间从约33天缩短至23天。

迈拉·维利卡所在的外贸公司从事进口中国家电业务，产品销往秘鲁等多个拉美国家。钱凯港启用后，公司每月从中国进口的商品达400个集装箱，物流成本下降，销量提升了五成。“时间就是成本，任何延迟都会影响售价和销量。”她说。

钱凯港的建成也惠及秘鲁周边国家。厄瓜多尔香蕉销售与出口协会数据显示，今年前5个月，厄对华香蕉出口同比增长45.56%，促成这一跃升的，正是今年2月开通的厄中新航线。该航线通过钱凯港连接厄瓜多尔的瓜亚基尔与中国上海，全程仅需27天。

中远海运集团旗下中远海运港口秘鲁钱凯公司常务副总经理何波介绍，今年前5个月，钱凯港集装箱吞吐量达9.44万标准箱，散杂货装货物达62.69万吨。已开通的6条航线不仅覆盖中国主要港口，还延伸至哥伦比亚、厄瓜多尔、智利、巴拿马等国，形成面向亚太和拉美的“双向通道”。

如果说印加古道是联通南美的陆地动脉，那么钱凯港则开辟了一条更广阔的亚拉海新通道。巴斯克斯说：

“钱凯港开辟了一条互利共赢的繁荣之路。”

### 打造可持续发展的现代化之路

“钱凯港项目通过航运和开放的视野打造面向全球的新互联互通体系。”中远海运港口秘鲁钱凯公司副总经理贡萨洛·里奥斯说。

记者在码头看到，自动化轨道吊精准运作，智能驾驶集装箱卡车来回穿行，数字孪生技术实时呈现作业动态，秘鲁青年坐在中控室远程操控机械臂精准抓取集装箱……

何波介绍，作为南美首个智慧绿色港口，钱凯港通过人工智能学习分析、数据驱动、物联网等技术集成，以“算力驱动”模式实现港区全天候24小时运行，货物作业流程自动化、可视化。钱凯港装卸、水平运输设备全部采用绿电驱动，作业过程零碳排放，为港口运行注入绿色动能。

“未来钱凯港将持续提升现有设备运行效率，不断增强港口的安全性与应急能力，向可持续与现代化发展稳步迈进。”何波说。

### 架起两大文明古国交融之桥

秘鲁是中国在太平洋对岸的“邻

居”，秘鲁人民亲切称呼中国人民为“老乡”，秘国会通过决议将每年2月1日定为“秘中友谊日”，秘鲁的中餐馆叫做“吃饭”。钱凯与上海，名称西班牙语发音相近的两座港城，如今以海为媒，正在书写两国友好往来的新篇章，“从钱凯到上海”已成为秘鲁人民的口头语。

里奥斯介绍，钱凯港半数以上员工来自当地，许多年轻人通过培训成为智能设备操作员。港区两国员工合作默契，共同庆祝节日，许多中国员工将秘鲁视为“第二故乡”。

2024年，库斯科印加博物馆举行“太阳之光：古蜀与印加文明互鉴展”，吸引约8000名观众。“秘中文明同时展出，不仅实现跨时空对话，也让观众找到彼此联系。”秘鲁印加博物馆馆长莫埃尼尔·帕塔塔回忆说，“不少嘉宾在这里建立起跨越万里的友谊。”

秘鲁国家考古人类学历史博物馆馆长拉斐尔·贝龙认为，钱凯港等基础设施项目不仅拉近了秘中两国的地理距离，更激发了彼此间的兴趣，加深了相互了解，将东方的繁华与拉美的多彩相连。“这种相互的开放与包容让钱凯港成为名副其实的‘新时代的印加古道’新起点。”

## 中国人民银行明确下半年重点工作 包括加力支持科技创新等

记者近日从中国人民银行了解到，中国人民银行将落实适度宽松的货币政策，加力支持科技创新、提振消费、小微企业、稳定外贸等，进一步深化金融改革和高水平对外开放，防范化解重点领域金融风险，扎实做好下半年各项重点工作，推动经济高质量发展。

中国人民银行近日召开的2025年下半年工作会议认为，2025年以来，金融支持经济持续向好力度加大，金融服务经济结构转型和高质量发展质效提升。6月末，科技、绿色、普惠小微、养老产业、数字经济产业贷款分别同比增长12.5%、25.5%、12.3%、4.3%、11.5%。

在部署下一阶段工作时，中国人民银行提出，要继续实施好适度宽松的货币政策，综合运用多种货币政策工具，保持流动性充裕，引导金融机构保持信贷合理增长。抓好各项货币政策措施的执行，畅通货币政策传导。

会议上，中国人民银行明确了服务实体经济的重点方向，提出做好金融“五篇大文章”，用好科技创新和技术改造再贷款政策，推动科技型中小企业贷款较快增长，加大“两重”“两新”等重点领域的融资支持力度，合理保障外贸企业融资需求。

记者了解到，中国人民银行将加快拓展贸易项下人民币使用，进一步提升人民币融资货币功能，优化本外币一体化资金池和境内企业境外上市管理政策。推进债券市场“科技板”建设和科技创新债券风险分担工具使用，扩大科技创新债券发行规模。深化国际金融合作，深度参与全球金融治理。

