

不懈创新助推高铁后发赶超

齐慧

中国高铁成功靠的是创新战略,保持创新精神以及打磨提升细节。为巩固优势,要保持对创新的投入和对技术发展的敏锐。

6月25日,随着全国铁路第三季度列车运行图开始实施,复兴号智能动车组扩大到京沪、京广、京哈、徐兰及成渝高铁开行。

4年前的同一天,具有完全自主知识产权的中国标准动车组刚刚被命名为“复兴号”。4年间,从命名首发到扩大运营范围,再到智能动车组在京张高铁实现时速350公里自动驾驶,直到此次扩大智能动车组运营范围,复兴号通过不断创新,一次次将我国高铁技术水平推向新高度。

我国高铁之所以能够有这样的成绩,既得益于中国特色社会主义制度集中力量办大事的优势,也源自持续不断的创新。

中国高铁成功靠的是不断创新战略。我国高铁起步较晚,但从规划起就目标明确,不能采取拿来主义,也没有走捷径,而是坚持走进消化吸收再创新的路子。从机车到系统,一点点研究,一步步突破,从跟跑到并跑再到领跑,逐步搭建起自有技术平台,最终打造出拥有纯正“中国血统”的复兴号。

中国高铁成功靠的是保持创新精神。创新并非一时之功,中国高铁难能可贵之处在于始终保持了创新的精神,不断寻求突破。有了普通的高铁,就开始研发适应高寒气候的高铁。高寒地区有了高铁,适应高原气候的高铁又纳入日程。当中国高铁在各种极端环境中任意驰骋时,高铁研发机构又开始为它们提升“脑力”,打造复兴号智能动车组。

中国高铁成功更是靠不断打磨提升细节。以此次扩大开行的复兴号智能动车组为例,它并不是简单地将京张高铁上运行的智能动车组搬运到其他线路上,而是总结已有的智能动车组运行经验,在多个方面增设智能配置,推动服务功能不断优化。同时推出不同编组的新型“复兴号”智能动车组,更好适应各种条件,力求更好满足需求。

当前,我国高铁已经实现了后发赶超,整体领先世界。接下来,仍然要保持创新的投入,巩固来之不易的优势。此外,还要保持对技术创新的敏锐。虽然我国高铁规模和技术已经实现了世界领先,但竞争依然在继续。曾经领先的国家并不会甘于落后,有的寻求新的科技突破,有的研发新的模式,希望能够夺回领先地位。面对激烈的竞争,我们要始终保持对创新的敏锐和热情,不断追求更加先进的技术,占领竞争制高点。

人民的需求就是科技努力的方向,也是科技发展的目的所在。复兴号智能动车组,除了在智能运维水平上的提升外,更多的精力放在提升出行体验上。无论是无障碍车厢的设置,还是更优质的移动网络服务;无论是更加舒适的座椅,还是增加手机充电口,诸多改变都力求让服务更人性化。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出,坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位,把科技自立自强作为国家发展的战略支撑。作为科技自立自强的典范,高铁的成功经验为各行各业开展创新提供了可借鉴的样板。

业界点睛

本版编辑 陶 琦 吉亚娇

夏粮产量再创历史新高

本报记者 吉蕾蕾

提起今年夏粮的收成,河北省三河市杨庄镇大曹庄村种粮大户马继涛表示“挺满意的”。“今年是个丰产年,也是丰收年。”马继涛告诉记者,他承包的400多亩地都种的小麦,小麦长势特别好,亩产达1260斤,比去年增加了200斤左右,小麦收购价每斤达1.25元,价格也比去年高了不少。

来自农业农村部消息证实了马继涛的说法。眼下全国麦收基本结束,据农业农村部消息,从各地实打实收和各方反映的情况综合研判,今年夏粮再获丰收,产量再创历史新高。

小麦的丰收还可以更直观。“去年收割机一仓要收3亩地,今年一般收2亩地就满仓了。”从5月27日开始跨区作业,收割面积已达2500多亩的收割机手宋铁君告诉记者,今年机收作业前,他都会因地制宜调整农机状态,作业时始终匀速前进,尽量做到脱粒充分、筛分彻底。

