



福建本土荔枝出口季正式开启

6月24日,福建漳州天霖农业发展有限公司首批重19.3吨以及来自漳州华源贸易有限公司的10.8吨“妃子笑”荔枝经厦门海关查验合格后,第一时间奔赴新加坡市场。这标志着今年福建本土荔枝出口季正式开启。

福建地处亚热带,温和湿润的季风气候和肥沃的土壤条件为“妃子笑”“玉荷包”“桂味”等果大核小、肉质厚实的优质荔枝品种提供得天独厚的生长环境。作为当前特色时令水果,福建荔枝凭借其卓越品质深受新加坡、马来西亚等东南亚市场青睐。

“我们已陆续收到来自新加坡、印尼、马来西亚等多个国家和地区的客戶订单,预计全年出口量将达300吨。”漳州天霖农业发展有限公司负责人黄天津介绍,这批荔枝从采摘到入库全程采用冷链保鲜,并严格按照出口标准完成分拣包装,由专业冷链运输车运送至深圳口岸,再通过海运方式出口至新加坡。

据黄天津介绍,在现代化冷链技术的保障下,荔枝保鲜期可长达18天,实现鲜果的远距离运输保鲜。

为保障福建本地荔枝顺利出口,厦门海关在荔枝坐果期提前介入,指导企业加大对荔枝蒂蛀虫等有害生物的防治力度,并通过开展种植基地备案核查、农残检测等,确保出口荔枝符合出口目的地国家地区植物检疫要求和食品安全标准。

“鲜果出口打的就是和时间赛跑的‘保鲜战’。”厦门海关所属漳州海关产品监管一科相关负责人称,该关提供“快查”“快检”“快放”服务,最大程度缩短通关时间,服务“闽味”荔枝顺畅出海。

(张淑美)

全力打造医疗建筑新标杆 上海宝冶建筑装饰公司 浙江省中医院项目 打响抢工攻坚战

近日,浙江省中医院装饰项目全面进入抢工冲刺阶段,宝冶建筑装饰团队以精细化管理为抓手,全速推进工程建设提质增效。

为确保工期节点,项目团队构建全链条管控体系,成立材料保障专班,实现从下单到验收的闭环管理,增派专业劳务班组,采用分段流水与立体交叉作业,建立三级进度管控机制,将总工期分解为可控目标,实行“每日销项例会”与红黄绿三色预警制度,倒排工期至8小时作业单元,并依托智慧工地系统实现资源动态调度。

目前,项目整体进度提升20%,门诊、医技、住院等关键区域装饰完成率达90%,兼具现代化与中医文化特色的装饰效果初步显现。团队在抢工同时严守质量安全底线,致力于打造医疗建筑装饰标杆工程,以宝冶品质助力浙江省中医院构建现代化就医环境。

(林恒通)

[上接 P1]

劲牌还在大冶、阳新等地累计投资11.7亿元,建成原酒生态园。这一举措不仅吸纳当地剩余劳动力就业,更通过“企业+合作社+农户”的运营模式激活山区经济发展动能。与此同时,在“千企帮千村”行动中,劲牌结对帮扶英山县方家咀乡石龙头村,自2013年起陆续援建茶叶加工厂等基础设施,切实破解该村产业发展的资金瓶颈。

大爱不分疆域。自2016年起,劲牌公司以广西罗城仫佬族自治县为扶贫据点,在县城集中安置点周边的东门镇平洛村等地,投入专项扶贫基金打造1200亩红心猕猴桃产业示范园,直接带动1200户贫困户实现脱贫增收,强化当地核桃产业发展,形成“种植+加工”的全产业链帮扶模式。

从湖北到全国更多贫困地区,“十三五”期间劲牌累计投入12.23亿元精准扶贫资金,惠及全国500余万群众。凭借在脱贫攻坚领域的突出贡献,公司荣获“全国脱贫攻坚先进集体”荣誉称号,成为社会力量参与精准扶贫的典型范例。通过劲牌的帮扶,曾经的贫困地区已实现自主“造血”,在乡村全面振兴的路上阔步前行。

劲牌不仅点亮家乡百姓的幸福生活,更秉持“怀仁行善、共生共荣”的初心,围绕捐资助学、扶贫助困、乡村振兴、灾害救助等方面,引导和推动社会慈善事业发展。先后四次荣获国家慈善领域最高奖项“中华慈善奖”。截至2024年底,劲牌历年公益慈善捐资金额达37.21亿元。

诚如植物的寿命由根系活力决定一样,企业的基业取决于社会根基的稳固程度。从内部影响到全行业,从输血到造血,社会友好一直是劲牌的心之所向。

劲牌的“四个友好”是一个相互关联、协同共生的战略体系,社会友好是其他三个友好的价值延伸与责任升华,同时也为其他三个友好提供可持续发展的社会基础。

同时,劲牌通过用户友好创造市场价值、客户友好构建产业生态、员工友好激发内生动力,为社会友好提供持续的资源和动力,形成“价值创造—责任履行—可持续发展”的闭环,最终形成劲牌可持续的生命力密码。

