

国务院国资委:

“十五五”时期国资央企将深化拓展“AI+”专项行动

■本报记者 杜雨萌

近日,国务院国资委党委书记、主任张玉卓在接受媒体采访时表示,面向“十五五”,国资央企将积极承担国家科技重大任务,努力在受制于人的“卡脖子”领域和薄弱环节取得更大突破,特别是在投入大、周期长,其他企业缺乏意愿或能力的领域,不讲条件担起“根技术”、关键共性技术供给责任,产出更多原创引领性成果,从源头和底层解决问题。

党的二十届四中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》,就“建设现代化产业体系,巩固壮大实体经济根

基”作了专章部署。

谈及“十五五”时期国资央企优化产业布局有哪些新思路,张玉卓表示,“十五五”时期,国务院国资委将指导推动央企进一步聚焦主责主业、发展实体经济,推动产业体系不断向高附加值、高技术含量的方向跃迁,在建设现代化产业体系中发挥好龙头牵引作用。

一是突出抓好传统产业转型升级。深入开展新一轮中央企业数字化转型行动,深化拓展“AI+”专项行动,推动人工智能、大数据、云计算、5G、物联网等信息技术与传统产业全过程、全要素深度融合,持续推进技术改造和大规模设备更新,带头落实重点行业领域碳达峰实施方案,促进资源高效循环利用,

加快产品迭代升级,强化高端产品供给,推动实现智能化、绿色化、融合化发展。

二是突出抓好新兴产业和未来产业培育。深入实施焕新、启航行动,突出工程和场景牵引,找准未来五年体量足够大、增速足够快、前景足够好的新赛道,坚持“梯次培育、分类施策”,接续发力新能源、新能源汽车、新材料、航空航天、低空经济等重点领域,积极发展平台经济,超前谋划量子科技、具身智能、生物制造、绿色船舶、6G等前沿赛道,推动企业发展动能持续转换。

三是突出抓好专业化、市场化产业投融资体系建设。发挥国有资本投资、运营公司作用,用足用好中央企业战略

性新兴产业发展专项基金、各类创业投资基金等金融工具,研究构建覆盖种子期、天使期、成长期、母基金等全链条的产业投融资体系,健全科学、专业、高效的产业投资决策机制,打造高水平国有资本运作平台,壮大发展实体经济的长期资本、耐心资本和战略资本,助力现代化产业体系建设。

“目前,国有企业改革深化提升行动主体任务已基本完成。”张玉卓称,下一步,国务院国资委将坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署,着力推进新一轮国资国企改革,坚持问题导向,更加注重改革质效,在更高起点上把改革不断引向深入,推动国有企业不断增强核心竞争力,提升核心竞争力。



记者观察

让“体育+”成为赋能地方经济发展新引擎

■田鹏

12月20日,浙江省委经济工作会议在杭州召开。浙江省委委书记王浩在讲话中强调,要大力推进文旅深度融合,积极培育文旅新模式新业态,高质量办好“浙BA”(浙江省城市篮球联赛),大力发展入境旅游。

从火爆赛场的“苏超”(江苏省城市足球联赛),到热度攀升的“浙BA”,今年以来,“体育+文旅+消费”的融合发展热潮席卷全国多地。各类本土化赛事IP不仅点燃了全民运动热情,更成为激活地方消费、赋能文旅产业升级的新引擎。

以“浙BA”为例,最新数据显示,截至11月底,该赛事已直接带动文化、旅游、商业、体育等综合消费超25亿元。其中,275场文旅市集、8306个摊位创造近4600万元直接销售额;城市商圈设立的“第二观赛点”累计吸引观赛人员近6.5万人次,直接带动商场整体销售同比增长8.9%。

不过,并非所有跟风而上的“体育+”赛事都能复制成功,不少赛事陷入“重形式、轻内核”的困境。有的缺乏专业运营能力仓促上马,暴露安全保障缺口、管理混乱等问题,不得不停;有的盲目照搬热门IP模式,脱离本地文化特色,导致赛事同质化严重、热度昙花一现;还有的赛事虽赚得流量热度,却未能打通“观赛—游玩—消费”的产业链条,难以将短期热度转化为持续经济动能,反而消耗了地方文旅口碑。

笔者认为,要让正热的“体育+”成为赋能地方经济的长效引擎,需要先厘清三个问题:融合的可行性何在?融合的切入点在哪?融合的长效路径如何铺就?

