

擦亮中国品牌，老字号加速“出海”

老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”。近年来，在深耕国内市场的同时，越来越多老字号乘风“出海”，积极拓展海外市场，推动中国品牌走向世界。

不久前，在美国纽约时代广场大屏上，巨幅海报亮相“京珺景泰蓝”，传统技艺，走向世界”的标语，中国红背景衬托下，景泰蓝“和平尊”熠熠生辉，来自世界各地的人们看到了中国传统技艺的艺术魅力。

“作为行业代表性企业之一，我们希望通过匠心产品向世界展示中国传统手工艺之美，展示中国传统文化的独特魅力。”北京市珺琅厂有限责任公司常务副总经理董艳娜说。

走进北京市珺琅厂的生产车间，只见数十位师傅正在一丝不苟地对手中产品进行精雕细琢。制胎、掐丝、

点蓝……制作景泰蓝前前后后加起来有100多道工序，每一道都含糊不得。

董艳娜告诉记者，工艺精美的景泰蓝深受国人喜爱，也受到海外消费者的欢迎，产品远销美国、日本、法国、意大利等多个国家。

如今，像京珺景泰蓝这样走出国门的老字号不止一家。

开年以来，位于福建漳州的片仔癀生产车间加班加点，一批批产品陆续销往印度尼西亚、泰国、新加坡等多个国家。仅元月上旬，产品销量就达去年全年的十分之一。

上海老字号凤凰也迎来新飞跃，其生产的锂电助力自行车远销多个国家，售价是传统自行车的十倍乃至数十倍；

海鸡手表通过入驻全球速卖通等

数字化平台，积极拓展海外市场，速卖通平台为企业量身打造“出海”方案，去年8月大促期间，海鸡手表多款单品销售额环比实现三位数增长……

“老字号有着悠久的历史沉淀和文化遗产，是国家宝贵的品牌资源，具有巨大的经济价值和文化价值。近年来，越来越多老字号走出国门，向世界讲述中国的品牌故事，展示文化自信。”国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬说。

今年4月，京珺景泰蓝携旗下产品亮相在海南举办的第三届消博会。董艳娜表示，多年来，企业一直积极参加广交会、进博会、消博会等国内外大型展会，目的就是让更多人了解景泰蓝背后的中国文化。

商务部副部长盛秋平表示，目前，我国有中华老字号1128家，地

方老字号3277家，广泛分布在食品加工、餐饮住宿、居民服务等20多个领域。全国老字号年营业收入超过2万亿元，在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面发挥着重要作用。商务部将采取切实措施，推动老字号发挥主体作用，加快创新发展，拓展更大市场，满足更多需求。

国家知识产权局知识产权保护司副司长王晓沚说，近年来，我国企业在积极“走出去”的同时，也频繁遭遇海外诉讼、商标抢注等一系列知识产权问题。国家知识产权局联合中国贸促会，共同设立企业海外知识产权纠纷应对指导中心和22家地方分中心，为包括老字号在内的企业提供专业化的公益性指导服务。

(新华社北京2月5日电 记者 王雨萧 丁英华)

元宵佳节，老字号里品团圆

5日，正月十五元宵节。

一大早，位于望京的北京稻香村第十八营业部门口，排起了长长的队伍。店内，过水挂浆、摇制、分拣、装箱……经过几道工序，元宵在机器中“滚”得浑圆；柜台旁，柜员将新鲜的现摇元宵火速打包，交到等候已久的消费者手中。

“元宵节，团圆节。几十年的团圆味一定要有。”对于刚刚买到元宵的范阿姨而言，“中华老字号”稻香村是一种熟悉的味道，更包含着老北京难忘的时代记忆。

元宵佳节，老字号扮靓团圆景象。

四川成都赖汤圆门店，顾客们围着汤圆的香气摆起“龙门阵”，那是属于一座城市的安逸；浙江嘉兴五芳斋总店，食客们纷至沓来，只为那一口儿时的软糯香甜；北京磁器口，锦芳小吃店，顾客从元宵柜台前一直排到了马路上……

