国内统一刊号:CN51—0098 邮发代号:61—85 中国企业家网:www.zgceo.cn 电子版:http//epaper.ceccen.com 官方微博:http://weibo.com/jrwbd http://weibo.com/qyjrb

热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com

企业家日报微信公众平台二维码 中国企业家网二维码

做中国企业的思想者
企業家日報
ENTREPRENEURS' DAILY
中国品牌
Chinese brand weekly 周刊
东裕·汉中仙毫协办

责编:袁红兵 版式:黄健 地址:四川省成都市一环路西三段 33 号附 1 号
今日 4 版 第 120 期 总第 9791 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 全年定价:450 元 零售价:2.00 元
2020 年 6 月 14 日 星期日 庚子年 闰四月二十三

●广元市民营经济工作领导小组办公室主任向亚洲

企业家日报中国品牌广元行之一

让广元优势特色农产品品牌亮起来

——广元特色农产品品牌数量位居四川省前列

编者按:6 月 4 日到 5 日,由四川省广元市民营经济工作领导小组办公室向亚洲主任牵头,在广元市质量品牌协会,广元市广告协会,广元市女企业家商会,广元市青年企业家协会的大力支持下,本报“企业家日报中国品牌广元行”圆满完成第一阶段的采访。这里选取了五个企业和企业家在品牌建设中的典型案例,供读者参考。

■ 本报记者 **赵敏** 四川广元报道

广元市地处四川北部，全市森林覆盖率 56.18%,好山、好水、好空气为优质特色农产品发展提供了得天独厚的自然环境和资源优势。广元还是四川发展无公害农产品、绿色食品和有机食品的优势区域，是国家循环经济产业积聚区和中国食品产业发展重点园区。

广元市早在十多年前就已打造出了具有明显地域特色和绿色生态品质的苍溪红心猕猴桃、苍溪雪梨、朝天核桃、青川黑木耳、米仓山牌富硒富锌绿茶、广元油橄榄、剑门关豆腐等“广元七绝”产品。之所以称为“广元七绝”,绝在其生长环境特殊,产品品质独特,绿色底蕴深厚。

近年来,广元市农业以“绿色兴农、质量兴农、品牌强农”为目标,以农业供给侧结构性改革为主线,以“广元七绝”区域农业公用品牌为统领,农业品牌建设得到迅速发展,有效加快了农业现代化步伐。从有“身份”到有“身价”,广元农产品品牌化发展已成燎原之势。

品牌数量位居全省前列

2004 年 3 月 17 日,原国家质检总局批准对“苍溪猕猴桃”实施原产地域产品保护。如今，苍溪猕猴桃红阳品种成为全球第三代猕猴桃首选换代品种。

2008 年 10 月 31 日，原国家质检总局批准对“苍溪雪梨”实施地理标志产品保护。

朝天核桃是“广元七绝”之一,自获地理标志产品扩大产地保护范围后，成为全市发展现代农业、带动农民持续稳定增收的民生大产业。朝天被确定为全国“核桃建设示范基地县”……

近年来，该市以实施乡村振兴战略为指导,以高质量发展为核心,以增加优质农产品供给为目标,立足独特资源,着力培育具有差异化竞争优势的农产品品牌,构建特色鲜明、互为补充的农业品牌体系。

“十三五”期间,在“绿色兴农、质量兴农、品牌强农”战略指引下,全市通过创建“广元造”农产品品牌和农产品区域公用品牌来激活品牌农业密码,农产品品牌建设有了长足进步。

创新培育“广元七绝”区域农业公用品牌，并被命名为四川省首批 “十大区域农业公用品牌”。

培育“米仓山茶叶”“青川黑木耳”“剑门关土鸡”“壹颗红心猕猴桃”“嘉恒牌·两湖有机鱼”“严大姐·曾家山蔬菜”“湖畔庄园·橄榄油”“川葵·山葵”“利州香菇”“白龙湖·茶”等 13 个四川省优质农产品品牌，数量位居全省 21 个市州前列。

