

# 以考核为抓手促进生态环境质量持续改善

——解读《美丽中国建设成效考核办法》

□新华社记者 高敬

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《美丽中国建设成效考核办法》。为何出台考核办法？适用对象包括哪些？主要考核哪些内容？7日，中央生态环境保护督察工作领导小组办公室有关负责同志就考核办法相关情况回答了记者提问。

**问：请介绍一下考核办法出台的背景和意义。**

**答：**生态环境保护能否落到实处，关键在领导干部，根本在制度保障。2020年4月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《省（自治区、直辖市）污染防治攻坚战成效考核措施》，在中央生态环境保护督察工作领导小组牵头组织下，连续7年开展污染防治攻坚战成效考核，考核工作“由无到有、由好到优”，成为夯实生态环境保护“党政同责、一岗双责”，推动生态环境质量持续改善的有力抓手。

2023年7月，习近平总书记在全国生态环境保护大会上强调，要健全科学合理的考核评价体系，组织开展美丽中国建设成效考核。《中共中央、国务院关于全面推进美丽中国建设的意见》明确提出，制定美丽中国建设成效考核办法，适时将污染防治攻坚战成效考核过渡到美丽中国建设成效考核，考核工作由中央生态环境保护督察工作领导小组牵头组织。

出台考核办法是深入践行习近平生态文明思想的内在要求，是推动树立和践行正确政绩观的制度利器，是全面推进美丽中国建设的有力抓手，是健全生态环境治理体系的重要举措。

**问：考核办法对考核工作原则有什么规定？**

**答：**考核办法明确了考核工作应当遵循的四项原则：一是坚持注重实绩、激励担当，推动树立和践行正确

政绩观，提高对党中央生态文明建设决策部署的执行力；

二是坚持目标导向、问题导向，针对人民群众反映强烈的突出生态环境问题，持续深入打好污染防治攻坚战，围绕美丽中国建设目标任务设置关键性、引领性考核指标，狠抓重点领域和关键环节；

三是坚持依规依法、群众认可，严格依照有关党内法规、生态环境法等法律要求，规范考核方式和程序，做到精准科学、客观公正，注重减轻基层负担，充分发挥社会监督作用；

四是坚持考用结合、以考促干，强化考核结果运用，以考核促进生态环境质量改善和相关工作落实，压实生态环境保护责任。

**问：考核办法的适用对象包括哪些？主要考核哪些内容？**

**答：**考核办法适用于对各省（自治区、直辖市）党委和政府美丽中国建设成效的考核。各省（自治区、直辖市）应当贯彻落实精简优化基层考核要求，按照本地区经审批报备的考核计划，结合实际考核下一级党委和政府美丽中国建设成效相关内容。

考核办法聚焦美丽中国建设关键领域和重点任务，精准设置五个方面考核内容。一是美丽中国建设责任落实情况。考核省（自治区、直辖市）党委和政府落实党政同责、一岗双责，研究部署和督促落实美丽中国建设和生态环境保护工作，压实生态环境保护责任，推进中央生态环境保护督察整改等情况。二是美丽中国建设年度主要目标完成情况。考核大气环境、水和海洋生态环境、土壤生态环境、固体废物污染防治和生态质量状况以及年度目标完成情况。三是美丽中国建

设年度重点任务完成情况。考核发展方式绿色低碳转型、污染治理、生态系统多样性稳定性持续性提升、生态环境安全年度重点任务完成情况。四是资金使用绩效情况。考核中央和地方生态环境保护财政资金使用绩效情况。五是群众满意程度。考核群众对本地区美丽中国建设和生态环境质量改善的满意程度。

