

国庆假期，能源、交通等多个领域建设取得进展

一批重大工程刷新『进度条』

张世杰 王云杉 程莹

国庆假期，神州大地喜庆祥和，重大工程建设一线热潮涌动。从高原戈壁到滨海之地，从能源基地到交通干线，多项“首个”“首次”成果接连上新。这些新进展新突破，持续刷新着重大工程的“进度条”。

在能源领域，一批新工程、新技术加快落地。10月1日，集光伏发电、光热储能与电热转换于一体的青海共和百万千瓦光伏光热项目成功并网发电，我国首个三塔光热基地正式亮相。

新能源装机持续扩容，储能调峰能力建设同步提速。日前，全国首个百兆瓦级压缩二氧化碳储能项目在新疆木垒完成首次并网，标志着我国气液相变储能关键技术与工程集成应用实现重要突破，探索出长时储能新路径；广东肇庆浪江抽水蓄能工程变速机组转子成功吊装，标志着国产300兆瓦级变速抽水蓄能机组主体安装完成。不同技术路线，求解的是同一道题：让风电、光伏等新能源更好地存下来、用起来，为电力系统提供更加灵活的调节能力。

能源创新不止于储能，还向海上拓展、向深处挺进。10月4日，我国首个海上注碳增气技术示范应用工程——东方1—1气田新建中心平台主体建造完工，进入调试阶段。项目投产后，每年可在海底地层封存二氧化碳超100万吨。

10月5日，从塔克拉玛干沙漠传来好消息：我国沙漠最大油田哈得—富满油田从6000米之下采出的油气突破2600万吨。向深地要资源，以低碳拓展路径，能源开发的空間持续拓宽。

交通基础设施建设也在提速。10月1日，成达万高铁铺轨施工正式启动；10月2日，青岛胶州湾第二海底隧道盾构掘进全部完成；10月4日，延榆高铁高梁隧道顺利贯通。随着工程顺利推进，未来，成达万高铁将形成成都直达中原和京津冀地区的便捷客运通道，胶州湾第二海底隧道将与既有胶州湾隧道、胶州湾跨海大桥、环湾高速共同构建多层次跨湾综合交通网络，延榆高铁将进一步完善陕北铁路网布局。一个个建设节点次第完成，交通网络一步步延伸、织密。

工程顺利推进的背后，是核心技术与国产装备的坚实支撑。延榆高铁高梁隧道借助智能装备破解复杂地质难题，胶州湾第二海底隧道优化盾构施工工艺，东方1—1气田新建中心平台关键装备实现国产化，肇庆浪江抽水蓄能工程用上国产变速抽水蓄能机组……复杂环境中的施工突破、关键装备的自主研发，正不断转化为重大工程向前推进的底气。

向新而行、向前迈进，更多重大工程取得新突破、迎来新进展，汇聚起高质量发展的澎湃动能。

国庆假期全国消费市场总体平稳

本报北京10月7日电（记者王珂）记者7日从商务部获悉：国庆假期，居民出游热情高涨，全国消费市场总体平稳，生活必需品货足价稳。商务部商务大数据显示，10月1日至6日，消费品以旧换新惠及639.2万人次，带动销售额334.8亿元。其中，汽车以旧换新6.8万辆，带动新车销售额109.2亿元；家电以旧换新284.8万台，带动销售额123.4亿元；数码和智能产品购新305.2万件，带动销售额86.8亿元。商务部重点监测的78个步行街（商圈）客流量、营业额同比分别增长2.5%、4.7%。

国庆假期，智能、绿色、健康商品需求旺盛。商务部商务大数据显示，10月1日至6日，重点平台具身智能机器人销售额同比增长1.3倍，智能眼镜销售额同比增长1倍，节水器具销售额同比增长18.1%，外骨骼助力器销售额同比增长12.8%，户外运动装备销售额同比增长10.4%，一级能效洗碗机销售额同比增长8.4%。

