

淬炼，在雪域高原

市农科院李庆余把论文写进高原群众的幸福生活



工作中的李庆余。

巍巍高原，皑皑雪山，依旧壮美如画——返烟已有月余，可李庆余的梦里，还时常萦绕着那片奋斗了三年的土地。

2022年7月，市农科院李庆余踏上前往西藏聂拉木的援藏之路。离家那日，两个年幼的孩子懵懂地记住了，爸爸要去一个“连呼吸都费劲的地方”。

今年7月，当李庆余返烟时，皮肤已烙上高原阳光的印记。在离太阳最近的世界屋脊之上，李庆余和无数援藏干部一样，将报国之志融入行动，把科研论文写进高原群众的幸福生活，也在艰苦的环境中，淬炼着一颗赤诚的初心。

去祖国最需要的地方

2019年，烟台市第9批援藏工作组开始报名，可那时他刚做完一个手术，身体状况不允许他前往西藏，只能遗憾放弃。

机会在2022年再次降临。得知烟台市第10批援藏工作组开始报名，李庆余递交了申请。这一次，他如愿以偿。

为何如此执着？其中既有“到祖国最需要的地方发光发热”的热血豪情，也有单位多年延续下来的优良传统。

自1997年起，烟台市农科院就选派专家奔赴高原：蔬菜专家黄代峰告别新婚妻子，成为烟台首批援藏干部之一；随后，刘学庆、刘少青、田长平等业务骨干，也带着前沿农业技术，源源不断地输送到高原之上。

“我和长平、少青同一年进单位，他们都去援藏，既贡献了自己的智慧，又锻炼了自己的能力。我怎么能落后？”这份朴素的“争先”念头，就是他内心的真实写照。

如果说高原反应是生理的考验，那么工作上的巨大转变，则是更大的挑战。

从专注于梨研究的“专才”，到需要统筹协调援藏项目的“通才”，李庆余的工作性质发生了巨大变化。

聂拉木，地处边境一线和珠峰国家级自然保护区，生态保护与发展生产压力并存，当地吸纳劳动力的企业少，加之常年处于寒冷季节，部分脱贫群众增收渠道较窄。

面对现实困境，李庆余和同事一起跑遍聂拉木各乡镇，开座谈会、实地考察、广泛听取意见，筛选出一批聂拉木急需、带动力强、能实实在在惠及民生的项目，并积极对接各方，确保项目高质量完成，为聂拉木的产业发展提供坚实支撑。

他结合“烟台经验”，建立援藏重点工作台账，实行“项目化”管理、“清单化”推

进，明确工作时限和责任部门，及时做好督导，推进落实工作任务，全面推动援藏重点项目稳步推进。同时，他系统梳理完善了以往的援藏项目档案，圆满完成了国家“十四五”规划绩效综合考核和烟台市的审计任务。

专业底色始终未忘。他利用自己的技术专长，指导聂拉木镇、樟木镇、锁作乡的乡亲们发展梨、草莓、西瓜、藏红花、藏香葱等高附加值果蔬种植，还成功从烟台引进了优质土豆脱毒苗和大白菜新品种。

“授人以鱼，不如授人以渔。”李庆余深知人才的关键。他依托援藏人才培训项目，精心组织当地的乡村振兴专干、科技专干、农技人员、村“两委”班子、党支部领办合作社的负责人，到区外学习取经，开拓视野，掌握新技能，为聂拉木的未来发展播下了人才的种子。

他发挥桥梁纽带作用，促成聂拉木县政府与烟台市农科院签订战略合作协议，建立起专家工作站。一批批来自烟台市农科院、农技推广中心、滨州医学院的专家团队，带着技术和经验进藏，为当地农技人员提供手把手的指导和培训。

产业是发展的根基。通过聂拉木县特色优势产业发展项目，他扶持村党支部领办合作社建设高标准温室、冷库、堆肥

场，采购辣椒加工设备、水肥一体化设施、拖拉机、播种机等农机具，有力推动了当地设施果蔬、畜牧养殖、藏药材等产业的升级发展。

李庆余用实实在在的行动，践行着援藏的初心，办好了一件件惠民利民的实事。

淬炼精神，继续俯身大地

在雪域高原，海拔不仅是地理坐标的刻度，更是丈量精神高度的标尺。

李庆余始终强调一句话：“不是我们支援了西藏，而是西藏重塑了我们。”

