

第五十届山东省陶瓷琉璃艺术设计创新大赛将于9月份启动

以设计创新推动陶瓷琉璃产业高质量发展

本报8月5日讯(记者 张芮)为做好品牌和产品宣传,以设计创新引领陶瓷琉璃产业实现高质量发展,9月6日至10月10日,“泰山瓷业杯”第五十届山东省陶瓷琉璃艺术设计创新大赛暨“泰山杯”首届山东省泰山文化文创意设计大赛将在我市举办。

在活动日程安排上,9月6日至7日为接收作品、布展阶段,9月8日专家进行评审,9月9日至10月9日获奖作品公开展览,10月10日活动结束。

参展作品分为日用陶瓷类(餐具、茶具、酒具、文具等)、艺术陶瓷类(彩绘、刻瓷、陶艺、雕塑、艺术瓷砖等)、艺术琉璃类(吹制、雕刻、灯工、内画等)。需要注意的是,参加第五十届山

东省陶瓷琉璃艺术设计创新大赛的作品,必须是近一年内设计创作或未参加过山东陶瓷琉璃创新设计大赛的陶瓷琉璃作品,参展单位或个人在报名表上将参评作品注明第五十届山东省陶瓷琉璃艺术设计创新大赛参赛作品;参加“泰山杯”首届山东省泰山文化文创设计大赛的作品,创作时间没有限时要求,参展单位或个人在报名表上将参评作品注明“泰山杯”首届山东省泰山文化文创设计大赛,作品要以泰山文化为主题,能反映泰山的历史文化风貌,且具有一定的文化价值。

本次活动地点位于岱岳区灯笼山路与天平大街交叉口西240米,山东泰尚黄精生物科技有限公司泰山黄精

文化博物馆;邮寄作品接收地址为岱岳区粥店街道西腊河路,泰安墨玉瓷文化艺术发展有限公司;自带作品报送地址为泰山黄精文化博物馆;获奖作品展览地点为岱岳区粥店街道西腊河路,泰安墨玉瓷文化艺术发展有限公司瓷悦艺术空间。

据了解,本次活动不收取任何费用,活动采取先报名、后送作品的方式,请参赛人员于8月29日前将电子版报名表发送至大赛邮箱94726168@qq.com。活动期间可进行现场销售,可出售的参展(参赛)作品请在报名表上注明售价。参赛作品可邮寄到举办地点,往返邮寄费用参展(参赛)单位(个人)自理,邮寄产品务必

做好包装、保价,作品破损自负。

参赛者无区域限制,省内外高校师生、陶瓷琉璃艺术工作者、文创设计爱好者、企业、个人和团队均可报名参加,大赛按参赛作品数量15%、20%、30%设置金银铜奖。

在知识产权要求上,参赛作品要求自主设计,不得抄袭他人作品,侵权后果自负。主办单位将择优推荐一部分优秀作品,参加2025泰安“泰吉祥”“泰如意”文创和旅游商品大赛、泰安市精品旅游文创设计大赛等活动,并与创作者签订合作协议。参赛人员可登录“山东省陶瓷协会”网站(<http://www.sdtaoxie.com>)自行下载报名表。



山东京卫制药有限公司

点燃创新引擎 激活医药产业新动能

□记者 池彦明

走进山东京卫制药有限公司(以下简称“京卫制药”)生产车间,备料、预处理、称量、混合、压片、包衣、铝塑、外包装……生产线上工人和设备默契配合着,共同守护着药品生产的规范和安

全。京卫制药成立于1993年,企业总部设在泰安高新区,分别在泰安高新区、宁阳县、泰山区建有3个药品GMP(良好生产规范)工厂,在北京、济南设有3个研发子公司。京卫制药先后被评为山东省“晨星工厂”及“专精特新”中小企业、高端品牌培育企业、重点培育的贸易双循环试点企业、海关高级认证企业、品牌鲁药示范企业等。

“赋码线完成每个批次药品追溯码的录入,上传到码上放心平台。消费者一扫药盒上的条形码就能查到产品批次、厂家等信息,一目了然,也起到了防伪的作用。”京卫制药总经办主任谢柳新说。

京卫制药上市产品涵盖呼吸、神经系统、血液循环、皮肤和黏膜等领域,拥有国内批准文号90项,其中,抗抑郁药“百适可”获“山东省单项冠军产品”称号,抗哮喘药“疏沙”获评“品质鲁药”品牌建设优秀产品;拥有国际有效注册证书250多项,产品出口美国、澳大利亚、新西兰等70多个国家和地区,质量体系通过美国、澳大利亚



