

我国地理标志产品直接年产值接近1万亿元,实现五连增!

一组来自1月23日国新办新闻发布会的数据,彰显我国地理标志产业的蓬勃发展。截至2025年底,我国已累计认定地理标志产品5066个,核准使用地理标志专用标志经营主体超5.2万家。

地理标志产品,指产自特定地域,所具有的质量、声誉或者其他特性本质上取决于该产地的自然因素、人文因素的产品。一纸“地标”,如何成为培育近万亿元产业、带动增收致富的“金名片”?

品牌效应,让“土特产”变身“大品牌”——

许多承载着独特风土与技艺的农产品,虽品质卓然,却“养在深闺人未识”。地理标志认证,为它们提供了一张国家认证的“身份证”,既为品牌提供保护,又助力其走向更广阔的市场。

在广州市增城区,地理标志产品“增城丝苗米”如今品牌价值已超50亿元。

像“增城丝苗米”这样的品牌还有很多。截至2025年10月底,广东全省以地理标志作为证明商标和集体商标注册超150件,越来越多的美食产品通过粤港澳大湾区“一小时生活圈”走进三地商超、走上百姓餐桌,还有的通过港澳窗口走向国际市场。

科技驱动,让“老产业”焕发“新活力”——

为打造更好的地理标志产品,多地正将科技作为转型升级的“金钥匙”。机械化播种提高效率、绿色种植技术减少化肥农药使用、智能化生产线实现加工过程可追溯……在江西省瑞昌市,国家地理标志产品“瑞昌黑芝麻”的生产全流程越来越有“科技范”。

近年来,当地还建设了瑞昌黑芝麻“科技小院”,与江西农业大学农学院专家团队携手,通过科学育种提高产量,并研发黑芝麻粉、富硒黑芝麻丸等创新产品。

西湖南井国家地理标志保护示范区构建数字化管理系统,实现全流程监管;金华火腿国家地理标志保护示范区建立饲养全过程可视化的金华两头乌猪智慧养殖中心;江津花椒国家地理标志保护示范区构建涵盖产地环境、品种种质、产品加工等项目的全产业链标准体系……地理标志产品正向精细化、智能化、现代化全面升级。

跳出局限,从“卖原料”转向“全链条”——

近年来,多地地理标志产品正跳出单纯“卖原料”的局限,向产业链前后端深度延伸,通过融合文旅、精深加工、跨界创新等方式,创造更高附加值。

云南省保山市隆阳区潞江镇新寨村依托“保山小粒咖啡”地理标志产品,打造了咖啡庄园、咖啡加工工坊等特色打卡点,推动“咖啡+文旅”融合发展。

更多地方也在产业链上做文章:湖北恩施在“恩施土豆”的基础上,提取富硒蛋白、蛋白肽等高端原料,衍生出多元化产品;福建省“福鼎白茶”相关茶企推出“老白茶+闷泡杯”产品组合、白茶酒等,适应新的消费需求。

“地理标志产品成为特色产业增收致富的‘金名片’,有效助力了区域经济发展。”国家知识产权局副局长芮文彪说,下一步将建好国家地理标志保护示范区,大力实施商标品牌战略和地理标志运用促进工程。

(新华社北京1月23日电)

老有所依!我国全面向中度以上失能老年人发放补贴

新华社记者 朱高祥 李亚楠

1月22日,民政部、财政部对外公布一项暖心政策:在前期试点的基础上,从2026年1月1日起,在全国范围内向中度以上失能老年人发放养老服务消费补贴,实施周期为12个自然月。

“老伴入住养老机构每月需要4500元,现在每个月能省800元。”1月2日,家住陕西西安胡家庙街道长缨东路社区的孙奶奶,在工作人员的帮助下,成功领取了陕西首笔中度以上失能老年人养老服务消费补贴,并现场核销,用来抵扣老伴的护理费。

孙奶奶的老伴患有脑梗和阿尔兹海默症,由于孩子不在身边,两年前,她和老伴一起住进了当地一家养老机构,方便老伴接受全天候照护。

随着我国老年人特别是高龄老年

人数量增多,失能老年人数量也在增加。如何有效满足这一群体照护服务刚需,破解“一人失能,全家失衡”困局,是今后一个时期的“必答题”。

为此,2025年7月,民政部、财政部联合印发《关于实施向中度以上失能老年人发放养老服务消费补贴项目的通知》,并决定在浙江等3个省份及四川成都等4个地市先行开展试点,直至本次在全国范围内正式实施。

谁能领取养老服务消费补贴?

