

习近平对湖南长沙浏阳市一烟花厂爆炸事故作出重要指示 抓好重点行业领域风险隐患排查整治 加强公共安全管理 确保人民群众生命财产安全

新华社北京5月4日电 5月4日下午4时40分许,湖南长沙浏阳市华盛烟花制造有限公司车间发生爆炸,造成重大人员伤亡。

事故发生后,中共中央总书

记、国家主席、中央军委主席习近平高度重视并作出重要指示指出,湖南长沙浏阳市一烟花厂发生爆炸,造成重大人员伤亡。要抓紧搜寻失联人员,全力救治伤员,妥善做好善后等工作。要尽快查明事

故原因,严肃追责。

习近平强调,各地区和有关部门要深刻汲取教训,盯紧压实安全生产责任,抓好重点行业领域风险隐患排查整治,加强公共安全管理,确保人民群众生命财

产安全。

中共中央政治局常委、国务院总理李强作出批示指出,要抓紧核清人数,全力救治伤员,科学组织搜救,严防次生灾害,妥善做好善后工作。同时,要尽快查明

事故原因,依法依规严肃处理。当前正值劳动节假期,国务院安委会办要督促各地引以为戒,进一步加强重点行业领域的安全生产工作,严防重特大事故发生。

根据习近平重要指示和李强

要求,应急管理部已派出工作组赶赴现场指导。湖南省已组织力量全力做好伤员救治和现场处置等工作。目前,各项工作正在进行中。

“跑马”热之后,年轻人又流行“跑山”了?

新华社上海5月5日电 “五一”小长假,正是马拉松赛事的好时节。不过,近来许多为大众熟知的马拉松选手却跑向了越野跑赛道。

3月,杨春龙在腾冲高黎贡超级山径赛上获得55公里组别冠军;在4月举行的黄岩九峰越野大师赛上,王开丽一举拿到女子组冠军……不仅是名将,许多“跑马”爱好者、尤其是年轻人正逐渐转向山野。此次小长假期间,选择以越野跑、户外徒步打开“五一”“五四”的人不在少数。

从马拉松到越野跑,跑者们形象地称之为从“跑马”到“跑山”。新潮流的背后,是什么?

“找虐”为何成新潮

国际越野跑协会数据显示,近几年中国越野跑比赛数量和参赛人数的增长率均为全球第一。仅2025年一年,中国越野跑赛事就达800多场。

与先行一步的马拉松热相比,越野跑热度正在持续攀升。据记者不完全统计,今年1月至4月,仅长三角大大小小的越野赛事就达40多场,不少赛事参赛人数屡创新高。

为什么越来越多的人愿意“没苦硬吃”、投入大量时间和金钱去山里“受虐”?

上海穹景体育文化发展有限公司创始人薛乾曜认为,社交需求是重要原因。赛道两旁敲锣打鼓的热烈氛围,特色美食等“豪横”补给,时髦、独特又精美的完赛服和奖牌,独具特色的主题歌曲……这些都是参赛者的“社交货币”。

“中国越野跑运动年轻化趋势明显,尤其是短距离项目,主打休闲交友。”薛乾曜介绍,人们有意愿在社交媒体上分享户外穿搭、参赛体验,寻求志同道合

的好友。

越野跑热潮也折射出当代人的深层社会心理需求。在华东师范大学社会工作系副教授何姗姗看来,越野跑复杂多变的环境极易引发心理学中的“心流”状态,跑者专注于脚下的路,就能实现对生活烦恼的屏蔽。

