

《求是》發表習近平重要文章《加快建設教育強國》

【大公報訊】據新華社報道：6月1日出版的第11期《求是》雜誌將發表中共中央總書記、國家主席、中央軍委主席習近平的重要文章《加快建設教育強國》。

文章強調，教育是強國建設、民族復興之基。黨的十八大以來，我們堅持把教育作為國之大計、黨之大計，全面貫徹黨的教育方針，作出深入實施科教興國戰略、加快教育現代化的重大決策，確立到2035年建成教育強國的奮鬥目標，推動新時代教育事業取得歷史性成就、發生格局性變化。

構建開放互鑒國際合作體系

文章指出，我們要建成的教育強國，是中國特色社會主義教育強國，應當具有強大的思政引領力、人才競爭力、科技支撐力、民生保障力、社會協同力、國際影響力。建設這樣的教育強國，必須全面構建固本鑄魂的思想政治教育體系、公平優質的基礎教育體系、自強卓越的高等教育體系、產教融合的職業教育體系、泛在可及的終身教育體系、創新牽引的科技支撐體系、素質精良的教師隊伍體系、開放互鑒的國際合作體系。

拓展網絡育人的空間和陣地

文章指出，建設教育強國是一項複雜的系統工程，要全面把握教育的政治屬性、人民屬性、戰略屬性，正確處理支撐國家戰略和滿足民生需求的關係、知識學習和全面發展的關係、培養人才和滿足社會需要的關係、規範有序和激發活力的關係、扎根中國大地和借鑒國際經驗的關係。

文章指出，如期建成教育強國，任務艱巨、時不我待。第一，堅定不移落實好立德樹人根本任務。堅持不懈用新時代中國特色社會主義思想鑄魂育人，實施新時代立德樹人工程，堅持思政課建設與黨的創新理論武裝同步推進。加強黨的創新理論體系化學理研究闡釋，構建以各學科標識性概念、原創性理論為主幹的中國哲學社會科學自主知識體系。不斷拓展實踐育人和網絡育人的空間和陣地。第二，強化教育對科技和人才的支撐作用。堅持推動教育科技人才良性循環，統籌實施科教興國戰略、人才強國戰略、創新驅動發展戰略，一體推進教育發展、科技創新、人才培養。以科技發展、國家戰略需求為牽引，完善高校學科設置調整機制和人才培養模式。優化高等教育布局，培育壯大國家戰略人才力量。

建設具全球影響力教育中心

第三，提升教育公共服務質量和水平。堅持以人民為中心，不斷提升教育公共服務的普惠性、可及性、便捷性，讓教育改革發展成果更多更公平惠及全體人民。優化區域教育資源配置，持續鞏固「雙減」成果，深入實施國家教育數字化戰略，提升終身學習公共服務水平。第四，培養造就新時代高水平教師隊伍。實施教育家精神鑄魂強師行動，加強師德師風建設，不斷提高教師培養培訓質量，統籌優化教師管理與資源配置。提高教師政治地位、社會地位、職業地位，讓教師享有崇高社會聲望、成為最受社會尊重的職業之一。第五，建設具有全球影響力的重要教育中心。深入推動教育對外開放，統籌「引進來」和「走出去」，不斷提升教育國際影響力、競爭力 and 話語權。積極參與全球教育治理，為推動全球教育事業發展貢獻更多中國力量。

文章強調，建成教育強國是近代以來中華民族夢寐以求的美好願望，是實現以中國式現代化全面推進強國建設、民族復興偉業的先導任務、堅實基礎、戰略支撐。要堅定信心、勇毅前行，為實現建成教育強國的宏偉目標而不懈奮鬥。

以舊換新火熱 首店首發紛呈 無人機「密密送」 擴內需促消費 AI+創新營銷

中央提振經濟 從政府工作報告部署「大力提振消費、提高投資效益」「促進消費和投資更好結合」，到加力擴圍實施「兩新」政策，中辦、國辦印發《提振消費專項行動方案》……今年以來，國家擴內需政策持續加碼，各地紛紛採取多樣化的舉措，激發消費動能。

