

# 哈报小记者“旧物置换大集”火热开市

### 300余个家庭“掏家底”,引导“小摊主”掌握“大本领”

实习生 杜卓轩 汤灿 王珊珊 本报记者 刘菊文 杨茉 赵琳 周雪莉 杨艳 梁潇 纪天伟 刘菊/摄

9月28日,哈尔滨日报小记者团举行的“迎国庆 倡新风 共筑绿色家园”旧物置换大集活动在哈尔滨西城红场艺术长廊火热开市。大集分为上午、下午、晚上三场进行,共吸引了300余个哈报小记者家庭参加。活动中,小记者们做足了“功课”,运用“10后”超强大脑,各种“营销”手段吸引着来往顾客的关注。书籍、玩具、学习用品、摆件、盲盒、DIY手作等丰富的货品种类整齐有序摆满摊位,“小摊主”们的创意让大家眼前一亮。活动中小记者们迅速“成长”,从原本不敢开口的腼腆娃娃变为“社交达人”,稚嫩的吆喝叫卖声、欢快的嬉笑声,让集市充满了生机和活力,热闹非凡,看着旧物寻找到“新主人”,小记者们也找到了成就感。

## 父母孩子齐上阵 哈报小记者“小铺”火热开张

9时左右,保国第四小学校吴宸宇一家第一个到达场地。准备摊位时,他的爸爸忙得满头大汗,帮着孩子摆放物品并贴上孩子手写的店铺名。“他特别期待这次旧物置换大集,选物品就选了一晚上,今天也起得特别早,让我们快点出发。”吴先生表示,这样的活动可以让孩子更沉浸地去锻炼沟通能力。

不仅是小记者们卖力,家长们也亮出才艺,帮孩子“吸睛”。现场,很多摊位前都竖起了自制招牌,父母带着孩子一起绘画、粘贴,共同绘制精致可爱又富有创意的小摊招牌。

刚刚开场一会儿,润江小学小记者胡馨尹就成功卖出两张蛋仔卡片,赚了8元钱,成为活动第一个成交的“商家”,完成“订单”后她还认真地记账。

“太开心了,看到很多人都喜欢我准备的物品,我感到自己也被大家认同。”在经纬小学小记者宋雨恩和同班同学并芮萱的摊位前,记者看到了两幅精美的手绘画,是她们妈妈亲手绘制,除此之外,两个小记者还把每个旧物标好了价格。宋雨恩的妈妈告诉记者:“孩子在家时就经常用橡皮泥做价冰淇凌卖给我和她爸爸,我们也会讨价还价,这方面她还是比较有经验。大集置换多少东西不重要,孩子们筹备的过程、思考经营模式、头脑风暴、沟通时的你来我往更加有趣味,更加锻炼人。此外,对我们家长来说,这也是一个难得的亲子活动时间,平时总是忙于工作和辅导孩子学习,这种轻松地共同参与的活动少之又少,感谢哈报小记者团为我们提供平台。”



小记者的摊位货品丰富多彩。

## 快速“成长” 腼腆娃变“社交达人”

小记者们起初还有点腼腆,但场子“热”起来以后就都放开了,主动独自走向其他摊位推销自己的旧物。旧物大集上,交换、贩卖的是旧物,分享、传递的却是快乐。

活动中,继红小学小记者白洛铭的摊位前总是有人驻足,原来为了提高趣味性,他的妈妈特意增加了套圈环节,小朋友既可以玩,也可以易物或购买。即使套不到也没关系,白洛铭和他的父母都会大声为“玩家”加油。“你看,我们摊位前‘小白杂货铺’的招牌是我们一家人花了一下午做的,主要是想给孩子一种仪式感,能激发他参加各种活动的心情。”

活动还没结束,实验学校小记者吕显仪的商品就售罄了。得益于灵活的“营销方案”,善于分析的吕显仪及时发现因定价略高导致后期“物品滞销”的问题,她立刻调整方案,通过调低定价、拿着旧物到各个摊位沟通推销等方式,成为了活动最早售罄的“摊主”。大集活动中,不仅可以购买心仪的物品,还可以采用以物易物的方式,小记者们在置换过程中提升了社交沟通能力,也交到了志同道合的新朋友。



