

# 我国自主研制的6000米级深海无人遥控潜水器“海琴”号在南海成功海试

新华社“中山大学”号8月24日电(记者张建新)23日清晨,在南海飘着小雨的蓝色晨曦中,我国自主研制的6000米级深海无人遥控潜水器(ROV)“海琴”号,经过8个小时作业,从4140米深海凯旋,成功进行海试,我国深海研究又多了一个“科考利器”。

“海琴”号由上海交通大学水下工程研究所自主研制,是为“中山大学”号海洋综合科考实训量身定制的新型高效深海电动ROV系统,搭载了高清摄像机、多功能机械手、探测传感器等科考设备,具备自动定向、悬停定位、自动巡线等智能作业能力。

22日22时许,“中山大学”号抵达南海中部的海试站点,漆黑的海面上正下着雨。船上开启动力定位系统,将船稳稳地停在海面。在船舱主甲板,“海琴”号操作团队和船上技术团队冒雨作业、密切配合,重达3.6吨的“海琴”号被船艏A型架缓缓吊起,对接上止荡器、外摆入海、加挂浮球后,就拖着船上长长的光电复合缆,一头“扎”进了深海。

在“海琴”号水面监控动力站,12个整齐排列的显示屏,将“海琴”号在海里的一举一动尽收眼底。显示屏上数据不断跳动,海水越来越深,到4140米,坐底了!一阵细膩的尘土,好似海底腾起的烟

雾,让镜头前一片模糊。“海琴”号采集了海底沉积物样品并放置了标识。

“海琴”号于8月20日和21日,还先后进行了320米和1600米海试,采集到海绵、海星、海参、深海鱼类以及海底岩石等科研样品。

中山大学海洋科学考察中心探测技术总工程师、“海琴”号ROV海试暨“海斗一号”科学应用航次领队崔运璐表示,“海琴”号经过由浅到深的多次下潜,充分验证了各项功能和性能的技术指标,达到了设计目标,满足了设计要求。通过海试,船上技术团队与“海琴”号操作团队进行了充分磨合,为设备后续常态化

应用奠定了基础。

“中山大学”号于8月13日从珠海起航执行“海琴”号ROV海试暨“海斗一号”科学应用航次,来自中山大学、上海交通大学、中国科学院沈阳自动化研究所等国内19个单位的89名队员参加。在船上科考中心,“海琴”号从深海发回的“现场直播”,吸引了大家观看讨论。

在本航次中,我国首台作业型全海深自主遥控潜水器(ARV)“海斗一号”也开展了科考应用。这是我国科考船上首次进行两套不同深度、不同功能的深海无人装备同船作业,为构建多样化深海任务安全作业流程,提供了重要实践依据。

# 织密医疗保障网

## ——我国基本医保制度不断完善

医保,关系着每个人的切身利益,是民生保障中的重要一环。

以解除全体人民的疾病医疗后顾之忧为根本目的,“十四五”以来,我国医保提质扩面广覆盖,进一步减轻人民群众疾病医疗负担,守好“看病钱”“救命钱”。

### 全民参保进入新阶段

国家医保局局长章轲介绍,“十四五”期间,全国基本医保参保率稳定在95%左右。2021年至2024年,累计近200亿人次享受医保报销。

“居民医保是我送给孩子的第一份礼物!”山东济南刘女士产后住院时,便线上为孩子办好了医保。

新生儿凭出生证明就可以参保,参保后即可享受待遇;进一步放开参保户籍限制;创新建立参保缴费激励约束机制……我国全民参保进入新阶段。

——扩大生育保险覆盖面,截至2025年6月,有2.53亿人参加生育保险,基金累计支出4383亿元,享受待遇9614.32万人次。

“目前,全国有近六成统筹地区将生育津贴直接发放给参保女职工。”章轲说,我们将加快新生儿护理、分娩镇痛等价格项目立项,促进儿科、产科优化服务,积极推动目录内生育医疗费用全报销。

