

# 育良种 用良机 施良法

多地推动小麦单产提高 一线见闻

正值小满节气,安徽省亳州市涡阳县的麦田一片金黄。夏收在即,种粮大户张林森最近几乎每天都要到地里看看小麦。

见记者到来,他弯腰拔下几支麦穗,放在手心揉搓,再轻轻吹掉外壳,露出的麦粒圆润饱满。“今年光照好,小麦亩穗数、穗粒数和千粒重都不错,应该能有个好收成。”他高兴地对记者说。

张林森的家庭农场种了1100亩小麦。作为安徽省农业科学院作物研究所的试验示范基地,这里小麦产量不错,2022年首次实现单产超900公斤。

小麦得高产,选种是关键。张林森告诉记者,在安徽省农科院专家指导下,农场每年都会引进10多个品种进行种植,从中选出综合情况最好的来推广。目前的主要品种产量高,抗病性强,今年有望实现丰产。

近年来,涡阳县不断加强良种技术攻关,目前已累计培育小麦品种40多个,小麦繁种面积突破20万亩。

当前,全国小麦自南向北渐次成熟。在位于河南省新乡市平原示范区国家生物育种产业创新中心,种有多个品种的3500亩小麦已进入灌浆后期。“我们展示的小麦品种具有高产、优质、抗倒伏等特征,推广面积大、种植效果好。”工作人员王振宇介绍,国家生物育种产业创新中心联合企业、科研等多方力量,优化品种创新,助力小麦单产不断提升。

粮食稳产增产,农机是一个关键因素。旋耕施肥播种一体机高效省力,提高播种效率;北斗辅助驾驶系统精准调整,控制播种行距与深度;智能水肥一体机全程应用,满足小麦不同阶段灌溉需求……河南省新乡市西合角村种粮大户申继锋告诉记者,这些年他不断更新机械,耕种管收基本实现了全程机械化。

“啥时候浇水、打药,手机都能收到提醒。轻轻一点,地里就开始浇灌了,这在以前可不敢想。”申继锋说,以前种10亩地就累得不行,现在一个人管200亩都是寻常事。

当前,我国农作物耕种收综合机械化率超过73%,小麦的综合机械化率超过97%。机械化、智能化的种植方式带来极大便利,也提高了农民对小麦丰产的信心。

高效专业的服务,是小麦单产提高的保障。在涡阳县辉隆现代农业综合服务中心,除草剂等各种药剂整齐摆放,无人机等各种机械让人目不暇接。“我们为农户提供从选种到耕地、播种、施肥等全过程高产方案。”辉隆农业总经理黄松介绍,公司会根据农户的土地情况,选择适宜的优质品种,协助他们整地施肥,精准确定播种量,在生产各环节提供高效优质的增产服务。

专业农技人员也全程为小麦丰产提供着助力。“农谚常说‘苗好一半麦’,春节后我们第一时间开展小麦单产提升技术培训。”涡阳县农业技术推广中心负责人介绍,县里今年小麦在田面积超185万亩,全县170名农技人员、300多名科技特派员到田间地头指导农户科学防治病虫害、适时施肥,保障了苗情和去年同期相比有较大提升。

当前,我国小麦主产区逐渐进入集中收获期。在良种、良机、良法推动下,小麦长势良好,丰收在望。  
(新华社北京5月27日电)



春夏时节,正是祖国南海一年中风浪较小的时候。平静的海面、多彩的云霞、漫天的星辰、壮丽的日出与日落,绘就了一幅极具魅力的南海画卷。  
新华社发(丁永昌 摄)

## 聚焦体博会

# 乘风而行

——从体博会看中国企业出海

新华社记者 高萌 李丽 林德初 陈地

2024中国国际体育用品博览会26日闭幕,据官方数据统计,本届展会参展企业数量超过1600家,现场观众人数超过10万人次,其中,境外观众突破3000人次。

在体博会现场,无论是在非洲用一天半就能建成的装配式体育场馆,还是引进“超级碗”的“全色域体育照明”技术……“中国制造”的展台吸引着许多外商的目光。

中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰表示:“海外观众的回归对参展企业拓展海外市场、实现跨区域经营、提升品牌国际影响力有积极意义。他们也是疫情过后,世界重新认识中国体育用品制造业、乃至体育产业的窗口。”

