

菜博会亮点抢先看 一馆一景皆风情

各展馆正开启“精修模式”,处处呈现出一片繁忙景象



工作人员对艺术景观精雕细琢。

本报讯(记者 于菲)作为全球蔬菜产业的“风向标”,第二十六届菜博会正以崭新姿态准备迎接八方来客。从科技感十足的数字农业馆到沉浸式文化景观,从国际范的农产品展销到多元产业跨界融合,今年的菜博会将带来哪些惊喜?近日,记者来到菜博会布展现场提前探营,了解详尽游览攻略。

记者在现场看到,工作人员有的正在对“新、奇、特”蔬菜进行灌溉照料,有的正在进行设备的安装布置,有的正在对艺术景观进行精雕细琢……菜博会各展馆里呈现出一片繁忙的景象,正开启“精修模式”。

据悉,今年菜博会亮点纷呈,“科技+文化+休闲+国际范”多元文化融为一体,各种“新、奇、特”产品应有尽有,旨在为游客带来充满欢乐和知识的体验。其中,三号馆运用虚拟现实、实时渲染等前沿技术,打造火星农场蔬菜元宇宙,游客可戴上VR

眼镜,沉浸式体验农业未来场景;四号馆植物繁茂,花果飘香,新增热带果实科普展示等丰富内容,是家庭旅行、休闲娱乐的绝佳去处;六号馆邀请白俄罗斯作为主宾国,并集中展示国际特色产品和潍坊非遗产品,众多国际展商共赴“绿色之约”;八号馆精心打造以“绿播九州”为主题的蔬菜艺术景观,让蔬菜花卉化身水墨丹青,让农耕文化升华为视觉盛宴;十号馆前沿技术集中亮相,“温室小蜜蜂”智能授粉机器人无人化作业,400多斤的巨型南瓜、100多平方米的西红柿树震撼人心,让你见证“科技种菜”的神奇。

从一粒种子到智慧农业,从田间地头到国际舞台,菜博会不仅是寿光的“农业嘉年华”,更是乡村振兴的“寿光答卷”。4月20日,当菜博会这幅科技田园画卷徐徐展开,我们看到的将不仅是蔬果的盛宴,更是中国农业的无限可能。

虞河景区 新增一批救生设备



本报讯(记者 周晓晴 通讯员 李美凤)3月13日,不少到城区虞河景区游玩的市民发现,河堤边、桥上增加了不少救生圈。

随着天气逐渐转暖,到虞河景区游玩的市民越来越多,为保障游客的生命财产安全,市园林环卫服务中心对入流量大、水较深的重点河段增加救生圈等应急救生设备(上图)。

此次新增的救生圈为颜色醒目的橙色,由高强度聚乙烯材料制成,不仅坚固耐用,还耐磨损、抗撞击,能够承受一个成年人的重量。这些救生圈均悬挂在河边显眼且易于取拿的地方,一旦有人不慎落水,附近人员能快速实施救援。

目前,胶济铁路桥至济青高速段虞河景区沿岸救生圈数量已由原来的300个增加至420个,重点水深区域实现每隔50米即配有一个救生圈。

玉兰花开春意浓

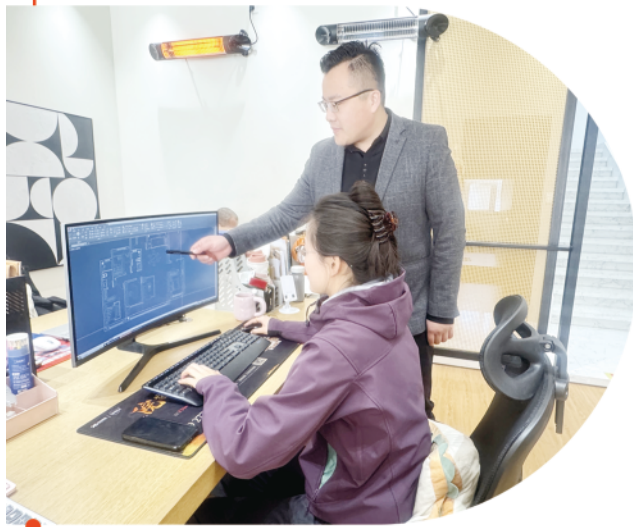


春回大地,万物复苏。近日,在昌乐县流泉街与健民路交叉口附近,玉兰花在枝头悄然绽放,如同云霞,缤纷绚烂,吸引了不少游人驻足观赏、拍照打卡。

本报记者 袁丽丽 通讯员 岳丰林

“90后”室内设计师齐杰:

用专业服务为客户打造“理想家”



齐杰(后)和团队设计师商量设计方案。

□文/图 本报记者 张敏

近日,记者在“玖零”装饰设计工作室见到了“90后”室内设计师齐杰。作为一位资深的室内设计师,齐杰见证着近年来潍坊家装经济的快速发展。

齐杰2009年毕业后,先在潍坊一家企业工作,每天朝九晚五让他感到乏味,他更向往充满挑战的工作。一次偶然的机会,朋友开的装修设计公司请他帮忙做了一版设计稿,齐杰怦然心动,从此便一头扎在室内设计领域里。

2017年,齐杰成立了自己的装修公司。彼时,尽管客户众多,市场需求旺盛,但竞争也异常激烈。

“那时候所有的事情都是亲力亲为,无论是跑工地还是对接客户,每一个细节都需要自己去把握。”齐杰说,这种全方位的工作方式虽然辛苦,但也让他积累了宝贵的经验,并逐渐形成了自己的一套工作方法。

随着时间的推移,齐杰意识到仅凭个人力量难以应对日益增长的业务需求,于是开始着手组建团队。“现在我们的团队进行精准分工,设计师负责设计,项目经理负责施工管理,我则专注于客户服务。”齐杰说,从最初接零散的家装客户订单,到现在每月能稳定接8单至10单家装业务,每年还会有几个大型的工装项目,每月营收总额稳定在10万元左右。

对于齐杰而言,客户的信任是最大的财富。一位客户最初找到他只是一次简单的老房改造,虽然活很小,但齐杰团队仍然保持专业的态度和服务质量,赢得了客户的信任,这位客户后来购房后仍找齐杰装修。“客户当时带我们一同到新房量房后,便将钥匙放心地交给我们。后续装修过程中,客户都没有到过现场,给予我们极大的信任。”齐杰说。

正是基于这样的理念,齐杰始终坚持以客户需求为导向,注重每一个项目的个性化定制。无论是高端住宅还是普通家庭,他都力求将空间利用到极致,为客户打造既实用又美观的生活环境。“我的目标是希望通过我们的服务和设计,让每一位客户的家都能成为他们心中的梦想家园。”齐杰说。

探寻经济活力
潍面孔

消费知识宣传进社区



3月13日,奎文区北海路街道胡西社区联合相关单位开展“3·15消费知识宣传进社区”活动。工作人员现场讲解真假商品的辨别方法,发放《消费维权知识手册》等宣传材料,筑牢消费暖心防线。

本报记者 王来臣 通讯员 孙正良