■京卫制药生产车间。

通讯员供图

等国际高端cGMP(动态药品生产管理规范)认证。

据了解,硫酸沙丁胺醇吸入气雾剂主要用于缓解哮喘或慢性阻塞性肺部病患(可逆性气道阻塞疾病)患者的支气管痉挛,以及预防运动诱发的急性哮喘,或其他过敏原诱发的支气管痉挛。吸入气雾剂能够让药品直达作用部位,选择性强、用药剂量小,从而减少了全身给药引起的副作用,安全

性较高。“吸入制剂药械一体技术因其难度较高,形成了较强的竞争壁垒。公司独家起草制定了本品国家标准(YBH03252011)及国际质量标准,并获得国内第一家生产批件,对我国该类药品质量水平的提高起到了引领作用。2017年,公司在国家商标局注册了第5类商标‘疏沙’,作为硫酸沙丁胺醇吸入气雾剂的商品名。疏沙通过打破国外技术垄断实现了国产化替



黄金水道上的“招商突击队”

□特派记者 蒋永琳 刘小东 元浩波

在徐州港顺堤河作业区,码头不远处的徐州港务集团办公区,有一间挂着“东平县港航物流驻徐州招商引资工作专班”标牌的办公室。15平方米的狭小空间内,电话铃声与热烈讨论声交织,这里就是东平港航物流开拓市场的“前哨指挥部”。

东平县港航物流驻徐州招商引资工作专班,是由东平县矿产业发展服务中心和国有金运通物流公司、国有金石矿业公司组成的一支20余人的精锐队伍,他们以敢闯敢拼的精神,在竞争激烈的物流市场中闯出了一条属于自己的道路。

推介+服务 真诚最能打动人心

东平县委、县政府为坚决贯彻落实市委、市政府大力发展通航物流的战略部署,充分发挥京杭运河通航段最北端优势,开拓市场培育产业、服务港口谋发展,成立了4个港航物流招商专班。驻徐州工作专班第一时间把办公室设在徐州港顺堤河作业区,盯靠一线,主动出击,洽谈合作。

招商专班成立伊始,成员纷纷叩门招商,但效果一般。俗话说“百闻不如一见”,招商专班改变思路——“请客”!4月15日,一场精心筹备的港港联动推介会在东平举行,泰安港、东平港、徐州港及钢厂、电厂、煤炭贸易商等众多企业代表齐聚一堂。

“东平县领导热情宣传推介,邀请客户实地考察了我们的泰安港、东平港,看到现代化的设施和高效率的作业流程后,客户态度明显转变。”招商专班副组长李恣说。

这场推介会成为合作的重要转折点,会后专班细分重点客户,展开“地毯式”回访,终于打动越来越多的企业

选择与泰安港、东平港合作。

客人请来了,服务也要跟上。招商专班成立运营组,工作人员分成早晚班,24小时盯靠在港口提供服务,就连打印提货单都有专人负责。想客户所想,急客户所急。针对招引的客户企业运输大宗物品没有物流公司的情况,招商专班协同金运通物流公司承担供应链协调联络角色,推动招商由“港+港”联动模式向“港+企+港”模式转变。“我们不仅要把业务拉过来,还要让企业享受到实实在在的便利和优惠。”李恣说。

真诚最能打动人心。在招引徐州港务集团“铁转水”煤炭业务上,招商专班指定“干就干成、干就干好”的信念,一次又一次、一遍又一遍,上门表诚意、讲优势、谈合作,连续奋战4个多月、洽谈50余次,成功签下协议,将看似“不可能”变成了“一定成”。今年以来,徐州招商专班已走访重点企业300余家、拜访目标客户550余人次、邀请到东平县实地考察150余人次,预计全年可以签订完成400万吨的运输协议,新增港口贸易额2.5亿元。

陆运+航运 “旱鸭子”成功试水

成绩来之不易,遥想当初却充满艰辛,一切还要从2024年说起。

当时,山石销售市场下滑,东平县矿产业发展服务中心正千方百计拓市场、促签约、提销量。在省委、省政府的决策部署下,恰逢京杭运河济宁至东平段航道“三改二”工程开工建设,项目完工后水运通行能力由1000吨级提升到2000吨级。该中心瞄准时机、抢抓机遇,带领金运通物流公司迅速调整方向,将目光投向了航运和徐州市场。“我们了解到徐州对高钙石等

资源有需求,而我们东平有着丰富的资源储备,这是一个绝佳的机会。”金运通物流公司总经理陈广震回忆道。

然而,开拓市场的道路远比想象中艰难。当金运通物流公司工作人员首次前往徐州钢厂、电厂拜访时,迎接他们的是紧闭的大门和保安警惕的目光。“当时去企业连门都进不去,更别说找负责人谈业务了。”金运通物流公司业务副总杨启珍对此记忆犹新。

