食博盛会助力食品名城建设

■黄卫民

近年来，漯河市紧紧围绕农业办工业，办好工业促农业，借力食品博览会，实现了食品产业的跨越式发展，食品工业增加值、销售收入、利税总额多年稳居河南省第一，为我国中部农产区发展产业探索了一条新路子。

在漯河工业发展的过程中，曾经有过不懈的探索，从走以“轻、小、集、户”为主的发展道路到组建经济“航空母舰”，从大力发展制鞋制革业到今天漯河以发展食品工业闻名全国，最终找准了一条适合漯河发展的好路子。

2003年，为更好地推出漯河食品，做强做优食品产业，借一款邮票在当地的首发式，漯河市举办了首届中原食品节，从此迈出了会展经济的铿锵脚步。

2005年，面对竞争异常激烈的形势，凭借产业特色优势和难以匹敌的实力，漯河市成为全国首家“中国食品名城”。一年一度的食博盛会与食品名城建设相得益彰，共同提升。

2008年，人气日盛的中原食品节实现华丽转身，正式升格为国家级盛会，定名为中国（漯河）食品博览会。

2010年，中国（漯河）食品博览会荣获中国会展财富论坛“十大产业展览会”殊荣。

2012年3月28日，在第十届中国会展财富论坛上，食博盛会以其无可撼动的行业领袖地位和品牌影响力荣获大奖：中国会展产业金手指奖——最具品牌价值展览会。

食博会的不断发展壮大，推动食品产业提档升级，食品名城的内涵更加丰富。借助靠大联大、借船出海的发展战略，漯河市吸引美国高盛、美国杜邦、日本火腿株式会社、中粮集团等国内外重量级食品企业纷纷进驻，迎来了可口可乐、台湾旺旺、台湾统一等重量级企业竞相投资漯河，漯河已然成为名副其实的中国食品名城。

如今的漯河，拥有各类食品企业7000多家，其中规模以上食品企业211家，年主营业务收入超10亿元企业35家、超50亿元企业3家。双汇控股母公司万洲国际成为全球最大的肉制品加工企业，跻身世界500强，是全国食品行业和全省唯一一家进入世界500强的企业。

资料显示，2016年，漯河食品产业集群主营业务收入超过1600亿元，占全市工业的60%，占全省食品产业的六分之一，成为全省万亿食品产业集群的重要支撑。在国家统计局统计的22类食品行业中，漯河拥有18大类、50多个系列、上千个品种，正成为国人厨房和餐桌的优先选择。漯河市已经形成了完整的肉制品、面制品、乳制品、休闲食品、果蔬加工等产业链，年产销肉制品680万吨、世界第一，日产休闲食品3500吨、全国第一，年加工转化粮食1200万吨、全省第一，年加工饮料307万吨、全省第一，火腿肠、冷鲜肉、麻辣面制品等单品产销量成为全国冠军。临颍县、郾城区、源汇区成为“全国食品工业百强县区”，临颍县还荣获“中国休闲食品之都”称号。全市进驻世界500强企业15家，行业百强企业56家。

总部位于漯河市的双汇集团总资产超过200亿元，在全国15个省市建有二十多家肉类加工基地和配套产业，带动100多万人从事相关产业，促进了地方经济和农业发展。2013年9月26日，双汇国际（万洲国际前身）以71亿美元成功并购美国最大的猪肉加工企业史密斯菲尔德食品公司，一举成为世界最大的肉制品加工企业。

借助于一年一度的食博盛会，漯河食品产业不断发展壮大，整座城市在潜移默化中发生了脱胎换骨的变化：

招商引资实现新突破。十余年来，漯河以食博会为平台，持续推进大招商活动，招引了一批大项目、好项目，提升着漯河的竞争力，培育着漯河新的经济增长点。据统计，漯河市6个省级产业集聚区内的项目，80%以上是通过食博会引进的。

本土企业蓬勃发展。以举办食博盛会为契机，漯河市加大了与外地名企名牌的交流合作，不断提升着自身的实力。如今，以双汇、南街村、北徐、龙云、三剑客、雪健等为龙头的本土企业蒸蒸日上，成为食品之都的中坚力量。据双汇集团董事长万隆介绍，每届食博会上，双汇与客户签订的订单都在10亿元以上，迄今为止，通过展会双汇已销售上百亿元的产品。

