



## 山东即墨赶制海外订单

近年来,山东省青岛市即墨区不断整合传统纺织服装产业资源优势,围绕“科技、时尚、绿色、健康”的定位,通过品牌引领、龙头带动、园区承载、数字赋能等方式,推进纺织服装产业实现规模化、集群化、高端化发展,成为当地经济发展的主导产业。目前,该区拥有即发、酷特

智能、雪达等纺织服装企业3800余家,年产各类服装8亿件,产品畅销海内外多个国家和地区。  
因为3月16日,即墨区即发集团有限公司的员工在赶制出口到海外市场的服装产品订单。  
梁孝鹏 摄影报道

## 博士后掌门搞研发 品牌“创”出“年轻味” ——老字号海河乳品“弄潮”记

马博文 宋瑞

创立于1957年的海河乳品,得名于天津的母亲河,是中华老字号。那一口醇厚奶香,是许多天津人熟悉的味道。

20世纪90年代以来,全国乳企竞争日趋激烈,海河乳品一度陷入亏损的困境。

4年前,企业迎来“85后”掌门人邹响。这位天津大学生物化工博士、南开大学管理学博士后出身的年轻掌舵者,为老字号企业带来了截然不同的气息。

邹响说:“老字号闯新路,研发是关键。”为了更好地发展,企业打破依赖少数传统产品的格局,大幅增加研发投入,与多所高校开展联合研发,推动企业从生产型向研发型转变。

从配方减糖化、清洁化升级,到功能性乳品的研发,海河乳品不断推动产品迭代更新,给“老味道”注入新元素。

天津海河乳品有限公司智能工厂里,生产线在高速运转,常温奶、酸奶、巴氏奶等100余种乳制品源源不断供应市场。

“老字号的魅力在于‘老’,但生命力在于‘新’。面对现代市场环境,老字号企业既要在产品上推陈出新,更要在观念上返本开新——用新理念助力传统品牌的活态传承。”天津社会科学院副研究员韩阳说。

海河乳品的创新不仅体现在技术上,而且体现在文化创意上。最具“天津味”的,当

属“煎果子味牛奶”“天津麻酱味酸奶”等特色产品。地域文化与乳品创新结合,让海河乳品在年轻消费者中迅速“出圈”。

“老字号是城市文化与集体记忆的活态载体。”邹响说,“像煎果子味牛奶,不仅是一款产品,更是用现代消费形式表达的城市烟火气、生活情感。”

这家老字号不断拓展产业边界,打造融合工业体验、消费休闲与城市文化的“工业游”项目,让市民游客感受一杯牛奶的诞生过程。海河乳品还与博物馆、相声馆等城市文化空间跨界合作,融入天津独特的城市文化氛围。

天津市国资委一级巡视员王志勇表示,天津持续优化政策环境,为老字号焕新升级营造良好发展氛围。

“老字号既要保护好世代相传的技艺、配方、理念等核心资产,又要深入挖掘历史文化内涵,讲好品牌故事,更要主动拥抱变化,在坚守匠心基础上,大胆创新。”天津市商务局总经济师、二级巡视员刘宏杰说。

“老字号的时代价值,不能仅仅停留在历史记忆或情怀符号上。”邹响说,“它承载着更深层次的经济、文化与社会意义。老字号的未来,既关乎城市商业的活力,也关乎千家万户的日常生活。”

(转自新华网)

