

“兴安盟大米”成为线上线下“双明星”品牌

文/《内蒙古日报》记者 胡日查 高敏娜

兴安盟以生态优先、绿色发展为导向,近年来大力实施米产业“双百双千”工程,政府、企业、农民合力打造“兴安盟大米”品牌,运用互联网新零售模式,与全国20多家百强零售企业合作,运用电商直播,依靠新媒体流量获取订单,并在蒙古国等国家和地区开展“兴安盟大米”展览展示活动,使线上线下齐发力推广销售成为做大做强“兴安盟

大米”产业的强力引擎,形成了种植订单化、产品优质化、营销品牌化。

兴安盟快递物流联运中心2019年11月投运至今,已有顺丰、韵达、天天、中通、申通、圆通、优速等8家快递企业入驻,累计进出港量700多万件,日均进出港超10万件。兴安盟成为全区最早以盟为单位实现电商全覆盖的地区,全盟6个旗县市均被列入国家电商进农村综合示范县。目前,全盟引进和

自建各类电商平台28个,入驻淘宝、天猫、京东、美团、携程、斗鱼、抖音、快手等全国前10名综合型电商平台,形成多平台、多网络、多渠道的销售模式。

同时,兴安盟与物美、步步高、家乐福、华联、永辉、维多利亚等全国20多家百强零售企业形成紧密战略合作关系,经营的200多家实体店经销店遍布近20个省、自治区和4个直辖市。在全国进驻大型酒店58家,进驻

机关食堂69家,进驻经济园区55家、常驻各类展馆37家。仅扎赉特旗龙鼎农业每天销往湖南步步高集团的“兴安盟大米”就达30吨。

这两年,兴安盟运用电商直播,依靠新媒体流量获取订单,在网络销售方式方面实现新突破。邀

请多位粉丝达百万级的网红主播走进兴安盟开展直播7场,参与阿里集团“脱贫攻坚公益直播盛典”17次,多位旗长多次直接参与淘宝网络直播销售“兴安盟大米”。“兴安盟大米”成为阿里巴巴淘乡甜网上的明星产品,产品销量排

名粮油类产品第一名,实现了由“种得好”向“卖得好”转变。

目前,兴安盟以品牌建设和推广营销为抓手,深化线上线下销售融合力度,努力向全年线上销售1亿元、线下超过10亿元的目标冲刺。



退耕还林换来金山银山

文/《内蒙古日报》记者 吕学先 实习生 李楷谨

今年40岁的张小军是固阳县金山镇木匠窑子村民。因家里种地缺少劳动力,还要咬紧牙供2个孩子上学,家庭背上沉重的外债。2014年,他家被识别为建档立卡贫困户。

退耕还林工程实施后,在村两委的指导帮助下,张小军将他家的42亩地全部退耕还林。单这一项,每年就能得到6300元补助。县里又聘他当了护林员,每年又有1万多元的收入。

当护林员不耽误家里营生,张小军又养了30只羊,闲下了还能在村里打零工。如今,一家人不仅衣食无忧,2个孩子也安心在县城读书,他不禁感叹:“以前忙一年也挣不下几千块钱,现在每年有几万

块钱的收入,这日子是越过越活啦!”

从2015年开始,固阳县启动新一轮退耕还林还草工程,走上“扶贫”牵手“生态”新路子。累计争取到建设任务139.13万亩,任务量居全国旗县区第一。工程累计争取到中央预算资金20.3亿元,其中退耕农户的政策补助资金达15.3亿元。到目前,累计发放政策补助资金3.47亿元,其中覆盖贫困户1961户4149人,每个贫困户年可增收3195元。

一项项优惠政策的倾斜,让贫困群众充分享受到生态红利,更多像张小军一样的贫困户找到了脱贫致富的新路子。一些贫困户多了一份固定收入。固阳县聘用579名林草资

源管护人员,其中贫困人口172人。66人做林草资源管护,每年人均增收1.6万元;106名是村级防火禁牧员,每年人均增收0.72万元。为推进造林专业化和规模化,2018年开始,固阳县试点推广林业专业合作社。现已有合作社5家,入社贫困人口27人。合作社累计雇用156名贫困人口参与造林,每年获得约3000元劳务报酬。

新一轮退耕还林还草工程的实施,显著改善了当地的生态环境,森林覆盖率提升了16个百分点。生态好了,乡村旅游开始热起来。在电报局村大英图村,崔文裕老人一直惦记着村里搞旅游的事:“过去村里几乎没有外人来,现在总算有生气了。现在就琢磨着怎

么吸引来投资,让村子越来越有生机。”