尽管《中国体育用品业年度发展报告(2023)》显示:近几年中国体育用品出口呈现大幅度震荡走势,但“走出去”进军国际市场,拓展全球发展版图,对中国企业而言仍是极具吸引力的选择。正如北京体育大学中国体育政策研究院院长鲍明晓所言:“企业出海是未来体育用品业发展的重要方向。”

在体博会上,记者也观察到不少中国企业正摸索着自己的乘风出海之路。

他们把中国人造草铺进英超

在体博会现场,有一片“长草”的区域人来人往。人们拿起展台上各种形态、各种材质的人造草皮对讨论着。相较于天然草坪高昂的种植、养护费用,人造草坪不仅造价更低而且更加节能。尽管世界杯、

奥运会资格系列赛,就是一个打造城市运动空间的成功案例。

关键之道创始人张庆表示,以往传统运动会留存了大量运动场地设施,“这么多年有赛事就有体育场馆的存在,但相对而言,比较少用商业的消费场景来赋能,而新型的运营空间更强调消费业态,强调融合。”

赢商tech零售品牌事业部总经理童丹霞观察到,在北京,开业十年以上的购物中心都在面临空间的调整。以去年最出圈的朝外年轻力中心The Box为例,该项目东西两侧都有改造规划,覆盖到一个片区,成为城市更新中的典型项目。其外墙上的大面积彩绘、上层空中篮球馆、下层户外滑板街及“公路商店”和酒吧餐饮店,潮流氛围感拉满。“除门票外,还通过社群活动如跨界音乐会等内容运营,来完成盈利平衡。”

《报告》显示,运动空间已经成为商业综合体的典型业态之一。在重点监测城市的商业综合体中,运动空间达5252个,相比2022年,增长2.17%;多个城市占比超过2%,其中武汉、成都、上海、南昌、昆明占比超过2.5%。

张庆认为,The Box项目和上海对巴黎奥运会资格系列赛的打造,都是“运动主题街区”的概念,这正在成为文创园区打造、老旧街区升级的重要方向。依托运动业态导入,引导商业业态、建筑空间与城市景观的升级,提升街区城市功能承载力,注入多元文化与潮流活力。

认同:小众即大众

童丹霞在观察The Box项目时

赛的大门。”

谈及国际足联认证,徐侃坦言“不容易”。“首先不用说,产品肯定要被送往指定实验室检验,满足各项技术要求后才能开始申请FIFA(国际足联)的认证。这是很系统、很全面的考察,我们这些管理层也都经历了面试。”

“但不管怎么难,我们还是要积极加入国际体系。这次和热刺的合作是我们的第一步,接下来我们还要把更多中国人造草铺进五大联赛。”

沿着“一带一路”,运动地板的生意越做越远

体博会期间,河北杰帝奇体育用品有限公司外贸部的总经理杨磊忙得不亦乐乎。作为一家专做运动地板相关业务的公司,他们在2023年迈出了“出海”的重要一步——赞助乌兰巴托2023东亚青年运动会的三人篮球等项目。

正是由于这次亮相,许多亚洲国家通过产品认识了这家中国企业。杨磊的订单从蒙古国传到了中亚地区甚至更远:“我们其实并不是行业里最强有力的企业,但通过那次比赛,通过运动员使用后的反馈,订单自然而然地就来了。蒙古国的比赛结束后,乌兹别克斯坦的客户立刻跟我们取得了联系。”

杨磊表示:“我们的出海思路其实就是跟着‘一带一路’走。因为我们不仅做产品,也做服务、做一体化的解决方案,这样可以更好地和其他行业进行整合,对我们来说也更便利。最近,我们正在研究去塞尔维亚建生产基地的事,我们去看过了,环境确实不错,很适合做市场。”

近日,杨磊还在展位上接待了一位特别的访客——国际篮联(FIBA)装备与场馆部工作人员宛静。从瑞士来到成都,宛静此行的目的就是和国际篮联的中国认证商们就产品质量、行业规则等内容进行交流,并邀请大家前往国际篮联总部参加认证商大会。