打响了漯河城市品牌。从早期的政府行为到后期的市场化运作，从中原食品节到国家级食品行业盛会，从立足中原到走向国际，食博会已经成为具有行业峰会地位的大舞台，具有“风向标”意义的食品博览会，已成为漯河的代名词。“漯河制造”正成为国人厨房和餐桌的优先选择。

提升了城市管理水平。外地客商这样评价漯河市的城市环境：“碧水环新城，绿树掩高楼，处处鲜花开，人在画中游。”漯河市以创建全国文明城市、国家卫生城市为契机，以迎接食品博览会为主线，不断加大城市基础设施建设力度，加强城市管理，开展市民文明素质教育，广大市民的素质不断提高，讲诚信、树新风成为大家的自觉行动。如今的漯河，城市建设突飞猛进，城市功能日臻完善，市民素质不断加强，270万沙澧儿女正在用彩笔描绘出一幅天蓝、地绿、水碧、人文明的宜居家园。

女儿是个小美食家

■张海燕

2003年5月16日，第一届中原食品节在漯河市体育场隆重举行，由于我离预产期只有六天了，白天不敢去凑热闹，但听说晚上有音乐会，就决定去看看。先生拗不过我，便陪我去了。

检票进场时，看到不少大人抱着孩子来看演出，我就自言自语地说：“这么点大的孩子就来看演出了?”

先生回了我一句：“咱的孩子还在肚子里不是也来看了。”具体都哪些歌手来了、唱了什么歌，我已经记不起来了，单单只记住了沙宝亮唱的《暗香》，他沙哑的声音和着凄美的旋律在偌大的体育场回荡，朦胧夜色中飘荡着空灵之美。

食品节过后十天，5月26号，我的女儿呱呱落地，她身高五十厘米、体重六斤六两。

此后每年食品节，我都带女儿来逛。从被我用推车推着，到伸着小手抓柜台上的小食品，再到逛了食品节后要写作文，再然后就是成为一名初中生的女儿，已经开始对展出的食品评头论足了，而这时候，一届比一届办得成功的食品节早已升级为食博会了。十五年过去了，我的女儿也从出生时的五十厘米长到今天的一百六十六厘米，并且成了一个小美食家。

由于食博会是在家门口举办的，所以我每次都带女儿去逛。我们去室内展馆较多，本市的食品平时都可以品尝到，外来的只有在食博会上才能看到，是不能错失良机的。

在室内的各个展台上，只要有品尝的机会，女儿都不会错过，如酸奶、台湾的鱼松、韩国的泡菜、方便面、海藻粉、新品香肠等，总之，整个场馆转下来，她的肚子基本上都填饱了。看到没见过的食品，就拉着我在展台研究一下产地、成分、生产日期等，比较几个食品后要我买点尝尝，我每次都满足她的愿望。几届食博会逛下来，她积累了不少经验，从当初买回来的大包变成中包或小包，她开始理性购买了，不再是看见啥就买啥。

中央电视台录制的《舌尖上的中国》节目播放时，女儿从头看到尾，认真地配和着主持人对剧中的美好食物发出感叹，看了第一部就无限期待着第二部。

家里亲戚中，她三姑父是个厨师，春节她姑父掌厨时，她就在厨房帮厨，看看都做什么美食。饭菜对口味时，她就再到厨房看看所需配料，一来二去的，她就记住了两道菜：肉末橄榄菜豆角和豆豉鲮鱼油麦菜。第二天她就去超市找到这两个配料，买橄榄菜时还说买大瓶的，实惠，可以多吃好几回，俨然一个精打细算的家庭主妇。我把菜做好后，她一尝，直说不是三姑父做出来的味道，因为我做的肉末橄榄菜豆角太咸了，切的块太大了，切成肉块后是要剁成末的。她当时问姑父，橄榄菜本身就是咸的，不需要放盐，但我不知道。后来又给她做了豆豉鲮鱼油麦菜吃，她说味道还行。看着挑剔的她，我心想：她也就是对这好吃的怪上心。

女儿爱吃，也就爱自己动手做好吃的。朋友从韩国回来带给我的海苔，她看到了就要做海苔寿司。她先把火腿肠、黄瓜切成细条，带上一次性手套，把大米铺到竹帘上，撒上鱼松，均匀地铺上火腿肠和黄瓜，最后卷起来，味道还真是不错。她想做的我都让她做，那天炸鸡米花，我说我不会炸，她把油倒进煎锅里，油热了把鸡米花倒进锅里，等鸡米花裹皮了就翻上来。她对还对旁边的我说：“就是这样炸的，袋子上的说明就是这个程序。”我在心里偷笑：想吃，就得你自己下手做！她平时自己也做水果沙拉、蛋挞、煎火腿肠，以后她总是要独立生活的，爱吃就要自己会做，我索性就放开手让她自己做。

