

丁集镇:打造乡风文明“乡镇样板”

□记者 王晨 通讯员 李奎春

近日,记者走进项城市丁集镇,感受这里的文明新风。“今天不把别的表,移风易俗唠一唠!传统习俗要记牢,好的咱就传承好!有些旧俗要改掉,莫要陋习把咱扰!先说婚丧嫁娶事,铺张浪费可不要……”快板说唱《夸夸咱的大项城》朗朗上口,通俗易懂,是项城市新时代文明实践中心移风易俗宣讲团开展移风易俗活动中最受群众欢迎的文艺节目之一。

一次次宣讲串起乡村新貌,一项项举措绘就乡风文明新画卷。记者了解到,丁集镇组建移风易俗宣讲志愿服务队36支,每年村文明实践站开展“推动移风易俗、倡树美德新风”专题宣讲活动100余场次,用接地气的方言和身边典型,引导群众自觉抵制高价彩礼、人情攀比、厚葬薄养、铺张浪费、封建迷信等行

为,养成良好家风,“小宣讲”发挥了“大作用”。

丁集镇大力推行乡风文明“积分制”,以文明家庭评选为突破口,围绕环境整治、志愿服务、社会治理、文明实践等建立积分体系。各村根据实情制定《文明积分参考标准》,并与超市对接,用积分兑换物品,让文明实践有了“分值”,村民的付出有了“价值”。“积分制”运行以来,“多劳多得、成绩说话”观念深入人心,“小切口”推动了“大变化”。

丁集镇制定了《关于倡导开展“反对浪费、文明办事”移风易俗行动实施方案》和《深入开展高额彩礼、大操大办等农村移风易俗突出问题专项整治工作方案》,健全工作机制,形成基层治理新格局。各村结合村情,进一步修订完善“一约五会”,通过进村入户走访、召开党员群众代表会和座谈会等方式,广泛听取群众意见建

议,将整治高额彩礼、大操大办、铺张浪费、恶俗婚闹等内容列入村规民约,形成移风易俗的“土规定”“好规矩”。如今,全镇30个村建立红白理事會,减轻了群众的经济负担和精神负担。

示范引领是树立文明新风的引擎,而“打铁还需自身硬”则是永葆引领力的保障。基层党员干部、乡贤能以先锋之姿,带头践行移风易俗,在人居环境整治、孝老爱亲、志愿服务中亮身份、作表率,用实际行动凝聚群众共识。丁集镇1471名党员和246名村干部带头签订移风易俗承诺书。该镇把落实婚事新办、丧事简办、其他不办的要

求,纳入“最美家庭”“星级文明户”“好媳妇”“好婆婆”评选标准,将各村评选出的典型代表,推荐到镇级乡村光荣榜和志愿服务队,以现身说法宣传移风易俗,用一个个身边榜样事迹,以点带面引导广大群众崇德向善、见贤思齐,自觉抵制陈规陋习。2024年全年,丁集镇共评选出“十星级文明户”39户、“好媳妇”23人、“好婆婆”17人。

近年来,丁集镇充分发挥“一约五会”作用,通过文化浸润、积分管理、示范引领等方式,有效破除陈规陋习。如今“婚事新办、丧事简办、其他不办”正逐渐成为丁集镇的文明趋势。②19

文明风尚浓 三川万事兴

乡村振兴影像记



川汇区党庄食用菌产业园利用当地资源优势,采用“平台+企业+合作社+农户”模式,种植赤松茸和银耳,项目一期已建成部分生产基地并投入使用。产业园通过完善基础设施,实现资产增值,促进村集体经济发展和农民增收,推动乡村振兴。图为大棚内长势喜人的食用菌。 记者 刘俊涛 摄

中美日内瓦经贸会谈联合声明

(上接第一版)

中国将(一)相应修改税委会公告2025年第4号规定的对美国商品加征的从价关税,其中,24%的关税在初始的90天内暂停实施,同时保留对这些商品加征剩余10%的关税,并取消根据税委会公告2025年第5号和第6号对这些商品的加征关税;(二)采取必要措施,暂停或取消自2025年4月2日起针对美国的非关税反制措施。