颗粒归仓的收获来之不易。中央农办主任、农业农村部部长唐仁健近日在河北省三河市调研夏收复种时表示,夏粮是全年粮食生产的第一季,经过各地各部门的共同努力,夏粮先后过了“倒春寒”、病虫害、抗倒伏等多个关口,实现首战告捷,为全年粮食产量保持在1.3万亿斤以上打下了坚实基础。

人努力,天帮忙。“夏粮丰收是各种主客观因素共同作用的结果。”唐仁健分析说,一方面,中央出台了一系列含金量高的扶持政策,有力调动了农民种粮积极性,夏收小麦面积扭

转连续4年下滑势头,增加了300多万亩,达到3.35亿亩;另一方面,各地多渠道筹措资金,加强高标准农田建设,合理调配肥水,加强技术指导,夏粮单产又创新高,预计每亩有望提高3公斤。

值得关注的是,今年小麦全产业链减损更加高效。虽然上半年小麦重大病虫害重发态势,由于中央和地方及时安排21.3亿元开展小麦病虫害防控,确保了麦区病穗率控制在3%以内,把损失降到最小。同时,机收减损效果也进一步显现,中央对联合收割机加快更新换代,各级农业农村部门积极推广标准作业,多数主产区机收损耗比往年降低1个百分点以上。此外,去年秋冬以来,气象条件总体较好,“麦收八十三场雨”场场不落,下的都是时候,土壤墒情为近年来最好,光温匹配好,利于小麦生长。

目前,除双季晚稻外,秋粮作物播种基本结束。总体看,今年秋粮面积稳中有增,出苗长势总体正常,但夺取丰收还面临着区域性阶段性旱涝灾害、重大病虫害暴发流行等不确定因素。

为千方百计夺取秋粮好收成,农业农村部近日启动“奋战100天抗灾夺秋粮丰收行动”。要求各地农业农村部门全力抓好各项关键措施落实,力争实现面积稳中有增,力争秋粮面积达12.9亿亩以上;产量总体稳定,依靠科技提高单产;灾害损失可控,气象灾害损失率控制在5%左右,重大病虫害危害损失率控制



夏收小麦面积增加300多万亩,达到3.35亿亩
夏粮单产每亩有望提高3公斤

山东聊城市茌平区乐平铺镇大韩村,大型联合收割机在麦田收割小麦。
赵玉国摄(中经视觉)

在5%以内。

农业稳、天下安。为有效化解农资价格上涨对农民种粮收益的影响,近日,中央财政下达实际种粮农民一次性补贴资金200亿元,弥补今年以来农资成本上涨带来的影响,以稳定农民收入,保护农民种粮积极性。

秋粮是全年粮食生产的大头。唐仁健表示,下一步,农业农村部将按照党中央、国务院部署,一个品种一个品种、一个区域一个区域、一个季节一个季节、一个环节一个环节地抓紧抓实粮食生产,奋力夺取全年粮食和农业丰收,为“十四五”开好局、起好步,统筹发展和安全,推动经济社会高质量发展,构建新发展格局提供基础支撑。

一刻钟便民生活圈如何勾画

本报记者 冯其子

产业聚焦

清晨7点,北京市丰台区万芳路一家24小时营业的便利蜂小店,正是早上营业的高峰时间,中式、西式早餐一应俱全,商品售卖以自助选购和电子结算为主。沿着万芳路北走上几分钟,在万芳路和丰台东路的交会处,也有几家个人经营的售卖早点的餐饮小店,现场制作的鸡蛋灌饼、油条,吃起来别有一番风味。再顺着丰台东路向西延伸,不到10分钟的路上,肯德基、麦当劳、永和大王等连锁快餐店在这个时间同样售卖价值不等、品类丰富的各种早餐。