“苍溪红心猕猴桃”“青川黑木耳”“昭化王家贡米”成功入选《中国农业品牌目录 2019 农产品区域公用品牌》。

“剑门关土鸡”获四川农业博览会最受欢迎农产品称号,“蜀行侠剑门关豆腐”“翊瑞青川黑木耳”获最受欢迎“四川扶贫”产品称号，“广元七绝”获最受欢迎区域公用品牌称号。

广元市还打造了现代农业园区 100 个、特色产业基地 480 万亩，按照有机食品标准生产的基地面积 185 万亩，累计认证有机食品生产基地 34 万亩,建成全国农产品质量安全市、中国名茶之乡、中国核桃之乡、中国红心猕猴桃第一县。

发展规模龙头企业促品牌。市政府授牌了首批“广元七绝”领军龙头企业,因领军龙头企业的快速成长,“广元七绝” 产品迅速从市内走向市外,销售市场不断扩大。米仓山茶成功进入国内知名商场,远销美国、日本,成为国务院机关事务管理局特供茶之一；旺苍县 10 万亩茶园通过绿色食品原料基地认定，1200 亩茶园获得有机茶产地认定和产品认证。苍溪红心猕猴桃已在 61 个国家和地区申请登记,产品进入了北京、上海等国内大型超市，鲜果远销欧盟等 10 多个国家和地区。苍溪雪梨多次获得国优水果、国优农产品、中国名优特产等多项殊荣。

培育国家级农业产业化龙头企业 3 家、省级 30 家、市级 102 家,发展农业专合社 3859 家、家庭农场 466 家,建成农产品加工园区 10 个,开发猕猴桃、茶叶、黑木耳、核桃等 13 大类 80 小类上千种产品,“三品一标”农产品达 449 个,创建中国驰名商标 8 个、四川著名商标 16 个、四川名牌 25 个。

品牌力量市场绽放光彩

加大优势产品营销做品牌。成立了“广元七绝”产销协会,申请了“广元七绝”商标注册和知识产权保护,印制了防伪标贴,加大了品牌保护力度。比选了“广元七绝”总代理商,使“广元七绝”从文化理念、品牌概念正式进入产品营销、市场运作,建成“广元七绝”专卖总店和“广元七绝”精品“苴国里”一条街。

市场似海,品牌似船,政府的作用就是造好船、掌好舵、护好航、扬好帆。各届市委、市政府领导多次参加市优势特色农产品推介活动,宣传优势农特产品,有效提升了广元市农产品知名度。

广元市加大农业品牌宣传力度,利用国内外各种大型农业综合展会、产销对接会平台，借助人民日报、新华社、农民日报等各种媒体平台及在市外广元特色农产品专营店平台，线上线下齐动,打好品牌宣传组合拳。

品牌的力量,让越来越多的“广元造”农特产品在广阔市场绽放光彩。

2018 年以来,该市累计组织 406 家企业参加香港国际茶业展览会、中国国际农产品交易会、四川省农业博览会、广元食品饮料及农产品推介会等国内外大中型展会 36 次,现场销售农产品 6460 万元。30 余家参展企业分别与北京、上海、新疆、银川、兰州、重庆、杭州、成都等地代理商签约,主要销售“广元七绝”区域农业公用品牌中的米仓山富硒富锌茶叶、苍溪红心猕猴桃、剑门关土鸡、高山露地蔬菜等优质农产品，销售金额 47700 万元,履约率达 81%……

广元企业还在北京、上海、深圳、成都、重庆、西安、呼和浩特、汉中、丽水、台州、湖州等地,开设梁公子专营店、女皇贡米专营店、岳东席氏食品代销店、米仓山茶专卖店、剑门关土鸡馆以及浙广东西对口协作剑阁、昭化特产直营店等广元农特产品专营店 52 家……

品牌培育示范引领,带动激活特色农业产业发展,既满足市场需求,又带动农村繁荣、农民富裕。广元市成为四川省首个农产品质量安全监管示范市,是四川省第二个国家农产品质量安全创建市,并在全国率先启动了全国有机产品认证示范市创建,全市品牌农业发展已迈入崭新阶段。

