

中国市场为世界提供巨大机遇

从“车厘子自由”到“榴莲自由”，越来越多的全球好物进入中国市场，成为消费亮点。乌拉圭碧根果、比利时苹果、柬埔寨龙眼干等农食产品也被批准进入中国市场。这一现象背后，是我国主动扩大进口的坚定行动。我国强劲的市场需求，既为世界提供了巨大机遇，也满足了国内消费提质升级的需求。

我国已经连续17年稳居全球第二大进口国，进口占全球份额从7.9%提升至10%左右。我国主动扩大进口，是促进共同发展的长远考量。我国不刻意追求贸易顺差，而是致力于推动贸易平衡发展。“十五五”规划纲要明确提出“推动进出口平衡发展”，今年的政府工作报告进一步部署“积极扩大进口，推进贸易平衡发展”。政策导向一以贯之，向国际社会传递出坚定扩大开放、共享市场机遇的明确信号。

我国扩大进口，为世界提供了巨大机遇。如今，我国已是160多个国家和地区的主要贸易伙伴，中国市场对全球出口的拉动作用持续增强，日益成为世界共享的大

市场。一是农产品和原材料进口，让广大发展中国家和最不发达国家共享中国大市场红利。我国已对63个国家实施零关税政策，自今年5月1日起对53个非洲建交国全面实施零关税，为这些国家的优质产品打开了通往14亿多人口大市场的大门。我国是全球重要的农产品、能源和矿产进口市场，大豆、牛肉、水果、咖啡、原油、铁矿砂等进口规模长期位居世界前列，直接关系到众多出口国人民的生计和产业发展。二是制成品进口，让各国企业深度分享中国发展机遇。从中间品看，我国超大规模制造业对电子元件、电脑零部件、精密仪器等需求旺盛，带动全球产业链供应链高效运转；从最终品看，汽车、高端装备、化妆品、医疗器械等进口持续增长，各国优质制成品在中国找到了广阔销路。

我国扩大进口，也更好满足了国内需求。从居民角度看，进口丰富了消费选择、提升了消费品质。随着消费提质升级，全球优质商品加速进入中国市场：东南亚的热带水果、新西兰的乳制品、欧洲的护肤品……“全球好物”不断充实百姓

的“购物车”，更好满足了人民日益增长的美好生活需要。今年上半年，非洲鳄梨、苹果、橙子、葡萄柚等特色水果进口分别增长130%、89.6%、27.9%和11.9%。从企业角度看，进口有力支撑了产业转型升级和科技创新。先进设备、关键零部件和优质原材料的引进，为中国制造补链强链、向价值链高端迈进提供了重要支撑。上半年机电产品进口增长28%，其中电子元件进口增长45.6%，彰显了我国产业对全球优质要素资源的强劲吸纳能力。

2025年11月，商务部启动“共享大市场·出口中国”系列活动，多维搭建对接渠道、精心打造消费场景，持续打响“出口中国”品牌，让中国成为更多国家的最佳出口目的地和发展动力源。中国国际进口博览会作为世界上首个以进口为主题的国家级展会越办越好，第八届进博会集中展示461项代表性首发新产品、新技术、新服务，按一年计意向成交800多亿美元，创历届新高。与此同时，广交会、消博会等展会平台协同发力，国家进口贸易促进创新示范区加快培育，跨境贸易便利化水平

不断提升。这些平台把“中国大市场”转化为“世界大机遇”，为各国商品进入中国架起了制度化、常态化的桥梁。

今年以来，我国扩大进口的成效更加显现。上半年，我国进口10.74万亿元，历史同期首次突破10万亿元，增长22.1%，增速高于出口8.7个百分点。在世界经济增长乏力、单边主义和保护主义抬头的背景下，我国进口逆势上扬，为全球贸易注入了宝贵的确定性。展望下半年，尽管外部环境依然复杂多变，但随着扩内需、促消费政策持续发力，零关税等自主开放举措落地见效，进博会等平台带动效应不断释放，加之国内工业生产稳中有进、消费市场规模持续扩大，我国进口有望继续保持良好增势，潜力巨大、前景可期。

