

“啤酒+”跨界引流消费潮



资料图片

接待游客 636 万人次，消费啤酒 2800 余吨，开展 500 余场文艺演艺活动、1807 场次比赛……近日，第 34 届青岛国际啤酒节在山东青岛西海岸新区金沙灘啤酒城落下帷幕。充分利用啤酒 IP，青岛西海岸新区围绕“啤酒+”推动内涵式新发展，融合演艺活动、体育赛事、品牌合作等，跨界打造消费新场景，掀起暑期消费热潮。

傍晚时分，走进青岛啤酒 1903 大篷，一首经典的《海阔天空》引爆全场，游客们举杯共饮，齐声高唱。“看演出是最好的下酒菜，啤酒和音乐绝配！”正在大篷内就餐的青岛居民丁宇说。

本届啤酒节，金沙灘啤酒城 9 个啤酒大篷创新“啤酒节+音乐节”模式，每个大篷均与一支专业乐队合作，分时段推出多元化、国际化的演出，同时优化篷内声学环境、配备空调，营造体验感更好的演艺互动空间。

“今年我们两个大篷分别和歧路行者乐队、海平面乐队合作，每天都

带来精彩的节目，有不少乐队粉丝专程过来看演出、‘哈’啤酒。”青岛啤酒大篷运营负责人董璐璐感叹，“今年大篷几乎天天爆满，有些位置需要提前好几天预约才能抢到。”

啤酒大篷外，啤酒主题演艺秀——《酒秀》、艺术巡游等一系列演出，将多种表演形式和各国特色音乐融合，打破了传统舞台的空间概念。“今年的演出增加了很多新元素，比如流行歌曲、摇滚爵士、Funk 音乐等，整个节目更符合啤酒节狂欢的氛围。”《酒秀》总导演王功介绍。

位于金沙灘啤酒城的酿未来啤酒工坊里热闹非凡，大家围坐一起收看奥运会比赛，每逢精彩瞬间便共同举杯一饮而尽。“比赛直播基本在凌晨，家人都休息了，来这里可以尽情呐喊欢呼，氛围太好了！”青岛居民朱天说。

时值奥运年，为了让市民游客感受竞技热情，金沙灘啤酒城更是带来了拥抱奥运的竞技体验。好运山东·第五届青岛时尚体育节、2024 中国·青岛体育文化艺术展演两大

赛事活动火爆开展，台球、斗腕、街舞、搏击等 11 项体育赛事火热举办，6000 余名中外运动员上演 1807 场次精彩对决，让竞技活动为啤酒节引流。

其中，最引人瞩目的当属申奥大热门——台球，来自世界各地的运动员用一次次“倒挂金钩”绝杀对手，引来全场欢呼连连。“中国观众非常热情，我很喜欢青岛国际啤酒节的气氛。”比赛一结束，法国选手朱利安·格朗丹便迫不及待地去品尝了几杯青岛啤酒。青岛台球世界大赛中国主办方负责人方军表示，通过这次比赛可以让更多的人了解这项新运动，也有助于吸引更多中外运动员和游客在观赛的同时品尝啤酒、美食，让青岛国际啤酒节品牌在全世界名声更加响亮。

啤酒城内赛事正酣，啤酒城外的中超赛场同样激烈。啤酒节期间，青岛西海岸队在主场进行了三场比赛，场均上座率在 60% 以上。青岛西海岸队俱乐部综合办主任王琪介绍，啤酒节期间，观众人数较之前有明显增加，不少外地游客慕名而来。笔者看到，啤酒城内还开设了门店，全新上架啤酒节限定复古款球衣。据介绍，首批球衣上架不久就售罄。众多文体活动在西海岸遍地开花，喝着啤酒听音乐、看演出、观比赛成为火爆全城的生活新方式，“一场球，一场秀，一场酒”已成为青岛西海岸新区最热的消费新场景。“我们充分发挥‘啤酒+’效应，累计吸引 325 个商家参会，场地、广告、冠名、赞助等商业资源价值进一步提升，市场化运营取得质的飞跃。”青岛西海岸啤酒文化集团总经理王传奕说。（刘成）

