

新业态激活县域经济新动能 即时零售牵手“本地尖货”走出去、卖得好

文/图 羊城晚报记者 沈钊

在广州增城,本地产、本地销的增城迟菜心赶在冬至前上市,通过即时零售拓展新的销售渠道,一米高的迟菜心只取最甜的20厘米卖给消费者,其他部位加工成菜干、菜酱,实现整颗迟菜心经济价值的提升;在肇庆高要,手掌长的罗氏沼虾是广东美食圈的“顶流”,如今通过即时零售对接上广深大市场,不但走出去,还卖出名,新平台的供应链体系,也倒逼着肇庆传统水产行业进行标准化、产业化发展……

近年来,广东深入实施乡村振兴战略,取得积极成效。但是,广东城乡区域发展仍然不平衡不充分,实现高质量发展的突出短板在县、薄弱环节在镇、最艰巨最繁重的任务依然在农村。为破解这些难题,加快把县镇村发展的短板转化为高质量发展的“潜力板”,省委十三届二次全会和全省高质量发展大会不断强调突出县域振兴,实施“百县千镇万村高质量发展工程”。

锚定“走在前列”的总目标,广东各地正营造起比学赶超的良好氛围,各出奇招激发县域经济活力,你追我赶奋力开创广东“三农”工作和城乡区域协调发展新局面,加快把短板变为潜力板。而粤字号农产品借助即时零售等新模式覆盖本地年轻消费者,帮助农产品拓宽销售半径,助力县域农产品强品牌、拓收入,其中的经验对推动广东特色产业实现可持续发展、高质量发展具有借鉴意义。



广州市增城区小楼镇江坳村迟菜心产地

“本地尖货”迟菜心从基地直连餐桌

冬季,清晨,增城小楼镇,当地的菜农早早下田采收迟菜心。采下来的迟菜心,经过分拣、切割、打包等工序,通过美团小象超市,最快30分钟送达用户手中,最终变成广州人冬日餐桌上特有的一盘“鲜甜”。

迟菜心是当地独特的自然环境孕育的“菜王”。它根茎粗壮、纤维少、皮脆无渣、味道清甜,是老广心目中地道的“本地尖货”。在增城当地,迟菜心的规模化种植面积达到6万亩,入选“粤字号”国家区域公用品牌、全国名特优新农产品。

不过,在本世纪初,增城迟菜心还是“养在深闺人未识”。十五年前,大学毕业的张文彬放弃原本稳定的工作,毅然返乡增城区小楼镇种迟菜心,从最初东奔西跑的一名“菜贩子”,逐渐发展成增城当地菜心“龙头”的负责人。

“要让农民‘因农而富’,达到

共同致富的目标,就必须把农产品的价格品质做起来。”张文彬接受采访时表示,增城迟菜心的商机在于发现了“最鲜嫩的20厘米菜苔”,这在很大程度上提升了迟菜心的经济价值。

“很多中高档酒楼,使用的菜心食材是中间最嫩的菜苔部分,那我们干脆提供菜心采收、加工、包装一条龙服务,其他部位加工成菜干、菜酱,提升菜心附加值,实现整颗迟菜心经济价值的提升。”

“数据显示,小象超市从11月底上线了产自增城区小楼镇的正宗增城迟菜心,短短两周时间内,单日商品销量超20倍增长,本地菜心深受本地消费者喜爱。”该工作人员告诉记者,广东消费者对鲜的要求更为极致,这对源头农产品品质、冷链运输以及配送履约能力提出了更高的要求。小象超市30分钟快送服务,比其他线上方式更快更稳更便利,基地直连餐桌,满足广州人足不出户,吃到即采即发“新鲜”迟菜心的需求。

快车道。

据美团小象超市蔬菜采购工作人员介绍,增城迟菜心是该平台重点打造的广州“本地尖货”,通过品质把控、供应链建设、线上推广等资源倾斜,帮助本地特色农产品擦亮品牌名片,确保本地消费者尝到“第一口鲜”。

“数据显示,小象超市从11月底上线了产自增城区小楼镇的正宗增城迟菜心,短短两周时间内,单日商品销量超20倍增长,本地菜心深受本地消费者喜爱。”该工作人员告诉记者,广东消费者对鲜的要求更为极致,这对源头农产品品质、冷链运输以及配送履约能力提出了更高的要求。小象超市30分钟快送服务,比其他线上方式更快更稳更便利,基地直连餐桌,满足广州人足不出户,吃到即采即发“新鲜”迟菜心的需求。

即时零售助力县域兴产业活经济

类似的变化也正发生在肇庆罗氏沼虾产业上。肇庆市高要区莲塘镇荔枝村的“稻虾共作”基地出品的手掌长的罗氏沼虾,在广东可是美食圈的“顶流”,甚至比小龙虾还火。肇庆高要对罗氏虾的养殖始于上世纪80年代末,是“中国罗氏沼虾之乡”,30多年的发展过程中,当地已经建成罗氏沼虾种苗生产、成虾养殖、流通加工等一体的全产业链,全区罗氏沼虾年产值超32亿元。高要罗氏沼虾是广东省名特优农产品品牌、粤字号农产品以及全国著名水产品品牌,养殖罗氏虾已经成为高要广大农户增收致富的重要途径之一。

