

# “雪假”游客与省外客流叠加

吉林冰雪游迎来第一波热潮

微屈膝盖,8岁的蒋佳雯鼓起勇气,在家长指导下,从初级雪道上缓缓下滑。“之前一直想学滑雪,这次终于站到了雪道上,学习单板滑雪充满快乐!”蒋佳雯是吉林省梅河口市杏岭镇的一名小学生,趁着“雪假”,来到梅河口市五奎山滑雪场,体验人生首滑。

“雪假”期间,我们面向省内中小學生等群体推行免费滑雪体验,让孩子们乐享冰雪。”滑雪场经理张超介绍,“我们滑雪场主要是初级道和中级道,适合刚接触滑雪的学生体验。每天平均接待游客量超2000人次左右。”

12月3日至7日,吉林省义务教育阶段学生迎来冰雪假期。不少青少年趁假期走进冰雪世界,在速度与激情中,开启独特的冬日体验。

“今年‘冰雪假期’,吉林省义务教育学校全部放假,学校不安排上课,不布置书面作业。”吉林省教育厅基础教育处副处长杨锐介绍。同时,为平衡职工“冰雪假期”时间安排,吉林鼓励机关企事业单位职工带薪休假,并面向学生和家長出台多项优惠政策,努力推动冰雪运动普及与发展,繁荣冰雪市场。

冰天雪地,人声鼎沸。“雪假”游客与吉林省外冰雪游客流叠加,助推吉林冰雪旅游迎来第一波热潮。新雪季,吉林省为市民游客提供丰富多元的冰雪体验,800余项文旅体商活动将贯穿全雪季,涵盖查干湖冬捕节、雾凇冰雪节等标志性活动。

新雪季,吉林省继续放大冰雪资源优势,多家滑雪场全面升级焕新。中旅松花湖度假区通过扩容造雪系统、引入国际滑雪教学等多项举措,为游客打造更具趣味性与国际化的滑雪度假体验;长春天定山滑雪场以家庭度假体验为特色,配备专业教练团队,满足从初学者到滑雪发烧友的多元需求;北大湖度假区开放74条雪道,其中有6条夜滑道,并引入热气球、低空直升机等空中体验,350台造雪机构建起高效造雪系统;万峰通化滑雪度假区新增多条特色雪道,增设萌宠乐园与滑雪地形公园,酒店床位扩容至3000张。

“之前只关注了几个热门冰雪旅游目的地,没想到还有这么多好玩的地方值得去探索。”在成都飞往长春的航班上,通过南航乘务员对吉林冰雪游的细致介绍,四川游客张女士决定调整旅行计划,多待几天享受冰雪乐趣。

在交通运输方面,吉林充分挖掘运能潜力,增加道路运力投放,调整列车运行图,加密航线航班。高铁沈阳白高铁路日开



高铁23.5对,实施折扣优惠;扩大冰雪旅游直通车覆盖面,全省计划开通冰雪旅游直通车线路32条、旅游公交专线30条、夜间公交41条,并开行388条定制客运线路,推

“雪假”期间,学生在延吉滑雪场滑雪。

动公路、民航、铁路无缝接驳;同时,新雪季计划执行航线189条、通航城市93个,新增5条直飞航线,加密16个城市航线。(人民网)

## 务实举措送温暖 提升员工幸福感

农业银行四平分行心系员工办实事获好评

### 金融风采

本报讯(记者 刘莉 通讯员 马燕玲)近日,农业银行四平分行机关大楼添置的热水器投入使用,结束了20多年来大楼冬季无热水供应的历史,这是该行落实员工关心关爱工作、用心解决民生难题的具体实践,赢得员工广泛赞誉。

一直以来,冬季无稳定热水供应是困扰农业银行四平分行机关员工的难题,日常清洗、洗漱多有不便,影响工作生活体验。分行党委始终坚持以人为本,把员工冷暖放在心上,聚焦员工急难愁盼,深入践行“我为群众办实事”理念,得知员工诉求后,迅速调研部署,将安装热水设备纳入关心关爱员工的重点工作,统筹推进设备采购、管线改造、安装调试等环节,全程严把质量关、进度关,确保早日高效落地。