民以食为天。我们漯河的食博会不仅成了漯河走向世界的一张名片，也极大地推动了漯河的饮食文化，如这些年建成的名吃一条街、布衣巷等，培养了许多的美食家。当然，也包括了我的女儿——一个小美食家，她是和食博会一起成长起来的，是食博会的忠实粉丝，更是食博会从开始到现在的见证者。

沙澧初相逢　风雨十五载

■彭志源　李　萌

食博会举办十四年，贾湖酒业参加了十四年。

2003年相见之初，首届食博会的规模还很有限，富平春（贾湖酒业前身）参展的品牌也还比较单一。富平春作为漯河地区规模最大的白酒企业，号称河南白酒“四小龙”之一，也是参加展会的唯一一家白酒企业，得到了市政府、组委会的关心和帮助，受到了广大客商的关注，当时就有不少省内外客商前来咨询、品尝、洽谈业务，其中几位江苏客商特意来到富平春酒厂，参观完整的传统酿酒过程，品尝存放了五年、十年、三十年的陈酿，一位客商当时就伸出了大拇指，学着河南人的口音说：“中，中，入口柔，一线喉。”另一名客商有感而发，叹道：“沙澧水，贾湖水，一水之源；贾湖酒，富平春，香传九千。”洒纷纷签订了大量订单。富平春亮相首届漯河食博会获得圆满成功，食博会加速了品牌传播，对助推企业的发展功不可没。

2008年8月，第六届食博会举办期间，时任省委书记、省人大常委会主任徐光春，参会时专程查看了富平春公司展区，对公司新产品和品牌建设表示赞许。2011年展会上，富平春酒业新推出的贾湖系列高端产品，很多客户都对这几款产品表示出了浓厚的兴趣，不少客户当场签订意向合同。2013年，富平春酒业开展了特色的“空瓶置换”活动，吸引市民踊跃参与，赢得了良好的市场反响，收获了活动预期效果。

2013年大地集团入驻富平春，更名为贾湖酒业集团有限责任公司，注重贾湖文化的传承。由此，一家集白酒科技研发、生产酿造、销售服务、工业旅游、文化展示、娱乐观光于一体的国家大型酒企展现在世人面前，成为沙澧一张亮丽的名片和漯舞一颗璀璨的明星。

2015年的展会上，重组之后的富平春盛装登场。广场出入口精心布置了传统建筑特色的飞檐式拱门，主展台清新别致、简洁明快的徽派建筑风格，整体流露出一种质朴而典雅的韵味，室内的品牌墙同样惊艳。该品牌墙由一幅999朵红玫瑰和999朵黄玫瑰相映而成的“富平春”三个大字构成，视觉冲击力极强，有着深刻而美好内涵。红玫瑰是真情，黄玫瑰是火，共同祝愿富平春的明天红红火火。驻足观望或是留影的人员络绎不绝，都为食博会有这样亮眼的参展企业而感到荣幸。展区内正中央一个圆形展示台上，栩栩如生的模型还原了千年前贾湖先民的酿酒场景。部分人对贾湖文化不是很清楚，工作人员自发当起了漯河代言人，为现场观众娓娓道来令人惊叹的贾湖遗址和不可思议的多项世界之最。

举办到第十四届时，食博会已经发展为中国诸多会展中最具“国际化会展”的重点会展，由政府主导，按照“国际化、电子化、市场化”的要求，采取市场化运作模式，加强管理创新、加大宣传力度，提升优质服务水平，是全国食品行业展会中规模较大、档次较高、人气最旺、效果最好、影响力最大的展会之一。食博会的举办，给贾湖酒业提供了很好的展现平台。通过食博会，贾湖文化、产品品牌得到了很好的宣传，贾湖酒业的知名度越来越高、影响力越来越大、销售市场越来越广。

