



## 一泓清水润三晋

### ——汾河流域高质量发展见闻

#### 赓续文脉浸润心田

(上接第1版)汾河临汾段位于中下游,全长161.5公里,被称为百里汾河新型经济带。临汾市以制造业振兴升级为主攻方向,把战略性新兴产业发展壮大与汾河治理有机结合起来。

华翔集团是一家高端装备制造企业,走进厂区,干净整洁的环境,令人难以相信这是一家制造企业。华翔集团安全环保部部长李青亮说,企业以前用的是冲天炉,每年使用约4万吨焦炭,不仅有安全隐患,还污染环境,现在企业全部换上了节能环保的电炉。企业还建成了日处理能力25吨的污水处理站,经过处理后的水通过冷却后循环利用,每年可以节水300万吨。

生态环境的改善,离不开产业转型战略的持续发力。今年前三季度,山西规模以上工业中战略性新兴产业增加值增长12.5%,高于全省规模以上工业增加值增速9个百分点,新动能增长引擎作用继续显现。

汾河两岸,高端制造、新能源汽车、新材料等一批新兴产业正在成长壮大,一幅现代化产业画卷正徐徐展开……

汾河之变,蕴含着历史文化传承。在沿汾各地精心打造下,汾河正成为一条延续三晋文脉的人文长廊。游走在太原汾河景区内,既可赏风景、更能品文化:“叠翠轩”内远眺西山,领略元好问写下“水上西山如挂屏,郁郁苍苍三十里”时的情境;在台骀治水壁画前,追忆汾水往昔,一睹先贤风采;置身山西历史文化名人长廊,还能遍览三晋历史上的璀璨群星……

在治理中深挖人文历史,太原在汾河两岸打造了一系列文化景观。描绘词人元好问与汾河故事的雁丘园已于今年9月底正式开园,园内风光旖旎、芳草萋萋,冬春时节还可见到大雁栖息。

在晋南临汾,沿汾河一路南下,仿佛穿越历史长河,华夏文明瑰宝点缀其间。

“问我祖先何处,山西洪洞大槐树”,唤醒人们对“根”的记忆;丁村遗址讲述着距今10万年左右的人类生

活故事;还有陶寺遗址、春秋时期的晋国都城等。

“临汾在沿汾一线打造文化旅游走廊,突出根祖文化旅游,充分挖掘丁村文化、晋文化、移民文化的丰富内涵和时代价值。”临汾市文旅局副局长李刚说。

在位于临汾市城区的汾河文化生态景区内,临汾市博物馆向游人展示着这片土地上厚重的历史文化,定期举办的传统文化进景区等活动,让这里更加富有吸引力。

“只要有朋友来山西,一定会带他们到汾河岸边走走,欣赏美景的同时,给他们介绍这里的人文历史和厚重的三晋文化,自己打心眼里也觉得自豪。”山西太原市民刘宇这样说。

日落时分,站在汾河晋阳桥旁的观景平台上眺望,远处的西山红霞满天,近处的河面波光粼粼,一艘艘皮划艇正奋楫向前……

古晋阳八景之一“汾河晚渡”仿若重现,今日之汾河依然美丽动人。

新华社记者(新华社太原11月22日电)

图为在山西省太原市,鸟儿在汾河嬉戏(2023年1月4日摄)。

新华社记者杨晨光 摄

三季财报显示  
互联网平台企业业绩持续增长

## 全面升秤 高开稳走

### ——全国多地秋粮收购一线见闻



新疆昌吉回族自治州奇台县晾晒场上等待脱粒交售的玉米。新华社记者苟立锋 摄

正是小雪时节,秋粮收购全面铺开。记者在黑龙江、山东、新疆等粮食产区看到,各地有关部门精心组织秋粮收购,积极服务保障农民卖粮,秋粮收购高开稳走,市场顺畅有序。

11月21日上午,在黑龙江省双鸭山市宝清县七星泡镇兴华村村民张立学家门口,水稻收购企业派来的货车正在装运其门前堆放的新季稻谷。

“我今年种植了450多亩水稻,今年年景不错,亩产能达到1200斤左右,而且水稻价格比去年有所上涨。”张立学说,只需一个电话,收购企业就能到家里直接装运粮食,收购完成现金结算,卖粮轻松便捷。

