

# 8 医药食品 Medicine And Food

## 四川兴文“苗医药”成投资“新宠”成功揽金 24.8 亿元

■ 李晓东

1月23日，中国苗医药之乡·四川兴文县医药产业推介会在成都举行。此次推介会吸引了来自北京、上海、广东、辽宁、贵州、重庆、湖北等地的70余家企业代表参加，现场共签约7个项目，其中产学研项目3个，投资项目4个，投资总额达24.8亿元。

兴文县位于四川盆地南缘、川滇黔渝结合部，是四川最大的苗族聚居县。兴文县中苗医药发展潜力巨大，野生药材种类多、面积广。据了解，兴文县中(苗)药材种植历史悠久，宜种面广，目前已查明340余种，规模种植杜仲、川木瓜、银杏、天麻、红豆杉、太子参、黄芩等药材2万余亩。

此次推介会由四川省投资促进局、宜宾市投资促进和外事侨务局、兴文县委、兴文县政府主办。在此次推介会上，中国民族医药协会与兴文县人民政府签订了《四川省苗医药产业发展合作协议》，四川省中医药管理局与兴文县人民政府签订了《关于支持促进兴文县中(苗)医药发展备忘录》，成都地奥制药集团有限公司、西南民族大学药学院、四川省中西医结合医院与兴文县人民政府签订了《关于中药与民族药联合开发的框架协议》。

此外，会上还签订了投资额15亿元的《青山岩生态旅游区项目投资合作框架协议》，投资额5亿元的《红豆杉种植加工及综合开发项目合作协议》，投资额2亿元的《兴



●兴文县医药产业推介会

文县百草园中苗药材种植加工项目合作协议》，投资额2.8亿元的《中(苗)药种植加工康养旅游项目协议》。

“兴文县把中(苗)医药作为发展生物医药主推点，打造中国苗医药之乡。”兴文县委书记张健说，在原有品种基础上，还将重点培育重楼、蒲公英等兴文产道地中(苗)药材，正在通过大企业带动，建立与现代农业观光旅游相结合的大型中(苗)医药种植基地。而生物医药(医疗器械)是兴文苗族工业园区主导产业，兴文县打造核心区1平方公里的生

物医药(医疗器械)产业园，已入驻四川制药制剂等多家企业。

目前，兴文县正立足得天独厚的旅游资源、富氧富硒的生态环境、医药产业的良好前景，大力发展大健康、大旅游产业，建立规模化药材种植基地，建设生物医药产业园，积极推进苗医药研究及成果转化。

与此同时，兴文县还将旅游、健康、文化等产业融合发展，建设健康运动之城、健康美食之城、健康旅游之城，编撰苗家美食《百膳集》，深入开发山地乌骨鸡、生态方竹笋、富硒

猕猴桃等国家地理标志产品。在梵王山、仙峰苗王谷等景区建设百草园大健康苗药种植基地，石海景区建设“兴文县苗医药博物馆”“兴文县苗医药体验馆”。

张健说，兴文县将大力发展以“药”为特色的苗医药产业，计划发展中(苗)药材6万亩，打造2-3个3000亩以上的药材种植示范园，建设红豆杉、紫杉醇等提取物提炼加工厂，发展重楼等中(苗)药饮片生产、苗医药康养康疗等产业，创建“国家中(苗)医药产业示范县”。



●伍田系列产品深受青睐

### 新津人选择家门口的品牌“过年”

本报讯(王辉 记者 沙洲)成都市工商业联合会(总商会)十二届一次常委会议暨新津县招商投资推介会，于2018年1月19日在新津县张大公馆召开。新津县零售商会积极参与并组织了得益食品、伍田食品、毛哥食品、中粮集团、白象食品、余波酒业、胖大姐、东东食品、蜂花牧人蜂蜜等部分新津名优特产生企业进行现场展示展销。

展示展销会除吸引了应邀和闻讯而来的经销商，还吸引了新津县广大群众，家门熟悉和美味的名优特产让他们信赖。伍田食品公司工作人员告诉记者，伍田展示的以牦牛肉制品为主的休闲、调味等系列产品深受广大经销商、消费者青睐，新津人说这是他们20年耳熟能详的品牌，春节到来买回去过年和送礼用。

### 京东南在四川开启无界营销

新零售时代，电商企业加快与品牌商跨界合作。1月27日，京东南西南年货品牌盛典在成都举行。借今年年货节契机，京东无界营销联盟在西南正式落地，联盟成员涵盖33个著名品牌，首次尝试跨界合作的无界营销。

