

“我在北京过大年”

■ 本报记者 谢雷鸣



“2022北京年货节”正在进行中。记者日前从主办方北京市商务局了解到,本次年货节以“我在北京过大年”为主题,是北京消费季重点打造的覆盖全市范围的促消费活

动,包括年货市集、年味美食、国货年礼三大板块,将持续至2月15日。参与方包括王府井、国贸商城、龙湖天街、大悦城等北京市10余个商圈,京东、小米、盒马、“什么值得

买”、菜百、首农、华冠商业等200余家商业企业,通过线上线下联动,让大家感受地道京味文化、购买特色京味年货,度过欢乐、喜庆、祥和的春节。

记者发现,在多个商家App或网站即可搜索到“年货节”。在京东App搜索“年货节”就可浏览丰富的年货产品信息,年货节期间可享受一定优惠。天猫搜索“汇聚北京”直达专属北京年货节会场。“饿了么”开展全民领红包优惠,联合北京近千家餐饮企业、零售商户推出“饿了么年货节”专场优惠,预计投放各项优惠超过6000万元,为上万家商户减免配送费。盒马超市推出“虎年大集倍儿好逛”主题年货节促销活动。阿里健康推出“春节回家,先约核酸”暖心服务。美团的“春节不打烊年货送到家”活动,针对家庭聚餐“年菜”提供一站式解决方案,为消费者春节期间提供各地特色美食消费指引。

除了网络等线上平台,线下商场和实体店也推出系列营销活动。北京王府井百货大楼开展“2022红运节”主题营销活动。国贸商城组织开展“国潮市集”,融入北京本地文化品牌,提供丰富的年货礼品。北京SKP将在春节期间安排“新春花市”,给顾客带来浓浓

春意。家乐福年货市集已经启动,数百品牌开启大促。墨菜点心局为年货节推出专属活动“一口燕麦麻薯”限时8折优惠。菜百首饰举办“幸福生活 爱在菜百 2022开门红”活动。北京珐琅厂举办“寅虎闹春·器韵不凡”线下展卖及虎年新品专场直播活动。龙顺成联合多个京作非遗国粹品牌举办“非遗赶大集匠心年货节”主题活动。

区域主题活动丰富多彩,是本次年货节的另一大特点。北京市各区结合自身特色,整合优质资源,推出各类活动。其中,东城区突出文旅商融合,举办“前门过大年”、推出“故宫以东新春文化大礼包”等;朝阳区举办“虎虎生威潮‘溜’京城”为主题的系列促消费活动,围绕食、购、娱推出各项消费福利;通州区围绕“云购物 尚通州”主题组织34家企业联合推出“好年货 逛着买”等多项活动;平谷区的特色产业是民宿,当地联合多产业推出“住民宿 共享特色团圆年夜饭”“住民宿 赠冰雪嘉年华门票”等特色民俗体验活动。

信息集结号

第三届中国青年名厨精英赛决赛9月举行

本报讯(记者 兰馨)记者日前从中国饭店协会获悉,王致和杯·第三届中国青年名厨精英赛将在9月中旬的第十三届中国美食节期间举办总决赛。本届大赛通过“以赛代训、以赛补缺”来激励广大职工和职业院校师生走技能成才、技能报国之路。

中国饭店协会资深会长韩明表示,2021年,在新冠肺炎疫情反复的情况下,全国餐饮收入达46895亿元,回归2019年同期水平,成为拉动线下消费的主要力量。青年厨师作为行业产品创新、品类创新的中坚力量,技能水平需要更加快速提升以适应行业品质化、产业化、绿色化、连锁化的发展需求。据介绍,本次大赛倡导勤俭节约、推行“食”尚新风,将青年厨师传承的传统厨艺与现代餐饮新思维结合接轨,要求比赛作品充分贴近和体现行业发展的新特点,推动行业新兴企业的发展。

