

央媒看济宁

邹城：从卖产品到“卖体验”

夏日的夜晚，山东济宁邹城市的“范大碗”露营烧烤城里灯火璀璨。一顶顶帐篷错落排开，三五成群的食客围坐其间，炭火炙烤食材的香气随风弥漫。这里不再是传统意义上的烧烤店，而是一处将“城市露营”与餐饮消费深度融合的休闲新场景。

“顾客进店，不再只满足于吃饱、吃好，还要追求休闲氛围与消费体验。”烧烤城负责人范昭民说，在严控菜品与价格的同时，锚定休闲体验新赛道，打造天幕就餐区、月亮天梯等特色景观，整合露营休憩、亲子游乐、休闲社交等功能。自今年4月开业以来，这里人气持续高涨，周末和节假日经常一座难求，有效撬动了夜间餐饮消费增量。

如今，以体验为核心的新业态在邹城快速发展，并渗透到餐饮、文旅、户外运动等领域，成为撬动消费增长的重要力量。

今年“五一”假期，邹城市接连举办两场大型演唱会，吸引省内外近5万名游客。为实现“流量变留量、过客变常客”，当地推出专属“礼遇计划”，游客可凭演唱会票根享受核心景区门票减免，以及合作酒店、餐饮、零售商户的专属折扣，实现“一票联动、全域畅游”。

邹城市文化和旅游局局长张夏介绍，“观演+文旅”的融合模式，打通了吃、住、行、游、购、娱全消

费链条。数据显示，演唱会期间，位于邹城市的峰山风景区、孟庙孟府景区游览量同比分别增长60.45%、39.05%，城区核心商圈餐饮营业额同比增长42.9%，带动全域二次消费突破1亿元。

“体验消费不仅要有场景的新鲜感、流量的爆发力，也要在提质增效上下功夫，让传统资源焕发新活力。”张夏说。

位于石墙镇的上九山村，是一座拥有上千年历史的古村落，石屋、石墙、石巷、石磨盘错落有致。曾经，这里虽有深厚的历史文化底蕴，却难以转化为消费吸引力，游客大多走马观花，停留时间短、消费意愿低。

今年，上九山村景区推出“赚铜钱”体验项目，游客可通过投壶、蹴鞠等传统民俗游戏赚取“铜钱”，所得“铜钱”可用于景区餐饮、文创手作、非遗体验等消费。

“沉浸式游玩让游客主动参与进来，游玩时长从两小时延长至半天以上，景区人均消费提升近40%。”上九山村景区负责人倪梦琦说，参与式、互动式的文旅新场景有效拉长了文旅消费链条，让传统文化资源转化为消费优势。

瞄准不同群体的多样化消费需求，打造个性化、特色化项目，为体验经济打开了更大发展空间。

在城前镇的福特纵横户外主题乐园，起伏蜿蜒的丛林越野赛道上，车辆穿梭驰骋，轮胎摩擦的轰鸣声、游客的欢呼声在山林间交织回荡。

专业的赛道配置、完善的配套业态，让这里成为户外运动爱好者的“打卡地”。除丛林越野赛道外，乐园还配套打造浆板戏水、岩壁攀岩等项目，构建起完善的户外休闲消费矩阵。“白天可以竞速越野，夜晚能露营观星，一站式满足户外游玩需求。”来自上海的越野爱好者孙先生专程前来体验。

新业态落地见效，带动综合效益持续释放。福特纵横户外主题乐园负责人刘印伟介绍，自2024年11月开业以来，已累计接待游客超8万人次，拉动园区内部消费1600万元，带动周边村庄发展20余家农家乐，推动实现生态资源保护利用、文旅消费升级、群众增收致富的多方共赢。

从市井餐饮场景创新到演艺经济全链融通，从古村文旅沉浸升级到山野户外游玩方式持续上新，行走在邹城，消费逐渐成为可参与、可分享、可回味的综合体验。一个个沉浸式、差异化的场景，让情绪共鸣转化为消费意愿，为实现消费业态提质、消费能级扩容注入更多动力。

(来源：新华社)

9个台风新名发布

名字来历各有讲究

中国气象局8日发布今年新启用的“船尾”等9个台风名字中文译名。这9个由中国气象局、香港天文台、澳门地球物理暨气象局共同协商形成的台风中文名字，正式替换2024年被除名的“摩羯”等9个台风名字。

9个新台风名为“高基”“简古维”“点心”“希比”“船尾”“蒂鲁”“娜尼”“布拉帕”“花斑”，替换“康妮”“桃芝”“万宜”“天兔”“摩羯”“艾云尼”“飞燕”“山陀儿”“谭美”。

