

万款面料亮相海宁中国国际皮革毛皮时装面辅料展

皮革行业深度聚焦“可持续时尚”

本报讯(记者 史晓菲)2023 海宁中国国际皮革毛皮时装面辅料展暨中国·马桥经编时尚面料展不久前开幕。本次展会以“跃新永续 生态时尚”为主题,实现了“海宁皮革”和“马桥经编”两大优势产业集群的历史性“牵手”,两翼齐飞打造出规模更大、产品更全、观众更多的海宁综合性时尚面料专业展会。

中国皮革协会秘书长张燕表示,党的二十大描绘了中国式现代化的宏伟蓝图,中国服装行业作为创造美好时尚生活的基础性消费品产业和民生产业,

从无到有,从小到大,从弱到强,造就了一个万亿元级的市场。展会让世界同仁齐聚海宁,回望初心、直面变革、展望未来,深度聚焦“可持续时尚”,共同探讨中国皮革及毛皮服装产业发展形势,研究产业创新变革趋势,积极为产业、企业、品牌发展建言献策,相信一定会有效助力中国皮革及毛皮服装产业迈向新阶段。

来自中国皮革协会的数字显示,2022年中国服装产量232亿件,企业营业收入达14539亿元;皮革和毛皮服装

产量约3760万件,企业销售收入近740亿元。总体来看,2022年皮革行业经济承压前行,展现了较强的发展韧性和抗风险能力。

张燕表示,展望未来,行业面临的发展形势依然复杂,企业生产经营压力较为突出,行业实现平稳运行仍面临考验,但中国经济稳中向好、转型升级、高质量发展的大势没有改变。我国皮革行业具有完整的产业链、较强的发展韧性,随着科技与产业的加速融合,皮革行业企业主动适应变局,围绕“科技、品牌、

时尚、绿色环保”的行业定位,在皮革制造大国向强国迈进的新征程上,做好面料创新、设计创新、技术创新、管理创新,充分发挥企业潜能,打好攻坚战。所以希望企业家们能更专注、更专业,坚守初心,以责任和担当共同努力践行皮革强国的目标与愿景。

据悉,在本次展会上,“皮革毛皮+经编”强强联合,共话生态时尚,200多家展商、万款面料在25000平方米内的五大展区齐亮相,为行业带来了亮丽的新材料。



书法家来向阳现场挥毫题词

本报讯(记者 贾淘文)4月21日,由中国农业国际合作促进会茶产业分会主办,新媒体《尚茶视点》承办的“春茶临京城,共品非遗茶”活动在第14届北京国际茶业及茶艺博览会期间同期举办。本次活动设置畅谈“非遗茶”、书画献好茶、助力“亚运茶”、品饮“爱心茶”、医师话春茶、现场采摘茶等环节。文化名人、非遗大师、品牌代表、企业代表等一百多人参加了此次活动。

在缕缕茶香与阵阵墨香中,著名书法家米南阳亲题墨宝,为活动增色添彩。佰京茶博园特意把南方的茶树“搬到”了活动现场,让更多北方的观众可以亲眼目睹茶树风情,亲身参与采茶劳作,亲自体验一把“城市茶农”的生活。来自赞比亚、海地、东帝汶、印度的5位外国留学生演唱《暖一杯茶》及演奏中国茶乐,与现场观众共同分享他们的“中国茶”情节。北京光爱学校校长石青华向现场观众分享了近年来学校的发展成果;在社会各界多年共同努力下,“光爱瓜片”成为了为孩子们遮风避雨的“大树”,成为了他们将来立足社会的“金钥匙”。

活动现场,茶艺师穿插画展西湖龙井、安吉白茶、茉莉花茶、宁红茶、“光爱瓜片”的冲泡方式,观众近距离学习观摩不同茶叶的冲泡方式,并品尝到不同种类的优质名茶。同时,与会嘉宾和观众还品尝到了宁红茶推出的亚运会定制茶品。据介绍,宁红茶是中国老牌功夫红茶,在今年即将举办的杭州亚运会上,宁红茶也将登上亚运会的国际舞台,为众多国家的运动健儿提供充满中国文化与风味的茶饮体验。

