

上万场活动送您欢乐祥和

全国文化和旅游消费示范城市及试点城市交流活动在烟举办

2025山东迎新春消费季

本报讯(YMG全媒体记者 张洁 通讯员 旅宣)1月16日至17日,文化和旅游部产业发展司在烟台举办全国文化和旅游消费示范城市及试点城市交流活动,宣传解读国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》政策内容,部署下一阶段促进文旅消费重点工作,指导各地贯彻落实文旅消费新举措,开辟文旅产业发展新局面。

活动为各省(区、市)、示范及试点城市间搭

建交流合作平台,交流在促进文化和旅游消费方面取得的工作成效和下一步工作打算,推动示范及试点城市更好发挥示范引领作用,促进文化和旅游消费提质扩容。

活动现场,产业发展司解读学习文旅消费新十八条,提出繁荣文旅消费从供给侧和需求端双向发力,实施“产业数字化、重大项目带动、深度融合发展”三大战略,做好“市场、企业、创业者、消费者”四个服务,拓展“城市、乡村、网络、夜晚、国际”五大空间。贯彻落实文旅消费新十八条,从突出增量政策最大效益,拓展产业发展空间,加速多维创新驱动,吸引

多渠道资金投入,更好发挥文旅领域吸纳就业作用,坚持主客共享,建设重要平台载体等七个方面入手,守正创新,推动文化产业和旅游产业高质量发展。

近年来,山东省委、省政府高度重视提振文旅消费,出台一系列含金量高、务实管用的文旅促消费政策措施,着力丰富优质产品供给,提升旅游服务质量,持续擦亮“好客山东”金字招牌。2025年,全省文旅系统将围绕“政策端、供给端和需求端”三端共同发力,大力实施文旅消费全面提升行动,激发文旅消费的潜力和活力。从1月18日至3月1日,全省将启

动七大主题上万场文旅消费系列活动,全力营造欢乐祥和的春节氛围。

烟台市2020年成功入选第一批国家文化和旅游消费试点城市,先后出台进一步促进文化和旅游消费若干措施、加快文旅融合突破发展三年行动方案等系列政策措施,探索产品供给、开发和服务的三个模式,持续丰富文旅产品供给,创新消费场景,激发消费潜力,推动文旅深度融合发展。

本次活动,各省(区、市)文化和旅游厅(局)产业发展处、示范城市及试点城市文化和旅游行政部门代表170余人参加。

莱山区企业以科技创新为引领,瞄准智能化、数字化方向转型升级——

求新求变增强核心竞争力



“距离春节没几天了,大家加把劲儿,冲刺一下,保质保量地把订单完成,为2025年开个好头。”昨日,位于莱山区的山东华鹏精机股份有限公司生产车间内,生产副总经理孙立群一边走着和设备旁的工人们打着招呼。

尽管春节假期近在眼前,却并没有影响企业开足马力赶进度。这是记者三年内第三次走进这家企业的车间,每个人都是那样的精神抖擞,并没有因为春节的临近而有丝毫懈怠。“注意,尽量是焊缝保证长度,高度2毫米左右,表面一定得处理好,别大意了。”生产车间内,质检工程师杨道君正在对高效预热混捏冷却系统的一系列配套产品进行发货前的质检工作。

在很多人眼里,这套冷却系统看着平平无

奇,谁能想到,这恰恰是企业的“拳头产品”,成功打破了国外的技术垄断。每当说起这个系统,孙立群总是难掩脸上的自豪之情,“这个系统是我们的核心业务,采用多项专利技术,是满足国际先进炭素生产工艺的混捏工序关键设备,性能达到国际领先水平,完全替代了国外的先进产品,打破了垄断。2025年,我们的排产已经排到下半年。”

随着市场竞争的日趋激烈,要想在竞争中占得先机,唯有不断创新。在自主创新研发方面,经过多年刻苦攻关,华鹏精机的高效预热冷却系统已经完全替代了德国产品;用在新能源汽车上的HP-EVC1500系统,替代了国外品牌……一个接一个“卡脖子”技术被攻破,不