在中国大大小小的城市,这样的早餐售卖布局司空见惯。不仅如此,以早餐为代表的各类社区商业也正在大小城市中铺展开来,一端连着千千万万的社区居民,另一端连着个体工商户、小微企业、连锁企业等各类商家。

在快速发展的同时,社区商业也面临着社区居民更丰富需求的考验。近日,商务部等12部门联合印发了《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》(以下简称《意见》),瞄准解决的正是以社区居民为服务对象的便民生活圈建设相对滞后、与满足人民日益增长的美好生活需要不相适应的问题。

疏通微循环“毛细血管”

近年来,我国社区商业发展迅速,便利店等零售业态加快布局,社区团购等新模式创新迭代,社区生活服务中心等集聚众多民生服务,为居民的日常生活提供了极大便利。

“社区商业是城市商贸流通的‘毛细血管’,最贴近终端消费者,具有民生性强、消费频次高、服务场景多、便利度高等特点。”商务部研究院流通与消费研究所所长关利欣在接受记者采访时表示。随着信息技术创新应用和居民消费升级步伐加快,消费者对社区商业搭载多种服务、满足“一站式”购物需求的期待也越来越高。因此,此次《意见》鼓励“一店多能”,搭载代收代缴、代收代发、上门服务等项目,通过跨界经营提高便民服务能力。

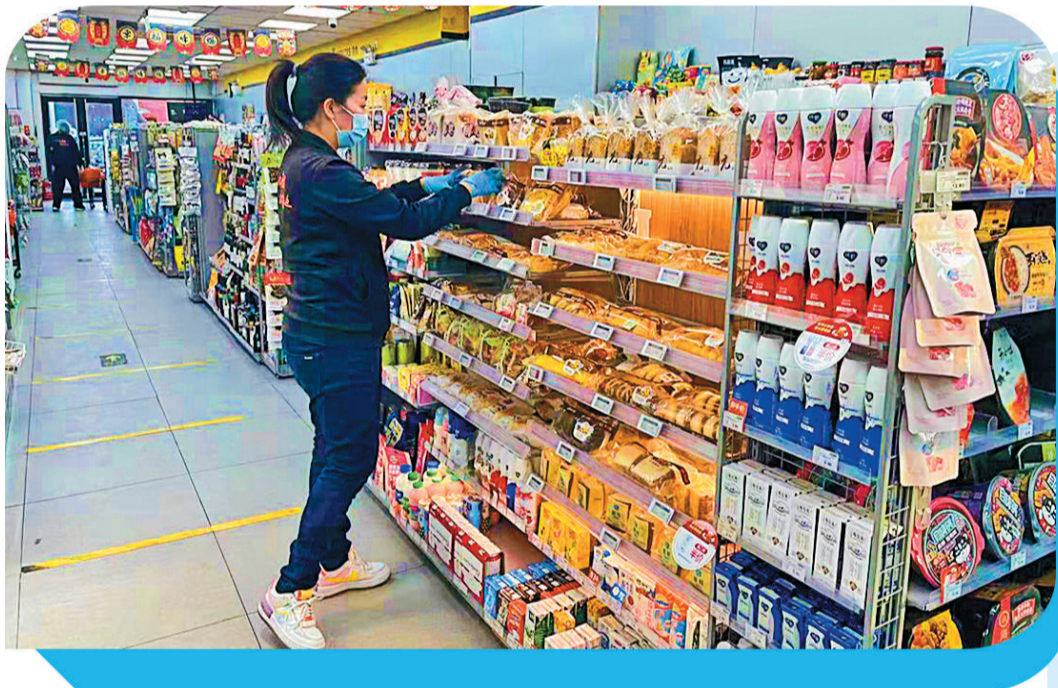
社区商业正迎来快速发展的机遇期。中国连锁经营协会、浙商证券股份有限公司联合发布《时代性大趋势系列:本地生活服务连锁研究》显示,我国第三产业增长迅速,日常消费是占比最大、最具潜力的赛道,而日常消费服务产值从2003年占比第三产业的24.8%提升至71.8%,是第三产业的主要门类。