做食品的人乐水，做酒的人乐好水，这是一种说法，也是一种不争的事实，每一个酒企都有自己的“酒泉”，贾湖的酒泉在沙澧大地。位于城北二十公里的贾湖史前聚落遗址，距今约9000年，是淮河流域迄今所知年代最早的新石器文化遗存。考古学家经过对遗址的陶器残留物中分析研究发现，确认了这些残留物中含有一种酒类饮料的沉淀物，说明9000年前贾湖人已经掌握了目前世界上最古老的酿酒方法。舞阳历史悠久，古文化荟萃，这里曾经是糟坊处处、酒肆满城，贾湖遗址所在镇北舞渡镇是古代历史名镇、重要枢纽，舞阳侯樊哙美酒贡高祖，就是在这里祭拜“酒泉”，装车运往京城。时至今日，贾湖酒业集团依然把传承和发扬9000年贾湖文化作为己身不可推卸的责任，念其古老常感仰慕敬畏，知其厚重更觉任重道远，每一粒粮食都精挑细选，每一道工序都精益求精，只求为时间奉上无愧于天地良心、无愧于贾湖先民的传世佳酿。

契刻符号，记录了沧海桑田；骨笛清越，奏出了旷世乐章；佳酿飘香，陶醉了一个文明。贾湖千载，每当品尝贾湖酒，便会有深深的情怀，突然间竟想起了李白的“天若不爱酒，酒星不在天；地若不爱酒，地应无酒泉。天地既爱酒，爱酒不愧天，但得牛蒡酒，何必羡神仙”。今人虽没有酒仙的豪迈，但在沙澧河畔、漯舞之间，贾湖是认定了有“酒星”和“酒泉”的存在，而与食博会相逢结缘，又怎能一个爱字道得明白。

沙澧初相逢，感恩十五年，相逢如初见，期待再相逢。

食博会与邮票的不解之缘

■郑　杰

2003年3月29日，中国邮政发行了《中国古桥——拱桥》特种邮票，该邮票一套四枚，其中第二枚即为漯河的小商桥。尽管这只是整套邮票中的一枚，却是漯河历时整整六年力争的硕果。这小小的一枚邮票的发行，既是漯河地方文化资源首次登上国家名片，又催生了中国（漯河）食品博览会的前身——首届“中原食品节”。从此，漯河邮政发行的一系列邮票，伴随着它的一步步成长，与食博会结下了不解之缘……

2003年初，漯河是一个刚刚建市十几年的年轻内陆开放城市，食品工业发展迅速，拥有肉制品、面制品、啤酒饮料等15大类500余种产品，培育了全国最大的加工企业双汇集团，全国最大的方便面生产企业之一——南街村集团，以及一大批小而精、小而专的食品工业企业。知双汇者多而知漯河者少的尴尬局面，在客观上让漯河市领导班子感到亟需提升漯河在国内外的知名度。漯河市邮政局提出的借小商桥邮票发行之机，扩大漯河知名度的建议，引起了漯河市委、市政府的高度重视。他们一致认为，小商桥邮票的发行可谓是宣传漯河的最好时机。天时、地利、人和，使漯河市邮政局与漯河市委、市政府一拍即合，双方决定以“邮票搭台、经贸唱戏”的形式，以小商桥邮票首发式为契机，举办首届中原食品节。

3月29日，漯河市体育中心彩旗猎猎，锣鼓喧天，万众瞩目的漯河市小商桥特种邮票首发式暨首届中原食品节隆重开幕。国内的众多集邮爱好者聚集漯河，近3万人在体育场欢庆盛典，整个漯河小城皆因小商桥邮票和食品节而沸腾。据一份简报统计，首届中原食品节签订购销合同8宗，金额4.64亿元；合作项目14个，总投资16.42亿元。

依靠小商桥邮票的发行契机，加上中央及地方媒体强有力的宣传，漯河食品工业基地市的地位和形象完美展示了出去，漯河的知名度大大提高，进一步确立了漯河市在河南省食品行业的“旗手”地位，16.42亿元的引资额拉动了地方经济的发展。邮票首发式的成功举办，使漯河形象大大提升。

岁月如梭，时光飞逝。“中原食品节”随着规模的不断扩大，已升格为食博会。

2012年，漯河举办第十届食博会。十年食博，一路春光。食博盛会正以巨大的影响力推动着漯河产业升级的步伐，塑造着首家中国食品名城的品牌形象。十年来，伴随着食博会成长、壮大的脚步，漯河的经济社会取得了巨大的发展成就。十年来，漯河连续获得“国家园林城市”、“中国人居范例环境奖”、“全国绿化模范城市”、“中国食品名城”、“中国特色魅力城市”、“最佳投资城市”、“中国最佳生态旅游城市”、“中国品牌城市”、“中国优秀旅游城市”、“国家森林城市”等称号，创造了一个又一个辉煌，走出了一条政治、经济、社会、文化、生态全面健康科学发展之路。

