

香菇发展“百村示范万户共富”工程
大食物观的淄川实践

立夏过后,气温逐渐升高,此时也到了拱棚蘑菇管理的关键时期。根据气温适时调控棚内温度、湿度,成了村民程传正每天的“必修课”。

程传正是山东省淄博市淄川区岭子镇李里村村民,也是一位新农人,2022年投资6000多元,建起了3个香菇生产大拱棚。“看现在这个长势,估计第一茬能出三五百斤干菇,现在每斤售价在40元左右,收入还是很可观的。”程传正介绍说。

“百万”工程目标清晰

长期以来,淄川区对农业产业结构和区域布局重塑格外重视,不断拓展大食物观实践路径,村民程传正就是当地实施的香菇产业“百村示范万户共富”工程的参与者和受益者。

“香菇产业不与粮争地、不与地争肥、不与农争时,是资源节约循环生态高效农业。这一产业,正符合我们区丘陵山地多、耕地少的现状。”淄川区农业农村局局长王利民说。经过充分调研,他们发现,香菇消费量持续增长,市场广阔;为此,2022年5月,淄川区印发了《关于实施香菇发展“百村示范万户共富”工程加快探索创新山区库区乡村产业振兴淄川路径的实施意见》,决定组织实施香菇发展“百万”工程,重塑产业布局,探索乡村产业振兴新路径。

王利民特别介绍,“百万”工程的推出,还有一个重要影响因素,那就是当地香菇产业经过长期发展,不少地方已形成成熟稳定的发展模式,有的企业产品已经占据国际国内重要市场份额,龙头带动成效明显。

“百万”工程设定了清晰的目标:总投资3亿元,用2年左右时间,重点在山区库区100个村率先引领发展,高标准建设1000个智能香菇种植大棚,实现香菇产业新增产值4亿元以上,带动村集体年增收2000万元以上,带动直接参与农民年均增收5万元以上,引领1万户农民实现就地就近就业,支持香菇产业做大做强,力争2年内达到20亿元产值规模。

先期试点羊肚菌种植

为保证工程目标顺利达成,淄川区成立了以区委书记和区长为组长的领导小组及工作专班,充分发挥政府在发展规划布局、产业组织、资源整合等方面的作用,凝聚“政企”各方力量,集中土地供给、融资及运营监管等方面优势资源,统筹推进“百万”工程的组织实施。

岭子镇是该工程参与镇之一。该镇党委书记赵晓介绍,根据区里的统一部署,岭子镇因地制宜,于2022年7月底,先行在基础较好的北石村开展羊肚菌种植试点。

上马新项目,启动资金很关键。为解决资金和利益分配难题,他们在北石村推出了一系列配套措施。首先是村里借助财政衔接资金入股,解决缺资金难题;其次是占用土地涉及的农户以土地承包经营权入股项目,亩年保底分红600元;再是吸纳村股份经济合作社股东入股,首批80名股东入股,每人可入1股,每股600元,年保底分红10%,真正实现资源变资产、资金变股金、农民变股东。

具体生产服务,由北石村与隆森惠合作社联合,统一对种植户提供菌种、种植技术,并保底价回收产品。

“目前北石村项目进展顺利,2023年该村集体经济可实现纯收益30万元以上。”赵晓说,“今后,我们还将在黄家峪村、张家村、李里村等村发展羊肚菌种植。明年计划在黄家峪村建设香菇种植基地1处,建设香菇大棚50个,并在现有30余个羊肚菌大棚的基础上继续发展羊肚菌、草菇大棚,建成黄家峪食用菌种植基地。”

在天河镇,该区利用天河水库生态补偿资金,集中建设了天河现代高效农业产业园、北方香菇小镇,加快香菇种植、精深加工、功能食品发展,充分发挥山东七河生物科技股份有限公司等龙头企业在管理、技术、品牌方面的优势,着力探索形成香菇产业带动突破乡村产业振兴模式。