以深圳為例，開年以來多部門深度聯動，讓消費市場「旺」起來：開展促消費活動近500場；以舊換新成效顯著、增速喜人；新增各類首店、旗艦店、新概念店258家，新品首發矚目；科技+、低空+、人工智能+等消費新模式新業態不斷湧現……深圳消費市場「熱」潮湧動，為各地創造可複製、可推廣的新鮮經驗。

大公報記者 毛麗娟

開年以來，深圳多部門聯動，公園+、科技+、文娛+、低空+、人工智能+等消費新模式不斷湧現，新型消費呈蓬勃之勢。「公園+商圈」組合出道，激發商業新業態。為期10天的2025粵港澳大灣區花園大賽，參觀者流量約128.3萬人次，帶動周邊商圈深業上城銷售額同比上升40%。

延伸低空經濟 創新消費體驗

深圳不斷推出商文旅融合消費新場景。通過拓展無人機配送航線、推出99元（人民幣，下同）坐「飛的」賞花活動，延伸低空經濟消費生態；開展「AI服務進商圈」「AI全場景智慧生活展」等特色活動，讓AI電子棋手、陪伴型電子寵物狗等各類深圳「黑科技」產品走進大眾視野，「科技消費+煙火經濟」雙引擎點燃消費新活力。

在蓮花山公園，「無人機外賣」成為了孩子們眼中的亮麗風景線。「每周都會抽空帶孩子來公園運動，到了飯點，孩子就催着我趕緊在外賣平台點外賣，其實他就是為了看看無人機從遠處飛過來、落在無人機外賣櫃上的瀟灑身姿。」市民崔先生告訴記者，在公園點無人機外賣已經成為家庭外出就餐的習慣性動作。在深圳，不論是在公園，還是在CBD寫字樓，普通民眾掏出手機，就能「召喚」無人機直送外賣，15分鐘「從天而降」的服務已經成為常態。

此外，當地亦層出不窮地推出各式促消費活動。以5月為例，由深圳市商務局舉辦的「深圳好物節」以「好物、好購、好精彩」為

主題，串聯「雙品網購節」「深圳手信——圳創產品好物推薦」「深圳消費品以舊換新疊加銀聯優惠」「圳潮流消費計劃」四大核心板塊，融合線上線下資源，推出超百場具有深圳特色的促消費活動。

首發結合換新 帶火國產數碼產品

而在「國補」和商家補貼等多重利好刺激下，深圳以舊換新亦成效顯著。截至4月21日，深圳全市通過以舊換新帶動汽車銷售3.9萬輛，銷售金額97.7億元；通過以舊換新帶動家電和數碼產品銷售619.8萬台，銷售金額117.5億元；電動自行車以舊換新銷售金額1674.1萬元。華為、榮耀等科技新品的首發首秀，也與以舊換新形成良好互動，讓消費者第一時間體驗並用上最新潮的深圳製造產品。

曾是蘋果手機用戶的何妍近期趁補貼政策給自己換了一款高端國產手機。「以前總覺得國產高端機也不便宜，所以每每想買國產手機時都會被價格嚇跑，現在有了多重補貼，國產高端機的性價比出來了，一款價格6000元以上的手機，能便宜近千元。」



▲深圳小朋友在蓮花山公園領取無人機外賣。大公報記者毛麗娟攝



▲科技新品首發首秀與以舊換新形成良好互動。消費體驗升級為最新款手機。大公報記者毛麗娟攝

手機銷量爆升 深圳廠商加碼投資

帶動升級 春節以來，深圳一家手機廠商的製造園不斷添進新設備、提升產能。在以舊換新政策帶動下，這家手機品牌的主力機型今年銷量增長達50%。該手機廠商製造工程部部长王忠實告訴《大公報》，春節之後他們就開始拉升產能，像自動化的機械手新購進了70多台，讓產能提升了20%多。為應對下半年的銷售旺季，工廠又緊急採購了一批設備。「一方面是增加設備、提高產能，而另一方面則是讓設備更加智能化，工廠持續自主研發，將大模型與三維視覺技術融入生產流程，讓生產測試設備能夠自主進行感知和決策。」王忠實介紹。

