



福建长汀：“一只鸡”背后的“土特产”文章

■ 秦宏 李昊泽

客家盐酒鸡、手撕鸡、椒麻鸡……在福建长汀县策武镇的长汀县飘香食品厂生产车间，一份份新鲜出炉的河田鸡预制菜产品，正等待运往全国销售。

河田鸡是长汀县的知名“土特产”，因其肉质紧实鲜美，营养丰富而享有美誉，是当地人宴席上的主角。但在过去，由于大多是农户自发饲养，饲养规模散且小、产业延伸不足，河田鸡长期只是地方性的小众“宝藏”食材。“通过精深加工，近年来我们开发出的20多种预制菜产品深受市场认可，去年总产值超过了5000万元。”长汀县飘香食品厂负责人郑民智说，如今河田鸡饲养规模越来越大，产业链和相关配套服务日趋完善，他对产业发展信心十足。

规模养殖河田鸡不是件容易事，购买鸡苗、饲料、兽药等开支不小，若是遭遇鸡瘟或销路不畅，辛苦很容易白费。而且河田鸡为保证品质和口感，一般采取放养模式，对场地和环境要求也不低。

为了让河田鸡更好地“飞”出山沟助力乡村振兴，长汀县自2018年以来整合资金3亿余元，从提升种苗质量、标准化养殖、品牌建设等方面予以扶持，大力推广“新养殖模式，并鼓励多元生产经营主体参与全产业链建设。

“产业化发展后，优质河田鸡苗需求量大增。”长汀县秀绿农牧有限公司负责人俞仙福说，农业农村局为鸡苗提纯扶壮提供了技术支持，指导养殖户引进自动控温控湿的智能孵蛋机，将孵化率从原先人工孵化的60%提升至超80%，鸡苗出栏量提高至每年100多万羽。针对养殖户技术不足、养殖风险大的问题，长汀县积极引进有经验、有实力的养殖企业，引导其通过“公司+合作社+农户”的模式，扩大河田鸡的养殖规模。“企业提供鸡苗、养殖技术和产品回收，农户只负责养殖。”长汀县河田鸡产业开发领导小组办公室业务负责人廖永福说。

目前，长汀已拥有年出笼1万羽以上河田鸡的养殖场193家，去年全县河田鸡年出栏量超1650万羽。随着养殖规模扩大，河田鸡的保种扩繁、屠宰包装、冷链物流、产品加工等产业延伸和产业化配套服务，也得到进一步完善。

“近年来，长汀在河田镇建设了标准化养殖基地、保种和扩繁场等。有别于过去直接出售活鸡的方式，2022年还规划建设了河田鸡预制菜产业园，引进福建胤万农业有限公司、八喜馆(福建)食品有限公司等企业，以销促产。”廖永福说。

走进位于长汀县河田镇窑下村的晨露庄园，只见山林间长满名贵中草药黄花远志，农场负责人曾宪富热情地打开一罐自热鸡汤产品请游客品尝。“我们把林下种植的黄远志根、灵芝与河田鸡搭配研发产品，将林下养殖河田鸡、中草药种植和康养旅游相结合。”曾宪富说。

地理标志产品、全国名特优农产品……如今，河田鸡已是长汀优质农产品的一块“金字招牌”。同时，利用龙岩与广州对口合作、建设粤港澳大湾区“菜篮子”工程等契机，河田鸡产品市场进一步扩大。

2023年长汀县河田鸡全产业链产值已达33亿元，加工产品市场规模逐步扩大，带动8.9万余人就业。“下一步还要建设现代化农业(河田鸡)产业园，推动全产业链深化发展。”廖永福说。

章梦艳:慈善之光,闪耀在时代的长河中

■ 宗毅

今年5月30日，蚌埠市民革市委和龙子湖区工商联开展了博爱光彩结对助学活动，民革党员、安徽优秀慈善企业家安徽赛腾机电工程有限公司董事长章梦艳积极参与，主动结对蚌埠李楼小学三年级学生李某寒，并将其从小学三年级帮扶到初中毕业。

提起章梦艳，在今年的送奖到基层“三八”红旗手表彰会上，蚌埠市妇联主席金梅盛赞章梦艳的慈善之举并称：“章梦艳十多年来始终坚守公益初心，不仅在疫情期间慷慨解囊、无私奉献，还深入基层、关心弱势群体，展现了企业家应有的责任与担当。”

