

浙江临海：“金果压枝低” 绘就共富新图景

连日来,在浙江台州临海市永丰镇,漫山遍野的枇杷树勾勒出“金果压枝低”的丰收图景。晨曦微露时,永丰镇大山郭村党支部书记朱海健穿梭在枇杷林中,不时抽样观察枇杷的质量。

永丰镇的丘陵山地间,400 多户农户房前屋后皆种果树,其中枇杷种植面积超 1000 亩,年产量达五六百吨,形成“南坡白沙、北麓红袍”的种植格局——白沙枇杷以果肉晶莹如玉、甜度高著称,单果可达 50 克;大红袍枇杷则以气味馥郁浓香见长,二者共同编织出永丰镇的“黄金果”版图。

“我们这里四季有果,春摘枇杷、夏采杨梅,秋冬还有蜜橘压枝。”朱海健感慨道,以前山路难走,农户全靠肩挑背扛,如今政府补贴修建了车行道,农用车直接开到田间地头,省时又省力。

永丰镇是“中国特色休闲小水果之乡”,得益于政策扶持,该镇已建成多条产业路,助力高山鲜果“无痛下山”。每逢采摘季,鲜果收购企业的货车早早等候在路旁,将新鲜枇杷运往全国市场,形成了“种植—采摘—收购”的稳定链条。

近年来,永丰镇党委还以“党建红”引领“产业绿”,创新推出“书记领办”项目——干部化身“首席推介官”,带领枇杷闯出镇域。

“大家看这颗枇杷的果肉,像不像晶莹剔透的白玉?我们采用套袋技术和生物防控,绿色又安全……”在临海紫阳街“共富市集”,朱海健现场带货,剖开的枇杷果实清香四溢,吸引游客购买。

“干部带货”背后,是永丰镇四村联动的产业突围:当地大山郭、大洋、西岙、许洋四村打破村界壁垒,通过“统一品种、统一技术、统一品牌、统一销售”的“四统一”模式,组建“帮农客”服务团队,吸纳百余名干部民众参与产销对接。

永丰镇农办主任吴家乐介绍说,他们成立强村公司,建立“党支部+合作社+农户”产业链,低收入农户可参与种植、分拣、包装等环节,还能在“丰衣足食”电商工坊学习直播带货。

眼下,永丰镇的枇杷产业正从单一种植向“生产+加工+文旅”融合发展迈进。该镇党委规划建设枇杷深加工中心,开发果酱、果干、果酒等系列产品,延伸产业链价值;依托临海各景区流量,打造“枇杷采摘节”“田园观光游”等农旅 IP,让游客“走进果园摘鲜果,带走文创品乡愁”。

“接下来,我们要注册统一商标,推动‘永丰枇杷’地理标志认证,让好果子卖出好价钱;同时,广大干部要当好宣传员、推销员。”永丰镇党委书记葛乾锋表示,四季不断的小水果产业,将继续发挥“生态银行”大作用,带动农户在共富路上稳步前行。

(傅飞扬 张有义)

[上接 P1]

劲牌:打造友好型企业 构建可持续竞争力

然而,新包装推行前的市场走访中,消费者并不买账。在市场依然追捧重包装的当下,低碳简约的包装体现不出白酒传统的礼品属性。在照顾“面子”需求和倡导低碳环保的“里子”间,劲牌希望让产品回归到产品属性,同时也希望能够潜移默化地影响消费者,从消费主义回归理性。

作为一家有社会担当的企业,劲牌尊重市场、尊重消费者,但绝不盲从市场、不盲从消费者。劲牌认为,不惜代价坚持做对用户好的事情才是优质的服务,才是真正为用户好。

在劲牌,优质的服务贯穿于产品的前世今生——

产品开发上,酒体开展内、外部测试,内部酒体测试从产品研发人员、产品责任人自身或公司的亲友开始进行测试,广泛收集测试意见;外部测试邀请用户参与测试调研,直到内外部测试达到满意的预期效果,酒体才会定型。

