

## 习近平复信 美国艾奥瓦州友人

新华社北京2月18日电 2月16日,国家主席习近平复信美国艾奥瓦州友人并回赠新春贺卡,致以节日祝福。习近平表示,41年前我访问艾奥瓦州,受到你们热情接待,那些美好回忆至今记忆犹新。中美关系希望在人民,基础在民间,未来在青年,活力在地方。无论形势如何变化,中美两国人民交流合作的愿望不会改变,两国青少年相知相亲的情谊不会改变。希望你们继续致力于促进两国民间友好,鼓励更多美国青少年成为中美友谊的传承者、和平

友好的促进者,为中美关系发展作出更大贡献。此前,美国艾奥瓦州友人贝隆致信习近平主席,代表艾奥瓦州友人向习近平主席和彭丽媛教授致以新春祝福,表示艾州友人珍视并将继续发展同中国人民的友谊。贝隆、兰蒂、德沃切克、金伯利、前驻华大使布兰斯塔德、世界粮食奖基金会名誉主席奎因,以及该州参与“5年5万”倡议访华的师生还向习近平主席夫妇发来新春贺卡,表示愿努力促进中美友好交流,为两国关系发展贡献力量。

### 新春走基层

## 一盏灯的“出圈之路”

2月13日,尖草坪区向阳镇横渠村庆丰彩灯厂,工人们正忙着将做好的花灯装上大货车。车厢里,近2米高的圆形红色宫灯格外醒目。这批花灯将运往包头市。春节前后,是横渠村一年中最喧嚣的季节。各家花灯厂开足马力,赶制一盏盏流光溢彩的花灯。“横渠没地,全凭手艺。”这里虽然人均耕地少,却“长”出了养活全村的产业。一门可追溯至宋代的老手艺,非但没被岁月尘封,反而点亮了整座村庄的振兴之路。

### 匠心守艺

见到庆丰彩灯厂设计负责人高海旺时,他正忙着指挥装车。每个灯组的尺寸都装在他心里,经他调度,车厢从前到后、从左到右,花灯码放得满满当当。“在横渠村,年味不是从厨房飘出来的,而是‘亮’起来的。”高海旺说,一盏盏、一串串花灯点起来,那才叫过年。横渠村做花灯的历史可追溯至宋代。2023年,横渠花灯制作技艺入选太原市第八批市级非物质文化遗产代表性项目名录。“小时候每到过年前,家家户户都动手做小灯笼,添个喜气。”高海旺说,那时还没形成产业,后来要灯的人多了,便有人靠手艺挣钱,慢慢做大了。早年花灯多是高粱秆或竹篾为骨、宣纸作面,个头不大。如今早已升级,LED灯配着色布,轮廓亮堂又灵动;声光电技术让花灯能转、能摆、能“跳舞”,静态的灯变成活灵活现的“活灯”。从画草图、做造型到焊接除锈,六七道工序,全靠手工“拿捏”。“变的,是材料和题材;不变的,是骨架里的分寸,是裱糊时的专注。”高海旺说。

### 产业富民

走进庆丰彩灯厂车间,一派热火朝天。十几名工人各司其职。看似普通的金属丝,在他们灵巧的手中弯折、拼接、焊牢,渐显“飞鸟”轮廓。LED灯带一圈圈缠绕在骨架上。隔壁裱糊室,色彩艳丽的绸缎被精心裁剪、刷胶、敷贴,平整地覆于灯面。车间另一侧的仓库堆得满满当当,吉祥宫灯、传统门楼、卡通飞鸟,品类繁多。以马为主题的灯笼占了一大片。庆丰彩灯厂负责人郭俊杰说,今年1月初就停止接单,最忙时雇五六百名村民。从设计、焊接、裱糊到灯光调试、现场安装,一条完整产业链悄然成型。庞大姐是庆丰裱糊工,干了多年。每年10月忙到腊月底,月收入5000多元。“看着自己裱的灯送到外地,心里特别美。”

