

酸马奶带来“甜”日子

盐碱地长出“金米粒”

天刚蒙蒙亮,内蒙古自治区锡林浩特市白音锡勒牧场的牧民恩和巴图家已飘出阵阵酸马奶的清香。他和妻子格根达来忙着搅拌发酵好的马奶、分装成袋、搬上货车——这批经过24小时自然发酵的特色饮品,即将送往不远处的锡林浩特市。

“2025年雨水好,草长得旺,马儿膘肥体壮,20多匹马每天能产100公斤马奶。”恩和巴图一边点货一边算账:每公斤20元,一天收入2000元,单靠马奶就能月入6万元。这个数字,对于经营小型牧场的他来说,是以前想都不敢想的光景。

2021年起,恩和巴图注册了“额日其”商标,办了小作坊登记证,建起标准化发酵车间和挤奶大棚,走上了规范化、规模化生产之路。实际上,近年来在锡林郭勒盟大力发展传统奶制品产业的背景下,越来越多的牧户找到了增收密码。

位于西乌珠穆沁旗的内蒙古蒙健马业发展有限责任公司标准化马奶加工厂不久前正式投产。这座现代化化工厂配备了全自动生产设备和标准化检验实验室,保证每一批次产品通过多重质量检测方可出厂。同时,产业升级的红利也直接惠及牧民,工厂采用“企业+



酸马奶生产企业展示的产品

协会+牧户”合作模式,2026年,计划带动100余户牧民,收购鲜马奶300吨。

过去常被忽视的孕马尿,如今也成为牧民增收的新渠道。内蒙古沉马农牧科技有限公司运用现代生物技术,从孕马尿中提取天然结合雌激素等高价值

活性成分,产品广泛应用于医药健康领域。公司采取“集中饲养+分散采集”模式,为牧民提供技术指导和专用器具,确保稳定收购。

家住西乌珠穆沁旗白音锡勒牧场的苏日图是参与者之一。他家15匹符合条件的孕马,自2025年10月中旬以

来,通过科学收集孕马尿,已带来19000多元额外收入。“一天下来,一匹马能接十二三斤,刨去成本,增收挺明显。”苏日图说。

“截至目前,我们与13户牧户合作,涉及孕马537匹,今年预计收集原料200吨。”内蒙古沉马农牧科技有限公司厂长韩军表示,未来计划将规模扩大到5000匹左右,打造更具竞争力的产业链。

产学研合作作为产业注入创新动能。近年来,锡林郭勒盟持续深化与中国农业大学、昆明理工大学等院校合作,依托国家及自治区种质资源保护项目,完善蒙古马保种机制。目前,全盟在全区率先实现蒙古马数字化管理,为每匹马植入芯片、建立“一马一证”电子档案,已完成2100匹蒙古马的性能测定与信息录入。

“我们要持续加大种质资源保护力度,推动科技引领产业发展,不断提升蒙古马及其产品附加值。”锡林郭勒盟农牧局党组书记南丁表示,从牧场到市场,从传统养殖到多元开发,锡林郭勒盟正以“链”式思维重塑马产业格局。这条新路径,将让蒙古马“驮”起更多牧民共同富裕的希望。

(安路蒙)

“这是翁牛特旗本地盐碱地里种的大米,口感筋道,过年吃、送礼都合适。”

这段时间,赤峰市松山区龙乡大地粮油店里一直都很热闹,内蒙古龙乡大地农业发展有限公司总经理吴德宝抓起一把大米凑到顾客面前进行展示,脸上始终挂着笑容。

“过年这段时间每天仅大米营业额就达到两三万元,不少顾客都是回头客,还有人慕名而来。”趁着接待间隙,吴德宝擦了擦额头的汗,指着货架上的大米介绍:“家乡翁牛特旗白音套海苏木响水嘎查的稻田是盐碱地改良而来,产出的大米口感筋道、营养丰富,走出了‘藏在深闺人未识’的困境。”

这个让盐碱地大米走进赤峰市区的吴德宝不仅是门店创始人,也是一名90后返乡创业致富带头人。2016年,他放弃了外地的就业机会,带着“让家乡摆脱贫困”的初心,毅然回到家乡开启了他的创业路。