产品包装上展示产品的溯源信息,让用户通过包装或者扫描溯源二维码就能看到产品的“前世今生”,提升信息透明度和用户的信任感。

劲牌人始终为用户提供全方位、全周期的服务,打造用户体验,持续开展用户关怀和个性化、亲情化服务,让用户感到“被尊重”“被照顾”,有效提升用户体验感和愉悦感。

用户友好的本质,不只是把用户当顾客,而是视作长期伙伴。唯有如此,才能在激烈的市场竞争中构建不可替代的品牌壁垒,实现可持续增长。

劲牌的探索,让企业 with 用户有了真诚对话的基础。面对当下数字经济的浪潮,年轻消费群体的迅速崛起、消费者日益凸显的个性化需求,劲牌在优化用户数字体验、与年轻群体深度沟通、满足消费者个性化需求等方面逐项梳理了目标任务,正逐步让愿景变为现实,实现对用户更友好。

道阻且长,行则将至。用户友好是劲牌永恒的追求,正如劲牌的企业使命所言:通过提供健康的产品和服务,不断提高消费者身体素质和生活质量。

水井坊携手朱炳仁解码端午新样本

五月的风裹挟着艾草的清香,又一年端午如约而至。水井坊与“中国铜雕第一人”朱炳仁大师联袂设计“一帆风顺金龙舟”,巧妙地将“水润万物”的智慧与“龙腾九天”的祥瑞融为一体,以“水脉”通“财脉”,借“龙腾”喻“顺达”,将“一帆风顺”的美好寓意凝练于酒中,向消费者传递“顺遂安康”“万事如意”的美好祝福。

为美事共庆 水井坊重构端午价值链

自古以来,端午习俗在“天府之国”成都都有着独特的演绎。在古人的信仰里,水代表着“财富”,河流沿岸必有重镇。唐宋至明清,成都东门水陆码头商旅辐辏,舟楫如织。端午时节,锦江之上,千帆竞发,顺水而行,人们以龙舟劈波斩浪的勇毅姿态祈愿一帆风顺的年景,熙熙攘攘的人群相聚两岸,好不热闹。

而在锦江之畔的繁华水岸,元末明初开窖酿酒的水井街酒坊,成为这场盛大端午民俗的见证者与参与者。这座有着“中国白酒第一坊”美誉的酒坊,不仅是当年我国考古发现的古代酿酒和酒肆唯一实例,也是“全国重点文物保护单位”。

相传,坊中所酿美酒因品质出众,无论是宦海浮沉的达官显贵,还是挥毫泼墨的雅雅之士,抑或是寻常巷陌的街坊邻里,都对其酿造的美酒青睐有加。在当时,远近闻名的水井街酒坊自然而然地成为了端午饮酒聚会、观龙舟竞渡的休闲首选之地。

人们在酒坊中临江对饮,不仅以坊酿美酒共庆龙舟夺魁,更在杯盏之间碰撞出一幅鲜活的市井风情:商贾举杯庆祝生意顺达、财运亨通;百姓斟酒祈风调雨顺、五谷盈仓;诗人把盏抒发胸怀、畅想仕途;家庭团聚敬福顺安康、和睦长久……弥漫的酒香中,觥筹交错间,水井街酒坊勾勒出一方天地,容纳人间百态,更承载着古人“顺天时、顺水势、顺人愿”的哲学智慧与情感寄托。端午的“顺意”心愿与人间“美事”种种,在酒坊之中浑然交融,成为人们“喝美酒,庆美事”的生动诠释。

