桂林日报

GUILIN DAILY
http://www.guilinlife.com

今日8版
中共桂林市委员会主办
桂林日报社出版
第9995期(总第17528期)
国内统一连续出版物号:CN45-0004

2026年5月 11 星期一
农历丙午年三月廿五
四月初五小满

桂林日报公众号　在桂林客户端

■中国创新地市报20强
■中国报业融合发展创新单位
■中国报刊广告改革创新卓越贡献媒体

2025年度全国秋粮收购超3.38亿吨

新华社北京5月10日电（记者古一平）国家粮食和物资储备局最新发布数据显示，2025年度秋粮旺季收购于今年4月底结束，全国各类粮食经营主体累计收购秋粮超3.38亿吨，为近年来较高水平。收购总体呈现进度快、购销活、价格涨等特点。

据初步统计，累计收购中晚稻1.03亿吨、玉米2.22亿吨、大豆1299万吨。河南、湖南、黑龙江3省启动中晚稻最低收购价执行预案，累计收购最低收购价中晚稻418万吨。

国家粮食和物资储备局粮食储备司司长罗守全表示，本季秋粮上市早、总体质量好，农民售粮踊跃、企业收粮积极，整体呈购销两旺的良好态势，收购价格稳中有涨。

同时，优质优价特征更加明显，优质食味稻价格每吨达3200元，优质高蛋白大豆价格每吨超过5000元。

据了解，2025年度秋粮旺季收购期间，国家粮食和物资储备局强化统筹组织，细化政策措施，相机灵活开展收储调控，多措并举推动产销衔接和农企对接，积极引导各类主体入市，不断激发市场购销活力，保障收购工作顺利开展。

2026年夏粮收购即将展开，国家粮食和物资储备局将加强对夏粮收购形势的分析研判，指导各地和有关企业提前制定收购方案，扎实做好夏粮收购工作准备，全力维护粮食市场平稳运行，促进粮食价格保持在合理水平。

不断书写“小商品、大市场”新篇章

——“义乌发展经验”引领打造因地制宜发展的县域经济样本

□新华社记者邬焕庆　魏一骏　唐弢

中国县域经济的版图上，义乌的崛起堪称传奇。

不靠海、不沿边，无先天资源、无产业基础，地处浙中内陆的义乌，曾是一片贫瘠的丘陵土地。然而，凭借党委政府因势利导、改革破局，义乌将基层和群众的首创精神转化为发展的不竭动力，用小商品链接全球大市场，在时代浪潮中完成了一次次跃升。

习近平总书记近日作出重要指示指出，义乌小商品闯出大市场、做成大产业，形成“义乌发展经验”，这是因地制宜发展县域经济的成功实践。

从“鸡毛换糖”的拨浪鼓声，到“世界超市”的商通全球，在义乌的市面、人面、账面中，可以看到一段“莫名其妙”“无中生有”“点石成金”的生动蜕变历程，也给当下各地区立足自身资源禀赋，探索走出符合各自实际的高质量发展之路提供了启示借鉴。

一座内陆小城的蝶变之路

如果你是第一次来到义乌，那你会由衷感叹“世界超市”的美誉名副其实：国际商贸城内，8万商铺、超210万种商品让人目不暇接，各种肤色的面孔穿行其间，热络的洽谈时刻上演；城市街道上车流穿梭，沿江高楼林立，创新创业的活力处处涌动……

20世纪80年代以前，义乌并不具备发展优势，资源禀赋不突出、交通条件也谈不上便利，工业基础几乎是一张白纸。1982年，当时的义乌县委、县政府发出“四个允许”通告，为城乡经济松绑。于是，义乌农民带着“鸡毛换糖”的传统，在街头巷尾摆起小摊，开启了商贸发展的序幕。随后，城市也随着商贸业的勃兴而快速发展。

2002年底，从福建调任浙江不久，习近平同志就来到义乌国际商贸城，深入市场交易区考察调研。在浙江工作期间，习近平同志10多次到义乌调研，总结推广“义乌发展经验”。

“这个地方，既不临海也不临边，怎么就变成了全世界的一个贸易中心呢？是因为义乌人做到了‘无中生有’‘莫名其妙’。”2023年在义乌考察时，习近平总书记再次点明“义乌发展经验”的精髓。

