



种植面积超3万亩,年综合收益达20亿元,带动近万人就业—— 墩集草莓闯进长三角“高端局”

“连续3年销量持续高速增长!”近日,泗县墩集镇石梁河村麒麟果草莓分拣中心负责人谭天宝介绍,自2023年与某高端水果连锁企业达成稳定供货协议后,其供货的墩集草莓,在该企业多家上海门店销量呈现快速增长趋势。

在竞争激烈的高端水果市场,这个来自皖北的草莓品牌表现亮眼。更令人瞩目是,墩集草莓种植面积超3万亩,年综合收益达20亿元,带动近万人就业。

传统农业乡镇成长为长三角高端草莓的重要供应基地。墩集草莓,究竟凭什么“能”?

一次关键的战略选择

走进石梁河村的麒麟果草莓分拣中心,数百名工人正忙着将采摘的草莓进行分级包装,再装进数10辆冷链运输车。这些鲜红的果子,将在24小时内出现在上海、杭州的高端商超。

“十年前,我们镇的草莓还要靠商贩上门收购,价格低不说,还经常滞销。”石梁河村党总支书记陶继东感慨道,“现在,我们每天发往长三角的草莓超过50吨。”

这场蜕变始于一次关键的战略选择。2018年,墩集镇获批宿州市首批现代农业产业园,将全镇资源向草莓产业倾斜。这在当时引起了不小争议——一个传统农业乡镇,真的能靠一颗草莓改变命运吗?

“我们对市场做了深入调研后发现,长三角市场对高品质草莓的需求不断增长,而墩集独特的砂礓黏土和气候条件,正好能产出硬度高、风味足的草莓。”墩集镇党委书记徐莉说,“这不仅

是农业条件,更是市场机遇。”

随后,墩集镇政府迅速行动:编制全镇草莓产业发展规划,成立草莓产业发展办公室。更关键的是,他们拿出了持续发展的定力——无论班子如何调整,草莓战略始终不动摇。通过对接百果园、金色庄园等知名企业,引入科研机构合作,协调金融机构推出“草莓贷”,产业基础不断夯实。

“当时很多人觉得我们异想天开。”徐莉回忆道。2023年4月,墩集镇被农业农村部、财政部认定为首批“国家农业产业强镇”,草莓产业从镇级规划真正上升为国家认可的优势产业。

一番艰难的种业攻坚

每年八九月份,都是墩集莓农最忙碌的育苗时节。

“过去我们相当比例的种苗依赖外购,价格高、质量不稳,还经常买到带病的苗子。”草莓种植大户于敏说,“有一年买的苗出了问题,损失不小。”

种苗,成了影响墩集草莓发展的关键环节。近年来,墩集镇政府下定决心要解决这个问题。第一步是“借脑”。当地邀请安徽省农科院、杭州市农科院的专家团队前来指导,开展品种选育和脱毒苗繁育研究。第二步是“筑基”,利用项目资金,建设标准化育苗基地。最艰难的是第三步——“换种”。传统农户对更换品种有天然的抵触,担心风险。镇里采取“示范引领+政策激励”的方式:党员干部带头试种新品种。

于敏是第一批尝试的人。她在专家指导下试种了新品种“建德红”,结果表现良好。“现在我不仅自己种,还向周边农户提供种苗。”

2024年1月,墩集草莓产业园晋升为省级现代农业产业园,产业发展迈上新台阶。同年7月,成功签约合肥福临农公司,双方联合打造脱毒种苗繁育项目,有力推动墩集镇草莓种苗更新升级。

“把种苗握在自己手里,就掌握了产业的主动权。”墩集镇相关负责人表示。如今,墩集草莓自育苗比例不断提升,种苗成本降低,优质果率提高。园区作为“安徽省绿色草莓农业标准化示范基地”的底色也更加鲜明。

一场向上的渠道革命

“政府看到了电商的潜力,积极引导企业,开辟草莓电商销售新渠道。”墩集镇人大主席姜军介绍。如今,墩集镇已有不少农户尝试电商销售,线上销售额显著增长。

时间回溯到几年前,墩集草莓的销售还是另一番景象。“那时候多是等商贩上门,价格波动大,有时候摘下来卖不出去,只能眼睁睁看着烂掉。”草莓经纪人尹盼盼回忆。

尹盼盼曾是种植户,也是墩集镇最早转型的经纪人之一。不仅自己种草莓,更通过搭建收购点、分级定价、组织包装、对接外地客商,把墩集草莓卖到了北京、上海、深圳等地,一年的销售流水超过5000万元。