采取上述举措后,双方将建立机制,继续就经贸关系进行协商。中方代表是国务院副总理何立峰,美方代表是财政部长斯科特·贝森特和美国贸易代表贾米森·格里尔。协商可在美国、中国,或双方商定的第三国进行。根据需要,双方可就相关经贸议题开展工作层面磋商。(新华社日内瓦5月12日电)

据介绍,今年我市防灾减灾宣传周活动将坚持创新宣传教育方式,以群众听得懂、记得住、能操作的方式普及安全知识和相关技能。同时,各地将开展基层工作人员灾害信息报送、隐患排查、避险转移等实务培训,提高灾害“早排查、早预警、早行动”能力;广泛发动基层消防救援人员、安检员、灾害信息员、社区网格员等基层力量,深入社区、学校、沿街店铺、群租房等重点单位、重点场所,开展“敲门行动”“入户提醒”“上门培训”活动,推动防灾避险知识进学校、进社区、进企业、进机关、进农村、进家庭。

“市减灾办将组织人员对各地活动开展情况进行暗查暗访,综合评价各有关部门工作实效,并纳入年终防灾减灾救灾工作考核评分事项。”市减灾办相关负责人表示。②19

我市启动2025年“5·12”防灾减灾宣传周活动

本报讯(记者 王凯)5月12日是第17个全国防灾减灾日,5月12日至18日为防灾减灾宣传周。在此期间,我市将组织开展一系列宣传活动,提高公众防灾减灾意识和应急能力,营造全社会参与防灾减灾的良好氛围。

据悉,今年的防灾减灾日主题是“人人讲安全、个个会应急——排查身边灾害隐患”。市减灾办工作人员介绍,近年来,我市气候变化异常和极端天气事件明显增多,特别是极端暴雨洪涝灾害对我市造成了财产损失,风雹灾害、干旱灾害也时有发生。今年全国防灾减灾日宣传周活动将聚焦排查群众身边的灾害隐患,突出涉灾重点领域、重点场所和重点部位,推动安全防范措施深入人心、落到实处,切实维护人民群众生命财产安全。

据介绍,今年我市防灾减灾宣传周活动将坚持创新宣传教育方式,以群众听得懂、记得住、能操作的方式普及安全知识和相关技能。同时,各地将开展基层工作人员灾害信息报送、隐患排查、避险转移等实务培训,提高灾害“早排查、早预警、早行动”能力;广泛发动基层消防救援人员、安检员、灾害信息员、社区网格员等基层力量,深入社区、学校、沿街店铺、群租房等重点单位、重点场所,开展“敲门行动”“入户提醒”“上门培训”活动,推动防灾避险知识进学校、进社区、进企业、进机关、进农村、进家庭。

“市减灾办将组织人员对各地活动开展情况进行暗查暗访,综合评价各有关部门工作实效,并纳入年终防灾减灾救灾工作考核评分事项。”市减灾办相关负责人表示。②19

国家海外知识产权纠纷应对指导中心周口分中心成立

本报讯(记者 付永奇)记者昨日从周口市市场监管局获悉,国家海外知识产权纠纷应对指导中心周口分中心近日正式获批成立,成为河南省第五个地方分中心。这标志着我市在涉外知识产权保护领域迈出关键一步,将为本地企业应对海外知识产权纠纷提供坚实支撑。

近年来,我市在海外知识产权纠纷应对指导方面已积累一定经验。2022年获批周口受理处,从周口师范学院等单位选取12名纠纷应对指导专家,面向全市涉外企业征集需求、发布预警信息。2024年为21家涉外企业提供纠纷应对指导服务,挽回经济损失超千万元。

