

2023西部消博会7月21日—23日在西安举办 推动西安国际消费中心城市建设

本报讯(记者 艾莉)7月6日上午,西安市政府新闻办召开2023西部消费精品博览会新闻发布会,发布会上,西安市商务局局长张选民介绍了相关工作情况。据了解,本届西部消博会将于7月21日至23日在西安国际会展中心举办。

西部消博会是西安市落实党中央、国务院关于实施扩大内需战略的决策部署,落实《西安国际消费中心城市培育创建三年行动方案(2022—2024年)》要求的重要举措。通过举办西部消博会,有利于

西安市积极融入以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,助力西安实现“消费贡献度、城市首位度、时尚引领度、业态创新度、经济外向度”五个方面的跨越,推动西安国际消费中心城市建设。

本届西部消博会于7月21日至23日在西安国际会展中心举办,以“共享发展机遇、共创美好生活”为主题,围绕建设西安国际消费中心城市定位,聚焦“高、新、精、尖”消费领域资源,共同打造西部“交流合作、贸易畅通、

供需对接”的消费精品展示交易平台。

大会将围绕“一论坛、一展览、两活动”开展主题活动。“一论坛”:2023中国(西安)国际消费城市发展论坛以“融合 传承 创新”为主题,共同探讨精品消费类商品的融合创新之路、品牌发展之道,助推西部地区消费精品走出西部、走向全球。“一展览”:2023西部消费精品展览会将设置国家中心城市展区、西部各省市展区、三秦特色展区、知名消费品展区、新能源汽车展区等十大展区。“两

活动”:“盛世长安”精品消费节和2023精品消费直播带货周,以“最低价、最品质、最亲民”的方式激发消费内需,以更好的产品、更优的内容、更真的互动、更快的迭代、更高的效率延长服务链条,帮助品牌“花式出圈”。

张选民说,西部消博会将成为拉动西部消费的一个重要平台,成为全国消费精品企业的“会客厅”,成为国内国际双循环结合的重要支点,为西部经济快速发展提供新的增长动力,为消费精品企业带来更多高水平发展机遇。

“逐梦新时代 乐享在长安” 2023西安市夏日广场 群众文化活动启动

本报讯(记者 夏明勤)7月6日晚,由西安市文化和旅游局、莲湖区政府主办,西安市群众艺术馆、莲湖区文化和旅游体育局承办的“逐梦新时代 乐享在长安”2023西安市夏日广场群众文化活动启动仪式暨陕西省群众文化节西安分会场在大唐西市精彩启幕。

现场,器乐《丝路回响》通过马头琴、二胡等多民族代表性乐器,共同奏响丝路文化的繁荣昌盛、丝路精神的开放包容,共建“一带一路”宏大篇章;舞蹈《秦声吼山河》超燃踩点,力量感爆棚;表演唱《何以中国》、杂技《云端》等群众文艺节目精彩纷呈,更有陕西快书《天安门广场看升旗》、小戏《供应链》、广场舞《家乡美》和秦腔《秦腔荟萃》等接地气、冒热气、聚人气的节目接连上演,题材丰富、形式多样、制作精良,彰显了西安深厚的文化底蕴,展现出人民群众对党和祖国的无限深情,对新时代美好生活的赞美和追求。

据了解,夏日文化广场活动作为西安市系列群众文化活动之一,自开展以来,立足基层,抒发百姓心声,让更多群众有机会由文化观赏者成为主角,增强了广大市民共建共享城市文化的参与感、获得感与幸福感。

近年来,西安市群众文化活动蓬勃开展,水平持续提升,以“夏日广场群众文化活动”等为代表的多个品牌活动,起到了为群众文化发展“建机制、搭平台、育人才、树品牌”的效果,为百姓搭建起织梦、守梦、追梦、圆梦的舞台,更为广大市民朋友展示自我、相互交流,实现拓展思想和开阔视野构建多维平台,逐渐形成以人民群众为主体的文化自觉和文化自主意识,也彰显出西安包容开放,极富多元魅力的生动姿态,以文化软实力赋能千年初都逐梦新时代,助推西安国家中心城市建设。