仅让华鹏精机在激烈的市场竞争中底气十足,更让全体员工倍感振奋,坚定了继续走自主创新这条路的信心。

在莱山区,越来越多的企业如华鹏精机一样,以科技创新为引领,求新、求变,增强了自身的核心竞争力,也有不少企业积极向智能化、数字化转型,装上“智慧芯”,插上数字化“翅膀”,实现了生产效率的大幅提升。

生产车间的“主角”从工人变成了智能机械臂,甚至从多年前的人声鼎沸转变为“无人工厂”,这样的场景,在如今的莱山区各大企业里,已经变得越来越普遍了。

田一民对此深有体会。作为飞龙绿建智能制造工厂的厂长,看着眼前的号称“胶东第一台”的全自动机器人数控生产线正源源不断地加工出一支支绿色门窗原材料,脸上露出了欣慰的笑容。“这个速度可以说是令人惊叹了,我还记得几年前,完成这道工序最少需要8-

10个人,现在有了机器人数控生产线,两个人就完成了,生产效率明显提升了,产品质量也是过去所不能比的。”田一民自豪地说效率提升,质量可控,大幅提高了飞龙的市场竞争力,“春节前这段时间,我们全力以赴忙生产、赶进度,确保国内外的订单按时交付。”

轰鸣的机器声展现的,正是莱山区企业以“智改数转”不断夯实新质生产力的生动实践。

向“新”而行,莱山的步伐从未停止。如今,莱山区的众多龙头骨干企业纷纷在各自领域发力,向自主创新的高新技术发起冲击,更有不少企业涉足智能工厂、数字化车间,通过“机器换人、设备换芯、生产换线”等途径,实现企业的飞跃发展。

科技创新的火花持续绽放,数字化转型的浪潮汹涌澎湃。在新质生产力的驱动下,莱山区正以昂扬的姿态迈向高质量发展的明天。

YMG全媒体记者 徐睿 通讯员 于丰源

传说二十四节气 大寒

过了大寒就是年

大寒,标志着天气的寒冷达到了极致。这一时节,正是岁末天寒地冻之际,同时也是冬去春来的重要转折点。作为二十四节气的压轴之作,大寒传递着一种期盼:严冬即将过去,春天马上来临。

俗语有云:“冷在三九,热在三伏。”大寒正处于三九、四九的严寒时段,其名字的由来在《授时通考·天吋》中有着明确的记载:“大寒为中者,上形于小寒,故谓之大……寒气之逆极,故谓大寒。”这句话诠释了大寒节气的独特地位,它是寒冷的极致体现,也是自然界阴阳转换的关键时刻。

根据《月令七十二候集解》记载,古时将大寒分为三候:“一候鸡乳;二候征鸟厉疾;三候水泽腹坚。”就是说,大寒节气便可以孵小鸡了;而鹰隼之类的猛禽,正处于捕食能力极强的状态,盘旋于空中到处寻找猎物,以补充能量、抵御严寒;水域中的冰一直冻到水中央,此时的冰最坚实、最厚。

大寒节气的故事也有很多,其中最著名的是关于神龟补天的传说。相传有一只神龟在天庭游玩时,不小心撞破了天庭的八卦炉,导致八卦炉中的火散落到人间,引发了巨大的灾难。为了挽救人们的生命和财产,天帝派遣神龟下凡来修复八卦炉。

神龟来到人间后,决定用自己的身体来填补八卦炉的破洞,以便恢复火炉的功能。在神龟的努力下,八卦炉终于恢复了正常,火焰也熄灭了。人们的生活逐渐恢复了正常,大地也开始复苏。为感激神龟的恩德,人们纷纷用自己的身体来为神龟补锅,希望能够为神龟做一点贡献。在这个过程中,人们也深刻地体会到了团结、互助和奉献的精神。

