

数据产量超32ZB！数字中国持续释放“数”活力

数据，看不见、摸不着，但我们每个人却早已身处数据海洋之中，日常点滴汇聚成经济社会运行中的数据资源。

全国数据工作会议上的最新信息显示，经初步测算，2023年我国数据生产总量预计超32ZB。这表明我国已是全球数据大国，让流动的数据创造更多价值是未来方向。

海量数据来自哪里？打开手机，外卖记录生成个人饮食喜好；在订单、库存和交货期里，藏着企业的供应链信息；人口、医保、就业数据的统计，是政府民生的直接反映……数字中国的活力无处不在。

数据能给社会发展带来什么？我们以一份医疗数据为例：如果用于医生诊断，可以看出一个病人的病因甚至病情发展；如果用于医药企业，这是新药研发的重要参数，直观反映药品的治疗效果和不良反应；如果用于保险行业，能够作为基础信息帮助实现定制化保险产品。

万物互联时代，一数据激起千层浪——同一个数据，不仅可以重复用于不同场景且不会损耗，还可以发挥

“助燃”作用，规模效益巨大，这就是数据要素区别于土地等其他要素的特性。

有机构预测，数据流量每增加10%，将带动GDP增长0.2个百分点。数据作为新型生产要素的最大优势，在于“数乘万物”。如同数学算式上从一级运算跨越到二级运算，数据要素带来的是指数级别的倍增。

放眼望去，无论是借助气象土壤数据实现农业精准作业，还是通过数字化改造让钢铁生产更加可控，抑或是综合研判车、路等多方数据开发自动驾驶，数据正加速与千行百业相结合，发挥出乘数效应。

与此同时，不论是传统产业数字化转型改造，还是充分借助数据发展的战略性新兴产业和未来产业，宝贵的数据又从千行百业中产生，得以继续被开发利用。数据与产业、相互促进，相互激发，迸发出中国经济蓬勃发展的动能。

数据多，更要把“数”用好。2015年，我国提出“互联网+”；2019年，我国将数据作为新的生产要素；2020年，《中共中央关于制定国民

经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出建设数字中国；2022年，《中共中央国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》对外发布，搭建数据基础制度体系……我国对数据开发利用稳步推进。

然而，数据应用潜力释放不够，数据壁垒、数据孤岛阻碍数据流通，数据隐私、安全问题亟待解决……数据要素在发展过程中存在不少难题。

2023年10月，国家数据局应运而生，统筹数字中国、数字经济和数字社会建设工作，加快破局数据要素市场化配置改革。这正是数据大国对于数据要素开发利用和数据要素健康发展的前瞻性布局。

数据价值必须在应用场景中才能实现。面向未来，怎样让流动的数据赋能更多实体经济？

一言以蔽之：让“数”好用，把“数”用好。

——让数据供得出。数据不同于传统生产要素的特性，使得产权界定变得较为困难。谁有权利持有，谁能加工使用，谁能经

营相关产品？国家数据局表示将围绕数据产权、交易流通、收益分配和安全治理出台相关政策文件，为发挥数据要素价值提供坚实制度保障。

——让数据流得动。流动的数据才能带来价值，数字基础设施是数据流动的前提。国家数据局局长刘烈宏表示，加快构建联网调度、普惠易用、绿色安全的全国一体化算力体系，通过优化算力布局更好服务数字经济发展，同时探索布局数据基础设施，打造安全可信的流通环境，为促进跨行业、跨区域数据要素流通、开发、利用提供支撑。

——让数据用得好。不同于其他传统要素，数据只有与场景结合，才能改变传统生产函数，更好实现数据价值。国家数据局全力推动“数据要素×”行动，山东、辽宁等围绕政务服务、产业发展等积极打造各类数据应用场景。

加快推动数据在不同场景中发挥出千姿百态的乘数效应，我国数据基础资源优势将不断转化为经济发展新优势。未来的数字中国将更精彩。

（新华社北京4月2日电 记者 严赋憬）

国务院办公厅印发《统筹融资信用服务平台建设提升中小微企业融资便利水平实施方案》

（上接第1版）

《实施方案》明确，要优化信息归集共享机制。一是明确信用信息归集共享范围。将企业主要人员信息、各类资质信息、进出口信息等纳入信用信息归集共享清单。充分发挥地方融资信用服务平台作用，依法依规加大清单外信用信息归集共享力度。二是提升信用信息共享质效。对已在国家有关部门实现集中管理的信用信息，要加大“总对总”共享力度。加强数据质量协同治理，确保数据真实、准确、完整。

