

十八街麻花“开新花”

■ 廖晨霞

“原来这小小的麻花中，有这么深的历史，这么多的讲究！”在桂发祥十八街麻花文化馆，来津工作多年的卢女士参观后发出这样的感慨，“每年回家，我都要买不少桂发祥麻花送给家乡的亲友，他们都很喜欢，这份‘酥脆香甜’，已经成为他们心中的天津‘味道’。”

提起九河下梢天津卫，“津门三绝”是绕不开的话题，而作为三绝之一的桂发祥十八街麻花，因其“绝色”“绝香”“绝味”“绝形”“绝品”，深受人们的喜爱。作为商务部认定的首批“中华老字号”企业之一，如今的桂发祥已不仅仅代表着“麻花”这一津门特色小吃，其蕴含的传承与创新发展的文化，正让这家拥有近百年历史的“老字号”在新时代熠熠生辉。

让历史“传”起来

“我们的文化馆向公众开放，可以预约免费参观，目的就是让更多人了解我们的品牌文化，了解非遗工艺。”桂发祥品牌总监徐燕青介绍。

走进桂发祥十八街麻花文化馆，这座国家 AAA 级旅游景区、爱国主义教育基地，向人们呈现出十八街麻花历经百年的传奇历程——1927 年，精明利落的生意人刘老八在海河西侧开设了一间点心铺，字号“桂发祥”，寓意“桂子飘香，发愤图强，吉祥如意”。由于他炸的麻花远近闻名，深得民众喜爱，小铺地处东楼村十八街，所以渐渐得名“桂发祥十八街麻花”。

“三分紧、七分松，双手一提自然成。”桂发祥十八街麻花生产车间主任王洪德在教徒们麻花搓制技艺时，总是事无巨细，“手把手”教学。时至今日，为了最大程度地传承经典十八街麻花的特点、口味和品质，桂发祥依

然保留着纯手工搓制这一环节。

“当年我学徒的时候，老师傅们也是这样，将自己的制作经验倾囊相授。”说起麻花的制作，从业 30 多年的王洪德滔滔不绝，“麻花看似简单，实则讲究。搓制时，角度、速度、力道都需要配合紧密，炸制后的麻花，头若石榴嘴、底如宝瓶座，这才是完美的十八街麻花。”

传统手艺，薪火相传。2014 年，桂发祥十八街麻花制作技艺入选国家级非物质文化遗产代表性项目名录；2023 年，桂发祥十八街麻花文化馆成为国家工业旅游示范基地。

让发展“新”起来

究工艺、掘配料、研口感、思外形……近百年间，桂发祥十八街麻花的掌门人一直未停止过创新求变脚步。

1998 年，桂发祥自主研发出第一条电脑程控麻花机械生产线，一举改变了传统手工方式。2002 年，桂发祥现代化生产基地落成投产，实现机械化自动化生产，产量稳步提升。在提高产量的同时，桂发祥高度重视食品安全，成立了专业的品控检测技术队伍，制定了严密食品安全检验体系和规章制度，并分别在 2000 年和 2013 年通过了 ISO9001 质量管理体系以及 ISO22000 食品安全管理体系认证。2016 年，桂发祥首次公开发行 A 股并在深交所成功上市。

除了生产工艺和食品安全的创新创优，桂发祥的产品种类愈发多样，“小八件”、鲜花饼、方便装锅巴菜等点心小吃现已成为各个门店的常驻产品，月饼、粽子、元宵等传统节令食品也在相关节日期间生产上架。

对于自身的招牌产品——麻花，桂发祥尝试在规格、口味等方面进行了进一步的丰富。“我们在售产品中，最大的麻花 1000 克一支，最小的仅重 3 克，并配合着不同的包装，



无论是馈赠亲友，还是自买零食，都能让消费者有更多的选择和更好的体验。”负责产品研发的副总经理赵铮介绍，“近年来，我们还推出了高纤麻花和益糖麻花，满足了更多消费者的健康追求。”

