

前5月成都中欧班列发运货值211.7亿元

同比增长21.6%

进口货值达35.6亿元

■ 同比增长20.4%

■ 主要货物包括汽车及其零部件、氯化钾、菜籽油等

出口货值达176.1亿元

■ 同比增长21.8%

■ 主要货物为液晶电视及其零部件、汽车及汽车零部件等

高耸的龙门吊吊臂挥舞，集装箱上下起落，阵阵汽笛声中，一列列中欧班列往来穿梭……这是成都铁路口岸的忙碌日常，最新数据也折射出其繁忙与活力。

中欧班列受青睐

货物扩展到汽车、化工等高端产品

6月11日，成都海关发布的数据显示，今年前5月，成都中欧班列发运货值达211.7亿元，同比增长21.6%，进口和出口均实现同比增长。

在成都青白江铁路口岸多式联运海关监管中心内，青白江海关的关员正对一批出口的音箱、轴承等电子、机械产品进行查验。查验合格后，这些货物便会在当天搭乘中欧班列驶向德国。

“由于运行稳定性高、时效性强，成都中欧班列受到众多外贸企业的青睐，搭乘中欧班列的进出口货物越来越多。”成都国承供应链管理有限公司负责人吴承果表示，他们代理的运输货物种类已经从衣帽百货等劳动密集型产品，扩展到汽车、化工等高端产品。



搭乘中欧班列的进出口货物越来越多。图为成都国际铁路港。

成都海关供图

据成都海关统计，今年前5月，成都中欧班列进口货值达到35.6亿元，同比增长20.4%，主要货物包括汽车及其零部件、氯化钾、菜籽油等；出口货值更是高达176.1亿元，同比增长21.8%，主要货物为液晶电视及其零部件、汽车及汽车零部件等。

今年已开行超1000列

通关“零延时”为企业降成本

依托“中欧班列+综合保税区+自贸试验区”叠加效应，成都中欧班列已形成通道带物流、物流带经贸、经贸带产业的高质量发展路径。目前，成都国际铁路港已经吸

引了京东等头部平台企业入驻，跨境电商等外贸新业态展现出强劲的发展势头。国内消费者足不出户就能买到来自澳大利亚的葡萄酒、德国的奶粉、韩国的化妆品等。同时，成都中欧班列不断拓展国内货物对接全球市场的半径，国产女鞋、零食等产品畅销海外，成都“买全球、卖全球”的优势和潜力正在不断释放。

面对搭乘中欧班列进出口货物不断增加这一情况，成都海关多措并举持续扩大枢纽通道优势效应。今年以来，青白江海关主动送政策上门，就“提前申报”“汇总征税”等开展政策解读和指导，定期召开座谈

会征集企业诉求，实行“清单式”办结反馈，并提升“7×24小时”预约通关服务水平，确保货物通关“零延时”。与此同时，出口铁路快速通关业务模式、“一票多车”出境业务等相继落地，进一步压缩企业仓储和物流成本。

“今年以来，成都中欧班列已累计开行超过1000列。”青白江海关关长杨龙表示，“中欧班列持续稳定开行，不仅增强了亚欧大陆的互联互通水平，更为国际经贸合作往来提供了稳定的通道支撑。”

成都日报锦观新闻记者 杨富
据《成都日报》

四川这个村20余天粽叶产值超两千万 铜钱花粽叶成致富“金叶”

峨眉山山脚，峨眉山市绥山镇天全村。仲夏的村庄，房前屋后、漫山遍野的粽叶随风摇曳，扮绿了山头。

每年农历四月末五月初，是粽叶的销售旺季。今年，天全村的粽叶产量超亿张，产值约2800万元。小小粽叶在当地成了致富“金叶”。

20余天 全村粽叶产值超两千万

6月6日一早，农户任玉芳便背上背篓提着镰刀，前往离家不远的一处山头收割粽叶。

“这是我家的粽叶，为了赶在旺季卖出去，每天还要请几个人帮忙收割、捆扎。”任玉芳给记者算了笔账，近4亩粽叶进入丰产期后，亩产鲜叶在5万片左右，今年鲜叶平均收购价在每片0.15元左右，旺季收入可达3万多元。“以前每年都要外出打

工，现在家里种了粽叶就不再往外跑了，收入比出去打工挣得多。”

“在天全村，几乎家家户户都种植粽叶。”天全村村支书罗正江介绍，目前天全村共种植粽叶近4000亩。

山上收割忙，山下收购同样火热。作为天全村粽叶采购商之一，村民彭绍武这段时间每天一早便开着货车，去每家农户门口将捆扎、修枝、装袋的粽叶搬运回家。在他家门前的空地，铺满了即将运往上级采购商的大袋粽叶。“每袋6000片，已经运了近千袋出村，主要发往攀枝花、西昌、云南方向，收入有五六万元。”彭绍武说。

