

## 中国新闻奖参评作品推荐表

作品标题	三里河		参评项目	专题新媒体		
字数 时长	1335 字; 0 时 0 分 0 秒		体裁			
	1534 字; 0 时 0 分 37 秒		语种	中文		
作者 (主创人员)	集体		编辑	集体		
原创单位	中国新闻社		发布端/账号/ 媒体名称	中国新闻网		
刊播版面 (名称和版次)			发布日期	2024 年 01 月 04 日 到 2025 年 12 月 31 日		
新媒体 作品链接	<a href="https://m.chinanews.com/wap/detail/chs/zw/10364517.shtml">https://m.chinanews.com/wap/detail/chs/zw/10364517.shtml</a> ; <a href="http://m.chinanews.com/wap/detail/zw/cj/2025/02-14/10369045.shtml">http://m.chinanews.com/wap/detail/zw/cj/2025/02-14/10369045.shtml</a> ; <a href="https://m.chinanews.com/wap/detail/chs/zw/10412241.shtml">https://m.chinanews.com/wap/detail/chs/zw/10412241.shtml</a>		是否为 “三好作品”	否		
作品简介	<p>为贯彻落实中央关于加强经济宣传和舆论引导、唱响中国经济光明论的要求，中国新闻网精心打造“三里河”专题，秉持“小切口、大视野”理念展现中国经济活力。专题以讲好中国经济故事、提升国际传播效能为核心，运用融媒体手段将宏观政策转化为可感可知的内容。依托与中央部委的密切联动，创作团队汇聚资深编辑记者、评论员以及高校、智库学者，并借助主流媒体和社交平台持续运营，形成了一批辨识度高、公信力强的政经作品集群，社会影响广泛。</p> <p>“三里河”作品在重大议题引导和国际舆论斗争中成效突出。2025 年，共 5 篇作品获评中宣部“三好”作品，多篇重磅评论在引导社会预期方面发挥了积极作用。同时，作品注重多平台适配，采取“一文多题”传播策略，契合不同平台传播调性，实现了强导向与大流量的有机统一。</p> <p>“三里河”积极拓展国际传播渠道，超 100 篇稿件被美联社、法新社、金融时报等 400 余家国际主流媒体转载，并实现英、日等多语种传播。目前，专题累计浏览量超 70 亿次，稿件全网头条区推送率超 50%。“三里河”先后入选中宣部“名评论工作室”、中央网信办 2025 中国正能量十佳网络精品（专题专栏）、中国经济传媒协会“2025 经济报道融合传播创新团队（工作室）20 佳”。</p>					
传播数据	全网传播量 最高平台 发布链接	<a href="https://m.chinanews.com/wap/detail/chs/zw/10364517.shtml">https://m.chinanews.com/wap/detail/chs/zw/10364517.shtml</a> ; <a href="http://m.chinanews.com/wap/detail/zw/cj/2025/02-14/10369045.shtml">http://m.chinanews.com/wap/detail/zw/cj/2025/02-14/10369045.shtml</a> ; <a href="https://m.chinanews.com/wap/detail/chs/zw/10412241.shtml">https://m.chinanews.com/wap/detail/chs/zw/10412241.shtml</a>				
	该平台 传播量	100 万+; 100 万+; 99.7 万	该平台 互动量	5500+ ; 2800+; 2200+	全网总传 播量 (万)	700000

（  
初推  
评荐  
语由  
）

推动经济高质量发展、唱响中国经济光明论，是新闻媒体服务党和国家工作大局的核心职责之一。中国新闻网重点专栏“三里河”定位清晰精准、立意深远高远，紧扣“国之大者”与民生关切，将宏观经济政策转化为可感可知的传播实践，是中国新闻网宣传阐释习近平经济思想、开展国际舆论斗争过程中的创新性实践成果。“三里河”以讲好中国经济故事、提升国际传播效能为核心定位，与相关部委保持密切联动，围绕重大议题协同谋划，搭建起政策权威解读的高端平台，依托丰富多元的叙事内容实现全球范围落地传播，达成了“正能量凝聚大流量”的传播效果，是媒体拓展经济传播新空间、增强国际话语权的守正创新实践。同意推荐。