**问：考核办法对考核工作组织形式和考核程序有哪些规定？**

**答：**考核办法明确，在党中央集中统一领导下，考核工作由中央生态环境保护督察工作领导小组牵头组织，由中央生态环境保护督察工作领导小组办公室、中央组织部会同有关部门开展。

考核工作延续污染防治攻坚战考核行之有效的经验做法，进一步规范和改进考核程序，主要采取自评总结、核实验证、综合评价、结果反馈四个步骤。

**问：考核办法对考核结果运用作了哪些规定？**

**答：**考核办法保持严的基调，强化考核结果运用，明确提出，考核结果作为省（自治区、直辖市）党委和政府领导班子和有关领导干部综合考核评价、奖惩任免的重要参考，作为生态环境保护相关财政资金分配的参考依据。

省（自治区、直辖市）考核结果为“不合格”的，应当及时提出整改措施，按期整改到位。逾期整改不到位的，视情由中央组织部会同中央生态环境保护督察工作领导小组办公室对省（自治区、直辖市）党委和政府主要负责人进行约谈。需要追究责任的，由中央纪委国家监委、中央组织部依规依纪依法予以责任追究。

（新华社北京5月7日电）

# 从文旅产业GDP占比看中国经济新图景

□新华社记者 余俊杰

日暖风轻起，正是出游时。

文化和旅游部最新数据显示，刚刚过去的“五一”假期，全国国内出游3.25亿人次，同比增长3.6%；国内出游总花费1854.92亿元，同比增长2.9%。文旅经济热潮涌动，假日消费活力十足。

当把目光从一个假期扩展到全年，更能感受到文旅产业的澎湃活力。国家统计局此前发布的年度数据显示：我国文化及相关产业增加值占GDP比重达4.61%，旅游及相关产业增加值占GDP比重为4.35%。

从假期“流量”到全年“常量”，文旅产业在国民经济中的分量正悄然跃升，成为不可忽视的重要力量。

这不仅仅是产业位次的更迭，更折射中国经济增长动力结构的深层之变——内需引擎中，服务消费的“助推器”作用愈发凸显，正加快成为拉动经济前行的重要动力。

这种变化，直观地映射出我国消费结构的升级。过去，谈到消费，人们更多想到的是买点什么东西；如今，一场说走就走的旅行、一次沉浸式的文化浸润、一顿独具风味的非遗美食，正成为越来越多人“愿为之付费”的生活方式选项。从“拥有什么”到“体验什么”，从满足生存到丰盛精神，消费的内涵正在被重新定义。

进入2026年，这股势头依然强劲：今年春节假期，国内出游5.96亿人次，旅游花费超8000亿元，刷新纪录；一季度，我国规模以上文化企业营收超3.5

万亿元，同比增长6.4%。

这些数字背后，是14亿多中国人民对美好生活的向往正在从“有没有”向“好不好”跨越，是精神文化需求在消费天平上日益增长的分量。

放眼全球，一些发达国家文旅业在国民经济的占比超过20%。我国目前的数据水平，既说明已有坚实基础，更昭示着广阔的发展空间。

文旅产业已成为人民群众幸福感、获得感的重要来源，也是提振消费、拉动增长的重要动力。那么，从GDP占比数字出发，中国经济的新图景究竟“新”在何处？

新图景之新，首先在于文旅正成为惠及万家的民生产业。

过去谈及文旅，人们更多想到的是景区门票。而今天，文旅的触角已延伸至县城乡村、寻常巷陌。美团数据显示，今年“五一”假期，非遗主题游持续升温。非遗工坊带动就业增收，乡村旅游释放富民效应，文旅产业正在发挥实实在在的民生价值，让发展红利惠及更多普通人。

新图景之新，更在于文旅正成为滋养人心的幸福产业。

消费结构的升级，本质上是人们对美好生活向往的内心投射。从城市街角的主题书店，到乡村田间的艺术节庆，文旅消费不再是可有可无的“点缀”，而成为提升生活品质、滋养精神世界的“必需品”。

出，5G、AI等技术推动文旅进入新时代，倒逼景区加快数字化改造步伐。很多景区已实现从智能导览到数据运营的升级。

在江苏拈花湾景区，2000架无人机腾空而起，配合光影水雾与全息投影，将千年禅意化为夜幕中流动的盛宴；在江西武功山，AI虚拟人导游随时响应，高山智慧步道让登山数据实时上榜，登山成了“云端竞技”；故宫、秦始皇帝陵博物院、敦煌莫高窟通过VR、XR等技术，让沉睡的文物“活”起来，游客得以“触摸”历史细节。

