

新华社北京10月8日电 中华人民共和国主席

习近平根据全国人民代表大会常务委员会的决定任

免下列驻外大使：

一、免去王愚的中华人民共和国驻阿富汗特命全

权大使职务；

任命赵星为中华人民共和国驻阿富汗特命全

大使。

二、免去农融的中华人民共和国驻巴基斯坦伊斯

兰共和国特命全权大使职务；

任命姜再冬为中华人民共和国驻巴基斯坦伊斯

兰共和国特命全权大使。

(下转A2版)

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

# 习近平对宣传思想工作作出重要指示强调

## 坚定文化自信 秉持开放包容 坚持守正创新 为全面建设社会主义现代化国家

### 全面推进中华民族伟大复兴 提供坚强思想保证 强大精神力量 有利文化条件

#### 蔡奇出席全国宣传思想文化工作会议并讲话

新华社北京10月8日电 中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平近日对宣传思想文化工作作出重要指示指出，宣传思想文化工作事关党的前途命运，事关国家长治久安，事关民族凝聚力和向心力，是一项极端重要的工作。党的十八大以来，党中央从全局和战略高度，对宣传思想文化工作作出系统谋划和部署，推动新时代宣传思想文化事业取得历史性成就，意识形态领域形势发生全局性、根本性转变，全党全国各族人民文化自信明显增强、精神风貌更加奋发昂扬。

习近平强调，新时代新征程，世界百年未有之大变局加速演进，中华民族伟大复兴进入关键时期，战略机遇和风险挑战并存，宣传思想文化工作面临新形势新任务，必须要有新气象新作为。要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大精神，聚焦用党的创新理论武装全党、教育人民这个首要政治任务，围绕在新的历史起点上继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明这一新的文化使命，坚定文化自信，秉持开放包容，坚持守正创新，着力加强党对宣传思想文化工作的领导，着力建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态，着力培育和践行社会主义核心价值观，着力提升新闻舆论传播力引导力影响力公信力，着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，着力推动文化事业和文化产业繁荣发展，着力加强国际传播能力建设、促进文明交流互鉴，充分激发全民族文化创新创造活力，不断巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础，不断提升国家文化软实力和中华文化影响力，为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴提供坚强思想保证、强大精神力量、有利文化条件。

习近平强调，各级党委(党组)要把做好宣传思想文化工作作为重大政治责任扛在肩上，确保党中央关于文化建设的决策部署落到实处。各级宣传文化部门要强化政治担当，勇于改革创新，敢于善于斗争，不断开创新时代宣传思想文化工作新局面。

全国宣传思想文化工作会议10月7日至8日在京召开。会上传达了习近平重要指示。中共中央政治局常委、中央书记处书记蔡奇出席会议并讲话。

会议指出，习近平总书记的重要指示高屋建瓴、精辟深邃，具有很强的政治性、思想性、指导性，为进一步做好宣传思想文化工作指明了方向，必须深入学习贯彻、坚决贯彻落实。

会议强调，党的十八大以来，宣传思想文化工作之所以取得历史性成就，最根本就在于有习近平新时代中国特色社会主义思想领航掌舵，有习近平新时代中国特色社会主义思想科学指引。习近平新时代中国特色社会主义思想新观点新论断，内涵十分丰富，论述极为深刻，是新时代党领导文化建设实践经验的理论总结，丰富和发展了马克思主义文化理论，构成了习近平新时代中国特色社会主义思想的文化篇，形成了习近平文化思想。

会议指出，习近平文化思想既有文化理论观点上的创新和突破，又有文化工作布局上的部署要求，明体达用、体用贯通，明确了新时代文化建设的路线图和任务书，标志着我们党对中国特色社会主义文化建设规律的认识达到了新高度，表明我们党的历史自信、文化自信达到了新高度，并在我国社会主义文化建设中展现出了强大伟力，为做好新时代新征程宣传思想文化工作、担负起新的文化使命提供了强大思想武器和科学行动指南。习近平文化思想是一个不断展开的、开放式的思想体系，必将随着实践深入不断丰富发展。要深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，持续加强对习近平文化思想的学习、研究、阐释，并自觉贯彻落实到宣传思想文化工作各方面和全过程。

