理念,助力小朋友快乐学

胡学华说,打造疗愈

记者探访看到,约 150平方米的疗愈空间被 分为沙龙团建区、Talk bar、休闲区等,木质的装 修风格、暖色的灯光,透

引入更多两岸专家资源、推陈出新沙龙主 题,同时链接中医、艺术等疗愈项目,打造一 个线上线下的"疗愈超市",形成"身心灵的 生态圈",为大众提供多元选择。

在消费市场,疗愈概念已突破传统边 界,延伸至更广阔的生活场景。胡学华亦期 待,以"疗愈沙龙"为起点,搭建专家学者互 动交流平台,为两岸融合发展汇智聚力。

▶▶▶[上接 P1]-

"'谷子经济'让商场从传统销售场所转 型为情感体验的载体。"郑州大上海商场运 营总监陈城钢表示,该商场于2007年开业, 是集吃喝玩乐购于一体的传统商业综合体。

商场一度因消费活力不足,濒临倒闭。

转机发生于2022年,商场内一家手办 店发布一条短视频在"谷子圈"迅速"走红"。 此后,"谷子文化"在商场迅速扎根,吸引 50 多家"谷子店"入驻,包括一些头部品牌,还 带动猫咖、游戏厅等体验式消费业态。

陈城钢介绍,如今大上海商场已成为河 南省内新兴的"二次元打卡圣地"。今年"十 一"假期期间,大上海商场日均客流量达到 近3万人次。

《2024—2025年中国谷子经济市场分析 报告》显示,2024年中国"谷子经济"市场规 模达 1689 亿元(人民币,下同),预计 2029 年 超过 3000 亿元。

不过,有专家认为,"谷子经济"虽已成 新兴消费热点,但也存在盗版侵权、产品质 量参差不齐等问题,需要长期持续的规范才 能释放更多活力。

河南省商业经济学会副秘书长胡钰受 访时认为,"谷子经济"印证了消费市场已从 物质需求不断向情绪价值跃迁,且规模持续 扩大。未来应立足中国传统文化,开发更多 有生命力、高品质的原创 IP,打造特色消费 新场景,同时稳定市场秩序,构建从原创 IP、 展会到周边衍生品的完整产业链,以良好文

化新风向带动经济新动能。 (转自中新网)

打造智慧管理新范式 沈阳低空经济赋能城市政务巡检



彬长矿业集团小庄矿:算好"花钱账"激活"效益源"

"丑苹果"变"金果子"云南昭通苹果香飘海内外

昭通是中国南方最大的优质苹果基 头收购价也翻了一倍多。 地,地处乌蒙山腹地,位于云贵川三省结 近年来,昭通市从政策扶持、龙头企 合部,低纬高原特有的生态与适宜光热 业培育、科技投入、品种改良、品牌打造等 条件为苹果种植提供得天独厚的自然优 方面持续发力,推动苹果产业高质量发 势,被誉为"高原苹果之城"。近百年前, 展。2024年,全市苹果种植规模近百万亩, 苹果苗被引进昭通,从此与这片土地结 产量达 130 万吨,占全省总产量的

今年 49 岁的谢德兵已有 30 多年苹 13.8 万户、52.7 万果农增收致富。 果种植经验。他坦言,早期因管理技术落 "村民们靠种苹果都住上了小洋楼, 后、效益不佳曾一度放弃种植。2010年, 开上了小汽车,运送苹果的工具也从三轮 新渠道创业就业。

76.71%, 综合产值高达 150 亿元, 带动

谢德兵将自家四亩土地全部种上苹果。如 家乡,投身苹果种植,并通过电商直播等 变为声名远扬的"昭阳红",甚至还曾随神 销南亚、东南亚多国。



舟十八号载人飞船遨游太空,成为"飞天 "昭通苹果"获评农业农村部(原农业部)农 车升级为面包车。"谢德兵表示,如今,越 随着现代农业技术的推广应用和优 苹果"。目前,以昭通苹果为主的云南苹果 企业建立合作的基础上,已将市场拓展至 产品地理标志登记保护认证。瞅准机遇的 来越多像他女儿一样的年轻人选择回到 良品种的不断培育,曾经的"丑苹果"已蜕 出口量已连续多年位居全国前列,产品远 港澳台地区及越南、老挝等东南亚国家。 2025年10月28日

需协调调配, 高峰时期每日发货达 30 多 车,其销量较去年同期稳中有升。 号。"云南千柔农业科技有限公司董事长

周杨表示,希望将这份来自乌蒙山的美

"胜利之杯"火爆出圈

国窖 1573 的中网爆款是如何"炼"成的?