就在高要百余公里外的广州,罗氏虾有避风塘煎炸、芥末炒、紫苏炒、啫啫、蒜蓉蒸等“十指手指都数唔晒”的烹饪方式。美团数据显示,广州是堂食和外卖罗氏虾销售量第一的城市。

过去,鲜活的肇庆罗氏虾通过

冷链物流被转运到各地的水产市场,再流转到各个菜市场,最后才会来到消费者家中。而今,广州、深圳、佛山等地的消费者能够通过更加便捷的方式吃到更新鲜的罗氏虾;在手机上下单,30分钟内,“壳薄、肉肥、膏满”的肇庆罗氏虾就能送到市民的餐桌上。

这种变化的发生,是即时零售加入“百千万工程”后带来的新发展机遇。今年5月,美团和肇庆高要区就罗氏虾产品达成合作,双方将共同建设“本地尖货源头直采”基地,通过“30分钟送达”的供应链体系连接供需,推动传统水产行业的标准化、产业化发展,让本地罗氏虾得以对接上广深大市场,助力本地“尖货”走出去,卖出名,卖得好。

一只罗氏虾,反映的是农业现代化建设进程,连接的是市场需求和生产供给两端。中央财经大学中国互联网经济研究院副院长、教授欧阳日辉认为,本地尖货农产品入驻即时零售平台,将会进一步拓展本地尖货农产品的品牌认知度;通过即时零售的数字化能力,需求确定性提高,商品信息交换速度加快,进一步指导农产品生产和分配,最终提升消费者的消费体验。

近年来,广东大手笔打造岭南特色现代农业产业体系,兴一个产业、活一片经济、富一方群众。而美团的“本地尖货”项目,正是在地方政府指导下,通过产地直采、批量采购、流量扶持等方式,为本地特色商品拓展销量、扩大影响力。目前,北京密云水库鱼、茂名高州的荔枝、海南的文昌鸡、广州南沙的新垦莲藕、番石榴、从化砂糖橘等多地特色农产品均已纳入美团“本地尖货”,产品销量及品牌知名度均有所提升。



新上市的高要罗氏虾

2023年12月31日/星期日/经济新闻部主编
责编 李卉 / 美编 黄国栋 / 校对 林霄

财经 A7

世界首富“明星公司”倒闭

马斯克“超级高铁”梦碎

羊城晚报记者 王丹阳

在2023年的最后一周,堪称“真人秀明星”企业家、52岁的世界首富埃隆·马斯克再受关注。

但是这一回,不是有关火箭Space X,不是特斯拉的二代人形机器人,不是上月刚交付的电动卡车,也不是最近出现了“幻觉”的AI聊天机器人,而是他创业十年的“超级高铁”公司Hyperloop One突然解雇了大部分员工,并于今日彻底结束。

为何新晋世界首富创业十年的明星公司会突然倒闭?在堪称“流量密码”马斯克缔造的“财富神话”中,“超级高铁”扮演怎样的角色?为何未能熬过2023年?

▶“真人秀明星”企业家马斯克“超级高铁”梦碎
图/视觉中国

“豪豪豪”投资“超级高铁”十年梦碎

杉机的公司已解雇了大部分员工,并试图出售其全部剩余资产,所有知识产权会转移给投资方迪拜环球港务集团(DP World),剩余员工也要在12月31日遣散离职。

公开信息显示,“超级高铁”Hyperloop One公司成立于2014年,通过风险投资基金和其他投资,累计筹集了大约4.5亿美元,主要来自迪拜环球港务集团和英国亿万富翁理查德·布兰森。

作为世界物流巨头,来自阿联酋的迪拜环球港务集团控制着全球大约十

分之一的集装箱运输量,运营着迪拜等港口,而理查德·布兰森则是维珍集团创始人。

在这些超豪华支持下,作为明星初创公司的“超级高铁”在拉斯维加斯附近建造了一条小型测试轨道,一度被称为“维珍超级高铁一号”。这条高铁曾在2020年进行了唯一一次载人测试,但最高时速仅达到近170公里,远低于目标水平。

随着“超级高铁”2022年宣布改变战略,从客运业务转为专注于运输货物后,理查德·布兰森退出了“超级高铁”。

这家成立于2014年、总部位于洛

阳的想法“终究凉了 没性价比还是忽悠?”

