

建设现代化首都都市圈 中国打造又一区域增长极

■ 刘文文

中国应当建设一个什么样的首都? 怎样建设首都? 这一重大课题迎来系统性方案。

《现代化首都都市圈空间协同规划(2023—2035 年)》(简称《规划》)日前正式获批。多位接受记者采访的专家表示,此举是落实京津冀协同发展战略的关键一步,有望为中国打造又一区域增长极。

中国区域经济学会副会长陈耀指出,《规划》是首个由中共中央、国务院批复的都市圈规划,其规格高、站位远,着眼于培育建设世界级城市群,彰显国家层面的战略考量。

此次《规划》明确的首都都市圈,其行政区划范围,规划体量均前所未有。陈耀分析,此前已批复的其他都市圈绝大多数局限于一省份之内,而首都都市圈涵盖两市一省,面积达 42 万平方公里,远超一般都市圈。

京津冀地区作为京畿重地,战略地位极其重要。自 2014 年上升为国家战略以来,京津冀协同发展不断迈上新台阶,首都规划体系“四梁八柱”已建立完善。既然已有京津冀协同发展战略,为何还要规划建设现代化首都都市圈?

陈耀分析,京津冀协同发展战略推进初期,出发点是解决北京“大城市病”,有序疏解北京非首都功能,其经过十余年发展已进入新阶段,不再单纯聚焦“疏解与承接”,而是更强调加强区域内引外联。因此,既要促进产业协同圈各节点城市优势互补、联动发展,也要支持首都都市圈向南联动石家庄都市圈,支撑形成面向全国乃至全球的多层次协同开放格局。

此次《规划》将产业、交通、生态等专项内容“多规合一”在一张空间底图,其中,产业协同被视作突出亮点。毕马威中国经济

研究院院长蔡伟指出,《规划》基于京津冀三地禀赋,着力构建三地“创新研发—成果转化—制造配套”垂直产业链体系。

其中,北京将充分发挥科技创新与总部管理职能,依托国家战略科技力量,聚焦原始创新与关键技术研发,扮演创新源头与总部管理的核心角色;天津将充分运用其先进制造业优势,建设重大科技成果转化基地,推动创新成果产业化;河北则将运用其环京津的地域优势以及成本优势,积极承接配套制造环节和基础产业转移,并发展特色产业集群。

中央党校(国家行政学院)经济学教研部教授蔡之兵认为,这种布局既立足各地比较优势,又坚持系统思维,有利于三地产业相互联系、促进和支撑,发挥“1+1+1>3”的效应。

在此背景下,首都都市圈既是京津冀城市群的主引擎,也将成为全国高质量发展的动力源,专家看好其辐射和影响范围将远超京津冀。着眼全国,陈耀分析,其积极影响主要体现在三方面:

其一,平衡区域经济发展,打造北方增长新引擎。当前中国区域经济发展存在不平衡的现象,首都都市圈的壮大,或将有效改善这一局面,提升北方经济能级。

其二,释放科创红利,强化产业链安全。京津冀集聚全国核心创新资源,是主要的创新策源地。首都都市圈建设不仅将提升区域内成果转化效率,还将推动创新成果向全国辐射。

其三,完善基础设施,推进全国统一大市场建设。《规划》明确,继续完善“轨道上的京津冀”建设。预计未来轨道交通网络将持续加密,有利于降低通行与物流成本。同时,跨区域要素流动将进一步畅通,为企业扩张、人才流动等扫清障碍。(转自中新网)

以荣誉树标杆 以专业强根基

四川瀛领禾石律师事务所 2025 年度总结表彰大会圆满举行

本报讯 1 月 31 日,四川瀛领禾石律师事务所“马跃福至迎新春·品牌腾飞创辉煌”新春团拜会在成都龙之梦大酒店举行。活动同期召开 2025 年度总结表彰大会,并围绕建设工程、房屋买卖合同开展专题培训,通过“总结复盘 + 专业赋能 + 荣誉激励”的系统安排,全面检视发展成果、凝聚奋进共识。