——完善大病保险、医疗救助制度。“十四五”时期各项医保帮扶政策惠及及农村低收入人口就医达到6.73亿人次,减轻费用负担超过6500亿元。

全额资助特困人员和孤儿参保,定额资助最低生活保障对象参保……确保困难群众应参尽参、应保尽保的医疗保障网正不断织密织牢。

国家医保局副局长黄华波介绍,将继续落实基本医保参保长效机制,并推进职工医保个人账户跨省共济,进一步巩固和扩大参保覆盖面。

### 待遇保障拓展新内涵

为了破解职工个人账户“资金沉睡”困局,国家医保局推出了“医保钱包”功能:打破地域限制,参保人可以将医保个人账户资金划转给配偶、父母、子女等近亲属,为其支付医药费用。

跨省共济,只是医保待遇保障“扩容”的一个缩影。全面建立职工医保门诊共济保障机制、开通并优化居民普通门诊报销待遇、全国31个省份和新疆生产建设兵团均已将辅助生殖纳入医保报销……更多医保政策正为老百姓带来实惠。

今年6月,一堂关于生活护理细节的培训课程在杭州职业技术学院护理专业实训教室内开展。这是浙江省长期照护师的首期培训。

“长期护理保险试点范围已扩大至49个城市,目前还在持续扩大范围,参保群众近1.9亿人。”国家医保局副局长李滔介绍,将继续会同有关部门加快建立适应我国基本国情、制度逐步覆盖全民、政策规范统一的长期护理保险制度,妥善解决失能人员长期照护问题。

待遇保障的拓展,不仅要为老百姓提供托底保障,也要让老百姓获得高性价比的医疗服务。

全国医保定点医药机构达到110万家,10批药品集采覆盖435种药品、连续多年开展医保药品目录调整,目录内药品总数达3159种……多项举措进一步减轻了人民群众疾病医疗负担,提供更加便利的医疗服务。

### 医保服务不断升级

“以前看病得带卡、排队、复印材料,现在刷个脸就行!”在宁夏银川市兴庆区通贵乡卫生院,刚报销完的李大爷对“刷脸就医”连连点赞。

全国统一的医保信息平台系统响应时间实现毫秒级、全国跨省联网定点医药机构达64.4万家、基本医保关系转移接续、生育保险待遇核定与支付等8项高频事项实现“跨省通办”……聚焦群众医保领域急难愁盼,大数据、人工智能等技术正让医保便民服务更加触手可及。

在赋能医保服务的同时,数据化、智能化也让欺诈骗保等违法违规行为更加无处遁形。

据介绍,我国医保基金监管体系已全面建立,已累计追回医保基金超1000亿元。

“今年以来,飞行检查实现了所有统筹地区、各类医保基金使用主体全覆盖。”黄华波说,同时,我们深入治理医保“回流药”历史顽疾,开展应用追溯码打击欺诈骗保和违法违规行为专项行动。

医保,一头连着社会民生,一头连着医药产业。“十四五”以来,医保基金累计支出12.13万亿元。”章轲说,12.13万亿元既为人民群众看病就医报销提供资金保障,也为医药行业发展、医药技术进步、产业转型升级提供支持。

章轲表示,国家医保局将持续管好、用好医保基金,在守护全体人民生命健康的同时,也为包括医药产业在内的各相关产业发展持续注入强劲动力,在更高水平上助力健康中国建设。

新华社北京8月24日电 新华社记者 彭韵佳 徐鹏航



## 处暑时节收获忙

8月24日,在湖南省衡阳市祁东县归阳镇,当地村民在晾晒稻谷(无人机照片)。

处暑时节,各地农民抢抓农时劳作,田间地头一派忙碌景象。 新华社发 曹正平 摄

## 山水之城 夜色璀璨

这是8月23日拍摄的重庆夜色。

夜幕下的重庆灯火璀璨,魅力十足。今年4月19日起,每周六和重要节假日夜晚,重庆举行“魅力重庆”无人机灯光秀常态化展演,进一步带火重庆“山水颜值”特色夜间消费,成为具有山城辨识度的消费新场景。

新华社记者 王全超 摄



# 首届全国赛落幕 “村超”聚力再出发

“这是一个新起点!”回想23日晚“村超”全国赛总决赛落幕的场景,已忙碌了整整两周的杨兵感慨地说,“村超”又翻开了崭新一页,将与各地携手,向“中国村超”“世界村超”不断迈进。

