

从“全球最大规模年度人员迁徙”读懂大国交通

新华社记者 许苏培

在不少外媒看来，中国春运作为“全球最大规模的年度人员迁徙”，不仅是中国经济发展的晴雨表，也是对其庞大交通系统的压力测试。蛇年春节将至，“流动的中国”再次展现满满的活力，成为世界观察中国经济高质量发展、读懂中国加快建设交通强国的重要窗口。

据中国交通运输部等方面预计，今年春运全社会跨区域人员流动量将达90亿人次，铁路、民航客运量有望分别突破5.1亿人次和9000万人次，均创历史新高。从出行结构看，自驾出行将稳居主体地位，预计将达72亿人次，约占全社会跨区域人员流动量的近八成，高速公路车流量单日峰值或创历史新高。埃菲社报道，在这场被称为“春运”的大规模人员流动中，便利的交通运输网络能发挥重要作用。美国“旅行和旅游世界”网站刊文说，2025年的中国春运是人类迁徙、现代基础设施和文化重要性的一次非凡展示。

逢山开路，遇水架桥，庞大运力的

背后是中国基建的强大支撑。近年来，中国建成全球最大的高速铁路网、高速公路网、世界级港口群，航空航海通达全球，中国高铁、中国路、中国桥、中国港、中国快递成为亮丽的“中国名片”。运输装备的迭代升级、交通网络的不断细化为经济高质量发展畅通“动脉”，也为“全球最大规模的年度人员迁徙”注入动能。“今年的春运潮是由强劲的基础设施升级推动的”“中国已成为铁路建设领域无可争议的世界领先者”“中国凭借全球最大的高铁网络加速奔向未来”……世界见证，中国从交通大国向交通强国稳步前进，交通成为中国现代化的开路先锋。

创新驱动，装备焕新，交通工具升级得益于中国制造向“新”而行的坚实底气。绿皮火车的记忆仿佛还在昨天，如今的春运已是列车飞驰、飞机起落、车流穿梭、轮船往来。今年有16架C919国产大飞机加入“服务”春运。上海、天津、广州等地开启邮轮游新热潮，“海上春运”预计突破10万人次。

选择自驾新能源汽车返乡的人数持续增长。为满足新能源汽车充电需求，截至2024年11月，全国高速公路服务区共建成充电站3.31万座，97%的服务区已配备充电设施。世界经济论坛官网刊文表示，中国拥有全球85%以上的快速充电桩，在充电基础设施部署方面处于领先地位。“随着新能源汽车、铁路和航空的进步，以及对可持续和便捷旅行的重视，全球最大规模的人员迁徙凸显了传统、创新和连通性的相互作用。”美国“旅行和旅游世界”网站这样评论中国春运。

大国交通，以民为本，硬核基建跑出加速度，春运服务也更有温度。大数据、云计算、人工智能等技术不断赋能春运，让乘客享受舒适便捷的出行体验，不仅“走得了”，更能“走得好”。在过去的十几年里，12306变得愈发强大和智能，已经成为高峰日均访问量超500亿次、日售票量超2000万张的全球最大票务系统。随着高铁外卖服务的普及，越来越多旅客实现了“走一路吃

一路”，让春节归乡的路更加温馨快乐。阿根廷《号角报》观察到，中国政府已要求有关部门尽最大努力确保旅客出行畅通，确保人民群众度过欢乐平安祥和的节日。

春运是改革开放以来中国特有的运输现象，与中国人讲求春节家庭团圆的传统相连，更与工业化的社会变迁、城乡人口流动息息相关。春运图景的变迁，映射着中国经济发展水平与基础设施建设的内在联动。从“要想富、先修路”这句中国老百姓口口相传的朴素话语，到如今“八纵八横”高速铁路网建设的成功实践，中国发展步履铿锵。不断提质升级的基础设施建设，助力一路畅行。

交通兴，百业旺。中国正奋力建设人民满意、保障有力、世界前列的交通强国，将继续坚持与世界相交、与时代相通，以自身发展为世界提供新机遇。在“全球最大规模的年度人员迁徙”中，世界可以看到中国美好的未来。

提高治理欠薪的制度执行力

李铁林

进一步巩固根治欠薪成效，要强化制度的执行力，把每一项举措都部署得更周密，把每一个环节责任都压得更实

岁末年初，正值农民工工资结算高峰期，也是欠薪问题易发高发期。忙碌了一整年的农民工，能否及时足额拿到工资，全社会高度关注。

前不久召开的国务院常务会议，听取了保障农民工工资支付工作情况汇报，要求进一步加大对欠薪突出问题的整治力度。此前，中办国办印发通知，要求“扎实开展治理欠薪冬季行动，依法打击拖欠农民工工资违法行为”。各地区各部门也出台了一些专项措施，取得积极成效。

当前，社会对不能拖欠农民工工资已有广泛共识，制度的篱笆也越扎越紧。比如，农民工实名制管理制度、农民工工资保证金制度、农民工工资专用账户制度等，能明显遏制欠薪问题的滋生。

也要看到，在复杂严峻的国内外环境下，部分行业欠薪问题有所抬头，经营不善、拖欠账款等非工程建设领域的欠薪问题有所增多。一些地方还出现了变相欠薪现象，如以购物卡、代金券、库存产品等支付工资。认真对待这些新情况、新变化，把不良苗头遏制在萌芽状态，方为上策。

进一步巩固根治欠薪成效，要强化制度的执行力，把每一项举措都部署得更周密，把每一个环节责任都压得更实，消除盲区、不留死角，确保劳动者维权有渠道、诉求有回应。

在安徽合肥，公安部门对相关人员和企业进行画像，依托专题数据库建立欠薪事件风险监测预警模型，实现欠薪线索的及时发现、靠前处置；在重庆丰都，人力资源社会保障局组建农民工工资争议速裁庭，吸纳司法、公安等部门力量，依法简化受

