

『书香聚力 智启新章』2025年广东省书香企业展示活动举行

本报讯(记者 陈琼泉) 8月18日下午,“书香聚力 智启新章”2025年广东省书香企业展示活动在南国书香节广州琶洲主会场举行。广东省总工会党组书记、常务副主席温文星为省书香企业单位授牌,省总工会党组成员、专职副主席袁子雅为省书香企业提名单位颁发证书。

活动现场,省总工会以抽奖的形式向现场职工代表赠送书籍。活动还特邀广州水投集团、中国广核集团有限公司、广东省交通集团有限公司的职工来到现场展示原创节目,舞蹈朗诵《鹿鸣》、生产安全主题轻喜剧小品《今夜万家灯火时》、原创舞蹈《踏浪海天》轮番登场,充分体现了广东在书香企业建设过程中厚植的健康文明、昂扬向上、全员参与的职工文化,也生动展现出新时代广东职工传承文脉、精于匠心、勇于拼搏的精神风貌。

现场展示了广州产业投资控股集团有限公司等10家省书香企业单位、广州市市政工程设计研究院有限公司等10家省书香企业提名单位建设职工书屋的经验做法。

“非常高兴能够获得2025年广东省书香企业这一殊荣。”广州产业投资控股集团有限公司党委副书记、工会主席蒋丽红介绍,这些年产投集团培育了产研院“智研”系列行业发展研讨会、“书香产投”“玫瑰书香”“书香共享”读书交流会、与园区企业联合主办“三三三书董会”等全方位、多维度、深层次的阅读展示活动。

为了推动公益阅读,湛江一色投资有限公司投入200多万元资金打造了藏书量达36000余册的公共阅读书屋,面向湛江市民免费开放,尤其关注留守儿童、外来务工人员子女、孤寡老人等群体的阅读需求。“我们与4家企业、5所学校、3个社区建立长期合作关系,通过资源共享、优势互补,形成稳定的公益服务网络,实现公益阅读事业可持续发展。”该公司总经理苏可晴介绍。

中国广核集团有限公司职工书屋运营总监、图书管理员吴惠妹表示,其所在单位一直致力于推广、弘扬中国传统文化,从去年5月开始,集团已举办了近40场读书沙龙活动。据介绍,近年来,省总工会大力建设职工书屋、书香企业,广泛支持全省各级工会做好相应经费投入、图书配备及持续补充更新,开展丰富多彩的特色主题阅读交流活动,持续擦亮“工”字系列职工文化品牌,团结广大职工群众凝心聚力书写好“中国工人大学思政课”的广东篇章。截至目前,广东已建成全国工会职工书屋1043家,推选书香企业及提名单位240家,带动全省各级工会建设职工书屋1.5万余家,覆盖服务职工900余万人。

2025年广东省书香企业

- 广州产业投资控股集团有限公司
深圳立讯电声科技有限公司
中海福陆重工有限公司
东莞新奥燃气有限公司
广东烟草江门市有限公司
湛江一色投资有限公司
广东电网有限责任公司肇庆供电局
中国广核集团有限公司
广东省路桥建设发展有限公司云梧分公司
中建深圳装饰有限公司

2025年广东省书香企业提名单位

- 广州市市政工程设计研究院有限公司
佛山市高速公路运营管理有限公司
中国石化销售股份有限公司广东河源石油分公司
广东瓦良格信息科技有限公司
广东华电惠州能源有限公司
茂名高新发展集团有限公司
英德海螺水泥有限责任公司
广东省南粤交通揭惠高速公路管理处
中交(广州)建设有限公司
中国移动通信集团广东有限公司东莞分公司



同赴牧业盛典 共绘产业宏图 2025山西·怀仁羔羊肉交易大会将于8月28日召开

王荣 王晓丽 魏志强

正值初秋,晋北原野风吹麦浪,羊群如云。2025山西·怀仁羔羊肉交易大会如约而至。当这场畜牧业盛会的举办消息在媒体上发布,全国的视线再度转向怀仁。

届时,四海宾客、行业领军者、羊产业名企、媒体记者将相聚中国·德乡——山西怀仁,同赴牧业盛典,共绘产业宏图,携手振兴羊业。

大会展期为8月28日至30日,在山西省怀仁市农特产品展销展示中心及图书馆南广场盛大举行。本届大会以“品牌赋能产业 产业助力兴农”为主题,由朔州市人民政府主办,怀仁市人民政府承办。这是该市连续第八年举办羊产业盛会,是全省唯一一个以羔羊肉为专题的展会,也是怀仁市推进现代农业转型升级、擦亮“全国农区养羊第一县”金名片的核心引擎。

