

王老吉荔小吉 为品牌产品矩阵 带来新生血液

去年,18款“荔小吉”系列产品亮相首届冬季荔枝产业大会,打响广东荔枝深加工品牌的“第一枪”,打破了传统荔枝消费的季节制约,改变了消费者对荔枝的固有印象,凭借着每一口都是新鲜的美味改变了受到了广大消费者的欢迎。在广东荔枝深加工产业龙头品牌品牌荔小吉的带动下,越来越多的企业看到了荔枝深加工产品市场的潜力,纷纷投入其中,共同为消费者带来越来越多美味的荔枝产品。

值得一提的是,荔小吉上市首年已覆盖超 50 万家网点,把来自广东的荔枝味成功送到大江南北。在龙头企业与龙头品牌的带动下,已有越来越多的企业投入到荔枝精深加工产业中来。荔枝精深加工产品荔小吉系列饮料开创性地推出“打造冬天可以吃的荔枝”,百万荔农从中得到了实惠,进一步擦亮了广东荔枝的产业品牌。

为进一步带动区域经济发展,形成造血式产业链条,广药集团已经在茂名市建成了全国最大荔枝饮料生产基地——广药王老吉广东荔枝(茂名)产业园,该基地是全国最大荔枝饮料生产基地,拥有全国目前唯一能加工荔枝清汁的生产线,填补了国内荔枝加工技术的空白。此外,作为产业龙头品牌,荔小吉不断以立体化的方式助力打好荔枝产业“文化牌”,于去年启动虚拟空间荔枝星球、发布荔枝 NFT 数字藏品。与此同时,王老吉还启动“荔枝数字博物馆”,为消费者带来全新的文化呈现与消费模式,以生动化的形式进一步科普广东荔枝文化,以数字化赋能产业向高附加值、高质量、高水平对外开放发展。

(朱萍)

喀喇沁旗： 发展特色产业田间 “葱”满希望

乡村振兴靠产业,产业发展需特色。近年来,赤峰市喀喇沁旗南台子乡大力发展圆葱种植业,带动村民增收致富。眼下,种植户们已经将圆葱苗移栽到大田中,正忙着拔草、治虫,为丰收打下良好基础。

北山根村是南台子乡圆葱主产区,也是圆葱育苗大棚所在地。每年1月末或是2月初,育苗户们就会将圆葱籽撒到棚内,5月初就可以将长好的葱苗售出,除了卖往附近的南台子村、川心店村外,还会卖往松山区、宁城县等地。

发展圆葱特色种植不仅让种植户的钱袋子鼓了起来,也为附近村民就近务工增加收入提供了机会,因为圆葱种植在育苗、移栽、除草、管理等各个环节都需要大量的人力劳作。

近年来,南台子乡圆葱产业已形成规模优势,从种子、化肥、育苗、田间管理到运输、仓储、配送,已初步形成产业链。目前,全乡已有 300 余户农户从事圆葱产业,除销往全国各地外,还销往韩国、日本、印度等国家。

据了解,今后,喀喇沁旗将继续在打造特色品牌、推进标准化生产、提高现代化程度上不断发力,持续巩固壮大圆葱种植产业辐射力和带动力,打造区域圆葱集散、出口重要特色基地,促进农民增收致富。(冯雯雯 王中文)

生日祝福

旦逢良辰,顺颂时宜,喜逢

今日李爽女士生辰之际,在此

送上祝福,愿其岁月平安,万事

顺遂,心想事成。

贵州酸汤：小产业作出大文章

冯昭

原汁原味,酸爽开胃,这就是贵州酸汤。因生活于崇山峻岭中,贵州在古代缺少食盐,聪明的苗族、布依族先民在酿酒过程中,发现酿酸了的酒是最好的补盐食材,“三天不食酸,走路打蹓蹓”,可见酸汤的重要。于是,善酿的贵州先民,在酿造美酒的同时,钻研了酸汤的技艺,让“一杯酒、一碗汤”成为贵州名扬四海的招牌,也是贵州人的乡愁味道。