## 一座棚的“甜蜜写照”

2月11日,农历腊月二十四,并州大地年味渐浓。清徐县清源镇温南社村里的积雪未消,一座座白色大棚春意盎然:60余行2000余株西红柿枝繁叶茂,已攀至第六层架,红彤彤的果实沉甸甸地坠在枝头,像一串串小灯笼,映亮了种植户秦霄丽的笑脸。秦霄丽熟练地把熟透的西红柿分拣、装箱。她指着最上层的果实笑道:“你看这第六层,果型照样周正,搁以前的老品种,顶层早成‘小不点’了。”这变化,正始于3年前市乡村振兴服务中心主推的番茄新品种——“青番七度”。



技术人员梁俊峰(左)正在为农户秦霄丽(右)测量番茄糖度。

### 示范户的三年坚守

42岁的秦霄丽在村里是出了名的“胆大”。前年冬天,当市乡村振兴服务中心技术人员梁俊峰第一次带着“青番七度”的种苗走进温南社村时,她是第一个“吃螃蟹”的人。“当时心里也打鼓,但梁老师说这种糖度高,而且能早摘一个多月,我就想着试半棚。”秦霄丽回忆道。这一试,试出了甜头。前年越冬茬,她种的半棚“青番七度”不仅早出,更让她惊喜的是产量——单果明显更大,每层四五颗果大小均匀,商品率高得惊人。“去年我就扩到了一亩半,整个大棚全种上了。”她扳着指头算账,“今年

从向阳店村来的奥东莲,今年头一回进灯厂。之前在装修工地干,市场不景气便来这里试试。她用金线给花灯边缘装裱,遇到折角便一点点用手指按平、粘牢。“一边学一边做,一个月挣3000多元,比干装修强。”一份家门口的活,让“农闲”变“工忙”。村民的钱包鼓了,日子也亮了。

### 融合发展

横渠村花灯的红火,不止于生产端的忙碌,更在一次次“破圈”。在庆丰祥展示区,景象令人耳目一新,一边是传统的“龙凤呈祥”“财神送福”灯组;另一边,俏皮的“小马宝莉”、呆萌的“labubu”盲盒形象,甚至年轻人热追的游戏角色,也悄然登场。今年春节,矗立在太原天美杉杉奥特莱斯广场的“奇幻动物城”大型灯组,就出自横渠村的鸿鼎花灯厂,吸引许多市民打卡拍照。



花灯装车图。

正是“传统内核+现代表达”的思路,让横渠花灯从本地走向省内外,成为集文化、艺术与商业价值于一体的特色产品。横渠村党总支书记郭明艳介绍,20世纪80年代初,横渠村凭借祖辈传承的手艺开始发展花灯产业。如今,全村有大小中小型花灯厂30余家,年产花灯1000多组,年产值3000多万元,产品辐射太原周边,还走出省门、国门,成为带动村民增收的支柱产业。一盏花灯,照亮的不只是节日的夜空,更是一个村庄振兴的希望。

记者 刘志刚 文/摄



2月18日,中国选手苏翊鸣在比赛后庆祝夺冠。  
新华社记者 王鹏 摄

## 中国代表团冬奥会首金入账 山西选手苏翊鸣生日夺冠

本报讯 2月18日,在米兰-科尔蒂纳冬奥会单板滑雪男子坡面障碍技巧决赛中,山西选手苏翊鸣以82.41分夺冠。这是中国代表团在本届冬奥会上斩获的第一枚金牌。

在首先进行的资格赛中,苏翊鸣以第八名的成绩锁定决赛席位。决赛共有12名选手参赛,每位选手完成3次滑行,取最好成绩进行排名。

第一轮滑行,苏翊鸣便展现出极佳状态,他在道具区和跳台区完成高难度动作并顺利落地,拿到了82.41分的高分。这一成绩此后无人能够超越。

比赛当日正值苏翊鸣22岁生日,他为自己赢得了一份珍贵的生日礼物。值得一提的是,苏翊鸣此前于2月8日以168.50分夺得单板滑雪男子大跳台铜牌。这枚铜牌是中国代表团在本届冬奥会上斩获的第一枚奖牌。

至此,苏翊鸣以1枚金牌和1枚铜牌结束了本届冬奥会之旅,他的个人奥运奖牌数增加至4枚。2022年北京冬奥会,苏翊鸣曾斩获男子大跳台金牌和坡面障碍技巧银牌。

(杨尔欣)

