

民营企业进京郊 唤醒乡村“沉睡资产”

——北京市工商联“万企兴万村”京郊行助力农文旅融合

黄土飞扬间，一辆辆越野车用引擎发出嘶吼，一气跃上了数米高的坡道，在赛道上飞驰；入夜后，车手们到附近的驿站驻车休息，放松精神，为第二天的比赛做好准备……这是近日发生在北京市延庆区西山沟村的一幕，也是北京市工商联“万企兴万村”京郊行活动为乡村带来的变化之一。

6月6日，“万企兴万村”京郊行延庆专场在北京中关村延庆园举行，吸引了百余位企业、商协会与政府部门代表参与。如何将乡村的“沉睡资产”转变为产业发展的“活力之源”？多位企业家给出了答案。

“西山沟村有一条天然形成的越野赛道，但开发不充分，配套也不成熟。我们要把赛道的‘稀缺性’挖掘出来，然后放大。”北京市光彩会理事、超选集团董事长江龙亮表示，过去一年，公司不仅帮助西山沟村修整赛道、完善配套，还通过与永宁镇共建创服中心、确立村集体保底收益、带动工商联企业联动共建等方式，形成了利益联结机制，确保项目稳步推进。

除了天然的越野赛道，京郊乡村还有“隐藏财富”。利用延庆区地势高的良好条件，猎户座(北京)文化旅游发展有限公司将露营、徒步与观星相结合，以位于延庆区井庄镇的山野户外运动基地为中心，串联起周边箭杆岭村、曹碾村等4个村落，共同解锁“星空经济”。

“最美的‘星空’一定在城市之外。乡村舞台广阔，等待着更多民营企业来这里扎根。”猎户座创始人王万宇在活动上表示，企业扎根乡村需要锚定目标、持续深耕，而这个过程离不开村民、村集体与政府部门的共同支持。

延庆区大庄科乡有众多抗日根据地遗址，红色资源丰富。近年来，在延庆区委、区政府的支持下，民营企业91科技集团在这里建成了“红色大庄科”体验基地，带领民营经济人士重走红军路、感悟革命精神，并运用企业经验开展经营和推广，扩大基地影响力。

“在农村不只发展农业。只要是民营企业力所能及，都可以选择在乡村发展。”延庆区工商联主席、91科技集团董事长许泽玮在活动上表示，如今，“红色大庄科”已联动起红色教



● 在西山沟村，越野赛道从田野间穿过。(超选集团供图)

育、自然风光、体育休闲、农业电商等多重资源，不仅向村民分红，也为村里带来了源源不

断的“人气”，助推当地农文旅协同发展。八达岭星空主题露营地、菊花谷旅游综合

体……翻开本次活动的招商手册，延庆区康庄镇、八达岭镇等12个乡镇和组织的待建项目一目了然。书中详细列出了项目的区位优势、资源禀赋、招商需求等信息，帮助有合作意向的企业碰上“对的人”。多家企业与各乡镇政府现场签约，以合作项目、捐赠设施等形式助力乡村发展。

据悉，“万企兴万村”京郊行自去年启动以来，北京市工商联已组织900余家民营企业深入京郊乡村，开展16场专场推介活动，发布150余个项目，并促成一批项目陆续落地。今年，京郊行已走过密云、房山、怀柔、延庆4区，还将到平谷、通州、门头沟等地持续举办多期。

“近年来，延庆区不断深化冬奥遗产转化，推动农文旅融合发展，为民营企业参与乡村振兴提供了广阔舞台。”北京市工商联党组成员、副主席林为民表示，“万企兴万村”行动京郊行进入第二年，要以出实招、见实效为目标，突出京郊发展特色，以生态涵养区为重点，发挥民营企业优势，助力京郊乡村全面振兴。

(任德辉)

