

看见田野里的新希望

巴渝论坛

张燕

9月23日,农历秋分,我们迎来了第五个中国农民丰收节。在这个特殊的节点,让每一分辛劳都有金黄的收获,是我们真诚的祝福,也是广大农民真切的期待。

期待,代表着希望,是比金子更珍贵的东西。巴渝乡野里的故事,我们看了很多,讲了很多,最能打动人心的,仍然是那些“忙碌后的满足、丰收后的笑脸”。这个节日,农民是主角,他

们的获得感、幸福感、安全感,是衡量丰收节成功与否最重要的标准。

手中有粮,心中不慌,这在任何时候都是真理。丰收节再次提醒我们,粮食安全是国之大事,关系着老百姓的生计。口粮守住了,饭碗端稳了,老百姓才能真正体会到丰收带来的安全感。今年夏天,重庆遭遇了晴热高温,为了守好“米袋子”“菜篮子”,重庆组建11个产业技术指导组深入田间地头,在往年基础上扩种秋季马铃薯50万亩,新发展秋季速生叶菜50万亩。粮稳天下安,粮丰人民宁。这一切举措,都是为了让老百姓吃下“定心丸”。

今年丰收节的原则是“务实、简约、喜庆、

共享”。其中,务实排在第一位。惠农为农,不仅需要敲锣打鼓,更要出实招见实效。近来,重庆举办了许多农产品产销对接的活动。比如,开展金秋城乡消费帮扶活动,拓宽农产品销售渠道;组织农产品进机关、进社区、进园区;邀请“网红”达人和“乡土网红”直播带货,等等。巧借节日契机,做大渠道、做强品牌,贯通产销、融合农文旅,活跃城乡消费市场,让农民有活干、有钱赚,方能实现既丰收又增收。

一年又一年,巴渝大地上的丰收节活动特色愈加鲜明、乡土气息愈加浓厚、文化韵味愈加浓郁,成为了“庆祝丰收、弘扬文化、振兴乡村”的重要载体,传递出“新时代重农强农”的

强烈信号,是“民族要复兴,乡村必振兴”的鲜活体现。

农村是座“富矿”,处处都是“宝贝”。重庆集大城市、大农村、大山区、大库区于一体,城市大,农村更大,乡村振兴是重庆发展的最大潜力。让丰收节成风化俗、深入人心,成为农民自己的节日,成为农耕文明的符号,成为产业发展的载体,是全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化的重要手段。

春种一粒粟,秋收万颗子。展示巴渝大地科技强农新成果、产业发展新成就、乡村振兴新面貌,让广大农民看见田野里的新希望,定能持续激发他们创造美好生活的干劲,为全面推进乡村振兴营造氛围、凝聚力量。

期待文物医生妙手 让更多文物“活”起来

李慧勇

保护文化遗产,弘扬工匠精神。近日,重庆“最会修”文物的工匠们齐聚三峡文物科技保护基地,上演强强对决。此举旨在为文物保护修复人才提供展示技能、切磋技艺的舞台,通过以赛促培、以赛促训,让更多文物医生脱颖而出。

在保护和传承文化遗产成为社会共识的今天,文物保护专业人才不足的问题逐渐显现。据不完全统计,我国现有馆藏文物约3800万件以上,而馆藏文物修复人员仅2000多人。文物修复人才出现严重缺口,其中传统文物修复人才青黄不接的现象尤甚。

一直以来,“口传心授”的师徒模式,是文物修复技艺的主要传承方式。重庆一直在通过“师承制”培养文物修复人才,但随着老一辈文物修复专家退休或流失,传统“师承制”延续遭遇不少现实困难。当前文物保护修复工作需求巨大,亟需通过规划编制、政策制定、教育培训、体系建设、机制创新等方式,持续推进和强化人才培养工作,为文博事业夯实人才基石。

从文物修复师正式列入我国“职业分类大典”,到《文物修复师国家职业技能标准(2021年版)》颁布,一批批默默“修补时光”的工匠倍感振奋。在此基础上,我们还可以做更多。如畅通文物人才职业发展通道,帮助从业人员实现个人价值和建立职业归属感,建立健全管理规范、评价科学、激励有效的文物人才体系,支持鼓励更多优秀专业人才和青年人才从事文物保护研究,等等。