首先,发展“体育+”,核心看基础与需求是否匹配。这具体体现在三个维度:一看群众基础,当地是否有浓厚的体育氛围,是否有稳定的参与群体和观赛需求,这是赛事IP能够持续“圈粉”的根本;二看资源基础,是否具备适配的体育场馆、自然景观等硬件设施,是否有可深度挖掘的本土文化资源,这是实现“体育+文旅”联动的前提;三看产业基础,是否有完善的餐饮、住宿、交通等消费配套链条,是否具备专业的赛事运

营团队,这是保障赛事体验、转化消费动能的关键。

其次,“体育+”加什么,关键在精准融合而非简单叠加。“体育+”的核心是融合,而非叠加,关键在于找到与地方特色的契合点,实现1+1>2的效果。例如,贵州“村超”的成功,核心在于将足球赛事与侗族、苗族等本土非遗深度绑定,让赛事自带文化辨识度;吉林长白山“冰雪越野挑战赛”,依托得天独厚的冰雪资源和林海雪原景观,打造出区别于传统城市马拉松的特色赛事IP,精准契合冰雪旅游需求;上海“静安国际女子网球公开赛”,瞄准城市核心商圈消费潜力,将赛事与静安寺商圈的商业、餐饮、娱乐资源深度联动,实现赛事流量与商业消费的双向转化。

不难发现,这些成功案例的共性在于,没有将“体育”与其他业态简单拼凑,而是精准捕捉地方资源的独特性,与体育赛事的契合点——或是依托深厚文化底蕴,或是借力优质自然禀赋,或是锚定鲜明商业优势,最终实现“赛事有特色、消费有场景、产业有联动”的良性循环。

最后,“体育+”怎么加,重点在专业运营与长效赋能。一方面,要以专业化运营为核心抓手,对标高标准办赛要求,从赛事组织、服务保障到体验升级全链条发力,持续打磨赛事品质,提升观众与参与者的获得感;另一方面,要树立产业链思维,打通上下游壁垒,推动体育赛事与文旅消费、康养休闲、文创开发等业态深度融合,构建“赛事引流—消费转化—产业反哺”的闭环生态;此外,要以品牌培育为长远目标,通过常态化运营与精细化打磨,将赛事IP塑造成具有高辨识度的地方文化符号,实现从“短期热度”到“长效品牌”的跨越。

透过全国范围内“体育+”融合发展的热潮,不难看出群众对体育消费的需求正在不断升级,这为地方经济发展提供了新机遇。但热潮之下,更需要保持理性思考,精准把握“融合的可行性、融合的切入点、融合的长效路径”这一核心逻辑,摒弃盲目跟风的粗放发展模式。唯有以专业的运营筑牢根基,以精准的融合激发活力、以长效的保障护航发展,才能让“体育+”真正成为激活地方消费、赋能文旅升级的持久动力。

多元业态解锁消费新体验 冬季文旅市场焕发新活力

■本报记者 刘萌

近日,全国各地以“冰雪+”“温泉+”“文化+”等融合模式为抓手,积极创新多元化冬季文旅消费新业态,通过资源整合、活动创新与政策赋能,丰富游客体验,激发市场活力。多元化供给让冬季旅游告别“淡季”标签,焕发出全新生机。

例如,贵州统筹省内9个州市策划推出超600项系列文旅活动,围绕温泉、滑雪、民俗、南部阳光带等核心资源,精心打造6大特色旅游产品,发布贵州冬季10大特色主题线路;辽宁“九九消费季”活动自12月16日起持续至明年3月14日,按照“数九”民俗时序,每一“九”推出一项特色消费主题,涵盖文化、康养、运动、美食等领域;12月20日,第二十二届中国·满洲里中俄蒙国际冰雪节在满洲里城中草原正式启动……

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇在接受《证券日报》记者采访时表示,今年冬季文旅消费最显著的特点是,从单一的“看风景”向多元的“沉浸式体验”和“情绪价值”转变,呈现“南北双向奔赴”与“室内室外两头热”的格局。

