

# 全球创新的重要一极

## ——从上海浦东看中国创新走向世界

面向世界、扩大开放、打破常规、创新突破。作为创新发展的先行者，上海浦东始终承载着“全力做强创新引擎，打造自主创新新高地”的时代使命。

走进浦东，从面向世界科技前沿的基础研究源头突破，到面向人民生命健康的国际科创中心建设，再到面向全球的企业创新蓬勃发展，一个个创新发展故事描绘出中国创新走向世界的鲜活景象。

### 从0到1 中国原创技术增益世界

基础研究是整个科学体系的源头。在浦东张江，在基因编辑这一最前沿的生命科学领域，一项源自中国的原创技术，正在改写全球数十万遗传病患者的命运。

“针对人体的30亿个碱基，我们的技术是做精准校正，而不是破坏后重建。”正序生物首席执行官牟晓盾这样介绍。这项名为“基因编辑”的原创技术，由上海科技大学孵化，是全球首个获得海外专利授权的中国原创基因编辑工具。

传统基因编辑技术如同一把“分子剪刀”，通过切断DNA双链实现基因修饰，但易造成细胞死亡、染色体重排。正序生物创始人、上海科技大学教授陈佳男辟蹊径，将“分子剪刀”变成“基因修正笔”，实现了从“开胸”到“微创”的跨越。2019年起，这项技术先后获得中国、美国、日本、俄罗斯等国家和地区专利授权，标志着中国在基因编辑最前沿领域拥有了自主话语权。

在“十五五”规划纲要中，生物医药与集成电路、航空航天、低空经济并列，纳入新兴支柱产业布局。

目前，正序生物正在申请首个碱基编辑的药物。“科研体系、转化体系、监管体系的协同，构成了中国原创技术突围的支撑系统。”牟晓盾对未来充

满信心。

在临床试验阶段，来自巴基斯坦的身患地中海贫血的4岁女孩艾莎，成为首位受益于该技术的海外患儿。在出院仪式上，艾莎的父亲给中国医疗团队送上鲜花，感谢中国技术“让孩子重新看见未来”。

“我们的梦想，是带着中国的产品，制定国际标准。”牟晓盾说，中国创新不仅能够解决自己的问题，更有能力造福全球。

### 从点到面 打造世界级科创中心

走进位于浦东的张江药谷，这里既有罗氏、诺华、强生等国际医药巨头，也孕育了一批从实验室走出来的本土创新力量，形成“大企业顶天立地、小企业铺天盖地”的活力格局，更打造了从基础研究到产业化落地的完整生态闭环。

“张江药谷现在是上海发展生物医药产业的创新引领核心区，也是打造科创中心的重要主战场。”上海张江药谷公共服务平台有限公司总经理刘刚介绍。

在张江药谷，全球首创、中国首发、临床首方的创新产品持续涌现。目前，张江药谷已累计获批32款国产一类新药，49款创新医疗器械产品。创新药持续“走出去”，2025年张江药谷有40起向海外授权交易，占全国22%，年增幅保持在11%。

产业集聚度高、产业链齐全是张江药谷能够持续创新的“法宝”。刘刚说：“我们的产业生态涵盖存储、研发、制造、应用、装备等，为企业提供从孵化培育到快速发展的全链条服务。”

目前，张江药谷积极布局细胞基因治疗、脑机接口、AI制药、同位素药物等众多新领域，新赛道，走在全国前列。

“头部企业引领放大集群效应，依托复旦、上科大等高校的创新策源能

力，通过技术、资金支持，协助对接临床研究和监管部门，推动新技术快速成长。”浦东新区科经委生物医药处处长林建飞说。

从上市许可持有人制度开始，到将创新药临床试验申请审批时限压缩到30个工作日，再到国家药监局、市药监局、浦东新区的三级联动机制，浦东在以制度创新推动产业创新上，也一直在率先突破。

在浦东，大企业开放创新中心形成“大企业赋能小企业”的协同创新生态，“监管科学沙龙”围绕瓶颈问题讨论突破，合成生物学创新中心探索新兴领域的全新孵化机制，共性服务平台助力企业降本增效、打造创新生态。

“创新就是打破瓶颈，我们要把浦东作为制度创新的试验田，为产业创新打开空间，为打造世界级的科创中心注入动力。”刘刚说。

### 从跟跑到引领 主动融入全球竞争

在浦东的擎朗智能，记者看到了中国企业从“跟跑”到“引领”的蜕变。

这家创立于2010年的企业，主要提供服务机器人产品和完整解决方案。目前，企业的国内和海外市场销售比例大致各占一半。海外市场主要聚焦劳动力成本较高的国家和地区，比如北美、欧洲、韩国等地。