元宵的热乎气儿，氤氲出团圆味儿，也蕴藏着“中华老字号”一以贯之的匠心。

“从磨糯米粉到制馅再到滚元宵，我们对机器的选择、时间的长短都有

很严格的规定，目的是最大限度保留糯米粉本身的营养成分和自然的香味，让滚出来的元宵黏度更高，口感更好。”北京稻香村副总经理石艳说。

做北方元宵靠“滚”，做南方汤圆要“包”。浙江嘉兴五芳斋总店，汤圆师傅揪起糯米团，把馅按进团里，包起来搓圆，在糯米粉里滚两下，一个小巧玲珑的手工汤圆就做好了。

店长胥传萍介绍，五芳斋汤圆精选120目水磨糯米粉，代代相传的水吊浆工艺让汤圆口感更加爽滑，猪油制成的馅心细腻浓郁，滑、细、香、弹这四个特色让汤圆格外香甜。

匠心，彰显着技艺的传承与品质的坚守。

文化和旅游部非物质文化遗产司副司长李晓明说，正是这些世代相传的传统技艺、工匠精神和诚信理念，成为老字号企业不断适应时代发展、历久弥新的重要因素。

巩固“老”的传统优势，老字号筑牢守正之基；顺应“新”的时代潮流，老字号更有创新之举。

今年过年，新品熊猫汤圆成了赖汤圆的“明星产品”。古色古香的汤

碗中，一颗颗可爱的“熊猫头”微笑着，吸引了众多消费者尝鲜。

四川省成都市饮食公司赖汤圆总经理卢有才介绍，近三年，赖汤圆的销量亮相在海南举办的第三届消博会。董艳娜表示，多年来，企业一直积极参加广交会、进博会、消博会等国内外大型展会，目的就是让更多人了解景泰蓝背后的中国文化。

一颗汤圆，折射出老字号锐意创新的勇气。近年来，赖汤圆、稻香村、五芳斋等老字号在口味创新、工艺创新、营销创新等领域陆续发力——开发年轻消费者喜爱的新口味产品、根据需求精准定制食品加工设备、与知名商超合作推出联名款汤圆、线上线下多渠道品牌推广……紧跟市场趋势，老字号跑上了“新赛道”。

商务部副部长盛秋平说，老字号的优势在于“老”，老品牌、老技艺、好信誉、好口碑。但老字号的不足，一定程度上也源于“老”，可能存在观念老化、机制老化等问题，特别是在年轻群体中的接受程度不够高，难以满足当前消费升级和时代发展需要。唯有守正创新发展，才是老字号的出路所在。

近日，京东发布《2023元宵节点

费趋势》。报告显示，元宵节前，元宵、汤圆成交额环比增长超60%。随着疫情防控转入新阶段，消费需求加快释放，经济发展活力日增。

“今年开年以来整体销售额同比增长了近40%，已经恢复到2019年同期水平。”北京稻香村副总经理俞大治表示，包括元宵、汤圆在内，稻香村糕点销售的火爆程度超出了公司预期。

去年底召开的中央经济工作会议部署，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》提出，“打造中国品牌，培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌”。

4日，由商务部主办的2023年“老字号嘉年华”活动在山东青岛启动。商务部部长王文涛在视频致辞中表示，要以此次活动为起点，统筹线上线下、全年持续推进，以更高品质的商品供给、更加新颖的消费场景，让群众在品味老字号的过程中，拥有更多获得感、幸福感。

立春时节，老字号里的团圆味儿，正飘向崭新的春天。

(新华社北京2月5日电 记者 魏弘毅 殷晓圣 李倩薇)

