



□ 本报综合

党的二十大报告提出，增强消费对经济发展的基础性作用。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。中共中央、国务院印发的《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。

老字号是我国工商业发展中孕育的“金字招牌”。去年一年，山东主动服务和融入新发展格局，围绕老字号“保护、传承、创新、发展”一体推进，实施了一系列含金量高、创新性强的务实举措，不断发挥老字号在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面积极作用，引领全省老字号企业高质量发展，有效扩大了“山东老字号”公共品牌知名度和美誉度。

以“保护”为本，完善老字号保护政策体系。出台《关于促进老字号高质量发展的意见》，21条具体举措构建促进老字号高质量发展的长效机制，并明确“十四五”

期间老字号工作目标；印发《山东省老字号集聚区建设及认定规范（试行）》，认定周村古商城、东阿阿胶城、青岛山路为首批山东省老字号集聚区，进一步推动老字号集聚发展；实施《山东老字号与博物馆融合发展行动方案》，山东成为全国首个进行老字号与博物馆融合推进商文旅一体化发展的省份。

以“传承”为先，挖掘老字号品牌价值。随着济南佳宝乳业有限公司等20家企业列入第六批“山东老字号”，山东拥有省级及以上老字号企业达352家，其中，中华老字号66家，山东老字号286家，“山东老字号”队伍进一步壮大；开展质量提升行动、共建共享“好品山东”，32家老字号企业跻身首批“好品山东”品牌名单，“山东老字号”成为“好客山东·好品山东”品牌建设重要组成部分。

以“创新”为轴，激发老字号企业活力。高标准召开黄河流域老字号创新发展大会，立足黄河流域生态保护和高质

量发展，加强沿黄省区老字号企业横向交流、资源共享，共话老字号企业创新发展新蓝图；推动全国首家在博物馆内开放的“老字号暨非遗文化体验馆”落户山东，创新打造老字号暨非遗传承创新展示平台；通过组织老字号参加“2022惠享山东消费年”及“山东预制菜走进第三跨国公司领导人青岛峰会专场活动”等，多维度助力老字号抢抓预制菜千亿蓝海市场。

以“发展”为要，助力老字号品牌成长。举办第六届中华老字号（山东）博览会，开展系列活动，展会现场销售额突破2300万元，签订各类意向订单额达7.3亿元；以老字号为主力，推进“山东品牌中华行”，助力山东老字号走向全国。截至2022年底，“山东品牌中华行”历经23个省区市，共举办活动63站，累计3638家企业参加，现场销售额超1.56亿元，意向订单额达38.5亿元；作为第五届中国国际进口博览会配套活动之一，第二届中华老字号

创新发展大会同步在上海举办。会上，青岛啤酒、东阿阿胶、德州扒鸡和玉堂酱园这4家山东老字号企业入选商务部首批中华老字号守正创新案例……

触摸新时代新征程上老字号企业发展新脉搏，山东继续探寻老字号未来发展新动向，深挖消费潜力。

今年年初，商务部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局等五部门联合印发《中华老字号示范创建管理办法》（以下简称《办法》）。《办法》提出要建立“有进有出”的动态管理机制，不断完善中华老字号名录，推动中华老字号顺应市场机制、守正创新发展，引领带动更多市场主体实现高质量发展，着力提振发展信心，加快品牌培育发展，促进形成强大国内市场，更好满足人民对美好生活的需要。山东推出的系列促消费举措与《办法》要求相呼应。围绕解决“不敢消费、不愿消费、不便消费”问题多措并举，省政府印发的《关于促进经济加快恢复发展的若干政策措施

暨2023年“稳中向好、进中提质”政策清单（第二批）》提出，实施“山东消费提振年”行动，推动消费市场全面复苏回暖。

2月4日，立春之际，2023“老字号嘉年华”暨“惠享山东消费年”在青岛启动。山东以该活动为起点，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。2月16日，2023“老字号新春购物节”在济南舜耕国际会展中心举办。此次购物节旨在充分发挥老字号在建设自主品牌、全面促进消费、坚定文化自信等方面的积极作用，持续活跃新春消费市场，打造品牌消费的品质购物盛宴，全面促进消费升级……

挖潜力、促消费、惠民生，山东正以科学有力的举措，不断提高老字号的文化特色、产品质量、品牌信誉和市场竞争力，持续提升“山东老字号”公共品牌的影响力和美誉度，努力把老字号打造成为推动山东经济高质量发展的“金字招牌”。