“应当说，中国科技产品要打入发达国家市场，以前是要经历一些挑战的。”擎朗智能创始人兼首席执行官李通坦言，“我们花了5年时间进行全球化布局。”

擎朗市场部的陈芊用一句话概括中国机器人产品竞争力的变化：“以前，中国产品是用50%的价格实现80%的性能；现在是用80%的价格，实现了150%的性能。”

如今，服务机器人方面，国内企业

凭借丰富的应用场景和海量数据，已跻身全球第一梯队。擎朗智能也成为全球商业服务机器人的重要供应商。

不仅如此，擎朗还参与制定了2项国际标准、5项国家标准和20项团体标准。其中，在北美参与制定的UL服务机器人标准已正式落地。

“这是中国科技实力的体现，也是中国新兴行业国际地位上升的有力证明。”李通说。

对于具身智能这一未来产业，李通充满信心。“具身智能领域，中国在全球范围内是遥遥领先的。”他分享了一个故事：“日本广播协会电视台曾组织中日机器人挑战赛，在对方设置的题目下，我们获得了绝对胜利。我们通过卓越的产品性能获得了全球客户的认可。”

目前，面对少数国家单边主义、保护主义的冲击和挑战，擎朗在海外市场的收入持续增长，这是因为世界看到了中国科技的强大实力。”

对于中国科技实力，ABB机器人中国区总裁韩晨则从产业链角度给出解读：“机器人行业大量零部件采购需要在中国完成，铸件、线缆、钣金、元器件，哪一样都绕不开中国产业链。”

韩晨对中国具身智能的发展同样充满信心。他说，中国在行业标准制定上走在世界前列，未来可能发挥全球引领作用。

在开放中突破，在竞争中成长。从生物医药到具身智能，从原始创新到产业应用，从发挥企业创新主体作用到构建世界一流的创新生态，中国正在加速成为全球创新的重要一极。

新华社记者 乔继红 杨有宗



# “跑马”热之后，年轻人又流行“跑山”了？

“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“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关注。

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Norr na、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达十余场，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、黄山山西越野春季赛、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。

新华社记者 胡洁菲



5月10日，市民在广西南宁市南湖公园观赏荷花。时下，广西南宁市南湖公园的荷花陆续绽放，吸引众多市民前来观赏。

新华社记者 周华摄

# 兰州：一河分四季 四季塑一城

万里黄河流经9省区，唯有兰州是这条母亲河穿城而过的省会城市。

兰州地处黄土高原、青藏高原与内蒙古高原交汇地带，联通四域、襟带万里，古称“金城”。受地质运动长期影响，兰州境内山峦、丘陵、河谷、盆地交错分布，地貌层次丰富多元。

黄河千万年的冲刷切割，形成八盘峡、桑园峡、大峡等多处峡谷，与兰州盆地、什川盆地等错落分布；主城区南北被皋兰山、白塔山两山夹峙，黄河自西向东横穿全境。

“两山对峙、一水中流”的独特河谷地貌，形成了东西绵延40多公里、南北最窄1公里左右的带状盆地城市。

河谷盆地地势平坦、水源充沛，成为先民聚居、城市兴起的依托，也让兰州成为历史上丝绸之路的咽喉要道、黄河上游重要渡口枢纽。皋兰山、白塔山有效调节区域气候，黄河水系

滋养沿岸土地，构筑起兰州独特的生态屏障。

在兰州，一年四季，黄河“脾性”各不相同。春天的黄河水波温润，上游冰雪消融带来的色泽，透着绿意；到了夏天，携黄土泥沙而下浊浪奔涌、浑黄磅礴；秋天的黄河水势回落、泥沙渐沉，泛着赭黄的河水与两岸染金的秋景遥相呼应；冬天的黄河清冽含烟，如玉带绕城。一河分四季，四季塑一城。清与浊、静与奔，终究化作兰州人的性情：刚烈而仁厚、淡然而豪迈。

对于兰州人而言，黄河是永远的心愁。

沿河而行，黄河母亲的雕塑温婉安详，诉说着大河与城市的血脉相连；碧波之上，素有“天下黄河第一桥”之誉的中山桥，承载着兰州人跨越天堑、连通南北的记忆；水车园里，古老水车缓缓转动，复刻着先民依水而居、因水而兴的生活图景……

对于兰州人而言，黄河是烟火日常，早已融进三餐四季、晨昏起居。

清晨的黄河，惬意的河风裹着牛肉面的香气，唤醒一城烟火；日头高照，白塔山下，中山桥横跨黄河，羊皮筏子在浊浪里翻腾，岸边三炮台的茶香伴着河风飘散；远山含黛，黄河风情线上游人漫步、孩童追嬉；华灯初上，一城烟火融进流光夜色，是兰州人卸下疲惫、安放心绪的时刻。

