

绿色技术引领 全球农业“全链向智”

走进第四届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)现场,绿色农业链展区是全场最具“烟火气”的板块。从育种试验田、绿色储粮技术到终端消费产品,这条与亿万民众日常生活紧密相连的产业链,今年有了新变化——“绿色技术”成为展商口中的高频词。

展台上,一杯保质期仅7天的青岛啤酒原浆格外显眼。记者了解到,这款不过滤、不稀释、不杀菌的啤酒,过去受限于运输和保鲜能力,只能小范围售卖。如今依托全链条智能化、绿色化创新,智能制造、全程冷链与新鲜直送模式全面打通,消费者在手机上下单,最快30分钟即可收到。

一瓶啤酒的新鲜度升级,背后是整条产业链的技术革命。顺着产业链往上游走,绿色技术早已扎进了泥土里。

在中粮集团沉浸式展区,科技与绿色元素格外亮眼。六面主动控温低温储粮技术、入选央企首批AI高价

值场景的玉米质量智能检验应用、搭配36种谷薯豆的“新谷力多谷饭”……中粮集团重点展示了近年来在数智育种、智能制造、绿色储粮、智慧养殖、营养健康食品打造等领域取得的成果。

展区内,记者发现,不少链博会的“老朋友”都带来了搭载绿色技术的新方案、新产品。

百胜中国在本届链博会首发站正式发布“全链AI+机器人运营体系”。据介绍,这是一套旨在解决餐饮行业“冷库招人难、订单分拣繁、末端配送贵”痛点的超级物流系统,标志着中国餐饮供应链正从数字化管理向“AI+机器人”的智能化时代迈进。

展区另一侧,全球知名农产品贸易与加工企业路易达孚展示了其与中国本土企业深度合作、共建农业与食品供应链的实践成果。从研发中心到自动化生产线,路易达孚的供应链、固定资产运营及各类商品销售几

乎覆盖中国所有省份。

近年来,中国农业转型取得积极进展,优质农产品供给能力稳步提升,带动农业生产向标准化、绿色化、规范化迈进。商务部数据显示,2025年绿色食品的市场规模达到6292亿元。从30分钟送达的鲜啤,到咖啡渣制成的环保地膜,再到精准施肥培育的番茄,这些微观层面的技术创新,正折射出“全链向智”的新趋势。

多位参展商表示,绿色技术是串联产业链条、凝聚产业合力、实现全球农业绿色可持续发展的核心纽带。而农业绿色转型与供应链稳定发展,从来不是一国一企的孤军奋战,而是全链条、全世界的共同事业。

中国贸促会副会长林红在链博会绿色农业主题活动中指出,要加强全球农业产业链、供应链、创新链深度对接,构建分工协作、优势互补的产业生态,让绿色农业发展成果惠及世界各国人民。

值得关注的是,作为全球农粮供应链的重要组织者及中国“链主”企业,中粮集团联合多家全球供应链龙头伙伴,在链博会上共同发布了《共筑全球农业与食品供应链安全韧性联合倡议》。

“绿色产业链协同发展,离不开多方力量的协同共振。”百胜中国供应链管理副总裁陈建平指出,面向未来,百胜中国将持续加码绿色技术创新与场景落地,发挥“链主”引领作用,携手全球合作伙伴并肩前行,为打造面向全球的高质量绿色供应链,贡献力量。

“我们期待继续把握中国市场的发展机遇,持续强化本土研发、生产加工和供应链能力,携手上下游合作伙伴,共同提升中国与全球农业和食品供应链的连通性、稳定性和长期韧性。”路易达孚集团北亚区首席执行官陈嘉洲说。

(经济参考报记者 陈涵畅)

《中国广告业发展指数报告(2026)》发布 2025年首次突破两万亿元大关

□本报记者 尚梅柱

6月23日,国家市场监督管理总局联合中国经济信息社共同发布《中国广告业发展指数报告(2026)》(以下简称“报告”)。报告以2025年广告业数据为基础,科学分析评估行业发展情况,对未来行业高质量发展路径进行了前瞻性展望。报告显示,2025年,中国广告业发展指数达到143.3点,同比增长11.6%。2025年,全年广告业务收入首次突破两万亿元大关,达到20502.1亿元。今年一季度,头部企事业单位的广告业务收入同比增长17.1%,行业延续稳健增长的态势。

据介绍,当前广告业发展彰显四个鲜明特征。

发展格局更趋优化,规模扩张与结构升级有机统一。2025年,全年广告业务收入同比增长32.6%。从区域格局看,东部地区贡献稳固,以成渝地区双城经济圈为代表的

西部地区实现爆发式增长;从企业结构看,以互联网平台为代表的企业构成了行业发展的核心力量。

创新动能更加强劲,技术赋能与创意引领协同并进。报告指出,互联网广告占比持续提升,数智技术正在深刻重塑广告业从市场洞察、内容生产到精准投放的全链路。

服务大局的价值更为凸显,经济效益与社会效益相得益彰。2025年,“广告+”行动与实体经济深度融合,“广告助农”“广告助企”等实践将品牌价值切实转化为市场销量。广告业在吸纳就业、促进公益方面的社会贡献也日益增强。