签名（盖单位公章）：

2026年 月 日

## 集体人员名单

作品标题	三里河
作者 (主创人员)	俞岚、吴庆才、周锐、李雨昕、李金磊、查志远、孟湘君、张乃月、宫宏宇、 谢艺观
编辑	翁阳、王庆凯、程春雨、黄蕾

## 中国新闻奖集纳式作品目录

作品标题		三里河				
序号	单篇作品标题	体裁	字数/时长	刊播日期	发布端/账号/刊播版面	备注
1	年味浓、人气旺，特殊春节彰显别样活力	评论	1335 字	2025-02-07 10:42	中国新闻网	代表作
2	《哪吒2》强势出海，中国带给世界新的选择	通讯	1534 字； 37 秒	2025-02-14 20:05	中国新闻网	代表作
3	提振消费列首位，释放三重信号	评论	1351 字	2025-03-06 19:45	中国新闻网 微信	
4	滥施关税让“美国反对美国”	评论	1240 字	2025-04-12 12:37	中国新闻网	
5	“对等关税”一个月，美国产业链连锁承压	通讯	1244 字	2025-05-08 14:59	中国新闻网	代表作
6	端午遇上六一，彰显经济别样活力	评论	1001 字	2025-06-01 14:58	中国新闻网	
7	“十四五”成绩单彰显中国治理效能提升	评论	1300 字	2025-07-16 22:03	中国新闻网	
8	美国最新“对等关税”公布，“全球贸易史迎黑暗一天”	评论	1316 字	2025-08-03 19:21	中国新闻网	
9	降息难解美国经济之痛	评论	1329 字	2025-09-18 15:36	中国新闻网	
10	四中全会公报释放重要信号	评论	1684 字	2025-10-23 20:41	中国新闻网	
11	高市一语，日经危局	评论	1170 字	2025-11-17 23:08	中国新闻网	
12	中央经济工作会议谋划“十五五”良好开局	评论	1571 字	2025-12-11 21:11	中国新闻网	

作品文稿、二维码及首屏首页截图：



代表作一：

## 年味浓、人气旺，特殊春节彰显别样活力

这个春节，电影《哪吒2》最火，一举成为中国影史票房榜冠军。

但不只是哪吒卖爆了，春节还有多项数据突破纪录，再创新高。

流动的中国生机勃勃。全社会跨区域人员流动量超 23 亿人次。2 月 4 日全国铁路发送旅客 1704 万人次，再创春运单日客运量历史新高。

文化的中国欣欣向荣。春节档（1 月 28 日至 2 月 4 日）电影票房 95.10 亿元，观影人次 1.87 亿，创造新纪录。

焕新的中国活力四射。全国国内出游 5.01 亿人次，同比增长 5.9%；国内出游总花费 6770.02 亿元，同比增长 7.0%。

年味浓、活力足、人气旺，透过春节观察消费市场，不变的是超大规模市场的优势，变化的是更多新增长极正在崛起。

### 文创消费火爆

成功申遗后的首个春节，年味浓度爆表，庙会、醒狮、英歌舞、龙舞、板凳花灯龙等年俗活动，吸引众多游客体验。博物馆过大年成为热门选择，故宫博物院、陕西历史博物馆、三星堆博物馆等客流保持高位。

这带动文创消费持续火热，既有潮范儿又有年味儿的国潮文创产品备受欢迎。山西省旅游大数据联合实验室专项调研显示，春节假日，游客人均花费 1118.54 元。文创消费提升明显，文创消费占比同比提

