

从一粒粮的旅程看大国粮仓根基稳固

本报记者 张文豪

深秋的豫北平原，玉米陆续归仓，土地正待新绿。矗立的粮仓里，传感器监测温度变化，新粮住上“空调房”。忙碌的生产线上，小麦变身面粉、面包……

一粒粮，从田间到仓库，从车间到餐桌，环环相扣的链条折射出粮食流通改革发展的铿锵步伐，彰显大国粮仓根基稳固。全国粮食标准仓库完好仓容超过7.3亿吨，比“十三五”末增加5800万吨；2024年全国粮食企业工业总产值超过4万亿元，粮食产销衔接更加顺畅。

从智慧种田到高效售粮

河南濮阳清丰县固城镇，种粮大户周建士正忙着组装一台旋耕播种机：“这大家伙不简单，播种、覆土镇压、滴灌灌带，几道工序一趟过去全齐活。”

连日来，他不仅备足了适合晚播的半冬性麦种，还添置了多功能农机具，为新一轮播种做足准备。

站在田埂上，周建士掏出手机，点开智慧农业平台，土壤墒情数据一目了然。

周建士今年55岁，流转了3500亩地。5年前，他还是一名农机服务商，如今已是当地小有名气的种粮大户。

周建士的种粮底气，来自科技助力。今年春季，他所在的合作社与河南农业大学合作建起科技小院。高标准农田里，滴灌带像毛细血管般铺设，水肥精准送达作物根部；无人机巡田洒药，“一喷三防”精准高效。

“以前浇地，300亩得10个人忙活。现在点点手机，电磁阀一开，水就来了。”他算了一笔账：今年麦田实现亩产709公斤，肥料、农药用量减少20%，小麦产量反而增加20%。

种得好，还要卖得顺。

今年6月，老周把800多吨麦子陆续运往中储粮濮阳直属库及就近库点。

“手机上提前预约，送粮不用排队。”他点开“惠三农”APP演示，“进门发一张卡，就像医院挂号，每个环节刷一下，数据全跟着走了。”

登记、过秤、过磅、卸粮、结算，整个卖粮过程十分顺畅。不排长队、不过夜押车，真正做到粮出手、钱到手。“托市收购是定心丸，价格有托底，心里不慌。”老周说。

从粮库扩容到科技守仓

走进中储粮濮阳直属库，12座高大的浅圆仓迎面矗立。满载粮食的车辆驶入工作塔，稳稳停在液压翻板上。随着翻板缓缓抬起，金灿灿的麦粒淌进卸粮坑。随后，它们搭乘斗机一路向上，经过除杂等环节，最终“入住”仓库。

中储粮濮阳直属库有限公司副总经理马俊华介绍，作为重要商品粮基地，濮阳冬小麦总产量在170万吨左右，商品粮预计达120万吨。

一边提前周转旧麦腾出库容，一边租仓启动17个收购库点——马俊华和同事们双管齐下，准备出45万吨仓容。截至9月30日最后一批新麦入库，共有41.07万吨托市粮入仓，圆满完成收购任务。

仓储科科长朱言行步入工作塔，乘电梯升至35米高的仓顶检查粮情。仓内，蓝色传感器如神经网络密布，实时监测着粮食温湿度变化。

“粮食也会呼吸。人仓后会发热，不及时干预就会生虫结块。”朱言行解释。在中控室，他轻点鼠标启动风机，仓内热空气被缓缓抽出。“秋冬季节，我们利用仓内外温差，把冷空气从仓顶抽出，让冷空气从下方进入，就像给粮仓开了空调。”通过内环流控温、氮气气调等技术，可将粮温保持在适宜区间。

“当腾仓换库或者市场需要补给时，粮食会通过挂拍的方式公开销售。”马俊华说，今年以来已向市场投放粮食1.8万吨。

从千面千味到销往海外

一粒麦成为面粉，有多少种可能？

“过去面粉厂加工，出来的只有麸皮和面粉。如今一条生产线经过精细加工，能产出数十种不同用途的面粉。”在中粮面业（濮阳）有限公司，负责人赵庆华说。

生产车间内，配麦器根据生产方案设置，自动搭配不同等级的小麦送入磨粉机器。伴随着机器转动，小麦经过反复清洗、筛选、研磨，成为各种专用面粉包装入袋。

“一粒小麦，因品种、等级、面筋含量等不同，磨成的面粉也有差别。通用粉做饺子、面条等家常面食，专用粉则细分为馒头粉、面包粉、油条粉等。”赵庆华说，“通过不同的搭配，满足日益多元的消费需求。”

