

栽培面积超1万亩，覆盖陕西、新疆、黑龙江、河北等地——

“南果”在北方安了家

本报记者 邱海峰

中国水果年产量近7000亿斤，约占全球1/3。在这大“果盘”中，人们常以地域之别将其分为北方水果和南方水果。近年来，“南果北种”快速推进，分类界线悄然转变，越来越多“南果”在北方安了家。

给消费者带来新选择

在中国的“水果地图”中，地处华南的广西壮族自治区占据着重要位置。近年来，广西水果产量连续保持全国第一，2024年达到744亿斤。其中，荔枝、火龙果、百香果、芒果、番石榴等特色南方水果是不少人的“心头好”。

对于北方消费者来说，想要吃上这些美味的南方水果，长途运输是一个常规选择。据北京新发地农产品批发市场工作人员介绍，在新发地市场，广西水果市场份额超过6%，消费者认可度挺高。这些水果如果通过公路运输到北京，用时一般在30个小时左右。

除了长途运输，有其他办法吗？“南果北种”的发展带来了一个新选择。

“我们大概从2012年开始把一些南方水果带到北方种植，经过10多年的尝试，如今已有30多种热带水果在这里安了家。”山东省潍坊市坊子区坊城街道水墨庄园家庭农场负责人刘会萍说，农场的南方水果种植面积在150亩左右，特色是能够现摘现吃，每个季节都有不同品种上市，如1—3月西柚、丑橘、血橙、长果桑，4—6月杨梅、嘉宝果，7月开始的火龙果，莲雾、芭乐等可到12月。

在北京，“南果北种”也挺受欢迎。打开手机，扫描二维码，13个区的近60个种植园任你选择……日前，北京市设施南方水果采摘地图正式上线，消费者根据需要点击相应果园名称即可导航前去。北京市农业技术推广站有关工作人员介绍，北京市设施南方水果种植规模近年持续扩大，包括长果桑、番石榴、杨桃、莲雾、菠萝、黄皮等18个品种，采摘期贯穿全年，种植面积约1150亩。

农业专家分析，近年来，随着消费需求的增长，南方水果在北方地区种植面积有所增长，“南果北种”规模扩大。据有关机构不完全统计，“南果北种”目前在北方栽培面积超过1万亩，覆盖陕西、山西、新疆、吉林、黑龙江、河北等地。

现代设施农业创造有利条件

“南果北种”持续发展的背后，是农业技术和设施装备水平的明显提升。

“让南方水果在北方安家并非易事，温度、土壤酸碱度都是要解决的基本问题。”刘会萍说，南北方温度、土壤差异比较大，特别是到了冬季，一场寒流就能让这些“怕冷”的热带水果树冻伤、冻死。还有一些水果对土质要求特别高，比如杨梅喜欢潮湿温暖的环境，对土壤的酸碱度比较挑剔，想在北方种植不容易。

现代设施农业的发展给“南果北种”带来了转机。刘会萍表示，农场这几年陆续建成20多个温室大棚，对果树生长的土壤、温度、湿度、病虫害等进行实时监控，并根据植物生长模型自动反馈调节。“我们引入水肥一体化系统，把水溶肥加入施肥箱进行自动搅拌溶解，注入地下水输水管道，替代过去人工灌溉和施肥方式。通过这些现代农业技术，实现了热带水果跨季



▲地处宁夏南部山区的固原市原州区彭堡镇姚磨村，近年来引进火龙果、百香果、木瓜等南方水果，开展“南果北种”。图为姚磨村“南果北种”设施温室。

新华社记者 王 鹏 摄

▲天津市蓟州区是天津唯一的半山区，有着悠久的果品种植历史。图为蓟州区穿芳峪镇大巨庄村内，村民在火龙果种植区除草。

新华社记者 李 然 摄

节、跨区域规模化种植。”

据介绍，现代设施农业涵盖设施种植、设施畜牧、设施渔业等，其中设施种植利用日光温室、塑料棚室、连栋温室等设施，运用工业化生产理念和工程技术手段，创造适宜生长的小气候环境，在一定程度上突破了农业生产的自然条件限制，实现“地不分南北、时不分季节”。近年来，全国现代设施种植面积持续增加，目前已超过4000万亩，这为“南果北种”快速推进创造了有利条件。

作为“南果北种”的明星果品，火龙果依托设施种植在北方多地实现推广。“火龙果的藤蔓对土壤、湿度、温度等都有较高的要求，夏天怕高温干旱，冬天得防低温冻伤。”陕西省西安市高陵区果农王亮说，“在区里农业专家的帮助下，我们建起了育苗、果树大棚，在火龙果一年多茬收获技术上有了新突破，这两年收成不错。”据高陵区农业农村和林业局工作人员介绍，目前高陵全区有100多座火龙果种植大棚，每年产量100多万斤。