放眼全村，数字更加可观。罗正江说，今年粽叶的价格和收成尤其好，在端午前夕20余天销售旺季期间，全村粽叶产量超亿张，产值约2800万元，较去年大幅上涨。

近30年 小粽叶变为大产业

天全村已有300多年的粽叶种植历史，但将粽叶转化为商品、形成规模化特色产业，却是近30年发生的事。这是如何做到的？

“粽叶是喜阴的植物，大多生长在海拔500米—850米的林间，被果树等树木遮挡，而天全村的地理位置恰好符合这些条件。”罗正江介绍，天全村生长的粽叶在形状和品质上有独特的优势。与常见的包粽子的箬叶不同，天全村大范围种植的是本地特有的铜钱花品种，从外观上看，铜钱花呈深翠绿色，叶片上布满铜钱状的小花纹，并散发出一股独特的天然粽香。就大小而言，常见的铜钱花粽叶有二三十厘米宽，四五十厘米长。“正因为叶片够大，相较于部分小巧玲珑的粽子，铜钱花包出来的粽子

更为厚实。”

市场如何开拓？村干部们做了许多工作。

起初，村干部带着村里的粽叶前往西昌进行推销，凭借低廉的价格和好品质，慢慢获得了一批忠实客户，并逐渐占领周边市场。

交通的改善，为天全村的粽叶走出大山带来了转机。到西昌的时间从两三天缩短到5个多小时，越来越多的粽叶以更快速度被发往全国各地。

互联网的发展再一次扩大天全村粽叶外销的窗口。近几年，以短视频为主的网络营销方式帮助天全村粽叶进一步扩大了影响力。今年，村里首次入驻了直播团队，曾一下午售出十万片粽叶。

“目前我们已经注册了粽叶商标，正在申报本地的地理标志，进一步打造四川粽叶、峨眉山粽叶品牌。”罗正江说，下一步天全村还计划吸纳社会资本，开设粽子加工坊，延长产业链条，开发深加工产品，不断做大做强这个特色产业。

任宪平 四川日报全媒体记者 陈俊伶
据《四川日报》

以“面”为媒擦亮内江美食名片——

内江牛肉面“抢滩”北京

今年内将有15家内江牛肉面馆相继在京开馆

内江日报讯（内江日报全媒体记者 张小丽）内江牛肉面，素有“巴蜀小吃之首”美誉，深受本地和外地食客好评。6月11日，记者从内江市政府驻北京联络处获悉，端午假期，位于北京市西城区地安门外大街52号的一家中餐厅推出内江牛肉面，受到京城食客们的欢迎。

据内江市政府驻北京联络处主任罗建阳介绍，这是北京的第一家内江牛肉面店

面，意味着巴蜀名小吃内江牛肉面正式入驻首都北京。

这家名叫“禾院儿”的餐厅位于游客流量非常大的北京什刹海和鼓楼景区。餐厅推出内江牛肉面当天，就不断有顾客前来品尝，其中还有外国朋友。有的人一边吃一边拍照发朋友圈，对这特别的美味表示惊艳。

“终于在北京也能吃到地道的家乡牛

肉面了！”一名长期在北京工作的资中籍康姓乡友在品尝后表示，“我不仅会经常来吃，还会带着我的家人、朋友和同事来吃，通过内江牛肉面的美味来宣传我的家乡。”

弘扬地方特色美食文化，是宣传城市形象的重要举措。为了让内江牛肉面在京城“扎根”，近段时间，内江市政府驻北京联络处积极配合市商务局，主动对接北京内江企业商会从事餐饮的企业家及各方人

士，想方设法为内江牛肉面在京城找“家”。在市商务局和内江牛肉面协会的精心指导下，“禾院儿”厨师团队经过多次探索，成功掌握内江牛肉面“麻辣鲜香、汤宽红亮、绵柔弱碱”等制作工艺及技术要领。

“禾院儿”负责人——隆昌籍企业家程梅还采取抽取幸运顾客等形式多样的活动，不断扩大内江牛肉面在京影响力，努力让内江牛肉面成为内江在京的一张亮丽名片，让更多人领略“大千故里·甜城内江”的独有魅力。

罗建阳表示，近期，攀枝花公路建设集团北京办事处、北京大千食府、北京金泰惠泽餐饮公司等企业将陆续在京推出内江牛肉面，今年内约有15家内江牛肉面馆将在北京大街小巷迎客。