创业之初,吴德宝走遍了嘎查每一块稻田,走访上百户农户,发现乡亲们种植的大米品质参差不齐,根本卖不上价。他请来农业检测机构对土壤和米质进行采样分析,意外发现种植区域是早年盐碱地改良而来,大米碱性含量远超普通大米,这成了他创业的突破口。

源头不优,后续皆空。为了找到优质稻种,吴德宝自掏腰包划出20亩试验田,每年引进十几个稻种对比抗病性、产量和口感,最终筛选出最适配当地土壤的“碱地1号”。为说服农户换种,他带着试验田的大米挨家挨户上门。看到大米品质优、卖价高,农户都愿

意跟着他干。

为此,吴德宝专门请农业专家现场教授农户标准化种植技术。同时,成立内蒙古龙乡大地农业发展有限公司,推出“公司+合作社+农户”模式,以高于市场价15%的价格回收。如今,订单水稻种植面积从最初的50亩发展到5600亩,带动3000多户农户每户年均增收1200多元。2024年,公司获评“翁牛特大米农技工”劳务品牌建设单位。

“以前种老品种水稻,愁销路,挣得少。现在种水稻收益很可观。”翁牛特旗白音套海苏木响水嘎查种植户邹德伟话语里满是踏实。

随着种植规模扩大,吴德宝建起现代化大米加工生产线,注册“龙乡大地”商标,并在赤峰、通辽等地开设专营店和无人鲜米售货柜解决销售难题。他还挖掘当地独特地貌,打造当地首家稻田主题露营地,以稻为媒、以田为景,让游客在现场体验插秧、品尝大米,每年吸引游客6000余人次,让水稻种出文旅新价值。

2021年,吴德宝发现当地的沙地苹果、杂粮杂豆等农产品品质优良,却缺乏销路。他牵头建起乡村直播电商基地,组建80余人的乡村主播队伍,把家乡的好产品卖到全国各地。

“乡村振兴,需要年轻人扎根土地、踏实干事。”吴德宝望着手中的大米,语气坚定。未来,他会继续深耕“种植+加工+销售+旅游”产业链,让更多家乡特色农产品走出乡村,带动乡亲增收致富。

(李雪瑶)

特色黑驴养殖“钱”景广

在鄂尔多斯市鄂托克旗蒙西镇其劳图村,当地的富民黑驴养殖专业合作社充分发挥引领带动作用,带领村民蹚出了一条效益好、可持续的特色养殖新路。

近日,走进其劳图村富民黑驴养殖专业合作社养殖基地,工作人员正忙着收取当日的新鲜驴奶。这个如今存栏近200头的养殖基地,最初起步时仅有10头黑驴。短短几年间,合作社从小打小闹成长为当地乡村振兴的主力军。

为什么要养驴?合作社负责人薛海平算起账来。“一头驴的收入等于10只羊的一年收入!虽然驴的养殖周期比较长,一年只能生一胎,但是照现在的行情,1头驴的利润总收入在1



村民正在为黑驴加饲料

万元左右。现在,我们准备开发鲜驴奶,研发驴酸奶,准备做得更大。”薛海平说。

近年来,合作社摸索出一套“统购、统防、统配”的分户精细饲养模式。合作社统一采购优质种驴,统一开展防疫消杀、统一提供配种技术指导,关键环节全部实行标准化管理,合作社手把手带着村民搞养殖。目前,合作社已成功带动10户村民参与其中,户均年增收达到10万元左右,致富之路越走越宽、越走越稳。如今,黑驴养殖已成为其劳图村农牧民增收致富的特色产业,为当地乡村振兴注入源源不断的内生动力。

(朱智慧)

呼和浩特乳制品成功入选中国消费名品区域品牌

记者从呼和浩特市工业和信息化局获悉,近日,国家工业和信息化部正式发布2025年度中国消费名品名单,涵盖轻工、纺织、食品、医药4个领域,共有276个品牌入选。

据了解,呼和浩特乳制品成功入选中国消费名品区域品牌,既是对“中国乳都”产业实力的高度认可,也彰显了呼和浩特乳制品在全国消费品领域的突出影响力,为区域特色产业高质量发展注入强劲动力。