## 光影贺岁 扮靓年味

本报讯 据灯塔专业版数据,大年初一(2月17日)我市的2026春节档电影票房达到809.47万元,总出票达16.04万张,场次为3779场,共有15.9764万人次以观影形式喜过春节,展现出新春消费市场的蓬勃生机。

喜庆的春联、摇曳的灯笼、灵动的骏马图扑面而来,各家影院以巧思布置,年味氛围拉满。不少影院大厅,取票机前排起了长队,候场区座无虚席,诸多市民手持爆米花与家人朋友笑语盈盈,等待观影。今年春节,《飞驰人生3》《惊蛰无声》《熊出没·年年有熊》等多部影片种类多样、题材多元,众多市民选择在光影里感受年味,共度欢乐新春。

从我的数据来看,春节档影片表现呈现“三强领跑、多元分布”特点。大年初一日,《飞驰人生3》在我市以392.62万元票房、7.6万观影人次强势领衔,占到全市影院票房的48.5%。《惊蛰无声》紧随其后,票房159.66万元,996场次,观影3.2万人次。接着是《熊出没·年年有熊》,单日票房为122.37万元,449场次,观影2.5万人次。其余影片中,《鏖战:风起大漠》《熊猫计划之部落奇遇记》及《星河入梦》票房分别为71.77万元、48.16万元和14.86万元,覆盖动作、动画、科幻多元题材,吸引1.4万人次、9739人次、3025人次观影。

纵观大年初一的全市影院,太原龙湖万达影城以59.8万元票房、1.1万观影人次,位列全国第二位,仅次于北京耀莱成龙影城。在全市影院中,太原龙湖万达影城高居榜首,其次为太原万象城影城,数据为44.2万元票房、4312观影人次,这两家影院以40万元以上的票房遥遥领先。(李静)

## 非遗迎春 演艺惠民

本报讯 “非遗贺新春,寻味中国年”新春活动,2月17日在山西大剧院拉开帷幕,“华韵迎春·金马颂禧”2026丙午马年新春音乐会与各类传统非遗活动接踵而来。

新春活动紧扣非遗活态传承、市民深度参与两大主题,以文化惠民形式营造马年新春喜庆氛围。2月17日至18日,山西大剧院大剧场大厅化身非遗体验主阵地,剪纸展区人物肖像刻画得栩栩如生,引得观众驻足赞叹,面塑与木版年画体验区人头攒动,市民通过动手制作感受传统年俗魅力。

2月17日、18日,“华韵迎春·金马颂禧”2026丙午马年新春音乐会在山西大剧院奏响,山西省歌舞剧院民族乐团以一曲洋溢着浓郁新年气息的《春节序曲》开场,激昂欢快的旋律瞬间点燃全场欢乐氛围,令在场观众沉浸其中,尽享新春佳节的独特年味与艺术乐趣。

迎春春,享福利,观众还可以参与百万观演优惠券免费领活动,正月初一至正月十五每日赠送700份,观众关注公众号,回复“新春”领取。春节期间,山西大剧院好戏连台,亲子家庭可携手共赴《天生我材必有用·跟着李白学诗词——中华诗词大会》,在诗词的浩瀚海洋中尽情遨游,深刻领略中华文化的源远流长与博大精深,亦可走进《冰雪女王艾莎之星梦奇缘》,开启一段如梦如幻的冰雪王国奇妙之旅,感受童话世界的浪漫与美好。华语流行金曲盛宴《声声不息——港台金曲演唱会》《卡拉永远OK——华语流行金曲演唱会》轮番登场,熟悉的旋律引发观众共鸣。《骏马迎春·喜善汇相声专场》则以幽默风趣的语言艺术,邀请观众一同感受传统曲艺的独特魅力,在欢声笑语中共度欢乐祥和的新春时光。(陈幸华)

## 一瓶醋的「流量轨迹」



武燕清介绍杂粮老陈醋。

屋外年味渐浓,武燕清却冲来访客嚷道:“你们再不来,我们就要放假了!”电商旺季,从平台热推的“双十一”购物节,延续到多数快递公司停运前的农历年底。2月10日,腊月二十三,位于清徐的山西御膳坊醋业,发货工作已近尾声,醇厚的陈醋熏香与曾经的忙碌气息,在空旷的仓库里久久不散。