此次热水器安装既是民生实事的落地,更凝聚了队伍合力。如今,崭新的热水器分布在机关大楼各楼层,温暖便捷的热水随时可用,切实解决了员工冬季用水痛点。员工们纷纷表示,分行党委以务实举措传递组织温暖,把关爱落到实处,解决了多年来的揪心事,倍感温暖与贴心,提升了员工幸福感与归属感。我们将把这份关怀转化为工作动力,立足岗位履职尽责,全力为分行发展注入暖心动能。

## 经济资讯

## 工业和信息化部发布 14个行业数字化转型“场景导航图”

12月8日在沈阳举行的2025年两化融合暨数字化转型大会上,工业和信息化部发布《场景化、图谱化推进重点行业数字化转型的参考指引(2025版)》。这一指引聚焦钢铁、石化等14个行业,绘制形成企业数字化转型“场景导航图”,旨在帮助企业破解“不会转、转不对”的难题,推动制造业数字化转型从“零散探索”迈向“系统推进”。

本次发布的“场景导航图”覆盖钢铁、石化、工程机械、新能源汽车、机器人、医疗装备、家电、制糖、白酒、美妆日化、锂电池、印制板、智能移动终端、民爆等14个行业,贯穿研发设计、生产制造、运维服务、经营管理、供应链管理5类业务活动,包含多个数字化转型场景及跨业务协同场景,并配套数据要素、知识模型、工具软件、人才技能4类数字化要素清单。这一结构化设计有助于打通工业化与数字化的语言壁垒,让企业能够“按图索骥”,准确找到转型切入点。

针对企业转型中普遍存在的“需求不明确、路径不清晰”等问题,这一指引明确以场景作为转型的核心抓手。每个场景边界清晰,聚焦具体业务痛点,融入专业工业知识,通过解剖麻雀式的拆解,将复杂的转型任务转化为可操作的具体项目。企业可参照“场景导航图”分步实施:先开展场景诊断分析并制定改造计划,再依据要素清单配置资源,最终实现跨场景协同与整体优化。目前,相关图谱已通过“基于典型场景的产业链数字化转型赋能公共服务平台”向社会开放共享。

工业和信息化部相关负责人表示,下一步将指导各地开展“一图四清单”试点应用,持续动态更新行业场景图谱,培育优秀解决方案与服务商,推动数字化要素跨行业复用,使“场景导航图”真正成为制造业高质量发展的“施工图”,为实体经济与数字经济深度融合注入动力。

(新华社)

## 铁路部门推出 “雪具便利行”服务

记者近日从中国铁路北京局集团有限公司获悉,12月7日起至2026年雪季结束,铁路部门在京张高铁北京北至崇礼间各车站运行的G字头列车试点推出“雪具便利行”服务,铁路12306客户端同步上线“雪具便利行”功能,旅客线上预约成功后可随车携带雪具并存放在列车指定位置,实现人和雪具随车同行,同时京张高铁部分车站继续提供“雪具快运”服务,“坐着高铁去滑雪”将更加方便快捷。

国铁北京局客运部相关负责人介绍,此前,铁路部门按照《国铁集团铁路旅客运输规程》“旅客乘坐动车组列车随身携带行李物品长、宽、高之和不超过130厘米”的规定,对超过上述尺寸标准的雪具推出了“雪具快运”服务。为了更好地满足旅客与雪具随车同行的需求,铁路部门统筹考虑旅客安全、乘车秩序和雪具运输需求,选取京张高铁北京北至崇礼间的G7831/2/3/4/5/6/7/8次列车试点开展“雪具便利行”服务,对动车组列车二等座车厢部分座椅进行了适应性改造,设置专门的“雪具存放处”,旅客选择该服务后可携带长、宽、高之和不超过200厘米的雪具同车出行,滑雪更加方便快捷。对于长、宽、高之和超过200厘米的雪具,由于高铁列车车内空间限制,仍需办理托运。

