

“新质”赋能 助推鞋业向“新”而行

——第十三届中国布鞋之都·偃师2024秋冬产销(国际贸易)对接会圆满落幕

6月16日至20日,第十三届中国布鞋之都·偃师2024秋冬产销(国际贸易)对接会在中原绿色智造产业园成功举行,在为期5天的展销中,近500家企业参展,迎来国内外客商5000余人。

据悉,本届产销对接会会场中设置在中原绿色智造产业园,全面展示鞋材、鞋成品、制鞋机等,琳琅满目的秋冬新款布鞋、智能化的制鞋机、款式新颖的鞋材一一展出,吸引了来自海内外全渠道的行业人士、经销商等,现场咨询和成交不断,大家共同见证了这场产业盛宴!

“我是第二次到河南偃师参加这个对接会了,此次集中在一个会场内非常方便,产品也比以前更多、更新颖。我下单了一些款式和价格都很合适的产品,发到我们国家去,销量一定不错。”来自也门的采购商奥萨马说。

作为全国最大的布鞋、纺织面料鞋生产基地,偃师区已成功举办13届产销对接会,累计到会全国布鞋经销商和外贸客商6.5万人次,订货成交额超150亿元,产销对接会已成为偃师对外展示制鞋产业发展的重要窗口。2018年6月,偃师区被中国皮革协会授予“中国布鞋之都”荣誉称号;2023年6月,偃师区再次获得中国轻工业联合会和中国皮革协会联合授予的“中国布鞋之都·偃师”荣誉称号。

“这款产品是我们最新研发的全自动鞋面

穿孔工艺机械,通过这台机器,1个小时可以制作出50双左右的鞋面,纹路十分清晰,不仅生产效率,还大大节省了人工成本。”福建晋江的众泰机械负责人表示,在本届产销对接会上,他们收获了不少意向订单。

近年来,偃师聚焦“集聚、延链、创新、品牌”四大主题,坚持以创新为引领推动制鞋产业提档升级,以市场为导向抢占风口产业新赛道,通过开展对标提升、环保治理、“三大改造”、园区建设、地标品牌打造等一系列举措,加速推动制鞋产业转型升级、高质量发展。目前,全区拥有制鞋企业1200余家,研发单位40余家,布鞋年产量和市场占有率均超过全国的三分之一,产品远销多个国家和地区,制鞋产业已成为偃师年产值超百亿元的支柱产业、富民产业。

“2023年,我们工厂引进了自动化流水线,可以轻松地完成从原材料到成鞋的整个生产过程。这不仅减轻了工人的劳动强度,还大大地提高了生产效率。”八九鞋业厂长田圣铭说,“我们目前引进的制鞋机生产出的鞋面、花样、款式都不错,市场需求量很大。今年上半年,我们接到了来自美国、新西兰、英国、南美市场的35万双订单,现在我们正开足马力,全力以赴生产交货。”

值得一提的是,本届产销对接会期间还举办了以“新质赋能 创新发展”为主题的2024

中国布鞋之都·偃师第四届鞋业高质量发展论坛,来自国内外的行业专家学者、企业家们进行了以《中国鞋业短期与长期发展》《低流量环境的生存之法》《鞋企信息化的必经之路》《关于规范外贸出口及外贸出口新导向探讨》《柔性传感对鞋类功能性的影响》为题的演讲,深入剖析在新型经济业态下偃师布鞋发展情况及形势,探讨新形势下产品如何研发、制造、销售等热门话题,为广大鞋企抢抓机遇、创新发展指点迷津。

琳琅满目的产品、智能高效的设备,引人深思的话题……无不吸引着参观者的眼球。产销对接会期间,三大展馆每天都人头攒动,好不热闹。“通过这几天的大力宣传和推广,前来观展的客商不断增多,下单情况也不错。”参展企业开心地告诉记者,通过产销对接会很好地推广了产品、拓宽了销路,帮助他们实现了经济效益,同时也提升了偃师布鞋的知名度和影响力,大大增强了他们开拓市场的信心。