独特黔味成就新时尚

酸汤在全国各地都有,但贵州酸汤却独具一格。酸汤鱼制作技艺入围国家级非遗保护名录,凯里红酸汤被评为国家地理标志产品,酸汤火锅底料入选全国三大特色火锅底料。一系列荣誉,让贵州酸汤风靡饮食文化圈,成为黔味新时尚。

贵州酸汤取以辣椒、西红柿为食材,天然发酵而成,具有开胃、健脾、增强食欲和降脂减肥的功效。以酸汤鱼为代表的酸汤火锅作为独具民族特色的食品,正被餐饮行业和消费者所关注和喜爱,让更多人认识了酸汤的独特风味和营养价值。《舌尖上的中国》将“贵州酸汤鱼”鲜活呈现给广大观众,使之成为外地游客到贵州非品尝不可的美食。

2023 年 4 月,广东卫视从农场到餐桌栏目组到贵州“寻味生态食材,开启健康美味”,带领贵州酸汤走出了大山,带向全国。

青龙管业：匠心铸造夯实品牌生命力

何玲

2022 年 12 月 17 日,黄河水头“爬坡”39 米,通过 13.9 公里的压力输水管道,从黄沙古渡泵站向灌区缓缓流淌。参建银川都市圈中线供水工程,这只是宁夏青龙管业集团股份有限公司服务上百项国家级、省市级重点工程中的一项。

2023 年 6 月 3 日,中国混凝土与水泥制品协会发布年度各产业十强企业名单,青龙管业荣获“2023 年全国预应力钢筒混凝土管十强企业”称号。这已经是青龙管业连续八年荣获中国 PCCP 行业评比第一名。

在“做好做精”上下功夫,青龙管业成为推动行业发展的品牌力量。

“输节水领域全生命周期 专业服务商”品牌价值日益显现

“国家技术创新示范企业”、“2022 中国建材企业 200 强”、2022 中国品牌价值评价榜单、2023 世界品牌莫干山大会建筑材料类企

▶▶▶ [上接 P1]

吉林白山：以“企业 + 品牌”打造乡村名品

众合农业 种植沙棘促增收

位于白山市江源区荣斌村的众合农业科技发展有限公司,依托沙棘种植与深加工,采取“公司+合作社+农户”的经营模式,促进村集体经济发展壮大,带领农民致富增收。

沙棘是一种古老树种,根、茎、叶、花、果、籽均可入药。特别是果实,含有丰富的营养物质和生物活性物质,享有“维生素 C 之王”的美誉。

沙棘抗寒、耐旱、耐贫瘠,通过多年的种植实验,荣斌村选中沙棘作为“一村一品”特色产业,以成立沙棘种植合作社、流转土地等方式大力发展沙棘产业。他们与大石棚子村、车站村、遥村林合作,共同投资建立沙棘加工



做大“生态 + ”文章

酸汤上接辣椒、西红柿等“酸”系生态食材种植,下接酸汤餐饮、酸汤美食,已成为贵州饮食重要产业。目前,贵州省酸汤产品生产企业有 100 余家,分布在黔东南、安顺、遵义、黔南、铜仁、毕节和贵阳等地,年产量超 5 万吨,带动产值超 30 亿元。

3 月 16 日,贵州省委书记徐麟在酸汤企业调研时强调,酸汤是贵州的特色,也是优势食品产业,市场前景好,发展潜力大,有关地方和部门要加大支持力度,积极为企业排忧解难,推动酸汤食品产业做大做强。4 月 7 日,贵州省酸汤产业发展座谈会会议要求,全面贯彻党的二十大精神,深刻领会把“土特产”琢磨透的重要指示精神,认真落实围绕“四新”主攻“四化”工作部署,抢抓工信部等十一部



●参与建设的鄂北水资源配置工程

业品牌价值第 25 名、全国水利建设市场信用等级 AAA、全国百佳质量诚信标杆企业、全国管材制造行业质量领先品牌……荣誉标注着青龙管业探索品牌强企的每一步。

南京证券 2022 年研报认为,作为输节水领域全生命周期专业服务商,青龙管业是国内制管行业中产品品种和规格最齐全的管道制造企业之一,也是陕、甘、宁、青、蒙地区产销规模最大的供排水管道制造企业,公司围绕研发创新、生产、流通、消费全过程,规范化、标准化、精细化的生产运营模式,为夯实品牌价值奠定了坚实基础。

