

蛇年春节,现象级科技创新突破一浪接一浪,成为火热节日氛围中脍炙人口的话题。

人工智能“很卷”。“杭州六小龙”之一的深度求索(DeepSeek)推出的人工智能语言模型R1,引发一场“地震”。屡屡出圈的DeepSeek,为金蛇狂舞的新春增添科技锐气。

机器人“很忙”。同样是“六小龙”的宇树科技携旗下人形机器人H1亮相春晚舞台。世界上跑得最快的四足机器人“黑豹2.0”紧接着在杭州亮相,研发单位之一的浙江大学杭州国际科创中心人形机器人创新研究院介绍,它奔跑的速度可达每秒10米。机器人正在以多样的形式和丰富的功能走进日常,“未来已来”的脚步声更近更响了。

“文旅+科技”很丰富。在杭州西湖风景区,数字人导游“杭小忆”几秒钟内就能奉上一份详尽的行程攻略;在广州白鹅潭大湾区艺术中心,2025架无人机“变换舞步”,为游客献上新年祝福;在泰安泰山景区,登山助力机器人能让游客轻松登顶,一览众山小……春节传统文化的亲切感与科技创新的前沿感、时尚感交织,这股席卷全球的科创浪潮彰显蛇年新春与众不同的气质。

修炼自我,中国的科技蕴含着无限潜能。无论是“从0到1”的原创性、颠覆性创新,还是“从1到10”“从10到100”的科技成果转化,源源不断的动能来自无数创新者奋蹄扬鞭。

眺望世界,中国的科技触角正在全面开花。科技创新如同动力澎湃的发动机,牵引中国越过激流险滩,驶出一道难得的鲜亮轨迹。新能源汽车年产量首次突破1000万辆,集成电路、人工智能、量子通信领域等取得重要进展……一个个重要突破,见证中国科技从“跟”到“并”最终目的到“超”的筚路蓝缕之程。它不仅奏响我国迈向科技强国的强音,同样是走向高水平科技自立自强的不竭能源。

去年11月,省委、省政府高规格召开加快建设创新浙江因地制宜发展新质生产力动员部署会,出台实施方案及系列配套政策,明确创新浙江建设“三步走”目标,提出要抓好教科人一体改革发展和科技创新产业创新深度融合“两篇大文章”。

浙江破解新的“成长的烦恼”,根本出路在于以科技创新为引领,科技创新成为高质量发展战略性、全局性的要求。放眼全国你追我赶的竞争态势,浙江科技创新尤其需要头脑清醒、脚踏实地。创新从来不是一蹴而就的事,技术迭代升级之快超乎想象:哪怕奋力疾跑,也只好停在原地;若要突破现状,需以数倍于现在的速度前行。新的一年,我们要以只争朝夕的姿态奋力进取,在加快建设创新浙江、因地制宜发展新质生产力上取得新的更大突破。

中央军委表彰全军备战标兵单位和标兵个人

新华社北京2月12日电 中央军委日前印发通报,对10个全军备战标兵单位和20名全军备战标兵个人予以表彰。

通报指出,近年来,全军部队坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻习近平强军思想,深入贯彻新时代军事战略方针,全面加强练兵备战,全面提高打赢能力,坚定

灵活开展军事斗争,有效履行新时代人民军队使命任务,涌现出一大批奋战军事斗争一线、勇当实战实训先锋、勇攀军事科研高峰的精英劲旅。

通报要求,全军部队要以受表彰的单位和个人为榜样,聚焦实现建军一百年奋斗目标,抓紧抓实军事斗争准备,不断提高捍卫国家主权、安全、发展利益战略能力,坚决完成党和人民赋予的各项任务。

省杂文学会完成换届选举

本报杭州2月12日讯(记者 林靖)12日,浙江省杂文学会第五次会员代表大会和第五届理事会第一次会议圆满完成各项议程,在杭州闭幕。会议听取第四届省杂文学会工作报告,选举产生第五届理事会,赵青云推选为名誉会长,徐迅雷当选浙江省杂文学会第五届会长,俞评当选副会长。

会议提出,新一届理事会要旗帜鲜明讲政治,建立杂文重大主题创作机制,确保杂文学会听党话、跟党走,确保

杂文创作始终与党中央、与省委同频共振;要守正创新出精品,实施“杂文浙军”品牌培育计划,积极组织“接地气”的采风行动,树立“大杂文”观,积极关注新媒体时代、AI时代下的杂文创作,打造一批既有热度又有温度的现象级爆款作品;要厚植沃土育才,完善“导师制”青年杂文作家培养体系,培养更多的青年才俊爱上杂文、会写杂文、写好杂文,为高水平文化强省建设注入澎湃的杂文力量。