不仅如此,突如其来的新冠肺炎疫情叠加市场格局变化,为便利店进社区,进而扩大服务网络范围提供了有利条件。

服务多样化和丰富化成为便利店打造市场差异化的核心竞争力之一。以打造多功能的共享生活休闲中心为基础,优化商品和服务项目供给,例如便利店扩大鲜食产品销售、设置店内就餐休闲等多种类型服务,丰富消费者的购物体验。

补齐“小而不精”短板

近年来,我国商务部等部门多次提出,要在城市打造“一刻钟便民生活圈”,积极推动商



业资源下沉社区,着力补齐社区商业发展的短板,不断提高社区居民生活的便利化、智能化、品质化水平。

在银川新华百货商业集团股份有限公司董事长曲奎看来,城市商业未来的方向就是大而全和小而美。“要么什么都有,要么就离社区近一点。”曲奎解释说,离社区近一点的购物中心就是便民服务,做差异化和选择性布局。“大而全,大家不愿意去,小而不精也不行。”

然而,“小而不精”的现象并不少见。关利欣认为,目前不同地区社区商业依然存在商业网点布局不均、设施老旧、新业态新技术新模式发展不平衡不充分等问题。

目前,社区商业网点配套相对滞后,一些老旧小区的商业设施升级速度也落后于消费升级。此外,社区商业购物类多,服务类少。不少地方的社区商业处于无序发展状态。

有专家表示,是否能为消费者提供高性价比的商品是社区商业的核心竞争力,供应链决定了是否有高性价比的商品。同时,企业在前端运营上还需要线上线下结合,要有足够的网点和规模并提供很好的客户体验。

谈到社区商业的发展方向,关利欣表示,未来,需要结合各地实际情况,推动科学优化布局,补齐设施短板、丰富商业业态、创新服务能力、引导规范经营,提高服务便利化、标准化、智能化、品质化水平,将便民生活圈打造成为促进形成强大国内市场、服务保障民生、推动便利消费及扩大就业的重要平台和载体。

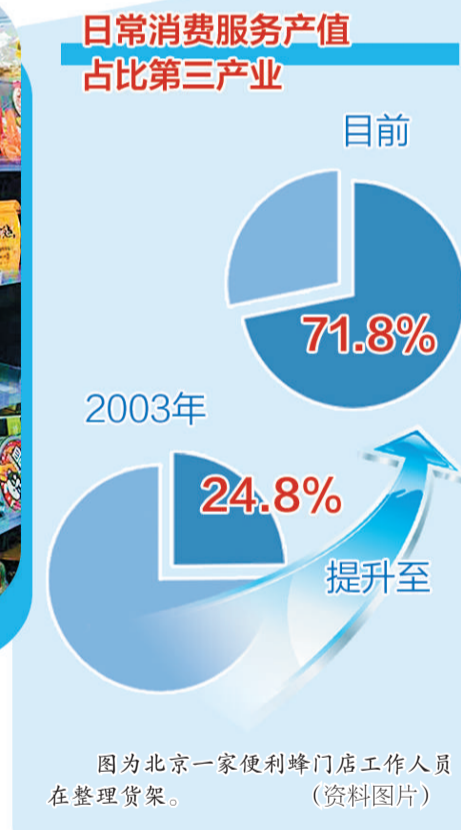
有力支撑消费创新

在构建新发展格局下,“一刻钟便民生活圈”这类城市消费对提升传统消费、培育新型消费、发展服务消费有哪些拉动作用?