杨兵来自中国乡村足球联赛“村超”的发源地、贵州省黔东南州榕江县,是中国建设银行天柱支行行长。但他最为人知的身份,是“村超”的“行了解说员”。

自2023年“村超”出圈以来,作为赛事发起人之一的杨兵,一直忙碌在幕后。幕后,他一直参与赛事的筹备、组织等工作;台前,他解说了数百场“村超”比赛,包括三届“村超”总决赛。

23日,首届“村超”全国赛总决赛迎来终极之战——广东肇庆金利诚峻足球队和广东和平商会足球队上演了广东“德比”,最终前者2:0获胜夺得总冠军。

在平均每天解说两场赛事且几乎每晚开展全国赛直播访谈的杨兵看来,首届全国赛的成功举办,标志着“村超”的发展迈上了一个新阶段:从赋能各地到携手共进。

2024年12月,榕江发布携手全国各地筹办首届“村超”全国赛消息。

首届全国赛共覆盖34个省级行政区36个赛区,经过约5个月角逐,从683支球队中选拔出51支球队赴榕江参赛。

36个赛区、683支球队的背后,是榕江与各地团结协作的胜利——榕江派出多个全国赛工作组,奔赴、协助多数赛区从赛前策划、赛事安排、文旅融合、新媒

体传播等方面开展孵化或指导。

7月12日,在云南省楚雄彝族自治州体育场,“村超”全国赛云南赛区暨云南鲜花足球超级联赛“花超”隆重启幕。榕江不仅派出“村超”球队参与开场友谊赛,还派出“村超”主持人、啦啦队、推荐官、解说员等助阵。

“之前我从网络看到山西孝义、河北保定、湖南保靖、陕西汉阴等多个赛区融合了体育与当地文化的盛大开幕式。”杨兵说,直到参与了云南楚雄赛区的活动,他才真切感受到“村超”之火形成的燎原之势。

“此前,无论是‘村超’联赛、‘村超’美食友谊赛,还是‘村超’‘一带一路’国际友谊赛,都是通过榕江办赛把人吸引过来。”杨兵说,全国赛则是把“村超”的

草根足球火种播撒出去,把“村超”的办赛模式复制出去,是把“村超”的乐子和路子进行共享。

“村超”的“三步走”战略,是从“榕江人自己玩”,到“吸引全国人民一起玩”,再到“吸引全世界人民一起玩”。全国赛的开展,不仅继“村超”美食友谊赛后深度实现“吸引全国人民一起玩”,还逐步发挥“带动全国人民一起富”效应。

23日总决赛当天,湖北竹溪赴榕江考察并签约拿下2026年“村超”全国赛新一个赛区席位。“全国赛的成功举办,让‘村超’品牌得到了更高认可。”杨兵说,“未来大家将会以参与者身份聚力汇智谋划‘村超’,共建共享共赢‘村超’。”

据新华社贵阳8月24日电

# 释放体育消费潜力 助力经济社会发展

## ——专家谈体育产业高质量发展

近日,国务院常务会议就释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见进行研究。会议指出,发展体育产业和体育消费是落实扩大内需战略的重要内容。

专家表示,体育消费作为重要的改善型消费,在落实促消费、扩内需战略中的重要性日益凸显。体育产业正成为国民经济中最具活力的领域之一。落实此次会议精神,必将进一步激发体育消费潜力,让体育产业高质量发展为经济社会发展注入强劲动能。

### 体育消费潜力巨大

中央财经大学教授王裕雄表示,近年来,众多重要的现象级消费事件都围绕体育消费展开。2024中央经济工作会议要求积极培育体育消费等新的消费增长点,2025政府工作报告提出释放体育消费潜力,此次国务院常务会议研究释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见,将进一步提振市场信心,推动体育消费持续高速增长。

2025年上半年,京东、淘宝、天猫、抖音等四家电商平台体育用品零售额达到2181.67亿元,较去年同期的1856.78亿元增长17.5%,远高于2025年上半年全国实物商品网上零售额增速的6.0%。

“数据表明,体育消费潜力巨大。”王裕雄说:“由于在体育消费中,服务消费占比一直在提升,因此其增速应比体育用品消费更快。”

