

突破9万列! 中欧班列开行创造新纪录!

5月25日上午,随着X8157次中欧班列(西安—马拉舍维奇)从西安国际港站开出,至此中欧班列已累计开行突破9万列,发送货物超870万标箱、货值超3800亿美元。

中欧班列是新型国际运输组织方式,是共建“一带一路”的标志性品牌,具有便捷、安全、绿色、经济等显著优势,已成为广受欢迎的国际公共产品,开行数量保持强劲增长态势,特别是2016年统一品牌后,中欧班列迎来了规范开行、快速发展新阶段。

据统计,2016年至2023年,中欧班列年开行数量由1702列增加到超1.7万列,增长近10倍,年均增长39.5%。开行万列所需时间由开行之初的90个月缩短为现在的7个月。自2020年5月起,中欧班列已连续48个月单月开行数量保持在千列以上。年运输货值也由2016年的80亿美元增长到2023年的567亿美元。

在国内,中欧班列先后实施了兰新铁路精河至阿拉山口段增建二线、满洲里口岸国际货场、沈阳蒲河站等一批铁路口岸站、发运站扩能改造及铁路通道补短板项



图片来源:AI生成

目,经阿拉山口、霍尔果斯、二连浩特、满洲里、绥芬河、同江北六大大口岸出境的西、中、东三条运输主通道运输能力大幅提升,时速120公里图定中欧班列运行线已达87

条,联通中国境内122个城市。

在境外,中欧班列在巩固和稳定既有人欧主要通道基础上,探索开辟了跨里海、黑海的南通道新线路,陆续开行义乌、乌鲁

木齐等地至土耳其伊斯坦布尔、意大利萨莱诺等地的新班列,“畅通高效、多向延伸、海陆互联”的境外通道网络格局日益成熟。中欧班列与西部陆海新通道、中老铁路等实现有序衔接,进一步拓展了其运输服务网络。

截至目前,中欧班列已通达欧洲25个国家223个城市,连接11个亚洲国家超过100个城市,服务网络基本覆盖欧亚全境,保持安全稳定畅通运行。

中欧班列的快速发展,为亚欧内陆地区开辟了开放新通道,搭建了沿线经贸合作新平台,推动相关国家和地区更好融入开放型世界经济,极大增进了沿线民生福祉。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、更优价格到达欧洲,大大提升了欧洲消费者福利,也为欧洲生产商和贸易商进入中国市场开辟了贸易新通道。

自2013年以来,国铁集团认真贯彻落实习近平总书记关于共建“一带一路”的重要论述和对中欧班列的一系列重要指示批示精神,坚持共商共建共享原则,坚持市场化、法治化、国际化方向,加强国内

国际协调合作,加快共建中欧班列高效运输体系、多元通道体系、创新发展体系、安全保障体系,持续提升中欧班列运行品质和效率,着力打造具有强大辐射力、带动力和影响力的国际物流品牌,有力保障了国际产业链供应链稳定,为服务高质量共建“一带一路”、促进中欧经贸往来注入了新动能。

2023年9月15日,国家主席习近平向中欧班列国际合作论坛致贺信,表示中国将继续“为促进全球经济发展、增进各国人民福祉、推动构建人类命运共同体作出新的更大贡献。”在会场内外引发热烈反响。

下一步,随着我国经济的持续回升向好和中欧贸易的不断增长,中欧班列的运输需求将保持高位运行。国铁集团将聚焦服务高质量共建“一带一路”,秉持和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢的丝路精神,推动中欧班列朝着更高质量、更好效益、更加安全的方向发展,为促进我国外贸发展、服务高水平对外开放提供有力运输服务保障。

(王宇豪)

猪价连涨,生猪贩子的春天来了?

今年以来,国内生猪价格几经波折,起伏不断:一月明显升高,二月断崖式下跌,三四月逐渐回升并进入了平稳波动态势。然而,在经历近两个月“平台期”后,近一周内的生猪价格连续多日冲高,市场看涨情绪高涨。

5月23日,中国农业农村部监测显示,全国农产品批发市场猪肉平均价格为每公斤20.83元,比上月同期上涨1.36%。

5月24日,国家统计局对全国流通领域重要生产资料市场价格的监测显示,生猪(外三元)价格为每公斤15.3元,比5月上旬上涨2%。

去年面对持续低迷的猪价,市场和政策持续调控,生猪产能高位回调。据国家统计局数据,截至2024年3月底,全国能繁母猪存栏量3992万头,连续9个月回调。从大猪存栏量看,今年二季度生猪上市量将有所减少。从新生仔猪数量看,从2023年10月到2024年3月,新生仔猪数量同比