(闫盛霆 王星)

赣茶集团入围“2023大众喜爱的中国茶企品牌”

5月10日,2023中国茶品牌建设论坛在上海顺利召开。此次论坛邀请众多行业专家、知名企业家等业界精英共聚一堂,以“茶品牌建设与跨界融合发展”,“践行‘三茶’统筹,助力乡村振兴”为主题,交流互鉴,共同探索中国茶品牌建设道路,助力茶产业高质量发展。

此次论坛发布了“2023大众喜爱的中国茶企品牌”,赣茶集团以其过硬品质与优良口碑成功入围。

赣茶集团是由江西省重点打造和支持的茶产业领军企业,是一家集生态种植、精深加工、品牌营销、国际贸易、科技研发、茶旅文创于一体的集团公司。

茶产业是提升农业竞争力的重要产业,也是发展特色经济的重要支柱产业,长期以来,政府对茶叶产业给予了高度的重视。赣茶集团作为江西省级龙头茶叶企业,以绿色化、规模化、标准化、数字化为发展方向,着力打



造茶产业航母,构建百亿级江西茶产业集群,推动江西茶产业高质量跨越式发展,发挥茶产业在乡村振兴中的引擎作用。

在“三茶”统筹战略的指引下,赣茶集团

为打造江西茶产业的产业集群,赣茶集团积极与科研院所开展产学研合作。与中国科学院庐山植物园签订战略合作协议,共建庐山云雾示范基地,共同研发高品质庐山云雾茶,探寻现代庐山云雾茶产业新发展之路。庐山云雾茶也在此次论坛上荣获“2023大众喜爱的中国茶品牌”称号。

跨界融合是赣茶集团寻求跨越式增长和突破创新的重要路径。近年来,赣茶集团持续在文化茶、文旅茶、文创茶、现代茶饮、茶制品等茶产业链上进行重点拓展,以文化带动旅游,以旅游带动茶产业发展,推动茶瓷融合、茶医融合、茶健融合等新业态,打造特色茶旅小镇,推进茶产业融合。

未来,赣茶集团将继续在渠道建设、品牌建设、数字化运营方面重点发力,推动江西茶产业高质量可持续发展,真正让“江西茶、香天下”。

(马俊贤)

“三香封藏”“陈雅清香”点燃青铜故里 劲牌品质匠造再迎高光时刻

酒至微醺,小得盈满,都是恰到好处的状态。小满这个充满哲学智慧的节气,总能向人们展示中国式的美学浪漫。而在劲牌公司,一场历史与未来的对话正应时而生。

5月21日,劲牌公司清香年代品牌发布暨小满封藏活动在青铜故里湖北大冶如期举行,近千位来自全国各地的合作伙伴、意见领袖齐聚一堂,见证这场规模空前的封藏盛会。

显然,这不仅仅是一场封藏仪式,更是劲牌公司初心再回归、匠心再淬炼、经典再传承的一面丰碑。

迈过70载,劲牌仍在创造属于未来的更多精彩。

在这场小满封藏,看见劲牌品质与文化的创新表达

这是一场稀有的文化盛宴。《菜根谭》道:“花看半开,酒饮微醉,此中大有佳趣。”小满美酒初见熟,在这个雨水丰沛、静待丰收的时节里,以“天赐佳酿,小满封藏”为主题的劲牌小满封藏活动隆重举行,既集中展现了劲牌70载的匠心传承,也实现了中国白酒文化的创新表达。

“小得盈满,莺飞草茂生意昂。佳酿既成,城西北宝地封三香。”《小满封藏赋》声声入耳。伴随着激昂的曲调,劲牌工匠们将清、浓、酱三香共九坛的百斤坛封藏酒抬入会场,敬天时、尊传承,出酒、鉴酒、封酒圆满礼成,令现场观礼者在庄严的仪式感中深切感知中国白酒丰富的文化底蕴。