小记者成功售出物品。

采访中,小记者们纷纷表示体会到了爸爸妈妈赚钱的辛苦,同时认识到了物品的价值,学会了珍惜和节约。“以前孩子不爱说话,现在在公众场合都能大大方方和别人交流聊天了,还交到几个好朋友,真是太好了。”家长们也表示,通过哈报小记者团组织的几场活动,孩子变得开朗了许多,也更加擅长与人沟通,在活动中更是亲眼看到了孩子们的进步与成长,尤其通过此次活

动,引导孩子培养正确消费观念、绿色消费理念,非常有意义。



扫描二维码 咨询哈尔滨日报小记者详情

实习生 董棋棋 本报记者 刘述波文/摄

最近,张大爷专程来到道里菜市场,购买了10斤散装龙滨酒。龙滨酒在这个网红市场设有直营店专柜,他是“铁粉”。

进卖场设专柜,直营店全市“开花”,开网店视频直播带货……近几年,一度“消失”的龙滨酒以全新的营销模式重回大众视野,目前在全市直营店数量已达50家。“借‘尔滨’文旅‘出圈’,我们正筹划在道外中华巴洛克历史文化街区设立一座百年龙滨酒博物馆,让更多游客通过深度体验的方式,感受哈尔滨不一样的酒历史和酒文化。”黑龙江龙滨酒业有限公司负责人介绍,该企业占地2万平方米的现代化新厂也将于年底前投用。

## 历经百年沉浮 “龙”“滨”背后有故事

“泥砂壶龙滨王,特酿龙滨酒,龙滨芝麻酒……”这酒酱香醇厚,价格也不贵。“提起龙滨酒系列产品,“老哈人”张大爷如数家珍。

龙滨酒酿酒工艺的非遗传承人——国家白酒评委专家、龙滨酒业总工程师曹中民告诉记者,龙滨酒的历史最早可以追溯到1906年的“增盛通”烧锅。新中国成立后,哈尔滨龙滨酒厂在“增盛通”烧锅的基础上成立,龙滨酒由此走出冰城,迈向全国市场。

“龙滨”的名称是曾任黑龙江省省长的陈雷和著名白酒专家高明月取“黑龙江”之“龙”字和“哈尔滨”之“滨”字合成而来,寓意是代表黑龙江和哈尔滨的第一瓶国家优质酒。”曹中民介绍,龙滨酒品牌在市场上历经“九加红”时代、“龙滨王”时代后,于上个世纪末达到巅峰——1997年酒厂利税5500多万元,居东北三省酒业之首。但进入新世纪,受多重因素影响,龙滨酒厂陆续经历了破产、改制、拍卖,元气大伤。由此,龙滨酒由盛转衰,在市场上几近销声匿迹。

“作为一个老哈人,我对这个老字号有情怀,也看好它的市场认可度。”2010年,从商多年的张德英出资买下了这家老字号。龙滨酒厂转为民营企业,并重新注册名称为黑龙江龙滨酒业有限公司。

## “直营+电商” 打破经销渠道“掣肘”

“我们接手的前两年,龙滨酒厂已经停止生产了,市场上卖的都是存货。”张德英想恢复生产,却发现销售渠道不畅,市场覆盖率始终很低,极大地限制了企业产能。跨行

## “探访冰城美食老字号”系列报道

# 龙滨“老字号” 焕新再启航

### 已在哈开设50家直营店,引入直播带货模式,建设现代化新厂



龙滨酒直营店。

进场的他,也根本无法接受业内的“老规矩”,“各级酒类批零环节‘推广费’居高不下,几乎占到白酒成本的六成以上,而且销售压款严重……”

2017年,张德英重新聘任了销售团队,主打直营店销售模式。为降低成本,他还推出了以“龙滨基酒”为代表的散装白酒,并开始探索电商渠道,在淘宝、天猫、京东上开设了网店。近期,龙滨酒又开启了直播直播带货模式。

“2014年和2015年,我们分别申报‘龙江老字号’和‘龙滨酒传统酿造手工技艺’省级非物质文化遗产保护名录,均获准通过。龙滨酒走前店后厂的‘直营+电商’模式,逐渐打破了营销瓶颈,让我们看到了品牌重焕生机的前景。”张德英介绍,2017年11月,龙滨酒在道里菜市场设立第15家直营店专柜,很快受到众多新老顾客追捧。如今,龙滨酒业在哈直营店已达50家,很多位于比优特、家乐乐等商超内。与此同时,淘宝网及主播带货等渠道