其间，京东联动百大品牌商和百名网红造势，并在成都各大地标和车站“包”下广告，与出行软件开展异业福利，共同为年货节打Call。

### 品牌商和零售商深度融合共建无界营销联盟

今年以来，京东正式推出无界营销解决方案。京东南西南营销中心总监涂名鼎介绍，无界营销是京东基于大数据时代的到来、人工智能的发展、零售业态的革命，提出的一个面向未来的，以用户为中心、以智能大数据为基础的营销理论，它通过开放式的无界营销，实现用户、媒体、品牌多方的共赢。

当天，百事可乐、怡宝、康师傅、川红、自由点、唯怡、好人家七大品牌和京东现场达成合作，京东超市西南区域采购总监兰添说，2018年京东超市将继续加强与这七大品牌的深度融合与合作，实现赋能与共赢。

“营销趋势正在发生变化，随着边界消弭，消费者认知和交易场景越发融合，品牌方和零售商深度营销绑定，媒体和零售商互为彼此。”涂名鼎说，2018年，京东南西南将继续推进无界营销联盟的建立，联合更多异业伙伴、品牌商一起联动，通过营销赋能，让零售链条上的每个环节都可以分享和创造价值。

### 春节也送货，京东物流节日期间照常配送

据了解，2018京东年货节以“买年货上京东狗年惠更旺”为主题，于1月22日正式登场，一直持续到2月22日。

和往常一样，今年过年京东物流继续实施“春节也送货”服务。京东以全年无休的“全勤战备”状态，为消费者过年网购保驾护航，春节期间可照常下单，物流配送也如平日一样。此外，京东全国客服中心也将24小时正常运营。不仅如此，今年春节期间，京准达、京尊达、大件极速达等个性化物流服务也将保持正常运营。

另外，京东物流还将专门推出有京东配送服务支持的第三方商家“不打烊”专场，会场内所有店铺和单品在春节假期将照常为消费者提供发货和配送服务，满足假期内更多消费者的购物需求。

为保障春节期间消费者正常收货，京东物流给一线的配送员们提供了各种激励措施，包括春节期间返岗的员工可享受额外补贴、过年加倍发工资、子女团聚有补贴等。(曾小清)

### 中国电子健康医疗大数据项目落户成都

1月27日，成都市人民政府与中国电子信息产业集团健康医疗大数据项目签约仪式在蓉举行。省委常委、市委书记范锐平，市委副书记、市长罗强，中国电子信息产业集团有限公司董事长、党组书记芮晓武出席仪式。

中电数据是中国电子旗下专注于健康医疗大数据整合、管理和应用服务的平台公司。根据协议，中电数据将在蓉打造健康医疗大数据项目，引入并本土化运营国际先进的人工智能解决方案、应用和技术，围绕大数据及人工智能技术、医疗服务、健康管理、产业投资等领域积极引进相关企业，构建健康医疗大数据产业生态体系。

成都市是国家健康医疗大数据中心及产业园建设试点工程第二批入围城市。项目实施将促进和规范健康医疗大数据融合共享、创新应用，释放大数据驱动创新发展，提高治理能力、创新公共服务潜能，提升人民群众健康获得感，助力成都建设全面体现新发展理念国家中心城市和现代化新天府。

在签约仪式上，双流区与中国电数据签订了《中电健康云科技有限公司项目投资协议书》。(钟文 张家华)

## 张裕醉诗仙新年首场畅饮派对“嗨翻”成都

■ 本报记者 何沙洲

一场潮趴，你一定会脑补出电音霓虹、打碟热舞的声色犬马。但如果只有扎啤和烈酒，是不是感觉太过于刚烈？

如果以葡萄酒来贯穿这场潮趴呢？加上葡萄酒盲品主题桌游，有曾任挪威国王的侍酒师加盟，更有百年品牌张裕的底蕴加持，会不会更精彩呢？

2018年1月25日，全球第四、中国葡萄酒龙头张裕旗下醉诗仙品牌新年第一场派对就选择成都，现场有来自四川各行各业的意见领袖、葡萄酒资深爱好者一同联袂打造了一场不一样的葡萄酒主题活动。