600 余年酒香传承不断,欢庆端午的美事绵延不止。每一个端午佳节,人们都相聚坊间,迎顺纳吉,共祝安康。

因水而生,因井而聚,因坊而兴,“中国白酒第一坊”始终用酒香串联起古今共融的“顺意”情结,成为端午文化与美酒文化深度融合的生动见证。它所代表的中国白酒酒坊文化,



早已超越了美酒酿艺本身,而是化作一种为美事共庆的生活美学。

龙舟 + 美酒 双“国保”匠心解码端午文化

“顺”字,从“川”,从“页”,“川”寓意大江大河之水,而“页”在甲骨文中更像是一个用“目”正在观望的“人”。由此可见“顺”与水有着必然的联系,人们依水相望,祈愿顺意安康。在中华文化中,“水”生财,是顺遂、财富的象征,“龙”则代表吉祥、力量和祥瑞。水井坊与朱炳仁联合设计“一帆风顺金龙舟”,将“水”“龙”“财”“顺”合而为一:祥龙昂首象征祥瑞护佑;龙脊之上,载满元宝,寓财源广进、富贵盈门;龙舟扬帆,酒旗迎风,猎猎舒展,让“喝美酒庆美事”带来“一帆风顺”的美好寓意。整艘龙舟在波涛中破浪前行,顺水行舟,既彰显尊贵气度,又寄予前程顺达、福运绵长的美好愿景。

“一帆风顺金龙舟”载来的,还有镌刻着“双国保”印记的美酒佳酿。朱炳仁大师是国家级非遗铜雕技艺代表性传承人,他开创的熔铜艺术,让作品在烈焰中涅槃重生,凝固成传世之作。而水井坊酒传统酿造技艺,同样是国家级非物质文化遗产,不仅让粮食在时光中酝酿成杯中美酒,还赋予了水井坊酒独特的风味和舒适的口感,成为众多消费者心中的品质之选。两者的携手,是非遗匠心的对话

融合,是精益求精的品质追求,更是中华文化的传承创新。

美酒,于好酒之上,既有让人回味悠长的卓越品质,又集合了美的视觉和美的文化内涵,让人们在每一个美好共庆的时刻,喝得好,喝得美,喝得舒心顺意,为美好节日、美事庆祝增添更多愉悦幸福的氛围和如浓郁酒香般值得珍藏的回忆。

水井坊在端午来临之际,携手非遗大师朱炳仁共同设计“一帆风顺金龙舟”,将“顺意”的美好内涵注入水井坊美酒之中,在华夏大地共同祈愿安康顺遂的美好时节,让象征着一帆风顺的龙舟满载“高品质、高颜值、深内涵”的美酒,“驶”入千家万户,为每一个欢聚共庆的美好时刻,带来独一无二的节日体验与端午祝愿:祥龙遇水,竞舟载酒,举杯水井坊,饮“一帆风顺”,品“万事如意”。

顺意传万家,好酒之上的美酒 为顺心美事庆祝

端午期间,水井坊“一帆风顺金龙舟”将化身巨型艺术装置,走进成都、杭州、苏州、湖州、泉州等 24 座城市,开启一场跨越海海的“顺意”接力,将端午安康和美酒顺意传递给全国各地的消费者。行舟一座城,传递端午情,消费者亦可打卡体验,通过现场互动的形式,许下顺遂安康的心愿,伴着水井坊的酒



香,让顺意绵延千里。

喝美酒,庆美事,这场源自成都东门锦江畔的顺意传承与接力,最终将古今一脉的“顺心美事”深植于万千消费者端午团聚宴饮的美好场景中:宴请贵宾,酒樽轻碰,激荡的酒花如龙舟遇水,顺水行舟,前路可期;逢长辈寿辰,一杯水井坊喝得称心满意,安康顺遂,福寿绵长,家脉永续;小长假家人团聚,阖家顺美如意,回甘的美酒香让幸福绵长;公司聚会庆功,美酒碰杯与锦江竞渡的鼓点共振,水井坊见证了六百余年的争流风姿,炼化成现代职场的破浪之志……从古至今,“中国白酒第一坊”开创并守护着中国白酒酒坊文化,在美酒弥香的空间场景中,“喝美酒 庆美事”的美好场景轮番上演,一代又一代人在此祈愿、庆祝诸事顺遂。这些美事场景和对美好生活的向往,皆凝练成带着酒香温度的酒坊文化,成为中国酒文化的浪漫底色。

“国保美酒”水井坊,让每一次庆祝变成有美意的“美事”。端午的粽香宴语、商海的杯盏共识、家族的温情记忆、团队的奋斗经历……皆升华为值得珍藏的美事故事,带着最真挚的情感温度,如美酒醇香让人流连。