据悉,评估以《老年人能力评估规范》国家标准为依据,通过对老年人自理能力、基础运动能力、精神状态、感知觉与社会参与等系列指标进行专业评分评估,结果为中度、重度、完全失能等级的老年人,可以通过官方平台“民政

通”领取消费补贴。

如何申请消费补贴?通知明确,中度以上失能老年人,或其配偶、子女、其他亲属等代办人按自愿原则,通过“民政通”线上注册个人账号,并提交领取养老服务消费补贴的申请。

消费补贴形式和标准是什么?

补贴资金以电子消费券的形式,通过“民政通”按自然月向中度以上失能老年人发放,可以对补贴项目范围内的养老服务消费金额进行抵扣。在人均每月最高抵扣额度范围内,抵扣比例一般为养老服务消费金额的30%至60%。

消费补贴项目方面,主要包括居家、社区、机构养老服务。其中,居家、社区养老服务涵盖餐、浴、洁、行、急、医等6类生活照料服务,以及康复护理、日间托养等;

机构养老服务则包括入住机构30天以上的长期服务和30天以内的短期服务。

试点地区政策成效初显:截至2025年10月8日,试点地区失能老年人及其代办人已经领取了36.51万张养老服务消费券,使用消费券24.32万次,核销金额达1.82亿元。

此外,为确保服务有质量、资金使用更安全,两部门还要求强化评估、服务、资金监督管理。各地要建立健全评估机构动态管理机制,事前严格遴选、事后加强抽查,避免一销了之;特别是要压实养老服务机构主体责任,对于敢于以身试险的要强化惩戒措施。同时,要加强补贴项目资金使用监管,严格审核资金结算材料等。

(新华社北京1月22日电)

逛庙会 迎腊八



1月23日,杭州市西湖区北山街道举办“西湖读书日”轮值主题活动暨腊八庙会。庙会以腊八民俗为载体,融合阅读推广、非遗展示、文艺展演与沉浸式市集等内容。

上图:1月23日,社区居民在庙会上逛“新春市集”。

左图:1月23日,小朋友在活动现场体验写福字。

新华社记者 韩传号 摄

社会广角

北京北海公园“西天梵境”将恢复历史格局

据新华社北京1月22日电(记者罗鑫)22日,琉璃阁院落腾退移交仪式在北京举行,标志着琉璃阁院落“回归”北海公园“西天梵境”。数十年来,琉璃阁院落作为北京市文物考古机构的办公及文物存放场所进行使用。未来,北海公园“西天梵境”将恢复历史格局,面向公众开放。

“西天梵境”原为明代西天禅林喇嘛庙,于清乾隆年间重修和改建,向南可眺望琼华岛上的白塔。北京市考古研究院院长张中华介绍,琉璃阁院落是北海公园“西天梵境”建筑群的重要组成部分,位于其第三进院落。院落中的琉璃阁建于清乾隆年间,外立面镶嵌大量无量寿佛琉璃像,工艺尤为精湛。

北京市文物局局长张立新表示,琉璃阁院落中的琉璃阁、七佛塔亭是中华民族多元一体、文化交融的重要见证。琉璃阁院落移交北海公园后,北京将对该院落进行科学的维护和适当的修缮,恢复“西天梵境”的历史格局,推动其尽快完整地面向社会开放,让文物腾退保护和活化利用成果更好地惠及市民群众。

群的重要组成部分,位于其第三进院落。院落中的琉璃阁建于清乾隆年间,外立面镶嵌大量无量寿佛琉璃像,工艺尤为精湛。北京市文物局局长张立新表示,琉璃阁院落中的琉璃阁、七佛塔亭是中华民族多元一体、文化交融的重要见证。琉璃阁院落移交北海公园后,北京将对该院落进行科学的维护和适当的修缮,恢复“西天梵境”的历史格局,推动其尽快完整地面向社会开放,让文物腾退保护和活化利用成果更好地惠及市民群众。

(新华社北京1月23日电)

“笑声”里的消费力

新华社记者 宋瑞 周润健

人文经济激活消费新动能

隆冬时节,在现代时尚的天津陆家嘴购物中心,谦祥益相声茶馆又迎来一波观众。

舞台上,两位演员一袭长袍,手持折扇,醒木轻拍,妙语连珠地将津城百态、美食典故与现代趣事串联;舞台下,观众们喝着茶、嗑着瓜子,惬意又放松。两小时内,台上包袱迭出,台下笑声不断。

相声,是一种民间说唱曲艺,深受群众欢迎。天津,九河下梢,漕运通衢。五方杂处的特质,让相声等曲艺在此生根发芽,马三立、侯宝林等相声大师皆从此处扬名。

在中国曲协理事、天津曲协副主席史清元看来,相声这门扎根于民间,源于生活的艺术,正通过系统性的品牌打造与深度的文旅融合,成为城市拉动消费、激活文旅的“黄金IP”。

“我冲着天津相声的名气而来,现场氛围很好。”来自内蒙古的游客古女士扬着提前一周抢到的票根说道。她计划在商场用完晚餐后,回酒店规划后续的旅游行程。

百年老字号谦祥益曾是知名的绸

缎庄,进入新世纪后为弘扬传统文化,开办了相声茶馆。自2018年入驻该商场后,他们探索的“商业综合体里听相声”模式受到欢迎。天津谦祥益相声茶馆经理周玥说,节假日即便加演,票仍常空,日均客流量近千人次,“观众听完相声,顺道在商场吃饭购物,对消费的带动效应非常直接。”