国庆假期，全国200家大型农副 products 批发市场库存充足，粮食、水果价格与节前（9月30日）基本持平，鸡蛋、蔬菜、猪肉价格分别下降1.7%、0.8%、0.4%，羊肉、牛肉、食用油价格分别上涨0.3%、0.2%、0.1%。

全国秋粮收获过四成

本报北京10月7日电（记者郁静娴）据农业农村部最新农情调度，截至10月7日，全国秋粮收获过四成，其中黄淮海过半，东北两成半，西南过七成，西北近五成，长江中下游过半，华南过两成。

2000多家企业完成标准化食品数字标签应用部署

本报北京10月7日电（记者林丽鹂）记者从市场监管总局获悉：截至2026年8月底，全国已有2000多家食品企业依托商品条码和商品二维码国家标准，完成标准化食品数字标签应用部署，覆盖万余款大众日常消费食品，近30天消费者扫码量超过7万人次。

用手机扫描食品包装上的商品二维码，即可便捷查看配料表、营养成分、食用方法、生产工艺等标签信息，还可进一步获取产品追溯信息，完成消费结算等。

市场监管总局组织中国物品编码中心依托GS1全球统一标识体系，充分发挥商品条码、商品二维码相关国家标准的基础支撑作用，推动食品标签由纸质载体向数字化应用拓展。通过为每款食品赋予一个69开头的全球唯一商品身份标识码，在食品包装上依托商品二维码展示标签信息，帮助企业借助数字化数字身份打通生产、流通与消费，为食品产业转型升级和消费提质扩容拓展新空间。

本版责编：管璇悦 卢涛 张伟昊

品秋味、赏秋景、享秋趣，新场景新业态竞相涌现

秋日消费，新意扑面而来

本报记者 齐志明 杨文明 白光迪



■探访

天气转凉，消费市场却迎来阵阵暖意。从街巷餐馆里的时令美味，到山水村寨间的惬意漫游；从城市周边的登高徒步，到多姿多彩的微度假体验，秋日消费场景不断铺展。

《扩大消费“十五五”规划》提出，促进服务消费提质惠民。顺应季节变化带来的消费新需求，各地市场也主动求新求变，将秋日风物、乡土资源、文化内涵转化为丰富的产品与服务。品秋味、赏秋景、享秋趣，既是大众感知秋天的生活方式，也是消费市场持续升级的生动图景。

舌尖上的秋味—— 创新供给激活餐饮消费

晨光熹微，江苏南京市一家奶茶门店已亮起了灯。店员忙着备料，迎接订单高峰。“入秋后订单量明显上来了，人手也加到了平时的两倍。”加盟商陈卓说，除了传统奶茶，新上的咖啡品类也颇受欢迎。一款名为“虎斑橘拿铁”的秋季创意饮品，将鲜橙、乳制品与咖啡融合，吸引了许多顾客尝鲜。

当城市逐渐苏醒，另一场关于秋味的接力赛也在打响。在广东深圳，一家主打精致东北菜的餐厅里香气氤氲。大兴安岭的榛蘑、东北沿海的带鱼、五常大米……带着山野与海洋气息的食材，被端上南方城市的餐桌。入秋后餐厅更新菜单，八成以上食材为原产地直供，呈现东北不同产区的秋日风味，也体现了“顺时而食”的传统饮食智慧。

美团数据显示，立秋以来，全国“贴秋膘”相关搜索量同比增长93.5%。消费者更愿意探寻食材产地与季节风味，山林秋收与海边渔获借助高效供应链跨越山海，时令菜品销量明显增长。

在北京，老字号三元食品公司旗下企业推出酸奶碗，用温润蜜桃与清甜荔枝搭配希腊酸奶，跳出传统甜品的厚重感，契合了秋日“清余暑、养脾胃”的轻养生需求；三元梅园品牌将奶皮子与牛奶重组，推出“奶皮子冰牛奶”，让传统味道以新形态适配现代消费场景。