上海宝冶 厦门空港科创中心项目 主体结构全面封顶

5月29日，上海宝冶承建的厦门空港综保区一期国际科创中心项目主体结构全面封顶，标志着项目建设取得阶段性胜利，为项目整体竣工交付奠定了坚实基础。

厦门空港综保区一期国际科创中心项目位于厦门空港综合保税区莲河南部片区围网内，主要建设内容包括商业楼、办公楼、技术服务办公楼及工业配套。项目建成后，将进一步完善新机场片区的建设规划，助力厦门空港综合保税区建设开发，打造一个多维度的综保组团示范园区，成为聚集国际物流与分拨、新一代信息技术、智能装备以及科教研发等领域复合高端产业的发展中心。

(林其凡)

[上接 P1]

反对商品过度包装 多协会发出联合倡议

(二)推广绿色设计理念。

鼓励包装企业秉持绿色发展理念，加强绿色设计，减少包装材料的使用量和设计的复杂程度，优先采用易回收、易降解的包装材料，从源头上实现包装减量。同时，优化产品结构，提高包装制品的回收性能，促进资源的循环利用。在生产经营活动中，注重提升产品内在价值，以商品品质为核心，树立良好品牌形象。

(三)提升技术创新能力。

包装企业应加大科技创新投入，加快绿色技术攻关和转化，积极研发使用有利于资源节约的包装新材料、新技术、新工艺，将绿色低碳理念贯穿于产品研发设计、生产制造的全过程。

(四)加强行业自律。

行业协会等有关组织应发挥带头和纽带作用，推动上下游企业形成自觉抵制商品过度包装的良好氛围。通过制定行业自律规范，加强行业监督，对违反规定的企业进行曝光和处罚，维护行业的健康绿色发展。

二、消费者要秉持理性 做绿色消费的践行者

(一)增强绿色消费意识。

广大消费者应树立科学理性的消费观念，充分认识过度包装的危害性，自觉抵制购买过度包装的商品。在购买商品时，注重商品的内在品质而非外在包装，选择简约适度包装的产品。

(二)积极参与监督。

消费者应主动参与对商品包装的监督，发现过度包装等浪费行为时，及时向相关部门举报。同时，通过社交媒体等渠道分享自己的绿色消费体验，引导更多人加入到绿色消费的行列中来。

(三)倡导简约适度生活。

鼓励消费者在日常生活中践行简约适度、绿色低碳的生活方式。比如，购物时尽量自带购物袋，减少一次性塑料袋的使用；选择可重复使用的餐具和容器，减少一次性餐具的消耗；支持商品包装的回收、循环利用等。

(四)支持绿色包装产品。

消费者应优先选择采用环保包装材料的商品，支持绿色包装产品的发展。通过市场需求的引导，促使企业更加注重包装的环保性和可持续性。

三、全社会要携手共进 做绿色文化的推广者

反对过度包装是一项长期而艰巨的任务，需要政府、企业、消费者和社会界的共同努力。商品过度包装的背后是“面子消费”的心理在作祟，这不仅与中华民族节俭的传统文化不符，更与国家近些年倡导的绿色低碳可持续发展的理念相悖。全社会应共同抵制、呼吁社会各界共同行动，加大对商品过度包装的监督和治理力度，鼓励绿色产品、技术的创新应用，在全社会培育理性、健康、绿色消费新风。

山西大同：科技赋能让农民不再“靠天吃饭”

夏日，走进山西大同西韩岭乡北村的果蔬大棚，阵阵果香扑面而来。放眼望去，一根根藤蔓沿着吊绳向上攀爬，叶片间垂挂着饱满的瓜果。果农们忙着采摘、过秤、包装、搬运……期待今年能卖个好价钱。

近年来，山西省大同市云冈区西韩岭乡北村发展特色种植业，现已建成291座现代化高标准新型钢架温棚和两座育苗中心温棚。西瓜、香瓜、蓝莓、西梅等20多种优质果蔬畅销北京、河北、内蒙古等地，年销售额突