下一步,呼和浩特市工业和信息化局将持续加大乳产业培育力度,强化政策精准引导,深化产业集群建设,持续擦亮“中国乳都”金字招牌。

同时,呼和浩特将以此入选为抓手,巩固消费品工业“三品”战略示范城市成果,助推呼和浩特市消费品工业高质量发展。

(宋向华 祁晓燕)

旱地荞麦粉、旱地莜麦粉、旱地红皮小麦粉 包头市三个产品获得绿色食品认证

近日,包头市美丽牧园农牧业开发有限公司的旱地荞麦粉、旱地莜麦粉、旱地红皮小麦粉等三个产品通过中国绿色食品发展中心的严格审核,获得绿色食品认证证书。

牌114个,认证总产量达到69157.02吨。

包头市美丽牧园农牧业开发有限公司依托北部旱作农业区得天独厚的生态资源,遵循绿色生产规范,严控投入品使用,从源头上保障了产品的天然

品质与安全属性。同时,包头市农牧局则在强化质量监管、助力品牌建设方面发挥了保障作用。

包头市农牧局农畜产品质量安全监管科相关负责人表示,将聚焦特色农畜产品提质增效,进一步完善绿色食品

标准体系,强化认证指导与监管服务,推动更多本土企业走上绿色、优质、高效的发展道路,打响包头农畜产品绿色品牌,推动包头市农畜产品质量安全水平再上新台阶。

(邓雅鑫)

锡林郭勒盟四个劳务品牌首获内蒙古自治区级认定

日前,内蒙古自治区人社厅公布2025年度自治区级劳务品牌名单,锡林郭勒盟推荐的“察哈尔非遗巧手”“锡林郭勒草原酿酒工”“锡林郭勒盟草之味剔骨工”“锡林郭勒盟长虹奶酪工”四个品牌成功入选,实现全盟在该领域“零的突破”。指尖技艺正加速转化为“指尖经济”,单打独斗正汇聚成“品牌矩阵”。

即将发往全国各地,成为新春市场上的“抢手货”。手艺人阿拉腾图雅2022年加入工作坊,从起初收入微薄,到如今订单高峰期月入5000元,她说:“这份工作不仅改善了生活,对我们这些需要照顾孩子的群体也很友好,时间灵活,在家门口就能挣钱。”

2018年创办至今,正蓝旗“察哈尔非遗巧手”工作坊坚持免费开展技能培训,累计培训学员3000余人次,带动周边180余名农牧民、残疾人灵活就业,创作传统手工艺品26000余件。

正蓝旗“察哈尔非遗巧手”工作坊还持续推动传统工艺品牌化、文创化发展,目前已获专利3项、版权25项。2025年,凭借精湛毡绣技艺,接连获得全国及全区青年文创赛事大奖,并成功入选自治区级劳务品牌,实现了从“指尖技艺”到“金字招牌”的跨越。

“获得这些奖项很开心,新的一年,我们将在文化产品创新研发上持续发力。”“察哈尔非遗巧手”工作坊负责人浩日拉玛说。除非手工艺外,此次入选的品牌还依托酿酒、肉食品加工、奶

制品制作等特色产品,通过标准化培训、规模化输出,带动一批批带着技能的劳动者走出牧区、走进市场,在家门口实现就业增收。

近年来,锡林郭勒盟将劳务品牌建设作为促进就业、服务产业、乡村振兴的重要抓手,围绕文旅、畜牧、民族工艺等重点领域,构建起“培育一批、成熟一批、认定一批”的发展格局。目前,全盟已培育盟级劳务品牌11个、旗县级劳务品牌25个,劳务品牌正成为助力地方发展的“金字招牌”。

(苏楞高娃)

让草原技艺在市场“亮剑”

短评

评论员 王丰

锡林郭勒盟的四个品牌成功入选自治区级劳务品牌,这一突破,不仅是对锡林郭勒特色技艺和工匠精神的官方认证,更意味着这片广袤草原正探索出一条将“指尖技艺”转化为“指尖经济”、将“单打独斗”汇聚成“品牌矩阵”的特色发展之路。