“新质”赋能,助推偃师鞋业向“新”而行。这场高规格、大规模的产销对接会,带来的不仅是人气的升腾,更是发展视野、发展路径的拓宽。下一步,偃师区将抢抓鞋业发展风口机遇,深挖“最早的中国”鞋业文化元素,强力推动做品质鞋、绿色鞋、创新鞋,延链、补链、强链,做强产业集群,进一步擦亮“中国布鞋之都”金字招牌。

(薛蕊)

用好谈话“利器” 谈出清风正气

“作为年轻干部,要把纪律教育作为‘必修课’,把反面案例当成警钟,常思贪欲之害,常怀律己之心。”日前,偃师区纪委监委驻区纪委监委纪检监察组对派驻单位年轻干部开展廉政谈话,做好教育提醒。

今年以来,偃师区纪委监委持续把开展廉政谈话作为加强党员干部日常教育管理的重要“利器”,紧密结合党员干部岗位、职责、年龄等特点,精心制订谈话方案,通过个别谈、集体谈、重点谈等多种方式,深入了解党员干部思想动态、生活状况等情况,推动抓早抓小、防微杜渐,不断增强全区党员干部廉洁自律意识,提升拒腐防变能力。

“通过谈话提醒,让我认识到了工作中存在的廉政风险和容易忽视的环节,接下来,一定严格按照要求执行招投标程序……”该区纪委监委驻区财政局纪检监察组对国裕公司负责工程项目、招投标工作的11名干部开展廉政谈话。该区纪委监委结合日常监督、专项整治、调研督导等工作中发现的问

题,从压实责任、强化作风、廉洁自律等三个方面,开展常态化、有针对性的廉政谈话,引导党员干部廉洁履职,守牢底线、不碰红线。

针对“一把手”权力集中、岗位关键、责任重大的特点,该区纪委监委坚持把廉政谈话作为加强对“一把手”日常监督的重要抓手,围绕党风廉政建设、“三重一大”制度执行、群众反映强烈的突出问题,传导压力、压实责任,力促收到以谈明责、以谈强廉的效果。该区纪委监委驻区市场监督管理局纪检监察组紧盯派驻单位权力运行的关键领域和重点区域,通过开展“面对面”谈话,督促“一把手”依规依法履职用权、担当作为,以实际行动推动保障粮食安全、优化营商环境等重点任务落地。

“接下来,我们将继续用好廉政谈话这个监督‘利器’,持续增强全区党员干部‘不想腐’的思想自觉,营造干事创业的良好氛围和风清气正的政治生态。”该区纪委监委相关负责人表示。

(王雷 张晓亮)

强化纪律教育 助年轻干部“清”装上阵

“今天的培训让我深受触动,作为年轻干部,要知责、履责、担责,走正方向、走稳步子,扣好廉洁从政的‘第一粒扣子’……”近日,偃师区开展“纪法与青春同行”青年干部党纪学习教育专题培训,高龙镇年轻干部余锐参加培训后表示。

会上,偃师区纪委监委案件审理室负责人围绕六大纪律,结合典型案例,以案释纪、以案明责,提醒参会的80余名年轻干部守牢纪法底线,防止成长“黄金期”变成“危险期”。

为引导全区年轻党员干部切实增强纪律规矩意识,偃师区纪委监委结合党纪学习教育,联合区委组织部在全区年轻干部中开展“纪法与青春同行”学习教育活动,印发工作方案,选取10个年轻干部违纪违法典型案例,通过开展“纪法与青春同行”主题团日、纪法培训、“青廉说”警示教育、廉政家访等活动,教育引导年轻干部勤掸“思想尘”、多思“贪欲害”、常破“心中贼”。

“加强年轻干部教育管理监督是一项系统工程,必须常抓不懈、久久为功。”该区纪委监委相关负责人表示,将通过多种方式,推动年轻干部纪律教育抓常抓长,助力年轻干部“清”装上阵,护航年轻干部行稳致远。

(王雷 张晓亮)