这份感悟，源于他在高原上的所见所感。

刚到聂拉木不久，他就了解到，一批批山东援藏干部，将青春热血挥洒在这里，把先进理念和技术带进高原，默默为边疆的繁荣稳定贡献着“山东力量”。

他亲眼看见了一位山东籍的派出所所长，扎根在海拔4000多米的乡镇二十多年，把人生最宝贵的年华献给了高原。

更让他心灵震撼的，是那些长期坚守在藏的干部们。他们从五湖四海汇聚于此，跨越千山万水，忍受着常人难以想象的缺氧、严寒，与当地干部群众同甘共苦、并肩奋斗，用坚韧和智慧，有力助推着西藏的长治久安和高质量发展。从他们身上，李庆余真切读懂了什么是“特别能吃苦、特别能战斗、特别能忍耐、特别能团结、特别能奉献”的老西藏精神。

在这种“缺氧不缺精神、艰苦不怕吃苦，海拔高境界更高”的氛围中，他经历了一场深刻的精神淬炼。

“和他们相比，我们这三年的付出，真的微不足道。”李庆余由衷地说，“真正的成长，是在祖国最需要的地方经受锤炼；真正的报国，是把毕生所学倾注于人民幸福生活的篇章里。”

高原同事们在那极端环境下，依然一丝不苟、严谨求实的工作作风，让他深刻体会到“制度”二字沉甸甸的分量：“现在做科研、抓项目，更懂得按规矩办事、按制度执行的重要性了，这是做好一切工作的基石。”

如今，回到熟悉的市农科院，李庆余成长了许多：“以后将继续俯下身去，扎根科研一线，把论文写在大地上，用科技的力量助力烟台梨产业做大做强。”

YMG全媒体记者 苗春雷 摄影报道

东炮台海豹湾将改造

本报讯(YMG全媒体记者 杨健)近日，芝罘区政府网站对东炮台海豹湾项目改造升级工程项目建设用地使用论证报告书和主要展演区域，采用室外自然光照与开敞式通风结构，模拟其原生近岸海域栖息环境。饲养池岸线丰富、水体开阔，适宜斑海豹进行自然行为展示。海豹养殖池北侧边缘采用1:8自然礁石砌石，礁道环形布置。西北侧陆域部分进行拆除至海岸线位置，做斜坡式礁石生态护岸与水域衔接，形成过渡缓坡；现有木栈道向北延伸与自然礁石理坡衔接，向南至养殖池中央区域新增圆环形木栈道，南侧新增一条木栈道至养殖池南侧挡墙。

烟台市防空(防灾)警报试鸣通告

隔为3分钟。其信号识别：

预先警报：鸣36秒，停24秒，反复3遍，时间为3分钟；

空袭警报：鸣6秒，停6秒，反复15遍，时间为3分钟；

灾情警报：鸣15秒，停10秒，再鸣5秒，停10秒，反复3遍，时间为2分钟；

解除警报：连续鸣放3分钟。

四、媒体播报：防空防灾警报鸣放时，烟台广播电视台(广播：新闻频道、交通频道/电视：新闻综合频道、公共频道)将同步播放防空防灾警报信号。

请广大市民注意收听、收看。

特此通告。

烟台市人民政府
烟台警备区

2025年8月

《绿水青山绘就美丽画卷——生态文明建设的中国创新与世界意义》智库报告发布

(上接第一版)美国生态文明研究院副院长安德鲁·施瓦茨在视频致辞中表示，促进人与自然的和谐，已成为中国现代化的一个鲜明特点。绿水青山就是金山银山理念蕴含深厚生态智慧，与中国“天人合一”的传统相呼应，是对全球生态文明话语

的重要贡献。智库报告全文约1.6万字，深入介绍了绿水青山就是金山银山理念的时代背景、核心观点与重大意义，深度阐释了绿水青山就是金山银山理念的理论创新、中国实践与全球价值。

张裕“长尾猫”夏日派对四地同频掀起港城白葡萄酒热

编者按

八月盛夏，海风轻拂，烟台这座充满活力的海滨城市，正被一股清新、时尚的微醺风潮所席卷。8月8日至10日，从繁华的大悦城、热闹的万达广场，到浪漫的渔人码头、底蕴深厚的张裕酒文化博物馆，一场以“去腥提鲜解腻，就认这只猫”为主题的张裕长尾猫夏日派对，在港城四地同步火热上演。这场由“长尾猫”带来的清爽与活力，正书写烟台葡萄酒城新的传奇。



