

十万列，中欧班列提升亚欧大陆互联互通水平

李心萍

汽笛声起，班列开动。

第10万列！15日10时20分，随着X8083次中欧班列缓缓驶出重庆团结村中心站，驶向德国杜伊斯堡，中欧班列跑出全新纪录。

刷新纪录！5月，突破9万列；11月，突破10万列，数据显示，中欧班列开行万列所需时间由开行之初的90个月缩短为现在的6个月。

千年前，络绎不绝的驼铃商队串起古丝绸之路盛景；如今，呼啸穿梭的中欧班列铺展合作共赢的时代图景。

2013年，习近平总书记提出共建“一带一路”倡议，中欧班列应运而生。10余年发展，中欧班列路网越织越密——

在境内，93条时速120公里图定中欧班列运行线联通125个城市；在境外，通达欧洲25个国家227个城市以及11个亚洲国家超过100个城市。

物流，经济的血脉，畅通经济循环的重要环节。奔驰不息、联通万里的中

欧班列“钢铁驼队”，促进贸易联通，助力经贸发展。

每周“去7回6”，双向开行基本均衡，10万列班列装载超1100万标箱货物往来亚欧大陆，货值超4200亿美元，货物品类达53大类5万余种。

每周，一列列搭载着欧洲商品的中欧班列从荷兰发车，穿越山河，向东前行，抵达我国口岸。荷兰新丝绸之路物流公司医疗保健运输销售主管杰夫·莫莱纳尔斯点赞：“中欧班列能同时满足企业开拓欧洲和亚洲市场的需求，带来全新发展机会。”

德国的汽车、波兰的苹果、荷兰的奶酪、哈萨克斯坦的面粉……越来越多的班列沿线国家共享中国市场红利。2023年中波苹果贸易值同比增长23.2%。

与此同时，中欧班列让更多电子产品、家电、新能源汽车等“中国制造”以更快速度、更优价格到达中亚、欧洲，让中国制造扬帆出海。

中欧班列彰显开放魅力。

在国内，一批不靠海不沿边的城市，依托中欧班列成为对外开放新高地。山城重庆，依托中欧班列，外向型产业产值实现年均30%的增长；成都、郑州，成为进出口商品交易中心、现代化国际物流中心。

在国外，中欧班列催生了许多新的物流、工业、商贸中心和产业园区，为当地民众提供大量就业机会。德国杜伊斯堡港，因中欧班列的开通吸引了上百家物流企业落户，创造了2万多个就业机会；波兰马拉舍维奇口岸站，因中欧班列的开行业务量成倍增长，极大促进了当地经济社会发展。

习近平总书记指出：“中欧班列开行以来，保持安全稳定畅通运行，开创了亚欧国际运输新格局，搭建了沿线经贸合作新平台，有力保障了国际产业链供应链稳定，为世界经济发展注入新动力。”

中欧班列映照开放决心。

一趟班列，串联上百个城市、多种铁路运输规则，中欧班列的开行离不开我国推进高水平制度型开放的不懈努力。先后成立国内中欧班列运输协调委员会、七国铁路中欧班列运输联合工作组，中国有力推动国际铁路运输规则“软联通”；海关、铁路部门积极协作，研发投用95306数字口岸系统，大幅提升口岸通关效率和便利化水平……稳步扩大规则、规制、管理、标准等制度型开放，中欧班列提升了亚欧大陆互联互通水平。

铺画“每日一班”跨里海中欧班列图定线路，扩大全程时刻表中欧班列开行规模；推动中欧班列、中老铁路密切合作……日夜兼程的中欧班列，仍在不断升级，助推高水平对外开放走深走实。

跨越山海，追风赶月。中欧班列一路前行，跑出互利共赢“加速度”。

来源：人民日报

文创产品“出圈”非偶然

屈晓东

“被老祖宗的审美震撼到”“直击心灵的东方美学”……最近，一款文创产品风冠冰箱贴爆火出圈。这款冰箱贴以国家博物馆馆藏文物“明孝端皇后九龙九凤冠”为原型，短短3个半月售出14.5万个，成为近20年来国博文创“销冠”。

根植于中华优秀传统文化土壤、融合现代创意与科技的小文创，正以其独特魅力撬动着文旅大经济。“木质风冠冰箱贴”首批3000件产品在一天半内售空，“AR金属风冠冰箱贴”开售当天2小时内售出2300件。围绕“风冠”这一IP，国博陆续又开发了笔记本、徽章、雪糕等10余款系列产品，均受到消费者的喜爱。那么，引发网友连连赞叹的风冠冰箱贴为何能够受到消费者青睐？

精美的设计是其备受追捧的一个关键因素。设计师巧妙地将传统文化融入现代生活，让日常用品兼顾古典美学。珍贵文物也得以通过更生

动、更接地气的方式走进大众视野，让传统文化触手可及。透过各类文创产品，消费者还可以更深入地了解传统文化、感受文化底蕴，增强文化认同感和归属感。

从考古盲盒、“胖宝剑”到“绿马”表情包，这些案例向我们证明了，作为新的文化创意载体，文创产品已经成为文化自信的生动体现。

另一个关键因素是，随着生活水平的提高，除了物质消费需求外，人们越来越注重消费过程中的审美体验和精神享受。不少文创产品“出圈”正是契合了消费者的全新消费需求。2023年中国文创产品市场规模已达163.8亿美元，增速为13.09%。文创产业的蓬勃发展，不断激发着消费潜力，推动消费逐步升级。