距离张立学家20多公里处,位于友谊县境内的黑龙江红兴隆农垦格林粮食经销有限公司内,传送带正将粮食从货车输送进粮仓,一旁的大米加工车间机械声轰鸣,正在加工新季大米。

“我们从10月末开始收购新季稻谷,目前每天的收储量在二三百吨,收购季一直可持续到明年二三月份。”公司总经理房树恒说,他们每天的加工量在200吨左右,大米主要通过铁运、汽运等方式销往南方市场。

在很多粮食产区,社会化、市场化收购日渐活跃,已成为农民售粮的主要渠道。

检斤、化验、卸粮、结算……随着一辆辆满载玉米的卡车驶入交售,新疆昌吉回族自治州奇台县玉米种植户贾斌拿到了自己一年的收入。“都是粮站开车到地头来收,自己只需出收割农机费。”贾斌今年种了1400多亩玉米,收购价1.7元每公斤,总收入近200万元。

“我们保证价格上墙、样品上桌。”新疆昌粮集团奇台粮油有限责任公司中心仓库主任潘斌告诉记者,为做好今年秋粮收购工作,他们提前准备,腾仓并库、调校仪器,继续坚持优质优价,确保好粮卖上好价钱。

“农户交粮一般当天钱款即可到账,基本没有隔夜账。”

国家粮食和物资储备局22日发布最新数据显示,全国主产区各类粮食企业累计收购秋粮超6000万吨,各地秋粮收购正在有序展开。截至目前,南方中晚籼稻收购进度在六成左右;东北、华北地区玉米正在集中上量,收购进度在两成左右。

促进优质粮食就地加工,可以延伸粮食产业链、提升粮食附加值。随着新季大豆收储上市,在大豆主产区黑龙江,深加工企业都开足了马力。

集贤县今年大豆播种面积达35.88万亩,在县里的黑龙江立垦大豆蛋白有限公司,满载大豆的卡车正在等待卸车,车间里一派忙碌,生产线上是一桶桶新产大豆油,空气中弥漫着香气。

“我们目前每天收购新季大豆三四百吨,用于加工豆油、浓缩蛋白等13种产品。”公司副总经理郝强说,大豆浑身都是宝,在生产豆油和豆粕的同时,从豆油豆脚中提取磷脂,并从低温豆粕中提取浓缩蛋白,将大豆“吃干榨净”。

在秋粮收购中,各级政府全力做好统筹组织工作。今年秋收以来,山东省粮食和物资储备系统组织开展市场化收购,指导国有粮食企业发挥示范带动作用,积极引导2300多家多元主体入市收购,鼓励粮食企业开展订单收购,与种粮农民建立粮食购销长期合作。

截至11月20日,山东共收购新玉米262万吨,同比增加67万吨,其中国有企业收购13万吨,同比增加9.5万吨,社会化企业收购成为主力军。

国家粮食和物资储备局有关负责人表示,近期部分地区雨雪天气增多,要统筹做好秋粮收购和安全储粮,指导各地充分发挥粮食产后服务中心和相关社会设施资源作用,为种粮农户及时提供烘干收储等服务,加大预约收购推广应用力度,强化农户科学储粮指导,保障种粮农民利益。

新华社记者(新华社北京11月22日电)

55个品牌被移出中华老字号名录,73个品牌被要求限期6个月予以整改……近日,商务部联合相关部门公布中华老字号复核结果,引发外界关注。

此次被“摘牌”的中华老字号有许多是消费者曾经耳熟能详的品牌,比如天津“稻香村”、重庆“冠生园”、上海“西湖牌”等。这些老字号缘何被摘下“金字招牌”?