周口分中心的设立,是国家知识产权局落实“一带一路”知识产权保护部署的重要举措。周口分中心

将聚焦临港经济、跨境电商等新业态,通过前置风险评估、主动布局海外专利等手段,助力企业从“被动应诉”转向“主动防控”。其业务涵盖收集报送海外知识产权纠纷信息、分析纠纷态势、征询企业需求和意见;为企业提供海外纠纷案件业务指导;组织专家研究应对措施;开展海外知识产权风险防控培训与宣传,适时编发区域风险预警报告;协调海外知识产权纠纷应对资源,建立海外知识产权专家库、公益律师团队,指导企业对接服务机构等。

分中心设置咨询、受理和投诉窗口,开通专门电话,推行“一窗一网一号”服务模式。“我们将以此作为新的起点,积极开展工作,为周口涉外企业‘走出去’提供有力的海外知识产权维权支撑。”市场监管局相关负责人表示。②19

全国首单!“无抗鸡蛋”食品安全责任险落地西华

本报讯(记者 付永奇)我国禽蛋产业升级迎来标志性事件!5月9日,全国首个“无抗鸡蛋”食品安全责任险在周口市西华县正式签约生效。这一创新举措通过“保险+绿色食品”模式赋能乡村振兴,既为消费者筑牢“无抗生素残留”鸡蛋的安全防线,又为养殖企业撑起风险防范伞,有力推动绿色农业迈向高质量发展新阶段。

无抗鸡蛋,顾名思义,是在蛋鸡养殖全程完全不使用抗生素所产的鸡蛋。其背后依托的是科学饲养管理、严格卫生防控,以及用天然饲料

添加剂(如益生菌、中草药等)替代抗生素的先进理念与技术。这不仅确保了鸡群健康,更杜绝了药物残留,让每一枚鸡蛋都成为安全、健康的代名词,深度契合当下消费者对绿色食品的高标准要求,尤其受到儿童、孕妇等人群的青睐。

据悉,该创新险种由中原农业保险西华县支公司携手当地畜牧部门精心研发,专通过“无抗养殖”认证的蛋鸡企业量身定制。河南大鹏禽业作为农业“无抗养殖”示范基地,率先享受到这一创新成果的红利。其生产的每一枚鸡蛋都

将拥有“保险+检测”双重权威背书,消费者可以全程无忧地享用无抗鸡蛋。

“这份保单的意义远不止于保障企业风险,更在于守护消费者的健康权益。”中原农险相关负责人介绍,保险条款中特别设置了食品安全专项保障。一旦发生食品安全事件,企业可获得单笔最高50万元的损失赔偿,同时,保险公司将迅速联动第三方检测机构启动应急响应机制,全方位保障消费者权益。将保险机制巧妙嵌入绿色食品生产链条,既为养殖企业安心转型免去后顾之忧,又借助市场化手段构建起食品安全监督闭环,其示范意义不言而喻,为农业高质量发展注入了强劲动力。

“他们敢给我们投保,是因为我们的蛋鸡饲养过程、鸡蛋品质都非常可靠。”河南大鹏禽业经理付国鹏话语中透着自豪。这次“保险+绿色食品”的创新融合,不仅为西华县的绿色农业树立了新标杆,更为全国农业高质量发展提供了可借鉴、可推广的全新范本,标志着我市农业在绿色、安全、可持续发展道路上迈出了坚实有力的一步。①6

银星畜牧:把养殖设备卖到国外

□记者 张洪涛

“养鸡笼”卖到了阿联酋、科威特、乌兹别克斯坦、巴基斯坦等多个国家,出口赚了外汇。

这不是普通的“养鸡笼”,而是一种智能化肉鸡饲养设备。该设备配有自动化清粪系统、自动化集蛋系统、自动化饮水系统、自动化喂料系统、智能温度控制系统,让传统养鸡场走上了智能化发展道路。

出口赚外汇的“养鸡笼”产自太康县一家民营企业河南银星畜牧设备有限公司。经过20多年的发展,这家公司已经从当初的十多人的小厂,发展成集科研、生产、营销、服务为一体的优秀企业。

