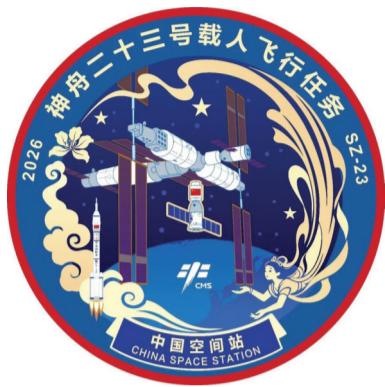


# 神舟二十三号载人飞行任务标识发布



中国载人航天工程办公室正式发布神舟二十三号载人飞行任务标识。

### 设计理念

标识采用圆形设计,展现了神舟二十三号载人飞船即将与中国空间站对接的场景,彰显了中国载人航天的硬核科技实力。

标识中三颗五角星对应执行任务的三位航天员;左侧以长征二号F运载火箭发射为视觉主体,搭配金色祥云、如意纹样,将传统吉祥元素与现代航天科技

相融,寄托任务圆满成功的美好祝愿,彰显传统文化与航天事业的深度融合;右侧融合“飞天”形象与灵动飘带,线条昂扬向上,与圆形轮廓相得益彰,以经典文化符号承载中华民族千年飞天梦想与探索苍穹的坚定信念。

标识色彩以科技蓝为主色调,象征着太空探索与科技突破;以中国红点缀,既传承神舟系列标识视觉基因,也寓意着任务顺利、一往无前。

来源:中国载人航天微信公众号

## 天舟十号货运飞船与空间站组合体完成交会对接

新华社海南文昌5月11日电(记者 李国利 刘艺 陈凯姿)天舟十号货运飞船入轨后顺利完成状态设置,于11日13时11分,成功对接于空间站天和核心舱后向端口。交会对接完成后,天舟十号将转入组合体飞行段。

据中国载人航天工程办公室介绍,后续,神舟二十一号航天员乘组将进入天舟十号货运飞船,按计划开展货物转运等相关工作。

当日8时14分,我国在文昌航天发射场成功发射天舟十号货运飞船。

## 两高司法解释:非法占用耕地“违建必罚,拒执必究”

新华社北京5月11日电(记者 齐琪)为正确办理非法占用耕地案件,依法保护耕地,保障国家粮食安全,最高人民法院、最高人民检察院5月11日发布关于办理非法占用耕地案件适用法律若干问题的解释,自5月18日起施行。

据介绍,违法占用耕地行为时间跨度一般较长,建设单位或者个人因注销、死亡、故意逃避监管,或者在非法占用耕地进行建设后,通过买卖、抵账、赠与、租赁等方式将建设完成的建筑物和其他设施交由他人占有、使用的情况时有发生。

“在违法建设行为人不存在或者不明确的情况下,如果没有实际占有、使用人,或者实际占有、使用人能够配合行政机关对违法建筑物和其他设施进行处置,一般不会产生争议。如果实际占有、使用人拒不配合行政机关的依法处置行为,此时应当对其以非法占用土地论处。”最高人民法院行政庭二级高级法官阎巍表示,对于非法占用耕地的建设行为“违建必罚,拒执必究”。

对于涉及非法占用耕地的合同效力的认定,司法解释明确规定当事人约定占用耕地建房、建窑、建坟、挖砂、采石、采矿、取土等,以及约定买卖、租赁建在耕地上的房屋等内容违反土地管理法的禁止性规定的,人民法院应当认定该约定无效。此类合同被认定无效的,在确定财产返还、折价补偿、赔偿损失时,人民法院应当按照诚信原则和公平原则,结合当事人的过错程度,合理确定各方应当承担的民事责任。

据介绍,人民法院切实维护土地资源安全、粮食安全和生态环境安全。2020年至2025年,全国法院共审结耕地保护领域行政案件23.98万余件、民事案件39.97万余件、刑事案件45667件,并办结耕地保护领域执行案件14361件。

## “世界超市”率先“进球”——义乌备战世界杯一线观察

新华社北京5月11日电《中国证券报》11日刊发文章《“世界超市”率先“进球”——义乌备战世界杯一线观察》。文章称,距离2026年世界杯开赛还有一个半月之际,义乌国际商贸城的球类用品区域却显得格外安静,只有几位外国采购商还在穿梭选品。平静的背后是未雨绸缪、抢占先机的商业意识——早在一年前,“世界超市”义乌就开始为这场全球狂欢的体育赛事忙碌。现在,店铺客流渐缓,工厂忙中有序,义乌的世界杯备货已经进入尾声。

大赛带来的外贸红利已然显现。“厂里的三条产线还在‘火力全开’,每天产销5000只足球”“去年下半年订单高峰期,工人忙得胳膊都抬不起来”“定制产品已在海外上市,又‘种草’一批新客户”……多位球类产品外贸商家告诉中国证券报记者,今年世界杯掀起的外贸热潮已从卖产品进化至卖品牌、卖服务。

