

新时代西部大开发观察

新华社西安5月10日电(记者 沈虹冰 刘书云 石志勇 张斌 雷霄霄)从巍峨矗立的雪山到苍茫无垠的沙漠,从绿草如茵的草原到雄伟壮丽的高原……西部地区幅员辽阔,涵盖12个省、自治区和直辖市,在全国改革发展稳定大局中举足轻重。

西部大开发战略实施以来,特别是党中央对新时代推进西部大开发形成新格局作出部署5年来,西部地区发展成效显著,地区生产总值年均增长4.9%,不仅为全面建成小康社会打下坚实基础,更为国家发展提供了广阔的战略空间。

今年4月,习近平总书记在新时代推动西部大开发座谈会上指出,要一以贯之抓好党中央推动西部大开发政策举措的贯彻落实,进一步形成大保护、大开放、高质量发展新格局,提升区域整体实力和可持续发展能力,在中国式现代化建设中奋力谱写西部大开发新篇章。

产业加速上“新”催生蝶变效应

西安中科微精光子科技股份有限公司的车间里,激光器喷射出的光束快速飞舞。短短几分钟后,火柴头表面就出现了清晰的字迹。

“科技创新为传统产业转型持续赋能,这种超快激光器可以解决传统加工方式解决不了的问题,广泛应用于航空航天、电子信息领域。”公司副总经理陈俊威说。

从“老笨黑粗”的传统产业到因地制宜发展新质生产力,西部地区牢牢扭住创新这个“牛鼻子”,加速产业转型升级,加快形成地区发展新动能。

据统计,西部地区已打造新材料、生物医药等9个国家级战略性新兴产业集群和电子信息、航空等5个国家级先进制造业集群,工业增加值由2019年的5.8万亿元增长到2023年的8.1万亿元。

在西南,川渝两地电子信息制造业总规模超1.6万亿元,综合实力跃居全国前列;在西北,陕西“追光计划”实施两年多来,光子产业总产值以每年50%的速度递增,企业数从不足100家增至320余家……

“数字经济”正成为西部产业发展的热词。内蒙古大力推动5G技术、大数据等新一代信息技术应用,促进产业数字化转型、智能化升级;宁夏力争在2024年数字经济增加值占GDP比重达到36%以上;贵州今年要推动数字经济实现质的突破,数字经济占地区生产总值比重重要达到45%以上、规模突破万亿元。

西北大学副校长吴振磊认为,西部大开发战略实施以来,西部产业基础逐渐夯实,类型趋于多元,带动效应增强,随着西部地区加快发展新质生产力,将有助于促进传统产业转型升级,释放更大潜力。同时,一批因地制宜加速布局建设的战略性新兴产业、未来产业有望成为新的经济增长极,带动西部地区经济发展再上新台阶。

“绿色动能”助力高质量发展

西部地区是我国能源资源富集地,对于保障国家能源资源安全具有重要意义。随着新型能源体系加快建设,西部地区丰富的水风光资源被充分利用转化为清洁能源,送往大江南北,成为我国经济高质量发展的“绿色动能”。

来自雅砻江流域的清洁电能,只需3到5毫秒就可“闪送”至川渝、华东和华中等地的电力负荷中心。作为国家九大清洁能源基地之一,雅砻江流域水风光一体化基地累计发电量已突破1万亿千瓦时,绿色清洁能源发电量减排二氧化碳约8亿吨。

从“沙戈荒”里的蓝色“光伏海”,到雪域高原上矗立的白色大风车,西部地区发展清洁能源的潜力和势头吸引了众多新能源企业,太阳能电池、锂电池、新能源汽车已成为西部地区产业新名片。

甘肃省嘉峪关市加快布局新能源产业,已形成年产15万吨风电塔筒、25万吨光伏支架、1吉瓦高效光伏组件的生产能力,光伏并网发电总装机容量达到193万千瓦;重庆加速形成智能网联新能源汽车产业集群,预计2024年汽车制造业产值将达5500亿元;世界级锂电产业基地在四川初见雏形,“锂电之都”未来可期……

与此同时,西部地区加快推进生态修复、

环境治理。

宁夏银川,贺兰山运动休闲公园里,树影婆娑,波光粼粼。曾几何时,这里因矿产资源无序开发而满目疮痍。

40处点位整治修复,近1.4万亩矿坑环境得到有效治理……在地方政府对贺兰山自然保护区的生态治理下,曾经的砂石采矿塌陷区已变身为一座集生态旅游、运动休闲和葡萄酒文化体验于一体的主题公园。

