

从『卖原粮』到『卖产品』『卖品牌』

第七届中国粮食交易大会一线观察

■ 武江民 文/图

“这是铁岭大米”“你抓一把拿手搓，搓热了闻一闻”“咱家的米香很清新”……7月12日，在沈阳举办的第七届中国粮食交易大会上，辽宁农产品展台前，每当有客商驻足，开原市周氏米业有限公司总经理周丽媛便会滔滔不绝地讲解产品特点。

本届粮交会聚焦粮食流通，有4000多家企业、2万余名行业人员参会，周丽媛是其中之一，她的米厂开在铁岭开原市庆云堡镇三家子村。“米香也怕巷子深，这些年我跑了不少展会，就想把家乡的米推向全国。”周丽媛说。

开原市是辽宁的水稻主产区之一。过去由于缺少品牌、产业链条短，好米常常卖不上好价。2011年，周丽媛返乡创业成立了米业公司，建起集收购、烘干、仓储、销售于一体的厂房。如今公司水稻种植面积近万亩，每年生产的数万吨大米销往北京、上海、广州等地。

从“卖原粮”到“卖产品”“卖品牌”，漫步于第七届粮交会现场，五常大米、宁夏枸杞、新疆红枣等极具地域特色产品竞相绽放魅力，熙熙攘攘的客商，在各个展台品鉴美食、洽谈合作。

在展会现场，记者看到一款由山东华瑞集团有限公司和内蒙古兴安盟地区一家粮油公司合作生产的小麦粉。“当时这家企业建了厂房，但缺少品牌，一直打不开市场，就联系上我们。”华瑞集团董事长侯居良介绍，2024年华瑞集团和这家企业签订战略合作协议，合作内容从面粉生产逐渐延伸至技术研发、市场拓展等领域，目前这家企业年加工小麦粉可达4.5万吨，销售范围扩大至全国多地。

“东北是粮食主产区，希望可以通过我们的技术和品牌，把更多的玉米、大豆开发成高附加值产品。”侯居良说。

近年来，在政府引导和政策支持下，粮食产销区之间的合作模式不断创新，从传统的产销对接向订单农业、品牌共建、产业协同等更深层次发展，构建起更加紧密稳固的产销合作关系。

推动粮食产销地区协同发展，如何带动脱贫地区共同受益是一个重要看点。本届粮交会期间，第五届全国脱贫地区优质特色粮油产品展销会同期举办，来自全国340个脱贫县的674家合作社和企业集中亮相，展销产品涵盖特色粮油、杂粮杂豆等多个品类。

广西巴马瑶族自治县是油茶种植传统产区，但过去深加工水平较低，多以小作坊为主。近年来，巴马引入多家龙头企业发展油茶产业。“我们2022年在巴马投资建厂，目前已引进163项专利技术。”长寿(巴马)山茶油产业有限公司招商总监陈艺飞在展销会现场介绍。

“粮食产业不管是升级还是协同，都要着眼富民。”率队参会的广西粮食和物资储备局粮食储备与产业发展处处长李春燕说，依托广西优质香米资源，广西以“优粮优销”逐渐打通从稻谷到米粉的价值链条。2024年，柳州市螺蛳粉全产业链销售收入达759.6亿元，大米、螺蛳等核心原材料基地规模达20万亩，带动超30万人就业。

(转自新华网)



●客商在第七届中国粮食交易大会上品尝新疆美食。

4197公里“能量环”！我国最大盆地超高压电力环网贯通

■ 杜刚

历时15年建设，总长4197公里的环塔里木盆地750千伏输变电工程全线贯通，这意味着我国最大的盆地——塔里木盆地装上了电力“能量环”。

7月13日，在塔克拉玛干沙漠南缘，最后一段电线被轰鸣着的牵引机拽着，从183号铁塔出发，掠过和若铁路和国道315线，最终牢牢锚定在188号铁塔上。

这条目前我国最大的750千伏超高压输电环网，是我国在塔克拉玛干沙漠周边，继铁路、公路等之后完成的又一项基建大工程。从高空俯瞰，超高压电力环网沿着塔里木盆地，在沙漠边缘、陡峭的山坡上蜿蜒游走，如同舒展的“血管”；近1万座铁塔扎进沙漠戈壁，是撑起整个线路的“骨骼支架”；9座750千伏变电站是跳动的“心脏”，收集风电、光电、火电、水电，调整电压后，再把电送出去。

单条输电线路就可以供电，为什么要建设环网？

国网新疆建设分公司第一项目管理中心副主任徐玉波解释，环网可以让电力“血液”从多个路径流动，避免单点堵塞导致“缺血”，南疆的电力保障上了一个新台阶。

“能量环”藏着高质量发展的密码！

且末县政协副主席迪里夏提说，工程对南疆是一场“及时雨”。国网新疆电力有限公司统计，2024年南疆全社会用电量736.99亿千瓦时，比2010年提高了约6倍。这直接反映出南疆的发展速度和对电力的需求程度。

