

联赛16冠“天女”昨庆功

本报讯(记者 梁斌)昨天上午,十二载·拼·“渤”归来——天津渤海银行女排2023—2024赛季中国女排超级联赛勇夺联赛第16冠庆祝仪式在我市渤海银行大厦举行。天津队主教练王宝泉带领球队夺冠功臣李盈莹、袁心玥、王媛媛、姚迪、王艺竹、刘美君、陈博雅、杨艺、刘立雯以及土耳其外援接应“小美”巴尔加斯等队员参加。作为球队的坚强后盾,渤海银行从2012年开始与“天女”结缘,相伴成长、携手前行,已走到第12个年头。作为球队的独家冠名赞助商,渤海银行全力支持“天女”征战赛场、再创佳绩,以实际行动助力我市体育强市、“排球之城”、“运动之都”建设。

庆祝仪式上,天津女排功勋队员李娟、张晓婷、霍晶、陈丽怡、李莹、刘娅以及天津女排现役队员与现场球迷进行了互动活动。小球迷纷纷表示,要学习天津女排大姐赛场上顽强拼搏的精神,促进个人德、智、体、美、劳全面发展。王宝泉表示:“我们会继续努力,不断总结、创新,赛场上争创佳绩。”



近日,北仓污水处理厂分布式光伏发电项目实现全容量并网发电。该项目装机容量4.1兆瓦,年发电量420万度,预计每年可减少二氧化碳3697吨。 本报记者 胡朝伟 张磊 摄影报道

市环保突出问题边督边改公开信息

本报讯 截至2024年2月5日,我市生态环境保护督察工作领导小组办公室共转办群众信访举报件15606件,其中:滨海新区2893件,和平区463件,河东区882件,河西区881件,南开区1013件,河北区691件,红桥区361件,东丽区806件,西青区946件,津南区1022件,北辰区1114件,武清区939件,宝坻区1005件,宁河区680件,静海区1040件,蓟州区814件,海河教育园区36件,市水务局7件,市城市管理委6件,市交通运输委2件,市国资委1件,市生态环境局4件。群众信访举报具体问题调查核实及处理整改情况详见《天津日报》和天津广播的新媒体、北方网、天津市政务网和各区人民政府网站。

天津市环保督察整改落实信访举报电话和投诉信箱	
专门值班电话:022-83635046	
举报电话受理时间:工作日8:30—12:00,13:00—17:30	
专门邮政信箱:天津市第89号邮政专用信箱	

在古香古色戏楼欣赏骨子老戏 天津京剧院8场大戏有“京”喜

春节打卡广东会馆 百年戏楼有好戏

■ 本报记者 刘莉莉

在古香古色戏楼欣赏骨子老戏是种什么体验?龙年春节,素有“龙虎班”美誉的天津京剧院将在“百岁”广东会馆奉献8场大戏,邀请观众沉浸式感受国风文艺范儿的“京”喜。

这座老戏楼,有啥不一般

1907年,由在津粤籍人士集资修建的广东会馆建成,成为清末旅津广东人进行祭祀、集会、赏戏娱乐等活动的馆所。

“戏楼”是广东会馆最大的亮点。不同于现代剧场三面封闭的“镜框式”舞台,这座戏楼是中国古典剧场惯用的“伸出式”舞台。舞台三面接近观众,便于演员和观众交流,也使观众有身临其境之感。木结构戏楼不仅布局宏伟、雕刻精美,而且蕴含着先人巧妙利用力学与声学智慧:舞台上方的“鸡笼式”藻井,好似一个倒扣的大碗,可起到拢音的作用,这样一来,不用话筒也能增强演唱效果。更令人惊叹的是,这个重达数吨的藻井,没有一根柱子支撑着它。这样的设计令观众视线不受阻挡,也是同类古典戏楼中所罕见的。

这方舞台的厚重不仅是建筑本身,它的历史更为辉煌:1912年,孙中山在这里慷慨演讲;1919年,邓颖超在这里募捐义演;梅兰芳、谭富英、龚云甫、尚小云等京剧名伶都曾在此献艺……由此,这里被称为“戏曲艺术的活化石和历史的见证者,建筑艺术凝固的诗章”。1986年,广东会馆辟



古香古色的广东会馆,成为游客欣赏传统戏剧、品味津味儿文化的好去处。

本报记者 姚文生 摄

为天津戏剧博物馆;2001年,被列入全国重点文物保护单位名单。

春节来广东会馆“打卡”,即使不看演出,也是一次不同寻常的赏心悦目之旅。如今,广东会馆的舞台大幕再次拉开,春节来百年戏楼赴一场京剧之约,是新年的一种玩法,它将为市民和游客解锁既传统又时尚、既古典又现代的奇妙之旅。融汇南北的古朴建筑、精美细腻的砖雕木雕、独具匠心