叮叮咣咣趁“热”打铁 锤起锤落传承技艺

经炉火烧红后的铁,在铁锤的“加持”下火花飞溅。这个铁锤有20斤重,抡它的人叫屈希望,是西安市非物质文化遗产保护协会传统打铁技艺传承人,今年69岁。

7月5日,记者走进西安市灞桥区狄寨街办东车东路的一间民居,随处可见放置的各种制作器械、农具、材料等物件。无论是耕地用具还是生活用具,一块生铁到了屈希望手里,就能变成客人想要的模样。时间久了,远近闻名,不少人会慕名上门,找他帮忙制作用具。采访当天,他就在加工两把宰羊用的小刀。

锻造工具的第一步,就是要挑好一块好的铁料,这考验着打铁师傅的经验。只见他一次拿出两三个汽车轴承,在手里掂了掂,最终挑选出了趁手的一个。“就它了!”屈希望说。谁能想到,一把小刀的“前身”竟然是汽车轴承。

挑好铁料后,屈希望将其喂入炉灶并启动鼓风机。“以前是用来回拉动的风箱,现在用鼓风机多一些,节省人力。”他一边介绍着一边用长柄铁钳夹住铁料翻动,使铁料

充分受热、软化。就说这烧火一项,还分红焰、黄焰、蓝焰。比如,红焰烧出的铁色暗红用来打刀,蓝焰烧出的铁色黄白用来打坯。

打铁起源于距今2000多年前的战国时代。传统的打铁通常需要两人合作。一人掌主锤指挥,另一人握大锤进行锻打,接着再次烧红锻打,直到成型为止。

“我跟着师傅学了五年,前两年只干了一件事,那就是抡锤。”屈希望说着,便将加温到一定程度的铁料夹到铁墩上,开始举锤敲打。

锻打后的铁料逐渐失去火红的颜色和足够的温度,屈希望再次将它喂入火塘里,再次烧料。定型是个反复的动作,直到初具成品模样,诠释着什么叫“千锤百炼”。锻好的铁件放入水内,“咻啦”一声,热气腾起。一把小刀,锻造完往往需要三个多小时。

如今,屈希望每月固定时间到镇上赶集,他的铁器总是卖得很好,其他时间就守在自己5米见方的工棚里,叮叮咣咣。在锤起锤落的光影中,坚持着手工技艺。



屈希望正在锻打刀具

干了半个世纪的屈希望最自豪的就是自己一手锻造出的十八般兵器。

他告诉记者,因为自己感兴趣便开始四处搜集设计图,照葫芦画瓢,又是描图又是实践,最终打造出了一套完整的十八般兵器——有刀、枪、剑、戟、斧、钺、钩、叉、镗等,个个做得有模有样。“一共打造了三套,其中还

有一套现在在博物馆陈列着。”

从19岁开始打铁,手艺传到屈希望这已是第三代。“都说世上有三苦:撑船、打铁、磨豆腐。”他嘴里虽然这么说,但仍坚持每天早上7时开始点火生炉子。

文/本报记者 石喻涵 实习生 段林蕊 图/本报记者 马昭 实习生 管肖婷

碑林宣传大讲堂暨新闻通讯培训班开班



通讯员们怀揣着各种各样的疑问,仔细听讲,认真记录。

本报记者 马昭 实习生 管肖婷 摄

本报讯(记者 石喻涵 实习生 段林蕊)7月6日,中共西安市碑林区委宣传部联合驻地单位三秦都市报社举办的“碑林宣传大讲堂(第二期)暨新闻通讯培训班”在雍村饭店开班,来自碑林区各单位的宣传骨干参加全媒体新闻业务培训,并与三秦都市报编辑、记者共话政务宣传与新闻媒体的发展与融合。

