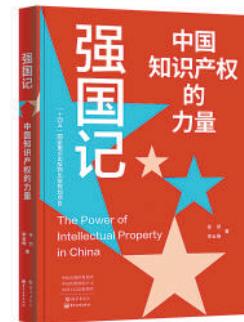


《强国记——中国知识产权的力量》

破译科技强国的密码

徐 剑 李玉梅



《强国记——中国知识产权的力量》:徐剑、李玉梅著;海燕出版社、电子工业出版社出版。

风电光伏涌动全球,新能源汽车一骑绝尘,“十四五”时期是中国制造异军突起、让世界为之瞩目的5年,注定将在改革开放的历史上、在科技与装备制造发展史上留下划时代的一笔。身为作家,如何书写这一激荡人心的历程?调研和写作《强国记——中国知识产权的力量》(以下简称《强国记》)的日子清晰如昨,我们无比庆幸,能够将中国人雄姿勃发走向世界工业制造前列的足跡记录下来。

当今世界,考察一个国家由大国到强国的演变有一个重要指标,那就是知识产权的运用与影响,以及科技论文在国际核心期刊的刊发与引用。而中国,正在经历着一场从知识产权引进大国向知识产权创新大国的转变。从2019年起连续5年,中国专利数量排名世界第一,科技论文发表与引用也跻身世界前列。《强国记》就是着眼于中国知识产权,围绕工业专利,以第十六届至第二十二届中国专利金奖中的8项成果为线索,以华为、腾讯、科大讯飞、大亚湾核电站、中铁装备盾构机、株洲中车、三一重工、中联重科等企业为样本,抒写中国企业以创新叩击科技强国之门的奋斗史诗。

仿佛是一种历史与现实的巧

合,有了强大的文化支撑。

隧道盾构机、液压挖掘机、动车组快速粘着控制方法、无线中继设备、语音识别方法及系统……这些金奖专利是新时代中国知识产权的急先锋,是不折不扣的新时代大国重器,也是中国由大到强的科技信证。托举起这些成果的,是强大的工程师群体和他们爱党报国、服务人民、敬业奉献、严谨笃实、精益求精、臻于卓越、团结协作、自立自强的崇高精神。

华为新星朱冲入职6个月,解决了70多个产品关键问题,勇摘中国专利金奖;腾讯“独行侠”薛笛凭一己之力研发“腾讯会议”,百万方超大规模视频会议有了新方案;中联智慧产业城平均每6分钟可下线一台挖掘机,每7.5分钟生产一台高空作业机械,每18分钟制造一辆汽车起重机,每30分钟打造一台臂架泵车……行走在企业一线,面对一群刚过而立年的专利精英,我们陡然升起一股做中国人的骄傲与自豪。

这些平凡英雄的精气神和高光时刻,令我们久久不能释怀,将这一代中国工程师的创新强国故事,写成新时代的备忘录、博物志、心灵史,报告文学作家义不容辞。



国庆中秋假期,许多人会选择走出家门,在游览大好河山、走访大城小县中,感受国家的发展变化。这一次,我们以图书荐读的方式,邀请读者进入广袤的时空,参与一场别具特色的精神“壮游”。

科技创新、军事装备、美丽乡村、文旅热潮、企业出海、文化交流,本版介绍的这几部图书从不同视角看中国、写时代,都带着热气腾腾的现实感。它们是作者行走、观察、记录的产物,也让我们仿佛身临其境,感受“十四五”以来中国社会的活力奔涌、气象万千。相信开卷有益,期待不虚此行。

——编者



本版邮箱:dushu@peopledaily.cn
本版责编:胡妍妍 版式设计:沈亦伶

《之江新绿:“千万工程”的诗意图述》

绿意盎然间,乡村蝶变

哲 贵

这是一次尝试,也是一次展示。2023年7月到2024年11月,浙江省作协组织20多位作家,深入全省各地乡村,用文学的视觉和尺度,观察和呈现“千万工程”在浙江大地的实践,后又选取其中的14篇作品汇编成《之江新绿:“千万工程”的诗意图述》一书。

这些作品,从体裁上看有小说、散文和报告文学,从地域上看涵盖浙江诸多市县,切入点也各有特色,包括乡村经济、非遗、历史、文化等。几乎所有文章都提到一点,那就是浙江农村的新。这个新,从外看,指的是面貌美、漂亮、赏心悦目;从内讲,指的



如果你问一个英国的年轻人,“Made in China”意味着什么,也许他会想到Shein上眼花缭乱的时尚服饰,想到Temu上琳琅满目的创意商品,抑或是亚马逊网站上高性价比的中国产小家电。而今天,中国品牌不仅仅意味着廉价好用的商品,更扩展到口味、审美、文化和体验。中国奶茶出海,就是其中的缩影。

从2015年开始兴起的新中式茶饮品牌,如今正风靡海外;蜜雪冰城已进入新加坡、泰国、日本、韩国等12个国家;霸王茶姬在马来西亚开了200家门店,快速追赶本地茶饮巨头;喜茶开在英国伦敦的第一家店,首日排队超过4小时,甚至因为点单过载、电力系统超负荷而被迫暂停营业……中国品牌正通过一杯奶茶,走进海外消费者的日常生活,让更多食客感受到来自中国的雅致风味与生发美学。

