

向世界递出亮丽名片

“好客山东 好品山东”2023推介活动在京开幕

林武致辞 周乃翔作主旨推介

大众报业记者
李子路 刘兵

11月10日上午,“好客山东 好品山东”2023北京推介活动开幕式在北京展览馆举行。500余名各界嘉宾、近200名中外媒体记者齐聚首都北京,领略“好客山东”之美,体验“好品山东”之好。

省委书记林武出席开幕式并致辞,省委副书记、省长周乃翔作主旨推介。

林武在致辞时说,山东是人口大省、经济大省、文化大省,是我国重要的工业基地和北方地区经济发展的战略支点。习近平主席对山东情深似海、厚望如山,赋予我们“走在前、开新局”的重要使命。我们牢记嘱托,以建设绿色低碳高质量发展先行区为总抓手,稳扎稳打、踏踏实实做好各项工作,努力在服务国家大局中展现山东担当。近年来,山东持续做强区域公共品牌,着力提升服务质量、产品质量,“好客山东 好品山东”已经成为山东高质量发展的亮丽名片。这张名片根植于齐鲁鲁韵的人文沃土,彰显着创新创造的澎湃动能,体现了精益求精的不懈追求,展现出开放包容的自信魅力。“好客山东

好品山东”不仅是我们一如既往的不懈追求,更是共赢未来的一份承诺。我们将着力塑造“好品牌”、提供“好服务”、做强“好质量”、讲好“好故事”,让“好客山东 好品山东”美名远扬、享誉全球。欢迎大家到山东品美食、赏美景,结好友、叙真情,谋发展、赢未来。

周乃翔说,今天,我们在北京举办这次活动,旨在深入落实习近平主席对山东工作的重要指示要求,聚力做强品牌、提升品质,向全世界递出“好客山东 好品山东”亮丽名片。这是一张璀璨的“文化名片”,积淀着郁郁乎文的深厚人文风韵;这是一张灵秀的“山水名片”,抒写着岱青海蓝的壮阔山海风情;这是一张丰饶的“物产名片”,洋溢着鲜美馥郁的地道齐鲁风味;这是一张厚道的“品质名片”,蕴含着追求卓越的独到匠心风格;这是一张澎湃的“发展名片”,彰显着和合共生的开放合作风尚。一次山东行,一生山东情。欢迎大家常到山东,感受好客之情,共享好品之盛,品味齐鲁风韵,体验情义如金。

英国驻华大使吴若兰、农业农村部副部长邓小刚在致辞时表示,此次在北京举行专场推介活动,充分彰显了山东的“好客”之道、“好品”之优。希望活动各方用好这个平台,加强交流、推动合作,进一步提升“好客山东

好品山东”在全国乃至全球的知名度和影响力。

开幕式上,省领导白玉刚、曾赞荣、张海波,以青州博物馆、黄河重卡、浪潮智慧房车营地等形象展示为依托,分别从文化、经济、科技的角度,向大家专题推介了“好客山东 好品山东”。

中国科学院院士、南方科技大学校长薛其坤,航天员王亚平,演员郭晓东,结合各自专业领域、工作经历,通过对话方式,推介了山东的灿烂文化、科技智造、好品好物。山东大学儒学高等研究院副教授、美籍专家孟巍隆分享了在山东26年的亲身经历和所见所感。

开幕式最后,林武、周乃翔等共同启动“好客山东 好品山东”2023北京推介活动。

与会领导嘉宾参加了巡展活动,参观了大国重器、老家味道、乡村振兴、文化“两创”、好品美物、文旅精品等展区。

这次推介活动受到了与会嘉宾、参展企业的欢迎和好评。有外国来宾表示,山东是一个美丽又充满活力的地方,今天的活动,展示了很多惊喜和合作机遇,真切感受到山东的务实和友好,“好客山东 好品山东”让我们合作更加紧密。有参展企业表示,在目前经济下行压力大的情况下,山东专门组织各方力量,到北京进行推介展销,是一次开创之举,可以提振信心和士气,对促进消费、拉动经济必将起到积极作用。

本次活动由山东省人民政府主办,11月10日至12日在北京展览馆举办,包括开幕式、专场推介会、成果展示、体验展销、小戏小剧展演等,通过沉浸式推介、开放式展销,集中展示“好客山东 好品山东”品牌建设成果,让中外宾客近距离感受山东好客之情、好品之盛。

中联部副部长李明祥,文化和旅游部副部长杜江,中国人民对外友好协会副会长李希奎,人民日报社副社长胡果,新华社党组成员、秘书长景如月,中央广播电视总台副台长胡劲军和求是杂志社、光明日报、经济日报等中央主要媒体负责同志,省及济南市、青岛市领导江成、宋军继、陈平、邓云锋、王桂英、于海田、赵豪志,13个国家驻华大使,5个国家驻华使馆临时代办,50多个国家和国际组织的近百名外交使节,各界领军人物代表,外国驻华媒体、兄弟省市和港澳媒体、头部商业平台代表,世界500强企业、跨国公司和外国驻华商协会代表,16市和省直有关部门负责同志等参加活动。