场景拓展，让一杯茶饮进阶为一种生活方式。

下午3点，上海丰盛里商业街，一家新开

的奶茶实验集合店里，茶饮、意式冰淇淋与现烤烘焙被装进同一空间，黄油香混着茶香。今年以来，这里把“茶饮+意式冰淇淋”“茶饮+烘焙”等复合业态搬进大众门店，喝一杯茶饮伸出更为丰富的体验。

“秋天的第一杯奶茶”已从社交话题演变为具有确定性的消费节点，今年立秋当天，新茶饮行业全渠道销量突破5662万杯。

田野里的秋景—— 文旅融合带来丰富体验

清晨6点，高黎贡山山脚下，云南怒江傈僳族自治州泸水市上江镇丙贡村大山坪子，稻浪在晨风中起伏。广东游客邹凯站在田埂上，举起手机拍下这如画一幕。

“以前来怒江只是路过。这次特地多待几天，悬崖上喝咖啡、村寨里住一晚，节奏慢了，体验更好了。”邹凯说。

秋日的峡谷间，稻浪翻涌、咖香弥漫、烟火升腾。2022年，科研团队在上江镇试点种植旱地优质稻16.9亩，亩产436公斤；如今全镇种植面积达4000余亩，今年预计亩产550公斤。

稻田“有得看”，农民“有得赚”。稻田徒步、田野音乐会等体验活动常态化开展，游客

从欣赏风景变成走进风景，科技赋能稳粮增收的同时，还实现了农文旅深度融合。

怒江西岸，咖啡树的树梢探进“怒小咖”咖啡树屋，阳光透过枝叶洒在吧台上，游客捧一杯手冲咖啡，看江水奔涌、听鸟鸣山谷。这杯咖啡，来自泸水6万亩咖啡种植园。

美丽公路沿线，“咖啡长廊”串起咖啡庄园、江畔咖啡馆、露营咖啡、文创咖啡等新业态层出不穷，一路咖香、一村一韵。

沿山路向上，距国境线仅10公里的阳坡村，傈僳语意为“第一缕阳光到达的地方”。这个曾经无人问津的小村庄，如今因独特的峡谷风景、民族文化而名声大噪。先锋书店建筑融合傈僳族弩弓与峡谷元素，山隐啡悬崖咖啡厅受到游客欢迎。

运营不到两年，农家变民宿、山寨变景区，阳坡村总体营业额已超520万元，村集体经济实现增收40余万元，78户群众户均增收超5000元。怒江州正以“周末怒江”微度假品牌为牵引，着力破解旅游“过境多、停留短、消费低”的困局。

峡谷的热闹，不止于一季。按照“季季有主题、月月有赛事、周周有看点”的运营节奏，大山坪子的稻浪已迎来最佳观赏期与开镰收割；国庆假期，怒江精品咖啡文化周在泸水举行，文艺汇演、咖香集市、篝火联欢等系列活

动接续举办。

山林间的秋趣—— 登高望远带火短途出游

“爸爸，这个果子怎么长得像个小秤砣？”周末一早，家住南京市建邺区的陈立带着上小学的女儿优优，驱车来到江北老山。父女俩沿着森林步道一路往山里走。脚下是碎石、落叶，身旁是树林和溪谷。遇到没见过的树木、昆虫，优优总要停下来看看，拉着爸爸问个究竟。

老山规划面积约112平方公里，森林覆盖率超过80%，目前已记录物种2083种，其中包括中华虎凤蝶、獐、仙八色鸫等多种珍稀物种。对于孩子来说，爬山也成了一堂没有围墙的自然课。

走到半程，优优有些累了。父女俩来到山里的咖啡店，点上饮品，坐下来看看窗外的树林。下山前，优优又挑了件带着老山元素的纪念品。爬山、观景、喝饮品、买文创，一次周末徒步，带动不少消费。

