

守护江河文脉 唱响时代新歌

新华社记者 陈俊 苏晓洲 周楠

“要把长江文化保护好、传承好、弘扬好，延续历史文脉，坚定文化自信。”

“黄河流域是中华民族和中华文明的重要发祥地，要保护弘扬黄河文化，传承好历史文脉和民族根脉。”

长江、黄河，中华民族的母亲河，华夏大地上最重要的两条河流，习近平总书记念兹在兹。

中部地区依傍长江、黄河两大水系，人文底蕴深厚。近年来，牢记总书记嘱托，中部地区江河文化探源不断深化、保护持续加强、传承推陈出新、文旅融合发展。植根中华优秀传统文化、深度融合现代文明发展成果的江河文化绽放出时代新风采。

探寻阐释持续掀起热潮

历经一年多的闭馆升级后，位于河南省三门峡市渑池县仰韶村国家考古遗址公园内的仰韶文化博物馆9月24日重新开馆，首次“露面”的两尊仰韶村遗址先民的复原塑像吸引了众人目光。

主要分布于黄河流域的仰韶文化，是黄河文化的主根脉。河南省文物考古研究院史前考古研究室副主任李世伟介绍，为推动中华文明探源和仰韶文化研究，去年河南省文物考古研究院联合公安部鉴定中心等单位，对仰韶村遗址先民开展面貌复原工作。

李世伟说，为获取精细数据，团队采集仰韶先民头骨定位点超过401万个，借助多学科手段，初步对仰韶时期和龙山时期先民面貌进行了相对准确和科学的复原，“此次复原，有助于公众更加深入了解我国古代社会的多元文化特点，进一步坚定我们的文化自信”。

在中部各地，江河文化考古调查、勘探、发掘、研究工作持续开展，文化遗产价值探寻与阐释不断深入。每逢节假日，位于湖北武汉黄陂区的盘龙城国家考古遗址公园游人如织。展厅内，一座典型二里岗文化特征的宫殿模型分外醒目。

“盘龙城遗址证明长江文明和黄河文明在三千多年前就已高度交融，印证了中华文明多元一体，历经数千年文脉不断。近年来，关于盘龙城遗址的研究

力度空前。”武汉大学国家文化发展研究院院长傅才武说。

根据《长江文化保护传承弘扬规划》《黄河流域生态保护和高质量发展规划纲要》，中部各地深入研究江河文化内涵，厘清江河文化脉络。

2023世界大河文明论坛在河南郑州举办，传承弘扬黄河文化，进一步提升中华文化影响力，加强与世界大河文明交流互鉴。

湖北省文旅厅与武汉大学共建长江文明考古研究院，开展“人类起源”“长江流域史前文明”等专项调查与课题研究，与中南民族大学共建长江艺术研究院，面向社会发布60项重点课题，系统研究长江文化特质……

中部各地依托丰富的文教资源，掀起了研究江河文化的热潮。

保护传承推动永续发展

一江碧水向东流，千年文脉贯古今。

长江之滨，江西九江因江而兴，因江而美。

漫步在长江国家文化公园九江段，江面开阔，空气清新，滨江步道上游人如织，穿着汉服的游客边朗诵名篇《琵琶行》，边拍摄江畔美景。

2023年10月10日下午，习近平总书记来到九江市考察调研。在长江国家文化公园九江城区段，习近平登上琵琶亭远眺长江，冒雨沿江堤步行察看沿岸风貌。“要从人与自然和谐共生的生命共同体出发，着眼中华民族永续发展，把长江保护好。”

长江国家文化公园不仅是展现长江自然美景与人文风貌的窗口，更是推动长江生态保护与文化保护的重要平台。

从昔日“脏乱差”，到如今“美如画”，九江的蝶变是长江国家文化公园建设的生动缩影。

近年来，九江市坚持把修复长江生态环境摆在压倒性位置，着眼全链条推进水体环境综合治理，大力实施溯源清源计划，对流域内的857个长江排污口、459个重点河湖排污口，实行“一口一策”分类整治，从源头扎紧排污“闸口”。

习近平总书记时牵挂着中华民族的母亲河。他谆谆告诫：“保护母亲河是事关中华民族伟大复兴和永续发展的千秋大计。”

对长江、黄河文化的保护是沉甸甸的历史责任、时代责任。近年来，中部各地始终把保护放在第一位，通过全力推进生态文明建设，健全文化遗产保护管理制度，完善文物安全监管体系等方式，坚决守牢文化保护的安全底线。