他认为,可通过供给侧创新持续释放消费潜力。例如,加强传统体育用品制造业领域的转型升级。可扶持一批“专精特新”制造业企业,加强数字技术、人工智能和物联网技术在体育用品中的应用,推动体育用品制造业企业向服务业领域拓展延伸,培育一批面向智能化时代的隐形企业和独角兽企业。

### 赛事溢出效应明显

会议提出丰富体育赛事活动。对此北京师范大学教授王兆红认为,从“村超”出圈到“苏超”火爆,草根体育赛事的活跃是典型案例。

体育赛事活动具有很强的溢出效应和辐射作用。尽管“苏超”本身门票可能只有十块钱,但它能拉动交通、住宿、餐饮等诸多相关消费。同时,“苏超”等广受群众欢迎的赛事活动具有振奋精神、凝聚人心的作用。

王裕雄也表示,体育赛事活动和体育产业除其经济效益外,在乡村振兴、区域发展、提升群众幸福感等方面也凸显了独特的社会效应,而这反过来也会促进居民的消费意愿。

他说:“群众体育以往多被认为是体育事业属性,更多需要花钱。但‘村超’‘苏超’等证明了,群众体育也可以是体育产业的一块富矿。”

两人都谈到,与群众赛事相比,职业体育赛事周期长、球迷群体大,更应发挥头部效应,消费潜力有待进一步挖掘。

### 培育扩大消费群体

对于激发体育消费需求,拓展体育消费场景,王兆红认为,两者是相互作用的关系。

大众体育意识的增强会产生运动技能培训及产品购买的需求,进而促进体育消费场景的快速拓展并激发需求。

以青少年体育为例,近年来家长观念的改变和青少年体育的蓬勃发展,有效带动了青少年参与体育运动。以青少年为主要消费群体的体育培训业,是目前最为活跃的体育产业赛道之一。

“青少年是现在和未来的体育参与者和消费者。”王兆红说,“青少年体育是释放体育消费潜力的基础引擎。”她认为,通过学校体育、课外培训、青少年赛事活动等多种方式,激发青少年体育兴趣,养成终生运动习惯,不仅本身产生体育消费,更关乎体育产业的未来。

一般而言,孩子从事一两项体育运动,会带动整个家庭的体育消费直线上升。同时青少年对新技术、新产品、新场景的接受度更高,发展青少年体育,不仅能带动家庭体育消费,也有助于激活体育消费细分领域的增长潜力。

反过来,青少年体育消费需求的持续增长,会吸引更多社会力量进入这一领域,在丰富体育场地建设、开发青少年运动课程和休闲服务供给等方面积极作为。

### 业态融合创新场景

随着经济社会发展,电竞、户外、冰

雪等新兴的运动项目和消费需求也不断涌现。借助2022年北京冬奥会的“冬”风,我国冰雪运动和冰雪经济实现跨越式发展,成为全球最活跃的冰雪消费市场之一。

王兆红介绍,以2024—2025冰雪季为例,全国滑雪场累计接待客流量达2.56亿人次,同比增长13.5%。全国滑雪场内的消费笔数达1.96亿笔,同比增长72.53%,消费金额达786.13亿元,同比增长12.88%,呈现出巨大增长潜力。冰雪消费市场呈现出消费群体年轻化、消费需求多样化、消费方式智能化的趋势,发展前景广阔。

谈到体育消费场景的创新,王裕雄表示,近来各地重视通过体育赛事助力城市营销,通过“赛事进景区、进街区、进商圈”将“流量变为消费增量”,通过旧厂房改造和建设体育综合体,进一步优化设施布局,实现了体育业态与商圈经济、夜经济等城市经济形态的深度融合,未来可进一步推动各地文旅商融合发展。

他还提到要大力发展金融服务。要立足体育产业发展的阶段性特征,创新性运用各类金融工具产品来满足体育产业发展的金融需求。围绕体育消费场景,联合打造一系列“体育+”的主题消费场景,充分发挥金融促进体育消费的功能。

此外,“粉丝经济”也是促进体育消费的重要板块。王裕雄认为,运动员身上的无形资产分为运动技能和影响力,通过开发无形资产,树立正向、积极、健康的榜样也对激发粉丝群体的体育消费需求有重要意义。

据新华社北京8月24日电