### 葡萄酒作家，和一款专为盲品定制的桌游

曾经担任过挪威国王侍酒师的葡萄酒作家齐绍仁通过微电影的形式讲述了自己与张裕醉诗仙奇妙邂逅的故事。

在分享葡萄酒知识前，齐绍仁却开始向大家介绍旁边一张醉诗仙桌游台，他葫芦里卖的什么药？

“我所传授的内容，就是你们参加醉诗仙盲品桌游的内容，闯过3关的玩友，都将分享3箱醉诗仙的大礼。接下来你们知道如何做了吗？认真听课！”齐绍仁狡黠地笑了。

齐绍仁通过醉诗仙的5款产品，分别是三款干红葡萄酒、一款桃红葡萄酒和一款干白葡萄酒，为大家讲解了酿酒葡萄赤霞珠、美



●醉诗仙品牌新年第一场派对

乐、蛇龙珠的差异，和大家分享不同的酿酒葡萄品种香气有什么区别，入口又有什么不同感受，进一步又为大家讲解了新疆天山北麓的风土和人情。

原来，如此美妙的5款醉诗仙葡萄酒，背后竟然藏着如此多神奇的故事。原来我们每个人的味蕾，都会有不同的感受和爱好。

当然，仔细听齐绍仁老师讲课的来宾们，最终肯定能过三关，获大奖。又能学习知识，又能收获大奖，看这上台领奖的小伙伴们，是乐得合不拢嘴了。

### 还有惊喜！醉诗仙桃红冬日恋歌的DIY配方

打开一瓶葡萄酒，喝不完怎么办？还有惊喜DIY配方哟，一分钟解决这个难题。

在葡萄酒大咖齐绍仁的带领下，现场来宾首次体验了以桃红葡萄酒作为基酒调配的鸡尾酒，张裕醉诗仙桃红50ml，甜果汁20ml，荔枝蜜糖或红石榴风味蜜糖，适量新鲜水果切片装饰，增加色彩和风味，最后加上薄荷叶点缀。一杯充满红色水果气息的醉诗仙鸡尾酒就完成了。是不是很简单？

来宾们发现，醉诗仙带来的愉悦在于它打破了鸡尾酒调配固有的形式，所有的配料和色彩都可以根据自己的喜好随意添加，这也非常符合醉诗仙营造的“随时随地、想喝就



●一场不一样的葡萄酒主题活动

喝”的理念，抛开一切束缚，贴近更真实的自己。

据悉，张裕醉诗仙的葡萄酒原料来自新疆天山北麓葡萄园，该产区有着砾石土壤，充足的光照及来自天山雪水的灌溉等自然条件，使得醉诗仙葡萄酒果香丰富，口感清新。并以综合分数排名第一的成绩成为“110款中外百元葡萄酒盲品大师赛”冠军；且受到多位国际大师的赞誉，称赞它是“一款非常可爱的酒，而且价格很有竞争力”。

不追求高调奢华，只追求低调简洁，尊重自己的选择，用一种自由随意的方式享受生活。个性十足的张裕醉诗仙，新鲜易饮，想喝就喝，演绎的就是年轻人的随性生活。

## “绿色大米”是这样炼成的 安徽庐江：从“一粒稻”到“一张牌”

■ 赵德斌

近年来，安徽庐江县以“调结构、转方式、促增收”为发展目标，将农业发展转向“绿”字号农产品，大力发展绿色水稻种植，使全县水稻不仅“种得好”，而且“卖得香”、“叫得响”，有效提升了稻米质量、效益和竞争力，促进了农业增效、农民增收。

### “种得好”：改变种植模式

从看“田间地头”到看“市场端头”，作为“国家现代农业示范区农业改革与建设试点县”，庐江县顺应消费升级，由满足“肚皮”温饱到对接“舌尖上”的需求，发展绿色稻米产业，“大粮仓”正变为“绿粮仓”。

庐江县通过合作式利益联接模式，以订单形式，引导农民种植无公害、绿色、有机稻米，并在销售终端广泛征求意见，顾客喜欢吃什么品种，就种什么品种，实行优质优价政策，这样既增加了农民收入，又保证了原粮质量。

在此基础上，庐江县充分发挥农业合作社和龙头企业的带动作用，大力发展绿色和有机水稻，严格规范生产技术操作规程，有的还采取稻田养鸭、稻田养蟹的生态种植方式，生产出的绿色和有机大米品质优良、营养丰富。

