



# 广州黄埔全国首创“10分钟科普活力圈”

## 到2025年挂牌2500-3000家科普点

# 让科普真正融入青少年的学习与生活

羊城晚报记者 侯梦菲 柳卓楠

无论何时何地,只需10分钟,你就可以到达最近的科普点,时不时还能碰到院士、科学家来上课!

8月4日,黄埔区、广州开发区举行黄埔少年科学院院长聘任、分院授牌仪式暨“黄埔10分钟科普活力圈”发布活动。当天,中国科学院院士、国家纳米科学中心主任赵宇亮出任黄埔少年科学院首任总院长并兼任文冲分院院长,苏国辉、唐本忠、徐宗本、刘焕彬等院士、专家获聘黄埔少年科学院名誉院长。

与此同时,黄埔全区17个镇街全部挂牌设立了黄埔区少年科学院分院,各分院均由一名院士担任院长,科普真正渗透到每一个街道、社区,实现了“街街有科普”。至此,黄埔区正式开启“10分钟科普活力圈”,联动区内的高新技术企业、科研院所、院士专家等资源,将设立接近3000个科普点。市民无论在区内哪一个角落,10分钟内即可到达最近的科普点。



活动现场

## “黄埔少年科学院院长”聘任仪式

### A 打造“10分钟科普活力圈”到2025年挂牌2500-3000家科普点

作为广州科技创新的主引擎,黄埔区、广州高新区集聚科技型中小企业约3万家,各类研发机构逾1000家,高层次人才1260人,其中院士110多位,科技创新实力位居全国经开区第一。

依托优质的科技创新资源,该区构建了“1+1+5+N”特色科普活力圈,即:培育1个黄埔特色科普活力圈,建设1家黄埔少年科学院,打造生态、协同、互助、研学、达人5条科普链,全面铺开“N”个科普点。

“黄埔区内科技资源丰富,如科学城、知识城、生物岛、云埔街等都有众多的高新技术企业和科研院所。它们大多有展馆、展厅或实验室,具

备开展科普活动的良好设施条件。我们要动员好全区的科技型企业、科研院所、院士专家资源,参与到10分钟科普活力圈的活动中。”黄埔区科协主席贾漫睿说。

据悉,首批科普基地将在100多家企业挂牌,向社会提供特色科普服务。后续将逐步扩展至全区各类优质科创企业,争取到2025年挂牌2500-3000家,以全社会动员的方式,实现更高效的科普服务圈。“未来黄埔区10分钟科普活力圈成熟后,我们希望科普也能向外延伸,例如将黄埔区的科普活动渗透到对口帮扶的乡村,让山区的孩子也能听到院士、科学家讲课。”贾漫睿说。

### B 院士担任院长 少年科学院分院覆盖全区17个镇街

2021年,由黄埔区科协联合区教育局、区农业农村局、团区委发起建立“黄埔少年科学院”。近一年来,“黄埔少年科学院”认定了5家特色分院和6个校外特色实践基地,设立了黄埔少年科学院专项科普基金,创新举办“科普揭榜小达人”等系列科普活动,形成科普进校园联动协作创新模式。

在此基础上,黄埔区、广州高新区将少年科学院分院推广到全区,在16个街道办、1个镇政府建立“少年科学院分院”,形成“16+1”的分院矩阵,并由院士专家“坐镇”,轮值担任科学院院长。

“我今年80多岁了,但是我想科普这件事是每一个科技工作者都应该做好的事情。青少年是我们的希望,从小在他们心里种下科学的种子,那会为我们的科技发展起到很大作用。希望尽自己力量,为市民科学素质的提高做出实实在在的贡献。”俄罗斯工程院外籍院士、华南理工大学原校长刘焕彬说。

“科技创新和科学普及是我们国家科技强国的两翼。黄埔把科普落实到了每一个街镇,让青少年们在10分钟之内就能够受到科普的教育,我觉得这个模式值得在全国推广。”黄埔少年科学院总院首任院长、中国科学院院士赵宇亮表示,接下来会把各种科技资源聚集起来,把“黄埔10分钟科普活力圈”真正打造成为引领青少年喜爱科学、崇尚科学、从事科学的平台。

坐在黄埔少年科学院院长聘任、分院授牌仪式的现场,赵宇亮思绪万千。

他想起自己40多年前的一次出国经历:那次,他住在一个村里,这个村里不仅有大型的科学研究机构,还设有科普基地、科普图书馆。每个周末,当地都会组织青少年参加科普活动、科普实验、科学讲座。这些都让赵宇亮满心羡慕:“我们的国家什么时候也能有这样的平台,为青少年提供科普教育?相信到那时,我们就踏上科技强国新征程了。”