义乌市街招聘会开出国际专区

本报义乌2月12日电(记者 何贤君 共享联盟·义乌 陈健贤)“我会印度语、韩语和英语三种语言,想应聘你们的外贸跟单员岗位。”12日,在义乌市福田街道新春招聘会现场,来自印度的求职者安瑞思拿着中英文简历,在义乌市卓祥进出口有限公司招聘摊位前毛遂自荐。

春节以来,义乌人社部门陆续在全市各街镇开展“义乌好好逛 工作好好找”为主题的线上线下系列招聘活动,为企业招贤揽才。考虑到福田街道、北苑街道、稠城街道等街镇外贸企业、电商企业、外籍餐厅聚集,义乌市人社局

特意在招聘会现场专门设置国际专区。卓祥进出口有限公司主要从事各种小商品及机械配件的货物进出口,并常年从印度自营进口经销批发印度香、精油、板球用具等。听说安瑞思来自印度,公司董事长余静眼前一亮。双方最终达成初步意向,并约定时间去公司参观并详聊。

欧坦餐厅是一家新人驻义乌福田街道金融商务区的中东餐厅,开业才两个多月。“店里要招厨师、服务员,为确保餐厅饮食原汁原味,尤其缺来自中东的员工。”听说街道举办的招聘会国际专区,餐厅相关负责人黄海玲果断报了名,半天下来,收到4份简历。

(上接第一版)

春节一过,更多企业迅速进入“奔跑”姿态。2月5日,宁波金山双鹿电池有限公司开工,在他们位于江北区慈城镇的国家级5G工厂,“智慧大脑”“AI质检员”忙得不亦乐乎。智慧大脑何一波对今年的生产充满信心,前不久他们引入DeepSeek AI大模型,其强大的数据处理能力和知识推理能力,可以对他们的电池研发、生产及使用过程中产生的海量数据进行分析,为进一步优化生产流程和工艺提供更精准的决策

支持。为助力企业发展,各地政府也攒足了劲头。宁波人才发展集团相关负责人告诉记者,开年是企业开工生产关键期,他们已经办了两场线下招聘会,600余家企业共放出1.4万个岗位,着力破解“招工难”与“就业难”问题。绍兴市上虞区是传统工业大区、制造强区,工业占GDP比重持续稳定在40%以上。今年1月,上虞聚焦企业生产、项目投资、抢单拓市等方面推出十项举措,全方位助力企业稳定生产。

徐苗铨同志逝世

本报讯 浙江省人大常委会原常委、法制委员会原副主任委员,浙江省人民政府办公厅原副主任徐苗铨同志,因病医治无效,于2025年2月7日在杭州逝世,享年92岁。

徐苗铨同志是浙江省新昌县人,1953年3月参加工作,1956年7月加入中国共产党。历任中国人民解放军第58师173团文化教员、秘书,第20

军政治部秘书,江西省交通厅政治部组织科科长,省委领导秘书,省委办公厅秘书处副处长,浙江省政府办公厅综合处干部、副处长,工业处处长兼综合处负责人,办公厅机关党委副书记,办公厅党组成员、纪检组组长,省政府办公厅副主任,浙江省第八届、第九届人大常委会,法制委员会副主任委员等职。

中国载人月球探测任务登月服和载人月球车名称正式确定—— 登月服:望宇 载人月球车:探索

新华社北京2月12日电(李国利 邓孟)记者12日从中国载人航天工程办公室了解到,经公开征集评选,中国载人月球探测任务登月服和载人月球车名称已经确定,登月服命名为“望宇”,载人月球车命名为“探索”。

目前,望宇登月服和探索载人月球车已全面进入初样研制阶段,各项工作进展顺利。

继2023年首次公开征集载人月球探测任务新飞行器名称后,2024年9月至10月,中国载人航天工程办公室先后启动载人月球探测任务登月服和载人月球车名称征集活动,在全社会引起广泛关注和热情参与,共收到来自航天、科技、文化传播等领域的组



图为中国登月服外观。

新华社发

织机构与社会各界人士的9000余份投稿。经专家遴选评审,将登月服命

名为“望宇”,将载人月球车命名为“探索”。

庆元县左溪村500多位村民共同出钱出力重建古桥—— 建一座廊桥 留一缕乡愁



图为左溪村新建的抱龙桥。

共享联盟·庆元 邢玉超 摄

新春走基层

本报庆元2月12日电(记者 暴妮妮 共享联盟·庆元 邢玉超 通讯员 刘潇 刘静琪)2月12日是元宵佳节,庆元县左溪镇左溪村刚建成的木拱廊桥——抱龙桥上热闹非凡,村民一大早就兴高采烈地到这里祈福。