游客在张裕长尾猫夏日派对现场打卡。

8月8日晚18点，记者在张裕“长尾猫”夏日主题派对烟台大悦城场地看到，张裕公司特别布置充满了夏日的活力与浪漫氛围，柔和的灯光与悠扬的音乐相互交织，聚焦到本次活动的主角——烟台张裕长尾猫白葡萄酒。

派对在主持人“放空KPI、专注微醺时刻”的宣言中拉开活动帷幕。“猫系酒保”服务团队穿梭于人群，为消费者提供现冰长尾猫白葡萄酒试饮服务。

派对现场，人潮涌动，大家纷纷被展示台上那颜值超高的长尾猫白葡萄酒所吸引。一位来自上海的游客说道：“瓶身上大大的猫形象太可爱了，优美流畅的瓶身，搭配萌宠的视觉符号以及清澈纯净的酒体，真是一款颜值超高的葡萄酒。酒也超级好喝！和我平时喝的红葡萄酒完全不一样，酸酸甜甜、清清爽爽的，口感特别清

新，很对我的胃口。看得出张裕为了满足不同消费者的需求，真的花了不少心思。”

张裕工作人员告诉记者，“长尾猫”既是一款与众不同的新一代葡萄酒，也是面向新一代年轻人的佳酿。在酿造工艺上，长尾猫白葡萄酒有别于红葡萄酒，它将葡萄压榨后去皮去籽，只用葡萄的精华果汁酿造，最大程度降低了传统葡萄酒的酸涩口感。其糖酸比更加符合年轻人的口味习惯，饮用起来非常清新爽口。为更好地满足对酸甜接受程度不一的消费者细分需求，张裕进一步将“长尾猫”细分为两种不同口感的产品，半干型的C59和半甜的C39。两种产品都清爽怡口，半干型的C59偏微酸圆润更受男士欢迎，半甜的C39微甜爽净更深得女士青睐。此外，长尾猫白葡萄酒具有“去腥提鲜解腻”的显著优势，酸酸甜甜、清清爽爽，特别适合搭配海鲜、烧烤及火锅。吃海鲜时来一杯，去腥又提鲜；吃烧烤时来一杯，爽口又解腻；吃火锅时来一杯，爽口又解辣。并且它还是低度酒，酒精只有11度，好喝还不上头。



张裕长尾猫工作人员向游客热情介绍产品。

派对还特别设置了多轮消费者互动，通过口感分享、现场抽奖等形式，让参与者在游戏化体验中深入了解产品特性。多支新生代乐队交替演绎流行、摇滚、民谣等多元曲风，配合灯光矩阵营造出独特的“微醺音乐场域”。一位幸运的获奖者激动地说：“我本来就是来商场逛逛，没想到参加这个活动还中了大奖，这也太幸运了！已经联系了要好的朋友，买上一桌海鲜，拎着‘长尾猫’，好好享受一番舌尖上的神仙搭配。”

据介绍，张裕推出的长尾猫白葡萄酒，是一次针对市场痛点的精准出击。传统葡萄酒酸涩



的口感让许多年轻人望而却步，张裕敏锐地捕捉到这一问题，将长尾猫白葡萄酒精准定位为面向年轻群体的产品。它满足了当下年轻人对于饮酒个性化、低度数、健康化的需求，被定义为“面向年轻人、造福年轻人的新一代葡萄酒”，是“更好喝的葡萄酒”。

在活动现场，来自黑龙江的游客李先生表



游客品鉴长尾猫白葡萄酒。

示：“以前我对葡萄酒不太感冒，总觉得它不符合我的口味。但‘长尾猫’完全不一样，它清爽的口感一下子就抓住了我。更因为它与美食的完美搭配走进了年轻人的日常生活。这让我意识到，原来葡萄酒也能如此贴合年轻人的喜爱。我相信会有更多和我一样的年轻人因为‘长尾猫’而爱上葡萄酒。”

张裕长尾猫夏日主题派对首日活动累计吸引市民及外地游客超万人次，2000多名消费者现场品鉴并参与了长尾猫夏日主题派对相关互动，获得普遍好评。130多年来，一代又一代张裕人坚守初心，专注于以葡萄为原料的酿酒主业，从未更换赛道。长尾猫白葡萄酒，是百年张裕推向市场的全新产品，有着新一代、超級好喝、超級颜值、超級性价比、超級饮食搭配五大创新亮点。精准定位年轻人群体，深度聚焦“Z世代”消费需求，将百年酿造技艺与潮流文化有机结合。这种“百年品牌+新玩法”的营销实践，不仅为传统行业转型升级提供样本，更通过场景创新为城市消费升级注入了新动能。

(文琦 吴运州)