从锦江龙舟竞渡、饮酒庆祝顺遂的古老传统,到“一帆风顺金龙舟”的当代演绎,水井坊的顺意传承,将“顺”从节日符号转化为真诚情感,酿进好酒之上的美酒当中,让端午文化在杯盏之间焕发新生。这个端午,一起喝美酒,庆美事,举杯迎顺意。

(唐玖)

“全典牛奶”“橙果粒”……这些山寨食品的坑你踩过吗？

如今,山寨食品的“势力范围”早已突破传统农村市场的局限,凭借与正品高度相似的包装、极具迷惑性的名称以及低廉的价格,悄然潜入监管薄弱地带,在网购、外卖等平台以及一些线下零售店等渠道频频“冒头”。

“搭车”线上售卖

“看着像老干妈,包装上的名字却是‘陶碧华’”“远看是金典牛奶,近看却是全典牛奶”……不少网友在社交平台上晒出自己踩过的坑。曾经以农村市场为主要根据地的山寨食品,如今借助网购、外卖以及一些新商业模式,大规模蔓延至线上平台,出现“搭车”售卖等现象。

直播间、线上购物、外卖平台成为山寨食品的温床。一些商家将山寨食品与餐食打包成套餐捆绑销售,部分商家还使用“收藏店铺送饮料”或“低价加购饮料”等促销手段吸引

顾客购买。网友反映,线上看这些山寨食品外观与正品相似,极易误导消费者。

更需警惕的是,山寨食品还存在损害消费者健康的风险。部分食品包装上的营养成分标注不实,可能存在滥用食品添加剂、微生物超标、重金属含量超标等情况。一些山寨食品甚至“碰瓷”药品进行非法售卖,如“安宫牛磺丸”冒充“安宫牛黄丸”。

界定不清 威慑不强

山寨食品是一种处于法律灰色地带的“侵权产品”。虽然部分生产商在法律层面拥有完整手续,是经过独立注册的合法企业,但本质上侵犯了消费者的知情权,用“合法外衣”掩盖产品潜在问题。

依据《中华人民共和国反不正当竞争法》,擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识的行为属于不正当竞争行为。但部分基层市场监督

管理人员反映,现实中对于“相同或者近似”这一关键概念的具体界定仍不够清晰明确,缺乏可操作性强的细化标准。

半月谈记者调查发现,当前食品造假涉及面广、手段多样、手法隐蔽、危害程度深,取证与执法难度较大。即便被查,一些制假者往往仅面临罚款或吊销营业执照等较轻处罚,相较于所获取的高额利润,处罚力度微不足道,威慑作用不强。同时,由于信息偏差、辨别能力缺乏、损害甚微而维权成本高昂等因素,消费者往往只能自认倒霉。

全链条整治山寨食品

近日,国家市场监管总局针对农村市场发起假冒伪劣食品专项整治行动,剑指原料污染、如假造假、误导消费三大顽疾。打击山寨食品是一项系统性、长期性、广泛性的治理任务,需要多方面共同努力。

提高违法成本。受访专家认为,相对于不

法行为获取的高额利润,罚款、吊销营业执照等较轻处罚起不到应有的警示作用。专家建议,严格购物平台、外卖平台准入标准,并提高对食品造假者的处罚标准;对于情节严重的食品造假行为,应依法追究造假者的刑事责任,让不法分子付出沉重代价。

织密食品安全网。专家表示,执法和监管部门应梳理分析线上销售数据,通过大数据、人工智能等信息技术追溯产品的销售商和生产商,掌握侵权主体和行为的相关证据,更高效识别和追踪山寨食品的生产 and 销售链条。

提高全民食品安全意识。受访者建议,加大对山寨食品危害的宣传力度,增强消费者的辨别能力;加强监督力度,建立第三方食品溯源平台,确保所有在售食品来源可追溯、去向可查证、责任可明确,方便消费者查询和举报,形成全社会共同抵制山寨食品的良好氛围。

(刘美子)