廠商品牌部負責人告訴記者，政策紅利為公司加大產品創新提供了窗口期。「五一期間，公司180+新店入駐全國各地核心商圈，為消費者帶來更好的沉浸式購物體驗和福利，同時對旗下旗艦AI手機推出全系補貼，疊加『國補』，最高可減900元，吸引了不少年輕人的關注。」他透露，3000至6000元價位段手機銷量漲幅最大。

大公報記者毛麗娟



▲早前外國網紅「甲亢哥」在深圳華為門店旗艦店直播體驗摺疊手機。

首發經濟開花

- 1月以來，華為、比亞迪等本地手機、汽車廠商紛紛發布新品。

以舊換新火爆

- 截至4月21日，全市通過以舊換新帶動汽車銷售**3.9萬**台，家電和數碼產品銷售**619.8萬**台。

人貨流量續升

- 港口集裝箱吞吐量**839.52萬**標箱，同比增長**17.1%**；機場旅客吞吐量**1655.22萬**人次，同比增長**6.3%**。

旅遊消費向好

- 旅遊過夜總人數**874.96萬**人次，同比增長**9.3%**。其中，入境過夜遊客同比增長**10.6%**。

大公報記者毛麗娟整理

深圳一季度消費亮點

重慶「寵客套餐」帶火榮昌文旅

文體旅遊 中共中央辦公廳、國務院辦公廳日前印發的《提振消費專項行動方案》在「擴大文體旅遊消費」部分提出，深化線上線下、商旅文體健多業態消費融合，創新多元化消費場景。重慶西部小城榮昌區敏銳地接住「滷鷄哥」與美國網紅「甲亢哥」帶來的「潑天」流量，順勢而為，成為五一假期火爆出圈的旅遊城市：今年「五一」假期期間，榮昌區累計接待遊客234.4萬人次，同比增長168.2%；夏布小鎮接待89.11萬人次，同比增長743.05%，成為重慶全市景區的「人氣王」。

榮昌以「千年榮昌·2025年榮昌滷鷄非遺美食消費季」為核心，推出涵蓋美食、文旅、非遺、低空體驗的「N+1」多元「寵客套餐」。五一期間，夏布小鎮成為外國友人體驗中國非遺的熱門打卡地。來自英國、法國等多國遊客親身體驗織布、染色，感知千年技藝。一位英國遊客感慨：「這是我在中國旅行最特別的經歷之一，夏布的美獨一無二。」

「我們是4月下旬開始在夏布小鎮擺設攤位，銷售額一天比一天高。」滷鷄商家朱先生透露，以前每天營業額在2000元左右，而五一期間，是平時營業額的8至10倍。

榮昌區文旅委副主任張志秀介紹，「榮昌出台景區門票免費、停車免費、政府食堂開放等寵客舉措和服務，吸引了更多遊客，旅遊火爆，市民、商家的收益更多。」

大公報記者韓毅



▲4月30日，重慶榮昌舉行榮昌滷鷄非遺美食消費季活動。中新社

補貼疊加優惠 吉林拉動280億元消費

以舊換新 在吉林省長春市歐亞賣場家電專區，市民張先生正在辦理以舊換新手續。「用了10年的老冰箱終於換了新的，政府補貼加上商家優惠活動，省了將近2000元。」張先生告訴記者。據賣場負責人介紹，活動期間家電銷售額同比增長35%，其中以舊換新佔比達60%以上。

今年以來，在國家加力擴圍實施消費品以舊換新政策的背景下，吉林省各地商圈積極推進汽車、家電、家裝廚衛和電動單車等更新消費，讓消費者獲得實實在在的優惠。據統計，2024年4月至2025年3月，吉林省汽車報廢更新超8.8萬台，置換更新超7.6萬台；家電換新超99萬筆，家裝廚衛換新超11.22萬筆、手機「3C」產品購新超43萬筆，累計拉動消費280億元。

「最近正在看新能源車，打算把手裏十多年的油車換掉，我諮詢了政策，最高能補一萬多元呢。」長春市民楊先生告訴記者，他去看車詢價時，基本店內顧客都在諮詢以舊換新政策。

大公報記者盧冶



▲3月22日，長春市民在汽車交易會上選購汽車。中新社