坚持兴商建市，促进产业联动，注重城乡统筹，推进和谐发展，丰厚文化底蕴，力求党政有为。“义乌发展经验”六方面核心内容精准总结，清晰定位，义乌沿着正确方向一以贯之，让“拨浪鼓”的声音摇响世界。

“小到针头线脑，大到机械装备，世界需要什么，义乌就有什么。”义乌伊拉克商会副会长卡米莱道出全球采购商的心声，也总结出“世界超市”的独特魅力。

目前，义乌小商品市场经营主体突破126万户，经营面积突破800万平方米，日均客流近30万人次，贸易覆盖全球230余个国家和地区，2025年外贸出口额居全国县（市、区）首位。

市场旺则产业兴，强劲的商贸势头也带动着产业链发展。依托庞大的市场需求，义乌不仅在本土催生了无缝织造、服装、饰品、日用品等优势产业集群，还形成“市场带产业、产业强市场”双向闭环，带动全国超3200万人就业。

“义乌始终坚持‘兴商建市’不动摇，持续完善市场体系、拓宽贸易渠道、优化贸易结构，不仅经济总量不断迈上新台阶，全球小商品贸易枢纽的优势也持续得到巩固，为服务构建新发展格局努力作出更大贡献。”金华市委副书记、义乌市委书记叶帮锐说。

尊重市场、政府有为的探索实践

在浙江盈和国际物流有限公司，创始人程科源敏锐洞察巨大的贸易物流需求，将传统的“港到港”国际货运升级为“门到门”的标准快递服务。2003年，他从老家江西来到义乌从零起步，以个人和企业的发展，亲历见证着改革创新的坚实步伐。

（下转第七版）

2026年桂林市新媒体宣传季启动仪式

暨桂林大型山水实景微短剧产业基地揭牌仪式举行

本报讯（记者李思静）5月9日，由桂林市委宣传部主办，桂林市委网信办、桂林市融媒体中心承办的“大山水·V桂林”2026年桂林市新媒体宣传季启动仪式暨桂林大型山水实景微短剧产业基地揭牌仪式举行。市委常委、宣传部部长陆波出席并讲话。

陆波指出，新媒体格局日新月异，AI技术让创意直达亿万受众，微短剧成为文旅传播、产业升级的核心赛道，全市宣传思想文化旅游系统作为宣传战线主力军，要积极思考如何在全民创意浪潮中坚持守正创新，依托桂林独特山水资源，将融媒体优势转化为产业优势，将文旅流量转化为发展增量，实现城市品牌宣传产生质的飞跃。

陆波表示，今年，启动仪式与基地揭牌仪式合办，期待大家将桂林的自然灵秀、文化积淀与都市气象融入到微短剧、短视频等新媒体产品创作中，并以产业基地落成为契机，汇聚多方力量、深耕精品创作、深化多元融合，讲好桂林故事、激活文旅动能、壮大产业生态，将桂林打造成全国山水实景微短剧产业新高地，让更多人领略桂林、向往桂林。

据悉，2026年桂林市新媒体宣传季启动后，将在抖音、微博等网络平台开设#大山水V桂林#话题，开展联动传播，并策划推出系列新媒体作品，组织网络名人、媒体采风等活动，打造一批爆款产品，构建起官方引导、全民参与、多元传播、同频共振的宣传格局。

市领导区捷、杨莎莎、文建中参加活动。

《新民歌大会》9分钟创演　让文人先贤“梦幻联动”

在桂林　共赴一场穿越千年的“雅集”

□本报记者　韦莎妮娜

日前，广西广播电视台《新民歌大会》第三季第六集走红朋友圈。在这一期节目中，主创团队将舞台设在了桂林木龙湖景区，为观众们带来了一场梦幻唯美的古韵今声创演秀。节目视频发布后数小时，便得到了1.1万次的转发和1万次点赞。

