

# 迎来24项“国家红利”，综保区加速扩能提质

## 前3个月全国规模以上工业企业利润增长15.5%



4月27日，在江苏省连云港鸿云实业有限公司生产基地，一艘船舶正在建设中(无人机照片)。  
4月27日，国家统计局发布数据显示，1至3月份，全国规模以上工业企业实现利润总额16960.4亿元，同比增长15.5%。 新华社发(王春 摄)

## 商务部回应提交对欧盟《工业加速器法案》的评论意见

新华社北京4月27日电 商务部新闻发言人27日就欧盟《工业加速器法案》相关问题答记者问时表示，4月24日，商务部向欧委会正式提交了对欧盟《工业加速器法案》的评论意见，表达了中方正式立场和严正关切。中方认为，法案对外商投资电池、电动汽车、光伏、关键原材料四大新兴战略行业设置了诸多限制性要求，并在公共采购和公共支持政策中设置了“欧盟原产”的排他性条款，构成了严重的投资壁垒和制度性歧视。

发言人表示，在评论意见中，中方建议欧方删除法案中对外国投资者的歧视性要求、本地含量要求、强制转让知识产权和技术要求、公共采购限制政策等内容。希望欧方高度重视并认真考虑采纳中方提交的评论意见，严格遵守世贸组织规则，避免歧视性限制措施。

发言人说，中方将密切关注相关立法进程，并愿与欧方就此进行对话沟通。如欧方无视中方建议，执意推动其立法，并因此损害中方企业利益，中方将不得不进行反制，坚决维护中国企业合法权益。

## 日本就修订“安保三文件”召开首次专家会议

新华社东京4月27日电(记者 陈泽安 李子越)据日本共同社报道，围绕修订“安保三文件”，日本政府27日在首相官邸召开首次专家会议。专家会议将在今年秋季结束前汇总相关建议，为日本政府年内完成修订“安保三文件”提供参考。

据报道，提高防卫费是会议的议题之一。日本政府在2022年底正式通过新“安保三文件”。文件指出，将在2023至2027财年将日本防卫费总额增至约43万亿日元(1美元约合159日元)。自2023

## 美媒：以总统暂不赦免内塔尼亚胡 寻求促成认罪协议

据新华社华盛顿4月26日电 据美国《纽约时报》26日报道，以色列总统赫尔佐格已决定暂不赦免涉贪腐案的以色列总理内塔尼亚胡，而是将启动调解程序，推动达成认罪协议。

报道说，据两名了解其想法的以色列高级官员说，赫尔佐格将首先尝试启动调解程序，推动达成认罪协议。对于内塔尼亚胡提出的赦免请求，他现阶段不表态是否同意。

针对上述消息，赫尔佐格办公室给《纽约时报》的声明称，总统已多次表示，推动当事双方达成“友好解决方案”符合公共利益。至于赦免请求，总统将依据法律、良知及国家利益行事。

2020年初，以色列检方以受贿、欺诈和违背公众信任3项指控正式起诉内塔尼亚胡。同年5月，法院首次开庭审理该案，内塔尼亚胡因此成为以色列首个接受司法审理的在任总理。2024年12月10日，内塔尼亚胡首次就涉嫌贪腐案出庭作证。

据以媒报道，审理启动以来，内塔尼亚胡多次以战事、外访、健康等理由“拖延避审”。如果罪名成立，内塔尼亚胡因受贿面临的最高刑罚将是10年监禁，因欺诈和违背公众信任将合计面临3年监禁的最高刑罚。

## 伊朗暂停出口部分钢铁产品

新华社德黑兰4月27日电(记者 沙达提 陈霄)伊朗贸易促进组织27日发表声明说，伊朗已暂停出口钢坯和钢板等部分钢铁产品，出口禁令将持续至5月30日。

声明说，根据伊朗工业、矿产和贸易部及伊朗最高国家安全委员会通过的决议，伊朗方面实施这一出

口禁令，出口禁令有可能延长。

位于伊朗中部伊斯法罕省和西南部胡齐斯坦省的两座大型钢铁厂日前遭到美国和以色列袭击，导致工厂部分停产。

受战事影响，伊朗已禁止向海外出售部分化学品、石油化工产品和聚合物产品。

从传统的“两头在外”向服务国内国际双循环转变。

“提高智慧监管和协同共治效能”方面的措施涉及监管模式和治理机制的深刻变革，是综保区制度型开放的核心支撑，主要包括建设智慧监管体系、完善全生命周期管理、加大守信联合激励力度、提升配套管理服务水平、建设综合服务平台等。