大步跨越山海联结世界

过去的西部,山高路远。如今,陆海新通道上的货船、驰骋奔忙的中欧班列,正发出西部各省份跨越山海、联结世界、向外开放的时代强音。

重庆团结村中心站内,装载着摩托车配件、电脑配件等货物的西部陆海新通道铁海联运班列将自此一路向南,驶向广西钦州港,最终抵达泰国、印度尼西亚等东盟国家。借助这条贸易通道,超过1100种货物品类通达全球121个国家及地区的503个港口。

从内陆山城到出海门户,西部陆海新通道助推“中国西部制造”加快走向全球,也将来自世界各地的商品送至中国西部广阔的市场。统计数据显示,2023年西部地区进出口总额达3.7万亿元,较2019年增长37%。

以大开放促进大开发。陆海内外联动、东西双向互济的开放格局正在西部形成,为西部地区高质量发展注入新活力、带来新机遇。统计数据显示,过去5年,西部地区累计开行中欧班列3.5万列,占全国总数的50.5%;布局建设6个自贸试验区和40个综合保税区。

古丝绸之路起点西安,中欧班列集结中心。不久前,占地约100亩的哈萨克斯坦(西

安)码头在这里正式投用。

“中哈物流场站项目建成投用后,两国‘枢纽对枢纽’的物流通道将形成,进一步推动中国—中亚地区开展更深层次、更宽领域、更加紧密的共赢合作。”西安浐灞国际港党工委书记孙艺民说。

北起中国昆明,南至老挝万象,纵贯山峦、横穿江河的中老铁路已成为联结域内国家的重要纽带。云南抓好中老铁路运营和沿线开发,加强与周边国家的交流合作,推动我国面向南亚东南亚辐射中心建设不断取得新进展。截至3月12日,中老铁路已累计发送旅客3020万人次,发送货物3424万吨,其中跨境货物超780万吨。

陕西省社科院助理研究员谈润卿说,西部地区积极参与和融入“一带一路”建设,构建多层次开放平台,对推动新时代西部大开发,形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局举足轻重。

民生为本凝聚共同奋进力量

中铁十一局集团西康高铁长安制枕场,一根根用于铺设高铁的轨枕加快产出。

“到今年年底,枕场将完成西康高铁所有轨枕的预制任务。”长安制枕场项目负责人张建军说,西康高铁建成通车后,将使西安和安康两地间铁路通行时间从3.5小时缩短至约40分钟,极大地便利沿线群众出行。

隧道穿越山梁沟壑,铁龙奔驰戈壁沙漠,西部基础设施建设突飞猛进:在西藏,全区公路通车总里程十年间实现翻番,拉日铁路、拉林铁路先后建成通车,川藏铁路加快推进;在新疆,交通网络加快延伸,和若铁路与格库铁路、南疆铁路“牵手”,成为全长2712公里的世界首条环沙漠铁路线;在青海,G109小峡口改建工程唐蕃隧道下穿西和高速公路段施

工全部完成,工程建设取得新突破。

基础设施条件大为改观,人民生活水平稳步提高。西部地区总人口占全国近三成,在发展中保障和改善民生至关重要。

地处黄土高原的延安市安塞区南沟村,过去晴天一身灰,雨天一脚泥,打电话要到山顶上找信号,村里几乎没有像样的产业。近年来,南沟村推动现代农业、生态观光、乡村旅游融合发展,环境好了,百姓富了。

“种苹果一年能收入9万元,我还给别的果园剪枝、压条,现在成了村里的技术工人。”村民赵永东细细算着账,“我老伴现在在村里的景区工作,一年也能收入3万元。”

据统计,西部地区居民人均可支配收入从2019年的2.4万元增长至2023年的3.1万元,常住人口城镇化率提升至59.94%。

空气含氧量只有平原的40%,每年8级以上大风天气达200天,最低气温零下40摄氏度……平均海拔5000多米的双湖县,被称为“人类生理极限试验场”。

2022年7月,西藏实施双湖县第二批海拔牧民生态搬迁,南部4个乡镇的牧民告别苦寒高远的藏北,前往新家。从海拔5000多米的双湖县多玛乡,搬迁到海拔3600多米的山南市贡嘎县森布日村,42岁的村民桑珠一连用几个“更好”形容新生活:“气候更好了、房子更好了、日子也更好了。”

