

百花竞放林生金

——中国(南昌)园艺科创园创新路径解读

本报全媒体记者 吴志刚 周琦

以工业园区思路盘活低效林地，让客商在园艺实景中采购，让游客像逛“天猫”展厅般一键下单花木。此举既为乡村振兴造市，又抓住体验经济的风口造景，市景相融，产业上了规模，文旅多了去处……近日，记者走进位于安义县石鼻镇的中国(南昌)园艺科创园(以下简称园艺科创园)，深度解读这一江西林下经济与林权改革融合发展的鲜活样本。

园道两侧，实景庭院错落铺展，造型苗木与精品花境相映成趣。这座总体规划1200亩的园艺科创园，突破传统林业发展路径，打造出集苗木展销、园艺科创、乡村旅游、研学实践于一体的家庭园艺产业新载体，推动当地花木产业从零散种植向集聚经营、单一生产向三产融合深度跨越。

工业思维造园林 标准地块搭建产业新赛道

安义县苗木栽培历史悠久，产业基础扎实，但长期以来，产业发展痛点突出：经营主体分散，庭院造景落地效果参差不齐，企业缺乏统一展销窗口，规模始终难以突破。2025年，园艺科创园规划落地，最终破解了痛点问题。

安义县现代农业投资发展有限公司董事长邓煌煌负责项目具体建设，说起园区建设深有感触：“园区参照‘三通一平’标准，打造苗木产业线下实景‘天猫’展厅，入驻企业只需做好自身实景庭院，即可共享展示平台，大幅降低企业成本。同时，园区设立严格准入机制，择优引进本土龙头和省外头部企业，推动产业抱团发展。”

思路一打开，政府小投入换来了大市场，龙头企业率先扎根园区尝到红利。江西锦茂园林有限公司获批5000平方米展示地块，累计投入800余万元打造中式实景园林。该公司总经理付达勇告诉记者：“公司自有2000多亩标准化苗圃，但位置偏远。园艺科创园就像货架，解决了展示和获客的问题，公司订单转化率实现翻番。”

为扮靓自家的“货架”，各企业在造园方面各显其能，合力造出一座四季繁花似锦、园林小品星罗棋布的园艺博览园。园艺科创园顺势而为，坚持以节兴市、以展促产，打造“春秋两大核心园艺盛会+季度特色主题活动”，全年不间断办展，持续汇聚人流、商流、信息流，把观光人气精准转化为产业订单，擦亮“花漾安义”园艺特色品牌。

2025年9月，中国(南昌)花园节暨首届南昌园艺展启幕，22座风格各异的实景花园同台亮相，汇聚上百家花卉苗木、庭院建材品牌。展会线下观展人数超4万人次，吸引20多个省(区、市)园林客商赴安义洽谈。

节庆活动接续落地，全年园艺氛围不落幕。2025金秋重阳菊花展留住秋日客流；2026元旦“安农花市”开启新年花事；新春园艺科创体验、三月暖春花季轮番上新；今年5月，第二届中国(南昌)园艺展如期举办，5天吸引3.5万名游客入园打卡。繁花美景聚拢人气，观光流量稳步转化为实打实的产业交易额，实现文旅引流、产业增收双向赋能。

省外头部企业同样看好园艺科创园平台优势。浙江花之韵集团有限公司江西区域负责人梅忠红带领团队入驻园区，打造精品主题庭院，依托集团

7000亩花卉苗木种植基地承接全域园林景观工程。“江西苗木市场潜力巨大，但缺少综合性展示交流平台。园艺科创园兼顾展示、科研、文旅多重功能，产学研联动空间广阔，是公司布局中部地区市场的核心支点。”梅忠红表示。

本土中小园林企业同样实现业态升级。南昌市茗荟园林绿化有限公司在园区租赁2000平方米展示区域，投入200万元打造现代庭院模板，并将安义本土铝型材与园林绿化两大优势产业创新融合，推出景观苗木、庭院工程、铝艺软装一站式服务。“刚入驻就签下3笔庭院工程订单，园区稳定的客流量是偏远独立苗圃无法企及的。”公司总经理刘国平说，集聚化专业平台让中小企业在家门口就能对接全省乃至全国市场。

四季办展聚流量 观光人气转化产业订单

为扮靓自家的“货架”，各企业在造园方面各显其能，合力造出一座四季繁花似锦、园林小品星罗棋布的园艺博览园。

园艺科创园顺势而为，坚持以节兴市、以展促产，打造“春秋两大核心园艺盛会+季度特色主题活动”，全年不间断办展，持续汇聚人流、商流、信息流，把观光人气精准转化为产业订单，擦亮“花漾安义”园艺特色品牌。

2025年9月，中国(南昌)花园节暨首届南昌园艺展启幕，22座风格各异的实景花园同台亮相，汇聚上百家花卉苗木、庭院建材品牌。展会线下观展人数超4万人次，吸引20多个省(区、市)园林客商赴安义洽谈。

