

亚运会开幕后第五个比赛日

中国代表团勇夺三十二枚金牌

当地时间9月24日,名古屋亚运会迎来开幕后第五个比赛日。中国代表团奋勇拼搏、发挥出色,共收获32枚金牌。截至24日比赛结束,中国代表团在本届亚运会上共夺得80金、30银、20铜,居金牌榜和奖牌榜首位。

东京水上运动中心的游泳赛场,中国选手共收获4金3铜。其中,张展硕摘得男子800米自由泳金牌,随后与队友一起代表中国队卫冕男子4×100米自由泳接力冠军,并打破亚洲纪录。他也成为本届亚运会首位夺得6枚金牌的运动员。女子水球的冠军争夺中,前四轮战绩完全相同的中国队和日本队在最后一轮相遇,最终中国队点球战胜对手,实现亚运会五连冠。

举重男子60公斤级比赛中,中国选手杨洋6次试举全部成功,以总成绩304公斤获得金牌。在男子65公斤级比赛中,何岳基以152公斤刷新抓举世界纪录,最终以327公斤的总成绩获得银牌。在名古屋瑞穗公园陆上竞技场进行的田径比赛中,阿卜杜艾尼·图尔贡和吴南军包揽了男子铁饼的冠亚军。黄滢滢和李艺分别夺得女子三级跳远的银牌和铜牌。

在赛艇和武术项目中,中国代表团共收获15枚金牌。此外,中国队分别赢得了羽毛球和乒乓球女子团体冠军。在射击、体操、皮划艇等项目中,中国代表团同样有金牌入账。

(本报记者刘硕阳、孙龙飞、高佑、李硕、王美华)

全国政协“委员科学讲堂”举办科普讲座“认识湿地，践行生态文明思想”

本报北京9月24日电（记者姜洁）全国政协“委员科学讲堂”9月24日在北京林业大学举办科普讲座，全国政协委员、中国林业科学研究院副院长崔丽娟作题为“认识湿地，践行生态文明思想”的报告，并与现场观众互动交流。

崔丽娟从湿地的科学定义和分类讲起，介绍了湿地作为“地球之肾”的强大生态功能，系统梳理了湿地与人类文明的血脉联系。在深入分析当前人类面临的湿地面积萎缩、环境污染等严峻挑战的同时，详细介绍了我国在湿地修复理论创新和技术实践方面取得的丰硕成果，生动展现了科技创新在生态文明建设中的关键作用。

开展“委员科学讲堂”活动，是全国政协深入贯彻落实习近平总书记关于做好科普工作重要论述的实际行动，是全国政协委员履职“服务为民”活动的重要内容，旨在发挥政协委员专业优势，为提高社会大众科学素质，形成热爱科学、崇尚科学的社会风尚发挥积极作用。

消费提质 市场焕新——“中国经济圆桌会”共话消费新亮点

消费，一头连着百姓民生，一头连着经济发展。

“坚持内需主导，建设强大国内市场”是今年经济工作的重点任务之首。习近平总书记强调：“统筹促消费和扩投资，用好我国超大规模市场优势”“适应消费结构变化，扩大优质商品和服务供给”。

近日，新华社记者随2026年“活力中国调研行”主题采访活动赴湖南、福建、山东等地，从古厝民宿到海洋牧场，从首发首店到夜间市集，品味消费转型升级中的活力中国，感受超大规模市场的万千气象。

结合采访情况，新华社9月24日推出第三十七期“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目，邀请商务部国际贸易经济合作研究院副院长林健、山东省文化和旅游厅副厅长张卫华、长沙消费研究院院长张丹丹、厦门国际邮轮母港集团有限公司董事长陈春晖，共话中国消费新亮点。

新需求促进消费提质

民生市场，最见消费温度。

山东淄博，深嵌居民区的老菜市场八大局便民市场，2023年因打假博主“连查十家无一缺斤少两”的视频意外出圈，凭借“公平秤”守住诚信经营、“微更新”提升消费体验、“文化牌”激活消费场景而走红至今。