虽吃了“闭门羹”,但金运通物流公司的工作人员没有退缩。他们制定了“车轮战”策略,带着精心准备的宣传资料一次次登门拜访,不厌其烦地介绍泰安港和东平港的优势。在一次又一次的坚持下,转机终于出现。2024年12月底,东平港与徐州港迎来首次合作,装载3700吨高钙石的货轮从东平港鸣笛启航,于今年1月初成功运抵徐州,叩开了合作的大门。

自此,金运通物流公司也由纯陆运的“旱鸭子”成功下水,在边学边干中转型水陆两栖,开启航运新征程。据统计,截至目前,金运通物流公司累计实现营收1.84亿元。

南下+北上 解决“南满北空”的难题

如今,走进徐州港顺堤河作业区,时常能看到来自泰安港、东平港的货轮进进出出。

招商专班成立以后,南下山东济宁、菏泽、微山和江苏淮安、太仓、南京,北上内蒙古、陕西、山西等地,通过实地走访、数据采集、座谈交流等方式,深入港口作业现场、贸易企业、物流场站等158处调研点,聚焦港口运营动态、煤炭与焦炭价格走势、铁精粉运输等,精准摸查市场行情与运输业

务痛点,为业务布局与策略调整筑牢信息根基。“招商专班已与徐州港务集团、陕西神木德林等17家企业签订255万吨的运输量协议,为东平县港航物流产业发展注入了强劲动能。”李恣介绍。

招商南奔北走,水运业务也要考虑“南下北上”。当前京杭运河北上业务少,导致水运物流成本较高。招商专班坚持系统思维、有解思维,深入调研、摸清市场、反复研判,最终确定以目前东平县南下货物到港地为重点,主动洽谈镇江港、九江港、大丰港、张家港等港口北上返程业务,打通“北货南下、南货北上”大通道,把千年运河通航最北端的港航优势转化为发展优势、合作优势。截至目前,招商专班已拓展张家港到东平港的特种设备等北上返程运输业务,逐步探索解决“满船南下、空船北上”的难题。

成绩面前,招商专班没有丝毫懈怠。在办公室里,专班成员围坐在会议桌前,热烈讨论着下一步目标。“我们要继续加大煤炭、山石等重点货种的招商力度,积极拓展集装箱运输和散改集业务。”李恣在白板上划出重点,“下半年,确保签订港口服务合同20份,水运实际运输量达到70万吨以上。”

站在徐州港顺堤河作业区的码头上,望着川流不息的货船,专班成员目光坚定。从最初的叩门受阻到如今的合作共赢,从无人问津到繁忙景象,他们用汗水与智慧,在徐州这片物流热土上书写着属于东平港航的奋斗传奇。而随着更多合作项目的落地,这条连接东平与徐州的“黄金物流通道”,将在京杭运河上绽放出更加耀眼的光芒,为区域经济发展源源不断地注入动力。

市科技馆举办 青少年人工智能挑战赛



■参赛选手合影留念。

通讯员供图

本报8月5日讯(记者 毕凤玲)为激发青少年对人工智能、机器人、无人机等领域的浓厚兴趣与热爱,近日,市科技馆组织开展2025年“全国科普月”系列活动——“智启未来”青少年人工智能挑战赛,来自全市300余名选手展开同场角逐。

此次比赛包括人工智能挑战赛、“清明太空”APM创新挑战赛、“脑力激荡”脑科学应用挑战赛、

“翱翔天际”无人机竞技挑战赛、“创想无界”信息素养创意作品赛、Boxbot格斗等,引导青少年通过竞赛实践,锻炼自身逻辑思维能力、解决问题能力、团队协作能力。据介绍,本次比赛为广大学青少年搭建了学习和展示平台,增强了他们的科技创新意识,提升了动手实践能力,丰富了中小学“双减”内容,促进了青少年的全面发展、健康成长。

(上接01版)观众手中的已不仅是食物,更是一份来自泰山,融入生活的美好祈愿与情感链接。

“‘送馒头’只是我们营造沉浸感的一环。”正如王端增所言,“山体、星空、空气、风声都是演出的一部分。我们将舞台边界彻底消融,让演员在剧情发展中自然地走入观众席表演、互动。”这一设计绝非噱头,其核心目的在于将精心构筑的“场景”从舞台延伸至观众脚下,拉近表演与体验的物理与心理距离,营造一个“包裹感”十足、触手可及的“真实”演艺世界。

传统旅游的“走马观花”模式,正被一种更深度的参与渴望所取代。如今,游客更渴望在精心构筑的“场景”中“养马种花”——即深度融入、主动参与、情感交互,甚至成为故事的一部分。

今年暑假期间,刚开业不久的肥城“梦幻桃花源”景区人气火爆,游客可以在这里参与互动游戏,感受肥城“桃文化”,观看《桃缘奇遇记》等演艺文化盛宴。东平大宋不夜城以“宋韵”为主题,游客可以与身着古装的角色展开互动,和“苏轼”投壶,与棋手对弈,亦或跟“柴大官人”比猜拳,在互动中感受大宋的市井百态。