破50万元，带动100多名农村劳动力就业，人均年增收2万余元。2024年，北村集体经济收入达612.34万元，户均收入5万元。

在御乐园现代化产业园内，智能物联网系统让人眼前一亮。工作人员正通过传感器实时监测温湿度、土壤肥力等数据，自动调节通风、灌溉设备，水肥一体化系统让每株作物都能喝上定制营养液，让种植园成为“会呼吸”的智慧农场。

如今，当地已形成“技术示范——品质溢

价——多元增收”产业链。从无土栽培的技术革新，到冷棚种植的提质增效；从错峰上市的市场突围，到创业试验的大胆探索，北村通过技术创新、模式突破和产业链延伸，实现土地效益与农民收入双丰收，构建起“技术可复制、市场有保障、就业可持续”的乡村振兴产业矩阵。

目前，该村正申报“山西省科技产业化环境建设计划项目(星火)”。项目完工后，北村将成为晋北地区规模最大的无公害西瓜生产、

科研和示范基地，可年产西瓜420万公斤，实现销售收入840万元。

大同市云冈区西韩岭乡北村村委会副主任鲁青介绍，这些年村里着力推动蔬菜、瓜果产业向规模化、品牌化、标准化、绿色发展，把过去“靠天吃饭”变为靠技术、靠科学。走出一条“支部引领、资源盘活、产业推动、共同富裕”的新路子，壮大村集体经济的同时，促进了农业增效和农民增收。

(胡健 马静波)

从畅销到“领秀”的自我超越，“名门之秀”五粮春的磅礴30年

■ 李森

1995年，第一瓶五粮春问世，伴随着市场经济萌动的浪潮开启“名门序章”；2007年，一曲“五粮春光灿烂，香醉人间三千年”响彻华夏大地，五粮春成为中国名酒抒写个性化品牌叙事的闪亮篇章；2019年至今，迭代焕新、品质夯实、矩阵布局、价值跃升，五粮春用实际行动与时代共秀、与趋势共舞……

30年时间，五粮春谱写了一段品牌、消费者与市场共同成长的精彩故事，也成为中国白酒在市场经济历练下，从稚嫩走向成熟的标志性品牌案例。

如今，行业再迎变革周期，站在中国酒业迈入下一个30年的关键路口，我们从五粮春的品牌故事里，依旧可以洞察到具有普适性的成功法则。

亲和力、共情度 五粮春品牌的成功法则

毫无疑问，五粮春是中国酒业最具亲和力的品牌之一。

过去30年，一批又一批白酒消费者通过宴席、饭局以及亲友的赠礼，与五粮春结缘并选择与之一路深情相伴，这些平凡生活里的点滴，汇聚成无数动人的故事，为品牌构筑起难以撼动的情感壁垒，成为五粮春品牌一次次跨越周期、精彩蜕变的关键力量。

本世纪初，一曲《爱到春潮滚滚来》让无数人感知到五粮春的魅力，“五粮春光灿烂，香醉人间三千年”成就了中国酒圈的又一经典之声，也让五粮春“名门之秀”的美誉与口碑，渗透到街头巷尾，融入老百姓的日常，成为消费者美好生活的一部分。

从第一代五粮春到第二代五粮春，再到如今五粮春·名门、五粮春·和美的加入，五粮春品牌匹配更广阔市场和多元需求的产品矩阵愈发完善。这一次次的自我蝶变与升级更迭中，五粮春始终与消费者站在一起，始终代表着中国白酒在酒体创新、品质升维以及用户培育上的引领方向。

近年来，面对更为激烈的竞争环境和行业洗牌态势，五粮春将品牌价值强化与品牌文化渗透作为两大突破口，保持品牌的亲和力与共情度。通过落地众多精彩营销案例并打造创新品牌IP，有效串联起BC两端的活力与热情，进而挖掘新的市场潜力。