此外,精英跑者的逆袭故事激励着每一个热爱越野的人。从贵州六盘水大山里走出来的姚妙曾靠发传单谋生,如今她在越野跑赛道上迎来一个又一个职业高峰。

“跑者的圈子是我喜欢的,不问出身,不问工作,谁跑得快谁就受到尊重,非常简单。”越野跑精英赵家驹说。

小众却有大市场

越野跑运动不仅在竞技层面逐渐破圈,从小众走向大众,其“体育+”效应在商业与资本市场上同样备受瞩目。

近期,几名中国顶尖越野跑运动员密集官宣了新的签约计划,引发广泛讨论。

今年3月底,与北面合约到期的申加升加盟萨洛蒙;4月初,姚妙在结束与萨洛蒙七年合作后,签约耐克ACG;而与HOKA合约到期的向付召,官宣了与始祖鸟的合作。

“越野名将相继续签,展现的是中国户外市场的强劲活力和国际户外品牌对中国市场持久的兴趣。”户外观察人士陈点点说。

回顾近些年的中国户外市场,本土与外资这两支“双生花”正竞相绽放,两者也在不断的竞争合作中将中国户外市场的“蛋糕”越做越大。

以耐克旗下户外品牌ACG为例,从2025年冠名崇礼168越野赛,到从主品牌独立出来,

ACG正以坚定决心深耕中国市场。

本土企业方面,户外“巨舰”安踏的表现几乎已成商学院样本。陈点点说,安踏在户外市场频频发力,品牌并购策略“稳准狠”。

2019年收购亚玛芬后,安踏主导了旗下始祖鸟、萨洛蒙等品牌在中国本土市场的火爆局面。去年户外赛道更是全面开花,收购的迪桑特品牌流水首次突破百亿元;可隆体育流水同比暴涨70%,成集团内增速最快品牌;又全资收购德国户外品牌狼爪……

数据显示,2025年,安踏整体收入同比增长13.3%,达到802.19亿元,全球市场份额跻身前三。

国内头部运动零售运营商滔搏近年来持续发力,独家引进了多个国际垂类品牌,包括加拿大越野跑品牌norda、挪威户外品牌Norrøna、英国跑步品牌soar和加拿大跑步品牌Ciele Athletics等。

“传统路跑是运动品牌‘爆发’的首个阶段,我们正迈入以徒步越野为代表的第二个阶段。用户更注重专业性和功能性,需求也更细化。”滔搏相关负责人说,一场越野跑的穿搭可能涉及越野鞋、越野背包等十多个品类,撬动户外经济能力不可小觑。

地方文旅新赛道

商业资本活跃的背后,产业发展的核心仍是越野赛事本身,这也为广袤山地带来新的机遇。随着去年初《关于建设高质量户外运动目的地的指导意见》的印发,越野跑等多个户外运动项目迎来新一轮蓬勃发展期。

国际顶级赛事品牌UTMB

正加速挖掘中国市场潜力。如今,包括大蜀道、中国香港大屿山、山西云丘山、大境门古长城等在内,中国已占据UTMB世界系列赛亚太地区赛历的“半壁江山”。

本土企业也在持续发力。以凯乐石及其赛事公司朗途体育为例,据不完全统计,2026年该品牌冠名、主办的较大型越野赛十余场,包括温岭黄金海岸跑山赛、FUGA大坡赛、环四姑娘山超级越野跑、莫干山跑山赛等。

密集赛历之下,一些拥有独特山地资源、服务保障能力强的小城逐渐“出圈”。由于消费带动效应显著,越野跑成为改善小城发展形象、撬动文旅发展的重要杠杆。

今年3月,安徽黄山密集举办第七届黄山越野跑锦标赛、“徽黄之路”环黄山越野赛、黄山西宏越野春季赛、徽州古城越野赛等精品越野赛事,引爆春日运动热潮。经第三方评估,2026年第一季度黄山市共举办40场体育赛事活动,吸引8.64万人次前来参赛观赛,旅游观光和洽谈贸易,累计带动消费4.85亿元,拉动相关产业效应9.05亿元。

浙江省德清县也在今年一口气发布UTMB、斯巴达、云间花径等10余项赛事。“以前游客来莫干山是‘住一晚、拍张照’,现在通过赛事引流,变成一人参赛、全家消费,一日比赛、多日停留。”德清县文化和广电旅游体育局局长沈杭说,德清全力拥抱户外赛道,已推出“赛事无忧计划”,确保赛事到莫干山实现“拎包入住”。

越野跑这项“苦”运动,让跑者找到人生锚点,为市场创造增长空间,也给地方发展提供了崭新思路。从“跑马”到“跑山”,山野间流动着中国发展的新活力。

体育经济勾勒浙江假日新图景

新华社杭州5月5日电 国际攀岩世界杯、CBA季后赛浙江“德比”、中超浙江队比赛、“吴越杯”城市足球联赛、浙江(杭州)国际时尚体育周……“五一”期间,体育为浙江假日经济持续注入活力。

“五一”期间,CBA季后赛12进8阶段的浙江“德比”迎来关键战——宁波队主场迎战浙江队。整场比赛座无虚席,两队攻防节奏拉满,比分多次交替领先。最终,去年在全运会上大放异彩的“超新星”李悦洲加持赛贡献“准绝杀”,帮助浙江队逆转获胜,晋级八强。