简言之,所谓超级高铁,可在几分钟内行驶数百公里,比现有的商业飞机还要快2倍。

而形式上,“超级高铁”有着如同宇宙飞船的未来感。

但令人唏嘘的是,创业十年,Hyperloop One从未赢得一份建造可运行的超级高铁的合同。

早就有经济学家表示,超级高铁在技术上可能可行,但经济上不可能实现。如按建设成本1000亿美元计算,设计运力每小时运送840位乘客,单程票价要1000美元才有投资回报。

也有批评者认为,马斯克不过是惯性的“画饼”和“作秀”,他只不过是把自己打造成“流量密码”。

例如,马斯克旗下的另一家交通公

司隧道挖掘初创企业Boring Company,号称将解决美国地面交通拥堵。这家公司的主营业务来自马斯克的宏大设想——建立一个庞大的多站点式的地下公路交通系统,让无人驾驶汽车能以超240公里的时速将人送往目的地。但创业7年过去,截至2023年11月,总共只挖了约3.8公里,且在隧道中并非自动驾驶,速度不到65公里/小时。

但对不少人来说,“超级速度”是开启一种新交通方式的第一步。

虽然马斯克“超级高铁”在美国梦碎了,但目前,来自瑞士、荷兰等地的欧洲创业公司仍在开发和测试这项技术,以推动达到每小时1000公里以上的载客速度。

“超级高铁”和超级交通方式的梦想能实现吗?仍需要时间来回答。

2023年12月31日/星期日/经济新闻部主编
责编 李卉 / 美编 黄国栋 / 校对 林霄

专题 A7

伊利全链创新点亮国潮之光 荣获“国潮创新榜样先锋品牌”

文/程行欢
图/受访者提供

12月29日,中央广播电视台总台播出《国潮盛典》节目。在这辞旧迎新之际,各大国货品牌齐聚一堂,伊利、格力、小米等各行业领军企业代表出席这场“国潮盛典”晚会,向世界展示了中国国货的潮流风采和雄厚实力。伊利凭借全产业链创新实力,荣获“国潮创新榜样先锋品牌”。

国潮的崛起是文化自信带来的传统文化回归、产业升级带来的国货品质提升。伊利作为中国乳业龙头,始终秉持“不创新、无未来”的理念,深化全产业链创新合作,持续开展满足全人群、全消费场景、全生命周期营养健康需求的创新实践,让富含中国元素的创新产品走向全国、走向世界,让世界共享健康。



伊利在中央广播电视台总台《国潮盛典》上荣获“国潮创新榜样先锋品牌”称号

打造国潮产品,创新赋能传统文化新生

推进文化自信自强,铸就文化新的辉煌。如今,这种力量正融入生活的方方面面,对国潮国风的追寻成为一种时尚,各行各业正用实际行动守住文化根脉,诠释文化认同。多年来,伊利以传递健康文化为己任,不仅以高品质产品滋养人们的身体健康,为消费者提供安全、健康的乳制品,也让消费者通过产品触达更多的中国传统文化。

金典将故宫建筑古典美学融入产品包装中,给消费者带来国潮新体验;须尽欢国潮冰淇淋将天安门广场、花篮及国宝熊猫等国民元素融入产品包装设计,受到年轻消费者喜爱;伊利融合中医“药食同源”理念,面向糖尿病及高血糖消费者推出行业首款控糖牛奶舒化安糖健无乳糖牛奶。在原先奶粉和西式营养成分基础上,伊利欣活推出业界首款中式养生食材营养膳底配方奶粉,以及兼顾“中式滋补”营养与美味的伊利轻慕红参焕活配方奶粉;伊利活泉现泡茶创新采用“锁鲜盖”技术,将矿泉水和传统中国茶有机结合,重新定义消费者的饮茶习惯,开辟了新的产品赛道。伊利通过创新技术和传统文化的结合,为整个行业可持续发展注入了新动力。

聚焦全链创新,
强化产业核心竞争力

全链创新,是推动产业升级和经济发展的关键动力。依托全球领先的创新体系,伊利聚焦乳业发展关键领域,开展“从一棵草到一杯奶”的全产业链创新合作,持续推动产业链创新发展,增强中国乳业的核心竞争力。

为实现良种奶牛扩繁,伊利建成世界领先的奶牛核心育种场,成功培育出国内排名第一的种公牛,创造中国种牛在国际舞台上的历史性突破;伊利连续22年开展中国母乳自主研究,在全国采集母乳样本,建成中国企业首个“母乳研究数据库”,以中国专利配方打造金领冠品牌和系列产品,满足中国宝宝营养需求,给宝宝超凡守护;伊利率先打破行业技术壁垒,将常温奶中的乳铁蛋白保留率由10%提高到90%以上。这背后是伊利全球首创的乳铁蛋白定向提取保护技术,通过该技术攻克了灭菌乳品类加工中活性乳铁蛋白损失的问题,不仅为消费者提供了更多营养,而且极大提升了中国食品科技的全球话语权。

不仅如此,由伊利牵头建设的国家乳业技术创新中心,总部坐落于呼和浩特市伊利现代智慧健康谷,聚焦国家战略需求和产业发展,以建设具有全球影响力的乳业科技创新中枢为目标,聚合国内外创新资源,牵头实施协同创新项目,旨在解决我国乳业“卡脖子”问题,开发前沿引领技术,引领行业高质量发展。

从产品创新到产业创新,伊利通过科技力量不断推动自身和行业的进步,成为全球消费者的健康选择。未来,伊利将继续坚持“以科技创新”为引领,汇聚全球创新智慧,带领行业加快形成“乳业新质生产力”。