

新疆马匹存栏量全国居首,今年成立相关企业超2000家

绿野上演“万马奔腾”,马产业跑出加速度

阅读提示

从草原骏马到经济动脉,新疆的“马产业+”,再次成为一个热词。近年来,新疆力求探索出一条推动马产业转型升级,促进产业深度融合,培育马产业发展新的经济增长点。

威猛的汗血宝马,在马术教练的引导下扬蹄、鞠躬致意、绕场巡游……一场场精彩的演出吸引了众多游客的目光。这些马来自新疆古生态园汗血马基地,基地自2016年开园以来,每年吸引近百万国内外游客观光旅游,发展为乌鲁木齐极具特色的一张“城市名片”。

野马集团项目部经理杜雪梅介绍,目前古生态园汗血马基地有18个品种的500多匹世界名马,其中汗血宝马近400匹。去年分别在乌鲁木齐、克拉玛依、甘肃等地举办了“炸街”活动,今年在新疆多地巡游“炸街”,所到之处人头攒动,人们纷纷举起手机拍摄记录,近距离感受到汗血宝马的魅力。

多地州积极构建“马产业+”模式,推动马产业与旅游休闲、骑乘运动、文化民俗等产业链的深度融合,让马匹参与到了新疆的四季旅游当中,放大了马业优势,延伸了产业链条,做到从一季到四季“马业惠民”。

精深加工,跑出亿元产业链

浑身是宝的马催生了新疆马产业,而且发展后劲十足。

在昭苏县,一场关于马产业的革新也在悄然展开。这里既是“天马”的故乡,拥有2000多年的养马历史,也是现代马产业标准化、产业化发展的试验田。2024年,昭苏全县马产业年产值突破12亿元,农牧民人均马业年均收入近4000元。

在昭苏县乌尊布拉克镇,新疆牧马人生物技术有限公司将马油转化为冷制皂等非遗产品。通过公司团队的不断摸索改进,成功研发出了马油冷制皂,并将马油冷制皂投入市场。

2024年,马油冷制皂线上线下总销售额达到120万元。随着马油化妆品等高附加值产品的研发生产,马产品链条得到进一步延伸,众多产品成功进入疆外市场,成为新疆特色品牌。

此外,昭苏县特色产品精深加工产业园建设项目,依托昭苏“天马之乡”资源禀赋,聚焦马奶产业化开发,新建日处理鲜马奶350吨的智能化生产线,可年产马奶粉500吨,辐射带动收储马奶马匹1万余匹,涉及牧民1000余户,每匹马年增收6000元以上。

阿勒泰地区作为新疆的传统养马大区,2024年,阿勒泰市马存栏量达到2.36万匹,其中能繁殖的母马1.18万匹。当地现有养马企业及养马大户71个,从事奶业经营的有44家,马乳产量高达1294吨,从事马肉经营的有26家。此外,阿勒泰市还建有两座马配种站、1座马医院。

近年来,新疆多地通过政策扶持、品牌创建、市场开拓以及马产业调研、召开座谈会等形式,力求探索出一条推动马产业转型升级,促进产业深度融合,培育马产业发展新的经济增长点。

目前,马产业作为伊犁、阿勒泰、巴里坤、塔城等地的传统优势产业,随着产业链条的不断延伸,马产业从传统养殖向着多元化、高附加值转型升级。

市场拓展,助力“天马”出疆

市场的深度拓展离不开人才的培养。多年来,新疆积极探索企业与职业院校合作培养马术专业人才的模式,共同培养了很多马术骑手、教练员、裁判员、马匹鉴定员等从业

人员。在国内2000多家马术俱乐部中,近一半专业技术人员来自新疆,这得益于新疆对马术人才培养的重视。

新疆马业协会执行会长赵志恒介绍,目前,新疆农业大学、新疆农业职业技术大学、昭苏县职业技术学校、新疆马术技工学校、木垒职业技术学校、阿勒泰职业技术学校等开设了6个马产业相关人才培养专业,形成了博士研究生、硕士研究生、本科生、大专生的马业人才培训体系。