江苏省旅游学会理事长黄震方表示，科技的应用应让文化更可感、体验更深入、管理更智慧。5A景区应用大数据和AI进行客流预测、智能导览、个性化推荐，提升运营效率，优化游客体验，创造惊喜感。——“文化+”深挖，从看景到“入景”。

河南开封清明上河园既有静态仿古建筑群，每

# 游客假日出行的首选变了吗

□新华社记者 何磊静

日也会上演300多场演出，游客可穿宋装、品宋茶，甚至“扮演”汴河商人，沉浸于“北宋市井生活”中；苏州园林提炼“雅致生活”内核，推出园林茶会、昆曲雅集、插花体验；周庄古镇举办“水乡婚礼”角色扮演，让游客从旁观者变为剧中人。

吴国平认为，要拓展文旅融合深度，首要任务是从“造景”转向“造魂”。每个5A景区都需因地制宜深挖独一无二文化叙事，将其转化为可体验、可共鸣的核心IP。

——“体验+”延伸，精准情感供给。

“为一个NPC赴一个景区”的现象级案例频出，证明情绪价值和社交体验的强大引力。“2013年至今，情绪消费领域年复合增长率达12%，已成为文旅产业新的增长引擎，文旅产品更需关注情绪价值，让游客在场景中被理解和治愈。”吴剑说。旅游策划资深顾问孙震也认为，文旅行业迭代周期短，一场球、

一顿美食就能快速引爆一个项目。

开发系列文创，精准贩卖“邂逅”与“治愈”情绪；推出“星空露营”，让游客能与亲友围坐山巅、静待日出；从“考古遗址”IP延伸出“古蜀文明神秘感”，结合年轻人对未知与浪漫的追求，打造盲盒、数字藏品等……这些尝试所指向的，不仅是眼前的风景，更是一段能被记忆、可供分享的人生体验。

**从“运营场地”转向“运营体验”**

专家表示，作为旅游品质的标杆，5A景区的核心地位仍不可动摇，应拓展展示文旅资源承载的中华文化精神内涵，形成独特性、代表性和国际影响力，努力建成世界级旅游景区。

“在这个旅游者定义旅游业、创业者重构新业态的时代，个性化和品质化已成为推动旅游业高质量发展的全新动能。”中国旅游研究院院长戴斌说。要让5A招牌历久弥新，走向可持续的“长红”，需要系统性革新，从“运营场地”真正转向“运营体验”。

健康、多元的商业模式，是可持续发展的基石。专家表示，要紧抓情绪消费，将景区视作美好生活的体验入口和创新平台。开发有文化内涵的研学课程、非遗工坊、主题餐饮、精品文创和定制化服务，让消费

成为深度体验的自然延伸和情感记忆的实体承载。

2025年3月1日实施的《旅游景区质量等级划分》将旅游资源吸引力置于旅游交通、游览设施等条目前，新增“文旅融合”等内容，强调文化传承与特色。景区需对照新思路，补齐服务短板，摒弃重硬件、轻软件的老思路。

宏大叙事最终要落脚于游客感知的细微之处。江西明月山景区提供免费接驳与停车，浙江云和梯田主动邀请游客“找茬”以改进服务，体现的正是“以人为本”的运营理念。精细化、人性化、有温度的服务和社群运营，是建立情感连接、赢得口碑复游的软实力。

旅游市场的竞争，最终是人心的竞争。“直击心灵的真诚，往往能为旅游者带来相互链接的情绪价值，进而生成日渐显著的新动能、新要素和新业态。”戴斌说。（新华社南京5月7日电）

A股上市公司年度“成绩单”近日出炉，沪、深、北三家证

券交易所超5500家上市公司公布了2025年财报。这份年度答卷清晰显示：上市公司群体“稳”的态势持续巩固，“新”的动能日益壮大，“进”的步伐不断加快，为我国经济社会高质量发展提供坚实支撑、注入强劲动能。

