

技术记在本上 门道刻在心头



中国铁路北京局集团有限公司天津房建公寓段南仓行公寓车间3名职工，日前在唐山行公寓车间参加叫班员岗位技能比武，强化技能本领、提升公寓服务品质。图为职工们正在输入程序。 沈岳 王津海 摄

机将造成重大损失，大家非常着急。

“别急，我找找！”樊彦国扎进工具箱，在一本本泛黄的笔记里快速翻找。汗水顺着脸颊滴落在本子上，他顾不上擦拭，终于在一本2014年的笔记里找到了依据。当年维修时，他曾手绘过密封件的详细图纸，连材质和公差范围都标注得清清楚楚。“找到了！”樊彦国兴奋的喊声，让现场紧绷的气氛瞬间轻松了下来。凭借这份珍贵资料，维修人员迅速定制了密封件，成功避免了一次停产事故。

32年，岁月染白了樊彦国的头发，在他的带动下，“人人记笔记，代代传经验”成为该组的优良传统。

车间设备随着时间的推移，进行了更新换代，而樊彦国对工作的执着始终如一。每天清晨，他总是第一个到岗，围着竖空检查，这是他坚持多年的“必修课”。有人问他重复工作是否枯燥，他总是这样说：“每回检修都是新挑战，看到生产线能平稳运行，比什么都踏实。”

一摞厚厚的作业笔记，记录着樊彦国的32年芳华，更是他在平凡岗位上的不平凡坚守。他用朴实的行动，为企业发展贡献力量，他的工匠精神，如同白灰车间里永不熄灭的炉火，温暖而坚定地照亮前行之路。

本报记者秦帆 通讯员申仁芳 陆湧浩

在天铁公司崇利制钢白灰车间，6座300吨竖窑日夜轰鸣，奏响工业生产的激昂乐章。

300吨竖窑钳工班班长樊彦国，32年如一日扎根于此，用一摞厚厚的作业指导书，诠释着新时代产业工人的匠心精神。

走进钳工组，整洁的工具箱里码放着泛黄的42个笔记本，边角被翻得卷了边，这就是樊彦国32年的心血结晶。“刚当钳工那阵，老师傅教的经验都是口口相传，时间长了容易忘。”樊彦国摩挲着本子笑着说，“我就把每回干活的门道都记下来，自己能用，也能帮到别人。”

让思政课堂飘满书香

好书荐读，文学知识竞答，书香接力……日前，中铁十八局市政公司北京地铁22号线07标项目部承办了公司工会“百年工运·书香筑魂”思政课堂活动，让职工从职工书屋中寻求“智慧力量”。

项目职工书屋内书香阵阵，公司劳模先进以及领导纷纷化身“荐书达人”，向职工分享自己阅读过经典书籍；市政公司工会主席肖波荐读书籍《人工智能与新质生产力》；中国铁建劳动模范、市政公司责任成本管理专家霍艳华荐读书籍《三体》；北京地铁22号线07标项目经理龙刚荐读书籍《把信送给加西亚》。此次荐书旨在号召广大职工捧起好书、勤读善思，让阅读成为伴随终身的良好习惯，在字里行间汲取智慧与力量，推动“阅读力”转化为企业高质量发展的“生产力”。

“矛盾的‘农村三部曲’不包括以下哪部作品：《春蚕》《残冬》《秋收》《子夜》？”“我知道，不包括《子夜》！”……这是活动文学知识竞答环节职工踊跃参与的一幕。此环节以书籍为基、问答为桥、互动为实，让传统思政教育课堂变身热闹的知识擂台，让一线职工在古今中外文学知识竞答互动中，实现理论学习与实践体验的深度融合。

本报记者王洪宇 通讯员马伟东



富士康科技集团天津科技园事业部开展心理健康普及活动，通过“线上直播+线下体验+知识互动”的立体模式，为职工搭建呵护心灵的温暖港湾。图为职工们进行心理沙盘游戏。 张磊 摄



