

# “两轮”骑行的新变化

## ——来自2026中国国际自行车展览会的一线观察

早晚高峰骑行的通勤大军，郊野绿道竞速的专业骑手……近年来，骑行热潮在多个城市涌动。作为一种融入日常的生活方式，当下骑行有哪些新风尚？近日在上海举行的2026中国国际自行车展览会中，呈现了不少自行车行业的新变化。

深灰色的车架在射灯下泛着微光，不同部位的连接处光滑平整。摆在展览会创新示范展正中央的全3D打印钛合金车架，吸引了不少人的目光。

“此前钛合金3D打印更多应用在航空制造领域，今年采用一体一次打印成型工艺，应用在自行车制造领域，大幅提升了车身结构稳定性，同时精准把控整车重量，实现了车架刚性与轻量化的双向突破与极致平衡。”陕西泰世邦科技实业有限公司LAGET品牌销售总经理王渊博说。

车身稳固保证骑行顺畅，装备智能降低安全风险。

由深圳市路歌体育用品有限公司带来的一副黑色骑行手套，除了在掌骨关节处多了一些“护甲”，乍看之下与普通的骑行手套并无二致。

“不要小看这层‘护甲’，里面放置了一种新型纳米复合材料——

DCLAN凝胶。这种凝胶遇力则硬，在骑手摔倒时可以形成一个保护壳抵挡对掌骨的冲击；卸力则软，佩戴时并不会感到硬邦邦。”创新示范展现场活动负责人张宇介绍，这种凝胶的原材料采用有机硅和聚氨酯，人体接触无毒，也更环保。

除了更科技、更绿色，记者观察到，与往年相比，今年展览会更加注重对骑手的关注。

在上海永久自行车有限公司的展位中，一辆辆外观小巧精致、颜色偏向女性喜好的“申丽”牌自行车，让不少路过的参观者驻足了解。

“‘申丽’是我们推出的专为女性打造的自行车品牌。”公司技术信息部产品经理冯恒浩介绍，这个品牌的自行车把宽度较窄，更好适应女性肩膀的宽度；坐垫更宽，进一步分散骑行时对女性骨盆的压力；车身更小巧，方便女性上下自行车。“我们致力于为不同年龄、职业、生活方式的女性提供专属的骑行方式。”

专注于儿童、青少年自行车生产的河北恒驰自行车零件（集团）有限公司，今年以“轻量化”作为展示的重点。

“这款‘阿捷利特’自行车从车架到车把，所有的原材料都是重量较轻的铝合金，适合16岁青少年的自行车重量只有5公斤左右，既方便骑行，也方便搬运。”集团董事长董宏志说。

专注竞赛用车的山东泰山瑞豹复合材料有限公司，在此次展会上带来了不少外形酷炫的公路车。

“这些产品使用了竞赛用车同款的几何设计，并根据使用场景进行了相应配置调整。这样既能让消费者感受到竞技的魅力，也进一步满足了消费者需求，让产品更符合实际应用场景。”公司品牌总监李为海说。

在人工智能等快速发展的今天，自行车行业也在依靠技术进行转型升级。

在天津金轮集团旗下佰客屋门店中，消费者在一辆连接多台仪器的自行车上骑行一段时间，相关的骑行数据在消费者同意的前提下，通过AI分析汇总生成一份数据报告。

“我们会根据这份报告，对消费者需要的自行车进行定制化生产制造，只需多等一个星期，便可以买到专属于客户的、独一无二的自行车。”佰客屋CEO兼集团总裁业务助理张新宇

说。

除此之外，金轮集团佰客屋还开发出了一款适用于自行车的App，可以捕捉消费者的骑行里程、爬坡换挡速度等数据。“通过这些数据，一方面可以让消费者进行科学平衡的运动，另一方面我们也可以及时提醒消费者对车辆进行保养，更好延长自行车的使用寿命。”张新宇说。

中国是自行车生产大国，不少走出国门的企，在生产和销售上更加因地制宜。

作为国内知名自行车生产厂家，广州五羊自行车有限公司近年来在出口方面持续发力。“外国人比较喜欢骑摩托车，我们就把包括‘咖啡骑士’在内的摩托车元素融入到我们的电动助力自行车中，让车辆更加流线型、构造更加硬朗。”公司出口部负责人廖淳丰说。

除了巩固包括巴西、美国在内的北美洲、南美洲市场外，公司在未来还将进军中美洲。“要打开更广阔的市场，生产出更符合当地实际需求的电动助力自行车，让全世界更多人感受到中国制造的吸引力。”廖淳丰说。