交互显示龙头加速出海 智能工厂每60秒生产一台整机

■ 郭军 曾冀

“品牌全球化是我们最重要的发展战略,目前我们的产品和服务已覆盖140个国家和地区,截至2024年,出海营收近50亿元,同比增长达17%。”广州视源电子股份有限公司党委书记、首席战略资源官段宇近日接受记者采访时说。在当前全球的经济形势下,视源股份海外业务继续保持增长态势。

视源股份是中国液晶显示主控板卡、交互智能平板领域的龙头高科技企业。据了解,全球每3台电视里就有一台使用了视源股份的主控板卡,约40%的交互智能平板来自于视源股份。记者近日随“活力中国调研行”采访团探访其位于广州市黄埔区的交互智能显控产品智能制造基地,感受新质生产力赋能企业加速出海的澎湃动力。

据介绍,该基地是视源股份海外整机业务研产销一体的综合性园区,总投资20亿元,总建筑面积约32万平方米。园区从2023年9月开始陆续投产,今年达到全面量产状态。全面投产后,产值可达50亿元以上。

“中国市场规模庞大,产业体系完备,营商环境日益法治化、国际化,我们对在華发展的前景充满信心。”霍尼韦尔中国总裁余锋近日在出席世界经济论坛2025年新领军者年会(第十六届夏季达沃斯论坛)期间接受中新社记者采访时表示,霍尼韦尔正将创新的绿色航空技术与中国市场深度融合,推动中国“低碳飞行”时代的到来。

霍尼韦尔于今年迎来在華90周年,其长期坚持“东方服务东方”战略,即在中国本土开发、制造、销售符合中国市场需求的和技术和产品。余锋表示:“中国始终是我们全球最重

要的市场之一,不仅因其庞大的市场规模,更因其作为全球科技创新的重要源泉。”

自2023年起,霍尼韦尔已连续3年参加在中国举办的夏季达沃斯论坛。余锋说,通过与全球行业精英、政商领袖、创新者们交流,霍尼韦尔进一步加深了对中国市场的了解,强化了与中国企业在自动化、能源转型和未来航空领域的合作。

余锋认为,中国市场的规模、韧性和创新活力为跨国企业在華发展提供了坚实的市场依托,中国在科技创新、数字经济和低碳发展等领域展现出的强大活力,也给广大企业带

来了广阔的发展机遇,霍尼韦尔对在中国的持续成长充满信心。

在航空领域,余锋介绍,霍尼韦尔已成功助力本土客户在江苏投产可持续航空燃料(SAF)生产装置。这套装置可将厨余油转化为高质量可持续航空燃料,助力航空业的碳减排。

余锋认为未来10年中国民用航空业将保持健康增长势头。“霍尼韦尔通过创新技术来不断提高燃油效率,降低航空碳排放。此外,霍尼韦尔还开发了将厨余油、生物质乙醇、二氧化碳等转化为可持续航空燃料的多条技术路径,助推航空业绿色转型。”

贺兰山东麓葡萄酒产区成熟的酒旅融合模式,为酱酒提供了现成的跨界升级样板。常文松在考察贺兰山东麓葡萄酒产区时明确提出,要认真学习借鉴其在“全产业链发展方面的经验做法”,特别是要强化酒旅融合,“打造一批集交易、品鉴、美食、观光为一体的酒旅综合体,更大力度推动‘卖酒向卖生活方式’转变”。

在郎酒身上,或许也能得到一些酱酒如何“走进”的启发。郎酒采用举办演唱会的方式,与消费者形成情感共鸣,占领消费者心智。同时,创新渠道模式,采用从B端到C端直连的打法,“买酒赠票”策略打破传统渠道依赖,消费者通过扫码、宴会消费获取门票,红花郎得以直接触达终端用户。

此外,郎酒还与本地餐饮巨头合作,将品鉴场景植入婚寿等宴席,让“喝红花郎”与“办喜事”形成条件反射。

总的来看,酱酒要在西北真正扎根生长,必须摒弃“收割”心态,践行长期主义。唯有将赤水河畔的匠心与西北大地的风土人情深度融合,通过极致的本土化产品与营销、创新的酒旅融合体验、持续的消费者心智培育、以及对核心市场与渠道伙伴的精耕细作,才能让酱酒真正在这片土地落地生根。



自己的子公司,在22个国家有自己的本土团队。结合我们产业链的优势和海外用户的需求进行定制化的研发,提供本地化的服务,不断满足海外用户的需求。”段宇说,公司依托

来了广阔的发展机遇,霍尼韦尔对在中国的持续成长充满信心。

在航空领域,余锋介绍,霍尼韦尔已成功助力本土客户在江苏投产可持续航空燃料(SAF)生产装置。这套装置可将厨余油转化为高质量可持续航空燃料,助力航空业的碳减排。

余锋认为未来10年中国民用航空业将保持健康增长势头。“霍尼韦尔通过创新技术来不断提高燃油效率,降低航空碳排放。此外,霍尼韦尔还开发了将厨余油、生物质乙醇、二氧化碳等转化为可持续航空燃料的多条技术路径,助推航空业绿色转型。”