让品牌“潮”起来

在第三届中国国际消费品博览会上，桂发祥十八街麻花展台的 1.5 米长、曾获得吉尼斯世界纪录的“超大码”麻花，吸引着各地的展商、采购商，而充满国潮气息的“津门老味”礼盒、罐装小麻花等新产品、新包装更是大家争相拍照的焦点。

“我们在产品和包装上推陈出新，既考虑了传统元素，又充满国潮时尚。”徐燕青介绍，“年轻人想要新鲜、精致的消费体验，这不仅仅体现在产品和包装上，包括新的消费场景、消费形式都值得我们尝试。”

对此，桂发祥不断探索线上与线下相结合的销售形式，并结合自身文化符号，开展文创产品的研发，力求在保留传统技艺、风味的时候，将产品打造成富有“文化味儿”，受年轻人喜爱的“潮流”国货。同时，桂发祥将采用“文创+展示+体验+销售”的模式，重点打造

山东:打造“道中华·齐鲁行”品牌,促进各民族交往交流交融

11 月 21 日至 23 日，国家民委、文化和旅游部、国家发展改革委在北京举办旅游促进各民族交往交流交融计划现场交流会。会上，山东省委统战部副部长、民族宗教委党组书记白山分享了山东省打造“道中华·齐鲁行”中华民族共同体体验行品牌、以旅游促进各民族交往交流交融的创新探索。

山东是中华文明重要发祥地、儒家思想发源地、优秀传统文化富集地，文化底蕴深厚，旅游资源丰富。白山表示，今年初，山东省将国家民委打造的“道中华”国际传播品牌与旅游促“三交”工作深度融合，创新推出“道中华·齐鲁行”品牌，并将其作为深化铸牢中华民族共同体意识“十大行动”的重要抓手，推动了“道中华”品牌在山东落地生根。

为打造“道中华·齐鲁行”项目矩阵，山东省设计了“历史文化游”“红色记忆游”“非遗传承游”“乡村特色游”“研学主题游”等 107 条体验行线路，建成 119 处中华民族共同体体验行基地，组建了 257 人的导学讲解员队伍，接受中华民族共同体项目体验的游客（团队学员）累计 199.5 万人。

作为儒家“大一统”思想萌芽地，山东曲阜在中华文脉数千年传承历史中具有特殊地位。2023 年，国家民委将曲阜“孔庙孔府”列为旅游促“三交”试点示范项目，为山东省明确了主攻方向——将曲阜试点示范项目作为突破口，精准发力，坚持上下协同、部门联动，以点带面、全面推进。

在曲阜试点示范项目建设上，山东整体

谋划、印发实施方案，联合省文旅、发改等部门在曲阜召开试点示范项目建设推进会，发动当地党委和政府及各相关部门共同参与，打造“道中华·齐鲁行·曲阜行”品牌。在曲阜试点示范项目带动下，山东省坚持“一市一品牌”“一线一特色”，推出个性化、清单化线路套餐，满足不同人群旅游需求。一方面，重点围绕泰山、黄河、孔子、鲁班等各民族共有共享的中华文化符号和中华民族形象，打造特色旅游线路；另一方面，打造“沂蒙美”“鲁南行”“琴岛情”“大道崂山”“博览齐迹”“两河牵手”等富有地方特色的子品牌 51 个，实现 16 市品牌全覆盖。

中央统战部副部长，国家民委主任、党组书记潘岳，文化和旅游部党组成员、故宫博物

学院院长王旭东出席旅游促进各民族交往交流交融计划现场交流会。中央统战部，文化和旅游部、国家发展改革委有关司局负责同志；各省、自治区、直辖市，新疆生产建设兵团文旅、发改、民族工作部门负责人同志；国家民委相关司局负责同志；特邀市（县）党政负责同志、专家学者代表、导游代表及旅游企业代表一并出席会议。

去年 6 月，文化和旅游部、国家民委、国家发展改革委联合印发《关于实施旅游促进各民族交往交流交融计划的意见》，决定实施旅游促进各民族交往交流交融计划，以旅游业高质量发展推动各民族在空间、文化、经济、社会、心理等方面全方位嵌入、铸牢中华民族共同体意识，加强中华民族共同体建设。（蒋彤）