下沉一线监督

偃师区纪委监委组织纪检监察干部下沉一线,围绕村务公开、村级“三资”管理、惠农惠民政策落实等情况开展监督检查。图为该区高龙镇纪检监察干部在平村村了解村务公开情况。王雷 李梦莎 摄



收集民情民意

偃师区纪委监委聚焦乡村振兴领域不正之风、腐败问题,组织纪检监察干部深入田间收集民情民意,解决急难愁盼问题。图为该区纪检监察干部在大口镇袁寨村高山豌豆种植基地了解情况。王雷 靳纪峰 摄

文明曙光 启源华夏

二里头夏都遗址博物馆牵手酒祖杜康,“启源”联名酒荣耀面世

6月21日,“文明曙光 启源华夏——二里头夏都遗址博物馆·酒祖杜康‘启源’联名酒上市发布会”,在二里头夏都遗址博物馆盛大举行。

省、市、县政府相关负责人,考古专家,文史专家,主流媒体代表,以及杜康客户代表、社会各界人士齐聚一堂,共同探讨中国美酒和传统文化的碰撞融合,通过探源文脉与探寻酒史相融的方式,向世界展现五千年中国美酒品牌——酒祖杜康的独特魅力。



酒祖杜康“启源”联名酒发布会现场

跨界联合 以美酒礼敬华夏文明

杜康,中华民族的传统名酒,承载深厚的历史文化底蕴。二里头夏都遗址博物馆,探索中华文明起源的重要窗口,见证了中国古代文明的辉煌历程。

发布会现场,二里头夏都遗址博物馆馆长贾宝讲述二里头文化与美酒文化的情感和传承,他表示本次发布联名酒是二里头夏都遗址博物馆和洛阳杜康的首次携手,开启了博物馆资源活化利用的新篇章,是文化与美酒的完美结合,更是跨越千年的历史重逢与文脉之旅。二里头夏都遗址博物馆将注重提升文创产品的设计创新,继续与洛阳杜康联合推出更多文创产品。

省、市相关部门领导对这一文化界的盛事寄予厚望。大家一致认为,杜康与二里头夏都遗址博物馆的联名合作,是一次文化与产业的完美结合。

酒祖杜康“启源”联名酒汲取了二里头文化的智慧精髓,融入了杜康酒的醇厚口感与独特风味,是杜康探索新模式的大胆尝试,以一种别样的艺术美感,引领白酒市场新潮流。

发布会上,杜康控股常务副总经理崔俊伟深度诠释了二里头夏都遗址博物馆·酒祖杜康“启源”联名酒的文化愿景。他表示,此次跨界合作是杜康和二里头文化跨越时空的“双向奔赴”,致敬文明之源,守护中华文脉。

五千年文化传承与周恩来总理批示,奠定了杜康品牌的高度、厚度与广度。在民族自信 and 国潮文化兴盛的背景下,杜康对二里头“最早的中国”进行深层解读,让消费者在一瓶酒里感受中华文脉。杜康将不忘初心向更远的目标迈进,助力豫酒转型升级,助力洛阳副中心城市建设。

荣耀发布 酒祖杜康“启源”联名酒面世

这款产品融合了二里头馆藏精品绿松石兽面纹铜牌饰,以“兽面纹铜牌”为主元素,采用平面构成手法,把文化元素形象化、秩序化,并结合夏朝各种风格纹饰穿插在色块中,使铜牌的形象更加立体生动。

在联名酒推介环节,杜康控股产品总监牛俊林向来宾详细地介绍了这款“启源”联名酒的设计理念和背后的文化跨界思考,酒祖杜康和二里头夏都遗址博物馆联名酒以中华文明之源和中国美酒之源为主线,并相互交融,淋漓尽致地展现了华夏文明的厚重与历史的悠久。

它融合了夏都文化和非遗工艺等中国传统文化中的祥瑞元素,采用国潮插画艺术,赋予二里头文化艺术观赏、高朋品鉴、投资收藏等多重价值,全球稀世发售9999盒,1998元/盒。

