内蒙古商报

NEI MENG GU SHANG BAO

主管主办:内蒙古新华报业中心
出版:内蒙古商报社
国内统一连续出版物号:CN 15-0068
邮发代号:15-29

网站

2023年5月9日 星期二
总5262期 今日8版
网址:www.nmgsb.com.cn
新闻热线:0471-3285915
广告热线:0471-3285916

策克口岸首次开通进口肉类业务

本报讯(记者 张鑫 通讯员 马超) 5月5日,策克口岸肉类指定监管场地首次启动肉类进口业务,当日首批进口冷冻马肉25吨。

此次冷冻马肉的顺利入境是策克口岸地区首次进口冷链食品。进口企业与口岸联检部门积极配合,采取预约通关、即到即查、优先取样送检、合格即放行等便利化措施,有效降低了企业通关环节的仓储、物流等成本。

据内蒙古中策电子商务有限公司总经理洪岩介绍,此次进口的马肉是来自蒙古国乌兰巴托地区的剔骨冷冻马肉。屠宰、加工和进口均受我国海关部门的监管和许可。前期公司专程前往蒙古国对该厂区建设、加工生产等方面进行实地考察,全力保障舌尖上的安全。同时,与策克口岸经济开发区管委会、海关、边检等部门进行积极对接,在推进肉类进口相关事宜中,得到各部门的大力支持。

策克肉类指定口岸于2019年通过海关总署验收,目前,已投资3700万元建成进口肉类指定监管场地,总占地37000平方米,建筑面积6700平方米,冷库面积5500平方米,设计年进口总量5万吨,可同时储存2000吨货物。5万吨进口肉类加工区、冷鲜肉加工厂等项目均已完成建设。

下一步,策克口岸将继续依托进口冷冻肉类业务,不断推动进口贸易发展,推进活畜进口业务,同时进一步转变思路,逐步探索与其他口岸活畜进口企业合作,共同打通堵点、开辟活畜进口路径,以此推动肉类产品精深加工产业发展,扩大贸易加工产业规模,进一步促进策克口岸对外开放水平。

新时代 新征程 新伟业

XINSHIDAI XINZHENGCHENG XINWEIYE

林西县统部镇:“一村一块田” 开拓新“钱”景

本报记者 张鑫

从“一户一块田”到“一村一块田”,最终的目的都是为了推进土地资源相对集中,规模化生产解放生产关系、激活生产力。赤峰市林西县统部镇将发展农业社会化服务作为实现小农户和现代农业有机衔接的基本途径和主要机制,着力从技术集成、农机作业、疫病防控、农产品营销等方向发力,为农户提供“耕、种、防、收、售”全产业链社会化服务。

近日,统部镇种养循环万亩产业园暨社会化服务“一村一块田”项目在统部镇五四村开工建设。统部镇种养循环万亩产业园暨社会化服务“一村一块田”项目总投资2400万元,计划建设水肥一体化终端设备8处,购买机械设备38台套,改造提升集体经济产业园,加快蔬菜双茬种植基地建设。

通过该项目实施,统部镇把握“三变”改革和“三位一体”综合合作等农村改革重要机遇,依托牧丰源合作社饲草料深加工和固定销售渠道优势,对全村1.1万亩耕地开展全流程托管,开展“一村一块田”社会化服务整村推进试点,按照“五化”标准打造万亩玉米产业基地。通过规模化、标准化、机械化、产业化、品牌化的“五化”种植,进一步降成本、增产量、释放劳动力,实现企业、农机手和农牧户收益最大化。

统部镇打造的北方农牧结合区种养循环新模式,经过一年多的探索发展,无论是产业融合带动,还是农民增收致富,都效果明显。2022年“五化”种植基地规模达到8000亩,年处理粪污60万吨,年产有机肥20万吨,秸秆综合利用率达到90%以上,通过双茬白菜种植,大田亩收益达到4000元以上。在肉牛养殖方面,每头基础母牛每年降低成本500元,提高收益1300元。

2023年,统部镇以“三变”改革、“三位一体”综合合作为契机,依托种养循环体系,社会化服务突出向土地集中集聚和肉牛托管代养两方面聚焦,土地种植逐步由“条块地”向“一块田”转变,肉牛养殖由“单打独斗”向“科学集中”转变,实现种植、养殖、加工、服务全链条融合发展,让产业链上的更多收益留到统部,留给农户。