值得欣慰的是,在重庆,文物修复人才培养渐入佳境。如重庆师范大学,就开办了文物与博物馆学专业。这也为我们提供了一条文物保护新思路:即鼓励有条件的高等院校、职业院校增设文物保护相关专业,聘请民间艺人、技艺大师、非遗传承人参与教学指导和文物保护人才培养的全过程,通过联合办学、定向培养、在职进修等多种形式,加快文博专业人才培养与实践锻炼,实现人才培养与社会需求的精准对接。

文物保护,人才为本。完善人才激励、奖励、评价、收益分配机制,有效激发文物修复人才的创新活力,既吸引外来人才,也留住本地人才。如此,才能让文物医生不断涌现,让睡在库房里的珍宝“活”起来、“火”起来,走进千家万户。

投稿邮箱:cqrbplb@163.com

小花椒变身大品牌的启示

产业观察

尹贵龙

近日,新华社、中国品牌建设促进会、中国资产评估协会发布“2022中国品牌价值榜”。其中,重庆的“江津花椒”上榜。小小花椒,“麻”力四射,关键在于找准了方向、突出了特色。

放眼全国,几乎每一个县域,都存在小而美的产业,甚至可以说,一地一特色,一片一产业。一个地方往往有很多适合种植的农产品,在规划的时候,因地制宜,聚焦优势,优中选优,下足“绣花”功夫,拿出叫得响的拳头产品,把自身的比较优势发挥出来,就有机会实现突破,走出一条差异化的发展之路。如果朝三暮四、反复“翻烧饼”,每样农产品都号称有特点,反而淡化了特色。

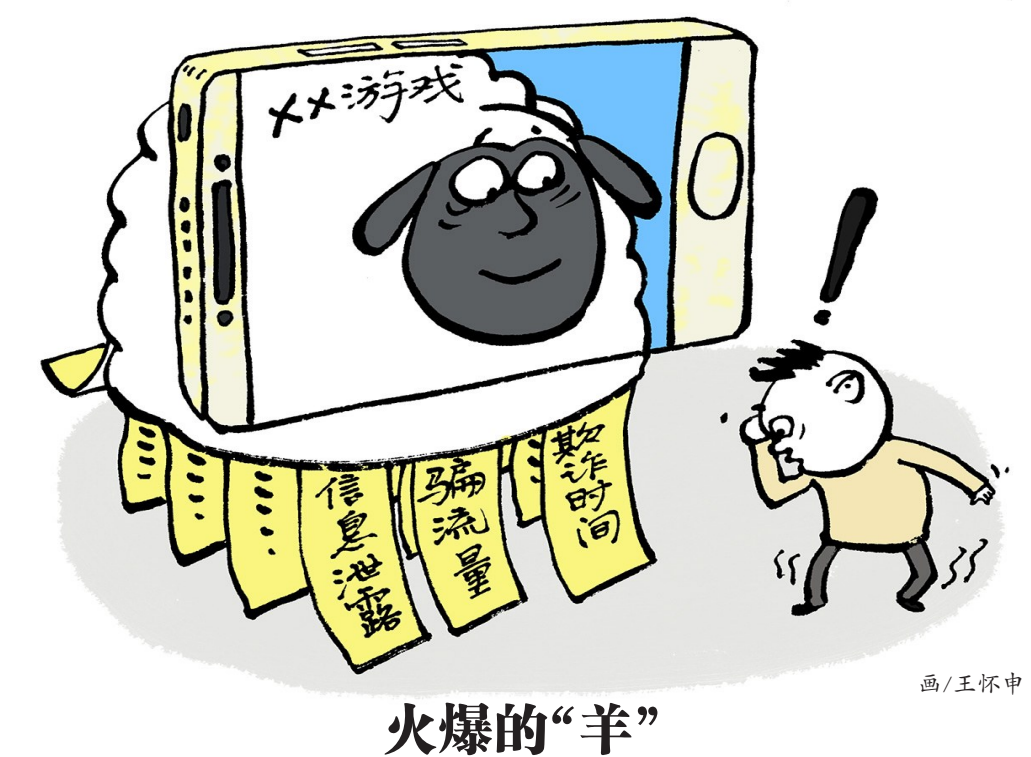
培育壮大特色优势产业,必须明确重点抓什么。近年来,江津始终把花椒产业作为特色优势产业来抓。发展至今,花椒已成为当地的支柱产业之一。相关数据显示,江津全区现有较大花椒加工企业30余家,种椒农户22万户。

