

最新国家公路网规划出炉,总规模约46.1万公里

# 省内新增南通一如东等7条高速

据中国江苏网消息 近日,国家发展改革委和交通运输部正式公布《国家公路网规划(2022—2035年)》(以下简称《规划》)。根据《规划》,国家公路网(包含国家高速公路和普通国道)规划总规模约46.1万公里,其中江苏省总规模约10000公里,包括国家高速公路4100公里、普通国道5900公里。

与上一轮规划《国家公路网规划(2013年—2030年)》相比,本轮《规划》江苏境内国家高速公路由19条增至26条(新增里程约590公里),新增国家高速公路7条,分别是:G0323济宁—合肥高速,构建新的鲁苏皖省际通道,支撑以徐州为中心的淮海城市群一体化发展,促进区域融合发展、协调发展;

G1518盐城—蚌埠高速,构建新的苏皖省际通道,加强江苏中部与皖北、豫南地区的联系,缩短沿海地区与中原城市群的时空距离;G1519南通—如东高速:强化南通北部片区对外出行,服务通州湾港区集疏运,助力沿海开发;G3611南京—信阳高速,构建新的苏皖省际通道,加强南京与安徽滁州等地的便捷联系;G4013扬州—乐清高速,构建新的南北干线通道,加强包括扬州、镇江、常州和无锡在内的扬子江城市群与浙北地区的联系;G4231南京—九江高速,构建新的苏皖省际通道,进一步加强南京与安徽和县等地的便捷联系;G9904南京都市圈环线,构筑南京都市圈大外环,强化南京都市圈各城市间的互联互通,减少城市交通与过境交通干扰。

与上一轮规划《国家公路网规划(2013年—2030年)》相比,本轮《规划》江苏境内普通国道由22条增至25条(新增里程约490公里),新增普通国道3条,分别是:G633泗阳—阜阳公路,构建新的苏皖省际通道,加强苏北地区与安徽北部地区的便捷联系;G634太仓港—平湖公路,构筑新的苏浙省际通道,同时支撑国家级港口苏州港太仓港区发展;G635吴江—芜湖公路,构筑国家级旅游风光道,加强苏浙皖东西向互联互通。

本轮《规划》实施后,江苏境内国家公路的通道能力和服务水平将进一步提升,国家公路对产业发展的支撑作用、对城市群和都市圈发展的支撑保障作用将进一步增强,对于我省加快构建现代化高质量综

合立体交通网,谱写“强富美高”新江苏现代化建设新篇章等具有重要意义。

省际联系更加畅通。《规划》新增的10条线路中有9条为省际衔接通道,与沪浙皖等相邻省(市)路网实现高效衔接,将有力推动长三角一体化等国家战略深入实施。

城际联系更加顺捷。《规划》新增南京都市圈环线,将支撑都市圈交通一体化发展,进一步增强南京作为中心城市的辐射带动能力;新增南通一如东高速、济宁—合肥高速等一批重大项目,将强化省内相邻设区市、设区市与下辖区县的便捷联系。本轮《规划》实施后,可实现全省所有城区人口10万以上的市县30分钟以内上国家高速公路,有力支撑全省新型城镇化建设。

## 暑期档票房已突破88亿元

大幅超过去年同期

据经济日报28日消息 数据显示,截至8月27日,暑期档票房突破88亿元,已超过去年暑期档73.81亿元的成绩,朝着100亿元的票房目标进发。

影响票房的因素很多,其中最主要的还是内容。数据显示,今年暑期档,《独行月球》《人生大事》两部影片在淘票票平台的评分都在9.4分以上,两部高口碑影片合计贡献了暑期档一半以上的票房,头部引领效应明显。其中,《人生大

事》开拓了小众题材的市场空间;《独行月球》融合科幻和喜剧元素,类型复合的创新也受到观众认可。在暑期档后半程“空降”的《新神榜:杨戬》凭借震撼的视觉效果,上映仅两三天票房便过亿元,成为又一匹黑马。知名导演尹力表示,无论电影技术怎么变,讲好人的故事、表达人类共同情感,是永远不会变的。中国电影产业已经进入内容为王的良性发展阶段,优质内容始终是电影市场繁荣发展的有力保障。