国家电网天津滨海公司接到该馆电力增容申请，第一时间成立专项服务班，制定最优供电方案，合理安排技术班组正在对设备进行检修。 沈岳 摄

走进吉利物联科技(天津)有限公司宽敞明亮的办公室，天津产业合作事业部的职工们专注地盯着电脑屏幕，手指在键盘上飞快地敲击着……

会议室内，时常传出热烈的讨论声，那是职工们正在与公司技术部门、运营部门的人员协调如何解决数字货运的发展问题，使公司在新兴行业的发展中处于标杆地位。

“我们的前身是公司的天津基地建设组，9个人，涵盖安全管理、风控、运营、法务、财务等专业，保障着公司整体业务的顺利进行。”天津产业合作事业部相关负责人介绍，作为一家持续创新的物联网科技公司，天津吉利数字货运致力于重构货运生态连接，提升货运整体交易及交付效率。通过数字技术，天津吉利将货运环节的司机、车辆、场站等各种要素全面物联网化，实现线上管理。在公司的发展历程中，该部门犹如全方位的“护航者”，对内助力公司达成业绩指标，提升核心竞争力；对外与监管部门密切沟通协调，为公司营造良好的发展环境。

在部门的项目推进办公区域，墙上挂满了项目规划图和进度表。工作人员紧盯实时数据，通过“G7大数据平台”，实现对每一辆G7智能数字货舱的平均行驶里程、时间利用率、重量装载率、刹车次数等驾驶行为的监控。

“看，这辆车的刹车次数有点频繁，得提醒司机注意驾驶习惯。”一位工作人员指着屏幕说。他们正为了维护司机与车辆的安全，以及实现对车队的高效管理而紧张忙碌着。每一个数据的分析，每一次驾驶行为的关注，都承载着保障行车安全与提升运输效率的重任。而他们的这份努力，也切实为企业解决了在车队管控方面的诸多难题，让企业能够更合理地调配资源、降低运营成本。

同时，他们也为交通管理部门减轻了监管压力，助力交通管理更加有序、高效，为交通运输行业的稳定发展贡献着不可或缺的力量。

本报记者王晓君

做数字货运的‘护航者’

中国风点燃消费新引擎

偏爱源自认同

当前，国潮经济加速渗透，彰显出中华优秀传统文化的独特魅力和年轻一代的消费热情。抖音商城数据显示，“90后”已成为购买老字号最多的群体，“00后”下单量增长最快，同比增速达95%。

“今年我已经把所有护肤品换成了国货品牌的翡翠水和玉容霜，它们不仅价格更亲民，还有深厚的文化底蕴。”在北京上大学的“00后”叶梓涵，最近又入手了不少国货美妆产品，“过去总觉得这些产品只有奶奶辈、妈妈辈才会买，但自己用过后发现效果完全不输欧美大牌，打算推荐给身边的同学和朋友。”

在“中国风”加持下，具有高性价比和良好使用体验的老国货品牌开始俘获年轻人的心。与此同时，随着文化自信提升和产业创新升级，中华优秀传统文化特色的全新演绎，正唤起更多年轻消费群体的情感与价值认同。

历史悠久的丝绸是当之无愧的中国名片。华佳集团旗下时尚真丝家居品牌“桑罗 SANGLUO”，其2025春夏新品“新中式东方幽兰系列”一经推出，在小红书平台就收获了超百万曝光量。该系列的灵感来自东方庭院中盛放的蝴蝶兰，兰花刺绣采用非遗苏绣工艺精制，充分彰显东方女性的柔美与内敛。

“要让年轻人爱上国潮服饰、爱上中式美学，不能仅靠他们‘情怀买单’。”桑罗品牌创始人、江苏华佳丝绸股份有限公司董事长俞金健介绍，近年来，桑罗持续把苏绣、国画印花、中式斜门襟等传统丝绸文化元素融入产品设计，年均研发花型、颜色与款式超千款。此外，桑罗还携手苏州博物馆、人民文学出版社等文化IP及新锐设计师联名破圈，打造多款有特色、差异化的真丝产品，持续探索国潮服饰的创新表达。