河南许昌，胖东来超市天使城店里，天南海北的人们涌向这里，手机上刷着“胖东来必买”帖子。其品质严选，供应链可控的商品，以及“去皮”称重、无理由退货等服务，让“逛胖东来”成为一种“放心消费”体验。

一个被誉为“全国最牛5A级景区市场”，一个被称为零售业的“6A级景区”，人们的口碑，折射出消费内涵的深刻转变——从“有没有”转向“好不好”，从单一的物质满足延伸至情感共鸣、健康管理与服务体验。

张卫华说，消费者正从“买商品”转向“买放心”，更看重诚信、公平、安全和质优价廉；从“看景”转向“入景”，更喜欢市井气、真实感、文化味和地方特色；从“功能性消费”转向“体验式消费”，追求沉浸、互动、情绪价值和社交分享，注重精细化、人性化带来的“被尊重、被宠爱”的服务体验，更愿意为实在的产品、真诚的服务、优质的体验买单。

民生基础型消费在提质，发展型、改善型消费在扩容。

以邮轮游艇消费为例，正从小众体验迈向大众日常，成为人们文旅出行的热门选项。作为国家四大邮轮运输试点示范港之一，厦门国际邮轮母港今年上半年累计接待访问港邮轮艘次同比增长33%，带来境内外旅客数同比增长约180%。陈春晖说，邮轮消费从船到岸，集吃、住、行、游、购、娱于一体，契合了当下消费者的复合体验需求。

行走在大江南北，从古巷夜游的沉浸体验到博物馆里的深度停留，从家政上门的贴心照护到专业定制的智能家装，消费的温度不再只由商品的价格标注，更由服务的质感衡量。

今年1至8月，社会消费品和服务零售总额同比增长2.5%，其中服务零售额增长4.9%，商品零售额增长1.0%，

消费市场稳中提质，消费结构持续优化。

当前，我国消费市场已进入“商品+服务”并重的发展阶段。林健说，今年6月国家统计局首次发布“社会消费商品和服务零售总额”指标，正是对这一消费结构变化的呼应，能够更真实、全面反映消费市场全貌。随着人均收入水平提升，服务消费增速超过商品消费是经济发展的客观规律，“十五五”期间我国服务消费有望进一步加快发展。

“服务消费与商品消费的边界将更加模糊，二者会深度融合。但不变的是，以用户需求为原点，把目标客群的真实需求持续商品化。”张丹丹说。

新供给推动市场焕新

“来厦门，海上游”正成为领略这座“海上花园”城市魅力的方式之一。

近三年来，“屿见·厦门海上游”持续升温，年接待游客近百万人次，背后是船岸联动的创新探索。陈春晖介绍：“在岸上，和平码头升级为‘城市阳台’并注入多元业态，游客可以逛市集，到‘红桥咖啡’打卡厦门夜景，观赏光影秀；在海上，游客‘海上看金门’‘鹭江夜游’，体验全国首个海上音乐餐秀《鼓浪往风》，品味‘海上闽味宴客厅’‘鹭江宴’。我们通过产品不断迭代创新，赋予游客新体验。”

需求引领供给，供给创造需求。眼下，培育消费新业态、新模式、新场景，成为各地提振消费的关键抓手。

创新供给，让传统产业焕发新生。

五彩零食搭起梦幻长廊，7万多根棒棒糖拼出巨幅人物画像，巨型零食雕塑错落其间……在位于湖南长沙的“零食王国”，1.3万平方米的空间里汇集了全球超3.5万款零食，打造集选购、打卡、互动于一体的探索式体验，吸引很多外地游客慕名而来。

作为全国消费新业态新模式新场景试点城市之一，长沙正在围绕“新消费”打造消费创新发展高地。张丹丹说，新消费是围绕消费者的新需求，以新技术、新理念和新模式为创新点，持续创造契合消费者真正需求的产品与服务。