目前的制管行业在需求稳步增长的同时,也已呈现出产品市场化程度高、产品同质化竞争激烈、产能饱和等行业特点,推动全行业企

业品牌管理体系建设,迫在眉睫。

南阳市南水北调办公室负责人在接受采访时,表示,青龙管业在产品设计、制造、施工、安装等方面的核心技术、人才及生产资源优势,大大提升了该项目管网系统运行安全性和水资源利用效率。

在国家水网的建设进程中,青龙管业参建的南水北调中线工程、鄂北水资源配置工程、宁夏扶贫扬黄灌溉工程、银川都市圈西线供水工程、山西大水网工程、陕甘宁盐环定调水工程、引大入秦工程、北京奥运排水工程及大兴机场等国家重点工程,在综合考评产品质量、安全生产、供货进度和技术服务等方面,都受到了各项目业主的嘉奖肯定,建成后的项目发挥了显著的经济、社会、生态等综合效益。

探索 PCCP 行业 高质量发展之路

品牌的底色,是青龙管业四十多年秉承“质量为本、精益求精的”质量理念,持续进行新工艺、新技术、新材料、新产品创新,探索

不断完善现代企业管理制度,通过股改、注资、兼并等形式壮大企业实力,推进南山婆食品加工有限公司、麻江县明洋食品有限公司等企业加快上市,借助资本市场、金融市场实现转型升级。

新业态破圈出局

近年来,立足产业优势,锚定“酸汤+”新业态领域,围绕把“贵州酸汤”品牌形象进一步树起来,把市场化发展的路子进一步铺起来,把龙头企业进一步强起来,把产业协作配套短板进一步补起来“四个进步”思路,贵州把小、散、弱的酸汤餐饮体系和规模小、知名度低、包装形象差的工业产品体系进行统一,打造贵州酸汤品牌,强化餐饮、商品市场统一的形象和认知。

通过产品工艺提升和微生物群落解析,完善酸汤标准体系,实现标准化规范化发展。整合全产业链经营,引入预制菜产业发展等模式,把贵州酸汤打造成为中国酸味美食文化代表。

据不完全统计,全国各地以贵州酸汤预制化产品为原料的酸汤鱼、酸汤牛肉、酸辣烫、酸菜蹄蹄、酸汤粉、酸汤面、酸汤饭、酸汤海鲜等门店有 3 万余户。经过多年发展,贵州酸汤不仅仅是黔菜风味,也逐渐成了中国菜的重要组成部分,在多个菜系生根发芽,引领打造“贵州酸汤,美味健康,世界共享”生态美食新潮流,加速破圈出局。

PCCP 行业高质量发展方向的企业责任。

青龙管业党总支书记陈家兴表示,“中国《质量强国建设纲要》中‘品牌’一词就出现了 38 次。不断适应水利行业建设新需求,服务国家水网建设,提高产品质量和品牌发展能力,是 PCCP 行业高质量发展方向。做产业报国的良心企业,才能行稳致远。”

早在 1998 年青龙管业就在行业内率先通过 ISO9000 质量管理体系认证,逐步形成以“强化过程监管,坚持全员参与,做好预防控制,持续改善”为特点的预防性质量保障体系。搭建总公司、子公司、车间三级质量管理体系组织体系,总公司向每个子公司派驻质检组,负责工序抽检和产品验收,做到“确保每一根出厂的管材都是合格品”。

虽然管道深埋在地下,青龙管业的品牌影响力在不断上升。

2022 年青龙管业年报显示,公司研发费用比上年增加 51.92%。坚持加大技术创新,组织实施新工艺、新技术、新材料、新产品开发及设备自动化 300 多项,创新成果转化应用率超过 90%。

癸卯年
公益广告

低碳节能 绿色出行

让都市生活多一些绿色,多一些畅通,多一些健康,
因为建设绿色森林城市是我们共同的愿望……