本次大会由四川瀛领禾石律师事务所高级合伙人潘成东主持,近 400 名律师、员工、客户代表及同业嘉宾到场参会。

大会伊始,律师创始人管委会主任曾文忠以“品牌建设是律所高质量发展的推进器”为主题作主旨发言,系统阐述了瀛领在专业化、品牌化与组织治理方面的实践路径。

党总支副书记则金华围绕党建工作成果作专题汇报,展示“党建引领专业发展”的制度成效。

党总支书记陈萍就律师执业风险防范进行专项讲解,为规范执业、稳健发展筑牢合规底线。

随后举行的“瀛领论剑”圆桌分享、典型案例汇编发布、战略合作签约仪式



以及“56 个民族普法”公益视频预告发布,集中呈现了事务所在专业能力建设、公益法律服务与品牌传播方面的阶段性成果。

本次总结表彰大会围绕专业能力、组织贡献、公益担当与综合发展等维度,设置多层次荣誉体系,系统表彰在 2025 年度表现突出的集体与个人。

一项项荣誉,既是对 2025 年度工作的系统检验,也是对组织治理与专业建设成效的集中呈现。大会在全体人员合影中圆满落幕,进一步凝聚了“以专业立身、以制度强所、以协同共进”的发展共识。

面向新一年,四川瀛领禾石律师事务所将持续深化专业化建设,完善人才激励机制,推动品牌与业务协同发展,稳质量、更可持续的发展新阶段。

(樊瑛 张建忠)

山西:实施“中华老字号”增量培育 推动守正创新发展

中新网消息,“老字号”是山西的宝贵财富,推动其守正创新发展,是落实我省“文化润晋”战略的重要举措。在山西两会期间,山西省人大代表、山西六味斋控股集团有限公司董事长崔军提交了《关于支持山西老字号守正创新发展的建议》,为老字号焕新提出系统方案。

山西老字号底蕴深厚,资源丰富。数据显示,截至 2025 年 6 月,山西省拥有省级以上老字号 119 家,其中商务部认定的“中华老字号”37 家,数量在中部六省排名第二、全国排名第十一;另拥有“三晋老字号”企业 82 家,形成了坚实的品牌梯队基础。

针对当前发展现状,崔军建议,应对标山东、河南等周边省份拥有 50 家至 60 家“中华老字号”的规模,力争在“十五五”期间,推动山西省新增 10 家至 15 家“中华老字号”。

他提议由山西省商务厅牵头,建立“潜力企业储备库”。可从现有的 82 家“三晋老字号”中,遴选 20 至 30 家作为重点培育对象,实施“五个一”精准培育机制,即为一家企业配套“一套申报方案、一名辅导专家、一笔专项经费、一次模拟评审、一个跟踪专班”,并在品牌历史考证、文化价值提炼、知识产权保护等关键环节给予专项指导,以形成梯队突破之势。

除了增量目标,崔军更注重构建长效机制。他建议构建包含法规、协调、资金在内的“三位一体”扶持体系。具体而言,加快推进《山西省老字号保护与发展条例》的立法进程;建立老字号传承创新发展联

席会议制度,形成常态化工作协调机制;设立省级老字号创新发展专项资金,定向用于支持老字号的文化传播、品牌推广、技术改造与经营环境优化,为其可持续发展提供全方位政策保障。

在开拓市场方面,崔军指出,山西老字号在全国性平台上的声量有待加强。他建议打造本省老字号专属的展示展销阵地,同时大力鼓励并支持企业积极参与商务部“老字号嘉年华”等重点全国性活动,提升品牌在全国市场的能见度和影响力。

文化是老字号的核心竞争力。崔军建议通过建立“老字号文化数据库”,系统梳理晋商精神、传统技艺等文化基因,并实施“老字号新势力”计划。他特别强调要推动“老字号进校园”,通过校企合作、设立非遗课堂、开展研学实践等方式,在年轻消费群体中培育文化认同感,为品牌注入青春活力。

作为建议的实践者,崔军执掌的中华老字号六味斋已率先探索。企业打造的研学活动中心,融合了非遗传承、传统工艺、红色文化及食品安全教育,已累计接待青少年研学实践近 20 万人次,成为“文化润企”的生动案例。

