

协同发展看京津冀

百余款“津农精品”闪耀湖南农博会

本报讯 据天津市农业农村委员会消息,第二十六届中国中部(湖南)农业博览会近日圆满落幕,天津市作为本届展会的主题市,共组织39家“津农精品”品牌企业的100余款品牌农产品参展,“津农精品”闪耀全场,成为展会焦点。

超强品牌矩阵,打造“津农精品”盛宴。弹粘香甜的小站稻、脆嫩多汁的沙窝萝卜、软糯香甜的岳龙甘薯、酥香脆甜爽的罗庄子红香酥梨、酸甜适口的下营山楂、引爆炽热味蕾的岳川辣酱、绿嫩鲜香的劝宝韭菜、淡香温婉的大顺花卉,以及来自京津鲜菜园的武清果蔬,以七里海河蟹为原料制作的蟹黄包,为

农博会采购商和广大市民提供了一场“津农精品”的饕餮盛宴。

沉浸式体验场景,绽放“津农精品”光彩。天津展区以“津味”饮食文化为媒,专门设立以“津农精品”产品为食材,现场制作、现场品鉴的“津味厨房”。并设置天津俚语打卡墙,展示天津“哏都”文化。为广大采购商和消费者提供可观、可赏、可食、可饮的沉浸式体验。展会期间举办的“津农精品”伴手礼推介会等活动引爆全场。

全媒体传播矩阵,释放品牌价值。本届展会上,“津农精品”以鲜明特色、过硬品质、新颖形式受到广大媒体关

注。中央电视台、湖南卫视等主流媒体纷纷对小站稻、沙窝萝卜、岳龙甘薯等明星产品进行宣传报道。同时,小站稻米乳拿铁、沙窝萝卜美式等创新融合产品吸引多位自媒体主播打卡体验。

企业收获满满,“津品出圈”再加力。经组委会评选,津南区日思小站稻、宁河区红瑶甘薯(岳龙甘薯)、岳川鲜椒酱、滨海新区隆平稻花香(小站稻)、蓟州区麻酱鸡蛋、宝坻区劝宝韭菜、东丽区宝莲灯(大顺花卉)等9个产品荣获本届农博会产品金奖。各品牌企业累计达成56项合作协议,有力助推了品牌推广和市场渠道拓展。

“承德山水”品牌推介活动走进北京

本报讯 夏树郁 近日,由河北省农业农村厅主办、承德市农业农村局承办的“河北品牌农产品万里行(北京站)暨承德山水品牌农产品宣传推介活动”在北京成功举办。来自河北省各地市的品牌农产品生产经营企业,北京等地农产品批发市场、商超、餐饮、供应链以及电商等渠道采购商代表共150多人参加了本次活动。

河北品牌农产品宣传推介会上,北京新发地农产品批发市场常务副总经理顾兆学,国家蔬菜科技产业联盟副理事长、京津冀农产品行业联盟秘书长尹作丰作为采购商代表分别交流发言。承德山水生态农业集团有限公司等8家河北品牌农产品企业代表依次登台进行产品宣传推介。活动现场,还设置了品牌农产品展销摊位,来自河北的50余家农产品生产经营主体参展,产品涵盖果蔬类、干果干货类、粮油类、肉禽蛋品类、酒水饮料类等。

本次活动还邀请北京等地农产品采购商、经销商参加了“承德山水”品牌农产品专题对接活动,与“承德山水”品牌入驻企业代表面对面洽谈交流,推动达成合作意向。活动期间,还将在北京站对河北农产品区域公用品牌进行宣传,提升品牌农产品在北京市场的知名度和影响力。

河北净菜进京“六进”活动在京举办

本报讯 封俊龙 近日,河北净菜进京“六进”活动在京东集团总部举办展销推介会。河北省农业品牌建设中心、京东科技集团等单位负责人,以及河北优质农产品企业代表齐聚一堂,共话产销对接、品牌共建与乡村振兴新路径。

在活动前,河北企业代表受邀参观了京东总部,深入了解京东的发展历程、企业文化及其在智慧供应链、大数据、人工智能等领域取得的成果。

展销环节中,京东各业务部门员工利用工作间隙纷纷来到展台前,兴致勃勃地挑选心仪的河北特色农产品。秦皇岛市山海关区忠伟蔬菜专业合作社的负责人看着热闹的展销场面表示,有机会与京东建立合作,相信未来合作社的净菜产品一定能够拓宽销路,走向更广阔的市场。

在随后举行的推介会上,京东科技集团各相关部门负责人进行了介绍。京东科技集团行业客户业务负责人尤俊在致辞中表示,京东科技联合新华网打造的数字化产业平台,已形成覆盖“产、供、销、融”的系统性解决方案,将从品牌农业及智慧农场、冷链物流等多维度助力河北农业提质增效。

河北省农业品牌建设中心相关负责人表示,河北作为农业大省,自然资源丰富、产业基础扎实,拥有众多品质优良、特色鲜明的农产品。希望以此活动为契机,进一步深化与京东的合作,推动河北净菜及优质农产品通过京东平台“卖得好、卖得久”,实现从区域品牌到全国品牌的价值跃升。