“‘新中式’服饰兼具辨识度与实穿性，既满足了Z世代的国潮情怀，又能在社交平台的穿搭分享中形成独特的视觉符号。”中国纺织工程学会时装专业委员会副主任、中华女子学院文化传播与艺术学院教授张婷婷表示，“企业要学会借助国潮这股东风，推动传统文化元素与现代时尚潮流精准融合，通过品牌差异化建立独特的市场竞争优势，从而赢得年轻消费群体的青睐。”

打卡文博场馆、探访古城古镇、体验汉服妆造、入住国风酒店……“新中式”消费越来越受到年轻人欢迎，在传承与创新中为消费者带来丰富的消费新体验。

从非遗文创产品火热出圈到“悟空”“哪吒”纷纷出海，从街头巷尾的时尚穿搭到线上线下的热销爆款，“国潮风”“中国风”成为新消费增长点，不断满足消费者对高品质、个性化产品的需求，为消费市场和文旅业发展打开新空间、注入新活力，传递着中国经济发展的强劲动力。

国潮奔流下，年轻人的购买欲和一批老字号品牌的创新突围相辅相成。

沿着北京北海公园北门直走，在不远处高高的红灯笼掩映下，藏着一处偷闲品茶的好去处。去年8月，全聚德旗下仿膳茶社重新开门营业，其推出的“应节寿意·龙凤喜饼”糕点系列不仅是为祝寿或婚礼等特殊场合打造的专属糕点，还会根据时节与民俗、二十四节气的流转等适时上新。各类糕点花样繁多、造型精致，搭配茶社内古色古香的环境，引来众多年轻人拍照打卡。

“我点了这儿的招牌豌豆黄、芸豆卷和宫廷奶饽饽，还有立夏刚刚推出的新品莲蓬酥，再配上一碗传统果干和杏仁豆腐，妥妥的新中式下午茶。”在茶社

从文物“出圈”到文旅跨界，当国潮风邂逅火爆的文旅市场，民俗小城游、汉服打卡热、沉浸式“新中式旅游”等新趋势、新玩法竞相涌现，不仅极大丰富了游客的出行体验，也成为拉动消费的新引擎。

江西景德镇推出“千馆之城”馆长接力直播活动，以青花、国瓷、微陶、瓷雕等为代表的各类特色场馆形成“千馆千面”的推介矩阵，带领观众沉浸式、“云转场”游览，让自带国潮属性的博物馆和文创街区持续转化为文旅消费动能；安徽黄山的徽派古建筑内，数十盏非遗鱼灯在青石板巷中游弋，宛如水墨画中跃动的锦鲤。游客不仅可以观赏“百鱼绕村”的壮观场景，还能手持鱼灯加入巡游队伍，成为非遗传承的参与者……



观众在文博会展重庆展区挑选盲盒产品。 新华社记者肖恩楠 摄

传承创新常青

外排了半小时队的湖南游客万倩告诉记者，自己是被大众点评APP上一篇题为《北海公园藏了家百年宫廷茶社！阴天也美哭》的帖子“种草”，便迫不及待地来店内体验。在她看来，只有愿意倾听消费者心声，愿意拥抱年轻人的消费心理和习惯，不断创新升级的老字号，才能常青不败。

越来越多老字号企业尝试跨界与联名，着力打造消费新增长点。以布鞋闻名的老字号内联升，在北京大柵栏总店二层开设的“大内官保”咖啡馆成了潮人聚集地，独特的中式盖碗咖啡频繁在

解锁多样玩法

在产品端，各地文旅场景不断“上新”之余，纷纷推出“国风旅拍套餐”“汉服沉浸式演艺”“非遗市集打卡节”等互动活动，广受游客欢迎。美团旅行数据显示，节假日是游客搜索古风、古镇旅拍的高峰期。今年以来，“古镇旅拍”搜索量同比上涨近60%，带动南浔古镇、惠山古镇、黄姚古镇、兴坪古镇等旅游热度增幅尤为明显。