升了 17.29 个百分点。

“春节去景德镇中国陶瓷博物馆参观，真的是人山人海，光是排队进门都要 1 个多小时。”来自北京的刘女士对三里河表示，自己买了沉思罗汉的冰箱贴，还有帆布袋、玩偶等。

### 冰雪经济崛起

冰雪旅游持续火热，亚布力、阿勒泰等国家级滑雪旅游度假地人气高涨。哈尔滨冰雪大世界春节期间单日游客量突破 10 万人次，创历届单日入园游客数量新纪录。

德邦证券研报认为，冰雪经济将成为我国内需的重要增长点，有望丰富冬季旅游淡季，抹平旅游行业的周期性。

### 入境游热度走高

过境免签、支付便利化等利好政策效果叠加，吸引更多外国人来华旅游、在华消费。中国人民银行数据显示，春节假期，银联、网联处理境外来华人员支付交易笔数、金额分别增长 124.54% 和 90.49%。

在春节的连接下，中外游客双向奔赴。携程数据显示，入境游门票订单同比去年增长 180%，入境游酒店订单同比增长超 6 成。去哪儿平台显示，今年春节，中国游客的足迹遍布了全球 2100 余个境外城市，较去年增长五成。

中国旅游研究院院长戴斌认为，无论是冰天雪地的民俗体验，阳光沙滩的休闲度假，还是四海一家的欢乐春节，一路生花的春节假日奠定了全年旅游经济高开高走的市场基础。

另外，加力扩围的消费品以旧换新政策，激活了消费市场一池春水，消费电子成为春节黑马，各大商家门口挂起“国补来了”的红色

条幅，很多人选择新年换手机、电脑，科技年礼成为新风尚。银河证券预测 2025 年社会消费品零售总额增速将因补贴政策提升 1.7 个百分点。

从棋牌娱乐到非遗体验，从宅家过年到旅游过年，从传统年货到科技年礼，消费选择的变化背后，是民众对美好生活定义的主动升级。服务消费与商品消费的双提升态势，正在打破传统消费周期的桎梏。

三里河认为，春节消费市场的火热，本质是一场关于信心的全民叙事，揭示了中国经济的诸多确定性。

一是超大规模市场的纵深潜力，在人口流动、区域协同、城乡融合中持续释放；

二是政策与市场的共振效应，通过精准施策与业态创新，不断打开新消费空间；

三是民众信心的韧性基底，让更多人能消费、愿消费，构筑起经济内循环的护城河。

春节不仅是一个节日，更是一面镜子，折射出消费市场的活力和潜力，窥见一个在变局中锚定方向、在挑战中锻造韧性的中国经济。

## 年味浓、人气旺，特殊春节彰显别样活力

2025年03月07日 10:42 来源: 三思报

A+ 大字 A- 小字



### 春节 不只是哪吒卖爆了

三思报

年味浓、活力足、人气旺

这个春节，电影《哪吒2》最火，一举成为中国影史票房冠军。

但不只是哪吒卖爆了，春节还有多项数据突破纪录，再创新高。

流动的中国生机勃勃，全社会跨区域人员流动量超23亿人次，2月4日全国铁路发送旅客1704万人次，再创春运单日客运量历史新高。

文化的中国欣欣向荣，春节档(1月28日至2月4日)电影票房95.10亿元，观影人次1.87亿，创造新纪录。

焕新的中国活力四射，全国国内出游5.01亿人次，同比增长5.9%；国内出游总花费6770.02亿元，同比增长7.0%。

年味浓、活力足、人气旺，透过春节观察消费市场，不变的是超大规模市场的优势，变化的是更多新增量正在崛起。

又创消费火爆



代表作二：

## 《哪吒2》强势出海，中国带给世界新的选择

电影中，哪吒闹海。现实中，哪吒“闹”到了海外。

上映两周多，中国国产动画电影《哪吒之魔童闹海》（《哪吒2》）票房已突破102亿元人民币，不仅创下中国影史票房纪录，也持续超越《死侍与金刚狼》《钢铁侠3》等美式英雄大片，进入全球影史票房榜前16名，将《超人总动员2》《美国队长3》《蜘蛛侠：英雄远征》《惊奇队长》《蝙蝠侠：黑暗骑士崛起》等众多围绕爆款IP打造电影甩在身后。