长期以来,草原上的能工巧匠们身怀绝技——无论是察哈尔地区的非遗手工,还是草原白酒的酿造工艺,无论是精准利落的剔骨手艺,还是醇厚奶香的奶酪制作——这些技艺多停留在家庭作坊或零散就业层面,缺乏统一的品牌塑造和市场推广,其经济价值和社会影响力未能充分释放。锡林郭勒此次四

个品牌的集中入选,恰恰切中了劳务经济发展的关键——品牌化。

“察哈尔非遗巧手”的入选,标志着文化传承与就业增收找到了最佳结合点。当非遗技艺不再是博物馆里的陈列,而是成为劳务市场的“金字招牌”,传承人拥有了更广阔的舞台,年轻人也看到了手艺的价值。这是对“指尖技艺”的最高礼赞,也是对其最有效的活化保护。

“锡林郭勒草原酿酒工”和“锡林郭勒盟长虹奶酪工”的入选,则体现了传统产业与劳务品牌的深度融合。草原酿酒和奶酪制作是锡林郭勒的特色产业,拥有深厚的历史底蕴和消费认知。将这些工种提升为自治区级劳务品牌,意味

着对一线产业工人技术水平的官方背书,将极大提升产品的品质信任度和市场溢价能力,让“好产品”因为有好工匠”而更具竞争力。

尤为值得一提的是“锡林郭勒盟草之味剔骨工”。剔骨,这一看似普通甚至粗重的体力劳动,一旦被赋予品牌的内涵,便完成了从“力气活”到“技术活”的华丽转身。它向市场传递了一个清晰信号:这里的剔骨工训练有素、技艺精湛。这种细分领域的品牌打造,正是劳务市场专业化、精细化的体现,也为农牧民通过掌握一技之长实现稳定就业、高质量就业开辟了新路径。

锡林郭勒盟此次实现“零的突破”,其意义不仅在于四个品牌的诞生,更在

于其示范效应。它证明,特色劳务品牌是撬动地方经济发展的有力杠杆。通过品牌可以整合资源、统一标准、提升技能、拓展市场,从而将分散的个体劳动者汇聚成具有合力的“品牌矩阵”,增强整体抗风险能力和市场话语权。

品牌创建只是第一步。“锡林郭勒突破”之后,更需精心耕耘。如何建立健全品牌标准体系,确保劳务人员的技能水平和职业操守?如何加强品牌宣传和推广,让这些品牌不仅在内蒙古叫响,更能走向全国?如何完善培训、就业、维权等配套服务,让品牌旗下每一位劳动者都能有尊严地就业、有奔头地发展?这些都是将“零的突破”转化为“持续动能”必须回答好的课题。

“全市52条雪道,21条魔毯、10条索道共同形成一个全年龄段的滑雪学习生态,努力满足从零基础入门到专业高阶的多元化滑雪需求。”长春市文广旅局局长张辉勇说。

“这个雪季客流明显增加,目前接待外地游客数量已经翻倍,很多人是‘从零学起’来的。”莲花山滑雪场总经理张鹏飞说。

来自江苏的白叶文已经在长春天定山滑雪场滑了3天,她告诉记者,这里的雪道很适合新手“练活儿”,教练不仅滑雪教得好,照片也拍得很好,非常“出片儿”。

“这个雪季客流明显增加,目前接待外地游客数量已经翻倍,很多人是‘从零学起’来的。”莲花山滑雪场总经理张鹏飞说。

“稳住重心,慢慢来……”滑雪教练郭涛俯下身,护着一名男孩缓缓向下滑行。“这个冬天外地游客特别多,很多南方家长带着孩子来这里学滑雪。”郭涛说。

老工业基地化身“滑雪课堂”