劲牌公司总裁王楠波指出:“劲牌小满封藏活动和其他酒企的封坛相比具备更鲜明的特色,一是品类齐全,集清、浓、酱三香;二是健康内涵,劲牌封藏酒可以根据用户需求提供具有健康功能的草本浓缩精华进行二次调味;三是封藏形式丰富,适用于人生大事、人生乐事、人生喜事多个场景,是人生最美好时刻的见证。”

此外,在2019年中国酒业协会逐步完善了对真实年份认证体系的构建后,劲牌率先通过了审核认证,获得了001号年份认证证书,成为第一家通过官方与权威机构双重认证的企业。这也成为了清香年代敢于说出“真年份”的底气。在本次活动中,中国酒业协会副秘书长杜小威、方圆标志认证集团代表陈文彬与劲牌公司副总裁李晖共同发表并签署《真年份宣言》,代表三方将通力协作,推动真



年份酒的认证与发展。

一代代劲牌匠人薪火相传,共同造就了劲牌的技艺沿革,也为封藏酒奠定了品质基础。酒业泰斗高景炎在品鉴后对53度劲牌清香封藏酒给予了高度评价:“无色透明,清香纯正,陈香优雅,粮香舒适,自然协调,甘润爽净,醇厚丰满,余味悠长,风格突出。”

劲牌70载品质匠造,在今天无疑迎来了全新的注脚。从1953年一家小小酒厂到如今的大型健康产品企业,70年风雨兼程、砥砺前行的峥嵘岁月在这一刻引发了全场的共鸣,于活动中重磅亮相的70周年限定款产品更将这份赓续初心的情绪推向高潮。

1995年酿造的28年真年份老酒,限量发售70瓶,劲牌公司总裁王楠波还为收藏“70周年限定款纪念酒”的代表颁发专属酒契,感谢消费者与合作伙伴的一路同行。

毫无疑问,劲牌70载,对技艺的传承,对匠心的坚守,对历史的致敬,对迈入新征程的献礼,都浓缩在这场小满封藏之中。正如中国食品工业协会党委书记、副会长兼秘书长马勇所言:“一直以来,劲牌公司在坚守传统酿造技艺的基础上不断追求技术革新,在产品质量和感官风格上创造了与其他酒企完全不同的市场活力,为促进白酒产业发展和满足人民美好生活需求做出了积极贡献。”

千人共襄盛举,劲牌封藏酒何以备受青睐?

封藏,不仅仅是一坛美酒,也是一段时光,更是劲牌的一片匠心。为带来更丰富、更沉浸的封藏体验,本届小满封藏活动更是诚意满满,为每位坛主都提供了极具仪式感的封藏体验,金锣迎宾、落锁封签、影像留念……每一位选择劲牌的坛主,得到的不仅是一坛美酒,更是对生活美满的期许。

此外,针对封藏酒的售后保障,在劲牌健康产业园的陶坛酒库,每位坛主都拥有专属藏酒阁,藏酒阁内恒温恒湿富氧,24小时专人守护,360°全方位监控,充分保障产品安全无忧。

在高规格的品质和储藏基础上,劲牌公司为封藏酒打造了专属“357”服务权益,用心回馈每一位支持劲牌的酒友。从完善的保障与服务体系就能看出劲牌公司对封藏酒品质保障、满足个性化需求、权益保障、售后服务等方面不懈追求与创新精神。从一坛封藏酒的精心酿造储藏,到为消费者打造丰富体验感的小满封藏,劲牌公司凭借70年历史积淀,以优质三香封藏酒满足消费者的多元需求,更展现了长期主义与品质主义的品牌底色。

也正因此,劲牌三香封藏酒受到大量爱好者追捧,更有不少从省外赶来的消费者踊跃参与封藏,现场金锣声声不绝、鼓声阵阵不息。更出众的品质、更实惠的回馈,也让劲牌封藏酒广受好评。