此次河北净菜进京“六进”活动搭建了一个高效的政企对接平台,为河北农产品上行注入了科技与渠道的双重动力。下一步,随着京东与河北农业合作持续深化,更多优质、安全的“河北味道”将借助电商平台,更快更好地送达全国消费者的餐桌。

河北青龙县推动板栗产业链条发展



本报讯 据中共青龙满族自治县委员会宣传部消息,河北省青龙满族自治县素有“京东板栗之乡”的美誉。近年来,青龙坚持“以栗兴业、以链富民”,按照“种有科技、产有深度、销有品牌、游有体验”思路,重组产业基因,深化“板栗+”模式,推动这颗有2000多年种植历史的“金果子”从传统作物蜕变为年产值超16亿元的支柱产业。2025年,青龙板栗荣获全国名特优新农产品称号,“满意青龙”区域公用品牌荣登2023“雄安发布·中国农产品区域公用品牌”新锐榜单榜首,板栗全产业链振兴的青龙实践正为北方山区推动共同富裕探索新路径。

科技赋能 从“望天收”到“智慧链”

秋日的燕山东麓,青龙百万亩板栗林层叠如浪。针对传统种植零散、技术落后等痛点,青龙联合河北科技师范学院、河北省农林科学院昌黎果树研究所,建成30个新品种试验园、4个优新品种采穗圃,选育出优质品种,全县板栗良种率提升至80%以上。青龙在24个乡镇建立林业工作站,常年推广有机种植技术,累计开展“线上+线下”培训1000余次,覆盖栗农超10万人次。

位于肖营子镇的秦皇岛百峰食品有限公司,前身是一家单纯收购、外销板栗原品的贸易商,如今通过攻克“零下38℃急速锁鲜”技术,该公司生产的冰栗产品以18个月的保质期优势破圈,不仅打破板栗经营的季节限制,冰栗、甘栗仁等深加工产品还远销日本、韩

国,年出口额超500万美元。而以健康杂粮主食生产为主的秦皇岛旗生态食品有限公司创新研发的栗丁系列杂粮主食,斩获美国巴拿马太平洋万国博览会金奖。目前,青龙开发出板栗面条、板栗酒、龙栗茶等百余款产品,一颗板栗的附加值提升超5倍。

品牌破局 从“深山果”到“国际牌”

在2024中国·青龙板栗暨青龙农产品武汉推介会上,秦皇岛鸿醇科技有限公司推出了跨界新品油泼辣子栗泥冰淇淋,引发全场瞩目。同期亮相的龙栗茶以板栗壳入饮,将微涩感转化为独特回甘,吸引年轻消费者驻足品尝。

青龙的品牌化发展始于系统化布局。2021年,青龙启动“三级书记抓电商”工程,构建“1个县级物流中心+24个乡镇分拨站+396个村级服务点”体系,打通农产品出山“最后一公里”。随着天猫旗舰店、“盒马村”落地,都源湖电商物流产业园年处理农产品超万吨,全县4000余家农村网商带动就业1.5万人,截至2025年8月底,电商销售额突破20亿元。

品牌矩阵彰显青龙发展信心。“青龙板栗”地理标志证明商标于2025年获国家知识产权局核准,成为“东方珍珠”;“满意青龙”区域品牌统领板栗、苹果等特色单品,形成“1+N+N”品牌生态。在教育部智库支持下,200余名专家推动低GI板栗粉等健康新品研发,让传统作物贴上“年轻态”标签。如今,青龙农业商标达691个,产品远销30余个国家和地区。

业态新生 从“一季收”到“四季游”

“板栗+文旅”让山区变景区。祖山镇花厂峪村是革命老区,如今,20余家农家院推出栗子红烧肉、板栗鸡等特色菜,年接待游客超10万人次,带动村民年人均增收1000元;肖营子镇“秋山度·栗”板栗园开设栗树下骑行、栗花绳编织、板栗美食制作体验项目,“美‘栗’青龙·粽情端午”活动串联起民宿与市集……这些都是青龙推动“三产融合”的生动缩影。

青龙以“板栗+”为纽带,激活全域旅游发展新动能。依托百年以上古栗树,开展古树认领保护,出版《又听栗花香》,记录“以栗为姓、以栗为俗、以栗为诗、以栗为药、以栗入画”等民俗及板栗带动青龙儿女致富的故事,让板栗文化可触可感;巧妙利用燕山优良生态,开发板栗养生粥、板栗药膳等康养产品,规划板栗主题徒步路线,吸引京津游客前来“品栗康养”;打破“秋季限定”认知,春季推出“百万亩栗花海”观赏、夏季推出冰栗甜品体验、冬季推栗子火锅套餐,实现从“一季热”向“四季火”转型。

从“八山一水一分田”的贫困县,到全季全链振兴的示范县,青龙的蜕变,源于“特色产业+全链思维”的融合发展——以科技破解生产瓶颈,让千年栗焕发新生;以品牌打开市场空间,让深山特产走向世界;以融合拓展价值维度,让单一产业变为全生态。如今,当秋日暖阳洒向燕山,百万亩栗林间的丰收声响,不仅是青龙的“致富声”,更成为北方山区依托特色产业实现振兴的强音。