

规范管理，推动基础教育高质量发展

新华社记者 王 鹏

建设教育强国，基点在基础教育。基础教育的高质量发展、少年儿童的健康成长，离不开风清气正的教育环境和生态。

近日，教育部办公厅印发了《关于开展基础教育“规范管理年”行动的通知》，要求重点规范整治安全底线失守、日常管理失序和师德师风失范等三方面问题，明确了严禁出现违反党反社会主义、歪曲历史、美化侵略等错误言行，严禁校园内发生学生欺凌行为等基础教育规范管理的十二条负面清单，全面规范基础教育领域办学行为。

推动基础教育高质量发展，需要着力解决基础教育领域存在的突出

问题和底线问题。

近年来，我国中小学规范办学水平不断提升，但个别地方和学校仍然存在一些违法违规、违背教育规律和教育功利化短视化行为。本次通知明确的整治重点和负面清单，不是新政策、新规定，而是对于基础教育坚守底线红线要求的重申，覆盖学校办学治校各方面，有助于筑牢制度堤坝，推动办学治校明底线、守规则，增强基础教育战线的政治意识、法律意识、规矩意识。

推动基础教育高质量发展，需要营造学校、家长和社会齐抓规范管理的浓厚氛围。

从“规范管理年”行动的通知看，既明确了有关部门和学校主体责任，也提出切实加强组织领导、建立监督曝光机制等，广泛动员学生家长和社会各界的力量。这一方面要求教师和学校严格遵循教育规律和学生身心成长规律开展课程教学，另一方面也要求各地教育行政部门周密安排部署、加强正面宣传，同时



中国体育用品制造业，路在前方

新华社记者

第十一届中国体育产业交流大会22日发布了《中国体育用品业年度发展报告(2023)》。报告显示，2022年中国体育用品制造业总产出14259亿元，同比增长为5.1%，在体育产业总产出占比为43.2%；体育用品制造业增加值为3686亿元，体育用品制造业增加值在体育产业增加值中占比28.2%。

目前，中国体育用品制造业总产出规模仍呈现出波动上升趋势。然而，面向未来，从业者们仍面临着不少问题。

据报告显示，目前我国体育用品业发展主要存在以下问题：体育用品市场需求增速放缓；产品结构有待升级优化；低端市场无序竞争情况依然存在；劳动力成本压力持续释放；原材料价格波动影响。

这一系列问题对我国体育用品制造业的发展方式提出了全新要求，传统体育用品制造业正面临着生产经营方式以及市场营销策略的全方面挑战。

例如在供给侧，丰富的劳动力资源一度是我国能够迅速成为制造业大国的重要原因。而近年来，我国劳动

力成本逐渐上升，劳动力市场的数量以及结构发生变化。这导致劳动密集型企业向南亚、东南亚等地区迁移，原有的成本优势将逐渐消失。此外，我国长期以来都面临着低端产品供给过剩，高端产品供给不足等问题。

而在需求侧，人们的消费需求也发生着变化。国家体育总局体育经济司司长杨雪鸲表示：“当前，随着我国经济的发展，人民群众的需求更加多元化、个性化、品质化，对高质量、高标准、高品质体育产品和服务的需求不断增多。”而数字技术的迅猛发展引发了电子商务和社交媒体的一次又一次升级，消费者的认知也在不断更新。与此同时，随着疫情后全球贸易的恢复，东盟、拉美等地区也产生了较为旺盛的市场需求。

从“增产增量”到“增值增质”，对于整个体育用品制造业来说都是极为重要的转型方向。国家体育总局副局长周进强表示：“要进一步深化体育供给侧结构性改革，大力发展赛事经济，持续促进体育消费，加快新技术在体育领域的推广应用，推动体育用品业转型升级，发展体育领域新质生产力，

不断丰富高品质体育产品和服务供给，不断培育体育新业态新模式新场景，不断完善现代体育产业体系。”

问题明晰了，行业发展的路径又

在何方？北京体育大学中国体育政策研究院院长鲍明晓在交流大会上指出，体育产业的发展，要从服务国家发展的重大战略、解决社会发展的热点问题中找空间。

例如近年来，我国老龄化趋势进一步加强，根据国家统计局数据显示：2023年末，我国60周岁及以上人口超2.96亿，老年人口基数大，老龄化速度快。社会年龄结构的变化带来了问题，“银发经济”却也为体育产业提供了全新的发展空间。