## 收益率超过6%就要打问号

央行金融避坑小贴士请收好

据人民网消息 近日,人民银行、银保监会、证监会、国家网信办举行新闻发布会,人民银行金融消费者权益保护局局长余文建在会上提醒广大金融消费者,不要盲目相信高收益和一夜暴富的神话,坚决远离非法金融活动。

针对金融产品真伪的辨别,人民银行行为金融消费者总结了一套防金融诈骗的小贴士,叫做“一看二问三查四不要”。“一看”就是看理财收

益率和存款利息是否合理。高收益意味着高风险,收益率超过6%就要打问号,超过8%就很危险,10%以上就要准备损失全部本金。“二问”就是当遇到金融方面的疑惑时,要问正规的金融机构,或者问金融监管部门。“三查”就是查金融机构是否有业务资格执照,查金融产品是否合规。“四不要”就是不要轻信不明信息、不要随意透露个人信息、不要打开不明网络链接、不要轻易汇款转账。

美国新一代登月火箭拟今日升空

## 此次无人绕月飞行风险不小

如果不出意外,美国新一代登月火箭将于美国东部时间8月29日搭载“猎户座”飞船升空,执行无人绕月飞行测试任务。

新一代登月火箭“新”在何处?曾经创下人类登月辉煌历史的美国,为何要重返月球?记者采访了上海市宇航学会资深航天科普专家、上海宇航系统工程研究所陶建中研究员。

新火箭没有什么特别大的进步

此次启用的美国新一代登月火箭“太空发射系统”,耗资约200亿美元,后续还将用于火星登陆等载人航天深空探索任务。

“太空发射系统”是一个两级火箭,既有“上面级”,还有一个逃逸塔。所谓上面级,是多级火箭以上的部分,位于运载火箭和航天器之

间,可多次启动点火,将一个或多个载荷送入指定轨道,被称为“太空巴士”或“太空摆渡车”。

“‘太空发射系统’与‘土星五号’的推力相当,从功能上看,没有什么特别大的进步。”陶建中说。“土星五号”是美国迄今最庞大的月球探测计划“阿波罗计划”所使用的火箭,其起飞推力为4000多吨。“土星五号”堪称航天史上最成功的重型火箭,从论证到首飞只花了6年时间。

重型火箭首飞的风险很大,除了自身技术要过硬,还要经受自然气象条件的考验。“太空发射系统”第一个发射窗口将于美国东部时间8月29日8时33分(北京时间20时33分)开启,持续2小时。如果错过这一发射窗口,第二个和第三个发射窗口将于美国东部时间9

月2日12时48分和9月5日17时12分开启,分别持续2小时和1小时30分。

如果此次火箭发射顺利,“猎户座”飞船将于10月10日返回地球。“猎户座”飞船此行搭载了3个宇航员的人体模型,为后续载人飞行积累数据和经验。

意在开发利用月球资源

在奥巴马任总统期间,美国的航天体制做了调整,低轨道发射和国际空间站的运营由民营企业来“承包”,而美国国家航空航天局(NASA)主要负责深空探测。

沉寂了一段时间后,直到本世纪,月球再次“热闹”起来。日本、印度、欧盟和中国都制定了探月计划,而美国也打算重返月球。

“此次美国重返月球,意在开发利用月球资源。”陶建中介绍,太阳聚变时会产生大量氦原子和同位素气体,即氦-3。当太阳风刮到地球,会被地球磁场及大气层挡住,因此地球上氦-3的储量并不多,而月球没有空气遮挡太阳风,积累了大量氦-3,这是很好的核聚变原料。此外,月球上还有其他丰富的矿藏,可以在月球上建设基地,制造航天器,从而成为去火星的跳板。