近年来,随着公众的健康意识不断提高,树立健康理念和生活方式、推进健康关口前移逐渐被人们接受。为了满足广大消费者健康饮茶的需求,本次活动特别邀请了北京中医医院的资深药师兼主治医师张哲,就人们日常饮茶关注的话题从医学等多个学科的角度进行解读。在现场,张哲通过细致全面的解答,将传统茶文化与健康养生结合,为广大观众提供健康茶饮指导。

活动现场,北京京西茶友会会长贺志江为现场观众分享了不同茶产地的风土人情,又向大家介绍了在福建、广西、安徽、浙江、湖南、山西等多个茶产区参观学习的过程,将众多茶产区的风土人情鲜活地呈现在观众的眼前,通过分享众多茶产业非遗传承人的故事,让观众了解到我国茶文化的博大精深,体会“身未动,心已远”的全新感受。



外国留学生演唱《暖一杯茶》

「春茶临京城 共品非遗茶」活动举办

全方位展现中国茶文化

一天卖出上万斤枇杷 米易新农人借力电商拓销路

“绿梢初夏,红残不及春。魏花非老伴,卢橘是乡人。”苏轼文中的卢橘就是枇杷。在苏轼看来,相较于姚黄魏紫,来自故乡四川的枇杷更为亲近。

四川省攀枝花市米易县是全国枇杷早熟产区之一,得益于其独特的地理条件,这里产出的枇杷果肉紧实、甜度更高。在米易可以更早品尝到文人苏轼记忆里的那一口酸甜。数据显示,米易县枇杷种植面积4万亩,年产量2.2万吨,产值6亿元。

米易枇杷积攒了一冬的甜,不仅深受当地人喜爱,也吸引着周边地区的商家前来采购。近年来随着电商和物流发展,米易枇杷积极开拓线上销售渠道,借助拼多多等新电商平台走出川西大山,枇杷这个生长于南方的水果逐渐

一天卖出上万斤枇杷

里生长的枇杷平均甜度高达15-17度,果型娇小,消费者吃了后都评价“有阳光的味道”。

上世纪90年代初,米易县引进了“解放钟”“大五星”等大果型枇杷品种,到1996年后开始大规模发展,并进行相关技术攻关及示范推广。

米易县草场镇龙华村七组的罗明贵至今都清晰地记得,当时县里倡导产业结构调整,起初他心里也没有底,如果不种粮食,很可能没有粮吃,但为了能够突破当时“贫困村”的困境,他还是决定拼一把,试一试。

1998年,罗明贵将自家四亩甘蔗全部砍了,撒下从成都龙泉引进的枇杷种子,一共种了两百多棵,地里活计多,忙不过来,就请亲戚来帮忙。1999年,枇杷树长大,进行枝条嫁接的同时也能够卖枇杷苗了。2002年,枇杷树第一次挂果,他将第一批果子带下山,拿到米易县城里卖。

谈及第一次卖枇杷,今年71岁的罗明贵依旧很激动:“枇杷批发价卖了25元一斤,那是2002年啊,收益是谷子的20多倍!”此后,在罗明贵等首批种植户的带动下,米易县种植枇杷的农户越来越多,逐渐形成规模。农业农村部公布的2020年全国乡村特色产业亿元村名单中,龙华村就名列其中,村里每年枇杷销售总收入超过1亿元,大多数村民都住上了漂亮的小洋房,成为远近闻名的“亿元村”。

2017年,米易枇杷被批准为国家地理标志保护产品。近年来,米易县大力推进枇杷标准化生产,广泛推广测土配方施肥、枇杷控时成熟、病虫害绿色防控等一大批农业技术,强化枇杷质量安全监管与追溯。现已形成草场、丙谷、白马三大集中连片的生产基地,枇杷也已成为促进当地农民增收的重要来源之一。



产销直连 让早春的第一口清甜走出大山

米易枇杷起初主要靠线下销售,枇杷成熟后,一些偏远地区的果农需要走二十多公里,将摘下的枇杷运到县城去卖。近年来随着电商发展,当地越来越多的年轻人开始通过线上平台将米易枇杷卖出去。