这份寻常烟火，从不是与生俱来。40多公里的黄河风情线，是将曾经的河滩荒地改造为生态公园。通过水污染防治、水土保持、湿地保护协同推进，黄河兰州段一河清水向东流。

“近年来，黄河最大的变化是水更清、岸更绿、景更美。”市民杨世平说，30多年前河水常年浑浊，南北两山随处可见裸露的黄土层，部分河段岸边还能看见黑洞洞的管道，一到下雨天，这些管道流出的浊水就涌进

了黄河。

“十四五”期间，兰州市扎实推进黄河流域兰州段保护治理，持续补齐城市基础设施短板。3022个人河排污口全部完成整治，黄河兰州段各考核断面水质优良率保持100%，出境断面水质稳定达到Ⅱ类，实现了“一河净水送下游”。兰州市通过南北两山绿化、生态修复等，累计完成营造林104万亩，完成退化草原生态修复治理20.55万亩。

如今，河城共生绽放城市魅力。中山桥、黄河楼、金城关夜景璀璨，灯光秀、水上游船、非遗展演等让游客体验更加立体，兰州的旅游接待人次与消费总额持续增长，文旅产业正成为城市发展新引擎。

大河奔涌，不舍昼夜；金城焕新，气象万千。一座创新活力与产业实力兼具的现代城市，正在黄河之滨加速崛起。新华社记者 王朋

# 古韵今风两相宜

## ——山东传统村落保护激活旅游经济

刚刚过去的“五一”假期，在山东泰安肥城市孙伯镇五埠村，一座座石墙黛瓦的房子散发着古韵。“我们刚来就被这里的青石古巷和百年院落吸引了。”在五埠岭伙夫山景区状元胡同，济南游客李芳华给家人拍全家福，迫不及待向手机另一端的朋友“种草”。

作为古村落，五埠村“门中有门、院中有院、巷中有巷”的“伙夫门”建筑风格独树一帜。石墙以“青石干茬缝砌墙技术”垒砌，无需凝固材料却坚固耐用。

“保护改造前，村里黄泥路坑坑洼洼，胡同里堆满杂物，石头院墙塌的塌、裂的裂……”68岁的村民李明军回忆起古村落保护修缮前的模样说，五埠村三面环山，是典型的鲁中山区古村落。地处偏远，资源匮乏，一度制约着这一传统村落的发展。

传统村落想要“走出深闺”，保护性建设是前提。“我们在保持村落传统风貌和地域文化特色的基础上，结合五埠村及五埠景区改扩建设规划，对50余套老旧院落进行保护性修缮，同步完成通信网络优化、青石巷道亮化、道路绿化及排水系统升级。”山东泰安肥城市住房和城乡建设局局长梁乙胜说。

据了解，山东有168个中国传统村落和378个省级传统村落，山东扎实推进传统村落保护利用工作，不断践行“在发展中保护、在保护中发展”。

除了“修旧如旧”的保护留住乡

愁，部分古村落以文塑旅，让游客在老遗址有了新体验，给乡村文旅带来新活力。在济南章丘区石于子口的齐长城遗址，青石垒砌的城墙、箭垛如今仍清晰可辨。“五一”期间，一声声汽笛划破村庄的寂静——蒸汽小火车缓缓驶出站台，游客乘车穿梭山洞，领略齐长城遗址的魅力。

“为了保护、利用好传统村落文化价值，我们深挖齐长城文化、石屋文化，打造小火车观光、齐长城研学、乡愁集市等特色项目，形成了独特的旅游IP。”章丘区文祖街道办事处建委主任贾震说。

传统古村落等特色文化旅游资源不断激发旅游活力，山东省文化和旅游厅公布的数据显示，“五一”假期，山东重点监测的200家旅游景区，累计接待游客2615.4万人次，营业收入12.7亿元，同比分别增长5.3%和4.0%。

在山东荣成，有着640多年历史的烟墩角村，其代表性的生态民居海草房以石为墙，海草为顶，令不少游客心驰神往。“夏游牧场、冬赏天鹅、住海草房、吃渔家饭”的生态旅游产业体系，让游客感受到自然和人文的双重魅力。

荣成市文化和旅游局局长董昭胜说，随着游客来源更加多元，停留时间也由过去“一日游”为主逐步向“两到三日深度体验”转变，旅游模式由季节性向全年化观光发展。

新华社记者 张钟仁 张昕怡