一杯驼奶的科技进化论：揭秘“中国驼奶之乡”的醇香蝶变

初夏的内蒙古自治区阿拉善盟阿拉善右旗,阳光洒在广袤的大漠上。走进牧民黄培智的家,刚出生的驼羔毛茸茸的,正亲昵地蹭着他讨要草料。喂完草料,他像往常一样走向智能储奶罐,这里存放的是被称为“沙漠黄金奶”的驼奶。

驼奶因产量少、保存难而异常珍贵。温度一旦超过 5 摄氏度,驼奶便会变质,以往牧民们常常因储存不当而蒙受巨大损失。

“有天清晨,我来到奶罐旁,发现制冷奶罐意外断电,温度飙升至 10 多摄氏度。两三天积攒的鲜奶就这么全坏了,一夜之间损失三四万块钱,心里别提多难受了。”黄培智满脸痛惜地说道。

但如今,智能奶罐搭载的远程报警系统成了驼奶的“守护者”。“温度稍有异常,手机便会立刻收到短信提醒;若未及时查看,电话也会随之响起,相当方便,对我们牧民来说是科技创新、科技创收,特别好。”黄培智说。

看完驼奶状态,黄培智掏出手机向记者展示。屏幕上不断跳动的光点,正是他家骆



●因为专家学者们查看新生的单峰驼与双峰驼配种繁育的小驼羔。(阿拉善右旗融媒体中心供图)

驼所佩戴的 GPS 定位芯片发出的信号。“以前找骆驼,得骑着摩托车,甚至骑马漫山遍野地寻。现在有了这高科技,每峰骆驼都戴着 GPS 定位芯片,我足不出户,动动手指就能掌握它们的行踪,实现‘云放牧’。”黄培智笑容满面地介绍道。

阿拉善右旗被誉为“中国驼奶之乡”,现存栏双峰驼 6.8 万峰。近年来,这里的骆驼养殖朝着专业化、产业化、科技化发展。黄培智

便是众多受益者中的典型代表。曾经,他家年收入仅有七八万元,在当地已算“养殖大户”;而如今,凭借驼奶产业,他家年收入轻松突破百万元,甚至可达两百多万元。“这样的收入,放在过去,我们牧民连想都不敢想,驼奶产业彻底改变了我的生活。”

与此同时,大漠深处传来喜讯——5 峰由单峰驼与双峰驼配种繁育的小驼羔在阿拉善右旗高产驼奶繁育基地呱呱坠地。它们的降生创造了中国骆驼繁育领域的历史,标志着中国驼奶高产基因研究取得重大突破。

内蒙古农业大学食品科学与工程学院教授吉日本图介绍:“原产于中东和非洲的单峰驼产奶量高,而中国特有的双峰驼产奶量相对较低,再加上双峰驼‘认崽产奶’的习性,进一步限制了产奶量。基于此,我们萌生了将单峰驼的高产奶基因,通过配种繁育技术转移到双峰驼身上,以此提升产奶量的想法。”

“为了实现这一目标,我们潜心钻研了近 10 年。”提及科研历程,吉日本图难掩激动之情,“如今,双峰驼平均日产奶量从之前的 2.5

公斤左右提升到 3.5 公斤以上。”

此次繁育成功,不仅使得科研成果切实惠及牧民,更让“沙漠黄金奶”走向规模化生产成为可能。

“繁育成功后,现在 1 峰改良后的双峰驼产奶量相当于过去 3 峰甚至 4 峰。这样的成果,大家都喜闻乐见。预计明后年,我们的繁育规模有望达到每年 100 至 200 峰。”吉日本图满怀信心地展望。

从驼奶储存难题的攻克,到放牧模式的革新,再到繁育技术的重大突破,科技创新为驼奶产业注入了源源不断的动力。在这片充满希望的沙漠中,驼奶产业将乘着科技的东风,创造更多奇迹。

(陈峰)

遗失声明 本人不慎遗失身份证一张,号码为:1234567890123456789,声明作废旧卡作废。 声明人:张三 2025年5月24日	遗失声明 本人不慎遗失公章一枚,号码为:1234567890123456789,声明作废旧章作废。 声明人:李四 2025年5月24日
--	---