不贪多求全,不搞“撒胡椒面”,江津花椒一骑绝尘,漂洋过海,声名远播,品牌价值达59.35亿元。

从“小”到“大”,是产业发展的逻辑。鲜花椒如不能在第一时间卖出去,极易发霉、变色、腐烂。为此,当地在全国首创“花椒银行”,新增冷藏仓储4.5万立方米,实现花椒产品旺储淡销。与此同时,采取餐饮连锁品牌终端直供模式,降低行业周期性波动带来的经营风险,调整产业结构,将产业链条延伸到医药、化工、保健、美容等高附加值产品上,加速花椒产业提质增效。

从“大”到“新”,是品牌建设的路径。江津花椒现有6个项目获国家专利,填补了同类产品的空白。正是因为持续打造高新技术农产品,小小花椒才能脱颖而出,成为响当当的品牌。如今的消费市场属于买方市场,把货卖出去,打破“酒香也怕巷子深”的焦虑,就是要运用创新思维,搭建一批产业平台,实施一批重大项目,培育一批龙头企业,努力扩大市场份额,将优质产品推介到消费者面前。

小花椒成大品牌的过程启示我们,特色鲜明、优势突出的乡村产业,才是富有旺盛生命力和持久竞争力的高质量产业。只有不断激发产业潜能,提升产业效益,才能迈出新步伐、登上大舞台、闯出大市场。



火爆的“羊”

画/王怀申

最近,“羊了个羊”小游戏火爆各种社交网络平台。网友们通过参与小游戏、讨论小游戏,实现一场大型虚拟“团建嘉年华”。在这种情况下,小游戏不再只是游戏,而成为“梗”,让参与者获得社交满足感。但也有网友认为,其诱导点击广告或分享给好友复活,这种骗流量吸引大家玩,让玩家看广告赚足广告费的行为,是诈骗游戏。(据《北京青年报》)

点评:游戏需适度,沉迷不可取,为了获取“通关秘籍”而导致上当受骗、经济损失等前车之鉴,更应警惕。

新起点新征程,东风日产的品牌向上之路

踏浪前行风正劲,不负韶华争朝夕。古往今来,追求美好生活的愿望让中国人从未停下奋斗的脚步。而在一个个乡村振兴脱贫奔小康的故事中,更是生动诠释了坚韧顽强、创新拼搏的新时代精神。

2022年,是践行“十四五”规划从汽车大国迈向汽车强国的第二年,也是东风日产旗下日产、启辰、英菲尼迪三品牌协同发展的第一年。这一年,曾在“十三五”期间被列为贫困村的广西壮族自治区南宁市马山县立星村,也迎来了新变化。

建立“1+3+N”精准扶贫长效机制

马山县地处大石山区,自然条件恶劣,土地资源稀缺,曾是广西28个国家扶贫开发工作重点县之一。2016年以来,马山县推动实现全县75个贫困村摘帽;2020年5月,广西壮族自治区政府批准马山县退出贫困县序列。

作为东风公司帮扶马山县的帮扶单位,东风日产在马山县立星村探索出了一条“1(项目扶贫)+3(消费扶贫)+N(创新扶贫)”的全价值链精准扶贫长效机制。面对立星村“九分石头一分土”的自然条件,东风日产以市场为导向,针对产业发展精准定位,因地制宜打造了多个“靠山吃山,靠水吃水”,能持续发展的扶贫产业项目,加快实现“户有增收项目、村有致富产业”的目标,以实际行动彰显了企业的社会责任与担当。

“推进项目扶贫,就是要让各类产业扶贫项目有力提质增效,增强马山县实现乡村振兴的内生动力。”东风汽车有限公司党委书记、东风日产乘用车公司党委书记赵书良认为,扶贫项目不仅要眼下效果好,还要“可造血、可持续”,并形成一村一品、一乡一业的扶贫产业模式。

推动共建共享发展特色产业

农村富不富,关键看支部;而村子



东风日产公司大楼

强不强,要看“领头羊”。在2020年7月来到马山县立星村之前,方志还是东风日产技术中心的一名汽车工程师,管理车型项目开发。从华南地区最大规模的汽车研发基地,到立星村的田间地头,方志很快找到了自己的新定位,“作为立星村扶贫工作队的第一书记,既然来了,就要沉下心来好好干,把立星村打造成脱贫致富示范村。”