日前,记者来到位于太康县开发区的河南银星畜牧设备有限公司,偌大的厂区内,工作人员有条不紊地劳作。车间大门口,来自湖北省荆门市的客户正站在大卡车前,焦急地等待装货发车。“前段时间,我们在这里订购了一批自动化养鸡设备,今天来拉货,正准备装车回湖北呢。”看

民营企业 一线观察

到记者来采访,等待设备装车的李先生说。

在生产车间内,工作人员在电脑屏幕上输入相关数据后,激光切割机开始自动对钢板进行切割作业,只见一小束紫色的光投射到钢板上,不时发出“吡吡”的响声,不一会儿,钢板就被切割成多种形状的小块,等待下一个工序使用。在一个自动化成形机前,工作人员把钢板放在机器上,设置好相关参数后,机器自动把钢板压制制成所需的形状,既节省了人力,又提高了工作效率。

“如今,经过多年的发展,我们企业的很多生产设备实现了自动化、智能化,与刚起步时相比,有了天翻地覆的变化。”该企业总经理李星告诉记者。

2005年,李星从郑州师范学院

毕业后,回到家乡开始了创业之路。一个偶然的机会,李星从一个做外贸的同学那里得到了一个出口鸡笼的消息,这让他喜出望外。“当时,我跟随父亲在自家的一小加工企业里生产养鸡用的鸡笼,这位同学找到我说,需要一批鸡笼出口到阿联酋。”李星说,很快,这位同学便带着阿联酋的客户来到太康县,并和他签订了供货协议,让他第一次接触到对外贸易。

此后,李星接触到很多外贸公司,也积累了一定的经验,就想着自己做外贸,于2008年取得自营出口权,并在郑州组建了自已的外贸团队。为了学习国外先进的禽畜养殖设备制作技术,他多次去欧洲参观学习,同时招聘理工科专业的大学毕业生充实公司技术力量,招聘国外的工程师担任技术总监,指导

研发团队设计生产自动化养殖设备。

他们不断加大科技投入力度,在行业内率先引进最先进的加工设备,自主开发的机械金属表面处理技术达到国内一流的防锈水平。通过不断努力,公司获得了25项实用新型专利和相关发明专利,先后研发出复式交错阶梯型架架系统、肉鸡上料清粪一体机、模块化的平台式集蛋机等。新产品研发不断取得新成果,自主知识产权的一次性育雏育成笼,H型自动化蛋鸡、肉鸡饲养设备成为家禽养殖设备行业最佳创新产品,为大中型养殖企业创造了良好的经济效益和社会效益,主要产品性能得到专家的认可,专利产品填补了国内空白。

“下一步,我们准备实现鸡舍的无人化操作,用巡检机器人代替人工在鸡舍内巡检,实现一个人在电脑屏幕前操作,不进入鸡舍就可以养殖10万只鸡的目标,进一步打造禽畜养殖领域的新质生产力。”谈到下一步的打算,李星目标明确。②19

不妨给“花式代言”一些试错空间

□吴继峰

当文旅干部以“变装才艺”“出圈短视频”等方式代言地方旅游时,舆论场上往往会出现两种声音:有人点赞其突破常规的勇气,有人质疑其作秀炒作的动机。面对这类争议,与其急于否定或追捧,不如以更理性的态度看待——创新需要试错空间,发展需要时间沉淀,对于干部代言文旅的探索,不妨多些包容,让实践检验效果。

文旅宣传方式的革新,本质上是传统行政思维与互联网时代碰撞的必然结果。在信息爆炸的当下,文旅产业若固守“口号式推介”“会议式推广”,极易陷入“自嗨”困境。干部主动走进直播间、拍摄短视频,以个性化表达打破“官样文章”,恰是对传播规律与公众需求的回应。这种尝试不仅降低了传播门槛,更拉近了政府与民众的距离,让地域文化以更鲜活的方式触达人心。