会议强调，要紧紧围绕学习贯彻习近平文化思想，围绕贯彻党的二十大精神关于文化建设的战略部署，切实增强做好新时代新征程宣传思想文化工作的责任感使命感，推动各项工作落地见效。坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，在真学真懂真信真用、深化内化转化上下功夫。巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论，以强信心为重点加强正面宣传，提高舆论引导能力。广泛践行社会主义核心价值观，改进创新精神文明建设，促进文化事业和文化产业繁荣发展，推动中华优秀传统文化保护和传承。加强和改进对外宣传工作，增强中华文明传播力影响力。坚决有效防范化解意识形态风险，敢于亮剑、敢于斗争。加强党对宣传思想文化工作的全面领导，落实政治责任，勇于改革创新，强化法治保障，建强干部人才队伍，为担负起新的文化使命提供坚强政治保证。要以钉钉子精神把各项任务要求落到实处，不断增强工作能力本领，提高工作质量效能，在建设社会主义文化强国、建设中华民族现代文明的奋斗和实践中展现新气象新作为。

中共中央政治局委员、中央宣传部部长李书磊作工作部署。

中央网信办、人民日报社、中央广播电视总台、国务院国资委、北京市委宣传部、四川省委宣传部负责同志作交流发言。

铁凝、谌贻琴出席会议。

中央宣传思想文化工作领导小组成员，各省区市和计划单列市、新疆生产建设兵团、中央宣传文化系统各单位，中央和国家机关有关部门、有关人民团体，中央管理的金融机构、部分企业、高校，中央军委机关有关部门负责同志等参加会议。

#### 国际赛事带来新机遇

## 以“光”为媒 照明企业点“亮”亚运



□ 本报记者 王霁滢 文/摄

10月8日晚，为期15天的杭州亚运会圆满落幕。杭州亚运，不只是赛场上的争金夺银，更是杭州这座亚运城市展示自我，展示中国经济高质量发展水平、中国式现代化进程的机会。

在一座城市中，光是流动于城市脉络中的“无形血液”。无论是开幕式上通过运用网幕、地屏等高科技LED屏产品打造的震撼视觉，还是闭幕式“数控草坪”中暗藏的5万颗LED灯，都展现了科技与生态之美。亚运期间，多家照明企业以其卓越的技术和创新的精神，携一批批高质量、节能环保的照明产品点亮杭城，为亚运会“添光增彩”。

#### 节能环保产品、方案频现 绿色“光”赋能赛事文化

作为大型国际综合性体育盛会，本届亚运会以杭州为中心，共设56个竞赛场馆。赛场上，田径、足球、篮球、体操、游泳等众多比赛项目的开展对场馆照明设计的精准度、均匀度、眩光控制以及灯具安装调试提出了复杂要求；赛场外，杭州萧山国际机场路智慧化改造项目以及亚运景观照明提升项目等多个杭州亚运会重要保障项目相继点亮。如何用智慧照明技术讲好杭州城市故事成了照明企业关注重点。对此，昕诺飞、雷士、利亚德、艾比森、南京洛普、罗莱迪思、雷曼光电、勇电照明等众多LED照明及显示相关厂商齐聚此次杭州亚运会，在保证照明效果的同时，致力于实现节能低碳的绿色亚运目标。

“在亚运会体育馆的照明设计中，雷士照明做的比较典型的案例是为杭州亚运会训练馆提供了泛光照明工程，为这座全球最大的‘玉琮’建筑，通过线条型光线重点表现‘玉琮’刻痕，暖色光被巧妙地用于照亮步行廊道。与此同时，为了让各国记者看到更美的杭州，雷士照明参与的杭州亚运会媒体村地块泛光照明工程，采用了‘体小量轻’的定制化灯具照明产品，通过灯光勾勒建筑形状，变化灯光色彩与