**稳：亮眼业绩夯实资本市场发展基石**

营收73.01万亿元，同比增长1.2%，增速较上年提高1.9个百分点；净利润5.40万亿元，同比增长2.6%，增速较上年提高4.8个百分点；全市场超七成公司实现盈利……2025年，上市公司营收、利润实现双增，盈利“含金量”持续提升，资本市场韧性凸显、活力涌动。

聚焦细分行业，19个门类行业中，10个行业营收正增长，15个行业实现盈利，各领域业绩稳步向好，亮点纷呈：

——工业制造夯实底座。

制造业上市公司实现净利润1.38万亿元，同比增长10.0%。制造业次类行业全部实现盈利。高技术制造业净利润增速高于全市场14.7个百分点。

——新兴产业贡献增量。

电网设备行业净利润增长近20%；动力电池、储能行业迎来发展机遇期，净利增幅超16%；国产创新药出海业绩亮眼，高端医疗器械国产替代全面提速。

——智能经济开辟新空间。

GPU、LPU等硬件需求持续旺盛，主要设备元件营收增长31.7%，净利润增长70.6%；算力租赁产业净利润增长达75.0%；智能制造、智能驾驶产业公司的营收、净利润增长分别超10%、20%。

——多元消费释放内需。

以旧换新促新能源汽车、消费电子行业营收和净利润双增；旅游、游戏、宠物等消费场景升温，行业营收均实现增长。

——金融服务实体提质。

上市银行中间业务保持韧性，整体非息收入稳中有增，营收实现1.4%的正增长；5家上市险企净利润增长超20%；头部券商盈利能力大幅提升，行业净利润增长超40%。

在盈利回暖的支撑下，上市公司加大分红力度，共享发展成果。

根据中国上市公司协会数据，全市场有3711家上市公司公布2025年现金分红方案，合计分红金额2.43万亿元，较上年增加805亿元。实施一年多次分红的公司超过千家，其中有287家公司分红总额超过10亿元。

此外，多家国有控股上市公司相继推出大额增持与回购计划，以真金白银夯实市场底部支撑、传递长期投资信号，更好发挥国有资本“稳定器”作用。

“新”国九条”实施以来，上市公司不断加大现金分红力度，更加重视盈利质量。”万联证券首席经济学家龙红亮表示，上市公司分红规模刷新纪录，分红频次显著提升，回购增持行为踊跃，股东回报正迈向常态化新阶段。

**新：研发加码折射澎湃创新活力**

上市公司是驱动产业升级的“领头羊”，也是培育和发展新质生产力的重要主体。

一组年报数据验证了上市公司的创新属性。全市场上市公司研发投入合计1.94万亿元，连续4年正增长，约占全社会研发经费投入的一半；研发强度2.66%，较上年继续提高；研发人员共327万人，占员工总数的10.4%……

# 从2025年财报看上市公司新亮点

□刘羽佳 孙小程 杨洁

持续攀升的研发投入、不断增强的创新实力，是上市公司抢占产业高地、引领技术变革的底气。

作为新能源汽车龙头企业，比亚迪以634.41亿元的研发投入规模，蝉联2025年A股上市公司研发投入榜首，其全年研发投入增速达17.13%。正如比亚迪董事长王传福所言，比亚迪将奋力打造世界级的中国品牌。

“十五五”规划纲要明确提出，全面加强自主创新能力，抢占科技发展制高点。上市公司以科技创新为引领，聚焦关键核心技术攻关，加快科技成果转化应用，不断打开发展新空间。

2025年，创新药行业逐步迈入创新成果商业化、业绩集中兑现的新阶段；人工智能浪潮带动相关产业延续高景气，计算机、电子、传媒等行业（TMT）利润实现32%以上的高增长，拉动全部上市公司净利润增长1.5个百分点；科创板129家集成电路产业链上市公司合计营收同比增长25.4%……

在安永大中华区硬科技行业中心审计主管合伙人汤哲辉看来，只有持续投入研发，才能在技术竞争中保持优势，支撑盈利的长期增长。资本市场也会给予硬科技板块更多认可，推动资源向关键领域汇聚。