该负责人介绍,携带雪具出行的旅客可通过铁路12306客户端“雪具便利行”功能查询服务信息、购买指定列车车票后,在购票成功页面选择“雪具便利行”服务并预约付费,开车前10分钟停止受理,开车前1小时可取消订单并全额退款。预约成功后,旅客在乘车当日可携带雪具并妥善包装好,通过有“雪具便利行”标识的通道安检、验证,车站工作人员将同步核验旅客车票及服务订单信息、确认雪具包装符合要求后粘贴核验标识;旅客检票上车后,在列车工作人员引导下将雪具妥善放置于邻近的“雪具存放处”;列车运行期间,工作人员将定时巡查,协助保障雪具运输安全。试点初期,“雪具便利行”服务定价为每套68元,支付费用的旅客可在乘车结束后180日内通过铁路12306客户端开具“数字化电子发票”。

(新华社)



随着冬季的到来,烤肉成为不少市民餐饮消费的热门选择。商家也通过网上直播、优惠团购等方式开展促销,创新服务模式,为冬日经济注入新活力。

本报记者 王森 摄

## 打假羊毛制品 不能只靠消费者“火眼金睛”

### 经济论坛

一款“保暖羊毛袜,含桑蚕丝”,其羊毛含量只有2%;所谓的“纯羊毛冬季被子”,填充物是夹层状的——有的双层结构,标注上层是“100%澳洲进口羊绒毛”,下层是“超细旦有主超柔纤维(一种合成纤维)”;有的是“三明治分层”,标注上下层是“超细纤维,防钻毛设计(一种合成纤维)”,中间层才是“100%澳洲羊毛”……冬日临近,羊毛羊绒制品进入销售高峰,但不少商家口中所谓的“羊毛”经媒体调查发现,水分不少。

冬季是羊毛羊绒制品的销售旺季。然而,这类产品显然存在不少问题。今年年初,央视至少两次曝光了羊绒制品问题,比如有商家用普通针织服装冒充

100%山羊绒制品对外销售。此次媒体又曝光羊毛制品也存在虚假问题,这既提醒消费者不要被误导,也警示商家别玩“欺瞒把戏”。

商家套路深,已经形成了“流水线”式的操作。从电商搜索关键词设陷阱,到商品详情页里把真实成分藏在角落,再到花几分钱就能定制一张假标签,每一步都吃定了消费者和商家之间的“信息差”。国家其实有明确标准:毛针织品的羊毛含量应不低于30%,羊毛被的羊毛含量要超过50%。可很多商家用“含羊毛”“羊毛混纺”这类模糊字眼打擦边球,更有甚者,把完全不含羊绒的产品也贴上“100%山羊绒”的标签。

面对这种乱象,消费者维权实在太难。如今面料技术越来越高明,以前靠手感、烧一下闻气味这些土办法,已经很难分辨真假。送去专业机构检测?且不

说找哪家、怎么送,光是检测费用就可能比商品本身还贵,耗时又耗力。因此,多数人遇到这种事,只能自认倒霉,而这种“沉默的纵容”,反过来又助长了不法商家的气焰。

更深一层看,这种“掺水”行为伤害的远不止消费者的钱包。它扰乱了市场秩序,透支了整个行业的信誉,等到消费者对所有“羊毛”标签都失去信任时,真正的好产品也会被连累。

要想管住这种乱象,必须打通监管的“最后一公里”,让标准“长上牙齿”。首先,建议将部分推荐性标准转化为强制性标准,并明确规定,商品名称或显著宣传中如使用“羊毛”“羊绒”等字样,必须达到国家最低含量要求,且应在页面主图或标题附近醒目标注真实含量。电商平台应主动设置关键词过滤,未达标的商品一律禁止使用相关引流词汇。

其次,对于虚标含量、以假充真的行为,应从严处以货值金额数倍罚款,并公开曝光。建立“黑名单”制度,对屡罚不改的商家和生产企业,实施市场禁入或联合惩戒,大幅提高其违法成本。

再者,电商平台不能只做“旁观者”,必须压实主体责任。应将商品成分信息审核作为上架的必要环节,利用技术手段进行抽查和比对,而不只是简单审核商家资质。建立便捷的举报通道,并对查实的虚假宣传商品立即下架处理。

市场的繁荣,根基在于诚信与公平。当2%的羊毛含量蹭上“羊毛制品”的名头,冲击的是30%的标准底线,摧毁的是消费者宝贵的信任。只有监管果断亮剑,平台切实守责、商家坚守底线,才能让“羊毛”二字回归它本来的分量,让消费者在寒冬里真正买到一份踏实的温暖。(新华社)