中国不仅愿做“世界工厂”，更愿做“世界市场”。不断扩大进口，既造福中国人民，也惠及世界各国。一个更加开放的中国，必将以超大规模市场的磅礴之力，与世界共享机遇、共同发展，为推动普惠包容的经济全球化作出新的更大贡献。

（据《光明日报》）

读懂“文物微笑”背后的意涵

乐呵呵的陶俑、有趣的吉器、绢帛上的可爱稚童……最近，辽宁省博物馆联合全国多家文博机构，汇聚300余件陶器、玉器、青铜器、石刻造像、绘画、雕塑类文物和作品，推出“微笑——文物里的中国精神印记”特展，获得文化迷、文博粉的持续点赞。

文物是固态的历史，镌刻特定时期的民族记忆，承载一代代人的情感内核。比如，中国国家博物馆的东汉击鼓说唱俑，一手持鼓、一手举槌，肢体松弛又富有张力，艺人模样被刻画得淋漓尽致；成都博物馆的东汉陶庖厨俑在朴素烟火中劳作、创造美味，形象生动。一件件文物上的“微笑”穿越时空，勾勒着安乐自如的市井图景，生动诠释了中国人的乐观天性。

文化自信不是一句抽象的口号，而是源自一砖一瓦的精神建构。我们的文化底气，内藏于文物的盈盈“笑意”中，沉淀在万千文物承载的生活信念里。从动荡岁月里陶俑留存的对从容欢愉、到寻常市井间吉器寄托的美好祈愿，再到婴童图像承载的生生之望，一脉相承的是向善向暖、热爱生活的民族底色。心怀所爱、笃守良善，正是中华民族屡经磨难、愈挫愈勇的密钥。揭示并传承文物之中的精神力量，有助于我们在时代浪潮中笃定前行，让文明薪火生生不息、绵延不绝。

长久以来，不少文物陈列止步于年代、材质、用途的基础介绍，文物承载的精神意涵被埋没。近年来，我国文博事业逐步超越静态陈列，进入价值深度阐释与创造性转化的新境界。在器物形制、年代的浅层研究之外，深挖文物神态背后的民族心理、精神特质，不仅让千年陶俑的笑意成为可触摸、可共情的精神范本，更有力证明严肃的学术研究与生动的现代表达并非不可兼容。

故宫博物院考古研究秉持“最小干预、微创发掘”的活态遗产保护理念，通过“边发掘、边展示”的现场转化与专题展览，将紫禁城地下的元明清“三叠层”遗迹化为公众可感知的考古实证；宝鸡青铜器博物院深挖何尊“宅兹中国”铭文内涵，借助数字化手段让青铜重器“开口说话”，将晦涩的考古语言转化为百姓听得懂的故事。专业的考古发现与研究成果，唯有通过契合时代语境的创造性转化，才能更好从学术象牙塔走向大众心灵，成为滋养文化自信的源头活水。

值得关注的是，辽宁省博物馆这场“微笑”主题的文物特展，建立在全国38家文博机构携手合作的基础之上。想要让更多沉睡文物“开口说话”，需打通研究、传播、普及三重路径，汇集各方智慧、资源与行动。

文博院所联合考古、文史学者深挖器物背后精神内涵，不止步于年代形制等浅层解读，提炼文物承载的深层寓意；借助数字化技术打造线上展厅，推出文物解读直播、用通俗叙事消解历史距离感；推出研学课堂、主题特展与文创美育，把抽象精神转化为大众可共情的故事……构建多层次、立体化的文物解读体系，能够让文物更巧妙地“开口”，帮助今天的我们在读懂文物中厚植文化自信。

器物无声，文化深流。各类文物不仅是古代生活的鲜活遗存，更是中华民族精神品格的具象载体。深耕文物阐释、创新文博传播，透过器物明晰文明赓续的深层底气，必能进一步凝聚起磅礴的文化力量。（据《人民日报》）