“今年这款产品爆了单,每天线上7000单。”御膳坊醋业的“掌门人”武燕清,举着一壶看起来并不扎眼的醋,骄傲地介绍。近前看,“2.5升装,6度”,没啥不一样啊,再细瞧,“杂粮老陈醋”,噢,这个没听过!武燕清眼神里露出点狡黠,“还是老陈醋的酿造工艺,多加了几种原料,口味差别不大,但就成了独有的品类。”

这不是拍脑门的决定。从半年前,他就开始在直播中推介、铺垫,“跟烧钱似的,一天几万元,赔得我都有点心慌。”还好,过去几年在电商领域摸爬滚打的经验,再次得到验证,“平台慢慢给流量,再到重点推广,这款产品立住了!”

营销策略跟走钢丝一样,质量把控更是战战兢兢。走进酿造车间,拌醋用的麸皮堆在墙角所剩无几,年末最后一轮制醋有序收尾。恒温发酵室内,一排排发酵缸整齐摆放,饱含酒精的醋味刺得人眼泪直流。到了熏醋车间,刺激

的醋味稍淡,浓郁的酸香扑鼻。“以前翻醋,我一个人干,翻一遍得一整天,每天翻。”到淋醋池边,褐色的醋汁沿池底缓缓流出,再经二淋、三淋,达标后输入不锈钢储醋罐,继续自然晾晒,最终陈酿成品、灌装。

迈进包装车间,随手拿起一瓶醋,轻轻一摇,绵密醋花泛起,层层叠叠,久而不散。“归根到底,得用质量说话。”指着瓶身醒目的标注,武燕清底气十足道,“不是纯粮酿造就赔100万元”,除了咱山西陈醋,敢打出来的不多。“忽地转到角落,检验员在灌装前抽检。“厂里每天自检,定期同行比对,到市场监管局送检,有的还得送中轻食醋检测认证创新平台认证。”武燕清神色肃然,“清徐醋是‘零容忍’,严禁用工业原料、化学添加剂,标准高、处罚严。”

下午6时,直播间开播。“我们只做纯粮食醋”的红色条幅横悬,主播手持产品,从色泽、挂杯讲到口感、用法:“入口绵柔酸香,细品有自然回甘,直接喝或拌、炒、炖汤都适宜……”两个团队分班接力,平时播到深夜,旺季延到凌晨。

直播间涌入的流量,加上实打实的品质,新客户多,复购的老客户也不少,全部转化成忙不停歇的订单。上午8时多,办公室里,键盘声、打印声,噼里啪啦,噼里滋滋,奏起连绵的交响曲。印着吉林、深圳、江苏等地址的订单,不断从打印机里“吐”出来,厚厚地堆叠在打单员郑淑洁手边,她抽空解说,“山东、河北和东北的订单多一些。”

上午10时,物流公司的车辆陆续停靠在仓储区。半自动封箱机旁,两名工人配合无间,递箱、对位、封合一气呵成,胶带“唰”地一声贴合箱缝,声响在堆满包材的库房里格外清脆。搬运的工人,则各自拿着打印好的订单,推着小车在狭窄的通道里灵活转身、归置分类。装箱的食醋横竖成行、井然有序,外包装上贴着颜色不同的标记,“不同的物流公司,不同的品类,一眼分明,都有经验。”与物流的多彩不同,包装的纸箱却仅印厂名、品名,没有什么花哨装饰,“不弄彩箱,把产品做好,把包装的成本补贴给消费者,不好吗?”

正说着,一家广东驻晋的瓶盖供应商负责人来访。借着两人的交流,一盏醋所涉产业链浮现脉络:广东的盖子、河北的标签、周边的纸箱、本地的瓶盖,还有覆盖全国的物流网络……从一粒粮到一滴醋,除了酿造的时间延伸,还有产业的空间联动,旅程漫漫却又倏忽而至,于时空的交错中汇成一壶浓郁的山西老醋,在旧而又新的春节,久久地延续着这一抹清冽的回甘。

记者 史鹏程 孙佳敏 文/摄