洪勇进一步分析称,一方面,传统冰雪游不再局限于滑雪观光,而是升级为“冰雪+度假+社交”的融合模式——吉林引入“冰浮”,山顶夕阳派对等个性化产品,哈尔滨打造的“冰雪大世界”“猫冬”经济崛起,年轻人不再宅家,转而涌向洗浴中心、游戏厅等温暖的室内空间开展社交活动。此外,科技赋能也是一大亮点:西安利用XR(扩展现实)技术让游客“步入”秦陵地宫,开封通过球幕影院“复活”《清明上河图》,极大丰富了文化体验的深度。

值得一提的是,各地出台的真金白银扶持措施为冬季文旅市场升温注入强劲动力。例如,吉林省将发放1亿元冰雪消费券,还将推出青少年

研学旅游专列补贴、银发旅游列车补贴、中小雪假等措施。

“当前,各地各部门正通过‘政策引流’与‘业态融合’双管齐下,持续推动冬季文旅市场升温。”洪勇表示。

国研新经济研究院副院长朱克力对《证券日报》记者表示,今年冬季文旅消费有望迎来“量质齐升”的旺盛态势,成为全年消费增长的重要引擎。从需求端看,元旦的短途休闲、春节的家庭团聚游、寒假的研学旅行需求集中释放,叠加“旅游迎春休闲过年”“欢乐冰雪旅游季”等全国性活动,家庭游、亲子游、冰雪游、民俗游将成为消费热点,跨省跨区域旅游热度预计持续走高。

那么,各地各部门如何进一步推动冬季文旅消费升温?朱克力认为,需构建“供给提质、政策赋能、服务优化”的三维推进体系,全方位激活市场潜力。

具体而言,在供给侧需持续强化产品创新,丰富避寒旅居、温泉度假等特色产品,开发更多彰显中国风格的国潮文化、联名产品;联动景区、高校、科研院所打造优质研学营地与课程,培育研学旅游品牌,满足不同客群的多元化需求。政策赋能需精准发力,一方面落实好文旅消费券、满减优惠等惠民举措,探索区域一体化消费惠民政策,联动金融机构推出文旅消费套餐;另一方面,用足地方政府专项债券、REITs等融资工具,加大对文旅基础设施与新业态项目的投入,支持首店、首秀等首发经济发展。

在服务优化上,要提升公共服务水平,优化景区预约购票、通信网络覆盖等基础服务,完善夜间交通、停车场等配套设施;加强市场监管与跨部门执法协作,规范市场秩序,同时通过社交媒体、在线平台开展精准营销,联动周边省份推进资源互推、游客互送,形成全域联动的消费促进格局,提升冬季文旅消费热度。

七章二十九条三大核心内容

三部门发文规范互联网平台价格行为

■本报记者 杜雨萌

12月20日,国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办联合发布《互联网平台价格行为规则》(以下简称《行为规则》)。《行为规则》共计七章29条,规定了平台经营者、平台内经营者实施价格行为应当遵守的规范。

上海国家会计学院金融系主任叶小杰认为,《行为规则》的出台标志着我国平台经济价格监管进入精细化、常态化的新阶段,其核心作用在于重塑平台、商家与消费者之间的权责关系,推动市场转向以质量和服务为核心的良性发展轨道。

国研新经济研究院副院长朱克力在接受《证券日报》记者采访时表示,在平台经济从“规模扩张”转向“质量跃升”的关键阶段,《行为规则》的出台为行业发展划定了清晰边界,将产生多维度的深远影响。例如,在商业模式创新层面,《行为规则》通过规范竞争秩序、强化质量约束,引导平台企业转向以产品质量、服务升级、技术创新为核心的价值竞争模式,推动直播电商、即时零售等新兴业态向“规范提质”转型;在高质量发展层面,《行为规则》打通“供给端—经营端—监管端—消费端”的质量闭环,既通过强化平台主体责任提升全链条质量管控水平,又通过优化消费维权机制增强用户信任,为行业可持续发展筑牢根基。