70年底蕴支撑,首创陈雅清香,“清香年代”重磅首发

上世纪八十年代,清香型白酒市场占有率曾高达75%以上,其清香纯正、自然爽净的口感与北方饮酒习惯天然契合,至今也仍然拥有着深厚的消费基础。中国酒史学家、酒史文化巨著《中国酒史》作者王赛时指出:“清香型白酒酿造距今已有600多年历史,其口感简单清新,适宜于更广泛的消费群体。未来,清香型白酒将呈现个性化、健康化的发展趋势。”

在经历了多年的恢复性发展之后,清香型白酒终于在当前又迎来发展的高光时刻。实际上,自1953年起,劲牌70年的发展历程就与清香型白酒的酿造息息相关,如今,属于劲牌的清香故事又有了全新的载体。

5月21日下午,以“天赐草本,陈雅清香”为主题的清香年代品牌发布会正式召开,承载劲牌健康基因和70年的清香造诣的战略品牌“清香年代”迎来首发,清香年代年份酒、光瓶酒等系列产品也同步亮相,覆盖多种价格带和消费场景。

劲牌新营销事业部总经理朱江华介绍:“劲牌的清香情怀由来已久,产区有渊源,酿造有历史,工艺有特点,储能有保障,酒体有

内涵,劲牌始终致力于创新草本科技、创造健康生活。”

针对清香年代品牌,劲牌公司围绕“原料、工艺、健康赋能”搭建起独有的“三四五”品质价值体系,酒体采用三好原料、四清工艺、五味草本酿造而成。其中,酿造所用的1650年古地泉水经权威检测认证,锶含量达0.32毫克/升;选用的红穗糯高粱支链淀粉含量达95%,单宁含量达1.5%;采用的绿衣红心曲具备多达400余种微生物,从原料端就为品质打牢了基础。

“草本”是品牌健康基因和产品健康属性的鲜明表达,“陈雅”则彰显了品牌鲜明的风味特征与独特的产品定位。这在当前的清香型白酒品类中当属首创,正是劲牌对健康的不懈追求与70年清香酿造底蕴共同造就了差异化的清香新标杆。

由高景炎、马勇、杜小威、沈正祥、张煜行、赵书民、王凤仙组成的专家团在5月20日对清香年代系列产品进行了观色、闻香、品鉴、回味后,从口感和品质上高度肯定了清香年代的产品品质。其中,53度清香年代·18年得到了专家团“微黄透明,清香馥郁,陈香幽雅,粮香舒适,丰满绵柔,诸味协调,回甜细腻,酒体醇厚,余味悠长,风格独特”的权威鉴定评语。权威的品质背书也映射出清香年代对品质的极致打磨和劲牌70年的品质自信。当前,白酒行业已进入了品质消费阶段,消费结构显著升级,而趋势变化的本质逻辑是人民对美好生活的追求,清香年代的诞生恰逢其时。

中国酒类流通协会会长王新国认为:“清香是中国主流香型,历史悠久,适应性强,且具备国际品味,在未来的发展中将极具优势。”

中国酒业协会副秘书长杜小威也表示:“清香酒具有悠久的历史,深厚的文化底蕴,具备很好的消费基础,也符合当代年轻人的饮用习惯,市场空间还很广阔。希望劲牌继续关注市场、聚焦市场、创新产品,做好产品品质与价值表达,迎接清香辉煌时代的到来。”

一张张仍然鲜亮的历史印记,一段段催人奋斗的故事,一首首充满年代感的经典老歌,再现了70年波澜壮阔的劲牌发展史,其中最动人的还是劲牌人持续发扬的拼搏精神。不忘初心,方得始终,站在70年的新起点上,这份从未改变的初心将支撑劲牌公司奔向全新的未来。

(劲宣)

节约用水
从我做起

公益广告