春节假期的清晨,长春莲花山滑雪场的魔毯早早转动起来。10多个身穿亮色雪服的孩子在教练看护下,正在缓坡上认真练习犁式刹车。

“稳住重心,慢慢来……”滑雪教练郭涛俯下身,护着一名男孩缓缓向下滑行。“这个冬天外地游客特别多,很多南方家长带着孩子来这里学滑雪。”郭涛说。

来自江苏的白叶文已经在长春天定山滑雪场滑了3天,她告诉记者,这里的雪道很适合新手“练活儿”,教练不仅滑雪教得好,照片也拍得很好,非常“出片儿”。

“这个雪季客流明显增加,目前接待外地游客数量已经翻倍,很多人是‘从零学起’来的。”莲花山滑雪场总经理张鹏飞说。

2025—2026雪季以来,长春以“学滑雪到长春”为核心品牌,构建“一心、两园、六场”冰雪场景体系,通过差异化定位、全链条服务与多场景融合,推动长春从“旅游枢纽地”向“旅游目的地”转型。

年均积雪期超过150天的长春,以6个不同类型的滑雪场为游客搭建滑雪“进阶通道”。在南溪里四季雪PARK,14度缓坡与安全防护专为入门者设计;在天定山与净月潭滑雪场,雪道平缓、配套完善,为初学者提供完备的学习体验;莲花山与庙香山滑雪场则凭借更具挑战性的雪道和地形设计,满足雪友技能提升需求;而新近投入运营的长春万达滑雪场,以85米的亚洲最大雪道垂直落差,突破季节限制,打造出全天候、四季雪的室内冰雪新场景……

“全市52条雪道,21条魔毯、10条索道共同形成一个全年龄段的滑雪学习生态,努力满足从零基础入门到专业高阶的多元化滑雪需求。”长春市文广旅局局长张辉勇说。

“这个雪季客流明显增加,目前接待外地游客数量已经翻倍,很多人是‘从零学起’来的。”莲花山滑雪场总经理张鹏飞说。

“稳住重心,慢慢来……”滑雪教练郭涛俯下身,护着一名男孩缓缓向下滑行。“这个冬天外地游客特别多,很多南方家长带着孩子来这里学滑雪。”郭涛说。

“这个雪季客流明显增加,目前接待外地游客数量已经翻倍,很多人是‘从零学起’来的。”莲花山滑雪场总经理张鹏飞说。

“稳住重心,慢慢来……”滑雪教练郭涛俯下身,护着一名男孩缓缓向下滑行。“这个冬天外地游客特别多,很多南方家长带着孩子来这里学滑雪。”郭涛说。

“黄金冰雪带”上的“滑雪第一站”

——长春打造“学滑雪到长春”品牌观察

在雪道上飞驰电掣,一个急刹激起超大“雪墙”,这或许是人们心中的滑雪现场。然而,在成为“雪场大咖”之前,“滑雪小白”们是如何一步步学会滑雪、爱上滑雪的呢?

位于北纬43度“世界冰雪黄金纬度带”的老工业基地长春,正以“学滑雪到长春”为核心品牌,从适宜的雪场坡度到人性化的服务温度,为全国滑雪爱好者打造从启蒙到进阶的“滑雪第一站”。

春节假期的清晨,长春莲花山滑雪场的魔毯早早转动起来。10多个身穿亮色雪服的孩子在教练看护下,正在缓坡上认真练习犁式刹车。

“稳住重心,慢慢来……”滑雪教练郭涛俯下身,护着一名男孩缓缓向下滑行。“这个冬天外地游客特别多,很多南方家长带着孩子来这里学滑雪。”郭涛说。

来自江苏的白叶文已经在长春天定山滑雪场滑了3天,她告诉记者,这里的雪道很适合新手“练活儿”,教练不仅滑雪教得好,照片也拍得很好,非常“出片儿”。

“这个雪季客流明显增加,目前接待外地游客数量已经翻倍,很多人是‘从零学起’来的。”莲花山滑雪场总经理张鹏飞说。

2025—2026雪季以来,长春以“学滑雪到长春”为核心品牌,构建“一心、两园、六场”冰雪场景体系,通过差异化定位、全链条服务与多场景融合,推动长春从“旅游枢纽地”向“旅游目的地”转型。

