



我看邢客户端 行动新闻客户端

2026年全国“五一”文化和旅游消费周启动

新华社北京4月27日电(记者徐壮)文化和旅游部27日在京举办2026年全国“五一”文化和旅游消费周媒体推介会,正式启动全国“五一”文化和旅游消费周活动,组织各地围绕“五一”假期推出系列亲民产品、乐民活动、便民服务和惠民措施,满足广大居民游客假期出游及文旅消费需要。

消费周期间,各地将围绕踏青赏花、亲子游乐、研学旅游等消费热点

推出应季文旅产品和活动,举办约1.37万场次文旅消费活动,发放超284亿元消费券等消费补贴,为居民游客在“五一”假期乐享文旅、休闲度假提供更多选择。

文化和旅游部协同有关企业和机构在消费周期间推出一系列丰富多彩的文旅惠民措施。推介会上,中国气象国家气候中心发布全国“五一”赏花旅游地图;中国石化推出“周五加满油 周末自驾游”等自驾游消费

惠民措施;中国移动推出“五一惠游、畅享乡途”专题优惠;中国工商银行、中国农业银行开展“爱购五一”“文旅潮玩季”等活动。

此外,中国旅游景区协会组织开展旅游景区欢乐消费季,“五一”期间联动各地景区推出近200场活动;中国演出行业协会推介“跟着演出去旅行”“五一”假期重点演出活动及优惠。

此次全国“五一”文化和旅游消费周将从4月底持续到“五一”假期结束

杨猛在调研检查中心城区货车服务驿站建设运营情况时强调

加快布局中心城区周边货车服务驿站 以移动源减排助力大气质量持续改善

本报讯(记者麻国栋)4月27日,市委书记杨猛在中心城区调研检查货车服务驿站建设运营情况。市委常委、秘书长冯祥利参加并讲了意见。

去年以来,我市立足大气污染防治严峻形势,聚焦重型货运车辆移动源污染治理,在中心城区及重型货车通行量较大的沙河市谋划布局了一批货车服务驿站,以标本兼治、疏堵结合原则调控重型货车入城,持续推动道路扬尘、尾气排放

等污染问题治理。杨猛一行先后来到已投用的沙河市绿洲货车服务驿站、在建中的市经开区泽阳货车服务驿站,以及即将开工的襄都区旭阳货车服务驿站选址现场,实地察看驿站建设运营及环保措施落实情况。他强调,要创新建设模式与管控机制,引导重型货车在驿站集中开展货物接驳、中转集散与临时停靠,以真心暖意为外地大货车提供服务,助推从源头减少移动源污染。

调研期间,杨猛在绿洲货车服务

驿站主持召开专题会,听取全市货车服务驿站规划布局情况汇报,研究部署下一步具体举措。他指出,重型货车移动源是大气污染治理的重点领域,科学布局建设货车服务驿站是引导货车绕城行驶,降低移动源污染、缓解城区交通环境压力的有效举措。各级相关部门要聚焦大气污染防治攻坚目标,结合中心城区路网结构、物流流向、污染防控重点,加快布局建设一批货车服务驿站,明确绕行方案,引导货车外围停靠、集中补给、

闭环管理,减少入城流量与尾气排放。要持续完善配套基础设施,健全长效运营管理机制,统筹整合服务功能,将货车服务驿站打造为集货物集散转运、车辆快速充电、司机便民服务于一体的综合性货运周转枢纽。要加强宣传引导,普及环保法规与绿色出行理念,引导货车司机自觉遵守禁限行规定,营造人人关心环保、人人参与治污的良好氛围。

市经开区、襄都区、沙河市、市直有关部门主要负责同志参加。

刘文萍在市经开区调研督导大气污染防治、项目建设等工作 提升环保质效 加快低碳转型 持续增进高质量发展含绿量含金量

本报讯(记者谢霄凌 通讯员陈华)4月26日,市委副书记、市长刘文萍在市经开区调研督导大气污染防治、项目建设等工作,强调要提升环保质效,加快低碳转型,持续增进高质量发展含绿量、含金量。