章梦艳，安徽赛腾机电有限公司的董事长，一位在商海中乘风破浪的女强人。然而，她的光芒并不仅仅闪耀在商界的舞台上，更在于她那颗始终坚守公益的初心。十多年来，她始终如一地关注着社会的弱势群体，用她的行动诠释着企业家应有的责任与担当。

在疫情的阴霾笼罩下，章梦艳挺身而出，成为一名勇敢的逆行者。她不仅慷慨解囊，为抗击疫情贡献了自己的力量，更是深入一线，慰问那些奋战在抗疫最前沿的公安干警、医务工作者和城市安全维护者。她的关爱和物资支持，如同春风般温暖了无数人的心田，也激发了更多人投身公益事业的热情。

在蚌埠市的大街小巷，人们经常能看到章梦艳忙碌的身影。她深入灾区，为受灾群众送去急需的物资和关爱；她走进敬老院，陪伴老人们度过寂寞的时光；她来到儿童福利院和特殊教育学校，为那些无依无靠的孩子们带去



母亲般的温暖。她的善行义举，如同一束束明亮的灯光，照亮了那些生活在困境中的人们的前行之路。

作为安徽赛腾机电有限公司的掌舵人，章梦艳不仅将企业发展得有声有色，更是将公益事业融入了企业的文化中。她坚信，企业的成功不仅在于经济效益的提升，更在于对社会的贡献和担当。在她的带领下，安徽赛腾机电有限公司不仅成为行业的佼佼者，更成为一家充满爱心和责任感的企業。

章梦艳的慈善之路并非一帆风顺，但她始终坚守初心，用自己的大爱人生告诉我们：一个人的力量或许有限，但只要心怀善意，发自内心地去做，就能点亮无数人的希

望之光。她的故事如同一部感人的诗篇，激励着更多的人去关注社会、去关爱他人、去传递正能量。

在春风和煦的日子里，章梦艳站在荣誉的舞台上，她的脸上洋溢着温暖而坚定的笑容。那些熠熠生辉的荣誉证书和奖章，见证了她多年来的付出和坚持。然而，对于她来说，这些荣誉并不是终点，而是新的起点。她将继续以更加饱满的热情和更加坚定的信念，投身于公益事业中，为更多的人带去希望和温暖。

章梦艳的故事不仅仅是一个人的传奇，更是一个时代的缩影。她用自己的行动诠释了什么是真正的企业家精神和社会责任。她

的慈善之路不仅让我们看到了爱心和善良的力量，更让我们看到了希望和未来的曙光。在她的影响下，越来越多的人开始关注公益事业，参与志愿服务、传递爱心和正能量。

“一分耕耘一分收获”。章梦艳先后荣获2023年5月在福建中国企业家协会颁发的第十届中国企业家最具魅力女性奖和2023年蚌埠市三八红旗手等荣誉称号。她的慈善之路是一条充满爱心和希望的成长之路，也是一盏照亮他人生命之路的明灯。

章梦艳，这位80后普通的女企业家，用她的慈善之光照亮了我們前行的道路。她的故事将永远铭刻在我们的心中，成为我们追求美好、传递爱心的动力源泉。

2024 体育大年,运动品牌自出招“突围”

■ 王真真

在2024体育大年,各大运动品牌纷纷摩拳擦掌,想要抓住业绩增长的契机。一众国产运动品牌中,李宁率先亮出了“科技”牌。

在5月29日晚举办的“以我为名 科技李宁”主题科技大秀上,李宁以科技编年史的形式,从中底科技、大底科技、鞋面科技、结构科技等多个维度,呈现了科技创新成果。在“科技体验场”环节,大秀通过互动装置直观展示了李宁“碳纤维、最速曲线系统、李宁弓、GCU(地面控制系统)、超极限丝”六大创新科技。

中底科技是运动鞋中最核心的技术,在该技术上,国际品牌一直占有优势。2024年,李宁在“轻弹科技”的基础上对材料发泡工艺进行大幅创新,推出新一代“超科技”,在不降低强度的基础上将材料密度大幅降低30%到50%。大底作为运动鞋的接地外底,要满足运动员在不同环境下做不同运动的止滑抓地功能,同时还要有良好耐磨性能。在2019年推出跑鞋GCU大底科技的基础上,李宁于2023



年推出适用于篮球鞋的GCU科技大底。据介绍,篮球GCU是李宁目前独有的大底科技。时尚产业独立分析师、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄表示,李宁是在通过这场科技大秀向外界强调品牌的科技化和专业