雕梁画栋,典雅古朴。这座横跨在绿水青山间的廊桥,村民们盼了近50年。它由全村500多人出钱出力所建,于正月初十正式建成。抱龙桥长54.8米、宽6.2米,两跨中间设桥墩1座,属连廊木拱廊桥。

“这座桥虽为新建,但其实际200年前就已存在。”左溪村党支部书记胡于堂介绍,旧的抱龙桥始建于1828年,1978年因为修路而被拆除。重建抱龙桥,一直是左溪村村民几代人的心愿。

近年来,随着乡村旅游热兴起,位于两省三县交界处的左溪村开始谋划自己的出路。

“我们有千年古樟树、优质溪鱼等众多生态资源,是不是也能搞旅游?”搞旅游最好要有文化地标,我建议抱龙桥建起来。”2023年,在一次村民代表大会上,重建抱龙桥被再次提及。可如今建一座桥不是易事,费用不够怎么办?

这一提议被同步发到左溪村村民微信群,犹如投石激水,反响四起。“虽然我在外地,但抱龙桥承载着我的乡愁,如果要建,我愿意出30万元!”在外做工程生意的村民胡振民说。

“我出20万元。村里发展旅游,抱龙桥这样的文化遗产能为村里添彩不少。”勤俭节约、退休多年的村民胡恒鹏也表示,要拿出积攒多年的积蓄支持建桥。远在杭州的村民胡苏州也给胡于

堂打电话要捐资。紧接着,400元、3000元、5万元……全村100多户、500多名村民将一笔笔数额不等的钱款捐给村委会,共筹集整整130万元。

村里立马成立廊桥筹备建设领导小组,由胡于堂任筹备建设组组长。经过四处考察,他们最终决定聘请廊桥师傅吴远友的团队承担抱龙桥的建设任务。在完成各项报备审批手续后,抱龙桥于2023年9月14日正式动工。

“原本想将旧抱龙桥一比一复原,但遗憾当初没有留下一张桥的照片,只能根据村里40多岁以上的村民复述,并结合我们的专业评估来建造。”吴远

友说,考虑到几十年来地理条件的变化情况,新桥最终被选建在距离旧抱龙桥遗址100米左右的位置。

左溪村的村民热情高涨,争相免费出力。“我记得到山上取栋梁那天,村里的壮劳力自愿组成20多人的队伍,短短几天就把1000多公斤的材料运下了山。”左溪村村民胡远周回忆说。

88岁的村民林幸福,不顾年迈,主动当起“监工”,每隔几天就到施工现场转一转。

正是有了村民们全力支持,廊桥建设才能快速推进。这座凝聚了无数人心血的廊桥,最终在2025年新春圆满落成。

圆桥当天,左溪村还举行一系列庆祝活动,村民们打糗糍、杀土猪、吃顿猪肉宴;舞狮、舞龙、走桥等民俗活动轮番上演,整个村庄都沉浸在喜悦的氛围中。

“我们左溪村历来以鱼乐文化、香樟文化远近闻名。如今建成的抱龙桥也成为一道亮丽的风景线,让村里再度拥有了廊桥文化。”胡于堂说,目前,镇里积极开展县域风貌区建设,他们也将抓住这一契机,推动乡村旅游产业发展。

据了解,庆元鼓励民间集资兴建木拱廊桥,拓展文化遗产保护空间。对于新建木拱廊桥,根据其建设规模,最高可每座给予建设业主一次性补助5万元。10多年来,庆元民间新建木拱廊桥已有14座。

浙江茶企第一股诞生——

古茗,从乡镇奶茶店走向IPO

开门红开门红

2月12日上午9时30分,香港交易所乙巳蛇年的第一声钟声敲响,来自台州温岭的新茶饮企业古茗挂牌上市。这是浙江茶企第一股,也是继奈雪的茶、茶百道之后的中国新茶饮第三股。

古茗此次共发行约1.82亿股,每股发行价9.94港元,全球发售所得款项总额约18.13亿港元。

2024年前三季度,古茗实现收入64.41亿元,比上年增长15.6%,净利润为11.2亿元,是中国最大的大众现制茶饮店品牌(10元至20元价格带),亦是全价格带下中国第二大现制茶饮店品牌,仅次于蜜雪冰城。