库尔勒香梨凭啥叫得响 区域公用品牌价值连续居梨类第一

■ 杜建辉

10 月 6 日，在库尔勒市电子商务双创孵化基地直管保鲜库，工人们正在忙着打包、装运香梨。从 9 月中旬香梨开始采摘以来，该基地电商企业将 2000 多吨香梨销往全国各地。新疆香梨种植面积百万亩左右，年产值破百亿元，是新疆鲜果的代表之一。近几年来，随着库尔勒香梨优势特色产业集群建设深入推进，香梨产业标准化生产基地、农产品加工流通、品牌建设等全产业链逐步完善，库尔勒香梨产业的综合生产能力和经济效益得到极大提升。“库尔勒香梨”区域公用品牌价值从 2018 年的 98.88 亿元，跃升至 2023 年的 171.28 亿元，连续六年在梨类中排名第一。

基地建设更加标准化

走进库尔勒市阿瓦提乡阿瓦提村种植户雷旭家的香梨园，记者看到一棵棵小梨树上挂满了香梨。“苗子品质好，成活率达到了百分之百。”雷旭说，由于树龄老化需要更新，去年，他引进了 100 棵成品梨树苗进行栽植。雷旭引进的树苗来自库尔勒市香梨限根快繁育苗项目基地，该项目是库尔勒香梨优势特色产业集群建设项目之一。经过多年的探索研究，研发人员利用配土修根换盆、水肥一体化、病虫害绿色防控等 7 项技术，取得了容器限根快繁育苗项目的成功并走向市场。“过去梨树苗主要靠嫁接，移栽后缓苗期长、成活率低、生长慢，由于缺乏专业化的采穗园，造成园相不整齐、香梨品质参差不齐、产量不稳。”项目负责人李子凡说，限根快繁育苗项目实现了工厂化、集约化育苗，树苗最脆弱的阶段在育苗基地度过，解决了香梨树种性退化、抗病性差的问题，缩短了新建梨园的投产期以及老果园和病残园的改造期。库尔勒香梨主要分布在巴音郭楞蒙古自治州库尔勒市和阿阿克苏地区的阿克苏市、库车市、温宿县，库尔勒香梨优势特色产业集群建设使得产业发展更加细化、专业，从育苗基地到田间管护、深加工、销售等领域，形成了一个分工明确的产业体系。



“有的农户香梨种植面积小，不种可惜，种着不挣钱，便交给合作社经营。有专业的技术人员打理梨园，确保了农户收益，香梨品质和产量也有了保障。”库车钟华香梨专业合作社理事长毛钟华说。

今年，库车钟华香梨专业合作社流转了 443 户果农的零散果园，进行统一种植、管理、销售，香梨品质和产量都好于往年，合作社香梨产值在 2000 万元以上，社员每亩地收入达 6000 元。

库尔勒市金久诚香梨专业合作社理事长刘哲敏大力推动果园标准化、精细化管理，采用水肥一体化滴灌技术，合作社香梨的商品果率达到了 85%。“每亩地全年用水量从之前的 900 立方米下降到 440 立方米左右，亩均节约人工、水肥等生产成本近 600 元。”刘哲敏说。

品牌建设更加精细化

9 月 20 日，东方甄选直播团队到库尔勒香梨产地进行溯源专场直播，吸引了 500 多万粉丝在线观看。3 小时销售香梨 260 吨，成交金额达 450 万元。

阿克苏市依干其镇尤喀克科克巴什村果农何光忠种植了 160 亩香梨，香梨刚成熟就被客商预订。“这里的香梨品质好，我每年都

来收购。”来自河南省的客商郭亚辉说。

线上线下热销，库尔勒香梨的品牌效应凸显。

“库尔勒香梨”作为区域公用品牌，因其色泽悦目、皮薄肉细、入口即化等特点，被誉为“梨中皇后”“果中王子”。早在 1996 年，“库尔勒香梨”被注册为全国第一件原产地证明商标；2006 年 10 月被认定为“中国驰名商标”。2020 年，“库尔勒香梨”入选首批中欧地理标志保护清单，走出了国门。