“我们本身就在米易枇杷的主产区,枇杷是从产地直发,有价格优势,再加上平台农产品零佣金,让我们能够以实惠的价格将好品质的枇杷推荐给全国的消费者。”拼多多商家龙建超是米易本地人,2016年他和五六个朋友一起创业做电商,成为首批入驻拼多多的商家之一。

在水果品类的选择上,他们将目光锁定在自己比较熟悉的米易枇杷上。“起初很多北方朋友不知道枇杷是什么水果,买过一次后就喜欢上了,我们店铺回购的老客户比较多。”凭借着米易枇杷的好口碑,龙建超的店铺逐渐走上正轨,从最初的每天几十斤,到日销数千斤,如果参加平台秒杀等活动,日销量能达到上万斤。

如今,龙建超在“枇杷水乡”丙谷镇芭蕉箐村建立了自己的枇杷代收点。像这样的代收点,在丙谷镇上还有很多,每日清晨和傍晚,都能看到快递打包的场景。农户不用再再将枇杷运到批发市场,直接在家门口就可以卖掉。

和龙建超一样,将目光锁定在枇杷上的还有“90后”新农人胡剑锋。胡剑锋是福建人,2020年初返乡创业,选择通过新电商平台拼多多销售福建当地的云霄枇杷。因各地气候不同,枇杷成熟的时间也不一样。在朋友的介绍下,胡剑锋来到川西,被米易枇杷的口感和清甜所吸引。

“吃枇杷吗?尝尝我们家的果果,可甜了。”米易县草场镇龙华村的王贵金种枇杷已经20年了,他边说边从自家枇杷树上剪下两颗枇杷,递给前来收购枇杷的商家。“前两天刚测过,枇杷甜度达到了17.8度。”

“来产地调研的时候,我们就发现这里的环境和水质很好,日照时间又长,所以果子甜度高,而且米易的枇杷都套袋,所以果面没有锈斑,果型好,很受消费者喜爱。”如今,胡剑锋与当地“代办”合作,在草场镇设置代收点和仓库,直接从产地发货,“一个枇杷季,通过参加百亿补贴、秒杀等活动,我们拼多多店铺销售额可以达到800万元。”

电商的进入解决了传统销售的一些痛点,龙华村枇杷销售“代办”罗林介绍,以往市场行情不好的时候,枇杷成熟后从树上摘下来储存在仓库里容易霉掉,而现在基本上是当天现摘现卖;此外,以前缺乏销路的中小果,也因为电商对果子进行分级收购和售卖,再也不愁销路了。“我们村里几乎家家户户都种枇杷,年轻人不出去打工,基本都在做电商,自己在线上开店的也不少。”

据悉,为提升农产品附加值与溢价能力,推动产业良性发展,作为中国知名的农产品上行平台,拼多多发起“寻鲜中国多多好农货”项目,以时令为轴,在全国优选最新鲜的当季蔬果食材和品质农货,通过生鲜直播、专区推介、地标宣传等方式,通过“农地云拼”实现“产销直连”,精准满足近9亿消费者的分层需求,提升农产品品牌价值与效益。

在米易,像龙建超、胡剑锋这样的电商新农人还有很多,他们让沐浴阳光甜蜜生长的米易枇杷持续奔跑在助力农户致富的道路上。

(图强)

被北方乃至全国消费者接受和喜爱,而种植枇杷的农户们也尝到了电商带来的“甜头”。

贫困村变“亿元村” 大山里种出金果果

“五月枇杷满树金”。每年春夏之交是枇杷大量上市的时候,而米易枇杷的上市时间要更早。得益于独特的地理条件,米易枇杷的成熟期在当年12月至次年4月,又被称为“早春枇杷”。

米易县位于四川省攀枝花市东北部,全年无寒冬,被称作内陆“海南岛”。作为全国少有的低纬度、高海拔的热作区,米易县拥有1600米海拔向阳坡地,日照时间长、昼夜温差大,这