让“南果北种”更可持续

“南果北种”给北方消费者带来了吃上南方水果的新选择，也让更多北方果农有了增收的新路子。

在甘肃省张掖市甘州区甘浚镇，速展村果农谈军年最近忙着温室大棚里热带水果的管理。“我这里种植的热带水果主要供游客采摘，果品包括火龙果、佛手、柠檬、百香果等。”谈军年说，西北地区光照时间长，昼夜温差大，有利于水果干物质含量积累，而且这里

的水果相较于远程运输，可以在完全成熟后采摘，果品品质好，很受消费者欢迎，每年仅采摘这一项就能多增加五六万元收入。

甘州区有关部门负责人介绍，全区近年不断加大农业结构调整力度，充分利用戈壁滩、砂石地、沙化地等非耕地资源发展戈壁设施农业，推进“南果北种”，并依托当地旅游资源优势，将设施农业和观光农业有机融合，南方水果和地方品种交叉搭配，有效带动了当地农民增收致富。

农业农村部等4部门此前印发的《全国现代设施农业建设规划（2023—2030年）》提出，到2030年，全国现代设施农业规模进一步扩大，设施农业总产值增长40%以上，从事设施农业生产的农民收入大幅增长。多方分析认为，中国既是水果生产大国，也是全球最大的水果消费国。根据有关机构预测，全国水果零售市场规模到2026年有望增长至1.8万亿元，其中南方水果是消费热点。市场需求的增长叠加现代设施农业的进一步发展，“南果北种”有望在更多北方地区实现落地。

推进“南果北种”，也面临一些现实挑战。在日常种植中，有果农表示设施南果成本投入较高，缺乏相关管理人才，技术支撑的水平方面还有待进一步提升。对此，专家建议，应充分发挥“南果北种”可以现场采摘的优势，推动观光农业发展，实现农文旅融合；相关机构和部门应强化品种培育和筛选，让其更适宜北方设施栽培；加强对果农的培训和专业人才的培养，利用数字农业、智慧农业等优势条件，推动生产管理向精细化方向发展，让“南果北种”更可持续，助力农民增收。

2024年广告业务收入超1.5万亿元、互联网广告发布收入较上年增长24%、经济效益指标同比增长7.0%……近日，市场监管总局联合中国经济信息社发布的《中国广告业发展指数报告》(以下简称《报告》),不仅是一份行业发展的“成绩单”,更是观察中国经济韧性、文化活力的重要窗口。《报告》显示,2024年中国广告业发展指数值达128.4点,同比增长8.0%,整体呈现“稳中有进、量质齐升”的格局。

“广告业链接供给与需求,是畅通循环的润滑剂、提振消费的助推器,也是传递健康审美观、理性消费观和正确价值观的重要载体。”市场监管总局广告监管司市场稽查专员谷保中表示,指数显示我国广告业保持蓬勃发展态势,产业规模稳步扩张。

具体来看,指数四项一级指标协同共进,共同勾勒出广告业蓬勃发展的生动画面:

——产业实力加速提升,筑牢行业“硬底盘”。2024年,产业实力指标达到137.4点,同比增长10.6%。广告业务收入超1.5万亿元,同比增长17.9%,广告业规模继续稳居世界第二,占全球比重进一步提高,彰显出强劲的综合实力。在全国范围内,有24个省(区、市)收入实现同比上涨,15个省份广告业收入超百亿元,大型、中型以及小微广告企业呈现出全面向好的发展图景。

——产业环境不断优化,开启创新“快车道”。产业环境指标同比增长8.3%,达125.5点。随着一系列扩内需、促消费政策发力显效,消费场景的不断丰富为广告业开辟了广阔的应用空间,也倒逼行业加速创新,以满足市场的多样化需求。

各地通过出台助企惠企政策、产业园区建设等措施,有力促进了产业数字化、集约化、专业化发展。2024年,30家国家广告产业园区共计入驻广告及关联产业企业近2万户,产业集聚效应日益凸显。

——社会效益逐渐深化,传递社会责任“正能量”。社会效益指标同比增长5.9%,达128.6点。在规范市场秩序方面,监管执法和服务创新双管齐下,为广告市场健康有序发展保驾护航。

中国经济信息社总裁曹文忠介绍,在公益广告方面,已形成生态协同的立体化发展格局,逐渐从单向传播转向全民参与。电视和广播渠道的公益广告节目播出时长同比增幅均在6%以上,有效助力精神文明建设。

在就业保障方面,广告从业人员数量保持稳定,广告业持续发挥就业“蓄水池”作用,不仅创造了创意设计、媒介投放、数据分析等直接就业岗位,还通过媒体、互联网等上下游产业实现间接就业,为社会稳定和经济繁荣作出了积极贡献。