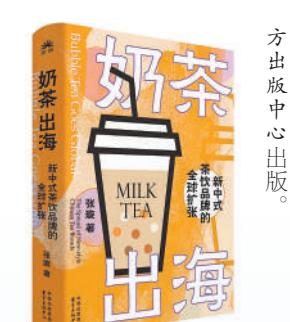
奶茶走向世界的故事,也是中国品牌的全球化故事。一方面,调味料、冷链物流、原材料加工等上游供应链环节在海外落地的可能性被大规模验证,为品牌提供了快速迭代、低成本扩张的底气;另一方面,视觉语言、门店空间、美学体验与社交媒体

体的在地表达,正在构建具有吸引力的中国品牌形象。

在马来西亚,霸王茶姬接二连三推出社交互动,以增强年轻人的参与感。在美国洛杉矶街头,茉莉奶白以招牌茶饮为名,推出粉色“赛博皮卡”快闪车,在城市中巡游派样,用花香、茶香与奶香打造移动的浪漫氛围。在越南,有本土品牌模仿中国奶茶的经营方式,这在一定程度上倒逼出海品牌思考如何建立差异化特色。

中国企业正在实现从单一产品出海到品牌文化出海,再到产业生态出海。背后是多年积累所带来的质能蜕变——当产品能力转化为品牌影响力,品牌影响力又反过来牵引供应链全球化布局,中国消费产业正在经历一次深层次的系统跃迁。

当我们谈论奶茶出海时,讨论的不只是品牌自身,还有它在全球文化交流中所扮演的角色。曾经,奶茶是留学生活中抚慰思乡情绪的美味,而今,它作为媒介穿梭于世界各地,逐渐承担起一种文化桥梁的角色;味觉成为理解文化的一扇门,从甜蜜的第一口开始,重塑着人们对品牌的感知——不仅关乎产品制造,也关乎文化共鸣。



作为德国伯乐中文合唱团团长兼他们的中文启蒙老师,看到孩子们用中文写下的这些留学故事印成铅字,并且即将推出德文版和英文版,我由衷地为他们感到骄傲。

我还清晰地记得,2014年3月,习近平主席对德国进行国事访问期间,彭丽媛教授参观德国伯乐高级文理中学的情景。伯乐中文合唱团以此为契机成立,鼓励孩子们通过唱歌学中文。当时,这些孩子的脸上还透着稚气,带



《空天利剑:中国空军战机图志》

蓝天下的光荣与梦想

吴龙飞

表——歼—20、歼—35A、歼—16和歼—10C。读者可以看到大型运输机运—20的不同身姿,比如在航展上的大角度俯冲着陆,在巍巍雪山上空进行的空中加油,在空军航空开放活动上耀眼的干扰弹,还可以看到歼击机、轰战机、运输机、教练机、预警机、直升机,以及闻名遐迩的空军八一飞行表演队(题图)、空军航空大学“红鹰”飞行表演队和“天之翼”飞行表演队。镜头下的它们,共同编织出了一幅中国空军跨越式发展的壮阔图景。

没想到,当年那个仰望天空的少年,日后会成为一名军事摄影记者,也未想过,自己拍摄的182幅中国战机照片会集结成《空天利剑:中国空军战机图志》(以下简称《空天利剑》)一书。

182幅照片,浓缩了总台军事节目中心《军迷之眼》栏目中空军专题的视觉精华,每一张都是我们对新时代人民空军大国重器的全力表达。

这些照片的艺术特色,我们概括为一个词——“干净”。干干净净的构图,遵循基本的摄影要素,曝光合理适度,基准色彩准确,视觉有重点,表达有创新。

航空摄影,是“苦”出来的艺术。为了《空天利剑》中的一个个瞬间,团队足迹遍布大江南北。从零下40多摄氏度的酷暑机坪,都留下了我们的快门声。从光影呈现、氛围感塑造、空对空摄影、功勋战机纪念阵型设计,到蒙皮铆钉细节、晨昏光影呈现,快慢门选择,我们穷尽了所有技法,只为每次拍摄时反复在脑海闪现的四个字:“不留遗憾”。

书里有人民空军飞行员开启飞行生涯的起点机型初教—6,也有20世纪八九十年代担负国土防空重任的歼—7和歼—8,还有新时代人民空军新质战斗力的代



《空天利剑:中国空军战机图志》:中央广播电视台总台军事节目中心编著;国防工业出版社、蓝天出版社出版。

《苏超来了》

致那些永不散场的热爱

双传学

9月7日,苏州队与盐城队激战正酣,第八十五分钟,18岁盐城小将李瑞龙一记精彩的“吊门球”,让现场3万多名观众瞬间沸腾。这记又快又准的吊射,再次刷新人们的“苏超”印象,被央视评为“一周全球十佳进球之首”。