作为马产业一、二、三产业均处于全疆乃至全国领跑地位的伊犁,业界广为流传着“中国马业看新疆、新疆马业看伊犁”。2024年,伊犁州直马匹存栏50.8万匹,约占全疆的二分之一、全国的七分之一。伊犁马正在成为国内马产业、赛马运动、马术运动的知名马种品牌。

2024年10月1日,全国首部保护马种特性的地方法规《伊犁哈萨克自治州伊犁马保护与利用条例》正式施行。今年3月,作为我国13个马匹培育品种之一的伊犁马正式迈入标准化身份管理时代,在国产马中率先开展品种登记,给马做身份鉴定,每匹马有自己的“护照”,其遗传信息被录入可追溯的良种马遗传数据库。

据了解,近年有1.5万匹马销售疆外。马品质快速提升,市场价格已上涨到目前数万元乃至十几万元,其中,伊犁马已成为国产运动马第一品牌,约占国产运动马市场的60%以上。

今年5月,“天马出疆”启程仪式在昭苏举行,西藏自治区马术队在这里采购了50匹骏马,其中35匹为伊犁马,总价值192万元,单匹均价达5.485万元。这不仅是对伊犁马品质的认可,也是新疆马产业迈向高质量发展的生动实践。

“新疆以昭苏为核心区域的马产业正迎来前所未有的发展机遇。”新疆马业协会理事长、新疆农业大学马产业研究院院长姚新奎如是表示。

G 市场观潮

陈丹丹

7月16日,上海市第三中级人民法院发布公告,因无法清偿到期债务且资产不足以清偿全部债务,网红雪糕品牌钟薛高母公司钟薛高食品(上海)有限公司被债权人申请破产,法院已中止执行并移送破产立案审查。这个红极一时的雪糕品牌,仅用7年便从巅峰走向落幕。

钟薛高曾以创新者姿态闯入市场。2018年,其以中式瓦片造型与“全产业链升级”的叙事,一举将雪糕价格推入奢侈品行列。一款“厄瓜多尔粉钻”雪糕,创下15小时售罄2万支的营销神话。资本的热捧、热搜的霸榜、大V的带货,让钟薛高一度站在行业之巅。

其危机始于产品安全根基的动摇。2022年夏天,一段钟薛高在31摄氏度室温下放1小时不化甚至“火烧不化”的视频,引发公众对钟薛高配料是否合规的质疑。无论是否主打高端、品质路线,钟薛高首先是一个食品品牌,产品质量的真实与安全始终是企业得以发展的根基。尽管品牌方面回应产品符合国家标准,但危机已难以逆转。

更致命的是虚假宣传。所谓“只选用日本薮北茶”的产品实则用多种茶叶制成,“特级红提”实为普通散装红提,“不加一滴水”的产品配料表中赫然列有饮用水。上述虚假宣传多次被市场监管部门处罚。

渠道定位与目标客群错配,加速了其走向败局。一方面,钟薛高被称为“雪糕刺客”绝非偶然,其选择混迹于便利店平价冰柜,使得消费者在结账时遭遇“价格突袭”,产生强烈的被欺骗感。当销量断崖式下跌,钟薛高仓促推出3.5元平价子品牌试图自救。然而,这一举动既未吸引价格敏感群体,反而暴露了其前期溢价的虚高本质。

品牌过快下沉扩张,使得高端定位与低端市场追求性价比的核心诉求发生根本冲突,高投入铺设的线下渠道因转化低迷而成为沉重负担。资料显示,短短3年内,钟薛高线下渠道占比提升至60%~70%,基本覆盖全国所有地级市。然而,部分低端市场并未准备好承接这类高端雪糕产品,过快的扩张反而放大了市场的不适应。

“错可以改,但抹不去。”正如钟薛高品牌方在某次风波中回应的,千里之堤、溃于蚁穴,企业的任何一次错误和危机其实都并不可逆。从源头避免错误和危机,才是企业真正应该做的。