**进：出海拓局彰显中国企业影响力**

“着力优化国际布局，拓展海外资源，深耕全球市场，力争‘十五五’时期再造一个华友钴业。”在近日召开的公司业绩说明会上，华友钴业董事长陈雪华再次强调了出海的重要性。

当前，众多上市公司将海外市场从“可选项”变为“必选项”，积极打造“第二增长曲线”。

出口增速强劲。全市场七成左右上市公司披露2025年境外收入，合计实现境外收入12.38万亿元，增长13.3%，占总营收的22.7%，较上年提高2.2个百分点。629家公司境外营收份额超过50%。

出口结构跃升。传统市场根基牢固、增势稳健，商贸零售、机械设备、建筑装饰行业境外营收实现双位数增长；高技术、高附加值产品国际竞争力持续增强，通信、航海装备行业境外营收增速超30%。主盘稳、新盘活，全球化布局不断升级。

同时，上市公司出海模式也实现从产品出海到技术出海、标准出海、生态出海的升级跨越，积极角逐全球价值链高端环节。

市场不断拓宽。以沪市公司为例，甘李药业在巴西市场签订合同金额超30亿元甘精胰岛素技术转移供应协议；三一重工2025年非洲区域收入大幅增长55%；中望软件联合全球1000多个合作伙伴，共同服务140万名客户，助力全球中小企业数字化转型……上市公司的优势和潜能逐渐显现，全球化版图持续拓展。

不少业内人士表示，在外部环境复杂多变的背景下，上市公司持续拓展海外市场，不仅打开了业绩增长空间，为产业升级、技术迭代提供了更大舞台，也为全球经济发展注入更多新动能。

回望来路，上市公司的出海之旅，更像是一场“深蹲”后的“起跳”。

国研新经济研究院创研院长朱克力认为，A股上市公司海外营收和盈利同步走强，反映中国产业已从过去靠成本、靠规模的“量的扩张”，转向靠技术、靠品牌、靠体系能力的“质的跃迁”。他预计，上市公司的出海高速增长不是“昙花一现”，而是进入结构升级、质量更高的新阶段。（新华社北京5月7日电）

去小镇“做蜡染”、到古村“烤面包”，为足球赛、演唱会奔赴一地，寻找“避世小城”度过悠闲假期……今年“五一”假期，不少游客“换了玩法”。

手握稀缺资源、头顶金字招牌，5A级旅游景区轻松“躺赢”，成为人们假日出行首选。而如今，当“80元玩三天”的武侠城人潮汹涌，当小县城因地道美食火爆出圈，5A景区该如何顺应市场变化进行革新？

**“重资产、大流量”模式遇挫**

目前，全国评选出5A景区358家。有数据显示，2023年至2025年“十一”假期，全国接待量排名前50的5A景区游客量遭遇“三连降”，累计下降约13%。

同程控股首席执行官吴剑说：“真正的挑战，是如何提升人均消费。景区竞争，实质上是内容与体验的性价比之争，让游客觉得‘值得花钱’。”

营收下滑背后，是运营模式的短板。近年来，文旅部门相关政策持续要求降低重点国有景区门票价格，推动景区减少门票依赖，但对于不少运营成本高昂的5A景区而言，门票及园内设施、交通等仍是核心收入来源。

部分景区为增收采取的“园中园”“套娃式”收费，进一步损害了游客体验，影响了市场“口碑”。江苏某5A景区管理者说：“降低门票价格或免费，需要强大的商业运营能力和二次消费来弥补，这恰恰是一些景区的短板。”

更深层的问题是供需“错配”。北京交通大学现代旅游研究院院长张辉指出，一些5A景区固守“重资产、大流量”的标准化运营模式，与游客追求深度、松弛、高性价比的新需求产生一定矛盾。

近期，部分5A景区被文化和旅游部点名。从价格纠纷到拥堵滞留，从服务态度到环境卫生，乃至游客反映问题较多的景区摆渡车服务管理不到位，都成为整治重点。

**探索升级新路径**

一批5A景区正积极探索新玩法，重新抓住游客的心。

——“科技+”赋能，打破时空界限。

拈花湾文化旅游发展有限公司董事长吴国平指