开发山区特色资源
成就大众健康人生
企业家日报中国品牌广元行

让“川珍”品牌成为金字招牌

——四川省青川县川珍实业有限公司的品牌发展战略

创品牌难,维护好品牌更难。多年来,四川省青川县川珍实业有限公司在国内和国外都有了较高的知名度,“川珍”品牌成为了金字招牌。

川珍实业有限公司从成立之初,就按照“公司+基地+农户”的产业化运行机制,与全县 1.2 万农户签订山珍 “种植合同”，发展黑木耳、香菇、竹荪种植基地 2.23 万亩,落实种源生产的供给,每年向老百姓提供各类菌种 100 多万袋,带动全县近 5000 户种植户，户均增收 1.5 万元,年加工各类食用菌 2600 吨,位居全省同行排名第一，国内市场占有率达 30%,2019 年实现销售产值 5.18 亿元。产品现已出口到美国、加拿大、英国、荷兰、欧洲及拉美等 8 个国家。

为了保护“川珍”品牌,公司紧紧围绕食用菌产业,加强驰名商标的管理使用,成效显著。

落实关键举措,狠抓品牌建设

公司采取多种措施加强驰名商标管理和品牌保护。加强与科研院校合作,不断创新技术,完善技术服务网络,坚持良种良法,提升产品品质;坚持抓产业链建设,推进组织化生产;按照品牌和市场要求开展订单生产制度;加强包装物管理,打造“川珍”品牌形象。明确了申请使用商标的要求和程序、在包装设计上必须具备的元素、印制包装物的程序,在包装制作上按照六个一的规定,进行规范:一是统一品牌“川珍”;二是统一对外宣传口径和广告词;三是统一商标和标识使用；四是统一包装样式;五是统一生产时间;六是统一贴标标识管理。做好维权打假工作,对盗用和仿造川珍商标者进行了及时查处，切实保护了川珍品牌,使川珍商标得到了有效地保护。加强电子商务的管理,公司电商部与京东签订了战略合作协议,共同维品牌形象。

发挥品牌影响力,带动产业脱贫

公司把“川珍”品牌和“”青川黑木耳”地理标志证明商标培育和保护作为引领特色产业发展的重要抓手,坚持“培育一个地标,打响一个品牌,带动一个产业,富裕一方百姓”的发展思路,培育了苍溪红心猕猴桃地理标志证明商标,带动全县近 5000 户种植户,户均增收 1.5 万元，初步形成了 “产品—地标—品牌—产业—脱贫”的黄金链条,形成富裕百姓的“聚宝盆”和农业发展和农民增收的支柱产业。近几年来,老百姓种植食用菌产业的积极性得到很大的提高，对贫困种植农户在全同类产品中，公司高于其他地方的收购价格 2 至 4 元。这更加说明了“川珍”品牌的青川黑木耳产品以独特的品质迎得良好的市场声誉,归根到底人们信任的产品质量,相信的是品牌。

通过持续不断地实施品牌战略,企业效益显著提高。公司将进一步巩固现有成果,加大山珍产品精深加工,加大市场开拓力度,做大做强，为企业又好又快发展打下坚实基础,为服务于全县食用菌产业再创辉煌,作出贡献。

野生羊肚菌
Chuanzhen wild toadstool

金牌
高山细木耳
青川
CHUAN ZHEN

品牌战略让企业在市场竞争中立于不败之地

——苍溪县猕猴桃食品有限责任公司品牌建设纪实

苍溪县猕猴桃食品有限责任公司是专业从事苍溪红心猕猴桃、苍溪雪梨产业化经营的农业产业化国家重点龙头企业。

公司生产的“梁公子”牌猕猴桃果汁产品是四川省人民政府授予的“四川名牌”产品,公司的“梁公子”商标是“四川省著名商标”;公司先后被评为“广元高新技术企业”、“广元七绝领军龙头企业”、“四川省 AAA 级质量企业”、“四川省农业产业化重点龙头企业”。2019 年 12 月,公司被农业农村部等国家八部委联合认定为 “农业产业化国家重点龙头企业”。2020 年 2 月,公司参与研发的“地方特色水果深加工”项目获得四川省人民政府“科学技术进步三等奖”。

苍溪县猕猴桃食品有限责任公司主要是生产“梁公子”、“闺猕”品牌猕猴桃、雪梨果肉饮料为主的农产品加工企业。近年来,公司以提高综合竞争力为目标,实施“以质量求生存,以诚信赢顾客,以创新谋发展,以品牌占市场”的方针,取得了一定的成效。

1、打造品牌,创新观念

该公司一直高度重视品牌发展战略，在创立自己的产品品牌参与市场竞争的同时，不断提高公司产品品牌的市场知名度和品牌影响力,在激烈的市场竞争中占有一席之地。公司通过主动做好市场调研,摸清自身优势,熟悉竞争对手情况,做好市场定位,以最优的产品、最好的售后服务占领市场，不断提高企业品牌的知名度和市场影响力。