洗墙效果，给住客们带来多元化的感受，创造美丽舒适的人居环境。”雷士照明公共照明产品经理余修围在接受记者采访时说道。

为富阳水上运动中心、宁波市奉化体育馆等多家比赛场馆以及“桐庐诗乡画城迎亚运”富春江夜游项目、杭州亚运场馆轮滑馆沿江公园等众多“迎亚运”照明项目提供服务的勇电照明此次也依据“绿色、智能、节能、文明”的办赛理念，提供具有完全自主知识产权的二次封装LED灯具，同时开创性地提出了与高科技的3D打印技术相结合的定制化照明解决方案。“运用该先进技术打印的灯光产品，阻燃等级达到最高级V-0，具有抗UV、耐高低温等优点，可在户外恶劣环境下长期使用，解决了现有市场上3D打印耗材无法大规模运用于工业生产的问题，以快速小批量定制的优点展现照明行业的‘中国速度’。”勇电照明董事长徐松炎在接受记者采访时表示。

此外，为充分考虑运动员、裁判员、场内及电视机前观众的视觉需求，此次昕诺飞提供了对标国际顶级赛事标准的专业体育照明解决方案，通过采用针对专业体育照明打造的飞利浦大功率LED投光灯，适用于高空空间所照明的飞利浦高天棚灯以及智能互联照明系统，向参赛者及观赛方展现高品质的照明效果，打造沉浸式的赛场照明体验，并实现在重大国际比赛电视转播、专业比赛、业余比赛、专业训练和娱乐活动等多种用途的照明模式切换，满足亚运会场馆的日常运营需求。

“在此次亚运会上，可以看见照明行业朝着更加智慧、绿色、多元、个性化的方向发展。”徐松炎表示，照明企业紧扣办赛宗旨，采用更加节能高效、高品质的LED灯光助力盛会，同时通过使用智能照明控制系统远程监控能耗、调整灯光，助力低碳亚运，显示出照明行业越来越注重可持续性。“灯具不仅用于提供照明，还用于增强观众和参与者的体验，创新的灯光设计、人与灯互动可以为观众带来更具吸引力的体育赛事体验，营造昂扬的亚运氛

围。”徐松炎表示。

企业扎堆体育营销 做好与体育相结合的“场景”是关键

自2008年北京夏季奥运会以来，我国相继获得了广州亚运会、北京冬奥会、杭州亚运会等国际赛事的举办权，作为国际体育盛会的主办方，每一个场馆的建设和使用都离不开照明产品，这也为国内照明工程灯具产品提供了巨大市场。对照明企业来说，国际体育赛事正成为面向国际客户最好的展示舞台，其产品能在国际赛事上应用，也是产品和品牌实力的证明。据不完全统计，已有超70家照明企业成为上述四场国际赛事的供应商。

对于照明企业扎堆体育营销，北京社科院副研究员王鹏在接受记者采访时表示，一方面，体育赛事具有广泛的观众群体和媒体关注度，照明企业可以借助赛事影响力来提高品牌知名度；另一方面，体育赛事是充满活力和正能量的场合，照明企业在其中展示自身品牌与体育精神的契合，可以增强消费者对其品牌的好感与认同。

北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清表示，照明企业开启体育营销既是一种多元化的市场战略，也是一项开拓性的创新营销，是企业经济复苏和市场回暖过程中，面对强大的竞争对手和日益激烈的竞争格局，借力庞大的体育竞技市场采取的一种逆境自救和经营谋变。通过主动融入以年轻群体为主的体育市场，为企业高质量可持续发展累积更大能量，集聚更强动能。