我国肉牛产业现状及面临的挑战



资料图片

我国有着丰富的地方品种牛资源，其中秦川牛、晋南牛、南阳牛、鲁西牛和延边牛为我国五大著名品种，其牛肉品质上乘。上世纪 70 年代初，我国由国外引进了海伏特、安格斯、夏洛莱、利木赞等肉用品种和西门塔尔等兼用品种牛，用来杂交改良当地牛，取得了较好的效果，但随着屠宰加工业的崛起，我国五大黄牛体系品种牛的存栏量逐年下滑，近年来政府加大力度保护地方品种。

我国肉牛以分散饲养育肥为主，大型肉牛育肥场和规模饲养场较少，在肉牛饲养或育肥过程中，肉牛生产管理人员缺乏经验和技能，造成饲料混杂、品种混杂、年龄混杂，其结果是育肥期长、育肥效率低、牛肉质量差、产品缺乏竞争力，并在发展肉牛产业认识上产生了误区，散养者过度强调节粮，忽视了肉牛的品质差异会导致价格差异，集约化饲养条件下的肉牛，饲喂精料较高，不仅导致酸中毒的发生，还影响牛肉品质，而且不是“节粮型的畜牧业”。

今年肉牛养殖业处于低迷状态，其原因据资料和一些业内专家分析有 3 点：1. 进口牛肉的冲击。据资料显示，2023 年我国牛肉进口量达 3150867 吨，活牛价与进口牛肉价几乎相当；2. 奶牛业不景气对肉牛业也造成了冲击，牛奶滞销使奶牛业陷入困境，奶农纷纷淘汰奶牛；3. 消费者消费水平的下降，导致牛肉销量下降，供过于求。针对目前肉牛的养殖困境，山西省现代农业牛产业技术体系防疫岗位专家武守艳同志提出肉牛的发展思路：1. 节本提质，充分利用丰富的农副产品资源，低成本高效率生产高附加值牛肉；2. 母牛要以农户为养殖主体，逐渐向家庭农场养殖小区合作社过渡，育肥牛要向标准化规模化养殖发展；3. 综合开发肉牛产品，发展推广牛肉排酸技术。排酸肉经历了较为充分的解僵成熟过程，质地柔软有弹性，滋味鲜美，与冷冻肉相比，具有汁液流失少、营养价值高的优点，分割包装的排酸牛肉将是未来市场的主导产品；开发肥牛、高档牛肉等品牌；4. 构建产销一条龙的服务模式，由良种提供、试验管理、饲料加工、疫病防治、屠宰加工、销售及信息服务各方面组成的有机整体。

未来肉牛牛肉生产的可持续发展，必须抓住机遇，迎接挑战，确立正确的发展战略，并采取有效措施，克服重重困难。现在虽然行情不好，但要一定把牛养好，只有这样才能抓住机遇。（武守艳）

凝聚光芒，重塑免疫学天空 ——赵婷婷的创新征程

现代医学的研究成果持续印证，人类健康与免疫系统的功能紧密相连。各国科学家和研究机构均在致力于免疫学领域的研究，以期发掘提高免疫力的有效途径，为人类健康事业作出贡献。“在科研方向的选择上，应当立足于为国家及患者实质性解决问题。若想在免疫医学领域实现真正突破，关键在于开展创新科技研究。”青年免疫学家赵婷婷讲到。

“重塑免疫学界的辉煌之地”