2、以质量为核心,以诚信为基础

狠抓产品质量,提高品牌美誉度,公司始终根植于产品质量这块基石之上,品牌源自于优质的产品支撑,而客户最初对品牌的认知就是从产品质量中得到的,所以,必须在质量管理上下工夫。近年来,公司不断完善质量体系建设,内设质量检验机构,配备专业人员和产品检测设备,并拥有先进的质检手段。从车间到公司,从原材料进厂、生产工序到成品出厂各个环节进行全过程监控,把质量责任分解到每一个环节之中,实行质量中间控制分析,在关键工序上设立质量控制点,质检人员严把质量控制点,确保生产过程中产品质量始终处于可控状态,保证了产品质量稳步提高。

公司对每个客户建立客户档案,经常性进行客户满意度调查和记录,认真听取客户对公司产品的意见和建议,及时反馈到相关部门进行改进，每年定期发放客户满意度调查表,进满意度测评,努力与客户建立起一种连续性交往关系,提高客户的满意度和诚信度,以保持和吸引更多的客户。近年来,公司未发生过因产品质量出现的任何纠纷,满意度测评结果均超过年初制定的质量目标,赢得了较好的市场信誉,受到广大消费者及市场的一致好评。

3、加大宣传力度,创造社会效益。

充分利用电视台、网络等各类媒体,以专题报道、专题片等形式宣传公司品牌,每年积极参加农产品行业交流会和展销会,扩大在公众中的知名度。目前公司“梁公子”牌注册商标是“四川省著名商标”,“梁公子”牌猕猴桃果汁产品分别于 2014 年 4 月、2017 年 12 月被四川省人民政府命名的 “四川省名牌产品”。近年来,通过公司上下的努力,无论在科研开发还是在企业管理创新中都取得了优异成绩，在科研开发的猕猴桃果醋产品、猕猴桃原浆产品、猕猴桃果肉产品均处于国内领先地位，填补了国内该种产品的空白，并已经成功申报为国家发明专利,研发的“猕宝康”猕猴桃种籽油胶囊项目被列为四川省重点技术创新项目。2019 年公司参与研发的“地方特色水果深加工及品质提升集成示范” 项目获得四川省人民政府颁发省科技进步三等奖。这些荣誉的取得进一步增强了企业创名牌的意识和积极性，争取将更多的优势发挥出来。公司加强制度管理,规范日常工作,全面提高了公司科学管理水平。品牌就是效益,有了品牌,市场就有了销路,自然给企业带来了经济效益,也就促进地方经济的发展。

●农业农村部部长韩长赋对闺猕果肉产品高度评价

●广元市委书记王菲品尝闺猕果肉产品

十年扶贫助力乡村振兴

——记“中国青年五四奖章”获得者、“四川省三八红旗手标兵”赵海伶

2020 年 4 月 28 日,赵海伶被授予“中国青年五四奖章”,获得了当代青年的至高荣誉。

记者 6 月 11 日从四川省妇联获悉,四川省妇女联合会、四川省人力资源和社会保障厅决定,授予赵海伶等 10 人四川省三八红旗手标兵。

2009 年赵海伶作为一名返乡大学生,从四川外国语学院毕业后回到刚经历完地震的家乡青川开始了创业。她在地震棚里联合了一批志同道合的年轻人，用一根网线驾起了外界与地震灾区在桥梁，立志要把藏在深山里最好的山货带到城市里，让城里的人吃到放心的绿色食材，为大山打开一扇们虽然困难重重,没有网络,没有快递,但她坚信在这样一个青山绿水的地方，最好的出路就是把地域资源转化,靠山吃山,靠水吃水。通过青年人力量,一点点的改变家乡。

赵海伶和她的团队思考如何让农户生产的产品更加规范有价值,提升产品附加值,提升品牌信任度，所以他们建立了自己规范标准的厂房,十万级净化车间车间,紫外线灭菌流水线。24 小时摄像头监控,基地与农户的产品送到工厂,筛选包装,检测后规范的流通到市场，当时 24 岁赵海伶面对 4000 多平米的工厂拔地而起时,内心是恐惧的,恐惧没有人才,资金,市场,能力,管理不好就全军覆没。她暗自鼓励自己,年轻就是资本,就算失败了,我们也有从新开始的机会。