目前，《哪吒2》已成为全球动画电影票房TOP3唯一的非好莱坞影片，与亚军《冰雪奇缘2》仅有一步之遥。

哪吒在海外“闹”到了什么地步呢？

2月4日，《哪吒2》登上纽约时报广场大屏。此后，电影在美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、新加坡等首批40余个国家上映，吸引了大量海外华人观众及国际影迷购票观看。

在北美，《哪吒2》已经举行了预售，上座率超过90%，不少热门场次完全售罄。洛杉矶首映礼上，观影结束后，观众们齐喊“票房第一”并自发鼓掌，还有华人观众因动人的剧情泪洒现场。

在澳大利亚，因为太火爆，部分影院把一天四场的排片，加成了一天的十场。

在欧洲，由于英法等西欧国家暂无排片计划，一些网友甚至自发

“组团”专程去希腊观影。

就连以“阴阳中国”出名的英国广播公司（BBC）也一本正经地写道，“这个以中国传统神话人物哪吒为主角的电影打破多项纪录，不仅成为中国电影票房的新王者，也成为全球单一市场票房最高的电影。”

有外国观众在观影后不禁感叹，这是“史诗般的电影”，“绝对是我看过最好的动画”。

还有海外小观众表示，从这部电影中看到了中国悠久的文化和历史。“我很喜欢哪吒，因为他总是传达着一种非常积极的价值观，他总是胸怀大志，勇往直前。”

目前，《哪吒2》在海外影评网站IMDb已经开分，评分高达8.3分。

“做万丈火焰，做逆鳞一片，做名为自己的瞬间。”

正如电影中这句台词，《哪吒2》凭一己之力，打破了美国在电影产业的长期霸榜，创造了票房奇迹，也绘制了属于中国的文化符号。

IMDb平台上的一条评论写道：“它不仅展示了中国动画崛起的强大实力，也展示了中国传统神话在现代语境中的无限可能性。”

“预习”蛇年好莱坞动画电影的待播清单，三里河发现了多个熟悉的面孔，新IP匮乏的问题逐渐凸显。而这个时候，凭借《哪吒2》，中国带给世界一个全新的答案和选择。

《南华早报》指出，近年来，伴随着中国经济的快速增长和与西方的技术竞争，中国人的民族自豪感不断增强，中华优秀传统文化也在不断传承。

传统文化与新兴科技碰撞，古老的故事被最新的数字技术重新演绎。

中国文化 IP 通过影视剧、游戏、动漫等多种形态改编，在产业蓝海中突围，在全球市场取得突破性进展。

例如《封神第一部：朝歌风云》在法国上映时广受好评，打破了华语商业电影“出海”仅限于华人社区的刻板印象。

又如以《西游记》为灵感的 3A 游戏《黑神话：悟空》成为全球现象级作品，2024 年登顶 Steam 全球预售榜，并斩获多项国际大奖。

中国文化 IP 的成功“出海”，当然也离不开政策的全力“护航”。

《“十四五”文化产业发展规划》提出，顺应数字产业化和产业数字化趋势，培育壮大新型文化业态。

《哪吒 2》电影创作方成都可可豆动画所在的特色园区——天府长岛数字文创园，也得到了当地政府的大力扶持，发展出价值千亿级规模的完善且细分的产业集群。这次电影登顶并强势出海，带着园区数字文创产业，走向了更广阔的国际舞台。

在第一部电影中，哪吒与身份的偏见进行对抗；在第二部电影中，哪吒走向更大的世界后，发现规则的不公，摆脱束缚后涅槃觉醒，并试图去改变这一切。

正如有网友直言，“凭借创纪录的潜力和像 DeepSeek 这样由自信的年轻人才推动的本土创新，中国的命运掌握在自己手里。”

行文至此，三里河的耳边又回响起电影中那句经典台词，“若前方无路，我便踏出一条路；若天理不容，我便逆转这乾坤。”

哪吒是这么说的，也是这么做到的。

视频文字

## 破百亿!“吒儿”继续往前冲!

(字幕)

