

“河北礼物”食品生产基地落户黄庄“月饼村”

本报讯(记者解哲琳)8月3日上午,随着红色绸布从“河北礼物”牌匾上缓缓滑落,这座总投资超千万元,集展销、研发、生产、检测、直播、仓储、物流于一体的“河北礼物”食品生产基地正式亮相。

基地的所在地是素有“月饼村”美誉的藁城区黄庄村,2024年全村月饼产业产值达6000余万元;2025年产业持续扩容,旺季峰值日产月饼150吨,全村现有月饼生产主体超100家,带动周边3000余人就业。中央广播电视总台央视财经频道《天下财经》曾专题探访黄庄月饼村,深度报道黄庄酥皮月饼传承匠心、产业富民的发展故事。依托央视报道带来的全国影响力,长城新媒体集团“河北礼物”落地藁城建设标准化食品生产基地,推动黄庄月饼由家庭作坊模式向标准化、品牌化、规模化方向升级,让非遗传统风味依托省级公共品牌走向全国。

此次基地落地,主要合作品牌为岁花村、青竹宫面、稻岭村、酥小妃等非遗传承品牌,负责基地运营的岁花村品牌主理人王海涛介绍,“岁花村”品牌的黄庄月饼制作技艺可追溯至20世纪90年代初期,该品牌是当地月饼产业从传统小作坊向现代化生产转型的参与者和见证者。而黄庄村做月饼的历史可以追溯到20世纪六七十



“河北礼物”食品生产基地揭牌当天,嘉宾现场品尝黄庄月饼。 记者 解哲琳 摄

年代。最初是几户人家守着小烤炉,凭着“酥皮裹甜馅”的老法子给邻里街坊做中秋吃食。因用料实在、价格亲民,黄庄月饼逐渐形成口碑。

在黄庄村月饼生产企业中,岁花村的规模与标准化程度均位居前列。企业日产20万包,年产2500吨,通过ISO9001、

ISO22000、HACCP三项体系认证。虽然设备先进、产能不少,但公司也有“烦恼”——产品虽好,品牌势能却有限。

“市场上从来不缺优质产品,真正稀缺的是能够带领本土好物走向全国市场的品牌影响力与成熟销售渠道。”王海涛表示,“我们拥有现代化生产线、完善的质量管控

体系,但‘黄庄月饼’目前更多是大众认知中的地域风物概念,尚未形成统一、规范的产品标准。依托‘河北礼物’省级公共品牌平台,正是补齐品牌短板、打通内外渠道,推动黄庄酥皮月饼从乡土特产迈向全国市场的关键抓手。”

作为长城新媒体集团倾力打造的省级区域文旅公用品牌,“河北礼物”秉持“好品藏旧事,文脉可触摸”的核心理念,致力于整合全省优质产业资源,构建了非遗文创、特色食品、文化酒水、食药同源康养好物、国际交流品牌产品五大核心产品矩阵。但要真正实现从产品设计向产业纵深延伸,品牌还需要有具备规模化生产能力、标准化品控体系和产业化运营能力的系列供应链生态伙伴。

“河北礼物”提供品牌标准、渠道资源与传播势能,岁花村提供产能保障、场地支撑与品控体系。这不仅是一次“挂牌”,更是一次“品牌势能”与“产业能力”的深度绑定。

基地运营后,“河北礼物”的品牌势能和渠道资源,将为“岁花村”品牌打开更广阔的市场空间。同时,“河北礼物”将继续联合省内更多地方特色非遗产品,构建起从产品研发、生产制造到品牌营销的完整产业闭环,让兼具匠心与底蕴的冀味产品走出河北、走向全国。

谷子创新团队在井陉举办“健饼煎饼”原料基地观摩与科普活动

本报讯(记者吴苗苗 通讯员张婷)8月7日,河北省现代农业产业技术体系谷子创新团队在石家庄市井陉县测鱼镇举办“健饼煎饼”优质原料基地观摩及科普活动。

“健饼煎饼”优质原料基地主栽冀杂金苗5号谷子品种,该品种兼具春谷优质和夏谷中矮秆、抗倒、抗病特性,抗瘠抗旱、适应性广、米质优良。此外,基地还集中展示了冀杂金苗6号、冀研谷7号等新品种及优质品系。

“我们团队遵循品种、品质、品牌和标准化‘新三品一标’的要求建设基地,今年还在当地海拔1200米的龙凤山基地开展生态育种试验,配套精量条播与穴播对比、播期密度等栽培试验,推动谷子产业发展。”省谷子创新团队首席专家王慧琴介绍。

据了解,井陉县不断探索“政产学研企”五位一体发展模式,与省农科院谷子研究所合作,形成从品种选育、标准化种植到加工销售的完整闭环。健饼煎饼公司作为当地龙头企业,通过订单式种植带动周边农户增收。

