

“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”，来到梅河口市五峰山滑雪场，体验人生首滑。

“‘雪假’期间，我们面向省内中小学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，并面向学生和家长出台多项优惠政策，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。高铁沈白高铁日开行



“雪假”期间，学生在延吉滑雪场滑雪。
动公路、民航、铁路无缝衔接；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，日常清洁、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。

铁路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的行李物品长、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”

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“超细旦有圭超柔纤维(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，多数人遇到这种情况，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。它扰乱了市场的秩序，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前的必要环节，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)