“一村一块田”试点,实施了规模化经营,有效地解决了小农户与现代农业发展有机衔接问题,进一步实现农田增量、农业增效、农民增收。

细鳞鲑养殖 助力乡村振兴

呼伦贝尔市鄂伦春自治旗托扎敏乡陶力罕村仙山池冷水鱼养殖基地放养区水域面积8公顷,育苗区占地600平方米,年育苗100万尾。近年来,托扎敏乡因地制宜,依托地域优势,大力发展渔业、旅游业等乡村特色产业,走出一条“村集体经济+合作社+乡土人才”的乡村振兴新路子。

图为5月7日,养殖基地工作人员在放养区打捞细鳞鲑。

王楷焱 摄

学思想 强党性 重实践 建新功

XUESIXIANG QIANGDANGXING ZHONGSHIJIAN JIANXINGONG

内蒙古出版集团:结合所需所盼直奔问题开展调研

“读书能开阔眼界、丰富阅历,期待内蒙古出版集团开展更多活动,把书香带向每一个角落。”日前,“悦读悦享·书香北疆”——内蒙古出版集团举办的首届全民阅读活动暨世界读书日主题活动吸引了一大批喜欢阅读的老中青三代人,呼和浩特市赛罕区四千米社区乳品厂小区党支部书记赵玉琴便是其中一员。

伴随着主题教育的开展,内蒙古出版集团所属各出版社也分别举办了不同形式的“悦读悦享·书香北疆”读书分享和图书赠阅活动,一场场读好书、赠好书、交流心得体会的活动进学校、进社区、进工厂、进农村牧区、进企事业单位……一件件惠民生的事正在办好办实。

筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵。

主题教育开展以来,内蒙古出版集团党委深入学习领会习近平总书记重要讲话精神和自治区党委开展主题教育的相关工作要求,仔细梳理存在的痛点、难点、堵点问题,在广泛征求意见的基础上提出“七大行动”,从工作规范、主业提质、业务优化、资产盘活、活力激发、多元赋能、党建引领改进作风等七个方面,进一步明确目标思路和工作方法。“七大行动”在集团所属的14个单位全面铺开、逐项落实,形成了潜心读原著、事事讲党性、时时看行动、一心谋发展的生动局面。

为了全方位调动广大职工的积极性,把主题教育与追求实绩实效有机结合,内蒙古出版集团把做实做精主业作为“七大行动”的重点,明确了各出版单位的发展定位,建立了编辑、审读、质检等工作程序的优化机制,完善了融合出版、发行运营、资产盘活、绩效激励等各项制度,提出了出好书、出精品、叫响“内蒙古出版”的具体目标。

按照“主题教育不划阶段、不分环节”的要求,内蒙古出版集团党组将学习和调研活动贯穿始终,制定了深入开展大调研活动的工作方案、工作台账,并围绕出版、发行、教材教辅、融合出版、多元发展等业务板块多次召开专题会议,对重点领域进行细致规划。集团领导要求,要让调查研究成为摸实情、查实况、办实事、解难题的重要方法,把调查研究的重要作用体现在思路创新上、体现在实际成效上,着力提升“内蒙古出版”市场传播力和品牌影响力。

目前,集团领导班子已开展两次专题调研,梳理汇总了第一批8个方面的问题清单,并制定了19项整改措施。针对图书出版方面“有高原”“缺高峰”的问题,集团将“聚焦图书出版提质增效的紧要问题”列为此次调查研究的选题之一,目前正由集团主要负责人牵头开展集中调研。

“开展调研,既要坚持国家所需、集团所能、群众所盼、未来所向,也要在生产具有选题原创力、内容竞争力、知识服务力、思想引领力、话语构建力的精品出版物上下功夫,全力推动集团各项事业高质量发展。”内蒙古出版集团相关负责人表示,要切实把主题教育各项部署落到实处,把主题教育与集团高质量发展结合起来,做到经济效益与社会效益两手抓、两促进。

(据《内蒙古日报》)