在这十年大庆的历史时刻，漯河邮政为进一步宣传漯河深厚的历史文化和发展成就，加快推进漯河市“一区两城一中心”建设，促进经济、文化的共同繁荣，特向国家邮政局申请发行以涵盖漯河人文景观、自然风光、名胜古迹、现代建筑、非物质文化产品等方面为题材的《漯河八景》邮票。并于2011年12月28日，向漯河市委、市政府递交了《关于申报发行〈漯河八景〉邮票的请示》。经过召开市委常委会认真研究，市委领导班子一致认为发行《漯河八景》邮票是一件利国利民的好事，邮票作为漯河的“城市名片”，充分反映出了漯河厚重的历史文化内涵和现代化建设成就，是最佳的漯河城市文化礼品，决定在全市组织开展涵盖人文景观、自然风光、名胜古迹、现代建筑、非物质文化产品等方面的“漯河八景”选题征集、评选活动，申请发行《漯河八景》邮票，并在举行第十届中国（漯河）食品博览会开幕式的同时举办《漯河八景》邮票首发式，让邮票首发活动继《中国古桥——小商桥》邮票之后，再次融入食品博览会之中，让邮票文化融入漯河经济社会的发展之中。

2012年4月25日，《漯河八景》邮票终于获准发行，漯河市委、市政府将《漯河八景》邮票首发活动列入第十届食博会的重要活动议程，并按原计划在2012年5月16日上午在会展中心举办中国（漯河）食品博览会市情说明（项目签约）暨《漯河八景》邮票首发式。

此活动的成功举办，漯河邮政与漯河食博会组委会的合作也越来越融洽，在以后的历届食博会活动中，邮票的发行也被列为重要议程之一，2013年第十一届、2014年第十二届、2015年第十三届食博会期间，连续发行了《中国食品名城——漯河》、《字慎许慎》、《舞阳农民画》等漯河本地题材邮票，并在食博会开幕式当天共同举办漯河市情说明会（项目签约）暨邮票首发式。其中《字慎许慎》邮票为莫桑比克共和国发行，是全国首枚国外发行的以中国汉字文化为题材的双连小型张邮票，整枚小型张风格古朴雅致，完美体现了许慎及《说文解字》在中国汉字发展中的厚重文化底蕴。

2015年11月，漯河市被中国文字学会、中国训诂学研究会授予“中国汉字文化名城”称号。这是继全国首家“中国食品名城”后，漯河市获得又一个金字招牌。漯河邮政为纪念这一殊荣，特别申报发行《中国汉字文化名城》个性化邮票一版。

2016年5月16日，随着“第十四届中国（漯河）食品博览会”开幕式的启动，上午十点正，又隆重召开了漯河市情说明暨项目签约仪式、《中国汉字文化名城》邮票首发式。漯河市委书记与河南省邮政公司副总经理共同为《中国汉字文化名城》个性化邮票发行揭幕。《中国汉字文化名城》邮票的发行，进一步彰显漯河的人文风采，提升了漯河在国内外的知名度和影响力。

《中国汉字文化名城》个性化邮票采用八枚中空过桥版式，邮资图案为篆书书写的“和谐”二字位列两旁，中间四幅邮票图案分别为“贾湖遗址·汉字雏形”、“说文解字·字典鼻祖”、“三绝碑刻·汉隶典范”、“彼岸寺碑·篆书楷模”。整版邮票设计风格古朴雅致，体现出中国汉字文化名城——漯河在中国汉字发展中的厚重文化底蕴。

“方寸之间，集漯河沙澧灿烂文化；国家名片，助汉字名城经济腾飞。”漯河邮政通过一枚枚邮票的发行，为中国（漯河）食品博览会增添了一道道靓丽风景，结下了一份份不解之缘，充分挖掘了漯河的人文、历史文化资源，为漯河打造出一张张独特的城市名片，提升了漯河的知名度，再次让漯河享誉全国，走向世界。

第今年的十五届食博会上，漯河邮政积极申报发行的《中原水城 生态绿城——漯河》个性化邮票，从不同角度展现出漯河的沙澧水韵、湿地风光、美丽夜景、生态宜居，浓缩了漯河“中原水城、生态绿城”的亮丽风景和人与自然、人与社会的和谐共处，进一步提升城市品位、丰富城市内涵，邮票与食博会再结良缘。