历届数据亮点—— 参展商、签约金额逐年上升

自2018年首届大会举办以来,怀仁羔羊肉交易大会已成长为全国羊肉行业标杆展会。数据显示,展会签约金额七年累计签约金额近170亿元,从首年的8.58亿元跃升至2024年的66.3亿元,增长7.7倍;参展企业2024年覆盖25个省市262家企业;累计带动酒店入住超10万人次,日均游客接待量突破3万人次,展会经济效益持续放大;“怀仁羔羊肉”品牌价值达46.78亿元,跻身全国百强。

“怀仁羔羊肉”拥有国家地理标志证明商标和生态原产地保护产品“双认证”,全市陆

续注册了“塞外鲜”“大材地”“朔美·引羊”“桑干河”等16个羔羊肉系列产品商标,先后研究开发出了速冻分割、熟食调理、方便休闲等33个系列168个品种的高附加值羊肉产品。

2025 展区亮点—— 打造怀仁国际农文旅交易中心

记者从近期召开的大会筹备工作情况汇报会上了解到,今年开幕式将在农特产品展销展示中心北广场举办,规划展览面积2万平方米,报名参展企业达345家,创历史新高。农展馆内49家,展会室外296家。其中,室外包括A、B馆和农副产品临时展区,比去年增加76家。

与往年不同的是,今年,农展馆计划引入MBO国际港运营团队,以此次大会为起点,将农展馆打造为“怀仁国际农文旅交易中心”开展全年运营工作,立足怀仁,以“链接全球、赋能两岸、聚合三晋、礼通世界”为目标,打造国家级农业对外开放枢纽、中国北方农产品出海战略枢纽、联合国可持续采购示范标杆、中非农业经贸合作新高地。

2025 活动亮点—— 怀仁羊杂美食品鉴会

本次大会在农展馆南面的连排商铺内,设置了“吃怀仁羊杂,交八方朋友”美食品鉴暨“怀仁味道羊杂季”——我最爱的羊杂店集中展示,由当地14家深受老百姓喜爱的羊杂店师傅亲自掌勺,怀仁市金沙滩羔羊肉业提

供食材,现场烹饪地方传统美食,市民和嘉宾可免费品尝。

据悉,今年羔羊肉交易大会设置了四大展区:怀仁市名优农特产品一站式采购区、预制菜企业展示区、畜牧产业综合展示区及临时展销区。其间,还将有巡馆、新品发布、产销签约大会及音乐喷泉和无人机表演等规模盛大的活动,水平创新超前,内容丰富多样,值得期待。

2025山西·怀仁羔羊肉交易大会已经进入全国瞩目的时刻!八载春秋以牧为笔,八度星霜以诚铸约,八届盛会携万钧之力如期启幕。从产业洼地到全国餐桌,从雁门关到丝绸之路,一次比一次思路超前,一次比一次亮点突出,收效显著,受到了国内外羊肉行业的广泛关注和期待。

资料链接 |

朔州市位于北纬39° 国际公认的草畜黄金生产带,是全国重要的优质肉羊基地。而怀仁地处雁门关农牧交错带核心区域,在这片养羊条件区域生产的羔羊肉,肉质“鲜、香、嫩、滑”,且一年四季品质稳定,拥有从饲草种植加工开始,到羔羊育肥、屠宰分割、熟食加工、羊绒加工、肠衣加工,再到有机肥加工等的完整产业链条。

全市种植全株青贮玉米和苜蓿等主要饲草保有面积16万亩;建有大型种羊收储加工企业1家,各类小型种羊加工企业21家;建设青贮窖30万立方米,黄贮玉米秸秆收储能力8万吨,苜蓿青贮加工能力3万吨,基本满足



饲草收储需要。全市标准化肉羊棚圈面积达到134万平方米,肉羊年出栏420多万只,是全国最大的育肥羊供应基地之一。现还建有2个较大规模的优种湖羊母羊繁育基地和部分小型繁育基地,繁育优质基础母羊3万多只;全市肉羊年屠宰加工能力600万只;全市建成了畜禽及肉品检验检测实验室,建有羊产品冷冻仓储库14000平方米,形成了“5+24”即冷鲜肉500公里内24小时送达的冷链物流配送业态,使畜禽冷鲜产品供应能力辐射河北、北京、太原等周边500公里范围。