这些面粉，成为当地食品加工企业的重要原料。在凯利来食品有限公司车间里，面粉与鸡蛋、奶油等原料按比例混合，通过和面、成型、发酵等工序，一个个面团进入烤炉，烘焙后成为金黄诱人的面包。现场，五台包装机同时运转，新鲜面包被迅速封装，等待发往各地。

“这是我们今年新推出的面包，有麻薯和红豆馅，很受市场欢迎。”公司负责人曹高堂说，公司八大类300余种休闲食品，年消耗面粉超3万吨。新产品月销售额达2000万元，部分产品今年成功进入海外市场。

河南省农业农村厅有关负责人介绍，今年河南夏粮总产实现750.01亿斤。通过延伸产业链、提升价值链、打造供应链，河南建成万亿元级现代食品产业集群，粒粒中原粮进入国人厨房、端上世界餐桌。

夕阳西下，科技小院里农机轰鸣。周建士调试好播种机，开始畅想几天后的播种场景：农机在平整的土地上划出笔直的垄线，一粒粒精选的麦种沿着滴灌带稳稳落土壤，开启新一轮生长周期。

前8月交易额两位数增长，“买万物”即时达——

即时零售，送货为何这么快

本报记者 季觉苏

并愿意为快速支付更高的配送费用。

“怎么把孩子生日给忘了？”刚加完班的上海市民袁先生一阵懊恼：早上还答应孩子有惊喜，现在去商场已经来不及。他赶紧打开手机上的外卖软件，输入“儿童自行车”，家附近一家门店显示有货，最快1小时送达。几分钟内完成下单，袁先生到家时，骑手已将自行车送上门。

这样的场景越来越常见——国家统计局的数据显示，前8月，即时零售交易额实现两位数增长。

什么是即时零售？这种新业态为何能发展起来？“买万物”即时达是如何实现的？对消费者有何影响？近日，记者采访了相关平台、商家、消费者和专家。

什么是即时零售？ 从“来不及买”到“即买即用”

小病小痛没有药品、临时出差需要一次性用具、在河边钓鱼发现饵料用光……这些突发需求常常困扰消费者。如今，打开手机，附近的门店、仓库和骑手就能将需求稳稳“接住”，及时供给。

商务部等七部门去年联合印发的《零售业创新提升工程实施方案》提出，推广线上线下融合的即时零售，探索“店仓一体”“预售+集采集配”等新模式。

消费者在线上平台下单商品，附近的门店或仓库发货，通常一小时内由骑手送达，这种新的消费方式就是即时零售。比传统电商送达速度快很多，也不仅是外卖的升级版，即时零售是一种“万物”皆可即买即送即用的新零售模式。

为什么即时零售越来越普遍？一方面，生活节奏越来越快，购物变得碎片化，不再囤货、缺什么就买什么成为日常，消费者从计划型购物向即时购买转变。有行业调研显示，超过50%的95后希望在购物当天就能收货，

对行业来说，这也是一片快速增长的蓝海。今年以来，淘宝闪购订单迅速增长，8月日订单峰值达1.2亿单、周日均订单量达8000万单；京东秒送有超60万家实体门店提供即时零售服务，已覆盖2600多个区县；国庆、中秋假期，美团闪购上超500个零售品牌实现翻倍增长……各平台瞄准新赛道，让即时零售成为城市生活的新日常。

怎样送得快？ 仓更近、响应快，一小时送达成日常

袁先生事后很惊讶：购买自行车的门店就在家附近，“怎么之前没见过？”

跟随平台上的地址引导，记者来到上海杨浦区一间不起眼的小店。还没进门，就看到骑手进进出出；走进店里，货架密集，商品琳琅满目，店内系统语音不断播报新订单，店员一边接单一边拣货，手脚不停。店铺虽对外开放，也有零星顾客上门，但最主要的消费者其实“在手机里”。周五下午3时，记者看到店员正在拿取成堆的彩带、气球等聚会用品，这是来自附近小区的订单。

这家名叫小柴购生活超市的店铺，属于一个闪电仓连锁品牌。门店负责人陈彬彬此前曾经营过便利店、百货店，零售经验丰富。他敏锐察觉到即时零售的增长潜力，今年果断转型入局。

“我们选址不只是看哪里人多。”陈彬彬介绍，公司会先通过热力图筛选出城市中即

时零售的空白点，比如在一、二线城市通常每10万到15万人布一个点位，再派专员和店主一起实地看铺、做判断。他选定的这家门店面积约290平方米，可容纳近万种商品；同时，门店正对马路，方便卡车卸货、骑手取货。“地下或二楼店铺租金更低，但这里货能进、单能出、效率高、走单快。”陈彬彬说，开业5个月，日单量已经从几十单涨到700多单，日营业额近2万元。