窖香幽雅、陈香怡人的风味特征,实为世间不可多得之佳酿!酒祖杜康“启源”联名酒从瓶身设计到酒体设计,做到了文化与品质价值的高度统一,极具收藏与品鉴价值,为消费者贡献了一瓶集品质、品牌、颜值、价值于一体的“最中国”文化酒。



限量版酒祖杜康“启源”联名酒

专家论道 持续夯实“文化”内核

大咖云集的专家论坛环节,河南省文物局局长、文博二级研究员田凯,首都师范大学历史文化学院考古系主任、教授、博士生导师、中国考古学会夏商考古专业委员会副主任委员袁广阔,中国酒史专家、山东社会科学院历史所研究员王赛时,中国先秦史学会(原副会长)顾问、洛阳市考古研究院研究员、教授、博士生导师蔡运章等文化大咖纷纷亮相,赋能文物创新,为助力杜康白酒文化传承贡献智慧和力量。

“酒祖杜康和夏文化的结合是相得益彰的。”田凯如是说。袁广阔则表示,酒祖杜康“启源”联名酒是对酒的传承,瓶身的绿松石元素和纹饰,则致敬传承已久的玉文化和龙文化,对二里头文化和杜康酒的传承发扬助益良多。

蔡运章则认为,“杜康”即“少康”,是曲酒的发明者。相传“杜康造酒”的地点,就在今洛阳市境内的杜康河畔。这款联名酒在文创产品研发史和酒的发展史上具有重要意义。

王赛时从营销出发,提出文化是酒企的灵魂,营销是酒企的命脉,从历史中萃取文化基因对接产品是目前酒企推出文化创意产品的最高方法,杜康对接了一个王朝,“最早的中国”,站在了文化的制高点,并为酒祖杜康“启源”联名酒市场营销建言献策。

二里头遗址是中国最早的广域王权国家——夏朝的都城。夏人与酒关系密切,少康被誉为“酿酒始祖”,史称“杜康”,是中国历史上第一个掌握了人工培植曲霉关键技术的人,他开创了人类利用粮食酿造白酒工艺的新纪元。

作为五千年底蕴深厚的中国文化名酒,杜康拥有“中华老字号”称号,酿酒工艺入选“非物质文化遗产”,长久以来,在传承酒祖酿造技艺和文化的同时,一直致力于讲好中国故事,探索文物发展新模式、新表达,以酒为媒,传递文化的温度、历史的



酒祖杜康“启源”联名酒展示

表达和文明的光辉。杜康跨界联合二里头夏都遗址博物馆,从华夏神徽——绿松石兽面纹铜牌饰中汲取灵感,推出代表河洛文化特色的文创联名新品,意在共同追寻文明印记,探寻华夏美酒之源,跨越千载,共鉴杜康传承。这一文创联名产品的塑造,也进一步夯实了杜康品牌的“文化”内核。

酒祖杜康与二里头博物馆联名推出纪念酒,在品牌与历史文化之间建立起桥梁,让传统文化看得见、摸得着。这不仅拓宽了酒类产品的营销渠道,也让酒文化真正“活”了起来。

杜康开辟了与文化IP深度融合共创的新路径,跨界融合,强势破圈,以此与消费者建立沟通与情感联系,塑造差异化品牌势能。

当前,白酒消费升级的趋势依然没有改变。所谓的消费升级,不仅仅是消费者对于白酒品质的要求越来越高,更体现在酒文化的鉴赏与体验的升级。

随着人们物质生活的富足,以及新中产白酒消费的迭代,比起最基本的功能价值,白酒消费正在关注更深层次的情感需求、文化认同。消费需求迭代,为白酒行业打开新的品牌塑造思路。

“文化杜康”的创新营销牢牢把握了行业发展脉络、消费需求脉络,为酒业贡献了更多品牌塑造的可行性,为行业注入新活力。

在文化的加持下,杜康品牌已深深植根于消费者心中,这也必将让市场更加笃信杜康市场化与品牌化发展的光明前景。孟振峰 文/图