(新华社上海5月8日电 记者 叶昊鸣)

# 中央宣传部等部门部署开展2026年文化科技卫生“三下乡”活动

新华社北京5月8日电 近日，中央宣传部、国家发展改革委、教育部、科技部、司法部、农业农村部、文化和旅游部、国家卫生健康委、广电总局、共青团中央、全国妇联、中国文联、中国科协联合印发通知，部署开展2026年文化科技卫生“三下乡”活动。

通知强调，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻习近平文化思想和习近平总书记关于“三农”工作的重要论述，坚持以社会主义核心价值观为引领，主动适应农村人口结构和农民生产生活方式变化，持续改进创新组织方式和活动内容，广泛调动各方力量，推动更多优质文化科技卫生资源直达乡村，使“三下乡”活动更加贴近农村实际、更好满足农民期待，让基层真正得实惠，助力推进乡村全面振兴、加快农业农村现代化。

通知提出，要送文化艺术下乡，动员组织各级各类文艺团队赴农村开展文化服务，实际支持群众歌咏、演奏、广场舞、“村晚”“村歌”等群

众性文体活动，不断满足农民群众精神文化需求。送法律服务下乡，常态化开展乡村主题普法活动，加强乡村“法律明白人”“法治带头人”培养。送农业技术下乡，聚焦乡村产业发展需求开展专题培训，促进农产品推广、产销对接，拓宽农民群众致富增收渠道。送科学知识下乡，创新举办科普示范活动，创作推出优秀科普作品。送医疗资源下乡，组织义诊活动周、名医走基层等活动，开展乡、村两级派驻和巡回医疗服务，将优质医疗资源送到农民群众身边。送公益服务下乡，面向农村儿童、妇女、老年人等群体有针对性地开展关爱帮扶行动，加强对农村适婚群体的公益性婚恋服务和关心关爱。

通知要求，各地区各有关部门要精心组织，注重实际实效，强化典型示范，总结推广经验，推动“三下乡”活动常在乡、常惠乡。要树立和践行正确政绩观，严格落实中央八项规定及其实施细则精神，不给基层增加负担。

# 中央网信办：生活服务类平台算法治理取得初步成效

新华社北京5月8日电 记者8日从中央网信办获悉，今年1月，中央网信委印发《生活服务类平台算法负面清单（试行）》，随后，中央网信办会同有关部门组织实施，多地网信部门开展专项行动，督促外卖、网约车、货运、网购、在线旅游、票务领域重点平台对照负面清单，深入开展自查自纠。美团、淘宝闪购、京东、滴滴等平台已实施优化改进措施63项，在提升算法透明度、公平性、合理性方面取得初步成效。

优化订单分配算法方面，多家重点平台承诺不会根据司机或骑手性别、年龄、价格承受能力、历史接单情况进行差异化派单。优化时间预估算法方面，设置宽容灵活送达时间，基本取消超时

扣款。优化定价算法方面，各重点平台均承诺，不基于消费者浏览记录、支付意愿、支付能力、消费记录、消费偏好等信息，对同一商品或服务在同等交易条件下设置不同价格。

中央网信办相关负责人表示，生活服务类平台算法治理取得了初步成效，但个别平台仍存在“选择性整改”“别人不改我不改”等问题，与广大新就业群体和人民群众的期盼期待相比还有不少差距。下一步，中央网信办将会同有关部门，持续抓紧抓实负面清单实施工作，进一步压实平台主体责任，适时组织专项检查，评估效果、督促进度。发现存在严重问题的，依法依规处置处罚。

# 涉及手机、电脑、电视等人工智能终端智能化分级系列国标发布

新华社北京5月8日电（记者 周圆）记者8日获悉，工业和信息化部等部门日前联合启动实施人工智能终端智能化分级系列国家标准，将进一步规范终端智能化评价、驱动产品迭代升级、保障用户消费体验。

中国电子技术标准化研究院副院长于秀明在8日举行的标准发布宣贯会上说，此次发布的系列国家标准采用“2+N”架构。“2”指《人工智能终端智能化分级 第1部分：参考框架》和《人工智能终端智能化分级 第2部分：总体要求》，这两项标准明确了智能化的概念、等级划分和测试方法。其中，分级体系方面，从L1响应级、L2工具级、L3辅助级到L4协同级，智能化水平依次提高，终端更“聪明”。

“N”则是面向手机、电脑、电视、眼镜、汽车座舱、音箱、耳机等

不同产品的具体标准。首批标准包括7个品类，后续将推进其他品类标准研制。

于秀明认为，人工智能终端是消费电子新增长极。系列国家标准将为企业提供对标达标的提升方向，促进供给侧有序竞争、良性发展。同时，也为消费者提供了技术和评价依据，保障需求侧有标可依，提升用户体验和满意度。