《实施方案》指出，要深化信用数据开发利用。一是完善信息查询服务。各级融资信用服务平台要按照公

益性原则依法依规向金融机构提供信息推送、信息查询、信用报告查询等服务。二是开展联合建模应用。支持建立信用信息归集加工联合实验室。三是开发信用融资产品。因地制宜开展“信易贷”专项产品试点，金融机构推出细分领域金融产品和服务。四是拓展提升平台服务功能。推动各项金融便民惠企政策通过平台直达中小微企业等经营主体。五是发展信用服务市场。制定信用信息平台的授权运营条件和标准。

《实施方案》强调，要加强信息安全保障和信息主体权益保护，强化政策支持保障，提升中小微企业融资便利水平。

我国将在县域农村建成一批就地就近的风电项目

新华社北京4月1日电（记者 严赋憬、戴小河）国家发展改革委1日发布消息，国家发展改革委、国家能源局、农业农村部组织开展“千乡万村驭风行动”，提出“十四五”期间，在具备条件的县（市、区、旗）域农村地区，以村为单位，建成一批就地就近开发利用的风电项目。

随着中国产业结构的变化，我们也在用新的态度来调整投资。”松下控股集团全球副总裁田哲明说，集团3月份在江苏苏州落地了一个关于半导体电子材料新产线的项目，将建设5万平方米自动化、智能化的绿色工厂，打造国际一流的集成电路新材料生产基地。

“展望未来，我们觉得中国在2024年将有一个非常稳定的增长轨迹，并将位于政府宣布的增长区间。”亚洲开发银行行长浅川雅嗣说。

（新华社北京4月2日电 记者 魏玉坤、韩佳诺）

农村风能资源和零散空闲土地资源为基础，结合村集体经济，以村为单位，以村企合作为主要形式，以收益共享为目的，以符合用地和环保政策为前提。

在政策支持方面，行动明确在符合国土空间规划，不涉及永久基本农田、生态保护红线、自然保护区和国家沙化土地封禁保护区的前提下，充分利用农村零散非耕地，依法依规办理“千乡万村驭风行动”风电项目用地。

据介绍，我国农村地区风能资源丰富、分布广泛。在农村地区充分利用零散土地，因地制宜推动风电就地就近开发利用，对于壮大村集体经济、助力乡村振兴，促进农村能源绿色低碳转型、实现碳达峰碳中和意义重大。

内蒙古9.7亿亩草原陆续进入休牧期

新华社呼和浩特4月2日电（记者 王春燕、李云平）记者从内蒙古自治区林草局获悉，今年全区范围内的草原都将实行春季休牧，休牧总面积达到9.7亿亩，其中3.8亿亩草原进入5年休牧期，5.9亿亩草原执行不少于45天的春季休牧制度。

春季是草原牧草返青期，春季休牧可以有效减少牲畜对牧草啃食、踩踏，有利于牧草充分返青及后续生长，提高牧草产量，对草原起到保护作用。

锡林郭勒盟2.2亿亩草原从4月1日起陆续进入休牧期。休牧期内，锡林郭勒盟为实施休牧的牧民发放草场补贴、支持休牧圈养，通过休牧让草原生态环境得到改善。

据锡林郭勒盟草原生态保护推广部介绍，全盟各旗县的休牧期不尽相同，根据当地气候条件和牧场生长规律确定。2024年，包括苏尼特

左旗、苏尼特右旗在内的五个旗县牧区的春季休牧期于4月1日开始，其余旗县的春季休牧期于5月或10日开始。在为期45天的春季休牧期内，休牧畜种为牛和羊（马、骆驼不在休牧范围内），补贴标准为1.125元/亩，涉及牧户共10.1万户。

据锡林郭勒盟2023年春季牧草返青期监测结果显示，2023年休牧期结束时，全盟天然草地全部返青，天然草地平均盖度26.5%，草地牧草返青状况良好。

呼伦贝尔市9329万亩草场4月10日起进入45天的休牧期，鄂尔多斯市从3月20日起对5338万亩草原实行3个月的季节性休牧。2024年初，内蒙古印发《内蒙古自治区解决草原过牧问题试点方案》，计划用一年时间在不同草地类型、不同经济类型区开展试点，因地制宜、一地一策解决草原过牧问题，总结经验后再全面推广。

信心与动能：透视中国制造业PMI释放的经济运行信号

在连续5个月收缩后，3月份中国制造业采购经理指数（PMI）升至50.8%，其中高技术制造业PMI升至53.9%，小型企业PMI12个月以来首次升至扩张区间，折射中国经济发展新动能不断积蓄，市场发展预期稳中向好，高质量发展扎实推进。

PMI是国际上通用的监测宏观经济走势的先行性指数之一。3月份，随着企业在春节过后加快复工复产，市场活跃度提升，制造业PMI重返50%以上的扩张区间。从景气面看，在调查的21个行业中，有15个位于扩张区间，比上月增加10个。