11 年时间海伶山珍从一家网店不断提升转型成为一家省级龙头企业,公司围绕山区优势特色资源,依托于线上,线下共同发展的模式。围绕自建基地+龙头企业农户+贫困户+专合组织的产业化标准发展模式。积极创新产品提升附加值,紧密与高校研发团队合作。

从最创业开始与 200 多个老百姓合作产品,十一年后海伶山珍与 4000 多户农户合作销售产品，合作社示范基地 2 年里提供 10000 多个工给留守妇女老人。建卡贫困户 500 多人。

抗击疫情以后互联网销售农产品是大趋势,互联网对复工复产,产业发展是重要举措,直播带货成为了推广农产品,助力脱贫攻坚的重要方式之一,赵海伶团队联合淘宝头部主播带货,900 万粉丝的安娜带货昭化箭竹笋,李湘带货羊肚菌等,让农产品销售与时俱进。

2010 年 9 月,公司从 7000 名网商中脱颖而出,获得“2010 全球十佳网商。同时 2009 被评选为汶川新生榜样。2013,2014 评选为农村致富带头人。2015 年被汪洋副总理在人民大会堂接见。2015 年全国三八红旗手。2015 年全国三农人物。2017 年四川省脱贫攻坚风险奖。2017 年获得十佳农民,再次被汪洋常委点赞,汪洋常委在大会上说到,刚刚发言的海伶山珍,我确实买过你的山珍,很开心你现在发展得好,努力成为全国的标杆。2019 年参加国庆 70 周年阅兵活动，乘坐乡村振兴 21 号彩车驶过天安门,接受习主席的检阅。

“作为返乡创业青年，我们有激情有担当,更有属于我们这个时代新农人的梦想,未来希望在乡村振兴、农业产业化方面,探索出新的方向。”赵海伶说。

品质铸就品牌

——广元市广告协会会长王文华谈品牌建设

四川省广元市广告协会会长、四川百战文化传播有限公司董事长王文华认为，要建设一个成功的品牌,必须经过三个阶段：

第一做规划。一个好的品牌规划,等于完成了一半品牌建设;一个坏的品牌规划,可以毁掉一个事业。做规划时要根据品牌的十大要素提出很明确的目标，然后制定实现目标的措施。对于一个已经发展很多年的企业,还要先对这个企业的品牌进行诊断，找出品牌建设中的问题,总结出优势和缺陷。这是品牌建设的前期阶段,也是品牌建设的第一步；

第二是全面建设品牌阶段。这个阶段很重要。其中最重要的一点,就是确立品牌的价值观。确立什么样的价值观,决定企业能够走多远。有相当多的企业根本没有明确、清晰而又积极的品牌价值观取向;更有一些企业,在品牌价值观取向上急功近利、唯利是图,抛弃企业对人类的关怀和对社会的责任。

第三个阶段是形成品牌影响力的时期。企业要根据市场和企业自身发展的变化,对品牌进行不断地自我维护和提升，使之达到一个新的高度,从而产生品牌影响力。直到能够进行品牌授权,真正形成一种资产。这三个阶段,都不是靠投机和侥幸获得的,也不能够一蹴而就。

青芝葛
QINGZHIGE
青野葛业

野哥
葛根茶
GEGEN CHA

综上所述,“品牌” 是一种无形资产;“品牌”就是知名度,有了知名度就具有凝聚力与扩散力,就成为发展的动力。企业品牌企业是城市经济的细胞，企业品牌是带动城市经济的动力。而企业品牌的建设,首先要以诚信为先,没有诚信的企业,“品牌”就无从谈起。其次,企业品牌的建设,要以诚信为基础,产品质量和产品特色为核心，才能培育消费者的信誉认知度，企业的产品才有市场占有率和经济效益。品牌建设包括了品牌定位、品牌规划、品牌形象、品牌扩张等等。