工业和信息化部有关负责人在会上表示，下一步将会同相关部门，强化标准实施应用，搭建标准符合性检测平台，打造标准应用示范案例与标杆产品；加快标准体系迭代，加快构建包含各类终端形态的统一标准体系；做好标准在2026年消费品“以旧换新”政策中的落地实施，加快形成人工智能终端产品目录，拓展人工智能应用广度深度，打造热点消费场景。

# 财政部下达支持学前教育发展资金458亿元

新华社北京5月8日电（记者 申铨）记者5月8日从财政部了解到，财政部近期下达2026年支持学前教育发展资金458亿元，比上年增加125.6亿元、增长38%，重点支持地方巩固落实好学前教育免保育教育费政策；补足普惠性资源短板，提高保教质量，巩固家庭经济困难儿童等群体资助制度。

“十四五”时期，中央财政累计安排支持学前教育发展资金1262亿元。从2025年秋季学期起，免除公办幼儿园

园学前一年在园儿童保育教育费，对民办园适龄儿童给予相应减免，惠及超过1400万在园儿童，减轻家庭教育支出超过200亿元。

下一步，财政部将会同教育部指导地方充分发挥省级统筹作用，合理安排中央补助资金和地方应承担的免保育教育费补助资金，保障幼儿园正常运转。同时，深入推进学前教育扩优提质工作，加快补齐短板弱项，稳步提升幼儿园办园水平。

# 17家全国性行业协会商会联合发布《国内贸易交易指引(试行)》

新华社北京5月8日电（记者 何晓）为构建统一开放、竞争有序的市场体系，纵深推进全国统一大市场建设，5月8日，中国物流与采购联合会、中国商业联合会、中国纺织工业联合会、中国轻工业联合会、中国网络社会组织联合会等17家全国性行业协会商会在京共同发布《国内贸易交易指引（试行）》。

我国内贸市场规模体量大、企业主体多、就业领域广，是强大国内市场的重要支撑。2025年，我国社会消费品零售总额超50万亿元，消费市场规模稳居全球第二。但总体上来看，国内贸易仍存在交易不规范、账期长、回款难等问题，企业对建立全国统一、权责清晰的高标准交易规则呼

声强烈。

据了解，指引共设七章三十八条，以依法合规、平等自愿、诚实守信、公平竞争为原则，立足行业发展实际，聚焦堵点卡点问题，贯穿交易全流程，对订立交易合同、货物交付验收、账期及交付、争议解决、规范商业行为等各环节进行了明确和规定，为参与国内贸易的企业提供了可操作、易落地的行为指南。