露台经济进化需要想象力

当城市土地开发接近天花板，地面空间日益饱和，越来越多的城市开始将目光投向“头顶”——那些长期被忽视、闲置的屋顶露台，正悄然成为激活消费、重塑城市空间的新引擎。

然而，从现有业态来看，“观景+餐饮”仍是主打模式。面对多变的需求，单一的消费内容，对文化资源挖掘不足等问题，不仅加剧了审美疲劳，也削弱了可持续经营能力……露台经济的同质化问题不容忽视。

露台经济进化，需要更大的想象力。抬头是蓝天白云，低头是城市森林，耳旁是徐徐清风……正是露台之上的这一独特空中视角，赋予这片空间别致的开阔和浪漫。如何把这种空间体验用好用足，值得思考。

关键词之一是可达性。从地面到空中，城市消费空间实际上是一张向上伸展的立体消费网络。越是向上，“能见度”可能越有限。如果写字楼商业化程度高，建筑外墙风格与露台经济的业态属性“不搭”，屋顶空间无法在地面直接看到，就会

打消不少人群参与露台经济的意愿。怎样改变屋顶空间的“抵达难”是一大考验。

关键词之二是开放性。传统商业空间像是密闭的盒子，消费者全程置身室内，缺少自然的趣味，逛久了难免觉得压抑。屋顶空间受层高、柱距等客观因素限制相对较少，能够承载更加多元、有趣的业态。当然，屋顶的业态不是地面业态的简单转移或嫁接。否则，露台经济“悬”在空中，便难以接通地气。

关键词之三是松弛感。露台经济的潜在需求存在于人与周边环境之间的联系之中。正是因为其业态与周边环境相互渗透、融合，才为消费者带来松弛感、愉悦感。所以，不妨利用露台与生态公园的关联，举办花展、户外赛事和自然科普活动；也可以把屋顶农场升级为社群活动的节点，使消费者成为某种生活方式的践行者。当建筑的肌理、街区的气质共同形成一种张弛有度的氛围，各种有价值的体验就会自然地发生。

（据《广州日报》）

警惕协会牵头抱团涨价



机动车驾驶培训是守护道路交通安全的首道关口，但驾培行业地域属性强、服务同质化程度高，易滋生垄断土壤。市场监管总局（国家反垄断局）近期发布的《中国反垄断执法年度报告（2025）》显示，部分县域和三四线城市驾培领域，竞争对手“抱团涨价”，行业协会组织签订垄断协议，统一抬价、压缩教学服务，加重学员负担，成为群众反映强烈的民生痛点。

新华社发

快 评

期待更多机器人公园“上岗”

颐和园内，智能巡扫机器人沿主干道清理路面落叶杂物；玉渊潭公园中，巡护机器人识别并劝阻不文明行为……这个暑期，北京14家市属公园迎来72名机器人员工。

点 评：

“上岗”的智能机器人，兼具清洁清扫、智慧巡检、问询导览、绿化养护、生态监测等多种功能，精准弥补了传统管护的不足，有效提升了公园管护的精细化、智能化水平，进一步优化了游客体验，带来多重效益。

小小机器人，承载着城市管理方式和手段的大变革。让前沿技术转化为人看得见、摸得着的民生福祉，城市生活必将更加美好。

（据《河北日报》）

“预制娃”能走多远

近日，“预制娃”话题在网络引发热议。这一比喻用孩子的超前学习类比预制菜：学生利用假期提前学完新学期内容，开学由课堂教学完成“加热”，再通过考试检验学习成色。

点 评：

“预制娃”本质是教育内卷，源于单一升学通道催生的集体教育焦虑。超前学习常表现为灌输式学习，跳过了自主思考流程，有可能学了很多，但孩子的逻辑思维能力并未得到提升，知识的视野也未必宽阔。而且，一旦出现落差，极易引发心态失衡，让孩子陷入焦虑与厌学之中。面对此类问题，需要社会与个人共同发力。一方面，构建多元且长效的考评机制，从源头缓解焦虑。另一方面，家长需要保持定力，正视孩子的个体节奏，因材施教，以长远思路规划成长。尊重教育规律，才能行稳致远。