从内容上看,《行为规则》一是规范价格竞争秩序。根据现行法律法规规定,细化实施监管要求,为平台经营者、平台内经营者提供明确的价格行为指引,推动形成优质优价、良性竞争的市场秩序。二是保护经营者自主定价权。完善对平台内经营者自主定价权的保护规定,明确平台经营者不得对平台内经营者的价格行为进行不合理限制或者附加不合理条件。三是保护消费者合法权益。落实明码标价制度,推动动态定价、差别定价等规则公开,规范免密支付、自动续期、自动扣款等服务,更好保护消费者的知情权、选择权。



《互联网平台价格行为规则》

规定了平台经营者、平台内经营者实施价格行为应当遵守的规范,共计七章29条

核心内容包括三个方面:一是规范价格竞争秩序,二是保护经营者自主定价权,三是保护消费者合法权益

进一步来看,《行为规则》第四章将经营者价格竞争行为细化为6条规范,重点围绕维护价格竞争秩序、明确价格诚信要求等方面,提出经营者不得实施低价倾销、价格歧视、价格串通、哄抬价格、价格欺诈等不正当价格行为。

“通过明确价格竞争的‘红线’与‘底线’,既遏制了平台经济中限制商户自主定价权、大数据杀熟等问题,又为合法合规的价格竞争留出空间,为全球数字经济治理提供了兼顾发展与规范的中国方案。”朱克力表示。

国家发展改革委有关负责人称,《行为规则》对平台经营者、平台内经营者的价格行为提出了细化监管要求,落实这些要求客观上需要一定时间。为此,《行为规则》实施日期定为2026年4月10日。在《行为规则》印发后到实施前这段时间,国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办将组织主要平台经营者逐项对照监管要求

进行自查,重点开展以下工作:

一是落实关于规范平台经营者价格行为的规定。平台经营者应当全面梳理内部合规制度中的相关条款,对照《行为规则》规定予以细化完善,特别是落实好保护消费者权益和平台内经营者自主定价权、规范平台经营者收费行为等规定,并在日常经营中认真执行。

二是完善关于平台内经营者的制度规则。平台经营者应当对照《行为规则》关于依法自主定价、明码标价、价格竞争行为等规定,相应修改完善涉及平台内经营者价格行为的平台规则,并为平台内经营者落实监管要求提供必要的支持。

三是加强制度宣贯。平台经营者应当积极向平台内经营者宣传《行为规则》和相关平台规则的新要求,做好解释说明工作,推动平台内经营者自觉规范价格行为,共同构建有序竞争、

公平竞争的良好平台生态。

同时,国家发展改革委、市场监管总局、国家网信办将指导有关行业协会采取多种措施加强行业自律,共同抓好《行为规则》落实。

朱克力认为,随着此次《行为规则》的出台,预计将带来三重积极影响。一是净化市场竞争环境,遏制不正当价格竞争乱象,为中小经营者营造公平参与竞争的空间,激发市场创新活力;二是保护消费者合法权益,有效防范大数据杀熟、虚假打折等行为,让消费者在价格透明、竞争公平的环境中受益,提升消费信任度;三是引导平台行业转型,推动平台企业将资源投入技术创新、服务升级、品质提升等核心竞争力建设,促进行业从规模扩张向质量跃升转变。同时,明确的规则也为平台企业提供了清晰的合规指引,降低合规成本,助力行业实现长期健康发展。

上海浦东引领区建设“群星闪耀”

(上接A1版)

“我们与浦东互相支撑、同频共振。”和记黄埔医药(上海)有限公司(以下简称“和黄医药”)执行副总裁崔映岭对《证券日报》记者表示:和黄医药是首批入驻浦东张江的本土创新药企,从2018年至今,公司自主研发的3项1类新药4个适应症已在中国获批。

崔映岭表示,面向未来,和黄医药将在上海浦东加速实施“张江研发、上海制造、中国原创、走向世界”的发展战略。

医药产业的发展离不开高校的助力。近年来,复旦大学在浦东张江科学城市建设张江复旦国际创新中心(以下简称“创新中心”),聚焦生物医药、人工智能、集成电路等重点领域科技创新,实现“从0到1”的突破。创新中心先期启动布局“一计划两中心”,即人类表型组国际大科学计划、微纳电子与量子国际创新中心、脑与类脑智能国际创新中心。