#### 优胜劣汰 老字号不能一“老”永逸

在被“摘牌”企业中,天津稻香村因与北京稻香村、苏州稻香村同名而备受关注。天津稻香村品牌历史悠久,可追溯至清朝年间,但因与北京稻香村商标冲突,目前仅有一个“稻穗”图形商标。

记者了解到,天津市稻香村食品有限公司目前由天津市和平区属国有企业天津华旭贸易食品集团有限公司全资控股。公司一位负责人告诉记者,因公司改制、合并等多重原因,天津稻香村早已不再生产食品糕点,经营过一段时间餐厅也已停业,目前公司仅靠部分租赁业务在维持。

“此次未能通过中华老字号复核令人遗憾,因企业确实已不再生产相关产品,但公司并未彻底放弃‘稻香村’品牌,还会择机振兴该老字号。”这位负责人说。

55个被移出中华老字号名录的品牌中,上海有17个。记者了解到,被移出名单的上海西湖饭店有限公司的“西湖牌”,其原有门店拆迁改造后数年间一直未能重开,实际已经不再经营;“钱万隆”酱油实际已经停产;还有的存在知识产权等历史遗留问题等,导致不符合申报“硬杠杠”。

记者走访上海、天津、重庆、安徽地区相关企业发现,长期经营不善,已经破产、注销、倒闭,或者丧失老字号注册商标所有权、使用权等,是这些品牌被“摘牌”的主要原因。

#### 有进有出

#### 动态监管确保老字号成色

值得一提的是,上海市商务委介绍,17个移出名额将被用于推荐其他优秀企业申报中华老字号。上海已从104个新认定的上海老字号中遴选,积极参与创建新一批中华老字号,争取“进”的数量大于“出”的数量。

“优中选优”“有进有出”是中华老字号复核工作一大特点。

为推动中华老字号顺应市场机制、持续健康发展,根据《中华老字号示范创建管理办法》,今年4月,商务部联合文化和旅游部、市场监管总局、国家知识产权局、国家文物局,部署开展中华老字号示范创建,坚持“优中选优”的工作原则,建立实施“有进有出”的动态管理机制,对已有中华老字号进行全面复核。

商务部有关负责人表示,此次将55个品牌移出中华老字号名录,是经过企业自查、地方初核、专家评审、社会公示等程序,由商务部联合相关部门公布的中华老字号复核结果。

除了上述被“摘牌”的55个品牌,五部门还对经营不佳、业绩下滑的73个品牌,限期6个月予以整改。

业内人士指出,此次商务部等部门开展的中华老字号示范创建工作,与2006年、2011年先后两批的认定工作相比,不单纯是体现保护与传承,更重要的是鼓励老字号老品牌做强做优,起到引领自主品牌发展的作用。

“这其实是对中华老字号更深的爱护。”中国商业联合会副会长张丽君表示,聚焦建立健全老字号保护传承和创新发展长效机制,推动老字号对标先进理念、顺应市场机制,加快守正创新发展,通过“有进有出”的动态监管制度,来确保老字号“金字招牌”的成色。

#### 百姓期待

#### 老字号也要紧跟时代节拍

对于被“摘牌”的老字号,不少消费者表示惋惜,但更多表达了支持。

“优胜劣汰是市场竞争的必然规律”“老字号也不能吃‘老本’,”消费者满意才是最高目标”……消费市场不断变化,消费者的反馈更加印证,老字号必须直面消费新趋势、新场景、新需求,在坚守优秀传统文化内核的同时,创新技艺、产品与管理模式,从而紧跟时代发展脚步。

调查显示,目前经商务部认定的中华老字号品牌,半数以上已经入驻电商平台。在刚过去的“双十一”,一批老字号品牌“触网”转型,再度走红。更有上海凤凰、京珐景泰蓝、福建片仔癀等越来越多老字号扬帆出海,推动中国品牌走向世界。

店训朗朗上口、店规过目不忘、产品物美价廉……老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”,既有很高的经济价值,也有丰富的文化价值。目前1000个经营规范、发展良好的品牌仍将继续保留。

商务部数据显示,2022年,中华老字号企业努力克服疫情影响,实现营业收入超1.2万亿元,近七成企业实现盈利。今年前三季度,营业收入已超过2022年全年水平,发展势头良好。

“一些老字号被‘摘牌’之所以引发全社会这么大的关注,其实反映出老字号在消费者心中的分量很重,也寄托着更高期许。要更好发挥中华老字号示范引领作用,带动更多相关市场主体高质量发展。”张丽君说。

#### 新华社记者(新华社北京11月22日电)



五十五家中华老字号为何被『摘牌』

新华社发