好品山东

野风酥：传承老济南风味的伴手礼

□ 本报记者 战翠萍

伴手礼是一座城市的特色名片，是这座城市留给人们的美好记忆，也是传递感情的载体。又甜又酥的糖酥煎饼、香甜软糯的高粱饴、酸甜开胃的山楂条……这些入选首批“好品山东”品牌名单的野风酥系列产品，总能勾起济南消费者甜蜜而久远的童年回忆，也成为南来北往的游客纷纷选购的济南特色伴手礼。

“野风酥煎饼以山区优质杂粮为主料，通过原始石磨加工，用传统工艺制作而成，是正宗的老济南味儿，因此深受消费者喜爱。”济南野风酥食品有限公司销售负责人给记者介绍说，糖酥煎饼吃着

好吃，但做法非常复杂，需要把小米和豆子磨成粉，晒干之后再用石磨加工成浆，成浆的同时按一定比例兑进蔗糖，再按传统工艺摊制，蔗糖与煎饼经过重新结晶，才能达到香甜酥脆的口感。她说，不是每个人都能做好糖酥煎饼，完成一张煎饼的制作需要20秒，时间过长，煎饼就会糊在上面，时间太短，煎饼会因为潮湿而揭不下来，比较有天分的工人完全掌握这项技能，至少要学习两个月。

野风酥煎饼技艺源自19世纪末济南柳埠的煎饼世家刘家煎饼，历经刘氏后人六代传承至今，还曾进入人民大会堂成为国宴点心。传统的煎饼水分含量约30%，

而革新后的糖酥煎饼水分含量仅为3%，这背后是对摊制技艺的严格要求。为充分迎合现代人的多元口味需求，野风酥研制出枸杞煎饼、火龙果煎饼、大枣煎饼、玫瑰煎饼等多种产品，深受消费市场欢迎。为开拓南方市场，野风酥还研制了面包软煎饼——一种嚼起来与面包口感相似的绵软不失筋道的煎饼产品，弥补不同区域消费者需求差异。

作为一家绿色无公害农产品深加工民营企业，野风酥不断丰富产品品类，目前已经有野风酥煎饼系列、高粱饴系列、山楂制品、甘薯制品等10大系列300余个单品，获得“山东省名牌产品”“山东省著名商标”“山东老字号”“山东省旅游购物十佳品牌”“最山东”伴手礼金奖等荣誉，在第八、九届中国国际农产品交易会上获得“金奖”，被中国食品协会评为“优秀民族食品”“中华名吃”等，通过了ISO9001国际质量体系认证。

近年来，野风酥又引入“老字号+文创”的理念，将传统与现代结合、煎饼与文创相交，创新研发出“印象济南”“家的味道”“山东手信”等一系列文创产品，成功打入各大商场。同时，野风酥在多个机场、高速公路服务区设立品牌销售专柜，在山东部分高铁站及济南、泰安、青岛等多个城市开设连锁超市；在线上，打造淘宝、京东的野风酥旗舰店，在直播间推广各种创新产品，迎合年轻消费群体的购物习惯。如今，野风酥产品不仅遍布全国，还出口日本、加拿大等20多个国家和地区，占同行业销量75%以上。

品好品，看山东。野风酥，散发着质朴清新的老济南味道，传承着百年齐鲁美食工艺，正走遍全国、走向世界。



山东实施“境外百展”计划 开拓国际市场

从山东省商务厅获悉，按照全年国际市场开拓目标，山东省制定《2023年境外百展市场开拓计划》，安排展会项目130个，以重点国别“一国一策”、重点行业“一业一策”的方式，帮助企业多元化抢订单、拓市场。

省商务厅副厅长吕伟介绍说，山东今年将重点提升《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)市场，共安排展会37个，其中，东盟市场展会17个，以新加坡、印度尼西亚、泰国等国家为主，重点推动轮胎、轴承、电力设备等产品出口；日韩市场展会15个，推动食品农产品、纺织服装等行业企业用好RCEP享惠政策，提升产品档次、稳住出口规模。

聚焦欧美市场的开拓，山东2023年拟

安排展会60余个。在欧洲市场方面，山东将以德国为重点，着力推动节能装备、医药化工、绿色建材、深加工农产品、机械设备等产品抢抓市场机遇扩大出口。针对美国及拉美市场，将对企业进行分类指导，扩大纺织服装、汽车配件、五金建材等产品出口。同时，还将深耕“一带一路”沿线市场、非洲市场。