在山西平陆县杜家庄段黄河岸边的石崖上，有一段680余米长的黄河古栈道，是全国重点文物保护单位。栈道岩壁上的绳磨槽痕深浅不一，黄河船夫的号子声仿佛仍在耳畔。

为防止碎石脱落将古栈道掩埋或毁坏，近几年国家出资对此处栈道上的危岩体进行加固。目前工程已竣工，古栈道上专业防护网，新修的排水沟阻断了上方雨水对古栈道的冲刷。

文化只有在严格保护中，才能得到更好的传承发展。

在郑州商代古城墙的西南角外，曾是连片棚户区的背街小巷——阜民里，如今成为人们体味历史风韵与烟火人间的热门打卡地。

一边是古老厚重的商代夯土城墙，一边是国潮、时尚小店汇聚的创意街区。人们或在高高的城墙上眺望时尚的青春秀场，或坐在潮巷一角遥想3600多年前商都的模样。

“相较于其他历史文化遗址形式，大遗址保护工作一直存在难度大、成本高等问题。”河南省文物局局长任伟说。

河南共有大遗址21处，数量居全国首位。近年来，河南各地积极探索，逐渐蹚出一条统筹文化遗产保护和城乡建设、经济发展、旅游开发的道路，使古老遗址焕发新生。

活化利用绽放时代魅力

今年国庆假期，湖南博物院四楼的博物馆公园受到游客们热捧。一块裸眼3D大屏上，“马王堆元素”扑面而来：一只只毛发细腻、眼神灵动的狸猫跃然而出，一件件精美繁复的漆器展现出古代工匠的高超技艺，各式各样的西汉美食以动画形式得以还原……

这是湖南博物院与马栏山文化数字化创新中心共同打造的“数字汉生活”博物馆线下新场景，于今年8月9日正式对外开放。

游客们参观之余，可以在博物院吃饭、购物、体验“汉生活”，购买以马王堆出土漆器为原型设计的甜品杯，品尝汉代美食，挑选充满西汉元素的伴手礼，借此一窥2000多年前的社会风貌。

“我们希望带给观众新的文化消费体验，让他们沉浸式了解、感受汉生活的魅力，推动文化遗产保护与传承、创新发展。”“数字汉生活”项目经理孙剑琴介绍。

近年来，依托厚重的文物文化资源，中部各地深入研究江河文化内涵，推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展，江河文化的魅力被逐渐唤醒，厚重的文化遗产正以更鲜活的方式走进生活，受到越来越多人年轻人追捧。

位于安徽省马鞍山市含山县的凌家滩国家考古遗址公园是一座距今约5800年到5300年的新石器时代晚期长江中下游的中心聚落遗址。

随着墓葬祭祀区保护展示项目、研学基地、内外环境保护展示项目、数字体验馆等陆续对外开放，古老的遗址焕发新光彩。借助4D、VR、AR等技术，游客“穿越”回远古时期的治玉、祭祀现场，人群中不时发出赞叹。

“我们不断丰富数字化展示阐释手段、创新打造文旅活动，探索大遗址的活态保护与活化利用，取得了明显成效。”凌家滩遗址管理处主任唐军说。

江河文化在守正创新中走进大众，在发展中彰显活力。

“只有让江河文化‘活起来’，保护传承弘扬才能相得益彰。”武汉大学长江经济带高质量发展多学科研究团队负责人吴传清教授说。

黄河之水天上来，大河是中华文明成长的摇篮；一条大河波浪宽，大江是中华文化动人的乐章。

通过与科技融合创新，江河文化带着新鲜的潮流气息奔涌而来，走进人们的日常生活，与公众热情相拥，唱响文明传承与弘扬的“长江之歌”和“黄河大合唱”。

(据新华社北京电)



全力备战 “双十一”

“双十一”到来，全国各地生产企业开足马力、备足货源，物流企业腾仓扩容、增强运力，迎接“双十一”购物高峰。

图为11月5日，在中国邮政集团有限公司河北省遵化市分公司物流中心，工作人员在分拣包裹(无人照照片)。

新华社发

从“双十一”跨境包邮看电商新风尚

新华社记者 郑可意 张璇

今年“双十一”，包邮的风吹到了海外。

从一日大促的狂欢冲刺，到战线足月的促销长跑，这个颇具气象的消费“节日”已迈入第16个年头。人们不禁要问，“双十一”还能“加载”出什么新内容？

如果将视角对准跨境市场，会发现另一番气象——

近日，新加坡、马来西亚、泰国、日本、韩国等地正式加入淘宝天猫境外“包邮区”；京东全球售则新增马来西亚、泰国两大包邮站点。相应国家与地区的用户下单满一定额度后即可享受免费送货权益。