从乡镇奶茶店到IPO,古茗有什么制胜之道?新茶饮“第三股”成色如何?另辟蹊径拓市场

“另辟蹊径、顺势而为”八个字,可以形容这家浙江茶企上市新锐的“来时路”。

15年前,现场制售的连锁饮品店方兴未艾。浙江理工大学毕业生王云安组建团队创业,在温岭大溪镇开了第一家古茗门店。

这一选择,让古茗“异军突起”。中茶所专家许勇泉与古茗有多年的合作经验。他向记者表示,15年里,古茗不断追踪消费偏好的变化趋势,踩准节点,敏锐、持续地推陈出新。

对于专用原料茶的生产开发、风味口感的提升,古茗格外花力气。在古茗120人的产品研发团队中,单单“茶叶及萃取工艺”这一环节的研究人员,就占据了三分之一。他们就茶饮产品全产业链生产关键技术研究与应用与许勇泉团队开展多项合作。

2021年至2023年第三季度,古茗分别在研发投入上投入0.65亿元、1.18亿元、1.29亿元。去年前9个月,古茗陆续推出了85款新品。

浙江是传统产茶大省,以绿茶为主导,红、黑、青、白、黄五大茶类和花茶为补充,浙江名优茶产值比重居全国之首。背靠如此优势,古茗也成为浙江茶“年轻化”的积极推动者。一款“龙井香青团”,创新性地将浙江传统小吃青团进行改造,代替珍珠,与浙江茶的“金字招牌”龙井茶相结合。为调出理想的龙井茶底,古茗研发团队遍寻浙江各大龙井茶产地,不厌其烦地探索最佳拼配组合,最终造就爆款。

建设完整供应链

记者关注到,上市前的多轮估值中,古茗在一群头部新茶饮品牌中总是格外“拔尖”。这不仅得益于其强劲的产品研发迭代能力,还在于其建设成熟的供应链体系。

一家现调茶饮连锁企业要发展到古茗这样的大体量,秘诀在于近万家门店产品品质的稳定和统一。背后的关键,就在于供应链建设。

为保证原料供应稳定和品质提升,古茗2016年开始在云南种植柠檬,随着不断扩建,目前已经是国内种植香水柠檬面积最大的品牌。前不久,古茗在诸暨投资10亿元建设的数字化轻食饮品原料加工基地正式投运,预计今年诸暨本地茶企能为古茗提供原料茶300吨以上。位于大溪镇的古茗总部大楼,也在热火朝天建设中。

在“地域加密”的扩店策略引导下,古茗正不断向周边省份辐射“扎根”。

有业内人士表示,上市是企业发展到一定规模后水到渠成的做法,IPO能够让企业的综合实力加强、护城河拓宽加深,整体资金更加充裕,未来行业马太效应将会表现得淋漓尽致。古茗在本次IPO发行中,成功引入5名基石投资者,累计认购7100万美元。其中,腾讯认购2500万美元,有望在数字化营销、线上渠道拓展等方面为古茗提供助力;元生资本和正心谷资本分别认购1500万美元,将带来丰富的行业资源和战略指导;美团龙珠和Duckling Fund则分别认购800万美元,能够为古茗在配送服务、线上订单引流等方面提供协同效应。

前路面临新考验

中国连锁经营协会预测,新茶饮市场规模增速将从2023年的44.3%放缓

至2025年的12.4%,行业进入淘汰赛阶段,竞争格局愈发激烈。

上市并非“上岸”,上市之后讲出什么样的新故事,才是古茗面临的真正考验。

尽管总营业额仍在增长,但古茗也正遇到发展路上的“七年之痒”:单日日均营业额、单日日均售出杯数和每笔订单平均交易额都出现了不同程度的下滑;一线城市只进入深圳。

下一站,往何处去?记者认为,从消费个性化、品牌全球化等角度,古茗还有诸多有待开拓的发展空间。

专用原料茶的大量使用拉动了中国传统茶产业的茶叶消费,成为年轻人接触茶类产品、了解中国茶文化的主要方式。高频消费、用户黏性高,进入门槛比较低、有比较强的IP轮动,新茶饮容纳多重消费价值。首先,是情绪价值。其次,是社交价值。一些新晋网红茶饮品牌爆发、“秋天的第一杯奶茶”成为网络热词的背后,都带有一定的社交消费动机。

开设主题店、盖章店,与联名热门IP《莲花楼》《永夜星河》等联名,与会稽山黄酒组合搭配……近来,古茗频频尝试跨界营销,携手国潮,也是迎合消费“潮流”顺势而变的体现。

(本报记者 来逸晨 赵静)