——经济效益愈发凸显,驱动实体“加速跑”。经济效益指标同比增长7.0%,达122.3点。2024年,广告业通过专业化品牌建设、创新营销方式,促进消费、赋能实体,凭借产业联动效应带动整体经济增长。

《报告》显示,中国广告业正从“规模扩张”向“价值深耕”转型。以数字化、智能化浪潮为引擎,不断催生新业态、新模式,也驱动着广告创意、媒介策略、效果评估的全链路革新。数字广告成为产业发展核心引擎,广告业新质生产力加快形成。2024年,互联网广告发布收入占发布环节总收入的比重增长至86.5%,从业人员中本科及以上学历人员占比上升至67.6%。

市场监管总局广告监管司一级巡视员刘辉介绍,广告业链接供给和需求,是市场经济的“晴雨表”和“助推器”,在促进消费方面发挥了重要基础性作用。

“广告业通过深度融入国家发展战略,持续服务实体经济。”刘辉说,“特别是在推进乡村全面振兴进程中,广告业注入创新势能,形成‘品牌升级+数字基建+产销贯通’的赋能体系,提升农产品附加值;依托直播电商等数字渠道,重构产销链路,使优质特色农产品突破地域限制实现全国流通。”

为提升市场活力,市场监管部门广泛开展“广告助企”“广告助农”等活动。河北实施广告助产、助销、助转型“三助”工程,五年共帮扶企业4400余户,增加销售额60.9亿元。河南开展广告助力产业高质量发展活动,服务企业786户,带动产品销售1亿元。浙江深化“广告助农”共富行动,累计带动特色农产品销售额15.2亿元。“这些鲜活的案例显示,广告业通过产业链垂直整合,有效拉动了消费,促进了实体经济的发展。”刘辉说。

中国广告业规模稳居世界第二

本报记者 孔德晨

二〇二四年广告业发展“成绩单”公布——

北京沙化土地面积减少近4万公顷

本报北京电(记者潘俊强)记者从北京市园林绿化局了解到,得益于“三北”防护林建设、两期京津风沙源治理、两轮百万亩造林绿化等重大生态工程的实施,截至2024年底,昔日的五大风沙危害区全部得到治理,全市沙化土地面积减少近4万公顷,进一步筑牢绿色生态防沙屏障。

北京历史上曾长期受风沙侵害,春季肆虐的沙尘暴曾是北京市民挥之不去的记忆。气象资料显示,上世纪50年代,北京市春季(3月1日—5月31日)平均沙尘天气日数达28天。面对着脆弱的生态家底,北京陆续开展了“三北”防护林建设、两期京津风沙源治理、两轮百万亩造林绿化等系列工程建设。历经40余年,共完成营造林1370万亩,其中人工造林661万亩、封山育林582万亩、飞播造林127万亩。工程实施后,北京市的荒山和风沙危害区得到了根本治理,森林覆盖率由1980年的16.6%提升到2024年的44.95%;全市沙化土地面积减少近4万公顷,每公顷土地每年平均减少水土流失量约60吨。近十年来,北京市春季平均沙尘天气日数降至2—3天,首都切实建起了生态防沙屏障,大规模防沙治沙成效显著。

随着北京大规模防沙治沙工作取得明显成效,

北京造林治沙逐步将提升森林质量作为“重头戏”,启动了“三北”工程六期建设,推进包括燕山山地南部生态综合治理工程、潮白河流域中下游生态综合治理工程在内的多个工程项目。根据规划目标,“三北”工程六期建设完工后,将实现人工造林种草30万余亩、封山育林90万亩、退化林修复28万亩、森林抚育850万亩。目前,燕山山地南部生态综合治理工程已于2024年率先启动建设。截至目前,7个项目共完成退化林修复、封山育林、人工造林45万亩,林业工程建设任务已完成80%以上。到2025年底工程完工后,将累计完成人工造林、退化林修复、封山育林54万余亩,燕山山地森林生态系统稳定性和多样性将得到进一步提升,城市生态安全韧性将进一步提升。

防沙治沙是一项长期性、艰巨性的工作。2021年到2030年是巩固拓展防沙治沙成果的关键期,北京将以“三北”工程六期建设为抓手,围绕新版城市总规确立的“一屏、三环、五河、九楔”市域绿色空间结构,继续实施填空缺林、断带补齐,促进现有生态斑块互联互通,助力推动防沙治沙工作迈向高质量发展新阶段。



浙江省玉环市有效利用丰富滩涂资源,开展光伏发电项目建设的同,推进渔业养殖,不断提高综合效益。

图为玉环市清港海涂华能130兆瓦“渔光互补”光伏电站,渔民正在对青蟹进行养殖管理。

段俊利摄(人民视觉)