基地通过土地流转、合作经营等方式,探索出“农户+合作社+公司”等合作模式,为丘陵山区特色产业与乡村振兴提供了可复制的实践样板。

张家口市下花园区西红柿产业旺乡村

本报讯(通讯员院玉顺 祁超 刘潇)近日,张家口市下花园区段家堡乡牛心山村大棚西红柿迎来采收旺季,村民忙着采摘分拣、装箱外运,呈现出产销两旺的好势头。

据悉,段家堡乡牛心山村目前拥有30座西红柿大棚,产出的西红柿沙瓤多汁、品质优良。采摘期可持续至9月底,单棚产量可达2万斤。

牛心山村坐落于群山深处、山林环绕,生态条件得天独厚,村内无工业污染,空气清新,土壤肥沃洁净,病虫害较少。当地高海拔造就了光照充足、昼夜温差大的独特山地小气候,十分适宜西红柿生长。牛心山村推出采摘体验游,吸引周边客商、游客慕名采购采摘,收获了良好口碑。产品畅销本地及京津周边市场,拓宽了村民增收渠道,激活了乡村振兴的内生动力。

长城融媒

i人“农村CEO”一场直播卖800斤番茄

自称“i人+恋家”,却一头扎进了离家60公里的村子拍视频、干直播。听起来有些矛盾,但这却是00后姑娘臧怡飒的日常,而且她还乐在其中。这到底是咋回事?

原来,因为喜欢和农作物打交道,臧怡飒大学毕业后没有选择留在大城市,而是应聘成为了一名大学生农业职业经理人,在保定姚村镇开启了“农村CEO”生涯。

这个看起来有些新鲜的职业,并没有先例可循。她就靠着对短视频的喜爱拍视频、做直播,但内向的性格却让她屡屡受挫。

好在,不认输的性格让她坚持了下来,来到姚村镇一年多,她发布了80多条视频,间接带货数百万元。她坦言,能帮村民增收,她内心“暗爽”。

三年聘期还有大半,臧怡飒还没想好以后做什么,但可以确定的是,她还想留在农村。以热爱为职业,这个00后姑娘在田野间找到了一件她愿意一直做下去的事。

(本报记者 许艳艳 郭晶璇)

扫码看视频



百合花开农家乐

八月八日拍摄的涞源县长梁乡大石砭村百合花种植基地(无人机照片)。

初秋时节,张家口坝上地区天高气爽,景色宜人。

新华社记者 杨世尧 摄

正定:粮机直播闯海外

本报讯(记者马静)“大家看,这台磨粉机的核心部件就在这里。”8月5日,在石家庄正定,河北苹乐粮科智能装备股份有限公司(以下简称“苹乐粮科”)的产品展厅里,外籍主播阿米尔正站在一台小麦磨粉机前,对着镜头用流利的英语解说。直播间的评论区,用户不时互动。

苹乐粮科是一家深耕粮食加工装备制造35年的专精特新“小巨人”企业。其生产的小麦制粉机械、杂粮机械等产品覆盖全国各粮食主产区,并出口俄罗斯、印度、埃塞俄比亚等50多个国家和地区。

阿米尔原本是公司的外贸销售员,常年对接海外市场。今年4月份,苹乐粮科

组建专职外贸直播团队,用跨境直播叩开全球市场大门。他的工作也从面对面谈客户变成镜头前做直播。

苹乐粮科的数字化外贸直播,可追溯至2020年。彼时国内工业品跨境直播尚处于起步摸索阶段,苹乐粮科提前布局TikTok等平台,围绕产品拆解、技术科普、海外工程纪实持续输出内容。6年坚持,积累了5万余名海外精准行业粉丝,视频总播放量突破100万次。这也为企业开展跨境直播储备了充足流量基础与口碑优势。

今年,苹乐粮科创新“走播巡厂+专业拆讲”双轨直播模式,由资深设备技术工程师和多年外贸业务骨干联合担任直播主

讲。直播镜头直达原料质检车间、精密加工工位、零部件装配流水线等设备生产线,完整还原粮食加工设备生产流程。企业依托实景可视化展示,一点点打破跨境贸易中“设备看不到、质量摸不透”的信任壁垒。

“原来拓展市场主要依靠销售上门拜访和参加国内外专业展会,一场展会成本高达二三十万元,但接触到的客户数量有限。”苹乐粮科品牌宣传部部长吴家阔说,“现在通过直播进行线上推广,能够实时呈现产品从生产、质检到出货的全链条工序,同步解答客户疑问,大幅提升了客户信任度与下单意愿。”截至目前,公司通过

线上渠道累计形成5000万元潜在订单,已吸引哈萨克斯坦、印度等地的境外企业实地洽谈。

企业蓬勃发展的背后,是县域直播电商产业的整体崛起。2026年以来,正定县工业品直播电商发展提速,全县直播引流销售额达8120万元,相关企业总营收9.42亿元,直播销售额平均同比增长6.28%。作为正定县域核心产业集群之一,机械制造集群依托直播精准引流,实现线下实体订单超300万元。

正定县科工局党组成员师振民介绍,正定县将持续培育多语种跨境直播团队,研究出台跨境直播配套扶持举措,依托线上直播拓宽东南亚、中东、欧洲等外贸出口新渠道,助力更多县域企业借力直播电商扬帆出海,让“中国制造”在全球市场绽放光彩。



欢歌那达慕,激情民族风。在尚义县大营盘乡五台蒙古营第四届那达慕大会上,来自京津冀等地的游客一睹草原赛马、摔跤等比赛的风采。五台蒙古营是河北省唯一的蒙古族聚居村,至今保留着蒙古族的生

李登峰 摄