可见,很多游客期待在文旅体验中找寻的情感共鸣,其实就在于能否创造让人会心一笑的瞬间、设计让人深度参与的互动,从而让游客深度融入“在地文化”的肌理。

“无场景,不文旅”。场景化将是文旅融合发展的趋势和未來。打造爆款场景,还要敢于跨界试水,与演艺、电竞、动漫、文创等业态渗透交融、相互赋能。正如《只有河南》用戏剧重构土地记忆;长春的大型实景剧《冰嬉图》,用“演艺+冰雪旅游”再现古老的冰嬉场景;故宫文创以萌系IP唤醒年轻群体……成功的跨界场景始终把握着“文化为魂、体验为王”的核心逻辑,让传统空间变身可触摸、可互动、可传播的立体文化磁场。

文旅“破圈” 从“演艺热”到“城市热”

如今,“为一场演出赴一座城”成为越来越多人的休闲方式,“演艺经济”为多地开辟了文旅发展新空间。“演艺+旅游”,这种融合发展创新模式,具备沉浸式、强互动、重体验等特征,契合游客场景化消费的新需求,被旅游业界视为2025年的“黄金赛道”。对游客而言,它也是认识、了解一座城市的重要途径。

“一个好的演艺产品,能激发观众了解、探寻当地历史文化的兴趣,‘以演促游’的模式揭开了文旅融合新范式——演艺IP成为本土文化的‘动态展览馆’,推动游客有效延长停留时间并衍生二次消费。”泰山文化研究专家吕继祥在接受采访时说。

“演艺经济”正成为吸引游客、拉动泰安文旅消费的重要组

成部分。“白天看景,晚上观演”成为来泰游客的常态化选择。2024年,全市接待国内游客9429.4万人次,实现旅游收入902.7亿元,分别增长12.3%、12.6%,登泰山游客连续两年超800万人次;外地游客平均留泰时间达到2.12天,同比提高10.4%。今年以来,全市旅游市场持续火爆,据初步测算,1至6月,泰安旅游总人数达4286.31万人次,同比增加8.96%,旅游总收入415.65亿元,同比增长9.08%。

据泰安市泰山封禅大典文化发展有限公司市场营销部经理曹博文介绍,改版后的《中华泰山·封禅大典》的异常火爆,极大地带动了周边餐饮、住宿、交通等消费增长。据不完全统计,演出场地周边3公里范围内,酒店入住率同比提升50%,餐饮店铺营业额平均增长60%,旅游商品销售额增长50%,形成了以演出为核心的文旅消费产业链。

岱岳区九女峰片区打造的“故乡的月”沉浸式演出,已成为九女峰的标志性文化品牌,激活了该片区的“民宿经济”,吸引来庞大客流,带动特色民俗规模化发展。

泰山神启腾维数字体验馆以本土神话为蓝本,运用数字技术重构文化场景;央视《启航2025》跨年晚会通过全国性平台传播泰安元素,收视率一路长虹;泰山国际登山节与旅行商大会构建起对外交流的立体网络,而新青年音乐节、泰山动漫节等青年文化IP则成为流量引擎,凸显了“文化体验+商业生态”模式的爆发力。

然而,如何避免“热闹”过后的“沉寂”?

这就需要根植泰安这块土地上,守正创新,持续推动文旅产业向重品质、重融合、重服务的方向转型升级。要大力推进“文旅+百业”跨界融合,搞好策划创意,善于点石成金,“无中生有”,推出更多新场景、新业态、新服务、新营销、新模式,吸引更多流量,推动文旅“长红”;要在现有“泰山+”产品体系基础上,推动更多景区景点、场景业态、艺术展演与泰山景区联动,打造更多产品组合,提高“串珠成链”效果;从硬环境建设与软环境提升上双向发力,不间断推出系列主题文旅活动,持续提升文旅市场热度;策划更多演唱会、音乐节及各类营业性演出,争取更多会展活动落户泰安,让活动流量变发展增量。

一地一历史,一域一风华。文旅演艺当如何升维“破圈”?泰安给出的答案是:挣脱对“声光电”的纯粹依赖,跳出“同质化”的窠臼,结合地域特色,锻造更多“大而精、小而美”的精品力作。

当一座城市能够将“齐鲁青未了”的诗意,“江流天地外”的壮阔转化为当代人的精神养分时,它便真正找到了文化传承发展的密钥,也顺理成章地指向了城市发展的深层逻辑,为城市的发展创造多元可能。

公告

为广泛征求社会各界意见,进一步畅通群众反映问题渠道,落实市领导等干部公开接访下访制度。
8月6日(星期三),副市

长冯能斌同志到泰安市接待中心公开接访。
中共泰安市委
泰安市人民政府
2025年8月5日