习近平总书记在新时代推动西部大开发座谈会上指出:“西部大开发作为国家战略,是一以贯之的。没有任何动摇,更没有削弱,而是不断加强和完善。我们现在还在继续推动这项工作。久久为功,自强不息,止于至善。”

在西部这片古老而又年轻的土地上,广大干部群众正同心携手,用勤劳和智慧谱写着新时代西部大开发新篇章。

“6·18”促销 电商平台不约而同取消预售

今年“6·18”年中大促的序幕逐渐拉开,取消预售成为传统电商平台做出的一大重要调整。

京东“6·18”将于5月31日晚8点全面开启,进行现货售卖。淘天集团也于5月6日宣布,今年天猫“6·18”取消官方预售,改为直接售卖模式。

“天猫、京东的举措,反映了消费者对于简单、直接购物体验的偏好,以及对预售模式潜在问题的担忧。”网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示,电商平台正在不断探索和创新销售模式,以更好地满足消费者的需求并保持自身的市场竞争力。



预售为何取消?

在电商领域,预售机制是一种灵活的销售策略,它允许消费者通过支付定金来提前锁定心仪的商品。这种机制不仅有助于商家减少库存风险,降低生产成本,并加速资金周转,还为后续的正式销售打下了坚实的基础。

一家乳制品电商负责人对记者表示:“通过预售,我们可以提前掌握消费者的购买意向,从而更精准地安排生产和物流计划。这不仅降低了库存风险,还让我们能够提前回笼资金,有效缓解资金压力。”

但实际上,预售制度屡被消费者诟病。截至5月9日,黑猫投诉平台上关于预售的投诉已超过8万条。有消费者反映,在购买商品时明明是标注为现货,但在下单后却变成了预售商品,导致等待时间延长,甚至错过使用时机。还有网友投诉,购买

了预售商品,但商家却迟迟未发货。

与此同时,消费者发现在不同的销售渠道(如直播间、各平台官方旗舰店等),同一预售商品价格不统一的情况时有发生,甚至还会出现提前购买预售商品并没有获得预期的优惠,反而价格更高的情况。

对此,业界普遍认为,预售被天猫、京东等电商平台逐渐放弃,核心原因是其机制存在漏洞。

零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅对记者表示,随着大促规模的加大,参与预售的商家和消费群体不断扩大,问题也开始出现。例如,预售的商品不能按期发货、补差价时出现涨价情况、售后服务与普通商品不一致等,甚至出现金融风险。使得消费者的消费体验变差、消费风险上升,使平台口碑和平台其他正常售卖商品的商家都受到了影响,所以京东和淘天集团才会不约而同取消预售制。

价格、商品力仍是核心

在存量博弈时代,平台和商家面临着如何留住用户的巨大挑战。从当前的市场趋势和业内人士的观点来看,低价策略、现货销售、缩短活动周期以及提升商品服务附加值,正成为电商平台在大促期间替代预售的新手段。

据记者了解,面向商家,今年天猫“6·18”简化报名环节,满足要求的商家可直接进行商品报名;针对消费者,淘宝天猫推出全价价保、提供运费险等一系列举措,并拉长了“6·18”活动周期。淘宝方面表示,取消预售是顺应时代变化,以用户为中心,回归消费本质。

与此同时,今年京东“6·18”在5月31日晚8点现货开卖,同步推出百亿元补贴日活动,还将先后推出9.9包邮日、超级直播日、PLUS会员日等主题活动。

速途研究院前院长、资深互联网观察家丁道师向记者表示,“低价”依然是2024年电商行业的关键词,也是所有电商平台重点发力的方向。

“直播的兴起和拼多多等以价格驱动的平台机制,使得促销活动几乎每天都在发生,大部分品牌已不再过度依赖平台的大促来销售商品。”在庄帅看来,价格、商品力(新品、定制、自有品牌)仍然是电商平台竞争的重点,直播电商、即时零售也将成为“6·18”的主要增长模式。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅在接受记者采访时表示,新营销、新玩法、新手段,或将成为今年“6·18”的一个明显特征。同时,商品性价比、产品力的竞争也将在今年“6·18”变得更为激烈,除了实惠的价格,对产品的创新或是驱动消费者以旧换新的重要手段,同时,满足消费者新应用需求和场景的尝试也值得关注。

本报综合消息