文化赋能，让供给更具灵魄。

从“淄博烧烤”的全民追捧，到百年青啤的消费焕新，再到曹县汉服的文化出圈，山东正走出一条从“流量爆红”到“产业长红”的独特路径。“这些案例的共性，就是承载了消费者对文化深度体验的需求和表达。”在张卫华看来，只有文化立根、紧扣需求、服务升级、产业承接协同发力，才能让网红“流量”真正变成可持续的消费“留量”和增量。

“屿见闽南”景区聚焦闽南文化、华侨文化，通过打造“体验式非遗博物馆”，吸引游客走进侨批馆写家书、坐在悬浮钢琴下对唱闽南语老歌，在深化情感互动中流连忘返。陈春晖说，在因地制宜推进首发经济、培育体验式消费方面，要坚持“文化为魂，创新为要”。

因地制宜，要各美其美，而非“千城一味”。

林健认为，各地资源禀赋和消费基础不同，应深入挖掘本地历史、文化、生态、产业等独特资源，打造具有辨识度的

区域消费特色品牌。同时，推动商旅文体健深度融合，培育沉浸式、体验式消费新场景，创造“1+1大于2”的独特优势。

“引流靠活动，转化靠供给，长红靠环境。”林健认为，可持续的消费转化，最终要靠服务质量、消费设施和营商环境的系统支撑，把“知名度”转化为“美誉度”。

畅循环释放消费潜能

家电从按能效等级分档补贴调整为精准补贴一级能效产品，汽车从定额补贴改为按车价比例补贴，首次将智能眼镜纳入全国统一补贴范围……

今年以来，以旧换新政策引导需求向绿色、智能方向升级，补贴资金撬动比从2025年的1:7.8提升至1:10.3。

在林健看来，提振消费是否可持续，关键在于能否促进形成消费升级和产业升级互促的良性循环。

促进智能家居消费、推动商品消费扩容升级、全链条扩大汽车消费、活跃县域消费……今年以来，在持续优化消费品以旧换新政策的基础上，商务部等部门相继出台一系列提振消费举措，聚焦深挖增量空间，引导消费提质、产业向新的导向鲜明。

“汽车消费政策向新能源、智能网联车型倾斜，县域消费政策向绿色智能产品、新兴业态倾斜，本质是通过需求侧引导，倒逼制造业向绿色化、智能化转型，形成消费升级带动产业升级、再作用于消费扩容的正向循环。”林健说。

中国是全球第二大消费市场，拥有全球最大规模中等收入群体，蕴含着巨大投资和消费潜力。

展望2030年，《扩大消费“十五五”规划》提出，全社会商品和服务消费较快增长，社会消费品零售总额达到60万亿元左右；《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》提出，培育形成绿色消费、智能消费、健康消费等十万亿级市场；《旅游强国建设“十五五”规划》提出，入境旅游人次达到1.9亿、总花费超过1500亿美元……

新技术正在成为拓展消费空间的重要变量。林健认为，面向“十五五”，最大的机遇在于“人工智能+消费”等新增长点将不断涌现且加快发展，商品和服务消费结构升级空间广阔。张卫华介绍，山东将出台“人工智能+旅游”行动方案，推动人工智能赋能文旅资源开发和产品创新。

大宗消费同样蕴含新的增量。林健说，以汽车为例，我国汽车保有量已超3.7亿辆。“全链条扩大汽车消费，就是要推动汽车消费从一次性购车向全生命周期消费延伸，激活万亿级市场增量。”

中国游、中国购正成为国际风尚，将撬动入境消费新增量。“海上文旅消费发展潜力巨大，需要‘引进来’和‘走出去’相结合。”陈春晖说，我国入境消费正从以旅游观光为主转向深度体验的新阶段，发挥厦门港口城市联通国际的优势，发展海上文旅、国际邮轮旅游恰逢其时。

消费是最终需求，涉及经济运行方方面面。以就业增收夯实“能消费”的根基，以优化环境增强“敢消费”的信心，以产业升级匹配“愿消费”的供给，以社会保障兜住“放心消费”的底线……林健认为，实现消费从量的扩张到质的跨越，必须供需两端协同发力，持续完善扩大居民消费的长效机制。