据了解，当前，全国各省份的下辖城市还在积极申报综保区。业内人士透露，从布局上看，全国综保区存在数量已总体较多、同质化竞争等情况。

“要促进综保区错位发展、特色发展。”潘城表示，文件提出的“完善全生命周期管理”措施，就是要从审核设立、建设验收、规划调整、发展评估等方面，指导各地统筹做好综合保税区的建设发展工作，包括科学控制增量、合理优化存量、着力提升质量，争取设立一个、办好一个。

“十五五”规划纲要提出“促进综合保税区转型升级”。潘城表示，随着24项改革措施的落地实施，综合保税区将迎来新一轮发展机遇，承担更为重要的任务使命，为“十五五”时期我国进一步扩大高水平对外开放注入强劲动力。

“欢迎广大外贸企业结合自身业务特点，用足用好综合保税区政策功能，不断提升企业和产品的竞争力。”他说。

据新华社吉隆坡4月27日电 业内人士指出，当前境内外支付体系的对接正在加快推进，覆盖区域和消费场景不断扩展，支付渠道更加多元。

“五一”假期前，微信支付进一步打通境外多地本地支付系统，正是这一趋势的体现。”博通咨询金融行业资深分析师王蓬博说。

招联首席经济学家董希淼认为，个人跨境消费频次高、场景广，有助于持续培养海外商户对人民币结算的接受度，形成“长尾效应”，为人民币在更多国际场景中的应用积累基础。

从兑换现金到扫码支付，从“多卡在手”到“一部手机游全球”，“支付清扫码”已成为越来越多国家和地区商户的日常提示语，中国游客跨境消费体验正变得越来越便捷。

事实上，微信支付、支付宝、中国银联等支付机构均在跨境支付领域发力。微信跨境支付已覆盖全球78个国家和地区，支持36种货币；蚂蚁国际旗下的全球钱包整合网关“Alipay+”连接全球40多个电子钱包，并在2025年与10多个国家二维码网络达成合作，已覆盖全球100多个市场、超过1.5亿商户和18亿消费者账户；银联已在印尼、韩国、斯里兰卡、阿根廷、土耳其等全球多个市场推进二维码互

联网互通合作。

本地二维码接入中国移动支付服务后，“结账更快、效率更高，大家都省心”。

当地媒体报道，斯里兰卡超过40万家商户接入本地二维码系统，支持微信和支付宝支付。这不仅提升跨境支付便利性，也有助于推动当地旅游业发展，带动中小商户融入数字支付体系，助力金融服务普惠发展。

事实上，微信支付、支付宝、中国银联等支付机构均在跨境支付领域发力。微信跨境支付已覆盖全球78个国家和地区，支持36种货币；蚂蚁国际旗下的全球钱包整合网关“Alipay+”连接全球40多个电子钱包，并在2025年与10多个国家二维码网络达成合作，已覆盖全球100多个市场、超过1.5亿商户和18亿消费者账户；银联已在印尼、韩国、斯里兰卡、阿根廷、土耳其等全球多个市场推进二维码互

范围，还将推动综保区从传统加工制造向高附加值产业升级。

生物医药产业事关人民健康福祉，是我国重点发展的战略性新兴产业，也是当前全球科技竞争的焦点领域。

海关总署自贸区 and 特殊区域发展司司长张长征表示，前期调研收到了综保区外生物医药企业的强烈诉求：受限于现有实验室前期投入成本高、研发制造一体化等现实情况，企业无法单独将研发环节迁入区内，迫切希望能够进一步改革创新，共享区内保税研发红利。

既然企业“进不来”，就让政策“走出去”。对此，文件提出“对符合条件的区外生物医药研发企业，试点赋予综合保税区海关关注册编码”这一突破性具体举措。

当前，全球产业链供应链加速重构，保障产业链供应链韧性和安全成为我国经济发展的重要任务。在“保障产业链供应链韧性和安全”方面，文件提出服务国家战略需求、实施重大技术装备产业链异地监管、优化重点商品管理、实施差异化合格评定等4条措施。

