

襄垣县“仙堂山旅游季”活动开启

文旅融合 山水“襄”逢

本报讯 9月7日,由襄垣县文旅局和仙堂山旅游开发有限公司联合举办的“仙堂山旅游季”活动在襄垣东湖书法广场开启。

本次活动设置汉服巡游、仙堂山萌宠互动、文创展览、无人机表演等多个环节,意在打造沉浸式游览空间,宣传仙堂山文化品牌,吸引了众多市民、游客前来打卡。

在活动现场,汉服巡游备受青睐,大家领略华美服饰风采的同时,近距离感受传统文化魅力。“我本来对汉服不太了解,通过今天的体验让我对此有了全新的认识。汉服不仅仅是一种服装,更是传统文化的彰显,值得我们去传承和发扬。”王女士说。

除此之外,“仙堂山萌宠”则是获得了小朋友们的喜爱,与小动物零距离互动、拍照,玩得不亦乐乎。而在文创区域,以仙堂山为主题的文创产品精彩亮相,折扇、背包等受到了大家的喜爱。

独具匠心的文创产品不仅仅是商品,更是文化的传承与创新,使文化不再局限于历史书籍中,而是通过实用的方式走进人们的生活,成为可触摸、可感受的“文化”。

“在大众旅游从传统观光向休闲需求转变的阶段,我们将加强研究与开发,以满足消费者的多元体验为中心,提炼文化内核,寻找传统文化与现代消费之间的结合点。”仙堂山旅游开发有限公司相关负责人说。

夜幕降临,伴随着音乐鼓点,400架无人机在东湖书法广场上空绘制出一幅幅绚丽画卷,将现场气氛推向高潮。“步步生莲”“凤羽神州”……升空的无人机编队变换造型,用数字科技赋能打造全新的仙堂山品牌。

东湖公园、襄垣秧歌……如同一封封写给城市的浪漫情书,展示出襄垣的独特魅力。为使广大游客玩出新意、玩得尽兴,今年以来,襄垣县坚持



汉服巡游引人注目。郭伟哲 摄

以文塑旅、以旅彰文,不间断推出文艺汇演、体育赛事、文化旅游节等丰富多彩的文旅活动,让游客花样打卡,在领略自然之美中感悟文化、陶冶心灵,着

力打造群众喜闻乐见的新场景、新业态、新模式,不断推动旅游高质量发展迈上新台阶。

(张雨轩)

和美乡村一线行



潞城区黄牛蹄乡

无人机“飞防”作业 助力高粱稳产增收

文/图 申婷婷 杨鹏



工作人员操作植保无人机。

走进潞城区黄牛蹄乡黄牛蹄村的高粱种植地里,伴随着一阵阵旋翼转动声,两架植保无人机在工作人员的操作下腾空而起,在离地10至20米高的田地里来回喷洒,均匀地将农药喷向田间,为高粱披上一层“防护衣”。

眼下,正值高粱产量形成的关键时期,也是病虫害防治的最佳时期。连日来,黄牛蹄乡抢抓农时,积极开展高粱病虫害防治工作,充分利用植保无人机“飞防”作业,为病虫害防治送去一场“及时雨”。

“这次‘飞防’主要以防、治相结合,对黄牛蹄乡的高粱作物进行飞防作业,目前协会派出了3架无人机,对黄牛蹄村、辛安村、李庄村等12个行政村同时进行作业,现在已经开始第二

次灌浆期防护喷洒作业,两次计划完成1万余亩,现在已经完成80%,争取在一周内完成‘飞防’任务。”该区农业机械化协会相关负责人说。

据了解,这些植保无人机具备智能作业功能,能自主规划航线,确保药液均匀喷洒且不会重喷、漏喷。一架植保无人机一次可有效载荷80斤生物制剂,每小时作业面积可达200余亩,大大提高了作业效率,让“开飞机干农活”成为现实。

同时,利用植保无人机打药具有施药雾化程度高、施药速度快、可规模化作业等优点,不仅省药、省工、省钱,还能精准施药,提高农药的利用率和农田管理的效率,实现了病虫害的快速防控,这样就解决了农户作业难的问题。真正落实“藏粮于地、藏粮于技”,为实现农业高质量发展奠定坚实基础。

今年以来,黄牛蹄乡股份经济联合总社在辛安、清口、上黄、黄牛蹄等12个村发展高粱种植11000余亩。通过区农业农村局“一喷三防”项目政策支持,可以使高粱产量从原来的1200余斤增产到1500余斤,使农民真正得到了实惠。

在这个充满希望与收获的季节,潞城区的田间地头农作物盎然生长,处处呈现出一派生机勃勃的景象。而随着物联网技术的快速发展和普及,植保无人机的广泛应用,为农田管护插上了“科技之翼”。

长子品牌亮相 长治医学院



特色农产品摊位。

本报讯 眼下正值高校开学季,9月6日,长子县品牌建设服务中心走进长治医学院五龙校区开展“品牌入高校 校地合作行 ‘这礼’是长子”主题宣传活动。

活动现场,集中展示了长子干卷、响铜乐器、猪头肉、小河豆腐、青椒酱等18个地方特色产品。同时,工作人员通过发放宣传册、抖音APP直播、现场互动发放小礼品等形式,向来自全国各地的学生及家长介绍长子的历史文化和风土人情。

在特色美食摊位前,色香味俱全的长子干卷、长子猪头肉等悉数亮相,让现场学生大饱口福,流连忘返。不少外地学生更是现场视频连线,让家人一同感受长子美食的魅力。

长子多绝品,他处难觅寻。小河豆腐、青椒酱等极具长子特色的农产品也博得了众多学子的青睐,大家纷纷咨询购买,体验“绿色食品”的好滋味。“这次活动不仅有现场制作的美食,还可以购买礼盒装送给家人和朋友,太贴心了。”大一新生小张说,他买了一些青椒酱寄给朋友们,也将自己的“第二故乡”介绍给更多的人。

“品牌入高校”活动是挖掘长子特色资源、培树地方特色的创新方式,让农产品“出圈”,推进高校合作,让特色产品搭乘高校互联网快车,不断提升“长子品牌”知名度。

(陈雨彤)