多家外媒认为，制造业PMI高于临界点，显示中国经济发展企稳回升。新加坡《联合早报》网站载文说，3月份中国制造业活动出现半年来首次扩张，并创下一年来的新高，表明中国经济已找到新的增长引擎。英国《金融时报》报道称，这是中国经济复苏的积极信号。“随着近期一系列

刺激措施开始生效，中国市场预期继续向好，中国经济正展现企稳迹象。”《华尔街日报》报道称。

“制造业PMI重回扩张区间，反映中国经济运行边际改善、回升明显。”中国物流信息中心专家文福说。

综合制造业PMI分项指数变化来看，推动中国经济回升向好的积极因素累积增强——

新动能成长壮大。3月份，高技术制造业、消费品行业、装备制造业PMI分别为53.9%、51.8%和51.6%，比上月上升3.1、1.8和2.1个百分点，均高于制造业总体水平。其中高技术制造业生产指数和新订单指数均高于55.0%，相关行业产需加快释放，反映我国新质生产力加快培育。

经营主体活力释放。中小企业是扩大就业、促进创业创新的重要力量。3月份，中、小型企业PMI分别升至50.6%、50.3%，均是在连续11个月运行在50%以下后重返扩张区间。

市场发展信心增强。3月份，生产经营预期指数为55.6%，比上月上升1.4个百分点，升至较高景气区间。

“一系列反映经济发展质量的分项指数显示，我国经济恢复基础更牢、创新发展动能更强、回升向好潜力更足。”南方科技大学副校长金李说。

事实上，在3月份制造业PMI数据公布之前，中国经济多项指标都出现明显改善，如民间投资增速由负转正、出口重回两位数增长等等，释放出中国经济开局良好的暖意。

“包括制造业PMI在内的诸多经济指标加快复苏，既彰显中国经济回升向好、长期向好的基本趋势没有改变，也表明中国采取的各项稳增长政策举措持续落地见效，将有力提振经济社会发展信心。”金李说。

作为世界第二大经济体，2023年中国经济对世界经济增长贡献率超过30%。今年以来，中国经济持续回升向好，将继续为世界经济增长注入动力。

沪渝蓉高铁武宜段跨汉丹铁路特大桥成功转体

4月2日，沪渝蓉高铁武宜段汉口至汉川东西南下行联络线跨汉丹铁路特大桥开始进行转体。

跨汉丹铁路特大桥转体结构呈“T”字型，长113.5米，宽7.1米，总重量超6000吨，是沪渝蓉高铁武宜段汉口至汉川东重难点控制性工程之一。沪渝蓉高铁武宜段汉口至汉川东全长44.535公里，由中铁十二局集团有限公司承建，包含多处转体桥、斜拉桥等特殊结构物。

■新华社记者 程敏 摄



新华调查

一个城市的历史遗迹、文化古迹、人文底蕴，是城市生命的一部分。

甘肃天水凭借麻辣烫“出圈”，短短20多天实现旅游综合收入超20亿元。权威数据显示，去年国内游客出游总花费接近5万亿元。

从淄博烧烤到贵州榕江“村超”，再到“尔滨”冰雪，一些地方呈现出文旅火爆的态势，更多城市管理者开始探索文旅大市场的新活力。

“网红”城市上新，文旅消费潜力有多大？

“开了26年店，像现在这样一天接待七八百位外地客人还是破天荒。”天水麻辣烫老板哈海英说，店门口从清晨6点排队到晚上9点，麻辣烫的竹签每天要用成千上万根。

天水麻辣烫火了之后，各地游客涌向这座西北古城，品尝美食的同时，打卡麦积山石窟、探访伏羲庙、观赏千年古柏……

坐高铁进“淄”赶“烤”，榕江“村超”全网关注，“尔滨”现象火爆、天水麻辣烫走红……近两年，地方文旅持续“出圈”，一个个IP涌现，“网红”持续上新。透过这波热度，也可以明显感受到文旅

对消费的撬动力量。

数据显示，3月1日至26日期间，天水市累计接待游客353.6万人次，实现旅游综合收入20.5亿元。

无独有偶，哈尔滨春节假期8天接待游客1009.3万人次，旅游总收入达164.2亿元；榕江“村超”去年获得数百万人次到访和数十亿元旅游收入；淄博2023年实现国内旅游收入约630亿元，同比增长68.42%。

据文化和旅游部测算，去年全国国内出游人次48.91亿，出游总花费4.91万亿元。今年春节长假，全国国内旅游出游4.74亿人次，总花费超过6300亿元。

今年的政府工作报告提出，积极培育文旅旅游等新的消费增长点，大力发展文化产业。近期，一系列释放文化和旅游消费潜力的利好政策举措出台。甘肃省旅游发展研究院执行院长把多勋认为，大家的消费需求越来越多元化和个性化，关注点可能是某个著名场景、特色美食、极具烟火气的生活体验和多彩的文化展示，大城小县都有“出圈”的机会，文旅消费可挖掘的空间巨大。