带来的线上订单也多了起来。有网友留言:“终于在网找到了思念多年的家乡美酒。”事实上,龙滨酒的消费者,除了一部分迁居省外的“老哈”外,不少是河北、山东、广东等省份的当地人。

## 守住“百年工艺” 酿制“百姓茅台”

“上世纪50年代,龙滨酒厂派人前往茅台酒厂学习酱香工艺,带回了茅台酒的发酵菌种,并研发出一套适合北方气候的大曲酱香工艺。1963年10月,酱香型龙滨酒在全国第二届评酒会上荣获国家优质奖和轻工部银质奖章,位列中国名优白酒第10位。”曹中民回忆称,当年在酱香型酒评比中,龙滨酒甚至被专家誉为“北方茅台”。

接手“龙滨”之初,张德英专程赴茅台酒厂取经。“一方面,龙滨酒与之有着难以割舍的传承;另一方面也可以说,酱香型龙滨酒

的全部工艺都来自于茅台酒的‘嫡传’。”直到现在,张德英还清楚记得,当年拜访酿酒大师、时任贵州茅台集团董事长季克良先生,在茅台酒博物馆参观时,还看到了展示柜内留存的龙滨酒商标。

“全国都在学茅台,你们龙滨是学得最像的。”这次拜访中,季克良的这句话让张德英记忆犹新,“季老的话对我既是鼓励,也是期待,所以,无论怎样难,我们都要守住龙滨酒的传统工艺。我相信,只要老的口味在,就有市场在。”张德英把龙滨酒原厂包括曹中民在内的多名技术骨干都留聘下来,以此保证龙滨酒的工艺不变、质量不变。

如今,与茅台同属酱香型白酒的龙滨酒把市场定位调整为中低端,主打产品是单价168元的“龙滨特酿”,而一款价格低至58元的酱香型“精制龙滨”更是成为网上“爆款”,销量较直营之前增加了200%。“在高端市场,我们追不上茅台。尽管我们也有上千元价位的产品,但大众市场的潜力更加巨大,我们要做老百姓喝得起的酱香白酒,‘百年龙滨’志在成为‘百姓茅台’。”张德英说。

## 借力文旅“出圈” 龙滨酒“焕新”再出发

“借哈尔滨文旅‘出圈’,我们准备通过开设展馆体验等方式,尝试与文旅相结合,让更多消费者和游客了解龙滨酒,感受哈尔滨的酒历史和酒文化。”张德英介绍,在道外区政府的支持下,他们正筹划在中华巴洛克历史文化街区建设一座可以让游客深度体验的百年龙滨酒博物馆。“既可以通过全媒体展示,向游客介绍百年龙滨的前世今生,还可以让大家在现场品鉴和购买到不同种类的龙滨佳酿。”

“我们还对龙滨酒的包装和容量进行创新和调整,设计出了冰雕酒瓶以及数百毫升不等的瓶装酒,就是要让省内外消费者感受到龙滨酒独特的造型与口味。”张德英告诉记者,因平房厂区拆迁,企业已迁往道外区先鋒路的新址。新厂占地2万平方米,建筑面积约1.6万多平方米,新生产线实现传统工艺与现代化装备相结合,计划于年底前投用。

## 多措并举齐发力 提高冬季“含绿量”

### 哈市45条街路及16处城市客厅节点,实施绿化品质提升项目

本报(记者 霍亮)29日,记者从城管局获悉,为助力亚冬盛会,提升城市品质,今年哈市共对道里、道外、南岗、香坊、平房和松北等主城区6区的45条保障街路和16处城市客厅节点及重点区域,实施园林绿化品质提升项目。

此次各区园林品质提升工程建设内容丰富多彩,包括建设公园(游园)、新建运动元素与立体五色草相结合景观、栽植常绿树、增设亚冬会运动元素硬质景观小品、绿地提档升级等。目前,各区正在全力推进项目建设,总体建设任务已完成90%以上,除树木因季节原因需