文创产品的持续热销，反过来也拉近了文物与大众之间的距离，吸引了越来越多人走进博物馆，一睹文物风采。数据显示，仅10月8日至28日

期间，国博参观人数就达34.9万人次，比去年同期增长10%，呈现“淡季不淡”的景象。不仅如此，国博工作人员透露，生产风冠文创产品的代工厂员工人数增加了约50%。文创市场火热，在促进消费的同时，也带动了就业。

要更好地满足大众的文化消费需求，进一步推动经济增长，各地不妨持续深挖传统文化内涵，将文化资源优势转化为经济发展优势，以文化创意活力激发经济发展潜力。此外，各地在设计文创产品的过程中，还可以加强数字化、智能化技术的应用，如借助AR、VR、裸眼3D等，将文化与科技充分结合，实现文创产品创意升级。

任何一个文创产品的爆火均非偶然，而是文化自信与消费“双向奔赴”的必然结果。目前来看，如何让文创产品拥有持久的吸引力，进而助推文化产业长远发展，是摆在从业者面前的一道新的课题。

来源：经济日报

抓住农田水利建设黄金期

新华社记者 王立彬

岁月已晚，万物诉寒。当前全国大部分地区进入冬春农田建设关键时期，全国冬春农田水利暨高标准农田建设视频会议对有关工作作出全面部署。抓住农田水利建设黄金期，加大投资投劳力度，将会为来年江河安澜、农业丰收打一个好基础。

蓄水如蓄粮、修堰如修仓。今年以来的情况表明，凡是农田水利建设工作扎实的地方，抗灾排涝能力就比较强，农业收成就比较好。目前，从北往南，江河湖库陆续进入枯水期，农闲时期水利工程灌溉防洪任务减少，为农田水利建设施工提供了难得条件。要抓紧修复今夏以来水毁灾毁农田设施，进行沟渠清理、整修，在明年汛前打通易涝地区农田“毛细血管网”。要统筹修复水毁水利设施、农村供水设施、农田灌排设施，优先安排资金，尽快恢复农业生产能力，保障农村人畜饮水和农作物时令灌溉需求，确保明年开春农业生产顺利进行。

施工黄金期，要用好真金白银。目前，围绕改善农业生产条件，中央财政耕地建设与利用资金、增发国债、超长期特别国债等资金供应充足。加大高标准农田建设投入力度，可以提高农业生产抵御自然灾害能力、夯实国家粮食安全基础、增强农业生产韧性，更好稳定农业生产的“压舱石”作用，稳预期、稳经济。要多点发力，支持高标准农田建设，落实省级支出责任，完善多元化投入机制，在不断增加地方政府隐性债务的前提下，引导、鼓励社会投资和新型农业经营主体投入，把预算内资金、特别国债资金的杠杆作用发挥好。

冬春农闲，田闲人不闲。水利工程和高标准农田建设，工程规模大、资金规模大、劳动力需求大，可以带动农民特别是脱贫群众就业增收。农民是农田的使用者，对农田的好坏、工程的优劣，有最直接的发言权。要多征求种地人的意见，多吸收农村劳动力参与，充分调动集体经济组织和农民群众的积极性。农田水利建设，重在建设、难在管护，要让农民群众积极参与建、管、护、用，让农田水利建设成为提高农业产能、增加农民收入、改善农村生产生活条件的一大抓手。

莫把“摆平”当水平

严水泉

常听有人说，做工作“摆平就是水平”。乍一听，觉得不无道理。日常中有些情况下，强调工作要“不看过程看结果”，基于此，“摆平”无疑是一个好结果。然而，细细回味，“摆平”这个结果未必一定好，至少它经不起推敲。把“摆平”当水平，以“搞定”求稳定，是党性不纯、作风不正的具体体现，反映的是一种庸俗的工作作风。

事实上，“摆平”只是做了表面文章，存在的矛盾和问题却不会自动消失。有些干部把精力花在跑关系、走门路上，反而错过了解决问题的最佳时机。这就好比人身上长了疮疤，若

不及时“刮骨疗伤”，而是弄块光鲜细嫩的东西遮掩美化，结果是表面上顾全了面子，可实际上却烂了底子。面对工作中出现的矛盾和问题，不是尽心竭力去挖根源、析原因、找方法，而是千方百计捂盖子，费尽心机掩矛盾。究其原因，还是个人私心在作怪，怕“丢脸”“丢分”，影响自身形象和自身利益。以为只要想办法“搞定”，就不会给单位“抹黑”，也不会有人追究。“摆平”看似为救一时之急、图一时之快，实则是急功近利、自欺欺人的行为，终究后患无穷，与为民执政、科学执政、理性执政背道而驰。

由此说来，若要真正从维护单位

整体利益出发，我们不仅应从观念上制止“摆平”思维，更应从制度层面上杜绝“摆平”行为。要从内心深处识别发现问题是能力，揭露问题是觉悟，解决问题是政绩，汇报问题是党性，掩盖问题是违纪。一方面，上级机关要坚持原则，实事求是地查问题、找隐患，对发现的问题及时曝光，不给有“心”之人留有“摆平”的机会。另一方面，下级单位要敢于自曝“家丑”，在正视问题上有抛开情面的勇气，在开门揭短上有敢于交锋的精神，在思想交锋上有触动灵魂的态度，对出现的问题，应顺藤摸瓜查下去，斩草除根解决好。

来源：青海日报