今年夏天,“苏超”火爆出圈,新闻出版人该如何“接球”?6月底,我们决定推出一本记录“苏超”的书。像打仗一样,如追梦一般,一天也没耽搁,《苏超来了》说来真的就来了。7月30日,推出样书;8月初,首印2万册;面世30天,销售4万册。有同行说,这次出书好比中圈拿球就来一记“吊门球”,而且抢了“首球”。

“苏超”出圈后,“何以‘苏超’”成为全网追问。“苏超”火,火就火在它快乐,“比赛第一,友谊第一”“大哥苏得惨,二哥无所谓,三弟常垫底”,玩梗、斗图、斗歌……不仅球场上足够精彩,球场外更加欢乐。火就火在它纯粹,没有耀眼球星,没有天价合同,没有人情世故,外卖员的滑铲、教师的远射、电工的头球,炽热的汗水不为名利,只为体育运动



回归最真的热爱。火就火在它草根,516名球员中有大学生、高中生、中学老师,有城市白领、快递小哥、村党支部书记,他们在“苏超”的星空连成银河,重新找回年少时的那个足球梦,足以印证“碎银几两的生活,压不垮一颗想当英雄的心”。

记录“苏超”,解码“苏超”,《苏超来了》从运动员、观众、主办方、举办地、具体比赛等多个维度,用细腻的细节、精彩的镜头、鲜活的语言生动讲述这一群众体育运动的故事。

7月5日晚,南京队主场对阵苏州队的焦点之战,迎来60396名现场观战球迷,呐喊声响彻天际。与此相呼应,体育爱好者在家门口的体育场上挥洒汗水;扬州足球场预订“一位难求”,宿迁“沐BA”乡镇篮球赛吸引46万人“追更”,崇川一家足球暑期班迎来800多名足球少年……截至9月27日,“苏超”13轮比赛现场观众总人数达211.89万,线上直播观看人次超17.35亿、各平台话题播放量超667.7亿次;开赛至8月中旬,带动江苏全域多场景消费380亿元。

“苏超”的火爆,跨出一省范围,成为“十四五”以来我国体育事业、基层公共服务、经济社会发展成就的生动注脚,展现了经济社会发展满足群众文体需求、群众文体热赋能经济社会发展的双向奔赴。

在总结“十四五”、迎接“十五五”之际,《苏超来了》这记“吊门球”,记录的不只是火爆出圈的“苏超”,还有热情似火的时代,既是对绿茵场上那些永不散场的热爱的致敬,也是对文化体育事业进一步发展的美好期冀。

国经济……

这些文字,也让远离故土多年、生活重心已在德国的我,近距离读懂了当下的中国。它启发我以一种整体视角,来看待历史悠久的中国、我所经历的中国以及当下的中国。

孩子们从与中文结缘的那一刻起,便踏上了一段非凡的旅程。他们跨越重重障碍,以顽强的毅力攻克语言的难关,怀着赤诚之心,去深入了解中国文化和社会。他们的努力与付出,让我们看到文化交流与理解的力量。每一种真诚的了解和融入,都是朝向未来和平而美好的闪光,代表着美美与共、和而不同的可能。应该相信,人类可以通过彼此的关爱与影响,通过不懈追求与努力,从不同文明中汲取智慧,从不同文化中寻找共鸣,通过交流互鉴让世界变得更加美好灿烂。

这部带着中德文化体温的纪实作品,不仅是德国伯乐中文合唱团成员的青春手札,更是一面棱镜,折射出两个古老文明在当今时代的灿烂光辉。

《原来中国长这样》

写下我看到的中国

张云刚

着几分青涩。一晃,合唱团成立11年了,孩子们通过唱歌这种方式,中文进步很大,也变得自信和成熟。这本《原来中国长这样》就是他们成长的见证。

这几年,合唱团的多名佼佼者前往中国留学,书中记录的是他们的亲身经历。其中,能看到他们从初踏中国土地时的新奇与忐忑,到逐渐融入中国生活,学习中文时的艰辛与乐趣,看到他们在不同校园的课堂上与老师、同学互动时充满青春活力的身影,看到他们在街头巷尾品尝美食、体验民俗时的欢笑。他们也没有回避文化差异带来的理解沟通障碍和学习压力,而是诚恳地讲述,真实呈现自己的思考和感受。

曾留学于四川大学的潘昊琰,后来

担任成都第三十一届世界大学生夏季运动会开幕式火炬手,在书中他写了去贵州旅游以及乘坐高铁的感受,讲述自己在青城山与“道”字的结缘。韩皓轩不仅解锁了清华大学的校园生活,还记录下自己到四川丹棱县城一户普通人家做客时,感受到的充满活力和热情的当地生活。郭娅娜的研究生论文与其对云南普洱茶的调查研究有关,对云南独特的风土人情的热爱跃然纸上。阿芷若在书中写了对北京这个超级大城市兼具古老传统与现代时尚的感慨,她对处女不在甚至应用于街边小摊的电子支付尤其印象深刻。孔浩曾在广西桂林支教一年,回到德国后,他攻读新兴市场经济方向,专注于研究中