“没想到,这件事今天就实现了。”赵宇亮40年前的愿望,在广州市黄埔区落了地:8月4日,黄埔区携手17名院士,打造“黄埔10分钟科普活力圈”,市民无论在黄埔区内哪一个角落,10分钟内即可到达最近的科普点,乐享30分钟的科普课程,让科普深入社区基层,真正融入青少年的学习、生活。

“科技创新和科学普及是我们国家科技强国的两翼。黄埔把科普落实到了每一个街镇,让青少年们在10分钟之内就能够受到科普的教育,这是中国走向科普强国道路上的一件具有里程碑意义的事情。”赵宇亮如此评价。

这件事为什么会发生在黄埔?刘焕彬曾连续20年兼任广东省科学技术协会副主席。“科普工作需

要解决三个难题:科普基地、科普教材、科普经费。”刘焕彬认为,黄埔区拥有得天独厚的优势,作为广州科技创新的主引擎,黄埔区、广州高新区各类优质的科技创新资源高度集聚,为科普活动提供了良好的设施条件。

此外,在2021年,黄埔区就发起建立“黄埔少年科学院”。近一年来,“黄埔少年科学院”认定了5家特色分院和6个校外特色实践基地,开展了“与科普专家一起,研究身边的科学”等特色活动,形成科普进校园联动协作创新模式。

今年,黄埔区举办的广州院士专家进校园活动,走进全区29所中小学,邀请了生物、新能源、人工智能、生命科学等领域21名高级别专家作科普报告,惠及1万多名师生。黄埔苏元学校学生李嘉霖就是受益者之一。“我们的生活中增加了许多科普场景,同学们可以亲身体验,激发了大家的科学兴趣。”

青少年们的这种“获得感”,也正是院士们不遗余力投身科普教育的初心和目的。对于下一步的科普工作,赵宇亮已经做好了规划:“我想把各种科技资源聚集起来,把‘黄埔10分钟科普活力圈’真正打造成为引领青少年喜爱科学、崇尚科学、从事科学的平台。”他信心满满地说。

报料热线 | 114转羊城晚报报料或 87776887

### 日均旅客量超10万人次

羊城晚报讯 记者唐珩、通讯员机场宣报道:暑运以来,广州白云国际机场航空市场稳步恢复,旅客量增幅明显。刚刚过去的7月,白云机场共接送旅客325.7万人次,日均旅客量10.5万人次。今年1月-7月共接送旅客约1560万人次,在全国机场中排名第二。

受暑运客流影响,7月,白云机场共起降航班3.1万架次,日均起降1002架次;接送旅客日均10.5万人次。

### 白云机场暑期航班恢复明显

单日最高峰出现在7月8日,接送旅客量达12.67万人次。

为推动航空市场复苏,白云机场联合各大航空公司新开和恢复多条国内国际航线。截至7月底,白云机场新开的国内航线共13条,其中新增恩施、神农架、吐鲁番、凯里、河池、中卫等6个新航点,进一步夯实了白云机场国内市场优势地位。目前,航线覆盖面最广的地区是华东地区,广州至杭州的航

班日均达19班。广州飞往重庆、西安、南京、成都、海口、昆明等城市的航班也都十分密集,日均超过10班。

在做好国内航班保障的同时,白云机场携手航空公司积极推进国际航空市场恢复。截至7月底,今年白云机场已推动开通或恢复15条国际航线。目前,通过白云机场可以直航全球39个国际及地区客运航点,覆盖欧洲、美洲、大洋洲、非洲和亚洲的多个国家。

### 消费新趋势

## 暑期经济升温 学生成为消费主力 带动3C数码消费热

羊城晚报讯 记者林曦报道:暑假期间,学生成为主力消费群体之一,不少年轻人都在计划入手全新的3C数码装备。近日,唯品会数据显示,今年7月以来,广州地区年轻消费者的数码消费热情高涨,其中,手机和智能手表尤其受学生热捧,来自“95后”的销量同比增长近10倍,小米高端影像款12S、游戏体验突出的荣耀70、vivo、OPPO等手机受到学生们的热捧。

近来,投影机也成为年轻露营族的新宠。在星空下撑起幕布,与三五好友一起欣赏喜爱的电影,让露营更加浪漫。唯品会数据显示,原本偏小众路线的投影机成为热销商品,其中一款投影机销量就较平日

增长接近5倍。

而眼下户外运动已成为年轻人的“社交货币”,暑期“运动热”的兴起也带动了运动服饰类消费。唯品会数据显示,最近一个月,广州的年轻消费者较青睐运动裙、泳装等季节性较强的运动服饰,“95后”的购买量环比均有明显增长。运动也不忘防暑降温,爱美的年轻人会更加注意肌肤护理。今年7月以来,防晒霜、隔离乳等夏日必备护肤品销量持续攀升,广州“95后”的购买量分别同比增长74%和25%。高温天气中,无论室内室外,便携式风扇都是人手必备的“小神器”。最近一个月,唯品会平台上的USB风扇销量上扬,来自广州“95后”的销量同比增幅更是达到了两倍。

