

# 商水：“土特产”书写振兴“大文章”

□记者 王辛泉 韩瀚 马治卫 通讯员 赵永昌 文/图

“大爷、大娘，咱一定要把握住质量标准。您仔细看一下，这个灰灰菜我们只收它上部约4指长的嫩头和叶子，人家将其进行深加工后直接运往香港、上海等地的高级饭店……”近日，商水县平店乡程岗村一农民专业合作社负责人程小中不厌其烦地向前来出售灰灰菜的农民讲解有关要求。

据了解，这种灰灰菜市场需求量很大，经济效益可观。郑州万邦及南阳一带蔬菜市场都有专门公司经营灰灰菜，他们以每公斤3元左右的价格回收，然后以每公斤50元左右的价格出售。收购来的灰灰菜先通过过筛、去杂、分拣、热炒、清洗等环节，再进行高温杀菌、过称装袋，最后压缩成小四方块，装入冷藏专柜发货。

“去年，我们一个多月销售灰灰菜20多万斤，合作社盈利8万余元，带动群众增收16万余元。”程小中介绍，由于农村人居环境整治，野生的灰灰菜明显减少。下一步，合作社计划重点推广大田种植，已与平店乡、袁老乡、化河乡、练集镇等乡镇60多名农户达成保护价收购协议，不断延伸农业产业链条，促进农民增收、企业增效。

程小中说，灰灰菜购销季节性很强，40天左右就结束了，这只是他做的土特产生意中的一个小项目。他的主业是加工销售纯红薯淀粉传统手工制品，每年夏季兼做青稞芝麻叶回收蒸煮加工生意。该合作社销售记录显示，2023年销售纯红薯粉条、粉皮8万多斤，纯收入70多万元；销售芝麻叶1万多斤，纯收入20多万元。

“在程小中的带动下，全乡红薯种植面积达1300亩，粉条年产量100多万斤，产值1500多万元。”平店乡党委书记段文海表示，他们积极发挥特色产业资源优势，纯手工红薯粉条、小磨香油、柴鸡蛋、香菇等优质农产品已销往全国各地。下一步，该乡将持续强龙头、补链条、兴业态、树品牌，念好“土”字诀、打好“特”字牌、唱好“产”字歌，把全乡的土特产做成乡村振兴“大产业”。



练集镇李庄村变蛋加工大户正在翻晒刚出缸的变蛋。

和平店乡一样，黄寨镇、姚集镇的小蜜薯已经形成规模，黄寨镇建起了万亩蜜薯产业园；胡集镇、化河乡的红薯粉丝、粉条闻名遐迩；练集镇的变蛋不仅占领了当地市场，还在网上打开了销路。“我们镇的闫桥村是传统手工变蛋的发源地，有20多年的加工历史，仅李庄村就有变蛋加工大户10多家……”练集镇党委书记刘风雷如是说。

累得满头大汗、正往大卡车上装变蛋的李庄村村民李国民一脸兴奋：“俺一年加工变蛋400多万枚，通过黄淮农产品大市场销往全国各地，年收入20多万元。”

其实，在商水县说起做土特产生意，最有发言权的当数一土特产龙头企业负责人刘建新。他从事餐饮业多年，曾经荣获全国烹饪大赛金奖、河南省“十大金牌名厨”称号。2017年刘建新返乡创业，注册成立了河南刘新食品有限公司，现经营有鸡内金焦馍、菌菇牛肉酱、石磨面粉、杂粮窝窝头、有机芝麻叶、小



商水县刘新食品土特产专营店员工介绍自产自销的农产品。

磨芝麻油等10余种特色农产品。“我们每年销售特色农产品8万多件，广受客户的赞誉和好评。公司还积极参与慈善公益活动，捐赠慰问金45万余元。”刘建新说。

商水县乡村振兴局局长陈前进介绍，近年来，该县坚持以拓宽农民增收致富渠道为导向，全力做好土特产带动乡村振兴“大文章”。新发展合作社、家庭农场110多家，新增加种养大户170多户；依托独特的资源禀赋和技术优势，培育出了“邓城猪蹄”“固墙手擀面”“爬头河双黄鸭蛋”等独具特色的农产品品牌，为有效推动乡村振兴提供了强力支撑。③5