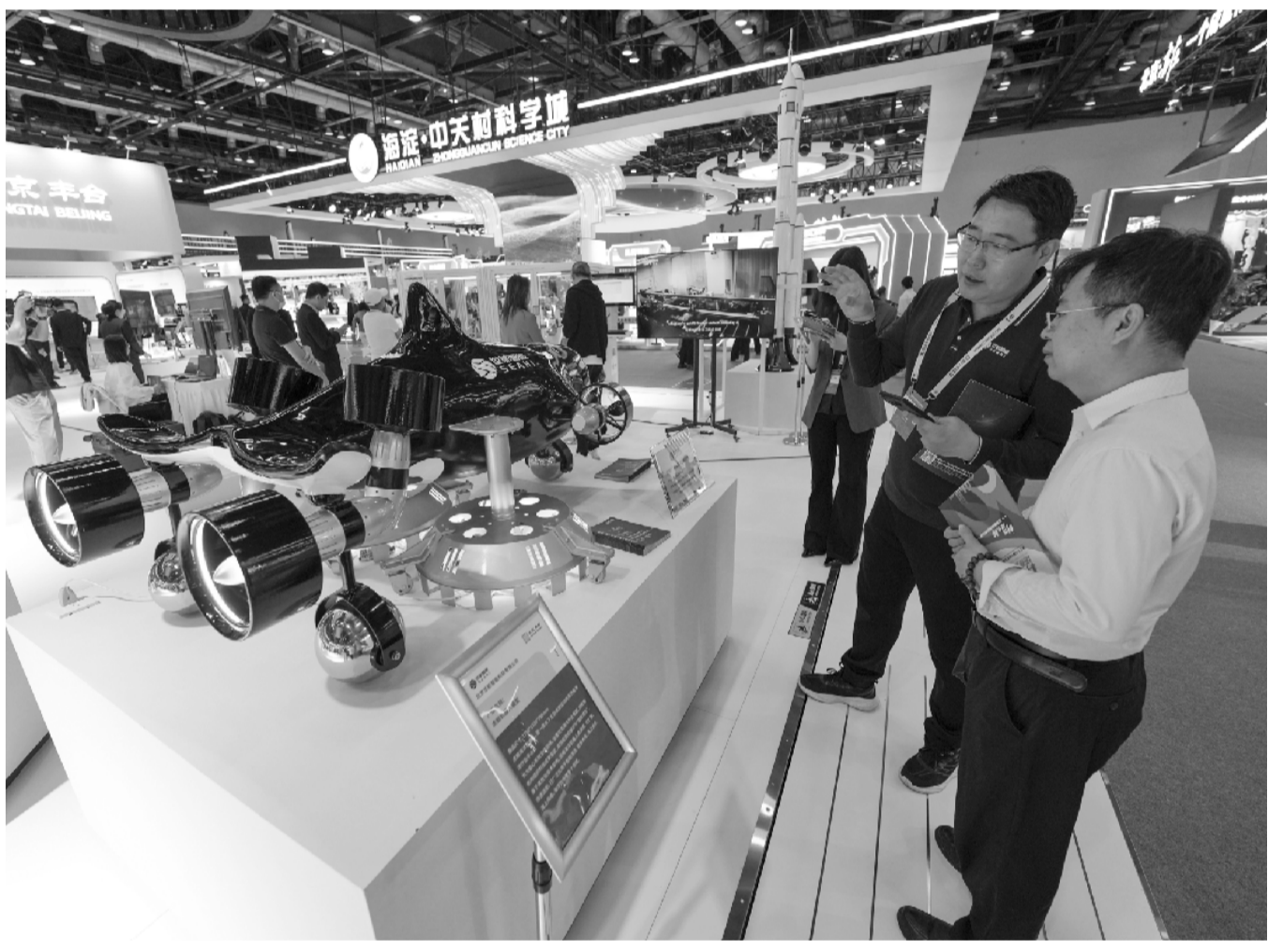
“下一步，各行业协会商会将通过标准建设、信用评价、案例推广等举措，凝聚行业共识，强化自律规范，提升国内贸易标准化、规范化、国际化水平，纵深推进全国统一大市场建设。”中国物流与采购联合会副会长胡大剑说。

# 第二十八届中国北京国际科技产业博览会开幕

5月8日，观众在第二十八届中国科博会上参观展出的虎鲸机器人模型。

5月8日至10日，第二十八届中国北京国际科技产业博览会（简称北京科博会）在北京举办。本届北京科博会主题为“科技引领 创享未来”，设置展览会、贸易投资促进活动和线上展示对接三大板块，吸引了800余家中外企业和机构参展。

新华社记者 谢晗摄



# 司法部全面推行“扫码入企” 行政检查要“亮码”

新华社北京5月8日电（记者 齐琪）记者5月8日从司法部获悉，为巩固深化规范涉企行政执法专项行动成果、健全长效机制，进一步提升行政检查效能，司法部印发《关于全面推行“扫码入企”工作 进一步规范涉企行政执法的通知》，对“扫码入企”基本环节、基本要素进行统一规范。

据介绍，“扫码入企”是规范行政执法的有效措施。在规范涉企行政执法专项行动中，很多地方探索运用

“扫码入企”治理乱检查，形成不少有效经验做法。通知在总结地方实践经验的基础上，对“扫码入企”进一步规范，明确省级政府行政执法监督机构要加强统筹，会同有关执法部门加快整合赋码渠道，形成统一的“执法码”。强调“执法码”是关联行政检查行为、显示检查任务的唯一数字标识，全面涵盖检查主体、人员、数量、事项、时间地点、结果等内容。

通知明确扫码程序，严格扫码流

程，入企检查前，执法人员要报批报备检查任务，系统自动生成“执法码”；联合检查的，一次只赋一个码。未取得“执法码”的，不得实施检查；情况紧急、需当场实施的，事后要限时补办。入企检查时，执法人员主动出示“执法码”，企业扫码核验相关信息，有异议的可以一键反馈。入企检查后，自动形成检查记录与执法文书，统一汇聚到政府行政执法监督信息系统，实现对检查的全过程监督。

通知强调，充分发挥现有执法系统平台的功能，精简合并检查事项，强化对不同企业的差异化监管，有效避免走过场检查、无效检查，提升检查精准性。通过统一赋码，强化技术赋能，进一步规范入企检查，避免数据多头录入、重复录入。通过“政府赋码、执法亮码、企业扫码”，实现对行政检查全过程监督，切实发挥“扫码入企”对执法行为的规范和约束作用。