## 紫气东来 礼敬轩辕

### ——从供奉用酒看宋河粮液的名酒价值与场景战略

本报记者 李代广

3月17日,丙午年黄帝故里拜祖大典供奉用酒——宋河粮液·紫气东来灌礼仪式正式举行。这一瓶承载着“紫气东来”祥瑞寓意的美酒,即将作为豫酒符号礼敬人文始祖轩辕黄帝。

此次入选,不仅是对宋河粮液作为“中国名酒”深厚底蕴与卓越品质的认可,更标志着“新宋河”品牌势能在顶级文化场景中的集中释放,为其复兴之路注入了深厚文化底蕴。

### 供奉用酒 为何是宋河粮液·紫气东来?

宋河粮液·紫气东来能够成为拜祖大典的供奉用酒,其最根本的依托,在于名酒宋河深厚的历史底蕴和河南深厚的酒文化底蕴。

在1989年第五届全国评酒会上,宋河粮液荣膺“国家金质奖”,成为“中国名酒”。这一行业最高荣誉,是宋河品质、口碑与历史价值的“硬核”基石。

而拜祖大典的供奉用酒,本质是“以臻之礼,敬人文始祖”。这要求酒品必须在品质上足以代表一个地域、一个香型的卓越水准。宋河粮液·紫气东来正是豫酒“浓香标杆”与“河南礼遇”的双重化身。

“作为中国名酒的宋河粮液,自锅圈实业赋能至今两年多时间,以‘有喜事 红宋河’和‘红青紫’文化+场景’双轮驱动,开启了名酒复兴之路。”黄帝故里基金会理事长白东升在活动现场表达对宋河酒业的认可。他表示,如今宋河酒业“立足河南,放眼全国”,首次参与支持黄帝故里拜

祖大典,宋河粮液·紫气东来作为宋河高端文化用酒,以“豫酒代表,浓香典范”位列供奉用酒,体现豫酒的标杆水准,也为河南厚重酒文化的当代表达再添华章。

作为宋河粮液的核心战略产品,宋河“紫气东来”是黄淮名酒带顶尖酿造技艺的高品质呈现。其风味集中体现了黄淮流域浓香白酒“三香合一,绵甜净爽”的典型风格,而宋河酒业坚守“不过五年不装瓶”的老酒战略,确保了名酒品质的纯粹与稳定。当拜祖大典需要一款能展现“河南好酒”风貌的产品时,拥有中国名酒称号与极高风格辨识度的“紫气东来”,便成为品质逻辑下的必然和欣然之选。

中国酒类流通协会会长秦书尧在仪式上发言表示,宋河粮液是豫酒标杆、浓香典范,一直都是豫酒的中坚力量,“今天宋河粮液·紫气东来位列丙午年黄帝故里拜祖大典供奉用酒,浓香敬始祖,名酒拜轩辕,可谓恰逢其时,相得益彰”。

“众所周知,宋河酒业酿酒历史悠久,白酒文化底蕴深厚,是迄今为止河南唯一的浓香型中国名酒。”河南省酒业协会常务副会长兼秘书长赵书民则系统回顾了宋河从河南名酒到中国名酒三次品质跃迁的发展历程。他认为,宋河成为丙午年黄帝故里拜祖大典供奉用酒,深度参与到这一国际级的超级文化IP中来,以此为契机,宋河正踔厉奋发,让名酒势能回归。

### 以文化为支点 撬动品牌与场景双重升级

众所周知,拜祖大典“供奉用酒”的选择,远非商业考量,而是一种深沉的文化



表达与情感寄托。“紫气东来”的祥瑞寓意,与祈福敬拜的典礼氛围高度匹配,使其成为一个为所有华夏儿女所喜闻乐见的美好文化符号。以宋河粮液·紫气东来礼敬轩辕黄帝,它所传递的不仅是酒香,更是“祥瑞降临,国泰民安”的集体祈愿。

此次成为丙午年黄帝故里拜祖大典供奉用酒,其背后是“新宋河”品牌势能与战略布局在新时代的集中展现。这正契合了宋河酒业近年来持续推进的“C端战略”——一切以消费者为中心,注重“好酒+文化+场景”的体验融合。

宋河构建了定位清晰的核心产品矩阵,以“红、青、紫”三大系列精准对应不同人生场景:“红运”系列聚焦老百姓“人生十二喜”宴席用酒;“青云”系列是宋河的高端商务场景用酒;而“紫气东来”系列则定位高端文化用酒,是宋河品质自信与文化底蕴的集大成者。