临近端午节，不少高星酒店还在线上旅行平台推出“传统国潮粽子+酒店住宿”打包套餐。这其中，广州花园酒店与广州艺术博物院联名推出的2025端午粽子礼盒，其设计灵感源自中国近代岭

社交媒体上圈粉；同仁堂旗下新零售品牌“知嘛健康”陆续在北京、上海、成都等地开出12家门店，吸引年轻人感受东方潮流养生；光明乳业联手冠军推出的大白兔雪糕，一上架就成了供不应求的爆款……

“他们在用年轻人的方式，造自己的新江湖。”对于老字号品牌的创新，品牌联盟(北京)咨询股份公司董事长王永总结出三大特色：擅长混搭、新场景再造和数据玩得溜。“不过，想要持续打动年轻人，老字号既要守护好匠人品质及独特文化底蕴的‘不变内核’，又要保持与时俱进的‘动态进化’，构建与Z世代对话的新语言体系，这样才能在百年传承与时代脉搏的共振中永葆生机。”王永说。

南地区著名国画画家家居廉的经典之作《并蒂莲》。广州花园酒店副总经理梁健芬说，酒店已经连续4年把中国传统文化元素融入节庆食品的包装设计，还举办过文化艺术集章打卡、篆刻研学等活动，“年轻游客都很喜爱我们的粽子礼盒，这不仅是传播岭南传统文化的好机会，也让我们脱颖而出，成为更多热爱国潮的年轻消费者的出行选择”。

美团研究院研究员乔思认为，今年以来，打卡文博场馆、探访古城古镇、体验汉服妆造、入住国风酒店、购买国潮文创……以这些文旅活动为代表的“新中式”旅游越来越受到年轻游客欢迎，在传承与创新中为消费者带来丰富的文旅新体验。 据《经济日报》

链接

“端午经济”火热 国潮“圈粉”海外人士

这个端午假期，热气腾腾的“端午经济”成为消费活力升级的缩影。“国潮”风引领文化消费新风尚，传统文化元素与现代技术交融，非遗体验“烟火气”满满，打造出独特的“国潮端午”氛围。持续火热的国潮消费也一路“火”到了海外。

这段时间，在义乌国际商贸城做3D打印玩具生意的吴锐忙得不可开交，因为半个月前，店里上架了一批3D打印的端午系列摆件，美国、英国、马来西亚等国的外贸订单纷至沓来。义乌国际商贸城经营户吴锐说：“没想到我发了一个朋友圈，很多老外来询价，也很喜欢这个产品，像这个龙舟，跟我们订一天大概是两万个，我们要销往国外的。像我们出这些东西，正常的话是走海运，但是客人都要求我们走空运，短时间之内5天到7天交货，马上发空运走。”

同样在海外市场走俏的，还有端午元素的DIY装饰产品，主打仪式感和体验乐趣。义乌某电商公司负责人宗加永说：“我们有一些单子通过跨境平台，转运仓发到国外的，这样的订单也越来越多了。我觉得我们中国的文化在国外传播越来越强。”

端午假期，入境游热度继续攀升，来中国体验民俗文化被许多海外游客列入旅游清单，“国潮”文创、非遗体验备受关注和喜爱。

在广东佛山，看龙舟赛、品龙舟宴、赏龙舟文创，令外国游客流连忘返，不少外国游客还参与了与龙舟相关的体验项目。

福州长乐三溪村沿袭了600多年的端午地方民俗活动——夜赛龙舟，让来自英国的游客连连赞叹。英国游客詹姆斯·卡梅隆说：“我记录了我喜欢的一切，发在我的社交媒体上。我很期待再来这里，我要去福建其他地方看更多的龙舟。” 据人民网



游人身着汉服在四川省绵竹市富新镇文永村桃树下拍照。 新华社发(王平 摄)