节庆活动接续落地，全年园艺氛围不落幕。2025金秋重阳菊花展留住秋日客流；2026元旦“安农花市”开启新年花事；新春园艺科创体验、三月暖春花季轮番上新；今年5月，第二届中国(南昌)园艺展如期举办，5天吸引3.5万名游客入园打卡。繁花美景聚拢人气，观光流量稳步转化为实打实的产业交易额，实现文旅引流、产业增收双向赋能。

省外头部企业同样看好园艺科创园平台优势。浙江花之韵集团有限公司江西区域负责人梅忠红带领团队入驻园区，打造精品主题庭院，依托集团

拓市突围的重要方向。对江西这样的中部省份而言，向西开放既是落实国家战略的应有之义，也是拓展外贸新空间的现实路径。“走出去”不能只靠企业单打独斗，政府在品牌推广、信息对接、风险防范等方面需提供系统性支撑。

省商务厅相关负责人表示，下一步将建立展后跟踪对接机制，对旅途箱包等已获意向订单的企业重点跟进，将展会联系转化为实际合作；系统谋划参展策略，围绕“1269”行动计划和中亚市场需求精准组展；鼓励企业建立海外营销网络，推动江西产品从“单次展出”向“长期扎根”转变。

从展品到商品，从物流到生态，从参展到布局——赣企向西，正从简单的“走出去”迈向深度的“走进去”。丝路向西，机遇已至，江西制造正在这条千年古道上写下新的注脚。

拓市突围的重要方向。对江西这样的中部省份而言，向西开放既是落实国家战略的应有之义，也是拓展外贸新空间的现实路径。“走出去”不能只靠企业单打独斗，政府在品牌推广、信息对接、风险防范等方面需提供系统性支撑。

省商务厅相关负责人表示，下一步将建立展后跟踪对接机制，对旅途箱包等已获意向订单的企业重点跟进，将展会联系转化为实际合作；系统谋划参展策略，围绕“1269”行动计划和中亚市场需求精准组展；鼓励企业建立海外营销网络，推动江西产品从“单次展出”向“长期扎根”转变。

从展品到商品，从物流到生态，从参展到布局——赣企向西，正从简单的“走出去”迈向深度的“走进去”。丝路向西，机遇已至，江西制造正在这条千年古道上写下新的注脚。

让食品安全看得见摸得着

——我省扎实推进食品安全抽检便民服务

本报全媒体记者 殷琪惠 实习生 钟薇

近日，抚州市保育院里，一堂特殊的食品安全实践课热闹非凡。几十个小朋友围在检测台前，眼睛紧紧盯着市场监管人员的快检演示。

“买菜的时候要注意看看菜新不新鲜，干不干净。”“回家我要告诉爸爸妈妈，蔬菜洗干净才能吃。”孩子们踊跃抢答。随后，在工作人员手把手指导下，这群“小小检测师”依次体验样品称重、移液、离心等环节，像做科学实验一样探究食品安全的奥秘。

与此同时，幼儿园老师将当天午餐的食材送上检测台。蔬菜、水果、米面制品依次完成快检，“阴性(合格)”实时公布在展板上。

“看着食材现场检测、结果现场公布，我们心里特别踏实。”受邀参加活动的家长胡红说。更让她觉得贴心的是，她还能将自家的食材拿来送检：“我特意带了自己种的菜来检测，孩子正在长身体，平时总担心吃得不够安全。今天能当场送检，当场知道结果，方便又安心，这活动办到了我们心坎上。”

从校园走向更广阔的消费场景，食品安全监管正变得越来越触手可及。在抚州各医院、机关食堂醒目位置，悄然多出了一张张“你点我检”二维码海报。用餐人员只需拿出手机扫一扫，就能点选自己最关心的食品品种。“后台收到群众的扫码点单，我们会马上安排抽检，参与监督的门槛一下子就低了。”抚州市市场监督管理局食药抽检科二级主任科员艾俊说。

抚州市的生动实践，是我省深入推进食品安全抽检便民服务的缩影。

2025年，食品安全“你点我检”“你送我检”首次纳入全省十件民生实事；2026年，该项工作持续列入全省民生实事，优化升级为“食品安全抽检便民服务”。从“部门端菜”到“群众点单”，这项民生实事正在让我省食品安全治理更加贴近群众、回应民生关切。

今年以来，全省市场监管系统紧扣“监管效能明显提高、群众获得感稳步提高”目标，推动食品安全治理从政府单向发力向社会多元共治转变。过去，食品抽检多由监管部门按计划推进；如今，“你点我检”“你送我检”把群众请进来，群众关心什么，监管部门就重点检什么。

数据是最好的印证：截至6月22日，全省完成“你点我检”专项抽检3123批次，完成年度任务的62.46%；完成“你送我检”免费快检64194项次，完成年度任务的106.99%；线上收集民意问卷23.7万余份，群众参与量位居全国第三。

为了让便民服务更加智能、高效，我省优化建设了128个食品安全抽检便民服务点，实现县(市、区)全覆盖。依托“支付宝一赣食点检”小程序，创新发布服务点“电子地图”，群众不仅可以线上点单，还能一键查询附近的服务点并精准导航，做到了“找得到人、办得成事”。