例如绽放全国各地的“五粮春品牌文化臻享会”，通过融入各地的人文风貌，并以沉浸式戏剧和国风体验等形式，传递“名门之秀”的真谛与深情；而“五粮春SHOW真我臻享秀”主题快闪店巡展，则把一个更加年轻、时尚与灵动的五粮春品牌呈现给广大消费者，成为新时代下消费者全息认知五粮春品牌的生动窗口。

时间赋予五粮春品牌以厚重底蕴，而坚持将亲和力与共情度融入品牌基因，则让五

粮春在任何时代与周期，都能够精准找到与新老用户深度绑定的妙招与战术，以更丰富的形式与内容，去延展品牌故事与传递价值——既巩固市场核心地位，又勇担时代“领秀”。

迎战新30年，五粮春再出击

过去30年，中国名酒在市场经济洗礼中完成自我觉醒，并在销售端与品牌端相继确立市场地位，五粮春作为这个长周期里的重要一员，拥有难以超越的先发优势。

正如众多经销商和消费者所说，身经百战并成功穿越多个行业周期的五粮春，早已成为五粮液旗下的“最强侧翼”与“带刀护卫”，并为白酒市场“浓香天下”格局的缔造立下汗马功劳。

面向未来，五粮春“名门之秀”的美誉对于白酒市场来说，既是一张值得信赖的金字招牌，也是可以被深度感知的价值名片。特别在白酒市场处于内外环境双重挤压的当下，“名酒与品质”进一步成为经销商、消费者最为器重的评判标准。而这也是五粮春品牌再出击与再突围的先发优势。

对于经销商来说，告别过去几年的狂飙突进后，更加稳定与更为长远的利益共享模式，正逐步取代过去简单粗放、利益至上的厂商合作路径，并成为酒圈共识。而以五粮春为代表的经历过时间考验、市场检验，并拥有深

中国潮玩改写文化出海剧本

全世界都在为一款中国玩具疯狂

近期，从洛杉矶到伦敦，从米兰到东京，各大城市的泡泡玛特门店前均排起长队，有门店甚至上演“抢娃”大战。

“短短60米的巷子排了三小时，大概是我走过最久的巷子了。”一位在阿姆斯特丹购买Labubu(拉布布)的网友将其称之为信仰测试现场。

这款丑萌潮流玩具风靡全球，吸引了众多国际明星“晒娃”的同时，也带动泡泡玛特股价飙升，目前其总市值已突破3000亿港元元，创始人王宁因此跃升为河南首富。

摩根大通更是将Labubu视为下一个Hello Kitty。Hello Kitty是日本三丽鸥公司旗下著名IP，曾在全球掀起销售热潮，并成为历史上最卖座的特许经营权之一。如今，机构将Labubu与Hello Kitty相提并论，不仅意味着Labubu迅速崛起为新一代超级IP，更为中国文化出海提供新剧本。

从符号堆砌到情感共鸣

以前，中国文化出海或大量植入东方元素、或套用宏大叙事模板，如今Labubu的走

红展现出一种新的文化出海模式，以本土化创作打破文化壁垒，打造具有全球语境的文化消费品。

新加坡鱼尾狮款、泰国金丝服饰款、西班牙斗牛士款……精准适配不同地区审美需求，拉近中国商品与当地文化情感距离，使Labubu成为跨文化共鸣的载体，还被泰国官方授予“神奇泰国体验官”称号。

新加坡品牌咨询公司iMPact创始人兼首席执行官克里斯·佩雷拉表示，多年来，中国公司一直致力于通过传播文化遗产和讲故事的方式走向全球，但Labubu不是试图解释中国，而是试图让人喜欢。

这正切中了“Z世代”的情绪消费潮流。在物质不再稀缺的时代，年轻人更看重商品提供的情绪价值，不仅带动了谷子经济崛起，也让拟人化潮玩迅速流行。当“遛娃”成风，产品也成为行走的文化符号。