治理体系更趋完善,规范发展与市场活力同频共振。政府、平台、协会等多元主体协同共治,共同为营造公平透明、充满活力的市场环境保驾护航。

“椒”香四溢好“丰”景 南充嘉陵1.2万亩花椒进入采收期

□蒋语涵 本报记者 黄翰

6月19日上午,记者走进位于四川省南充市嘉陵区七宝寺镇的四川上九农业花椒基地,看到2000余亩青花椒林长势繁茂,饱满油亮的椒穗挂满枝头,椒香浓郁扑鼻。

作为全区花椒产业全链条发展示范点,该基地依托标准化种植、科学化管护技术,实现稳产丰产。“采收工作从6月2日启动,预计7月10日前完成,采收期日均采收鲜花椒5000公斤。”四川上九农业发展有限公司负责人吴明其介绍道。

基地推行“一株多用”循环发展模式,将花椒籽加工为有机肥原料,以每吨500元至800元的售价销往山东,花椒叶回收制成养殖饲料,最大限度盘活农产品资源,提升产业附加值。

“成品干花椒主要销往成都温江、郫都等地,专供火锅底料、豆瓣酱加工,销售渠道十分稳定。”四川上九农业发展有限公司管理人员漆宜红说,基地采用“企业+基地+农户”模式,通过土地流转、就近务工双向赋能,带动周边群众就地就业、稳定增收。

与此同时,双桂镇三龙场村大山岭种植专业合作社的花椒基地同样热闹繁忙:工人

分工有序,一部分人剪取花椒穗、采收鲜果,一部分人对采收后的椒树进行清枝修枝,助力来年抽芽丰产;烘干房内,工作人员正有序堆放花椒、开机烘干。

该村依托专业合作社,盘活村内撂荒地,闲置土地种植花椒,以“农户连片种植+合作社统一兜底”模式,解决散户管护难、销售难问题,让零散种植集聚成增收致富特色产业。

花椒产业让当地农户实现家门口增收。“我一直在合作社的基地务工,靠着采摘花椒,每年能稳定增收近万元。”村民陈国周说。

遍地丰收图景,是嘉陵区特色农业赋能乡村振兴的生动缩影。近年来,嘉陵区立足地域优势,以七宝寺镇、双桂镇两大核心示范镇为抓手,以点带面辐射全域,通过标准化种植、科学化管护、一体化产销配套,持续做强花椒富民产业。

“今年全区花椒长势、品质俱佳,产业效益稳步提升。下一步,全区将优化产业布局,完善烘干、仓储等配套设施,强化农技服务,延伸产业链条,提升产品附加值。”嘉陵区农业农村局产业中心(花椒)负责人杜秋和表示。

李子喜丰收 果农笑开颜

眼下,正值李子丰收的季节。6月22日,四川省内江市东兴区双桥镇豆芽村的果农正在采摘和分拣李子,呈现出一派繁忙丰收景象。

近年来,双桥镇不断优化农业产业结构,因地制宜利用坡台资源发展李子产业,通过“党支部+合作社+村民”的利益联结机制,以产业壮大集体经济和带动村民增收致富。

特约记者 兰自涛 摄

广元苍溪早熟梨抢“鲜”上市 线上线下产销两旺 特色产业甜头十足

仲夏时节,瓜果飘香。四川省广元市苍溪县首批早熟梨迎来采收季。白桥镇龙门村村民熊文俊边打包边说。

为了让优质鲜果“云端”出圈、走红市场,今年借力乡村电商新业态,主播们扎根梨园实景直播,沉浸式展示早熟梨的品质优势。

“我们现在主推的就是苍溪本地抢先上市的‘苏翠1号’早熟梨,也是目前市面上最早一批成熟的优质梨果。这个品种的梨子汁水饱满、清甜爽口,比普通梨子上市时间更早、口感更鲜嫩,非常适合初夏解暑尝鲜。”苍溪支农团团长谢文军介绍,这次支农团正是依托乡村电商直播新模式,把田间地头的新鲜梨果销往全国各地。

天结算工资,收入不错。”苍溪县白桥镇龙门村村民熊文俊边打包边说。

据了解,苍溪县白桥镇珍果家庭农场是白桥镇2021年重点招商引资的农业项目,由江苏客商投资建设。园区总种植面积近500亩,选育“苏翠1号”、蜜梨、黄金梨、秋月梨、翠冠梨五大优良品种,实现错峰成熟、梯次上市,有效拉长了本地梨果销售周期。其中,“苏翠1号”为极早熟优势品种,种植面积150余亩,比本地普通梨品种提早半个月左右上市。

“‘苏翠1号’最大的卖点就是上市早、品质稳,刚好填补初夏水果空档。今年我们还转变了销售思路,线上线下稳定老客商、拓展新市场,线上携手苍溪支农团开展直播带货,双线并行,销路更广。”苍溪县白桥镇珍果家