“尽管美国2011年就开始谋划重返月球的方案,但相比阿波罗计划节奏慢了许多,本来最早计划2024年实现载人登月,之后不断地延迟计划并追加预算,至今已经耗资370亿美元。”陶建中说。如果美国此次无人绕月飞行顺利,接下来将有步骤地实现载人绕月和载人登月。

据上观新闻



人们在俄罗斯莫斯科一家“星咖啡”门店用餐。

近日,星巴克的接替者“星咖啡”连锁店在莫斯科开门迎客。随着西方对俄制裁蔓延到各个领域,俄罗斯人的生活发生了一些改变。麦当劳、可口可乐、星巴克、优衣库、H&M等品牌暂停经营或撤出俄罗斯市场。与此同时,一些俄罗斯本土产品和服务纷纷涌现,逐步替代这些西方品牌。

新华社照片

# 今世缘开启高沟品牌复兴征程



8月27日,又见高沟——高沟品牌战略暨新品上市发布会以线上的形式隆重举行。今世缘酒业党委书记、董事长、总经理顾祥悦,江苏省酒类行业协会(商会)常务副会长兼秘书长王建英,中国酒类流通协会秘书长秦书尧,河海大学博士生导师陈建生,今世缘酒业副董事长、副总经理吴建峰,今世缘酒业党委副书记、监事会主席、高沟酒业销售公司总经理倪从春等领导与嘉宾及广大消费者相约云端,共同见证高沟新品上市的高光时刻。

再现历史荣光,实现价值回归

使命担当。顾祥悦表示,高沟品牌是“中华老字号”,是今世缘的根与魂,也是一张有故事、有内涵的飘香名片。高沟品牌复兴,是民族品牌崛起的重要命题、苏酒高质发展的具体行动、公司品牌战略的必然举措。要让高沟与今世缘、国缘三大品牌各有分工、各显其能,三驾马车并驾齐驱,行稳致远,拉动营收增长冲线百亿,提前布局后百亿时代。高沟复兴,唯有创新。要找准战略机遇点,抓

住营销关键点,明确未来发力点,在创新实践中打响高沟品牌复兴战。期待通过整合高沟品牌独特的优质资产,激活高沟品牌特有的文化内涵,唤醒高沟酒在消费者心中认知。市场从不辜负真正的好酒,高沟这个饱经风雨沧桑、倾注了一代又一代人匠心 and 情怀的品牌,这杯曾经代表中国白酒塔尖水平的美酒,必将再现历史荣光,实现价值回归。

筑牢品牌根基,夯实品牌厚度

追根寻缘,又见高沟。见证苏酒振兴到高质量发展历程的王建英表示,高沟酿酒具有天缘、地缘、水缘、人缘等独特优势。早在1956年就夺得江苏省“酿酒第一”的桂冠,1984年高沟特曲在全国第四届评酒会上名列全国浓香型白酒第二名,1995年,被国家技术监督局认定为全国浓香型白酒标准样产品。推动高沟品牌复兴,筑牢品牌根基,夯实品牌厚度,是今世缘坚持守正创新、打造百年企业的战略决策。踔厉奋发酿美酒,笃行不怠结善缘。希望今世缘酒业坚持守正创新,弘扬工匠精神,用高品质产品赢得更

多消费者。加快数字转型,加大科研投入,发挥技术优势,实现传统工艺与智慧酿造融合发展。立足精耕细作,提升品牌价值,实现品牌文化创造性转化和创新性发展。江苏酒业协会将不遗余力支持今世缘高质量发展,共同促进江苏白酒产业的繁荣。