的厚重舞台、好听好看的骨子老戏,将带您“穿越”百年时空,感受不一样的年味儿。

老戏楼看戏,氛围感拉满

天津是一方戏曲沃土。作为全国重点京剧院团,天津京剧院素有“龙虎班”的美誉。这些年,天津京剧院常在广东会馆演出,环境中的古意与舞台上的京腔相得益彰

彰,形成戏曲艺术在博物馆动静结合的活态展示。有观众评价:“遥想梅兰芳等京剧大师在台上献唱的样子,坐在台下根本不想离去”“在古香古韵的百年戏楼,看原汁原味的传统京剧,氛围感直接拉满”……

“过大年,看大戏”,正月初三(2月12日)至正月十六(2月25日),天津京剧院在广东会馆上演8场大戏,为观众奉献华美元剧与典雅建筑动静相宜的文旅大餐。

正月初三,新春开箱戏由“梅花奖”得主王艳领衔,与赵华合作演绎风趣又喜庆的《游龙戏凤》,还有青年演员主演武戏《挡马》,亮出舞台绝活。初四,上演《四郎探母》,由万琳、闫文倩主演,剧中情节跌宕起伏,还有许多经典唱段。初五,演出旦行经典剧目《玉堂春》,由闫文倩主演,人们耳熟能详的“苏三离了洪洞县”便出自此剧。初六,上演《遇皇后·打龙袍》,在花脸、老旦酣畅淋漓的演唱之中破解“狸猫换太子”的宫闈秘事,由刘嘉欣、史绍跃主演。初七,演出《清官册·审潘洪》,看机智清官寇准如何智斗奸臣潘洪,由万琳、王嘉庆主演。初八,上演京剧清唱会,将由卢松(特邀)、王志钢、左红莲等联袂献唱多个行当的名剧片段。正月十四,演出《穆桂英挂帅·捧印》《文昭关》,由闫文倩、万琳分别主演,唱响流派韵味。正月十六,上演传统喜庆大戏《龙凤呈祥》,这出讲述“吴国太佛寺看新郎,刘皇叔洞房续佳偶”的三国戏,故事好看、唱段好听且寓意吉祥。

天津京剧院相关负责人表示,广东会馆是独具特色的天津文化地标,期待市民和游客在这里赏名角名剧风采,品味津文化风味儿,过一个不俗的传统文化年。

卫生健康文化交流,深化先进典型走进基层服务百姓健康,扩大服务范围满足健康需求。

京津冀媒体联动推出《健康京津冀》,将京津冀三档王牌健康节目《健康北京》《京医百顺》《健康进行时》融合聚力,将名医资源、高新医疗技术展现在三地荧屏上,优化媒体为百姓健康服务的能力。同时,打破地域限制,放大名医品牌效应,让医生从一省市名医成为三地名医,让百姓更有“医”靠。

京津冀以三地优秀医疗健康节目为宣传平台 联合推出《健康京津冀》特别节目

节目,展现京津冀医疗部门互联互通、共同为百姓健康谋发展做实事的创新举措和成果。

在昨日的签约仪式上,三地卫生健康委签署《京津冀卫生健康宣传思想文

化领域交流合作框架协议》,进一步加强卫生健康宣传思想文化领域交流合作,深化京津冀协同发展卫生健康政策、措施、成效宣传,深化内容整体策划调动全媒体资源扩大宣传声势,深化京津冀

海河乳品荣列“中华老字号”第三批名录 让这杯“海河”老味道历久弥新



好的口碑优势,海河牛奶关注消费需求与消费习惯,全面提升产品触达率,守正创新、积极探索,续写了老字号品牌的“不老传说”,迸发出“海河”品牌全新活力。

传播力扩张打开品牌年轻化声量

对于老字号品牌来说,纵然经历不同的年代,所面对的也是拥有不同消费特征的客群,如果不能跟随时代和消费者的特征进行改变,就无法逃脱被遗忘的命运。因而,老字号品牌要想焕新,就需要通过年轻化的语境,打造营销话题新场景,以老塑新,反哺新生。

海河乳品公司以层出不穷的新兴的数字媒体、新颖的传播方式,主动融入Z世代生活习惯,根据消费者对媒体的使用习惯和喜好,使用消费者喜闻乐见的语言和方式,加强与消费者的沟通和交流,以增进年轻消费群体对“海河”品牌的了解和认知,促进品牌好感度。通过开展工业游、观光牧场游,逐步更新小河小海IP形象、周边文创、产品包装、口号等品牌要素,深挖“海河”品牌文化内涵,掌握年轻消费者的流量密码,增强“海河”品牌印记,焕发“海河”品牌活力,有效实现营销转化。

