

达人村里,农民和游客载歌载舞 醉田园、享成果、庆丰收

全市文化礼堂 共庆中国农民丰收节活动启幕



昨天,全市文化礼堂共庆中国农民丰收节活动启幕。通讯员供图

在第二届中国农民丰收节来临之际,昨天上午,江北区甬江街道畝里塘村文化礼堂达人村开展了丰富多彩的活动,当地农民和游客载歌载舞庆祝丰收。“江北农好”品牌发布同时进行。

这场庆祝活动,意味着全市农村文化礼堂共庆第二届中国农民丰收节系列活动拉开了序幕。



文艺汇演+农产品展销,庆丰收活动很热闹

据悉,昨天的“欢庆丰收节 礼赞新中国——宁波市农村文化礼堂共庆2019中国农民丰收节”活动,由宁波市委宣传部、宁波市农村文化礼堂建设工作领导小组主办,江北区宣传部、江北区农业农村局、江北区文广旅游局、江北区甬江街道协办。

此次活动打造了一场“醉田园、享成果、庆丰收”的庆典,通过文艺汇演、民俗文化和非遗展示、农产品展销、志愿服务等形式,体现新时代农民群众物质生活和精神生活双丰收的喜悦。水田钓毛蟹、农民运动会、丰收采摘、水塘摸鱼、晒秋打卡等契合丰收主题的活动轮番进行,活动期间穿插了绿色安全农产品展销,现场还搭建了现代农业咨询服务台,提供就业、农旅、农技等方面的咨询服务。

“江北农好”品牌发布,农业品牌创建更进一步

在丰收节活动现场,江北区正式发布了农产品区域公用品牌——“江北农好”,标志着江北农业品牌创建工作迈出全新步伐。品牌取名“江北农好”,“农”字代表农民、农业,“好”字寓意农业生态好、品质好、发展势头好,“农好”又谐音“依好”。品牌形象标志以一粒米为原型,寓为江北农业丰收。

近年来,江北支持农业绿色发展“一盘棋”,综合施策监管“一张网”,走出以田间采摘、从“枝头”到“舌头”直达为特色的田间超市“一条路”,为打造江北农业品牌创造了条件。宁浩家庭农场的稻米、至诚家庭农场的水果番茄、晓叶家庭农场的西瓜、阿东水果专业合作社的阳光玫瑰葡萄,在省、市级评选中获得金奖。截至目前,江北区已创浙江名牌农产品1个、无公害农产品27个、绿色食品2个。

江北区农业农村局相关负责人表示,区域公用品牌确立后,该区将持续提高农业生产主体品牌意识和品牌培育能力,打造一批有特色、有竞争力、有规模的本土知名品牌和新型农业生产主体,充分发挥“江北农好”公用品牌的引领作用,加强宣传推介和品牌保护,带动江北农业产业发展。

记者 王冬晓 通讯员 张落雁 顾筠

背景

中国农民丰收节

今年9月23日是中国农民丰收节。

经党中央批准、国务院批复,自2018年起我国将每年农历秋分设立为“中国农民丰收节”。

“中国农民丰收节”是第一个在国家层面为农民设立的节日。设立这一节日将进一步强化“三农”工作在党和国家工作中的重中之重地位,营造重农强农的浓厚氛围,凝聚爱农支农的强大力量,推动乡村振兴战略实施,促进农业农村加快发展。

我国地域辽阔、物产丰富,各地收获的时节有所不同,但多数地方都在秋季,秋收作物是大头。兼顾南北方把秋分定为“中国农民丰收节”,便于城乡群众、农民群众参与,也利于展示农业的丰收成果,包括科技成果和农民的创造,具有鲜明的农事特点。

综合新华社

保时捷前设计总监 Joachim Storz 牵手欧琳 谱写厨房科技跨界汽车工业新篇章

德国当地时间9月19日,在久负盛名的斯图加特保时捷博物馆,高端厨房品牌欧琳与保时捷前设计总监 Joachim Storz 举行战略合作签约仪式。在签约仪式上,双方表示,将在欧琳厨电设计创新领域展开深度合作,为欧琳厨电的安全性、便捷度、人性化寻找更好的创新点。

