

導彈驅逐艦編隊黃海實訓9晝夜

檢驗實際使用武器和應急處置能力



近日，北部戰區海軍某驅逐艦支隊導彈驅逐艦編隊高強度海上練兵，連訓9晝夜，火力全開。圖為該實戰化訓練現場。視頻截圖

香港文匯報訊 當地時間4日，在印度電信部對外發布的公告中，中國電信企業未獲批准參與與印度電信業務營運商開展5G通信實驗。據中國駐印度大使館微信公號5日消息，中國駐印度使館發言人王小劍參贊就中國電信企業未獲印度政府批准參與5G通信實驗答記者問。

發言人表示，中方注意到有關公告，對中國電信企業未獲批准參與與印度電信業務營運商開展5G通信實驗表示關切和遺憾。中國相關企業在印經營多年，提供了大量就業崗位，為印通訊基礎設施建設作出了貢獻。將中國電信企業排除在合作之外的做法既損害了中國企業的正常權益，也阻礙了印營商環境改善，不利於其相關產業創新發展。中方希望印方多做有利於兩國互信與合作的事，為包括中方在內的各國市場主體在印投資經營提供開放、公平、公正、非歧視的投資和營商環境。

駐印使館：望提供公平營商環境 華企未獲批參與印5G實驗



中方指該做法阻礙印營商環境改善。圖為當地一家手機店。資料圖片

軍情

香港文匯報訊（記者海巖 北京報道）近日，北部戰區海軍某驅逐艦支隊的導彈驅逐艦齊齊哈爾艦、唐山艦組成編隊，奔赴黃海某海域展開實戰化訓練。據央視軍事5日發布的報道，主炮射擊、艦潛對抗、導彈攻擊……高強度海上練兵，連訓9晝夜，火力全開，檢驗艦艇編隊實際使用武器和應急處置能力。有分析認為，實戰訓練有利於提高解放軍維護國家主權、安全、發展利益的能力。

這次連續9晝夜的海上攻防訓練，面對突如其來的空中、水面和水下「敵情」，編隊各艦快速反應，隨時保持高度戒備，多個課目快速轉變，檢驗和提升艦艇體系的戰鬥力。

進行多課目實訓

央視軍事的報道畫面顯示，此次由導彈驅逐艦齊齊哈爾艦、唐山艦組成的訓練編隊，正在展開大時長、高強度、多課目實戰化訓練。驅逐艦在黃海航行，突發戰鬥警報，接到命令後，身著海軍訓練服的官兵們迅速奔赴戰位，進入戰鬥狀態。齊齊哈爾艦率先發現並鎖定目標，並通過數據鏈系統將信息發送至唐山艦主炮，而後迅速調整瞄準目標後射擊。

報道畫面還顯示，海面威脅剛剛解除，不明空中目標隨即來襲。各艦立即施放煙幕對空防禦，武器系統迅速轉入作戰狀態，隨後模擬發射導彈，成功攔截來襲目標。

此外，在連續多日的訓練中，編隊還進行了主炮供給、防空反導、編隊運動等實戰化訓練課目。

近期海軍密集練兵，東部戰區海軍某驅逐艦支隊淄博艦、廈門艦等多艘艦艇組成編隊，奔赴東海某海域開展多課目實戰化訓練。

今年以來海軍密集練兵，4月中上旬解放軍三大戰區海軍分別出動進行實戰化訓練。在南部戰區，武漢艦、衡陽艦，多海域實彈射擊訓練，各艦主炮精準射擊摧毀「敵」艦；在北部戰

區，可可西里湖艦聯合多艘艦艇，實施航行橫向補給訓練；在東部戰區，海軍某導彈艇大隊多艘導彈艇開展實戰化射擊訓練。

海軍：演訓將常態化

5月2日，海軍新聞發言人高秀成海軍大校介紹，日前，中國海軍組織山東艦編隊在南海相關海域進行訓練。高秀成稱，這是根據年度工作計劃組織的例行性訓練，完全正當合法，有利於提高維護國家主權、安全、發展利益的能力，有利於維護地區和平穩定，希望外界客觀理性看待。