然而,创新往往伴随争议。有人担忧“网红效应”昙花一现,批评“过度娱乐化”消解行政严肃性,更应成为完善创新举措的动力而非阻力。任何改革都难以一步到位,文旅宣传从“博眼球”到“塑品牌”的跨越,必然经历不断提升和积累量变的过程。就像互联网产品需要用户反馈迭代升级一样,干部代言的文旅创新也需要在公众讨论中校准方向。社会舆论既要避免“捧杀”,也要警惕“棒杀”,不要因暂时不成熟的表现全盘否定探索价值。

当然,对创新的包容不等于放任自流。流量带来的短期热度,终究要回归文旅发展的本质命题:如何将关注度转化为产业升级的持久动力。这就要求地方政府在策划宣传时,必须树立“流量前置”与“服务跟进”的闭环思维。宣传创新可以成为引流入口,但游客的满意度仍取决于基础设施、服务品质、文化体验等“硬实力”。若只追求网红打卡的“瞬间绚烂”,而忽视文旅生态的长期培育,必然导致口碑反噬。因此,干部的创新魄力需与务实作风结合,既要创意打开局面,更要以诚意留住人心。

给创新以时间,不是降低标准,而是给予成长的空间;对探索多些包容,不是放弃监督,而是以建设性态度推动改革。文旅发展如同耕种,既需破土而出的勇气,也需静待花开的耐心。我们以更从容的心态看待干部代言的实践,或许能发现:那些曾经引发争议的“花式”尝试,也正是我们跨越文旅产业升级深水区时,必须不断触摸的石头。②19

当文旅干部以“变装才艺”“出圈短视频”等方式代言地方旅游时,舆论场上往往会出现两种声音:有人点赞其突破常规的勇气,有人质疑其作秀炒作的动机。面对这类争议,与其急于否定或追捧,不如以更理性的态度看待——创新需要试错空间,发展需要时间沉淀,对于干部代言文旅的探索,不妨多些包容,让实践检验效果。

文旅宣传方式的革新,本质上是传统行政思维与互联网时代碰撞的必然结果。在信息爆炸的当下,文旅产业若固守“口号式推介”“会议式推广”,极易陷入“自嗨”困境。干部主动走进直播间、拍摄短视频,以个性化表达打破“官样文章”,恰是对传播规律与公众需求的回应。这种尝试不仅降低了传播门槛,更拉近了政府与民众的距离,让地域文化以更鲜活的方式触达人心。

然而,创新往往伴随争议。有人担忧“网红效应”昙花一现,批评“过度娱乐化”消解行政严肃性,更应成为完善创新举措的动力而非阻力。任何改革都难以一步到位,文旅宣传从“博眼球”到“塑品牌”的跨越,必然经历不断提升和积累量变的过程。就像互联网产品需要用户反馈迭代升级一样,干部代言的文旅创新也需要在公众讨论中校准方向。社会舆论既要避免“捧杀”,也要警惕“棒杀”,不要因暂时不成熟的表现全盘否定探索价值。

当然,对创新的包容不等于放任自流。流量带来的短期热度,终究要回归文旅发展的本质命题:如何将关注度转化为产业升级的持久动力。这就要求地方政府在策划宣传时,必须树立“流量前置”与“服务跟进”的闭环思维。宣传创新可以成为引流入口,但游客的满意度仍取决于基础设施、服务品质、文化体验等“硬实力”。若只追求网红打卡的“瞬间绚烂”,而忽视文旅生态的长期培育,必然导致口碑反噬。因此,干部的创新魄力需与务实作风结合,既要创意打开局面,更要以诚意留住人心。

给创新以时间,不是降低标准,而是给予成长的空间;对探索多些包容,不是放弃监督,而是以建设性态度推动改革。文旅发展如同耕种,既需破土而出的勇气,也需静待花开的耐心。我们以更从容的心态看待干部代言的实践,或许能发现:那些曾经引发争议的“花式”尝试,也正是我们跨越文旅产业升级深水区时,必须不断触摸的石头。②19

沙颖 时评