包邮效应作用下，海外“爆单”加

速。大促刚开始，仅参与淘宝天猫跨境包邮的商家中就有近7万家成交翻倍增长。

时针拨回7月，服饰商家主理人陈巧智报名了国内电商平台针对服饰品类的全球包邮计划。他告诉记者，搭上跨境快车“出海吃螃蟹”确实获得了可观收益，自家的大码女装店铺仅开了7天就获得了20多万元的海外订单。

女装品牌CHICJOC创始人姜辰则表示，在出海包邮的尝试中，他想看到的不仅是“卖货到海外”，更是通过品质服饰、原创设计领域深耕，将中国品牌真正推向全球舞台。

而到了“双十一”期间，支持跨境包邮的商品品类丰富度进一步提升，从服

饰扩展到美妆、3C数码、潮玩、母婴、家居、运动户外等多品类、多行业。

低成本、轻操作，是大促期间大多数商家的感受。商家拥有货权和定价权，可以基于现有的平台“一键”开通海外市场，无需增加额外运营成本；在收到海外订单后，商家只需将货物发至国内的集运仓，后续物流环节交由平台完成；当海外消费者提出退货退款时，由平台承担成本……

创新的物流体系、支付解决方案等为这场“包邮到世界”的长途“拉练”提供了保障。与此同时，跨境业务的横向推进，离不开纵向深挖消费者“末梢”需求，根据细分品类因地制宜，优化供给。

旅居日本大阪的霍先生常在中国

电商平台进行“反向海淘”。今年“双十一”期间，淘宝在日本包邮的门槛是199元人民币。霍先生选择一次性结算多样商品，实现物流费用减免。待各个商家的包裹到达集运仓后会被统一配送到目的地，整个过程只需1周左右。

“国内商品性价比很高，而且样式太丰富了！手机壳就是很好的例子，尽管是个小配件，但款式多到你挑不过来。”霍先生说。

在商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所副研究员洪勇看来，中国制造全球“圈粉”，得益于完善的供应链体系。这可以保证生产的灵活性和效率，使企业能够快速响应市场需求，不断创新产品设计。而今境外“包邮区”扩围，于中外企业而言，是将“供应链”转化为“共赢链”的机遇。

随着市场的成长、基建的完善，包邮体验有望“牵手”更多国家与地区。更多像跨境包邮这样的创新之举，将让“地球村”上的商流、物流、信息流日益紧密。

(新华社杭州11月10日电)

智能动力鞋助人“健步如飞”，“空中的士”走进现实……第七届进博会上，从“小而美”到“高精尖”，衣食住行各类好物集中亮相。透过这些新产品、新技术、新场景、新风尚，未来生活新趋势清晰可见。

新产品：首发首展秀出生活新选择

全球首发、亚洲首秀、中国首展，本届进博会上，众多炫酷新品让人目不暇接。

在创新孵化专区，众多观众排队试穿一双鞋。这款瞬动科技亚洲首展的智能动力鞋“踏月者”，看上去像凉鞋一样，能助人走出2.5倍于成年人的步速。“走路很轻松，体验了一把‘健步如飞’。”一位观众试穿后说。

第7年参加进博会的新西兰企业纽仕兰，全球首发4.0 A2全链路低碳牛奶。“另一款首发4.0高蛋白高钙多维营养乳粉，专为年龄50+人群研发。”纽仕兰乳业亚太区CEO盛文瀛说。

GE医疗共有7款全球首秀和10款中国首展，数量为历届最多。其中，“微脑成像”磁共振SIGNA MAGNUS，让脑部磁共振成像从“用放大镜看”快进到“用显微镜看”。

家居生活类展品也持续上新。资生堂带来旗下12个品牌的超30款首秀新品；艾可尔全球首发GCX XE空气净化器，专为重度装修污染空间设计，除醛速度快、更高效。

国务院发展研究中心市场经济研究所原所长、二级研究员王微认为，进博会首发首展各类新产品，有助于激发消费新活力，满足人们对美好生活的追求。

新技术：前沿展品向“新”求质

作为加速创新落地的引力场，本届进博会的“新”元素在各类前沿展品中高频出现。

可穿戴外骨骼机器人让你秒变“大力士”，轻松拎起50斤重物；智能眼镜让你在骑行时实时“看见”数据信息，还能语音拍照、对话、翻译……走进升级为3.0版本的人工智能体验区，未来感和科技感扑面而来。

三台机器人相互协作托举12杯红酒，探针在红酒杯旁高速运动却能做到不触碰杯壁，红酒一滴不洒。这“又稳又丝滑”的一幕发生在ABB展台。

ABB机器人业务中国区总裁韩晨介绍，精确高速的运动控制，主要靠ABB新款控制器与机器人协作实现。“机器人的运行速度提升25%，能耗降低20%。”