“好品山东”展品吸引观众打卡。 大众报业记者 宋说 摄

随着“好客山东 好品山东”2023北京推介活动拉开帷幕,齐鲁大地的好品、好物云集北京展览馆,未来几天,首都民众可以沉浸式地体验一把山东的“好”。有一种“好”,由山东定义。

延伸阅读

有一种『好』,由山东定义

『好客是真情,好品凭质量』

大众报业记者 张九龙

“好客山东 好品山东”已成为山东高质量发展的名片。这张名片不仅体现展现山东强省建设的自信和担当,还呈现齐鲁儿女重情守义的优良品格,更体现齐鲁大地深沉厚重的人文底色。“好客山东 好品山东”,是山东一如既往的不懈追求,更是共赢未来的一份承诺。

为了这次推介活动,山东做足了功课。

这是一场“搬家式”推介。既然推介会的主题是“好客山东 好品山东”,那山东自然要把好客之情、好品之盛体现得淋漓尽致。实在的山东人总是毫无保留地付出,这次主动到首都推介,山东把“家底”带来。大到重型卡车、挖掘机,小到特色美食、文创产品,从门前广场到室内场馆,整个北京展览馆满眼都是山东元素。

这是一场“全景式”推介。全景,重在一个“全”字。短短三天,除了标配的开幕式环节,还安排了“一次山东行 一生山东情”畅游齐鲁·乐享冬趣文化和旅游推介会、“惠享老字号”专场推介会、“好品凭质量”专场推介会、“齐鲁灵秀地 品牌农产品”推介会四场各具特色的活动,涵盖农业、工业、制造业、商业、旅游业等多个领域,将时间塞得满满当当,全程充实、高效。这样密集的行程安排,确实“很山东”。

好人好地,好客好品。开幕式上,材料物理科学家薛其坤、航天员王亚平、著名演员郭晓东一一亮相,从山东走出去的他们,结合自己的专业领

域、工作经历,通过对话方式,共同推介山东的灿烂文化、科技“智”造、好品好物,上天入地360度展示山东的亮点。一番推介看下来,真让人感慨:山东敢把“好”当slogan(口号),的确是有资本的。

推介,从来不是单一的我说你听,成功的推介,重在引起受众的共鸣。为此,山东不仅很拼,而且很走心。

这场推介,一眼望去满满的“山东味”,每个地方都有一些深入人心的标志。齐鲁大地承载着无比厚重的历史底蕴和独具特色的文化内涵,这是山东挖不完的宝藏,更是地道的“山东味”。品古韵,观飞鸟、泡温泉、逛大集,这样的旅游满是“山东味”。卡萨帝冰箱、华光国瓷、“复兴号”动车组列车,这样的热销好品满是“山东味”。东阿阿胶,宏济堂制药,张裕葡萄酒,这样的老字号满是“山东味”。寿光蔬菜、高青黑牛、烟台苹果,这样的特色农产品满是“山东味”。从衣食住行到大国重器,山东的“好”,底蕴是品行,支撑是品牌,追求是品质。而这一切,都可以在“好客山东 好品山东”2023北京推介活动中找到。

这场推介,全程尽显“潮流范”。开幕式上,钢琴家秦川现场演奏《穿越山海》,结合冲击力极强的航拍镜头展现齐鲁大地锦绣山川、物阜民丰,讲述新时代高质量发展的山东故事。中央民族乐团团长、琵琶演奏家赵聪、G20峰会表演者、打击乐演奏家王佳男、中央民族乐团吹管乐演奏家丁晓速,知名舞蹈演员、舞剧《只此青绿》主演张翰联袂献上歌舞《礼出东方》,以气势磅

礴的国乐演奏,配合刚柔相济的武术舞蹈表演,融合国风国潮、科技新潮、时代浪潮,展现出活力迸发、开放包容的新山东。再加上裸眼3D展示、全息投影等新技术的运用,一场推介会开幕式让人直呼:“没看够!”

这场推介,主打一个“想不到”。换个视角,往往能看到事物不同的一面。而山东,总有意料之外的“好”。琉璃制作出“鲁菜大餐”,挖掘机也有“新能源”,时速600公里磁悬浮交通系统正变成现实……从老手艺到新科技,人们脑海中那个以朴实、厚道著称的山东,居然闷声干出了那么多的“想不到”。其实,山东是全国唯一一个拥有全部41个工业大类的省份,从工业齐全程度来看,山东甚至超过发达国家德国和日本。这样的“制造狂魔”,无论拿出什么杀手锏,都变得合情合理了。

看外在,更要看内涵。一场推介,把“山东值”拉满并强力输出,也将山东对“好”的认知进行展示。简言之,山东给“好”的定位是“好客是真情,好品凭质量”,这里面既有硬实力,也有软实力。

对于“好”的执着,山东一直是刻在骨子里,融在血脉中。塑造“好品牌”、提供“好服务”、做强“好质量”、讲好“好故事”,借助这场坐标北京的推介活动,山东向世界进行了一场生动的自我展示。

对于好,每个人都有自己的理解。《说文解字》给的解释是:“美也。”10日,这场由山东定义的“好”,已在北京启幕。请收下这封来自山东的邀请函,好客山东欢迎您。