叙事已悄然连点成线,勾勒出其长期主义 的中网特调酒"胜利之杯",以其独特口感 加深刻持久。

泰克等十余位大满贯冠军参赛,中国选手 联结,赋予饮品"胜利专属"的仪式内涵。 续创新与战略定力。 郑钦文、张帅、王欣瑜等也集体亮相,赛事 作为"活态双国宝之醮",国客 1573 依

9月24日,北京,中国网球公开赛战 示出其对体育营销的深刻理解。品牌在常 酿制技艺,奠定其中国白酒鉴赏标准级酒品 自 2018年结缘澳网以来,国客1573 出清晰的升级路径。品牌正系统性地构建

与仪式感迅速成为赛事期间的焦点。

托持续生香 452 年的 1573 国宝窖池群,以

幕拉开。钻石球场外,国客1573"胜利之 规的标识曝光外,更着力构建一个可感 的地位。以此为基酒调制的"胜利之杯",不 逐步将其体育营销战略演进为一项着眼 一个贯穿中外、线上线下联动的体育营销

这是一次默契的营销活动,更是国窖 助兴,享受运动与竞技的乐趣,感受一杯浓 架等品牌周边好礼,这种互动鼓励着观众 际格调,通过"胜利时刻"这种具象化场景 深层沉淀 在创造的过程中,将观赛的兴奋、对球员 持续为国客 1573 注入现代气息。这不仅

> 通过"胜利之杯"这一具象载体,国窖 界。 这款饮品的调制颇具匠心,它借鉴了 1573 成功将高端白酒融入现代生活仪式,

本届中网,国客 1573 的参与方式显 及传承 24 代、逾 701 年的泸州老窖酒传统 国客 1573 的共生与反哺

网球大满贯赛事标志性饮品的传统,通过 在关键场景中成为消费者情感表达的自 统化培育。网球与高端白酒客群高度重 越了传统的赞助角色,主动成为赛事文化 冰饮的方式降低白酒的冲击感,贴合观赛 然选择。这场与网球运动的长期对话,不 合,国窖 1573 的长期投入,实则是以赛事 的共建者与消费场景的定义者。通过"胜 本届中网作为WTA1000级别赛事, 场景中轻松即兴的饮用需求。杯身的历届 仅是品牌构建现代性、重塑消费场景的深 为触点,实现对目标人群的精准渗透与心 利之杯"这种创新实践,品牌让中国白酒 赛期首次延长至三周,吸引了辛纳、斯瓦 冠军姓名,则将品牌与网球荣誉体系紧密 耕实践,也展现出其在体育营销领域的持 智浸润。这种"润物细无声"的沟通,比短 在传承底蕴的同时,更自信地融入全球高 期广告更具信任深度,为品牌构筑起坚实 品质生活方式。 的用户情感基础。

深耕",国窖 1573 的体育营销策略也呈现 国际化道路上的一次扎实落地。

一旁的品牌体验区内,观众可参与互 最直观的回报在于品牌形象的持续 的可持续模式——即以文化为内核,以场 各地的选手、观众在比赛和观赛之余,以酒 动活动领取网球拍手胶、冰箱贴、手机支 焕新。网球运动所代表的高雅、时尚与国 景为舞台,通过长期共创实现品牌价值的

赛事期间,国客 1573"胜利之杯"品牌 的支持等情绪与品牌体验深度融合,这种 平衡了历史名酒可能带来的厚重感,更在 营销领域建立了显著的先发优势与心智 到中网的"胜利之杯",国客 1573的网球 体验区于钻石球场外限时开放。现场推出 注重情感共鸣的互动方式,使品牌印记更 消费者认知中建立起"传统酿造"与"当代 壁垒。当"网球"与"胜利时刻"形成强关 下的情感符号与优先选择。

从澳网的"文化输出"到中网的"场景 持,也是中国白酒在探索高端化、年轻化、

"昭通苹果不仅是特色水果的代表, 更是一种深植于昭通人血脉中的乡愁符 2025年10月25日

据悉,该公司在与国内多家头部水果

于2025年10月26日10时起在 $\Psi \oplus (\underline{\mathsf{https://paimai.caa123.org.cn/}})$

于 2025 年 10 月 29 日 10 时起在中 台(<u>https://paimai.caa123.org.cn/</u>) 客音价的方式公开举行拍壶会

、招标标的:矿山设备及配套设施整

马:52231083MJY0277499 原治 (生联系,电话:18714404444,特此)

这背后是国窖 1573 长期主义的坚

宁波市海曙区汇贤路 388 号

召标标的:铁岭某门窗厂设备及 、展示时间:2025年10月24日

020610145938). 财务专用章(编号

-5227223112472)、发票章(印章编

323119944) 各膏粒 声明作废。

一枚,印章编码:6101130992990,声

宁波尹天拍卖有限公司

COURS DECKE DESCRIPTION OF STREET 大夫に抽込されて報告に 我名为自含人的以上发展有几分。」 [4] 大大的基础的专用分配

384) 下江南南东南 电路

范围中国(28万世)²⁷

万世可以不经济和自己的 一位