宋河酒业、锅圈实业董事长杨明超在活动分享中表示,“三月三拜轩辕”是传承中国文脉的重要仪式,此次宋河粮液·紫气东来成为黄帝故里拜祖大典供奉用酒,宋河酒业将以此次合作为荣光,坚守文化自信,深耕品质传承,以酒为媒,以礼相待,向世界展现豫酒风采。立足新起点,奋

进新征程,宋河将以文化+品质双轮驱动,做强紫气东来文化IP,以老酒战略筑牢品质根基,让宋河浓香“既守得住传统,又接得好时代”。

豫酒文化大师、宋河酒业品牌文化顾问王守国在文化分享环节表示,酒在古代最重要的作用就是供奉祭拜,宋河此次拿出高端产品紫气东来作为丙午年黄帝故里拜祖大典供奉用酒,既寓意着“三生万物”的文化祝愿,也寄托着宋河对人文始祖的最高礼敬。

此次入选,正是这一场景战略与文化底蕴的登顶之路的精彩缩影。它一方面为“紫气东来”乃至整个宋河注入深厚文化内涵;另一方面,也提升了名酒宋河在中原大地的美誉与影响——这不再仅仅是一瓶助兴的酒,是河南人欢庆时举杯的踏实与骄傲,更是一瓶根植于文化、承载着“紫气东来”祥瑞寓意的祝福载体。

丙午年黄帝故里拜祖大典供奉用酒的选择,是一次经典名酒与顶级文化盛典的珠联璧合。对宋河粮液而言,这既是向历史致敬,也是对传统名酒荣耀的再次加冕;更是面向未来,通过深度绑定文化IP,在高端文化场景中实现品牌价值的淬炼与跃升。

## 华荣广安分部开足马力抓生产

本报讯(通讯员 游云川) 新春伊始,川煤集团华荣能源广安分部以“开局即决战、起步即冲刺”的奋进姿态,统筹推进安全生产与稳产保供,紧盯全年目标任务,精准施策破解生产难题,科学调度优化生产组织,片区各单位开足马力抓生产、全力以赴保目标。

广安分部统筹生产调度,精准优化采掘布局,靶向发力破解生产难题,全力保障生产高效推进。龙滩煤电公司作为片区主力矿井,成为稳产核心支撑。针对3111N工

作面煤层薄化、机巷底鼓变形等问题,矿井及时采取回底沉巷扩帮措施,保障工作面正常推进;3137工作面稳步开展调试,提底破底作业有序实施,为后续产能提升奠定基础。龙门峡南煤矿灵活调整采掘部署,果断暂停3114工作面回采,集中力量推进3153工作面,当日推采5刀,推进2米,实现产量

稳中有升,当日完成产量690吨,超额完成日计划指标。绿水洞煤矿直面生产难题,主动挖潜增效。针对3214工作面溜子不平影响采煤机牵引的问题,矿井及时安排检修作

业,全力保障工作面后续正常回采。李子垭南二井克服人员调配难题,有序推进3202回风巷与运输巷掘进作业,为矿井持续生产夯实基础。

重点工程建设是稳产保供的“压舱石”。广安分部紧盯各矿井重点工程时间节点,挂图作战、闭环管理,推动重点项目建设按下“快进键”。龙门峡南煤矿3141工作面接替工程作为片区重点攻坚项目,各项工作进展顺利,目前机巷掘工完毕,风巷及运输石门620米工程量全部完成,

开切眼扩刷安装有序推进,采煤机组装、护巷支架安装等工作已完成,预计3月底可实现接替试运转。绿水洞煤矿加快推进采掘头面接替,3月3日正式启动3123工作面回采,3223回撤工作面有序推进,为后续工作面衔接创造条件。

广安分部还建立高效生产调度机制,每日同步更新各矿井产量、进尺数据,对产量进尺与计划差距较大的矿井及时分析原因、制定对策,统筹解决采掘接替、设备检修、人员调配等问题。