变化始于销售渠道的拓展。墩集镇推动传统经纪人、商超直供和电商直播“三驾马车”并行,培育了像尹盼盼这样的专业经纪人50多名。他们一头连着千万莓农,一头连着全国大市场,不仅稳定了收购价格,还通过分级包装、冷链直发,让墩集草莓在24小时内走

上长三角消费者的餐桌。

渠道多元化的背后,是品质与品牌的有力支撑。“墩集草莓”已获国家名特优新农产品认证,“蜜恋”牌草莓拥有绿色食品认证。这些“通行证”让墩集草莓成功打入高端市场。

一个产业的融合裂变

在墩集镇,草莓产业带来的变化随处可见。如果只卖鲜果,产业链太短,风险太高。“我们必须让一颗草莓产生多种价值。”徐莉表示。

深加工是延伸产业链的关键一步。早在2024年4月,墩集镇就利用草莓尾果,与安徽丰粮酒业有限公司合作创建“墩果果”品牌草莓酒;同年10月,又与砀山县“梨小妹”果业达成草莓果汁深加工投资意向。

“深加工不仅提升了附加值,更重要的是解决了尾果利用问题。”徐莉说。

农旅融合是另一条赛道。近年来,墩集镇依托万亩草莓园,打造了草莓采摘、农事体验等新业态。2025年,全镇接待采摘游客超过5000人次,旅游综合收入持续增加。

“周末来我们这采摘的游客不少。”种植户尹文林的大棚里设置了采摘区,“很多家长带孩子来体验。”

更宏大的布局正在展开。墩集镇规划将草莓产业与石龙湖湿地、霸王古城等旅游资源整合,打造集“赏花、观湖、果品”于一体的农文旅融合线路。

“未来我们不仅要卖草莓,还要卖体验、卖文化、卖品牌。”徐莉说。从一颗草莓到一个强镇,墩集镇通过找准路径、深耕产业,把“土特产”做成乡村振兴的“大文章”。 (王宝林)

2026年育儿补贴开始申领

记者从国家卫生健康委了解到,1月5日,2026年度育儿补贴正式开始申领。符合申领条件的婴幼儿,其申领人可以通过支付宝、微信平台的“育儿补贴”小程序,以及婴幼儿户籍所在省份政务服务平台的“育儿补贴申领专区”线上申领;也可以前往户籍所在地的相关部门线下申请办理。

新的一年,育儿补贴线上申领的最大变化就是在去年的基础功能上增加了续领功能。育儿补贴信息管理系统技术人员栗兴昭介绍,2025年已申请第一次育儿补贴且符合新一年继续申领条件的婴幼儿可以续领申请。点击续领后如果有信息变化,点击有变动,点击修改,系统会将第一次申请信息自动带入,申领人只需针对有变动的内容进行修改再提交就可以了。如果没有信息变化,可进行一键续领操作,简化申领流程。

如果今年是第一次申请育儿补贴,可以提前准备好相关证件信息,点击“我要申请补贴”,填写相关信息,提交成功后等待工作人员审核即可。

(据央视新闻)

新修订的《殡葬管理条例》公布—— 多项制度设计保障公益属性

1月7日,新修订的《殡葬管理条例》公布,自2026年3月30日起施行。这是原条例自1997年7月21日施行以来的全面修订,将对维护群众合法权益、规范殡葬活动、推动殡葬行业健康有序发展提供制度支撑。

条例将“强化殡葬行业公益属性”置于立法目的之首,成为统领后续所有管理的总纲。为落实公益属性,条例在保障群众基本殡葬服务需求、严格殡葬服务收费、强化殡葬设施管理等方面作出制度性设计。

强化基本殡葬服务供给。条例规定,殡葬服务分为基础项目和非基础项目。通过国家清单形式明确了遗体接运、存放、告别、火化、骨灰寄存、生态安葬和政府举办的殡葬服务机构提供的骨灰格位安葬等基础项目;授权省、自治区、直辖市人民政府民政部门会同有关部门可结合实际适当增加本地区殡葬服务基础项目,给予地方必要的实施弹性。同时,要求设区的市级以上地方人民政府民政部门会同有关部门合理确定殡葬服务非基础项目清单。