针对春夏之交臭氧污染高发态势,我市集中推进VOCs治理攻坚,系统实施源头治理、共享绿岛

等8项行动,为空气质量持续改善拓展了空间。市经开区作为产业发展主战场,建设了金梦园共享喷涂绿岛项目,投产后排效率率可达95%以上。刘文萍与项目负责人现场交流,详细了解共享模式、市场开拓等情况。她强调,要聚焦产业集群治污痛点,采用一流工艺,完善服务配套,打造低成本、高效率、可复制的共享治污标杆。要精准对接自行车、机加工等产业集群,拓展服务半径,抢占增量市场,实现环保质效、生产效益双提升。

中钢邢机搬迁改造产业升级项目现场,正在采用绿色施工技术加快建设,刘文萍实地踏察了工程进度、扬尘治理等情况,她勉励企业发挥龙头引领作用,加快建设产业园区,吸引配套企业集聚布局,带动产业能级跃升。要提升精细化环保管理水平,严格落实安全施工、湿法作业等措施,争当绿色施工标杆企业。要争创环保绩效A级企业,应用绿色技术装备,深化超低排放改造,加快智能化、绿色化、融合发展。

随后,刘文萍来到远景邢台智慧能源零碳产业基地项目现场,听取发展规划、项目推进等情况。她鼓励企业锚定建设国家级零碳园区目标,积极布局智能风机装备、智慧储能制造等产业,推动绿电全覆盖应用、生产全流程降碳,引领新能源产业绿色高质量发展。

市经开区管委会主任商黎英,市政府秘书长张立军,市生态环境局有关负责同志参加。

天天有骑行 周周有活动

本报讯(记者王帅徽 通讯员高正东)七里河北岸健身绿道上,一个个亲子家庭蹬着单车在春风中你追我赶。这是邢台新闻传媒中心持续举办的“追风少年”亲子骑行活动中的一幕。

今年以来,“追风少年”亲子骑行活动每周举行一次,每次都有50个家庭如约而至,参与者从6岁到14岁不等。“孩子一到周末就催着我报名,说骑车比在家看手机有意思多了。”市民王晓茹说。

据不完全统计,一季度,全市共举办各类骑行赛事活动126场,参与总人数达2.3万人,实现主城区“天天有骑行”、各地“周周有活动”。同时,“泉城骑行”小程序新上线全民积分活动17场,访问量突破236万人次,使用量62万人,骑友积分兑换礼品3673件。

车轮滚滚,骑出了全民健身的新风尚。前不久,800余名骑行爱好者在七里河、牛尾河、白马河、大沙河4条绿道同步开展骑行活动,在低碳骑行中感受泉城春日之美。在位于沙河市的红署岭景区,来自邢台、邯郸等地的500余名骑行爱好者开展绿色健康骑行活动,在金黄的花海中畅游。

骑行不只是休闲健康运动,还是拉动消费的强力引擎。在2月举行的“六区骑游泉城 乐购年货迎新春”活动中,1000多名骑友手持市体育局争取到的农行50元代金券,逛太行泉城年货节集市,尝美食、挑年货、拍美景……短短一下午,活动拉动消费超160万元,让骑行流量实实在在地变成了消费增量。

体育搭台、文旅唱戏、经济受益。3月下旬,2026年小年神全国城市分站赛(邢台站)举行,来自20多个省(区、市)的近500组家庭1500余人参赛,其中,150余组家庭提前一周到邢台热身备战。赛事直接带动住宿、餐饮、购物等综合消费近80万元,约40%的家庭赛后继续在邢台及周边游览,邢台博物馆、好南关、达活泉公园、天梯山等景区、景点累计接待参赛家庭上千人次。

此外,任泽区高标准升级牛尾河营地,新建点水湖、饮马河骑行营地,配套餐饮租赁、露营休闲,让骑行有了“驿站”;宁晋县启动全年积分活动,联动本地商家推出月度纪念品,群众参与热情高涨;临城县骑游活动吸引省内多地骑行爱好者关注……

“骑行热”仍在持续升温。据悉,2026中国公路自行车公开赛已在北京正式启动新赛季。作为这一国家级赛事的承办城市之一,我市在新闻发布会上向全国亮出“自行车之城”的独特魅力与充足的办赛底气,全市各地蓄力再掀高潮,推动消费热潮“全年持续火”。