即时零售催生出闪电仓这一新型店铺，不靠客流、不做展示，却能覆盖周边3至5公里的各种商品需求，兼具社区仓库和即时履约双重功能。陈彬彬这样的创业者，正在城市里织出密集的闪电仓网络。比如，美团已联合各类零售商和品牌商在各地建设闪电仓超5万家。

“哪个仓离用户最近、当前是否有库存、周边有无空闲骑手，平台系统都会在几秒钟内迅速判断并发出指令，让每一单都能以最短路径送出，最大限度减少配送时间。”美团研究院研究员王凯说，仓开得密，不代表速度慢，用户下单后，平台调度和骑手响应效率也很关键。

即时配送需要庞大的算力资源和地面团队支撑。美团通过前置仓提高配送效率；蜂鸟即配通过人工智能升级骑手调度体系，合单顺路率一年内提升85%。从仓储布点到系统调度，再到骑手完成“最后一公里”，各环节紧密配合才能让即买即送成为可能。

“过去人要走进店里找东西，现在变成东西主动上门找到人。看似简单的变化，零售逻辑已经重塑。”王凯说。

商品从哪来？ 品类全、调度准，供给端正在变“聪明”

一辆自行车、一台笔记本电脑、一件衬衫……这些过去传统电商才有的商品，如今

也进入了即时零售。这背后，是供给端的全面升级。

“店里备有上万种商品，均由平台统一管理、调度，结合商圈特征、周边人群画像和购买行为动态更新。”陈彬彬说，平台也会根据实时销售数据和节假日情况动态调整商品品类，比如在暑期，店里会多备驱蚊、防晒、降温类产品；开学前，文具、U盘和书包成为主力。

“因地制宜+因时制宜”的补货机制，也被越来越多品牌门店接纳。“即时零售让传统品牌门店发现了新的需求，不是按周、按月的销售趋势，而是小时级的社区即时市场。”淘宝闪购零售负责人胡秋根说。比如，一家运动品牌在增加即时零售业务后发现，雨天早高峰后，周边用户下单最多的竟是快干袜，这并非门店重点陈列的商品，线上转化效率却很高；一家美妆集合店的后台数据显示，晚上9点至11点，下单最多的是急救型面膜和卸妆湿巾，这让门店调整了非高峰时段的库存结构。即时零售拓展了周边5公里的订单，承接了更多场景的需求，为品牌生意带来增量——8月，近500个品牌在淘宝闪购成交额破百万元。

服饰、数码品类也在悄然接入：童装、贴身衣物、床品等商品尤其受到即时零售用户的欢迎。位于上海近铁城市广场的京东之家接入京东秒送后，线上订单量持续增长。“有用户晚上下单设备，第二天一早就需要带去出差。”门店经理说。

供需更近更快地联系起来，使商家更关注消费者的真实需求——什么时候需要什么、需要多少，能不能及时送到。即时零售带来的不只是一种新的生产生活方式，更是亟待挖掘的增长潜力和市场活力。

■经济新方位

国家发展改革委出台办法，推进运营机制改革

公平使用油气管网设施有了“通行证”

本报记者 丁怡婷

■政策速递

油气管网设施连接油气上下游，是油气领域典型的自然垄断环节，推进油气管网设施公平开放是油气管网运营机制改革的重要内容。

国家发展改革委出台的《油气管网设施公平开放监管办法》将自2025年11月1日起施行。办法明确，油气管网设施公平开放指，油气管网设施运营企业对已建成投运的管网设施，按照国家有关规定向符合条件的用户公平、无歧视地提供油气输送、储存、接卸、气化等服务。

“这一定义清晰划定了监管范围，统一了政府、企业和用户对‘公平开放’的理解，为后续监管活动提供了基础，避免了因概念模糊可能引发的争议与执行偏差。”中国石油大学（北京）油气政策与法律研究中心主任陈守海说。

国家能源局有关负责人介绍，纳入监管的油气管网设施，不仅包括国家管网集团运营的油气管道、LNG接收站、地下储气库等设施，还包括油气央企、地方国企、民营企业等各类主体运营的油气管网设施。