京东数据也显示,广东地区的消费者非常注意保持身体的清爽。今年6月以来,清凉沐浴露成交额同比增

长213%,防晒帽、防晒服、速干衣成交额同比增长102%、74%、56%。高温天气下,居家环境首先要清凉。冰丝四件套、凉席被成交额同比增长170%、50%。高温天气,很多人希望随时享受清凉的感受,随身携带、职场办公、车载等场景使用的小型清凉电器热销。制冷杯、挂脖风扇成交额同比增长113%、85%。

暑假里,除了Z世代们在关注3C产品,家长们也同样在物色适合学龄儿童的产品。与学习相关的产品如惠普激光打印机、阿尔法蛋词典笔的销量分别较平日增长近3倍和4倍,尤其受到妈妈们的青睐。方便通讯定位的儿童手表也是家长们的好帮手。数据显示,华为儿童手表3、小米儿童手表5C等具备高清视频通话、精准定位、一键呼救等功能的款式销量高涨。

## 宠物空调屋、降温喷雾、冰垫…… 各类宠物“消暑神器”在穗热销

羊城晚报讯 记者沈钊、实习生陈晶亮报道:“最近这些宠物消暑商品卖得特别好,一上架就被买光,需要经常进货。”广州天河NEKO宠物店老板对记者表示,比如宠物空调屋、冰垫这样的产品,他们在几年前就开始销售了,但是今年由于特别热,大家的需求明显增加了。

广州近期酷暑难耐,各类给毛孩儿们的“降温招数”不断,“宠物冰垫”“补水罐”等消暑神器几乎成了刚需,“宠物降温经济”持续升温。记者从天猫数据获悉,7月至今,宠物防晒降温服饰的销售额同比增长超过500%,宠物冰垫凉席同比增长逾200%。

记者在淘宝搜索发现,仅7月,多家宠物用品店铺就已销售出近万张宠物降温冰垫。家住广佛交界的张女士最近也给自己的几位“猫主子”购买了冰垫凉席。张女士说:“周末在家的话还好,可以跟猫猫一起吹空调,平常上班不开,猫猫就只能靠这个冰垫了。”

据悉,目前,这些消暑神器的主要销售渠道还是集中在线上。记者走访了广州天河的六家宠物用品店,其中销售相关商品的仅有一家。而唯一有销售此类产品的NEKO宠物店,店内的此类产品则处于售罄的状态。该店主对记者表示:“还没长大的小猫、仓鼠都很怕热,所以它们的主人都会

买这些空调屋和冰垫。现在挺少宠物店像我们一样卖这些的,所以我们销售情况还算可以。”

近日,天猫新生活研究所发布《夏日宠物降温指南》显示,宠物空调屋、宠物降温喷雾、宠物冰丝围巾、宠物露营帐篷、补水罐头等覆盖宠物吃穿住行的降温神器,均备受宠友们的青睐。

除照顾到宠物居家凉爽外,在这份《夏日宠物降温指南》中,还出现了“宠物雪糕”等食品类新品。记者了解到,宠物“雪糕”主要分为两种类型,一种富含蛋白质可以补充宠物夏日体能、提高食欲、磨牙降燥;另一种为可供宠物狗食用的冰淇淋,宠物主们可用模具自行制作成冰淇淋供狗狗食用。

## 拼多多“寻鲜”百色芒果,革命老区“幸福味道”飘向全国

# 拼多多“寻鲜”百色芒果,革命老区“幸福味道”飘向全国

文/沈钊 图/受访者提供

7月底8月初,天气炎热,广西百色也迎来了芒果集中上市的日子。

整个百色笼罩在浓郁的芒果香气中,果农们头顶烈日、采摘着丰收的果实,“80后”新农人王林锋则忙着在果地、仓库之间连轴转。随着他店铺里的粉丝积极拼单,一辆辆满载芒果的货车从百色奔赴全国各地,分享着来自革命老区的“幸福味道”。



在“寻鲜中国 多多好农货”项目支持下装车待售的芒果 何松炎 摄

### 百色人的“心头好” 电商销售了半壁江山

广西百色素有“中国芒果之乡”的美誉,当地芒果的种植历史能够追溯到300多年前。而今,百色更是全国芒果的主要产区,截至2021年年底,百色芒果种植面积达136万亩,其中投产面积110万亩,产量90万吨,约占全国同期总产量的30%。