如何寻找与消费者群体连接的渠道,创新营销,是摆在老字号品牌面前的重要课题。伴随“跨界联名”“强强联手”持续走热,海河乳品公司主动搭上新营销模式快车,布局“乳品+”赛道,在丰富消费场景的同时,深化年轻一代的老字号记忆。以“乳品+烘焙”绑定消费场景,创造极具价值的协同效应;在黄金商场打造“海河×祥禾”联名旗舰店,打造“零售+体验式消费”新场景,不仅带动了排队消费的火爆场面,也打开了品牌年轻化的新路径。通过与新产品、新技术的跨界融合,让传统品牌融入更多的时尚元素,拓宽与老字号品牌相关联的跨界新产品和种类,赋予了老品牌更具吸引力的新故事,有效增强品牌消费端的认知度及影响力。

守正创新走出老字号品牌振兴之路

时代变迁,老字号品牌如何在新时代中迎接并适应市场需求,展现新气象,让年轻一代重新认识和接纳老品牌为一项重要挑战。承接传统之精华,撷取创新之元素,成为老字号品牌

现品牌延展化。

历经六十余年发展革新,海河奶,通过对产品品质的不断锤炼,擦亮了“海河”品牌的“金色名片”,赢得了消费者的认可与喜爱。创新求变,是老字号品牌生生不息的“传家宝”,只有创新,才能把握住时代的新机遇,实现品牌的新飞跃,海河乳品公司用实践完成了老字号品牌的华丽转身,走出了一条更加宽阔的兼具“海河”品牌特色的发展之路。2023年5月,海河乳品公司以73.16亿元品牌价值,荣获“2023中国创新品牌500强”,在打造传统品牌的核心竞争力的同时,引领了行业发展。

品质为舵,赋能海河牛奶之路笃行千里;创新为翼,助力海河牛奶之路高速腾飞。展望过去,放眼未来。今后,海河乳品公司坚守匠心精神,提升产品品质,准确识变、科学应变、主动求变,立足优势锻长板、与时俱进补短板,将传承与创新有机结合,助力“海河”这杯牛奶继续焕发新生机、散发新魅力,让海河牛奶的高品质主动融入百姓的生活中,为老字号品牌的传承与发展贡献“海河”力量。

闫菲



近日,商务部公布了新一批“中华老字号”认定名单,始创于1957年的“海河”品牌成功上榜。从奶票到奶箱,从单一奶粉到低温、常温多元化乳制品,“海河”以其深厚的历史底蕴、鲜明的文化特色和优质的产品,不断探寻适合老品牌基业长青的利器,与时俱进、应时而动,真正让这杯陪伴百姓六十年的健康乳品,风生水起,愈老弥坚。

六十余年时代变迁,从历史中走来的老字号品牌,如何在变幻的市场与品牌的角逐中依然引领行业发展?作为乳制品行业的中坚力量,海河乳品公司不断针对市场的主流消费倾向,提炼升华和重新定位品牌核心价值,在保持老工艺、老传统、老味道的同时,推动产品创新、技术创新、渠道创新、营销创新,不仅实现了老字号品牌的焕新与突破,也为守护人民健康“味蕾”、记录城市历史文化和商业内涵交出了一份新答卷。

数字化升级赋能品牌生命力

随着市场环境的发展和消费者际的更迭,企业体制机制不活、产品更新慢、创新投入不足、品牌内涵挖掘不深等问题逐步显现。那时,如何焕新老品牌活力,让每一滴海河奶都成为对标世界级标准的高品质乳品,成为海河人

扛在肩上永不放下的责任。于老字号而言,经年沉淀的工艺、品牌、声誉及其承载的文化内涵和工匠精神是一众老字号品牌重回大众视野、守正出奇的基因密码;于企业而言,优质的产品品质是保持品牌口碑的坚实基础。海河乳品公司用时间将这两点发挥光大,成为了让消费者买得放心、喝得舒心的海河奶,赋予了“海河”品牌传承发展的不竭动力。

如今,走进海河乳品公司数智化工厂,19条全自动罐装生产线、自动装箱、码垛机械臂、AGV无人驾驶叉车等智能化生产设备灵活有序地工作着,数据互通、柔性制造、按需生产、按需供应、配送及时的数字化链条打开了工业制造业4.0时代转型升级的总开关。同时,在推进企业数字化转型的同时,不断提升科技创新和食品安全科学管理水平,积极建设从饲草种植、良种培育、科学养殖、优质奶源、产品创新、安全保障、市场营销的闭环产业链管理模式,让每一滴牛奶都100%可控。2023年,海河乳品公司在获得全国首家中优乳认证、全国第四家IFS FOOD液态奶欧盟体系认证后,充分利用膜浓缩工艺、75℃巴氏杀菌等独特工艺为产品赋能,当前,标有“中优乳”认证小红标的巴氏奶成为核心产品,在天津本埠及周边区域努力打造以“领鲜战略”为纲领的产品策略,以多种方式将“优质奶产自本土奶”科学理念植入百姓心中。

依托优质的奶源优势、广泛的群众基础、良