钟薛高败局的启示意义在于,当市场从流量回归理性,单纯依赖营销人设与无序扩张打造的品牌神话,终将是昙花一现。也就是说,真正的高端产品,并非仅通过设定高价来实现,而是以适宜价格提供更具竞争力的产品体验。只有真正把消费者放在首位,永远绷紧产品质量的这根弦,才能筑牢品牌根基,走得长远。

全国首批规模化绿色甲醇产出

本报讯 (记者柳姗姗 彭冰 通讯员殷哲宇)7月15日,由上海电气建设的洮南市风电耦合生物质绿色甲醇一体化示范项目(以下简称“洮南绿色甲醇项目”),在吉林西部(洮南)绿色能源化工产业园区投产,首期示范项目可年产绿色甲醇5万吨。此次产出的全国首批规模化绿色甲醇,将通过“洮南生产—陆海联运—上海加注”的模式,登上法国达飞集装箱班轮,作为船用燃料走向国际市场。

当前,国际海运市场对绿色燃料需求增加,以绿色甲醇为代表的绿色燃料发展势头强劲。但现有生产技术路线无法大规模连续稳定生产,成为产业的痛点之一。该项目在行业内首次实现风电制氢与生物质气化耦合大规模生产绿色甲醇的具体实践,也首次实现了绿色燃料从内陆生产基地,到国际港口的中长期及规模化的商业闭环,标志着我国在绿色氢基燃料领域取得重大突破,为大规模绿电消纳提供了新的技术路线和商业模式,也为航运业脱碳提供了兼具经济性与可持续性的“中国方案”。

成资大道上跨成渝铁路桥梁完成转体

本报讯 (记者黄仕强 通讯员柏龙孝)“转体完成!”7月17日凌晨1时35分,在历时85分钟后,由中铁二十三局集团有限公司承建的成资大道上跨成渝铁路桥梁工程顺利完成转体。

据项目负责人张闯介绍,桥梁工程转体段长68米,单幅桥面宽23.5米,单幅转体重量约5500吨,与成渝铁路交叉角度为86.77度,转体角度为顺时针转动87度,试转2度,正式转体85度。桥梁紧邻成渝铁路安全限界,面临施工安全风险高、技术难度大、“天窗”时间短等难题。采用转体施工,可以保证利用最少的时间在铁路既有线上方安全、高效推进项目建设。为减小施工对铁路线的影响,建设团队采用“先建后转”施工工艺,即,在成渝铁路两侧预先完成桥梁主体结构的浇筑,再利用连续牵引桥梁转体设备和高精度全站仪、振弦式应变应力等监测仪器,实现对转体全过程的动态监控,确保桥梁平稳跨过铁路线,实现精准对接。

陕西麟法高速全线通车

本报讯 (记者刘静 通讯员张振宇)7月21日,由中国铁建和葛洲坝集团联合投资建设的陕西麟游至法门寺高速公路(简称麟法高速)全线建成通车,为区域经济发展注入强大动力。

麟法高速全长46.3公里,采用双线四车道设计,设计时速100公里。线路穿越安舒庄和野河两个省级自然保护区,桥隧占比高达40%。中铁十九局承建的麟法高速1标工程长9.395公里,建设者通过精细作业,九成互通实现最小半径100米架梁,成为陕西省最小半径架梁施工典范,为架桥机小半径作业积累宝贵经验。为保证成品曲线顺滑,梁片架设后不限距,项目部技术团队与设计单位采用建模技术,及时对梁片制作和架桥机纵、横向数据给出最佳修正值,保证架梁精度,反复推演论证。麟法高速公路通车后,麟游县至扶风县车程将从原来的69分钟缩短至27分钟,成功打通关中西部纵向通道,串联起热门旅游资源大环线,对进一步优化陕西高速公路网布局,保障农副产品的煤炭外运,带动沿线旅游业及县域经济社会发展具有重要意义。