“这是宁波队史首个季后赛主场,每一位球员都拼到了最后一秒,现场氛围太燃了!”球迷陈先生难掩激动。从义乌专程赶来观赛的他,看完比赛后在宁波停留了两天,打卡城市商圈、品尝特色美食,“看一场精彩的比赛,深度感受一座城市,这是假期最特别的体验”。

绿茵场上的激情同样热烈。中超联赛第九轮,浙江队坐镇黄

龙体育中心迎战深圳队,超两万名球迷涌入赛场,见证球队2:1战胜对手,迎来近六轮的首场胜利。

赛场周边,“GOGOAL足球嘉年华”同步开启,美食市集、足球互动体验区人头攒动,观赛、消费、休闲无缝衔接。“黄龙体育中心作为杭州城市体育地标,每逢大赛都能快速聚集人气,带动周边餐饮、交通、零售消费大幅增长。”黄龙体育中心相关负责人表示,单场中超赛事可直接带动周边综合消费超百万元,“体育赛事已经成为激活区域消费的重要引擎”。

如果说职业赛事打造了假日体育消费的核心场景,那么覆盖全省的群众性精品赛事,则让体育活力下沉至基层,拓宽了假日体育经济的覆盖边界。

“五一”假期,浙江省城市足球联赛(“吴越杯”)第六、七轮赛事在嘉兴、宁波、杭州、衢州等多赛区同步开赛,赛事覆盖全省11个地市。“吴越杯”的票根,附带的是景区门票、消费券,甚至是一条定制旅行路线的起点,推动赛事

流量转化为县域消费增量。

杭州赛区凭赛事票根可享超山景区门票;嘉兴赛区联动运河度假区推出门票折扣与餐饮住宿叠加优惠;舟山、宁波奉化等赛区将赛场与文旅市集、本地餐饮、特色商圈深度联动,让一张票根成为串联观赛、游玩、消费的纽带。

一方面是依托票根联动延伸消费链条留住八方游客,另一方面,数字科技不断升级参与体验,让大众从旁观者转变为深度参与者。

在绍兴柯桥,攀岩世界杯首次大规模应用AI智能裁判系统,实现动作合规、抓点有效性实时秒判;观众可通过8K全景、运动员第一视角沉浸式观赛,赛后开放大众攀岩体验区,普通游客也能近距离接触专业运动。在浙江江山,江郎山景区推出智慧登山体验,游客扫码即可参与,沿途智能终端自动记录打卡轨迹与耗时,完成挑战即可领取完赛证书;景区融入古风情景演绎、消费券盲盒等玩法,将登山运动与文化、消费体验有机结合,让假日出行

更具趣味性。

值得一提的是,“五一”期间在杭州临平举行的浙江(杭州)国际时尚体育周,探索时尚产业与体育消费的深度联动,搭建起体育潮流展示与市场消费对接的高效平台。活动现场聚焦运动装备新品发布,打造“T台直连消费端”场景,观众可现场扫码下单,实现新品从展示到消费的快速转化。

浙江省体育局数据显示,“五一”期间,浙江举办省部级及以上赛事和规模较大的群众体育活动共45项。浙江省体育局副局长毛根洪说,这些赛事活动覆盖青少年、中老年等群体,从职业赛场到群众赛事,从科技赋能沉浸式体验到票根串联文旅消费,从单一竞技比拼到产业深度融合。

“浙江以多元赛事矩阵构建起层次丰富、体验多元的假日体育消费生态,不仅丰富了市民游客的假日选择,更通过场景创新、消费联动、产业融合,持续释放经济带动效应,为假日经济注入新动能。”毛根洪说。

在中国,中外企业共绘“人工智能+”新图景

新华社北京5月5日电 数智技术如何赋能产业升级?“人工智能+”怎样打开产业发展新空间?在中国这片正在崛起的创新高地上,一幅中外企业加速将人工智能应用各类场景、融入未来产业版图的蓬勃图景铺展开来。

在近日于北京举行的西门子首届科技大会现场,人工智能与工业“双向奔赴”热潮涌动。从工业人工智能、数字孪生到具身智能,每一项技术都可触可感。走进大会科技展区,记者感受了一场未来工业的沉浸式体验:在趣味抓娃娃机前一边通过西门子智能监控助手OWL享受抓娃娃的乐趣,一边实时了解其背后的人工智能算法如何识别目标、规划路径、精准执行。