宛静表示:“国际篮联认证是国际化的认证,如果我们在生产质量方面要形成体系和全球的行业标准,就不能没有中国厂家来参与。很多国际体育组织都在欧美,与欧美国家的沟通可能会更多一些,所以我们就更想促进中国厂家与行业进行交流,最起码在信息上可以达到全球互通。”

杨磊认为积极融入国际体系,努力拓展海外市场是企业重要的发展方向。仅此次体博会,杨磊和他的同事们就接洽了来自俄罗斯、马来西亚、巴西、印度、泰国、智利、哥伦比亚等国家的客户。

通过与外商们的交流,也让他产生了关于企业出海的新思路:“国外很多客商对我们的制造业水平很认可,他们也希望把中国的生产技术引进过去。所以我们以后可能也不单纯地进行产品出口,也要进行技术、服务、品牌的出口。”  
(新华社成都5月26日电)

# 花钱买乐子,这届年轻人擅长

——从上海“街头奥运”到城市运动空间

新华社记者 李丽 高萌 林德初 陈地

现如今,城里的年轻人会在哪儿进行体育消费?刚刚在上海结束的巴黎奥运会资格系列赛给出了生动诠释。整个赛场连成一片时尚运动街区,整个赛事变身城市大派对的热闹景象,让年逾古稀的国际奥委会主席巴赫都兴奋得一起摇摆——当运动更加走进生活和街头,更加提供身份认同和触点,年轻人才更加买账。

近日在成都举行的第41届中国国际体育用品博览会上,中国体育用品业联合会与北京关键之道体育咨询有限公司联合发布了《2024中国运动空间发展报告》(以下简称“《报告》”)。《报告》将运动空间定义为,体育场地设施融入或整合社区街区、城市公园、体育中心、商业综合体、产业园区、旅游景区、自然生态等多维空间资产的体育消费业态组合概念。

专家认为,作为“体育+”创新融合的典型代表,运动空间在新科技整合、新场景打造、新业态发展等方面具有巨大的创新价值与潜力,已成为城市消费升级与商业更新的重要增量。

场景:传统体育馆VS“年轻力中心”

滑板公园、时尚运动街区……这些更多被网络称为“年轻力中心”的新型城市运动空间,已取代篮球、羽毛球馆等传统单体运动场馆,成为年轻人用脚投票的城市休闲目的地。中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰认为,在上海举行的

奥运会资格系列赛,就是一个打造城市运动空间的成功案例。

关键之道创始人张庆表示,以往传统运动会留存了大量运动场地设施,“这么多年有赛事就有体育场馆的存在,但相对而言,比较少用商业的消费场景来赋能,而新型的运营空间更强调消费业态,强调融合。”

赢商tech零售品牌事业部总经理童丹霞观察到,在北京,开业十年以上的购物中心都在面临空间的调整。以去年最出圈的朝外年轻力中心The Box为例,该项目东西两侧都有改造规划,覆盖到一个片区,成为城市更新中的典型项目。其外墙上的大面积彩绘、上层空中篮球馆、下层户外滑板街及“公路商店”和酒吧餐饮店,潮流氛围感拉满。“除门票外,还通过社群活动如跨界音乐会等内容运营,来完成盈利平衡。”

《报告》显示,运动空间已经成为商业综合体的典型业态之一。在重点监测城市的商业综合体中,运动空间达5252个,相比2022年,增长2.17%;多个城市占比超过2%,其中武汉、成都、上海、南昌、昆明占比超过2.5%。

张庆认为,The Box项目和上海对巴黎奥运会资格系列赛的打造,都是“运动主题街区”的概念,这正在成为文创园区打造、老旧街区升级的重要方向。依托运动业态导入,引导商业业态、建筑空间与城市景观的升级,提升街区城市功能承载力,注入多元文化与潮流活力。

认同:小众即大众

童丹霞在观察The Box项目时

“走进商业体一楼,原来都是大牌或者快时尚商品,现在都是不认识的专业运动品牌。这种消费末端的变化,反映了年轻人生活方式和身份认同的变化。”这是成都盈石副总裁褚博振对流行趋势变化的观察。