年均积雪期超过150天的长春,以6个不同类型的滑雪场为游客搭建滑雪“进阶通道”。在南溪里四季雪PARK,14度缓坡与安全防护专为入门者设计;在天定山与净月潭滑雪场,雪道平缓、配套完善,为初学者提供完备的学习体验;莲花山与庙香山滑雪场则凭借更具挑战性的雪道和地形设计,满足雪友技能提升需求;而新近投入运营的长春万达滑雪场,以85米的亚洲最大雪道垂直落差,突破季节限制,打造出全天候、四季雪的室内冰雪新场景……

“全市52条雪道,21条魔毯、10条索道共同形成一个全年龄段的滑雪学习生态,努力满足从零基础入门到专业高阶的多元化滑雪需求。”长春市文广旅局局长张辉勇说。

“这个雪季客流明显增加,目前接待外地游客数量已经翻倍,很多人是‘从零学起’来的。”莲花山滑雪场总经理张鹏飞说。

“稳住重心,慢慢来……”滑雪教练郭涛俯下身,护着一名男孩缓缓向下滑行。“这个冬天外地游客特别多,很多南方家长带着孩子来这里学滑雪。”郭涛说。

“这个雪季客流明显增加,目前接待外地游客数量已经翻倍,很多人是‘从零学起’来的。”莲花山滑雪场总经理张鹏飞说。

“稳住重心,慢慢来……”滑雪教练郭涛俯下身,护着一名男孩缓缓向下滑行。“这个冬天外地游客特别多,很多南方家长带着孩子来这里学滑雪。”郭涛说。

“这个雪季客流明显增加,目前接待外地游客数量已经翻倍,很多人是‘从零学起’来的。”莲花山滑雪场总经理张鹏飞说。

“稳住重心,慢慢来……”滑雪教练郭涛俯下身,护着一名男孩缓缓向下滑行。“这个冬天外地游客特别多,很多南方家长带着孩子来这里学滑雪。”郭涛说。

“这个雪季客流明显增加,目前接待外地游客数量已经翻倍,很多人是‘从零学起’来的。”莲花山滑雪场总经理张鹏飞说。

畅通学滑雪“最后一公里”

平时上午,长春万达滑雪场的缆车前总排起了长队。这里全年恒温运营,场内设有4条雪道,覆盖滑雪爱好者从入门到进阶的需求。

“平日平均每4名游客中就有1人聘请教练。节假日教练更是供不应求。”锡林郭勒盟滑雪场队长张鑫说。如今,随着“学滑雪”需求激增,碎片化、随意性的教学已无法满足市场需

以“学滑雪”牵引城市冰雪产业升级

“学滑雪到长春”的品牌效应正溢出雪场,流向城市角落。

夜幕降临,全长1445米的长春新民大街变了模样。主题冰雕雪雕、夜光影秀等在街区呈现,历史街区披上冰雪盛装,作为吉林省首条中国历史文化名街,这里重塑空间、上新业态、赋能活动,自去年7月开业以来,已累计接待游客超过850万人次。

在长春近郊,距离天定山滑雪场仅5分钟车程的天定山民宿,将滑雪与民俗文化、乡村度假深度融合。“我们不仅新增酒店式公寓等多种住宿形态,还在打造‘中国雪里屯’文旅品牌,融入民俗文化,增强产品吸引力。”天定山旅游度假区小镇宣传部负责人蔡慧瑜介绍,目前,小镇已形成冰雪新天地、天定山滑雪场与天定山民宿联动运营的模式,为游客提供一站式冰雪度假体验。

据统计,2025年长春市游客接待量、出行总花费同比分别增长33%和20%。数据快速增长的背后,重要原因之一就是长春将“学滑雪到长春”品牌嵌入“四时俱好是长春”全季文旅品牌体系。春季踏青赏花、夏季消暑艺术、秋季自驾露营、冬季冰雪狂欢……长春文旅产业的四季篇章由此连贯,成为城市转型发展的新支柱。

与此同时,相关产业配套也在不断升级,“冰雪+”正推动景区从单一观光向多元化度假演进。

业内人士认为,当一位游客因为成功的“首滑”而爱上滑雪,因为舒心的服务而记住城市,长春便成功地将冰雪季的“流量”,转化为了对城市品牌认同的“留量”,“冰雪地”便成为了驱动地方高质量发展的“金山银山”。

(褚晓亮 王帆 赵丹彤)