谈及防范化解重点领域金融风险，中国人民银行表示，将持续做好金融支持地方政府融资平台化债工作，有序推进重点地区和机构风险处置，进一步加强金融风险监测评估和宏观审慎管理。

(新华社)

### 上接A01版

成功融入国内市场，关键在于深刻了解本土需求。这反过来成为推动江门制造企业加速产品迭代升级的核心驱动力，成为内外贸一体化链条上的关键一环。

然而，企业转型之路并非总是一帆风顺。丽明珠集团在“SANGIEE山己”创立初期，第一批设计与顾客年龄定位有偏差的挎包在市场上遇冷。发现问题后，团队迅速调整设计方向，推出了深受消费者欢迎的挎包，“我们迎来‘柳暗花明又一村’。”李祝平说。这也让企业更深刻地认识到，转型绝非仅仅是市场的简单切换，而是需要依托国内市场精准定位消费群体、产品与价格，在此基础上开展设计开发产品，进行市场推广，这是一个环环相扣的运营系统。

在智能家居领域，国内市场对新趋势的快速反馈尤为明显。江门市贝尔斯顿电器有限公司销售总监彭海欣感受深刻：“国内市场对新事物的接受程度更高，市场反馈更快。当前主导市场趋势的反而是本土产品。”

在各大电商平台，美国品牌西屋的破壁茶饮二合一集成灶破壁机，通过叠加即热热水与自清洁功能实现“一机多用”。这款由贝尔斯顿自主研发、市场上独一无二的产品，其针对快节奏人群的免清洁功能，正是企业基于国内深度调研的成果。

广东亿科智能家居科技有限公司圆润复古的古风感应桶、简约时尚的小白方、太空堡等产品，实用性和颜值并存，受到消费者青睐。“我们建立用户反馈闭环，通过分析电商平台和社交媒体的用户数据、评论、话题，捕捉用户的潜在需求，并快速将这些需求反映到产品的迭代升级中。”该企业副总裁陈扬介绍，这样的策略让企业内销年增长率达30%左右。

品牌策略  
铸就“智造”新名片

在“以外促内、以内强外”的良性循环下，“江门制造”正经历一场从价值链底端的“隐形”代工者，向掌控研发、设计、品牌、渠道等核心环节的中高端“智造品牌”的跃迁，这是内外贸一体化发展的核心竞争力所在。

“若单纯把工厂的外贸货拿到国内市场卖，这是‘卖货’，不是真正的发展内销。而真正做好内销就要做好品牌。”李祝平深谙此道。丽明珠集团在品牌化发展上规划非常清晰。以“SANGIEE山己”为例，在品牌成立初期组织专业团队进行市场调研分析，精准锁定目标消费群体为25至35岁，热衷于追求格调与品质生活的都市白领阶层。每天两场电商直播，让“SANGIEE山己”品牌一款斜挎包上市一年累计销量已超万件。“openwater开放水域”开播第一天关注粉丝便达到上亿人次。

江门市商务局推荐，丽明珠集团参加了商务部举办的外贸优品走进国家部委系列活动首站，产品质量得到商务部领导的肯定。“我们最终目标是实现内外销结合，产能协同发展。”李祝平说，未来计划利用与世界知名品牌合作积累的口碑为内销“背书”，开发更贴合国内需求的产品、加速品牌孵化。

江门市贝尔斯顿电器有限公司在品牌化路径上选择了多品牌、垂直深耕的策略。除了自有品牌贝尔斯顿，还承接美国西屋品牌授权专研厨电研发，以此积累口碑和资源。“我们更关注品牌的垂直发展，2018年我们收购了意大利品牌毕玛，计划今年启用，专注咖啡机领域。”彭海欣介绍，“通过不同的品牌经营不同产品，建立高端专业的品牌形象。3个品牌在不同渠道同时销售，形成品牌高中低搭配，扩大市场覆盖面。”

广东亿科智能家居科技有限公司邀请了知名艺人张若昀担任品牌代言人，还进驻了国内一二线城市的高端商业中心、精品家居店，并开设专卖店和品牌专柜，精准触达高品质消费人群，进一步提升了品牌的市场覆盖率和影响力。

在新的市场环境下，江门的外贸企业正推动自身从传统代工向“智造品牌”的转型升级。这个过程中，一批企业正从国际市场的“幕后英雄”华丽转身为国内消费的“台前明星”，在内外贸协同发展创造新的核心竞争力。

## 哈尔滨：“冰城”打造夏季文旅新体验



作为中外闻名的“冰城”，哈尔滨的夏天也在不断“焕新”，来哈尔滨“避暑游”备受青睐。

近年来，哈尔滨不断挖掘历史底蕴，加快历史文化街区改造和老建筑活化利用。文旅新题材新亮点不断涌现，哈尔滨旅游逐步实现从“冬季爆点”向“四季长红”转型。

上图于7月26日，在第十届哈尔滨西餐文化节开幕式现场，花车巡游队伍前面的演员在表演舞蹈(无人机照片)。

右图为人们在哈尔滨市松花江畔戏水游玩(7月6日，无人机照片)。 新华社发



中央文明办 国家旅游局

# 文明旅游

## 每个人都是一道亮丽的风景线