商场运营方更是深有感受。相声茶馆如同一个文化磁石,吸引了特定客流,并与商场内餐饮、零售形成联动效应,构筑了“听相声、品美食、享休闲”的一站式体验闭环,将文化流量稳固转化为消费能量。

在充满民俗味的古文化街——这条被誉为“津门故里”的5A级景区,名流茶馆已在此经营了35年。

负责人朱涛对节假日的景象印象尤为深刻:“有的游客拖着行李箱就直奔茶馆,他们的吃住行,直接拉动了周边经济。”

相声演员在表演中穿插的天津风物介绍,也常成为游客接下来的打卡指南。“真有不少游客听完推介,就去实地体验了。”朱涛感慨,这种“双向奔赴”让文化体验与旅游消费无缝衔接。

相声在天津的生命力,源自宽松闲适的人文环境和乐观豁达的城市性

格。作为天津最具代表性和烟火气的文化符号之一,如今,天津既有开在古街里的老牌茶馆,也有位于商场、公园的新生剧场,吸引着八方来客。

西岸相声剧场就“藏”在天津市河西区人民公园内,已运营15年。在“相声消费”的带动下,2025年“十一”期间,公园内新增了茶饮、餐饮两个商业载体。

“剧场为公园带来了显著人气,观众听罢相声常在园内漫步、在周边就餐,形成了一条自然的休闲消费链。”西岸相声剧场副总经理吕晓明说。

数据显示,以谦祥益、名流、西岸为代表的相声茶馆,节假日外地游客占比高达95%,一票难求成为常态。相声成为不少外地游客来津的“必选项”,有效延长了游客的停留时间,形成了“为听一段相声,赴一座城”的消费吸引力。

创新的演绎形式,则不断为这份吸引力加码。2025年夏季亮相津城的“相声巴士”,将双层观光巴士变为移动剧场,50分钟行程串联起“天津之眼”、古文化街等20余处地标景点,演员既是表演者也是导游,让“景在眼前,乐在耳边”成为现实。

天津交通旅游有限公司总经理李云鹏说,一边赏夜景,一边听段子,为津

城夜色增添了温度与生活气息,也成为串联景点、带动消费的流动纽带。

2025年“十一”期间,在中国大戏院上演的沉浸式相声专场《津味茶社》,则通过复刻老茶馆场景、增强观众互动,将门票升级为“穿越体验券”。尽管票价不菲,依旧迅速售罄,印证了市场为优质文化体验付费的强烈意愿。

天津市曲艺团艺术室主任张晓斌认为,曲艺消费正从“内容消费”转向“场景消费”。“消费者购买的不仅是一段表演,更是一份可参与、可分享的沉浸式记忆。”这种转变极大提升了消费的附加值。一场成功的演出,其经济辐射力远不止门票,更能带动文创开发、短视频传播、文旅线路整合,激活一个微型文化消费生态。

大型活动则能将效应成倍放大。2025年,历时两个多月的第十四届天津相声节,通过36场主题演出,超过200场小剧场惠民演出,产生了显著的经济“乘数效应”。活动期间,古文化街、五大道等核心景区客流量明显增长,周边餐饮、零售营业额也大幅增加。“听相声、游天津”的模式愈发成熟。

天津市文化和旅游局副局长陈冰认为,对天津而言,相声早已超越单纯的娱乐形式,成为城市文化身份的典型标识。传统的“笑声”,正通过创造性转化,成为驱动文化新消费、塑造城市新魅力的强劲引擎。

茶馆里,巴士上,街巷间漾开的开心笑声,早已融入城市日常,点亮市井繁华,也浸润出一座城独有的韵味。

(新华社天津1月22日电)

声 明

由中铁七局集团有限公司承建的“雅安至叶城国家高速公路拉萨至日喀则机场段工程施工第九标段”于2024年6月25日通过竣工验收,该工程农民工工资已全部结清,无发生任何拖欠农民工工资问题,如有异议,请相关人员自本声明见报之日起30日内与我司相关人员联系。

联系人:李志勇 联系电话:13949083190

特此声明

中铁七局集团有限公司
2026年1月24日

西藏日报、西藏商报广告刊登咨询热线:

0891-6349996 6322866

西藏传媒
བོད་གློ་བུ་ལྷན་ཁག་