2019年6月,大英图村被国家列为中国传统古村落,给风景秀美的大英图村带来了新的发展机遇。在电报局村支部书记李治辉看来,大英图村之前作为贫困村,依托旅游扶贫不断加大开发力度,村里通过发展旅游业带来的变化看得见、摸得着。

现在,一处古窑洞院落的修缮、一处旧民居院落修缮改造成为村史博物馆、一处旧民居院落修缮改造成为村文化活动的工程已基本完工。上山的栈道修建起来,木质凉亭也搭建一新,城里人开始喜

欢上这个宁静纯朴的小村庄。近几年,固阳县通过发展旅游业推动旅游项目建设,拉动旅游投资消费。到目前,旅游人数达285.6万人次,旅游综合收入达14亿元,为贫困户提供就业岗位、销售农特产品,共带动521户贫困户增收。

退耕还林换来绿水青山,绿水青山变成金山银山。固阳县围绕生态产业化、产业生态化,打造绿色健康产业和产品,让本地农产品声名鹊起。随着固阳胡麻油被评为中国地理标志商标品牌,俗称“固阳八宝”的莜面、莜麦、荞面、荞麦、红皮小麦面、菜籽油、胡麻油、黄芪8个品

牌被国家核准注册为中国地理标志商标,基本涵盖了当地主要农产品。

现在,固阳县申请注册商标1046件,有效注册商标923件。“三名”商标增至目前1件驰名商标、5件著名商标、16件知名商标。生态资源为脱贫提供机会,生态产业则为脱贫提供了支撑。到2019年7月,固阳县已有15家企业和农民专业合作社使用地理标志商标,兴起以“二姑舅”、田丰农牧为代表的一批龙头企业和合作社,形成带动贫困户脱贫的利益联结机制,让广大贫困农民的钱袋子鼓了起来。

只争朝夕 决战决胜脱贫攻坚

吴良珠:用生命筑起抗洪“大堤”的钢铁战士

安庆市莲湖公园湖畔,矗立着“抗洪钢铁战士”吴良珠的半身铜像,他的目光深情地投向不远处的皖江。

吴良珠,生前系安徽省军区安庆军分区驾驶员。1998年,他随部队抗击特大洪水。从投入抗洪抢险到病倒住院的50多天里,吴良珠用生命的全部力量,模范践行了党赋予的光荣使命,恪守了一名军人的神圣职责,他始终以生命不息、战斗不止的钢铁意志,与洪水展开殊

死搏斗,用生命谱写了一曲革命军人勇于牺牲、勇于奉献的壮歌。

1998年夏,长江流域遭遇了百年不遇的特大洪水,皖江抗洪形势严峻。6月,吴良珠参加紧张的防汛工作,开汽车、垒堰堤、堵渗漏、背沙袋……由于过度劳累,他昏倒在大堤上。8月中旬,腹部连续剧痛的吴良珠被紧急送往医院治疗。当医院为吴良珠实施腹部手术时,发现他患上了晚期肝癌,癌细胞已扩散。

后来,虽经各级全力抢救,与病魔斗争70天的吴良珠最终病逝,时年26岁。他抱病参加抗洪抢险的事迹,很快传遍大江南北。广大军民以吴良珠为学习楷模争相传颂,广泛掀起了向英雄学习的热潮。

共青团安徽省委授予他“安徽省优秀青年”称号,原南京军区党委做出开展向吴良珠学习活动的决定,中央军委授予他“抗洪钢铁战士”荣誉称号。

如同历史上诸多英雄人物一样,吴良珠虽然生命短暂,却名垂青史:他拖着病体,在抗洪抢险第一线战斗了近两个月时间;家乡遭受严重水灾、父母年迈体弱无人照顾的情况下,他4次过家门而不入,仍日夜坚守在抗洪大堤上。即便多次昏倒在大堤上,他始终以钢铁般的意志和毅力坚持抗洪。他那种视死如归的

精神,彰显了一名军人对党、国家和人民的满腔赤诚。

“将士受命之日,则忘其家;临阵之时,则忘其亲;击鼓之时,则忘其身。吴良珠就是这样一位为了国家利益和人民安危而忘其家、忘其亲、忘其身的英雄。”安庆军分区政委高峰说。

大地无言,皖江唏嘘。26岁的生命早已定格,但

吴良珠的精神从未消失。英雄远行后,安庆军民自觉争当“吴良珠精神”传人,驻地部队、学校纷纷挂起了吴良珠画像;为了深切缅怀英烈,望江县委、县政府将当地一所小学更名为“吴良珠小学”;每逢重大节日,党政干部、部队官兵和广大群众,都会前往安庆莲湖公园吴良珠雕像前瞻仰学习。

(据新华社报道)

为了民族复兴·英雄烈士谱