## 中国人寿：险企“头雁”的 ESG 领航之路

2023年以来，寿险业“头雁”中国人寿保险股份有限公司(以下简称中国人寿寿险公司)持续将可持续发展理念融入公司运营各环节，积极探索建立自身成长与社会贡献兼具的商业模式，探索出一条与国际接轨、兼具中国特色的国寿 ESG(环境、社会和治理)之路。

立足主业，做好绿色金融文章。中国人寿寿险公司持续释放绿色金融效能，为绿色经济注入金融“活水”，助推相关产业高质量发展。该公司不断完善 ESG 绿色投资体系建设，对接国际通行 ESG 投资原则，构建完善公司绿色金融管理体系。截至2023年年底，该公司绿色投资规模突破4600亿元，助力实

现“双碳”目标。

稳健经营，锚定可持续发展方向。中国人寿寿险公司在稳健、诚信、合规经营理念的指导下，制定了《ESG 风险管理办法(试行)》，遵循全局性、审慎性、前瞻性、适用性和动态性五大风险管理原则，有效进行 ESG 风险管理。

成己为人，坚守保险为民初心。中国人寿寿险公司坚持以人为本、关爱生命、创造价值、服务社会的 ESG 战略理念，围绕环境、社会及治理三大维度和国家、社会、行业、客户、企业、员工、环境七大利益相关方，搭建 ESG 暨社会责任战略模型，致力于服务社

会大局，通过专业的保险产品供给，满足群众多元保障需求。在普惠金融方面，该公司助力构建“基本+大病+补充+救助”多重保障网络，全国范围内承办200余个大病保险项目，覆盖近3.5亿城乡居民。在养老金融方面，该公司持续拓展老龄保险产品的覆盖年龄和疾病范围，形成了“机构+社区+居家”三位一体的养老服务体系。在乡村振兴方面，该公司积极响应国家战略，坚持“以人民为中心”，为农村人口提供多样化保险产品，为农民群体织牢织密保险保障网，形成了覆盖寿险、疾病、医疗和意外等多险种的乡村振兴产品体系。②12 (刘俊华 曾佳)

## 亚龙国际城“五一”家装节圆满落幕 展现家居市场新活力

在经历了3个月的精心筹备后，备受瞩目的亚龙国际城“五一”家装节于5月5日圆满落幕。亚龙国际城“五一”家装节是一场集家居建材展示、促销优惠和消费体验于一体的大型活动，彰显了亚龙国际城回馈社会、引领市场的决心与魄力。

在此次活动中，亚龙国际城斥资近2000万元，其中，礼品投入超过1000万元，充分展现了对消费者的诚意。活动期间，有300余家商家联袂参展，商户参与率达99%，众多知名家居建材品牌齐聚一堂，为消费者提供了丰富多样的商品选择。

值得一提的是，亚龙国际城特邀中国家居建材行业领军团队——中国八方营销策划公司全程策划

执行此次家装节。该公司凭借专业的策划能力和执行能力，为此次家装节注入了更多活力，为消费者带来了更加多元和丰富的消费体验。

据统计，活动期间，超过2万人次消费者到访亚龙国际城，累计成交单数近5000单，现场成交额达2亿元。这一亮眼的成绩不仅为家居市场注入了一剂“强心针”，也进一步巩固了亚龙国际城在我市家居建材行业的领先地位。

周口亚龙商业运营公司经理张彦华说：“这次家装节的成功举办，离不开公司全体员工的辛勤付出和各位商户的大力支持。我们将以此次活动为契机，继续加强品牌建设和市场推广，为商户和消费者提

供更加专业、优质的服务。”

展望未来，周口亚龙商业运营公司将继续秉持诚信、专业、创新、共赢的经营理念，不断提升自身实力和品牌影响力，积极探索新的商业模式和发展路径，推动家居建材行业持续健康发展。

亚龙国际城“五一”家装节的成功举办，不仅为消费者带来了一场别开生面的购物盛宴，而且为亚龙国际城及入驻商户带来了巨大的商业价值和品牌影响力。“买建材，到亚龙”不仅是一句口号，还是消费者的共识，代表了消费者对亚龙国际城的信赖。相信在不久的将来，亚龙国际城将继续为广大消费者和商户带来更多惊喜和价值。②12 (付永奇)