### 提前进入世界杯时间

“去年7月以来,订单较非赛季上涨超过20%。夏季本是传统外贸淡季,却因为2026美加墨世界杯而变得热火朝天。”义乌市民飒体育用品有限公司创始人陈绍美说,经历过五次世界杯,公司对备货和签单节奏十分熟悉。目前,工厂每天都有5000只足球从义乌销往全球,大部分订单已在春节前发出,工厂订单排期已到5月底。

从事球衣外贸近19年的义乌市丹娜进出口有限公司董事长温从见启动更早,提前一年进入“世界杯时间”。

“我们从去年初开始设计世界杯球衣,订单从去年6月开始涌入,高峰期从去年10月延续至今年春节前,订单量比平时增长了两三倍。”温从见告诉记者,在刚刚结束的广交会上,公司也有所收获——来自世界杯主办国的几位新客户看到球衣设计图爱不释手,当即签下几个空运散单。

同样有五届世界杯经验的义乌市左西体育用品厂创始人项莉莉,对生产周期有着精准把控。

“本届世界杯由三个国家联合举办,市场热度远超往届,足球销量也在增加。”项莉莉表示,定制化产品生产周期较长,叠加春节假期、物流压力等因素影响,从去年12月开始,厂子就已经启动本届世界杯相关产品的排产工作。

“海外老客户通常提前三到四个月下单,今年2月份,很多货物已经完成出口装柜。4月份是出货高峰期,生产线全开情况下工人还要加班加点。”项莉莉说。

义乌海关提供的数据佐证市场热度。一季度义乌体育用品出口28.3亿元,同比增长12.0%。其中,出口前三的目的地为美国、巴西、泰国。

### 品牌定制双轮驱动

民飒体育的店铺里,三面墙上整齐排列着数百只各色足球,两款世界杯主题“爆款”格外醒目:一款印着美加墨三国国旗的风扇形图案,另

一款以主办国红绿蓝三色为主调,辅以精致条纹。“去年7月至今,我设计的这两款球一直热销。”陈绍美说。

自主品牌、自主设计、自有工厂是民飒稳拿订单的“密码”。早年学习绘画的陈绍美,深谙不同市场的设计语言:南美和非洲偏爱鲜艳色彩,欧洲青睐球队队色设计。从趋势研判到设计绘图,他亲力亲为,爆款不断。

定制化设计不仅考虑市场特征,更服务于具体的客户需求。“客户需求已从‘跟风’采购转向个性化定制,不少企业将Logo、名称印在足球上,作为礼品或宣传品。儿童足球、宠物足球等细分品类也很受欢迎。”项莉莉说。

效率也是核心竞争力,一个定制化足球,从设计需求转化为实际产品,需要多久?项莉莉的答案是,设计图2个小时,样品2天。

定制服务以效率见长,创新产品则着眼于提前布局。深耕球衣品类19年的温从见,目前手握39项专利、32项商标,自主设计的产品品类仍在不断扩充。

“这届世界杯,作为东道主的墨西哥球衣需求增幅明显,南美洲的老客户订单也增多了。”温从见说,结合南美洲热情奔放的文化特性,公司专门设计了啦啦队的队服,对于“全家观赛”的需求,推出儿童款球衣和宠物专属的改良版迷你球衣,不少养宠物的球迷会为自家“毛孩子”配齐观赛装备。

### 政策支持平台赋能

“去年在墨西哥调研,街头小巷都有人踢球、有商贩卖足球,很多足球都来自义乌,特别自豪。”项莉莉笑着说。

海外市场足球货架的义乌“含量”提升,也得益于政策支持与平台赋能。

义乌港是义乌小商品出口“主动脉”,每天施封作业约2000标箱,高峰期超过4000标箱。“通过新一代大通关平台,集装箱卡口实现秒级智能验放,人工施封作业时间大幅缩短约75%,显著提升车辆通行效率,高峰期也不会出现车辆拥堵。”义乌海关监管一科关员何刚告诉记者,部分卡口已上线自动施封功能,单个集装箱施封时间进一步缩短至20秒。

平台层面,小商品城用科技化与数字化手段帮助商家提升效率。

数字化转型已成为公司构筑核心竞争力的关键力量。小商品城2025年年报显示,公司进口转口、网红直播、跨境电商等新业态不断涌现。公司推出首个商贸领域“世界义乌”AI大模型,上线“CG AI设计”“CG AI视创”等14项核心AI应用产品。截至2025年底,AI系列产品服务用户超28.8万人,惠及市场商户超3.4万家。

数据折射了外贸数字化正持续提升公司经营水平。2026年一季度,小商品城实现营收45.93亿元,同比增长45.29%;归母净利润9.90亿元,同比增长23.29%。