欧琳集团董事长徐剑光表示,此次跨界合作,主要目的是为中国厨房市场的升级换代做准备,也是为欧琳深耕国际市场、注入更多国际化元素做准备。



南大学、华中科技大学、中国美院等知名院校开展合作,经过持续开发研究,欧琳成功开发出“不怕油易清洁技术”、“智能变频大吸力技术”、“水离子净化技术”等黑科技,并将其成功运用到欧琳厨电产品中。

在各项黑科技技术支持下,欧琳打造“魔净厨房”,满足新生活方式的升级产品以及全能空间定制的个性化选择。欧琳水健康智能水槽洗碗机、大火力燃气灶以及随着垃圾分类的深入,推出的独具特色的“欧琳水槽式垃圾处理处理器”等多款产品,都融入了智能、健康、科技的元素,帮助消费者享受高端厨房生活。同时,以“不怕油”科技为核心,欧琳不仅打造了“不怕油的大吸力油烟机”,还打造了“不怕油的易清洁水槽”,“不怕油的易清洁燃气灶”等,构建爆品生态圈。

与国际一线设计师合作,欧琳已经不是第一次。欧琳与国际知名设计院校德国包豪斯大学,以及劳斯莱斯前设计总监曼莱克、意大利知名设计公司乔治·亚罗建立合作,真正让产品达到全球顶尖工艺。除了中国设计智造大奖,欧琳产品还先后荣获红点奖,IF奖、金勾奖等诸多国际荣誉,成为时尚、潮流的代表。

欧琳集团董事长徐剑光表示:“汽车工业对人机互动和人机的操控性、舒适性、安全性,是非常值得我们借鉴的。随着厨电消费者不断的成熟和不断的需求升级,欧琳在研发创新突破上,需要跨界汲取更多的养分,以满足消费者的需求。今年欧琳有几个大的跨界动作:跨界娱乐营销,冠名北京卫视的大型明星跨界音乐节目《跨界歌王》,与 Joachim Storz 先生合作,跨界厨房、汽车两大行业。跨界也无界,这才是未来行业间合作的新趋势,也会是我们彼此合作的一种新的推进和新的典范。”

文/余涌

跨界汽车工业 欧琳为中国厨电引入强外援

此次签约仪式的场地——保时捷博物馆,从1948年到今天对保时捷最重要的传奇车型都会在此展出。签约现场,欧琳研究院负责人孙圣代表欧琳与 Joachim Storz 进行签约。对于和 Joachim Storz 先生的合作,孙圣谈到:“德国既是工业强国,又是世界汽车行业的翘楚,希望通过此次跨界合作,我们能将汽车工业的设计优势带入到我们的产业升级中来。”

Joachim Storz 先生则对欧琳有着非常高的评价,“欧琳是一家很有‘德国味’的企业。在欧琳,我感受到一种‘一丝不苟’的德系文化氛围。今天的合作,是我们在原有的设计创新基础上的新升级,相信未来,欧琳会一直走在厨房行业的前列。”

引入全球知名设计师 助力欧琳进一步国际化

本次与欧琳签约的 Joachim Storz 先生殊荣半生,他是 IF 设计大奖评审委员、最佳汽车设计师大奖评审委员、奥地利 Johanneum Graz 大学客座教授、英国皇家艺术学院客座教授。

为更好地将汽车的设计和工艺融入厨房,打造更符合中国家庭烹饪需求的厨房,也为欧琳的进一步国际化奠定基础,2018年8月,Joachim Storz 先生特意奔赴中国,走进中国厨房,走进欧琳,了解东方餐饮的魅力,了解中国厨房的结构、生态系统和流程环境。

跨界融合 强势助推品牌再升级

一直以来,欧琳探究消费升级时代主流消费群的生活需求,将“智能科技、精工品质、经典美学”作为品牌驱动金三角。欧琳与中科院、中物院光电所、浙江大学、湖