“我们要留住百年传承的根与魂,更要跟上时代发展的脚步。”崔军表示。随着各项改革试点的深入推进,以老字号为代表的山西本土企业,正在以传承为基、以创新为翼,持续焕发新活力,为山西消费提质升级与高质量发展注入深厚的本土力量。(杨杰英)

“全国百强县”澄迈深耕“五大出海场景”

中新网消息,海南省澄迈县县长徐涛 4 日在澄迈县两会上作政府工作报告时说,2026 年澄迈将深耕出海赛道,拓展“五大出海场景”,擦亮“要出海、来澄迈”城市标签。

“十四五”时期,澄迈地区生产总值从 348.36 亿元增加到 559.92 亿元,连续跨越两个百亿级台阶,经济总量稳居海南省县级行政区划区之首,连续三年入选全国综合实力百强县。

徐涛说,2025 年,澄迈推出“五大出海场景”,构建全链条出海服务体系,取得显著成效。

“游戏出海”商业化进程提速。游戏出海众创空间启用。55 家企业入驻海南游戏出海公共服务平台。首个“海南模式”游戏出海商业化游戏平台 PlayOL 上线游戏 153 款,海外用户超 1000 万。

跨境电商开局起步。全球跨境电商出海基地、丝路跨境直播中心开园,集聚企业 101 家。海南县域首例外籍主播工作签证落地。跨境直播超百场。

制造业出海服务破局开路。成功举办第七届服务型制造大会,多项成果在澄迈集中发布。《中小企业绿色低碳工业产品出海(欧盟)服务指南》正式推出。规上制造业产品出口货值超 17 亿元。



新能源汽车出海平台赋能加速。青蓝智联新能源汽车出海服务平台启动运营,入驻企业 7 家,新能源汽车出海全产业链服务蓄势迸发。

数字文化出海拉开帷幕。海南自贸港数字文化出海产业园、研究院、出海联盟相继揭牌成立,首批 10 家企业已完成签约入园。虚幻引擎创新中心建设加快推进。

展望“十五五”,徐涛说,澄迈将聚焦“五大出海”领域,打造“出海场景创新

区”,高质量建设“企业出海的渡口”。2026 年是“十五五”开局之年,也是海南自由贸易港全面实施封关运作开局之年,澄迈将深耕出海赛道,拓展“五大出海场景”,擦亮“要出海、来澄迈”城市标签。

——扩大“游戏出海”商业化规模。迭代升级游戏出海公共服务平台。推动游戏音频制作基地、海南游戏直播与产业孵化中心建设。支持游戏产品研发和拓展东南亚、中东市场,力争游戏出海服务企业突破 150 家,出海游戏数量突破 400 款,营

山西灵丘:宫灯“出海”照亮乡村振兴路

■ 刘小红 张志华

腊月时节,晋北寒气逼人,山西省灵丘县“灵之韵”民间工艺品专业合作社宫灯生产车间内却热火朝天。工人李银兰手持清单,逐一清点灯笼组件,熟练装箱、封口,随后在箱子上贴上快递单。

2018 年,该合作社开始涉足灯笼制作行业,建成灵丘县首个灯笼工艺品生产车间。起初,产品为传统绸缎灯、布质灯,模样虽喜庆,但销路受限。负责人杜四平意识到,产品需兼具实用性与新意,要走研发、生产、销售一体化路子。

车间内,杜四平拿起一盏造型别致的异形仿羊皮灯展示。此灯突破传统的圆滚造型,采用现代线条设计,表面仿羊皮质感,透出暖黄柔和的光线,已申请国家专利。

在求新求变中,车间产品不断丰富,灯笼的世界早已不止于“红布圆笼”。植绒布灯手感柔软,绸缎铁口灯融合了金属框架的硬朗与绸缎的柔美。融入现代科技的

款式更是吸睛,轻按按钮,内置的 LED 灯旋转,投射出七彩渐变的光影,传统民俗的韵味与现代光影艺术巧妙融合。

“这样的灯,挂在家里是年味,挂在街上、公园里就是景观。”杜四平介绍,因不断适应市场,宫灯应用场景拓展至节日装饰、市容美化、文旅景观等多个领域。订单也从周边县市延伸至广东、浙江、江苏、山东等 10 多个省份,年产能达 20 万只。