附:“野哥牌”葛根茶

四川葛生生物科技有限公司，成立于 2020 年 4 月，其前身为四川青川青芝葛葛根茶厂。于 2019 年 8 月与四川百战文化传播有限公司共同出资并成立“四川葛生生物科技有限公司”,其主打品牌为"野哥牌"野生葛根茶。公司本着“客户至上,质量为本”的原则，建立健全了严苛的质量标准体系和自检标准,产品采用现代科技制成,科学完好地保留了葛根中珍贵的有效成分葛根素、葛根黄酮 ,且更能便于人体吸收。

“女性创业导师”的创业之路

——记广元市鑫穗尔农林开发有限公司董事长张娅

张娅,四川省苍溪县人,不到 22 岁就开始自主创业,先后开过酒楼,建筑公司,商贸公司等。在商海中摸爬滚打二十年。

2014 年在成都创办了四川弘典建设工程咨询有限公司,2015 年 11 月担任四川省招标与投标协会副会长。2016 年 8 月成立广元市娅航影视文化传媒有限公司，担任公司董事长。2017 年 1 月与广元市广播电视台签订 FM104.8 广元市交通旅游广播的战略合作协议，成为 FM104.8 广元市交通旅游广播在广元市唯一的广告运营代理商。娅航传媒成立以来承办了 2017、2018、2019、三届的“广元市少儿春晚”，通过春晚赞助了 4 名特困学生，同时也向社会发出呼吁，邀请广大社会人士关心关爱残障儿童。每年的 6 月 22 号是中国儿童慈善活动日,为发扬乐善好施传统美德,张娅都要以爱心志愿者的身份走进社会（儿童)福利院,看望慰问这里的孩子们,融入他们的生活,为他们送去关爱。公司还对因先天性疾病,致使髋关节脱位,肌肉未发育,成为残疾小孩的川浩小朋友发起援助。张娅通过娅航传媒呼吁社会各界人士，借助更多的社会力量与社会资源，给残疾孩子在医疗上和生活上给予一定的帮助。

她始终把社会责任放在第一位。2016 年当选为广元市女企业家协会副会长。2017 年被广元市妇女联合会评为广元市 2016 年度“三八红旗手”。2018 年加入广元市广告协会任副会长,2018 年任广元市女子商会常务副会长,2019 年被四川省省妇联授予“天府创女导师”。2018 年,2019 年连续两年被中国企业家俱乐部、企业家日报社联合授予“2018 最具魅力女性奖”“2019 社会责任企业家奖”。

●广元市鑫穗尔农林开发有限公司董事长张娅

张娅的创业之路没有停止,她于 2103 年 11 月 25 日成立了广元市鑫穗尔农林开发有限公司,着力打造的科技型乡村振兴项目。公司成立以来，先后从大专院校及台湾聘请一批专家、学者,从全国各地聘请了一批知名的蔬菜种植专家和技术人员,不断研发、实验新品种,培训、培养、提高员工的蔬菜种植技术水平和管理水平，造就了一支具有蔬菜种植专业技术团队和营销团队。

始终坚持“以人为本,科技创新,绿色环保,诚信、惠民”的企业宗旨,取得了较好的社会效益和经济效益。

凤鸣谷智慧康养旅游+七彩田园经济综合体,现规划初设方案已确定,项目总投资约 7.9 亿元,结构模式为“农村集体经济组织+公司+国企”进行混改,发挥各自的平台优势,结合广元市城市发展趋势以及未来旅游发展定位,项目融合传统农耕、田园休闲、生态体验等功能；覆盖项目区公共健康产品和服务需求,结合广元市“女性文化”独特元素,发展针对女性群体的美容抗体、健康指导、健康维护等特色养生服务；凭借良好的生态、人文资源，打造针对中高收入老年人和亚健康群体养生、旅游、度假胜地,提供近郊便捷、生态、舒适的休闲养生场所。采用非屋装配式建筑形式统一经营,对土地进行分区,种植不同时节的特色农业产品，达到四季彩色，四季不断,四季有吸引的终极目标。

作为一位女性企业家,深知女性在工作和家庭中的不易,因此在凤鸣谷项目中,她积极打造光彩巾帼创业园，开展现代女性文化交流会和瑜伽养生,道教女性文化教育沙龙,以突出广元女性文化和现代女性文化的解读，建设女性文化公园,刻画从古到今,具有文化展示和女性教育的女性素材，让更多的人了解女性文化的发展史，让所有女性都能自信，乐观,怀有梦想。

●张娅以爱心志愿者的身份走进儿童福利院