全国供销合作社系统全力保障今年春耕农资供应

新华社北京2月5日电 (记者 侯雪静) 记者5日从中华全国供销合作总社了解到，供销社日前发布通知要求全系统坚决扛起农资保供的政治责任，充分发挥供销合作社农资流通主渠道作用，全力保障2023年春耕农业生产用肥用药稳定供应，为夏粮丰收奠定良好基础。

根据通知，各级供销社要进一步健全完善农资保供工作机制，稳定农资保供工作专班，积极构建省市县三级农资应急保供体系，形成上下联动保供的长效机制，确保农资应急保供联合社指挥调度体系和社有农资企业业务运营体系顺畅衔接、高效运转。强化以县域为单位调度农资供需情况，建立“点对点”应急保供配送机制，切实提高系统农资应急响应能力。

通知明确，各级供销社要指导系统内农资企业认真分析研判当地春季农业生产形势，增加绿色高效、适销对路农资产品的采购供应。提前协调落实铁路、水路、陆路发运计划，抓好农资跨区域调剂调运，及时配送

到基层网点，着力打通农资供应“最后一公里”，加快农资进店进村入户，保证终端销售网点货源充足，确保春耕旺季不脱销、不断档、不误农时。

通知要求，各级供销社要不断创新优化农资服务内容，因地因苗苗加强技术指导，积极应对防范春旱、倒春寒、病虫害等灾害，大力开展测土配方、统防统治、农机作业等农业社会化服务，积极组织开展送产品、送技术、送服务的供销农资下乡活动，线上线下融合扩大供应、优化服务，降低农资流通成本。加强农资市场监测，积极做好调查调度，及时掌握本地春耕农资供应进展情况，提高风险防控能力。

据了解，为保障今年春耕农资供应充足，自去年农资冬储以来，全国供销合作社系统加大采购、调运和储备力度，2022年四季度累计从工厂采购肥料4163.2万吨、农药43.3万吨，预计今年1月至4月还将采购肥料3500万吨、农药30万吨左右，并将按照有关部门安排有序投放市场，让农民能够及时用上放心农资。

南水北调工程向北方调水突破600亿立方米

新华社北京2月5日电 (记者 刘诗平) 记者从中国南水北调集团有限公司了解到，截至5日，南水北调东、中线一期工程累计调水突破600亿立方米。按照黄河多年平均天然径流量580亿立方米计算，相当于为北方地区调来了超过黄河一年的水量。

南水北调东、中线一期工程于2014年12月实现全面通水。通水以来，年调水量持续攀升。中线所调南水已由规划的辅助水源成为受水区的主力水源；东线北延工程的供水范围已扩至河北、天津，提高了受水区供水保障能力。目前，工程直接受益人口超过1.5亿人。

据南水北调集团相关负责人介绍，南水北调集团在做好年度正常供水工作的基础上，与水源、沿线省市密切

协作，统筹正常供水和生态补水，兼顾输水调度和防汛抗洪。在主汛期前，增大河流生态补水流量，助力修复华北地区河湖生态系统。进入主汛期后，实时优化调度，动态调整上下游之间补水流量，根据河流行洪情况错峰调度，全力加大向北方供水。

生态补水方面，南水北调中线累计向北方50余条河流进行生态补水90多亿立方米，使漳沱河、白洋淀等一批河湖生态改善，华北地区浅层地下水水位止跌回升。东线沿线受水区利用抽江水及时补充蒸发渗漏水量，使湖泊蓄水保持稳定，生态环境持续向好。

水质方面，目前南水北调中线水质保持或优于地表水Ⅱ类标准，东线水质稳定保持地表水Ⅲ类标准。

京秦高速公路全线贯通

新华社石家庄2月5日电 (记者 冯维健) 记者从河北省交通运输厅获悉，2月4日，随着北京至秦皇岛高速公路遵化至秦皇岛段正式运营，京津冀交通一体化重点项目京秦高速公路实现全线贯通。