赢商的数据分析也有类似结论。童丹霞表示,2023年运动品牌增长显著,安踏营收突破600亿元,一些小众户外用品市场出现井喷式爆发增长。在购物中心里,一季度的零售业态中,户外品类开店的意愿度和增长率最高;同时在文体娱业态中,壁球、拳击馆等小众运动馆成为都市年轻白领下班释放压力和多巴胺的选择。

所有商家都在研究新世代的消费习惯,“年轻力”由此成为热词。褚博振认为“年轻力”并不完全与年龄有关,而是一种始终抱有热情和好奇的生活方式,此类人群具有较大的消费意愿和能力,并在社交媒体时代具有流量势能。

“年轻力”人群是商家迫切希望抓住的群体。褚博振认为,此类人群不再被主流文化所束缚,对他们来说,小众即大众,更加追求个性化、特立独行的文化体验。他们通过网络关注一些小众领域和有共同爱好的人,分享感情和兴趣,形成身份认同,汇集成较小但非常聚焦的文化圈子——“社群”。而这些社群的小众文化通过网络传播,可渗透到更广泛的大众群体里,进而形成他们的主流文化。

张庆认为,从商业角度,国际奥委会面临同样挑战,这也是他们引入滑板、霹雳舞等四个时尚项目并在上海打造“街头奥运”的原因。

童丹霞在观察The Box项目时

价值:从功能到情绪

专家普遍认为,新世代消费已从功能性进入悦己性,更多追求的不再是“有什么用”或者说实际功能,而是能提供什么“情绪价值”。

褚博振表示,除了物质性消费,这届年轻人更愿意为情绪和感情买单。“具有故事性的,独特和个性化的东西更容易受到他们的青睐,比如设计感强的、传奇性的、联名款的产品。”

商家也在迎合这种趋势。2月份阿迪达斯发布全新的品牌主张,从此前的“没有不可能(impossible is nothing)”迭代到现在的“喜欢不为什么(you got this)”,其官方解释是旨在把快乐带回运动。

对新世代来说,消费即自我。褚博振觉得,他们非常愿意花钱买快乐,但反过来,如果觉得业态环境跟自己不匹配,可能一分钟也不多待。“年轻人需要量身打造的场所,因此运动空间的运营需要跨界去做场景、社群和内容,建立与他们的关系和黏性。”

在张庆看来,“情绪价值”也不复杂,在消费升级的背景下,就是给消费者提供的便利性及高体验感,而这种体验感因地域差异等往往不可复制。如成都的运动空间可能要考虑喝茶嗑瓜子的地方,但在北方则不见得。“从这个角度,可能每个城市的运动空间都值得重新思考。”

此次体博会东道主成都市体育局副局长祝江表示,在成都公园城市示范区建设和打造世界赛事名城的大背景下,成都正探索如何让运动空间融合传统和时尚,贴近市民生活,进一步释放消费潜力。  
(新华社成都5月27日电)



5月26日,引黄干渠从巴彦淖尔市临河区流经(无人机照片)。内蒙古巴彦淖尔市位于黄河“几字弯”北端,拥有富饶的河套灌区,引黄灌溉面积达1000多万亩。近年来,在引黄灌溉工程支撑下,河套灌区年均粮食总产量达60亿斤以上。  
新华社记者 李志鹏 摄

# 我国将加快建设支撑国际一流营商环境的知识产权保护体系

新华社北京5月27日电(记者宋晨)到2027年,知识产权保护体系和保护能力现代化建设迈出实质性步伐,知识产权法律法规更加全面系统;到2035年,知识产权保护体系和保护能力现代化基本实现……国家知识产权局日前联合多部门制定《知识产权保护体系

# 我国2019年以来5000万农业转移人口进城落户

据新华社北京5月27日电(记者任沁沁 熊丰)记者27日从公安部新闻发布会获悉,2019年以来,5000万农业转移人口进城落户,2023年底全国户籍人口城镇化率达到48.3%。公安部会同国家发改委等部门推动各地坚持因地制宜、因城施策,调整完善户口迁移政策,不断降低落户门槛。目前,东部地区除个别特大城市,中