在“蔬菜之乡”山东潍坊寿光市,温室大棚的人工智能范儿越来越足,人工智能算法化身“种菜管家”令劳动生产率显著提升。由于大棚里多了温度、光照、水、肥等六要素传感器,种植数据可实时回传至屏幕端,当地种植户殷金华说,现在不再需要手动操控设备,拿着手机就能实现对大棚的远程控制。

当人工智能算法遇上种业研发,又会碰撞出怎样的火花?寿光蔬菜种业集团研发中心主任程琳带领团队推动人工智能育种加速的建立和完善,利用大数据平台结合人工智能进行预测育种。她告诉记者,数据量足够丰富时不仅能预测基因功能、洞察市场偏好,更能预判潜在病害,实现主动防控。

不只在农业领域,人工智能在交通运输中的场景落地也在跑出“加速度”。位于河南郑州经开区的宇通客车股份有限公司厂区内,一辆小巧可爱的智能网联纯电动公共汽车“小宇”与记者擦身而过。没有方向盘,也不用人工操作,“小宇”就能实现自主超车、避障、泊车和充电。目前,“小宇”在郑州、广州、重庆和北京等地已实现批量运营。

宇通旗下深澜动力副总经理王坤说,除了“小宇”,宇通的管理

平台“安睿通”也在借助人工智能提高运营效能。“这套车联网系统平台可辅助车队做智能化运营管理,不仅能监控车辆行驶轨迹、能耗数据并监控危险驾驶行为,还能每天自动生成报表,助力车队高效运营。”

在河南港航集团周口港务有限公司的智慧调度中心,港口每一次车辆进出、货物堆存以及船舶停靠,都要依靠调度中心的“大脑”进行智能判断。以前,装卸一个集装箱至少需要3到5人配合,如今一名操作员看着屏幕,通过两只小小的手柄就能实现“隔空装船”。在调度中心,记者还看到一个无人驾驶集装箱卡车的驾驶室,操作人员在驾驶室里远程操控集装箱卡车。

这一幕幕中外企业加速推动人工智能走进现实的场景,离不开中国广阔的市场空间与开放的创新生态。从国务院出台关于深入实施“人工智能+”行动的意见,到“十五五”规划纲要提出全方位推进数智技术赋能,人工智能这个“关键变量”正在成为中国经济高质量发展的一股“强劲增量”。

2025年,中国人工智能核心产业规模超过1.2万亿元,企业数量超过6200家;中国企业推出的开源大模型下载量全球第一,大幅度降低了人工智能的使用门槛。截至去年年底,中国规上制造业企业人工智能技术应用普及率超过30%,极大提升了设计、制造和质量检验等环节质效。

正如西门子股份公司董事会主席博乐仁所言,中国不仅是关键市场,也是全球人工智能重要的创新中心之一。西门子之所以选择在中国举办首届科技大会,“是因为很多事情首先发生在中国,当我们将创新推向市场时,中国往往是首发和率先落地的市场”。

一个开放创新的中国,正在为中外企业共绘“人工智能+”新图景提供协同共赢的良好生态,不仅将持续为自身经济发展增添新动能,也将为世界经济发展拓展新空间。

“五一”假期服务消费旺 商品消费稳

新华社北京5月5日电 记者从商务部获悉,“五一”假期,多地实施春假连休政策,消费者出游需求集中释放,服务消费需求旺盛,商品消费总体平稳,生活必需品货足价稳。

服务消费方面,据商务部商务大数据,重点平台全国跨省游客数量规模同比增长7.6%,其中800公里以上游客同比增长20%,带动相应酒店住宿消费同比增长18%。租车订单量同比增长21%,其中跨省订单同比增长67.6%。演出消费同比增长17.6%。“五一档”电影票房超7亿元。

商品消费方面,商务大数据显示,截至5月4日,2026年消费品以旧换新惠及8620.4万人次,带动销售额6292.7亿元。其中,汽车以旧换新213.2万辆,带动新

车销售额3423.9亿元;家电以旧换新3473.5万台,带动销售额1415.4亿元;数码和智能产品购新4933.7万件,带动销售额1453.4亿元。

商务大数据还显示,步行街等核心商圈人气十足,5月1日至4日,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5.0%、5.3%。

各地商务主管部门指导商贸流通企业增加生活必需品市场投放,市场供应充足稳定,价格总体平稳。商务大数据显示,节日期间,全国200家大型农副产品批发市场库存充足,粮油、猪肉、牛肉价格与节前(4月30日)基本持平,鸡肉、水果、蔬菜价格同比分别下降0.4%、0.3%和0.2%,鸡蛋、羊肉价格同比分别上涨0.5%和0.3%。