去年以来，库尔勒市先后在南昌等地的农产品交易会上举办“塑造品牌回归原味”库尔勒香梨全国品牌推广会活动，建立多渠道集合型的品牌运营模式，统一进行对外品牌的宣传及管理，让消费者认识正宗、绿色栽培出来的库尔勒香梨。

今年，库尔勒香梨捷报频传。近日，“塑造品牌回归原味”库尔勒香梨全国品牌推广会活动入选“2022 年度自治区知识产权运用与促进典型案例”；库尔勒香梨入选“全国农业品牌精品培育计划名单”……

“库尔勒香梨的口碑需要大家共同来维护，才能实现产业持续发展，农民稳定增收的目标。”毛钟华说，入选农业品牌精品培育计划，库尔勒香梨在营销推广、管理服务、市场消费等方面将得到全面提升。

一系列行之有效的管理和品牌建设措

施，创造了库尔勒市香梨区域公用品牌价值连续 6 年持续上升的佳绩。2023 年，“库尔勒香梨”区域公用品牌价值 171.28 亿元，位居梨类第一。

产业链条更加配套化

走进库尔勒龙之源药业有限责任公司生产车间，记者看到一台台机器在快速运转着，工人们正在进行香梨榨汁作业。今年以来，该公司生产的秋梨润肺膏销售额已达 1652 万元。

库尔勒龙之源药业有限责任公司是集科研、生产、销售为一体的民营制药企业。该公司通过现代科技手段将香梨中的主要成分进行提纯、精制，推出了保健食品维萃牌香梨含片等 25 个产品、8 个剂型，其主要产品秋梨润肺膏畅销全国。

“目前，公司已收购加工香梨 600 余吨，今年计划收购加工香梨 1500 吨，预计年底产值突破 5000 万元。”库尔勒龙之源药业有限责任公司生产部部长韩忠良说。

库尔勒香梨在田间地头提质增效的同时，又在分拣包装环节下功夫。日前，新疆库尔勒香梨产业发展有限公司引进的全国首条库尔勒香梨自动化分拣设备上线，改变了过去人工分拣、称重和包装的历史，效率得到了很大提升。

“自动化分拣设备可以一次性分拣出 12 种不同规格的香梨，8 小时能吞吐 20 吨香梨原料。”新疆库尔勒香梨产业发展有限公司营销部部长余亮说。

今年，巴州库尔勒香梨总产量约 40 万吨，阿克苏地区产量约 50 万吨，庞大的产业规模发挥了强劲的联农带农效益。巴州从事库尔勒香梨生产、贮藏、加工、经销、运输等企业（合作社）300 余家，在北京、上海、广州、深圳等大中型城市建立了销售网点，香梨销售覆盖了全国 90% 的城市，带动逾 20 万人增收致富。“十四五”期间，巴州、库尔勒市将持续巩固香梨主产区地位，力争到 2025 年香梨种植面积稳定在 55 万亩左右，优质果率达到 85% 以上，让发展的红利惠及千万农户。

东北制药提升优势品种市场话语权

■ 宋维东

东北制药相关负责人日前在接受记者采访时表示，近年来，公司研发成果持续落地，有力完善了产品结构，公司市场布局进一步拓展。优势品种发挥了重要作用，推动公司经营业绩持续稳定增长。下一步，公司将不断加大研发投入，充分发挥优势品种带动作用，增强整体产品综合竞争力。

第一顺位中选集采

日前，备受关注的第九批国家药品集中带量采购拟中选结果出炉，东北制药吡拉西坦注射液以第一顺位中选。

吡拉西坦注射液适用于急、慢性脑血管病，脑外伤及各种中毒性脑病等多种原因所致的记忆减退及轻、中度脑功能障碍，也可用于儿童智能发育迟缓。

吡拉西坦是东北制药“原料药+制剂”一体化产品。东北制药工艺部部长张海宏说，“上世纪 80 年代，公司成功仿制研发吡拉西坦，又名‘脑复康’，为脑代谢改善药，填补了我国益智类药物空白。”