依托这张服务网，全省各地频出实招、新招：南昌开展进商超活动，景德镇聚焦网红餐饮征集民意，鹰潭推进网络餐饮有奖举报，新余走进敬老院守护“银发一族”……全省累计组织相关活动532场，服务触角不断向基层延伸。

今年，全省市场监管部门依托食品安全抽检便民服务渠道，持续广泛征求群众意见和建议，确保活动始终贴合群众需求、回应群众关切。省市场监管局食品抽检处处长廖珊珊表示，将持续推进食品安全抽检便民服务各项工作，不断完善“群众点单、部门响应、全程透明”良性互动机制，同时通过政府官方网站等多种渠道，及时、准确公示抽检结果，让食品安全抽检便民服务成为倾听民声、回应民盼、守护民安的民生载体，持续推动食品安全社会共治走深走实、落地见效。

检修桥梁

7月7日，在会昌县城区，工人正在对月亮湾大桥进行维修加固施工。6月份以来，该县对城区林岗大桥、湘江大桥等8座桥梁实施维修工程，消除安全隐患，保障群众通行安全。
通讯员 吕春华摄

暑期“三下乡”



7月8日，东华理工大学暑期“三下乡”社会实践团成员，正在为广昌县千善乡村民维修家用电器，将便捷服务送到百姓家中。
通讯员 曾恒贵摄



7月6日，在共青城市金湖乡黄桥村，九江科技职业学院“三下乡”社会实践志愿服务队队员，陪伴村内留守老人编织手工菜篮，闲话家常。
通讯员 潘成摄

赣企向西，从“走出去”到“走进去”

——江西参展第九届中国-亚欧博览会观察

本报全媒体记者 舒海军

6月25日至29日，以“丝路新机遇 亚欧新活力”为主题的第九届中国-亚欧博览会在新疆乌鲁木齐举行。本届博览会吸引了27个国家和地区独立设馆，境内外3000余家企业和机构参展。江西紧扣“1269”行动计划，精选17家优质企业参展，产品涵盖电子信息、陶瓷、医药等特色优势产业，集中呈现了江西产业的硬核实力与对外开放的崭新气象。

展会是企业与市场对话的第一现场。在6号馆江西展区，建昌帮药业有限公司展台前香淡淡，非遗代表性传承人黄国华身旁，即食炊黄精整齐陈列。“建昌帮有1000多年历史，以前药材用船装到东南亚。这次来乌鲁木齐，就是想开拓中亚市场。”黄国华说，一名哈萨克斯坦客商当场加微信，表达了代理意向。江西旅途箱包有限公司展位上，来自中亚的采购商当

场表达了50万元采购意向，双方初步达成合作意向并约定后续到企业现场考察的时间。公司业务主管郭俊城说：“这是我们第一次参加亚欧博览会，产品得到认可，增强了企业出海的信心。”

展会供需对接，折射出江西产业与中亚市场的深层契合。今年前4个月，江西对中亚五国出口以服装、汽车太阳能电池、干鲜瓜果为主，与当地市场需求形成有效呼应。省商务厅相关负责人表示，此次参加亚欧博览会，江西围绕电子信息、装备制造、中医药等优势产业，针对中亚各国市场需求精准组织企业和产品参展。

展会之外，另一条看不见的“链”正在加速运转。江西中欧(亚)班列自开通以来，国际货运通道的畅通直接拉动了贸易增长。以哈萨克斯坦为例，2025年江西对其进出口2.3亿美元，较上年增长3.3倍；

2026年仅前5个月便实现3.1亿美元，同比增长8.1倍。

从物流通畅到经贸合作，品牌深耕成为赣企向西的必经之路。新疆拓汇贸易有限公司业务主管张瑶瑶对此感触尤深。在她看来，江西电子产品、汽车配件、中医药在中亚已有一定市场基础，而非遗手工艺品和农产品则蕴含差异化合作空间。今年，公司正搭建数字化展销平台，通过小程序连接酒店、景区等消费场景，既为江西好物打开新疆及中亚窗口，又将新疆优质特产推向全国。张瑶瑶期待与江西企业深度合作，共同深耕中亚市场。

亚欧博览会不仅是展示窗口，也是观察地方开放程度的参数。江西财经大学现代经济管理学院副教授万小影认为，中亚地区作为“一带一路”重要枢纽，市场需求旺盛，政策优惠、物流便捷，已成为企业

拓市突围的重要方向。对江西这样的中部省份而言，向西开放既是落实国家战略的应有之义，也是拓展外贸新空间的现实路径。“走出去”不能只靠企业单打独斗，政府在品牌推广、信息对接、风险防范等方面需提供系统性支撑。

省商务厅相关负责人表示，下一步将建立展后跟踪对接机制，对旅途箱包等已获意向订单的企业重点跟进，将展会联系转化为实际合作；系统谋划参展策略，围绕“1269”行动计划和中亚市场需求精准组展；鼓励企业建立海外营销网络，推动江西产品从“单次展出”向“长期扎根”转变。

从展品到商品，从物流到生态，从参展到布局——赣企向西，正从简单的“走出去”迈向深度的“走进去”。丝路向西，机遇已至，江西制造正在这条千年古道上写下新的注脚。