需要提醒的是,大寒节气通常是春运开始的时候,交通、运输等行业需要特别注意,尤其是面对大雪等天气情况,须采取相应措施,确保安全。

YMG全媒体记者 刘晋

感受科技成果转化味道

生态草莓科技成果转化落地研讨会在我市举办

本报讯(YMG全媒体记者 金海善)2025年1月15日,由烟台绿云生物科技有限公司主办的生态草莓科技成果转化落地研讨会在我市举办,活动特邀中国农业大学、贵州大学、鲁东大学、重庆第二师范学院、重庆三峡学院的专家学者,部分消费者和种植户走进绿云科研中心、生产车间、万华餐饮生态基地,品鉴生态草莓,现场感受科技成果转化的味道,一起召开座谈会,深入交流科技转化落地成果。

研讨会上,中国农业大学现代农业产业技术体系岗位科学家王琦教授对绿云科技、种植、消费三产融合的产业链运营模式给予高度评价,全社会科技成果转化势在必行,与会专家呼吁大家一起为食品安全共同担当社会责任。

绿云生态农业项目负责人邹雨平,就生态草莓的生产过程及采集的数据做了全面的汇报。大家了解到生态草莓的酶活如SOD、抗氧化物质Vc、营养物质Ca、Zn的含量差异显著。

重庆三峡学院刘嘉教授通过与绿云十几年的交流合作,以自己亲身体验给现场嘉宾分享了绿云的企业文化、爱生命、循真道、以服务的内涵。

贵州大学王勇教授、鲁东大学吴楠教授、重庆第二师范学院任彦荣教授就未来科研和品牌建设推广方面,提出了宝贵的建议。

万华餐饮生态草莓基地应用绿云的生态方案种植已经有7年了,生产的水果,好吃好卖,效益高,基地负责人崔宝芳告诉大家,要相信科学,做一个有良心的农民。

“绿云家”生态品牌消费者推心置腹地谈了人品、产品、安全、安心的关系,分享多年消费的感受,大家表示未来会更好地传播正确的理念和消费体验。

中国石油推出多款优惠产品“赶”年货大集

“昆仑好客”助力“品重烟台”

本报讯(YMG全媒体记者 盖鹏 摄影报道)临近春节,市民“忙年”总少不了要逛一回年货大集。由烟台商务部门指导,烟台市融媒体中心、烟台传媒集团主办,蒙牛独家冠名的“品重烟台”迎新春名优产品采购交易会暨年货大集进入第五天,越来越多的市民来到烟台国际博览中心赶集。记者在现场看到,中国石油在年货大集上的展位人气颇高。自营品牌“昆仑好客”旗下的苹果、五常大米、牛奶、啤酒等年货受到市民青睐。

“这款好客稻香5公斤装五常大米,原价160元一袋,年货大集现场只卖99元。燕京10度精品金听装啤酒,原价一箱70多元,现场仅卖39.6元,快来选购吧。”展台前,中国石油山东烟台销售分公司工作人员正忙着向市民推销各种促销产品。据了解,年货大集开集以来,这两款产品销量节节高升,五常大米更是接近脱销,还有市民开集当天购买大米后,又到现场回购。

“本次年货大集,中国石油山东烟台销售分公司履行社会责任,服务地方经济,通过价格直



降的方式,准备了近百种商品供大家选购,涉及粮油、牛奶、酒水、个人护理等多个品类的100余款商品,充分满足多样化的消费需求。所有商品均严格按照“昆仑好客”准入制度公开招商遴选,

确保品质上乘。”中国石油莱牟海党支部书记刘冠宏介绍,本次年货大集采用线上线下相结合的方式,购物更便捷。线下,依托全市昆仑好客便利店,准备了700多种年货商品,统一活动主题、内

容和服务标准,为消费者提供最大化的购物便利,各种精美礼盒低至五折起,市民朋友到站加油时逛一逛就能满载而归。线上,还准备了加油充值送优惠券活动,预约加油满260元送15元电子券。此外,从小年夜到春节期间还为广大市民准备了丰富的抽奖活动,欢迎市民到中国石油各加油站和年货大集现场参与活动。

年货大集进入第五天,此次“品重烟台”迎新春名优产品采购交易会暨年货大集又推出新福利了:凡带孩子(1.3米以下)逛年货大集的朋友,现场打卡拍照三张“参鲜鲜”“鲍美美”超大玩偶+三张逛会实拍(定位烟台国际博览中心),即可领取牛奶一盒或啤酒一罐(二选一)。每日限量1000份,按时发放,送完即止。