碑林区委常委、区委宣传部部

长姚勇,三秦都市报社长王戈华,三秦都市报副总编辑祝光,三秦都市报社副社长李平等出席开班仪式。碑林区委宣传部副部长张文峰主持开班仪式。

“创刊于1994年1月1日的《三秦都市报》可以说是土生土长的‘碑林人’。一直以来,三秦都市报与碑林区委、区政府以及各位通讯员朋友们保持着紧密联系,成了合作伙伴、朋友。目前,三秦都

市报已经从一张报纸发展成为拥有报、网、端、微、屏等多个类别的新型媒体。特别是在讲好西安故事,讲好陕西故事方面,碑林区委、区政府给三秦都市报提供了大量的新闻素材,助力三秦都市报编辑记者们采写出一大批有思想、有温度、有品质的新闻作品。”王戈华回顾了双方长期合作取得的成果并展望了双方合作的新未来。

姚勇在讲话中指出,这次和三秦都市报的合作,是新时期新闻宣传工作深化认识的“盛宴”,是新闻宣传工作能力本领提升的“盛宴”,是碑林区宣传工作在新的起点实现新的提升的培训“盛宴”。

姚勇希望通讯员们在参加培训过程中,认真学思想、学方法、学技能。向省级、市级媒体看齐,从稿件内容到视频拍摄,在比较中学习提高。通过此次培训,从理念、方法和技术等方面能有新的提升。要立足岗位实际,旗帜鲜明聚力,齐心协力。围绕中心工作,突出亮点宣传,多宣传先进事迹、先进人物和先进经验,在实践中进一步提升碑林宣传工作水平,涌现出更多“金牌通讯员”。

开班仪式后,培训班的第一节课在三秦都市报区域发展部主任闫晓鸿与碑林区各单位宣传骨干的问候声中拉开帷幕。近两个小时的授课,他对新闻稿件的要素和特点等方面进行了讲解,并对新闻稿件的撰写进行延伸。

陕西日报社高级记者、陕西日报科教文新闻部主任杨小兵围绕新闻摄影的技巧,为大家上了一堂有广度、有深度、有温度、接地气、可操作的新闻纪实摄影课,让大家对新闻摄影有了全新的看法。

《坐车借了1元钱专程赶来还钱 1元钱引发的爱心和诚信令人感动》《找工作屡碰壁 转变观念天地宽 本科生应聘挤向理发店》《深圳女孩滞留西安后当“大白”:“从那个锅碗瓢盆到牙刷,大家帮我凑起一个家”》,三秦都市报社副社长姬娜通过深入剖析自己的多篇稿件,讲述了新媒体采访及活动策划技巧。

与会的不少通讯员表示,当天的课程设计精心、内容丰富、事例翔实、讲解生动,具有很强的指导性和实用性,点燃了大家对新闻宣传的激情与热情。

延长石油酒店管理公司 完成上半年目标任务

本报讯(韩欣 阿翥涵 记者 马军伟)7月5日记者获悉,延长石油酒店管理公司紧抓旅游业复苏机遇,完成上半年目标任务。

数据显示,今年1-6月,延长石油酒店管理公司营收已完成全年65.71%,同比增长30.97%,利润同比增长164.96%,实现营业收入、考核利润双指标双过半,为完成全年目标任务奠定坚实基础。

延长石油酒店管理公司相关负责人表示,今年上半年,延长石油酒店管理公司定期召开经营分析会,精心部署、周密安排,精准施策,狠抓降本增效和服务品质。通过修订员工手册、规范操作流程及细则,促使服务品质全面提升,采取多种多样营销方式,开展系列营销活动,抓住节日市场消费,提前部署高考、暑期等市场,满足不同消费者的需求。同时,根据节日及活动需求推出各类产品组合,通过直播的方式吸引潜在消费客户,经营业绩不断走高。