中外企业共谋大健康产业高质量发展

预计到2030年产业规模将超16万亿元

4月20日,博鳌亚洲论坛健康产业国际论坛在北京开幕。论坛由博鳌亚洲论坛和北京市人民政府主办,是博鳌亚洲论坛全球健康论坛框架下专题论坛,也是北京首个国际性健康论坛品牌。论坛以“全球健康:产业发展与共享”为主题,聚焦健康产业领域的国际交流合作,推动医药健康前沿科技发展和产业化。

论坛搭建“政产学研投”资源整合平台,汇集国际组织及机构代表、专家学者、企业家、投资人参会,设置多场分论坛及产业报告发布会,围绕“营养与健康”“传统医学创新发展”“智慧医疗”等议题深入讨论,描绘全球大健康产业高质量发展蓝图。

大健康产业迎来黄金发展期

党的二十大提出到2035年要建成“健康中国”,凸显出卫生健康事业的基础地位;《“十四五”国民健康规划》强调要做优做强健康产业。大健康产业在拉动内需、带动新兴产业发展、降低医疗成本、提升居民幸福感等方面,具有综合显著的社会和经济效益。



消费从隐性刚需成为显性刚需,居民用于健康产品和服务的消费持续增加,并趋于全龄化、多元化、个性化,医疗、康养、医药、保健食品、健康管理、健康服务等大健康产业随之加速发展。

政策驱动,需求井喷,大健康产业已成为全球最具增长潜力的新兴产业,蕴含着巨大市场空间。研究显示,美国、法国和德国的健康消费支出占GDP比重均超过15%,英国、日本、澳大利亚则在10%左右。与世界发达国家相

比,我国健康产业规模仍然较小,占GDP比例不足10%。健康需求正由“温饱型”向“小康型”加速转变,未来发展潜力巨大,预计到2030年,我国大健康产业规模将超过16万亿元。

与会嘉宾普遍认为,大健康产业科技密集、知识密集、服务密集、劳动密集,将有力带动上下游产业共同发展,提升就业,促进疫后经济复苏及高质量发展。

安利推动大健康产业高质量发展

论坛中,安利(中国)总裁余放作为企业代表发言。她表示,响应2035年建成“健康中国”的宏伟目标,顺应公众对美好生活的追求,安利把握大健康产业的黄金发展机遇,深耕大健康赛道,将“全面健康推动者”作为企业定位,夯实数字化运营能力,加大产品研发与创新,

打造大健康社群,推动公众享有涵盖身体、情绪和社交关系等多维度的“全面健康”。

余放介绍,安利为此将持续发力三大领域,推动大健康产业高质量发展。

首先,完善在中国的产业布局。作为全球大健康产业龙头,安利于上个月宣布增资6亿元人民币升级改造广州生产基地,在夯实先进制造的基础上,还将探索智慧有机农业,加强业内研发合作,打造绿色低碳供应链,带动上下游企业构建营养保健食品的现代化产业体系。

其次,推动产品创新升级。安利纽崔莱已在营养健康领域深耕了89年,坚持有机种植植物优选优育原料、成分纯净、配方优效科学,构建了一条“从种子到成品”的完整产业链。安利研发中心曾参与科技部主导的多个国家重点

项目,为中医药保健产品提供研发和评价标准,推出一系列畅销全球的中草药保健产品,将创新产品和科研成果带给中国和全球消费者,助推中医药产业现代化、国际化。安利(中国)市场部副总裁及安利亚洲科技创新中心副总裁陈佳出席“营养与健康”分论坛时表示,安利正在通过分子生物学、基因组学、大数据、人工智能等技术,探索适合我国居民生活习惯的精准营养技术路线图,开发从以前千人一面的产品或产品组合,到现在千人千面的营养解决方案,带动营养健康产业向个性化、专业化、服务化方向发展。

第三,推动公众健康素养的提升。近年来,安利在中国行动推进委员会办公室指导下,开展了“健康中国 我们行动”国民健康素养提升计划等活动,遍及全国100多个城市,累计覆盖人群过亿。近四万名安利营销人员经中国营养学会考核认证,成为专业“营养健康顾问”。他们线上线下融合的健康生活社群中,与消费者共同学习健康知识,践行健康的生活方式,让健康走进千家万户。(陈玉佳)