在怀仁,5万多农民从事与羊相关的工作,农民人均羊产业纯收入约占农民人均可支配收入的30%,达到7000元。作为国家农业现代化示范区、山西省“一县一业”肉羊养殖示范基地县、首批国家级农产品质量安全县、农业农村部向全国推介的18个“一县一业”农产品加工发展典型之一、山西省第一批20个现代农业产业园之一、山西晋北肉羊平台的重要基地之一、京津地区重要的畜产品供应基地、山西省零售业羔羊肉供应基地……多年来,怀仁市坚持把发展羊产业作为地区经济增长、富民强县的关键引擎,通过不断发挥资源优势、夯实政策支持、强化市场引导、引进战略投资,做大做强“羊经济”,做足做好“羊文章”。

金星啤酒荣获 CIC 灼识双项市场地位认证 “中式精酿啤酒系列开创者”“中式精酿啤酒全国销量第一”

本报讯(记者 李代广) 8月19日,金星啤酒“中式精酿两大行业地位认证授牌仪式”盛大启幕,金星啤酒集团常务副总李鹏、营销中心总经理吕晓朋、技术总工张合林同来自全国的数百位媒体代表一起见证金星啤酒荣获全球知名权威咨询机构CIC灼识授予的“中式精酿啤酒系列开创者”与“中式精酿啤酒全国销量第一”双项市场地位认证证书。

这不仅是对金星啤酒43年深耕啤酒领域的权威加冕,更是对金星啤酒扎根于厚重的华夏文明沃土,汲取中国传统风味的精髓,以先锋之姿站在科技创新的前沿,以国潮文化和卓越品质,解锁地道中国味突出贡献的深度认可,标志着中国啤酒行业在全球化竞争中,确立了以“中式精酿”为内核的自主话语权。

双誉加冕: 从技术突破到文化输出的范式跃迁

据了解,CIC灼识咨询认证体系以数据严苛、维度全面著称,其结论须经多轮严谨验证。金星啤酒获双项认证,是其硬实力与软文化双重突破的体现。

当下,中国啤酒行业正经历从“量”到“质”的转型,消费者对品质、文化与个性化的需求日益凸显。金星啤酒作为中式精酿啤酒的开创者和销量第一的生产企业,以43年酵母菌种库为根基,独创“1258”核心工艺:1月低温慢酿、无菌无氧化发酵、5段糖化工艺、8天深冷循环,筑牢技术壁垒。同时,将



金星啤酒集团常务副总李鹏(右)接受证书。



金星啤酒集团营销中心总经理吕晓朋(右)接受证书。



金星啤酒集团技术总工张合林做新品推介。

茶、药食、花果文化融入精酿,让啤酒从“西方符号”变为“东方载体”,这种文化基因的植入契合“开创者”的核心要义。

目前,金星啤酒已累计采购茶叶45万斤,中式精酿销量突破1亿罐,10万余吨,上缴税金1.2亿元,作为中式精酿爱好者喝出来的销量第一,金星中式精酿实至名归。

茶香入酒 文化铸魂: 用工艺哲学诠释东方韵味

金星中式精酿的创新实践,不仅成为亿万消费者瞩目的焦点,更以金星维度,重塑了中国啤酒的产业格局!金星中式精酿,不仅为世界精酿市场注入一抹独特的“东方绿意”,更让世界看到中国品牌的创新力量。

以金星毛尖中式精酿为代表的茶啤系列,36小时恒温原叶冷萃锁住茶香,28天慢

酿让茶韵与酒香交融,43年培育专属酵母带来独特的“一口三香”,是传统与现代的完美融合。继爆火的金星毛尖、金星冰糖葫芦等产品之后,金星啤酒全新口味金星柠檬海盐、蓝马柠檬海盐果啤两大系列啤酒重磅上市,从1L装的家庭装到500ml、330ml的便携款全场景覆盖,精准满足年轻群体喜好。