下降4.9%。

今年3月1日,中国农业农村部发布《生猪产能调控实施方案(2024年修订)》,方案提出,近几轮“猪周期”波动表明,做好生猪稳产保供工作,必须以稳固的基础产能作为支撑。方案从精准调控能繁母猪存栏量、保持规模猪场数量稳定、分级建立产能调控基地、合理引导生产和市场预期、加强监测预警、加大政策支持等角度进一步细化生猪稳产保供措施,督促落实生猪产能调控分级责任,避免出现产能过度增加或过度下降的极端情况。

4月19日,国新办举行了2024年一季度农业农村经济运行情况新闻发布会,表示随着生猪去产能效果的逐渐显现,能繁母猪存栏量、中大猪存栏量和新生仔猪数量都呈现下降趋势,二季度生猪市场供需关系进一步改善,生猪价格实现持续回升,养殖亏损减轻,生猪养殖可能实现扭亏为盈。

有专家表示,从综合供需来看,在生猪

供应紧缺的情况下,市场供应阶段性过剩的局面将逐步得到改善。供应方面,前期产能调减的效果将在今年第二季度和第三季度逐步显现。需求方面,根据季节性消费规律,5月和6月的猪肉消费量通常比3月和4月多出5%至10%,这有助于支撑猪价开启上涨行情。

也有业内人士认为,受去年下半年母猪产能去化加速影响,生猪产能已经处于2021年以来的低位。根据能繁母猪存栏量推算,4月份前后生猪供给同比开始低于去年同期,且下降幅度逐步扩大,至今年5月,市场标猪短缺现象明显。预计随着降重的影响逐步弱化,供给端的缺口逐步体现,生猪价格有望持续上涨,并在下半年给出不错的利润。

农业农村部市场与信息化司司长雷刘功表示,农业农村部将着力稳产能、稳政策、防疫病,继续抓好生猪稳产保供工作。

(王宇豪)

一汽-大众全力冲刺新能源汽车转型

2024年,中国汽车行业的竞争版图正经历前所未有的变革,昔日的销量霸主一汽-大众在自主品牌的强势崛起之下感受到了前所未有的紧迫感。面对比亚迪等自主品牌的迅猛增长,这家历史悠久的合资车企巨头发起了名为“突围行动”的全员总动员,誓要在新能源汽车赛道上实现转型。

在一汽-大众内部流传的这份“突围行动”通知中,管理层用“最后的、唯一的转型窗口期”来形容当前形势。通知措辞激烈,强调除了全力以赴投身新能源汽车转型之外,别无选择,展现出企业上下“向死而生”的决心。

作为拥有深厚底蕴的传统汽车制造商,一汽-大众意识到,若要维持行业领先地位,必须全力向新能源汽车领域转型,这是一场关乎企业未来生存与发展的战役。

在过去三个月里,一汽-大众的零售月销量持续下滑,销量亚军的位置岌岌可危,与自主品牌的销量差距也在不断缩小,



图片来源:王思思

尤其是吉利汽车通过积极的新能源布局,已经逼近其销量水平。

数据显示,一汽-大众今年前四个月的累计零售销量为51.43万辆,尽管成绩瞩目,却与目前销量榜首的比亚迪相比,存在约33万辆的显著差距。自比亚迪于2022年问鼎全国销量冠军以来,两者间的销量鸿沟持续扩大,相比去年同期,差距更是从19.28万辆进一步拉大。

这一系列数据背后的现实是,传统燃油车巨头如一汽-大众不得不在新能源转型上加快步伐,以应对来自自主品牌的激烈竞争。特别是比亚迪,凭借其在新能源领域的深厚积累和技术优势,已经成为一汽-大众不容小觑的对手。

面对挑战,一汽-大众的“突围行动”不仅仅是一次简单的业务调整,而是涉及企业文化、产品研发、生产制造、市场营销等全链条的深刻变革。公司高层寄希望于通过全体员工的共同努力,加速新能源汽车的研发与投放,提升智能化水平,优化服务体验,以期在新能源汽车市场中重新夺回领先地位。

一汽-大众的困境,是中国汽车市场由传统燃油车向新能源汽车转型大潮中的一个缩影。一汽-大众必须在新能源技术和市场策略上实现快速突破,否则昔日的辉煌或将难以维系。

(王思思)