东北制药吡拉西坦原料药智能生产线已通过欧洲药品质量管理局现场检查，获得欧洲药典适用性证书。目前，公司拥有吡拉西坦原料药、吡拉西坦片剂及吡拉西坦注射液等产品，远销全球 50 多个国家和地区。

东北制药制剂销售公司市场部副部长袁启龙表示，凭借有保证的药品质量、多年的深耕布局及规模化产能带来的成本优势，公司此次以第一顺位中选第九批集采，有利于公司进一步扩大市场份额，开拓更大产品市场，为夯实并扩大以吡拉西坦为代表的主打产品市场奠定了坚实基础并提供巨大助力；同时，将进一步提升公司产品市场影响力和竞争力。

“公司下一步将进一步聚焦制剂产品分类施策，围绕国家集采、省级带量采购、药品价格联动、常态化动态调整等投标挂网模式，统筹谋划，挖掘机会，推动销售增收创利。”袁启龙说。

推进仿制药一致性评价

近年来，东北制药通过自主研发、联合开发、项目引进等方式全速推进研发。公司凭借“原料+制剂”一体化优势，一批新产品获批，丰富了产品管线。“公司高度重视研发，积极推动仿制药一致性评价工作。”张海宏说。

张海宏表示，开展仿制药一致性评价，在临床上可替代原研药，此举不仅可以节约医疗费用，同时也能提升仿制药质量和制药行业整体发展水平，保证公众用药安全有效。

东北制药开展仿制药质量和疗效一致性评价，要追溯到 2016 年。“为让仿制药在质量、安全有效性等方面与原研药相同，让百姓用上更管用、更放心、价格更实惠的国产仿制药，东北制药顶住企业经营压力，着手开展仿制药一致性评价工作。”张海宏说。

东北制药在开展仿制药一致性评价初期，因受资金、技术等因素限制，进展较为缓慢。2018 年，东北制药乘混改“东风”引入辽宁方大集团作为战略投资者。公司当年即加大研发投入，更好地发挥人才和资源优势，仿制药一致性评价工作提速。

2022 年至今，东北制药已有 10 个品规通过仿制药一致性评价。除吡拉西坦注射液外，磷霉素氨丁三醇散、盐酸金剛烷胺片、左卡尼汀注射液、左炔诺孕酮片、吡拉西坦片等药品均通过仿制药一致性评价，进一步增强了东北制药产品市场话语权。

增强优势品种竞争力

近年来，东北制药加速优化产品结构和销售结构，以技术研发作为培育壮大新动能的突破口，强化国际市场拓展，不断提升公司优势品种在国际市场的话语权，更好地参与国际市场竞争。

目前，东北制药拥有维生素类产品、抗感染类产品、生殖系统和性激素类产品、神经系统类产品、抗艾滋病类产品、消化系统类产品等十大系列精品、400 多种化学原料药、医药中间体和制剂产品。公司主导产品远销全球 100 多个国家和地区，拥有 1000 余家客户，是众多世界知名企业的产品供应商及战略合作伙伴。

在国际市场拓展中，东北制药不断加大终端客户开发力度，寻找合适的细分市场，抓稳销售品种结构，在冲击空白市场的同时实现效益最大化。“以原料药为例，今年前三季度，公司原料药销售累计开发终端客户 264 个。”东北制药原料销售公司总经理李立说。优势品种为东北制药参与国际市场竞争奠定了坚实基础。“公司将持续改进质量管理体系，不断提高质量管理体系水平，积极推动国际注册、高端认证。”李立表示，公司多个产品通过了欧盟 CEP、美国 FDA 等国际高端认证，诸多主导产品通过了美国、日本等国家和地区的注册和质量审计，有力提升了公司国际市场拓展能力。