## 十五年坚守一线“熬”成“主心骨”

### ——记中国安能一局合肥分公司寻乌项目经理项捷

本报通讯员 申屠建华

江西寻乌的群山之间,晨雾刚刚散去,一个高大的身影在隧洞口与边坡之间穿梭,身高一米八有余,身体健硕。他手中拿着一台对讲机和一瓶水,笑起来时,那双总是紧盯施工细节的眼睛会眯成两道月牙,露出几分山东人憨直的笑容——他就是项捷,一个在中国安能一局施工一线扎根十五年的“坚守者”。

### 以初心落笔 将难题一页页翻过

2025年6月一个深夜,电话将项捷从四川孟底沟紧急召至江西寻乌。他接手的是江西寻乌抽水蓄能电站的“先锋工程”——通风兼安全洞。这条全长近1.4公里的隧洞,虽然合同金额只有3400万元,在百亿级投资的电站中显得微不足道,但它却是未来地下厂房的“生命通道”,是整个电站能否按期建成的关键控制性工程。它的每一米掘进,都在为后续主体工程赢得时间。

可摆在他眼前的,却是一道难题。虽然主体只有一条隧洞,却包含了砂混系统、中转料场、施工道路及电路架设等多类施工内容。11个月的工期紧得让人喘不过气,管理人员短缺,一半是刚毕业的大学生。施工工地尚未完成征迁,连落脚的地方都要自己去协调……

“这是组织交给的任务,再小的项目也要干出安能的水平。只有干出彩,才能为后续主标奠定基础。”项捷没有抱怨,带着4名先遣人员,一人一个行李箱,住进了业主营地合署办公。白天跑现场,协调征迁,晚上编方案、做资料,困了就趴在桌上眯一会儿,醒了继续干。

“咱们现在人少,但脑子不能少;项目小,但格局不能小。”项捷给队员们打气,“真诚最能打动人心,我们要让业主看到,安能的人是什么样子。”一个月后,施工组织设计完成报批,开工报审资料全部就



●现场巡查

绪,洞脸边坡方案优化调整,开工仪式场平提前完成,原定9月30日的进洞时间,硬生生被提前到8月10日。

业主方负责人感叹:“你们真正做到了为业主分忧解难。”项捷只是笑了笑,他心里清楚,没有什么捷径可走。

### 以较真研磨 把每一笔都刻进岩石

熟悉项捷的人都知道他有个“毛病”——管得宽。工程技术、施工生产、安全管理、合同经营,样样精通,样样都管;分内分外,看见了就得管。

在旭龙项目部任副经理时,面对高达144米的陡峭边坡,传统搭设脚手架支护方案危险系数高、进度缓慢。项捷连续几天爬山勘察、熬夜研究,一遍遍计算受力、一次次模拟推演,最终形成“预裂到底,分层开挖,分层支护”的无排架施工方案,不仅彻底解决安全难题,还将工作效率提高近20%。

搞工程的,脚不到场,心里就没底。寻乌项目开工后,隧洞里又潮又闷,走进不到十分钟,衣服就能拧出水来。项捷却

每天都要进去走一趟,有时候一天好几趟。“不下去看看,心里不踏实。”他说。围岩条件差,他就盯在掌子面,一米一米地看;持续强涌水,他就带着技术团队一次次调整方案。他带着团队科学组织、迎难而上,创造了单日开挖进尺11米的“寻乌速度”。2025年,他们提前32天进洞施工,提前4天完成年度600米目标任务,受到了参建各方的一致称赞。

这是他每天两万步的微信步数走出来的,是半夜两点还在办公室对着图纸熬出来的,是一一次次跟业主、监理、设计“磨”出来的。他用做学问的功夫,啃下了工程里的一块块硬骨头。