2025 年,合作社与越南客商签下订单,3 万多只灵丘宫灯“漂洋过海”挂到异国他乡,传递着中国年的喜庆。

产业红火,惠及乡亲。组装区,工人王春丽仔细地将中国结系在灯穗上。“孩子上幼儿园,以前光围着家里转,没法外出打工。应聘到车间后,时间灵活,不耽误接送孩子,两三个月已挣五六千元。”王春丽说。

车间现有近五十名工人,大多来自周



边村落。合作社采用“合作社+扶贫车间+农户”的模式,将车间设到乡镇,把技能培训送到村里,让曾经的“炕头经济”升级为实实在在的“车间增收”。农闲时节,村民每月能有 1500 元左右的收入,对于很多留守妇女和在家门口就业的村民来说,这

份工作让人心里踏实。

为了带活产业,合作社持续探索。免费培训班一期接一期开办,助力村民掌握手艺。杜四平表示:“目前正筹备直播带货,借助网络让灵丘宫灯走进更多人视野。”

(转自中新网)

从“星辰大海”到万亿赛道 太空光伏叩响商业化大门

■ 王璐

Wind 统计数据数据显示,2026 年以来,万得太空光伏概念指数已上涨了 34.07%。

全球能源竞争的赛场,正从地球表面延伸至浩瀚星空。从企业密集宣贯的“太空布局”,到券商研报的“万亿赛道”预判,再到资本市场的热情追捧,太空光伏成为开年热词。这背后是商业航天的刚性需求与 AI 算力的未来构想,共同构筑的“星辰大海”新叙事。

但不容忽视的是,太空光伏目前仍面临技术、工程、制造、系统等多重障碍,真正叩开商业化大门还有较长的路要走。

从卫星供电到太空能源基建

太空光伏,狭义上是指在卫星、空间站、深空探测器等在轨飞行器上搭载专属光伏组件,为其稳定运行提供电力支持;广义上则包括将空间太阳能电力通过微波或激光无线传输回地面等前沿探索。

前者的应用早有先例。1958 年,美国第二颗人造卫星首次搭载光伏电池进入太空。如今,全球大多数航天器都会配备光伏电池。

这项发展了半个多世纪的技术,为何在 2026 年成为热议焦点?

“它并非突然爆红,而是竞争、需求、技术、成本四大要素在当下产生了共振,使得其规模和市场潜力被重新评估。”赛迪研究院未来产业研究中心王芮博士表示。

最直接的驱动力来自下游应用市场的刚性需求。当前太空资源开发已成为全球科技竞争核心赛道,从国际电信联盟的申报趋势来看,全球主要航天国家已累计为数十万颗低轨卫星申请了频轨资源,这从战略规划层面预示了太空光伏的长期潜在需求。而未来五年待发射超 7 万颗卫星的预期,以及卫星配备更大面积、更高效率的太阳翼正逐步具备技术与经济可行性,将共同推动太空光伏市场迈入实质性增长阶段。

与此同时,地面电力体系或难以支撑

人工智能算力中心未来庞大的用电需求,“太空数据中心”构想应运而生。

“卫星的功能定位正从提供传统通信服务,向承载边缘计算、智能处理甚至未来可能部署的‘太空算力’节点等高性能任务演进,相关功耗将显著增加。在此之下,高效、可靠的太空能源系统必不可少,太空光伏也正从‘配套子系统’升级为核心基础设施。”王芮指出。

多重逻辑共振下,太空光伏想象空间打开。中金公司、东吴证券等多家机构认为,2025 年至 2030 年太空光伏的需求重心仍为服务传统应用领域的低轨卫星,市场规模在千亿元级别;2030 年后,若太空算力进入乐观部署阶段,太空光伏需求有望抬升至万亿级规模。

全球产业竞速“各显身手”

“噢”到太空光伏未来潜力,全球企业正加快进场。

记者了解到,我国围绕高价值卫星和差异化竞争,形成了国家院所体系、光伏龙头、专精特新材料装备三大主要群体组成的企业格局,在“高性能砷化镓”柔性太阳翼领域建立了完整产业链。