事实上，在“体育强国”这一时代口号的号召下，体育照明解决方案日益精进完善，呈现出照明专业化、设备智能化、场景娱乐化等趋势。正如首个开展体育营销的品牌雷士照明所言，体育赛事能够体现一家企业多维度的照明解决方案能力，比如场馆照明、景观亮化等考验的是体育照明、公共照明及工程服务能力；奥运村、亚运村、媒体村等配套设施的照明亮化考验的是全媒体照明；配套商场、考验的是商业照明；运动馆、运动员村、媒体村内的消防照明考验的是特种照明等。在雷士照明看来，做好体育营销需要的发力点是照明与体育相结合的“场景”，照明不是一盏灯、一束光，而是用灯具和光线构成的“光环境”，赛场需要激情竞技的“光环境”，运动员宿舍需要休闲放松的“光环境”，城市公园需要优雅美观的“光环境”……用场景去思考，用场景去解决，是做好体育营销的关键。

此外，徐松炎也表示，企业体育营销宣传需要回归产品质量与创新科技，在各大赛事推陈出新照明技术和产品，提供高效能、智能化的照明解决方案，推动照明行业朝着智慧低碳方向发展。

## 国产运动鞋跑出“中国速度”

#### 运动表现明显提升 彰显先进制鞋工艺

□ 本报记者 史晓菲

在杭州第19届亚运会上，中国制造成为一道亮丽的风景线。从火炬传递到赛场竞技，以361°、安踏等为代表的国产体育品牌竞相亮相，特别是运动员们穿着的运动鞋，让观众见识到了我国目前最先进的制鞋工艺。

“这次杭州亚运会，国产品牌也推出了很多拥有黑科技、新设计的新款球鞋、跑鞋，配色都非常漂亮。实际上，这些新款鞋制作材料的科技含量都很高，也有很多自主创新之处。”担任火炬手的球鞋自媒体人张磊以球鞋制作的一种工艺为例说，“过去原材料都是颗粒状，如今一些国产球鞋开始使用超临界发泡工艺，实现一体成型，对球员的帮助更大。”

此次意尔康为杭州亚运会、亚残运会设计的鞋款包括4款礼仪和升旗手用鞋，共计1170双。除了高度契合服装主题，意尔康鞋款在舒适度和耐磨性上也下足

了功夫。意尔康男鞋鞋部设计开发副总监金立军表示，为了满足杭州亚运会组委会提出的要求，意尔康在选材和工艺上都做了反复比选，最终选用了优质的牛皮和小羊皮，并且运用3D烫底工艺，增加记忆海绵，使鞋更加贴合脚型，穿着的时候更舒适，天然橡胶材质的大底也更加耐磨、耐折，小小的一双鞋运用了当前最先进的制鞋工艺。

谈及当下国产运动鞋的创新，中国皮革协会副秘书长、全国鞋协委员、全国皮鞋分标委副主任委员路华在接受记者采访时举例称，以技术创新最为活跃的中底为例，从材料方面看，过去运动鞋中底以EVA为主，十年前，TPU材料开始使用，目前TPU已经得到了极大的普及。近几年，PEBA等材料在高性能运动鞋中的占比快速提升。从工艺方面看，过去中底材料发泡以化学发泡为主，目前超临界发泡工业越来越成熟，已经得到大量应用。在创新的持续推动下，当前众多品牌运动鞋

的中底在保持轻量等性能的同时，回弹性达到80%以上，运动表现得到明显提升。

在在市场方面，运动鞋市场逐渐拥有了庞大的受众群体，本土品牌更是迎来了市场的量价齐升。阿里平台今年6月的数据显示，运动鞋销量延续增长，其中，运动鞋同比增长15%，篮球鞋同比增长3%，跑步鞋同比增长13%。

随着运动消费渐成社会刚需以及推进体育用品行业高速发展的一系列利好政策不断落地，运动鞋行业发展迎来新机遇。去年3月，中共中央办公厅等部门印发的《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》明确指出，到2025年，经常能够参加体育锻炼人数比例达到38.5%。行业评估指出，预计到2025年，我国人口总规模将保持在14.1亿人左右，其中经常锻炼人口为5.4亿人，以人均年度消费1098元作为参考标准，2025年运动鞋服总市场规模或达到5930亿元。