行秋冬植以外,其他全部项目建设任务将于11月20日前完成。市城管局园林中心相关负责人介绍,市园林中心将全面提升城市公园的园容园貌、设施小品及环境卫生等各项服务管理水平,升级游客服务中心和志愿服务站,并在主要公园增设亚冬元素的主题小品,如音乐公园增设大雪人、湘江公园增设亚冬吉祥物雕塑等,提升公园品质,营造亚冬氛围。

此次城区园林品质提升工程总体呈现增加冬季植物景观、增设运动元素景观、保持春夏秋冬四季景观等诸多特点。

## 以村规民约积分制 助力和美乡村建设

本报(记者 康福柱)今年以来,哈尔滨市民族宗教事务局驻阿城区科甸街道北红村工作队以党建为引领,把完善好、运用好“村规民约”“积分制”作为乡村治理的重要载体,开展乡村塑形、铸魂行动,全面提升乡村治理水平,助力北红村和美乡村建设。

驻村工作队与村党支部共同研究制定了《北红村“大支部”党员星级管理实施方案》,成立了由驻村工作队、村党支部、村内企业家等组成的“大支部”。工作中推行党员星级管理机制,建立起“党支部领航、党员带头、村民参与”的大党建格局,引领村规民约的制定,保障党的方针政策体现到村规民约中。制定细化、实化、可操作化的细则和机制,充分发挥村规民约的管理和约束功能。为将村级事务与村民利

益紧密联系起来,让村民把“村里事”变成“自家事”,驻村工作队在北红村推广《北红村乡村治理积分制管理实施方案》,将环境保护、村务参与、公共服务等列为评分依据,以户为单位建立家庭积分管理台账,按月公示家庭积分,每半年在全村6个屯(组)540余户家庭中评选出9户“最美农家”,给予相应物质奖励,引导村民向模范看齐、争先进、创先进、比先进,推动乡风文明建设融入乡村日常生活中,得到村民们的积极响应。

随着村规民约的深入人心,驻村工作队从完善文体活动器材、电影放映设备、文化活动广场入手,持续加强农村精神文明建设硬件,组织开展了“村BA”、“村晚”、秧歌比赛等群众性文明创建活动,满足村民的精神文化需求。

## 强化市场诚信意识 营造诚信营商环境

### 五常市持续推进文化市场“码上诚信”赋码、展码行动

本报(伊飞帆 记者 康福柱)日前,五常市文体广电和旅游局持续推进“码上诚信”多场景应用,深入强化文化市场主体的诚信意识,营造公开透明的文化市场环境,保障消费者合法权益,提升消费质量和游玩体验。

面向辖区文化市场主体,五常市文体广电和旅游局工作人员开展“码上诚信”赋码、展码行动,消费者只要用手机扫描信用二维码,便可直接查看该经营场所的信用信息,及时了解其信用状况,便于甄别选择、放心消费。接下来,五常市文体广电和旅游局将扎实推进文化市场和旅游市场诚信建设的引导和督查工作,进一步激发文化市场和旅游市场主体的诚信经营意识,打造风清气正的文化市场和旅游市场营商环境。



## 唱响祖国颂歌 礼赞伟大时代

### 哈市军休干部庆祝中华人民共和国成立75周年文艺演出举行

本报(高思琪 记者 杜菲菲)9月27日,由退役军人服务中心主办的“盛世华章颂祖国”——哈市军休干部庆祝中华人民共和国成立75周年文艺演出举行,广大军休干部齐聚一堂,载歌载舞,唱响祖国颂歌,礼赞伟大时代。整场演出由哈市广大军休干部精心排练、自编自导,节目形式丰富多样,民乐合奏《我的祖国》、独唱《北京颂歌》、月季独奏《百万雄师过大江》、歌剧《江姐》选段《绣红旗》、藏族舞蹈《浪浪山情》、模特走秀《华彩神韵》、大合唱《歌唱祖国》等10余个节目轮番登台。“退休不褪色,永远跟党走。”广大军休干部表示,将发挥余热、老有所为,为党和国家事业发展继续贡献力量。

据悉,市退役军人服务中心将持续做好广大军休干部服务保障,搭建平台、组织开展丰富多彩的活动,丰富军休干部精神文化生活。