从经济效益上来看,芒果是百色人民致富增收的“一片天”。百色当地的芒果产业覆盖45个乡镇、490个行政村。在2021年,仅百色田东一县,便通过芒果产业辐射带动了2700多户、总计超过1万名建档立卡户走上了致富路。

而在人民朴素感情的角度来看,芒果更是百色人的“心头好”。“当地人会把芒果当成一种‘宝物’,一种可以向亲朋好友热情分享的礼物。”来自浙江的“80后”王林锋对此深有体会:“本地人对自己的芒果非常有信心,觉得是拿得出手的好礼。”由于父亲工作的原因,王林锋打小在百色长大,对本地芒果可谓如数家珍。早在七八年前,每逢百色芒果上市,王林锋便将芒果寄给各地的亲戚朋友们品尝,希望他们也能一同分享这难得的佳品。而亲戚朋友们的反馈可谓好评如潮,甚至有不少人“吃不够”,还向王林锋提出求购芒果的需求。

意识到商机,王林锋很快决定要在电商平台上销售芒果,“电商平台能够帮助我们拓展销路,触达更多的消费者,更好地助力百色芒果的销售。”王林锋很快成立了专门的团队,并开始搭建自己的供应链体系。

也难怪王林锋会产生这样的想法。从2015年起,百色切实推动电商基础设施建设,已经建成了运营服务站点1428个,物流配送网点805个。在这样浓厚的电商氛围下,百色每年约有10000家企业(商家)通过各个电商平台销售芒果。数据显示,到了2021年,百色芒果电商率超过60%,电商销售额达46亿元。

王林锋就是这10000家企业中的一员。据其介绍,他2020年开始接触拼多多,当时为平台上的商家提供芒果代发服务。到了2021年,王林锋开始自己在拼多多上面开店,并凭借自身的货源优势,很快在平台上打响了名气,“我们在2个月多的时间内就将芒果销售额做到了2000万元左右,高峰时期自己有三个店铺挤进了拼多多芒果相关类目的前五名”。

而在46亿元的大盘子下,像王林锋这样在拼多多上实现爆发的商家确实有不少。如2019年才开始在拼多多上开店的“90后”安徽小伙李恒就通过自己上千场的直播,在拼多多上积累了逾百万粉丝,最多一天卖出近百吨芒果。据李恒介绍,截至目前他的店铺每个月会直播十几场,累计直播场次已经破千,店铺也成了名副其实的“百万大V”。

值得一提的是,无论是王林锋还是李恒,这些新农人们如今已不单想着卖货的问题,而是想着“怎么卖得更好”“怎么更好地展现百色芒果”。比如李恒最近在思考的问题是“直播带货还能有什么新的场景画面,能够进一步地展示百色芒果的好”。而王林锋则对自身的定位有了更深入地思考:“我觉得自己的优势不在于开店,而在于供应链。”王林锋表示,他希望做更专业的代发,服务好更多的拼多多商家,

### 电商助力打造区域品牌 推动百色芒果高质量发展

为了更好地为百色芒果线上销售提供助力。新农人思考的问题与百色芒果发展的路径不谋而合。而今,芒果电商率超过60%的百色已经不仅仅停留在电商助力卖货的阶段,而是希望借力电商,扩大百色芒果知名度,打造“百色芒果”区域品牌,引导推动百色芒果的高质量发展。

据百色市委农办主任、市农业农村局局长张国革介绍,2022年,百色将重点引进新技术,新设备优化全市芒果产业现状,同时推动全市芒果产业数字化平台建设,促进芒果全产业链“种植、采摘、物流、加工、销售”等各环节资源的全面互联。

这也正是拼多多平台所着力的领域。随着乡村振兴战略的深入实施,“电商+农业”大有可为,广大农村正成为投资的热土、消费的新增长点。以农产品起家的拼多多,创立至今已连接1600万农户及近9亿消费者,是国内最大的农产品上行平台。

为了提升农产品附加值与溢价能力、推动产业良性发展、促进农民稳定增收、助力乡村振兴,拼多多还发起了为期一年的“寻鲜中国 多多好农货”项目,该项目以节令为轴,在全国寻找新鲜的当季食材,以尝鲜直播、专区推荐等方式,向平台用户介绍各地的“好农货”,总结梳理农产品品牌建设和保护经验,并择机向更多农产品区进行推广。

“我们长期致力于通过与产地对接,从源头针对不同农产品类别制定、完善‘好农货’标准,并通过流量资源倾斜、百亿补贴等举措,助力优质农产品提升市场竞争力、拓展新的消费群体。”拼多多相关负责人表示,未来,拼多多将探索更多中国农产品源头的新标准,助力高品质、名品牌农产品品牌,让消费者省心消费更多优质农产品,帮助农民获得更多收益。