贺兰山东麓葡萄酒产区成熟的酒旅融合模式,为酱酒提供了现成的跨界升级样板。常文松在考察贺兰山东麓葡萄酒产区时明确提出,要认真学习借鉴其在“全产业链发展方面的经验做法”,特别是要强化酒旅融合,“打造一批集交易、品鉴、美食、观光为一体的酒旅综合体,更大力度推动‘卖酒向卖生活方式’转变”。

在郎酒身上,或许也能得到一些酱酒如何“走进”的启发。郎酒采用举办演唱会的方式,与消费者形成情感共鸣,占领消费者心智。同时,创新渠道模式,采用从B端到C端直连的打法,“买酒赠票”策略打破传统渠道依赖,消费者通过扫码、宴会消费获取门票,红花郎得以直接触达终端用户。

此外,郎酒还与本地餐饮巨头合作,将品鉴场景植入婚寿等宴席,让“喝红花郎”与“办喜事”形成条件反射。

总的来看,酱酒要在西北真正扎根生长,必须摒弃“收割”心态,践行长期主义。唯有将赤水河畔的匠心与西北大地的风土人情深度融合,通过极致的本土化产品与营销、创新的酒旅融合体验、持续的消费者心智培育、以及对核心市场与渠道伙伴的精耕细作,才能让酱酒真正在这片土地落地生根。

全球各子公司与本地化团队,持续完善全球营销服务网络,加快推进与微软、英特尔等生态伙伴合作,推动相关产品逐步上市。

(据中新社)

霍尼韦尔中国总裁:用绿色航空技术助推中国“低碳飞行”

余锋介绍,霍尼韦尔约60%的新产品研发投入以可持续为导向。公司不仅将研发投入转化为可持续技术和产品,还积极推动自身的低碳转型。目前霍尼韦尔已拥有多家中国国家级和省级绿色工厂。

近年来,霍尼韦尔相继在中国成立多个研究院和创新中心,积极联动企业、政府、研究机构等共同推动产业的低碳和高质量发展。

谈及未来发展布局,余锋表示,霍尼韦尔将持续聚焦自动化、未来航空、能源转型等领域,同时关注中国在船舶、储能、生命科学、智慧城市等市场的新机遇。

(王妍妍 周亚强)

“酱酒西北战”正酣,甘肃、宁夏为何是破局的关键变量?

■ 郭媛

自2024年,酱酒军团纷纷北上,通过音乐节、品鉴会等活动加强对陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆五省组成的西北市场的渗透。

当下,“酱酒西北战”愈演愈烈,原来在西北市场的单兵作战也开始转向“政企协同、产区联动”的纵深布局,甘肃、宁夏则成了酱酒布局西北市场的桥头堡。

那么,选择甘肃、宁夏作为西北市场的桥头有何战略意义?不断涌入的酱酒力量又将如何在这片土地上站稳脚跟?

从西南到西北 形成立体化攻势

从赤水河沿岸到西北市场,当下酱酒企业并非单兵作战,而是政府、产区、企业多方联动,形成立体化攻势。

政府开路,对标学习与产业资源对接。

6月9日,遵义市委常委、仁怀市委书记常文松带队赴贺兰山东麓葡萄酒产区考察,此行聚焦于产业升级与国际化拓展路径的探索,深入学习当地在产业发展、酒庄建设及酒旅融合等方面的先进经验。

企业冲锋,品牌引爆与渠道深耕并举。

6月10日,贵州仁怀酒业有限公司跨越山海,在宁夏银川举办“仁怀酱香·仁怀酒品牌推介会”,向宁夏各界展示品牌实力与产品魅力。

郎酒也积极在甘肃市场发力,6月12日,郎酒合作洽谈会在甘肃兰州召开,郎酒团队向当地商家详解经销商9条要素,并表示将以优质的产品贴合当地需求的市场政策,有效服务甘青宁市场保障守秩序、讲规矩的商家朋友,享有合理利润。此次会议,是继内蒙古、山西、陕西市场合作洽谈会后,郎酒落地甘青宁、深入区县的第二阶段招商行动。

而在此半月前的5月31日,红花郎2025演唱会在刚落地宁夏银川,以一场跨越1200公里的对话,在浓香、清香主导的西北市场撕开一道酱香口味的裂缝,用“红红火火”的视觉符号与“情绪价值”重塑消费心智。

产区联动,搭建平台深化合作。

6月13-14日,遵义白酒企业“组团”北上甘肃兰州召开推介会,搭建专业化展示交易平台,推动