根深才能叶茂,本固方有枝荣

水韵高沟,根深路远。秦书尧致辞说,长期以来,江苏名酒“三沟一河”在全国都享有极高的市场美誉度。高沟酒代表“生态”之根。水韵悠长、旖旎锦绣。独特的生态环境,是高沟基因所在。又见高沟,见的是绿水青山、生态之美。高沟酒代表“风土”之根。淮河给高沟带来了领先、成熟、自信的文化文明,运河带来了开放、多样、包容的品质品格。又见高沟,见的是文化血脉、风土之美。高沟酒代表“品质”之根。“高沟”是消费者心中的好酒记忆,品牌语言简单有力:就是品质好酒。又见高沟,见的是厚积薄发、品质之美。在社会需求升级、酒类消费升级背景下,酒业必须把“根”扎深扎实,不断强化核心价值的挖掘与梳理、建设与表达,支撑更加长远和持久的发展。

名酒出自佳泉,好酒源于好水

长期从事同位素水文学和岩体裂隙渗流等交叉学科科学研究及教学工作的陈建生教授说,高沟酒的高品质与酿酒用的“天泉”水有关。研究发现,“天泉”水具有极不平凡的传奇经历,成为高沟酒不可复制的品牌特征。“天泉”水来自高沟2500公里以外的西藏与云贵高原,印度季风带来的降水通过断裂带渗入到深循环导水通道中,一路向东。大约经过40年后,从隐伏火山口向地表排泄,成为“天泉”。地下水在传输过程中与围岩发生水岩反应,先后经历了硅酸盐与碳酸盐两种地层,溶解到地下水中的硅与锶的浓度高出矿泉水下限值2—3倍,属于矿泉水家族中的上品。“天泉”中还含有大量对身体有益的微量元素,属于极为稀缺的天然饮品。2018年,经国家矿业联合会天然矿泉水专业委员会

会认证,涟水县被授予“中国矿泉水之乡”称号。

分享更好美酒,拥抱美好生活

作为高沟酒非遗传承人、中国白酒大师吴建峰博士介绍说,高沟酒不仅有悠久的酿酒历史,还有红色历史基因,这是独特的魅力。高沟酒传统的风格特点是酒体醇厚、饱满甘冽。现在消费者喜好发生了变化,希望更清淡、更柔和一点。围绕新的消费趋势和潮流,今世缘科研团队在2006年开始着手研制高沟酒新的风格,在传承中不断创新,赋予高沟酒新的时尚、新的品味,引领“味”来。这次推出的新高沟标样(黑标)突出蜜香和花香,风格更清雅。同时调整制曲工艺,使产品更绵甜、更醇厚。包装设计追求绿色、低碳、环保,简而不凡,把产品设计着力点更多地放在酒的内品质上,让懂酒、爱酒的人,享受到更特别、更惬意的人间美味,拥抱美好生活。

创造新的增量,激发新的力量

最美的遇见是又见。倪从春谈道,品牌的价值在于创造价值,高沟复兴,是为百亿今世缘创造新的增量、激发新的

力量。新高沟要锁定目标消费群体,明确品牌定位和价值主张。确立新理念。高沟像一张有巨大创作空间、巨大升值潜力的宣纸,复兴高沟充满无限可能。抢占新赛道。新品“高沟标样”坚持“产品就是媒介、产品就是品牌”的理念,让产品由适应需求向激发需求转变,打造黄淮名酒带高端光瓶典范、城市新中产聚会低调优选。建立新机制。成立实体公司,最大限度激发团队干事创业激情,打造以奋斗者为本的创业团队。创新设计城市合伙人合作模式,让优质经销商共享企业发展红利。同时围绕客户最关心、最动心、最担心的问题提供个性化解决方案。开创新模式。创新终端渠道合作模式,线上线下融合,拥抱新零售。探索分众传播、精准营销,通过内容营销,实现宣销一体化。

遇见,是“缘”;又见,是“圆”。又见高沟,扬帆起航,乘风破浪。发布会现场,顾祥悦、王建英、秦书尧、陈建生共同转动航舵,高沟系列新品正式上市。随后进行了线上高沟新品展示,中国酒业协会,阿里、京东、苏宁易购等各界意见领袖发来祝贺视频。

新华网、凤凰网、新江苏客户端、华夏酒报、中外酒业等媒体对此次发布会进行了同步直播。

·小缘·