理、审理、送达等环节程序，帮助农民工快捷解决劳动纠纷。

实践证明，创新治理手段，建立“大数据+铁脚板”的常态化机制，扩大事前、事中监管覆盖面，同时提高事后救济的快速反应、有效化解能力，就能尽早发现问题，及时排除隐患，把握治理欠薪问题的主动。

欠薪的责任主体是用人单位，但要确保农民工拿到自己的辛苦钱，对欠薪企业的处置不能一刀切，而要区分情况，分类施策。

对无故拖欠特别是恶意欠薪的不法企业，必须坚持“零容忍”。而那些既往信誉良好、因为一时困难而欠薪的企业，就不宜一味“强制执行”，有可能的话，要想办法帮助企业渡过难关，使其尽快恢复支付劳动报酬的能力。

去年底，最高人民法院发布的涉欠薪纠纷典型案例中，有一起颇有启示意义。某服饰公司因被拖欠货款，资金周转困难导致欠薪。对涉事企业，执行法院并未“一棒打死”，而是对机器设备采取“活封”方式保障正常经营，动态监管企业账户，以企业盈利支付劳动报酬。这样，既化解了欠薪纠纷，又更好地保障了劳动者长远利益。

我国有农民工约3亿人，活跃在各行各业的吃穿用度。保障好他们的劳动报酬权益，关乎社会和谐。在治理水平不断提升的当下，拿出更多制度性、长效性的举措，进一步提高欠薪治理效能，定能从源头上保障农民工工资支付，让他们回家的行囊里多一分安心、多一些暖意。

来源：人民日报

培育红色旅游特色品牌

徐健 孙梦思

在浙江嘉兴南湖重走“一大路”，去贵州遵义追寻“长征魂”……眼下，随着各地文旅持续发力，红色景点成为很多游客旅行途中必不可少的打卡地。红色旅游具有重要的红色文化传承、产业综合带动属性，在推进乡村旅游、民俗旅游等关联业态联动发展以及餐饮、住宿、文创、演艺等相关产业融合发展方面具有突出的引领效应。

据《中国红色旅游发展报告（2023）》显示，全国红色旅游接待人数已突破20亿人次，红色旅游市场规模接近万亿元。红色旅游业规模持续扩大，旅游产业形态不断创新，产品不断升级。例如，江西南昌推出红色主题精品展览，创排红色题材艺术精品，开展大型品牌活动带动红色旅游发展。山东临沂推出“跟着团长打县城”沉浸式体验项目。辽宁朝阳的“赵尚志纪念馆”和《义勇军进行曲》创作发源地经过多年完善与发展也打造出属于自己的红色旅游品牌，在铭记历史、弘扬革命精神的同时，有力推动地方经济繁荣。

一系列支持红色旅游发展的政策陆续出台。《“十四五”旅游业发展规划》提出，支持革命老区、民族地区、边疆地区和欠发达地区发挥特色旅游资源优势，加快旅游产品培育，打造一批红色旅游融合发展示范区；促进红色旅游与乡村旅游、生态旅游等业态融合，推出一批红色旅游融合发展示范区。2022年，文化和旅游部出台《红色旅游融合发展试点建设指引》，遴选了10家试点单位，部署推进红色旅游融合发展试点建设工作，并取得了显著成效。前不久，经文化和旅游部批准，旅游行业标准《红色旅游融合发展区等级划分》正式公布，将红色旅游融合发展区划分为国家级和省级2个等级。

不过，也存在一些需要解决的问题。例如，红色资源开发形式上多以静态展览为主，缺乏创新和多样性，难以

满足公众多元化需求。红色旅游景区收入主要依赖门票和少量文旅产品销售，附加值低，产业链短，经济效益不明显。红色旅游与相关产业的深层联动不足，对地区经济的带动作用有限。对此，应多方协同发力。

丰富红色旅游开发形式，增强体验感和吸引力。改善红色旅游景区的交通条件，提高景区的可达性。建设不同档次的酒店、民宿，开发具有地方特色的红色主题餐饮，如“红军饭”“革命菜”等，满足不同游客的需求。创新展示方式，提升游客体验，打造沉浸式体验项目，设置互动体验区，让游客身临其境地感受历史场景。深入挖掘红色文化内涵，设计具有创意和文化价值的红色文创产品，针对不同年龄段、不同兴趣爱好的游客，开发个性化旅游产品，如红色研学游、亲子游、主题游等，以吸引更多的游客参与。

拓展产业链条，增强红色旅游经济带动作用。推动红色旅游与农业、工业、文化、体育等产业深度融合，如发展红色农业旅游，举办红色主题体育赛事等。将红色文化资源与周边自然景观、民俗文化等资源进行整合，开发复合型旅游产品，如“红色文化+乡村生态+民俗体验”的旅游模式，丰富游客旅游体验。加强区域合作，建立区域旅游联盟，共同开发旅游产品、推广旅游线路、举办旅游活动等，实现资源、客源共享，促进区域经济的共同发展。

打造红色旅游品牌，提升品牌知名度和美誉度。通过挖掘红色文化内涵，打造具有独特魅力和文化价值的品牌形象。利用多种渠道进行市场推广，如参加旅游展会、举办红色旅游推介会、与旅行社合作等。充分利用新媒体平台进行线上推广，吸引更多年轻游客。针对不同客源市场，制定差异化策略，提高市场竞争力。

来源：经济日报