今後，中國海軍仍將按計劃常態組織類似演訓活動。

神州大地

各地景區應戰 文創雪糕比拚

這個「五一」假期，遊客拿着和景區造型相同的創意雪糕在景區前拍照「打卡」，成了中國旅遊新時尚。中國多地景區也紛紛推出了各具特色的高顏值文創冰品，在網絡上發起熱搜話題「全國景區創意雪糕大賞」，上演了一場「全國文創雪糕大戰」。

●綜合新華社及央視網



浙江杭州 化蝶雪糕 中新社



廣東廣州 廣州塔雪糕 網上圖片



山東濟南 趵突泉雪糕 中新社



四川三星堆 「青銅面具」雪糕 網上圖片



5月1日，來自廣州的遊客手拿黃鶴樓網紅雪糕在黃鶴樓前留影。 中通社



遼寧瀋陽 瀋陽故宮雪糕 中新社



湖南岳陽 岳陽樓雪糕 網上圖片



甘肅敦煌 莫高窟雪糕 網上圖片



江西南昌 滕王閣雪糕 中新社

「五一」小長假期間，位於四川省廣漢市的三星堆博物館再度成為熱門打卡地，假期首日便迎來1.5萬餘名遊客參觀。當日，一款由三星堆文創館推出的文創食品——「青銅面具」雪糕也火出了圈。「青銅面具」雪糕以三星堆祭祀坑出土的兩款青銅面具為原型打造，目前推出了「青銅味」（抹茶）和「出土味」（巧克力）兩種口味。5月1日，1,200多支「試水」的雪糕，在一個上午就銷售一空。據三星堆文創館的設計師介紹，未來還會陸續推出「青銅大立人」、「青銅鳥頭」等多款造型的雪糕，還將增加青檸、草莓等不同口味。造型獨特又極具新意，「青銅面具」雪糕一經推出即登上微博熱搜，網友紛紛表示「坐不住了」。不少網友稱，為了吃到這款可愛的雪糕，一定要去打卡三星堆。

文物古蹟造型 雪糕棒附「籤文」

在湖南岳陽，岳陽樓和江豚造型的雪糕深受遊客喜愛；四川推出熊貓造型雪糕「引爆」網絡；湖北拿出了「黃鶴樓景區雪糕」「越王勾踐劍雪糕」「編鐘巧克力」等一系列具有當地特色、好看又好吃的創意甜品；江西「亮出了滕王閣造型雪糕，雪糕保留了「明三暗七」的建築特徵，雪糕棒上還附有名句「籤文」；甘肅莫高窟推出草莓口味的「九層樓」造型雪糕，雪糕棒還可當作書籤使用……

「萬萬沒想到，吃一口雪糕，蘊藏着千萬年的文化！」網民「劉老師的語文課堂」發微博說。

這些造型獨特又極具新意的創意雪糕一經推

出便登上微博熱搜，網友紛紛表示「坐不住了」。不少網友稱，為了吃到這些可愛的雪糕，一定要去景區「打卡」。

近年來，隨著「文創熱」的興起，文物和古蹟開始煥發「青春活力」，各大景區的各種奇思妙想讓一些文創產品「爆款」頻出，獨特新穎的「開盒」形式、可愛呆萌的形象設計，讓許多館藏文物以更加鮮活的形象走進了公眾視野。

博館跨界文創「考古盲盒」熱賣

「文創產品這股消費新潮流，既滿足了時尚追求，又凸顯了文化內涵，和當年輕人的消費喜好不謀而合。當前，不少中國博物館跨界擦出文創的火花，彰顯出文創行業強勁而蓬勃的生命力。」武漢大學社會學教授周運清說。除了「好吃」的文創產品，還有「好玩」又「實用」的文創產品。湖南省博物館推出的馬王堆漢墓主題造型書籤在這個「五一」假期受到遊客的喜愛；此前，故宮推出的「彩妝」和「膠帶」曾一度成為網紅產品；河南博物院等國內多家博物館推出的「考古盲盒」也在各大網購平台上熱賣。不少買家表示，考古盲盒讓他們「體驗了一把考古學家挖掘文物的樂趣」。

「新潮、獨特又有情懷的創意文創產品收穫了大量新生代消費群體，這首先是一種文化自信的體現。」周運清說，各地推出的「文創雪糕」讓文化知識能夠在日常生活中落地生根，更加「接地氣」，也是傳統文化的創造性轉化。