例如,航天科技集团八院 811 所研发的三结砷化镓电池在轨应用成熟,转换效率超过 30%。同时,其下属上海太阳能工程技术研究中心正在推进商业航天用空间环境适应低成本钙钛矿/背电极接触晶硅复合叠层太阳电池项目。

光伏龙头企业也纷纷加大商业化探索力度。天合光能董事长高纪凡明确表态,2026 年将加快钙钛矿技术量产化商业化进程,助力开启太空光伏新纪元。

据了解,该公司已在砷化硅电池、钙钛矿叠层电池、III-V 族砷化镓多结电池三大方向完成长期布局。此前晶硅产品与一些头部航空航天企业已有合作,目前卫星商业合作主要针对钙钛矿和晶硅叠层等产品。

隆基绿能也在 2022 年与相关航天研

究机构合作成立了未来能源太空实验室,对未来能源的先进技术进行太空验证,用太空验证促进未来能源相关技术发展。“我们在 p 型异质结电池、柔性晶硅和柔性叠层电池等技术方面都有重大突破。”该公司有关负责人称。

而在太平洋的另一侧,美国企业家埃隆·马斯克近期公开表示,计划每年向太空部署 1 亿千瓦太阳能人工智能卫星能源网络。

“各国基于资源禀赋和战略形成了差异化格局。”王芮介绍说,美国依托可回收火箭带来的发射成本优势,正加速推动以大规模制造为核心的卫星平台及能源系统发展。而欧洲在传统高端市场保持优势。

中金公司研报认为,当前太空光伏行业竞争重点在于具备兼顾在轨验证能力、系统总包能力,以及产线和验证投入先行模式能力。中国光伏制造厂商正积极布局空间环境下的高效晶硅、钙钛矿技术,其中具备在轨验证能力与产线落地能力的企业有望获得一定先发优势,率先释放成长弹性。

大规模“上天”挑战几何

不过,与资本市场的热情高涨相比,产业界则更为冷静。

“太空光伏概念现阶段看更多是资金的热点轮动,要形成真正的产业拉动还需要较长时间和过程。”上海交通大学太阳能研究所所长沈文忠强调。

诸多上市公司也发布风险提示。例如,晶盛机电 2 月 4 日发布股票交易异常波动公告称,目前“太空光伏”应用场景尚处于探索阶段,产业化进程仍面临不确定性。

技术挑战首当其冲。从目前的三条路线来看,砷化镓电池性能好,但成本高达地面晶硅电池的千倍以上;钙钛矿电池理论效率高、重量轻、量产化、在轨稳定性却有待验证;成本低的硅基电池则需要改造以适应太空环境。

“目前 p 型异质结电池在现有量产技术中抗辐射、轻量化优势最明显,是商业化过渡期的最优解。”沈文忠判断,高效硅基太空光伏未来 3 至 5 年或处于概念孵化阶段,培育成为新的增长极尚需 8 至 10 年时间。

光伏“上天”不仅仅是电池的问题,更是整个系统在极端太空环境下的长期生存能力,封装、焊接等工艺都需要通过更严格的地面模拟和在轨长期验证来积累数据,建立信心。

“批量化制造”也是一大瓶颈。在王芮看来,目前很多太空光伏先进方案还停留在小批量或定制化生产阶段。如何从“造出来”转向“稳定、低成本、大批量地造出来”,是商业公司面临的关键一跃。这不仅涉及工艺设备的升级,更有赖于建立标准化供应链、全过程质量管控以及成本管理体系。

此外,高昂的发射和在轨运行成本、尚不成熟的产业链配套体系、亟待明确的政策与行业标准……一系列的难点都显示这是一项需要多部门、多领域携手攻坚的系统工程。

王芮认为,当前太空光伏正处于“工程产品化”向“规模产业化”爬坡的关键阶段,未来应从四个方面协同推进:在技术上保持多元路线竞争并加强场景适配性验证;在工程上强化可靠性设计与全周期测试验证;在制造上突破关键工艺、实现稳定批产与持续降本;在系统层面强化多专业领域的协同设计与集成创新。

(转自《经济参考报》)