庭农场负责人洪克喜说。一人致富,带动一片。在洪克喜的示范引领和技术帮扶下,不少周边农户加入“苏翠1号”种植队伍,尝到了特色产业的甜头。

“以前我们都是种传统的农作物,收入有限。这几年看到洪老板的苏翠梨上市早、卖价也非常好,我也跟着试种了几亩。今年挂果情况相当不错。”苍溪县白桥镇龙江村姚韵家庭农场负责人任小娟说。

如今,苍溪县白桥镇依托早熟优质梨特色产业,走出了一条品种培优抢先机、示范带动扩规模、线上线下拓销路、就近务工稳增收的乡村振兴新路子。

刘敏 王韬

争“鲜”上新 眉山仁寿水果的“出圈”密码

六月骄阳下,四川省眉山市仁寿县谢安镇三顾村的瓜棚里,西瓜日采五万斤,为夏日果市注入清甜,而这只是仁寿县“月月有鲜果、季季有惊喜”丰收图景的一角。

四季循环,在仁寿,不同的季节,总有新鲜水果上市——柑橘、樱桃、枇杷、李子、桃子……应有尽有。近年来,仁寿水果更是呈现出争“鲜”上新的接力趋势,这背后是仁寿县“以果兴农”的乡村振兴故事。

破局之刃: 以“早”抢滩 赢得市场先机

“早”,是仁寿水果出圈的密码。

今年3月,谢安镇新民村桔之菊家庭农场传来好消息:新品种小番茄成熟上市。据了解,新品种小番茄由中国农科院研制培育,在四川省种植面积仅200余亩,而仁寿县这一批果子是省内最早成熟的。“从苗期温度调控,到水肥精准滴灌,再到绿色防控,每一个环节都严格把控。”农场负责人陈桂英道出了

“抢鲜”背后的底气。

相较于传统品种,新品种小番茄不仅有效克服了裂果难题,坐果率与抗病性也显著提升,从栽种到成熟仅需3个多月,采摘可持续到7月份,亩产值有望突破8万元。新品种小番茄因上市时间早、种植生态、口味好,上市后不愁销路,成为了带动群众增收的“新引擎”。

抢“鲜”上市的还有始建镇的油桃。“每天鲜果刚下树,就被甘肃、新疆等地客商抢购一空。”油桃种植大户李本会说。

凭什么这么抢手?秘密在于“时

间差”和“高品质”。始建油桃比周边油桃提前7天到10天上市,抢占了市场先机;而今年前期雨水充足、后期光照丰富,桃子个头大、糖度比去年还提升了1至2个百分点。立足本地资源优势,始建镇通过优化种植结构与提升技术,打造出“优质、早熟、高产”的特色品牌,实现了提质增效。

深耕之策: 以“特”补位 激活多元价值

如果说“早”是“出圈”密码,那

么“补位”则是深耕厚植的智慧。

今年,来自仁寿县钟祥镇的乌泡备受市场热捧,这种水果曾是山野间的野果,经过“驯化”后,无刺易采摘,果肉酸甜多汁,一上市便备受青睐。

“传统水果种植竞争大,而这些野果适应性强,病虫害少,还保留着天然风味,完全符合现在消费者追求健康、生态的需求。”钟祥镇碾米村和美家庭农场负责人胡武明说,今年他家种植了5亩乌泡,通过线上订单、线下商超及现场采摘等渠道,销量可观。

据了解,该农场除种植乌泡外,还套种了羊奶果、野地瓜、八月瓜、红果参等,五种特色野果错峰成熟,实现了“四季有果、全年有收益”。

车厘子是市场热销水果。过去,想吃一口新鲜车厘子,要么依赖进口,要么远赴外地。如今,在仁寿县黑龙滩镇就能实现“车厘子自由”。

5月初,在黑龙滩镇瑞庆果园,连片的车厘子树枝繁茂,饱满的果实缀满枝头。游客们手提果篮穿梭其中,边摘边品尝,尽享田园乐

趣。“我很喜欢吃车厘子,但以前要开车去其他地方摘,路程远、耗时久,现在在‘家门口’就能吃到,很方便。”游客程诗雨开心地说。

瑞庆果园共有3000多棵车厘子果树,涵盖4个优质品种。果园负责人苏俊良介绍,“自4月底开园以来,接待游客10000余人次,整个采摘季销售额达15万元。”这份“甜蜜”不仅惠及消费者,也带动了周边村民增收。果园通过土地流转和聘请村民务工,让附近30余名村民在家门口有了稳定收入。

四季更迭,果香不断。仁寿水果的“出圈”,一半是争分夺秒的“抢”,一半是脚踏实地的“守”,抢的是市场先机,守的是土地匠心。当科技的温度融入每一寸土壤,当市场的脉搏回应每一季花开,一枚小小的果实便有了跨越山海的力量。

下一步,仁寿县将持续在品种培育、品质提升、品牌打造上精耕细作,让“月月有鲜果”不只是一句口号,更是一种承诺。春华秋实,步履不停,这片沃土上的甜蜜故事,未完待续。

夏丽萍 马竞遥 潘帅文 / 图