吕伟表示，山东将加大机电高新技术和绿色低碳产品出口，重点引导新能源汽车、光伏发电设备、电子信息消费品、数控机床等行业企业“走出去”；推动水海产品、蔬菜制品等企业开拓日韩欧美等传统市场及东南亚、中东等新兴市场。此外，山东将通过展会搭建对接平台，引导跨境电商平台、市场采购贸易主体、公共

海外仓、境外经贸合作园区等与外贸企业联合参展，扩大跨境电商等新业态新模式出口。

同时，山东省级层面将加大外贸企业出口信保、“汇率避险担保试点”“鲁贸贷”等政策支持力度，设立专项资金对参展企业给予费用支持，比例最高达80%。统计显示，目前，山东全年有进出口实绩企业达6.45万家。

2022年，山东进出口达3.33万亿元（人民币，下同），同比增长13.8%；其中，出口2.03万亿元，同比增长16.2%；进口1.3万亿元，同比增长10.3%；进出口、出口和进口增幅分别高于全国6.1个、5.7个、6个百分点。

（据中新网）

爱在齐鲁



□ 乔宗

渭河村是微山湖的一个水上渔村，渔民出门大都以船代步。49岁的杨传来是济宁市微山县高楼乡渭河村卫生室的负责人，经常划着船出诊，脸上总是挂着笑，是个十足的乐观派。

杨传来的父亲杨付义曾经是村里仅有的一名医生。小时候，杨传来经常跟着父亲出诊，他能清晰地感觉到大家对父亲的敬意，“长大以后我也想像爸爸那样成为一个让人尊重的人”，从医，从此成为他的毕生梦想。

1996年，杨传来大学毕业后分配到微山县人民医院工作。想到能离开终日漂泊在湖上的渔船到岸上去工作，杨传来着实高兴了好一阵。但想想年纪越来越大，走路已经驼背的父亲，杨传来最终还是决定回到渭河村，和父亲一样，当一名普普通通的村医。如今，渭河村521户近1600人口，除了常年在外跑船的村民，其他所有村民的健康状况，杨传来都了如指掌。

在渭河村当村医，除了得是个全科大夫，还得能够轻松驾驶各种船只，杨传来对此颇为自豪。由于出诊经常要赶时间，这些年杨传来已经掌握了各种“超船”技巧，总能开得又快又稳。一条船的寿命一般10年左右，行医26年，杨传来却已经换了5条船。

对于一生漂泊在湖上的渭河村渔民来说，船不仅是生产交通工具，还是一个温暖的家。对于杨传来而言，船是水上的移动诊所，也是“水上120救护车”。

杨传来曾经开着快艇，用了20分钟就把昏迷的患者送到医院，因为抢救及时，患者最终转危为安。微山湖的渔民寒冬腊月出门看病最艰难，湖水结冰，去医

院要先花一个多小时打通一条水路。村民陈恒花说，自己的俩孩子小的时候三天两头生病，咳嗽、发烧、腹泻，不管凌晨几点，一个电话，杨大夫总是能最快赶到，给孩子做诊疗，看到杨大夫，心里就踏实了。

跟渔民打了20多年交道，杨传来也形成了一套自己的“看病经”。为了让渔民知道怎样准确吃药，他用的都是土办法。“一天吃一次，就画一道杠。一次吃两个，再画两个圈，这样他就记住了。”

近年来，乘着乡村振兴的春风，渭河村走上了强村富民路。如今，渭河村200多条“船屋”沿着水道错落有致形成了独具特色的“渔家水街”，“靠湖吃湖”的渔民慢慢成为“湖上牧民”“湖上船夫”。身边乡亲们的日子一年比一年好，杨传来个人的工作生活却没有太多变化，依旧是穿着一身白大褂，每天划着船出诊。

杨传来也曾失落过，因为“同学不是医院的科室主任，就是院长”。他心里也动摇过，“转行还是坚持？”但后来很快又想通了，“都是为患者服务，只是服务地点不同。”卫生室的档案柜里整整齐齐地码放着村民的健康档案，有时候，杨传来看着这些资料，想想乡亲们在他的影响下逐渐改变了爱吃咸吃辣的生活习惯，长寿的人越来越多，觉得留守在故乡做乡亲们的健康“守门人”也是值得的。

微山湖见证了渔家人的寒来暑往，喜怒哀乐，记录下渔家祖祖辈辈的汗水与期待。杨传来，他愿意像眼前的这湾湖水一样，静静地守护着乡亲们的健康。“希望我们村不管是大人，还是小孩，都能健康快乐地生活，这是我最大的幸福。”

杨传来：微山湖上的最美村医