在体育用品制造领域，从运动医疗器材到运动保健品再到适合于老年人的服饰鞋帽……背靠“大健康”理念，体育能够自然融入健康中国产业链。

面对供需关系的变化以及产业优势的转移，《中国体育用品业年度发展报告(2023)》提出了以下思路供相关企业参考，即：从“规模扩张”向

需要健全家校社协同育人机制，凝聚家校社合力，充分利用社会资源共同办好基础教育。

推动基础教育高质量发展，还需要建立起规范管理的长效机制。

“规范管理年”虽然是全国范围的年度重要行动，但并非单纯的年度性工作，应该以阶段性行动为契机，树立正确的教育理念，增强规范办学的内在自觉，把“规范管理年”行动成果，转化为教育系统和广大中小学依法管理、从严管理、规范管理的长效机制，从整体上提升基础教育质量、营造良好教育环境，进而让教育的发展成果更好惠及每一位少年儿童。

新华社北京5月22日电

“结构升级”转变；大力发展新质生产力；更加贴近市场、消费者；更加注重品牌建设；更加重视新兴市场发展机会。

以中国体育用品制造业为例，过去几年中，安踏通过一系列国际收购，不断内化国际大牌的科技与供应链。从2020年的15.4%到2023年的18.1%，该企业正逐渐扩大并巩固对国内市场的占有率。

鲍明晓表示：“中国体育用品市场，包括体育用品企业‘卷’得很厉害，未来要鼓励体育用品出海走出去，要推动国内体育用品企业将‘内卷’的功力转化为走出去的动力和能力，所以企业出海是未来在体育用品业发展的重要方向。”

鲍明晓强调了企业出海需审慎谋划。“要抓住两个关键点：一是以数字技术应用提升管理和运营的效率；二是构建跨国人才和管理框架。此外还要做好准备工作：市场进入的策略、合规风险的规避、文化和沟通策略、频谱营销战略、供应链管理。”

（新华社成都5月22日电 新华社记者高萌、李丽、林德韧、陈地）

协作机制，实现了双方的互通互联、互促互进。

今年，通过开展晋中大学生城市形象大使评选活动，已遴选出60名大学生作为城市形象大使，他们将成为推介晋中、宣传晋中的“青春代言人”。

一系列频繁密切且行之有效的探索，让晋中这座历史浸润的文化之城、人才奔涌的青春之城，从“晋中有座大学城”向“晋中是座大学城”进发。

城市与高校“同频共振”。

时光前行不舍昼夜，连接起过去和未来，一场城市与高校的双向奔赴，在理念的蜕变、路径的嬗变、效应的叠加下，迎来发展的“新质”变量。

晋商故里正青春，风华正茂恰少年。晋中还有更多的惊喜等待着师生去挖掘，去探寻晋商古韵的厚重，去品味这座城的文旅精彩，用美好的大学时光，读懂这座城、爱上这座城、成就这座城。

第二十届

文博会

将于5月23日至27日举行

第二十届中国（深圳）国际文化产业博览交易会

共设8个展馆 分别是

文化产业综合展A馆

文化产业综合展B馆

粤港澳大湾区文化产业创新展

文旅融合·文化消费展

影视·出版·版权·游戏电竞展

非遗·老字号·工艺美术展

艺术·设计·国潮展

国际文化贸易展

线下展览内容将在云上文博会平台同步展示

第二十届文博会

共组织6015家政府组团、文化机构和企业线上线下参展

全国31个省、自治区、直辖市及港澳台地区全部参展

来自60个国家和地区的300多家海外展商线上线下参展

3万余名海外专业观众线上线下参会

展会将展出文化产品超过12万件

4000多个文化产业投融资项目在现场进行展示与交易

新华社发（宋博 制图）

保 | 护 | 历 | 史 | 文 | 化 | 遗 | 产

第四次全国文物普查

【第四次全国文物普查的总体目标】

建立国家不可移动文物资源总目录，建立全国不可移动文物资源大数据库，建立文物资源资产动态管理机制。完善不可移动文物认定公布机制，规范认定标准和登记公布程序，健全名录公布体系。