为保证庐江大米品质，庐江县还重点建立了绿色水稻生产标准体系、投入品管理体系、环境监测体系、产品检测体系 and 产品质量追溯体系等五大标准体系。一块块“新田”为

大米品牌增色奠定基础，让庐江大米香气漫溢。

庐江县郭河镇三畝村的大米“不二价”。“别的地方大米2块多一斤，我这里卖到10元一斤，还供不应求。”该村种粮大户陈由纪说，除了庐江大米的名气外，他们坚持绿色种植，“市场上不缺大路货，缺的是中高端的绿色大米”。

截至目前，庐江县已建成29个水稻绿色高产高效创建技术攻关区、23个核心示范区，以及17个稻田生态种养技术核心示范区项目，核心区面积4.23万亩，技术辐射总面积达121.2万亩，约占全县水稻种植面积的82%以上。

### “卖得香”：拓宽销售渠道

有了绿色大米，怎样卖个好价钱？“接二连三”向市场要发展。几年来，庐江县涌现出了珍新米业、新明粮油等一批现代化大米企业。这些企业工艺设备先进，采用机械化流程，生产过程清洁卫生，加工出的大米晶莹洁白、粒型整齐。

在珍新米业包装车间，笔者看到，国内先进的色选机、抛光机、真空包装机等正在紧张运行，收储的稻谷经加工后，进入刨光、精选和分级包装生产线，然后一袋袋小包装的大米排着整齐的队伍，从现代化的生产线上“走”下来。

“经这些程序处理后，稻谷变成大米，1公斤价格超过5元；而精选的优质大米，每公斤可卖到20元。”该公司总经理熊言新告诉笔者，“现在，我们生产的大米通过了绿色食

品标准认证，在市场上一直供不应求，销路得很呢。”

据了解，去年珍新米业加工大米6万吨，实现销售收入2亿元，带动3000户农民，人均增收2600元。珍新米业的绿色大米不仅畅销到全国各省市自治区，还出口到东北亚一些国家，深受消费者欢迎，更成为农民增收的“定盘星”。

笔者在新明粮油遇到了浙江省杭州市粮油批发市场的经销商刘德根。他乐呵呵地说，这么多年以来，新明粮油始终坚守“绿色”，卖“健康米”，从而赢得广大市民的青睐，“庐江大米让人放心，我们投放市场从来都没愁卖过。”

庐江县农委总工程师强光超说，“过去农民卖原粮和粗加工的产品收入增长不明显，现在精深加工产品的比例逐渐加大。我们要继续通过庐江大米走出去，做强‘粮头食尾’‘农头工尾’产业链，叫响庐江绿色大米的这张名片。”

### “叫得响”：放大品牌效应

长期以来，由于企业品牌“小散乱”，产业形不成集聚效应，存在有好粮卖不上好价钱的现象。为此，庐江县确立了“强化庐江大米品牌建设，通过庐江大米销售牵动全县其他特色农产品销售，进而实现优质优价”的基本思路。

“牌子叫响，黄金万两”。为将生态、资源优势转化为效益强势，庐江大米在品牌创立和品牌维护过程中，不断强化优质稻米基地建设和产业化龙头企业建设，重塑大米优质

品牌，最大限度挖掘庐江大米的市场开发和价值利用。

庐江县农业部门对大米生产企业进行重点培育，指导企业完善质量、计量、标准化管理体系，争创名牌产品。同时鼓励企业加大投入，引进先进加工设备和先进工艺，充分发挥有效的带动、规范和协调作用，提升稻米科技含量。

庐江县还引导全县中小稻米加工企业整合升级，做大企业规模，提升产品档次，打造新的品牌，形成了生产、加工、销售产业化发展格局，进一步擦亮放大“村夫”、“万乐”等金字品牌效应，有效保护了庐江大米的品牌和声誉。

此外，庐江县还借助博览会、农企对接、年货大集等平台，将庐江大米引入高端市场，并在省内外一些大中城市建起了旗舰店、连锁店，一些主流超市、大型电商网站都可以看到庐江大米的身影，使绿色大米的知名度越来越高。

近年来，庐江大米尝到了农业供给侧结构性改革的甜头，释放出品牌价值的集聚效应，全县中高端产品量价齐增，“不愁卖也不够卖”，一大批叫得响、信得过、价值高的农业品牌，真正促进农民增收，让群众看到了绿色大米的巨大商机。

如今，庐江大米实现了经济、生态和社会的“多赢”，已成为庐江一张“顶呱呱”的新“名片”。强光超表示，今后该县将进一步更加注重绿色优质农产品供给，向新时代绿色现代化“粮仓”迈进，为乡村振兴蓄积强大的动能。