韩国(山东)进口商品博览会继续在威海举办

本报讯 作为山东省首个针对韩国市场的进口主题展,第二届韩国(山东)进口商品博览会今年将在威海举办。

2021年9月10日至12日,威海市政府、山东省商务厅共同主办了首届韩国(山东)进口商品博览会。该博览会以“四港联动·中韩共赢”为主题,展示面积2万平方米,设置国际标准展位600个,划分食品、化妆品、时尚生活、体育休闲、新兴产业及地方合作等六大展区。围绕中韩合作优势及成果,主办方邀请韩国关联企业307家、近1000人来威海参展和参加相关配套活动。为发挥博览会溢出带动效应,博览会期间举办了山东省—韩国经贸合作交流会、2021中韩(威海)机器人产业合作论坛、中韩(威海)服务贸易创新发展论坛、第三届中韩跨境电商大会、韩国美妆体验日、采购对接会、中韩美食文化节暨威海海鲜美食广场启动仪式等活动。

据悉,威海今年将全力提升韩国(山东)进口商品博览会举办水平,围绕中韩建交30周年进一步丰富活动内容,提高嘉宾及客商层次,争取将博览会列为两国间国家级系列活动之一,为中韩各领域合作搭建新桥梁、新平台。(李华升)

湖北省第三届园博会 展园建设基本完工

本报讯 湖北省荆门市日前召开的“湖北省第三届园博会倒计时100天”新闻发布会透露,湖北省第三届园博会将于4月28日至5月6日在荆门市举办,32个展园建设已基本完工,园区房建、公建、绿化等工程建设已冲刺阶段。

荆门市副市长雷华说,本届园博会以“生态荆门、品质生活”为主题,选址荆门市漳河新区,总占地面积2094公顷。园博会展园建设6大板块、32个展园,其中,荆门展园1个、省内外市州展园16个、荆门县市区(企业)展园7个、友好城市展园4个、教育展园3个、创意园1个。

据悉,本届园博会展馆一自然博物馆紧扣人与自然关系主题定位,以天文、地质、地理、自然演化、人类源流与发展等为脉络,通过丰富的标本介绍宇宙及地球地质知识,展示自然之美、生命之美。荆门市园林建设集团董事长彭华介绍说,本届园博会闭幕后,园区将交由专业运营单位进行商业化运营管理。管理方将运用场地及展园设施开展科普教育、学术交流、研学培训、商业运营等多层次、多类型活动,并利用园博会品牌效应,组织策划观众喜闻乐见的文化娱乐活动,提升产业活力,兴旺园区业态,实现生态效益、社会效益和经济效益融合统一。(刘晓丽)

在日华人华侨迎春送“福”

本报讯 春临大地百花艳,节至人间万象新。由日本华人迎春送福实行委员会和东京中国文化中心共同主办的“2022迎春送福展”日前开展。

为迎接2022年的新春到来,同时为即将举办的北京冬奥会、冬残奥会送上美好祝福,在日华人华侨特别创作了百余幅春联,与中日小朋友创作的50个“福”字作品共同展出。这些作品表达了创作者对祖国的深切思念和对亲朋好友的美好祝福。

中国文化中心主任罗玉泉表示,2021年中国文化中心与驻日使馆、日本友好团体、在日华人华侨等各界友好人士共同举办了108场丰富多彩的线上线下品牌推广活动,为中日文化交流搭建了优质平台。今年正值中日邦交正常化50周年,中国文化中心将以北京冬奥会为契机,与日本各界携手合作,通过开展更多具有互动性

和趣味性的文化交流活动,促进中日友好事业的发展。

他表示,这已经是举办的第六届“迎春送福”主题展,每年都会增添新的展览内容和环节,期待这一主题展览越办越好。借举办展览的机会,预祝北京冬奥会、冬残奥会圆满成功。

中日书法家现场泼墨挥毫,为中日友人贺岁送“福”。现场嘉宾与书法家们手捧“福”字,共同录制祝福视频。为了营造喜气洋洋的春节氛围,展场挂起了红灯笼和中国结。主办方还为来宾们准备了春节特色美食“五彩水饺”小礼盒。开幕式当天设置了猜灯谜等互动环节,并特别提供了由中国文化和旅游部提供的“欢乐春节”和“冬奥会”大礼包。