鄂尔多斯市获评国家产业转型升级示范区建设优秀城市

从鄂尔多斯市政府传来消息:国家发展改革委、科技部、工业和信息化部、自然资源部联合印发《关于产业转型升级示范区建设2022年度评估结果及2023年重点工作的通知》,公布2022年度全国产业转型升级示范区建设评估结果,鄂尔多斯市被评为产业转型升级示范区建设优秀城市和在重点领域(鄂尔多斯零碳产业园建设)取得积极成效的产业转型升级示范城市,获得国家四部委通报表扬。

评估认为,内蒙古西部(包头—鄂尔多斯)产业转型升级示范区积极构建特色鲜明竞争力强的现代产业基地,培育先进制造业集群,促进产业由集聚发展向集群发展全面提升,2022年度各项工作成效显著,经济发展各项指标表现突出。其中,鄂尔多斯市立足资源禀赋,以伊金霍洛旗蒙苏经济开发区为载体,打造全球首个零碳产业园,零碳电池工厂储能和动力电池生产基地全面投产,初步构建以“风光氢储车”为核心的绿色能源供应体系。在35个示范区城市(区)中评分排名第2位,2022年度产业转型升级示范区建设评估结果为优秀。

2022年以来,鄂尔多斯市深入贯彻党的二十大精神,认真贯彻落实习近平总书记对内蒙古的重要讲话重要指示批示精神,全面落实“五大任务”,坚持以构筑四个世界级产业、建设四个国家典范、打造四个全国一流的“三个四”目标为抓手,全力推动资源型地区转型发展,示范区建设取得突破性成果。 (王玉琢)

导读

点睛之笔!
辽河公园碧绿、蔚蓝、纯净
▶2版

【提示】:本报今日3至8版推出《“蒙”字标内蒙古品牌大展》,欢迎阅读。

商报时评

SHANGBAOSHIPING

坚信品牌的力量

本报评论员 直言

5月10日,中国品牌日。

品牌是什么?是人们对消费产品存在的一种意识认知,是价值理念在人们认识世界过程中的精神象征。简言之,就是产品质量的社会认可标识。

在迎接中国第7个品牌日的时候,笔者想起了两件事。第一件,在前几年的一次全国两会上,全国政协委员、新华联集团董事局主席兼总裁傅军的一次发言引人深思。他为了说明中国振兴民族品牌的紧迫性,当场秀出了自己的手表,他说,“我手上的这块手表是花38万元购买的,真的值38万元吗?肯定不值。可我购买的就是人家的一个品牌。”现身说法,把品牌的价值说清楚了。

第二件,也是在一次全国两会上,格力董事长董明珠请她所在的讨论组的同志品尝米饭,进行盲测。她把3个国外生产的电饭煲和格力产的电饭煲放在一起,放进同样的大米蒸熟,分别让每位在场的同志品尝一口,众口一词的结论是:国产的电饭煲蒸出的大米最可口。当时,根据媒体报道,不少国人从海外抢购保温杯、电饭煲、马桶盖。尝过米饭之后,董明珠的话题来了,“经过几十年的发展,中国早已成为第一制造大国,但给人们留下的印象,仍然是低端的廉价产品。为什么会出现这种现象,追根溯源,还是一个创品牌、创名牌的问题。”这样的讨论发言随即引起共鸣,共识很快高度一致。这就是产品的优质优选优推问题。

品牌价值来自哪里?答案非常明晰,增强创新意识,生产更多富有技术含量和用户满意度很高的产品,满足人们更多元、更丰富、更贴心的需求,除此之外,还应当加强宣传,从舆论环境上树起中国品牌的形象,亦是当务之急。

品牌是无形的资产,却是有形的价值。品牌意识不强、推广力度不够,我们的老字号、名优产品就走不出去。养在深闺人未识,只能在相对狭小的圈子里徘徊。品牌就是破圈的法宝,走出深闺,只有品牌引路先行,才能不断开拓出新的天地。

品牌不仅是企业形象,更是地区形象,乃至国家形象。从“人民”“红旗”等响彻全球的商标,到“伊利”“蒙牛”“兴安大米”的“蒙”字标,都是荣誉的象征,时代的标志。

第7个品牌日到来了,本报推出“蒙”字标大型特刊,展示我区的品牌形象,为品牌日各项活动、为内蒙古品牌的蓬勃发展献上媒体的赞歌。

让我们坚信品牌的力量,为内蒙古品牌、中国品牌走向世界击鼓鸣锣。