千年“盐羊古道”
生机依旧

7月20日,在西藏阿里地区革吉县盐湖乡,民众在盐湖中采制粗盐巴。1000多年前,阿里地区有50多家驻扎的盐帮,将自然盐用羊驮牛背、边放牧边运输的方式,运送到普兰、日喀则、印度、尼泊尔等地,并用以物易物的方式换回青稞、砖茶、布料等日常生活所需的物品,从而孕育了远负盛名的“盐羊古道”传奇。近年来,当地以开办粗盐巴加工厂、打造“盐羊古道”旅游品牌等方式,使千年“盐羊古道”焕发新生机。
张祥毅 摄/中新社

桨板运动为城市之夜注入新活力

本报记者 蒋菡 本报实习生 艾玉晗

随着酷暑来临,北京亮马河夜经济也逐步升温,其中桨板运动因其低门槛、高参与度和独特体验感迅速出圈,成为城市夜生活新地标。

以桨板为引擎,岸边业态、装备经济、社交消费等正在形成“人水互动、岸水联动”的产业集群,为传统城市河道注入新的经济活力。

小店撑起大流量:创业者逐水而生

萨拉木是多布亮马河城市水上营地的一名桨板教练,也是亮马河夜经济的亲历者。他所在的团队自亮马河水域2021年完成改造后正式入驻码头,依托桨板、皮划艇等水上项目积累人气。“去年桨板突然火了,亮马河的客流量也开始上涨。”他说,“前年每天最多只有30多个人来,今年一天就有七八十人,周末还会更多,最多的时候能有500多人。”

上游制造商:抓住桨板经济风口

如果说租赁是前台生意,那么桨板制造

商则是支撑这波热潮得以持续下去的幕后力量。

根据百度指数和电商平台销售数据分析,2020年至2023年间国产SUP(站立式桨板)相关搜索量增长320%,天猫平台国产SUP销量年复合增长率达45%。

与此同时,不少水上运动装备品牌正试图借夜间消费场景拓展“泛户外”市场,与户外装备、城市夜游项目、智能穿戴设备形成跨界联动,国产头部品牌也率先推出适配夜间场景的创新产品。

国产品牌乐划(AQUA MARINA)推出的模块化发光充气产品,采用专利外置仓储实现LED灯条的快速安装与稳定透光,目前已成为城市滨水夜游项目中的热门选择;Funwater则开发了双气室夜划桨板,通过集成防水LED灯带与APP控制系统,用户可自主调节灯光模式,并与穿戴设备联动打造沉浸式体验。此类产品不仅延长了消费时段,更推动了水上夜经济的装备升级。

在这一政策背景下,亮马河区域的管理探索显得尤为重要。如何在保障安全的前提下,为新兴业态留出充分的发展空间,亮马河的探索也许能为更多城市水域管理提供可借鉴的经验。

政策引领:探索规范化管理新路径

随着亮马河桨板运动的快速发展,安全隐患和市场乱象也逐渐显现。

“上板一定要穿救生衣,而且滑的过程中不能脱救生衣。”萨拉木介绍安全规定时表示,“如果有人掉下去了,岸边的安保人员就喊对讲机,然后我们立马开救生艇过去救援。”

在正规码头之外,更多的是游走在管理边缘的经营模式。有经营者坦言,“城管会问是不是无证经营,有人会说自己是消费者。”除此,桨板俱乐部在河边跑马圈地、各自为营的现象也开始出现,通过这些渠道进行装备租赁的新手玩家,因缺乏安全意识和相关技能,落水情况也时有发生。

与什刹海景区划定专门的水域进行统一管理不同,亮马河目前仍处于相对开放的状态,这为管理创新提供了更多可能。按照《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》要求,要“健全户外运动安全救援机制,健全户外运动应急救援标志系统,鼓励设置智能管理、通讯和应急救援系统及设施”。

在这一政策背景下,亮马河区域的管理探索显得尤为重要。如何在保障安全的前提下,为新兴业态留出充分的发展空间,亮马河的探索也许能为更多城市水域管理提供可借鉴的经验。

『雪糕刺客』退出市场有何启示