“开车过来不远，一天就够，孩子玩得开心，大人也能放松。”陈立说，比起把行程排得满满当当，一家人现在更喜欢这种边走边玩、想停就停的短途出游。

这样的周末，在老山越来越常见。老山片区梳理出湖山不老径、珍珠路森林步道等12条徒步线路，并按照不同路况和人群需求，分成亲子级、入门级、进阶级，匹配带娃出游与资深户外爱好者等群体的多样选择。“现在很多人来老山，不只是为了爬到山顶。”江北新区浦口文旅集团副总经理万玲说，游客更愿意在山里多待一会儿，喝杯茶饮、吃顿饭，或者逛一逛周边村落。

顺着这样的需求，老山周边不断有新业态出现。今年，水墨大埭老山茶驿、烘焙坊等20余个新产品计划陆续亮相。水墨大埭依托多年山地自行车赛事基础，打造47公里环老山骑行线路，新开发4条专业赛道，亲子、萌宠等业态也被带到线路周边。

今年以来，南京瞄准“1至3天”短途微度假市场，把山林、乡村、民宿、演艺等资源串起来，让游客从“看一个景点”变成“体验一种生活”。2025年，南京乡村旅游接待游客4000万人次，实现直接总消费152.34亿元，同比增长14.9%。

左上图：市民游客在南京老山徒步。
南京江北新区供图



晾晒香云纱

10月6日，广西梧州市龙圩区一处香云纱晾晒基地，工人抢抓晴好天气晾晒香云纱。

当地深耕香云纱产业，延伸产业链、带动群众就近增收，让古老技艺变为乡村全面振兴“致富纱”。

何华文摄（影像中国）

安徽望江县推动纺织产业转型升级

小童装织出百亿特色产业

本报记者 罗阳奇

县新建的智能制造项目引入全自动吊挂生产线与人工智能视觉质检，今年年底投产后，预计生产效率提升40%，能耗降低20%，年产量增加5000万件。

智能化转型为望江的纺织产业打开了升级空间。望江县纺织服装产业发展促进中心主任卓杰介绍，望江目前有纺织服装类先进级智能工厂1家、基础级智能工厂4家，国家级两化融合管理体系贯标试点企业8家，数字化车间8个。

同时，当地积极开展“望江童装”区域公

用品品牌建设，举办童装设计大赛、参与制定婴幼儿背带等国家标准、牵头制定多个童装团体标准、建成服装质量检测中心。如今，3000多家童装企业在望江集聚，构成了当地纺织业最亮眼的增长极。望江县副县长刘正虎介绍，当地的童装特色产业聚集区已入选工信部第一批“一县一策”中西部等地区纺织服装特色产业集聚区（县域）重点培育名单。

晚上8点，来到望江县经济开发区，安庆万引电子商务有限公司童装直播间内，主播正向屏幕前的观众热情讲解手中的新款秋

装。后台数据显示，不到半个小时，该直播间便已售出200余件儿童服装。

万引电商负责人张志涛告诉记者，公司规模不大，仅有不到20人，2025年已实现网络销售额1.2亿元。“做电商，快是关键，要抓住流量爆款。依托望江的完整纺织产业链，我们能够实现从接单到发货的高效运转，从订单到成品发货仅需3天。”张志涛说。

望江已有各类电商经营主体超5700家，其中直播电商企业800余家。望江县商务局副局长汪杰介绍，2025年，望江县电商销售额达133亿元，其中纺织服装电商占比超过90%。今年1—7月，该县童装电商快递业务量突破1亿单，平均每天有约50万单童装快递从望江发货。

电商的爆发式增长，对物流支撑能力提出了更高要求。望江整合10家快递品牌资源，建成县级寄递物流公共配送中心，全县邮件快件日处理能力超80万件，长三角地区可实现“当日发、次日达”。