复旦大学人类表型组研究院副院长吕昌军在接受《证券日报》记者采访时表示,人类表型组是继基因组之后,生命科学领域的战略制高点,对推动生命健康领域创新具有引领性作用。人类表型组研究院依托复旦大学的学术底蕴与张江科学城的创新生态,致力于建设全球领先的人类表型组研究机构、生命科技创新策源地和国际大科学计划

核心平台。

近年来,浦东诞生国内首个PD-1、首个自体免疫细胞治疗产品、首个四臂腹腔镜手术机器人,填补国内市场空白,并发展基和病毒、质粒等关键材料技术。今年前10个月,浦东生物医药海外授权交易额达240亿美元,全球占比达9.7%。

如今,生物医药和人工智能、集成电路产业一起,形成上海市极具竞争力的世界级产业集群。2024年,上述三大先导产业规模达8323亿元,近三年年均增长11.7%,为浦东经济发展带来源源不绝的活力。

“进”“出”共振: 构筑开放新高地

据了解,浦东新区成立了上海市浦东新区企业走出去综合服务中心(以下简称“走出去中心”)等多个部门,帮助企业积极走向世界。

走出去中心成立于2025年3月份,是全国首家以参事组织形式注册成立,是“走出去”综合服务平台。该中心设立了由11家行业领先机构组成的理事会,现有90余家战略合作伙伴,构建了涵盖法律、金融、咨询、会计等专业领域的服务生态,打通了“政府引导、市场运作、专业赋能”的协同机制。

目前,走出去中心已初步建成超过

270个全球站点,形成覆盖欧美、亚太、中东等重点区域的海外服务网络,可为企业提供国际市场调研、商务考察对接、投资项目落地、跨境运营支持及系统性风险预警等全流程一站式服务。

“我们是一家专注于高精度、高可靠性线路板研发与生产的高新技术企业,‘出海’面临资源对接困难、运营支持匮乏等诸多挑战,需要专业、高效、全方位的支持体系。走出去中心为我们提供了全方位的服务,从问题发生到解决反馈,全程跟踪,确保我们的诉求有着落、有答复。”谈及走出去中心时,上海山崎电路板有限公司财务部负责人郭晶祺表示。

正合集团市场及综合管理部总监张蓓都也对《证券日报》记者表示,走出去中心为公司提供了关键的空间载体,同时提供丰富的服务生态资源、政策解读、跨境服务对接、企业资源匹配等支持,集聚的中外金融机构以及法律、会计审计、咨询调查等专业服务机构,为公司业务开展提供了全方位支撑。

在积极“走出去”的同时,浦东新区也在积极引导国外企业“走进来”。上海市外高桥国际贸易营运中心有限公司(以下简称“外高桥营运中心”)下属的中国(上海)自由贸易试验区国别(地区)中心平台(以下简称“国别中心”)等机构,正承担相应职能,利用引领区先

行先试的制度创新与贸易便利化措施,为海外中小企业提供低成本、快速便捷进入中国市场的途径。

外高桥营运中心市场营销部总经理贾国琳介绍称,截至目前,国别中心已汇聚了18个“丝路电商”伙伴国的机构,这些国家通过设立综合性国家馆,不仅展示了各自国家的优质商品和独特文化,还借助平台组织的线上线下各类贸易活动,实现各国产品的品牌认知度提升,并逐步搭建起完善的中国市场销售渠道。

在全区上下的努力下,浦东“引进来”“走出去”步伐坚定有力。“十四五”期间,浦东新设外资企业9400多家,实际利用外资453亿美元,超过“十三五”时期的411亿美元。与此同时,“十四五”期间浦东新引进海外人才达9万名。2024年,浦东离岸贸易规模达到910亿美元,比2020年增长111%。

“在高水平对外开放方面,浦东在投资准入、贸易便利化、跨境数据流动等领域均率先探索国际规则衔接。未来应继续提升国际人才吸引力,推动交叉学科创新,积极培育世界级本土跨国企业,加强多元文化建设,实现从‘要素流动型开放’向‘制度创新型开放’的跃升,更好地承担国内国际双循环战略链接的使命,构筑起具有全球竞争力的开放新高地。”余冷表示。