### 以岁月为墨 在群山深处书写初心

进入施工高峰期,考验才刚刚开始。2025年8月1日,寻乌项目正式开工。那一天,项捷站在开工仪式现场,看着整装待发的队伍,心里涌起一种说不出的感觉。

他知道,最难的,才刚刚开始。寻乌项目紧锣密鼓地推进,之前项目

的收尾工作还不能耽误。项捷开始了两地奔波,双线作战的日子。白天在寻乌的工地上,晚上处理那边的事务。变更索赔、竣工资料归档,一项一项盯着落实。有人劝他:“寻乌这边都忙不过来,那边先放一放吧。”他摇头:“不行。收尾收不好,前面的努力就白费了。”

那段时间,他的手机24小时不关机,半夜接电话是常事。不管工作到多晚,第二天照常出现在工地上。项目部的人说,项捷就像个铁人,好像不知道累。其实他知道,自己不能倒。项目部九个人,四个是刚毕业的大学生。他要是倒了,这帮年轻人怎么办?

他把带队伍当成头等大事,像当年老师带他那样,带着这群年轻人。推行“人员复合式、部门组合式”工作机制,让年轻人多岗位锻炼;邀请分包队伍里有经验的管理人员合署办公,让年轻人跟着学;自己亲自讲技术党课,手把手教业务。他常说:“咱们常年待在山里,有人觉得不值。可你看,一年前那里还是荒山,现在是什么?是我们的工程。等电站建成了,这里的不每一度电,都能点亮千家万户。你说值不值?咱们干的,就是为万家灯火立根基的事。”

2025年底,旭龙项目年度收尾工作交出了一份亮眼的答卷——在旭龙水电站所有已完工标段中,他们率先完成全部变更索赔及竣工资料整理归档,变更推进速度最快、收尾效率最高,累计实现上缴管理费625万元,超缴509万元,真正做到了“颗粒归仓”。与此同时,寻乌项目也在高速推进,通风兼安全洞的掘进施工,日夜不停。

项捷站在洞口,看着进进出出的工人,忽然想起十五年前自己第一次走进工地时的样子。那时候他也是个心头小伙子,什么都不懂,什么都想学,心里还揣着大学毕业时老师送的那句话:“读万卷书,行万里路。”如今,他也成了别人口中的“老项”,成了年轻人眼中的“主心骨”。

## 2026 中原消费经济论坛启幕 重构“放心消费”新生态

本报讯(记者 李代广) 3月17日,2026中原消费经济论坛在河南郑州举行。论坛以“提振消费新动能,激活中原新活力”为主题,这既是对中央经济工作会议“着力扩大国内需求”战略的积极响应,更是一次中原大地消费生态的自我革新与重塑。

国家市场监督管理总局网络交易监督管理局原司长、中国消费者协会原党组书记梁艾福在致辞时说,消费一头连着经济发展,一头连着百姓生活。国家出台《提振消费专项行动方案》等一系列政策,释放了鲜明信号——优化消费环境,正是提振信心、释放潜力的关键突破口。经营者唯有坚守诚信底线,以品质赢得信任,以责任赢得尊重,“放心消费”才能从愿景走向现实,从个案走向常态。

第九届河南省政协副主席、郑州市原

市长、河南省豫商联合会会长陈义初作了题为“中原消费经济的历史根基与未来机遇”的主旨演讲。他从千年商都的商贸基因切入,梳理中原商业文明的历史脉络,进而展望“十五五”时期消费升级的全新格局。他指出,河南作为华夏文明的重要发祥地,自古便是“商贾云集、货通天下”之地,这份厚重的商业积淀,正是今天激活消费潜能的文化底气。

圆桌论坛环节,七位来自政府、协会及企业的代表围坐一堂,围绕“消费信任重构:数字化时代下的品牌责任与消费者权益保护”这一核心命题,展开了一场兼具政策高度与实践温度的深度对话。

当天下午,三场平行论坛同步开启,进入更加垂直、专业的研讨维度,精准破解各行业的痛点。组委会对2025年度在放心消费创建中表现突出的单位进行了表彰。



●2026 中原消费经济论坛开幕式现场