活动现场,人民日报社《中国经济周刊》经济网夏天、河南日报报西岭、企业家日报李代广代表出席活动的媒体进行点评分享,向金星啤酒取得的成绩表示祝贺。

全球视野: 中国品牌价值跃迁之路

金星啤酒获双项市场地位认证,绝非偶然,它是中国啤酒产业从“规模扩张”转向“价值创造”的缩影。其产品畅销全国30余省(市

自治区)及全球数十国,体现“本土化创新”与“全球化视野”的统一,通过现代酿造技术的赋能,让中式精酿成为跨越国界的味觉语言。

金星中式精酿,凭借对品质的不懈追求和对风味的不断探索,开启了一部定义中国精酿的壮阔史诗。它始于对本土文化的深刻理解与自信表达,成于对尖端技术与工匠工艺的执着追求。中式精酿的破土而出,正是金星啤酒以创新之刃,劈开同质化迷雾,为中国啤酒点亮的一盏“世明灯”。

展望未来,金星中式精酿将以更加豪迈的姿态,引领中国啤酒行业迈向新的高度。以匠传承国潮智慧,用品质沉淀醇厚风味,推出更多融合中国元素、不同口味需求的啤酒新品,让全球消费者感受到中国饮食文化的雅致,体味到中国啤酒文化的活力,在舌尖上完成一场场中国传统风味与现代精酿工艺的深刻对话。

“三驾马车”打通跨境运营渠道

吴中鹤

今年2月,由中国知名成人用品开发与数字化营销专家吴军鹏自主研发的“基于多源数据的成人用品跨境销售智能决策系统”正式发布。该系统借助先进的数据采集技术,运用深度学习算法与市场趋势分析模型,对数据进行深度剖析与精准预测,不仅能依据实时动态,为跨境企业智能生成涵盖产品定位、营销策略、库存管理等方面的决策方案,还有效降低了运营风险,提升企业在国际成人用品市场的竞争力与市场份额。该系统的发布不仅标志着中国成人用品行业在智能化、国际化道路上迈出了重要一步,也是对吴军鹏“三驾马车”运营理念的又一次有力印证。

所谓“三驾马车”,指自主知识产权+强大供应链+多元化销售渠道,这三者相辅相成,共同构成了吴军鹏如今的核心竞争力。作为深圳优乐智云科技有限公司总经理,吴军鹏将这一理念在公司运营中贯彻得淋漓尽致。在自主知识产权方面,吴军鹏深知这是企业立足市场的根本,因此他带领团队投入大量资源进行研发创新,深挖行业痛点,攻克技术难题,迄今为止已经取得了包括13项美国发明专利、1件美国外观专利和9项德国实用新型专利在内的一系列成果。这些成果在很大



吴军鹏

程度上提升了用户的隐私保护,增强了用户体验,同时针对不同群体的多种需求进行多种形式的组合,凭借独特的人体工学设计与创新性的功能集成技术,加上高级别的安全环保材质,有效解决了传统成人用品在舒适度与功能性上的痛点,在国际市场形成突破性的技术优势。

在供应商选择上,他建立了一套严格的评估体系,从原材料质量、生产工艺、生产能力到交货期等多维度进行综合考量,与100多家供

应商建立了稳固合作关系,确保供应链的稳定与高效。同时,他引入先进的供应链管理系统,实现了采购、生产、物流等环节的数字化与可视化,并通过实时监控库存水平、生产进度和物流状态,运用智能算法进行需求预测与库存预警,有效避免了库存积压或缺货现象的发生。此外,吴军鹏还增加了供应链的弹性建设,以应对国际市场的不确定性因素。通过与供应商协商建立灵活的产能调整机制、优化物流配送方案等方式,公司确保产品能够及时、高效地送达全球客户手中,为公司的稳定运营和持续发展提供了坚实保障。

然而想要顺利打入国际市场却并不容易,他没有盲目地进行大力推广,而是针对不同国家以及地区人们的消费观念、消费能力等进行调查,积极布局线上线下销售网络,不仅在Amazon、Walmart、速卖通等主流跨境电商平台上开设旗舰店,还利用社交媒体、公司自主运营的独立网站、线下实体店等渠道进行联动营销推广。他积极参加国际展会,将品牌与理念传达出去,同时也经常出国拜访客户,实地探访最真实的情况,掌握一手资料。通过多渠道协同,吴军鹏精准触达不同消费群体,让消费者关注到私密健康的重要性,并逐步向身体魅力、愉悦力