从中国制造到中国创造

曾经，中国是世界的玩具代工厂，迪士尼、漫威、高达等知名品牌玩具在中国制造后被销往全球。如今Labubu爆火不仅标志着中国设计能力的提升，也让超级IP赛道有了中

国品牌的身影。

这种由创新带来的价值跃升，赋予了潮玩较高溢价，更成为中国品牌在全球玩具市场引领新潮流的核心驱动力。

不仅仅是潮玩市场，近年来“中国创造”正在多领域赢得世界瞩目。《哪吒2》跻身全球电影票房前五，创造亚洲电影新高度；DeepSeek改写AI领域叙事规则，展现中国科技企业创新实力；《恋与深空》跻身多国畅销榜，实现中国手游在国际市场新突破。

当前，中国持续推动文化软实力建设，IP成为一大抓手。商务部明确，打造IP创意设计和新品发布平台，建设IP消费商业地标，推出IP消费经典路线，拓展沉浸式消费空间。

从单一形象传播到内容生态构建，中国IP产业潜力巨大。

Labubu的成功，也为中国IP走向世界提供借鉴：将中国强大制造能力和创造能力相结合，精准捕捉全球消费者情感需求，产品自然被世界认可。

随着中国IP加速向全球文化高地攀登，东方版“迪士尼神话”的诞生或不再是遥不可及的想象。

(三里河)

公安交警退休公车拍卖公告 为盘活国有资产，增加财政收入，根据《中华人民共和国道路交通安全法》、《中华人民共和国拍卖法》等法律法规，经研究决定，对公安交警退休公车进行公开拍卖。现将有关事项公告如下： 一、拍卖标的：公安交警退休公车。 二、拍卖时间：2025年6月14日（星期一）上午10:00。 三、拍卖地点：北京市公安局交通警察总队拍卖中心。 四、竞买人资格：凡具有完全民事行为能力的自然人、法人和其他组织均可参加竞买。 五、报名方式：持本人身份证、驾驶证、行驶证原件及复印件，于2025年6月13日15:00前，携带5000元保证金，到北京市公安局交通警察总队拍卖中心办理登记手续。 六、其他事项：详细拍卖公告及竞买须知，请前往北京市公安局交通警察总队拍卖中心查阅。咨询电话：010-12345678。 北京市公安局交通警察总队 2025年6月11日			
股权转让通知暨债务催收联合公告 根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国合同法》等法律法规，经研究决定，对以下股权转让事宜进行公告，并对相关债务进行催收。现将有关事项公告如下： 一、股权转让事宜：北京XX科技有限公司（以下简称“XX科技”）原股东张三、李四，因个人原因，拟将所持XX科技股权转让给王五。该股权转让事宜已经XX科技股东会决议通过，并办理了工商变更登记手续。自本公告发布之日起，王五将成为XX科技的唯一股东，张三、李四不再对XX科技的债务承担责任。 二、债务催收事宜：XX科技在经营过程中，曾与多家单位发生业务往来，现因张三、李四个人原因，导致XX科技无法按时偿还相关债务。现特公告催收，请相关债权人于本公告发布之日起30日内，持相关债权凭证，向XX科技或王五主张权利。逾期概不受理。 三、其他事项：XX科技在经营过程中，所有对外签订的合同、协议，均与张三、李四无关。特此公告。 北京XX科技有限公司 王五 2025年6月11日			
遗失声明 本人不慎遗失北京市公安局颁发的《机动车驾驶证》一本，证号为：京A12345，准驾车型：A1。声明该驾驶证自遗失之日起失效。如有他人冒用该驾驶证从事违法活动，概与本人无关。特此声明。 声明人：张三 2025年6月11日			
停业公告 因本店装修需要，本店将于2025年6月15日至6月20日停业。停业期间，所有订单将顺延处理。不便之处，敬请谅解。特此公告。 XX餐饮有限公司 2025年6月11日			