“之前的220千伏线路，就像老骆驼拉货难以撑起南疆这股子往前冲的劲儿。”迪里夏



●在新疆环塔里木盆地750千伏输变电工程若羌750千伏变电站，运检人员检测设备温度。丁磊 摄

提说，如果说220千伏线路是“县级公路”，那么750千伏线路就是“高速公路”，可以实现跨区域、省际甚至国家间的大规模电力输送。

企业翘首以盼。位于若羌县的新疆国晟企诚新能源有限公司设备总监宋小军介绍，公司生产的光伏组件一期可提供280个就业岗位，年产值规模约20亿元。工程的贯通，可以激发更多南疆新能源电站建设，拓宽市场。

“能量环”由9项工程分阶段施工完成，其中8项工程已经投用。今年4月，和田—民

丰750千伏输变电工程投运后，昆仑山深处的喀让古塔格村村民努尔古再丽·托合提尼亚孜的机器面加工店，再也不用怕揉面揉到一半突然“卡壳”，努尔艾力·吐孙托合提家棉絮加工店的轧花机能“哒哒”响个不停。

国家电力大动脉，为“西电东送”筑基。

国网新疆经研院新型电力系统规划研究中心主任辛超山说，新疆和中东部存在时差，16时许南疆还是艳阳高照，光伏发电仍处于高峰期，光电可以通过这一“能量环”进入“西

酷暑热浪中“清凉经济”释放暑期消费强劲动能

■ 赵子硕

进入7月，天津出现持续高温。9日至11日，天津中心城区日最高气温突破35摄氏度。酷热难耐的天气仿佛一股催化剂，激活了“清凉经济”。从琳琅满目的清凉好物，到融合多元休闲体验的避暑游，再到烟火气升腾的“夜经济”，“清凉经济”正释放强劲消费动能，成为点燃夏日消费市场的一道亮丽风景线。

清凉好物热销

走进天津市南开区的一家京东MALL超级体验店，虽是在工作日，空调销售区依然人头攒动。

“如今的消费者不仅关注价格，更注重体验感。带AI语音的空调、智能空气循环扇等成为新宠。”体验店运营负责人吴梦康介绍，进入暑期以来，门店日均客流量连续多日破万。

“清凉电器”热销的同时，“清凉穿戴”也风靡街头。手持遮阳伞、脖挂小风扇、身着防晒服……天津街头巷尾随处可见全副“捂”装的市民。在淘宝等网络平台，消暑贴、驱蚊喷

雾、挂脖风扇、凉感冰袖等“夏日神器”因小巧便携、实用实惠的特点频登热搜榜，部分单品月销量逾万件。

作为一种具有鲜明地域性特征的消暑美食，天津刨冰也是当地市民夏日的必备好物。堆尖的冰山浇上酸磨糕、酸梅汤、炼乳调制的浓稠酱汁，再铺匀绵密红豆沙，沁甜黏润与爽脆冰碴交融，自上而下的冰凉感便层层袭来。

上周末，南开区在南门外大街区域举办了一场户外刨冰节，吸引了众多市民游客。“活动设在商场旁，能够借助商圈的人流，营业额很可观，一天能卖出400多份。”商户耿鑫说。

避暑游受青睐

走进国家海洋博物馆海底世界海博潜水中心(以下简称“海博潜水中心”)，高温被隔绝在外，7米多深的池水中，潜水学员自由摆动双蹼，教练团队紧盯动作，不时通过手势指导。

“我们拥有2300平方米室内潜水区，提

供水肺潜水、自由潜、‘美人鱼’等体验。零基础游客也能在专业教练陪同下感受潜水乐趣。”海博潜水中心运营总监翟俊帅表示，7月6日开业以来，持续高温带动客流量显著增长，特别是亲子家庭数量明显增多。

高温之下，室内游泳馆、水上乐园等亲水场所成为市民避暑纳凉的首选。天津一些景区结合夏日天气及暑期游客特点推出一些新项目、新场景，广受游客青睐。

“一进溶洞就像跨进天然水箱，外面30多度，洞里不到20度！”游客王女士选择来到天津蓟州溶洞景区“清凉一夏”。洞内千姿百态、绚丽多彩的钟乳石，配合四季恒温18摄氏度的左右的环境，使之成为远近闻名的避暑胜地。

“进入暑期，日均客流较平日增长30%到40%。我们今年还新增了4公里长的峡谷漂流项目，让游客体验速度与清凉的双重快感。”蓟州溶洞景区市场部经理王倩介绍。

蓟州区文化和旅游局党委书记、局长宋伟龙表示，今年夏天，蓟州区策划20余项文旅活动，为游客打造全方位的消夏避暑天堂。

杨建晖：构建更富创造力的营销新范式

■ 刘煜姜

在全球数字化浪潮的推动下，整个市场都经历着前所未有的蓬勃发展，而营销作为企业生存发展的核心驱动力，更是不断打破常规。据统计，2024年全球数字营销支出飙升至7800亿美元，预计在2025年这一数字将突破8500亿美元大关，而到2030年更是有望攀升至1.5万亿美元，年复合增长率(CAGR)稳健维持在10%以上。其中，中国智慧营销市场展现出了强劲的增长势头，成为推动全球数字营销发展的关键引擎之一。在这片充满机遇与挑战的蓝海中，中国智慧营销专家杨建晖，多年来以其独特的战略眼光和丰富的实践经验，始终站在行业发展的前列。