本次展览将拉开东京中心虎年“欢乐春节”系列活动的帷幕。据悉,将持续至2月2日。

(何进)



1月23日,2022中国国际大数据产业博览会数博发布领先科技成果征集推介会(贵阳站)举办。此次推介会向社会各界传递了2022数博发布最新信息,并为推进数博发布领先科技成果征集奠定了坚实基础。(刘珂)

“老广贺春·在线全球大联拜”启航

■ 孙爱群 刘云

虎年“老广贺春·在线全球大联拜”文化活动正式启航,“岭南风情+春节文化”受到热捧。

记者获悉,“老广贺春”依托“云上岭南”文化博览会国际传播融平台强大的国际传播网,带动“云上岭南”国际社交媒体平台矩阵阅读关注度突破265万,“老广贺春”在海外已成为文化品牌。

虎年“老广贺春”启动以来,在“云上岭南”网站、频道发布相关主题稿件已上百篇,推送重点报道28篇,从年俗、年味、年货、“非遗”、海外华人华侨送祝福等多方面展示粤式迎春春的面貌。

“老广贺春·在线全球大联拜”继续以“云上岭南”文化博览会为舞台,携手广东21个地市和全球百家媒体开展贺春活动,实现全方位立体式发布,以中、英、日、法、俄、西班牙语等十多种国际语言对外传播,让具有鲜明岭南特色的春节文化传得更响、更远。

据了解,虎年“老广贺春·在线全球大联拜”活动特别关注内容的“服务性”,让线上线下、境内境外的“粉丝”都能跟着动手或者下单,感受岭南贺年文化。

值得一提的是,虎年“老广贺春”将向海内外“粉丝”介绍岭南地

区出现的新消费热点。其中,《订餐周期缩短,预制菜走红……年夜饭倒计时,你“订”好了没?》就介绍了新消费背景下的预制菜。利用这一平台,海外消费者也可以品同样的年味儿。

据悉,除了民俗文化等产品,这次“老广贺春”还准备了更多的精品内容,提供更多具有岭南特色的文化产品。据商家介绍,国内抖音爆红的用“银柳”制作的福桶,在东南亚国家卖得特别火。借助“老广贺春”平台,期盼越来越多的外国朋友感受到中国年的热闹。

多家企业期待今年服贸会结识更多朋友

■ 本报记者 胡心媛

2022年中国国际服务贸易交易会已经进入筹备阶段。近日在2021年服贸会会后集体采访活动中,中粮集团有限公司、中软国际有限公司、中国建筑一局(集团)有限公司、上海宝冶集团有限公司、北京值得买科技股份有限公司的相关负责人介绍,他们与服贸会共同成长,在2021年服贸会上取得了诸多成果,期待2022年服贸会期间结识更多伙伴。

数字经济赋能消费新生态

2021年服贸会期间,北京值得买科技股份有限公司通过图文、视频、交互、现场体验等多种形式,全面展示集团面向数字经济时代的全新战略布局。

据该公司公关总监许获晔介绍,这是值得买第五次亮相服贸会。在展会体验区,观众可在全网范围内亲身体验由“什么值得买”App、消费类MCN、华夏风物App等提供的,以好价信息、长图文、轻短图文、短视频、直播等多元形式呈现的丰富消费内容。

“什么值得买”当时发布的《后疫情时代消费趋势报告》全景式描绘了家电、家居、数码、食品、母婴、

健康服务、运动健身、护肤彩妆八大行业在后疫情时代的消费趋势,集中展现了值得买的专业能力。

在2021年服贸会期间,中粮集团携旗下福临门、香雪、长城、酒鬼酒、中茶、梅林、蒙牛等品牌产品,亮相首钢园区供应链及商务服务专题展区,展示中粮丰富消费者餐桌的成果。