“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”，赵婷婷一直拿这句话鞭策自己，自 2006 年从免疫学专业博士毕业后，她便在免疫学领域扎根了 20 余年。目前，她担任重庆国际免疫研究院的执行院长一职。该研究院是由重庆市政府倡导、巴南区政府承建的高端研究机构，致力于免疫学的研究，是国内首个设立的免疫学研究院，并已纳入重庆市政府工作报告的重点建设项目。在重庆国际免疫研究院，赵婷婷带领团队成功汇聚了智力、技术、成果、资本等高端创新资源，构建了一个不仅具有国际先进的人类免疫力解码能力，还拥有“2+4+X”研发创新平台。在赵婷婷的领导下，研究院成功推进了国际首个模拟抗原疫苗在中国和美国的 III 期临床试验及产品上市工作。同时，还有 12 个

“新药创制”国家科技重大专项立项的在研产品进入了临床试验阶段。赵婷婷和她的团队致力于研发一系列原创疫苗、抗体、生物技术药物和医疗器械等，他们的工作不仅打通了从创新理念到实际应用的全链条，还引领了国家和区域免疫力产业、免疫力经济和免疫力医学的发展。

“打破边界，探索免疫医学的未知领域”

不仅仅是研究院的创新突破，赵婷婷还带领自己的研究团队在免疫医学领域取得了显著的创新成果。他们在治疗乙型肝炎方面进行了 III 期临床试验，采用合成肽疫苗，取得了令人瞩目的成就。此外，他们还深入研究了肝 X 受体 α 在慢性病毒感染中 CD8+T 细胞功能耗竭的机制，为寻求治疗方案提供了新的启示。团队还在乳腺癌领域进行了基因疫苗的分子设计研究，为乳腺癌防治做出了重要贡献。同时，他们还通过多组学联合解析 IgA 肾病区域免疫损伤的特征，为该疾病的治疗方案提供了有力支持。这些研究成果得到了国家基金的大力支持，充分证明了其科学价值和广阔的应用前景。赵婷婷及其团队不仅在科研方面取得了显著成就，还积极向国家、行业及人民交出了多份满意的答卷。他们联合撰写了多篇免疫医

学领域的 SCI 论著，如《Efficacy and safety of a nanoparticle therapeutic vaccine in patients with chronic hepatitis B: A randomized clinical trial》《Platelets promote CRC by activating the C5a/C5aR1 axis via PSGL-1/JNK/STAT1 signaling in tumor-associated macrophages》等。这些论著均成功发表在国际知名杂志上，为免疫医学领域的发展做出了重要贡献，彰显了团队的影响力和声誉。

“科技与责任的双重荣耀”

赵婷婷先后荣获了重庆市十大科技创新年度人物、重庆英才计划创新创业团队（负责人）、巴南区菁英计划等荣誉。这些荣誉是对她辛勤付出和成果的充分肯定。面对各种纷至沓来的荣誉，赵婷婷始终保持谦逊和低调。她深知，个人的成就离不开国家的培养和时代的发展。她说：“感谢这个时代，给了我成长和施展才华的机会，唯有尽我所能回馈社会，才能回报国家的培养。”这番话语，既表达了她对国家、对人民的感激之情，也体现出她肩负社会责任、致力于科技创新的决心。

赵婷婷以实际行动诠释了新时代女性的风貌，展现了我国科技工作者的精神风貌。让我们向这位勇敢追求梦想的女性致敬，期待她在未来的科技创新之路上取得更为卓越的成就。（夏思嘉）

8 月份中国物流业景气指数为 51.5%

中国物流与采购联合会发布 8 月份中国物流业景气指数为 51.5%，较上月回升 0.5 个百分点；中国仓储指数为 50.2%，较上月回升 3.7 个百分点。

数据同时显示，8 月份，新订单指数为 51.8%，较上月回升 0.6 个百分点，新订单指数保持扩张。企业增长预期较好，8 月份，业务活动预期指数为 56.3%，较上月回升 1.7 个百分点，连续多月处在较高景气区间。中国物流与采购联合会总经济师何辉分析，8 月份，随着各项政策逐步落实和部分地区极端天气影响减弱，产业链供应链上下游联动加速，业务需求量继续保持增长，扩张态势在延续。

（欧阳洁）