洞察市场先机 夯实企业运营根基

面对竞争激烈的餐饮市场，杨建晖深知精准把握市场动态是企业破局的关键，因此作为北京尚品淳餐饮管理中心总经理，他亲自带领团队深入市场一线，走访多家不同规模的餐饮企业，分析海量的消费数据，敏锐捕捉到消费者对健康化、便捷化饮食的需求趋势。基于这一判断，他为合作餐饮商家量身定制解决方案：一方面协助商家开发主打健康食材、兼顾快捷体验的系列菜品；另一方面帮助商家高效整合资源，实现新品快速落地。从前期调研到方案执行落地，杨建晖全程把控关键环节，确保服务精准匹配合作商家的需求，助力他们凭借差异化定位快速打开市场，有效提升了这些商家在细分领域的竞争力。

同时，杨建晖倡导“数据驱动营销”理念，



助力合作商家建立消费者画像分析体系，定期输出消费偏好报告，帮助商家动态调整菜单结构与促销策略。此外，他主导建立的标准化作业流程，明确各部门职责边界与协作规则，推动后厨效率显著提升的同时，还保障了菜品品质的稳定输出，还通过定期开展服务细节培训，将“主动沟通、高效响应、贴心处理”等理念贯穿到合作商家员工的日常工作中。随着食材供应更稳定、服务流程更优化，消费者的用餐体验得到实质性改善，合作商家的口碑与复购率也随之提升。如今，在杨建晖的带领下，北京尚品淳餐饮管理中心已为诸多企业提供了定制化营销服务，赢得了合

作企业的高度认可与市场广泛赞誉。

深耕技术应用 驱动营销变革升级

在流量红利逐渐消退的当下，“全面内卷”已成为各行业难以回避的生存现实，营销行业正陷入前所未有的困境：其一，渠道触点呈指数级增长，从传统媒体到社交平台、从线下门店到私域流量，企业因缺乏数据整合能力，难以绘制完整的用户画像，导致营销信息难以精准触达目标人群；其二，互联网信息过载使消费者注意力极度分散，品牌若无法利

用数据洞察用户兴趣偏好、实现个性化内容推送，极易淹没在海量信息中，更遑论实现破圈传播；其三，内容生态的参差不齐加剧了信任危机，企业若不能通过合规、透明的数据管理建立用户信任，即便投入大量营销资源，也难以转化为实际商业价值。

面对上述行业发展难题，杨建晖指出：“在技术重塑商业格局的时代，固守传统经验只会被市场淘汰，唯有构建技术驱动、合规保障、业务协同的营销体系，才能实现可持续发展。”近年来，他积极探索大数据分析、社交媒体、隐私保护等创新技术与工具在营销领域的应用，将其有机融入个性化内容营销推荐、智能客户关系管理、营销数据管理等环节，先后发表了多项优异的技术成果。这些技术成果构建起从数据采集、分析到精准营销的完整闭环，不仅大幅提升了营销效率，更通过合规的数据管理体系，实现了用户隐私保护与商业价值的双赢，为企业数字化转型提供了有力支撑。例如，个性化内容营销推荐系统能够根据用户行为数据动态调整内容，使营销信息更贴合用户兴趣；智能客户关系管理系统整合多平台数据，让用户服务从零散接触变为系统化运营，转化效率明显提升，为行业数字化转型提供了可复制、高价值的实践范本。

可以说，杨建晖的智慧营销实践始终围绕“技术赋能业务”展开，通过将技术创新与具体业务场景深度融合，为企业提供了从战略规划到落地执行的完整方法论。展望未来，营销行业在杨建晖等优秀人才的推动下，必将构建起更具韧性、更富创造力的营销新范式。

(转自新华网)

夜经济焕活力

夜幕降临，华灯初上，天津的夜生活拉开帷幕。近日，海河游船金卓码头新航季推出清吧航班，游客可在晚风中轻摇酒杯，聆听现场演唱，尽览津城夜景。

天津津旅海河游船股份有限公司市场营销部经理宋琳说，近年来，海河游船开发了津味早餐航班、相声演艺航班、音乐演出航班等特色文旅观光班次，让海河上“流动的舞台”满足更多国内外游客的个性化需求。

入夜，在天津市和平区成都道与湖南路交口，一条新竣工开放的步行街成为游客打卡的新去处。作为五大道文化旅游区基础设施提升项目的重要部分，历经数月保护性修缮与功能升级后的“民国1920街区”，串联起了民国广场与五大道公园两大城市地标。

“要沉浸式感受天津夜生活，五大道不可或缺。”天津市和平区五大道管委会副主任李亚静表示，这条新开放的步行街将为五大道百年历史街区注入新活力，也为今夏天津的夜生活增添一抹新亮色。

(转自新华网)