（据《南方日报》）

静音车厢应支持自主选择

近来，在社交平台上，不少乘客反映自己购买高铁票时从未勾选静音车厢，出票后却被分进了静音车厢。带娃出行的家长尤其为难，想退票重买还得自付手续费。

点 评：

静音车厢的服务，如果只照顾“静”，忽略了“动”的客观需求，那不是周全，而是偏颇。带娃旅客被强制分配到静音车厢，直接违背了他们的真实意愿，客观上剥夺了旅客自主选择权，属于一种变相的强制消费行为。

铁路部门应正视旅客诉求，优化购票与分配机制。不妨在12306购票界面新增“不接受静音车厢分配”选项，在无普通席位时，允许旅客自主放弃当前车次、作出其他选择，把出行选择权真正交还旅客。同时优化席位分配逻辑，针对携童等特殊出行人群精准避让，从源头化解矛盾。否则，只为静音而“静音”，会导致矛盾激化。

（据《广西日报》）

叫停“小蓝灯” 向伪创新亮红灯

近期，“民用乘用车加装自动驾驶‘小蓝灯’因不合规被全面叫停”的消息刷屏汽车消费市场，引发广泛关注。

点 评：

叫停自动驾驶“小蓝灯”，并非否定智能汽车技术迭代，而是纠偏“重营销、轻实效”的伪创新倾向。

车企应当摆正创新方向，要把研发资源投向智驾核心算法、安全冗余设计。在产品宣传上，要厘清辅助驾驶与自动驾驶的边界，杜绝误导车主放松驾驶注意力。标准体系也需紧跟产业发展节奏，针对智能汽车人车交互的现实需求，加快修订汽车灯光相关国标，让真正有价值的创新有规可依、有据可循。

（据《广西日报》）

北京地铁雨衣上新“随手扔”也要改改

一件件完好无损的雨衣，被皱巴巴地塞进垃圾桶里，这一幕让人倍感可惜。前两天北京突遇强降雨，北京地铁提前为乘客准备好免费雨衣，其中不少是加厚、可循环利用的新款雨衣。然而，不少乘客出站后就将新款雨衣丢弃。

点 评：

为乘客发放免费雨衣，是北京地铁延续20年的温暖约定。但随手丢弃雨衣的乘客同样大有人在。究其原因，很多乘客觉得随身携带比较麻烦；或者确实不知道新雨衣可以循环利用，延续了“一次性用品用完即弃”的惯性思维。

新款雨衣发放量大，随意丢弃造成的浪费不小。北京地铁可以把好事做得更好一些。比如，目前不同站点发放的雨衣材质不同，不妨对发放可循环利用雨衣的站点加以明确，让乘客心中有数；在发放可循环利用的雨衣时制作提示牌，工作人员费心多提醒提醒。

（据《北京晚报》）

找家政不再“开盲盒”折射行业变革

日前，上海市对外公布了家政员工制改革阶段性成果，全市首批16家试点员工制家政企业，完成员工转型2741人，从业人员职业技能等级证书持有率高达97.8%。一组组数据背后，是家政行业发展模式的深刻变革，让百姓找家政不再“开盲盒”。

点 评：

推行家政员工制，正是破除行业顽疾、重构服务生态的关键一招。对从业者而言，稳定的劳动关系、健全的权益保障、清晰的技能晋升通道，有效化解了职业焦虑，极大提升了从业人员的归属感与职业荣誉感。对广大消费者而言，服务对接企业化、服务标准规范化、纠纷处置主体化，彻底告别私下交易的风险。期待各地立足本地实际持续深化家政行业改革，真正让家政服务有标准、可追溯、有保障。

（据《新华日报》）