展会时间:1月15日(腊月十六)—1月23日(腊月二十四)9:00—16:00;展会地点:烟台国际博览中心(莱山区);公交线路:17路、51路、67路、68路、105路、566路、游1路到烟台国际博览中心站下车;自驾路线:导航至“烟台国际博览中心”。

用外国元首访华宴会用酒——爱斐堡“点亮”春节里的欢庆宴席

编者按

春节渐近,您的年货年礼准备好了吗?随着人们健康意识的增强,葡萄酒成为更多人的年货年礼之选。

熟悉葡萄酒的朋友都知道,高端酒庄酒的口味和风格虽各有千秋,但能被选为外国元首访华宴会用酒的,绝对是凤毛麟角的存在。而百年张裕旗下的爱斐堡便是其中的佼佼者,尤其适合用来做春节年礼或者节日宴请用酒。

1瓶爱斐堡至少需要25年的等待



爱斐堡酒庄由张裕公司在2007年投资7亿余元建成。酒庄位于北京水源地区:密云涵养区,地处密云潮河下游,燕山南麓怀密盆地的中央,毗邻密云水库,群山、河谷、湖泊等地理要素形成了适宜酿酒葡萄生长的特殊小气候,葡萄园为山坡地和丘陵地,土壤是富含钙质的砂砾土质,风土独特而优异。

酒庄采用严苛于法国顶级葡萄酒AOC法定产区列级酒庄的种植标准,严控亩产,植株行距控制为2.5m、株距为1.5m,一亩地仅栽种266株葡萄树,一株葡萄树仅产一瓶爱斐堡;国宴级爱斐堡选用平均20年树龄以上葡萄树,这正值酿酒葡萄最佳生长期,酿出的酒体强壮,更具陈年潜力,葡萄从采摘、发酵、橡木桶陈酿、瓶储到最终上市还要经过5年,每一瓶爱斐堡至少需要经过25年的等待。



北京·张裕爱斐堡酒庄

——世界葡萄酒产区——

“全球最佳国宴酒盲品赛”TOP3

2020年,全球葡萄酒权威媒体Drinks Business在伦敦举办的“全球最佳国宴酒盲品赛”上,爱斐堡与法国拉菲酒庄、法国木桐酒庄、美国杜鲁安酒庄、法国玛歌酒庄等10款顶级国宴用酒同台竞技,来自中国的爱斐堡以94分的成绩位列“全球最佳国宴酒盲品赛”TOP3。

著名酒评家勒内·加布里埃尔先生给予爱斐堡高度的评价:“单宁优雅,余味悠远,结构平衡,可与世界顶级的赤霞珠相媲美。酒香四溢,经久不散,已达巅峰,即使十年后再品,亦让人魂牵梦萦。”

评委们一致认为:“爱斐堡比世界知名产区波美侯和里奥哈的顶级佳酿表现得更好,是可以与波亚克和纳帕的顶级佳酿相提并论的一款酒”。由此可见,卓越品质媲美全球声名显赫的顶级酒庄。

爱斐堡迄今已经55次成为外国元首访华宴会用酒,在2010年上海世界博览会、2015年上合组织峰会、2016年G20杭州峰会、2023年杭州亚运会、2023年一带一路国际峰会等国际重要会议和外国元首欢迎宴会上频频亮相,款待过包括美国前总统奥巴马、俄罗斯总统普京、德国前总理默克尔、

英国前首相卡梅伦、法国前总统奥朗德等300多位国家元首,已经成为大国外交的一张靓丽的“名片”。

作为中国款待世界的葡萄酒佳酿,爱斐堡记录着中国外交盛会的荣耀时刻,见证着中国葡萄酒的快速成长与崛起,是名副其实的外国元首访华宴会用酒。

春节,是一年最重要的节日,无论是给领导长辈送礼,还是宴请重要的贵人,爱斐堡都是绝佳的尊荣之选。(文琦)