# 少儿田径赛事兴起背后：一块重要拼图，一个潜力市场

5月7日是世界田径联合会发起的世界少儿田径日。在中国田协的倡议下，全国多地自5月1日起陆续开展“世界少儿田径日暨中国少儿田径月”系列活动。这为正在兴起的少儿田径赛事活动添了一把火。

4日在山西临汾举行的中国少儿田径月嘉年华示范活动吸引了全国各地的27支队伍、1000多名小选手参加。他们在少儿田径全能挑战、1.6公里长跑比赛中展开角逐。

前来参加活动的世界田联联合会少儿项目负责人凯瑟琳说：“中国是少儿田径的重要推广践行者。我能感受到这里浓厚的体育氛围，大家都十分认可让孩子们坚持运动、保持活力的真正价值。”

近两年，国内的少儿田径赛事数量显著增加。2025年，由世界田联和中国田协发起倡议的“长城小勇士”少儿田径系列活动在全国各地共举办各类赛事超过140场，累计吸引超过30万人参与。与此同时，WSE田径公开赛（U4、U8、U12等组别），“奔跑吧·少年”U系列田径赛事，以及斯巴达勇士儿童赛等类田径赛事也

呈现出蓬勃发展的态势。

虽说但凡上过学就熟悉田径、练过田径，但如今的少儿田径活动与大众所熟知的田径有很大不同。其核心内容仍然是跑、跳、投三大类，但更侧重趣味性和参与性，衍生出短跨接力、软式标枪、十字跳等趣味项目，通常采用团体竞赛形式。

据临汾市田径协会执行主席张鑫达介绍，此次嘉年华活动的少儿田径全能挑战，就将传统的跑、跳等基础动作设计为游戏化项目，包括跨栏、攀爬、翻滚、平衡木等不同的关卡。一些比赛中不同年龄组别的项目设置也有所不同，U4组多以亲子配合项目为主，U8组侧重培养协作意识，U12组适当增加基础技术要求，让孩子既能享受运动乐趣，也能循序渐进挖掘潜能。

临汾市第一中学校校长亢建波表示，田径是所有体育项目的基础，但基础也意味着相对枯燥。“我们的体育教学通过设置障碍跑、趣味投等训练，让一、二年级学生增加对运动的兴趣与参与度。”他介绍说，每年春、秋两季，学校都会组织越野跑、

趣味运动会等赛事活动，过去参与学生只有四五成，近年来学生参与度明显提高，达到80%以上，有的项目不到一天就能报满。

张鑫达等业内人士认为，从校园赛到社会赛事，各类少儿田径比赛的兴起，正是这个项目发展的一块重要拼图。“任何体育项目都需要‘学、练、赛’结合，才能形成完整体系。”张鑫达说，“少儿田径强调趣味性，相对弱化竞技性，因此过去我们更注重重学和练，但随着项目深入发展，参与者对于比赛的需求正日益增加。”

临汾市小飞人体育俱乐部负责人孙健栋对这一变化的解读更为直观。“相比于篮球、足球等专项运动，田径训练相对枯燥，且训练成果外化性较弱，可能短时间内看不出太明显的效果，这会影响到孩子和家长的积极性。近两年少儿田径赛事的兴起一定程度上弥补了这一不足，起到了以赛促练的作用。”

有专家表示，少儿田径赛事的兴起，也有助于补齐田径后备人才培养体系中的一个短板。过去我国田径人才培养多依托专业体校，如今群众性

少儿赛事的发展，有望扩大人才选拔的基本盘。

在市场端，少儿田径赛事的兴起也显示出多重潜力。临汾永胜体育发展有限公司是一家青少年田径培训机构，过去他们的主要培训对象是中考考生，但近几年低龄段学员的占比在不断增加。在公司负责人张勇看来，除了体育在学校和家庭教育中的地位不断提升之外，赛事的增加也在一定程度上促进了培训需求的增长。

地方文旅同样乐见其成。本次世界少儿田径日暨中国少儿田径月嘉年华示范活动期间，临汾市同步启动山西省第三届体育消费活动周活动，并为A级景区免费或优惠政策。临汾市文旅局相关负责人表示，相关配套活动既拉动了本地餐饮、住宿、景区消费，也提升了城市体育文旅品牌的知名度。

“一个少儿选手的背后是一个家庭，未成年人带来的消费潜力非常可观。”临汾市体育局副局长王红云说。（新华社太原5月8日电 记者 刘扬涛）