强化殡葬服务收费管理。条例要求,殡葬服务收费政策由国务院发展改革部门、财政部门会同国务院民政等部门制定;基础项目收费标准应当依法制定,非基础项目的收费价格同样依法实行严格管理。另外明确,禁止在清单之外设立项目、收取费用。

在强化殡葬设施管理方面,条例规定,新设殡葬服务机构应当由政府举办,为非营利性机构。不得再新设立营利性殡葬服务机构。同时,条例在殡葬设施的用地、建设、投入等方面,强化要素保障。 (据新华社电)

“人工智能+制造”专项行动启动

记者1月7日获悉,工业和信息化部、中央网信办、国家发展改革委等八部门日前联合印发《“人工智能+制造”专项行动实施意见》,提出到2027年,我国人工智能关键核心技术实现安全可靠供给,产业规模和赋能水平稳居世界前列。

人工智能与制造业的深度融合,是发展新质生产力、构建现代化产业体系的重要路径。意见旨在加快推进人工智能技术在制造业融合应用,打造新质生产力,全方位、深层次、高水平赋能新型工业化。

意见提出,到2027年,推动3至5个通用大模型在制造业深度应用,形成特色化、全覆盖的行业大模型,打造100个工业领域高质量数据集,推广500个典型应用场景。培育2至3家具有全球影响力的生态主导型企业 and 一批专精特新中小企业,打造一批“懂智能、熟行业”的赋能应用服务商,选树1000家标杆企业。建成全球领先的开源开放生态,安全治理能力全面提升,为人工智能发展贡献中国方案。

意见围绕创新筑基、赋智升级、产品突破、主体培育、生态壮大、安全护航、国际合作等7项重点任务推出一系列具体举措,包括推动智能芯片软硬协同发展;支持模型训练和推理方法创新;培育重点行业大模型;推动大模型技术深度嵌入生产制造核心环节;加快人工智能赋能工业母机、工业机器人;攻关深度合成鉴伪、工业模型算法安全防护、训练数据保护等关键技术。 (据新华社电)

我省全社会秋粮收购已超790万吨 占预计旺季收购量93.2%

安徽日报报业集团全媒体记者 许昊杰

记者从省粮食和物资储备局获悉,截至今年1月7日,我省全社会秋粮收购792万吨,占预计旺季收购量的93.2%。其中,中晚稻收购662.6万吨,玉米收购126.6万吨,大豆收购2.8万吨。秋粮市场化收购688.2万吨,市场化率达86.9%。

去年秋粮收购以来,我省建立并落实秋粮收购省、市、县三级联动机制,做到全省“一盘棋”。同时,推动政策性收购和市场化收购、中央收购和地方收购、周边地区收购、省直部门之间“四个密切协同”,打好“市场化主导、储备粮引导”的收购组合拳,切实做到“有仓收粮、有钱收粮、有人收粮、有车运粮”。

我省动员引导在皖涉粮央企、省属企业以及市县国有粮食企业主动入市,带动多元市场主体入市收购,增强购销活力。加强中央和地方政府储备收购协同联动,此前还组织99家四级

政府储备企业率先入市,按照1.29元/斤以上的价格收购政府储备稻谷,发挥政府储备粮价格导向作用,提振市场信心。

以安徽省粮食产业集团为例,该集团充分发挥国有企业粮食流通主渠道作用,截至2025年12月30日,累计收购秋粮110.06万吨,同比增长153%,为保障区域粮食安全、稳定市场预期、促进农民增收奠定坚实基础。其所属的安徽省储备粮公司通过扩大收购半径、前置初检关口优中选优,并依托“智慧皖粮”系统实现全流程信息化监控与溯源,确保粮食粒粒达标。

此外,安徽省粮食产业集团坚持以销定购、以购促产,加强与粮食加工企业和贸易商的合作,开展定向采购销售业务,加快粮食流转,促进农民增收。拓宽加工转化渠道,依托集团旗下的4条大米加工生产线,将收购的粮食直接转化为终端产品,生产销售“粮谷鲜丰”“一皖好粮”品牌大米4.68万吨,实现销售收入1.98亿元,同比增长86.67%。

2028年起合肥中考总分降至730分

近日,合肥市教育局发布《合肥市深化高中阶段学校考试招生制度改革实施意见》(以下简称《实施意见》)政策解读,明确2028年起参加合肥市初中学业水平考试的考生,计分科目和分值采用新方案。届时,中考总分将由750分降低至730分。