中粮集团对外合作部总监陈刚说,中粮集团组织协办了粮食现代供应链发展及投资国际论坛,并与论坛组委会倡议粮食行业知名协会、跨国公司、知名企业、专业组织共同发起成立国际粮食现代供应链联盟。该联盟致力于搭建粮食供应链行业国际交流平台,优化行业标准规则和规则建设,构建资源共享机制、培育和引导行业合作新模式。

陈刚透露,中粮集团将继续参与2022年服贸会的筹办工作,并借助展会平台融入全球粮食供应链,与国际粮农企业伙伴开展广泛、深入的贸易合作,促进全球农产品贸易发展迈上新台阶。

国家雪车雪橇中心创新不断

位于2022年北京冬奥会延庆赛区西南侧的国家雪车雪橇中心

由上海宝冶承建。它不仅是国内首条雪车雪橇赛道,也是本届冬奥会设计难度最高、施工难度最大、施工工艺最为复杂的新建比赛场馆之一。据悉,赛道全长1975米,最高设计时速134.4公里,垂直落差超过121米,具有世界范围内罕见的360°回旋弯。

上海宝冶集团有限公司北京分公司副总经理鲁自力介绍,国家雪车雪橇中心项目引领多个中国“首创”:成功研制完成高强度、高性能的赛道专用喷射混凝土,填补了国内空白;采用预制系统和赛道制冰修冰技术,自行组建国内首支雪车雪橇赛道制冰师团队,开启国内首创。雪车雪橇赛道空间异形曲面建造关键技术荣获了2021年服贸会科技创新服务示范案例。

鲁自力表示,2021年系上海宝冶第二次参加服贸会。通过在服贸会平台连续两年的展示与宣传,公司承接的多个项目提升了关注度,如北京环球影城一变形金刚区域、北京城市副中心三馆一心附属配套工程等北京市重点工程,张家口北医三院等冬奥会附属配套工程,以及雄安新区雄东A1标段,容

西片区A1标段两大“双百万”安置房等。公司的企业实力、技术优势和企业文化也被观众熟知。上海宝冶集团在京津冀地区的知名度与影响力得到提升。

数字化与实体经济深度融合

2021年服贸会,中国建筑一局通过机器人和5G大屏推介了公司数字化应急指挥平台。这是中国建筑首家拥有自主知识产权的智慧工地系统,观众也借此感受到“智慧建造”的魅力。

在中建一局集团建设发展有限公司副总经理宋煜看来,“智慧建造”是公司此次参展的最大亮点。通过“机器人+5G大屏”方式展示的数字化应急指挥平台,是中建首个拥有自主知识产权的智慧工地系统。在总部端,它能够定时更新200余个项目的关键经营指标和数据,远程实现对公司项目的实时视频及预警、项目经营分析、应急管理功能;在项目端,借助BIM、AI、热成像等技术,它可以实现对施工现场的实时把控。

宋煜举例说,一旦发生火灾或员工未戴安全帽进入施工区域等情况,系统可自动拉响警报,堪称

项目管控的“千里眼”。

大兴国际机场是首都的重大标志性工程,要实现大智慧机场建设目标,信息化建设是关键。中软国际承担的“北京大兴机场智能数据中心系统项目”在2021年服贸会上被评为科技创新服务示范案例。据中软国际咨询与系统部大数据业务中心总经理邓正保介绍,智能数据中心在传统的数据库基础上,引入复杂事件、大数据等实时处理技术,整合机场所有航班生产、旅客服务、安全、经营数据,建立一个集成、共享的大数据管理和分析平台。

记者了解到,智能数据中心的八大应用已经在北京大兴机场管理中心各部门推广使用。对外服务的客户还包括各航空公司、中航油、动力能源、首都机场集团公司、民航局运行监控中心等多家单位。邓正保说,2021年服贸会以“数字开启未来,服务促进发展”为主题,这与“中软国际—数字化转型专家”的理念不谋而合。展望未来,中软国际积极响应我国数字治理战略部署,全速推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合。(刘晓丽)