关利欣表示,随着经济社会进一步发展,将有更多人进入城市就业和生活,城市消费成为我国消费市场的“基本盘”。作为城市消费的重要组成部分,社区商业的高质量发展,对于激发居民消费潜力、满足人民群众美好生活需要、形成经济发展与民生改善的良性循环、

促进形成新发展格局具有重要作用。

国家信息中心经济预测部副研究员邹蕴涵在接受记者采访时表示,在提升传统消费方面,城市居民平均收入更高,对品质生活的要求更高,这部分新需求能引导传统消费品供给加快升级,产生更高质量的新供给,从而带动传统消费升级换代。从培育新型消费看,城市居民消费观念更加开放,更易接受新业态、新模式,有利于消费业态模式加快创新。从发展服务消费看,城市居民消费结构更加偏向发展



图为北京一家便利蜂门店工作人员在整理货架。(资料图片)

型、享受型,对于服务消费的需求已经进入快速增长期,这能够为服务消费扩围提质提供支撑。总体来看,城市消费是消费基本盘的稳定器、消费创新的重要支撑。

工业机器人待解人机协作难题

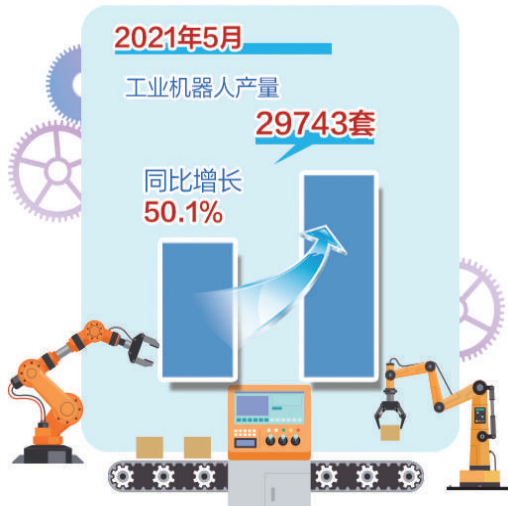
本报记者 王轶辰

今年以来,工业机器人数据亮眼。据国家统计局数据显示,2021年5月,工业机器人产量为29743套,同比增长50.1%。连续两年保持两位数以上增长。

机器人商业化和实用性对于行业而言一直是个难题。虽然传统制造业对工业机器人的需求巨大,但由于生产环境复杂,对制造工艺的要求较高,目前市场上能满足多样化需求的工业机器人产品非常有限。

“当前机器人控制技术的发展与市场对于机器人功能的要求存在错配。”赛迪顾问智能制造产业研究中心总经理张龙告诉记者,随着工业机器人技术快速发展,早期市场对于机器人代替简单劳动力的需求已经得到了充分满足,但是随着数字化、智能化进程快速推进,对于机器人运动速率、准确度的要求进一步提高,并需要机器人从解决单一工序劳动力代替演进为实现多工序串联,使得工业机器人控制技术需求持续快速地升级。

“随着工业机器人深入更多的工业场景,另一个问题开始逐渐显现,即很多工艺流程需要人机的高度协作,难以通过简单的工序切割来分开



机器人与工人,但是由于安全性等其他因素的影响,导致部分工业机器人的使用越发不便捷。”张龙补充说。

如何让机器人更实用正成为行业下一步的发展方向。去年10月,联想在2020联想创新科

技大会上,发布了首款自主研发工业机器人——晨星工业机器人。在一些人看来,以晨星机器人为代表的“实用派”更能满足当前制造业发展的核心需求,能够按照客户的需求增加不同的功能,相对而言成本更低。

随着5G时代的到来,高带宽、低延时、高并发的通信网络使移动机器人的发展又上升到一个新的阶段,相关企业必须要加大创新力度,拓展应用场景,增加客户交互,进一步提升工业机器人的实用价值。

在张龙看来,人机协作是未来工业机器人发展的重要趋势。制造业企业推进数字化、智能化进程的核心目的是降本增效,从生产制造全流程看,受工业机器人及相关智能技术的限制,如何最优地搭配人力劳动与工业机器人就成了关键所在,这必然需要人机协作相关技术的持续突破。

“随着机器人进入3.0时代,应用场景广泛增加,除了机器人本体以外,市场规模更大的是基于机器人本体的解决方案,规模将达到机器人市场的3倍。”联想研究院上海分院院长毛世杰说。