图片来源:重庆新闻

近日,重庆的“背篓专线”和“背篓防空洞菜市场”成为社交媒体上的热门话题,这两个充满人文关怀的举措不仅为当地菜农提供了便利,也展现了城市治理中的创新与温暖。

“背篓专线”是重庆轨道交通4号线的别称。每天清晨,石船镇周边的菜农们都会背着背篓或挑着竹筐,乘坐这条地铁前往市区售卖新鲜的蔬菜和瓜果。地铁开通前,菜农们只能在石船镇上卖菜,由于镇上人口少,菜卖得慢,菜价也低。地铁开通后,菜农们选择到市区卖菜,因为那里价格更高。为了方便菜农,地铁站内工作人员会提供相应帮助,如扶背篓、引导乘坐升降电梯、安检等。

而“背篓防空洞菜市场”则是“背篓专线”的温暖后续。为了解决菜农们的销售场所问题,当地政府协调了一处防空洞,作为免费卖菜地提供给菜农们。这里的蔬菜便宜、新鲜,种类丰富,

吸引了众多市民前来购买。防空洞“背篓菜市”的开设,不仅为菜农提供了一个稳定的销售场所,也满足了市民对物美价廉蔬菜的需求。

这两个举措的背后,是城市管理者对菜农生计的关注和对民生的重视。通过“背篓专线”和“背篓防空洞菜市场”,菜农们的收入得到了提高,市民们也能够买到更加新鲜实惠的蔬菜。这一举措不仅体现了城市的温度,也为城市治理提供了新的思路和借鉴。

“背篓专线”和“背篓防空洞菜市场”的故事在网络上传播后,引发了网友们的热议和点赞。大家纷纷表示,这是一个充满正能量的故事,展现了城市的人文关怀和社会的和谐。同时,这也提醒我们,在城市发展过程中,应该更加注重民生需求,让城市的发展成果惠及更多的人群。

(月亮)

重庆「背篓专线」和「背篓防空洞菜市场」走红

扎堆关停,政务号告别“形式主义”!

近日,云南、四川、陕西等地集中关停一大批基层政务新媒体账号的消息,引起广泛关注。根据相关公告,这些政务号关停后,相关信息资讯、公示、公告等内容并入属地政府网站。

从爆发式开号到集中关停,有网友担心今后查询信息会变麻烦,办事要跑更多路了。也有网民吐槽,关注的账号长期不更新,与其僵尸般存在,不如关停了省心。

据国家互联网信息办公室发布的《数字中国发展报告》显示,政务新媒体已发展至11万个账号,其中不乏一批引导力强的优质头部账号。但一方面,存在“僵尸睡眠号”千篇一律或久不更新而饱受诟病的情况,另一方面,也有多名账号运营和管理工

作人员表示,面对运营压力和考核要求,人力不足成为基层长期的难题。

移动互联网浪潮之下,新媒体渗透日常生活,据中国互联网络信息中心发布的第53次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2023年12月,我国在线政务服务用户规模达9.73亿人,占网民整体的89.1%。

自“互联网+政务服务”被列入政府工作报告后,政务新媒体作为移动互联网时代联系服务群众的重要渠道,也从创新政务公开向优化公共服务等方面扩展,逐渐

成为政府部门开展政务服务的重要阵地,是加快转变政府职能、构建“服务型政府”的手段。

2018年12月,国务院办公厅发布《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》,表示要将政务微博、微信与“新闻发言人制度”“政府网站”并列,作为政务信息发布和与公众互动交流的全新渠道。同时指出一些政务新媒体存在功能定位不清晰、信息发布不严谨、建设运维不规范、监督管理不到位等突出问题。

2019年4月,国务院办公厅秘书局发

布《政府网站与政务新媒体检查指标、监管工作年度考核指标的通知》,首次将政务新媒体纳入量化考核,“安全、泄密事故等问题”“内容不更新”“互动回应差”,作为政务新媒体单项否决指标,一旦被发现有不合格工作。

2023年12月,中央网络安全和信息化委员会再次出手,印发《关于防治“指尖上的形式主义”的若干意见》,“指尖上的形式主义”是形式主义在数字化背景下的变异翻新,也是加重基层负担的主要表现,要规范政务移动互联网应用程序、政

务公众账号和工作群组管理。在建设管理方面,对于使用频率低、实用性不强的政务应用程序,应及时关停注销并提前发布公告,依法依规处置相关数据,防止数据泄露及流失。

专家认为,政务新媒体代表着政府的形象,不能只关注账号的设立开张,更应关注有没有影响力、有没有服务性,否则就会沦为“指尖上的形式主义”,既耗费了大量精力,还加重了基层负担。网络时代,基层群众对政务信息发布、重大政策解读、公共服务响应、民众交流沟通,都有着强烈的需求。只有回归到为人民服务的初心本质,才符合广大群众的热切期待。

(王宇豪)