国家气象中心台风与海洋气象预报中心主任赵伟介绍，9个新增的台风名字在今年3月联合国亚洲及太平洋经济社会委员会/世界气象组织(WMO)台风委员会第58次届会上讨论通过，由不同的会员提供：“高基”由柬埔寨提供，“简古维”由朝鲜提供，“点心”由中国香港提供，“希比”和“船尾”由日本提供，“蒂鲁”由密克罗尼西亚联邦提供，“娜尼”由韩国提供，“布拉帕”由泰国提供，“花斑”由越南提供。

一般来说，台风命名遵循的规则是：不超过9个英文字母、易于发音、在各会员语言中无不良含义、非商业机构名称。在保障台风命名科学性、通用性和文化适宜性的基础上，兼顾各会员的实际情况和文化传统。

“每个会员在给台风取名时，都有一定的习惯和偏好，一般会选用一些积极、温和的词，很多会体现自己的文化特色。”赵伟说，韩国的“娜尼”意为“翅膀”，越南的“花斑”源于一种漂亮的花，日本给出的“希比”“船尾”是星座的名字，中国香港提供的“点心”一听便很有地方特色，柬埔寨的“高基”则是一种当地常用的大型硬木。

按照WMO规定，西北太平洋和南海地区的台风命名、除名及更名事宜，由WMO台风委员会统筹管理，包括中国在内的14个会员各提供10个名字，构成共有140个名字的台风命名表，按顺序循环使用。

一些台风为何被永久除名？赵伟说，如果某个台风造成重大人员伤亡、巨大经济损失等极其严重的影响，以及台风名称不恰当或语义、发音易引起误会，相关会员可向WMO台风委员会提出除名建议。台风委员会根据提议进行商讨和投票，如果全体会员意见一致，就会从命名表中移除，并由原提供国家或地区重新推荐新名字。

了解一些台风的“暗黑历史”，可知其除名缘由。比如，由菲律宾提供名字的2013年超强台风“海燕”，横扫菲律宾等多个国家，破坏力惊人，造成大量人员和财产损失，后来WMO台风委员会将其除名，由“白鹿”替代。又如，由韩国提供名字的2023年台风“杜苏芮”，一路北上，给我国华北、东北带来罕见的极端强降雨，引发严重洪涝灾害，因此也被除名，由“布里”替代。

2024年的9个台风被除名，同样是它们造成了极其严重的损失。比如，超强台风“摩羯”先后登陆菲律宾吕宋岛、我国海南省和越南广宁省，其残余环流持续西移并席卷东南亚多国，酿成重大灾害；台风“桃芝”“万宜”“天兔”“银杏”在2024年11月12日出现“四台共舞”，给不同国家、尤其是菲律宾造成严重损失。

统计显示，自2000年台风命名规则启用至2025年，被除名的台风达到85个，其中2022年和2024年除名的最多，各有9个。

(来源：新华社)

两部门规范网络测评活动

记者8日获悉，为规范网络测评活动，维护公平竞争市场秩序，国家网信办、市场监管总局近日联合印发《网络测评活动规范》。规范提出，从事网络测评活动，接受第三方委托、赞助或者与测评样本相关方存在利益关系的，应当作出显著提示。

据悉，近年来，网络测评快速兴起，测评类经营主体通过开展测试、对比分析数据等方式，发布测试过程与评价结果，为消费者购物提供参考。但一些网络测评存在夸大宣传、只评不测、商测一体等问题，不仅影响消费者信任度和购物体验，也扰乱市场环境。

规范明确，网络测评活动是指测评主体通过开展测试、对比分析数据、引用专业检测结果或者表达使用感受等方式，对产品质量、功能、性价比等进行评价，并在互联网上以图文、视频、直播等形式发布测试过程与评价结果的行为。消费者针对特定产品发布消费体验信息，不属于规范所称的网络测评活动。

(来源：新华社)

教育部部署相关行动
促进高校毕业生顺利就业

记者8日从教育部获悉，为抓住离校前后促就业关键期，全力促进高校毕业生顺利就业，教育部部署于6月至8月开展2026届高校毕业生就业“百日冲刺”行动。

数据显示，行动期间，各地各高校预计举办校园招聘活动4000余场，提供岗位信息超500万个。国家大学生就业服务平台持续推出线上专场招聘10余场，汇集提供岗位超150万个。

教育部还要求从严做好就业数据登记，认真落实毕业去向登记制度，对违反相关规定的单位和人员严肃追责问责；切实维护毕业生就业权益，深入开展人力资源市场秩序清理整顿专项行动，严厉打击“招转培(贷)”欺诈、“付费内推”、虚假招聘、滥用试用期等违法行为。

(来源：新华社)