“充分发挥有效市场和有为政府的作用，厚植新消费产业生态的土壤，创新就会生生不息，消费潜力也将源源释放。”张丹丹说。

(新华社北京9月24日电 记者赵超、谢希瑶、潘洁、王聿昊)

中国式现代化江苏新实践

江苏筑牢网络餐饮食品安全防线 为群众守好“云端餐桌”

网络餐饮，一头连着万千商户，一头系着百姓餐桌。今年以来，江苏省委省政府将网络餐饮食品安全整治明确为群众身边不正之风和腐败问题集中整治3个重点项目之一。江苏省市场监督管理局认真贯彻落实国家市场监督管理总局和江苏省委省政府工作要求，以“百日攻坚行动”开展集中整治，全力守护人民群众“舌尖上的安全”。

今年8月，江苏省12315投诉举报中心共接收网络餐饮投诉举报5349件，环比下降9.81%。数字背后，是看得见的效果——

强化监管：5.4万余家外卖商户完成整改

食品安全是民生底线。江苏省委省政府多次专题研究、定期调度，以现场督办、实地调研等方式系统推进治理，以高位部署压实部门责任，推动各项工作落细落实。

江苏建立“双专班”监管机制，走访调研外卖集中区，向属地“双交办”问题28项、制发提醒函3份，督促举一反三整改问题780个。建立信息共享、线索移送机制，全省市场监管、卫健等部门开展联合行动3198次，通报典型案例超1100个，5.4万余家外卖商户完成问题整改，形成“查处一案、规范一类、治理一域”闭环。

社会共治：1.1万余名骑手参与监督

在常州市，外卖配送员取餐时若发现商家后厨卫生状况不佳，可通过手机“食安随手拍”功能记录并上传线索，市场监管人员将会现场检查。骑手参与监督，商家经营越发规范，取餐配送效率大幅提升，差评、投诉随之下降。

依托12315、12345热线及全国食品安全内部知情人举报系统，江苏选聘骑手监督员1.1万余名，通过“食安随手拍”食品安全社会共治平台，已收集问题线索近2300条，查处超500件。截至8月20日，全省各地市场监管部门开展社会宣传3221次，举办“你我同查”“专家有话说”等活动147场，邀请专家、媒体

记者、群众代表参与检查236次；联合有关部门引导餐饮行业协会、学会发布自律倡议351个。人人参与、人人尽责的食品安全监督网越织越密。

平台是筑牢网络餐饮食品安全的第一道防线。江苏向各大主流外卖平台宣讲食品安全主体责任相关规定，推动开通监督监测账号，在商户主页设置“无堂食”“明厨亮灶”标识，依规下线问题外卖商户1.7万余家，把好“准入关”。

数智赋能：20万余家企业纳入“在线监管”

在淮安市，“精准智管”为网络餐饮商户划定合规经营红线，消费者拆封外卖前扫描“食安封签”二维码，即可查询商户资质、日常检查和食材抽检结果、明厨直播画面、原料信息。“线上看后厨”的数智化监管模式正在江苏全省推广，在消费者和优质商家之间建起信任桥梁。

“精准智管”破解了监管一线“人少事多”的难题。江苏研发上线网络餐饮食品安全监测系统，打通主流外卖平台数据壁垒，累计核验数据96万余次，让“幽灵外卖”无处遁形；引导集中区外卖商户全部接入“互联网+明厨亮灶”，今年新增认证商户6.4万余家；推动20万余家企业纳入“互联网+AI监管”，开展远程巡检1600余万次，实现13类风险隐患早发现、早预警、早处置。

建章立制：着力构建“1+N”制度体系

集中整治有力度，建章立制有长效。近年来，江苏加快构建聚焦网络餐饮食品安全治理的“1+N”制度体

“食安随手拍”食品安全社会共治平台

手机扫码外卖包装袋上的“食安封签”即可了解食品安全相关信息

外卖配送员参与网络餐饮食品安全监督