“文化和旅游、诗和远方已经成为人民群众对美好生活向往的重要内容。”文

化和旅游部部长孙业礼在今年两会“部长通道”上表示，文化和旅游产业链长，覆盖面广，涉及各行各业，文旅可以“加”百业，百业也可以“加”文旅，百业只要加上了文旅，既带来了人气，又开辟了财源，就会出现人财两旺的好势头。

底蕴、特色、真诚劲儿，一个都不少。文旅热的“流量”密码是什么？记者梳理最近一年的“出圈”之地发现，这些地方无一例外凸显出底蕴、特色和真诚劲儿三个关键词。

丝绸之路重镇天水，位于陕、甘、川三省交界处，是“羲里乡”，秦人在此放马、建都，蜀魏在此拉锯争雄，东西文明在此交汇，“中国四大石窟”之一的麦积山石窟坐落于此。

“冰城”哈尔滨，冰雪文化底蕴深厚，是冰雪运动爱好者的首选之地；索菲亚大教堂、哈尔滨火车站等建筑极具异域色彩；被联合国授予“音乐之城”称号。

齐风古韵、蒲翁故里、陶琉名城……淄博同样拥有深厚扎实的人文基因，所辖临淄区是春秋战国时期齐国国都，灿烂的齐文化给淄博留下了厚重的历史文脉。

“多地走红的背后，是厚重的城市底蕴和丰富的历史文化资源，这也是延长‘流量’的重要支撑。”把多勋说。

从哈尔滨的雪花到上海的繁花，从泉州的簪花到三亚的浪花，从天水的麻辣烫到淄博的烧烤……无论东西南北，各地的“火热”都离不开具有高辨识度的本地特色。

油泼辣子的鲜香和手擀粉的爽滑成就了别具风味的天水麻辣烫，小饼烤肉加蘸料组成了淄博烧烤“灵魂三件套”，特色美食成为解锁城市文化地图的一把钥匙。

现场观众拿着锅碗瓢盆助威呐喊，比赛奖品是本地香猪、香羊、小香鸡等特色农产品，村民身着民族服饰进行拉拉队表演……榕江“村超”以溢出屏幕的农趣农味和群众发自内心的热爱，打动了网友的心。

感人心者，莫过于诚。真诚劲儿也是多地火爆“出圈”的必杀技——热情、真诚和贴心服务一以贯之。

服务主打一个“实”。在天水，爱心车队暖心迎客，行李寄存点设置及时、考虑周到。哈尔滨及时关注游客留言投诉，接诉即办，道歉整改。淄博严

明要求明码标价、诚信经营，向缺斤少两说不。

将短期“流量”现象转化为长期“留量”经济

“网红”之后，如何留住文旅热度，将短期“流量”现象转化为长期“留量”经济？这成为多地城市管理者的探索课题。

记者近日在淄博曾经的热门打卡地八大局市场采访发现，部分“网红”烧烤店已更换招牌，销售体现民俗文化亮点的产品。不久前，淄博举办首届萝卜糖球民俗文化节，精品百货、特色美食、变脸、打铁花等非遗表演，带来视觉与味觉双重享受。

随着“尔滨”爆发，冰雪大世界AR冰箱贴、索菲亚教堂蛋糕、大雪人甜品、“恋上哈尔滨”立体贺卡等各类文创产品“出圈”，不仅包含着地域特色、奇思妙想，更有科技赋能、IP加持。

中国旅游研究院院长戴斌认为，想形成持续关注，要在城市形象塑造、旅游设施建设、特色文化推广等多维度发力，充分挖掘地域文化特色，因城施策，打造个性化的城市IP。“与其追逐表面上的浪花，不如把河床打得更坚实，打

好自家特色牌，让城市IP的吸引力更细水长流。”

在陕西西安的沉浸式街区，游客“变装入局长游长安”；在广西朔州，依托喀斯特地貌打造的攀岩节让运动休闲融入山水观光；住进莫干山乡村民宿体验农趣、享受慢生活；走进三星堆博物馆看数字化技术助力古老文物“活”起来……当旅游产品和服务愈发丰富优质，文旅热就不再局限于“眼球”经济。

千招万招，关键在于落实，接好接力棒。今年年初，全国各地的文旅部门纷纷通过社交媒体平台为自己的城市宣传推介，输出创意短视频、喊话明星为家乡“上分”。

戴斌认为，当“流量”来了，除了打造消费场景，更要守护市场秩序，营造良好的市场环境，同时防止短期过度投入造成资源浪费。

互联网用户的需求是不断变化的，要持续跟踪、把握变化。黑龙江省文旅厅副厅长齐斌说，要进一步做好消费市场调研，消费热点跟踪和消费心理预测，将“流量”转化为核心竞争力。

（新华社北京4月1日电 记者 文静、杨思琪、张武岳）