在首次设立的新材料专区，特种玻璃领域龙头企业德国肖特带来玻璃微阵列，指甲盖大小、头发丝直径厚度，却可以容纳132个生物样品。据介绍，搭载肖特玻璃的即用型生物芯片未来可以无延时识别艾滋病病毒、乙型肝炎病毒等。

新技术不仅助力高精尖产业发展，也让各类产品更具生活温度。

全球知名综合性化工制造商旭化成的展位上，一款改装后的汽车格外打眼。司机和乘客座位上方放置了毫米波雷达收发器，用于高精度车内监测。旭化成株式会社执行官、中国总代表近藤修司说，这一技术能监测到呼吸和心跳异常，在驾驶员出现身体不适等突发状况时及时预警。

绿色是进博会的底色和亮色。立邦带来的光催化涂料可在光照作用下加速净化空气，应用于外墙时，二氧化氮净化效率和PM2.5等颗粒物去除率均超过80%。

宝洁全球首发了Versafill二代记忆魔方新型电商包装材料。“这款材料能够适应不同形状的快递包裹，易于回收和循环使用，相较于其他环保包装材料成本更低。”宝洁工作人员说。

新场景：美好体验拓展消费新空间

边喝咖啡边听来自咖啡豆原产地的乐团演奏，更加便捷舒适的适老化空间……本届进博会上，各种沉浸式体验、场景化消费竞相推出。

在汽车展区的“未来低空出行”专区，“空中的士”“飞行汽车”走进现实，带来未来出行新选择。

御风未来展出的大型电动飞行器M1真机，机舱空间可容纳5人乘坐。御风未来创始人谢陵介绍，M1电动飞行器使用纯电能源，起降无需跑道。从进博会所在的上海国家会展中心飞行到上海临港，只需约15分钟，而开车至少1小时。

在优衣库展台一角，观众排队使用平板电脑设计自己的专属T恤。“消费者不再满足于千篇一律的服饰设计。不少人反馈，穿着自己设计的个性T恤，是一种全新的消费体验。”优衣库工作人员说。

本届进博会上，更多目光聚焦“银发经济”。

松下展台上，一个适老化空间吸引了很多观众驻足。卫生间内，镜子带角度倾斜安装，洗漱台高度比普通台面低10厘米，对坐在轮椅上的老人更友好；马桶前配备可移动扶手，让老人如厕更轻松；坐浴椅可调节高度，内嵌式螺丝设计不会刮伤老人皮肤。

第七届虹桥国际经济论坛“共享银发经济：老龄化社会的新机遇”论坛上，商务部有关负责人介绍，前六届进博会养老康复及辅助产品成交额累计达3.48亿美元，将搭建更多适宜银发群体的消费场景，促进适老产品和服务供需对接。

新风尚：“爆款”展品促文化交流

本届进博会人文交流活动展示面积超3.2万平方米，为历届之最。连日来，各个展馆内，中外文化交流热络。

特别设置的虹桥国际城市客厅展示区，连同中华老字号、非物质文化遗产等展示专区一起，全面展现中国各地人文经贸特色、城市特色和风土人情。法国复刻了埃菲尔铁塔、红磨坊风车等法国经典地标性建筑，行走于馆内，仿佛置身于巴黎。巴林馆不仅着重展示巴林传统服饰和手工文化，还通过VR设备展示巴林旅游场景。

来自乌兹别克斯坦的年轻客商李辰阳，今年第一次参加进博会。他空运来10余款很受中国消费者欢迎的乌兹别克斯坦手绘陶瓷。“希望借助进博会，用特色文化产品分享中国大市场带来的发展机遇。”李辰阳说。

本届进博会上，融合多种文化元素的展品比比皆是。

乐高集团发布了全新产品福来运转灯——以中式福气花灯造型为灵感，装置发光积木颗粒，用灯笼打造一场福鹿财神光影。

“我们已在进博会全球首发了29款新品，其中有19款产品灵感源于中国传统文化。”乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强说，这些充满着中国元素的产品不仅在中国市场备受欢迎，在全球市场同样热卖。

第四届进博会上，巴基斯坦客商哈比带来的巴基斯坦盐灯成了“爆款”。今年，他带来有着数百年历史的“非遗”骆驼皮灯，皮灯上的画是为中国市场专门定制。

“皮灯上画着鱼，象征年年有余、欣欣向荣。”哈比说，“中国市场不仅让我们的商品有销路，更助力巴中两国的文化深入交融。”

多位参展商表示，市场反馈给了我们启示，要用融合多彩文化的产品抓住市场机遇，促进文化交流。

(新华社上海11月10日电 记者 宋佳 周蕊 杨有宗 王默玲)

从进博会四个「新」看未来生活新趋势

新华社「新华视点」记者