电影《哪吒2》百亿票房全记录

2025/01/31 00:00:00

票房破 10 亿

2025/02/01 13:03:11

票房破 20 亿

2025/02/02 18:00:43

票房破 30 亿

2025/02/03 13:09:41

35.61 亿

超《唐人街探案3》

打破中国影史春节档影片档期票房纪录

2025/02/04 00:00:00

票房破 40 亿

2025/02/03 15:33:37

7199.4 万

超《唐人街探案 3》

打破中国影史春节档影片档期人次纪录

2025/02/05 01:03:28

票房破 50 亿

2025/02/05 10:04:28

50.35 亿

超《哪吒之魔童降世》

打破中国影史动画片累计票房纪录

2025/02/05 19:11:02

54.13 亿

超《你好，李焕英》

打破中国影史春节档影片累计票房纪录

2025/02/06 13:26:02

57.75 亿

超《长津湖》

打破中国影史累计票房纪录

2025/02/06 19:04:00

票房破 60 亿

2025/02/07 00:00:04

12300 万

超《你好，李焕英》

打破中国影史春节档影片累计人次纪录

2025/02/08 15:00:42

票房破 70 亿

2025/02/10 00:00:00

票房破 80 亿

破 80 亿

超《疯狂动物城》《狮子王》《小丑》等电影

跻身全球影史票房榜前 40

全球动画电影票房榜前 10

2025/02/09 19:21:43

16000 万

超《战狼 2》

打破中国影史累计人次纪录

2025/02/12 00:00:00

票房破 90 亿

破 90 亿

超《小黄人大眼萌》《速度与激情 8》《侏罗纪公园》等电影  
跻身全球影史票房榜前 30

2015 年 2 月 13 日晚

总票房破 100 亿（含点映、预售及海外票房）

破 100 亿

超《冰雪奇缘》《哈利·波特与死亡圣器（下）》《黑豹》等电影  
成为全球影史票房榜第 17 名、跻身全球动画电影票房榜前三


“若前方无路，我便踏出一条路”

（数据来源：灯塔专业版、猫眼专业版）



## 《哪吒2》强势出海，中国带给世界新的选择

2025-02-14 20:05:07 三里河 👁 100万+

 三里河  
三里河不是一条河。

关注

电影中，哪吒闹海。现实中，哪吒“闹”到了海外。

上映两周多，中国国产动画电影《哪吒之魔童闹海》（《哪吒2》）票房已突破**102亿元人民币**，不仅创下中国影史票房纪录，也持续超越《死侍与金刚狼》《钢铁侠3》等美式英雄大片，**进入全球影史票房榜前16名**，将《超人总动员2》《美国队长3》《蜘蛛侠：英雄远征》《惊奇队长》《蝙蝠侠：黑暗骑士崛起》等众多围绕爆款IP打造电影甩在身后。

目前，《哪吒2》已成为全球动画电影票房TOP3唯一的非好莱坞影片，与亚军《冰雪奇缘2》仅有一步之遥。



代表作三：

## “对等关税”一个月，美国产业链连锁承压

近期，国际稀土市场价格出现罕见飙涨。

英国调查机构 Argus Media 数据显示，截至 5 月 1 日，镨和铽在欧洲市场的每公斤报价分别达 850 美元和 3000 美元，环比增长约三倍，创下 2015 年有记录以来的最大月度涨幅与历史新高。

欧洲的稀土价格一般被视为中国以外的价格指标。有分析认为，此轮暴涨与中国 4 月 4 日起对 7 类中重稀土实施出口管制直接相关。涉及稀土在中方实施出口管制措施后几乎立即停止出口，以致其价格在数周内创下历史新高。

