



推动小杂粮做成大产业

□薄 鸿

山多地少、气候多样,丰富的小杂粮品种资源,成就了山西“小杂粮王国”的地位。杂粮种植面积约占全国的1/10,占全省粮食作物播种面积的近1/3,谷子、杂豆、莜麦等产量在全国名列前茅。这几年,山西做大做强小杂粮,让日常家里人吃的小杂粮变身“致富粮”。(《太原晚报》9月24日)

人吃五谷,而杂粮营养价值最高。早在三千年前,古人就把杂粮作为养生的主要食物。《黄帝内经》曰:五谷为养,五果为助,五畜为益,五菜为充,气味合而服之,以补精益气。五谷指稻谷、麦子、大豆、玉米、薯类,其中除米和面以外一般皆称杂粮,小杂粮是其中种植面积少、种植地区和种植方法特殊的作物,由于其中铁、镁、锌、硒等微量元素的含量极高,对人体健康极为重要。

小杂粮虽好,但由于其小、少、杂的特点,在种植、加工等环节现代化程度不高,

导致其虽然有市场,但生产却跟不上。为了使小杂粮成为大产业,2012年我省启动了振兴小杂粮产业计划,提出实施杂粮产业振兴工程。2017年,我省又出台了《关于促进粮食产业经济发展的指导意见》,提出建设特色农产品优势区,培育出一批具有山西地域独特魅力的杂粮名优特品种和蕴涵山西文化元素的方便化、营养化、保健化功能食品。今年7月,省十三届人大常委会第三十六次会议通过了《山西小杂粮保护促进条例》,以法律的形式从资金、种质资源保护、品牌建设等方面为小杂粮产业发展提供支持,推动我省小杂粮做成大产业。

做大做强小杂粮,不仅需要政策的支持,还需要科技的助力。科技是第一生产力,也是推动农业高质量发展的引擎。多年前,我省的小杂粮种植还停留在初级阶

段,虽然种植面积占全国的十分之一,但多采用传统的种植模式,产业化程度不高,加工研究相对滞后,多数种植规模也比较小。近年来,我省加快加大科技创新促落实,农业农村厅大力推进以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系建设,鼓励小杂粮新型经营主体与科研机构、高等院校合作,研发新产品,改进生产工艺,增加小杂粮附加值。同时,建立健全技术推广体系和科研成果转化机制,推进小杂粮产业科技成果转化应用,使一批批小杂粮的科研成果走向市场。比如广受市场欢迎的高粱品种晋糯3号,是业界公认的优质酿酒原料,谷子品种晋谷40号,不仅产量高,而且抗病性好……

科技赋能,产业兴农。杂粮虽小,有科技的翅膀,也能飞得很高,杂粮虽小,有政策的东风,定能做成强大的产业。

活外音
宋鹏伟

新闻:在网上买的羽绒服,经质检发现“含绒量”不足,消费者遂将商家告上法庭,经诉讼,法院判决支持退货并处以价款三倍的惩罚性罚款。9月25日,山西晋商律师事务所专任律师李陈敏向记者讲述了这起消费维权案例。(《太原晚报》9月26日)

旁白:欺诈就要付出代价。

新闻:坐落在河南新乡的“水晶泡泡火锅店”是一家经营了12年的“无声餐厅”,店员均为聋哑人士。在这里,顾客可以拿起桌子上的便利贴写下自己的需求,或是用手指点选墙上的漫画,与聋哑服务员进行沟通。当然,顾客也可以直接和老板王伟松或老板娘李楠楠进行语言交流。自2010年开业至今,这对90后夫妻先后为30位聋哑人士提供了就业岗位,在12年的经营中,二人克服了种种困难,在餐厅中架起了一座聋哑人与健全人之间的沟通桥梁。(《北京青年报》9月26日)