在方志带领下,立星村实行村企互助、共建、共享的发展模式,推动村集体经济建设发展壮大。大力推进种鹅产业、特色蔬菜水果种植、蓝莓产业、养殖业等,发展现代设施农业和农副产品一二产业融合,推进农副深加工产业发展,拉动一江一河农文旅示范带发展。

2021年,东风日产投入210万元,帮扶立星村建立产业发展中心,做村内周边农产品的整合开发和深加工。目前,立星村周边地里的蓝

莓、千禧番茄、黄金百香果等热销农产品眼看就要成熟,即将被运往各地市场。

农企负责人倪小辉先后盘下600多亩地,在立星村成立了分公司。2021年,公司50亩的千禧番茄基地获得了东风公司帮扶。公司的快速发展,也吸引了附近几个村投入村集体经济资金共同发展,现在,公司每年可为村集体经济贡献15万元以上的分红收益。

“东风菌坊”,是立星村“致富带头人”覃财财当前的工作重心。“东风菌坊”是由东风日产投入扶持资金40万元与立星村委共同建成的项目,旨在共建发展村集体经济,让群众实现家门口就业。覃财财表示,“食用菌这些市场前景不错,后续通过举行培训班,我们会吸引更多村民参与到养殖产业中。”

2018年6月,立星村有名的“养牛能手”苏理丹成立养殖专业合作社,

带动11户贫困户以资金入股。同年,东风公司投入扶持资金25万元,进行牛栏建设及相关配套设施建设。目前,牛栏内养殖规模可达80头,每年为村集体经济分红3.6万元。

2020年10月,随着最后一户人家完成脱贫双认定,立星村实现了全部脱贫。通过大力发展特色产业,曾经几乎为零的集体收入2020年突破60万元,2022年预计将突破80万元。这个昔日的国家级贫困村,里里外外焕然一新。

方志表示,立星村已经提前做好2025年的规划,如今产业发展已初具规模,今后要发展壮大,还需要再创新、再努力。

党建引领全价值链高速发展

自扶贫项目开始以来,东风日产总部的食堂,总会“上新”各种鲜蔬食材,山羊肉、番薯、火龙果、沃柑,成为

了员工们的餐桌家常菜,这些食材自然都来自马山县。不仅如此,2020年6月,东风公司首家爱心消费专柜落户东风日产,将马山特色大米、马山沃柑等当地特产摆上了货架,吸引员工踊跃购买。

在以帮扶的基础上,东风日产还通过直播带货、东风惠购、车巴巴、车主俱乐部等平台,为马山县特色产业带货,为当地农特产品打通网销渠道,让消费扶贫与企业、市场发展同步接轨,为消费扶贫安上了加速器。此外,东风日产还通过党建交流、保客公益自驾游、扶贫电商培训班、走进马山—东风日产暖心之旅等系列活动,全面带动马山县党群活力,同时加快推进脱贫攻坚工作见实效。

“推进脱贫攻坚是央企必须要履行的社会责任。对东风日产而言,马山县脱贫,不仅是央企的政治责任,更是作为企业公民的社会责任。”东风公司副总经理、党委常委,东风有限执行副总裁陈昊表示,在脱贫攻坚取得胜利的基础上,东风日产将会一如既往地做好乡村振兴工作。“我们要发动更多

社会力量,持续关注、支持马山县,共同走出一条富裕之路。”

雄关漫道真如铁,而今迈步从头越。成立于2003年的东风日产,19年逐梦前行,成果斐然。现已稳居行业第一阵营,累计拥有近1500万客户;更以高质量高速度的发展态势,不断刷新“东风日产速度”。2022年1月—8月,东风日产三品牌累计销售623413辆;在刚过去的8月,东风日产终端销量88133辆,无论整体销量还是各车型在细分市场中的表现,均展现出“头部”车企的强大实力。

成绩的背后,离不开东风日产深耕党建所发挥的引领作用。这种引领作用不仅体现在精准扶贫、乡村振兴上,更助力实现东风日产的全业务链覆盖、实现生产经营目标的高质量达成。不忘初心,放得始终。面对汽车产业百年未有之大变局,东风日产将充分发挥党建优势,走好品牌的向上之路,为消费者带来更美好的出行生活。

文/图 晓雪(部分素材来源于人民网)



东风日产帮扶立星村发展产业