当浪漫山水邂逅国风舞台，当非遗古韵碰撞人文诗魂，当古代的东方美学在新时代迎来自发复兴，桂林的文化自信，就如漓江水一样强劲奔涌，生生不息。

▲表演现场。

▲拱桥、楼阁、画舫倒映水中，仿佛古籍中的风雅世界缓缓苏醒。

◀演员们扮演的古人惟妙惟肖。

（本文图片均由《新民歌大会》节目组供图）

9分钟“穿越”　文人先贤齐“活”了

夜幕四合，一轮皓月从江上升起。画家张择端笔下《清明上河图》中的市井人物突然“活”了过来。镜头推远，木龙桥上，人声鼎沸，好不热闹。有人研墨写书法，有女子售卖调香，贩花人为顾客簪花，还有人围着茶摊品茶，投壶放鸢，谈笑风生。直至夜深，这场热闹的“雅集”才渐渐散去。远处的逍遥楼上，灯火依旧璀璨，伊人独倚栏杆，只传来阵阵“曲终人不散，山水不寂寥”吟哦声，桂剧唱腔婉转，余音绕梁。

这是《新民歌大会》第三季第六集“雅集”主题的开场。仅仅一分钟，就让观众穿越到了数百年前的场景。随着镜头一转，国家级非物质文化遗产宏音斋笙管制作技艺代表性传承人、两届格莱美奖得主吴彤携手广西毛南乐队，将一首《落了白》重新整编，焕新演绎，千年雅乐笙箫碰撞原生态的民族摇滚，令人耳目一新。紧接着，傩面、蒲琴、桂林火壶轮番登场；木龙塔前，衣袂翩翩的天女，将花瓣撒下成雨，中式美学在此刻体现得淋漓尽致。

节目中最妙的是随着歌曲渐渐激昂，由演员扮演的历朝历代的大文豪们也齐聚木龙湖畔，完成了一场“梦幻联动”。

张九龄腾空拔剑，在江上一舞；张择端桥畔挥毫泼墨，绘一城烟火；韩愈临江，吟咏“江作青罗带，山如碧玉簪”，道尽桂林山水形胜；王正功亭间抒怀，“桂林山水甲天下，玉碧罗青意可参”的千古名句流传八百年；李白酒肆高歌，“大鹏一日同风起，扶摇直上九万里”道尽人生豪迈，千古风流。还有徐霞客与静闻和尚凭栏叹咏，“生平只负云小梦，一步能空天下山”，尽显“朝碧海而暮苍梧”的河山情怀。

9分钟的创演，浓缩了顶级的山水、顶级的东方美学、顶级的诗词，将雅景、雅乐、雅韵、雅事一并呈现，让观众目睹了一场风雅的人文盛事。

桂林山水有景更有“魂”

从“桂林古八景”之一的天然音乐厅七星岩到镌刻着“桂林山水甲天下”千古名句的独秀峰；从气势恢宏有600多年历史的靖江王府，到承载着璀璨石刻历史的桂海碑林，在一路寻找理想创演场地的过程中，创演团队的嘉宾们也用双脚丈量着桂林的山山水水。

（下转第二版）

『桂字号』农业品牌高质量发展

聚力品牌强桂　共绘出海蓝图

专家学者共商

广西云-广西日报讯（记者谢琳琳　通讯员覃铮）当前“桂字号”农业品牌正面临从“产品出口”向“品牌出海”转型的关键期，如何攻克海外市场准入门槛高、认证成本昂贵、涉外知识产权保护难等“拦路虎”？5月9日，第十个“中国品牌日”来临之际，2026年广西农业品牌高质量发展座谈会在南宁召开，职能部门负责人、企业代表、行业专家、行业协会及媒体代表等30余人汇聚一堂，共商“桂字号”农业品牌提质增效与国际化发展新路径。

截至2025年底，广西已发布8批次“桂字号”农业品牌目录，累计认定品牌673个，品牌总价值突破5000亿元。其中，横州茉莉花茶、百色芒果作为标杆品牌表现亮眼：横州茉莉花茶以164.56亿元品牌价值位列中国区域品牌百强榜第17位，百色芒果以111.35亿元品牌价值位列第31位。两大品牌均入选中欧地理标志协定，凭借过硬品质与国际认证优势，成为“桂字号”农业品牌出海先锋。