办法有几个“首次”：首次针对油气管网监

管领域出台部门规章；首次引入行政处罚手段；首次明确油气管网公平开放的服务流程，统一用户注册、服务受理、信息公开等标准。

信息不对称是制约公平开放的主要瓶颈之一。“按照信息类别，将油气管网设施公平开放相关信息进行分级公开。对于公平开放制度、用户注册条件和程序等基础信息，相关企业应当对社会公众主动披露；对于剩余能力、运行情况等敏感信息，相关企业应当对已注册用户披露，兼顾设施信息安全和用户需求。”国家能源局有关负责人表示。

办法出台后，有哪些积极作用？



10月17日，2025年全国和美乡村篮球大赛（村BA）总决赛冠亚军决赛在贵州省黔东南苗族侗族自治州台江县台盘村举行，福建省晋江市代表队以99:87战胜湖北省咸丰县代表队，获得冠军。图为决赛现场球员在奋力拼搏。 贾智摄（影像中国）

（上接第一版）

二是技术的跃迁，电影生产制作技术加速迭代。1999年，电影《宝莲灯》全片大多是二维动画；2025年，《哪吒之魔童闹海》特效镜头数量近2000个。电影制作水准、人才储备攀升，将中国动画电影提升至国际一流水准。

何以跨越？

——中国电影，向改革要动力。

“改革将电影推向市场，释放生产力，并在社会主义文化与市场化改革中找到了结合点。”中国电影家协会副主席尹鸿说。

《电影管理条例》《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》等管理政策先后出台，《中华人民共和国电影产业促进法》为产业健康发展保驾护航。提升电影产业在建设文化强国大局中的战略定位，《“十四五”中国电影发展规划》提出到2035年建成电影强国的发展目标，中国电影迎来历史机遇和黄金时期。

——中国电影，向技术要支撑。

——中国电影，向创作要精品。《封神》系列等

探索建立完整的工业化制作流程；产业端，数字化制作、虚拟拍摄等技术全面嵌入；市场端，分线发行、院线下沉，CINITY影院系统、国产LED放映系统和华夏飞影云数字拷贝网络传输平台等落地铺开。

自信的跨越

国产电影正在重新定义“大片”。

国产影片票房占比连续5年超过七成，《哪吒之魔童闹海》跻身全球票房前五，《流浪地球2》让千年诗意在银幕上大河奔涌……

中国电影的高质量发展，是文化自信的生动写照。何以自信？

——自信，来自坚守文化主体性。鲜明的文化特性，正是在历史与当下、传承与发展的“接力”中淬炼而成。

——自信，来自技术进步。近年来，我国电影摄影、录音、剪辑、美术设计、视觉效果等各个方面取得显著进展，国产电影工业化水平不断提高。

——自信，来自文化自信。《流浪地球2》在海外上映，引发广泛关注和讨论。

1979年电影《哪吒闹海》在法国戛纳国际电影节上映引起轰动，评论家称赞“色彩鲜艳、风格雅致、想象丰富”。时隔40多年，《哪吒》归来。BBC发出了中国电影“在全球范围内变得有竞争力”的惊叹。在《奇迹·笨小孩》里，感受活力中国的创业激情；于《流浪地球2》中，将“人类命运共同体”理念融入宇宙叙事。

——自信，来自文明交流互鉴。

越开放，越自信。通过电影，中国感知着世界，世界了解着中国。中国电影在国际竞争中锻造影响力，传播平等、互鉴、对话、包容的文明观。

“引进来”彰显文化向心力。上海国际电影节、北京国际电影节、平遥国际电影节等搭建平台，人气攀升。“走出去”提升艺术竞争力。与共建“一带一路”国家合拍电影《音乐家》，讲述中国故事，传递中国声音。

面对新的媒介环境，电影也面临挑战：

王伟中当选内蒙古自治区人大常委会主任 包钢当选内蒙古自治区人民政府主席

本报呼和浩特10月18日电（记者陈沸宇、张枨）内蒙古自治区第十四届人民代表大会第四次会议10月18日选举王伟中为内蒙古自治区人大常委会主任，选举包钢为内蒙古自治区人民政府主席。

“两新”政策持续释放消费潜力 前三季度企业设备更新加快推进

本报北京10月18日电（记者王观）记者从国家税务总局获悉：随着大规模设备更新和消费品以旧换新政策加力扩围，全国企业设备更新加快推进，消费品以旧换新政策成效明显。增值税发票数据显示，前三季度，工业企业采购机械设备类金额同比增长9.4%。冰箱等日用家电零售业、电视机等家用视听设备零售业销售收入同比分别增长48.3%和26.8%。家具、灯具零售业销售收入同比分别增长33.2%、17.2%。