此次被列入出口管制的 7 类中重稀土产量稀少，中国作为最大的稀土生产国和出口国，在稀土产品的生产加工经验等方面更是全球领先。

日本瑞穗银行分析师认为，这次被限制的稀土，在其他国家实施替代性生产的难度非常高。

管制措施落地一个月，美国企业已感受到冲击。特斯拉 CEO 马斯克表示，其“擎天柱”人形机器人量产计划已受波及，正尝试与中国沟通，希望获得使用关键部件的批准。

福特汽车首席运营官库马尔·加尔霍特拉也表示，中方的限制措施可能会对整个汽车行业产生深远影响。“过去几周，这些零部件的进口方式变得相当复杂，不仅对我们，对整个行业也是如此。”

他补充说，“只需几个零件，就可能对我们的生产造成干扰。”

在美国媒体看来，稀土是中国手中的一张有力王牌，是中国对美国拥有绝对优势的领域。

“这是一次精准的打击，直击美国工业痛处”，美国密歇根大学教授贾斯汀·沃尔弗斯称，中国展现了运用战略手段施展惊人经济实力的能力。

事实上，中国“不卖了”的影响并不止于稀土。在日常商品供应层面，美国对中国产品的依赖也在近一个月内集中显现。

5月2日，美国取消针对中国商品的小额补贴政策生效。此前，跨境电商平台 Temu 上，从中国直接发货的商品基本已经消失，Shein 则上调多种商品在美售价，最高涨幅达到 377%。亚马逊平台也有第三方卖家对数百种商品涨价。

沃尔玛一度要求中国供应商自行承担新增关税成本，但在短短 20 天后又改口，通知部分中国供应商恢复发货，表示新关税的成本将由美方买家承担。

而美国媒体报道称，沃尔玛等公司已向白宫反映，贸易战开始扰乱美国供应链，美国各地的商店货架可能“很快就会空空如也”。

阿波罗全球管理公司首席经济学家托尔斯滕·斯洛克进一步表示，美国商品进口量下滑，意味着商店的商品价格上涨，码头工人和卡车司机的工作会减少，卡车运输、物流和零售业可能在 5 月份开始出现大规模裁员。

与之形成鲜明对比的是，中国厂商正在快速调整应对挑战。在义乌，不少外贸公司持续稳定拓展南美洲、欧洲等地区的客户，义乌老

板娘们自发地学起了西班牙语，以期更好地“卖全球”。

中国商务部稳步推进外贸优品中华行等活动，畅通外贸企业内销渠道。截至4月底，9家电商平台已开放入驻绿色通道，6家电商平台建立内销专区，对接超6000家次外贸企业。

从资源配置管控到多元化市场开拓，从产业升级到消费转型，中国以更强的韧性应对外部挑战。

若美方继续将关税工具化，面临的的可能不仅是消费端的短缺和涨价，更是产业链结构性的失衡和战略资源的不可控。而对中国来说，“不卖了”，是有选择地重塑链接方式，在更复杂的全球格局中把握更多主动权。

中国新闻网 即时 时政 财经 同心 东西问 国际 社会 理论评论 中国侨网 大湾区  
WWW.CHINANEWS.COM.CN 铸牢中华民族共同体意识 宗教 一带一路 中国—东盟商贸资讯平台 中国新闻周刊 国是

首页 - 财经中心 - 财经频道 分享到: 微信 微博 抖音

### “对等关税”一个月，美国产业链连锁承压

2025年05月08日 14:59 来源：三里河 A+ 大字体 A- 小字体

近期，国际稀土市场价格出现罕见飙涨。

英国调查机构Argus Media数据显示，截至5月1日，镨和铈在欧洲市场的每公斤报价分别达850美元和3000美元，环比增长约三倍，创下2015年有记录以来的最大月度涨幅与历史新高。

欧洲的稀土价格一般被视为中国以外的价格指标。有分析认为，此轮暴涨与中国4月4日起对7类中重稀土实施出口管制直接相关。涉及稀土在中方实施出口管制措施后几乎立即停止出口，以致其价格在数周内创下历史新高。



2025年4月4日，商务部、海关总署发布公告，决定对7类中重稀土相关物项实施出口管制。

此次被列入出口管制的7类中重稀土产量稀少，中国作为最大的稀土生产国和出口国，在稀土产品的生产加工经验等方面更是全球领先。