如何培育更多的出海“桂字号”品牌？与会企业代表直面产品出海遭遇的发展痛点，直言期盼获得合规指导、标准对接和海外运营等系统性专业支持。与会专家精准把脉、对症支招，提出由职能部门牵头组建“桂字号”品牌出海联盟，整合企业需求对接海关与国际认证机构，推行批量认证降低合规成本；建立“一国一策”标准数据库，提前预警贸易技术壁垒。与会行业协会立足细分赛道，围绕产业集群培育、行业标准制定、公共品牌运营等分享经验，提出“一业一策”协同发展思路，助力农业品牌规模化、规范化发展。媒体代表建议打造立体化传播矩阵，依托短视频直播、海外社交平台，以“企业+基地+媒体”联动模式，深挖乡村振兴故事，让桂味农品破圈出海、广获认可。

本次座谈会由广西农业品牌促进会主办，以“聚焦品牌赋能·共话农业强桂”为主题，搭建政企研协媒对接平台，推动“桂字号”农业品牌行稳致远，擦亮广西农业高质量发展金字名片。

我区打造乡村全面振兴“科技轻骑兵”

广西云-广西日报讯（记者莫迪）“看着曾经的石漠荒山变成绿油油的桑园，农户靠种桑养蚕过上好日子，我觉得所有的辛苦都值得。”“看着农户的养殖规模越来越大，我觉得自己的坚守和付出都有了意义。”5月9日，自治区党委宣传部举行广西“最美科技特派员”代表记者见面会，邀请5位2025年广西“最美科技特派员”代表分享奋斗历程和感人事迹。

自治区蚕业技术推广站农业技术推广研究员罗坚深耕蚕桑科技推广34年。在12年的科技特派员生涯中，他常年扎根石漠化片区，创新蚕业生态高效技术，建立19个示范基地，培训3162名农户，让方格蔟使用率达99.6%，助力农户增收，用技术为石漠化地区蚕桑产业发展插上翅膀。

从事广西道地药材研究30余年，14年坚守科技特派员岗位，广西药用植物园三级研究员白隆华以“科研+基地+农户”模式扎根基层，建立中药材规范化种植基地600多亩，推广罗汉果种植技术2万亩，带动4000多户药农增产增收，让中药材成为乡村全面振兴的致富产业。

科技特派员之路一走就是8年，自治区农业科学院蔬菜研究所副研究员蒋慧萍专注水生蔬菜研究推广，她创新“春藕+夏藕”双季莲藕种植模式，辐射推广20万亩，效益提升30%以上，让水生蔬菜成为农民增收的金名片。

10年科技特派员生涯，桂林市经济作物技术推广站正高级农艺师高立波累计服务540余天，培训4200余人次，服务60余家企业，推广80多个优新品种、25万亩农作物“三避”等实用技术，累计带动增收超14亿元。

田林县农业农村局农业科技教育站农业技术推广研究员杨丽霞连续8年被选派为乡村科技特派员，打造“香姜鸡”等特色品牌近30个，带动1100多人就业，使畜牧产业成为该县乡村全面振兴的支柱产业之一。

他们扎根基层、服务“三农”的鲜活实践，是广西4000余名科技特派员队伍不忘初心、牢记使命的生动缩影；他们的付出，激发了科技赋能乡村振兴的强大力量，无愧于乡村全面振兴“科技轻骑兵”。

这些年，广西科技特派员已形成特色工作模式。

“一县一团+产业组队”服务。以县域为单位组成100个服务团，实现县域服务全覆盖；围绕县域优势特色产业组建产业服务队，推行“一县一方案、一业一团队”，实现产业服务专业化。

“输血+造血”人才培育。推行“科技特派员+本土人才”结对帮带机制，20个国家乡村振兴重点帮扶县科技特派团通过“师傅带徒弟”“团队带团队”帮带本土人才1700多人，培育“土专家”“田秀才”等本土科技人才；依托“田园课堂”“云课堂”开展“点单式”培训，累计培训农民超10万人次。

“数字化+精准化”供需对接。依托“八桂科农服务平台”，实现农业生产技术需求发布、人才匹配、服务监管、绩效考核全流程数字化，近两年精准匹配供需1.8万余次，对接成功率90%以上，组织科技特派员开展进村入户需求调研，建立常态化需求收集、反馈、服务机制，让科技服务精准对接农民急难愁盼问题。

发行、征订热线：2825092　广告热线：2802864　新闻电子信箱：glrb2008@sina.com　值班编委　王卫红　苏文娟　责任编辑　曾龙晖　责任校对　陈建师