旁白:虽无声,却动听。

新闻:把你眼里的“草”变成我眼里的“宝”。9月24日下午,西安市莲湖区北院门街道桥梓口社区第九届“物物交换 邻里集市”拉开序幕。不到半个小时,很多大人和小朋友便满载而归,他们纷纷交流各自的“换物”心得,有的居民还要聊一聊物品背后的故事。(《西安晚报》9月26日)

旁白:物尽其用,也能密切邻里关系。

投稿邮箱:tywbplb@163.com

文明
微评

让公益广告靓起来

□徐剑锋

“市民公约”“讲文明树新风”……在居民小区、公园,到处可见创意十足、主题鲜明的公益广告。然而,时间一久,在风吹雨淋下,部分广告牌出现了破损等现象,影响了市容市貌。9月25日万柏林区消息,狮头苑社区开展公益广告集中排查整治行动,对存在错误、破损、丢失等情形的公益广告及时更换。(《太原晚报》9月26日)

公益广告建设是推动精神文明建设、构建社会主义核心价值观体系的重要载体,也是创建全国文明城市的重要内容。近几年来,太原积极创设载体,创优氛围,不断加大公益广告宣传的力度、广度和密度。放眼大街小巷,“让城市留下记忆,让人们记住乡愁”“蓝天之下你我他,优美环境靠大家”等一则则主题突出、创意新颖、制作精湛的公益广告,以通俗易懂、深入浅出、形式多样的语言和画面呈现在人们面前,传递着见义勇为、助人为乐、诚信守

信、邻里和睦、平安出行、廉洁自律等理念,弘扬真善美,荡涤假恶丑,业已成为城市靓丽的文明风景线。

公益广告在全国文明城市测评体系中占据重要分值,在对标找差的基础上,要突出重点地段、重要时段、重大节点,创设“流动+固定+立体”等载体,该调整的调整,该撤换的撤换,该增补的增补,形成声势、形成氛围、形成机制,使公益广告更富吸引力、传播力和影响力,以润物无声的方式感染人、打动人 and 启发人,共同书写创文决战决胜的合格答卷。

公益广告亦是提升城市品位的亮点工程。提“质”提“靓”,以更高要求打造魅力太原的城市新名片,已是当务之急。一方面要突出地域特点,既广泛挖掘太原悠久的历史文,又深入总结身边好人、道德模范的典型事迹,围绕文明旅游、诚信建设、和美家庭创建等,突出思想道德内涵,赋予当代价值,

融入艺术元素进行形象设计,进一步提升观赏水平和育人功能;另一方面要突出有机融合,结合街头小品、公园建设,在“公益广告+公园”“公益广告+壁画”等方面狠下功夫,以多元化的表达、多载体的呈现,达到情景交融的效果。太原并不缺这方面的题材和内容,关键在于职能部门要创新思路、积极作为。

公益广告是“城市的面面”,可以窥见一座城市的治理水平。应看到,一些公益广告刚设置时煞是美观大方,可随着时间的推移,要么在日晒雨淋中锈迹斑斑,要么日益老化失去时效性,“过时宣传”“缺胳膊少腿”也成为城市中的一块“硬伤”。于此而言,公益广告既要立得起来,更要管理得好,在严把审批关、设置关的同时,要进一步完善日常巡查、纠错补漏等长效机制,让集景观、内涵和美感于一体的公益广告常有常新。

PHILIPS

HearLink

飞利浦助听器

团聚时刻 佳音相伴

国庆促销 优惠多多



详细了解
请扫描二维码

0351-3537100

世荣听力连锁 正规授权 验配无忧

signia

西嘉(西门子)

WIDEX

丹麦唯听

REXTON

力斯顿

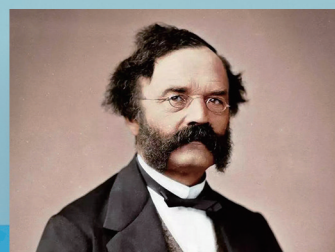
品牌助听器 国庆大优惠



详细了解
请扫描二维码

0351-3278000

世荣听力连锁 服务社会25年



1878年西门子先生发明了电话听筒,130年的技术由西嘉进行传承。