为进一步提升内外贸一体化发展水平，文件明确支持综合保税区和口岸联动发展、支持出口产品转内销、支持特定货物便捷出区、简化设备出区手续、扩大信息互通互认、优化跨境资金结算等7条措施，着力推动综合保税区发展模式

区合计进出口7.2万亿元，以不到两万分之一的国土面积，贡献了全国近六分之一的进出口总值，有力促进了我国开放型经济发展。

然而，随着全球贸易格局加速重塑和国内高质量发展不断推进，综保区面临政策优势弱化、促进内外贸一体化作用不够突出、国际竞争力不足等问题，亟需通过政策创新实现扩能提质。

海关总署自贸区 and 特殊区域发展司司长潘城表示，这些改革措施立足综保区保税功能和政策集成优势，主动对接国际高标准经贸规则，并结合各区域功能定位、企业实际需求，以及需要着力解决的突出问题研究提出。

具体来看，“提升新业态新模式发展能级”方面主要包括保税维修、保税检测、再制造、跨境电商、保税培训等“保税+”新业态发展，强化生物医药科研联动发展等7条措施，充分体现了以新业态激发增长潜能的政策导向，是极具创新性的内容。

其中，“探索实施综合保税区保税维修产品负面清单管理”这一具体举措广受关注。

据潘城介绍，目前，综保区维修产品采取正面清单管理，即四批维修产品目录所涵盖的276类商品，均可以在区内开展保税维修业务。此次从“正面清单”到“负面清单”的转变，不仅将大幅扩大保税维修业务

网络，“全程基本不用专门换汇”。

微信支付相关负责人介绍，在韩国，从地铁购票、咖啡馆点单，到免税店购物、夜市消费，扫码支付成为中国游客“新常态”。数据显示，今年春节期间，在微信支付境外线下交易数量排名中，韩国进入前五。今年2月15日至20日，中国游客在韩国当地消费金额同比增长超过160%。

中国移动支付正伴随着中国游客的脚步加速“走出去”。在泰国首都曼谷湄南河畔的暹罗天地商场，甜品店店员米颂一边整理刚出炉的点心，一边指着收银台旁的蓝色“PromptPay”二维码说：“微信扫这里就可以。”她告诉记者，自去年年底起，中国游客可以直接扫码支付，“不用换现金，买东西更加轻松便利”。

在斯里兰卡首都科伦坡，珠宝店商户拉希姆也感受到类似变化。

为线下到访，小院成为连接城乡的温情据点。“梅一回村”还与咖啡店探索出“小店联动、客源共享”的抱团模式。一杯咖啡配一碗炖汤，两种不同的“情绪产品”形成互补，共同做大了乡村消费的“蛋糕”。这种自发形成的“小院生态”，正在田公畚村悄然生长。

而在“春荷茶咖”，刘育群巧妙利用了火锅店的既有客流，实现“火锅+茶咖”的业态互补。她计划今后将小媳妇的团建活动更多地导入“春荷茶咖”，并承接一些公司的团建活动，让咖啡店真正“活起来、火起来”。这种复合业态，有效摊薄了运营成本，延长了顾客停留时间。

更值得关注的是“空间+内容”的合作模式。拥有空间的房主，与擅长疗愈、手作的“内容方”深度合作，前者提供场地与运营支持，后者负责体验设计与用户链接，双方互补共赢。丁薇薇将店铺出租，正是这一模式的生动实践。

然而，并非所有小院都能跑通盈利模式。数据显示，约九成实体店疗愈空间难撑过半年。把小院当“布景”而不是当“产品”、把疗愈当“感性生意”而忽略成本结构、只在小院埋头耕耘而忽略“用户资产”，是当前小院经营存在的普遍问题。“节假日很忙，工作日很闲”成为许多情绪小院的共同面临的问题。

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？

追问——从“网红”到“长红”的冷思考

热潮之下，仍需冷思考。

“情绪小院”的走红，本质上是抓住了当代社会“爱美、孤独”的消费趋势。但热潮过后，如何避免“昙花一现”？