京秦高速公路全长约264公里，是京津冀协同发展交通一体化“四纵四横一环”骨架的重要组成部分。其中，京秦高速遵秦段全长约165公里，总投资约314亿元，项目起点是下院寺枢纽互通，途经唐山市遵化、迁西、迁安和秦皇岛市卢龙、抚宁、海港、山海关7个县(市、区)，终于秦皇岛市山海关区。设有桥梁47座，隧道13座，采用双向六车道高速公路标准建设，设计时速100公里。

据了解，京秦高速公路是京哈高速公路的北并行线，是北京通往天津、秦皇岛及东北三省地区的一条重要高速公路。京秦高速遵秦段的正式运营，将大幅提升河北唐山、秦皇岛两市北部地区群众的出行品质，改善区域交通服务条件和投资环境，促进区域经济社会快速发展。

京秦高速全线通车后，秦皇岛至北京将至少缩短半小时车程，京津冀交通一体化进程将大大提速。同时，京津冀与东北三省将再添一条快速联络通道。对于推进京津冀协同发展、完善国家高速公路路网结构、提高京哈高速通行能力、改善省际交通条件、拉动沿线地区经济社会发展具有重要意义。

北京延庆发布冬奥可持续发展成果 打造户外运动城市

新华社北京2月5日电 (记者 李春宇) 北京市延庆区5日在延庆奥林匹克园区发布冬奥可持续发展成果，以及《延庆区户外运动城市建设三年行动计划(2023—2025)》，助力京张体育文化旅游带建设，努力打造国际知名的休闲度假旅游目的地。

“延庆作为北京冬奥会的三大赛区之一，为成功举办一届简约、安全、精彩的冬奥盛会，发挥了重要作用。冬奥会也为延庆留下了‘雪飞燕’‘雪游龙’等宝贵的奥运遗产。赛后，延庆区有效利用奥运遗产，促进了生态、体育、文旅等产业发展。”北京奥运城市发展促进中心副主任高云超说。

今年春节期间，延庆区共接待游客75.8万人次，占北京市乡村旅游接待游客总数的57%，冬奥赛区品牌

效应显著。北京市延庆区副区长任江浩表示，此次发布户外运动城市建设三年行动计划，致力于进一步发展冰雪休闲游、户外运动游、乡村度假游等业态，建设“最美冬奥城”。

根据该行动计划，延庆区将持续推动冰雪、骑行、徒步、露营项目发展，构建具有示范效应的户外运动场景，引入一批具有产业影响力的户外用品品牌，举办一系列户外领域展会赛事，集聚一批开展专业户外服务的创新创业人才，让人们到延庆“春骑行、夏露营、秋徒步、冬冰雪”。

2月4日，在北京冬奥会开幕一周年之际，延庆赛区火炬台“长城之光”再次启动，晶莹的“雪花”和灵动的“银丝带”吸引市民前来拍照打卡，重温冬奥时光。

国乒包揽WTT支线赛安曼站五项冠军

新华社安曼2月4日电 世界乒乓球职业大联盟(WTT)支线赛安曼站4日在约旦首都安曼结束，中国队获得本站赛事全部5个项目的冠军。

男单决赛中，两位国乒队员之间展开，曹巍与林诗栋在前四局战成平手，决胜局曹巍11:9获胜，夺得冠军。女单决赛中，蒯曼以11:5、11:6、

11:3击败法国选手扎里夫。蒯曼还与林诗栋搭档，在3日进行的混双决赛中直落三局，战胜中国香港组合林兆恒/杜凯琹。

女双决赛中，覃子萱/韩菲儿以3:2击败中国香港组合杜凯琹/朱成竹。林诗栋/陈垣宇获得男双冠军，他们在决赛中以3:2击败队友曾蓓蔚/黄友政。



传统民俗庆元宵

2月4日，在湖南省衡阳市南岳区南岳镇，小朋友在观看舞龙舞狮展演。

元宵节到来之际，各地开展舞龙、锣鼓表演、舞狮等丰富多彩的民俗活动，欢庆佳节。

新华社 发 (曹正平 摄)