此次改革适用于2028年起参加合肥市初中学业水平考试的考生。在考试分值调整方面,中考总分将由现行750分降至730分,录取计分科目保持不变。其中,体育与健康科目分值从60分提高至70分,分为25分过程考核和45分统一考试,过程考核由《国家学生体质健康标准》(2014年修订))体测评定成绩和体育课(含大课

间)出勤考核成绩两项合成,统一考试选项由两类9项扩容至三类18项,考生需选择3项;历史和道德与法治科目引入0.8权重折算计分,分值从150分调整为120分。

同时,改革将优化考试方式和组织形式。外语听力考试和口语考试将被合并为外语听说考试,总分仍为20分,采用人机对话模式,在九年级上学期和下学期分别组织一次考试,取最高成绩计入中考总分。生物学实验操作考试由学校在八年级组织,不计入中考总分,纳入综合素质评价;物理、化学实验操作考试由教育主管部门在九年级组织,总分仍为10分,计入中考总分。 (本报记者)



米面飘香

1月7日,铜陵市义安区天门镇兴化村,当地村民正在晾晒米面。随着春节临近,米面也迎来销售旺季。村民们趁晴好天气忙着加工、晾晒米面,供应市场。

梅建广 摄

“绩溪金徽厨”入选“皖字号”劳务品牌

近日,省人力资源和社会保障厅、省财政厅联合发布《关于公布安徽省“皖字号”劳务品牌的通知》,“绩溪金徽厨”成功入选安徽省“皖字号”劳务品牌名单。

作为“中国徽菜之乡”,绩溪历来有“十户之村,不废诵读;百里之邑,必有厨师”的传统,但早年徽厨多为零散输出,技能标准不一、就业议价能力弱。为破解这一痛点,绩溪县启动了“金徽厨”品牌培育工程,先后出台《绩溪县“徽菜师傅”工程实施方案》《绩溪县乡村振兴“百名能人带动增收工程”五年行动计划(2021-2025年)》等文件。

依托县徽菜产业发展中心,联动本地安徽徽顺酒店有限公司等20余家龙头餐饮企业设立实训基地,编纂《徽菜》《中国徽菜标准菜谱》《中式烹饪技艺》等专著,发布《绩溪徽菜胡适一品锅》等20项团体标准,评选出十大“绩品”食材、十大“绩溪徽菜”、十佳“绩溪金徽厨”、十佳“绩溪徽菜馆”“绩溪早茶文化美食地标”,开发推广“十乡百碗”特色美食菜肴137道。

投资3.6亿元新建占地261亩的安徽徽厨技师学院,构建起“定点培训+基地建设+技工院校”的技能人才培养体系,培育了大批厨师人才。目前,全县分布在国内外的绩溪籍厨师近2万人,平均约10个劳动力有1个是厨师及

餐饮服务行业人员,年创劳务收入20亿元以上,“绩溪金徽厨”成功跻身全国“创新发展类劳务品牌”。

与此同时,绩溪以徽菜产业为链,创新开展“十乡百碗、千店万厨”牵引工程,把“绩溪金徽厨”劳务品牌打造与推进“新徽菜·名徽厨”暖民心行动有机融合,全方位融入到绩溪县文化、工业、服务业、特色旅游等品牌建设规划中。通过制订和实施鼓励支持政策,对餐饮、预制菜等小微企业给予补贴,争创国家(徽菜)优势特色产业集群,不断扩大劳务品牌就业规模和产业容量,辐射带动更多行业人员就业增收,用徽菜徽厨为乡村振兴赋能增色。

目前,“绩溪金徽厨”已形成集种

养、生产、加工、销售于一体,涵盖一、二、三产业的发展格局,累计培育徽菜原材料生产加工基地72家,徽菜原料食材经营主体103家;全县徽菜餐饮店达850家,县域外开设绩溪徽菜馆660余家,燕笋、绩溪黑猪等徽菜原料远销北京、上海等地1000余家餐饮门店,直接带动产业就业近3万人,成为吸纳就业的“蓄水池”。

“从‘散兵游勇’到‘品牌军团’,‘绩溪金徽厨’品牌的升级是绩溪县劳务经济高质量发展的缩影。”绩溪县人社局负责人表示,下一步将扩大“绩溪金徽厨”劳务品牌就业规模和品牌知名度,培育壮大“技能+文化”双优的人才队伍。

(冯长福 周明助)