性,但是大秀之后,科技向生产力和销售力的最终转化成果才能真正夯实李宁作为一个专业运动品牌的核心竞争力。

在科技大秀现场,记者了解到,李宁与中国科学院过程研究所共同开发的李宁防暴雨

双透纳米科技,明确将应用在李宁户外装备面料上;今年下半年,李宁将推出第一双达到全降解标准的功能运动鞋,全鞋采用最新研发的降解材料,样品经权威机构检测,全鞋降解率超过80%,符合全降解标准。

2024体育大年,各大运动品牌动作频频,从彪马十年来首次品牌焕新,到阿迪达斯更换品牌主张,都在强调回归运动初心。阿迪达斯全球品牌传播副总裁Florian Alt表示,品牌选择在这个时间点发布全新主张有着自己的考量,“2024年是不容错过的体育大年,品牌希望激励全球年轻运动员,主张把快乐带回运动。”

虽然国内运动品牌与国际运动品牌操作方式不同,但回归运动初心的目标都是一致的。在李宁的科技大秀上,李宁集团执行董事兼联席CEO钱炜表示,李宁品牌的发展和专业科技创新是密不可分的一体两面。如何不断满足运动需求、把握运动趋势,更好地为运动员和广大的运动爱好者服务,是李宁永远的课题。

天津瞄准定位 全面提升“津农精品”品牌影响力

■ 张伟 李甜甜

天津是典型的“大城市、小农村”,发展现代都市型农业是必然要求,加快推进农业品牌化更是重中之重。在城乡融合进程中,品牌农产品发挥着重要作用,成为丰富市民餐桌、装满游客“后备箱”、促进农民增收的重要载体。今年,天津市农业农村委布局年度重点工作任务,明确提出实现农文旅融合发展和“津农精品”品牌提质两个突破,把品牌提质工作放在重要位置抓紧抓实。

据了解,天津市自2020年起开展“津农精品”认定,累计培育认定“津农精品”品牌225个。立足天津市资源禀赋和现代都市型农业定

位,研究制定《天津市农业品牌化建设实施方案(2024-2025年)》,以“基地示范、龙头带动、科技赋能、品牌提质”为抓手,计划利用2年时间,选择有示范基地、有龙头企业、有产业链条、有地域特色的10个优质品牌聚力提升;培育岳龙红(岳龙辣椒、岳龙红瑶)、下营山楂等一批“小而精”的特色品牌;打造罗庄子红香酥梨、劝宝韭菜、东信花卉等一批“特而美”的产品品牌;壮大小站稻、沙窝萝卜、七里海河蟹、大港冬枣、武清果蔬等一批“大而优”的区域公用品牌。

聚焦10个重点品牌,建设提升10个农产品品牌培优示范基地,建立3个以上品牌农产品产业链标准体系。持续提高“津农精品”品牌企业“京”“津”双城市场传播力、占有率

和品牌溢价能力,“津农精品”品牌农产品销售额增长10%以上,品牌溢价率超过20%。

下一步将重点聚焦强基础、壮品牌、拓营销三个方面,持续推进“津农精品”品牌提质工程进一步落实落细、见行见效。

夯实品牌建设基础。修订“津农精品”认定管理办法,提升品牌含金量。启动小站稻、沙窝萝卜、陈咀玉米等标准制修订工作。发挥小站稻品牌管理委员会职责,推动提高小站稻证明商标授权许可准入门槛,进一步规范小站稻产品品质。

强化品牌宣传推广。深入挖掘品牌故事,围绕10个重点培育品牌制作“津农精品”品牌宣传短视频,并积极宣传推广。举办首届天

津市乡村振兴创新创业大赛,充分发动大学生和社会力量参与“津农精品”包装、IP设计,为“津农精品”赋予更多文化价值和潮流元素。举办特色品牌品种直播联赛、西甜瓜擂台赛、小站稻擂台赛等赛事活动,挖掘一批拓展新媒体营销渠道的新农人、土主播,提升农产品市场美誉度和知名度。

拓展品牌营销渠道。联合天津市商务局组织采购商、经销商召开对接洽谈会,积极拓展山姆、大润发、京东七鲜、711等大型商超销售渠道。联合金融机构开展消费券满减、金融助力活动,依托咖啡店陆续新开店增设“津农精品”驿站,持续开展“津农精品”进机关、进社区、进商圈展销活动,不断提升品牌影响力和市场竞争力。

公益广告

生产必须安全
安全促进生产

全国安全生产月
人人讲安全、个个会应急——畅通生命通道