冬奥一周年 全国冰雪热

北京冬奥会开幕一周年之际，“冰丝带”的场馆纪录墙上多了10个名字。11岁的张鹭予是4日“冰丝带”市民速度滑冰系列赛参赛年龄最小的选手，作为女子青少年乙组优胜者，她和另外九位市民优胜者得到了纪录“上墙”的冬奥冠军待遇。

让百姓成为冬奥赛场上的绝对主角，是北京冬奥会留下的最宝贵财富。自2022年7月9日“冰丝带”正式对公众开放至今，“冰丝带”累计接待游客近21万人次，其中14万人次体验参与了冰上运动。此次比赛正是场馆培育自主赛事新的探索，北京国家速滑馆经营有限责任公司副总经理程淑洁说，未来，场馆将承办多元化、多层次的赛事，不断创新方式邀请公众走进“冰丝带”。

在向大众开放的道路上，“冰丝带”并不孤单。在首钢滑雪大跳台在国家高山滑雪中心“雪飞燕”、在河

北崇礼的云顶滑雪公园……众多冬奥场馆在这个雪季成为无数国人的打卡地。4日的国家跳台滑雪中心“雪如意”热闹非凡，河北省第四届冰雪运动会正式开幕，并发布北京2022年冬奥会张家口赛区竞赛场馆后续利用计划和京张体育文化旅游带项目，河北省体育局局长王彪表示，希望能巩固提升河北3000万人参与冰雪运动的成果和质量，带动冬奥场馆和市县冰雪场馆综合开发利用，助推后奥运经济发展。

北京冬奥会的辐射力远远不止冬奥场馆。刚刚过去的春节假期，吉林省冰雪市场表现火爆，万达长白山度假区营业收入连续三天超千万元，北大湖营业时间较2019年增幅达16倍。吉林省体育局局长车大鹏表示，北京冬奥会一年以来，冰雪运动在吉林省取得前所未有的发展，目前共建成各类滑雪场75家，雪道总面积1256.8公顷、总长度358.1公里，单日

最大接待量达12万人次。

在冰雪资源较为稀缺的南方，冰雪产业的发展也呈现一派欣欣向荣景象。安徽省天柱山滑雪场负责人张伟对此感受很深：“2022年之前，我们一年最高接待量也就1万多人(次)，但北京冬奥会举办这一年就达到3万人(次)”今年春节七天假期，滑雪场接待量达1.1万人次。“从2022年12月18日开始算起，截至2023年1月31日，这个雪季接待量已超过4万人(次)。”张伟还发现，自带滑雪设备的“发烧友”和有组织的滑雪俱乐部成员越来越多了。

兔年春节前后，上海推出20多项冬季项目赛事活动，除了十多块固定冰场开门迎客外，上海还新添15块季节性移动冰场。虹口足球场洛克公园的露天篮球场就摇身一变成为滑冰场，上海洛合体育发展有限公司董事长戴富祺表示，南方喜欢冰雪运动的人越

来越多，这个改造不仅解决了冬天露天球客流量较少的问题，也让爱好冰雪运动的市民有了滑冰的好去处。

而在江苏，社区冰雪运动会在淮安、宿迁、徐州、无锡等地先后举办，3月前还将在常州、苏州举办。从3月开始，江苏省中小学生冰雪项目系列活动将进行19场。

从看冬奥比赛，到自己上场学习滑冰滑雪，是这一年来不少中国人的新尝试。南京市民陈茜去年第一次踏上真冰，今年春节期间第一次穿上了雪板，“冰雪运动的魅力真的很强，虽然我还只是个初学者，但已经成了不折不扣的发烧友，我想下个雪季能到北方去滑更有难度的雪。”26岁的她说自己有了新目标。

(新华社南京2月4日电 记者 王恒志 李春宇 张骁 夏子麟 杨帆 秦婧 张玮华 李典 王帆 周畅 许东远)