一批核心甜蜜场景的硬件改造与业态植入,激发文旅消费新活力 场景焕新 “甜蜜”体验再升级

甜蜜新场景 消费新活力

本报讯(记者张明明 通讯员陆倩)前不久,在中国爱情小镇——天河山景区新推出的玫瑰小院外,来自石家庄的情侣王立东和女友正对手机镜头,记录下被满院玫瑰花与特色小屋环绕的浪漫一刻。“小院里布满玫瑰花,既精致又有氛围感,浪漫感十足。”王立东欣喜地说。

去年以来,我市推出“泉心泉意·爱在邢台”甜蜜时光主题线路,构建了“恋、购、影、宴、住、游、娱”全链条产业生态,对一批核心甜蜜场景进行硬件改造与业态植入,有效激发了文旅消费新活力。

除新设的玫瑰小院外,天河山景区还新增了以“爱情秘境”为主题的探索动线,路线串联起姻缘树、心洞等经典地标,并融入互动

打卡装置,让自然山水成为浪漫故事的生动背景。同时,该景区对“玫瑰花瀑布”景观进行了全面优化提升,通过水景与周边植被的重新设计,使其呈现出不同的浪漫韵味,成为情侣拍照留念的热门选择。

在邢台大峡谷景区,“飞拉达”攀岩项目让情侣体验别样“山盟”。同时,精心打造的“太行花房”婚拍基地、野奢风婚恋主题民宿及“盘顶驿站”,共同构成了完整的甜蜜体验闭环。“新场景不仅吸引了更多情侣游客,更重要的是显著延长了停留时间,创造了从门票到住宿、餐饮、婚拍、纪念品消费的完整链条。”该景区相关负责人王冬华介绍,这一系列提升直接带动大峡谷游客量与综合旅游收入同比分别增长25%和35%。

(下转第二版)

清河澜途公司在提升传统燃油重卡滤清器“含金量”的同时,开辟新能源重卡产品新赛道

发力创新提质 向新换道超车

促进民营经济高质量发展

本报记者周林

近日,清河县兴利毛绒制品有限公司与上海一家贸易公司达成合作,一款去年才首次投产的羊毛衫,因是原创设计、自主品牌,今年订单价格反而上涨了30%。清河县实施品牌赋能战略,拥有中国驰名商标4个、服装成长型品牌80个,“清河羊绒”入选工信部首批中国消费品区域品牌。

品牌是区域经济高质量发展的重要体现。我市聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

牌自2024年发布以来,首批产品投放市场即获热烈反响。依托品牌效应,宁晋县上百家食品企业依托“河渠饼干”公用品牌集体亮相今年的全国糖酒会,不仅拿到了实打实的订单,更将“邢台味道”推向了更大的市场。

“共享品牌”模式是我市品牌建设创新点之一。“共享品牌”模式通过制度化的管理规范,将区域公用品牌从单纯的名号标识转化为可遵循、可衡量的品质准则,推动经营主体共同创造、共同维护、共同受益。“临西轴承”集体商标成功注册后,由临西轴承统一运营管理。该县制定了高于国家标准的“临西轴承”集体商标推广使用标准,建立企业目录、认证制度和品牌使用管理办法,明确准入门槛,推行集体商标“一物一码”溯源体系,建立第三方抽检常态化机制与双轨退出机制,对不达标企业

取消授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域公用品牌正式品牌,品牌标识以“邢”字为主体,融合地域特色与道地药材属性,宣传语“内丘邢枣仁,好仁睡好觉”深入人心。“河渠饼干”区域公用品

取授权。多家授权企业借此打入高端供应链,实现从“拼价格”到“拼价值”的跨越,共享品牌溢价。

“十五五”期间,我市将深入开展集群企业品牌提升行动,梯次培育国家专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、中国消费名品、中华(河北)老字号、以及省级专精特新、科技领军企业等,创新开展“泉城优品”品牌价值评价,聚焦食品加工业,明确品牌定位,制定发展规划,持续壮大区域